

농산물 유사도매시장 정비혁신 방안

왕 성 우 (천안외국어대 식품유통과 교수)

권 승 구 (한국농축산업유통연구원 연구위원)

최 승 철 (한국농축산업유통연구원 연구위원)

2000. 12.

사단 한국농축산업유통연구원

제 출 문

농림부장관 귀하

본 보고서를 귀 농림부와 (사)한국농축산업유통연구원 간에 체결된 「농산물 유사도매시장 정비혁신 방안」 연구용역사업의 최종보고서로 제출합니다.

2000. 12.

연구책임자 : 왕성우 (천안외국어대학 식품유통과 교수)

공동연구자 : 권승구 (한국농축산업유통연구원 연구위원)

최승철 (한국농축산업유통연구원 연구위원)

요 약 문

I. 제 목

농산물 유사도매시장 정비혁신 방안

II. 연구개발의 목적 및 중요성

정부의 공영도매시장 정책의 추진 성과에도 불구하고 아직도 도매유통의 많은 부분을 불공정하고 투명성이 확보되지 않은 유사도매시장이 담당하고 있어 정부의 공영도매시장 정책의 효율성을 저하시키고 있다.

따라서 현실적인 도매시장 정책의 수립과 공영도매시장의 조기활성화를 위해서 도매유통의 많은 비중을 차지하면서 또한 많은 문제점을 내포하고 있는 유사도매시장에 대한 정확한 실태조사를 통해 문제점을 도출하고, 이에 따른 지역별, 형태별 특성을 고려한 종합적인 정비 및 개선방안을 마련하는 것이 무엇보다 필요하다.

III. 연구개발 내용 및 범위

본 연구는 농산물 유사도매시장의 개념과 정의, 유사도매시장을 둘러싼 유통환경변화, 유사도매시장의 순기능과 역기능에 대해 살펴 본 후, 기존의 유

사상행위를 하고 있는 시장을 중심으로 실태조사를 실시하고, 이와 더불어 출하자와 위탁상의 유사도매시장 이용 형태와 위탁상의 영업 현황에 대한 설문 조사를 실시하였다.

구체적인 연구의 대상으로서는 소비지 주요도시의 일정지역에서 농산물 도매유통업을 수행하는 상인(위탁상)이 집단으로 밀집하여 시장을 형성하고 있는 지역의 시설과 상인을 대상으로 하였고, 대상부류는 청과물을 중심으로 하되 동일시장내에서 취급하는 곡류를 포함하였다. 또한 유사도매시장의 실태, 유사도매시장의 정비사례, 유사도매시장의 정비방안, 유사도매시장의 정비를 위한 법적·제도적 조치 등이 연구 내용에 포함되었다.

IV. 연구개발결과 및 활용

1. 조사대상 시장현황

- 조사시점 이전까지 행정기관(농림부 파악 38개소)이나 유통종사자(도매시장법인 탐문조사 및 실태조사과정에서 파악)들에 의해 유사도매시장으로 분류하고 있는 시장은 전국적으로 총 46개소였으며, 이들 시장 모두를 대상으로 실태조사를 실시하였음.
- 유사도매시장으로 칭하였던 46개의 조사대상시장 중 앞에서 정의한 유사도매시장의 기준에 따라 공영도매시장의 법인으로 확정된 시장, 소매시장화 또는 현저히 쇠퇴의 모습을 보이고 있는 시장, 소매시장화된 시장, 소규모 시장, 기타시장 등의 경우에는 유사도매시장에서 제외하였음.

○ 따라서 본 연구에서는 현상유지 또는 활발한 상권의 유지 지속형 15개시장과 소매시장화(중도매화 포함) 또는 쇠퇴화로의 기로에 놓여 있는 유형 6개시장을 합쳐 총 21개시장을 주요 조사분석의 대상 시장으로 하였음.

<표 1> 조사대상 시장 현황

구 분 (46개 시장)	소매시장내 입지형			단독 입지형		
	과 일	야 채	과 일 + 야 채	과 일	야 채	과 일 + 야 채
현상유지 또는 활발한 상권유지 지속형(15개시장)	서울 (경동동서)		서울(인왕, 쌍문) 부산(부전) 대구(팔달) 인천(부평)	서울(조광) 대구(칠성)	서울 (영일, 청량리)	부산(감전새벽) 대전(오정동) 울산(학성번개) 경기(안양남부) 충북(충주목행)
소매시장화 (중도매화 포함) 또는 쇠퇴화의 기로에 있는 유형(6개)	전남 (순천한국청과(주))		부천(원협) 전남(순천 중앙청과(주)) 경남(진주중앙)	충남(공주 합동청과(주)) 경북(상주 남문시장(주))		
소매시장화 또는 현저히 쇠퇴하고 있는 유형(9개)		광주 (양동)	충북(청주꽃다리) 경북(포항죽도)	인천(문화청과) 대전(삼성동)		경기(성남 하대원, 의정부 청과야채, 수원종로, 수원세류)
소매시장화된 시장 (6개)	대구(서문), 대전(역전), 전북(군상 공설, 남원 용남) 전남(여수 마늘 집하장), 경남(고성 청과)					
공영도매시장 입 주 (1개)	전남(순천 남도청과(주))					
기타 소규모 시장(9개)	춘천(번개), 충주(충의동), 강릉(청과), 원주(자유) 부산(거제리, 충무동, 부평동), 마산(번개, 너른마당)					

2. 유사도매시장의 지역별 입지 및 위치

- 지역적으로 유사도매시장의 입지 현황을 보면 대체로 다음과 같이 분류해 볼 수 있음.
 - 첫째, 대규모 인구밀집지역으로서 기존의 도매시장이나 공판장의 시설부족으로 도매유통의 기능이 미흡하여 소매상이나 소비자의 욕구를 만족스럽게 충족시키지 못하는 경우.
 - 둘째, 공영도매시장의 상권이 아직 활성화되지 못하여 유사도매시장의 상권에 일부를 의존하고 있는 경우.
 - 셋째, 지방의 경우 공영도매시장이나 대규모할인점이 아직 입주하고 있지 않거나 입주 초기로서 상권 형성이 진행되고 있는 지역의 경우 등으로 나타나고 있음.
- 그러나 전체적으로 보아서는 대규모 인구밀집지역에 의존한 특별시와 광역시의 대규모 상권형성지역을 중심으로 유사도매시장이 집중적으로 입지하고 있음.
- 지방 소도시의 경우에는 유사도매시장의 기능이 역기능 보다는 순기능을 발휘하는 형태로 존재하고 있기 때문에 이를 효율적으로 잘 활용하는 것도 바람직한 정비방안이 될 수 있을 것임.

<표 2> 지역별 유사도매시장의 분포 현황

지역명	유사도매시장명
서울특별시	경동동서시장, 인왕시장, 쌍문시장, 조광시장, 영일시장, 청량리시장
부산광역시	부전시장, 감전새벽시장
대구광역시	칠성시장, 팔달시장
인천광역시	부평시장
대전광역시	오정동시장
울산광역시	학성번개시장
경 기 도	안양 남부시장, 부천 원협시장
충 청 남 도	공주 합동청과(주)
전 라 남 도	순천 중앙청과(주), 순천 한국청과(주)
충 청 북 도	충주 목행시장
경 상 북 도	상주 남문시장(주)
경 상 남 도	진주 중앙시장

3. 유사도매시장 정비방안

가. 제도권시장으로의 흡수

- 유사도매시장을 제도권 시장으로 흡수하여 정비하는 방안이 가장 이상적이고 바람직한 방법으로 공영도매시장으로 흡수하거나 민영 도매시장으로 양성화하는 방안으로 추진.

1) 공영도매시장으로 흡수

- 현재 건설중인 10개소의 공영도매시장이 개설되는 지역의 유사도매시장.
- 공영도매시장 개설후 유사도매시장 이전에 따른 후적지 활용대책 수립 시행.
 - 도시계획 정비방안, 교통통제방안, 유통단지 조성 등.

<표 3> 공영도매시장으로 흡수해야 할 유사도매시장

지역명	공영도매시장명	유사도매시장명
서울특별시	서남권도매시장	조광시장, 영일시장
부산광역시	동부권도매시장	부전시장, 감전새벽시장
인천광역시	삼산도매시장	부평시장
대전광역시	노은도매시장	오정동시장
충청북도	충주도매시장	충주 목행시장
전라남도	순천도매시장	순천 중앙시장(주), 순천 한국청과(주)

주 : 충주 목행시장은 공영도매시장권으로 묶어서 양성화

2) 민영도매시장으로 양성화

- 산업자원부의 정책에서 전문특화시장으로 분류되어 육성되는 시장.
- 지역적 또는 건물형태가 격리되어 있고 취급부류가 농산물로 전문화 되어 있는 시장.

<표 4> 민영도매시장으로 양성화 할 유사도매시장

지역명	유사도매시장명
충청남도	공주 합동청과(주)
경상북도	상주 남문시장(주)

나. 재래시장(기존형태)로 관리

- 재래시장으로 관리하는 형태는 산업자원부의 유형별 재래시장 활성화 대책과 연계하여 추진하되, 농림부는 유사도매시장내에서 공정거래, 투명거래가 정착될 수 있도록하는 간접적인 방법으로 참여.
- 재래시장 중 산업자원부의 지역대표시장이나 광역권거점시장으로 분류되는 재래시장내에 위치해있는 유사도매시장을 대상으로 함.

<표 5> 재래시장으로 관리할 유사도매시장

지역명	유사도매시장명
서울특별시	경동동서시장,인왕시장,쌍문시장,청량리시장
대구광역시	팔달시장,칠성시장
울산광역시	학성 번개시장
경 기 도	안양 남부시장, 부천 원협시장
경상남도	진주 중앙시장

- 농림부가 간접적인 방법으로 유사도매시장의 관리에 참여할 수 있는 방법에는 한계가 있음. 따라서 기본적으로 유사도매시장을 이용하는 농업인, 소매상들에게 가격 및 물량정보를 제공하여 불공정거래 등의 문제를 최소화하여 공정거래, 투명거래 유도.

- 농민불만신고 센터 설치운영

유사도매시장에 출하하는 농업인들이 출하, 판매하는 과정에서 발생하는 위탁상인들과의 대금정산의 지연, 적정한 가격의 보장 등 불이익을 받거나 문제가 발생하는 경우 이에 대한 문제를 조정하여 해결해주는 기능을 수행.

- 시장별로 자주적인 조직 결성을 유도하고 이들 조직을 통해 공정거래 유도

유사도매시장 상인자체조직을 통해 적정한 가격형성, 신용받는 대금정산 등 공정거래를 유도하여 시장이 신뢰를 받아 활성화 될 수 있도록 유도.

- 유사도매시장의 거래동향(가격,물량 등)파악하여 정보 공개

유사도매시장의 이용자인 농업인, 소매상, 소비자들에게 거래가격, 거래물량규모 등 유통정보를 제공하여 구매 및 판매시 의사결정에 도움을 주고 상인들의 불공정한 거래가 이루어질 수 없도록 유통정보공개.

- 세무관서와 협조 조세행정 관리강화

제도권시장과의 형평성유지와 조세행정의 관리를 강화하는 차원에서 유사도매시장내 상인들에 대한 조세행정을 강화.

4. 기타 농산물시장 정비방안

- 실태조사 대상 시장중 유사도매시장의 정의에 따라 유사도매시장으로 분류되지 않은 시장을 기타 농산물시장으로 분류하고 이들 시장의 실태에 따라 정비방안을 수립하고 시행.

가. 공영도매시장 흡수

- 현재 건설중인 10개소의 공영도매시장이 개설되는 지역의 농산물시장으로 도매시장법인 또는 중도메인으로 흡수.

<표 6> 공영도매시장으로 흡수할 시장

지역명	시장명
광주광역시	양동시장
강원도	원주 자유시장
경상북도	포항 죽도시장
경상남도	마산 번개시장, 마산 너른마당시장

나. 구조조정

- 시장기능을 현저하게 상실한 시장으로 농림부가 직·간접적으로 참여할 필요성 없는 시장이며, 산업자원부의 대책에서는 지역별 상황에 따라 용도변경(공동주택, 공원용지, 공동물류센터 등)을 단계적으로 추진할 대상의 시장.
- 공영도매시장의 활성화로 유사도매시장 자연도태 유도.

- 제도권시장이 존재하고 있는 지역에서의 유사도매시장문제는 제도권시장의 도매시장법인 이나 중도매인들이 각자의 기본적인 업무를 수행하지 못하여 도매시장이 활성화 되지 못하였기 때문임.
- 따라서 유사도매시장문제는 제도권시장의 활성화와 직접적으로 연계하여 해결해야 할 사항임.

<표 7> 구조조정 해야할 시장

지역명	시 장 명
부산광역시	거제리시장, 충무동시장, 부평동시장
인천광역시	문화청과시장
대전광역시	삼성동시장, 역전시장
대구광역시	서문시장
강 원 도	강릉 청과시장, 춘천 번개시장
경 기 도	성남 하대원시장, 의정부 청과야채시장, 수원 종로시장, 수원 세류시장
충청북도	청주 꽃다리시장, 충주 충의동시장
전라북도	군산 공설시장, 남원 용남시장
전라남도	여수 마늘집하장
경상남도	고성 청과시장

〈차 례〉

I. 연구의 필요성 및 목적	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 범위 및 연구방법	4
II. 유사도매시장의 개념과 입지	5
1. 유사도매시장의 개념과 정의	5
2. 유사도매시장을 둘러싼 유통 여건변화	7
3. 유사도매시장의 순기능과 역기능	33
III. 유사도매시장 실태 분석	37
1. 조사대상 시장현황	37
2. 유사도매시장의 현황	39
3. 유사도매시장 이용자 및 종사자 현황	49
IV. 유사도매시장 정비사례 분석	79
1. 국내 유사도매시장 정비사례 분석	79
2. 일본의 유사도매시장 정비 사례	90
V. 유사도매시장 정비를 위한 법령 및 제도개선	111
1. 관련법령의 개정 및 정비	111
2. 정부의 지원정책	118

VI. 유사도매시장 정비방안	129
1. 정비의 기본방향 및 원칙	129
2. 유사도매시장 정비방안	131
3. 기타 농산물시장 정비방안	134
참 고 문 헌	137
〈부록 1〉 유사도매시장별 현장관찰 및 면담조사 결과	139
〈부록 2〉 농산물 유사도매시장 실태조사표(생산자, 출하자)	201
〈부록 3〉 농산물 유사도매시장 실태조사표(도매상, 위탁상)	205

〈표 차례〉

<표 II- 1>	소매업태별 매출액 점유율 추이	8
<표 II- 2>	공영도매시장 개장년도 및 시설규모(1999)	10
<표 II- 3>	공영도매시장 거래규모 추이(1986-1999)	11
<표 II- 4>	개장운영중인 농수산물종합유통센터 개황	16
<표 II- 5>	건설계획중인 농수산물종합유통센터	16
<표 II- 6>	농수산물종합유통센터 거래규모(1999)	17
<표 II- 7>	농수산물종합유통센터 거래현황(1999)	18
<표 II- 8>	종합유통센터의 포장·규격화율	19
<표 II- 9>	업태별 식품 판매액 추정치	21
<표 III- 1>	조사대상 시장 현황	38
<표 III- 2>	지역별 연도별 유사도매시장수의 추이	40
<표 III- 3>	지역별 유사도매시장의 분포 현황	41
<표 III- 4>	공영도매시장 개설 지역의 분포 현황	42
<표 III- 5>	법정도매시장 및 공판장 개장지역내 분포 현황	43
<표 III- 6>	유사도매시장 권역내의 대규모 할인점 분포 현황	44
<표 III- 7>	제도권 도매시장 인근에 위치한 시장 현황	45
<표 III- 8>	재래시장권내에 위치한 시장 현황	46
<표 III- 9>	단독으로 입지한 시장 현황	47
<표 III-10>	상가형태의 단일건물에 입주한 시장 현황	47
<표 III-11>	개별점포 형태로 밀집한 시장 현황	48
<표 III-12>	생산자조직의 규모별 현황	49
<표 III-13>	주요 생산 및 출하품목(상위 5위)	50
<표 III-14>	법정도매시장의 이용 실태	50

<표 III-15>	유사도매시장의 이용 형태	51
<표 III-16>	주로 이용하는 유사도매시장	51
<표 III-17>	유사도매시장의 이용 형태	51
<표 III-18>	출하시장 선택	52
<표 III-19>	주 출하시간	52
<표 III-20>	위탁수수료 현황	53
<표 III-21>	위탁수수료 이외의 비용	53
<표 III-22>	위탁수수료 이외 비용의 종류	54
<표 III-23>	대금정산방법	54
<표 III-24>	대금결제	55
<표 III-25>	출하장려금 유무	55
<표 III-26>	출하장려금의 종류	55
<표 III-27>	유사도매시장과 법정도매시장의 포장 상이 유무	56
<표 III-28>	유통정보 입수방법	56
<표 III-29>	유사도매시장 이용 이유	57
<표 III-30>	유사도매시장 이용시 문제점	57
<표 III-31>	유사시장 이용 유무	58
<표 III-32>	향후 유사도매시장을 이용하지 않으려는 이유	58
<표 III-33>	향후 유사도매시장을 계속 이용하려는 이유	58
<표 III-34>	취급품목	59
<표 III-35>	매장전용면적	59
<표 III-36>	점포소유여부	59
<표 III-37>	임대료 수준	60
<표 III-38>	보증금 수준	60
<표 III-39>	점포 개점시간	61
<표 III-40>	점포 폐점시간	61
<표 III-41>	1일 영업시간	61
<표 III-42>	년간 영업일수	62
<표 III-43>	고용인력현황	62
<표 III-44>	운송차량 보유 여부	62

<표 III-45>	운송차량의 종류	63
<표 III-46>	부채 유무	63
<표 III-47>	대출기관별 대출금 현황	64
<표 III-48>	대출금 이자 현황	64
<표 III-49>	매입방법별 매입량	65
<표 III-50>	매입처별 거래규모	66
<표 III-51>	매입처와의 결제방법	67
<표 III-52>	일부현금, 일부외상의 비중	67
<표 III-53>	상품수송방법	68
<표 III-54>	기타수송 및 수송방법	68
<표 III-55>	판매방법	69
<표 III-56>	위탁수수료	69
<표 III-57>	도매마진을	70
<표 III-58>	판매처	70
<표 III-59>	도매방법	71
<표 III-60>	판매처와의 대금정산	72
<표 III-61>	외상기간	73
<표 III-62>	도·소매 단골비중	73
<표 III-63>	1일 매입금액	73
<표 III-64>	판매처	74
<표 III-65>	미수금 업체수 현황	75
<표 III-66>	미수금액 현황	75
<표 III-67>	공영도매시장 입주 희망 여부	76
<표 III-68>	공영도매시장의 바람직한 거래 형태	76
<표 III-69>	유사도매시장 정비형태	77
<표 III-70>	정책건의 및 요구사항	78
<표 IV- 1>	도매시장 제도개혁의 기본 방침	94
<표 IV- 2>	현 내 도매시장수 및 도매시장법인수	99
<표 IV- 3>	도매시장 정비계획의 변천	102

〈그림차례〉

<그림 IV-1> 아이찌현 청과물 유통권 구분도	98
<그림 IV-2> 아이찌현 청과시장 (종합시장 포함) 분포도	100
<그림 IV-3> 아이찌현 화훼시장 분포도	101
<그림 IV-4> 아이찌현 정비, 이전한 종합 및 화훼지방도매시장 위치도	105

I. 연구의 필요성 및 목적

1. 연구의 필요성

- 유통시장의 전면개방으로 외국의 대형유통업체가 국내시장에 진입하고, 국내의 대기업들도 유통업 참여가 확대되면서 할인점 등 대규모의 새로운 신유통업체가 급속하게 확산됨. 이에 따라 전반적인 농산물 유통체계가 급속하게 변화되고 있음.
 - 국내·외 대형유통업체들은 다점포와 체인화를 급속하게 추진하면서 물류비용절감 및 규격화된 농산물을 안정적으로 구매하기 위해 물류센터 설치, 산지직거래 확대 등 다양한 유통체제를 구축하고 있음.
 - 산지에서는 협동조합중앙회의 통합과 단위조합의 규모화를 통해서 유통사업에 대한 비중이 높아져 생산자단체의 공동출하가 확대되고, 농산물산지유통센터, 간이집하장 등 산지유통시설의 확충으로 상품의 규격화와 브랜드화가 진전됨.
 - 생산자단체의 유통기능 강화로 기존의 도매시장중심의 출하형태에서 농산물종합유통센터, 대형유통업체와의 직거래 등 다양한 유통체계로 전환하고 있음.
 - 소비자의 농산물종합유통센터의 확대설치로 도매시장과의 경쟁을 촉진시키고 출하자의 판매처가 다양화되고 있음.

- 그러나 이와같은 유통체계의 급격한 변화에도 불구하고 소규모영농구조, 농업인구의 노령화 등 극복해야할 많은 문제점이 있기 때문에 농산물유통에 있어서 도매시장의 중요성은 여전히 강조되어야하고 또한 주도적인 역할은 상당기간 계속될 것으로 예상됨.
- 우리나라의 농산물 도매유통은 1985년 정부투자에 의한 서울의 가락동 도매시장이 개장되기 이전까지는 민간 투자에 의한 법정도매시장과 유사도매시장이 도매유통의 기능을 담당하여 왔음.
 - 법정도매시장은 민간인 투자에 의해 건설되고 운영되어 정부의 관리, 감독기능이 미치지 못하였고 일부 도매시장을 제외하고는 경매에 의한 거래가 이루어지지 않았음.
 - 유사도매시장은 대부분이 소매업의 허가를 받아 위탁상의 형태로 영업을 하며 일정구역을 중심으로 밀집되어 시장을 형성하였음.
 - 이와 같은 여건 하에서 도매시장은 거래교섭력의 불균형, 가격형성의 비공개, 유통정보 이용의 제한성, 다단계의 유통상인의 개입 등 많은 문제점이 제기되었음.
- 정부의 도매시장정책은 전국의 거점도시에 공영도매시장을 건설하여 공영도매시장건설 이전 도매시장에서 발생하는 문제점을 해결하여 저비용·고효율의 유통체계를 구축하는 것이며 장기적인 계획에 의해 현재 지속적으로 추진되고 있음.
 - 정부의 공영도매시장 정책의 지속적인 추진으로 현재 22개소의 공영도매시장이 개장·운영중이며 농산물 도매유통에서 차지하는 비중은 약 40%정도로서 계속 증가추세에 있어 공영도매시장이 정착단계로 접어들었다고 할 수 있음.

- 공영도매시장의 정착으로 농산물 도매유통체계는 거래의 투명성, 공정성 측면에서 과거의 도매유통에서 발생하였던 많은 문제점을 해결하였음.
- 정부의 이와같은 공영도매시장 정책의 추진성과에도 불구하고 아직도 도매유통의 많은 부분을 불공정하고 투명성이 확보되지 않은 유사도매시장이 담당하고 있어 정부의 공영도매시장 정책의 효율성을 저하시키고 있음.
 - 전국의 주요도시에 위탁상형태의 도매거래를 하는 유사도매시장이 형성되어 공영도매시장의 발전을 저해하고 있음.
 - 그러나 이들 유사도매시장에 대한 정부차원의 전면적인 조사가 이루어지지 않아 도매시장 정책수립시 활용할 수 있는 자료가 전무한 상태임.
- 따라서 현실적인 도매시장 정책의 수립과 공영도매시장의 조기활성화를 위해서 도매유통의 많은 비중을 차지하면서 또한 많은 문제점을 내포하고 있는 유사도매시장에 대한 정확한 실태조사를 통해 문제점을 도출하고, 이에 따른 지역별, 형태별 특성을 고려한 종합적인 정비 및 개선방안을 마련하는 것이 무엇보다 필요함.

2. 연구의 목적

- 급변하는 유통환경변화 속에서 공영도매시장의 기능을 조기에 정착시키고 효율적인 농산물도매유통체계를 확립하기 위해 농산물 유사도매시장의 시장형태와 시장구조, 상행위 실태 분석을 통해 문제점을 도출하여 유사도매시장의 지역별, 형태별 종합적인 정비 및 개선방안을 제시하는데 있음.

3. 연구의 범위 및 연구방법

가. 연구의 범위

- 연구의 대상은 소비지 주요도시의 일정지역에서 농산물 도매유통업을 수행하는 상인(위탁상)이 집단으로 밀집하여 시장을 형성하고 있는 지역의 시설과 상인을 대상으로함.
- 대상부류는 청과물을 중심으로 하되 동일시장내에서 취급하는 곡류를 포함.
- 유사도매시장의 실태, 유사도매시장의 정비사례, 유사도매시장의 정비방안, 유사도매시장의 정비를 위한 법적·제도적 조치 등이 연구 내용에 포함됨.

나. 연구방법

- 실태분석을 위한 현지조사.
 - 유사도매시장의 포괄적인 실태 파악을 위한 행정기관 방문조사.
 - 유사도매시장의 유통실태 파악을 위한 상인 등 종사자 및 이용자들에 대한 면접조사를 표본조사로 실시.

II. 유사도매시장의 개념과 입지

1. 유사도매시장의 개념과 정의

- 유사도매시장이란 용어는 관련법령이나 정책당국, 연구기관 등에서 명확한 정의를 내리고 공감대가 형성되어 사용되는 용어가 아니라 일반적인 상식을 바탕으로 사용되고 있음. 따라서 관련법령의 해석이나 정책을 수립·시행하는데 있어 혼란을 초래함.
- 농수산물도매시장은 농안법에서 특별시·광역시 또는 시가 양곡류·청과류·화훼류·조수육류·어류·패개류·해조류 및 임산물 등 대통령령이 정하는 품목의 전부 또는 일부를 도매하기 위하여 농림부장관이나 해양수산부장관 또는 도지사의 허가를 받아 관할구역에 개설하는 시장을 말함.
 - 중앙도매시장은 특별시 또는 광역시가 개설한 농수산물도매시장 관할구역 및 그 인접지역의 도매의 중심이 되는 농수산물도매시장으로서 농림부령 또는 해양수산부령으로 정하는 것을 말함.
 - 지방지방도매시장은 중앙도매시장 외의 농수산물도매시장을 말함.
 - 민영농수산물도매시장은 국가·지방자치단체 및 농수산물 공판장 할 수 있는 자 외의 자가 농수산물을 도매하기 위하여 시·도지사의 허가를 받아 개설하는 시장을 말함.

- 농수산물공판장은 지역농업협동조합, 지역축산업협동조합, 품목별·업종별협동조합, 임업협동조합 및 수산업협동조합과 그 중앙회 기타 대통령령이 정하는 생산자단체와 공익상 필요하다고 인정되는 법인으로서 공익법인이 농수산물을 도매하기 위하여 특별시장·광역시장 또는 도지사의 승인을 얻어 개설·운영하는 사업장을 말함.
- 유통산업발전법에서는 유통산업을 농·림·축·수산물 및 공산품의 도매·소매·보관·포장 및 이와 관련된 정보·용역의 제공 등을 목적으로 하는 산업으로 정의하고 있으며 대규모점포, 정기시장, 시범도매센터, 도매배송, 체인사업, 상점가, 전문상가단지 등으로 구분.
 - 대규모점포는 동일한 건물 안에 설치된 매장면적의 합계가 3천 평방미터 이상인 하나 또는 다수의 상시 운영되는 매장을 가진 점포의 집단을 말하며, 점포의 형태에 따라 그 매장면적을 달리 함.
 - 정기시장은 일정구역 안에서 다수의 수요자와 공급자가 정기적 또는 계절적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소를 말하고, 임시시장은 일정구역 안에서 다수의 구매자와 공급자가 당해 시장의 개설자가 지정한 기간에 일시적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소를 말함.
 - 도매배송업은 집배송시설을 이용하여 자기의 계산으로 매입한 상품을 도매하거나 수수료를 받고 위탁받은 상품을 도매점포 또는 소매점포에 공급하는 사업을 말함.
 - 상점가는 일정범위 안의 가로 또는 지하도에 대통령령이 정하는 수 이상의 도매점포·소매점포 및 용역점포가 밀집하여 있는 지구를 말함.
- 유사도매시장은 도시지역에 일정한 지역을 중심으로 대규모점포 형태 등으

로 밀집하여, 농수산물을 도매거래하기 위하여 형성된 것으로 해당지역내의 도매유통에 많은 비중을 차지하는 시장으로서 농안법에서 규정하고 있는 농수산물도매시장, 공판장이외의 시장을 말함.

- 상기능 형태는 도매이며, 도매의 형태는 완전기능도매 또는 한정기능도매의 형태를 모두 포함(매취판매 또는 위탁).
- 시장의 위치는 도시지역 내에 위치하고, 대규모점포, 정기시장, 도매배송업, 체인사업, 상점가, 전문상가단지 등의 형태.
- 취급부류는 농안법에서 명시하고 있는 청과부류 거래품목(과실류, 채소류, 산나물류, 목과류, 버섯류, 서류 및 유지작물류와 두류 및 잡곡 중 신선한 것)을 모두 포함.
- 도매유통상의 위치는 지역별 또는 유통권역별로 거래물량비중 및 가격형성에 많은 영향을 미침.
- 시설규모는 농안법시행규칙 44조 1항과 관련하여 정하고 있는 시설의 최소기준(대지 3,300㎡ 건물 1,320㎡)의 50%이상이며, 도매행위를 하는 상인의 수가 최소 10인 이상.

2. 유사도매시장을 둘러싼 유통 여건변화

가. 재래시장의 쇠퇴

□ '96년 개방이후 국내유통산업은 급속한 구조개편기에 직면

- IMF 이후 소비자 욕구가 양극화되면서 구매력이 대형백화점(고급브랜드)과 할인점(저가형 합리적 구매) 등 신업태로 집중.

- 교통수단의 발달과 인터넷 등 IT화의 진전에 따라 대도시권 원거리 구매 등 소비형태가 변화되면서 지방상권이 위축.
- 이를 배경으로 대형유통업체 중심으로 구조개편이 진행되면서 재래시장 등 중소유통업의 경쟁력이 지속적으로 약화.

<표 II-1> 소매업태별 매출액 점유율 추이

(단위 : %)

구 분	1995	1996	1997	1998	1999
백 화 점	11.7	11.9	11.4	10.7	13.3
할 인 점	0.8	2.2	3.4	5.6	7.7
수 퍼 마 켓	6.4	6.3	6.3	6.6	4.6
편 의 점	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
기타소매점	79.9	78.3	77.5	75.8	73.4

주) 기타 소매점 : 재래시장, 영세수퍼마켓 등
 자료 : 산업자원부, 지방중소유통업 활성화 대책, 2000.10.

- 선진국 유통산업의 흐름은 유통산업태의 성장·발전을 통해 유통효율성과 소비자편익을 제고하는 방향으로 진행중
 - 향후 국내유통산업도 할인점, 백화점 등 대형쇼핑센터, 전자상거래, 홈쇼핑 등 무점포 판매, 다점포 체인화사업 등 크게 3가지 방향으로 구조개편될 전망.
 - 이 과정에서 자생적 경쟁력이 취약한 재래시장의 위축은 더욱 가속화될 전망이다.
- 재래시장은 많은 취약점이 있어 구조혁신이 추진되지 않을 경우 위축이 가속화 될 것임(한국유통연구소 연구결과)

- 대부분의 시장시설이 20년 이상 노후화하고 무질서한 점포밀집, 청결·위생관리 미흡 등으로 쾌적한 쇼핑분위기를 저해.
- 고급품과 브랜드상품이 없고 가격경쟁력 면에서도 할인점보다 열위.
- 화장실, 주차장 등이 설치되지 않는 등 고객편의시설이 절대적으로 부족.
- 생업위주의 전근대적인 점포경영, 불친절, 카드미사용, 반품·환불의 어려움 등 대고객 서비스마인드가 부족.
- 통일된 관리주체가 없고 토지·점포소유자, 입점상인, 노점상 등의 복잡한 구성으로 재개발·개보수 추진이 어려운 실정.

나. 공영도매시장 및 공판장의 확충

1) 공영도매시장 확대 건설

- 정부는 농산물의 신속한 유통체계 구축, 유통비용 절감 및 공정거래질서 확립을 위해 도매시장 및 공판장을 건설하고, 기존의 노후화되고 부족한 시설에 대해 보완.
 - 2001년까지 32개소의 공영도매시장 건설.
 - 2002년까지 38개소의 공판장 건설.
 - 기존 도매시장 및 공판장에 대한 시설 보완.
- 2000년 12월 현재 22개소의 공영도매시장이 건설되어 운영중에 있으며, '85년 이후 개장된 공영도매시장중 시설이 부족하거나 노후화된 시설에 대

해 시설보완을 수립하여 추진중.

○ 따라서 공영도매시장의 시설은 2001년까지 충분히 확보될 것으로 예상됨.

<표 II-2> 공영도매시장 개장년도 및 시설규모(1999)

도매시장	개장년도	시장규모		사업비 (백만원)
		부지(천평)	건물(천평)	
서울 가락동	1985	164.2	79.3	123,577
대전 오정동	1987	22.0	8.4	14,602
대구 북부	1988	55.0	28.0	66,081
청주	1988	10.4	6.1	5,767
광주 각화동	1991	17.0	10.7	14,600
울산	1990	12.4	7.6	7,131
수원	1992	17.2	6.4	19,795
전주	1993	18.0	7.3	16,246
부산 엄궁동	1993	43.6	27.6	56,317
인천 구월동	1993	18.8	7.8	14,081
천안	1995	13.2	4.4	10,383
창원	1995	17.2	9.3	36,023
충주	1995	15.1	2.6	9,874
춘천	1996	9.5	3.1	11,075
구리	1996	54.8	37.1	118,118
안양	1997	25.2	19.3	74,234
안산	1997	12.9	6.6	21,332
익산	1997	33.0	6.2	19,239
강릉	1999	19.9	4.4	21,364
안동	1999	13.6	3.7	10,500
진주	1999	18.2	11.3	37,354

자료 : 농림부, 농림업 주요통계, 2000.7.

2) 공영도매시장 거래규모 확대

- 공영도매시장의 지속적인 개장과 이로인한 유사도매시장의 위축으로 도매 유통에서의 공영도매시장의 비중과 거래물량은 계속 증가되고 있음.

<표 II-3> 공영도매시장 거래규모 추이(1986-1999)

(단위 : 천톤, 억원)

년 도	청 과		수 산		축 산		합 계	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
1986	1,109	2,227	124	1,871	18	598	1,251	4,696
1987	1,146	2,731	124	1,838	46	1,320	1,316	5,889
1988	1,318	3,398	154	1,962	59	1,904	1,531	7,264
1989	1,610	4,264	170	2,280	102	2,984	1,882	9,528
1990	1,946	6,038	182	2,773	94	3,295	2,222	12,106
1991	2,544	10,227	197	3,382	88	3,521	2,829	17,130
1992	3,007	12,855	229	3,742	87	3,706	3,323	20,303
1993	3,261	16,265	245	4,344	88	3,563	3,594	24,172
1994	3,597	24,814	238	4,775	103	4,431	3,938	34,020
1995	4,119	26,187	239	4,940	103	4,227	4,461	35,354
1996	4,118	31,315	245	4,930	108	4,659	4,541	40,904
1997	4,646	36,001	301	5,740	100	4,068	5,047	45,809
1998	4,607	36,308	314	6,081	92	3,727	5,013	46,116
1999	4,867	39,729	285	6,003	88	4,398	5,240	50,130

자료 : 농림부, 농수산물도매시장통계연보, 2000.9.

3) 공영도매시장 운영성과

- 대량의 농수산물을 신속하게 공급할 수 있는 기반구축.
- 공개경쟁방식에 의한 가격결정으로 거래의 공정성 · 투명성 제고.

- 농수산물유통의 주경로가 유사도매시장에서 점차 공영도매시장, 공판장으로 전환됨으로써 유사도매시장의 폐해시정에 기여.
- 산지에서 규격화·포장화 등의 유도로 상품성 향상에 기여.
- 농수산물 대량거래시현과 전국 농수산물 기준가격형성 및 전파.

다. 신유통업태의 출현

- 유통시장의 전면개방으로 외국인 유통업체의 국내진출이 확산되고, 기존의 도매시장외에 농수산물종합유통센터, 할인점 등 새로운 유통업태가 출현하여 새로운 유통의 한 축으로 자리잡고 있으며 이들 신유통업태들의 비중은 계속 증대될 것으로 예상됨.

1) 농수산물종합유통센터

- 기존 도매시장과는 다른 새로운 유통체계를 구축하여 소비지 유통경로 다원화, 유통단계 단축 및 비용절감을 위하여 추진되었으며, 도매시장유통의 문제점을 개선한 새로운 형태의 선진물류시스템 구축으로 도매유통의 한 형태로 정착되고 거래물량의 비중이 증대될 것으로 예상됨.

가) 설립배경 및 설립현황

- 2일 농수산물도매시장의 중도매인들이 농안법 재개정을 요구하며 도매시장에서의 거래를 전면 중단하는 소위 「농안법파동」을 계기로 도매시장 중심의 독점적 유통 구조를 전면적으로 개선해야 한다는 요구가 증대.

- 농림부는 1994년 「농수산물유통개혁대책」을 수립하고, 이 대책내용에 2004년까지 대도시 외곽에 16개소의 물류센터를 건설할 것을 계획하고 추진.
- 종합유통센터는 2000년 10월 현재 7개소가 개설 운영중에 있으며, 8개소가 건설중에 있음.
 - 개장된 종합유통센터(7개소) : 양재동('98), 창동('98), 청주('98), 부산('98), 천안('99), 전주('99), 성남(2000).
 - 건설추진중(8개소) : 군위, 고양, 대전, 대구, 목포, 수원, 김해, 금산.

나) 역할과 기능

- 농수산물종합유통센터는 도매시장과 다른 형태의 도매기능을 하는 도매기구로서 단순한 수집, 분산기능뿐 아니라 다양한 상적, 물적 기능을 수행하는 유통주체임.
 - 도매시장과는 다른 형태의 물류시스템으로 농산물유통경로를 다원화함으로써 생산농가의 출하처 선택폭을 넓혀 안정적인 상품공급과 계획적인 생산을 유도하고 농산물의 원활한 수급조절과 판매처리 능력을 확대 시킴.
 - 생산자와 소비자가 직결된 형태로 중간상인을 배제하고 유통경로를 단축함으로써 유통비용을 절감하여 농가수취가격제고와 소비지 가격안정에 기여함.
 - 농수산물종합유통센터가 도매시장의 도매시장법인과 중도매인의 역할을 통합수행하며, 예약상대거래방식의 도입으로 산지 및 유통업체가 직면하는 가격변동 리스크를 완화시키는 역할을 함.

- 농수산물종합유통센터는 도매유통에 필요한 기능을 수행.
 - 가격형성기능 : 생산자의 희망가격, 수급동향, 시황을 감안한 예약수의 거래방식을 도입, 적절한 범위내에서 가격을 결정함으로써 농산물의 안정적인 공급을 도모.
 - 수집·분산기능 : 청과물은 생산자, 산지유통센터, 간이집하장 등 생산지로부터 예약수의 거래에 의하여 수집하고 가공식품의 경우는 가공공장으로부터 주문을 통하여 수집하여 소매상, 대량수요처 등 수요자에게 적정한 가격으로 물량을 분산시킴.
 - 보관·저장기능 : 수집된 상품을 배송하기 전까지 보관하고 신선도가 유지되는 상품에 대해서는 판매전까지 상품성이 유지되도록 저장함으로써 수급변동에 따른 가격의 변동폭을 완화함.
 - 소포장 및 유통가공기능 : 고객의 편리성 지향 등 수요자의 다양한 기호에 맞춰 소분포장, 부분육가공, 곡류의 정선, 배합 등의 기능을 수행.
 - 직판기능 : 도매 후 남은 잔품 등을 일반소비자들에게 소매형태로 판매.

다) 유통체계

- 농수산물종합유통센터의 유통체계는 구매자의 주문접수, 산지에 발주, 발주 농산물의 입하, 구매처에 배송단계로 이루어짐.
- 1단계인 구매자의 주문은 주요 거래처(고객)로부터 각종 정보시스템을 통하여 주문을 받고, 농협의 직영점 또는 가맹점은 농수산물종합유통센터 호스트 컴퓨터와 연결하여 판매량에 대한 정보를 입수하여 필요 물량을 자동적으로 공급.

- 2단계인 산지 발주는 가맹점 및 주거래처에서 주문한 물량과 종합유통센터에서 배송할 물량을 생산자 또는 생산자단체, 농산물산지유통센터, 미곡종합처리장, 가공공장에 정보통신을 이용하여 주문.
 - 천안의 경우 농협, 작목반, 농민, 산지유통센터 등에서 공급받고 있으며, 농협이 운영하는 양재, 창동은 주로 회원 농협을 통해 공급받고 있으며 공급처는 양재 539개소, 창동 313개소, 청주 276개소, 천안 41개소임.
 - 종합유통센터에서 취급하는 농산물은 대부분 산지에서 직구입하고 있으나 특수한 가공을 요하는 구색상품, 수요자의 긴급발주 및 소량으로 인한 물류비용이 과다한 일부품목은 도매시장 등에서 조달하고 있음.
- 3단계인 발주농산물의 입하는 종합유통센터에서 주문받은 물량을 산지에서 종합유통센터로 직송.
- 4단계인 구매처 배송 및 현장판매는 종합유통센터에서 주문받은 물량을 배송하며, 배송 이외에 내점고객, 수퍼마켓, 일반소매점, 외식업체를 대상으로 현장판매를 실시하거나 직판장을 통하여 일반소비자에게 직판.
 - 양재, 창동 등 농협이 운영하는 종합유통센터는 센터내 직판장, 자체 직영점 및 농협 계통점에 주로 배송.
 - 양재의 경우 농협계통점포에 배송하는 비율이 총거래금액의 86% 수준으로 매우 높음.
 - 천안 중부의 경우는 농협 계통점포보다는 유통업체에 주로 배송하고, 수출 등을 통하여 판매처가 분산되어 있음.
 - 청과물 배송처는 양재 322개소, 창동 82개소, 청주 74개소, 천안 40개소 등으로 매우 미흡한 편임.

라) 시설규모

- 개장운영중인 7개소의 농수산물종합유통센터의 시설규모는 부지가 평균 23,066평이고 건물은 10,121평으로 지방의 공영도매시장 규모와 비슷한 수준이며 창고 등 물류시설은 매우 양호함.

<표 II-4> 개장운영중인 농수산물종합유통센터 개황

구 분	개 장 년 도	시 설 규 모(평)		사 업 비 (백 만 원)	
		부 지	건 물		
양	채	1998	20,420	17,932	58,863
창	동	1998	10,291	11,597	90,525
청	주	1998	20,000	5,559	30,840
천	안	1999	39,757	10,000	51,866
전	주	1999	10,000	6,000	27,500
군	위	1999	35,500	5,700	26,071
성	남	2000	25,455	14,059	77,244

자료 : 농림부, 농림업주요통계, 2000.

<표 II-5> 건설계획중인 농수산물종합유통센터

구 분	사 업 기 간	시 설 규 모(평)		사 업 비 (백 만 원)	
		부 지	건 물		
대	전	97-2000	13,700	5,000	35,460
고	양	99-2000	40,918	15,961	97,149
대	구	99-2002	12,117	6,000	31,548
목	포	99-2000	15,000	5,000	27,500
수	원	99-2002	25,000	12,000	71,343
김	해	2000-2002	20,000	7,000	47,500
금	산	2000-2002	19,000	3,000	25,000

자료 : 농림부, 농림업주요통계, 2000.

마) 거래규모

- '98년에 개장되어 운영중인 양재, 창동, 청주, 천안 농수산물종합유통센터의 거래물량(1999)은 총 1조 3,377억원으로 총거래금액 중 양곡, 청과, 축산 등 1차 농산물이 77%를 차지.
- 양재 종합유통센터의 청과물 거래금액은 대전도매시장과 유사한 수준으로 거래금액이 증가추세에 있음.

<표 II-6> 농수산물종합유통센터 거래규모(1999)

(단위 : 억원)

구 분	합 계	양 곡	청 과	특 산	축 산	수 산	가 공	식자재	
양 재	도매	5,430	1,667	1,176	350	1,143	556	416	122
	직판	2,892	477	556	192	448	238	981	-
	합계	8,322	2,144	1,732	542	1,591	794	1,397	122
창 동	도매	1,008	414	594	-	-	-	-	-
	직판	2,801	402	510	163	395	254	1,077	-
	합계	3,809	816	1,104	163	395	254	1,077	-
청 주	도매	302	47	195	2	26	8	24	-
	직판	737	52	108	15	95	55	412	-
	합계	1,039	99	303	17	121	63	436	-
천 안	도매	131	-	35	-	94	-	2	-
	직판	76	3	9	3	11	5	45	-
	합계	207	3	44	3	105	5	47	-
합 계	도매	6,871	2,128	2,000	352	1,263	564	442	122
	직판	6,506	934	1,183	373	949	552	2,515	-
	합계	13,377	3,062	3,183	725	2,212	1,116	2,957	122

주 : 천안은 '99.9.14 개장
 자료 : 농림부 시장과

- 양재, 창동 종합유통센터 일평균 거래금액은 10-23억원 수준이며, 일평균 고객은 11,000-15,000명, 객단가는 각각 76,000원과 51,000원으로 할인점 등 타대형소매점보다 객단가가 매우 높은 수준임.
- '99년도 국내할인점의 평균 객단가는 30,000원 수준임.

<표 II-7> 농수산물종합유통센터 거래현황(1999)

구 분	거 래 금 액(억원)			일평균거래 금액(억원)	일평균 고객(명)	객단가 (원)
	거래금액	도 매	직 판			
합 계	13,377	6,871	6,506	-	-	-
양 재	8,322	5,430	2,892	22.8	11,000	76,000
창 동	3,809	1,008	2,801	10.4	15,000	51,000
청 주	1,039	302	737	2.8	6,500	31,000

자료 : 농림부 시장과

- 양재, 창동, 청주 종합유통센터는 총거래금액 중에서 청과, 곡류, 축산물, 수산물 등 1차 농산물의 비중이 총거래금액의 77%를 차지하고 있어 농산물 전용매장으로 정착되고 있음.
- 일반유통업체의 1차 식품취급비율은 슈퍼마켓 50%, 할인점 24%, 백화점 11% 수준임.

바) 종합유통센터 운영성과

□ 농산물유통경로의 다원화로 농가의 출하선택권 확대

- '99년도에 4개소를 운영하여 전국 도매시장 거래금액의 16.3% 차지.
- '99년도 도매시장 거래금액은 6조 3005억원이며, 종합유통센터 거래금액은 1조 298억원.

○ 기존의 도매시장 중심 출하에서 종합유통센터로의 출하처가 생겨 산지 생산자들의 농산물 출하처 선택권이 확대됨.

□ 직거래형 유통경로 구축 및 물류체계 개선으로 생산자수취 가격제고와 소비자 판매가격 인하에 기여

□ 포장·규격출하 등으로 물류체계 개선촉진

○ 농산물의 포장·규격화를 유도하여 물류비용의 절감 및 물류체계 개선 촉진.
 - 종합유통센터에서는 포장재의 개발, 1단 투명포장 등 표준·포장화를 선도하고 있으며, 양재의 채소류 규격포장화율은 95%정도로 매우 높은 수준임.

<표 II-8> 종합유통센터의 포장·규격화율

구 분	채 소 류	과 일 류	포장·규격출하율 상위품목
양 재	95%	99%	배추, 대파, 당근, 양파, 오이, 호박, 사과, 배, 포도
창 동	88%	98%	감귤, 사과, 배, 참외, 배추, 감자, 고구마, 오이, 대파
청 주	93%	92%	감귤, 배, 사과, 참외, 마늘, 포도, 오이, 파, 딸기

○ 산지여건상 파렛트출하실적이 아직은 미흡하여 하역이 기계화 및 인부에 의한 하역이 혼재되어 있으나 파렛트출하를 유도하여 하역비용 절감.

- 국내 농산물출하시 파렛트출하비율은 3%수준으로 매우 낮은 수준이나 양재 종합유통센터의 경우 파렛트출하율은 33%수준으로 하역의 기계화 등 하역체계를 개선하여 하역비용을 절감.

- 파렛트출하율 우수품목(양재의 경우)은 밤 96%, 양파 93%, 수박·사과 86%, 배 62%, 무 60%, 포도 37% 등임.

□ 친환경 농산물의 판로확대

- 친환경 농산물 전용 판매코너를 설치·운영하여 친환경 농산물 생산자(단체)들의 출하처 확대 및 친환경 농산물의 인식제고.
- 주요 거래 친환경 농산물은 부추, 상추, 깻잎, 시금치 등 채소류 중심으로 80여 품목을 취급하고 있음.
 - '99년도 양재종합유통센터 월평균 판매금액은 92백만원 수준.
- 친환경농산물 출하자는 회원농협, 작목반, 생산자 등으로 다양.
 - 양재 : 남양주 외부농협조안지점, 작목반 등 115농가.
 - 창동 : 양평양서농협, 진접농협, 외부농협 등 30개소.

2) 소매유통업체¹⁾

- 우리나라의 소매업은 최근 백화점, 슈퍼마켓, 할인점과 같은 대형점이 발달하면서 급속히 대형화, 체인화되고 있으며 이러한 추세는 당분간 계속될 것으로 전망됨.
- 식품 소매업에서도 대형점의 비중이 급속히 커지는 반면 채래식시장 및 구멍가게의 비중이 빠르게 감소하고 있음.
 - 백화점, 슈퍼마켓, 할인점 등 대형점이 식품소매업에서 차지하는 비중은 1998년의 29.4%에서 2005년에는 48.4%로 대폭 상승할 전망이다.

1) 김동환, 신유통업태의 운영실태, 농수산물유통공사 유통교육원 교재, 2000. 4

<표 II-9> 업태별 식품 판매액 추정치

(단위 : 조원, %)

업 태	1998	2000	2003	2005
식품소매매출총액	30.9(100.0)	37.2(100.0)	49.8(100.0)	60.3(100.0)
백화점	2.6(8.4)	3.1(8.3)	4.1(8.2)	5.0(8.3)
수퍼마켓	3.1(10.0)	3.8(10.2)	5.0(10.0)	6.0(10.0)
할인점	3.4(11.0)	5.7(15.3)	12.7(25.5)	18.2(30.2)
구멍가게 및 재래시장	21.8(70.6)	24.6(66.1)	28.0(56.2)	31.1(51.6)

자료 : 농정연구포럼, 대형소매업체의 농산물 조달실태와 대응과제, 2000.5.

□ 수퍼마켓

- 서구에서 수퍼마켓은 대표적인 식품위주의 소매업태이지만 우리나라에서는 최대의 식품 판매업태가 아니고 백화점, 할인점 등 타업태와의 경쟁에서 취약한 면을 보이고 있음.
- '99년도 수퍼마켓 업계 전체매출액은 약 4조원 정도로 추정되며, 매출정체는 대형 할인점의 급격한 확산, 소비자의 저가 지향 선호, 업계의 구조 조정에 따른 출점 부진, 수퍼마켓 업태 포지셔닝의 불분명 등의 요인으로 설명 가능함.
- 수퍼마켓 업체들은 할인점과의 경쟁에 대비하여 소형점포를 폐점하고 대형점을 오픈하는 등 점포의 구조조정을 적극적으로 추진하고 있음.
- 수퍼마켓의 식품비중은 78.5%이며, 식품 세분류별로는 신선농수산물 30.5%, 가공식품 42.4%, 건어물 5.6%임.
 - 수퍼마켓은 타업태와의 경쟁에서 차별화 포인트를 농산물에 두고 있으며, 특히 품질과 신선도를 강조하고 있음.

- 2000년대에도 슈퍼마켓은 할인점에 비해 경쟁력이 취약해 시장규모를 급격히 확대하기는 곤란하며 소매시장에서의 점유비가 4% 정도에서 정체할 전망이다.

□ 백화점

- 백화점은 IMF 이후 매출이 감소하는 등 어려움을 겪었으나 최근 회복세를 보이고 있으며, 우리 나라에서는 아직 백화점이 식품 판매처로서 중요한 역할을 수행하고 있음.
 - 우리 나라 백화점은 전생활을 커버하는 종합소매점을 지향하기 때문에 식품의 중요성이 매우 큰 편이며, 식품의 매출구성비는 21.4%로 의류(44.2%) 다음의 비중을 보이고 있음.
 - 식품은 집객효과 측면에서 매우 중요한 품목이며, 슈퍼마켓 및 할인산업태와의 경쟁에서 고급화 등으로 차별화를 꾀하고 있음. 또한 할인점 확산으로 가공식품의 마진률이 낮아짐에 따라 식품의 품목수를 줄이고 고급 식품으로만 특화하는 백화점도 생기고 있음.
- 최근 경기가 회복되면서 백화점 매출이 다시 살아나고 있으나 할인점 및 전자상거래의 급속한 발달과 소비자 구매형태의 변화 등을 종합할 때 백화점이 과거와 같이 고도 성장을 계속 하기에는 곤란한 상황 일 것으로 예측됨.
 - 향후 4~5년간 백화점은 성장률이 둔화되어 최대 업태의 자리를 할인점에게 내주게 될 것으로 보이며 그 후 쇠퇴기에 돌입할 것으로 전망됨.

□ 할인점

- 한국의 할인점은 크게 슈퍼센터(혹은 하이퍼마켓), 회원제 창고형 매장(MWC, Membership Wholesale Club), 카테고리킬러 등으로 구분되며, 주

력 업체는 식품의 취급 비중이 높은 하이퍼마켓(Hypermarket)/수퍼센터(Supercenter)형임.

- 우리의 할인점에서는 식품이 매우 중요한 품목이며, 구미에서 발달된 비식품 위주의 할인점(discount store)은 발달되어 있지 않음.
 - 수퍼센터(하이퍼마켓)형 할인점으로는 E-Mart, Grand Mart, Home Plus, 롯데 Magnet, 나산 Clef, LG Mart, Carrefour, 해태마트, 한화마트 등을 들 수 있으며, 최근에는 Wal-Mart가 기존의 회원제 창고형 매장을 수퍼센터형으로 전환하였음.
 - 회원제 창고형 매장은 '94년에 오픈한 프라이스클럽이 시초이고, 그 후 한국형 MWC를 표방한 Kim's Club, Delta Club 등이 영업중임.
- 할인점 업계의 총매출액은 '95년 8천억, '96년 1조 5천억, '97년 3조, '98년 6조원 등으로 급증 추세에 있으며, 2000년에는 약 10조원, 2003년 22조원, 2005년 32조원이 될 것으로 예측됨. 이에 따라 소매업전체에서의 점유율도 2000년 8%, 2003년 13%, 2005년 16%로 상승할 전망이다.
- '99년말 현재 매장면적 500평 이상의 대형 할인점은 약 110여개가 개설되었음. 초기의 할인점은 2,000~3,000평의 매장 규모였으나, 최근 외국계 업체들이 국내에 진출하면서 매장면적이 4,000~5,000평 규모로 확대되는 추세에 있음.
- '96년 유통시장 개방이후 외국 유통업체들은 백화점, 수퍼마켓보다 할인점에 진출의 포인트를 맞추고 있으며 막대한 자본력을 가지고 다점포화를 의욕적으로 추진하고 있음.
- '96년 유통시장 개방과 더불어 국내에 진출한 외국계 유통업체는 Carrefour와 Makro였으며, '98년 이후 Wal-Mart (Makro점포 인수),

Promodes, Tesco, Costco Wholesale (Price Club점포 인수) 등이 신규로 진출하였음.

- 상품별 매출구성비를 보면 식품이 57%로 여전히 가장 중요한 품목이며, 식품 중에서는 신선식품 27%, 가공식품 25%의 비중을 보이고 있음.
 - 식품 다음으로는 신변잡화 12%, 의류 9%, 전자제품 7%의 순을 보이고 있으며 최근 이익률을 높이기 위해 의류의 비중을 대폭 높이고 있음.
- 할인점은 21세기 초반에 있어 가장 성장률이 높은 업태로 전망되고 있으며, 이에 따라 외국계 업체는 물론 국내 업체들도 점포를 의욕적으로 개설하고 있음.
 - 앞으로 우리나라 할인점 시장을 주도할 업체는 E-Mart, Carrefour, Wal-Mart, 롯데 Magnet, 삼성-Tesco, LG Mart 등일 것임.
 - 현재 확보된 부지를 기준으로 2003년의 매장 수를 예측해 보면 E-Mart 62, 마그넷 40, 까르푸 30, 삼성테스코 20, 월마트 15 등임.

라. 전자상거래의 확대²⁾

1) 일반현황

- 전자상거래는 정보통신기술을 이용한 직거래 방식으로 아직 주요 업태로 자리잡고 있지 못하지만 21세기 미래의 소매업이 될 것임.
 - 전자상거래는 PC통신 네트워크나 인터넷을 이용한 가상공간에서 상품을 팔고, 사는 쇼핑형태이며, 최근에는 인터넷이 확산되면서 인터넷으로

2) 김동환, 신유통업태의 운영실태, 농수산물유통공사 유통교육원 교재, 2000.4.

통합되는 추세이고 인터넷쇼핑으로 칭하기도 함.

- 미국의 경우도 인터넷쇼핑은 전체소매업의 0.01%에 불과하고 업체 중 30%만이 흑자를 보이고 있으나 성장성은 매우 큰 것으로 평가되고 있음.
- 전자상거래에 대한 국제동향을 보면 UN에서는 ‘전자상거래 모델법’ 제정을 통한 국제간 전자상거래 기반을 마련 중이며, OECD는 소비자보호, 개인정보 보호, 거래인증체계 및 조세체계 등 전자상거래 관련 제반 사항을 논의중에 있음.
 - 국내에서도 산업자원부와 정보통신부에서 “전자거래기본법” 및 “전자저서명법”을 제정하여 전자상거래의 법적 하부구조를 마련하고 있음.
- 품목별로 볼 때 인터넷 쇼핑실적은 컴퓨터관련제품, 여행상품, 흥행산업, 의류 등에서 높으며, 특히 컴퓨터 관련 부품, 책, 꽃, 음악CD, CD롬 타이틀 등에 전문화된 업체들이 성공하고 있음.
 - 세계적으로 유명한 업체는 서적 판매의 Amazon.com, 경매의 e-bay, 컴퓨터의 Dell Computer 등임.
 - 미국에서는 식료품을 인터넷상에서 판매, 배달하는 일종의 가상 슈퍼마켓도 운영중이며, 대표적인 업체는 LA지역에 위치한 shoppingmadeeasy.com 임.
- 인터넷쇼핑은 가상공간에서 거래가 이루어짐으로써 매장운영비 및 중간유통 비용이 절감되는 장점과 24시간 연중 무휴로 거래가능하고 상품 검색이 편리한 이점을 가지고 있음. 또한 발달된 정보기술로 소비자들에게 단순한 상품정보 뿐 아니라 소비와 라이프 스타일에 관련된 정보 등을 제공하고 있음.

- 이러한 장점 때문에 컴퓨터에 익숙한 신세대들은 번잡한 소매점보다 가상공간에서의 거래를 선호할 것으로 예상됨. 아울러 중소기업 입장에서 가상의 공간에서의 판매망 구축이 비용 면에서 유리하기 때문에 대기업과의 경쟁에서 경쟁력을 확보할 수 있게됨.
- 반면 현재 인터넷 접속 인구가 제한되어 있고 통신망이 미비되어 있는 점이 문제점으로 지적되고 있으며, 앞으로 극복해야 할 기술적인 애로사항도 만만치 않음.
 - 여러 가지 문제점 중 대금을 신용카드로 결제할 때 발생하는 보안의 문제점이 가장 심각한 것으로 지적되고 있으나 최근 여러 가지 보안기술과 전자 화폐(Electronic Money)가 개발됨에 따라 이러한 문제점이 상당히 완화될 전망이다.
 - 또한 아직 물류체계가 정비되지 않아 물류비 부담이 큰 문제점도 있음. 전자상거래의 경우 소비자들은 소량으로 주문하게 되는데 이 경우 물류비용이 과다하게 소요되어 업체에게는 비용부담이 크게됨.
- 그럼에도 불구하고 전자상거래는 21세기의 유통으로 중추적인 역할을 수행할 것으로 보임.
 - 전세계적으로 인터넷 사용자는 '93년의 2,200만명에서 '99년에는 1억7천만 명으로 증가하였으며, 2005년에는 3억 5천만명이 될 전망이다.
 - 이에 따라 전자상거래 규모도 2003년에 최대 3조2천억달러, 최소 1조 8천억달러로 예측됨 (A.C. Nielson).
- 우리 나라에서 인터넷쇼핑은 아직 걸음마단계로 대형업체들은 기존 점포의 상품을 인터넷상에서 판매하는 정도이며, 소형업체들은 컴퓨터관련부품 및 전자제품, 책을 중심으로 소수 품목에 특화하고 있음.

- 현재 전국적으로 800여 개의 인터넷 쇼핑몰이 개설되어 있으나 대부분 초보단계에 불과함.
 - 대표적인 인터넷쇼핑몰로는 삼성물산, 인터파크, 트인피아, 네오마트, 한솔CSN 등이 있으며, PC통신업체, 제조업체, 유통업체들도 독자적인 쇼핑몰사이트를 운영하고 있음.
- 국내 전자상거래 시장은 1천억원 정도로 미약한 실정이나 매년 4~5배의 매출신장세를 보이고 있음.
- 인터넷 이용자수도 비약적으로 증가하여 '99년말 682만명에 달했으며, 2000년 초반에 이미 1천만명을 돌파하였음.
 - 또한 정부는 2005년까지 초고속정보통신망을 구축하기로 하였으며, 주요 도시에 광케이블을 깔아 현재보다 약 1천배 빠른 인터넷을 보급할 예정임.
 - 이에따라 인터넷을 이용한 전자상거래 시장이 비약적으로 확대될 전망이다.

2) 농산물 전자상거래

- 농산물을 판매하는 인터넷쇼핑 사이트는 약 100여개 정도이며, 전체 전자상거래 매출 중 약 10%를 점하고 있음.
- 농림부에서는 통합쇼핑몰(www.acim.or.kr)을 운영하고 있으며, 일부 지방자치단체 및 농협중앙회(인터넷 하나로클럽) 등 생산자단체에서도 쇼핑몰을 운영하고 있음.
 - 현재 농산물을 취급하는 홈페이지 수는 농업인 26, 영농조합법인 등 생산자단체 14, 회원농협 29 등이며, 이 수치는 급속히 증가하고 있음.
- 농림부에서도 전자상거래를 미래의 유통으로 인식하여 농업인들의 홈페이지 개설을 지원하는 등 의욕적으로 추진하고 있음.

- '99년에 시범적으로 신지식농업인 등 우수농업인 106명을 선정하고 정보화 교육과 홈페이지 구축 사업을 추진하고 있으며, 2000년에는 200명을 지원하고 2004년까지 대상자를 연차적으로 확대할 계획임.
- 농산물 유통분야에서도 전자상거래 성공사례가 일부 보고되고 있음.
 - 경북 칠곡의 배문열씨는 홈페이지 개설로 토종 홍화씨 매출이 30~40% 증가하였음.
 - 경북 안동의 구천모씨는 상황버섯을 인터넷상에서 시가의 1/3로 판매하여 매출액이 2배로 증가하였음.
 - 충남 천안의 이종우씨는 쌀을 인터넷으로 판매하여 소득이 25% 증가하였음.

마. 직거래의 확대

1) 직거래 정책방향

- 농업인이나 생산자단체가 직거래를 할 수 있도록 공간을 제공하고, 직거래가 활성화 될 수 있도록 홍보 및 운영자금을 지원.
- 민간대형소매유통업체의 확산추세에 맞추어 생산자단체 위주의 직거래와 병행하여 소비자단체와 대형소매유통업체의 직거래 지원 확대.

2) 직거래 형태 및 거래실적

- 직거래는 광역장터, 정기장터, 자매결연직거래, 상설판매장, 대량수요처 직거래 등 다양한 형태의 직거래를 통해 총 5조 6442억원(1999)이 거래되어

전년대비 24.4%가 증가하였으며, 직거래규모는 장기적으로 15%수준까지 성장할 것으로 예상됨.

□ 광역장터(상설 직거래장터)

- 지자체가 국공유지, 주차장 등을 제공하여 다수의 생산자, 조직단체가 공동으로 운영하는 규모화된 상설장터.
 - 서울 등 중대도시를 중심으로 67개소 개설, 운영.
- 주로 농·수협이 생산자, 산지농협, 작목반, 종합유통센터 등으로부터 조달하여 판매.

□ 정기장터

- 생산자단체 점포주변 또는 주거밀집지역 등에서 임시 판매시설을 갖추고 주 1~2회 정기적으로 판매.
 - 점포앞 도로변, 자체주차장, 공터 등을 이용함에 따라 대부분이 50평 이하의 소규모로써 '99년말 현재 1,047개소가 운영되고 있음.
- 주로 지역농협에서 운영하며 종합유통센터와 산지농협에서 조달하여 판매.

□ 자매결연 직거래

- 회원조합이 도시지역의 아파트부녀회, 구청, 동사무소, 종교단체, 기업체 등과 자매결연을 맺고, 농산물을 주문공급하거나 지정장소에 장터를 개설하여 농산물을 판매.
 - 자매결연단체수 : 2,264개소(1999)

- 주로 지역농협이 생산농가로부터 매취하여 판매하며, 쌀을 중심으로 한 곡물류가 48%로 가장 큰 비중을 차지함.

□ 금융점포내 직판장

- 농협 등 생산자단체 금융점포 유희공간에 판매대, 냉장·냉동쇼케이스 등 시설을 갖추고 금융고객을 대상으로 판매.
- 도시 금융점포에서 주로 포장곡물, 특산가공품을 판매하며 산지농협과 종합유통센터에서 조달하여 판매.

□ 상설판매장

- 소비자유통경로의 다원화를 위해 농협 등에서 운영하는 종합점 및 전문점과 지자체가 지원하여 농업인 등이 위탁운영하는 직판장 형태.
- 농협 하나로클럽
 - 대형할인점 형태로 '99년말 현재 12개소가 있으며, 종합유통센터내 하나로클럽은 소매유통부문의 새로운 모델로 자리잡고 있음.
 - 대부분 종합유통센터를 통해 배송받아 판매하며, 산지와 가까운 지역은 관내 산지농협 등에서 조달함.
- 농협 하나로마트
 - 지역밀착형 슈퍼마켓으로서 1차 농·축·수산물, 가공식품, 생필품 등을 판매하는 종합점으로 2,431개소가 운영되고 있음.
 - 회원조합 하나로마트의 경우 아직 운영기법이 미숙하고 매장면적이 협소하여 농산물 취급비율이 36%수준에 불과.

- 축산물(농협) 전문판매점
 - 중앙회 직영점 31개소, 축협유통 직판장 14개소 등 45개소 운영중.
 - 한우고기, 돼지고기는 축협공판장의 경매에 참여하여 구입후 축산물 집배송센터를 통해 공급.
- 수협 바다마트
 - 1차 농·축·수산물, 가공식품, 생필품을 판매하는 종합점으로 23개소가 운영되고 있음.
- 지자체 직판장
 - 지자체의 지원으로 한농연, 산지조합 등이 소비지, 도로변 등에 개설하여 운영하며 300여개소가 있음.
 - 대부분의 직판장이 경영의 전문성·정보 부족, 비용부담과 사업 외적인 요인에 의해 설립되는 등의 문제로 비효율적임.

□ 대량수요처 직거래

- 생산자단체회원조합 등이 군·교도소·관공서·병원·요식업소·학교 등과 같은 대량수요처와 계약을 체결하고 농산물을 납품하는 방식.
- 주로 생산자와 산지농협으로부터 조달하여 판매하며 가공품 등 기타 농산물의 판매비중이 높음.

□ 통신판매에 의한 직거래

- 카다로그 등의 인쇄매체와 PC통신, 인터넷 등을 통한 마케팅으로서 곡물, 건조채소, 건조과일(대추, 잣 등), 가공식품 등이 주로 거래됨.

- 쌀을 제외한 대부분의 품목이 우체국을 통해 배달되고 있으며, 최근에는 택배회사 이용이 증가하고 있음.
- 현재까지는 우체국, 농협을 통한 통신판매가 주류를 이루고 있으나 앞으로 컴퓨터를 통한 전자상거래가 급속히 늘어날 전망.

□ 소비자생활협동조합에 의한 직거래

- 안전·건강한 농산물에 대한 소비자의 수요와 지속가능한 농업생산을 지향하는 생산자의 친환경농산물 판로확보의 일환으로 추진.
 - 환경문제가 심화되어가는 현실의 문제를 친환경농산물 생산과 소비로 해결한다는 운동적 차원에서 주로 추진.
- '99년말 현재 전국 생협수는 148개소이며 조합원은 14만6천명으로 조합당 조합원수는 995명임.
 - 판매상품은 곡물, 채소, 과일, 가공식품, 환경생활용품 등 300여 품목이며 주로 친환경농산물과 생활필수품임.

3) 직거래의 성과 및 효과

- 유통마진의 절감을 통해 생산자·소비자 모두에게 경제적 편익제공.
 - 농협중앙회의 직거래실태 조사('99.7.1-7.10)결과 농가수취가격은 도매시장출하시에 비해 평균 11.0% 높은 것으로 나타남.
 - 소비자지불가격은 일반소매점에 비해 평균 11.7%(할인점대비 5.7%) 낮은 것으로 평가됨.

- 생산자 판로의 다원화와 품질개선 등을 통해 안정적인 판로확보.
 - 최종소비자의 선호패턴 및 변화가 보다 빠르게 생산에 반영되어 품질개선이 가능하며 도·농간 교류도 촉진.
 - 생산자의 판매선 선택시 거래교섭력이 강화되고, 소량·규격외의 농산물의 판로확대.
- 산지의 수집상 경로나 도매시장 경로에 자극요인으로 작용하여 전반적인 유통효율 증진에 기여.
 - 주변상권에 대한 견제기능으로 소매점의 가격인상을 억제.
- 생산자단체·소비자단체·대형소매유통업체 상호간 직거래 확대로 농산물 유통구조개선 촉진.
 - 다단계 유통구조인 시장유통의 비효율성 견제.
- 다양한 형태의 직거래를 통해 생산자와 소비자가 만나 서로를 이해하는 화합의 장을 제공함으로써 범국민 화합효과도 기대.

3. 유사도매시장의 순기능과 역기능

가. 유사도매시장의 순기능

- 민간자본에 의한 시설에서 농수산물 도매유통기능이 수행되어 정부의 투자가 부족한 부분을 보완.
 - 공영도매시장이 개설되지 않았거나 개설된 공영도매시장에서 그 지역의 농수산물을 모두 취급할 수 없는 경우 유사도매시장에서 이 기능을 수행.

- 공영도매시장이나 공판장 이외의 출하처가 확보되어 농민, 출하자의 출하처 선택의 폭이 확대되고 경매이외의 형태로 판매가능.
- 소매상 및 소비자는 지리적으로 인접된 도매시장을 이용할 수 있어 이용이 편리함.
- 재래시장내에 위치하여 농수산물목을 거래함으로써 거래품목 다양화가 이루어져 재래시장의 활성화에 기여.
- 재래시장내 유사도매시장에서 많은 상인들이 상활동에 종사함에 따라 고용을 창출하여 국가경제에 기여.

나. 유사도매시장의 역기능 및 문제점

- 유사도매시장의 상인들 거래형태가 불공정하고 불투명하여 공정거래 질서 문란.
 - 정산가격의 임의결정, 정산기간의 장기간 소요.
 - 관행적인 외상거래로 출하대금을 정산하지 않거나 부도가 나는 경우 농민 피해 유발.
 - 산지수집상과 연계하여 받떼기 등 투기적인 거래로 가격 혼란 유발.
 - 선도금 지급 등의 방법으로 농민과의 거래관계를 유지하여 가격, 품질 등을 고려한 농민의 자유로운 출하처 선택을 제한.
- 저온저장시설 등 시장시설이 불비하여 신선하고 안전한 유통이 불가능하고, 작업공간이 확보되지 않아 상·하역기계화 추진이 어렵고, 규격포장품에 대한 엄격한 기준을 적용하지 않아 규격품 출하정착에 장애요인으로 작용.

- 잔류농약검사 등이 전혀 이루어지지 않아 거래되는 농산물에 대한 안전성이 보장되지 않고 있음.
- 유사도매시장의 상인은 주로 소매업영업허가를 가지고 도매행위를 하고 세금을 과소 납부하거나 탈세하는 등의 위법적인 영업형태로 거래를 하지만 공영도매시장에 비하여 규제나 간섭이 느슨하여 제도권 상인들의 불만이 제기되고 있음.
- 정확한 거래실적 파악이 곤란하여 정부의 유통정책 수행에 애로.
 - 거래물량 및 거래가격 등 유통정보 수집 불가능.
- 도심교통혼잡 및 소음, 쓰레기 발생 등 도심공해 문제 유발.
 - 유사도매시장의 위치가 도심부내에 위치하여 도심에 화물차진입으로 교통체증 유발.
 - 주차공간이 확보되지 않아 주변도로 불법점점 영업행위.
 - 시설이 노후화되어 있고 청소 등 위생관리가 부실.

빈 면

Ⅲ. 유사도매시장 실태 분석

1. 조사대상 시장현황

- 조사시점 이전까지 행정기관(농림부 파악 38개소)이나 유통종사자(도매시장법인 탐문조사 및 실태조사과정에서 파악)들에 의해 유사도매시장으로 분류하고 있는 시장은 전국적으로 총 46개소였으며, 이들 시장 모두를 대상으로 실태조사를 실시하였음.
- 유사도매시장으로 칭하였던 46개의 조사대상시장 중 앞에서 정의한 유사도매시장의 기준에 따라 공영도매시장의 범인으로 확정된 시장, 소매시장화 또는 현저히 쇠퇴의 모습을 보이고 있는 시장, 소매시장화된 시장, 소규모 시장, 기타시장 등의 경우에는 유사도매시장에서 제외하였음.
- 따라서 본 연구에서는 현상유지 또는 활발한 상권의 유지 지속형 15개 시장과 소매시장화(중도매화 포함) 또는 쇠퇴화로의 기로에 놓여 있는 유형 6개 시장을 합쳐 총 21개 시장(규모와 형태 측면에서 과거 조사시와 유사한 시장)을 조사분석의 대상시장으로 하였음.

<표 III-1> 조사대상 시장 현황

구 분 (46개 시장)	소매시장내 입지형			단독 입지형		
	과 일	야 채	과 일 + 야 채	과 일	야 채	과 일 + 야 채
현상유지 또는 활발한 상권유지 지속형(15개시장)	서울 (경동동서)		서울(인왕, 쌍문) 부산(부전) 대구(팔달) 인천(부평)	서울(조광) 대구(칠성)	서울 (영일, 청량리)	부산(감전새벽) 대전(오정동) 울산(학성변개) 경기(안양남부) 충북(충주목행)
소매시장화 (중도매화 포함) 또는 쇠퇴화의 기로에 있는 유형(6개)	전남 (순천한국 청과(주))		부천(원협) 전남(순천 중앙 청과(주)) 경남(진주중앙)	충남(공주 합동 청과(주)) 경북(상주 남문 시장(주))		
소매시장화 또는 현저히 쇠퇴하고 있는 유형(9개)		광주 (양동)	충북(청주꽃다리) 경북(포항죽도)	인천(문화청과) 대전(삼성동)		경기(성남 하대원, 의정부 청과야채, 수원종로, 수원세류)
소매시장화된 시장 (6개)	대구(서문), 대전(역전), 전북(군상 공설, 남원 용남) 전남(여수 마늘 집하장), 경남(고성 청과)					
공영도매시장 입주 (1개)	전남(순천 남도청과(주))					
기타 소규모 시장(9개)	춘천(번개), 충주(충의동), 강릉(청과), 원주(자유) 부산(거제리, 충무동, 부평동), 마산(번개, 너른마당)					

2. 유사도매시장의 현황

가. 유사도매시장 수의 변화

- '90 조사에서 78개 시장으로 상당한 상권의 형성을 보이고 있는 유사도매 시장은 시간이 지날수록 약화되는 모습을 보여 '95조사에는 45개로 33개 시장 감소, '98조사에는 38개로 다시 7개가 감소하고, 다시 '00조사에는 21개소로 17개소가 감소하고 있음. 이는 대형소매점의 등장과 공영도매시장의 활성화, 이로 인한 재래시장의 위축이 주요한 요인으로 판단됨.
- 향후 건설중인 10개소의 공영도매시장이 완성되어 활성화되고, 대형소매점의 지역입점이 증가할수록 유사도매시장의 상권은 더욱 급격히 위축될 것으로 예상됨.
- '95~'98년 사이의 감소 현황과 이유
 - 도매시장 흡수(5) : 충북 1개소, 전북익산 4개소
 - 소매시장화(4) : 전북3개소, 서울1개소(농협중부공판장 폐쇄)
 - 경기안양 남부시장과 성남 하대원 시장은 증가됨(2개소).
- '98~'00년 사이의 감소현황과 이유
 - IMF의 영향
 - 대형소매점의 입점과 활성화
 - 최근의 경기부진
 - 소매상 및 재래시장의 쇠퇴 및 영업 부진
 - 공영도매시장의 영향(흡수, 활성화) 등

〈표 Ⅲ-2〉 지역별 연도별 유사도매시장수의 추이

연도 지역	1990년 12월	1995년	1999년 3월	2000년 10월 현재
전 체	78개소	45개소	38개소	21개소
서 울	10	9	5	6
부 산	5	2	2	2
인 천	5	2	2	1
광 주	3	2	2	0
대 구	6	4	4	2
대 전	2	4	4	1
울 산	2	1	1	1
경 기	6	2	4	2
강 원	6	0	1	0
충 북	3	2	2	1
충 남	1	1	1	1
전 북	5	9	2	0
전 남	4	4	4	2
경 북	8	2	2	1
경 남	9	1	2	1
세 주	3	0	0	0

나. 지역별 유사도매시장의 입지 및 위치

- 지역적으로 유사도매시장의 입지 현황을 보면 대체로 다음과 같이 분류해 볼 수 있음.
 - 첫째, 대규모 인구밀집지역으로서 기존의 도매시장이나 공판장의 시설부족으로 도매유통의 기능이 미흡하여 소매상이나 소비자의 욕구를 만족스럽게 충족시키지 못하는 경우
 - 둘째, 공영도매시장의 상권이 아직 활성화되지 못하여 유사도매시장의 상권에 일부를 의존하고 있는 경우

- 셋째, 지방의 경우 공영도매시장이나 대규모할인점이 아직 입주하고 있지 않거나 입주 초기로서 상권 형성이 진행되고 있는 지역의 경우 등으로 나타나고 있음.
- 그러나 전체적으로 보아서는 대규모 인구밀집지역에 의존한 특별시와 광역시의 대규모 상권형성지역을 중심으로 유사도매시장이 집중적으로 입지고 있음.
- 지방 소도시의 경우에는 유사도매시장의 기능이 역기능보다는 순기능을 발휘하는 형태로 존재하고 있기 때문에 이를 효율적으로 잘 활용하는 것도 바람직한 정비방안이 될 수 있을 것임.

〈표 Ⅲ-3〉 지역별 유사도매시장의 분포 현황

지 역 명	유 사 도 매 시 장 명
서울특별시	경동동서시장, 인왕시장, 쌍문시장, 조광시장, 영일시장, 청량리시장
부산광역시	부전시장, 감전새벽시장
대구광역시	칠성시장, 팔달시장
인천광역시	부평시장
대전광역시	오정동시장
울산광역시	학성변개시장
경 기 도	안양 남부시장, 부천 원협시장
충청남도	공주 합동청과(주)
전라남도	순천 중앙청과(주), 순천 한국청과(주)
충청북도	충주 목행시장
경상북도	상주 남문시장(주)
경상남도	진주 중앙시장

1) 공영도매시장 개장지역(16개 시장)

- 공영도매시장이 입지하고 있는 지역을 중심으로 대다수의 유사도매시장이 입지하고 있는 이유는 대체로 다음과 같음.
 - 공영도매시장의 시설부족으로 거래물량이 포화상태인 경우
 - 공영도매시장이나 대규모 할인점의 입지에도 불구하고, 대규모상 권형성 지역이라는 이점을 충분히 활용하여 그 틈새시장을 형성하고 있는 경우
 - 공영도매시장의 활성화가 미흡하여 그 틈새상권을 유사도매시장이 점유하고 있는 경우 등임.

<표 Ⅲ-4> 공영도매시장 개설 지역의 분포 현황

지 역 명	공 영 도 매 시 장 명	유 사 도 매 시 장 명
서울특별시	가락동 농수산물도매시장	경동동서, 인왕, 쌍문, 조광, 영일, 청량리
부산광역시	부산 농산물도매시장	부전, 감전새벽
대구광역시	대구 농수산물도매시장	칠성, 팔달
인천광역시	인천 농산물도매시장	부평
대전광역시	대전 농수산물도매시장	오정동
울산광역시	울산 농수산물도매시장	학성번개
경 기 도	안양 농수산물도매시장	안양 남부
충 청 북 도	충주 농수산물도매시장	충주 목행
경 상 남 도	진주 농산물도매시장	진주 중앙

2) 법정도매시장 및 공판장 개장지역(5개시장)

- 공영도매시장이 없고 법정도매시장이나 공판장만 개장된 지역의 경우에는 아직 대규모소매점의 입점도 미비하고, 지역내 농산물판매시장도 부족한 현실이어서, 지역내 농산물 수급조절이라는 순기능을 수행하고 있는 경우

도 많았음.

- 순천의 경우에는 2001년도 초에 개장될 공영도매시장과 연계하여 유사도매시장을 이전하고 정비하면 큰 문제없이 해결될 수 있을 것으로 판단됨.

<표 Ⅲ-5> 법정도매시장 및 공판장 개장지역내 분포 현황

지 역 명	유 사 도 매 시 장 명
경기도 부천	부천 원협시장
충청남도 공주	공주 합동청과(주)
전라남도 순천	순천 중앙청과(주), 순천 한국청과(주)
경상북도 상주	상주 남문시장(주)

3) 유사도매시장 권역내의 대규모 할인점 현황

- 서울 등 대도시 상권 형성 지역은 물론이고 지방 소도시에까지 대규모 소매점의 입점이 점차적으로 증가하고 이들 업체간 치열한 경쟁양상을 보이고 있어 기존 시장의 상권을 점차적으로 위협하는 수준에까지 이르고 있음.
- 대규모소매점의 입점으로 인해 유사도매시장의 주 판매경로인 재래시장이나 지역 영세소매점의 부실화가 뚜렷이 나타나고 있음.
 - 하나의 대규모할인점이 입점하면 2개소의 재래시장이 부실화된다고 함.
 - 그런 의미에서 대규모소매점의 지역 입점은 재래시장이나 영세소매상들의 부실화를 초래하고, 궁극적으로는 유사도매시장의 상권을 급격히 위축시켜 나가기 때문에, 부실의 도미노현상에 의해 최종적으로 그 피해가 출하농민들에게 전가될 가능성도 있음.

〈표 Ⅲ-6〉 유사도매시장 권역내의 대규모 할인점 분포 현황

구 분	할 인 점
서울특별시	그랜드마트(3), 논두렁365마트, 하나로클럽(2), 김스클럽(2), 라성마트, 마그넷(3), 미도파마트, E마트(6), 세화마트, 월마트, 2001아울렛(3), 코스트코홀세일, 까르푸(2), 한화마트, 해태마트, LG마트
부산광역시	메가마켓, 홈플러스, 탑마트, E마트(2), 아람마트(2), 까르푸(3), LG마트
대구광역시	홀마트, 홈플러스, E마트1, 코스트코홀세일, 까르푸, 델타클럽(2)
인천광역시	그랜드마트, 김스클럽(3), 마그넷(2), E마트, 월마트, 까르푸(2), 한화마트(2)
대전광역시	대한통운마트, 동방마트, 마그넷, 월마트, 코스트코홀세일, 까르푸
울산광역시	메가마켓(2), 마그넷, 아람마트(2), 까르푸
안 양 시	김스클럽, E마트, 2001아울렛, 까르푸
충 주 시	-
부 천 시	E마트, 까르푸
공 주 시	-
순 천 시	김스클럽
상 주 시	-
진 주 시	탑마트

* 대형 할인점은 매장면적 909평(3,000㎡)을 기준으로 함.

* 대규모 할인점의 종류는 디스카운트 스토어, 하이퍼마켓, 멤버쉽홀세일클럽, 디스카운트 스토어와 아울렛 복합점포, 수퍼센터 등임.

* 위의 도시 근교지역 또는 인접한 도시(유사상권 또는 동일상권내)에 있는 할인점의 경우는 생략하였음.

다. 유사도매시장의 유형

1) 위치에 따른 분류

가) 제도권도매시장 인근에 위치(4개시장)

- 유사도매시장이 가장 큰 문제가 되는 것은 공영도매시장의 상권 형성 및 활성화에 부정적인 영향을 미친다는 점임.
 - 특히 충주의 목행시장이나, 대전의 오정동시장의 경우와 같이 공영도매시장과 거의 동일한 지역에서 동시에 영업을 하고 있는 경우에는, 공영도매시장 개장의 반사이익을 취하면서 동시에 공영도매시장의 활성화에 매우 부정적인 영향을 미친다는 점에서 가장 시급한 해결책이 필요한 시장임.

<표 Ⅲ-7> 제도권 도매시장 인근에 위치한 시장 현황

지 역 명	공 영 도 매 시 장 명	유 사 도 매 시 장 명
부산광역시	부산 농산물도매시장	감전새벽
대전광역시	대전 농수산물도매시장	오 정 동
경 기 도	안양 농수산물도매시장	안양 남부
충 청 북 도	충주 농수산물도매시장	충주 목행

나) 재래시장권내 위치(13개시장)

- 유사도매시장의 가장 큰 판매처로는 재래시장과 주택가 소매점임.
 - 약 62%의 유사도매시장이 재래시장내에 위치하고 있음.

- 재래시장이 존속하는 한 당분간은 유사도매시장 역시 지속적으로 존속할 것으로 예상됨.
- 그러나 재래시장이나 소매점이 급격히 쇠퇴하고 있는 현실을 감안해 본다면 향후 부실화 또는 소매상화될 가능성도 높을 것으로 판단됨.

〈표 Ⅲ-8〉 재래시장권내에 위치한 시장 현황

지역명	유사도매시장명
서울특별시	경동동서시장, 인왕시장, 쌍문시장, 청량리시장
부산광역시	부전시장
대구광역시	칠성시장, 팔달시장
인천광역시	부평시장
충청남도	공주 합동청과(주)
전라남도	순천 중앙청과(주), 순천 한국청과(주)
경상북도	상주 남문시장(주)
경상남도	진주 중앙시장

다) 별도의 지역에 단독으로 위치(8개시장)

- 재래시장과는 별도로 일정한 지역에 도매시장상권을 형성하고 있는 유사도매시장의 경우 지역별 공영도매시장의 기능정상화와 활성화에 부정적인 영향을 주고 있는 경우가 대부분임.
 - 공영도매시장의 집하활동강화 등 경쟁력 제고가 절대적으로 필요.
 - 대전 오정동시장과 충주 목행동시장은 공영도매시장과 동일한 지역에 입지하고 있어 공영도매시장의 활성화에 직접적인 영향을 미치고 있음.

<표 Ⅲ-9> 단독으로 입지한 시장 현황

지 역 명	유 사 도 매 시 장 명
서울특별시	조광시장, 영일시장
부산광역시	감전새벽시장
대전광역시	오정동시장
울산광역시	학성번개시장
경 기 도	안양 남부시장, 부천 원협시장
충 청 북 도	충주 목행시장

2) 시설형태에 따른 분류

가) 상가형태의 단일건물 시장(12개시장)

- 단일 건물내에 농산물 도매상회가 밀집하여 입점한 경우.

<표 Ⅲ-10> 상가형태의 단일건물에 입주한 시장 현황

지 역 명	유 사 도 매 시 장 명
서울특별시	경동동서시장, 인왕시장, 쌍문시장, 청량리시장
부산광역시	감전새벽시장
충 청 남 도	공주 합동청과(주)
전 라 남 도	순천 중앙청과(주), 순천 한국청과(주)
충 청 북 도	충주 목행시장
경 상 북 도	상주 남문시장(주)

나) 개별점포형태의 밀집시장(9개시장)

- 일정한 구역내에 대부분 농산물을 취급하는 도매상이 밀집하여 입점해 있지만 농산물 이외의 점포도 입점해 있는 경우

〈표 Ⅲ-11〉 개별점포 형태로 밀집한 시장 현황

지 역 명	유 사 도 매 시 장 명
서울특별시	조광시장, 영일시장
부산광역시	부전시장
대구광역시	칠성시장, 팔달시장
인천광역시	부평시장
울산광역시	학성번개시장
경 기 도	안양 남부시장, 부천 원협시장
경 상 남 도	진주 중앙시장

라. 시설규모 및 거래물량

- 전국의 21개소 유사도매시장의 시설규모는 대지가 7만 5천여평, 건물이 4만 5천여평이며, 종사자는 3,500여명으로 추정됨.
- 유사도매시장의 거래물량은 110만여톤으로 추정되어 농산물 총거래량 1,200만톤의 약 9% 정도로서 거래물량비중이 미미한 것으로 분석됨.

마. 시장운영 및 관리형태

- 도매상들이 수십년간 자연발생적으로 집단을 형성하며 번영회 등 상인조직을 구성 운영.

- 도매상 개인별로 직접 산지에서 매취하거나 위탁받아 판매하고 일정 수수료를 징수.
- 물량집하를 위해 선도금을 지급하는 등 집하활동 수행.
- 유사도매시장내 대부분의 도매상들은 자기 소유 점포내에서 농산물을 거래하기 때문에 주차장 등 각종 편의시설이 부족한 실정임.

3. 유사도매시장 이용자 및 종사자 현황

가. 출하자

1) 개황

- 작목반, 영농조합, 단위조합원 등 생산자조직을 규모별로 나누어 살펴 보면, 50명미만의 영세조직이 16개소(33.3%)로 가장 많고, 500~1,000명, 1,000~2,000명이 각각 10개소, 20.8%의 순임.

〈표 Ⅲ-12〉 생산자조직의 규모별 현황

구 분	50명 미만	50 ~100	100 ~500	500 ~1000	1000 ~2000	2000 ~3000	10,000명 이상	계
수(개소)	16	0	8	10	10	2	2	48
비율(%)	33.3	0.0	16.7	20.8	20.8	4.2	4.2	100.0

* 무응답 2개소

- 주요 생산 및 출하품목을 보면 과일의 경우에는 딸기, 배, 사과가 많고, 채소의 경우에는 오이, 고추, 딸기의 비중이 높게 나타남.

〈표 Ⅲ-13〉 주요 생산 및 출하품목(상위 5위)

구 분	출 하 품 목
1순위	사과(2), 고추(3), 쪽파, 토마토, 마늘, 딸기(3), 무, 포도, 쌀, 배(2), 취나물, 오이(3), 복숭아, 피망, 감자(2), 수박
2순위	딸기, 약초, 오이(4), 양파, 메론, 배추, 밤, 단감, 잡곡, 옥수수, 토마토, 포도, 고추, 쪽파, 꽃감
3순위	양파(2), 배추, 수박, 쌀, 취나물, 토마토(2), 고추(2), 포도, 버섯, 호박, 오이, 키위, 사과
4순위	포도, 배추, 녹두, 머루, 수박, 콩, 배추, 시설원예, 단감, 감자, 호박, 배
5순위	쌀, 콩, 상추, 감자, 잡곡, 단감, 포도, 배추, 벌꿀

2) 유사도매시장 이용 현황

- 조사에 응답한 생산자조직 모두가 법정도매시장을 이용하고 있다고 응답하고 있고, 주요 출하 법정도매시장은 가락동 시장과 각 지역의 농협공판장을 들고 있음.
 - 현재 법정도매시장은 생산자들의 판매처 중 필수적인 출하처가 되고 있음.

〈표 Ⅲ-14〉 법정도매시장의 이용 실태

구 분	이용하지 않는다	이용한다		계
		소 계	시 장 명	
수(개소)	0	50	가락, 공판장	50
비율(%)	0	100.0		100.0

- 결국 앞의 <표 Ⅲ-14>와 비교해 본다면 생산자들은 필수적으로 법정도매시장을 이용하고 있고, 유사도매시장의 이용은 필요에 따라 법정도매시장과 동시에 선택적으로 이용하고 있다는 사실을 나타내고 있다고 볼 수 있음.

- 더구나 무응답 생산자조직 중에는 법정도매시장만 이용하는 경우가 상당수 포함되어 있다고 본다면 법정도매시장의 이용 현황 비율은 더욱 높아질 것임.

<표 Ⅲ-15> 유사도매시장의 이용 형태

구 분	동시이용	유사시장만 이용	무응답	계
수(개소)	34	0	16	50
비율(%)	68.0	0	32.0	100.0

- 설문조사 응답자조직이 주로 이용하는 유사도매시장은 서울에 위치하고 있는 청량리시장과 조광·영일시장이며, 이 밖에 지역별로 인접한 유사도매시장을 이용함.

<표 Ⅲ-16> 주로 이용하는 유사도매시장

주로 이용하는 유사도매시장
인천구월동시장, 암사시장, 울산원예, 청주청과, 조광·영일시장, 청량리시장, 대구칠성시장, 원주시장, 구리청과, 안양남부시장, 경산청과, 제천시장

- 유사도매시장의 이용형태를 살펴보면 특정시장을 단골로 이용한다는 비중이 34개소 68.0%로, 생산자들이 유사도매시장을 이용하는 경우에는 특정시장을 고정적으로 이용하고 있는 것으로 나타남.

<표 Ⅲ-17> 유사도매시장의 이용 형태

구 분	단골로	수시로	무응답	계
수(개소)	34	6	10	50
비율(%)	68.0	12.0	20.0	100.0

- 출하시장(공영도매시장과 유사도매시장)을 선택하는 과정에서 영향을 미치는 요인으로는 출하농가의 의지라고 응답한 곳이 20개소(40.0%)로 가장 높은 비중을 보이고 있고, 농협직원은 8개소(16.0%), 작목반장은 6개소(12.0%) 등으로 나타나고 있음.
 - 결국 작목+농가, 작목+농협+농가와 기타의 내용까지 고려해 보면 출하농가의 의지는 출하시장의 결정에 약 60% 정도의 영향을 미치고 있다고 볼 수 있음.
 - 즉 출하시 주위의 조언보다는 출하농가의 의지가 출하시장의 결정에 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타남.

<표 Ⅲ-18> 출하시장 선택

구 분	작목반장	농협직원	출하농가	작목+농가	작목+농협+농가	기 타	무 응 답	계
수(개소)	6	8	20	2	2	4	6	50
비율(%)	12.0	16.0	40.0	4.0	4.0	8.0	12.0	100.0

* 기타의 내용은 출하농가와 상의, 출하자 대표자회의에서 결정이 각각 2개씩의 응답이 있었음.

- 유사도매시장에 출하하는 시간은 주로 16시 이후부터 다음날 아침 9시까지로 출하품목별 특성에 따라 달라짐.

<표 Ⅲ-19> 주 출하시간

구 분	4 - 9시	12 - 14시	16 - 21시	17 - 24시	20 - 24시	23 - 6시	무 응 답	계
수(개소)	6	4	8	6	8	6	12	50
비율(%)	12.0	8.0	16.0	12.0	16.0	12.0	24.0	100.0

3) 위탁수수료 및 제비용

- 위탁수수료는 6~8% 수준이며, 취급부류에 따라 상이함.
 - 가장 높은 빈도를 보이고 있는 것은 7%와 8%로 각각 8개소(16.0%)로 가장 높은 비율을 보이고 있고, 6%가 6개소(12.0%)의 비율임.
 - 1%이하의 경우에 해당하는 비율도 높게 나타나고 있지만 일반적인 거래관계로 볼 수 없는 조사결과임.

<표 Ⅲ-20> 위탁수수료 현황

구 분	1% 이하	6%	7%	8%	무 응답	계
수(개소)	8	6	8	8	20	50
비율(%)	16.0	12.0	16.0	16.0	40.0	100.0

- 위탁수수료 이외의 비용 여부에 관한 설문에서는 전체의 40.0%가 생산자가 부담해야하는 또다른 비용이 있다고 응답하고 있고, 없다라는 응답은 16개소, 32.0%로 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-21> 위탁수수료 이외의 비용

구 분	없 다	있 다	무 응답	계
수(개소)	16	20	14	50
비율(%)	32.0	40.0	28.0	100.0

- 위탁수수료 이외의 비용은 하역비가 12개소 60.0%로 나타나고 있고, 그 외에 쓰레기처리비, 농협수수료 등이 있었음.
 - 하역비의 경우 하역비+쓰레기처리비, 하역비+농협수수료까지 포함한다면 모든 시장에서 하역비는 생산자가 부담하고 있는 실정임.

- 쓰레기처리비용을 생산자가 부담하는 경우도 6건(30.0%)이 있었음.

〈표 Ⅲ-22〉 위탁수수료 이외 비용의 종류

	하역비	하역비 + 쓰레기처리비	하역비 + 농협수수료	계
계	12	6	2	20
비율(%)	60.0	30.0	10.0	100.0

4) 대금정산 방법 및 기간

- 대금정산방법은 모두 현금의 경우와 대부분 현금인 경우가 26개소, 52.0%이고 대부분 외상인 경우가 6개소, 12.0%로 나타나, 무응답의 경우를 제외하고 본다면 거의 대부분이 현금으로 결제가 이루어지고 있음을 알 수 있음.
 - 비록 표본조사의 결과이지만 과거의 유사시장 상거래관행에 비해 상당히 높은 수준으로 현금결제가 이루어지고 있다고 볼 수 있음.
 - 공영도매시장을 비롯한 생산자들의 출하처 선택의 다원화로 유사시장의 상관행도 서서히 변화되어 나갈 수밖에 없는 현실이라고 이해할 수 있을 것임.

〈표 Ⅲ-23〉 대금정산방법

구분	모두 현금	대부분 현금	대부분 외상	무응답	계
수(개소)	20	6	6	18	50
비율(%)	40.0	12.0	12.0	36.0	100.0

- 대금결제기간은 무응답의 경우를 제외하고 대부분 10일 이내라고 응답하여 과거에 비해 상당히 개선되고 있다는 것을 알 수 있음.

<표 Ⅲ-24> 대금 결제

구 분	3 일	5 일	7 일	10 일	무 응 답	계
수(개소)	6	2	2	2	18	30
비율(%)	20%	6.7%	6.7%	6.7%	60%	100%

5) 출하장려금, 선도금 등의 지원

- 출하장려금이나 선도금 등의 지원 유무에 관해서는 전체의 48.0%가 없다는 응답을 하고 있고, 있다는 경우는 16개소 40.0%로 나타남.

<표 Ⅲ-25> 출하장려금 유무

구 분	있 다	없 다	무 응 답	계
수(개소)	16	24	10	50
비율(%)	32.0	48.0	20.0	100.0

- 출하장려금의 종류에는 선도금이 8개소(50.0%)이고, 출하수수료가 4개소(16.7%)이며, 기타 무응답이 4개소인 것으로 나타남.

<표 Ⅲ-26> 출하장려금의 종류

구 분	선 도 금	출하수수료	무 응 답	계
수(개소)	8	4	4	16
비율(%)	50.0	25.0	25.0	100.0

6) 유사도매시장과 법정도매시장의 포장 상이 유무

- 유사도매시장과 법정도매시장의 포장법의 차이에 관한 질문에서는 다르지 않다는 응답이 전체의 52.0%(26개소)로 무응답을 제외한다면 거의 대부분을 차지하고 있어 출하자가 어느 시장을 선택해 출하한다고 하더라도 적어도 상품의 포장이라는 측면에서는 차별을 하지 않는다고 볼 수 있음.

<표 Ⅲ-27> 유사도매시장과 법정도매시장의 포장 상이 유무

구 분	다르지 않다	다르다	무응답	계
수(개소)	26	6	18	50
비율(%)	52.0	12.0	36.0	100.0

7) 유통정보 입수방법

- 유사도매시장의 유통정보를 입수하는 방법중 가장 빈번히 이용되는 것은 FAX와 전화에 의한 것이 거의 대부분으로 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-28> 유통정보 입수방법

구 분	전화	FAX	라디오	이웃사람	수집상	신문	전화+농협	전화+FAX	전화+이웃사람	기타	무응답	계
수(개소)	10	12	0	2	2	0	2	6	2	4	10	50
비율(%)	20.0	24.0	0	4.0	4.0	0	4.0	12.0	4.0	8.0	20.0	100.0

8) 유사도매시장 장 · 단점

- 유사도매시장의 장점으로 높은 비중을 차지하고 있는 것을 살펴 보면, 가격변동이 적고, 오래된 단골이며, 품질이 낮아도 잘 팔아준다는 응답이 가장 높게 나타나고 있음.
- 또한 비용이 적게 들고, 서비스(선도자금 지원, 정보제공, 애경사 참석 등)가 좋으며, 포장을 잘 안해도 된다는지, 출하시간이 제한이 없다라는 등의 응답이 비슷한 분포를 보이고 있음.

<표 Ⅲ-29> 유사도매시장 이용 이유

구분	가격	가격변동 적음	비용 적음	서비스	품질이 낮아도 잘팔아줌	포장을 잘 안해도 된다는지	출하시간 제한 없음	단골	기타	무응답	계
수(개소)	2	14	6	6	12	6	6	12	4	24	92
비율(%)	2.1	15.2	6.5	6.5	13.0	6.5	6.5	13.0	4.3	26.1	100.0

* 중복응답 * 무응답 : 24개 작목반(농협) * 26개 작목반(농협)의 응답결과

- 유사도매시장 이용시 가장 큰 문제점으로서는 가격 불신이라는 점을 들고 있음. 이는 생산자와 위탁상간의 대금정산에 대한 불신이 여전히 상존하고 있다는 것을 나타내고 있음.

<표 Ⅲ-30> 유사도매시장 이용시 문제점

구분	정산가격 불신	정산기간 이 길다	비용 과다 발생	주차시설 불편	가격정보를 알 수 없다	기타	무응답	계
수(개소)	16	8	8	12	12	10	18	84
비율(%)	19.1	9.5	9.5	14.3	14.3	11.9	21.4	100.0

* 32개 작목반(농협)의 응답결과(중복응답)

* 무응답 : 18개 작목반(농협)

9) 향후 유사도매시장 이용 유무

- 향후에도 여전히 유사시장을 이용하겠느냐는 질문에는 무응답을 제외하고 본다면 전체의 40.0%가 여전히 계속적으로 이용하겠다는 응답을 하고 있으며, 이용하지 않겠다는 응답도 12개소, 24.0%의 비율을 보이고 있음.

〈표 Ⅲ-31〉 유사시장 이용 유무

구 분	없 다	있 다	무응답	계
수(개소)	12	20	18	50
비율(%)	24.0	40.0	36.0	100.0

- 향후 유사도매시장을 이용하지 않으려는 이유로서는 신용도와 재원의 문제, 인간적인 무시, 전망 불투명 등을 들고 있음.

〈표 Ⅲ-32〉 향후 유사도매시장을 이용하지 않으려는 이유

구 분	신용도+재원문제	신용도+가격문제	인간적 무시	전망불투명	무응답	계
수(개소)	2	0	2	2	4	12
비율(%)	16.7	0	16.6	16.6	33.3	100.0

- 유사도매시장을 향후에도 계속 이용하려는 이유로서는, 안정된 가격과 신뢰성이 가장 높은 비중을 보이고 있고, 그 외 공개성, 대금정산, 판매성, 시간에서의 잇점 등을 들고 있음.

〈표 Ⅲ-33〉 향후 유사도매시장을 계속 이용하려는 이유

구 분	공개성	신뢰성	대금정산	안정된 가격	판매성	시간	시장이 없음	계
수(개소)	2	6	2	8	2	2	2	24
비율(%)	8.3	25.0	8.3	33.3	8.3	8.3	8.3	100.0

* 중복응답

나. 위탁상(도매상)

1) 개황

- 채소의 비중이 41.6%(32개소), 과일은 37.7%(29개소), 과일+채소의 비중은 6.5%(5개소)의 비중을 보이고 있음.

<표 Ⅲ-34> 취급품목

구 분	채 소	과 일	과일 + 채소	무 응 답	계
수(개소)	32	29	5	11	77
비율(%)	41.6	37.7	6.5	14.3	100.0

- 매장전용면적은 6~10평이 30개소(38.9%)로 가장 높은 비중을 나타내고 있고, 11~15평이 27개소, 35.1%로 나타나, 6~15평이 거의 대부분을 차지하고 있음.

<표 Ⅲ-35> 매장전용면적

구 분	5평 이하	6-10	11-15	16-20	20-30	30-40	40-50	75	150평	무응답	계
수(개소)	7	30	27	4	3	1	1	1	1	2	77
비율(%)	9.1	38.9	35.1	5.2	3.9	1.3	1.3	1.3	1.3	2.6	100.0

- 자기점포를 가지고 있는 경우는 15개소, 19.5%에 지나지 않고, 거의 대부분은 타인의 점포를 임대(56개소, 72.7%)해 임대료를 지불하고 있는 것으로 나타남.

<표 Ⅲ-36> 점포소유여부

구 분	자 가	타 가	무 응 답	계
수(개소)	15	56	6	77
비율(%)	19.5	72.7	7.8	100

- 연평균 점포임대료 수준을 살펴보면, 600~1000만원 수준이 20개소 44.4%로 가장 높게 나타나고 있고, 200~500만원이 11개소 24.4%이며, 1200~1500만원 수준이 7개소 15.6%로, 1500만원 이하인 경우가 거의 대부분으로 나타나고 있음.

〈표 Ⅲ-37〉 임대료 수준

구 분	200 ~500만원	600 ~1000	1200 ~1500	1800 ~2000	2300 ~2500	3000만원 이상	계
수(개소)	11	20	7	4	2	1	45
비율(%)	24.4	44.4	15.6	8.9	4.4	2.2	100.0

- 보증금 수준은 200~500만원 이하인 경우가 12개소(24.5%)로 가장 높게 비중을 보이며, 이어 1000만원과 2000만원 수준이 각각 7개소 18.4%를 나타내고 있음.

〈표 Ⅲ-38〉 보증금 수준

구 분	200~500만원	1000	1500	2000	3000	4000	5000만원 이상	계
수(개소)	12	9	7	9	5	3	4	49
비율(%)	24.5	18.4	14.3	18.4	10.2	6.1	8.2	100.0

2) 영업현황

- 점포 개점시간은 0시가 19.5%(15개소), 4시가 16.9%(13개소), 3시가 15.6%(12개소) 등이 가장 높은 비중을 보이고 있고, 그 외 2시와 1시도 각각 10.4%(8개소), 6.5%(5개소)로 나타나 0시에서 4시까지가 거의 대부분을 나타내고 있음.

<표 Ⅲ-39> 점포 개점시간

구 분	0시	1시	2시	3시	4시	5시	19시 이후	무응답	계
수(개소)	15	5	8	12	13	3	6	15	77
비율(%)	19.5	6.5	10.4	15.6	16.9	3.9	7.8	19.5	100.0

○ 점포 폐점시간은 16~18시가 27.3%(21개소)로 가장 높게 나타나고 있고, 그 다음으로는 10~12시(15개소 19.5%), 18~20시(8개소 10.4%)의 순으로 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-40> 점포 폐점시간

구 분	5시	10~12	12~14	14~16	16~18	18~20	20시 이후	무응답	계
수(개소)	1	15	4	7	21	6	8	15	77
비율(%)	1.3	19.5	5.2	9.1	27.3	7.8	10.4	19.5	100.0

○ 1일 영업시간은 16~18시간 영업을 17개소 22.1%, 20시간 이상이 14개소 18.2%로 나타나 전체의 40.3%가 하루 16시간 이상의 영업을 하고 있음.

<표 Ⅲ-41> 1일 영업시간

구 분	8시간 이하	8~10	10~12	12~14	14~16	16~18	18~20	20시간 이상	무응답	계
수(개소)	8	3	9	12	6	17	6	14	2	77
비율(%)	10.4	3.9	11.7	15.6	7.8	22.1	7.8	18.2	2.6	100.0

○ 연중 300~320일 영업을 하는 경우가 28.6%, 340일인 경우가 23.4%로 전체의 52.0%가 연간 300일 이상 영업을 하고 있는 것으로 나타남.

〈표 III-42〉 연간 영업일수

구 분	240~260	260~280	280~300	300~320	320~340	340일 이상	무응답	계
수(개소)	5	2	12	22	4	18	14	77
비율(%)	6.5	2.6	15.6	28.6	5.2	23.4	18.2	100.0

- 남·녀별로 보면 남자의 경우가 64.6%인 62명이고, 여자는 35.4%인 34명으로 나타남. 고용규모별로는 1명인 경우가 전체의 59.4%인 57명, 2명인 경우가 24명 25.0%로 1~2명을 고용하고 있는 점포가 거의 대부분임을 차지하고 있음.

〈표 III-43〉 고용인력현황

구 분	1 명	2 명	3 명	4명 이상	계
남(%)	28(45.2)	20(32.3)	10(16.1)	4(6.5)	62(100.0) (64.6)
여(%)	29(85.3)	4(11.8)	0(0.0)	1(2.9)	34(100.0) (35.4)
계(%)	57(59.4)	24(25.0)	10(10.4)	5(5.2)	96(100.0)

- 운송차량 보유여부는 보유하고 있는 경우가 약 60.0%이고, 미보유 상점의 경우도 약 40.0%정도로 나타나고 있음.

〈표 III-44〉 운송차량 보유 여부

구 분	보 유	미 보유	무응답	계
수	46	30	1	77
비율(%)	59.7	39%	1.3	100

- 운송차량의 종류는 트럭이 전체의 87.0%로서 거의 대부분을 차지하고 있음.

- 트럭의 경우에는 1톤차량이 45.7%로 가장 높은 비중을 보이고 있고, 2톤이 17.4%, 3톤이 10.9%의 순으로 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-45> 운송차량의 종류

구 분	트럭							승합차	무응답	계
	소계	1000kg	1500	2000	2500	3000	3500kg 이상			
수	40	21	1	1	8	5	4	2	4	46
비율(%)	87.0	45.7	2.2	2.2	17.4	10.9	8.7	4.4	8.7	100

- 영업을 위해 부채가 있느냐라는 질문에는 전체의 51.9%가 있다는 응답을 보이고 있어, 적어도 절반 이상의 위탁상은 부채를 가지고 있음.

<표 Ⅲ-46> 부채 유무

구 분	있 음	없 음	무응답	계
수	40	26	11	77
비율(%)	51.9%	33.8%	14.3%	100%

- 영업을 위한 부채는 주로 은행과 개인사채를 이용하고 있음.
 - 대출기관별로 대출금을 살펴보면 은행대출이 60.0%의 다수를 점하고 있지만, 개인사채의 경우도 40.0%의 높은 비중을 차지하고 있음.
 - 대출금의 규모별로 보면, 은행대출의 경우에는 3000~5000만원의 비중이 가장 높게 나타나고 있고, 개인사채의 경우에는 500만원 이하가 45.5%로 가장 높은 비율을 보이고 있음.

〈표 Ⅲ-47〉 대출기관별 대출금 현황

구 분	500만원 이하	500 ~1000	1000 ~3000	3000 ~5000	5000 ~7000	7000만원 이상	계
은행대출(%)	3(9.1)	5(15.2)	6(18.2)	13(39.4)	3(9.1)	3(9.1)	33(100.0) (60.0)
개인사채(%)	10(45.5)	2(9.1)	3(13.6)	4(18.2)	0(0.0)	3(13.6)	22(100.0) (40.0)
계(%)	13(23.6)	7(12.7)	9(16.4)	17(30.9)	3(5.5)	6(10.9)	55(100.0)

- 대출금이자 수준은 무응답의 경우를 제외하면 15~20%가 가장 많고, 5~10%, 10~15%의 순으로 나타나고 있음.

〈표 Ⅲ-48〉 대출금 이자 현황

이 자	1%	5~10%	10~15%	15~20%	무응답	계
수	1	4	3	5	27	40
비율(%)	2.5%	10%	7.5%	12.5%	67.5%	100%

3) 매입처 및 매입방법

- 매입방법에 대한 매입량은 도매의 경우에는 위탁에 비해 상대적으로 소규모의 거래 비중을 보이고 있고, 위탁의 경우에는 도매에 비해 상대적으로 거래 규모가 크게 나타나고 있는 것으로 나타나고 있음. 그 이유로서는 상인들이 시세에 따라 피해를 볼 가능성이 큰 매취에 의한 도매의 방법보다는 보다 안전한 위탁의 경우를 선호하기 때문인 것으로 보임.
 - 도매의 경우에는 10~20%의 거래가 가장 높은 비중을 보이고 있고, 이어서 40~50%, 90~100%의 순으로 비슷한 양상을 나타나고 있음.

- 위탁의 경우에는 40~50%의 비중이 가장 높은 비중을 보이고 있고, 70~80%의 비중에 이어 50~60%, 60~70%가 비슷한 양상을 나타내고 있음.

〈표 Ⅲ-49〉 매입방법별 매입량

구 분	0-10%	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100%	무응답	계
도 매	4	21	1	0	10	2	2	5	4	9	-	58
비율(%)	6.9	36.2	1.7	0	17.2	3.5	3.5	8.6	6.9	15.5		100.0
위 탁	4	4	2	2	11	6	6	9	2	0	-	42
비율(%)	9.5	9.5	4.8	4.8	26.2	14.3	14.3	21.4	4.8	0		100.0
기 타	8	7	2	0	0	0	0	0	0	1	27	40
비율(%)	20.0	17.5	5.0	0	0	0	0	0	0	2.5	67.5	100.0

- 수집상, 영농조합법인, 단위조합, 작목반 등 생산자조직의 매입처별 거래규모를 살펴보면 공통적으로 거의 대부분이 10%이하의 낮은 비중을 보여 적어도 생산자들이 유사도매시장과의 거래규모가 그리 높게 나타나고 있지 않다는 것을 나타내고 있음. 다만 개별농민의 경우에는 10%이하의 거래규모가 약 50%수준의 높은 비중을 보이고 있지만 상대적으로 높은 거래물량을 보이고 있어, 유사도매시장에 대한 의존도가 가장 높은 것으로 나타남.
 - 수집상의 경우에는 10%이하의 거래규모가 거의 대부분인 63.0%(46개소)를 차지하고 있는 가운데, 각각 6.9%의 거래규모를 보이고 있는 40~50%, 50~60% 수준의 순으로 나타나고 있음.
 - 영농조합법인의 경우에는 10%이하의 거래규모가 거의 대부분인 75.0%(54개소)를 차지하고 있는 가운데, 이어서 10~20%의 거래규모가 11개소(15.3%)로 높게 나타나 상대적으로 소규모거래의 비중이 가장 높게 나타나고 있음.

〈표 III-50〉 매입처별 거래규모

	0-10%	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100%	계
수 집 상	46	3	2	1	5	5	0	1	4	6	73
비 율(%)	63.0	4.1	2.7	1.4	6.9	6.9	0	1.4	5.5	8.2	100.0
영농조합법인	54	11	1	3	1	1	1	0	0	0	72
비 율(%)	75.0	15.3	1.4	4.2	1.4	1.4	1.4	0	0	0	100.0
단위조합	52	6	3	1	1	2	1	1	2	2	71
비 율(%)	73.2	8.5	4.2	1.4	1.4	2.8	1.4	1.4	2.8	2.8	100.0
작목반	48	8	8	2	3	0	1	2	0	0	72
비 율(%)	66.7	11.1	11.1	2.8	4.2	0	1.4	2.8	0	0	100.0
개별농민	33	4	7	4	10	5	2	2	2	2	71
비 율(%)	46.5	5.6	9.9	5.6	14.1	7.0	2.8	2.8	2.8	2.8	100.0
기 타	58	3	1	0	5	0	1	0	0	4	72
비 율(%)	80.6	4.2	1.4	0	6.9	0	1.4	0	0	5.6	100.0

- 단위조합의 경우에는 10%이하의 거래규모가 거의 대부분인 73.2%(52개소)를 차지하고 있는 가운데, 10~20%가 8.5%, 20~30%가 4.2% 수준의 순으로 나타나고 있어 역시 소규모거래에 그치고 있음.
 - 작목반의 경우에는 10%이하의 거래규모가 거의 대부분인 66.7%(48개소)를 차지하고 있는 가운데, 각각 11.1%의 거래규모를 보이고 있는 10~20%, 20~30% 수준의 순으로 나타나고 있음.
 - 개별농민의 경우에는 10%이하의 거래규모가 약 46.5%(33개소)로 가장 높은 비중을 차지하고 있지만 40~50%의 거래규모가 14.1%의 비중을 보이는 등 전반적으로 대규모거래의 비중이 높게 나타나고 있음.
- 매입처와의 결제방법으로서는 일부 현금과 일부 외상거래를 하고 있는 경우가 63.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있어 유사도매시장 거래에서는 여전히 외상거래상의 비중은 높게 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-51> 매입처와의 결제방법

구 분	모두 현금	일부 현금 일부 외상	기 타	계
수	17	49	11(무응답)	77
비율(%)	22.1%	63.7%	14.3%	100%

- 일부현금, 일부외상의 방식으로 대금결제가 이루어지는 경우를 비중별로 보면, 외상보다는 현금의 비중이 높게 나타나고 있음.
- 즉 외상결제가 여전히 높은 비중을 보이고는 있지만 그 비중은 과거에 비해 낮은 수준을 보이고 있으며, 이는 출하자들의 실태조사에서 현금비중이 높게 나타나고 있는 사실과 비슷한 결과를 보이고 있음.

<표 Ⅲ-52> 일부현금, 일부외상의 비중

구 분	0-10	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100%	계
일부현금	1	5	2	1	9	1	3	20	1	1	44
비율(%)	2.3	11.4	4.6	2.3	20.5	2.3	6.8	45.5	2.3	2.3	100.0
일부외상	1	20	3	1	9	1	2	5	1	6	49
비율(%)	2.0	40.8	6.1	2.0	18.4	2.0	4.1	10.2	2.0	12.2	100.0

- 상품수송의 경우에는 직접 매입 요청을 하는 경우보다는 전화로 매입 요청을 하는 경우가 가장 높게 나타나고 있음. 이는 출하자 실태조사에서 생산자들이 유사도매시장의 유통정보를 습득하는 방법으로서 전화 및 FAX가 가장 높은 비중을 나타내고 있는 사실과도 비슷한 양상을 보이고 있는 것임.

〈표 Ⅲ-53〉 상품수송방법

구 분	0~20%	20~40	40~60	60~80	80~100%	계
산지상인에게 직접 매입(%)	5(33.3)	1(6.7)	0(0.0)	2(13.3)	7(46.7)	15(100.0)
산지상인에게 전화로 주문(%)	9(39.1)	2(8.7)	4(17.4)	2(8.7)	6(26.1)	23(100.0)
산지농민에게 직접 주문(%)	9(50.0)	3(16.7)	0(0.0)	2(11.1)	4(22.2)	18(100.0)
산지농민에게 전화로 주문(%)	3(12.5)	3(12.5)	10(41.7)	4(16.7)	4(16.7)	24(100.0)
기 타(%)	7(18.9)	2(5.4)	1(2.7)	1(2.7)	26(70.3)	37(100.0)

- 상품수송에 관한 설문중 기타에 관한 내용을 구체적으로 살펴 보면, 산지에 가서 직접 수집해 오는 경우가 35.1%로 가장 높은 비중을 보이고 있고, 상품구색을 맞추기 위해 공영도매시장으로부터 매입하는 경우도 16.2%로 상대적으로 높은 비중을 나타내고 있음.

〈표 Ⅲ-54〉 기타수송 및 수송방법

구 분	공판장	도매시장	사전계약	수집상	경매	전화주문	운송회사	산지에서 직접	무응답	계
수	1	6	1	1	2	3	4	13	6	37
비율(%)	2.7	16.2	2.7	2.7	5.4	8.1	10.8	35.1	16.2	100.0

4) 판매처 및 방법

- 도·소매 판매비율을 보면 대체로 도매 또는 도매+소매의 경우에는 대규모 거래가 이루어지는 비중이 높은 반면, 소매의 경우와 중개의 경우는 소규모 거래물량의 비중이 높게 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-55> 판매방법

구 분	0-10%	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100%	계
도 매	1	1	1	1	10	0	6	4	3	28	55
비율(%)	1.8	1.8	1.8	1.8	18.1	0	10.9	7.3	5.5	50.9	100.0
도매+소매	0	3	6	1	1	0	1	0	0	20	32
비율(%)	0	9.4	18.8	3.1	3.1	0	3.1	0	0	62.5	100.0
소 매	8	11	5	1	2	0	0	0	0	0	27
비율(%)	29.6	40.7	18.5	3.7	7.4	0	0	0	0	0	100.0
중 개	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	4
비율(%)	25.0	50.0	0	0	0	0	25.0	0	0	0	100.0
기 타	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
비율(%)	50.0	0	0	0	0	0	0	0	0	50.0	100.0

○ 위탁수수료 수준은 6%수준이 약 42%의 높은 비중을 나타내고 있는 가운데, 6%~8%수준이 83.9%로 거의 대부분을 차지하고 있음.

<표 Ⅲ-56> 위탁수수료

구 분	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	계
수	1	4	26	14	12	4	1	62
비율(%)	1.6	6.5	41.9	22.6	19.4	6.5	1.6	100.0

○ 도매마진율의 경우에는 6% 수준이 약 28%로 가장 높은 비중을 보이고 있지만, 5%, 8%, 10%수준이 비슷한 양상을 보이고 있어 도매마진율의 경우에는 일정한 마진율이 없이 위탁상의 영업형태 및 판매방법에 따라 대체로 5~10% 정도의 마진을 취하고 있는 것으로 나타났음.

〈표 Ⅲ-57〉 도매마진을

구 분	5%	6%	7%	8%	9%	10%	10%이상	계
수	6	17	4	7	0	7	3	62
비율	9.7	27.4	6.5	11.3	0	11.3	4.8	100.0

○ 판매시 거래처의 수는 대체로 30개소 이하의 판매처와 거래를 하고 있는 것이 일반적인 현상으로 나타나고 있어 대체로 지속적으로 거래를 하고 있는 것으로 나타났음. 특히 대형점 거래처의 수는 상대적으로 적은 반면, 소형점 거래처의 수는 작게 나타나고 있음.

〈표 Ⅲ-58〉 판매처

구 분	0-10개소	11-20	21-30	31-40	41-50	51개소 이상	계
도매상(%)	21(51.2)	5(12.2)	0(0.0)	3(7.3)	9(22.0)	3(7.3)	41(100.0)
소매상(%)	5(9.8)	12(23.5)	18(35.3)	4(7.8)	8(15.7)	4(7.8)	51(100.0)
소비자(%)	1(6.3)	3(18.8)	9(56.3)	0(0.0)	1(6.3)	2(12.5)	16(100.0)
식당등대량수요처(%)	18(72.0)	3(12.0)	1(4.0)	1(4.0)	1(4.0)	1(4.0)	25(100.0)
대형할인점 및 백화점(%)	15(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	15(100.0)
노점상 + 행상(%)	15(46.9)	7(21.9)	3(9.4)	3(9.4)	1(3.1)	2(6.3)	32(100.0)
앞자리상(%)	12(60.0)	7(35.0)	1(5.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	20(100.0)
기 타(%)	3(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(100.0)

○ 도매방법으로는 미리 주문 없이 소매상에게 직접 도매로 판매하는 경우와 소매점에서 직접 수송하는 경우의 거래비중이 대체로 높은 비중을 나타내고 있는 반면, 주문받은 물품만 도매로 거래하는 경우나 소매점에 주문받은 물건을 배달하는 경우의 거래비중은 상대적으로 낮게 나타나고 있음.

- 판매처와의 대금정산은 일부는 현금으로 결제하지만 일부는 일정한 액수를 외상으로 하는 일부현금, 일부외상의 경우가 가장 높은 비중을 나타내고 있음.
 - 특히 모두 외상의 경우까지 포함한다면 외상의 비율은 거의 대부분을 차지하고 있다고 볼 수 있음.
 - 유사시장과 판매처와의 대금결제관계에서 외상이 차지하는 비중이 거의 대부분이라는 사실은, 재래시장 및 소매상점의 급격한 부실화가 유사도매시장에 직접적인 영향을 미쳐 부실의 도미노현상으로 인하여 최종적으로 농민에게 그 피해가 돌아갈 가능성도 크다고 볼 수 있음.

<표 III-60> 판매처와의 대금정산

	0-10%	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100%	계
모두 즉시현금으로	0	0	7	0	1	0	0	0	0	7	15
비율(%)	0	0	46.7	0	6.7	0	0	0	0	46.7	100.0
일부현금	1	10	4	3	19	5	8	9	5	0	64
비율(%)	1.6	15.6	6.3	4.7	29.7	7.8	12.5	14.1	7.8	0	100.0
일부외상	5	9	13	8	20	3	3	2	1	2	66
비율(%)	7.6	13.6	19.7	12.1	30.3	4.6	4.6	3.0	1.5	3.0	100.0
모두외상	0	4	0	0	1	1	0	0	0	2	8
비율(%)	0	50.0	0	0	12.5	12.5	0	0	0	25.0	100.0

- 외상기간은 21~30일인 경우가 가장 많았고, 5~10일, 11~20일의 순으로 나타나고 있어, 판매처와의 외상거래는 대체로 일주일에서 한달 정도의 외상기간을 두고 거래하는 것으로 나타나고 있음.

<표 Ⅲ-61> 외상기간

구 분	5일 이내	5-10일	11-20일	21-30일	31-40일	41-50일	51일 이상	계
수	4	13	9	20	0	0	1	47
비율(%)	8.5	27.7	19.1	42.6	0	0	2.1	100.0

○ 단골비중을 도·소매로 나누어 살펴보면, 도매 또는 소매거래에 관계없이 지속적으로 단골관계를 형성하면서 거래가 이루어지고 있음. 다만 소매의 경우 단골거래의 비중이 상대적으로 낮은 수치를 보이고 있는 반면, 도매의 경우에는 단골거래 비중이 상대적으로 높은 수치를 나타내고 있음.

<표 Ⅲ-62> 도·소매 단골비중

	0-10%	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	90-100%	계
도매의 경우 단골비중	5	9	8	0	12	4	13	10	6	5	72
비율(%)	6.9	12.5	11.1	0	16.7	5.6	18.1	13.9	8.3	6.9	100.0
소매의 경우 단골비중	11	3	4	0	6	2	4	9	2	1	42
비율(%)	26.2	7.1	9.5	0.0	14.3	4.8	9.5	21.4	4.8	2.4	100.0

○ 1일 매입금액은 100~150만원의 경우가 가장 높은 비중을 보이고 있고, 다음이 150~200만원이며, 그 외는 거의 비슷한 분포를 나타내고 있음.

<표 Ⅲ-63> 1일 매입금액

구 분	50만원 이하	50 -100	100 -150	150 -200	200 -250	250 -300	300 -400	400 -500	500만원 이상	계
수	1	2	13	4	1	2	1	2	3	29
비율(%)	3.5	6.9	44.8	13.8	3.5	6.9	3.5	6.9	10.3	100.0

- 판매처와의 거래는 어느 특정 거래처와 대규모로 거래하는 경우는 드물고 다양한 판매처를 대상으로 영업을 하고 있는 것으로 나타났다.
- 대체로 거래비중이 낮은 수치를 보이고 있는 가운데, 상대적으로 도매시장밖의 거래비중이 높게 나타나고 있고, 지역중간도매상이나 중판이나 앞자리상을 포함한 도매시장내의 소매상에게 판매하는 경우가 높은 비중을 나타내고 있음.

〈표 Ⅲ-64〉 판 매 처

구 분	10%이내	10-20	20-30	30-40	40-50	50%이상	계
대형소매기업(기업형수퍼)	19	2	1	1	1	0	24
비 율(%)	79.2	8.3	4.2	4.2	4.2	0	100.0
중 판	14	9	5	0	4	3	35
비 율(%)	40.0	25.7	14.3	0	11.4	8.6	100.0
앞자 리 상	17	7	4	0	5	1	34
비 율(%)	50.0	20.6	11.8	0	14.7	2.9	100.0
지역중간도매상	12	12	10	0	2	2	38
비 율(%)	31.6	31.6	26.3	0	5.3	5.3	100.0
도매시장내 소매상	24	7	3	0	1	1	36
비 율(%)	66.7	19.4	8.3	0	2.8	2.8	100.0
도매시장밖 소매상	8	10	3	0	8	36	65
비 율(%)	12.3	15.4	4.6	0	12.3	55.4	100.0
대형요식업체	19	3	0	1	2	0	25
비 율(%)	76.0	12.0	0	4.0	8.0	0	100.0
기 타	7	3	2	1	0	1	14
비 율(%)	50.0	21.4	14.3	7.1	0	7.1	100.0

- 외상거래후 남아 있는 미수금을 업체수별로 나누어 살펴보면 10개 이하의 업체인 경우가 가장 높게 나타나고 있고, 11~20개, 21~30개인 경우가 거의 비슷한 양상을 보이고 있음.

<표 Ⅲ-65> 미수금 업체수 현황

구 분	10개 이하	11-20개	21-30개	31-40개	41-50개	51개 이상	무응답	계
수	21	6	6	3	1	4	4	45
비율(%)	46.7	13.3	13.3	6.7	2.2	8.9	8.9	100.0

- 미수금액은 거의 대부분이 1000만원 이하인 경우이고, 두번째 높은 비중을 나타내고 있는 1,000~2,000만원수준까지 고려하면 거의 대부분이 2,000만원 이하로 나타나고 있음.
 - 반면 1억~5억원 정도의 많은 미수금을 가지고 있는 업체수도 6개에 이르고 있으며, 5억원 이상의 미수금을 가지고 있는 상회도 1개소가 있었음.
 - 대규모 미수금이 남아 있는 경우는 대규모소매점과의 거래에서 발생한 것으로 생각되지만 경기가 좋지 않을 때에는 부실화의 직접적인 원인이 될 수 있다는 점에서 이 점 역시 부실의 도미노현상으로 인한 농민의 피해 가능성을 무시할 수 없는 실정임.

<표 Ⅲ-66> 미수금액 현황

미수금액	1,000만원 이하	1,000-2,000	2,000-3,000	3,000-4,000	4,000-5,000	5000-1억	1억-5억	5억 이상	계
수	18	8	2	2	4	4	6	1	45
비율(%)	40.0	17.8	4.4	4.4	8.9	8.9	13.3	2.2	100.0

5) 공영도매시장에 대한 의견

- 공영도매시장 입주가 가능하다면 하겠느냐는 질문에 대해서는 77.9%인 대다수의 상인들이 입주에 대해서 어떤 형태로든 강한 거부감을 가지고 있음.
 - 그 가장 큰 이유는 경매제가 시행되고 있다는 것이며, 따라서 공영도매시장에 입주하더라도 도매상(위탁상)제도만 보장된다면 입주하겠다는 의사를 보이고 있는 상인들이 거의 대부분이었음.
 - 이러한 현상은 건설중인 공영도매시장에 입주가 예정되어 있는 상인들에게도 그대로 나타나 공영도매시장 입주 후에도 도매상(위탁상)제를 관철해야 된다는 생각을 가지고 있는 상인이 대부분이었음.

〈표 Ⅲ-67〉 공영도매시장 입주 희망 여부

구 분	없 음	있 음	있을 때 이유	계
수	60	17	보호기능, 경쟁력약화, 거래투명성, 시설문제, 정보, 독점	77
비율(%)	77.9	22.1	-	100.0

- 앞에서 나타난 바와 같이 유사도매시장 상인이 가장 선호하고 있는 제도는 경매제가 아닌 도매상제(위탁상제)이며, 현행 농안법상의 시장도매인제를 과거의 위탁상으로 혼동하고 있는 상인이 거의 대부분이었음.

〈표 Ⅲ-68〉 공영도매시장의 바람직한 거래 형태

구 분	경매제	도매상제	기타 내용증			무 응 답	계
			소 계	직 판	혼 용		
수	4	69	2	1	1	2	77
비율(%)	5.2	89.6	2.6	(1.3)	(1.3)	2.6	100.0

- 유사도매시장의 정비 형태 역시 공영도매시장으로의 입주라는 제도권 시장으로의 진입을 통해서 해결하기보다는 거의 대부분이 기존의 도매상제(위탁상제)를 그대로 유지해 나가면서 시설의 개·보수를 통해 민영화하여 현재의 기득권을 그대로 고수하겠다는 생각을 가지고 있는 경우가 거의 대부분임.

<표 Ⅲ-69> 유사도매시장 정비형태

구 분	공영도매 시장입주	민영도매시장 (도매상제)으로 개·보수	기타	기타 내용중		무응답	계
				현재상태	그대로 이주		
수	5	60	8	6	2	4	77
비율(%)	6.5	77.9	10.4	(7.8)	(2.6)	5.2	100.0

- 정책건의 및 요구사항에 대한 질문에는 거의 대부분이 현재 본인이 느끼고 있는 불만점이나 문제점에 대하여 지적하고 있음.
- 무응답 13개 상회를 제외하고 이중 응답까지 포함한 다양한 의견을 기초로 하여 몇가지 유형으로 구분해 보면 다음과 같은 내용이 주종을 이루고 있음.
 - 현재 가장 큰 애로사항을 느끼고 있는 점중의 하나로서 주차문제해결 방안이 필요하다는 점.
 - 노후화된 건물의 개·보수를 통한 상권 활성화 조치 요망
 - 민영도매시장화 및 재래시장의 활성화를 통해 도매상제 거래제도 유지
 - 다수의 빈도를 보이고 있는 사항들을 나타내면 <표 Ⅲ-70>과 같음.

〈표 Ⅲ-70〉 정책건의 및 요구사항

민영도매시장화(14), 도매상제(위탁상제)유지(14), 재래시장의 활성화(12), 주차문제 해결(11), 경기 호전(7), 영세상인 중심 공영도매시장 입주(5), 현상유지(5), 건물시설보수(4), 공영도매시장이주반대(3) 등임.

- 기타의 견해로는 쓰레기 처리문제(2), 대형할인점으로 인한 피해(2), 급수시설 보충, 정부간섭이 너무 심함, 대형유통업체의 덤핑판매 시정, 대형유통업체 외상납품상품의 대금회수 불확실, 노점상단속으로 거래선 문제발생, 노상 진열 단속, 농협 역할 증대, 자율적 거래제도 보장, 산지공판장 및 집하장 확충 등의 의견을 제시하고 있음.

Ⅳ. 유사도매시장 정비사례 분석

1. 국내 유사도매시장 정비사례 분석

- 국내의 유사도매시장에 대한 정비는 도시계획에 의한 정비, 공영도매시장 개장에 따른 상권의 이전, 상권쇠퇴로 인한 타용도로의 전환 등 여러가지 요인에 의하여 이루어졌음.
- 그러나 대부분의 경우는 공영도매시장의 개장으로 인한 이전 형태로 이루어 졌지만 극히 일부지역의 일부시장을 제외하고 유사도매시장의 정비성과는 매우 미흡함.
일부 지역에서는 유사도매시장이 정비되지 못하고 오히려 유사도매시장이 새롭게 형성되는 경우도 발생되었음.
- 유사도매시장의 모든 상인과 상권을 이전하고 후적지를 폐쇄하는 경우, 유사도매시장의 일부 상인을 이전하여 후적지가 유사도매시장으로 계속 기능을 가지고 있는 경우, 공영도매시장으로 이전한 상인이 공영도매시장이 활성화되지 않아 다시 유사도매시장으로 돌아오는 경우, 공영도매시장이 활성화되지 못하고 공영도매시장 인근에 유사도매시장이 새롭게 형성되는 경우 등 다양한 결과로 나타나고 있음.

가. 서울

1) 용산시장권

가) 시장개황

- 한국농촌경제연구원의 조사결과(가락동 농수산물 종합도매시장 운영방안, 1983. 10)에 의하면 1983년 당시 용산시장은 청과물의 경우 서울지역 반입 물량의 60-70%가 이곳으로 반입되었으며, 의정부, 성남, 안양 등 수도권 농수산물유통의 중심적인 역할을 하던 국내 최대의 시장이었음.
- 용산시장은 법정도매시장이라고 할 수 있는 농협공판장과 서울청과에서 과일을 중심으로 경매를 실시하였고, 위탁상형태의 도매시장인 나진시장(나진산업), 태양시장(선인물산), 복개지시장(복개지 관리위원회) 등 여러개의 시장이 밀집되어 대규모 농수산물 도매시장을 형성하였음.
- 용산시장권에는 중도매인 220명, 위탁상 629명으로 도매상인은 849명이었으며 중간도매상 1,725명, 소매상인 1,000여명으로 총 3,500여명의 도·소매상인이 상활동을 하고 있었음.
- 1982년도 청과물의 거래물량은 141만톤, 거래금액은 3,600억원 정도로 추정 조사되었음.

나) 정비방법

- 국내최대의 유사도매시장이었던 용산시장은 가락동에 공영도매시장을 건설하여 용산시장권 전체를 이전하는 방법을 택하여 유사도매시장이 폐쇄되었으며, 위탁상을 포함한 도매상인 뿐만 아니라 소매상인까지 이전하였음.
- 위탁상인들은 동화청과, 한국청과, 국제청과 등 신설된 도매시장법인의 주주로 참여하거나 중도매인으로 이전하였으며, 중간 도매상은 중도매인 또는 직판상인으로, 소매상인은 직판상인으로 가락동 시장으로 이전하였음.
- 용산시장의 후적지는 서울시의 적극적인 지원과 건물소유주들이 시설 개보수를 통해 전자전문상가로 기능을 완전히 전환하여 후적지문제는 완전하게 해결되었음.
- 따라서 용산시장의 정비방법은 이전한 가락동도매시장에서의 경매 활성화 등 시장운영 조기정상화에 많은 어려움은 겪었지만, 개장도매시장의 상권 활성화, 상인정리 문제, 후적지 문제는 쉽게 해결되었다고 할 수 있음.

2) 청량리시장권

가) 시장개황

- 한국농촌경제연구원의 조사결과(가락동 농수산물 종합도매시장 운영방안, 1983. 10)에 의하면 청량리시장은 구리시에 공영도매시장이 건설되기 전까지는 동대문구, 성동구, 성북구 등을 상권으로하며 법정도매시장이었던 동

부청과, 농협공판장, 유사도매시장인 경동시장, 동서시장으로 형성된 대규모 도매시장이었음.

- 과일을 주로 취급하던 농협공판장은 경매형태의 거래가 이루어졌으나 채소를 주로 취급하던 동부청과는 유사도매시장과 마찬가지로 위탁상 중심의 거래형태로 임대료 사업자에 불과하여 법정도매시장으로서의 기능은 전혀 수행하지 못하였음.
- 1983년도에 청량리시장에는 법정도매시장의 중도매인과 유사시장의 위탁상을 포함하여 도매상인은 318명, 중간도매상 1,000여명이 상활동을 하였음.
- 1982년말 기준으로 연간 거래규모는 청과물의 경우 거래물량은 67천톤, 거래금액은 1,063억원으로 조사되었음.

나) 정비방법

- 청량리시장은 구리도매시장이 서울시와 구리시 그리고 경기도의 공동투자에 의해 건설되었으며 개설자는 구리시로서 서울시는 도매시장의 건설 및 시장이전에 있어서 주관적인 입장에 있지 못하였음.
- 이전방법은 기존의 청량리시장내 상권전체 및 거주상인 모두를 이전하는 방법이 아니고 그중 일부상인을 중심으로 이전하는 형태가 되었으며, 기존의 법정도매시장이었던 동부청과가 도매시장법인 선정에서 탈락하고 신규로 설립된 도매시장법인이 선정되었음.
- 근본적인 후적지문제는 전혀 해결되지 못하였고 그동안 구리도매시장 활성화

화 차원에서 일부 남은 상인들의 상활동이 정상적으로 이루어지지 못하도록 반입차량에 대한 불법주차 단속 등의 조치를 취하였음.

- 상인들의 집단시위 및 집단민원 등에 대해서 서울시는 구리도매시장의 개설자가 아닌 서울시민들의 편의를 제공하는 입장에서 문제를 접근하였기 때문에 적극적인 문제해결 의지가 부족.
- 후적지문제가 해결되지 못하여 기존의 청량리시장은 구리도매시장개장 이전의 형태로 시장을 형성·유지하고 있어 유사도매시장 문제는 전혀 해결하지 못한 실패 사례로 볼 수 있음.

나. 부산

1) 시장개황

- 한국농촌경제연구원의 조사결과(부산시 서부권 농산물도매시장건설 기본계획 및 관리운영방안 수립연구, 1989.4)에 의하면 엄궁동 공영도매시장이 개설되기 이전인 1988년 부산시에는 12개의 법정도매시장과 4개의 농협공판장, 10개의 유사도매시장이 있는 것으로 조사되어 타도시에 비해 많은 법정도매시장이 개설되어 있었으며 또한 유사도매시장도 난립되어 있었음.
- 유사도매시장은 충무동과 감전동새벽시장, 부전시장, 보수시장, 수영시장, 구포시장, 자유시장, 토성시장 등의 도매 또는 소매시장 주변에 분포되어 있었으며 위탁상수는 325명으로 조사되었음.

- 충무동시장권은 법정도매시장인 부산청과, 한일청과, 서부산청과 등과 농협 공판장 충무동 분장이 있었으며 유사도매시장은 충무동 새벽시장, 보수시장, 토성상가 등이 분포되어 있었음.
- 부전동시장권은 법정도매시장인 서면청과, 한전청과, 부산진중앙청과 등과 농협공판장 본장 이외에 청과물 위탁상들의 최대밀집지역으로 4개의 유사도매시장이 서면로타리와 부전역에 접하는 도심지에 위치하여 독자적인 상권을 형성하였음.

2) 정비방법

- 부산시는 엄궁동 공영도매시장을 개장하면서 입주도매시장법인 선정시 난립되어있던 법정도매시장과 공판장을 중심으로 통폐합을 통해 도매시장법인을 선정하였음.
- 따라서 공영도매시장이 개장되었지만 유사도매시장을 폐쇄하고 상인을 공영도매시장으로 입주시키는 방법을 선택할 수 없어 유사도매시장에 대한 정비의 성과는 매우 미미하였음.

다. 대구

1) 시장개황

- 한국농촌경제연구원의 조사결과(지방주요도시 농수산물유통현황 분석, 1982.12)에 의하면 매천동 북부공영도매시장이 개장되기 이전인 1982년 대

구시에는 2개소의 법정도매시장과 4개소의 농협공판장 그리고 7개소의 유사도매시장이 있었음.

- 법정도매시장으로 개장된 팔달농산물(주)은 위탁상들에게 점포를 임대해주고 임대료를 받는 기능밖에 하지 못하였으며 칠성시장, 대성시장, 서문시장은 소매시장으로 허가받은 시장으로서 입주상인들이 도매행위를 하였으며 원대시장, 팔달시장, 능금시장은 위탁상들이 군집하여 시장을 형성하여 유사도매시장화 되었음.

2) 정비방법

- 대구시는 공영도매시장법인 선정시 기존의 법정도매시장과 공판장 그리고 유사도매시장 위탁상을 중심으로 한 도매시장법인을 입주 시켰음.
- 기존의 유사도매시장을 완전폐쇄하여 정비하지 못하고 선별적으로 입주시킴으로써 일부유사도매시장은 계속적으로 시장이 유지되고 있음.

라. 광주

1) 시장개황

- 한국농축수산물유통연구원의 조사결과(광주시 농수산물도매시장건설 타당성 조사연구, 1985.7)에 의하면 각화동 공영도매시장이 개장되기 이전인 1985년 광주시에는 2개소의 법정도매시장과 3개소의 농협공판장 그리고 3개소의 유사도매시장이 있었음.

- 대부분의 시장은 시내 중심가에 위치하고 있으며 양동, 대인동, 남광주역 등에 커다란 상권을 형성하고 있었음. 특히 양동시장은 광주를 대표하는 종합도·소매시장으로서 이 시장권에는 청과물유사시장과 광주공판장이 포함되어 있었음.
- 광주공판장이 이전하여 거래물량 등 청과물 상권이 많이 약화되었으며 현재는 양동시장에는 무, 배추를 중심으로한 유사도매시장이 일부 상권을 형성하여 유지 되고 있으며 다른 지역의 유사도매시장은 거의 상권을 형성하지 못하고 있음.

2) 정비방법

- 광주시는 공영도매시장 입주 도매시장법인 선정시 기존의 법정도매시장과 공판장을 중심으로 법인을 선정하고, 유사도매시장의 위탁상을 중심으로 한 법인도 선정.
- 유사도매시장의 위탁상을 공영도매시장으로 많이 흡수하여 현재 잔존하고 있는 양동시장의 청과물 위탁상 극히 일부를 제외하고 유사도매시장의 상권을 흡수하는데 성공하였음.
- 법정도매시장이나 공판장의 후적지문제도 무난히 처리되어 광주시에는 유사도매시장의 비중이 매우 낮으며 큰 문제로 제기되지고 있음.

마. 인천

1) 시장개황

- 한국농촌경제연구원의 조사결과(인천직할시 농산물도매시장건설 타당성조사 연구, 1985.1)에 의하면 구월동 공영도매시장이 개장되기 이전인 1983년 인천시에는 2개소의 법정도매시장과 5개소의 공판장 그리고 4개소의 유사도매시장이 있었음.
- 법정도매시장인 부흥실업은 주변에 진흥자유시장, 부평종합시장, 부평자유시장 등 3개소의 종합소매시장과 원협공판장 및 3개소의 유사도매시장으로 상권이 형성되어 있었음.
- 인천농산물 주변에도 60개의 위탁상 점포가 있는 평화자유시장과 채소만 취급하는 원협공판장 분장이 있어 하나의 상권을 형성하였음.

2) 정비방법

- 인천시는 구월동 공영도매시장입주 도매시장법인 선정시 기존의 법정도매시장외에 유사도매시장의 위탁상을 중심으로한 도매시장법인을 선정하였음.
- 기존도매시장의 후적지 문제 및 유사도매시장에 남은 상인들의 문제로 유사도매시장이 완전히 정비되지 못하고 계속 유지되고 있음.

바. 대전

1) 시장개황

- 한국농촌경제연구원의 조사(지방주요도시 농수산물유통현황분석, 1982.12)에 의하면 오정동 공영도매시장이 개장되기 이전인 1982년 대전시에는 1개소의 법정도매시장(대전수산청과)과 1개소의 농협공판장 그리고 4개소의 유사도매시장(청과1, 수산2, 양곡1개소)이 있었음.
- 동구 정동농협공판장 주위에는 위탁행위를 하는 상인이 40여개 점포를 중심으로 유사도매시장을 형성하고 있었으며 이곳을 역전시장이라고 칭하였음.

2) 정비방법

- 대전시는 오정동 공영도매시장법인 선정시 기존의 법정도매시장과 공판장을 중심으로하고 유사도매시장의 일부 위탁상을 중도매인으로 흡수하였음.
- 공영도매시장으로 이전후 기존의 법정도매시장 및 공판장의 후적지가 폐쇄되지 않고 계속 시장으로 기능을 수행하여 지금의 유사도매시장으로 발전하였음.
 - 삼성시장은 대전청과가 공영도매시장으로 입주하고 난후 그 위치에서 유사도매시장이 유지되어 왔고, 역전시장은 농협공판장위치에서 유사도매시장이 유지되어 오고 있음.
- 대전시는 공영도매시장개장에 따른 기존시장의 후적지문제를 해결하지 못하여 유사도매시장의 정비에 실패하였고, 공영도매시장 맞은편에 새로운 유사도매시장이 형성되는 등 유사도매시장 정비에 많은 문제점이 노출되었음.

사. 울산

1) 시장개황

- 지역개발조사연구단의 조사결과(울산시 농수산물도매시장 건설타당성 조사 연구, 1985.10)에 의하면 삼산동 공영도매시장이 개장되기 이전인 1985년 울산시에는 1개소의 법정도매시장과 1개소의 원협공판장 그리고 1개소의 유사도매시장이 있었음.
- 상설소매시장으로 허가된 학성동 역전시장에는 40여명의 위탁상들과 양곡도·소매상인들이 모여 하나의 상권을 형성하고 있었음.

2) 정비방법

- 울산시는 공영도매시장입주 법인 선정시 기존의 법정도매시장과 원협공판장을 그대로 선정하고, 역전시장의 위탁상인을 중도매인으로 흡수하여 유사도매시장의 상권을 약화시켰으나 완전 폐쇄되지 않고 계속 유지되고 있음.

2. 일본의 유사도매시장 정비 사례

가. 일본 도매시장의 종류

- 일본의 도매시장법(제2조 2항)에 의하면 농수산물도매시장은 중앙도매시장, 지방도매시장, 규모미만 지방도매시장의 3종류로 구분되어 있으며 종류별 요건과 개요는 다음과 같이 각각 다름.
 - 중앙도매시장 : 개설자는 都, 道, 府, 縣, 市 등의 지방공공단체로서 都, 道, 府, 縣과 인구 20만 이상인 市에 농림수산 대신의 허가를 받아 개설하는 도매시장을 말하며 도시 및 주변 지역 뿐만 아니라 당해 지역외의 광역에 이르기까지 신선식료품 등의 도매의 중핵적 거점이 되는 도매시장임. 다만, 인구 20만 이상이 되는 대도시에 있는 도매시장이라고 하더라도 거점시장이 아닌 시장은 지방도매시장으로 존재하는 경우도 많음.
 - 지방도매시장 : 중앙도매시장 이외의 도매시장으로서 개설자는 지방공공단체에 한정하지 않고 주식회사, 농협, 수협등도 가능하지만, 개설 할 경우에는 都, 道, 府, 縣지사의 허가가 필요함. 그리고 도매장 면적이 일정 규모 (청과 330㎡, 수산생산지 330㎡, 수산 소비지 200㎡, 식육 150㎡, 화훼 200㎡) 이상이어야 함.
 - 규모미만 지방도매시장 : 중앙도매시장 및 지방도매시장 이외의 도매시장으로 매장면적이 법으로 정해진 일정 면적에 달하지 못한 시장임. 그렇지만 중앙도매시장이나 지방도매시장처럼 경매를 하고 있으며 우리가 흔히 말하는 유사도매시장이 바로 이 규모미만 지방도매시장과 같다고 할 수 있음.
- 위와 같이 일본에는 농수산물 도매시장이 중앙도매시장과 지방도매시장 그리고 규모미만 지방도매시장의 3종류로 나누어져 있으며 중앙도매시장은

집산적 중핵시장으로서 그리고 지방도매시장은 거점시장으로서 물류면에서는 전승으로 상호 보완관계를 유지하고 있음.

- 특히 농수산물도매시장은 都, 道, 府, 縣 별로 중앙도매시장을 정비, 이전시키거나 아니면 지방도매시장을 정비, 이전시킨다거나 또는 규모미만 지방도매시장에 대한 정비계획을 세우는 등 지역의 실정에 따라 정비 대상 시장이 각각 다름.

○ 전국 87개 지역에 개설되어 있는 중앙도매시장의 경우 대부분 정비, 이전이 이루어진 상태이며 동경의 築地시장과 같은 극히 일부 지역의 중앙도매시장만 현재 정비, 이전 계획 중에 있음.

- 그리고 많은 지역이 지방도매시장과 규모미만 지방도매시장을 함께 정비를 진행하고 있으며 특히 규모미만 지방도매시장은 정비, 이전 과정을 통하여 지방도매시장화 하는 경향임.

○ 그러므로 본 보고는 규모미만 지방도매시장을 정비, 이전시켜 지방도매시장으로 정착시킨 아이찌현(愛知縣)의 사례를 소개하고자 한다.

나. 아이찌현 내의 유통구조의 특징

1) 유통구조의 특징

- 유통의 대형화·광역화
 - 생산, 소매단계의 대형화 : 생산자 단계에 있어서 유통의 계획화, 대형화가 진전되고 있으며 소매단계도 일반 소매점이 감소하고 대형점이 증가하여 구매단위의 대량화가 진전되고 있음.

- 유통의 광역화 : 이러한 대형화의 결과 시장유통에 대해서 대량의 물품을 안정적으로 제공하는 기능이 요구되어 좁은 권역의 유통은 점차 대응할 수 없게 되어졌음.

○ 시장 간 경쟁의 격화와 계열화의 진전

- 도매시장간 경합관계의 다양화 : 광역유통의 진전에 의해 입하선의 경합과 동시에 대형수요자를 중심으로 한 판매선의 경합을 부르게 되었음.
- 시장간 격차의 확대 : 광역적으로 집하가 가능한 도매시장과 그렇지 못한 도매시장과의 격차가 확대되고 있음.
 - 현 내 지방도매시장의 취급량의 추이를 보면 각 시장 모두 감소 또는 정체경향에 있는 중으로 연간 취급량 1만톤 이하의 시장은 취급량의 감소경향이 현저하게 나타나고 있음.
 - 반면에 취급량을 확대하고 있는 시장은 연간 취급량 4만톤 수준의 시장으로 특히 정비를 마친 근대적인 시장은 커다란 신장을 나타내고 있음.
 - 출하단체의 조직에 의한 산지의 대형화는 취급량의 규모가 작은 도매시장에 대해 출하를 차별 또는 기피하는 등으로 소규모 시장들은 산지에서 공동출하·계통출하 되는 물품은 수집이 곤란해졌음. 이러한 시장에서는 상품구색·물량확보를 도모하기 위해서 중앙도매시장으로 부터의 전송에 의존하고 있음. 한편, 종래 이러한 소규모도매시장의 주 판매선이었던 일반소매점은 그 수가 감소되어 양판점에게 점유율을 빼앗기고 있음.
 - 이러한 소규모시장에서는 집하면과 판매면 모두 점점 어려운 상황에 놓이게 되었고 경영 또한 차츰 어려운 경향에 있음.
- 계열화의 진전 : 지방도매시장 중에는 집하면에서 경쟁력을 높이기 위해서 중앙도매시장의 도매업자(도매시장법인)과의 제휴관계를 형성하여 강

화하려고 하는 업자도 볼 수가 있음.

○ 수요의 대형화와 욕구의 변화

- 소매단계에서 양판점이 점유하고 있는 비율이 확대되고 지방시장에 대한 욕구도 변화되고 있음.
- 양판점은 품질·양의 균질성과 가격의 안정성을 요구하고 소비자로부터의 신뢰성 확보와 물류의 합리화를 도모하고자 하는 욕구가 강해져 있음. 또한 도매시장의 입장에서는 취급량을 확대하기 위해 양판점과의 거래를 확대·증진시키는 것 이외에는 특별한 방법이 없는 것이 현실임.

○ 시장의 유통의 확대

- 유통 합리화의 하나의 수단으로서 도매시장을 경유하지 않는 각종의 유통이 진전되고 있음.

2) 도매시장 정비 방침

○ 정부의 기본 방침<표 IV-1>에 기인하여 현은 제5차의 아이찌현 도매시장 정비계획 (목표년도 2000년)을 1992년 2월에 공표하였음.

- 현의 도매시장정비계획은 5개년 계획으로 제1차년도는 1972년에 책정하여 1997년도가 제6차 계획년도임.

<표 IV-1> 도매시장 제도개혁의 기본 방침

▶ 상황 변화 ◀

1) 산지 대형화의 진전

- ① 산지의 의지를 반영한 거래
- ② 확실하고 원활한 대금결제
- ③ 이를 위한 도매시장법인의 체질강화

2) 대형 구매자들의 발언력 강화

- ① 확실하고 안정적인 거래
- ② 개점시간에 알맞는 배송

3) 시장의 유통의 확대

- ① 수입의 증대, 정보화의 진전에도 기인
- ② 교통의 혼잡, 시장의 협익화 심화

4) 도매시장법인·중도매인의 경영악화

- ① 도매시장의 기능저하·불활성화
- ② 도매시장 전체의 신용력 저하

5) 시장간의 경합

- ① 물류인프라의 정비 등에 기인
- ② 주로 광역유통에서 현저



▶ 과 제 ◀

1) 시장관계자의 경영체질 강화

- ① 시장기능의 향상·시장의 활성화를 통한 산지·소비자에 대한 서비스 향상
- ② 생산자가 강하게 요구하는 확실한 결제기능에 부합하는 신용력 향상

2) 시장이용자의 욕구에 대응한 거래방법의 설정에 의한 시장 이용성의 향상과 활성화

- ① 산지·구매자의 다양한 요구에 적절히 대응하기 위하여, 시장·품목 중심의 거래방법 설정
- ② 이 경우에 공정·공개적 관점에서 소요되는 담보조치를 구할 필요성
 - 관계자의 협의에 의한 를 결정
 - 거래결과의 엄정한 공표
 - 불공정한 거래의 개선조치

3) 가격·수량 등의 거래정보 게시

4) 원활하고 확실한 결제확보 조치의 강화

5) 유통비용의 절감에 필요한 규제 완화

- ① 상물일치 규제의 완화
- ② 위탁집하규제의 완화

6) 유통의 광역화에 대응한 시장재편 혹은 시장운영의 연대 등의 추진



▶ 대응 방안 ◀

1) 시장관계업자의 경영체질 강화

- ① 도매시장법인 · 중도매인의 경영체질 강화
 - 사업 인수 · 합병에 의한 대형화
 - 중도매인의 공동사업에 의한 업자수의 적정화
 - 이를 위한 금융상의 지원 조치
- ② 도매시장법인의 재무의 건전화
 - 유동비율 등 지도기준의 명확화
 - 도매시장법인에 대한 경영개선명령 등

2) 거래방법의 개선

- ① 공정 · 효율적인 거래의 명시
- ② 거래수량 · 가격 등 유통정보의 성실한 공개
- ③ 시장 · 품목 중심으로, 관계자의 의견을 청취하여
개설자가 거래방법을 업무규정(조례)으로 설정
 - 상대매매의 가격 · 수량을 공표
 - 최저경매수량의 설정
 - 시장거래위원회에 의한 개선의견
- ④ 시장관계자로 구성된 시장거래위원회의 설치
- ⑤ 확실한 결재확보의 명시
- ⑥ 상물일치 · 위탁집하규제의 완화

3) 도매시장 재편의 원활화

- 필요한 규정의 정비

- 품목별 유통권을 아래 <그림 IV-1, 청과물 유통권 구분도>에 나타난 바와 같이 청과물은 西三河, 尾張, 東三河지역으로 구분하고 식육 및 화훼에 대해서는 현 전역을 설정하고 각각 성격이 다른 중핵시장, 거점시장, 지구시장을 정비하는 것으로 하고 있음.
 - 더욱이 나고야시 중앙도매시장 개설구역 내에 있는 지방도매시장에 대해서는 정부의 도매시장 정비 기본방침에 준거해서 검토하는 것으로 하고 시장의 입지조건이나 중앙도매시장과의 기능분담 등에서 필요한 경우 지구시장으로서 정비, 배치할 방침임.
- 제4차 정비(1987년)까지 尾張유통권내의 중핵거점시장의 정비는 이미 끝났으며, 西三河유통권에는 한두지역이 정비되었고 나머지 몇지역이 정비할 곳으로 아직 남아 있으며, 東三河유통권에는 아직 정비되지 않은 시장이 그대로 있음.
 - 이 중 청과물을 취급하고 있는 시장에 대해서는 나고야시(名古屋市)중앙도매시장이 중핵시장으로서 설치되어 있기 때문에 尾張유통권에는 나고야시를 둘러싼 위성시장인 5개 시장과 西三河 유통권에는 3개 시장 그리고 東三河 유통권에는 1개의 거점시장을 정비, 배치할 방침임.
 - 이 중핵 및 거점시장에서 현내 도매시장 유통의 대부분을 차지하여 권내 수요량의 70%를 점하고 있다고 생각됨. 그러므로 현내의 유통체계는 거의 확립하게 됨.
- 화훼류를 취급하고 있는 나고야지역(나고야시와 그 주변지역을 포함한 지역)의 화훼도매시장에 대해서는 절화를 중심으로 한 1개의 중핵시장과 분화를 중심으로 한 거점시장으로 정비, 배치하고 기타 지역의 화훼도매시장은 청과시장과 결합하여 거점시장으로서 정비, 배치하기로 방침을 세워 놓고 있음.

3) 현 내 도매시장 현황

- 현 내 도매시장은 농산물의 생산과 소비를 연결해 주는 유통의 거점으로서 <표 IV-2>와 <그림 IV-2>, <그림 IV-3>에 나타난 바와 같이 나고야시에 중앙도매시장(종합 2, 축산물 1)이 3개소에 개설되어 있고, 현 내 각지에 지방도매시장이 79시장(종합 5, 청과물 39, 화훼 11개소 등)이 개설되어 있음. 또한 이 외에 기타시장으로서 청과물 3, 화훼 18개소 등 합계 27개 시장이 현 내 각지에 분포되어 있음.

<표 IV-2> 현 내 도매시장수 및 도매시장법인수

	시장수	도매시장법인수						
		종합 (청과, 수산)	청과	수산물	축산물	화훼	계	
중앙 도매 시장	종합시장(청과, 수산)	2	4	4			8	
	청과시장							
	축산물시장	1			1		1	
	계	3	4	4	1		9	
지방 도매 시장	종합시장(청과, 수산)	5	3	4	2		9	
	청과시장	39	39				39	
	수산물시장	8		8			8	
	수산산지시장	13		13			13	
	축산물시장	3			3		3	
	화훼시장	11				11	11	
	계	79	3	43	23	3	11	83
기타 시장	청과시장	3	3				3	
	수산물시장	1		1			1	
	수산산지시장	5		5			5	
	축산물시장							
	화훼시장	18				18	18	
	계	27		3	6		18	27
합계		109	3	50	33	4	29	119

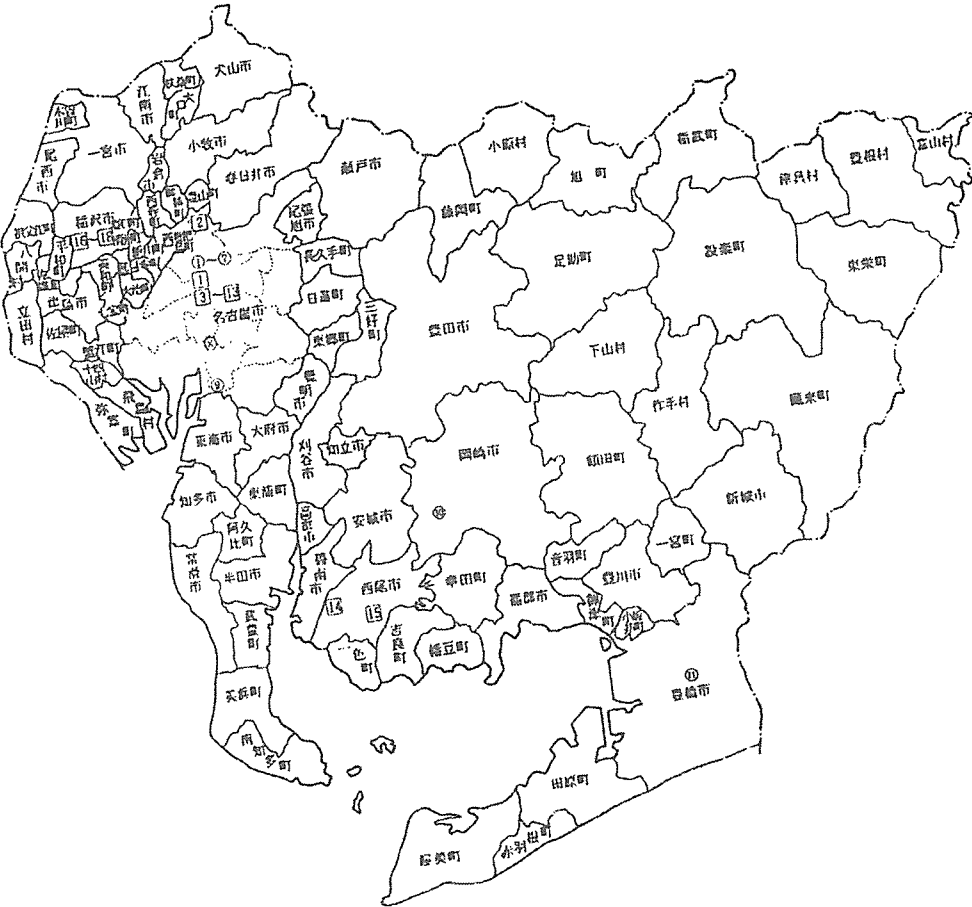
<그림 N-2> 아이찌현 청과시장 (종합시장 포함) 분포도



No	도매시장명	No	도매시장명	No	도매시장명	No	도매시장명
○ 중앙도매시장							
A	名古屋市중앙도매시장본장	10	大曾根청과지방도매시장	23	新舞子식품지방도매시장	36	大一清果宝飯지방도매시장
B	名古屋市중앙도매시장북부시장	11	鳴海청과지방도매시장	24	愛中岡崎지방도매시장	37	大一清果豊川지방도매시장
		12	尾三협동청과지방도매시장	25	愛中知立지방도매시장	38	大一清果新城지방도매시장
○ 지방도매시장							
1	一宮지방종합도매시장	13	一宮中央魚菜지방도매시장	26	愛中安城지방도매시장	39	大一清果田原지방도매시장
2	豊田市공설지방도매시장	14	起청과지방도매시장	27	愛中西尾지방도매시장	40	大一清果龍江지방도매시장
3	尾張東지방도매시장	15	愛北종합도매시장	28	愛中一色지방도매시장	41	豊橋중앙청과지방도매시장
4	犬山청과지방도매시장	16	稻澤청과지방도매시장	29	丸八岡崎청과지방도매시장	42	豊川청과지방도매시장
5	知多남부종합시장	17	豊明청과지방도매시장	30	衣浦종합지방도매시장	43	浦郡청과지방도매시장
6	祖父江청과지방도매시장	18	西春중앙청과지방도매시장	31	刈谷청과지방도매시장	44	三河청과지방도매시장
7	名古屋남부청과시장	19	名古屋西유통센터	32	西尾청과지방도매시장	◇ 기타 시장	
8	正色청과지방도매시장	20	横須賀청과지방도매시장	33	米津청과지방도매시장	1	木曾川청과시장
9	名古屋下之一色청과	21	大府청과지방도매시장	34	吉田港청과지방도매시장	2	愛知청과시장
		22	岡田청과지방도매시장	35	大一清果豊橋지방도매시장	3	大一清果野衣시장

(주) 중앙A·B 및 지방도매시장 1 ~ 5번은 종합시장임

<그림 N-3> 아이찌현 화훼시장 분포도



○ 지방도매시장		11	豊橋생화지방도매시장	10	万常화훼도매시장
1	(주)花兼화훼지방도매시장	○ 기타 시장		11	中京화훼원에농업협동조합
2	(주)細野화훼지방도매시장	1	稻本생화도매시장		
3	(주)東海화훼지방도매시장	2	田村생화도매시장	12	중앙생화도매시장협동조합
4	(주)名古屋화훼지방도매시장	3	竹島생화도매시장		
5	아마에생화시장(주)	4	白石생화도매시장	13	名古屋생화도매협동조합
6	(주)福花園화훼지방도매시장	5	太閤園생화도매시장	14	西尾생화시장
7	(주)花春생화지방도매시장	6	名古屋화훼도매시장	15	西尾식물거래시장
8	지방도매시장日觀	7	埴矢생화도매시장	16	稻澤식물시장
9	일본양관(주)지방도매시장	8	櫻井화훼도매시장	17	矢습식물시장
10	三河생화지방도매시장	9	丸正화훼도매시장	18	井堀식물조합시장

* 자료 : <표 N-2, 그림 N-2, 그림 N-3> 愛知縣 경제유통과 제공

4) 도매시장 정비 계획의 변천

- 그동안 현정부가 추진해온 현내 도매시장의 정비계획과 이에 대한 실적을 살펴보면 다음 <표 IV-3>에 나타난 바와 같음.

<표 IV-3> 도매시장 정비계획의 변천

(단위 : 시장)

정비계획 (년 차)	목 표 년 도	계획책정시 시장 수	목표년도 정비시장수	정비실적수
제 1 차 (1972. 10)	1980년도	143	42	13시장 → 6시장
제 2 차 (1976. 11)	1985년도	127	53	13시장 → 3시장
제 3 차 (1981. 11)	1990년도	118	52	12시장 → 6시장
제 4 차 (1986. 11)	1995년도	115	53	5시장 폐지
제 5 차 (1992. 2)	2000년도	110	47	2시장 폐지

- 위의 표를 보면 제1차 도매시장정비계획은 1972년 10월부터 시작하여 2000년도를 목표연도로 1992년 2월에 제5차 도매시장정비계획을 세워 정비를 해 오는 과정에서 38개 시장을 15개 시장으로 정비하였고 7개시장을 폐지시켰음.
- 현재 목표연도를 2005년도로 하여 제6차 도매시장정비계획이 진행중에 있으나 화훼류 도매시장 중 절화부문은 해당 시와 시장상인과의 이견을 좁히지 못하여 후술하는 바와 같이 결국 절화류 도매시장의 정비는 백지화하게 되었음.

5) 지방도매시장의 정비과제

○ 생산지·소비지의 확대와 그 대응

- 소규모 도매시장의 통합 등에 의한 규모확대

- 생산지·소비지의 확대에 대응할 수 없는 도매시장은 점차 경영이 압박을 받게 되는 것은 자명한 사실임.
- 특히 규모가 작은 도매시장은 욕구의 변화에 대응하는 힘도 없기 때문에 거래규모에 맞춰 경비절감과 더불어 축소 긴축형 경영 등으로 살아남기 위한 방책을 세우지만 장래 전망은 어두움. 그렇기 때문에 도매시장의 활성화라고 하는 관점에서 보면 합병, 통합 등을 통해서 욕구변화에 대응할 수 있는 힘을 높이는 것이 필요함.

- 주변시장과의 제휴에 의한 네트워크화

- 거래규모의 소규모성, 경영의 취약성을 보완하기 위해서 타시장과의 제휴를 도모함으로써 산지, 양관점의 욕구에 보답할 수 있는 거래규모의 확보를 꾀할 필요가 있음.

- 산지시설의 근대화

- 포장 가공 등 선도유지시설, 배송시설, 정보시설 등의 충실을 도모할 필요가 있음.

- 거래 원칙의 확립

- 공정·공평의 관점과 공공성을 유지하고 시장 실태를 반영한 거래원칙의 확립을 도모함.

○ 지방도매시장의 존재의의의 확립과 독자성의 확보

- 식료의 안전공급

- 중소소매점의 활성화

- 지방유통의 확보
- 지역 농업진흥, 농지 확보
- 유통의 합리화
- 지역의 도시시설

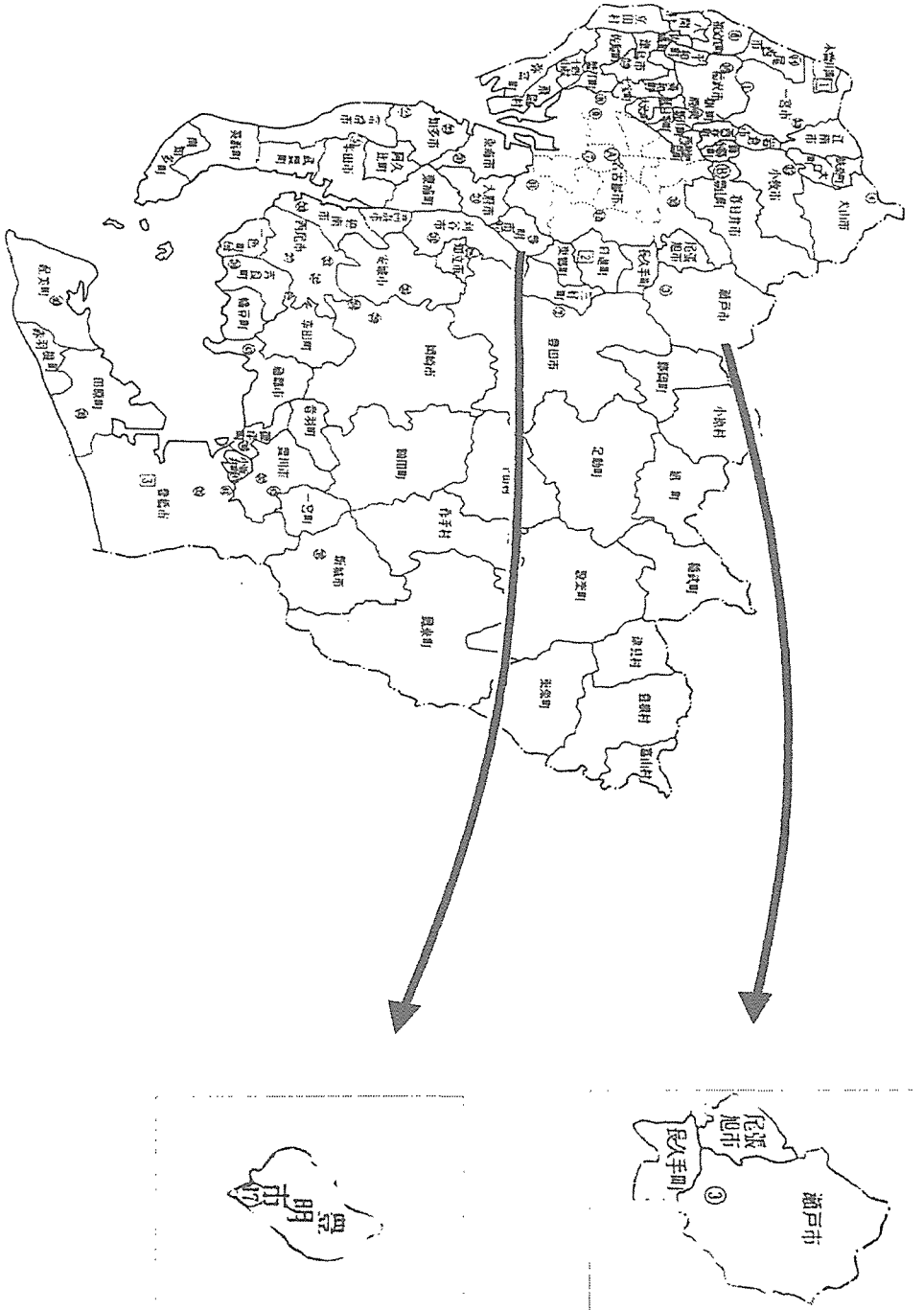
다. 도매시장 정비 사례

- 愛知縣이 현 내 지방도매시장을 정비하여 오는 과정 속에서 정비가 성공적으로 이루어진 시장 중에서 『尾張東地方都賣市場』과 『愛知豊明花卉地方都賣市場』 2개소 <그림 IV-4>와 정비계획이 실패로 돌아간 가칭 『名古屋折花地方都賣市場』 1개소를 선정하여 소개하기로 함.

1) 尾張東지방도매시장

- 시장 개황
 - 愛知縣 동북부 지역인 “瀨戶市”에 유사도매시장인 「지방도매시장 瀨戶 중앙종합시장」과 「丸瀨戶지방도매시장」이 유사도매행위를 하여 왔음.
 - 이들 시장들은 인근 소수의 소매상 또는 가공업자들로 구성된 중매인을 대상으로 경매를 하고 있던 유사도매시장이었음.
 - 시장이 협소할 뿐만아니라 주택가에 위치해 있는 관계로 항상 교통체증에 의한 민원 발생의 원인이 되어 왔음.
 - 그 결과 縣정부는 제2차 도매시장 정비계획(1976년 11월 : 목표연도 1985년도)에 이 두시장을 포함시켰음.

<그림 N-4> 아이찌현 정비, 이전한 종합 및 화훼지방도매시장 위치도



〈표 IV-4〉 尾張동부지방도매시장의 개요

구 분		내 용	비 고
명 칭		尾張東地方都賣市場	
소재지		愛知縣瀨戶市南山口町 640番地	
주공급권		瀨戶市 · 尾張旭市 · 長久手町	
면 적		47,930 m ²	
시 설 면 적	시 장 동	6,834 m ²	철골 콘크리트조
	창 고 동	392 m ²	철골조
	관련상가동	617 m ²	철골 콘크리트조
	가공처리동	340 m ²	철골조
	관 리 동	1,961 m ²	철골 콘크리트조
	주 차 장	12,875 m ²	515 대
	기타 시설	1,334 m ²	
	소 계	24,498 m ²	
취급품목		청 과 부	청과·화훼 및 가공품
		수 산 물 부	신선수산물 및 가공품
시장종사자		도매시장법인	1 사
		중도매인	청과 : 3사, 수산 : 3사
		매출인	청과·수산 : 100인 수산 : 55인
관련업자		관련상가 점포	26 점포
		서비스 점포	4 점포
거래형태		경매	거래 원칙
개설자		제3섹타	개설, 관리, 운영

○ 정비 방법

- 제2차 도매시장 정비계획(1976년 11월 : 목표연도 1985년도)에 의하여 유사도매시장인 「지방도매시장 瀨戶중앙종합시장」과 「丸瀨戶지방도매시장」을 정비, 통합하여 愛知縣 동북부지역인 “瀨戶市”에 지방도매시장으로 개설 하였음.

- 개설, 관리, 운영은 제3섹타가 하는 지방도매시장으로서 화훼를 포함한 청과, 수산을 취급하는 종합 거점도매시장임.
- 거래는 품목별 소단위도 일일이 경매를 하는 이동식 경매를 원칙으로 함.
- 尾張동부지방도매시장에 대한 개요는 위 <표 IV-4>와 같음.
- 그러나 愛知縣 동북부 지역에는 <표 IV-5>에 나타난 바와 같이 아직도 유사도매시장이 유사도매행위를 하고 있음.

<표 IV-5> 愛知縣 동북부지역의 유사시장

위 치	인구(천명)	대상시장	개설형태	취급품목	취급고(억円)	법인수
尾張서부	479	一宮總合	제3섹타	청과·수산	95·121	2·3
尾張중부	793	愛北總合	협업조합	청 과	42	1
尾張동부	369	尾張東	제3섹타	청과·수산	27·55	1

2) 愛知豊明화훼지방도매시장

○ 시장 개황

- 愛知縣 내에는 25개의 화훼시장이 각 지역에 분포되어 있으며 이중 <표 IV-6>에 나타난 바와 같이 22개 화훼시장이 名古屋市의 한지역에 운집해 있었음.
- 22개 시장 중 3개시장은 분화전문 유사시장이고 나머지 19개 시장은 절화를 취급하는 생화유사시장임.
- 한 지역에 많은 수의 시장이 밀집되어 있음으로 인하여 대형화물 차량의 빈번한 출입과 주·정차로 인한 교통체증으로 많은 민원이 발생하게 되었음.

- 각 시장별 규모의 영세성으로 인하여 대량의 산물에 대응한 판매력 부족 등으로 생산 출하자들의 불만이 고조 되었음.

<표 IV-6> 縣 內 화훼류 지방도매시장의 현황

시 장 명	소 재 지	개설자 및 도매법인명	시설규모(㎡)			비 고
			용지	매장	주차장	
(주)花兼화훼지방도매시장	名古屋市中區송원1-16-25	(주)花兼화훼	292	257	57	지 방 도 매 시 장
(주)細野화훼지방도매시장	名古屋市中區송원2-9-7	(주)細野화훼	643	264	143	
(주)東海화훼지방도매시장	名古屋市中區송원2-5-6	(주)東海화훼	528	219	396	
(주)名古正화훼지방도매시장	名古屋市中區송원1-9-24	(주)名古正화훼	700	409	189	
지방도매시장 야마에생화시장(주)	名古屋市中區송원1-8-13	야마에생화(주)	1579	600	776	
(주)福花園화훼지방도매시장	名古屋市中區송원2-9-20	(주)福花園화훼	6483	3058	3343	
(주)花春 생화지방도매시장	名古屋市中區송원1-16-30	(주)花春생화	599	380	319	
H觀지방도매시장	名古屋市南區염정3-3	일본관엽식물(주)	7262	2194	2596	
일본양란(주)지방도매시장	名古屋市南區염정3-5	일본양란(주)	3326	680	2078	
시 장 명	소 재 지	개 설 자 명	비 고			
稻本생화 도매시장	名古屋市中區송원2-7-25	(주) 稻本생화도매시장	유 사 도 매 시 장			
田村생화 도매시장	名古屋市中區송원2-6-5	(유) 전촌생화도매시장				
竹島생화 도매시장	名古屋市中區송원2-7-10	(유) 죽도생화도매시장				
白石생화 도매시장	名古屋市中區송원1-16-3	(주) 백석생화도매시장				
太閤園생화 도매시장	名古屋市中區송원1-12-28	(주) 태각원				
名古屋화훼 도매시장	名古屋市中區송원1-16-25	(주) 나고야생화도매시장				
埤矢생화 도매시장	名古屋市中區송원2-7-8	(주) 埤矢생화도매시장				
櫻井생화 도매시장	名古屋市中區송원1-16-8	(주) 櫻井화훼도매시장				
丸生생화 도매시장	名古屋市中區송원2-6-3	(주) 丸生화훼도매시장				
万常생화 도매시장	名古屋市中區송원2-9-5	(주) 万常화훼도매시장				
中京화훼원예 농업협동조합	名古屋市中區송원2-6-8	中京화훼원예농업협동조합				
중앙생화도매 시장협동조합	名古屋市中區송원2-9-6	중앙생화도매시장협동조합				
名古屋생화도매협동조합	名古屋市中區송원2-6-25	名古屋생화도매협동조합				

○ 정비 방법

- 현내 화훼생산자들의 불만과 지역주민들의 교통체증에 의한 민원 발생 등으로 정부가 시장간 자율적인 통합 및 이전을 권유하게 되었음.
- 분화전문 3개 유사시장이 정부의 정비방안에 합의를 하게 되어 1차적으로 절화류를 제외한 분화전문 지방도매시장으로 통합, 이전을 하게 되었음.
- 분화전문유사도매시장의 정비 추진과정은 <표 IV-7>과 같음.

<표 IV-7> 愛知豊明화훼지방도매시장 정비 추진 과정

시 장 정 비 추 진 과 정		
1988. 9.	도매시장설립 합의	* 일본관엽식물주식회 * 일본양란주식회사 * 주식회사복화원화훼도매시장
1989. 10.	豊明화훼정비 추진위원회 설치	* 일본관엽식물주식회사 * 일본양란주식회사 * 주식회사 福花園화훼도매시장 * 愛知縣 * 豊明市
1992. 10.	지방도매시장설립 발기인회 설치	* 일본관엽식물주식회사 * 일본양란주식회사 * 주식회사 福花園화훼도매시장 * 일본식물운수주식회사 * 주식회사 아라키
1993. 7.	愛知豊明화훼유통협동조합 설립	
1996. 3.	愛知豊明화훼지방도매시장 개장	
경지면적	52,000 m ²	
건물면적	24,000 m ²	
총공사비	45억円	중앙정부 : 10억円 愛知縣정부 : 11억円 豊明市 : 2억円 발기인 5사 : 22억円
거래형태	경매원칙	다이알식 전자경매
시 장 명	愛知豊明화훼지방도매시장 豊明화훼주식회사	

- 정비, 이전한 『愛知豊明화훼지방도매시장』은 현재 개장된지 4년 정도 밖에 되지 않았지만 거래물량은 일본 전체 분화유통량의 약 20%를 점유하고 있으며 분화 한품목만으로는 거래규모가 전국 1위를 차지하고 있음.

3) 名古屋생화지방도매시장

○ 시장 개황

- 名古屋市 중구 한곳에 <표 IV-6>에 나타난 바와 같이 19개 생화유사시장이 밀집되어 있음.
- 이들 시장은 제4차 도매시장정비계획 (1986년)에 정비계획이 책정되어 있었음.

○ 정비방법

- 愛知縣 도매시장 심의위원회 위원과 학계, 도매시장관계자, 생산자 대표, 소매상 대표, 소비자 대표 그리고 정부관계자 등으로 구성된 15명정도의 “정비연구회”를 발족하였음.
- 농업단체(愛知縣 농협중앙회, 愛知縣 경제농업협동조합연합회)가 조기 정비를 요청하였고, 절화관계자 19개사 중 17개사도 정비, 통합에 합의를 하고 행정주체의 조기 정비를 요망하였음.
- “정비연구회”를 통해서 만들어진 정비계획안과 각 유사시장의 상인들과의 의견 차이가 발생하여 지금까지 의견접근이 이루어지지 못하고 지루한 논쟁만 계속되어 왔음.
- 결국 2000년 6월, 名古屋생화도매시장의 정비계획은 백지화하기로 결론지었음.

V. 유사도매시장 정비를 위한 법령 및 제도개선

1. 관련법령의 개정 및 정비

가. 현황 및 문제점

- 농산물 유사도매시장은 주로 도심부의 재래시장 일부로 존재하고 있고, 영업형태가 소매상의 허가를 가지고 도·소매를 병행하던가 또는 도매(대부분이 위탁의 형태)의 형태를 취하고 있기 때문에 이들 시장 및 상인들에 대한 관련 법령은 유통산업발전법이 기본이라고 할 수 있음.
- 그러나 취급대상부류가 농산물이고 거래의 형태가 위탁을 위주로 하지만 도매형태이고 시장의 출하자가 대부분 농업인이라는 복합적인 요인을 고려하여 농산물도매시장의 육성을 담당하고 있는 농림부에서 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법령으로 이들 시장을 정책의 대상으로 포함하는 것은 당연하다고 할 수 있음.
- 이와관련하여 농안법에도 유사도매시장에 대한 관련조항이 명시되어 있지만 정의, 대상, 관리방법, 위반시 조치사항 등 구체적인 내용이 없고 농수산물의 공정거래질서의 확립을 위하여 유사도매시장에 대한 정비계획을 수립하고 시행할 수 있도록 하는 극히 소극적이고 제한적인 조항으로 한정되어 있음.

- 또한 현재의 유사도매시장의 실질적인 관련법령인 유통산업발전법과의 상충되는 부분, 예를들면 농안법에서의 정비와 유통산업발전법에서의 유통산업발전이라는 상반된 부분에 대한 관련법령의 조정이 필요함.

1) 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률

- 농안법에서는 농수산물의 공정거래질서의 확립을 위하여 필요한 경우 유사도매시장의 정비계획을 수립하고 시행할 수 있도록 하고 있음.
- 유사도매시장에 대한 정확한 정의와 범위 등 구체적인 사항이 명시되어 있지 않아 정비계획의 수립 및 시행시 어려움이 예상됨.
- 유사도매시장정비는 오로지 공정거래질서의 확립을 위하여 필요한 경우로 한정하고 있어 공정거래문제 이외의 교통체증, 쓰레기 및 소음발생 등의 도시 환경문제와의 연계가 부족함.
- 농안법상의 유사도매시장 정비계획에 의한 유사도매시장 문제를 근본적으로 해결하는데는 한계가 있음.
- 따라서 유사도매시장 정비문제는 유통산업발전법, 농안법, 지역별 도시개발 계획관련법령 등과 연계하여 추진하는 것이 바람직함.

<유사도매시장의 정비와 관련된 법 조항>

□ 유사도매시장의 정비(농안법 제64조)

- ① 시·도지사는 농수산물의 공정거래질서의 확립을 위하여 필요한 경우에는 농수산물 유사도매시장의 정비를 위하여 유사도매시장 구역을 지정하고, 농림부령 또는 해양수산물부령이 정하는 바에 따라 그 구역안의 농수산물도매업자의 거래방법개선·시설개선·이전대책 등에 관한 정비계획을 수립·시행할 수 있다.
- ② 특별시·광역시 또는 시는 제1항의 규정에 의한 정비계획에 따라 유사도매시장구역안에 도매시장을 개설하고, 그 구역안의 농수산물 도매업자를 도매시장법인 또는 시장도매인으로 지정하여 운영하게 할 수 있다.
- ③ 농림부장관 또는 해양수산물부장관은 제1항의 규정에 의한 정비계획의 내용을 수정 또는 보완하게 할 수 있으며, 정비계획의 추진에 필요한 지원을 할 수 있다.

□ 유사도매시장의 정비(시행규칙 제43조)

- ① 법제 64조의 규정에 의하여 시·도지사는 다음 각호의 지역안에 있는 유사도매시장의 정비계획을 수립하여야 한다.
 1. 특별시·광역시
 2. 국고지원에 의하여 도매시장을 건설하는 지역
 3. 기타 시·도지사가 농수산물의 공공거래 질서의 확립을 위하여 특히 필요하다고 인정하는 지역
- ② 유사도매시장의 정비계획에 포함되어야 할 사항은 다음 각호와 같다.

1. 유사도매시장구역으로 지정하고자 하는 구체적인 지역의 범위
2. 제1호의 지역안에 있는 농수산물도매업자의 거래방법의 개선 방안
3. 유사도매시장의 시설개선 및 이전대책
4. 제3호의 규정에 의한 대책을 시행하는 때의 대상자의 선발기준

2) 유통산업발전법

- 유통산업발전법은 유통산업의 효율적인 진흥과 균형적인 발전을 도모하고, 건전한 상거래질서를 확립함으로써 소비자를 보호하고 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 하고 있음.
- 유통산업발전법에서는 법목적을 달성하기 위하여 유통산업시책의 기본방향을 제시하고 있음.

<유통산업시책의 기본방향> (유통산업발전법 제3조)

1. 유통산업에 대한 국민투자의 확대 및 공정한 경쟁여건의 조성
 2. 유통산업의 저비용구조 실현 및 물가안정의 도모
 3. 유통산업의 지역적·경제적 균형발전의 도모
 4. 유통구조의 고도화 및 소비자편익의 증진
 5. 중소유통기업의 자생적 경쟁력의 강화
 6. 유통환경의 변화에 능동적으로 대처하기 위한 제도의 수립·시행
- 유통산업발전법에서는 유통산업을 농·림·축·수산물 및 공산품의 도매·소매·보관·포장 및 이와 관련된 정보·용역의 제공등을 목적으로 하는 산업으로 정의하고 있어 유사도매시장에서 이루어지는 위탁형태를 포함한

모든 거래형태와 또한 여기에서 거래되는 농수산물은 모두 대상이 된다고 할 수 있음.

- 유통산업발전법에서는 대규모점포, 정기시장, 시범도매센터, 도매배송업, 체인사업, 상점가, 전문상가단지 등에 관련된 사항이 대부분이며, 농안법에서 대상으로하고 있는 도매시장에 대한 사항은 배제되어 있음.
 - 대규모점포 : 동일한 건물안에 설치된 매장면적의 합계가 3천평방 미터 이상인 하나 또는 다수의 상시 운영되는 매장을 가진 점포의 집단을 말하며, 점포의 형태에 따라 그 매장면적을 달리함.
 - 정기시장 : 일정구역안에서 다수의 수요자와 공급자가 정기적 또는 계절적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소를 말하고, 임시시장은 일정구역안에서 다수의 구매자와 공급자가 당해 시장의 개설자가 지정한 기간에 일시적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소를 말함.
 - 도매배송업 : 집배송시설을 이용하여 자기의 계산으로 매입한 상품을 도매하거나 수수료를 받고 위탁받은 상품을 도매점포 또는 소매점포에 공급하는 사업을 말함.
 - 집배송센터 : 유통사업자 또는 제조업자의 사용에 제공하기 위하여 집배송시설 및 관련업무시설 또는 판매시설을 갖추어 조성한 시설물을 말함.
 - 체인사업 : 동일업종의 다수의 소매점포를 직영하거나 계약에 의하여 동일업종의 다수의 소매점포에 대하여 계속적으로 경영을 지도하고 상품을 공급하는 업을 말함.
 - 상점가 : 일정범위안의 가로 또는 지하도에 대통령령이 정하는 수이상의 도매점포, 소매점포 및 용역점포가 밀집하여 있는 지구를 말함.
 - 전문상가단지 : 동일업종의 다수의 도매업자 또는 소매업자가 계획적으

로 일정지역에 점포 및 부대시설 등을 집단으로 설치하여 조성한 상가 단지를 말함.

- 유사도매시장은 대규모점포, 정기시장, 시범도매센터, 상점가, 전문상가단지 등 여러 가지 형태로 형성되어 있어 일관된 별도의 유사도매시장정책을 수립·시행하는데는 한계가 있음.
- 유사도매시장에서 취급하는 농수산물은 전체시장에서 취급하고 있는 일부 부류 및 품목으로 시장전체적인 관점에서 다루어져야할 사항 임.

나. 개정 및 정비방향

1) 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률

- 유사도매시장의 개념과 대상범위 등 용어에 대한 정의가 필요
 - 유사도매시장은 도시지역에 일정한 지역을 중심으로 대규모점포 형태 등으로 밀집하여, 농수산물을 도매거래하기 위하여 형성된 것으로 해당 지역내의 도매유통에 많은 비중을 차지하는 시장으로서 농안법에서 규정하고 있는 농수산물도매시장, 공판장이외의 시장으로 정의
 - 상기능 형태는 도매이며, 도매의 형태는 완전기능도매 또는 한정기능도매의 형태를 모두 포함(매취판매 또는 위탁).
 - 시장의 위치는 도시지역내에 위치하고, 대규모점포, 정기시장, 도매배송업, 체인사업, 상점가, 전문상가단지 등의 형태
 - 취급부류는 농안법에서 명시하고 있는 청과부류 거래품목(과실류, 채소류, 산나물류, 목과류, 버섯류, 서류 및 유지작물류와 두류 및 잡곡중 신

선한 것)을 모두 포함.

- 도매유통상의 위치는 지역별 또는 유통권역별로 거래물량비중 및 가격 형성에 많은 영향을 미침.
- 시설규모는 농안법시행규칙 44조 1항과 관련하여 정하고 있는 시설의 최소기준(대지 3,300㎡ 건물 1,320㎡)의 50%이상이며, 도매행위를 하는 상인의 수가 최소 10인 이상

- 유사도매시장의 정비에 있어 시·도지사의 판단에 따르도록 하고 있는데 중앙정부차원에서의 정비에 대한 기본계획을 수립하고 지방자치단체가 추진할 수 있는 법체계가 바람직
- 유사도매시장은 대부분 재래시장과 연계되어 있기 때문에 유통산업발전법과 법 적용상의 정립이 필요함.
특히 유통산업발전법에 따라 지자체가 유사도매시장을 전문특화 시장으로 육성할 경우 이 시장에 대한 법적용을 어떻게 할 것인지 정립 필요.

2) 유통산업발전법

- 재래시장에 대한 정확한 개념과 정의가 필요.
- 유통산업발전법상으로 볼때 유사도매시장의 성격은 복합적으로 해석 될 수 있고 도·소매 기능이 복합적으로 이루어 지는 것이 문제점으로 지적될 수 없으나 농안법상의 민영도매시장으로의 육성시 이것은 중요한 사항이 될 수 있음.
따라서 유통산업발전법상에서 유사도매시장을 전문특화시장으로 육성 할 경우 농안법과의 법적용 상의 조정이 필요.

2. 정부의 지원정책

가. 현황 및 문제점

1) 농림부

- 유사도매시장에 대한 농림부의 정책은 공영도매시장 건설과 연계하여 공영도매시장이 개장되는 지역의 유사도매시장은 공영도매시장으로 흡수하여 이전하고 기타 유사도매시장은 지방자치단체의 책임관리제를 도입하는 정책을 수립하였으나 정책의 구체성이 미흡하고 지방자치단체의 적극적인 협조와 정책추진의지 부족으로 가시적인 성과를 거두지 못하고 있음.

<농산물유통개혁대책(1998년)중 유사도매시장에 대한 정책추진 계획>

□ 유사시장에 대한 정책접근방식 변경

- 기존 유사시장중 정비계획에 따라 시설 등 여건이 적합한 시장은 개설자가 개설조치를 하고 적극 관리하는 방향으로 입장 변경
- 다만 개설자에 대하여 거래정보 파악, 시설개선 등 필요한 관리책임을 강화하여 공영도매시장과 일관된 관리를 하도록 의무 부여

□ 유사시장의 실태조사 및 유형별 대책 수립

- 지방자치단체별로 유사도매시장의 유형, 거래규모, 거래형태 등을 조사
 - 조사대상 유사시장의 기준, 조사내용, 조사표 작성

- 공영도매시장으로 흡수할 대상과 유사시장으로 관리할 시장으로 유형화하여 대응
 - 건설중인 16개 공영도매시장 건설계획에는 22개 주요 유사시장 흡수 계획

□ 공영도매시장 건설지역의 유사시장은 공영도매시장으로 흡수

- 2001년까지 16개 공영도매시장 추가건설로 유사도매시장을 공영도매시장으로 흡수
 - 공영도매시장 : ('97) 18개소 → (2001) 34개소(증 16개소)
 - 주요유사시장 : ('97) 50개소 → (2001) 28개소(감 22개소)
- 공영도매시장 개장시 유사도매시장 흡수를 위한 개설자의 노력 강화
 - 유사시장 종사자의 능력에 따라 도매시장법인 지정이나 중도매인으로 흡수
 - 유사시장의 교통단속강화 및 과세행정 엄격 수행(국세청 협조)
- 기존 유사시장중 정비계획에 따라 시장개설이 적합한 지역에 대하여는 시장개설을 허가함으로써 제도권으로 흡수

□ 기타 유사시장은 지방자치단체의 책임관리제 도입

- 시설물 개·보수 유도 및 소요자금 지원
- 품질관리, 위생검사, 원산지표시 등 이행 점검
- 거래실적조사, 유통정보의 수집·전파 등

□ 유사시장정비 지원 확대

- 정비계획에 따라 중앙정부의 실질적 평가실시
- 정비계획의 현실적합성 및 타당성에 따라 차등지원을 실시하여 적극적 대책 수립 유도

2) 산업자원부

- 재래시장을 포함한 중소기업의 활성화를 위해 산업자원부는 2000. 10월 「지방중소유통업 활성화 대책」을 수립하여 추진중에 있으며, 농산물 유사도매시장 정비방안도 이 대책과 연계하여 검토 되어야 할 것임.

<지방중소유통업 활성화 대책>

1. 기본방향

- 선진업체를 중심으로 한 유통혁신을 통해 유통산업의 효율성과 소비자편익을 지속적으로 제고하는 기본정책방향은 유지
- 다만, 지방중소유통업도 새로운 유통환경속에서 자생적인 경쟁력을 갖추어 나갈 수 있도록 구조혁신 대책을 추진
- 정보·지식격차를 해소하고 고객지향의 의식개혁과 경영혁신을 추진 할 수

있도록 경영현대화·정보화를 촉진

- 선택과 집중의 원칙에 따라 성공가능성과 유통혁신의 의지가 있는 시장·중소점포를 대상으로 전문화 및 시설현대화 등 구조 혁신사업을 추진
 - 지자체 중심으로 지역특성·여건에 맞게 추진해 나가되, 구조 혁신 추진 의지가 강한 지자체를 우선적으로 지원
- 이와 함께 지방경제에서 큰 비중을 차지하고 있는 중소기업의 급속한 위축을 방지하기 위한 보완대책을 강구
- 셔틀버스 운행제한 및 공정경쟁 저해행위에 대한 단속강화를 통해 대형유통업체로의 과도한 구매력 집중을 완화
 - 지자체의 분쟁조정 기능을 강화하고 대형유통업체의 지역경제에 대한 기여도를 제고해 나감으로써 지방중소유통업체와 협력할 수 있는 여건을 조성

2. 지방중소유통업 활성화 대책

1) 경영현대화·정보화 지원대책

□ 재래시장 경영현대화 촉진

- 대한상의내에 16개 지역별로 「재래시장 경영지원센터」를 설치
- 지원센터별로 지자체 공무원·마케팅전문가·변호사·회계사 등 유관전문가

로 「재래시장 경영지원단」을 구성

- 시장재개발 종합자문, 시장상인 경영지도, 재래시장 활성화 우수사례 발굴·홍보 등의 기능수행
- 선진유통기법 교육, 정보화 교육, 轉業교육 등 재래시장 상인 전문교육 프로그램 개발 및 유통강좌 개설

□ 지방중소유통업의 디지털 역량 강화

- 전자상거래지원센터(ECRC)를 대폭 확충(4개→31개)하여 체인사업자, 협동조합을 중심으로 공동의 B2B, B2C 전자상거래회사 설립을 지원
- 중소기업 POS투자세액 공제시한을 2003년까지 연장하고 과세연도 POS 수입금액에 대해 20% 소득세 공제 허용
 - 정보화 투자여력 확충을 위해 상시고용인원 10인미만의 소규모 유통업체에 대한 특별세액 감면(10%) 허용

2) 지방중소유통업체 구조혁신 대책

□ 시장여건·특성에 맞는 유형별 재래시장 활성화

- 재래시장실태 분석결과 제시된 유형별 발전모델에 따라 지자체별로 구조혁신을 추진하되, 지역대표시장, 광역권거점시장 및 전문특화시장을 우선적으로 육성

◆ 지역대표시장 : 기초자치단체별로 1개를 선정

- 고객유인효과가 큰 대형수퍼마켓, 할인점 등 핵심점포의 입주를 유도하

여 상권활성화를 도모하고 시장현대화를 촉진

- 여주 제일시장, 청주 육거리시장, 문경 중앙시장 등 200여개 시장

◆ **광역권 거점시장 : 6대 광역시별로 1~2개를 선정**

- 동대문시장과 같이 대규모 쇼핑공간을 조성하고 물류센터, 주차장시설 등을 확충하여 권역별 유통집적단지화를 촉진

- 광주 양동시장, 대구 서문시장, 부산 국제시장 등 10여개 시장

◆ **전문특화시장 : 시장전체를 한 업종으로 전문화(의류, 신발 등) 하거나 지역특산 품(약초, 인삼 등)과 연계하여 관광·풍물시장으로 육성**

- 부산 대파트상가시장, 부천 청과물시장, 강경 젓갈시장 등 50여개시장

- **생활권 중심시장** : 상가번영회, 재개발조합 등 시장관리·개발주체를 중심으로 구조혁신을 추진

- **구조조정 대상시장** : 시장기능을 현저하게 상실한 시장은 지역별 상황에 따라 용도변경(공동주택, 공원용지, 공동물류센터 등)을 단계적으로 추진

- 유형별 활성화 모델을 토대로 2001. 2월말까지 지자체별로 구조혁신계획을 수립하고 이에 대한 엄격한 타당성 평가를 거쳐 국비지원여부 및 분담비율을 결정

- 공정하고 객관적인 사업타당성 평가를 위해 관계부처 및 전문가로 구성되는 민·관 합동의 「지방중소유통업 활성화 대책반」을 운영

- 지자체가 구조혁신계획에 따라 공영개발을 추진하거나 주차장·화장실 등 편의시설을 공공시설로 설치할 수 있도록 「중소기업의 구조개선 및 경영안정 지원을 위한 특별조치법」 개정

□ 재래시장 시설 현대화 촉진

◇ 시장재개발·재건축(reconstruction) 활성화

- 2000~2001년간 시장재개발사업자금 310억원을 융자지원하고 사업별 지원 한도(현행 80억원)를 100억원으로 확대
- 주거지역내 재래시장 재건축시 도시계획법시행령상의 건축허용기준(기존건축연면적의 4배 또는 대재면적의 2배)이 시·도 도시계획조례에 반영될 수 있도록 독려 추진

◇ 재래시장 시설개보수(remodeling) 촉진

- 점포시설 개선자금을 1억원까지 지원하고 시장시설 개선자금 지원 한도를 10억원으로 확대
- 금년중 180억원을 신규 확보하여 재래시장내 공동창고 건립자금을 융자지원
- 기존 재래시장내 차양시설 등 전천후시설이 건축법상 가설건축물로 인정될 수 있도록 지자체 건축조례개정 독려

□ 영세독립점포간 체인화를 통한 경쟁력강화

- 체인사업 가맹점포간 물류공동화·유통정보화 촉진을 위해 2001~ 2002년간 553억원 지원(산업기반기금)
 - 미분양 농공단지, 유희창고시설 등을 배송권역별 물류센터로 개발 활성화

- 공동구매·배송, 가맹점포 경영지도 등 체인본부의 기능을 정상화하고 가맹점포의 네트워크 결속력을 강화하기 위해 금년말부터 체인사업자 체질개선 사업을 추진
 - 공동물류 수행실적, 경영지도 실적 등 체인본부 운영실적을 일제 점검하고 일정기준 미달사업자는 체인사업자 지정을 단계적으로 취소
 - 우수사업자에 대해서는 물류센터 건립 지원자금, 정보화설비투자 지원자금을 우선 지원

3) 지방상권 위축 완화대책

□ 대형유통업체의 셔틀버스 운행제한을 위한 제도정비

- 우선 시·도 분쟁조정위원회의 활용, 지입제 단속 등을 통해 제한
- 금년말까지 관련법령 개정 등 셔틀버스 운행제한을 위한 제도 정비 방안을 마련

□ 대형유통업체의 영업활동에 대한 분쟁조정기능 강화

- 시·도지사의 직권 분쟁조정회부제도 도입을 위해 유통산업발전법 개정
 - 영업시간, 휴무일 등 대형유통업체의 영업활동과 관련한 분쟁발생의 우려가 있는 경우 분쟁조정위원회에 회부하여 대형유통업체의 영업활동의 변경 등을 권고

□ 건전한 공정거래질서의 확립

- 대형유통업체의 우월한 자금력을 활용한 과도한 경품제공 제한
- 허위광고·표시 및 미끼상품 판매행위 제재

3) 지방자치단체

- 농림부의 정책에 의해 유사도매시장에 대한 정비계획을 수립하고 추진하도록 되어 있으나 중앙정부의 구체적인 지침이 시달되지않고 지자체도 적극적인 정비의지가 없어 유사도매시장 정비는 미흡한 실정
- 다만, 공영도매시장이 건설되고 있는 지역의 경우에는 공영도매시장의 입주상인선정과 연계하여 유사도매시장의 위탁상을 도매시장법인 또는 중도매인으로 입주시키고 후적지 문제를 검토하는 등 단편적인 정책을 수행

나. 개선방안

1) 농림부

- 산업자원부에서 추진중인 지방중소유통업 활성화 대책과 연계하여 추진하되 유사도매시장에 대한 정의를 명확히하여 농림부 차원에서 정비하고 관리해야할 대상을 대폭 축소
 - 재래시장내에 위치하고 있어 거래지역을 한정하여 민영도매시장화 하기 어려운 시장은 거래물량이 많다고 하더라도 정비 또는 관리하는 대상에

서 제외

- 농산물 위주의 전문단독시장을 형성하고 거래물량이 지역 유통물량에 많은 영향을 미치는 시장을 정비 또는 관리대상 시장으로 함.
- 농림부에 「유사도매시장정비심의 위원회(가칭)」를 두어 유사도매시장 정비에 대한 지침을 시달하고 이 지침에 따라 지방자치단체별로 세부추진계획을 수립하여 시행하도록 하고 지속적인 점검 필요
- 유사도매시장의 민영도매시장화 정책을 적극 추진하고 민영도매시장의 개설 주체인 지방자치단체와 민영도매시장 운영주체에게 공영도매시장의 개설 및 운영자금지원과 같은 인센티브를 부여

2) 산업자원부

- 「지방중소유통업 활성화 대책」추진시 농림부의 유사도매시장 정비계획과 연계 검토 필요
 - 특히 전문특화시장의 경우 농림부가 추진하는 유사도매시장의 민영도매시장화와 대상이 중복되는 경우 발생

3) 지방자치단체

- 산업자원부의 「지방중소유통업 활성화 대책」과 농림부의 유사도매시장 정비계획에 따라 지자체별 세부계획 수립하여 추진

빈 면

Ⅵ. 유사도매시장 정비방안

1. 정비의 기본방향 및 원칙

가. 정비의 기본방향

- 유사도매시장에 대한 정의에 따라 농림부가 정비계획을 수립하여 추진하고 도매시장으로서 관리해야 할 유사도매시장은 21개소임.
- 정비방안은 산업자원부의 정책방향과 지방자치단체의 의지, 유사 도매시장 별 위치와 취급부류, 거래규모 등 여러가지 여건을 고려하여 다양한 형태로 정비 또는 관리되어야 함.
- 사회경제적인 여건을 고려하여 강제적인 방법보다는 유사도매시장의 상인 스스로의 의사에 따라 결정하고 추진하도록 유도하고 이를 유도하기 위한 인센티브를 부여하도록 함.

나. 정비의 기본원칙

□ 산업자원부의 정책과 연계하여 추진

- 산업자원부의 「지방중소유통업 활성화 대책」중 “시장여건·특성에 맞는 유형별 재래시장 활성화”대책과 연계

- 지역대표시장 : 기초자치단체별로 1개를 선정
 - 광역권거점시장 : 6대광역시별로 1~2개를 선정
 - 전문특화시장 : 시장전체를 한 업종으로 전문화하거나 지역특산품과 연계하여 관광·품물시장으로 육성
- 지역대표시장이나 광역권거점시장내에 위치하는 유사도매시장은 산업자원부의 정책에 따라 시장전체의 활성화 차원에서 정비 또는 관리하는 방향으로 검토
- 전문특화시장은 민영도매시장의 도입과 연계하여 검토

□ 공영도매시장 건설계획과 연계하여 추진

- 농림부의 장기적인 도매시장정책에 의해 현재 건설이 추진되고 있는 지역내의 유사도매시장은 가능한 범위내에서 도매시장법인 또는 중도매인으로 흡수하여 신설시장으로 이전

□ 강제적인 방법보다는 인센티브를 부여하여 제도권시장으로 유도

- 유사도매시장은 개인소유의 건물이며, 위탁상의 상행위는 공정거래, 세금납부 등에 있어 문제점이 제기되지만 농산물유통상의 문제에 한정되어 발생되는 문제가 아니고 공산품의 경우에도 일반화 되는 등 특별하게 문제제기를 하기에는 한계가 있음.
- 그러나 유사도매시장내의 위탁상은 제도권시장내에서 정당하게 상행위를 하지 못하고 있다는 자책감과 장기적으로 유사도매시장의 형태로는 계속적인 영업이 불가능하다는 판단을 하고 있음.

- 따라서 정부에서의 인센티브 부여 등 동기가 주어진다면 민영도매시장 등 제도권시장으로의 이동을 희망하고 있음.

□ 지자체 중심으로 지역특성·여건에 맞게 추진

- 산업자원부가 추진중인 「지방중소유통업 활성화 대책」이나 농림부가 추진 중인 유사도매시장의 정비정책은 중앙정부의 기본계획에 의해 지방자치단체가 지역실정을 고려하여 특성에 맞는 세부적인 추진계획을 수립하여 민간자본을 참여시켜 추진하는 것이 바람직함.

2. 유사도매시장 정비방안

가. 제도권시장으로의 흡수

- 유사도매시장을 제도권 시장으로 흡수하여 정비하는 방안이 가장 이상적이고 바람직한 방법으로 공영도매시장으로 흡수하거나 민영도매시장으로 양성화하는 방안으로 추진

1) 공영도매시장으로 흡수

- 현재 건설중인 10개소의 공영도매시장이 개설되는 지역의 유사 도매시장
- 공영도매시장 개설후 유사도매시장 이전에 따른 후적지 활용대책 수립 시행
 - 도시계획 정비방안, 교통통제방안, 유통단지 조성 등

〈표 Ⅵ-1〉 공영도매시장으로 흡수해야 할 유사도매시장

지역명	공영도매시장명	유사도매시장명
서울특별시	서남권도매시장	조광시장, 영일시장
부산광역시	동부권도매시장	부전시장, 감전새벽시장
인천광역시	삼산도매시장	부평시장
대전광역시	노은도매시장	오정동시장
충청북도	충주도매시장	충주 목행시장
전라남도	순천도매시장	순천 중앙시장(주), 순천 한국청과(주)

주 : 충주 목행시장은 공영도매시장권으로 묶어서 양성화.

2) 민영도매시장으로 양성화

- 산업자원부의 정책에서 전문특화시장으로 분류되어 육성되는 시장
- 지역적 또는 건물형태가 격리되어 있고 취급부류가 농산물로 전문화 되어 있는 시장

〈표 Ⅵ-2〉 민영도매시장으로 양성화 할 유사도매시장

지역명	유사도매시장명
충청남도	공주 합동청과(주)
경상북도	상주 남문시장(주)

나. 재래시장(기존형태)으로 관리

- 재래시장으로 관리하는 형태는 산업자원부의 유형별 재래시장 활성화 대책과 연계하여 추진하되, 농림부는 유사도매시장내에서 공정거래, 투명거래가 정착될 수 있도록하는 간접적인 방법으로 참여

- 재래시장 중 산업자원부의 지역대표시장이나 광역권거점시장으로 분류되는 재래시장내에 위치해있는 유사도매시장을 대상으로 함.

<표 Ⅵ-3> 재래시장으로 관리할 유사도매시장

지 역 명	유사도매시장명
서울특별시	경동동서시장, 인왕시장, 쌍문시장, 청량리시장
대구광역시	팔달시장, 칠성시장
울산광역시	학성 번개시장
경 기 도	안양 남부시장, 부천 원협시장
경 상 남 도	진주 중앙시장

- 농림부가 간접적인 방법으로 유사도매시장의 관리에 참여할 수 있는 방법에는 한계가 있음. 따라서 기본적으로 유사도매시장을 이용하는 농업인, 소매상들에게 가격 및 물량정보를 제공하여 불공정거래 등의 문제를 최소화하여 공정거래, 투명거래 유도
 - 농민불만신고 센터 설치운영
유사도매시장에 출하하는 농업인들이 출하, 판매하는 과정에서 발생하는 위탁상인들과의 대금정산의 지연, 적정한 가격의 보장 등 불이익을 받거나 문제가 발생하는 경우 이에 대한 문제를 조정하여 해결해주는 기능을 수행
 - 시장별로 자주적인 조직 결성을 유도하고 이들 조직을 통해 공정거래 유도
유사도매시장 상인자체조직을 통해 적정한 가격형성, 신용받는 대금정산 등 공정거래를 유도하여 시장이 신뢰를 받아 활성화 될 수 있도록 유도
 - 유사도매시장의 거래동향(가격,물량 등)파악하여 정보 공개

유사도매시장의 이용자인 농업인, 소매상, 소비자들에게 거래가격, 거래 물량규모 등 유통정보를 제공하여 구매 및 판매시 의사결정에 도움을 주고 상인들의 불공정한 거래가 이루어질 수 없도록 유통정보공개

- 세무관서와 협조 조세행정 관리강화

제도권시장과의 형평성유지와 조세행정의 관리를 강화하는 차원에서 유사도매시장내 상인들에 대한 조세행정을 강화

3. 기타 농산물시장 정비방안

- 실태조사 대상 시장중 유사도매시장의 정의에 따라 유사도매 시장으로 분류되지 않은 시장(46개 실태조사 대상시장 중 쇠퇴, 소매상화 되는 25개의 시장)을 기타 농산물시장으로 분류하고 이들 시장의 실태에 따라 정비방안을 수립하고 시행

가. 공영도매시장 흡수

- 현재 건설중인 10개소의 공영도매시장이 개설되는 지역의 농산물시장으로 도매시장법인 또는 중도매인으로 흡수

〈표 Ⅵ-4〉 공영도매시장으로 흡수할 시장

지 역 명	시 장 명
광주광역시	양동시장
강 원 도	원주 자유시장
경 상 북 도	포항 죽도시장
경 상 남 도	마산 번개시장, 마산 너른마당시장

나. 구조조정

- 시장기능을 현저하게 상실한 시장으로 농림부가 직·간접적으로 참여 할 필요성 없는 시장이며, 산업자원부의 대책에서는 지역별 상황에 따라 용도 변경(공동주택, 공원용지, 공동물류센터 등)을 단계적으로 추진할 대상의 시장

<표 Ⅷ-5> 구조조정 해야할 시장

지 역 명	시 장 명
부산광역시	거제리시장, 충무동시장, 부평동시장
인천광역시	문화청과시장
대전광역시	삼성동시장, 역전시장
대구광역시	서문시장
강 원 도	강릉 청과시장, 춘천 번개시장
경 기 도	성남 하대원시장, 의정부 청과야채시장, 수원 종로시장, 수원 세류시장
충 청 북 도	청주 꽃다리시장, 충주 충의동시장
전 라 북 도	군산 공설시장, 남원 용남시장
전 라 남 도	여수 마늘집하장
경 상 남 도	고성 청과시장

- 공영도매시장의 활성화로 유사도매시장 자연도태 유도
 - 제도권시장이 존재하고 있는 지역에서의 유사도매시장문제는 제도권시장의 도매시장법인 이나 중도매인들이 각자의 기본적인 업무를 수행하지 못하여 도매시장이 활성화 되지 못하였기 때문임.
 - 따라서 유사도매시장문제는 제도권시장의 활성화와 직접적으로 연계하여 해결해야 할 사항임.

빈 면

참 고 문 헌

- 권원달, 『유통환경변화와 농수산물도매시장』, 한국농수산물도매시장법인협회, 1998.
- 농수산물유통공사, 『외국의 청과물유통과 도매시장제도』, 1998.
- 성배영 외, 『농산물도매시장의 효율적 거래방식과 적정요율체계에 관한 연구』, 한국농촌경제연구원, 1993.
- _____, 『주요 청과물의 시장유통체계 개선방향』, 한국농촌경제연구원, 1992.
- 왕성우 외, 『유통환경변화와 농산물도매시장』, 한국농축산업유통연구원, 2000. 6.
- 정영일, 『일본농수산물도매시장의 현황과 당면과제』, 한국농수산물도매시장법인협회, 1993.
- 조병찬, 『한국시장경제사』, 동국대학교 출판부, 1992.
- 조병찬 외, 『농산물유통의 단계시장분석과 유통개혁 방향』, 한국농수산물도매시장법인협회, 1999.
- 한국농어민신문사, 『한국농수산물유통과 도매시장사』, 한국농수산물도매시장법인협회, 1999.
- 한국농수산물도매시장법인협회, 『일본 중앙도매시장의 성립과 전개』.
- _____, 『한국농산물도매시장 실태조사』, 1994.

한국농촌경제연구원, 『21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책 연구』, 1997.

_____, 『구리시농수산물도매시장 건설기본계획 및 관리 운영방
안 수립 연구』, 1992.

한국시장유통연구회, 『농산물도매시장 발전방향에 관한 한·일 심포지엄』,
1999. 5.

阿部眞也·鈴木 武編, 『現代資本主義の流通理論』, 大月書店, 1983.

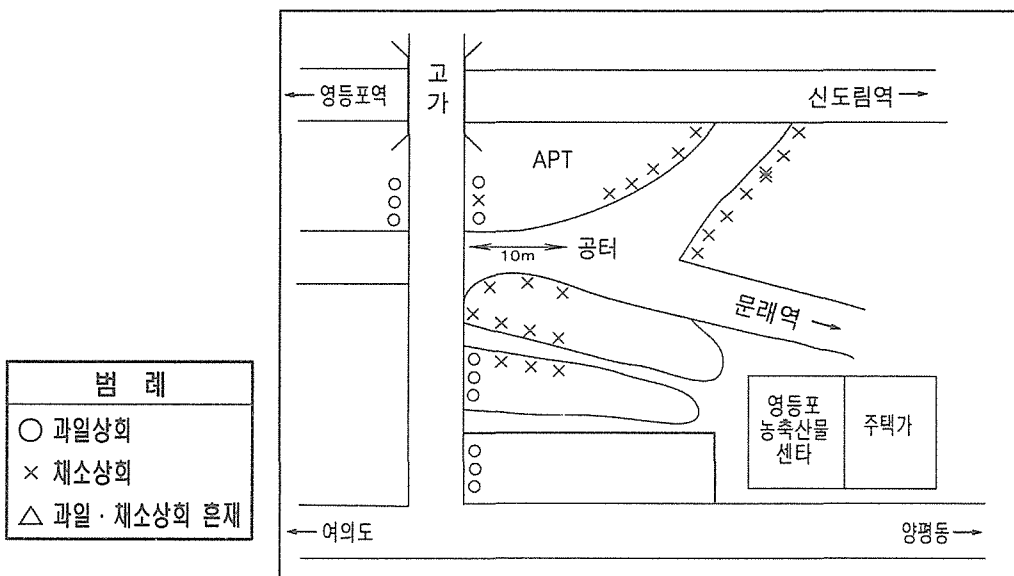
鈴木 武, 『流通經濟論』, 同文館, 1997.

<부록 1> 유사도매시장별 현장관찰 및 면담조사 결과

1. 서울특별시

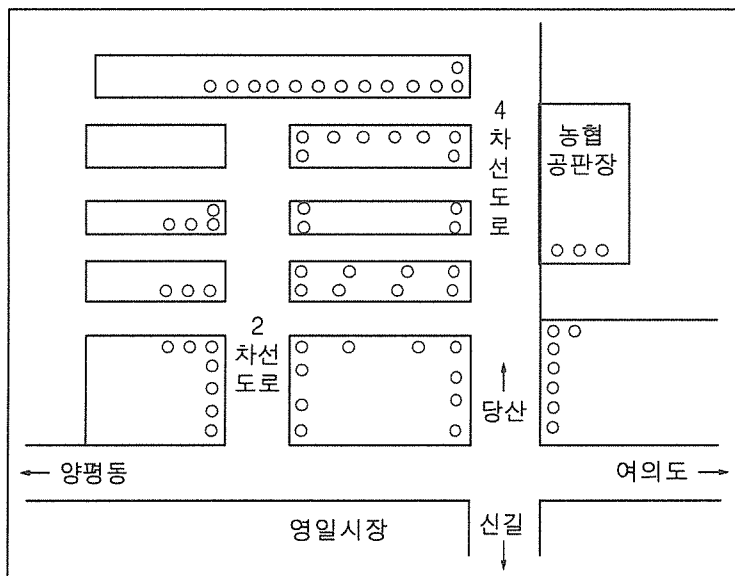
1) 영일시장

- 채소전문시장, 수수료 8%
- 대지 3,100평, 건물 2,000평, 점포수 383개소, 종사자 400명
- 거래물량 126천톤, 거래금액 13,230백만원(99년 12월말)으로 추정



2) 조광시장

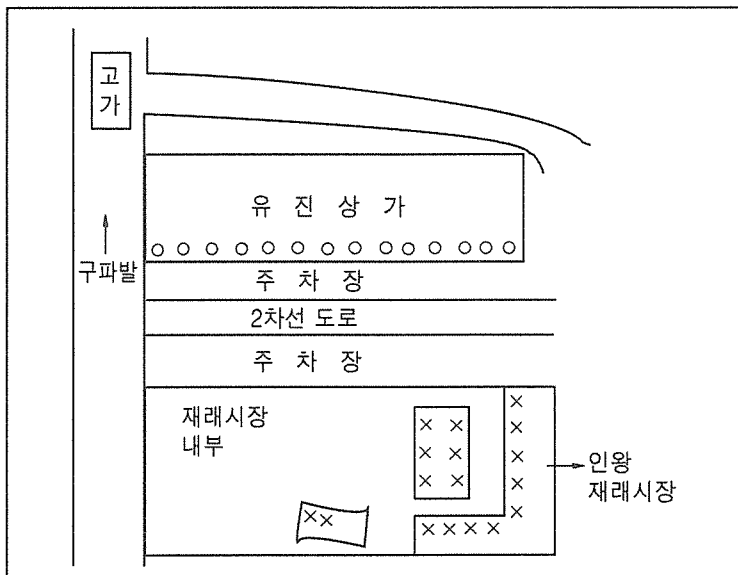
- 과일전문시장
- 대지 6,000평, 건물 2,000평
- 점포수 280개소, 종사자 300명
- 거래물량 150천톤, 거래금액 15,750백만원(99년 12월말)으로 추정



3) 인왕시장

- 현대식 건물로 재개장(유진상가 5층 주·상 복합건물)
- 과일은 유진상가 남쪽 1층 전체 점포에 입점하고 있으며, 야채의 경우에는 유진상가안 유료노상주차장 및 2차선 도로를 가운데 두고 마주 보고 있는 인왕재래시장내에 일정한 구역을 차지하고 밀집되어 있음.

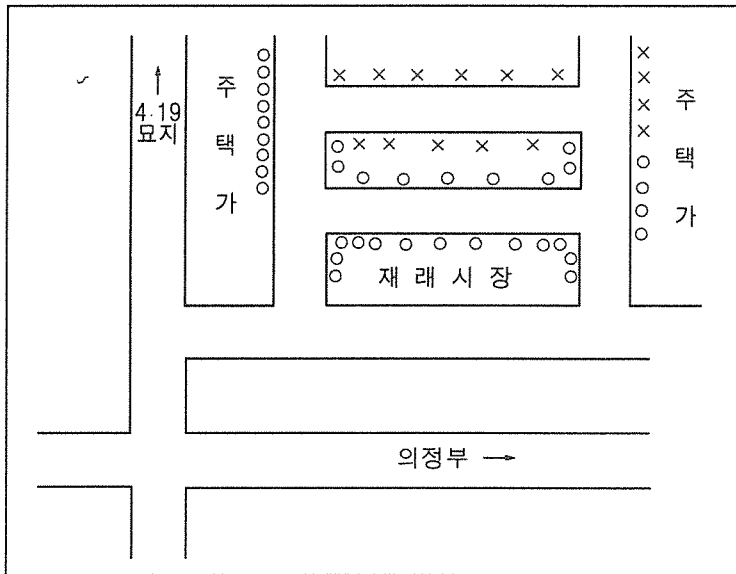
- 과일은 규모화되어 있었으나, 야채의 경우에는 대부분이 영세하여 소매상화되어가고 있음.
- 1층 청과상회 : 41개로 대형물량 거래가 가능한 구조로 되어 있으며, 대형차량이 상가 바로 앞에 주차가 가능한 구조로 되어 있음.
- 상가 앞 도로 노상주차 가능(유료) : 1열 약 70대×2열
- 인왕재래시장 시장내 채소상회 : 38개로 소형차량만 진입이 가능함. 따라서 대량의 물량거래는 곤란



4) 쌍문시장

- 과일 및 야채를 취급하며 야채25개, 과일 31개 계 56개의 점포 입점
- 화장실 상태 보통
- 주차시설 : 도매 및 위탁시장내(건물 앞) 노상주차

- 재래시장과 과일·야채 도매·위탁시장이 구분되어 있음.
- 1~5톤차량 상점앞 주차가능(가장 빈번하게 이용)
- 시장전체를 주택가가 둘러싸고 있음

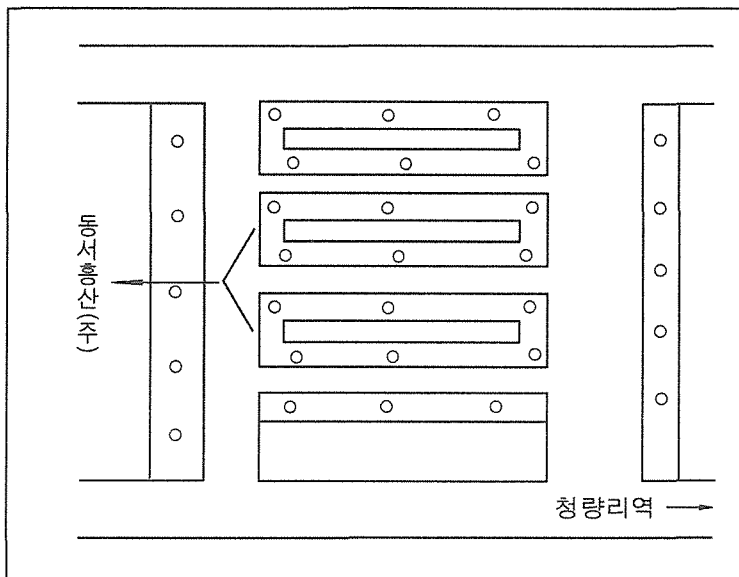


5) (경동)동서시장

- 동서시장과 연결되어 있는 경동시장은 한약재를 중심으로 하는 재래시장으로 구분하는 것이 타당함. 소수의 농산물 도매 및 위탁상회의 경우에는 버섯류를 비롯한 일부 영세한 야채가게가 대부분이기 때문에 굳이 경동시장을 유사시장의 범주에 넣을 필요는 없어보임. 다만 과일 전문시장인 동서시장과 그 경계가 불분명하게 나뉘어져 있기 때문에 통칭해서 경동동서시장이라고 분류하면 될 것임.
- 청과전문시장임.
- 대지 및 건물주 : 동서홍산(주) 건물 2동과 그 외의 개인건물주로 나뉘어

있음.

- 동서홍산(주)의 건물 임대료는 대략 보증금+월 50~60만원 정도임.
- 개인건물주로부터 임대한 경우에는 개인별 영업을 하고 있고 상인조합이 형성되어 있음.
- 24시간 영업 : 주로 도매 및 위탁
- 과일시장이기 때문에 교통혼잡, 과세문제 등의 문제 이외에 쓰레기 문제, 악취문제, 먼지발생문제 등은 별로 없음.
- 주로 1~6톤 정도의 트럭이 많이 드나들고 있음.
- 오후 10시에서 오전 5시경이 가장 붐비는 시간임.

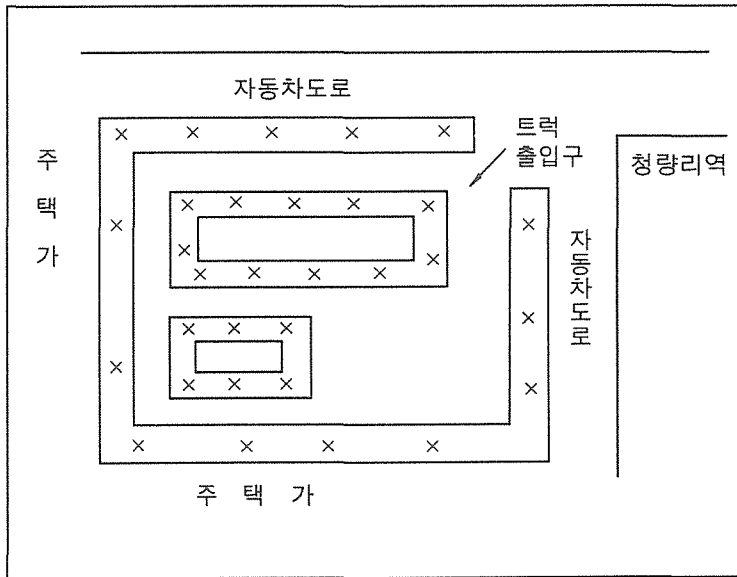


6) 청량리시장

- 점포수 66개, 대지 약 5,300평의 야채전문시장
- 건물노후화
- 화장실시설 양호
- 주차장 있음(1열 20대×2열 정도)
- 주로 1~5톤 정도의 차량출입이 많았음.
- 야채전문시장
- 해마다 상권이 위축되고 있음 : 점포수가 줄고 있지는 않지만(생존의 문제) 세력은 위축되고 있으며 그 이유는 대체로 다음과 같음.
 - 공영도매시장, 유통센터(물류센터), 대형소매점 등의 영향
 - 소비패턴의 변화 : 재래시장 이용 격감
 - 대형소매점 : 자본력으로 산지발매기등 산지장악력 매우 커짐
 - 상권형성실패 : 구리시장 상권형성실패로 다시 복귀하는 상인도 있음.
 - 구리시장 : 인구 적고, 교통불편, 상권 형성 어려울 듯
- 상권위축은 소매상 판매 감소 및 도산에 의해 큰 영향을 받고 있음 : 소비자 소비패턴 변화 → 소매상 및 재래시장의 급격한 위축 → 공급업체인 유통도매시장 상권 및 시장세의 위축 → 자체해결방안은 : 현재로서는 전무함.
- 문제점 : 악취문제, 쓰레기문제, 먼지문제, 교통문제, 임대료문제
- 상인들은 위기감을 느끼고 있음 : 향후 도시의 복잡화로 이주할 수밖에 없다고 느끼고 있음.
- 오전 10시경 도매 및 위탁거래는 거의 끝이 나며, 소매시장 및 소매행위도

거의 동시에 끝이 남.

- 주변은 재래 주택가임.
- 농민들 상차비, 하차비, 쓰레기수수료등 각종 비용으로 별로 남는 것이 없음 → 화주가 화물을 버리고 가는 사례, 웃돈을 주고 쓰레기 처리하고 가는 사례등도 발생하고 있음.
- 농민들 지불수수료 : 하차비, 쓰레기부담료 등
- 구리도매시장의 상권형성이 정상화된다면 이주할 가능성도 높을 것으로 보임.
- 자체 경매 없음 : 각 상회별 도매 및 위탁으로 운영하고 있음.



2. 부산광역시

1) 부산 부전시장 부산농산물상인연합회

(1) 현 황

- 대상 : 이재규 농산물 번영회 회장 및 이사(동부권시장 이주 대상자 들임)
- 부전동 347번지 일원에 걸쳐 50~60평 규모로써 2명~3명씩 영업하고 있음.
- 점포수는 확실하지 않고 종사자수도 확실하지 않음.
 - 상인들의 이익이 있을 때에는 300명~400명이고, 손해를 볼 우려가 있을 때에는 70~80명으로 줄어들고 있음.
 - 그러나 실제 점포수는 100~120개 정도임(도소매 합해서).
- 위탁상들에 의하면 부산 물동량의 60%를 점유한다고 주장하고 있으나, 실제로는 부산 물량의 20~30%에 불과함.
 - 거래톤수와 거래금액은 음성적이기 때문에 확실치 않음.
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 배, 밀감, 수박, 감 및 수입과일 등
 - 채소 : 무, 배추, 감자, 호박, 오이 등
- 위탁 수수료 : 7~8%이며 기타 출하자 부담 비용은 하역비, 운임 등임.
- 공영도매시장 개설시의 거래물량 비중
 - 공영도매시장(35%) : 지방법정도매시장(25%) : 공판장(10%) : 유사도매시장(30%), 계(100%)

- 동부권시장으로 이전하려는 이유
 - 2004년도 중앙도매시장이 되면 자유로운 위탁이 될 가능성이 있다고 생각하기 때문에 부산시와 협의하에 자연스럽게 위탁으로 전환 고려
 - 통채증, 주차난, 과도한 집세 등으로 재래시장은 침체되어가고 있음.
 - 부산시는 재원이 없어 당분간 동부권시장과 같은 새로운 시장을 만들 여력이 없음. 부산시는 이전하지 않으면 단독으로 상권형성 시키겠다고 함. 따라서 향후 계속 위탁을 한다 하더라도 부산시의 정비 계획에 의해 갈 곳을 잃어버릴 가능성이 큼.
 - 방향 : 법인의 자유로운 거래방식(수의매매제도), 위탁상화
 - 소액주주로 들어갈 예정임 : 대주주로 들어가면 대주주에 의결이 좌우될 수 있기 때문(위탁이 되면 소액주주가 각 점포별로 별도 영업 개시 용이)

- 품목 취급 현황 : 42명(무, 배추), 200여명(무, 배추 제외한 품목 도매)

- 3개 번영회 : 도소매(건어물, 농산물) 600×3개 번영회 = 1,800명에 아파트시장 2000명

- 순도매기만 가진 상인 : 과일 130명, 채소 140명 합계 270여점포에 270여명임.

- 농산물(2개 번영회) : 1,200명(600×2개 번영회) 중 50%이상은 도·소매 겸영하고, 50%정도는 중간도매업을 하고 있음.

- 위탁환경을 만들어주면 연말에 입주하는 동부권시장으로 많이 이주할 것임 (한쪽에는 위탁상, 한쪽에는 경매).
 - 동부권시장 입주는 1개 법인에 중도매인정원이 150명이기 때문에 전체의 1/5이하, 도매하는 상인의 1/3도 못감. 따라서 도매로 가봤자 남아있는 중도매상인이 다시 도매하니 이전과 똑같아질 것임 → 청량리와 구리시장의 전철을 밟을 우려가 있음.

- 그러나 부산시는 6-7년전에 계획하여, 상장경매용 건물을 건축
- 도매물량 : 엄궁동 시장이전에는 부산시 전체의 70% 정도, 엄궁동 시장이 후에는 부산 전체에서 엄궁 : 부전 = 50 : 50(채소의 경우) 또는 70 : 30(과일의 경우)임(동부권에서는 부전시장 : 농협 : 동부 청과조합 5개 = 58 : 19 : 23임).
- 사업자등록은 도·소매임(도매는 세금적용이 적고, 소매는 세금이 많음)
- 공영도매시장내 도매시장법인의 의견
 - 유사시장 상인들은 수가 많기 때문에 난립되어 산지공판장 또는 생산지에서 과도한 경쟁으로 가격이 높게 형성되고 있음.
 - 소비지에서는 소비자가 높은 가격으로 구매할 수밖에 없음.
 - 유사상인과 소비자들간의 1 : 1의 상대매매가 이루어지기 때문에 많은 물량을 소모하지 못함.
 - 대형할인점들이 많은 물량을 소비하기 때문에 가격이 다소 낮은 경향이 있음. 따라서 소비자들은 가격의 혼란을 겪고 있음.
 - 계속해서 이런 추세로 간다면 생산지의 생산자와 소비지의 소비자간에 상호불신을 초래할 수밖에 없음.

(2) 관찰조사에서 나타나는 문제점 및 현황

- 동부권시장 이전상인과 비이전 상인의 문제
- 이전하는 상인의 경우에도 시장도매인제를 염두에 두고 있고, 시장도매인=과거의 위탁상의 개념으로 이해하고 있기 때문에 이에 대한 사전 교육이 필요할 것임.
- 2004년 이후의 중앙도매시장의 시장도매인제=위탁상제도의 도입과 실행을 강력히 희망하고 있을 뿐만 아니라, 위탁과 경매의 동시 실시를 강력하게

희망하고 있음.

- 상권이 제대로 형성되기전 위탁을 보장해줄 것을 요구하고 있음.
 - 이는 새로운 상권 형성과 상권이전에 따른 불안감의 일환으로 이해할수도 있지만 정부와 광역시의 혜택은 혜택대로 받고, 기존의 자신들의 영업적 이해는 계속 관철시키려는 지극히 이기적인 자세로 일관하고 있어 이에 대한 해당 기관과 부산시의 적절한 교육과 대책 및 엄격한 기준적용의 천명이 반드시 필요할 것임.
- 남아있는 상인이 계속 위탁을 할 경우 오래동안 지역을 바탕으로 한 상권이 쉽게 무너지지는 않을 것임. 더구나 부산은 해안선을 따라 길게 형성된 도시이기 때문에 상권역시 동일한 형태로 발전해 왔음. 따라서 기존의 상권이 새로이 형성되기 시작하는 대형소매점에 의해 주변 재래시장 및 소매상점의 쇠퇴, 또는 부산시의 사후 정비에도 불구하고 쉽게 붕괴되지는 않을 것으로 보임. 다만 부전시장 역시 주변지역의 유통환경 변화에 따른 재래시장의 쇠퇴라는 추세에 예외적인 현상은 발생하지 않을 것으로 보이며, 상권 위축 내지는 소매시장화할 가능성이 높다고 볼 수 있으나 시간이 많이 걸릴 수밖에 없다는 한계를 가지고 있음.
- 동부권시장 개장 이후에도 남은 위탁상에 의해 당분간 유사시장과 유사도매행위가 존재할 가능성이 크고, 현재의 규제완화 및 개인재산, 자유영업이라는 분위기하에서 과연 효율적인 정비가 가능할 것 인가라는 점에서 처리가 어려운 유형으로 보임.
- 거제리, 충무동, 부평동 등에도 유사시장이 있으나 큰 문제가 될 정도의 규모는 아니라고 판단됨.

(3) 공영도매시장 도매시장법인의 의견

- 어떤 형태로든 유사시장을 제도권 안으로 끌어 들여 넣어야 하고, 물량과 가격을 노출시켜서 농산물정책에 반영하여 유통질서를 잡아나가야 된다고

생각함.

- 현재 개정된 농안법으로는 바로 잡아 나갈수 있는 방법이 없음(산지공판장 활성화, 집하단지 조성 등등 : 정부지원사업).
- 사실상 현행법대로라면 소비지의 도매시장은 필요없는 것 아닌가 하는 착각도 듬.
- 지금 부산은 동부권 반여농산물도매시장의 개장을 앞두고 있음. 기존 5개 도매시장과 농협, 유사시장인 부전이 1개법인씩 3개 법인으로 입주하게 되었으나, 유사시장이 과연 입주하여 도매시장의 기능을 할 것인가 의문스러움.
- 만약 유사시장이 입주를 하지 않으면 기존시장은 상권만 유사시장에게 넘겨주고 입주하는 꼴이 됨(엄궁동농산물시장이 입주할때도 후적지 정비가 제대로 되지 않아 지금 부산의 농산물유사시장이 더욱 난립되었기 때문).

2) 부산 감전동 (주) 부산새벽청과시장

(1) 현 황

- 면담 : 변영희 김영훈 회장과 이사
- 84년 개장 → 시의 정책(권역별로) 이후 94년 엄궁동 시장 이전·개장하고 나서 → 94년 허가 반납후 허가취소(폐지) → 시장기능 마비 → 어려움 가중 → 향후 소매기능 허가 고려, 민영도매시장화도 고려, 산지와 직거래 직송해서 판매할 계획 → 지방도매시장화를 원함(일부는 엄궁시장에서, 일부는 산지에서 거래) → 공영도매시장과 보완관계

- 물량확보 : 중도매인 자격으로 산지유통센타에서 산지경매후 매입하거나, 작목반에서 경매후 매입하여 판매하고 있음(산지시장이 없는 경우에는 수의매매).
- 애로사항 : 시장허가가 없다
- 영업현황 : 일부는 개인사업허가(소매업허가), 일부는 중매인 자격을 박탈당하지 않기 위해 엄궁동에 수수료를 지불하고 있음(소속은 법인에, 실제영업은 이곳에서 이루어짐).
- 전부 농산물 취급(100%)
- 도매와 소매의 비율 : 점포수(164 : 0, 점포없이 도매행위하는 자도 있다), 종사자수(180 : 600), 거래량(80 : 20)
- 물량(도매) 거래량 : 무·배추(공영도매시장 거래)는 장소가 좁아서 거래하지 못하고 있고, 도매와 소매의비율은 50 : 50임.
 - 소채류와 과일(엄궁 3개법인 : 감전 1개법인 : 부전 = 50 : 30 : 20)
 - 소채류의 경우 시내 : 시외 = 50 : 50
 - 대상지역 : 진해, 울산, 양산, 마산 등 부산권 주변
 - 재고가 남으면 공영도매시장에 상장
 - 최상급은 감전에서 판매 : 산지에 직접가서 구입하므로 최상품 판매 가능 → 산지에서 확인하고 구입(현금 또는 외상거래, 농협송금)
 - 낙동강, 강변대로, 시장주위 : 차상거래
 - 판매 : 소매상에 판매(엄궁동 가격기준), 이익은 최소화(가격은 낮게), 높은 품질, 대량판매, 매입자는 납품업자가 많음(주변 마트, 군부대 등).
 - 주변 대구모 소매점 : 이마트, 홈플러스, 르네시떼 등이 5분 이내의 거리에 있음.

(2) 관찰조사에서 나타나는 문제점 및 현황

- 문제점 : 상권충돌의 문제(엄궁동시장)를 어떻게 해결할 것인가
- 현재 허가 취소 문제에 대한 해결책을 마련하기 위해 자체적으로도 고민하고 있는 것으로 보이며, 지방법정도매시장화하여 법적으로 보장 받기를 원하고 있음. 그러나 이들이 농안법의 적용을 받고 규제를 받는다는 전제하에서 지방도매시장을 원하고 있지는 않는 것으로 보임. 또한 상권형성 자체가 엄궁동시장에 인접해 있기 때문에 독자적인 상권형성이 계속 지속되기에는 미약한 실정으로 보임. 더구나 이들의 기반이 되고 있는 소매상들이 대형소매점들의 입점 또는 새로운 개점으로 위축되어 나가고 있다는 점에서 큰 문제가 되지 않을 것으로 보이며, 장기적으로는 소매시장화할 가능성도 높게 나타날 것으로 보임.

3. 대구광역시

● 중앙청과(주)

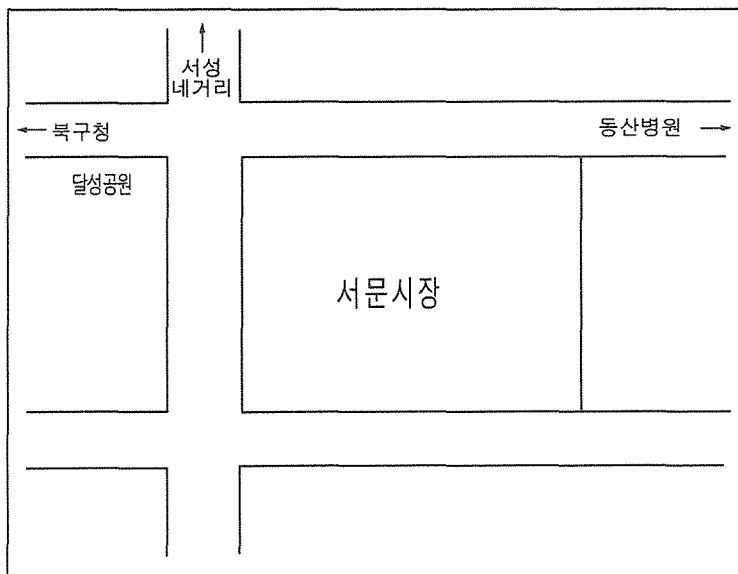
- 면담 : 이용우 사장의 관계자
- 대구는 지역적으로 여러개(경부, 88, 구마 등)의 고속도로가 지나가므로 외지상인이 출입하기 매우 편리함.
- 시장전체 비율 : 칠성 > 서문 > 팔달
- 현대식 건물과 재래시장이 혼합된 지역소매시장임.
- 시내 중심에서 서쪽 서문시장, 동쪽 칠성시장이 위치(시내 중심에서 멀어

진 정도는 비슷)

- 대구 매일신문 2000. 11. 2.(목)
- 제2도매시장
 - 설계 확정 : 3~4년전
 - 대구 경제 전국 최악(현지 체감) → ① 제2도매시장 여력 없음 ② 대구 서문장

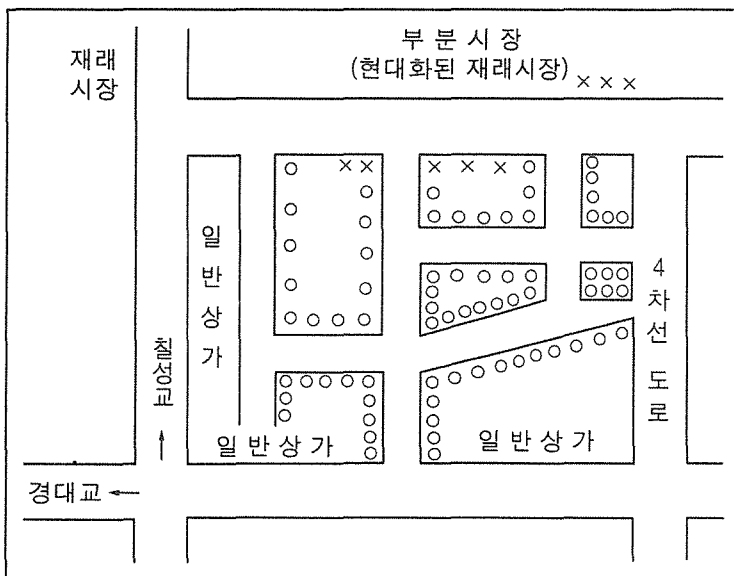
1) 서문시장 : 이미 소매화된 시장임

- 옛날 : 건어물, 포목상 → 현재 다양화, 의류·식기 전문, 개성마트(의류종 합판매), 그 외 (의류판매 1)
- 농산물 : 소매화하는 중간도매형태(난전이 거의 대부분으로 소매상화됨) → 소비자 대상 판매 : 과일·채소는 박스단위, 묶음으로 하는 판매는 없음.
- 건어물 비중 높음 : 제수상품



2) 칠성시장

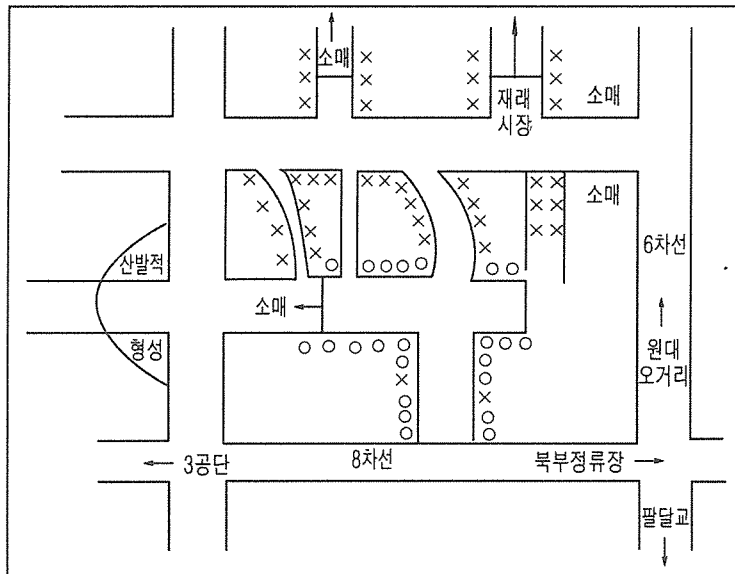
- 채소보다 과일비중이 높음(과일이 거의 대부분임).
- 과일은 공영도매시장의 3~4배를 거래
- 종사자 : 15~20명 정도이고, 특수작물 취급도 높음.
- 팔달시장에 비해 상품이 고급화 되어 있음.
- 공영도매시장 출하주도 있음(생과 → 후숙 → 자체선별).
- 4차선 도로를 가운데 두고 마주 보고 북문시장이 있음. 북문시장은 옛날 도매위주의 시장임(경매를 주로 하였음).
- 상권이 과거에 비해 많이 위축됨 : 한때는 원예농협(공판장)으로 옮긴다는 루머(중도매인 30여명이 단체로 이주)도 있었으나, 루머로 끝남(위탁 및 도매 습관으로 경매에 적응하지 못함).



3) 팔달시장

- 대규모 소매시장(버스로 2정거장 거리의 규모)
- 과일·야채시장(채소가 많음)
- 새벽 2~3시에서 오전 11~12시까지 도매 영업
- 주차문제로 시에 주차타워를 요구하고 있으나, 트럭적재문제로 근본적인 해결책이 없고, 땅값이 비싸다는 문제가 있음.
 - 새벽에는 편도 2차로를 제외한 나머지 도로를 점유하고 있으나 새벽에는 차량 이동이 적어 민원 발생이 적음.
- 3~4개 상회의 경우에는 공영도매시장의 고객임.
 - 많은 물량은 자체 확보
 - 물량 작은 것
 - 다양한 상품 구비 위해
 - A급 물건 구비 위해
- 대형소매점 22개개 정도 입점으로 재래시장의 축소가 예상됨.
- 대구 근교에서 새벽시장을 이용하는 소매상은 위탁상 존립 근거 중의 하나가 되고 있음.
- 대형유통점의 경우 과일은 칠성시장으로, 채소는 팔달시장의 이용비율 높음 : 공영도매시장의 경매시간을 옮겨야할 필요성 큼.
 - 대형점의 경우 대체로 물류본부는 부산에 있는 경우가 많음.
 - 대형점의 입점은 부산에서부터 시작되었음.
- 대구 시내 할인점, 대형유통점, 마트 강원, 춘천, 전라권의 중간상인이 주고객임 ← 공영도매시장의 고객 → 대형점 상대해야 경쟁력

- 공영도매시장 : 채소상점은 오후에, 과일은 아침에 장이 형성되며, 50%이상이 외지 판매임(부산은 70~80%가 자체 소비임).



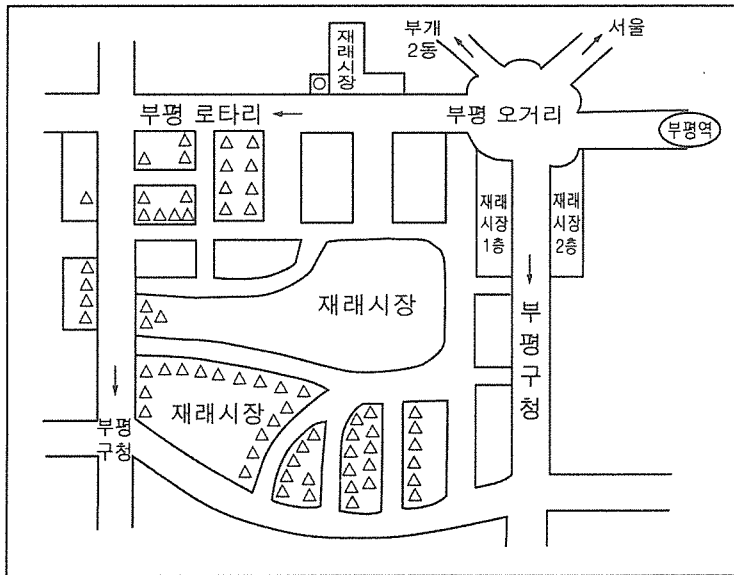
4. 인천광역시

1) 부평시장

- 농산물유사시장(도매+소매 : 도소매 구분 곤란 추정치임) : 대지(51,453평), 건물(35,400평)
- 농산물 점포수와 종사자수(추정치임) : 점포수(143개소), 종사자수(483명),
- 거래규모(과일+채소 추정치임) : 거래량(61,962톤), 거래금액(26,140백만원)
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 배, 감귤, 포도, 감

- 채소 : 배추, 무, 대파, 양파, 수박, 오이
- 위탁수수료 : 5~8%
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중 : 공영도매시장(95%), 유사도매시장(5%)
- 도·소매 혼합 재래시장
- 도로를 끼고 있는 한 쪽 부분에 집중적으로 밀집되어 있음.
- 과일·야채시장
- 부평재래시장이라는 규모가 매우 큰 재래시장과 혼재해 있음.
- 지역농협직판장, 인천시직판장이 3~4군데 있음.
- 가게를 임대료 세를 내놓은 도·위탁상도 3~4군데 있었음.
- 도로면을 제외한 시장 안쪽으로는 도매·위탁상회는 소매상회와 혼재되어 위치하고 있음.
- 주차시설 없음.
- 재래시장은 4~층 건물의 1층 및 노점을 중심으로 형성되어 있음.
- 인천시의 경우
 - 북서부권역에 삼산농산물 도매시장 건설(준공 2000. 12월말)되면 동일 권역에 있는 유사농산물 도매시장은 정비될 것으로 생각됨.
 - 삼산농산물 도매시장의 도매시장법인수(공판장 포함) : 3개
 - 공영농산물 도매시장이 건설되는 지역에서는 관내의 유사농산물 도매시장을 자율적인 통합을 통하여, 공영도매시장으로 이전 입주를 유도하는 등 기회를 제공하되

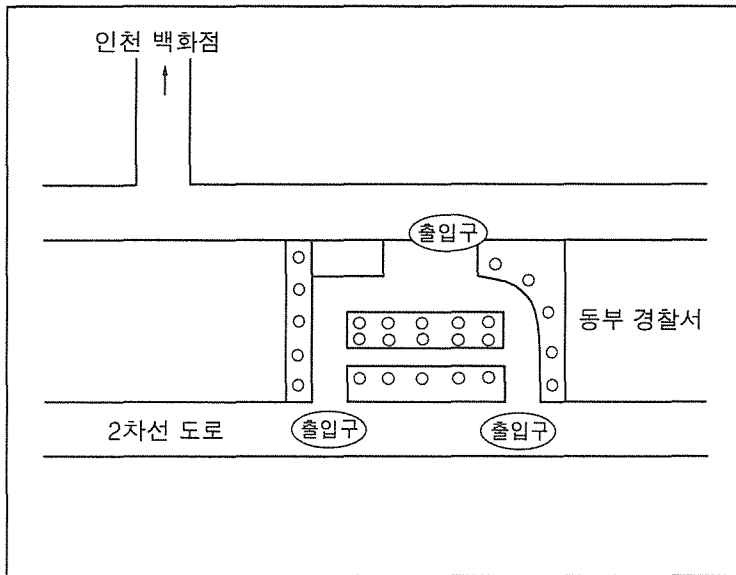
- 통합 및 이전 불응시에는 시장경제원리를 적용하되, 공영도매시장의 경쟁력 확보를 통하여 유사도매시장의 자율정비가 필요함.
- 간접적인 방법으로 교통 등 주정차단속과 노상적치물등 노점상단속을 통한 방법을 병행 추진하여 근절 방안 강구 필요
- 현행 농안법 제64조 및 동법 시행령 33조에 의한 정비등은 이해 당사자의 의견 진술 및 보상협의 등 매우 신중한 검토가 필요함(개설자의 세부 집행 방안이 미비함).



2) 문화청과시장

- 향후 소멸 가능성 높은 시장임.
- 과일 전문 유사도매시장임.
- 약간의 주차장 면적을 확보하고 있음.
- 대형차 진출입이 가능함.
- 화장실은 불량한 상태임.

- 총 26개의 점포중 13개 점포가 영업중임. 그 외의 점포는 문을 닫거나 개점휴업상태로 영업을 하고 있음.
- 전반적으로 경기가 좋지 않은 실정임.



5. 광주광역시

● 양동도매시장

1) 현 황

- 역사가 100여년 정도되는 전형적인 재래시장
- 도매는 1명(일부 위탁, 일부 도매, 소수 소매), 그외는 모두 소매상화된 소규모 도매상이거나 영세한 소매상임 → 공영시장 건설후 위축, 축소되는 과정임.

- 도매 면적 : 200평
- 도매상인 1명의 주취급물은 배추전문임(광주에서 20-25트럭/일/5톤트럭 소비중 6대/일/5톤트럭 정도의 분산력을 가짐).
- 영세한 농산물 소매상은 50명임.

2) 관찰조사에서 나타나는 문제점 및 현황

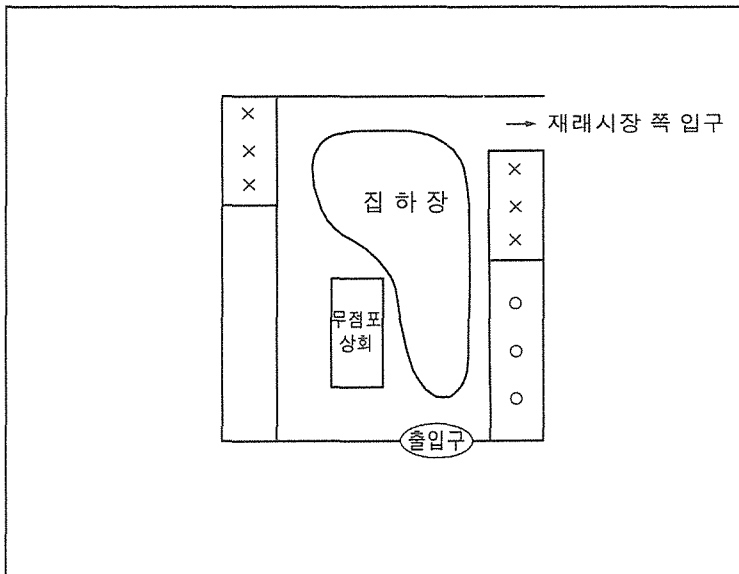
- 100년의 역사를 가지고 있으나 현재는 비농산물이 대부분이고 농산물의 경우에는 규모나 점포수 도매상인수등에서 급격한 쇠퇴 양상을 보여 위탁 시장이라고 할 수 없을 정도임.
- 도매상 1인은 거래하고 있는 영세 소도매상인과 소매상인의 중심으로 법인을 형성하여 새롭게 이전하는 공영도매시장에 참여하기를 희망하고 있음.
- 시간이 지나면 자연스럽게 사라질 것으로 보여 별 문제가 되지 않거나 소매시장화할 것으로 보임.

6. 대전광역시

1) 삼성동시장

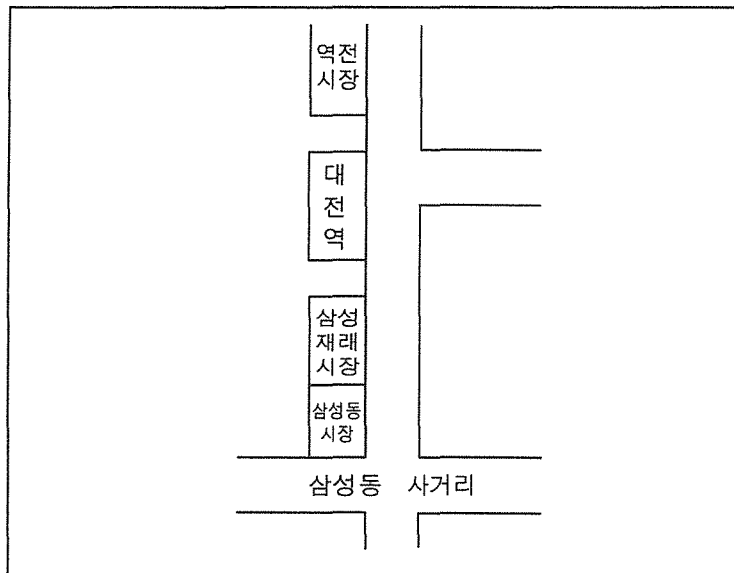
- 4~5년전 20여개 정도의 점포가 있었으나 현재는 6개만이 영업중임. 그 이유는
 - 일부는 오정동으로 가고
 - 경기가 좋지 않음
 - 대형할인점의 영향(인근에는 동방마트 입점)

- 99년까지 도매 : 소매=9 : 1인데, 2000년에는 도매 : 소매=10 : 0임.
- 현재 위치에서는 투자가치가 전혀 없음.
- 여름철에만 조금 바쁠뿐 저녁에도 거의 차가 들어오지 않음.
- 건물주와 지주는 서울인이고, 월세는 월 30~40만원 수준
- 대형점 : 상품 종류 많고 싸
 - 산지에서 덤핑쳐서 가져옴.
 - 물건 안 빠지면 덤핑으로 팔 수 밖에 없음.
 - 많이 사고 현찰 주니까 팜.
- 여기에는 소비자가 별로 오지 않고, 주로 소매상들이 들어오고 있음 : 여기에서 이윤+소매이윤의 가격으로 판매하면, 할인점보다 비쌀수도 있음.



2) 역전시장 : 소매시장화(난전)된 시장임

- 채소 소매시장(난전)임.



3) 대전 오정동 도매시장

(1) 현황

- 대덕구 오정동 농수산물도매시장 앞
- 시설규모
 - 시장전체(도·소매 포함) : 대지(약 20,000평), 건물(약 15,000평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 : 점포수(약 100개소), 종사자수(약 250명)
 - 농산물 : 점포수(약 80개소), 종사자수(약 200명)

- 수산부류 : 약 20개소
- 거래규모
 - 과일 : 거래량(40,000톤), 거래금액(500억원)
 - 채소 : 거래량(45,000톤), 거래금액(300억원)
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 배, 포도, 딸기, 밀감
 - 채소 : 감자, 당근, 양파, 배추, 알타리
- 위탁수수료 : 7%
 - 기타 출하자 비용 : 하역비
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중
 - 공영도매시장 : 유사도매시장 = 65 : 35
- 연간매출액 : 대전 공영도매시장의 매출액의 약 1.5배(추정)
- 대전의 경우 채소(특히 무, 배추)는 법정시장이 장악하고 있음. 따라서 유사도매시장이 과일을 중심으로 형성되어 있음(이에 비해 광주의 경우에는 채소를 중심으로 형성)
- 유사시장을 양성화 → 세금투명성, 시장입구 물량동향 파악 → 국세청 신고(기준) → 세금고지(현재 유사도매시장 근처에는 공익요원 10명이 근무하고 있음 : 운영계장 지휘하에 또는 공무원 1명 입회하에 유사도매시장의 수량을 파악하여 도매시장 경락가격을 곱하면됨)
- 유사시장은 그대로 두고 양성화 → 못하겠으면 중도매인으로 들어오고, 자신있으면 계속 위탁상을 하면 됨.
- 유사도매시장 도·소매 허가

- 발생 연유 : 농협이 중도매인 내보내면서 위탁상(유사시장) 생겨나기 시작
→ 기록상장 대금 청구 소송건으로 농협과 농협중도매인 갈등 시작
- 원협과 대전중앙청과가 새시장으로 가기로 결정(약 90% 정도 완공)
- 몰류센타도 건설중
- 주차단속 필요
 - 유사업자의 영업장소가 도매시장 또는 도로 건너 편에 위치하고 영업장소가 협소하여 도매시장 앞 차도와 인도에 농산물을 적치 판매는 물론 차량을 주차하여 교통의 혼잡은 물론 사고유발로 도매시장 환경 저해
 - 유사시장에 대한 집중적이고 지속적인 단속 및 대책 필요
- 해당 구청의 적극적인 단속 필요
 - 해당 구청에서는 불법·편법으로 운영되고 있는 유사시장의 정비를 위하여 적극적인 지도·단속은 물론 장기적인 대책을 수립하여 생산자 및 소비자의 피해를 사전에 방지 및 도매시장 주변을 유통환경 개선이 시급
- 도매시장 관리사무소의 적극적인 대처 필요
 - 도매시장 주차장 내의 유사시장 종사자 및 이용자 차량 단속
 - 도매시장 주차장 내와 정문 주변 및 주변 도로에서 행하는 유사업자의 판매행위 단속
 - 유사업자의 쓰레기 무단 반입 단속
 - 유사기관과 협력하여 합동으로 유사시장의 운영현황 및 기타 사항을 수시로 파악하여 유사시장 정비를 위한 적절한 대책 수립
 - 도매시장 관리사무소는 도매시장 활성화를 위하여 유사시장에 대한 철저한 지도·감독 체제를 구축하여 도매시장 관리사무소가 도매시장법인과 중도매인에게 꼭 필요한 기관이 되어야 함.

(2) 공영도매시장 도매시장법인의 의견

- 유사시장은 시장을 관리하는 시나 소속 구청의 통제가 거의 불가능하므로 상회별로 시장을 자율적으로 편법·불법 운영하여 출하자 및 소비자의 피해가 우려됨.
- 유사시장의 상회들은 대부분 자금력이 부족하여 외상매출이 증가할 경우 출하대금 정산지연 및 지불능력 상실로 출하주의 피해가 우려
- 유사시장 종사자의 편법·불법 운영은 제도권의 통제를 받고 있는 도매시장의 발전을 저해하므로 유사시장의 편법·불법운영에 대한 철저한 지도감독 필요
 - 농안법 및 대전시 거래제한 지역 및 품목 고시에 근거한 유사도매업자 행정조치 및 업소 폐쇄
 - 연간거래액을 실사하여 소득세등 과세추징 및 지속적인 자료 추적
 - 불법 주정차차량이 근절될때까지 집중적 지속적 단속
 - 농수산물도매시장 인근 노변의 집중적 지속적 단속
- 주차단속 필요
 - 유사업자의 영업장소가 도매시장 또는 도로 건너 편에 위치하고 영업장소가 협소하여 도매시장 앞 차도와 인도에 농산물을 적치 판매는 물론 차량을 주차하여 교통의 혼잡은 물론 사고유발로 도매시장 환경 저해
 - 유사시장에 대한 집중적이고 지속적인 단속 및 대책 필요
- 해당 구청의 적극적인 단속 필요
 - 해당 구청에서는 불법·편법으로 운영되고 있는 유사시장의 정비를 위하여 적극적인 지도·단속은 물론 장기적인 대책을 수립하여 생산자 및 소비자의 피해를 사전에 방지 및 도매시장 주변을 유통환경 개선이 시급

- 도매시장 관리사무소의 적극적인 대처 필요
 - 도매시장 주차장 내의 유사시장 종사자 및 이용자 차량 단속
 - 도매시장 주차장 내외 정문 주변 및 주변 도로에서 행하는 유사업자의 판매행위 단속
 - 유사업자의 쓰레기 무단 반입 단속
 - 유사기관과 협력하여 합동으로 유사시장의 운영현황 및 기타 사항을 수시로 파악하여 유사시장 정비를 위한 적절한 대책 수립
 - 도매시장 관리사무소는 도매시장 활성화를 위하여 유사시장에 대한 철저한 지도·감독 체제를 구축하여 도매시장 관리사무소가 도매시장법인과 중도매인에게 꼭 필요한 기관이 되어야 함.

(3) 관찰조사에서 나타나는 문제점 및 현황

- 대전 오정동 도매시장은 오정동 공영도매시장과 6차선 대로를 사이에 두고 있다는 점에서 다른 지역과 특이한 분포를 보이고 있음.
- 과일 중심의 도매시장 형성
- 교통여건 : 네모꼴로 형성된 시장을 중심으로 두쪽이 차도와 맞물려 있어(4차선, 6차선 도로)화물 하차시간대를 중심으로 교통혼잡을 야기시키고 있으나 시장내 도로가 비교적 양호하고 상점 또한 비교적 큰 편이어서 타지역의 타유사도매시장보다는 교통혼잡에 대한 문제발생의 소지가 상대적으로 작은 것도 유사도매시장이 지속적으로 영업을 할 수 있는 요인이 되는 것으로 보임. 또한 더불어 시장내의 일정지역(네모꼴)에는 농산물만 취급하는 지역으로 상가가 형성되어 있고 주위에 주택이 거의 없다는 점도 마찬가지로 요인이라고 볼 수 있음.(이에 비해 타지역의 타유사도매시장의 경우에는 대부분이 시장내 도로가 트럭이 들어갈 정도로 충분히 넓지 못하여 일단 대로변에 화물을 하차하고 다시 리어커와 같은 소규모 이동도로 재운송하고 있는 실정이므로 그만큼 이동비용의 증가는 물론이고 교통혼잡에

미치는 영향도 크게 나타나고 있음. 또한 시장내 상가형성이 농산물 이외의 소매상들이 혼재해 있는 경우가 대부분이고, 주택가 근처에 위치하고 있는 경우가 대부분이기 때문에 상대적으로 타상점 및 주택가의 주민들에게도 마이너스의 영향을 주고 있는 실정임)



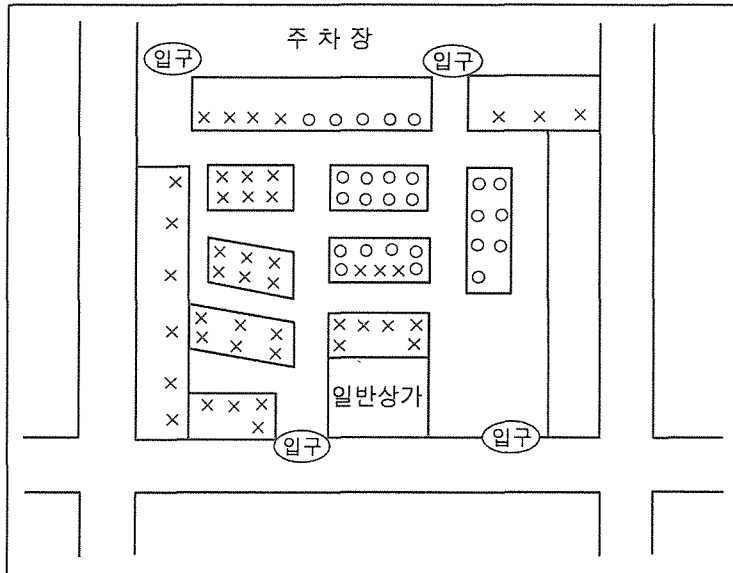
7. 울산광역시

● 학성번개시장

- 점포세 : 월 50~60만원 수준
- 구체적으로 특정 상회의 예를 들어 전반적인 상황을 설명하면 다음과 같은 예를 들 수 있음. 이전에는 3일에 한번씩 물건이 빠지고 구매했는데, 현재에는 7~10일 정도에 물건이 빠져 물건구매대금이 없든지, 물건이 없든지 하여 물건구매를 제대로 못하고 있음 : 문제 심각, 인건비도 제대로 나오지

않을 정도로 심각한 정도로 위축되고 있음. 그 이유로서는

- 경기 위축
- 소매상가 위축
- 대형소매점의 입점 등임

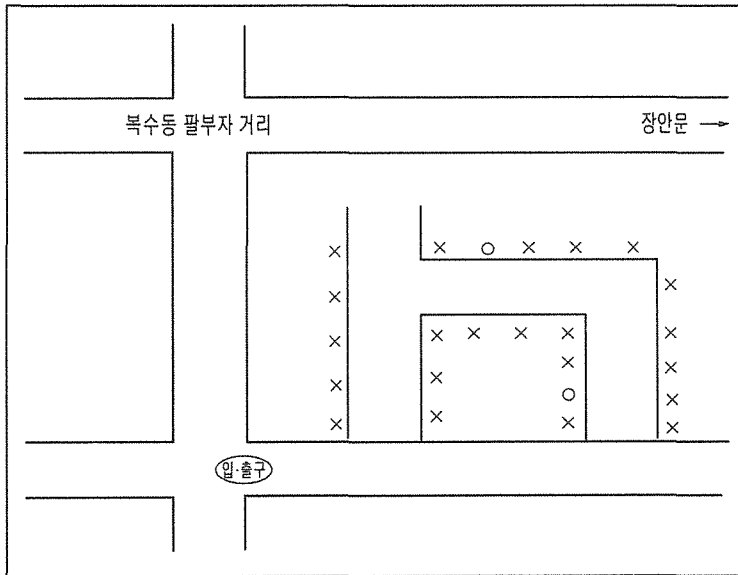


8. 경기도

1) 수원 종로시장

- 야채 14개(약간의 과일 동시 거래 2곳), 과일 1개, 계 15개, 기타 양념류 소
매상 몇군데
- 3~4상점은 매우 영세해 보임(소매중심적)
- 야채전문시장

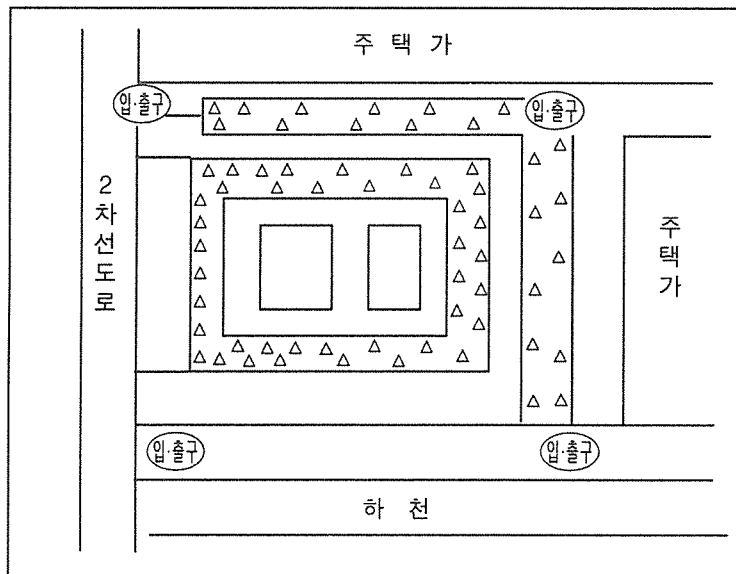
- 전형적 재래시장 형태
- 건물노후화(소매시장화할 가능성 또는 구조조정 가능성 높음)
- 주차장 없음
- 1톤정도 주차가능(도로폭 약 3미터정도)
- 시장주변 : 정비해야할 지역



2) 수원 세류시장

- 시장 주위 주택가
- 야채 8개(약간의 과일 겸용 점포 포함), 과일 15개, 계 23개, 기타 식자재점 포 몇군데

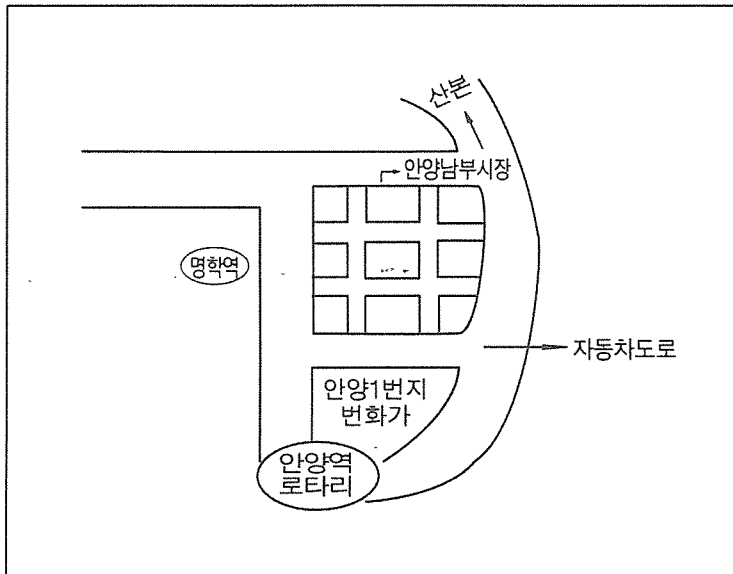
- 주차장 없음
- 도로폭 4~5미터
- 주로 1톤정도의 차량 주차가 많았음
- 전형적 재래시장형태, 건물노후화
- 폐점직전의 점포가 눈에 많이 띄임
- 소매시장화 가능성 또는 구조조정가능성 매우 높음



3) 안양 남부시장

- 만안구 안양 1동
- 시설규모(시장전체 : 도소매포함) : 대지(3,906평), 건물(5,469평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 : 점포수 (157개소), 종사자수(296명)
 - 농 산 물 : 점포수 (111개소), 종사자수(213명)
- 거래규모
 - 과일 : 거래량(24,000톤), 거래금액(21,000백만원)
 - 채소 : 거래량(60,000톤), 거래금액(42,000백만원)
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 배, 감, 귤
 - 채소 : 무, 배추, 대파, 양파
- 위탁수수료 : 8%
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중 : 공영도매시장(70%), 유사도매시장(30%)
- 도매시장 개장시 남부시장의 주변 청과와 야채상인들을 도매시장으로 이전 하도록 되어 있었으나 당시 남부시장 상인들은 도매시장의 법인 선정시 갈등으로 잔류상인으로 남아 계속 반발
- 야채 : 과일 = 3 : 1정도임(과일은 일부가 중도매 및 소매화된 상태임)
- 도로폭 : 4~5미터
- 건물노후화

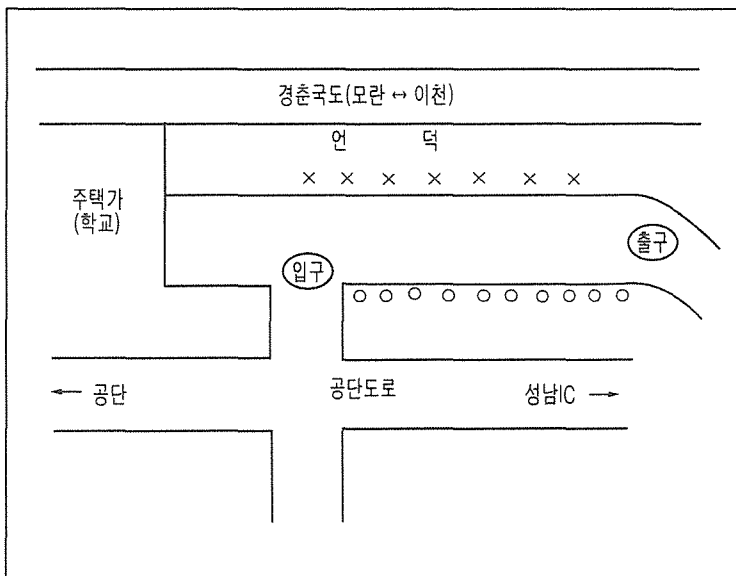
- 안양역과 명학역 중간정도에 위치한 시장으로서 안양1번지 변화를 마주하며 중심가에 위치
- 주차장 없음
- 주로 1~2톤 정도의 차량 주차가 많았음
- 대책마련 필요한 시장



4) 성남 하대원시장 : 과일, 야채

- 인근에 가락동 농수산물도매시장, 성남물류센타등으로 소매시장화 가능성 큼.
- 과일보다는 야채부분이 규모도 작고 영세하여 위축 정도가 크게 나타나고 있음.
- 야채는 전반적으로 영세한 것으로 보임.

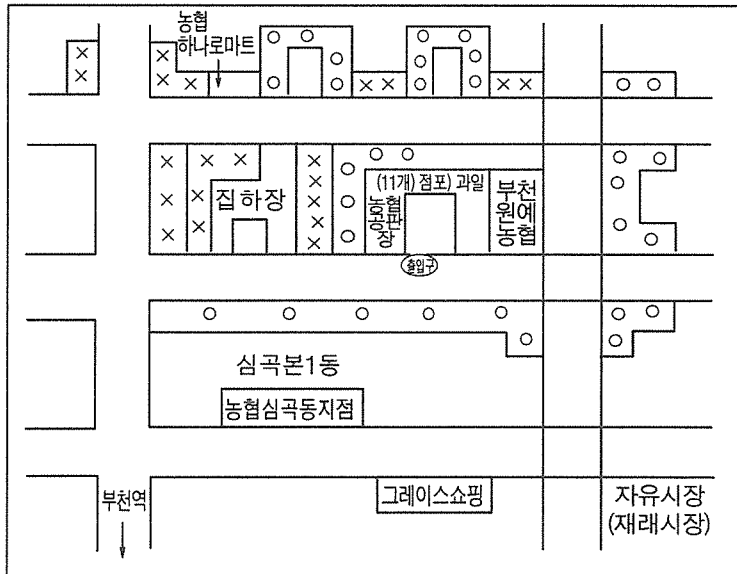
- 야채 41, 청과 24, 계 65개, 기타 건어물, 양념류 소매상이 소수존재
- 입구에서 출구방향으로 왼쪽은 야채, 건어물, 양념류, 소매상점 입지, 오른쪽은 청과점 입지
- 상대적으로 오른쪽 청과점이 깨끗하고 규모적임.
- 시장폭(상점↔상점간) : 약 200미터
- 도로폭 : 약 7-8미터정도임(점포앞 전시면적 포함)
- 대규모 트럭 및 주·정차는 어려울 것으로 보임(주로 1톤 정도 통행하고 있음).
- 화장실은 간이화장실 2개



5) 부천 원협(일명 깡시장)시장

- 주변은 주택가임.
- 과일은 채소에 비해 상대적으로 규모가 큼(과일 : 채소=60 : 40 정도임).
- 일반적으로 가장 많이 들어오는 트럭은 11톤임(제주 감귤).
- 10년전에는 10개 정도, 5년전에는 20~30개 정도, 현재는 70개 정도의 점포 입점 → 5~7년전에는 장사가 잘 되었음 → 현재는 점포수가 줄어들고 있으면 줄어들었지 늘어나고 있지는 않음(상권약화때문).
- 과일상회는 거의 도소매 영업
- 야채의 경우에는 양파+무+배추+기타 야채
- 위탁상들은 거의 현상유지가 안되고 있음.
 - 사례1) 도매의 경우 :
바닥의 물대값이 10,000원이라면 올라오는 경비(쓰는 경비)가 약 3,000~4,000원 정도임(운송비 박스당 1,000원 정도, 작업비가 상·하차비 포함하여 1,000원정도, 박스값 코팅제대로 된 좋은 것은 2,000원, 보통은 1,000원 정도) → 소비지에서의 가격이 10,000원이면 중간비용은 결국 도매상의 비용으로 감수할 수밖에 없음.
 - 사례2) 위탁의 경우 :
산지농민이 100상자 올리면 처음엔 10,000원, 2~3일 후엔 8,000원, 그 외엔 7,000원이라면, 이런식으로 가격이 내리면 어느 일정 가격을 맞춰져야 함. 그래서 원론적인 위탁판매 후 수수료가 징수되지 않는 실정임. 만약 팔리는 데로 계산서를 발부하면 시세가 안좋다고 물건이 안 올라옴(덜 밀질려면 빨리 팔아야 함. 그래서 공판장과 위탁상회가 서로 경쟁이 되고 있음)

- 대형할인점의 영향도 있음 : E마트, 롯데, 까르푸 등의 영향(특히 E마트의 경우 버스운행으로 손님을 거의 다 빼앗기고 있음(슈퍼, 재래시장, 운송업자, 택시 등))



6) 의정부 청과야채시장

- 구리시장 : 개장초 손님 잡기 위해 싸게 팔(초기에 물건 많이 올라옴) → 생산자, 수집상 가격이 싸니 물건 안보냄.
- 구리에서 가까운 사람 → 구리로 몰려 의정부시장 손님이 줄어듬.
- 할인점은 농민이나 가락동시장에서 주로 구매
- 가까운 슈퍼는 여기서는 정상적으로 구입하는데, 덤핑차량이 싸게파니까 상호간 불신 생김, 물건이 많이 들어오면(위탁) 내일 또 물건이 들어오므로 재고가 발생. 따라서 덤핑판매를 하게 되고, 덤핑판매를 전문으로 하는 덤핑차

량도 있음 → 최근 불경기로 물건이 잘 팔리지 않으므로 이런 문제가 많이 생기고 있음.

- 약 40년전에 형성된 시장임.
- 근교의 영농 농민 : 가락동도매시장으로 모두 출하하지 못하므로 이 시장으로 가져오는 사람이 많음.
- 소매시장화하고 있는 시장임.
- 소매 판매라도 도매가격으로 판매할 수밖에 없음.
- 영업시간 연장으로 공영도매시장에 대한 경쟁력 유지 : 가락동시장 등은 일요일 휴장 또는 오전에 영업이 끝나는데, 여기에서는 하루종일 영업을 하고 있음 → 일종의 경쟁력이라고도 할 수 있을 것임.
- 점포는 개인별(상회별)로 분양됨.
- 쓰레기 문제 심각 : 쓰레기 분쇄 → 압축(양을 줄임) → 분리수거로 양을 줄이고 있음.
- 주로 출입되는 트럭 규모 : 과일의 경우는 주로 1톤 또는 2.5톤이고, 야채는 5톤규모임.
- 야채 47개, 과일 30개 계 77개의 점포 입점
- 야채는 주로 양파, 무, 배추 등임.
- 가락동에서 물건 떼오는 것 : 구색이 안 맞기 때문 → 1톤 또는 2.5톤 트럭이 주요 운송수단임.
- 5~6년전에 비해 약 1/2정도 감소 추세이며, 현재에도 계속 위축되고 있는

상황임.

- IMF의 영향
- 대형할인점(특히 서울의 할인점 : 서틀버스)
- 소매상 판매 감소 : 유사도매시장은 감소할 수밖에 없다.
- 구리시장 개장으로 큰 타격
- 창동물류센타의 영업

○ 도매형태의 시장이지만 도매 및 위탁, 중간 도매, 소매 등의 다양한 도소매시장임.

○ 위탁상 사례

- 단골 150명정도, 위탁수수료 월 100만원 정도
- 직원 3명, 주인부부 2명이면 식비, 월급 400여만원, 그 외 차량비 등 영업비 1,000만원정도인데 여기에 미수금이 많이 발생하여 문제
- 주인 부부는 결국 인건비 따먹기 영업을 되고 있음 → 버틸때까지 버텨 보자, 좋아지겠지라는 막연한 희망을 가지고 있을 뿐 특별한 대책은 현재로서는 없는 실정임.
- 12~1시 가락시장, 오후 1시까지 영업, 취침, 5~9시 영업, 취침이라는 일상생활이 추석과 구정을 제외하고 365일 영업하고 있음.
- 무, 배추(5톤 1대 80~90만원, 1톤 20만원이하)는 수수료, 가게세를 빼면 남는 것이 없음. 현재는 이 정도도 하루에 소화가 안되는 실정임.
- 구색상점 → 구색판매에 승부를 걸고 있음(배달로 영업 시작 → 전략 성공 → 종업원 2명은 계속 배달

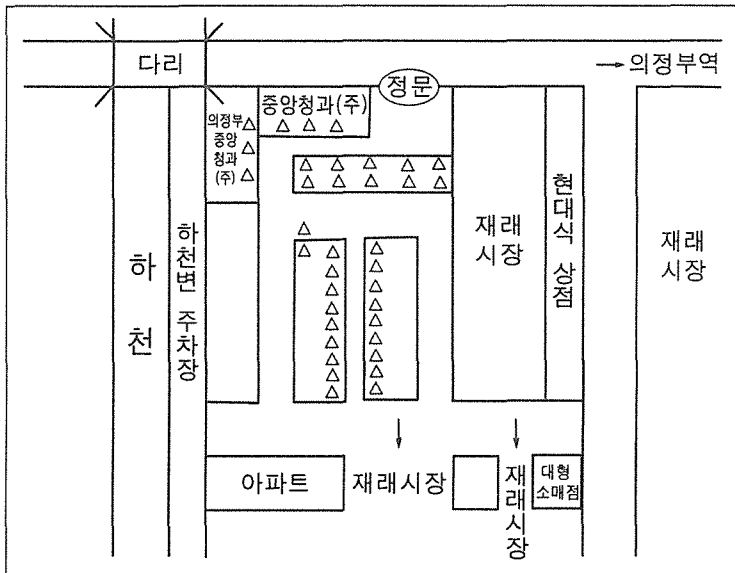
○ 인건비, 건물세

○ 점포세(세든사람) : 150만원정도(보통 15~20평)

○ 위탁수수료는 7% 정도

○ 야채의 반은 위탁, 반은 가락동물건임.

- 과일과 생선은 위탁이 없음 : 거의 대부분 가락동과 청량리의 물건임(중도 매라고 봐야 함) → 가격이 안맞기 때문에 서울로 많이 감 → 그러나 채소는 위탁이 반이니 견딜만함.
- 물건이 작으면 덤핑 판매도 어려움 : 약 50%는 정상판매이고, 약 50%는 덤핑판매임
- 마트, 수퍼, 공장이 망하면 외상 못 받아 경영에 심각



9. 강원도

1) 춘천 번개시장

- 상위 번개시장 자료는 80% 정도의 정확성이 있는 자료이며, 5일장이 열리는 품물시장이 있고, 대규모아파트단지의 신설도 새벽시장이 열리는 곳이 1곳이 있음(거래량은 미미한 정도이나 점차 증가되는 추세임).
- 위치는 신양로 1가
- 시설규모
 - 시장전체(도소매포함) : 대지(1만평), 건물(3개동 5천평)
 - 농산물(도매) : 대지(5개상회), 건물(3동)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체(노점상 포함) : 점포수(20개 상회), 종사자수(80명),
 - 농산물 : 점포수(17개 상회), 종사자수(70명)
- 거래규모
 - 과일(연간 20억), 채소(연간 50억)
- 취급품목
 - 과일 : 사과, 배, 밀감, 복숭아, 수박 등
 - 채소 : 무, 배추, 상추, 감자, 양배추 등
- 도매시장 개장시의 거래물량 비중 : 공영도매시장(40%), 유사도매시장(60%)
- 유사시장내 세무조사의뢰 도매업소 현황

유사시장	상 호 명	취급품목	거래추정액	비 고
번개시장	춘천상회	야채, 공산품	년 4~5억원	
번개시장	서울상회	야채, 공산품	년 3~4억원	
번개시장	대구상회	무, 배추	년 2~3억원	
번개시장	대관령상회	무, 배추	년 4~5억원	
번개시장	경진상회	과일류	년 5~6억원	
효 자 동	복사골청과	과일류	년 5~6억원	
중앙시장	대동상회	야채, 공산품	년 4~5억원	
중앙시장	성희상회	야채, 공산품	년 4~5억원	

2) 원주시 자유시장

- 원주시 중앙동과 평원동(품물시장+새벽시장)
- 시설규모(도소매포함) : 대지(2,000평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 : 점포수(50개소), 종사자수(150명)
 - 농 산 물 : 점포수(10개소), 종사자수(80명)
- 거래규모(추정 수치)
 - 과일 : 거래금액(2,000백만원)
 - 채소 : 거래금액(8,000백만원)
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 귤, 딸기, 배, 복숭아
 - 채소 : 무, 배추, 오이, 포도, 단감
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중 : 지방법정도매시장(45%), 공판장(30%)

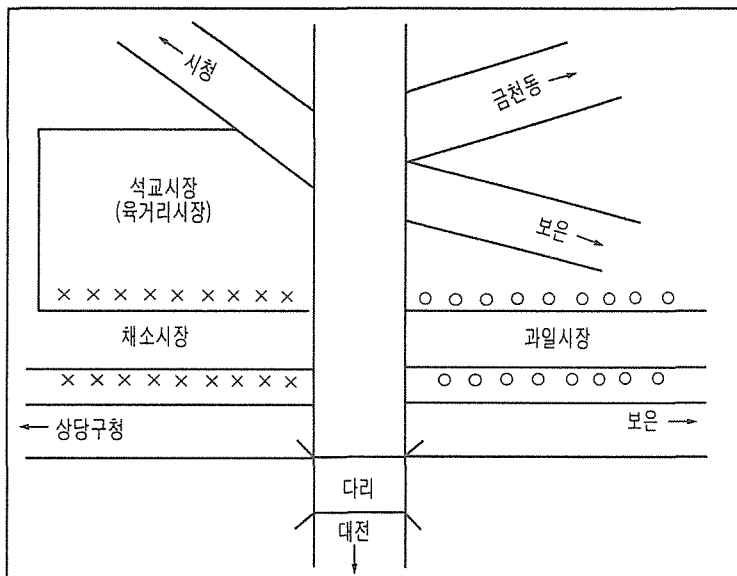
유사도매시장(25%)

- 유사도매시장 정비방안에 대한 도매시장법인의 의견
 - 유사도매시장의 상인을 법인에 흡수하여 중도매인으로 양성화. 이때 부실중도매인은 퇴출하고, 강한 중도매인 육성을 목표로 함. 또한 행정기관의 강력한 규제가 이루어져 유사시장상인을 법인에 유도하는 것에 협조
 - 행정규제의 강화는 꾸준한 지도, 단속이 선결 과제이며, 막대한 공적 자금을 투자한 공영도매시장이 영업의 활성화가 안된다면 이는 큰 사회문제이며, 전체 농민을 배신하는 행위와 다름 없음.
 - 직거래장터의 활성화는 결국 또 다른 유사시장의 활성화를 도와주는 결과를 초래할 것이며, 이제 겨우 상장경매가 정착되어가는 지방도매시장에 많은 지장 초래
 - 유사시장의 자기계산에 의한 정가매매를 근절하기 위하여(법정도매시장의 중도매인이 유사시장의 상인에 비하여 가장 불리한 점임) 법인의 경매제도에 대한 많은 보완을 하여야 함(정가매매에 의한 수수료인하방안과 도매시장 사용료 문제 등).
 - 농산물 유통의 중심축은 도매법인, 공판장, 물류센터로 하는 그간의 농안법을 근래의 유통정책에서는 중심축을 옮기는 듯한 양상을 보이나 이는 잘못된 것임을 인식할 때 이미 우리나라의 농산물유통의 중심축은 없다라는 생각을 갖게 됨.

10. 충청북도

1) 청주 꽃다리시장

- 야채 23개, 과일 17개, 계 40개 정도의 상회가 입점
- 과일의 경우에는 주변에 소매시장이 있고, 주택가 한가운데에 위치하고 있음.
- 야채시장은 영세소매화하고 있음.
 - 주로 산나물, 파, 마늘 등임.
 - 주변에 소매시장 및 상점가로 둘러쌓임.
 - 빈 점포도 몇군데 보이는 등 위축현상이 나타나고 있음.
- 과일시장과 야채시장은 4차선 도로를 마주하고 나뉘어져 밀집해 위치하고 있음.
- 대규모 재래시장(소매시장)과 연결되어 있음.



2) 충주 목행시장

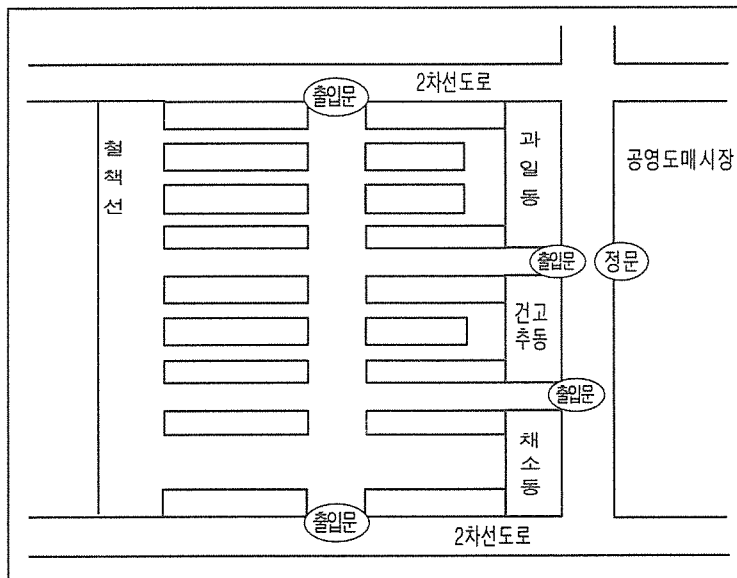
- 충주에는 공영도매시장 바로 위쪽에 충주청과(130개 점포)라는 유사한 시장이 상존하고 충주시 충의동에 소규모이지만 30개 정도의 유사시장이 존재하고 있음.
- 공영도매시장 위쪽에 있는 충주청과 유사시장을 충주시에서 흡수매입하든지 아니면 강력한 단속 필요
- 충주시 목행동 526-3번지
- 시설규모(도소매포함) : 대지(1,500평), 건물(1,000평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 : 점포수(160개소), 종사자수(230명)
 - 농 산 물 : 점포수(25개소), 종사자수(2,100명)
- 거래규모
 - 과일 : 거래금액(50,000만원으로 추정)
 - 채소 : 거래량(50톤), 거래금액(8,000만원)
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 복숭아, 수박, 감귤, 포도
 - 채소 : 배추, 무, 양파, 엽채, 근채
- 위탁수수료 : 8~10%이며, 기타 출하자 부담 비용은 운송비, 상자비, 인건비, 작업인부비 등임.
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중 : 공영도매시장(10%), 지방법정도매시장(20%), 공판장(15%), 유사도매시장(55%), 계(100%)
- 공영도매시장 : 20~30% 물량 늘어남(유사시장 20~30% 감소)

- 95년 10월~11월 사이 개장(공영도매시장과 비슷한 시기에 개장)
- 거래물량의 경우, 청과는 공영도매시장 보다 작고, 야채는 많다.

구 분	공영도매시장	유사도매시장
청과(연간)	7	3
청과(사과철)	6	4
야 채	4	6

- 현대식 건물(임대료 없음) : 4층 편의시설, 60칸 2층(과일), 나머지는 단층, 야채는 전부 단층
- 대지는 약 9,000평 정도
- 공영도매시장에서 마주 보이는 건물쪽 부분은 농산물 이외의 기타상점이 입점
- 야채동 : 중앙청과(주), 55개 점포, 10여개 점포는 건어물 및 잡화
- 과일동 : 충주청과(주), 120여개 점포
- 건고추동 : 60여개의 건고추 점포 입점
- 주차시설 : 지하에 건물면적 만큼의 주차장 시설을 가지고 있음, 지상도 주차가능
- 공영도매시장과 맞먹는 규모와 형태로 외부와 구분이 되는 울타리가 설치되어 있음.
- 현재까지 법인명이 남아 있는 것은 3~4층 편의동이 아직 임대료가 다 되지 않아서 그냥 유지되고 있음
 - 최초 : 법인으로 설립
 - 준공 검사후 개인앞으로 취득세 물고 분양함(등기이전)

- 법인설립시 사업자등록은 임대업, 개인들은 농산물 도·소매업으로 허가
- 법인 활성화에 나쁜 영향 : 공영도매시장내 중도매인에 대한 통제가 잘 되지 않는 부정적인 영향이 발생하고 있음.
- 5년전(빈 가게 없었음)에 비해서는 다소 위축 : 현재 빈 점포가 많이 나타나고 있었음.

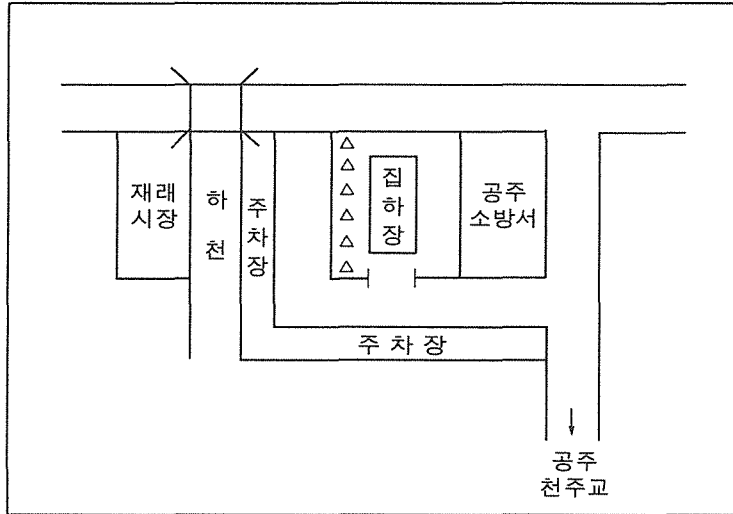


11. 충청남도

● 공주 합동청과(주)

- 과일 9개, 야채 2개(무·배추 1개, 기타 야채 1개)로 9개의 중도매인을 거느리고 있는 대규모 법인 상회임.
- 중간도매 및 소매상화 되고 있음.

- 11톤 차량 진입이 가능하며, 조사 당시 11톤 트럭에 과일이 들어오고 있음

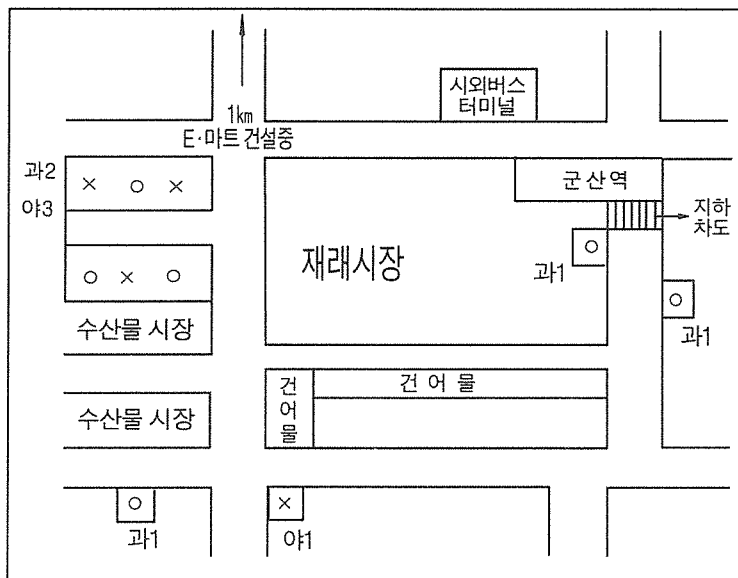


12. 전라북도

1) 군산 공설시장

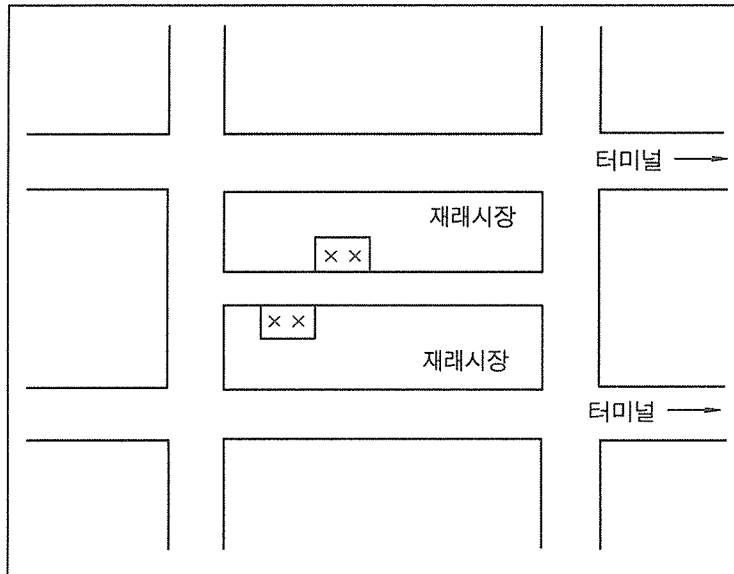
- 군산시 신영동
- 시설규모
 - 시장전체(도소매포함) : 대지(2,752평), 건물(2,432평)
 - 농산물(소매) : 대지(1,098평), 건물(948평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 : 점포수(248개소), 종사자수(320명)
 - 농산물 : 점포수(99개소), 종사자수(128명)
- 거래규모
 - 과일 : 거래량(25,176톤), 거래금액(4,230백만원)
 - 채소 : 거래량(15,105톤), 거래금액(1,992백만원)

- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 배, 토마토, 포도, 복숭아
 - 채소 : 무, 배추, 상추, 대파, 생강
- 위탁수수료 : 없고 기타 출하자 부담 비용은 (시장사용료 : 토지건물 공시지가의 2.5%)
- 상설재래시장이며, 유사도매시장이라고 볼 수 없음.
- 과일 5개, 야채 4개 중 과일 3개, 야채 1개가 소규모 위탁상 형태의 규모이고 나머지는 소매상화된 것임.
- 시내 버스 터미널 부근(공설시장에서 약 300~500미터 정도의 거리)에 까르푸입주 계획 예정, 1킬로미터 떨어진 곳에 E마트 건설중, 신 아파트단지 시외곽 부근 입주로 상권의 급격한 이동이 이루어지고 있음 → 구재래시장 상권의 급격한 위축 → E마트, 까르푸 등 대규모점포 입점에 대한 군산시민들의 반대서명운동이 진행되고 있음.



2) 남원 용남시장

- 상설시장 : 유사도매시장이라고 볼 수 없음 → 소매재래시장
 - 상회 비슷한 형태로 청과 4개, 야채 4개 정도가 있으나 도매라기 보다는 소매라고 해야 할 정도임.



13. 전라남도

1) 순천 중앙청과(주)

- 중매인들로 구성된 법인임.
- 나대지에서 포장되어 있음.
- 도매 및 위탁

- 사무실은 컨테이너, 매장은 철골기둥에 비닐만 씌움
- 등록법인(주식회사)이나 개별 영업해 왔음(개개인이 뭉쳐 상회형태 운영)
→ 소속 중도매인은 이제는 장사 못하니까 법인으로 흡수되지 않겠는가?

2) 순천 한국청과(주)

- 가건물 위에 스테이지붕
- 사무실은 스테이트건물
- 자체경매
- 가족간 영업
- 현재 30~40억 정도 매출
- 몇몇 소그룹 → 유사 행위 → 소속중도매인은 이제는 장사 못하니까 법인으로 흡수되지 않겠는가?

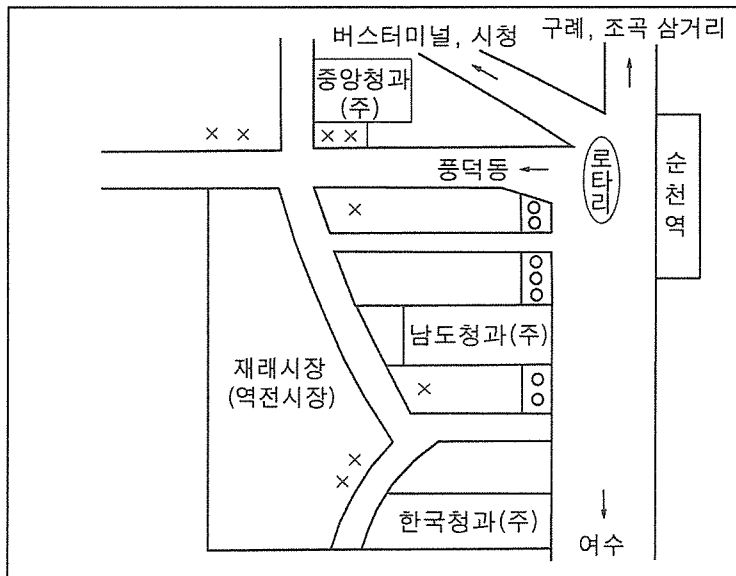
3) 순천 남도청과(주)

● 공영도매시장 개장

- 위치 : 순천시 해룡면 소재지(남도청과, 순천원예조합 입주예정) → 시내에서 택시로 5,000원 정도 나오는 거리에 위치, 2001년 3월 입주(2000년 12월 말 완공, 11월말 현재 공정율 95%)
- 근처 풍덕동에 위치하고 있는 까르프에서도 승용차로 여주방향으로 10분 정도 가야하는 허허벌판에 위치

- 순천시에서 3개회사의 통합을 요구했으나 중앙과 한국청과는 별도 법인을 요구해서 참가하지 않고 있음(중앙, 한국은 들어갈 마음은 있으나 결국 이해관계가 맞지 않는 상황임) 그러나 충분히 나머지 2개사를 흡수할 여력이 있음.
- 행정관청이 단속을 안해도(물리적 단속 없어도) 자생력 없음.
 - 이유 : 시장경제원리 → 경쟁력 상실, 상권의 중심 및 축으로 상권이 모이고 영업제한이 있을 것이다→ 기존의 유사시장 거대상권(광범위, 대규모)이 아니므로 자연적으로 소멸될 것임.
- 한국청과와 남도청과는 지금까지 유사한 영업을 해 왔음.
- 중앙과 한국은 법인신청도 하지 않았음.
- 현재 과일 120명, 야채 80명의 중도매인을 모집하고 있음(남도청과와 원협이 각각 과일 60명, 채소 40명임).
- 순천공영도매시장
 - 수산시장 입주 요청(농산물 상권형성에 큰 도움이 될 수 있음) : 소매상들의 구매행태는 다양한 상품을 일괄 구입하기를 원함.
 - 수산(신선도가 생명)이 가장 활성화에 중요한 역할을 함 → 1차 구매대상 품목임(신선도 때문) → 공청회시 여수공판장이 있는데 재경매는 문제가 있지 않겠는가 라는 의문의 제기로 성사되지 못함.
- 남도 : 중앙+한국= 50 : 50 정도가 적절
- 현재 중앙 30%, 한국 30% 정도의 중도매인이 이탈하여 법인 합류 예정 → 계속 진행중 : 각 회사별로 50~70% 정도 끌어오면 나머지는 자동적으로 올 것이라고 예측하고 활동중임.
- 다수 집단화된 도매 및 위탁의 상행위가 이루어지는 곳이 유사도매 시장이라면 순천은 유사도매시장이라고 할 수는 없음(개인별 상회형태로 이루어져 있음).

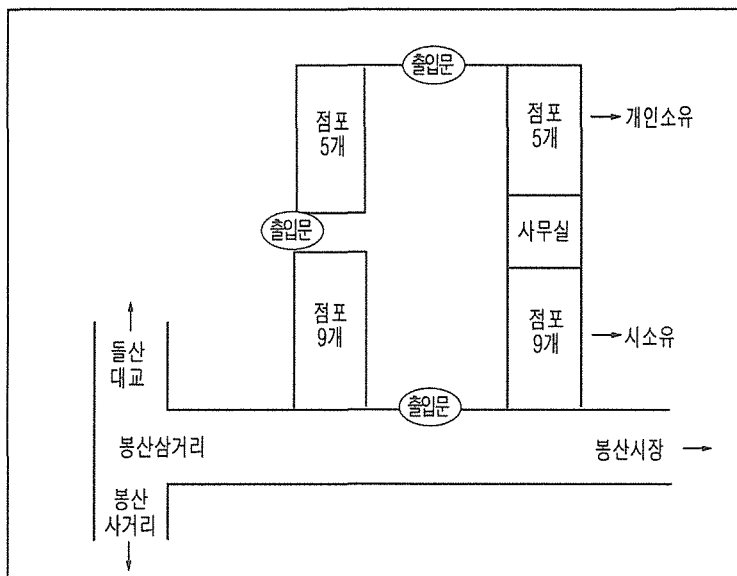
- 현재 남도청과는 자체경매 실시하고 있었음.
- 남도청과 건물 내에 중매인 점포는 4개이고, 매장외의 소속 중매인 경영점포는 8개임.
- 3개 주식회사를 점포면적 및 시설로 살펴 보면 남도청과> 한국청과> 중앙청과의 순임.
- 현재 30~40억 정도 매출



4) 여수 마늘집하장

- 대지 320평, 건평 160평 정도임.
- 소유자 개인과 시소유가 2:3 정도임.
- 도로쪽을 제외하고는 삼면이 주택가임.
- 시의 권유로 현재 위치로 이전 → 상권 약해 장사 안됨(원래 경기가 좋지 않았

- 음 : 상권 형성 어려운 지역임) → 지난 2년간 월세를 미루고 내지 않고 있음.
- 점포세 : 연 1,080만원 정도임.
- 28개 점포중 약 15개 정도만 영업중
- 거의 대부분 마늘이 주요 취급품목인데, 4~5월 2개월간만 영업을 이루어 지고 그 외는 거의 휴업상태임.
- 기타 소량의 채소(청각, 시금치)가 거래되고 있으나 많은 물량은 아님.
- 자체 소멸화될 것으로 보임.
- 근처에 봉산시장(재래시장) 있음 : 채소·건어물시장이었으나 상권이 점차 약해져 술집만 많이 들어서고 있는 형편임.
- 여수시의 외곽지역에 위치 : 지방시장(중앙청과), 원협에서 주로 과일·채소 담당
- 여수에서 순천간 약 45~50분 소요

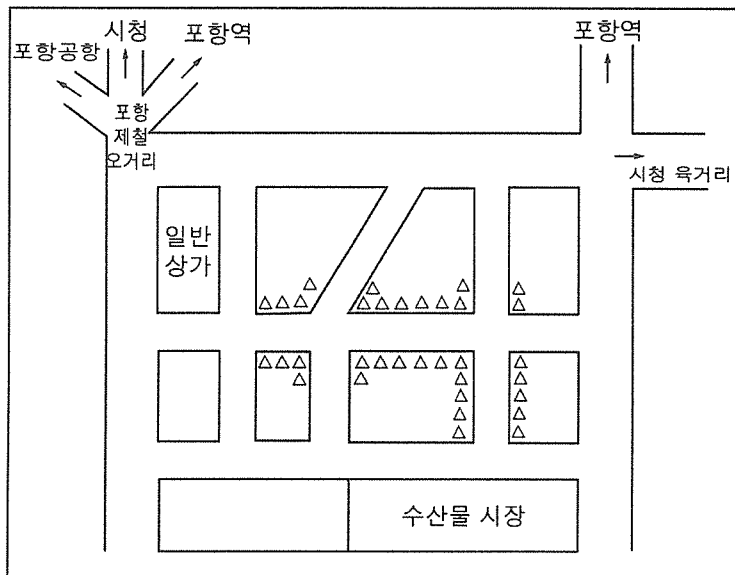


14. 경상북도

1) 포항 죽도시장

- 포항시 북구 죽도동
- 시설규모
 - 시장전체(도소매포함) : 대지(9,299평), 건물(3,916평)
 - 농산물(도매) : 대지(430평), 건물(430평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 : 점포수(559개소), 종사자수(1,677명)
 - 농산물 : 점포수(43개소), 종사자수(129명)
- 거래규모
 - 과일 : 거래량(7,446톤), 거래금액(6,403백만원)
 - 채소 : 거래량(17,374톤), 거래금액(4,551백만원)
- 주요 취급품목
 - 과일 : 사과, 감, 배, 포도, 복숭아
 - 채소 : 배추, 무, 마늘, 양파, 파
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중 : 공영도매시장(70%), 유사도매시장(30%)
- 포항시 관리사무소의 견해
 - 유사도매시장은 그 역기능과 순기능을 함께 공존하고 있는 바 유사도매시장의 정비는 단속위주의 폐쇄, 정리방법으로 불가함.
 - 유사도매시장내 대형상인들을 적극 설득하여 도매시장내 중도매인으로 유도 필요함.

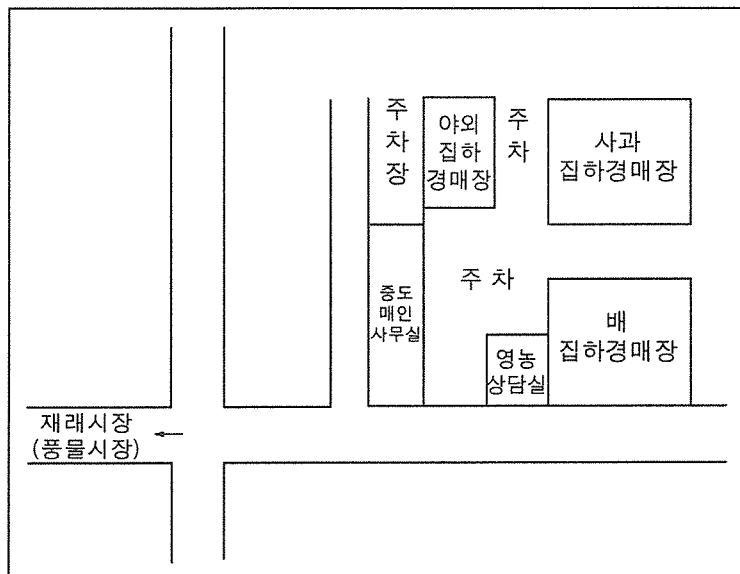
- 전반적으로 소매상화되고 있음.
- 포항시내 야채차량은(산지에서 오는 것) 주로 죽도시장으로 오고 있고, 과일들은 주로 공판장(시내 2개)으로 들어감.
- 포항인구 52만
- 메가마켓, 롯데백화점, 대백백화점, 동아백화점, E마트 지점 몇 개, 김스클럽 등으로 소매시장 위축 가속화되고 있음.



2) 상주 남문시장(주)

- 자체 경매(경매시간 10시)
- (주)상주남문시장이 중도매인 6명에게 경매로 판매 : 1톤트럭 소매상들이 바로 차에 물건들을 싣고 분산
- 양쪽 대형 집하경매장(150~200평 정도)

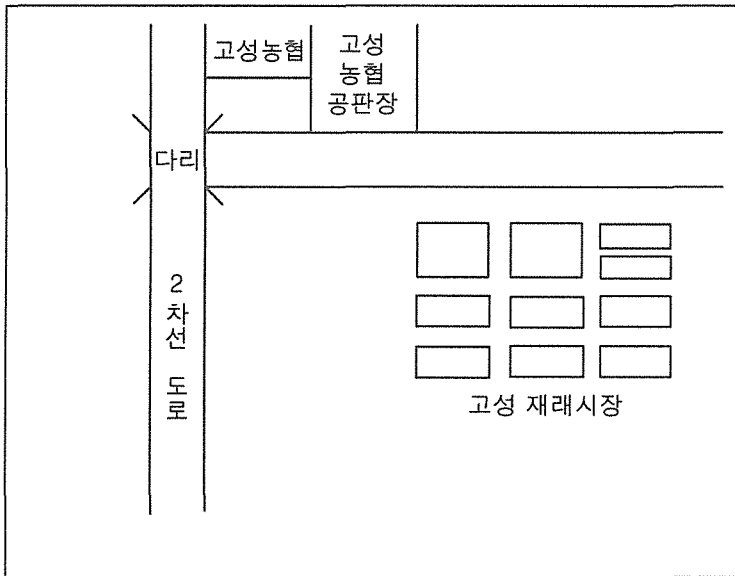
- 사과와 배를 전문적으로 취급
- 야외(지붕만 있음)의 소형 집하경매장은 소량의 밀감과 극소량의 기타(양파) 상품경매 하고 있었음.
- 11톤 차량 진입 가능함.
- 사과와 배는 거의 상주가 지명으로 되어 있는 것으로 보아(농협 출하가 많았음) 상주 또는 인접지역의 상품이 거의 대부분인 것으로 보임.
- G마트 1개소, King's club 1개소



15. 경상남도

1) 고성 청과시장 : 소매시장화됨

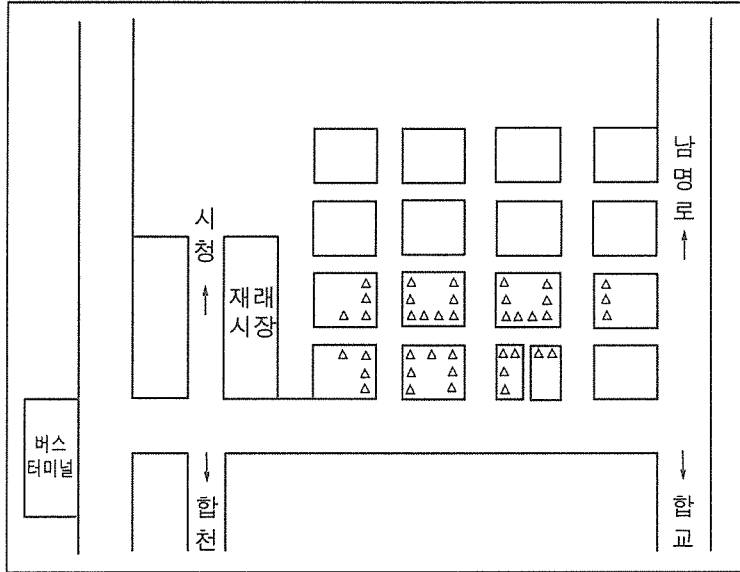
- 과일 2개, 야채 1개(양파) 계 3개로 소매화된 시장임.
- 야채는 양파로 소매화되어 있고, 과일은 중간도매 및 소매상화되고 있음.
- 주상복합(4층 2개동, 그 외 3층 건물)의 아파트형 건물 1층 상가와 그 상가 앞에 재래상가 형성



2) 진주 중앙시장

- 과일 55개, 야채 16개, 계 71개임.
- 야채상회는 재래시장안에 산발적으로 위치하고 있고, 양파 1~2곳, 무·배추 1~2곳을 제외하고는 소매상화 경향을 보이고 있다.

- 그러나 과일은 재래시장의 일정구역을 점유하여, 밀집되어 영업중임.
- E마트(1개), LG마트(2~3개), 하이마트(1개)등의 대형할인점의 입점 비중이 높아지고 있음.



3) 마산 경남중부화훼농협시장

- 함포구 석전동 239-1
- 시설규모
 - 시장전체 = 농산물(도매) : 대지(203평), 건물(470평)
- 점포수와 종사자수
 - 시장전체 = 농산물 : 점포수(1개소), 종사자수(26명)
- 거래규모(화훼) : 거래량(694톤), 거래금액(1,737백만원)
- 주요 취급품목 : 화훼(국화, 장미, 카네이션)

- 위탁수수료 : 7%
- 도매시장 개설시의 거래물량 비중 : 지방법정도매시장(42%), 공판장(57%), 유사도매시장(1%), 계(100%)
- 마산시농산물도매시장(공영도매시장) 준공시 관내 법정도매시장, 공판장, 유사도매시장 모두 마산시농산물도매시장으로 입주하기로 서약한 상태임.

4) 마산 번개시장

● 공영도매시장 도매시장법인의 의견

- 마산 번개시장과 너른마당시장에 가장 인접한(2~3km) 도매시장법인으로서 느끼는 정비방안 → 유사도매시장 상인들이 제도권으로 들어오지 않고 있는 것은 적정이유, 세원 등의 노출, 행정적 간섭 등에 따른 적응의 어려움을 들 수 있음. 따라서 이와 같은 점을 고려해 자금지원등 상응할 만큼의 메리트를 줘 제도권으로 흡수하는 것이 필요함.
- 경남 마산시 석전동 역앞
- 시설규모
 - 시장전체(도소매포함) : 대지(1,000평), 건물(약 400평)
 - 농산물은 각각 분산되어 도매 및 소매를 하고 있음.
- 점포수와 종사자수(농산물)
 - 점포수 : 40개소
 - 종사자수 : 160명
- 거래규모
 - 거래량 : 연간 17,000톤(과일 : 7,000톤, 채소 : 10,000톤)

- 거래금액 : 연간 150억원(과일 : 100억원, 채소 : 50억원)
- 주요 취급품목(과일 전문시장임)
 - 과일 : 사과, 배, 수박, 복숭아, 참외
 - 채소약간
- 위탁수수료 : 7%+ α (대부부 산지 매입으로 폭리를 취하고 있음)

5) 마산 너른마당시장

- 마산시 남성동 어시장
- 시설규모
 - 시장전체(도소매 포함) : 대지(1,500평, 건물 약 500평)
 - 농산물은 각각 분산되어 도매 및 소매
- 점포수와 종사자수
 - 점포수 : 70개소
 - 종사자수 : 280명
- 거래규모
 - 거래량 : 20,000톤(과일 : 3,000톤, 채소 : 17,000톤)
 - 거래금액 : 140억원(과일 : 40억원, 채소 : 100억원)
- 주요 취급품목(채소 전문시장)
 - 과일 : 약간
 - 채소 : 구근류, 엽채류등 채소류 전문
- 위탁수수료 : 7%+ α (대부분 산지매입 폭리)

빈 면

<부록 2> 농산물 유사도매시장 실태조사표(생산자, 출하자)

1. 작목반(단위조합)원 수 _____ 명

2. 주요 생산 및 출하품목(상위 5위까지만 기록)은?

3. 법정도매시장(공영도매시장, 공판장)을 이용하고 있습니까 ? 이용하고 있다면 어느 시장입니까?
 - 1) 이용하지 않는다 _____,
 - 2) 이용하고 있다 _____, 시장명 _____ 시장

4. 유사도매시장(위탁상) 이용형태는?
 - 1) 법정도매시장과 동시 이용 _____
 - 2) 유사도매시장(위탁상)만 이용 _____

5. 주로 이용하는 유사도매시장은 어디입니까? 지역명과 시장명(예 : 서울 청량리시장)을 기입해 주십시오.

6. 위탁상(유사도매시장) 이용형태는?
 - 1) 단골로 계속 거래하고 있다 _____, 2) 수시로 바꾼다 _____
 - 3) 기타 _____

7. 출하시장(법정시장과 유사시장)의 선택은 누가 합니까?

- 1) 작목반장 _____, 2) 농협직원 _____, 3) 출하농가 _____,
- 4) 기타 _____

8. 유사도매시장의 위탁수수료 : _____%

9. 유사도매시장에서 위탁수수료 이외의 비용이 있습니까? 있다면 어떤 종류입니까?
(예 : 하역비, 청소비 등)

- 1) 없다 _____
- 2) 있다 _____, 종류 ⇒ _____

10. 주로 출하하는 시간은(도착시간) : _____시 부터 _____시 사이

11. 대금정산방법 및 기간

- 1) 모두 현금매입 _____,
- 2) 대부분 현금매입 _____,
- 3) 대부분 외상매입 _____,
- 4) 일부현금(____%), 일부외상 (____%)
- 5) 외상기간은 대체로 몇 일 (____일)

12. 출하장려금, 선도금 등을 지원받는 것이 있습니까?

- 1) 없다 _____
- 2) 있다 _____, 있다면 무엇을 얼마나 받았습니까? _____ 원

13. 출하농산물 포장시, 유사도매시장은 법정도매시장과 다른 방법으로 포장합니까?

14. 유사도매시장의 유통정보를 어떻게 얻고 있습니까?

- 1) 전화 2) FAX 3) 라디오 4) 이웃 사람
5) 수집상 6) 신문 7) 기타 _____

15. 유사도매시장을 이용하는 이유는(장점)? (3가지만 골라주세요)

- 1) 가격이 잘 나온다 _____,
2) 가격변동이 적다 _____
3) 비용이 적게 든다 _____,
4) 서비스가 좋다(선도자금지원, 정보제공, 애경사 참석 등) _____,
5) 상품의 품질이 낮은 것도 잘 팔아준다 _____,
6) 포장을 잘 안해도 된다 _____
7) 출하시간(거래시간)에 제한이 없다 _____,
8) 오래된 단골거래 관계로 _____
9) 기타 : _____

16. 유사도매시장 이용시 문제점은(단점)? (3가지만 골라주세요)

- 1) 정산가격을 신뢰할 수 없다 _____, 2) 정산기간이 길다 _____
3) 비용이 많이 발생한다 _____, 4) 주차시설이 불편하다 _____
5) 가격정보를 알수 없다 _____,
6) 기타 : _____

17. 앞으로도 계속 유사도매시장을 이용할 의향이 있습니까? 있다면 이유는?

- 1) 없다 : 이유 ⇒ _____
2) 있다 : 이유 ⇒ _____

빈 면

<부록 3> 농산물 유사도매시장 실태조사표(도매상, 위탁상)

1. 취급품목

- 1) 과일 _____, 2) 채소 _____, 3) 과일 + 채소 _____
4) 수산 _____, 5) 기타 _____

2. 매장전용면적 : _____ 평

3. 점포 :

- 1) 자가점포 _____,
2) 타가점포 임대 (월 임대료 _____ 원) (보증금 : _____ 원)

4. 점포개점 _____ 시, 폐점 _____ 시, 1일 _____ 시간 영업 년간 영업일수 : _____ 일

5. 종사인력

고용인력 : 남 _____ 명, 여 _____ 명, 계 _____ 명

6. 운송차량

- 1) 있음 _____, (차종 _____, 적재정량 _____ kg)
2) 없음 _____

7. 점포운영을 위한 빚

- 1) 없음 _____, 2) 은행대출 _____ 원
- 3) 개인사채 (_____ 원, 이자 : 월 _____%)
- 4) 일수돈 _____ 원, 5) 기타 _____ 원

8. 매입방법별 매입량

- 1) 매취(도매) _____ %
- 2) 위탁 _____ %
- 3) 기타 _____ % (_____)
- 4) 계 100.0%

9. 매입처

- 1) 수집상 _____ %, 2) 영농조합법인 _____ %
- 3) 단위조합 _____ %, 4) 작목반 _____ %
- 5) 개별농민 _____ %, 6) 기타 (구체적으로 _____로 부터) (_____ %)
- 7) 계 100.0%

10. 매입처와의 결제방법 및 기간

- 1) 모두 현금매입 _____ %
- 2) 일부 현금 (_____ %), 일부 외상 (_____ %)
- 3) 외상기간은 대체로 몇 일 _____ 일

11. 상품수송

- 1) 산지 상인한테 직접 가서 사온다. _____ %
- 2) 산지 상인에게 전화로 주문하면 갖다 준다. _____ %
- 3) 산지 농민에게 직접 가서 사온다. _____ %

- 4) 산지 농민에게 전화로 주문하면 갖다 준다. _____ %
- 5) 기타 (구체적으로 _____) (_____ %)

12. 판매방법

- 1) 도매 _____ %, 2) 도매+소매 _____ %, 3) 소매 _____ %
- 4) 중개 _____ %, 5) 기타 _____ %, 6) 계 100.0%

13. 1) 위탁의 경우 수수료율 _____ %
2) 도매의 경우 마진을 _____ %

14. 판매처

- 1) 도매상 _____ 개소, 2) 소매상 _____ 개소
- 3) 소비자 _____ 개소, 4) 식당 등 대량수요처 _____ 개소
- 5) 대형할인점 및 백화점 _____ 개소
- 6) 노점상·행상 _____ 개소
- 7) 앞자리상 _____ 개소
- 8) 기타 (_____) (_____ 개소)

15. 도매방법

- 1) 근처 소매점에서 미리 주문받은 물품만 매입해서 소매점에 공급한다
(_____ %) (점포수 : _____ 개점)
- 2) 미리 주문 받은 물품 이외에도 도매로 파는 것이 있다(____ %)
- 3) 소매점에서 주문받은 물품들을 직접 상회에 와서 가져간다
(_____ %) (점포수 : _____ 개점)
- 4) 소매점에서 주문 받은 물품들을 주문한 소매점으로 배달해 준다
(_____ %) (점포수 : _____ 개점)

5) 주문받은 물품 이외에도 도매로 판다면 그 사는 사람은

- ① 노점상 _____ % (_____ 명)
- ② 손수레 행상 _____ % (_____ 명)
- ③ 자동차행상 _____ % (_____ 명)
- ④ 음식점 _____ % (_____ 명)
- ⑤ 기타 (구체적으로 _____) (_____ %, _____ 명)

16. 판매처와의 대금정산

- 1) 모두 즉시 현금으로 받음 _____
- 2) 현금으로도 받고 (_____ %), 외상으로도 준다(_____ %)
- 3) 모두 외상으로 거래한다. _____
- 4) 외상기간은 대체로 몇 일 _____ 일

17. 1) 도매의 경우 대체로 _____%가 단골고객이다
 2) 소매의 경우 대체로 _____%가 단골고객이다

18. 1일 매입금액 : (_____ 원), (월 _____ 원), (년 _____ 원)

- 1) 현금매입 (_____ 원) (_____ %)
- 2) 외상매입 (_____ 원) (_____ %)
- 3) 외상기간 대체로 몇 일 (_____ 원)

19. 1일 판매금액 : (_____ 원), (월 _____ 원), (년 _____ 원)

- 1) 현금판매 (_____ 원), 2) 외상판매 (_____ 원)
- 3) 외상기간은 대체로 몇 일 (_____ 일)

20. 판매처 및 비중

- 1) 대형소매기업(기업형 슈퍼) _____ %

- 2) 중판 _____ %
- 3) 앞자리상 _____ %
- 4) 지역 중간도매상 _____ %
- 5) 도매시장 내의 소매상 _____ %
- 6) 도매시장 밖의 소매상 _____ %
- 7) 대형요식업소(급식소 포함) _____ %
- 8) 기타 _____ %
- 9) 계 100.0%

21. 미수금현황 : _____ 개 업체, _____ 원

22. 공영도매시장 입주희망 여부

입주여부 : _____

이유 : _____

23. 공영도매시장의 바람직한 거래형태

1) 경매제 _____, 2) 도매상제 _____, 3) 기타 방법 _____

24. 유사도매시장 정비 형태

1) 공영도매시장 입주 _____

2) 기존시설을 개·보수해서 도매상제(민영도매시장)로 운영 _____

3) 기타 _____

25. 정책건의 및 요구사항

1. _____

2. _____

3. _____