

대한한돈협회
연구용역 최종보고서

돈육 도매시장 활성화 방안 연구

2020 년 4 월

연구수행기관 : 협동조합 농장과 식탁



사단법인 대한한돈협회
KOREA PORK PRODUCERS ASSOCIATION

이 보고서는 한돈자조금 연구조사사업의 목적으로 사단법인 대한한돈협회 주관으로 전국의 양돈 농가 여러분의 적극적인 협조와 여러 기관, 단체, 전문가들의 도움으로 발간되었습니다.
이 보고서의 소유권은 사단법인 대한한돈협회에 있으며 한돈협회의 허락 없이 무단전재와 무단복제를 할 수 없습니다.

제 출 문

(사)대한한돈협회장 귀하

본 보고서를 「돈육 도매시장 활성화를 위한 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2020년 4월

주관연구기관명 : 협동조합 농장과 식탁

연구책임자 : 김 재 민

황 명 철

옥 미 영

박 현 욱

<목 차>

제 1 장 서론	1
1. 배경 및 목적	1
2. 연구프로세서	2
3. 연구기대 효과	2
제 2 장 한돈산업의 발전과 유통구조 변화	3
1. 한돈산업의 발전	3
2. 유통구조의 변화	5
3. 대수의 법칙	8
4. 품질과 등급제도	9
5. 시장구조에 따른 가격 결정	9
제 3 장 포커스 그룹 인터뷰(FGI)	12
1. 연구대상	12
2. 자료분석	13
3. 연구결과	13
4. 도매시장 기피요인	14
5. 선호하는 출하 경로	17
6. 돼지도체등급제	20
7. 도매시장 활성화 방안	22
8. 새로운 가격 결정체계	24
9. FGI 소결	26

제 4 장 일본 돈육 도매 유통 현황과 과제	27
1. 일본 돈육 도매시장 사례	27
2. 일본 식육유통센터 돈육 대표가격 정보제공 사례	30
3. 일본 중앙도매시장 유통 개요	34
4. 소결	36
제 5 장 한돈도매시장 활성화 등의 제언	37
1. 정가수의매매 새로운 거래 방법으로 도입	37
2. 양돈농협 및 농협계통조직 역할 강화	41
3. 중도매인 경쟁력 강화	42
4. 일본 식육유통센터 벤치마킹	43
5. 정가매매 수의매매의 플랫폼화	43
제 6 장 시사점	45
부 록	47
일본 돼지 가격 안정프로그램	47
참고문헌	51

〈표 차례〉

표 1 돼지 사육규모별 가구수와 마리수	4
표 2 돼지 거래 방법의 변화	6
표 3 돼지사육 동향	7
표 4 유통방법에 따른 비용	7

표 5 시장구조에 따른 가격 결정 방법	10
표 6 인터뷰 질적 분석 결과	14
표 7 식육의 중앙도매시장과 지방도매시장 비교	27
표 8 일본 돼지 도매시장 출하량 변화	28
표 9 공표항목	32
표 10 일본 식육 중앙도매시장 출해주체	41

◁림 차례▷

그림 1 연구프로세서	2
그림 2 일본의 돈육 유통	29
그림 3 가격산정 이미지	33
그림 4 가격공표 사례(일보)	33
그림 5 일본의 중앙 도매시장 유통흐름(청과)	34
그림 6 일본의 중앙 도매시장 유통흐름(수산물)	35
그림 7 일본의 중앙 도매시장 유통흐름(식육)	36
그림 8 조정보관에 의한 가격안정 원리 및 개념	48
그림 9 돼지 조기출하, 지연출하	49
그림 10 모돈의 조기갱신	50

돈육 도매시장 활성화를 위한 연구

제1장 서론

1. 배경 및 목적

국내 양돈산업은 1970년대 삼원 교잡 종축 생산기술의 보급과 배합사료 산업의 성장, 경제발전에 따른 돼지고기 수요 증가 등에 힘입어 1980년대 전업화 단계에 진입하게 된다. 같은 시기 대기업 계열 육가공업체들이 거대 수요자로 자리 잡으면서 전업 양돈장과 육가공업체 간 돼지 직거래가 시작된다.

1990년대 대일 일본 수출 호조로 육가공업체들의 돼지 수요가 급증하게 되면서 돈가가 높게 형성되고, 같은 시기 우루과이라운드 협상에 따른 축산 지원을 위해 양돈장 규모화에 정부가 투자를 늘리면서 육가공업체와 농장 간 돼지 직거래가 폭발적으로 증가하게 된다.

문제는 국내 양돈산업은 도매시장(공판장) 경락가격을 기준으로 이들 육가공업체와 직거래 되는 생돈의 가격을 결정해왔다는 데 있다. 2000년대 농장이 전 기업화 단계로 진입하면서 도매시장을 경유하는 비중이 급격히 감소하고, 가격 결정체계에 심대한 문제가 발생하기 시작한 것이다.

표본집단이 모집단의 특성을 정확히 반영하기 위해서는 표본집단의 크기가 일정 규모 이상이어야 한다. 이를 대수의 법칙이라 하는데 현재 양돈 도매시장은 이와 반대인 소수의 법칙이 지배하고 있어 공급이 수요보다 부족하거나 반대로 과잉일 경우 가격 변동 폭이 커지는 문제가 발생하는 등 시장 왜곡 현상이 발생하고 있다.

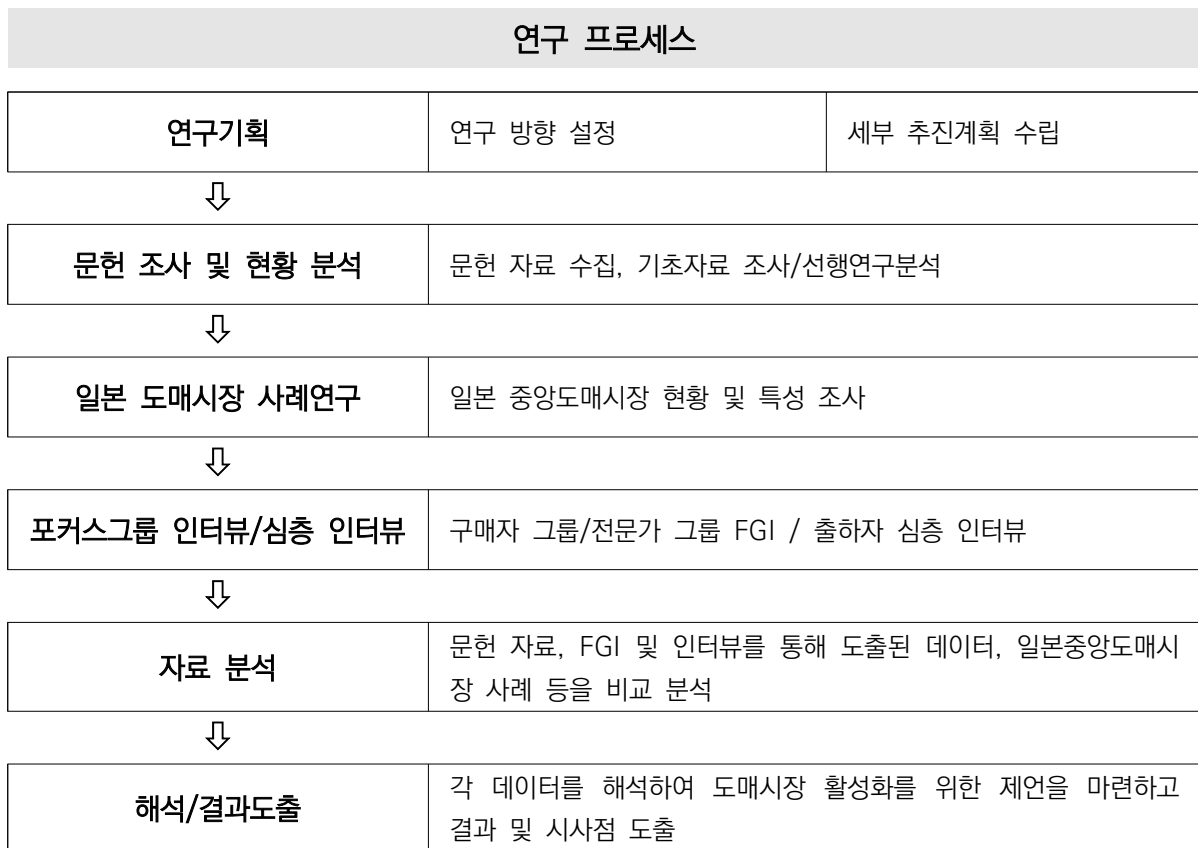
이를 극복하는 방법으로 육가공업체는 2010년대 초부터 도매시장 내 도축 물량이 적은 박피 공정 돼지 대신 탕박 공정 돼지를 기준 가격으로 사용할 것을 요구하였다. 이 같은 요구는 좀처럼 합의에 이르지 못하다가, 위생상의 문제를 들어 국내 도축장들이 박피 공정 설비를 철거하면서 탕박 돼지가 도매시장 내 유일한 돼지가격으로 발표하기에 이르렀다. 하지만 10%대 내외에서 도매시장으로 출하되던 돼지 출하 비중이 2010년대 후반 들어서는 10% 미만으로 하락

하면서 왜곡 현상 발생의 우려가 더욱 커지고 있다.

이번 연구는 갈수록 출하 비중이 감소하고 있는 도매시장의 기능을 활성화해 돼지가격 발견 기능을 원활히 수행할 수 있도록 방법을 찾는 데 있다.

또한, 도매시장 이외에 새로운 가격 산정체계에 대한 대안을 제시하는 데 있다.

2. 연구 프로세스



3. 연구기대 효과

- 도매시장 현황 분석
- 새로운 생돈 가격산정 방안 제안
- 일본의 돼지 도매시장 소개
- 도매시장에 정가수의 매매 방식의 거래제 도입 방안 도출

제2장 한돈 산업의 발전과 유통구조 변화

1. 한돈 산업의 발전¹⁾

우리나라의 돼지 사육은 1970년대까지 대도시나 군부대 인근에서 주로 이뤄졌다.

도시 인근이나 인구 밀집 지역에 자리 잡을 때 사료가 되는 음식 찌꺼기의 공급이 원활할 뿐만 아니라 돼지의 출하에서도 유리하기 때문에 도시 근교 농업의 주된 품목 중 하나였다. 그러던 중 1970년대 삼성그룹이 돼지 사육업에 전격 진출하고, 이어 1980년을 전후해 삼성과 롯데가 육가공산업에 진출하면서 국내 양돈산업은 큰 변화를 경험하게 된다.

농가들 사이에선 재래돼지나 순종 돼지를 사육하던 것에서 벗어나 삼원 교잡종의 사육이 확산하기 시작했고, 남은 음식물이 아닌 배합사료를 활용해 돼지를 사육하는 것이 일반화하기에 이른다.

1970년대 고질적인 축산물 공급 부족 문제를 극복하기 위해 양돈업 성장에 걸림돌이었던 사료 문제를 해소하기 위해 정부가 과감한 사료용 곡물 수입을 허가하면서 배합사료산업을 육성하게 된다.

이 같은 투자는 1980년대 들어 효과가 나타나기 시작했고, 급기야 공급과잉으로 돼지가격 하락으로 수매를 하는 상황까지 경험하게 된다.

1984~1986년 소 값 파동 등으로 어려움을 겪고 있던 시기 1986년 돼지의 공급과잉 상황을 맞이하면서 정부는 돼지의 대일 수출을 본격 추진했고, 1990년대 돼지 산업 수출 호조에 힘입어 사육두수도 증가하게 된다.

그러던 중 1997년 세계 최대 돼지고기 수출국이었던 대만에 구제역이 발병하면서 국내 양돈 시장에서 일대 지각변동이 일어나게 된다. 대만의 구제역 발생으로 3년간 엄청난 양의 돼지고기를 일본으로 수출하게 된 것이다. 이 당시 일본에 수출됐던 돼지고기 부위는 등심과 안심과 같은 정육 부위로 일본에서는 고급 돈가스 재료여서 다른 부위에 비해 2배나 가격이 비쌌다.

우리나라에서는 이들 등심과 안심을 고가에 수출하고 뒷다리살은 육가공업체에 햄

1) 김재민, 김태경, 황병무, 옥미영, 박현욱(2019) 대한민국 돼지산업사. 팜커뮤니케이션

과 소시지 원료로 판매했으며, 삼겹살과 앞다리살은 낮은 가격으로 시장에 공급하며 수급을 맞춰나갔다.

1990년대 일본으로의 수출 호조는 삼겹살 소비문화를 만들어 냈다. 특히 2000년 구제역 발병으로 일본으로의 수출이 중단된 이후에는 삼겹살이 국내 돼지고기 소비를 견인하는 역할을 하게 된다.

1990년대 시작된 삼겹살과 목살과 같은 돼지 구이문화의 발전은 2010년대까지 국내 양돈산업을 지탱하는 역할을 했고, 돼지고기 생산과 소비에서 세계적인 수준을 유지할 수 있는 원동력으로 자리매김했다.

돼지 사육에 과학적 접근방법의 활용, 돼지고기 수출 확대, 시장개방 시기 양돈업의 경쟁력 강화를 명목으로 실시된 농장의 시설현대화와 규모화를 위한 정부의 투융자 사업에 힘입어 돼지의 사육두수는 급격히 늘어나기 시작했고, 더불어 일시적인 공급과잉 상황, 국제 곡물가 인상에 따른 충격, 구제역·돼지 열병과 같은 악성 가축전염병의 발병은 2000년대 이후 급격한 구조조정을 일으킨다.

구조조정 결과 1990년대까지 1000두 미만 사육 농가의 사육 비중이 높았던 양돈업은 1000~5000두 구간이 표준적인 사육 규모로 자리 잡게 된다.

표 2 돼지 사육 규모별 가구 수와 마릿수

사육 규모별	1995 4/4		2005 4/4		2010 4/4		2015 4/4		2018 4/4	
	가구 수	마릿수	가구 수	마릿수	가구 수	마릿수	가구 수	마릿수	농장 수	마릿수
전체	45,878	6,461,179	12,290	8,961,505	7,347	9,880,632	4,909	10,186,898	6,188	11,332,812
1,000 미만	44,765	4,101,177	9,339	1,985,103	4,099	1,150,351	2,054	914,895	2,783	1,076,232
1,000~5,000	1,057	1,778,858	2,755	5,184,769	2,943	5,843,485	2,466	5,446,042	3,032	6,660,954
5,000~10,000	38	275,329	133	883,407	216	1,413,491	276	1,842,441	270	1,809,745
10,000 이상	18	305,815	63	908,226	89	1,473,305	113	1,983,520	103	1,785,882
전체	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
1,000 미만	98%	63%	76%	22%	56%	12%	42%	9%	45%	9%
1,000~5,000	2%	28%	22%	58%	40%	59%	50%	53%	49%	59%
5,000~10,000	0%	4%	1%	10%	3%	14%	6%	18%	4%	16%
10,000 이상	0%	5%	1%	10%	1%	15%	2%	19%	2%	16%

자료 : 국가통계포털(가축사육 동향)

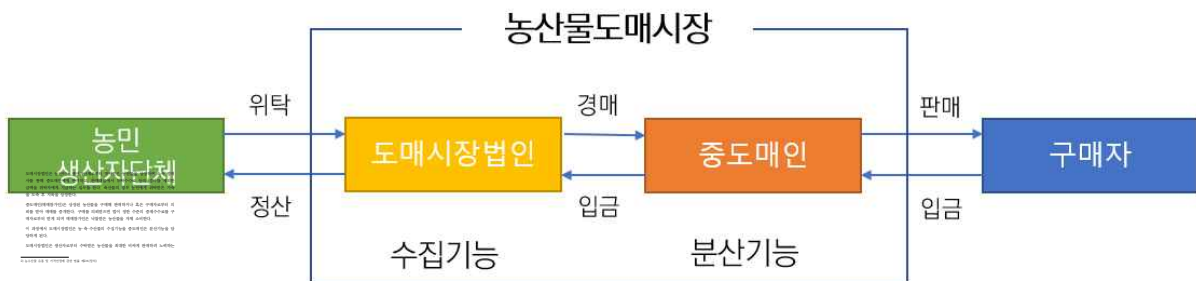
주) 2017년 이후는 이력제 자료 활용

2. 농산물 도매시장의 이해

‘농수산물도매시장’이란 특별시·광역시·특별자치시·특별자치도 또는 시가 양곡류·청과류·화훼류·조수육류(鳥獸肉類)·어류·조개류·갑각류·해조류 및 임산물 등 대통령령으로 정하는 품목의 전부 또는 일부를 도매하게 하도록 제17조에 따라 관할구역에 개설하는 시장을 말한다.²⁾

농수산물도매시장의 개설 주체에 따라 중앙도매시장, 지방 도매시장, 농수산물공판장, 민영농수산물 도매시장으로 나뉘게 되는데 개설 주체만 다를 뿐 수행하는 기능은 같다 하겠다.

도매시장 내에는 크게 세 주체가 존재하는데, 출하자인 농어민, 농어민으로부터 농축산물을 수탁받아 이를 판매하는 도매법인, 도매법인으로부터 농수산물을 구매하는 중도매인(매매참가인)이 있다.



데 이는 도매시장법인의 수입은 출하자로부터 수탁받은 농산물의 매매에 따른 수수료를 받게 되는데 수수료가 정액제가 아닌 비율제이기 때문이다. 농산물의 판매가격이 높으면 도매법인이 가져가는 수수료 액수도 상승하게 된다.

반대로 중도매인이나 매참인은 되도록 싸게 구매하려고 행동하게 된다. 중도매인은 수요자인 소매나 외식업체로부터 얼마 정도에 구매해 달라는 요구를 받기 때문에 매입 가능 금액이 정해져 있기 마련이고, 매매참가인의 경우 구매해 직접 이를 상품화해 판매하기 때문에 도매 매입가격과 판매가격의 차액이 본인의 수입이 되기 때문이다.

도매법인은 여러 중도매인과 매매참가인 중 가장 높은 가격을 제시한 곳이 상품 품을 가져가도록 경매나 입찰을 시행하게 되고 구매자 간 경쟁 때문에 가격이 결정되게 되어 있다.

현재 도매시장에서의 주된 거래 방법은 경매와 입찰이며 2013년부터 청과도매시장의 경우 정가매매와 수의매매가 도입되었으나 축산물도매시장의 경우 경매와 입찰 중심으로 운영이 되고 있다.

3. 유통구조의 변화³⁾

오늘날 공급자의 대형화와 물류 산업 발전으로 인해 도매상의 배제 경향을 찾아볼 수 있다. 또 다른 한편으로는 대규모 소매상이 직접 생산자와 거래하고자 하는 경향은 도매산업의 축소로 이어지고 있다.

도매업이 제공하는 수집과 분산, 유동성, 재고관리 기능을 생산자나 공급자가 부담하는 대신 물류 효율화를 통해 공급자와 소매점이 높은 이윤을 가지려는 경향이 나타나는 것으로 국내 도매산업은 생산자와 소매업체가 더욱 규모화되고 고도화되는 등 효율화가 촉진되면서 축소는 되는 모습을 보인다.

유통산업의 발전 및 기술혁신은 유통업의 규모를 축소하는 속성이 있다. 산업의 대부분은 발달하면 매출액이나 고용, 부가가치가 높아지는 것이 일반적이지만, 유통산업은 반대 현상이 나타나는데 이는 유통업이 실물 생산부문의 비용에 의해 지탱되기 때문이다. 유통 효율성이 진행되면 유통단계는 짧아지고, 유통이윤은 줄어들며, 1인당 판매금액은 높아진다. 거래량이 획기적으로 증대되지 않는 한, 기술혁신이

3) 김웅진·박귀환·이상윤(2009) 유통학개론. 도서출판두남(233-234p)

빠를수록 유통부문은 위축될 수밖에 없을 것이다. 4)

유통산업의 기본 기능은 재화의 흐름에 있어서 ① 인적 장벽 ② 지리적 장벽 ③ 시간적 장벽 ④ 정보 장벽을 극복하는 데 있는데 이상의 네 가지 장벽은 모두 경제활동에 있어서 비용요소이고, 이를 극복해 나가는 과정이 유통산업의 효율화이고 환경과 조건이 만들어지면 유통단계 축소, 도매기능 축소로 이어지게 되는 것이다.

유통경로 상에 있는 플레이어가 규모가 커지고 효율성이 높아지면 축소되는 유통산업의 특징은 농업 부분에서도 나타난다. 도매기능의 축소가 두드러진 분야를 꼽으려면 쌀과 달걀, 닭고기 그리고 돼지를 들 수 있다.

쌀의 경우 산지 미곡처리장 중심으로 산지와 통합되면서 규모의 경제를 이루었고 더불어 대형할인점 등의 등장으로 인해 양곡도매시장의 기능이 많이 축소되었다.

달걀의 경우는 대형 양계장이 등장하면서 중간 유통상을 계열화시켰으며, 대형 소매유통, 대형 식품회사가 등장하면서 이들과의 직거래가 자연스럽게 주류 유통방법으로 정착되었다.

표 3 돼지거래 방법의 변화

(단위 : %)

	1998	2000	2005	2010	2012	2016	2017	2018
경매	34.8	27.3	16.9	11.7	10.3	9.2	8.4	7.4
직거래	65.2	72.7	83.1	88.3	89.7	90.8	91.6	92.6

자료 : 한국농수산물유통공사, 축산물품질평가원

유통학에서는 산업이 고도화될수록 유통단계 축소 현상이 나타나는 것으로 보고 있다. 특히 플레이어의 규모가 커지면 직거래가 이뤄지는 현상을 발견하고 이를 이론화하였다.

양돈 부분은 농장의 규모화가 지속해서 이뤄졌고, 1980년대 육가공업체라는 대형 수요자가 나타나면서 도매시장이 아닌 농장 문전도 거래가 시작됐다. 1990년대 후반에 이르러서는 농장의 규모화가 확산하면서 돼지거래에서 직거

4) 이재형·박병형(2010) 우리나라 유통산업의 특성과 정책과제. 한국개발연구원 (37p)

래가 주를 이루게 된다.

이미 1990년대 말 경매 비중은 30%대로 낮아졌고 2010년대 들어서는 10% 미만으로 하락하면서 직거래(농장 문전도 거래)가 돼지거래에 있어 표준적 거래 방법으로 자리 잡게 된다.

표 4 돼지 사육 동향

시점	가구 수	마릿수	호당 마릿수
2000 4/4	23,841	8,214,369	345
2005 4/4	12,290	8,961,505	729
2010 4/4	7,347	9,880,632	1345
2015 4/4	4,909	10,186,898	2075
2017 4/4	6,313	11,272,978	1786
2018 4/4	6,188	11,332,812	1831
2019 3/4	6,137	11,712,607	1909

자료 : 통계청(가축사육 동향)

주) 2017년부터는 이력제 자료를 활용.

돼지 유통구조의 변화가 산업이 고도화될수록 유통단계가 축소되는 현상, 또 플레이어의 규모가 커질수록 유통구조가 단순해지는 현상을 다음과 같이 정리하여 보았다.

표 5 유통방법에 따른 비용

구분	도매시장	직거래
유통비용	상승	절감
거래비용	절감	상승

자료 : 김재민

유통과정 중에는 필연적으로 유통비용과 거래비용이 발생하게 되는데, 유통비용은 유통과정에 발생하는 운송, 보관, 상하차, 각종 수수료, 금융비용 등을 말하며 거래

비용은 상품을 탐색하고 거래를 위한 협상, 거래 유지를 위한 노력 등과 같이 눈에 보이지 않는 비용을 말한다.

도매시장은 유통단계가 직거래보다 한두 단계 많게 되는데 필연적으로 유통비용이 높은 특징이 있으나 공급자와 수요자를 찾고, 가격을 결정하고, 상품 등을 인도받는 등의 거래비용은 낮다는 특징이 있다. 농장의 규모가 작고 유통 상인들의 규모가 크지 않았던 시절에는 유통비용을 더 물더라도 거래비용이 낮은 도매시장을 이용하게 되지만, 공급하는 농가와 구매하는 유통업자의 규모가 커진 이후에는 눈에 보이는 유통비용을 절감할 수 있는 직거래를 선호하게 된다.

현재 양돈업계는 거래비용보다는 유통비용 절감에 무게를 둔 거래 방법을 선호하고 있으며, 공판장과 도매시장 경우 비중이 높은 한우업계는 유통비용보다는 거래비용 절감에 무게를 두었다고 볼 수 있는데 시장에 참가하고 있는 플레이어들의 규모의 차이 그리고 특정한 도체 품질의 상품을 탐색하는 비용을 절감할 수 있기 때문이다.

4. 대수의 법칙^{5) 6)}

대수의 법칙이란 관찰 대상의 수를 늘려갈수록 개개의 단위가 가지고 있는 고유의 요인은 중화되고 그 집단이 내재한 본질적인 경향성이 나타나게 되는 현상을 가리킨다.

이를 위해 설문 조사 등을 통해 어떤 조사를 할 때는 표본의 수를 매우 중히 여긴다. 표본의 수가 적을수록 어떤 경향을 벗어나는 응답으로 인해 모집단이 가지고 있는 특성을 파악하기가 어려워지기 때문이다.

전체 출하되는 돼지 중 5~6%의 돼지가 도매시장으로 출하가 되고 도매시장에서 이뤄진 거래 금액을 평균 내어 산출되는 기준 가격은 전체 돼지의 10% 정도가 출하되던 시절보다 모집단의 특성을 벗어나는 일이 발생할 가능성이 크다는 것이다.

즉 돼지가격이 본질에 가깝게 형성되기 위해서는 관찰 대상의 수가 되는 경매 참여 비중을 더욱 높여야 한다는 것이며, 그에 미치지 못하면 개개의 단위가 가지고 있는 가격 편차가 중화되지 않으면서 가격이 급격히 상승하거나 하락하는 현상이 나

5) 최용갑, 확률론의 기초, 경문사, 2006, 228p.

6) 최제호, 통계의 미학, 동아시아, 2007, , 22-29p.

타나게 된다.

현재 돼지 시장은 5~6%의 물량이 나머지 물량을 좌우하는 것으로 도매시장 상장 물량을 늘려 대수의 법칙에 들어맞는 시장을 만들거나 이를 적절히 반영할 수 있는 가격 발견 시스템을 고안해 낼 필요가 있다.

5. 품질과 등급제도

현재 소는 도매시장이 돼지와 달리 주류시장으로 역할을 하고 있다. 특히 농협의 축산물공판장에서 형성되는 경락가격은 한우와 육우의 기준 가격으로 역할을 하고 있고, 그중에서도 농협 음성축산물공판장의 출하물량은 전국 최고 수준을 유지하고 있다.

많은 브랜드 경영체가 나타나 농가로부터 소를 직접 매입하고 있으나 도매시장 출하물량 또한 줄어들지 않고 유지되고 있다.

이는 소는 육질 등급이 소비자 선택의 기준으로 활용되고 있기 때문으로 외식 및 소매업체도 소비자가 많이 찾는 특정 등급의 상품을 원하기 때문에 등급을 확인하고 구매할 수 있는 도매시장은 농장과 소매유통업체의 규모가 커지고 있는 상황 중에도 여전히 주류 유통경로로서 지위를 확고히 유지하고 있다.

이와 달리 돼지의 경우 등급이 소비자 육류 선택 기준으로 준용되지 않고 있어 도체 상태 확인이 무의미한 상황으로 농장 문전도 거래가 주류 유통경로로 활용되고 있다.

5. 시장구조에 따른 가격 결정 7)

미시경제학의 시장조직 이론은 상품의 가격, 개별 기업과 산업의 산출량이 결정되는 것을 분석하는 학문이다. 가격과 산출량 결정은 상품이 거래되는 시장의 형태가 무엇인지가 중요한데, 그 형태는 시장이 경쟁적인지, 아니면 독점적인지에 따라 달라진다.

구체적인 시장의 형태는 완전경쟁, 독점, 과점, 독점 경쟁 네 가지로 완전경쟁 시장

7) 이준구(2008) 미시경제학. 법문사.(298~369p)

(perfect competitive market)은 똑같은 상품을 생산 공급하는 기업의 수가 매우 많다는 특징이 있다. 반대로 반대쪽 극단에는 오직 한 기업만이 상품의 유일한 생산 공급자가 되는 독점시장(monopoly market)이 존재한다.

이 양극단의 시장구조 중간에는 완전경쟁과 비슷한 ‘독점적 경쟁 시장’(monopolistic competition market)과 독점과 엇비슷한 과점시장(oligopoly market)이 존재하며 이 두 시장이 현실에서 가장 많이 나타나는 시장구조이다.

경쟁 시장은 플레이어가 워낙 많으므로 개별 생산자가 가격에 영향을 미칠 수 없어 시장에서 형성되는 가격을 그대로 수용할 수밖에 없다. 다만 독점적 경쟁 시장의 경우 일부 플레이어가 제품의 질을 조금 다르게 해서 접근하는 때도 있어 협의를 통해 상품 가격을 협상할 수 있다.

과점 및 독점시장은 1개 기업 또는 서너 개의 기업이 시장을 지배하는 구조로 시장 지배 기업이 생산량과 가격을 결정하거나 영향을 줄 수 있다.

경쟁이 심화할수록 개별 플레이어의 가격 결정 권한은 약화하고, 개별 플레이어의 규모가 커지면 가격에 영향을 끼치기 시작한다.

다만 유통업의 발전 등으로 수요자의 규모도 커지고 있어 수요자의 볼륨에 따라 가격 결정에 영향을 주고 있어 공급시장의 구조뿐만 아니라 수요시장의 구조 또한 가격 결정에 영향을 주고받게 된다.

표 6 시장구조에 따른 가격 결정방법

시장구조	가격 결정방법
완전 경쟁 시장	모든 공급자 수요자가 시장 가격을 수용
독점적 경쟁 시장	시장 가격을 수용하지만, 특정한 상품을 공급하는 경우 수요자와 협의 때문에 가격 결정 시작
과점시장	시장지배자가 결정하거나 수요자와 협의를 통해 가격 결정
독점시장	시장지배자가 결정

6~7% 물량이 도매시장으로 출하되어 경매 때문에 가격이 결정되고 있으나 현재 돼지가격 결정방식에서 주된 방법은 아니다.

현재 문전도 거래되는 돼지가격 결정방법은 도매시장 경락가격을 기준으로 지육률에 품질에 따른 페널티 또는 성과보수를 지급하는 게 일반적인 방식이다.

돼지 정산 공식

지육 장산 돼지 출하가격=도매시장 가격*생체중*지육률+a

등급 정산 돼지 출하가격=공판장과 도매시장 등급 및 성별 경락가격*지육 중량

도매시장 가격도 출하 당일 가격보다는 거래일 기준 3일 평균, 1주일 평균 등을 통해 표본 수를 늘려 가격 변동성을 제거하기 위한 다양한 노력을 하고 있다.

일본은 농산물 거래(청과)의 약 90%가 협의로 가격을 결정하는 상대거래방식으로 전환이 이뤄졌고, 국내 농안법에도 도매시장이나 공판장에서 상장경매가 아닌 협의로 가격을 결정(정가매매, 수의매매, 시장도매인)할 수 있도록 하는 내용이 포함되어 있다.

현재 양돈농장의 규모화와 직거래가 활성화된 점 등을 고려할 때 협의를 통한 가격 결정 모델로 전환이 이뤄질 시기가 임박했다 볼 수 있다.

제3장 포커스 그룹 인터뷰(FGI)

본 연구의 목적은 도매시장 출하를 저해하는 요인을 도출하고 활성화 방안을 제안하는 데 있다.

산업 종사자들의 경험, 의견, 목소리를 파악하고 이를 반영하는 것이 이번 연구의 핵심적인 사항으로 이를 위해 포커스 그룹인터뷰가 연구방법으로 채택되었다.

포커스 그룹 인터뷰(FGI : Focus Group Interview)는 질적 연구방법 중 하나로 연구자들의 태도나 상황 등을 이해하기 위하여 5~10명 정도의 사람들을 동시에 인터뷰하는 방법으로 진행자가 제시하는 주제를 중심으로 참가자들이 자유롭게 토론하는 방식을 띤다.

전통적인 일대일 인터뷰나 설문 조사가 갖는 질문자가 주도하고 사전에 규정된 인터뷰의 한계를 극복하기 위해 이 방법론이 많이 활용되고 있다.

한 사람을 대상으로 질문할 때와는 달리 참석자들 간에 토론이 일어나면서 상호작용을 통해 더욱 다채로운 결과를 얻을 수 있다는 장점이 있다.

하지만 포커스 그룹은 응답자 수가 적고 편의적 성격을 지녀서 더 큰 모집단에 대한 일반화 가능성은 제한적이라는 단점이 있으나, 연구자와 응답자가 상호작용할 수 있고 설문 조사보다 더 깊이 있고 풍부한 양의 자료를 획득할 기회가 제공되고 집단 구성원 간 상호작용을 통해 다양한 관점의 자료를 취득할 수 있다는 이점이 있다.

1. 연구대상

포커스 그룹인터뷰 대상은 돼지유통에 참여하는 ①생산자 ②수요자 ③양돈산업 전문가 ④이해당사자 네 집단으로 구분하였다. 각 집단은 5~6명으로 구성하였고 집단 인터뷰를 진행하였다.

다만 생산자 집단 인터뷰는 ASF 발병으로 농가들이 한곳에 모이는 것이 어렵게 되어 연구자들이 전화 인터뷰로 가름하였다. FGI는 집단마다 2시간 30분 정도, 생산자는 각 인터뷰 대상마다 20분 정도 인터뷰가 진행되었다.

생산자는 현재 양돈농장을 경영하고 있고 5년 이상 산업에 종사한 경력자를 대상으로 하였으며, 수요자의 경우 육가공업체, 양돈계열화업체, 양돈 협동조합, 중도매인, 공판장 운영 주체 등으로 구성되었다. 전문가는 양돈 협동조합, 배합사료 회사, 농협, 민간연구소, 축산물 유통 전문가 등이다.

표 7 FGI 및 인터뷰

구분	일시	장소	대상
수요자 FGI	2019년 8월	농협 음성축산물공판장	중도매인, 돼지계열화업체, 양돈 농협, 육가공업체 대표 등
생산자인터뷰	2019년 11월	ASF 발병 전화 인터뷰	양돈 농가 5명
전문가 FGI	2019년 10월	제2 축산회관 회의실	양돈 관련 연구소, 사료 회사, 농 협, 양돈농협, 한돈협회 등
이해당사자 FGI	2020년 1월	엘리스가든 회의실	양돈 농가, 육가공업체 대표, 육 류유통수출협회 등

2. 자료 분석

포커스 그룹인터뷰 내용은 녹취 또는 속기 되었고 연구 참여자에 의해 보완 정리되었다. 이렇게 수집된 내용은 포커스 그룹 참여자가 의도하는 내용을 파악하기 위해 연구자가 반복해 읽고 인터뷰 내용을 전체적으로 이해하는 친숙화 과정을 거쳐 주요 주제를 도출하게 되었다. 인터뷰 내용 중 짧은 문구, 아이디어, 개념 등의 형태로 이를 정리하는 과정을 거치며 분석이 이뤄지게 된다.

이렇게 분석 과정 중 도출된 데이터를 비교하고 대조하는 과정을 거쳐 주제와 코드를 생성하고 핵심주제와 하위영역의 분석 결과를 도출하였다.

3. 연구결과

세 집단에 대해 시행한 인터뷰를 분석한 결과 다음의 다섯 가지 주제가 도출되었다. (1)도매시장 기피 요인 (2)선호하는 거래방식 (3)돼지 도체 등급제에 대한

만족도와 개선방안 (4)도매시장 활성화 방안 (5)새로운 돼지가격 결정체제로 5개의 주제와 13개의 하위 범주로 구분되며 각각 상세한 내용은 표 5와 같다.

표 8 인터뷰 질적 분석 결과

핵심주제	하위영역	의견 그룹
도매시장 기피 요인	높은 유통비와 낮은 내장 가격	생산자
	가격 변동성과 불확실성	생산자·수요자
	돼지의 품질·도체 품질 저하	수요자·전문가
선호하는 출하 경로	사료업체(편리성·정산의 안정성)	생산자·전문가
	도매시장은 위축 돈·모돈 등 비규격 돈 처리용	생산자·수요자
	높은 가격을 지불하는 곳/ 정산의 안정성	생산자
	복수의 유통경로 이용(생산자)	생산자
돼지 도체 등급제 대한 만족도와 개선방안	현행 등급제 개선 여지 높음	생산자·수요자·전문가
	육량 중심	수요자·전문가
도매시장 활성화 방안	도매시장 활성화는 중도매인 활성화	전문가·수요자
	도매시장 접근성 부족 추가 지정 필요	수요자
	규격돈 도매시장 출하확대	전문가·수요자
	도매시장 공적 기능 강화를 위한 역할 부여 및 인센티브 제공	전문가
	협동조합 역할 강화	전문가
돼지가격 결정체제	현행 가격 결정체제 불합리	생산자·수요자
	등급제 거래 확립 필요	전문가·수요자
	새로운 가격 결정체제 도입 필요	전문가·생산자·수요자

4. 도매시장 기피 요인

도매시장 기피 요인	높은 유통비와 낮은 내장 가격	생산자
	가격 변동성과 불확실성	생산자·수요자
	돼지의 품질·도체 품질 저하	수요자·전문가

가. 출하 편리성과 안전성, 유통비용

출하 편리성은 출하자들이 도매시장을 기피 하는 요인 중 하나이다. 도매시장으로 직접 출하하기 위해서는 출하 대행업체 등을 통해야 하고, 출하되는 돼지 각각의 품질을 따져야 하는 등 여러 가지 복잡한 일들이 발생한다. 이에 비해 배합사료업체 또는 육가공업체를 통한 출하, 브랜드 출하는 농장 문전에서 모든 거래가 완료되기 때문에 농가 입장에서는 여러 과정이 생략되는 결과로 이어진다.

농가가 출하를 위해 신경 쓸 요인이 대폭 줄어들기 때문에 출하의 편리성은 자연스럽게 도매시장보다는 농장 문전도 거래를 선호하게 되는 원인이 된다.

특히 농장 문전도 거래는 출하되는 전체 돼지의 생체 중에 지급률과 기준이 되는 도매시장 경락가격을 곱해 산출하지만, 도매시장에서는 개체별로 품질에 따른 가격을 책정하기 때문에 등급, 도체 중 등 다양한 요소에 신경을 써야 하는 문제가 발생한다. 출하하는 돼지 숫자가 적을 때는 문제가 덜 되지만 농장 규모가 크면 도매시장 출하는 더욱 번거로울 수밖에 없다.

더불어 도매시장 거래는 농가가 도매시장까지 유통되는 과정의 비용과 상장수수료를 농가가 부담해야 하고, 유통업체도 중매인 수수료를 내야 하는 등 여러 비용이 발생하는 문제가 있다.

농장 문전도 거래는 각종 유통비용을 절감할 수 있어 전 기업화된 양돈 농가와 육가공업체들의 이익에 부합하게 된다.

특히 국내 도매시장과 공판장들은 상장된 물량의 경우 더 높은 도축비를 부과하는 등 임도축보다 도매시장 도축이 농가에 매우 불리하게 책정되어 있고, 일반도축장들보다 내장 등 부산물의 가격도 공판장이 더 낮아 도매시장을 피하게 하는 주된 원인 중 하나다.

나. 가격 변동성과 불확실성

가격의 변동성과 불확실성은 생산자나 수요자 모두에게 부담스러운 부분이다.

가격이 시장 상황에 따라 예측 가능한 범위 내에서 형성된다면 문제가 덜 하지만 편리성과 비용 절감 등의 요인으로 인해 도매시장 출하 두수가 줄어들면서 대수의 법칙이 아닌 소수의 법칙이 작동하는 시장으로 변하였기 때문에 가격이 어떻게 형성될지 모르는 불확실성은 농가들의 도매시장 출하를 주저하게 하는 요인이다.

여기에 워낙 적은 물량이 유통되다 보니 새로운 수요자가 도매시장에서 돼지를 구매하게 되면 가격이 비정상적으로 상승하거나 반대로 적정 수준(수요자들의 구매력)을 넘어서는 물량이 시장으로 유입될 경우 가격이 크게 하락할 수 있는 문제가 발생하고 있다.

농협 음성축산물공판장에서 매매참가인으로 참가하고 있는 A 마트와 B 마트는 한우만 구매하고 있으며 돼지의 경우 공판장이나 도매시장에서 구매를 고려하지 않고 있다. A 마트 관계자는 자사가 도매시장에 구매자로 참가하는 순간 돼지가격이 폭등할 수밖에 없는 구조이기 때문에 참여를 전혀 고려하지 않고 있다는 뜻을 밝혔다.

농가들은 돼지가격 결정에 농가의 의사가 반영될 수 없는 점도 도매시장 거래를 꺼리는 원인이었다. 문전도 거래의 경우 협의를 통해 조금이라도 유리한 기준을 관철할 수 있으나 도매시장에서는 중매인들의 입찰 가격을 수용할 수밖에 없다.

다. 돼지의 품질

돼지의 품질문제는 도매시장 활성화를 저해하는 요소 중 하나였다.

축산물공판장을 운영하는 A양돈농협의 경우 조합원과 브랜드 출하계약을 맺고 있더라도 돈 군에 비규격 돼지는 별도로 선별해 공판장 출하를 시키고 있다며, 만약 이렇게 선별해서 출하하지 않으면 농가들이 과도한 페널티로 인해 손실을 볼 수밖에 없다고 설명했다.

생산 농가도 상당수가 복수의 출하 경로를 이용하고 있었는데, 육가공+공판장(도매시장), 농축협 브랜드 출하+공판장을 이용하고 있어 도매시장에 출하되는 돼지는

비규격 돼지 중심으로 직거래는 규격 돼지 중심으로 거래가 이뤄지고 있음을 알 수 있다.

중도매인 A는 품질이 좋은 돼지는 좋은 품질대로 품질이 나쁜 돼지는 품질이 나쁜 대로 가격이 형성되고 있다며, 도매시장 가격이 좋게 형성되는 도매시장이나 공판장은 어느 정도 품질이 좋은 돼지가 출하되고 있다고 보면 된다고 설명했다.

농협 A공판장도 대부분이 비규격 돈이 출하되지만, 간혹 품질이 우수한 규격돈이 출하될 때도 있는데 그때가 돼지가격이 상한가를 기록하는 때라고 설명했다.

품질에 자신이 있는 농가라면 도매시장으로 출하가 더 유리할 수 있다는 의견도 제시됐다. 도매시장 운영 주체와 중도매인은 도매시장은 품질에 따라 가격이 형성되기 때문에 품질이 좋은 돼지가 출하되면 당연히 제값이 형성된다고 우려할 일은 아니라는 견해다.

전문가 좌담회에서는 현재 우리 농장의 돼지 품질이 균일하지 못하기 때문에 농가를 상대로 품질향상을 위한 모델을 만들어 집중적으로 교육하고 컨설팅할 필요가 있다며, 농가 입장에서 품질에 자신이 없다 보니 한 마리 한 마리 품질에 따라 가격이 매겨지는 도매시장을 피하게 된다는 의견들이 제기됐다.

도매시장 활성화 이전에 농가들이 생산성과 품질향상을 통해 돼지 한 마리의 가치를 최대한 끌어올려 어떤 경로로 어떠한 방식으로 거래가 되더라도 좋은 가격을 받을 수 있는 자신감을 느끼게 할 필요가 있다는 것이다.

5. 선호하는 출하 경로

선호하는 출하 경로	사료업체(편리성·정산의 안정성)	생산자·전문가
	도매시장은 위축 돈·모돈 등 비규격 돈 처리용	생산자·수요자
	높은 가격을 지급하는 곳/ 정산의 안정성	생산자
	복수의 유통경로 이용(생산자)	생산자

가. 사료 회사 중심의 유통구조

국내 돼지 산지유통의 중심은 사료 회사들이다. 돼지 브랜드 출하, 돼지 계열화 사업, 양돈농협 출하 등 여러 모델이 있지만 어떤 주체도 사료와 연관되지 않은 곳이 없다.

A사료회사 관계자는 국내 돼지의 80% 이상이 사료 회사를 통해 유통이 이뤄지고 있음을 지적했다.

생산 농가도 육가공업체가 영세한 경우가 많다 보니 잘못하면 업체가 부도가 나면 서 돈을 못 받는 경우가 발생하는데 사료 회사를 통해 출하하면 최소한 대금을 못 받는 일은 발생하지 않는다고 밝혔다.

양돈농협도 농가에 사료를 판매하고 있고, 돼지 계열회사도 농가에 사료를 공급하고 있다. 결국, 사료를 공급하는 방식의 차이일 뿐 사료 회사나 사료 유통업체가 돼지의 유통에 깊이 관여하고 있다는 것은 부인할 수 없는 현실이다.

이는 국내 돼지유통 생태계에서 생산자의 지위를 높게 하는 결정적 요인이다.

보통은 상품을 납품하는 쪽이 을이 되고, 구매하는 쪽이 갑이 되는 게 현실인데 사료를 판매하는 회사가 돼지유통까지 도와주다 보니 돼지유통에서도 생산자가 우월적 지위를 얻게 되었다.

이 같은 상황은 돼지의 품질 고급화에 부정적 영향을 주게 되었다. 유통업체가 출하자에게 품질과 관련된 피드백을 하게 되는데, 중간에 사료업체가 유통 플레이어로 참여하면서 유통이나 육가공업체들의 요구 내용이 농가에까지 적절히 전달되지 않고 있다.

사료업체의 경우 여러 농장의 돼지유통에 관여하기 때문에 자연스럽게 공급 독점력을 갖게 되고 상대적으로 영세한 육가공업체보다 경로 파워가 최소한 대등하거나 더 우위를 점하게 되면서 육가공업체의 문제 제기는 사료업체 차원에서 해결하는 경우가 대부분이다.

농가들은 더 높은 가격에 판매를 해주는 곳을 선호하기 때문에 사료업체나 농가의 독점력이 발휘될 수 없는 도매시장보다는 협상의 여지가 있는 육가공업체로의 출하를 선호하게 되고 사료 회사가 돼지유통에 관여하면 관여할수록 도매시장으로 돼지 출하는 감소할 수밖에 없는 구조가 되고 있다.

나. 비규격 돈 처리 경로가 된 도매시장

인터뷰에 참여한 생산자 대부분은 도매시장을 이용하고 있었는데, 주로 비규격 돈 출하 경로로 활용하고 있었다.

A공판장 경매 담당자는 반입되는 돼지가 모돈, 또는 위축 돈이 많고, 얼마 전까지 음식물 찌꺼기 사육 돼지도 많이 반입됐다고 설명했다.

이런 돼지들이 많이 반입될 경우 하한가를 받을 수밖에 없으므로 도매시장을 경유하지 않는 규격돈의 가격을 하락시키는 요인으로 작용하고 있다.

비규격 돈과 음식물 찌꺼기 돼지가 도매시장과 공판장으로 주로 몰리는 이유는 수탁을 거부할 수 없도록 한 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 38조 수탁의 거부금지 조항 때문이다.

농안법 제38조(수탁의 거부금지 등)

도매시장법인 또는 시장도매인은 그 업무를 수행할 때에 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 입하된 농수산물의 수탁을 거부·기피하거나 위탁받은 농수산물의 판매를 거부·기피하거나, 거래 관계인에게 부당한 차별대우를 하여서는 아니 된다.

농안법의 수탁 거부금지 조항은 축산물 도매시장과 공판장뿐만 아니라 국내 농수산물 거래하는 모든 도매시장 법인에 해당하는 것으로 특별한 몇 가지 사유를 제외하고는 수탁을 거부할 수 없도록 하고 있다.

이로 인해 육가공업체들이 잘 취급하지 않는 모돈, 위축 돈뿐만 아니라 품질에 문제가 있는 돼지가 도매시장으로 출하되고 있다. 양돈업계가 근절하겠다고 호언장담하고 있는 음식물 찌꺼기 사육 돼지도 도매법인들은 수탁을 거부할 길이 없다.

이로 인해 도매시장에는 주로 비규격 돈과 품질에 문제가 있는 돼지들이 주로 거래되는 시장이 되었고, 규격돈은 육가공업체 또는 사료업체를 통한 거래가 일반적인 유통경로로 자리 잡았다.

다. 양돈농협 비규격 돈 별도 선별 도매시장으로 계통출하

도매시장에 품질이 낮은 돼지 출하를 줄이는 것으로 국내 돼지 품질을 높여 나가는 노력이 필요하다는 주장이 제기되었지만, 이 같은 노력이 도매시장 출하 활성화, 도매시장 가격의 대표성 확보에는 영향이 없을 것이라는 의견도 제시되었다.

B양돈농협의 경우 조합원들과 기본적으로 브랜드 출하계약을 체결하지만, 출하 시 위축 돈 등 비규격 돈을 별도 설별 해 공판장으로 출하를 하고 있다는 정책 때문이다.

이러한 서비스가 시행되지 않으면 비규격 돈이 많은 농가의 경우 페널티 때문에 손실이 너무 커 비규격 돈을 선별해 도매시장이나 공판장으로 출하하고, 규격돈은 브랜드 출하물량으로 처리함으로써 농가를 보호하고 있다는 것이다.

결국, 돼지 품질향상의 키워드는 비규격 돈이 쥐고 있지만, 도매시장 출하물량을 오히려 감소시킬 수 있다는 것이다.

6. 돼지 도체 등급제

돼지 도체 등급제 대한 만족도와 개선방안	현행 등급제 개선 여지 높음(생산자, 수요자, 전문가)
	육량 중심(수요자, 전문가)

돼지 도체 등급제에 대해 특별히 각 주체의 의견을 청취한 이유는 도매업체나 소매업체 그리고 소비자가 돼지고기 구매 시 돼지의 도체 등급을 선택의 주요 기준으로 삼는다면 농장 문전도 거래가 활성화되어 있는 양돈업체도 도축 후 도체 품질을 확인하고 거래를 하는 도매시장(공판장)으로 중심축이 이동할 수 있으리라는 가정에서 비롯됐다.

가. 등급제 평가, 개선 여지 커

돼지 도체 등급제에 대한 생산자, 수요자, 전문가의 시각은 일치했다.

개선의 여지가 크다는 것이다.

전문가와 수요자는 돼지고기에 육질 요소를 결부시키면서 돼지 등급제도가 방향을 잃었다는 평가가 우세했다.

1+등급이 1등급보다 우수하다는 것을 소비자와 소매유통업체를 설득해야 하는데 수긍시킬만한 요소가 전혀 없다는 게 수요자와 전문가들의 일치된 주장이다.

일부 참가자는 현행 등급제의 폐지 필요성을 주장하기도 했다.

과거 육량과 등지방두께 만을 가지고 육량 판별을 하는 것이 적절하다는 평가다.

생산자 참가자 중 하나는 돼지고기의 부위 중 가장 높은 가치를 인정받는 부위가 삼겹살인데, 삼겹살의 양과 삼겹살의 모양을 중점적으로 평가해 등급을 부여하자는 이야기도 있었다.

이에 대해 정부 측 참여자는 현행 등급 체계 내에서 육질 항목이 돼지 등급에 미치는 영향은 10%도 되지 않는다며 사실상 과거 육량 등급이나 마찬가지라고 밝혔다.

나. 육량 중심 등급제가 현실적

한 전문가는 현행 등급 체계가 소비자 선택의 기준이 아닌 도매단계에서 돼지 한 마리의 가치를 측정하는 방법으로 정확한 포지션을 취해야 한다는 의견을 제시했다. 등지방두께, 육량 등의 지표는 돼지 가치 측정에 있어 매우 중요하기 때문에 여전히 유효한데, 이 등급 기준을 소매단계에까지 확장하려는 시도가 돼지 등급제 자체의 신뢰를 무너뜨렸다는 의견이다.

수요자 측은 더욱 강경한 등급제 무용론을 제기하기도 했는데, 돼지 구매에 있어 과거에는 등급에 따라 인센티브가 있었는데 사라진 지 오래라는 의견을 제시하고, 의무적으로 등급판정을 받는 것이 아니라 필요에 따라 등급판정을 받도록 해야 한다는 의견이 나왔다.

수요자 중에서는 현행 등급제도가 돼지 소비문화 발전을 거스른다는 이야기도 덧붙였다. 삼겹살, 목살, 등심 같은 방식으로만 정형하고 판매하도록 강제하면서 새로운 제품규격을 연구하고 상품화하는 것을 가로막는다는 것이다.

새로운 전형 방법이 개발되어야 돼지를 더 재미있게 소비할 수 있는데 현행 등급제, 현행 부위별 판매제도는 이를 가로막고 있다는 지적이다.

등급제도 개편을 통한 돼지 선택 기준에 영향을 주어 도매시장 이용을 활성화할 수 있을 것이라는 가설은 등급제도를 개편한다고 해서 돼지의 거래 기준, 선택 기준에 큰 변화를 주기는 어렵다는 의견이 지배적이었다.

쇠고기 등심 마블링과 같은 지표를 만드는 것 자체가 돼지에서는 어렵고, 국내 돈육시장에서 등심의 가치가 낮은 축에 속해 있어 돼지가 소와 같은 방식으로 유통되는 것은 어렵다는 의견이다.

도매시장에서 중매인들이 돼지 한 마리를 사갈 때 구매의 잣대를 마련해 주는 것은 매우 중요하지만, 소비단계에서 돼지고기 구매의 기준으로 활용하는 것은 이와는 다른 문제라면서 돼지 등급제가 육가공업체(자)들을 위한 등급인지, 소비자를 위한 등급이냐를 확실히 정해야 한다는 의견을 제시했다.

소 도체와 달리 돼지 한 마리분에 대한 각각의 부위별 품질은 물론 같은 삼겹살이라 해도 중간과 끝부분의 품질 차이가 커서 일률적으로 품질 잣대를 적용하기 매우 어렵기 때문이라는 의견이다.

7. 도매시장 활성화 방안

도매시장 활성화 방안	도매시장 활성화는 중도매인 활성화	전문가·수요자
	규격돈 도매시장 출하확대	전문가·수요자
	협동조합 역할 강화	전문가
	도매시장 공적 기능 강화를 위한 역할 부여 및 성과보수 제공	전문가
	도매시장 접근성 부족 추가 지정 필요	수요자

돼지 도매시장 활성화라는 주제에 대해 유통전문가 대부분은 도매시장이 기능을 상실해 가는 것이 현실인 상황에서 도매시장을 활성화를 위한 노력은 제한적일 수밖에 없다고 말했다.

그만큼 어려운 주제가 도매시장 활성화라는 이야기이다.

인터뷰를 진행한 생산자 중 규격돈을 도매시장에 내놓겠다고 답한 사람이 없었고,

수요자도 자칫 도매시장에서 물량을 확보했다가는 가격 왜곡이 심하게 나타날 것이라며 우려를 표하기도 했다.

하지만 아직 마땅한 가격을 발견한 방법을 찾지 못하고 있는 상황에서 도매시장의 역할이 축소되는 것을 손 놓고 볼 수도 없는 게 현실이다.

가. 중도매인 활성화

도매시장 활성화와 관련한 이야기가 나오면 가장 먼저 제기되는 것이 중도매인 지원과 관련된 이야기다.

중도매인의 판매역량이 도매시장과 도매법인의 경쟁력을 좌우하는 핵심 역량이기 때문이다. 대형 소매유통, 대형 온라인 유통업체가 등장하기 전까지 소매상들은 도매시장의 중도매인으로부터 상품을 매입해 왔다.

하지만 대형 소매유통의 등장과 취급물량의 지속적인 확대는 산지와 직거래나 도매시장을 경유하지 않는 유통경로를 구축하게 했다.

대형 소매유통업체와 온라인 유통업체의 시장 점유율이 높아지면서 중도매인과 거래했던 중소슈퍼마켓, 채소가게, 정육점, 외식업체의 수가 줄어들게 됐고 자연스럽게 도매시장의 역할 축소로 이어질 수밖에 없었다.

현재 돼지 도매시장과 공판장이 이러한 현상이 가장 두드러지는데, 과거 도매시장 중도매인과 거래처들은 지육을 받아 직접 뼈랄 발라내 상품을 판매했다면, 최근 정육점들은 육가공업체로부터 이미 손질이 끝난 부분육을 받아 판매하면서 거래처가 축소되고 있는 분위기이다.

FGI에 참여한 공판장 관계자는 결국 도매시장의 활성화를 위해서는 돼지를 많이 취급하는 중도매인이 등장해야 하는데 중도매인이 영업하고 있는 정육점과 브랜드 육을 유통하는 육가공업체와 경합이 발생한다고 밝혔다.

공판장과 브랜드 유통사업을 모두 하는 양돈농협 관계자는 도매시장이 활성화된다는 이야기는 우리 브랜드 유통사업 부서와 경쟁을 해야 한다는 이야기인데 조합의 입장에서는 중도매인의 역량이 강화되어 브랜드 유통사업단이 축소되는 것은 원치 않는다고 답했다.

나. 규격돈 도매시장 출하 확대(전문가, 수요자)

생산자는 도매시장으로의 출하에 부정적 의견이 다수를 이루었지만, 수요자의 경우 품질 좋은 돼지가 충분히 반입된다면 도매시장을 이용할 의사가 있다고 밝혔다.

생산자들은 돼지를 비싸게 사주는 곳, 출하의 편리성, 안정성 등을 중요시 여기며 도매시장 출하에 부정적 의견을 나타내고 있는 것과 달리 수요자 측은 구매선의 다양화 등을 위해 조건부 도매시장 이용 의사가 있다고 밝혔다.

전문가들도 전반적인 돼지 품질향상이 필요하다는 의견과 함께 장기적으로 도매시장 활성화는 어렵겠지만, 단기적으로 새로운 가격 산정체계가 만들어지기까지 도매시장에 규격돈의 출하를 늘리는 방안을 마련해야 할 필요가 있다고 밝혔다.

다. 협동조합 역할 강화(전문가)

협동조합 역할 강화는 양돈농협과 농협중앙회가 도매시장 출하에 관심을 가져야 한다는 이야기다. 농협이 산지 수집기능을 강화하고 일정한 물량은 도매시장에 출하함으로써 앞서 요구된 품질이 우수한 규격돈의 도매시장 유통에 역할을 해야 한다는 것이다.

라. 도매시장의 공적 역할 강화

국내 대부분의 돼지 도매시장들은 상장 물량이 적더라도 생존에는 문제가 되지 않는다. 임도축 물량 확보를 통해 도축 부분 가동률을 어느 정도 유지하며 매출을 올리고 있기 때문이다.

따라서 각 도매시장이 영리 추구를 위해 임도축 물량을 무분별하게 확보하는 것에 제동을 걸고 도매물량을 우대하도록 하는 조치가 필요하다.

도축비 등 각종 수수료 책정에 있어 도매시장 출하가 일반도축장 출하보다 농가에 불리하게 되어 있는 부분부터 개선이 필요하다는 주장이 제기되었다.

나. 도매시장 접근성 (수요자)

도매시장의 접근성이 떨어지는 것도 문제로 지적됐다. 현재 돼지 도매시장은 돼지 사육기반이 감소하고 있는 수도권과 부산 경남권에 집중되어 있다. 충남, 강원, 전북에는 돼지 도매시장이 운영되지 않고 있다.

거점도축장 중 일부에 도매시장 기능 부여를 고려할 필요가 있다.

8. 새로운 가격 결정체계

돼지가격 결정체계	현행 가격 결정체계 불합리(생산자, 수요자, 전문가)
	등급제 거래 확립 필요(전문가)
	새로운 가격 결정체계 도입 필요(전문가, 생산자, 수요자)

가. 현행 가격 결정체계 불합리

현행 가격 결정체계에 대해서는 수요자, 생산자, 전문가 각 그룹마다 약간의 온도차는 있으나 대체로 새로운 가격 결정체계를 만들어 내야 한다는 데 의견이 일치했다. 대표성에 대한 문제는 가격 등락이 심한 시기에 나오기 마련이다.

가격이 추세를 따르지 않고 널뛰기 하게 되면 수요자는 소매업자에 가격 변동에 따른 이유를 설명해야 하므로 어려움이 있고, 생산자는 출하를 매일 하는 것이 아니므로 한주 차이로 수취 가격이 바뀌는 상황을 수용하기 힘들 수 있다.

수요자와 생산자 모두 가격 결정에 관여하지 못하는 것 또한 불합리성을 이야기하는 원인 중 하나다.

이러한 이유로 인해 세 주체 모두 가격의 불합리성을 이야기했다.

나. 등급제 거래 확립 필요

등급제 개편의 필요성을 전제하면서도 돼지 도체 품질에 따른 거래 확립에는 대체로 동의하는 입장이며 특히 전문가 쪽에서는 이를 더욱 강하게 주장하였다.

좋은 돼지는 좋은 가격에 품질이 좋지 못한 돼지는 낮은 가격에 거래가 되어야 전반적인 돼지 품질향상이라는 유인이 생기고, 도매시장에 출하된 돼지라도 품질이 좋은 돼지에 낮은 가격이 부여되는 일은 없으므로 등급 거래 확립에 업계가 동의해야 한다는 의견을 밝혔다.

수요자 측에서는 품질에 따른 가격 차이를 소매업계에 인정받기 어렵다고 이야기는 했지만, 육량 등을 고려했을 때 이익이 되는 돼지가 분명히 있다고 밝혀 품질에 따른 거래가 나쁘지 않다고 밝혔다.

세 그룹 모두 등급제 개편의 필요성을 전제하면서도 돼지 도체 품질에 따른 거래 확립에는 대체로 동의하는 태도다.

다. 새로운 가격 산정체계

단기적으로는 현 도매시장의 가격 발견 기능 유지를 위해 노력을 하고, 중장기적으로 새로운 가격 발견 체계를 구축하자는 게 전문가 그룹의 의견이었다.

새로운 가격체제에 대한 각론을 구체적으로 밝히지 않았지만, 현행 도매시장이 비규격 돈의 가격을 대변하는 것이기에 규격돈의 가격을 제대로 구현할 수 있는 공식 마련은 필요해 보인다.

전문가 그룹에서는 일본의 식육유통센터와 같이 부분육 가격공표 등의 의견을 제시하면서 대표가격은 단순히 생산자와 수요자 간의 원만한 거래를 위해서도 필요하지만, 수급조절, 질병에 따른 살처분과 같이 보상을 위한 정책 가격으로도 중요한 의미를 갖는다며, 아프리카돼지열병 살처분 보상에서도 기준일을 어떻게 잡느냐에 따라 농가에 지급하는 가격의 편차가 큰 사례에서 알 수 있듯이 생산자와 수요자 모두가 공감할 수 있는 대표가격 발견은 필요하다고 밝혔다.

9. FGI 소결

도매시장 활성화에 대한 필요성에는 인터뷰 참여자들이 어느 정도 공감하고는 있으나 도매시장이라는 거래 플랫폼의 지속가능성에 대해서는 회의적인 입장이었다.

인터뷰에 참여한 농가 대부분은 도매시장으로의 규격돈 출하 계획이 없었으며, 수

요자들은 조건부로 참여할 수 있다는 견해를 밝히기도 하였다.

도매시장이 지속 가능한 거래의 장이 되지 못할 것이라는 분석과 함께 현행 가격 결정체계도 부정적인 의견이 다수를 차지하였다.

돼지 등급제도와 관련해서는 현행 등급제도가 소매단계에서는 소비자에게 큰 편익을 제공하지 못하고 있으므로 개편이 필요하며, 육량 중심의 개편이 이뤄져야 한다는 의견이 주를 이루었다.

도매시장 활성화 방안으로는 규격돈 출하로 수요자들이 도매시장도 하나의 공급처로 활용할 수 있도록 해야 한다는 의견과 함께, 협동조합 역할 강화, 도매시장의 공적 기능 강화를 위한 관리 감독 강화, 도매시장 접근성 확대, 중도매인 경쟁력 향상을 위한 노력 등이 주문되었다.

제4장 일본 돼지고기 도매 유통 현황과 과제8)

1. 일본 돼지고기 수급 동향

표 12 한국과 일본의 수급 동향(2018년)

구 분	일본	한국
소 비	182만 톤	135만 톤
생 산	90만 톤	94만 톤
수 입	92만 톤	46만 톤
자급률(%)	49.5	69.4
1인당 소비량(kg)	12.9	27.0

자료 : 농림축산식품부, 일본농림수산성

일본 돼지고기 수급 동향을 살펴보면 연간 소비량은 182만 톤, 자국 생산량은 90만 톤 수입은 92만 톤으로 49.5%를 나타내고 있다.

2019년 기준 일본의 사육 농가 수는 4320호로 전년보다 3.4% 감소하였고, 비육돈 2000두 이상 농가는 1천 호로 23.8%를 점유하고 있다.

사육두수는 915만6천 두로 모돈은 85만3천두, 비육돈 2천두 이상 규모 농가는 666만4천 마리로 75.6%에 달하고 있다. 1호당 사육두수는 2119두로 한국 1839두와 비교해 규모화가 더 진행된 것을 볼 수 있다.

일본의 1인당 소비량은 2018년 기준 12.9kg으로 1인당 27kg을 소비하고 있는 우리나라와 비교할 때 낮은 수준이다. 일본의 1인당 돼지고기 소비량은 꾸준히 증가하고 있다.

일본 돼지고기 1인당 소비량 변화 (00)10.6kg →(10)11.7 →(18)12.9

8) 황명철(2020) 일본 돼지 도매 거래 실태. 돼지 도매시장 활성화를 위한 토론회

표 13 돼지고기 소비 구성

(단위 :%)

	가계소비	가공용	외식 및 단체급식
일본	49	24	27
한국	65	14	21

자료 : 한국농수산물유통공사, 일본농림수산성

주) 2018년 기준

일본의 돼지고기 소비 구조는 가정 소비가 49%, 가공용 24%, 외식 27%로 나타났다. 일본 돼지고기 소비의 특징은 신선육의 가계소비 비중은 작고 가공용 비중이 높다는 것이다.

2. 돼지고기 유통실태

가) 구매 경로

표 14 유통업체 돼지고기 구입처

(단위 :%)

구입처	구매 비중
산지 식육센터	31
자사 계열농장	24
생산자, 농업생산법인	20
식육도매업자	15
식육 도매시장	10

자료 : 일본 식육유통센터

주) 2015년 기준

일본 식육유통센터에서 조사한 일본의 돼지고기 유통실태조사(2015년) 자료에 따르면 돼지고기 유통업체는 2067개사이며 이 중 수입상사 2개사, 식육도매업자 472개사, 소매업자 638개사, 외식 및 가공업자 934곳으로 나타났다.

표 15 대규모 식육도매업자 국산 돼지고기 구입처

(단위 :%)

구입처	구매 비중
산지 식육센터	50.3
자사 계열농장	37.3
식육 도매시장	10.0

자료 : 일본 식육유통센터

주) 2015년 기준

일본 국산 돼지고기 구매의 경우 대규모 식육도매업자는 산지 식육센터 이용 비중이 50.3%로 가장 높았고 자사 계열농장 37.3%, 식육 도매시장 10%로 뒤를 이었다.

표 16 중소규모 식육도매업자 국산 돼지고기 구입처

(단위 :%)

구입처	구매 비중
생산자·농업생산법인 등	29.7
식육 도매시장	18.1
대규모 식육도매업자	15.4
산지 식육센터	9.0

자료 : 일본식육유통센터

주) 2015년 기준

중소규모 식육도매업자는 생산자·농업생산법인이 29.7%, 식육 도매시장 18.1%, 대규모 식육도매업자가 15.4%로 나타났다.

도매업자의 규모에 따라 구매 비중이 달라지는데 식육 도매시장의 중소유통업자들이 대규모유통업체보다 도매시장 이용 비중이 높았다.

나) 가격 결정방법

일본 내 돼지고기 거래 시 가격 결정방식으로는 협의를 통한 가격 결정방식이 주를 이루고 있었다.

표 17 일본 돼지고기 구매 가격 결정방식

	상대거래	견적거래
국내산	60.7	34.1
수입산	47.4	50.9

자료 : 일본식육유통센터

주1) 2015년 기준

주2) 대형업체의 경우 상대거래 이용 100%

국내산 돼지고기 구매 시 상대거래가 60.7%로 가장 높았고, 견적에 의한 거래 비중은 34.1%로 나타났다. 상대거래 및 견적 거래 시 수율, 도매시장 시세 및 수급 등을 고려해 가격을 협의 조정하게 된다.

수입 돼지고기는 견적거래 50.9%, 상대거래가 47.4%로 나오며 대형업체의 경우 수입육 거래는 100% 상대거래로 결정된다.

상대거래는 공급자와 수요자가 1대 1로 협의를 하여 가격 및 거래 조건을 결정하는 방식이고 견적 거래는 1명의 구매자가 여러 공급자와 거래할 때 쓰는 방식이다.

가격 결정 시 참고자료로는 지육 거래 가격이 53.3%로 가장 높고, 식육 도매시세 21.5%, 일본식육유통센터(JMTC) 부분육 가격 8.9% 순으로 나타났다.

표 18 구매 가격 적용 기간

	일 단위	주 단위	월 단위
국내산	34.8	34.0	23.4
수입산	14.7	18.1	53.4

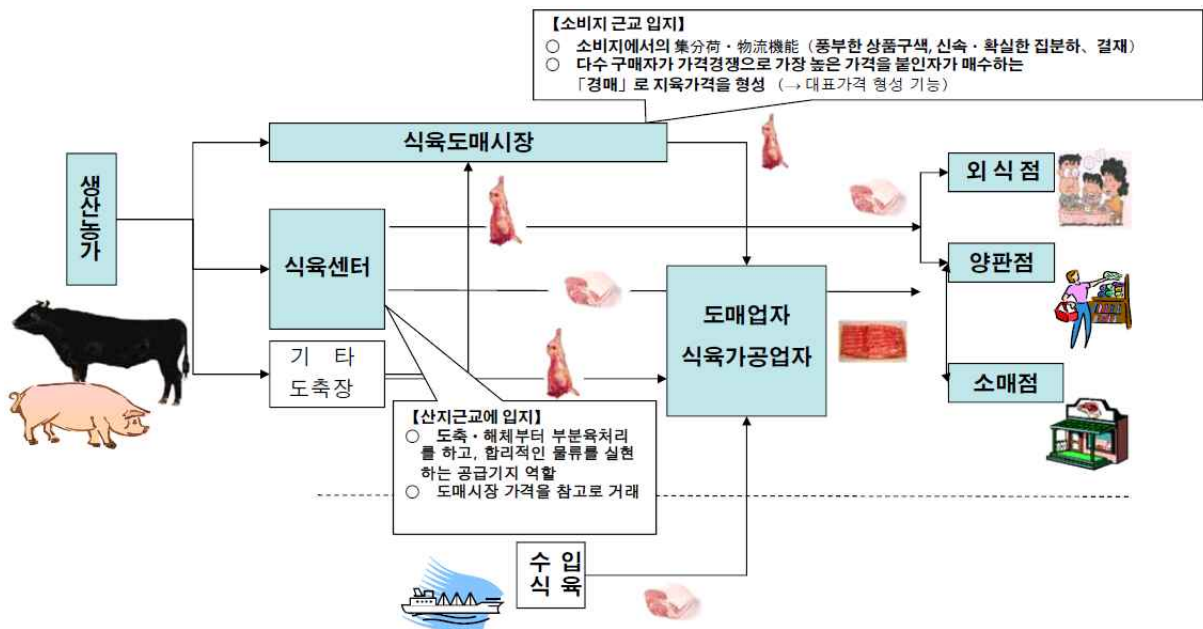
자료 : 일본식육유통센터

주) 2015년 기준

상대거래나 견적거래로 가격이 정해진 이후 해당 가격을 준용하는 기간은 수입산의 경우 월 단위 > 주 단위 > 일 단위 순으로 나타났으나 국내산의 경우 일 단위 > 주 단위 > 월 단위로 나타났다.

국내산의 변동성이 수입에 비해 높기는 하지만 ‘주 단위’와 ‘월 단위’ 적용하는 비중이 50%를 넘어서고 있었다.

2. 일본 돈육 도매시장 사례



우리나라와 같이 일본도 돼지 도매시장을 운영하고 있어 일본의 돼지 유통구조와 도매시장 운영 사례는 이번 연구에 참고할 만한 사례가 될 수 있다.

일본은 농가에서 생산된 돼지는 식육 도매시장, 식육센터, 기타 도축장으로 출하되며 도매업자와 식육 가공업자가 이들로부터 지육 및 부분육을 매입해 외식 및 소매 업체에 판매하고 있다. 식육센터의 일부 물량이 소매 및 외식업체로 유통되기도 하고 있으며 수입육의 경우 도매업자를 통해 일본 시장에 유통되고 있다.

일본 식육 도매시장은, 2018년 현재 183개소의 도축장이 운영되고 있으며 그 중 도매시장은 28개 시장이 운영되고 있다. 총 도축장에서 도매시장이 차지하는 비중은 15.3%로 일본 식육 도매시장은 1971년 제정된 ‘도매시장법’에 근거를 두고 있으며, ‘중앙 도매시장’과 ‘지방 도매시장’으로 구분되어 운영되고 있다.

‘중앙 도매시장’은 광역적이면서 핵심 유통거점의 성격을 지니고 있으며, ‘지방 도매시장’은 지역 내 집배 거점으로서 역할을 하고 있다. 개설자도 달라 ‘중앙 도매시장’ 개설은 농림수산성 인가제이며, ‘지방 도매시장’ 개설은 도도부현 지사의 허가제로 되어 있다.

도매시장의 운영 개설 및 운영 주체는 지방정부로 동경 도매시장은 동경도, 오사카 도매시장은 오사카시가 공공기관으로 운영하고 있다.

표 19 식육의 중앙도매시장과 지방도매시장 비교

구 분	중앙도매시장	지방도매시장
개 소	10	18
특성	광역적 중핵적 유통거점	지역 내 집배 거점
개설자	농림수산성 대신	도도부현 지사
도축두수(비율)	91만4천두(5.6%)	120만5천두(7.3%)
	211만9천두(12.9%)	

주) 2018년 총 도축두수 1,643만두

가. 일본 도매시장 출하 비중의 변화

2018년도 총 돼지 도축 마릿수는 1643만 마리로 이 중 도매시장 거래 두수는 211만 9천 두로 도매시장 경유 비율은 12.9% 수준이다. 2018년 우리나라 돼지의 도매시장 경유 비중이 7.4%인 것과 비교하면 높은 비중이다.

일본 돼지고기 도매시장 경유 비율은 2000년도 13.9%에서 2018년도 12.9%로 1%p 하락했다.

2000년도 이후 도매시장 경유 비율 추이를 보면 2000년도 13.9%에서 2010년도 13% 수준까지 하락한 이후, 2015년도에는 13.3% 수준까지 회복하는 듯하였으나, 그 이후 완만한 감소 추세로 13% 수준에서 정체되어 있다.

한편, 2000년도 이전 도매시장 경유 비율은 1990년도 16.5%, 1995년도 14.9%로 도매시장 출하 비중 감소가 완만히 진행돼왔음을 알 수 있다.

표 20 일본 돼지 도매시장 출하량 변화

연 도	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018
총 도축두수 (천두)	16,717	16,243	16,807	16,104	16,392	16,337	16,430
도매시장 거래 두수 (천두)	2,331	2,180	2,191	2,147	2,142	2,109	2,119
도매시장 경유 비율 (%)	13.9	13.4	13.0	13.3	13.1	12.9	12.9

자료 : 일본 농림수산성, 「식육유통통계」

주 : 1) 각 연도는 그해 4월부터 이듬해 3월까지의 기간(2018년도 ; 18.4~19.3)

2) 2018년 현재 식육도매시장은 중앙도매시장 10개소, 지방도매시장 18개소, 총 28개소가 있음

나. 돼지 도매시장 거래 두수 비율 감소 요인

일본 내 돼지 도매시장 거래 두수가 감소한 것은 먼저 대규모 식육 가공업체의 산지 식육센터 설립과 도축 두수 증가가 원인으로 꼽힌다.

돼지고기의 경우, 대형 식육 가공업체는 기업 그룹 내에 가축사육부터 식육처리·판매에 이르기까지 인티그레이션을 구축하고, 이전부터 시장을 점유하지 않는 거래를 하고 있었다. 이들 인티그레이션의 시장 점유율이 확대가 도매시장 거래비중 감소의 주된 원인이다.

일본의 돼지유통도 수입 자유화 이후 지육 유통에서 부분육 유통으로 변화도 영향을 미쳤다. 2001년 쇠고기 수입 자유화 이후 수입육 증가 및 산지에서의 도축 증가로 도매시장을 점유하지 않는 물량이 증가하기 시작했다.

유통구조의 변화 또한 도매시장 기능 약화의 원인으로 지목되고 있다.

유통구조에서도 종합슈퍼 및 대형 양판점, 식품 전문 슈퍼 증가로 소매점 및 전문점의 감소 경향이 현저한 추세에 있다. 또한, 매입 및 반입 형태에서도, 대형점 및

슈퍼 등은 규모의 경제를 살려서 대규모 시장에서 일괄 대량 매입 및 도매시장을 경우 하지 않고 산지에서의 매입이 증가하고 있다.

우리나라 정육점에 해당하는 식육 전문점도 도매시장에서 매입하기보다는 대형 식육 가공업체로부터 부분육 매입에 의존하는 경우가 늘고 있다. 특히 소규모 전문점에서는 지육 1마리를 경매로 구매하기보다는, 필요한 부위를 부분육으로 육가공업체로부터 반입하는 사례가 많이 있다.

일본에서는 지육은 아직 전문점에서 구매하는 비중이 높은 품목이지만, 식품 슈퍼 및 종합슈퍼에서의 구매비율이 늘고 있으며, 상대적으로 전문점에서의 구매비율이 떨어지고 있다.

일본의 식육 도매시장 경유 비중이 감소한 것은 사실이나 지난 10여 년간의 변화를 보았을 때 일정 수준을 유지하고 있다 볼 수 있다.

2. 일본 식육유통센터 돼지고기 대표가격 정보제공 사례

가. 부분육 가격정보 제공

일본에서는 지육에서 부분육 유통이 본격화되는 시기에 맞추어, 1979년 (재단법인) 「일본식육유통센터」를 설립했다. 1981년 5월, 수도권 가와사키(川崎) 부분육 센터 개업과 동시에 돼지 부분육(상등급) 가격공표를 개시하였다.

농림수산성 통계 정보부 주재원이 상주해 거래정보 수집을 개시하고, 1988년 이후, 센터 업무로 이관되어 같은 업무를 계속 수행하고 있다.

- 정보수집 : 부분육 센터 입주업체(가와사키(59개 업체), 오사카(13개 업체))와 기타 식육도매업체 협력으로, 부분육 거래정보(지역별, 부위별, 거래 중량)를 온라인으로 수집
- 집계 및 정리 : 센터에서는 송부된 거래정보를 엄격한 보안 관리하에, 정리
• 집계하여, 외부전문가를 포함한 거래정보공표위원회 검토를 거쳐, 그 결과를 공표

○ 결과 공표

- 지역 구분 : 전국을 4개 지역 구분(수도권, 지방 3개)
- 품목 수: 국산 돼지 7개 부위(어깨 등심, 등심, 안심, 앞다리, 뒷다리, 갈비)
수입돼지 14개 품목 (미국 냉장(3), 냉동(2)/ 캐나다 냉장(3), 냉동(3), 덴마크 냉동(3))

○ 공표 주기

- 국산 부분육 : 일보(월~금), 주보(화),
- 수입돼지 : 반 월보(3일 / 18일)

○ 공표 매체

- 일간지 : 일본경제신문, 일본농업신문
- 업계지 : 식육통신 등 3개지
- 기타 매체 : 3개
- 센터 홈페이지(www.jmtc.or.jp)

□ 공표에 사용하는 수집 정보량(거래 중량 기준) 비중 : 전국유통량의 41%

부분육 가격정보가 생산자, 유통업자, 소비자에게 전달되기 때문에 부위별 수급을 반영한 가격이 형성되며, 이로 인해 수급의 불균형을 해소하고 있다.

특히, 생산과 소비에 있어 합리적 의사결정을 유도하고 있으며, 생산자-유통업자-소비자 모두에게 편익을 제공하게 된다.

나. 부분육 가격정보 공표가격 산정방법 검토 및 개선(2017)

센터는 2016년도에 식육도매업체, 통계전문가 등을 구성원으로 하는 「부분육 유통정보검토회」를 개최하고, 공표가격 산정방법 개선을 추진키로 하고 2017년 4월부터 새로운 산정방법에 따라 가격정보를 공표하고 있다.

□ 산정방법 개선 주요 내용

- 대표가격 변경 : 수집한 데이터의 분산 영향의 완화를 고려하여, **부분육 가격의 대표치로 중앙값을** 산정
- 분포정보 제공 : 수집한 데이터의 분포상황을 나타내는 정보(참고치)로써, **제1사 분위 값, 제3사 분위 값, 전전 평균값을 산정** <사분위 산정기준은 중량 기준>
- 데이터 정리 기준일 개선 : 정보제공기업에서 센터에 수신된 날짜를 기준으로 수집 정리하던 것에서, 수집 **데이터가 기재된 거래일을** 기준으로 정리

표 21 공표항목

이 전	개선 이후
높은 가격 가중평균 낮은 가격	제3사 분위 가격 중량 중앙가격 / 전정(剪定) 평균가격 제1사 분위 가격
거래 중량 시세 추이•특기 사항	거래 중량

주 : 전정(剪定) : 원예용어로 불필요한 가지치기, 가격산정에서는 제1사 분위
경계에서 제3사 분위 경계 사이의 거래에 대한 가중평균 가격

그림 5 가격산정 이미지

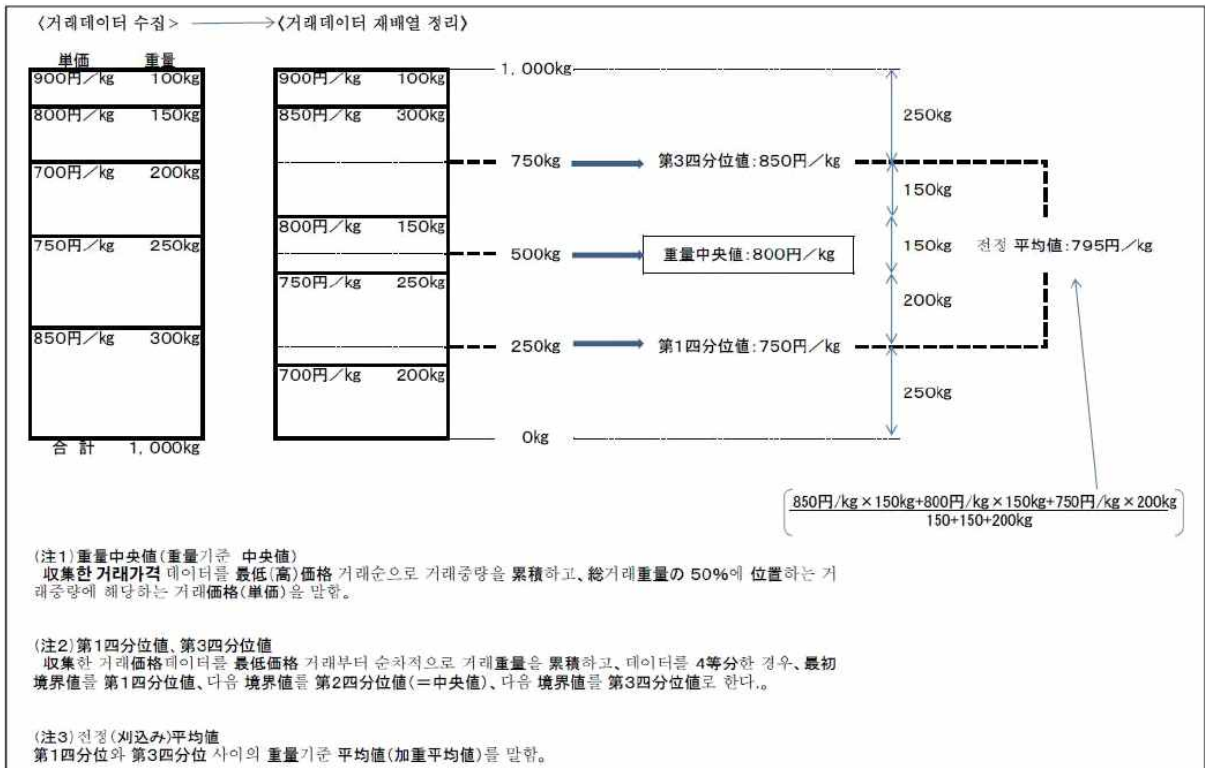


그림 6 가격공표 사례(일보)

(豚カット肉「I」 の場合) ※品目をクリックすると、取引日毎價格表が開きます。
 (豚カット肉「I」 以外の場合) ※品目をクリックすると、價格推移のグラフが開きます。
 ※ 市況速報の用語集は [こちら](#) からダウンロードできます。

[豚カット肉「I」 <近畿圏>](#)

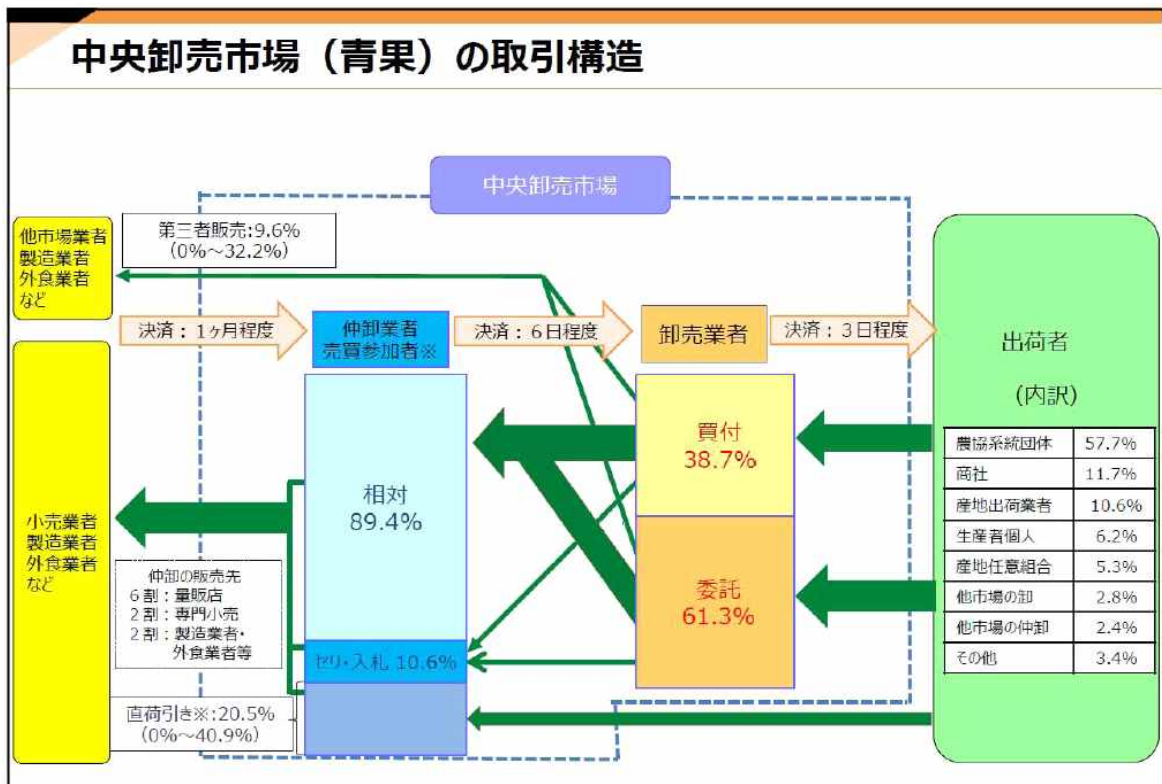
豚カット肉「I」 <首都圏>	令和 元年10月25日(金)から 令和 元年10月31日(木)まで (令和 元年11月1日(金) 公表)	消費税込(8%)
-------------------	------------------------------------------------------------	----------

品目	第1四分位値	重量中央値	第3四分位値	刈込み平均値	取引重量
かたろース	961円	1,004円	1,034円	1,001円	70,050kg
うで	623円	646円	707円	656円	136,026kg
ろース	983円	1,054円	1,108円	1,040円	167,867kg
ばら	961円	1,000円	1,036円	1,004円	168,259kg
もも	606円	621円	647円	621円	189,974kg
ヒレ	972円	1,172円	1,200円	1,125円	12,897kg
セット	785円	882円	950円	885円	624,863kg
				合計	1,369,936kg

3. 일본 중앙도매시장 유통 흐름 9)

일본에는 청과, 수산, 식육, 화훼 등의 중앙도매시장이 운영 중이며 국내 도매 시장 제도 또한 일본의 중앙 도매시장 모델을 벤치마킹해 만들어졌다. 부류별 유통 특성을 파악한다면 돼지 도매시장의 방향 설정에 도움이 될 것으로 전망 된다.

그림 7 일본의 중앙도매시장 유통 흐름(청과)



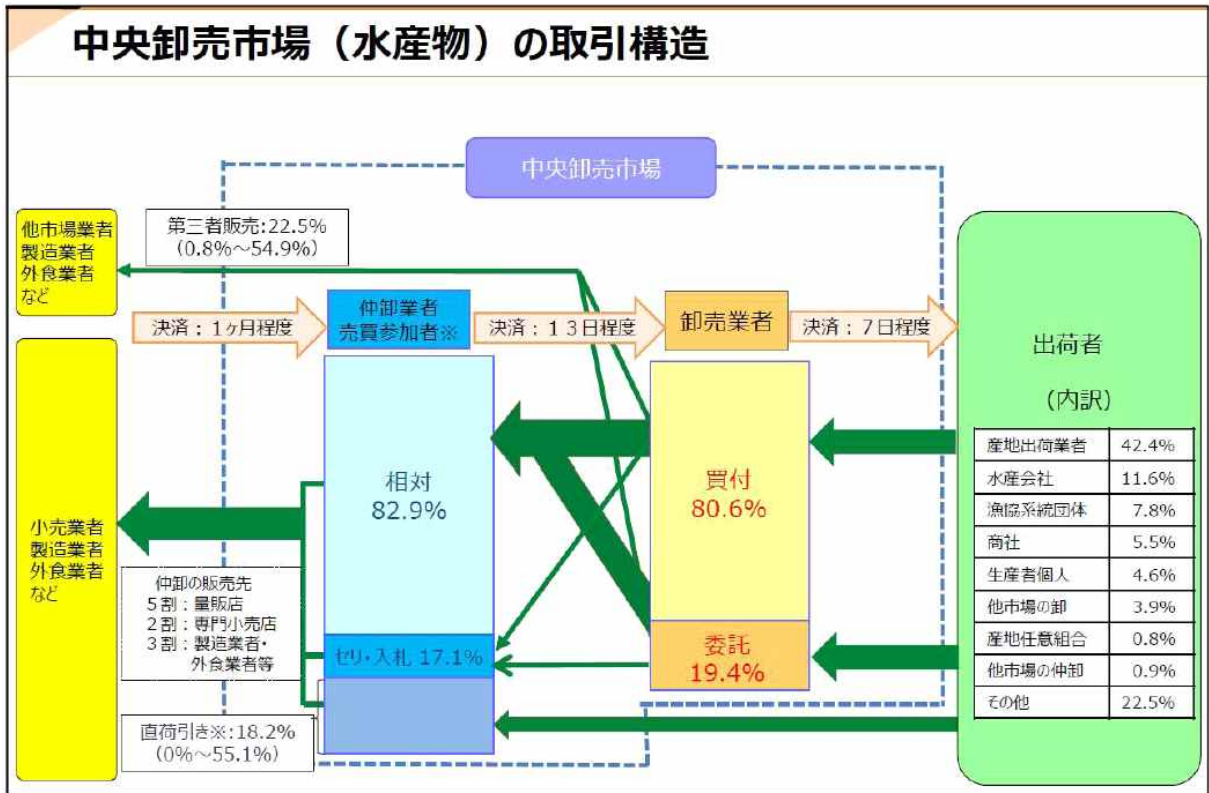
청과 도매시장에 청과물(채소, 과수)을 출하하는 주체로는 농협 계통 조직인 57.7%로 가장 높으며, 농협 계통 단체 57.7%, 상사 11.7%, 산지 공급업자 10.6%, 생산자 개인 6.2%, 산지조합 5.3%이며 타 도매시장 법인이나 중도매인이 출하하는 때도 있다. 도매시장이 물류거점 역할을 하고 있기도 하다.

전체 도매시장 거래 방법 중 89.4%가 상대 거래(우리나라의 정가수익매매) 방식으로 협의를 통해 가격 등이 결정되고 있다.

9) 일본 농림수산성(2017) 卸売市場を含めた流通構造について. (12월 기준)

도매시장에 반입된 청과물의 60%는 대형 소매유통업체(양판점)로 출하되고, 전문소매점 20%, 가공 및 외식업체에 20%가 납품된다.

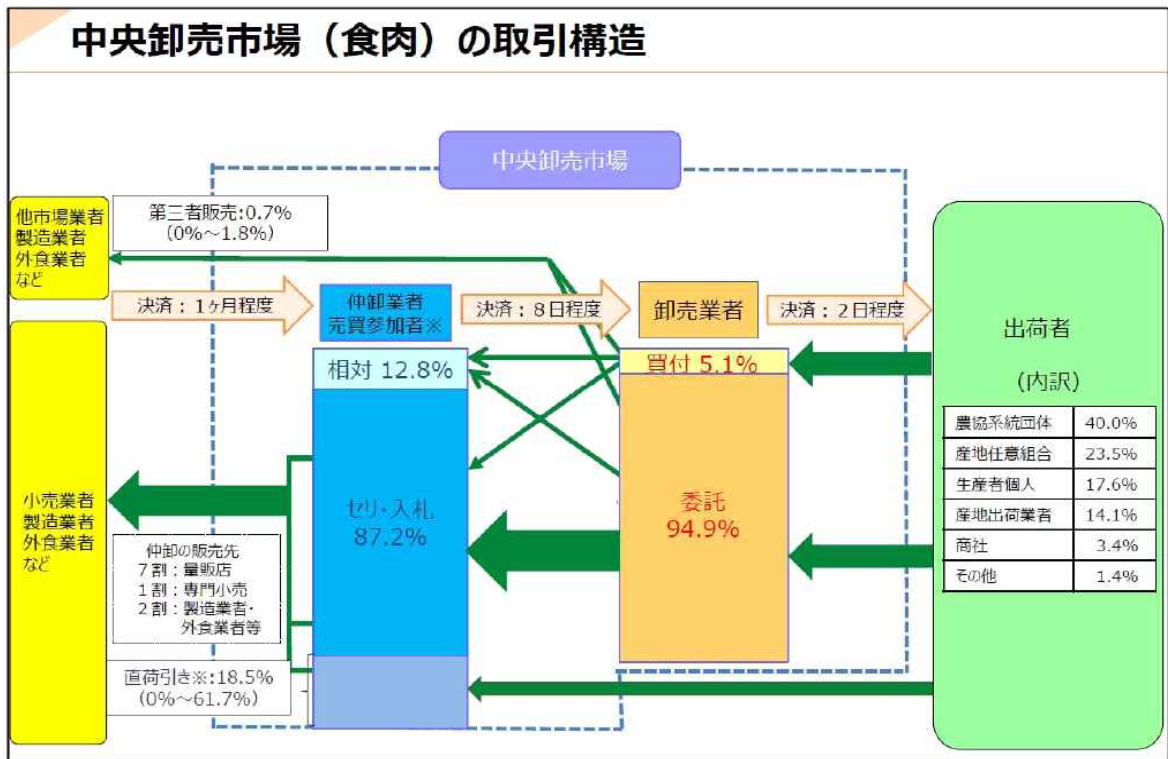
그림 8 일본의 중도매시장 유통 흐름(수산물)



수산물은 산지 출하 업자가 42.4%로 가장 많고 수산회사가 11.6% 뒤를 잇고 있으며, 도매시장 반입량의 82.9%가 상대거래를 하고 있다.

중도매인들의 수산물 주요 출하처는 대형 소매유통업체(양판점) 50%, 전문소매점 20%, 가공업체와 외식업체에 30%를 납품하고 있다.

그림 9 일본의 중앙도매시장 유통 흐름(식육)



식육 중앙도매시장 주요 출하자는 농협 계통 단체 40.0%로 가장 많고, 산지조합 23.5%, 생산자 개인 17.6%, 산지 공급업자 14.1%, 상사 3.4% 순이다.

도매시장에 반입된 축산물은 주 출하처는 대형 소매유통업체(양판점) 70%, 정육점 10%, 육가공업체와 외식업체 20% 순이다.

4. 일본 식육 도매시장의 상대거래 활성화

가. 상대거래 활성화 요인

일본 중앙도매시장이 유통환경 변화에도 계속 성장할 수 있었던 것은 상대 거래제 도입에 의한 거래제도의 다양화에서 찾을 수 있다.

일본 도매시장에서의 상대거래(우리나라의 정가 및 수의매매)가 활성화된 것은 일본 농협 등 대형 출하단체의 조직력이 강해지면서 농민 대다수가 출하조직에 위탁하기 시작했고, 이들 대형 출하조직은 낙찰 희망가격을 제시해 농민들의 가격을 어느 정도 보장해 주려는 노력하기 시작했다. 하지만 도매시장의 상장경매로는 희망가격을

보장해 주기 어려웠으므로 출하자와 수요자가 협의를 통해 가격을 조정할 수 있는 상대거래가 주된 거래방식으로 자리 잡게 된다.¹⁰⁾

또한, 일본 내 소매유통 환경도 대형업체 중심으로 재편되면서 정시에 정량 거래를 요구하고 대량 구매에 따른 할인 등을 요구하기 시작했으나 경매 중심의 도매시장에서는 이를 수용할 수가 없었다.

결국, 이들 대형유통업체와의 거래를 도매법인들이 지속하기 위해서는 적정한 가격에 가격을 제시할 수 있어야 했고 저가로 가격을 제안하는 도매법인이 낙찰될 수밖에 없는 상황에 몰리게 됐다.

하지만 독점력이 강한 대형 출하조직의 경우 이를 일방적으로 수용할 수 없었기 때문에 가격 협의가 가능한 상대거래의 비율이 높아지게 됐다.

표 22 경매와 상대거래 비교

	장점	단점
경매	-개별 상품별로 상세한 상품평가 및 검품 가능 -모든 거래참가자에게 공평한 거래기회 보장 -공정한 가격 형성	-단기가격 변동 폭이 큼 -경매단위를 소규모로 할 필요가 있으면, 대량물량 처리 어려움
상대거래	-안정적인 거래 관계 구축에 도움이 됨 -거래시간 제약이 작아 대량의 입하 물량을 수시로 거래할 수 있음 -가격 안정성이 높음	-경매보다 가격 결정 과정이 불명확

자료 : 황명철(2020) 돼지 도매시장 활성화 모색을 위한 토론회 자료집

경매와 상대거래의 장단점은 극명하게 갈리는데 도매시장이 두 가지 거래제도를 혼용하였을 때 거래 특성에 맞는 거래 방법을 선택할 수 있다는 장점이 있다.

경매는 개별 상품별로 상세한 상품평거나 검사를 할 수 있고, 모든 거래참가자에게 공평한 거래기회를 보장한다는 장점이 있지만, 단기가격 변동 폭이 크고, 대량의 물량을 처리하기 어렵고 도매시장으로 반입을 해야 한다는 물리적 제약, 경매시간에

10) 안혜연. 일본 도매시장 정가·수의매매거래 활성화 된 배경은. 한국농정신문(2014.07.26.)

만 거래할 수 있다는 제약이 있다.

반면, 상대거래는 안정적인 거래 관계로 출하나 상품구매에 있어 안정성이 높아지고, 거래시간의 제약이 적어 대량의 물량도 수시로 거래할 수 있다는 장점이 있다.

나. 상대거래 현황

표 23 상대거래 현황(동경, 오사카)

구 분	동경시장	오사카시장
기간, 5영업일	20.1.20(월)~1.24(금)	20.1.28(화)~2.3(월)
거래 두수(두)	4393	1189
경 매(두)	4290	835
상 대(두)	103	354
상대거래 비율(%)	2.3	29.8
※ 연간거래 규모	약 20만두	약 5.5만두

자료 : 황명철(2020) 돼지 도매시장 활성화 모색을 위한 토론회 자료집

일본 정부와 식육 관련 기관들이 발행하는 월보나 연보 등 공식 통계자료에서는 식육 시장의 상대거래와 관련한 명확한 통계자료를 찾아볼 수 없었다. 다만 식육유통센터에서는 도매시장 일일 거래 명세를 일보로 발표하고 있었으며 일보에는 도매시장별, 거래형태별 반입물량과 가격 등의 내용을 담고 있다.

상대거래 현황을 알기 위해 1주일간 동경과 오사카 식육 도매시장에서 돼지의 경매와 상대거래 등 거래현황을 살펴보았다.

동경시장은 2020년 1월 20일~24일까지 5일간 4393두의 돼지가 거래되었으나 이 기간 상대거래 물량은 103두로 2.3%에 불과했다. 이와 달리 오사카시장은 1189두가 거래되었는데 상대거래 비중이 29.8%로 높게 나타났다.

표 24 가격 안정성 비교

구 분	오사카시장		동경시장
상대거래 비중(%)	29.8	>	2.3
2018년, 월평균 지육 가격(엔/kg)	496		518
표준편차	64	<	75

자료 : 황명철(2020) 돼지 도매시장 활성화 모색을 위한 토론회 자료집

주) ※ 상대거래 비중은 시장별 최근 5영업일 두수 : 오사카시장(20.1.28~2.3) / 동경시장(20.1.20~1.24)

오사카시장과 동경시장의 가격 안정성을 비교하기 위해 5영업일 기준 도매시장의 가격 동향에 대한 분산분석을 시행하였다.

그 결과 오사카시장의 동경시장에 비해 가격의 등록 폭이 낮아 가격 안정성이 높은 것으로 나타났다.

5. 소결

일본의 도매시장 거래 방법은 수산(82.9%)이나 청과(89.4%)는 상대거래 중심으로, 식육 시장은 상대거래 비중이 낮은 것으로 나타났다. 이는 식육 도매시장이 우리나라와 마찬가지로 도체 품질을 확인하고 거래를 하는 소를 중심으로 운영되고 있기 때문이다.

일본의 도매시장이 소를 제외한 나머지 농수축산물의 거래 방법이 상대거래 중심으로 재편된 것은 산지의 조직화와 대형화, 소매유통의 대형화로 인해 가격 결정에 있어서 각 플레이어의 의견을 수용하기 위해서였다.

국내 돼지 도매시장도 산지와 소매유통의 대형화, 도체 품질을 확인하지 않고 거래를 하는 관행 등을 고려할 때 협의를 통해 가격을 결정하는 상대거래와 같은 거래 방법의 도입은 현행 경매 중심의 도매시장이 가지고 있는 한계를 극복할 수 있는 대안으로 여겨진다.

제5장 돼지 도매시장 활성화 등의 제언

포커스 그룹인터뷰와 인본의 돼지거래 사례연구를 통해 돼지 도매시장 활성화를 위한 몇 가지 키워드를 도출하였다.

도매시장에 규격돈의 출하확대와 같은 품질문제, 도매시장 접근성, 중도매인의 경쟁력 강화, 출하 경로에 따라 달라지는 부산물 가격 차이 문제는 정책적·제도적으로 풀기 어려운 문제이고 도매시장 활성화를 저해하는 주된 요인이라 볼 수 없었고 몇 가지 상위 개념의 해결로 해소될 수 있는 여지가 많으므로 이번 연구에서는 도매시장 기피 요인으로 지목된 ‘가격의 높은 변동성(불확실성)’, 도매시장의 높은 유통비용, 도매시장 공적 기능 강화에 초점을 맞춰 대안을 제시하려고 한다.

도매시장 기피 요인 및 활성화 방안	
1	가격의 변동성(불확실성) ○
2	높은 유통비용 ○
3	출하 경로에 따라 다른 부산물 가격
4	도매시장 공적 기능 강화 ○
5	출하 돼지의 품질향상
6	도매시장의 접근성
7	중도매인 경쟁력 강화

1. 정가수의매매 새로운 거래 방법으로 도입¹¹⁾

가. 관련 제도 현황

과거 도매시장은 상장경매를 의무화하고, 다른 거래방식을 용인하지 않았다. 경매가 공정한 가격 산정체계가기는 하지만 당일 수급 상황, 당일 반입량에 따라 가격이 크게 등락하는 경우가 발생하면서 가격의 변동성이 지나치게 크다는 지적이 계속됨에 따라 2013년부터 정가매매와 수의매매를 허용하게 된다.

11) 한국농촌경제연구원(2013) 농산물 유통구조 개선 심층평가 보고서

이전까지 정가매매와 수의매매는 특수한 때에만 허용해왔는데 2013년부터는 도매 시장 내 공식적인 거래 방법으로 허용한 것이다.

[농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률]

제32조(매매방법) 도매시장법인은 도매시장에서 농수산물을 경매·입찰·정가매매 또는 수의매매(隨意賣買)의 방법으로 매매하여야 한다. 다만, 출하자가 매매방법을 지정하여 요청하는 경우 등 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 매매방법을 정한 경우에는 그에 따라 매매할 수 있다.

[농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 시행규칙]

제28조(매매방법)

① 법 제32조 단서에서 "농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 매매방법을 정한 경우"란 다음 각호와 같다.

2. 정가매매 또는 수의매매

가. 출하자가 정가매매·수의매매로 매매방법을 지정하여 요청한 경우 (제1호 나목 및 다목에 해당하는 경우는 제외한다.)

나. 법 제78조에 따른 시장관리운영위원회의 심의를 거쳐 매매방법을 정가매매 또는 수의매매로 정한 경우

다. 법 제35조 제2항 제1호에 따라 전자거래 방식으로 매매하는 경우

라. 다른 도매시장 법인 또는 공판장(법 제27조에 따른 경매사가 경매를 실시하는 농수산물집하장을 포함한다)에서 이미 가격이 결정되어 바로 입하된 물품을 매매하는 경우로서 당해 물품을 반출한 도매시장 법인 또는 공판장의 개설자가 가격·반출지·반출물량 및 반출차량 등을 확인한 경우

마. 해양수산부장관이 거래방법·물품의 반출 및 확인절차 등을 정한 산지의 거래시설에서 미리 가격이 결정되어 입하된 수산물을 매매하는 경우

바. 경매 또는 입찰이 종료된 후 입하된 경우

사. 경매 또는 입찰을 실시하였으나 매매되지 아니한 경우

아. 법 제34조에 따라 도매시장 개설자의 허가를 받아 중도매인 또는 매매참가인외의 자에게 판매하는 경우

자. 천재·지변 그 밖의 불가피한 사유로 인하여 경매 또는 입찰의 방법에 의하는 것이 극히 곤란한 경우 ② 정가매매 또는 수의매매 거래의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 도매시장 개설자가 업무규정으로 정한다.

나. 정가매매, 수의매매 정의¹²⁾

정가매매(定價賣買)

출하자가 미리 판매 예정 가격을 정한 상장물품에 대하여 도매시장 법인이 구매자(중도매인·매매참가인)에게 해당 가격과 판매물량을 제시하여 거래가 성립되는 매매 방법

수의매매(隨意賣買)

도매시장 법인(경매사)이 대상 물품의 판매가격을 미리 정하지 않은 상태에서 구매자(중도매인·매매참가인)와 1대 1로 협의하여 가격과 물량 등 거래 조건을 정하는 매매 방법(예약 수의매매 포함)

정가수의매매는 도매시장 법인 경매사의 중재에 따라 출하자와 구매자(중도매인, 매매참가인)가 가격, 물량, 출하 시기를 협의해 결정하는 방식이기 때문에 도매시장 당일 경락가격에 영향을 덜 받으며, 전반적인 추세에 따라 가격을 결정할 수 있다.

특히 상장경매의 경우 구매자가 일방적으로 가격을 결정하는 것과 달리, 정가매매의 경우 출하자가 판매 예정 가격을 먼저 제시하기 때문에 도매시장 거래임에도 불구하고 출하자가 가격 결정에 어느 정도 역할을 하게 되고, 가격을 미리 정하고 거래하기 때문에 가격 변동에 대한 불확실성을 제거할 수 있다.

또한, 현물을 보고 거래하는 경매와 달리 정가매매는 거래에 있어서 시간이나 공간의 제약을 덜 받기 때문에 대량의 물량을 수시로 거래할 수 있다는 장점이 있다.

다. 도입 가능성

일본의 중앙도매시장의 경우 청과는 상대거래(우리의 정가매매, 수의매매에 해당)가 90%를 점유할 정도로 압도적이지만 식육(소, 돼지)의 경우는 12%로 높지 않다는 특징이 있다.

청과물의 경우 상품의 품질을 일일이 확인하는 것이 불가능하므로 출하자와 수요자 간 신뢰를 바탕으로 거래할 수밖에 없고, 식육의 경우 가축을 도축한 후 도체육의

12) 한국농수산물도매시장법인협회 누리집(<http://www.kawa.or.kr/sys/s2.asp>)

상태를 확인하며 거래할 수 있으므로 상장경매 비중이 높은 것이 특징이다.

특히 도매시장을 주로 이용하는 소의 경우는 우리나라와 마찬가지로 등급 간 거래가 소매단계까지 확립된 점도 지육의 상태를 확인하고 가격을 산정하는 경우가 일반적이다.

일본 식육 시장에서 상대거래 비중은 12%로 낮으나 돼지만 놓고 본다면 도매시장에 따라 다르지만 약 20% 이상이 상대거래가 이용되고 있다.

라. 기대효과

도매시장 이용을 기피하는 주된 원인 중 하나가 가격의 변동성 문제와 불확실성 문제인데 출하자의 의사가 가격 결정에 반영되지 않는다는 점이다. 정가매매와 수의매매는 협의를 통해 가격을 결정하기 때문에 가격 변동, 불확실성, 가격 결정에 수요자와 출하자의 의사가 반영될 수 있어 예측 가능한 농장 경영, 예측 가능한 회사 경영이 가능해진다.

특히 상장경매의 경우 전체 시장 상황보다는 당일 반입물량과 품질에 영향을 많이 받기 때문에 규격돈 직거래 농가들의 경우 이에 대한 불만이 클 수밖에 없는데, 상대거래의 경우 전체 시장 상황을 고려해 가격을 책정할 수 있으므로 가격 변동성은 줄어들고 가격에 대한 만족도는 높아진다.

정가매매와 수의매매도 도매시장을 통해 거래가 이뤄지기 때문에 거래정보는 공시할 수 있어 현물 가격 이외에 정가매매, 수의매매 가격이 별도 공시될 수 있어 대표가격으로 역할도 충분히 할 수 있게 된다.

정가수의매매는 출하물량과 수요의 부조화에서 불거지는 가격 불안정성을 해소하는데도 역할을 할 수 있는데, 출하자와 수요자가 출하 시기, 물량, 가격을 모두 협의하기 때문에 수요와 공급량의 차이가 과소하거나 과대해 일어나는 변동성도 사전에 차단할 수가 있다.

정가수의매매는 2013년부터 도매시장과 공판장에 공식적으로 활용할 수 있도록 농안법에 공식적인 거래 방법으로 편입했다. 이후 청과 시장의 경우 정가수의매매 활성화 위해 각종 성과보수를 도입하고 있으나 축산물 도매시장과 축산물공판장에서는 검토가 이뤄지지 않고 있다.

마. 농협 계통조직 및 사료 회사와의 협업

국내 돼지 도매시장(공판장)은 12곳 그 중 8곳이 농협 계통의 축산물공판장이다.

8곳의 공판장 중 3곳은 양돈농협이 운영 중이고 4곳은 농협경제지주, 1곳이 지역 축협이 운영 중이다. 3곳의 양돈농협 공판장과 4곳의 농협경제지주 공판장, 축협이 운영하는 공판장이다.

공판장이 갖고 있는 문제는 수탁 거부할 수 없으므로 잔반 돼지나 모돈 등 비규격 돈의 출하가 많고 양돈농협 공판장도 계통출하를 출하 농가의 비규격 돈 처리용으로 이용한다는 데 있다.

국내 원료 돼지유통은 실제 큰 비중을 차지하고 있는 사료 회사들과의 협업도 중요하다. 수직계열화 업체의 경우 자체 도축장과 육가공시설을 통해 직접 유통을 하는 때도 있으나 그러한 유통 인프라를 갖추고 있지 않은 전문 배합사료업체들은 중소 육가공업체들과 협업을 통해 돼지를 출하하고 있다.

이들 중소 육가공업체들과의 돼지거래 중 일부 물량을 도매시장을 통해 거래한다거나 정가·수의매매를 통해 거래할 수도 있다.

표 25 일본 식육 중앙도매시장 출하 주체

출하 주체	비율
농협 계통 단체	40.0 %
산지조합	23.5 %
생산자 개인	17.6 %
산지 공급업자	14.1 %
상사	3.4 %
기타	1.4 %

자료 : 일본농림수산성(2017년)

일본의 경우 식육 중앙도매시장에서 농협 계통출하 비중은 40%로 매우 높다.

우리나라도 양돈농협과 농협경제지주 산하 공판장의 경우 정가·수의매매를 통한 돼지 출하를 브랜드 출하와 비교해 불이익이 없도록 운영을 한다면, 기존 도매시장의 가지고 있는 문제점인 가격의 안정성, 수요와 구매 물량 간의 부조화와 같은 도매시장 이용을 제약하는 요소들을 해소할 수 있어 기존 가격으로서 역할을 회복할 수 있을 것으로 판단된다.

바. 정가매매 수의매매의 플랫폼화

정가·수의매매는 가격과 물량, 출하 시기, 거래 당사자를 미리 정한 상태에서 이뤄지는 거래이다.

예약거래라 할 수도 있고, 선물거래라 표현할 수도 있다.

돼지 이력제, 등급판정 의무화는 국내에 사육되고 있는 돼지 사육두수와 매일매일 출하되어 도축되는 물량을 알 수 있는 시대를 열어젖혔다. 과거 도축 통계는 2개월 전 정보까지만 알 수가 있고, 가축 통계도 부정확했다.

제한된 정보에 의존해 거래할 경우 정보의 비대칭성으로 인해 누군가는 손해를 보고 누군가는 과도한 이익을 보게 되는데, 이러한 훌륭한 데이터를 기반으로 돼지의 상장경매나 정가매매, 수의매매를 온라인 플랫폼을 통해 실시한다면 거래비용과 유통비용을 대폭 줄이면서 축산업계가 필요로 하는 마지막 데이터인 거래 가격 자료를 수집할 수 있게 된다.

현재 청과 부문의 경우 정가·수의매매를 위한 플랫폼을 구축해 운영하고 있는데 돼지도 온라인 플랫폼 구축을 통해 접근할 필요가 있다.

이력추적제 시행을 위해 농장 단위 코드가 이미 부여가 되어 있어 농장 단위에서는 돈 군별 출하 예정 시기만 입력하면 구매자인 육가공업계, 산지에서 돼지를 구매하는 대형 소매유통, 중도매인 등이 구매자로 참여시키는 것은 어렵지 않으리라 전망된다.

농가들이 자신의 농장에 사육 중인 돼지에 대한 이력 정보를 정확히 입력할 수 있다면 특별히 상장과 같은 수고 없이도 자동으로 출하일령이 산출되어 출하 시기가 결정되고 농가는 희망가격 등의 조건을 제시하고, 구매자들은 입찰에 참여하기만 하면 된다.

반대로 구매자도 자신이 희망하는 조건과 가격 그리고 물량을 지정해 제시하고 역으로 농가들이 여기에 응찰하는 방법도 구현할 수 있다. 최근 확산되고 있는 인공지능을 활용한다면 출하 농가와 구매자가 제시한 조건에 따라 거래 대상자를 자동으로 결합해 주는 것도 가능할 것이다.

도축의 경우는 수요자가 원하는 도축장 또는 농장에서 가장 가까운 도축장을 선택할 수 있도록 하면 플랫폼은 거대한 돼지 도매시장이 되는 것이고 전국의 돼지 도축장은 모두 공판 기능을 가진 도축장과 비슷한 역할을 할 수 있게 된다.

이 플랫폼에서는 여러 가지 가격과 관련한 빅데이터가 생성될 수 있는데, 농가의 희망 판매가격, 구매자의 희망구매 가격, 실제 거래 가격 등이 그것이고 어떤 시기에 돼지가 많이 출하될지도 예측할 수 있다. 이를 잘 가공한다면 의미 있는 데이터가 만들어질 수 있다.

돼지는 소와 달리 도체 품질을 보고 거래를 하는 물량이 극소수이기 때문에 농장 문전도 거래가 활성화되어 있어 인터넷 기반의 거대한 가축거래시장을 만드는 것이 효율적인 작업이 될 수 있다.

사. 시범사업 시행

앞서 제안한 사업 중 정가수의매매는 이미 농안법에 도매시장에서 할 수 있는 거래 방법으로 허용이 되어 있는 만큼 가장 빨리 시행할 수 있다.

이를 고려해 먼저 농협경제지주 및 양돈 축협이 운영 중인 농협 계통공판장에서 정가매매와 수의매매를 시범으로 하고 제도 시행 과정 중에 발생했던 문제를 보완해 본 사업으로 이를 실시하는 방안을 제안한다.

몇몇 공판장과 도매시장의 경우 출하예약제를 시행하고 있는데 출하예약 시 출하자가 희망가격을 함께 제시하면 출하자의 행정적인 처리는 끝나는 만큼 농가들이 제도 도입에 있어 불이익을 받을 일은 줄어들게 된다.

다만 경매사가 실수요자를 중도매인이나 매참인을 통해 연결해야 하는 것은 준비가 필요한 만큼 대형유통, 육가공업체 등이 매참인으로 참여할 수 있도록 협조가 필요해 보인다.

시범사업 기간 종료 이후 제도 운용 과정 중에 나타났던 문제를 보완해 전체 도매

시장으로 확대해 도매시장이 가격 결정에 주요한 창구로서 역할을 지속할 수 있도록 할 필요가 있다.

2. 도매시장의 높은 유통비용

포커스그룹인터뷰에서 농가들은 도매시장 출하가 육가공업체 등과의 문전도 거래보다 농가들이 두당 최대 2만 원 손실을 본다는 주장을 제기하였다.

상장수수료 부담과 함께 도축비도 일반도축장에서의 도축비용보다 비싸고, 부산물 가격도 도매시장의 가격이 낮다는 것이다.

이러한 지적에 도매시장을 운영하는 관계자는 일정한 물량을 지속해서 도축한다는 조건으로 도축비를 할인해 책정하는 관례를 시인하고 있다.

이 같은 관행은 도매시장을 농가들이 기피하는 요인이며, 다각적으로 도매시장의 효율화, 유통비용 절감을 위해 노력하도록 할 필요가 있다.

청과 도매시장의 경우 각 도매시장 개설자(도지사, 특별시·광역시장)가 농산물유통 분야 관련 단체 대표, 전문가, 주요 기관 업무 담당자, 농식품부 담당 공무원, 도매시장 운영 주체 등으로 구성된 ‘도매시장발전협의회’를 구성해 도매시장 운영에 관한 주요 사항을 논의해 결정하고 있다.

특히 협의회에서는 유통 효율화를 위한 문제점 도출과 개선과제를 도출하는 작업을 꾸준히 해오고 있다.

협의회에서 논의되는 여러 내용 중 수수료, 시장 사용료, 하역비 등 각종 비용의 결정에 관한 사항 등을 결정하게 되는데, 현행 축산물 도매시장과 공판장의 경우 도매 반입물량과 임도축 물량의 도축수수료를 이원화해 적용하는 등의 문제도 축산 분야 ‘도매시장발전협의회’가 구성될 경우 충분히 해소해 나갈 수 있다.

‘도매시장발전협의회’는 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 제78조에 구성을 의무화하고 있으나 축산물 시장의 경우 이 같은 논의의 틀 자체가 만들어지지 않고 있다.

국내 축산물도매시장도 도매시장의 효율화를 위해 협의회 구성과 함께 유통비용을 낮출 수 있는 과제 발굴에 관심을 가질 필요가 있다.

도매시장발전협의회

농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률

제78조(시장관리운영위원회의 설치) ① 도매시장의 효율적인 운영·관리를 위하여 도매시장 개설자 소속으로 시장관리운영위원회(이하 "위원회"라 한다)를 둔다. <개정 2011. 7. 21.>

② 삭제 <2008. 12. 26.>

③ 위원회는 다음 각호의 사항을 심의한다.

1. 도매시장의 거래제도 및 거래 방법의 선택에 관한 사항
2. 수수료, 시장 사용료, 하역비 등 각종 비용의 결정에 관한 사항
3. 도매시장 출하 품의 안전성 향상 및 규격화의 촉진에 관한 사항
4. 도매시장의 거래질서 확립에 관한 사항
5. 정가매매·수의매매 등 거래 농수산물의 매매방법 운용기준에 관한 사항
6. 최소출하량 기준의 결정에 관한 사항
7. 그 밖에 도매시장 개설자가 특히 필요하다고 인정하는 사항

④ 위원회의 구성·운영 등에 필요한 사항은 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정한다.

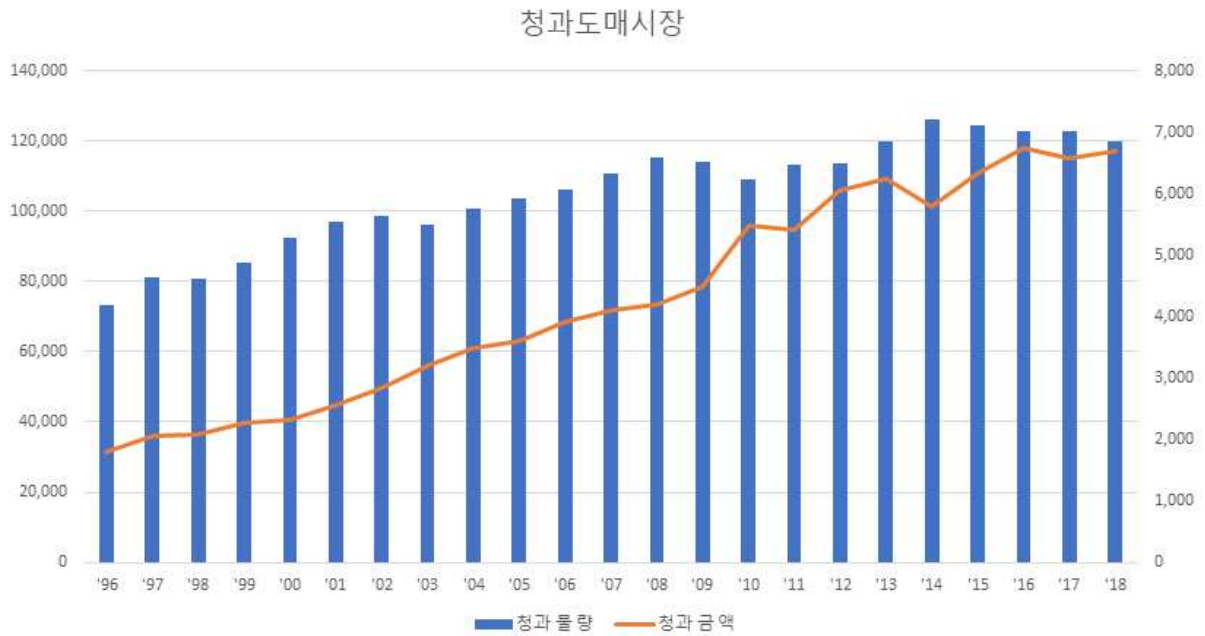
3. 도매시장 공적 기능 강화

가. 돼지 도매시장 공적 기능 약화 요인

돼지 도매시장의 출하량 감소 원인으로 지목된 농가의 규모화, 소매 유통업의 대형화 등 유통환경 변화는 비단 돼지뿐만 아니라 소, 청과, 수산 등 국내 다른 품목에서도 공통으로 경험하고 있다.

이를 고려할 때 다른 품목의 도매시장도 반입물량이 지속해서 감소해야 하나 통계자료에 따르면 도매시장의 영향력이 감소한 것은 현실이지만 도매시장으로의 출하

물량의 급격한 감소는 보고되지 않고 있다.



농림축산식품부가 운영하는 도매시장통합홈페이지에 따르면 청과도매시장의 경우 시기에 따라 반입물량이 조정된 경우가 발견되기는 하지만 계속해서 성장하는 모습을 보여주고 있다.



수산 도매시장의 경우 2000년 들어 반입량이 많이 감소하였지만 이후 다시 위기를 극복하며 반입물량이 증가한 것을 확인할 수 있다.

유통환경 변화는 모든 품목의 도매시장들이 직면한 상황임에도 불구하고 돼지 도매시장을 제외하고 다른 품목의 도매시장은 계속 성장을 하고 있고, 또 위기속에서도 이를 극복하고 다시 물량을 회복했지만, 돼지 도매시장만 유독 반입물량 감소가 나타나고 있다.

이는 청과나 수산도매시장의 경우 도매시장 반입물량 감소는 도매시장을 중심으로 살아가는 도매법인, 중도매인, 도매시장운영 주체의 생존과 연관되어 있기 때문이다.

시장으로 농수산물 반입물량이 줄어들면 도매법인이 경매 등을 시행해 얻는 상장수수료 수입이 감소하고, 중도매인의 경우 판매할 물량이 줄어든다는 것을 의미한다.

도매시장 운영 주체도 도매법인과 중도매인 등으로부터 도매시장 이용료를 받고 있는데, 반입물량 감소로 전체 매출이 감소할 경우 도매시장 이용료 또한 감소하게 된다.

청과 도매시장을 구성하는 이들 주체가 하나가 되어 도매시장 활성화를 위해 노력할 수밖에 없는 상황이지만 돼지 도매시장은 도매 반입물량이 감소하자 적극적으로 입도축 물량 확보에 나서 법인 운영에는 어려움이 없는 상황이다.

청과 도매시장이 농산물 도매가 유일한 매출을 올리는 방법이라면, 축산물 도매시장은 돼지 이외에 소의 도매물량도 꾸준히 유지가 되고, 돼지의 경우는 일반 도축물량 확보를 통해 매출을 발생시킬 수 있다.

또 양돈농협이 운영 중인 축산물공판장의 경우에는 양돈농협 차원에서 돼지 육가공사업도 병행하고 있어 돼지 도축 물량을 확보하는 데 어려움이 없는 상황이다.

나. 도매시장 공적 기능 강화를 위한 도매시장 평가 도입

현행 농안법에는 도매시장의 공적 기능을 강화하기 위해 ‘도매시장 실태조사’, ‘도매시장평가’, ‘시장관리운영위원회 설치’, ‘도매시장 거래 분쟁 조정위원회 설치’ 등의 제도를 도입해 운영하고 있다.

실태조사는 도매시장이 어떻게 운영되고 있는지를 파악할 수 있는 기초자료로 활용이 되며, 평가사업은 도매기능이 공정하고 적절히 유지될 수 있도록 유도하는 장치가 되고 있다.

제77조(평가의 실시) ① 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관은 도매시장 개설자의 의견을 수렴하여 도매시장의 거래제도 및 물류체계 개선 등 운영·관리와 도매시장법인·도매시장공판장·시장도매인의 거래 실적, 재무 건전성 등 경영관리에 관한 평가를 실시하여야 한다. 이 경우 도매시장 개설자는 평가에 필요한 자료를 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관에게 제출하여야 한다. <개정 2012. 2. 22., 2014. 3. 24.>

② 도매시장 개설자는 중도매인의 거래 실적, 재무 건전성 등 경영관리에 관한 평가를 실시할 수 있다. <개정 2014. 3. 24.>

③ 도매시장 개설자는 제1항 및 제2항에 따른 평가 결과와 시설규모, 거래액 등을 고려하여 도매시장법인, 시장도매인, 도매시장공판장의 개설자, 중도매인에 대하여 시설 사용면적의 조정, 차등 지원 등의 조치를 할 수 있다. <개정 2014. 3. 24., 2018. 12. 31.>

④ 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관은 제1항에 따른 평가 결과에 따라 도매시장 개설자에게 다음 각 호의 명령이나 권고를 할 수 있다. <개정 2012. 2. 22., 2013. 3. 23., 2014. 3. 24.>

1. 부진한 사항에 대한 시정 명령
2. 부진한 도매시장의 관리를 관리공사 또는 한국농수산물유통공사에 위탁 권고
3. 도매시장법인, 시장도매인 또는 도매시장공판장에 대한 시설 사용면적의 조정, 차등 지원 등의 조치 명령

⑤ 제1항 및 제2항에 따른 평가 및 자료 제출에 관한 사항은 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정한다. <개정 2013. 3. 23., 2014. 3. 24.>

[전문개정 2011. 7. 21.]

다. 농산물도매시장 평가 주요 내용¹³⁾

농산물도매시장 평가는 도매시장 개설자(3개 공사, 28개 관리사무서), 도매법인과 공판장 등 81개 법인 및 각 도매시장 내 시장도매인과 중도매인 등 광범위하게 진행된다.

농산물도매시장의 평가목적은 시장운영방식 개선 및 유통 주체 경영개선 등을 통한 도매시장 발전 방향을 모색하고 도매시장의 관리 주체와 유통 주체들이 도매시장 활성화를 위한 개선 노력을 유도하기 위함이다.

평가는 고객관리, 경영관리, 주요사업 평가부문을 6개의 평가지표와 14가지 평가항목으로 나누어 진행하고 있다.

주요 평가항목을 살펴보면 도매시장 반입물량 확대를 위한 노력 등을 담고 있는데

13) 농림축산식품부·한국농수산물유통공사(2019) 2018년도 농산물도매시장 평가결과보고서(개설자, 도매시장법인·공판장)

고객만족도 조사, 물량 집화 활동 노력, 거래 규모 확대실적, 물량유치를 위한 산지 지원, 중도매인 경쟁력을 높이는 협력 마케팅 노력, 정가 수익매매 활성화 노력 등을 담고 있다. 여기에 물류 효율화 노력 등도 평가지표로 담고 있어 도매시장을 개설한 지자체나 도매시장 내 도매법인 등이 도매시장 활성화를 위해 노력할 수 있는 자극제가 되고 있다.

표 26 농산물도매시장평가지표

평가부문	평가지표	평가항목	가중치	
			계량	비계량
고객관리 (22)	고객만족도(10)	① 고객만족도 조사결과	10	
	개설자 자율지표 (12)	② 개설자 자율지표 실천 노력	8	
		③ 업무검사결과		4
경영관리(5)	경영관리 노력(5)	④ 사업계획 수립 및 이행노력		5
주요사업 (73)	물량집하분산노력 (44)	⑤ 물량 집하 활동 노력	5	3
		⑥ 거래규모 확대실적 - 물량(2.5) 금액(2.5)	9	
		⑦ 물량유치를 위한 산지 지원 - 출하선도금(3), 산지지원(4), MOU 체결 등(2)	6	2
		⑧협력 마케팅 노력 - 중도매인 판매장려금 실적(3) - 협력마케팅지원 실적(3) - 협력마케팅노력(2)	9	10
		⑨정가수익매매 활성화 노력 - 국내산 거래실적 달성도(7) - 10대 전략품목 목표 달성도(2) - 정가수익매매 활용노력(6) - 정가수익매매 시스템 활용노력(4)	9	10
	공정거래질서 노력 (13)	⑩ 경영정보 공시 노력		2
		⑪ 판매원표 관리 및 정정감소 실적		3
		⑫ 경매사관리노력		5
		⑬ 유통교육 참여율	3	
	물류개선노력 (16)	⑭ 물류 효율화 노력 - 국내산 파렛트출하품증가율 (10) - 물류업무 효율화 노력 (6)	10	6
계(100)			60	40

자료 : 농림축산식품부·한국농수산물유통공사

참고 : 도매시장평가결과(우수 이상 법인, 공판장) / 최근 5개년('14~'18)

평가연도	'14	'15	'16	'17	'18
최우수	서울청과(주)	서울청과(주)	서울청과(주)	안동농협(공)	안동농협(공)
우수	대전중앙청과(주) 농산물(주) 농협대전(공) 효성청과(주) 수원청과물(주) 합동청과(주) 청주청과시장(주) 안동농협(공)	인천농산물(주) 대전중앙청과(주) 대전일협노인(공) (주)인터넷청과 수원청과물(주) 합동청과(주) 충북일협청주(공) 안동농협(공)	대전중앙청과(주) 인천농산물(주) 대양청과(주) (주)부평농산 안동농협(공) 창원일협(공) 합동청과(주) 충북일협청주(공)	서울청과(주) 구리청과(주) 인천농산물(주) 대전중앙청과(주) (주)부평농산 익산일협(공) 안산농산물(주) (합자)이리청과회사	서울청과(주) 농협대전(공) 대양청과(주) (주)부평농산 대구중앙청과(주) 포항청과(주) 익산일협(공) 천안청과(주)
최근 5년간('14~'18) 최우수 또는 우수 2회 이상인 법인, 공판장					
<ul style="list-style-type: none"> ■ 서울가락 : 서울청과(주) 5회 ■ 인천구월 : 인천농산물(주) 4회 ■ 인천삼산 : (주)부평농산 3회 ■ 대전오정 : 농협대전(공) 2회 ■ 대전노은 : 대전중앙청과(주) 4회 ■ 대구북부 : 대양청과(주) 2회 ■ 수원 : 수원청과물(주) 2회 ■ 원주 : 합동청과(주) 3회 ■ 충주 : 충북일협청주(공) 2회 ■ 익산 : 익산일협(공) 2회 ■ 안동 : 안동농협(공) 5회 					

중도매인의 역량이란 많은 물량을 구매해 이를 소매업체에 원활히 판매하는 것을 말할 수 있다. 문제는 도매시장에서 농가에는 당일 결제를 해주지만 소매업체에서는 보통 1개월 정도 외상을 깔고 거래하는 경우가 많은데 여기서 자금의 유동성 문제가 발생한다. 또 영세 소매상의 도산으로 납품 대금을 회수하지 못하는 일도 많아 공격적인 영업활동을 제약하는 요인이 되기도 한다.

최소 1개월간 구매할 수 있는 자금을 확보하는 게 관건인데, 거래처를 더 늘리기 위해서는 구매력을 높이기 위한 자금 확보가 관건이 된다. 축산물이 농산물보다 단가가 높으므로 유동성은 경쟁력을 판가름하는 주된 원천이 되는 만큼 저리의 축산물 구매자금의 대여와 납품 대금을 떼이는 것을 대비한 손실보험 등 다양한 금융 프로그램의 지원이 필요해 보인다.

중도매인의 거래처인 정육점들이 과거에는 지육을 받아다가 발골해 판매하는 경우가 많았으나 최근에는 재고 부담을 더는 데 필요한 양만큼 부분육을 받아다가 판매하는 경우가 많아 중도매인들이 위축되고 있는데, 도매시장이나 공판장 내에 중도매인들이 활용할 수 있는 부분육 센터와 지육 및 부분육 보관 창고 등을 마련해 대여해 주는 것도 중도매인의 경쟁력을 높이는 데 도움이 될 것으로 보인다.

산지유통을 담당해야 하는 양돈농협과 지역축협들은 돼지고기 브랜드 사업을 겸업하다 보니 중도매인의 영업력이 향상될 경우 부분육 유통을 하는 돼지고기 브랜드 업체, 육가공업체가 한정된 시장을 두고 경합이 발생하는 문제를 해결하는 방안을 마련할 필요가 있다.

나. 일본 식육유통센터 벤치마킹

일본식육유통센터는 부분육 유통 창구이면서 식육 도매시장이나 일본식육유통센터를 통하지 않는 물량에 대한 조사 권한을 통해 정보제공사업을 하고 있다.

현재 국내 육류 유통정보는 축산물품질평가원이 이력제와 등급판정 사업 과정에서 생산되는 데이터를 통해 사육두수와 도축 두수, 등급판정 통계, 공판장과 도매시장의 출하 및 등급별 가격 등을 제공하고 있다.

축산물품질평가원에게 일본의 부분육 유통과 같은 직접적인 역할을 부여하는 것은 무리가 있지만, 도매시장을 통하지 않고 농장 문전도 거래하는 브랜드 경영체와 양돈농협, 양돈계열화업체, 대형 육가공업체와 협력을 통해 돼지거래 물량과 가격 관

련 자료를 수집해 공표한다면 신뢰도 높은 가격정보가 될 것으로 보인다.

4. 소결

돼지유통구조의 급격한 변화는 어쩌면 변화하는 유통환경에 적응한 결과로 볼 수 있지만, 또 한편으로는 활성화하려는 의지가 없었던 것이라 볼 수도 있다.

이를 고려할 때 변화한 유통환경을 무시하고 강압적으로 도매시장 중심으로 돼지유통을 강제하는 것은 커다란 비효율을 낳을 수밖에 없다.

이를 고려해 현재의 유통환경에 적합한 거래 모델 중 하나인 정가·수의매매와 같은 거래제도 개선, 거래 방법의 다양화와 함께 도매시장 이용을 제약하는 주요 변수 중 하나인 유통비용을 낮추기 위한 노력이 더해져야 한다.

이러한 바탕 속에 도매시장의 활성화를 위한 공적 목표(경매물량 확대)를 각 도매시장에 부여하고, 평가를 지속해 우수 도매시장에 대해 인센티브를 제공한다면 도매시장이 다시 돼지유통의 핵심적인 역할을 수행하지는 못한다고 하더라도 주요 유통 경로 중 하나로 역할을 계속해 나갈 수 있을 것으로 전망된다.

제6장 시사점

국내 돼지 도매시장의 쇠퇴는 2000년을 전후해 양돈장이 규모화되고, 소매유통업체, 육가공업체의 대형화와 같은 급격한 유통환경 변화에 적응해 가는 과정 중 나타난 현상이라 볼 수 있다.

도매시장은 농장의 규모, 소매업체의 규모가 작았던 시절 유용한 유통경로였으나 2000년대 들어 유통환경 변화는 상대적으로 유통비용이 높게 발생하는 도매시장의 쇠퇴는 정해진 순서로 여기며 대형패커 육성, 돼지 브랜드 활성화와 같은 도매시장을 경유하지 않는 돼지 생산 및 유통모델을 구현하는데 정부와 양돈업계는 집중했다.

다만, 비규격돈의 경우 농장 문전도 거래가 쉽지 않았기 때문에 도매시장은 비규격돈 출하 경로로 유용하게 이용되고 있다.

하지만 도매시장을 경유하지 않는 물량도 도매시장 가격을 기준으로 가격이 정산되는 구조로 인하여 도매시장 반입물량 감소와 도매시장의 상대적으로 높은 비규격돈 구성비는 도매시장 경락가격이 대표가격으로서 충분치 못하다는 불신이 만들어졌다.

우리나라와 같은 돼지 도매시장이 운영되고 있는 일본의 경우 식육 도매시장에서 돼지 경유 비중은 11~12%대로 7%대(2018년 기준)까지 하락한 우리 도매시장과 달리 안정적인 모습을 보인다. 우리나라의 경우 돼지 도매시장 경유 비중이 매년 2~3%씩 하락하고 있는 상황과 달리 일본의 경우 최근 20년간 1% 정도 경유 비중이 감소했다.

우리나라와 일본의 경제 상황이 다르지만, 일본의 경우 상장경매뿐만 아니라 대량 거래 시 유리한 협의에 따른 거래 방법인 상대거래 제도가 복수로 운영되고 있다는 차이점이 존재한다.

전문가, 생산자, 수요자 등을 대상으로 벌인 FGI서는 현행 구조에서 도매시장 활성화는 어려울 것이라는 의견을 나타냈다.

도매시장을 통한 거래는 돼지가격의 높은 변동성에 따른 불확실성, 높은 유통비용을 감수해야 하는 도매시장의 운영 형태, 정부의 도매시장의 공적 기능 활성화에 대한 무관심한 태도를 바꾸지 않고서는 도매시장 활성화는 기대할 수 없다는 결론

으로 이어진다.

이에 이번 연구에서는 도매시장 이용을 기피하게 하는 가격의 변동성과 그에 따른 불확실성을 제거하는 방안으로 정가 수의매매라는 새로운 거래 방법의 도입하고 상대적으로 높은 도매시장의 유통비용을 절감하기 위한 노력, 마지막으로 도매기능 강화를 위한 도매시장과 공판장 그리고 개설 주체에 대한 평가사업 도입을 제안하였다.

일본의 경우 식육 도매시장은 민간이 아닌 각 지방정부가 개설해 직접 운영하는 공공기관이어서 도매시장 활성화에 지방정부가 깊숙이 관여하게 되고, 가격 변동성이 높은 상장경매와 함께 출하자와 수요자가 협의 때문에 가격을 결정하고 대량거래, 수시거래에 유리한 상대거래를 거래를 운영하는 점이 유통환경 변화에도 도매물량이 유지될 수 있었던 원인으로 이번 연구는 주목하여 공적 기능 강화와 정가 수의매매 도입을 이번 연구에서는 대안으로 제시하였다.

현재 국내 돼지고기 시장은 커다란 부침을 겪고 있다. 국민소득의 증가로 국내 돼지고기 소비가 생산자 중심에서 소비자 중심으로 변화하기 시작했고 다양한 이력, 품종, 스토리, 스펙의 돼지고기에 대한 수요가 증가하면서 우리나라의 경직된 등급체계, 가격 정산시스템은 이를 반영하지 못하고 있다.

우리 돼지고기의 다양성은 기존의 제품규격을 벗어난 새로운 가격 결정체계가 만들어져야 한다. 이를 거래 방법, 가격 결정방법의 다양성을 통해 구현해 낼 필요가 있다. 일방적으로 돼지의 품질이 정해지고 가격이 결정되는 상장경매 방식을 탈피하고 협의를 통해 가격을 결정하는 정가매매와 수의매매 거래방식의 도입은 한돈산업의 다양성을 높여주는 도구가 될 것으로 예측된다.

이번 연구는 생산 농민, 구매자, 전문가들과의 집단 인터뷰, 심층 인터뷰를 통해 문제점과 대안을 도출해 나가는 과정을 거쳤으며, 우리와 같이 식육 도매시장을 운영 중인 일본의 사례, 도매시장 공적 기능 강화는 농안법에 명시된 도매시장의 평가제도 등을 참조하였다.

이번 연구에서 생산자, 수요자, 전문가 등과 집중적인 인터뷰와 상호토론을 통해 문제점을 도출하고 그에 따른 활성화 대안을 제시한 것은 성과라 볼 수 있으나 대안의 경우 부족한 선행연구로 인해 무리하게 일본의 사례, 국내 청과도매시장의 사례를 가져다가 일반화시킨 것, 그리고 도매시장 이용을 제약하는 요인이 수요자의 의견이 제한적으로 기술된 점은 이번 연구의 한계라 하겠다.

향후 연구에서는 실질적인 돼지 도매시장 활성화를 위해서 돼지 수요자의 도매시장 이용을 제약하는 요인에 대한 심도 있는 조사가 필요하며, 일반화시킨 일본 돼지 도매시장 활성화 요인, 국내 청과 도매시장의 활성화 요인을 좀 더 심도 있게 조사할 필요가 있다.

이를 바탕으로 국내 돼지 도매시장 활성화를 위한 구체적인 방안과 함께 도매시장 활성화를 위한 로드맵을 마련해 시장 상황을 반영한 합리적인 가격 결정체계가 만들어질 수 있도록 해야 할 것이다.

부 록

일본 돼지가격 안정프로그램

1. 돼지 지육 도매가격 하락에 관한 대응정책 사례

- 일본 정부는 2009년 9월 25일 돼지고기의 '돼지고기 가격안정 긴급대책'(조 정보관 사업) 준비를 결정
 - 동년 9월 29일 돼지고기의 조정보관 두수를 결정 공표함과 아울러, 생산자의 자율적인 생산억제 지원방안도 공표
 - 정책 배경에는 동년 7월 중순 이후, 생산 두수 증가 및 경기침체로 인한 수요 감소로, 지육 도매가격이 안정기준가격(※) 400엔/kg을 큰 폭으로 밑돌아 추이했기 때문

※ 안정기준가격

- '축산물 가격안정에 관한 법률'에 따라, 돼지고기 재생산을 도모하기 위해, 그 금액을 밑돌아 가격이 내려가는 것을 방지할 목적으로 농림수산 대신이 정하고 있음
-
- 사업의 주요 내용은, 돼지고기 가격의 조기 회복을 위해, 사업실시 주체가 돼지고기를 보관하는 사업
 - 보관대상 돼지고기는, 축산물 가격안정에 관한 법률 시행규칙에 적합한 것
 - 사업실시 주체는 민간단체로, 공모로 선정
 - 보관 두수는 약 7만두(약 3,780t(부분육 기준))
-
- 예산 소요액 : 1,083,433천엔(한화 약 120억 원)

2. 돼지고기 조정보관 제도 개요

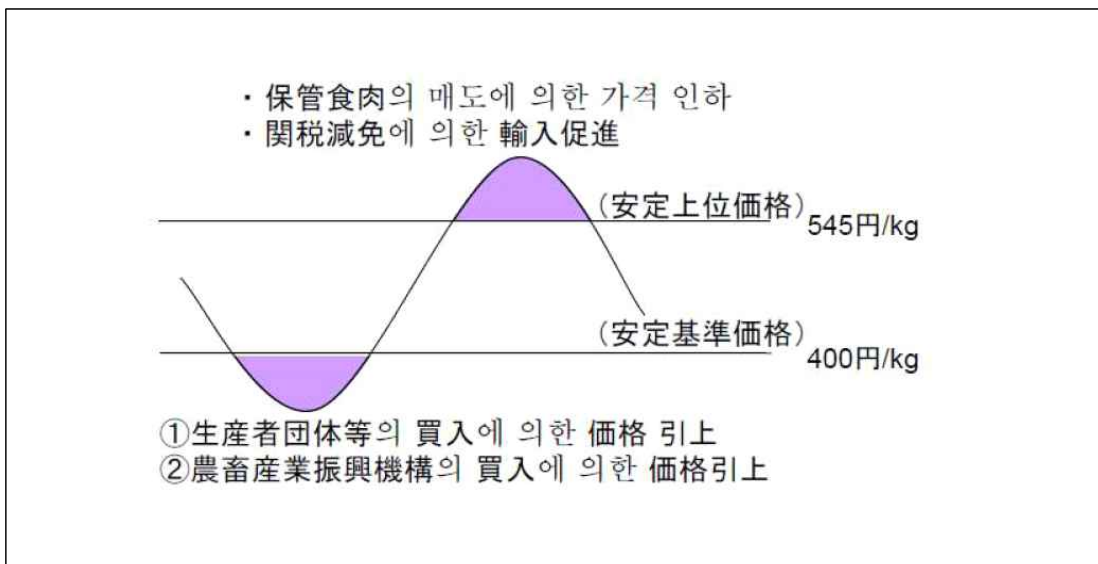
□ 목적

돼지 지육 도매가격이 돼지고기 수급 불안정으로, 안정기준가격 아래로 떨어질 경우, 생산자단체 등, 또는 농축산업진흥기구의 수급조작을 통해 안정가격대 폭 안으로 실세가격을 안정시킴

□ 구조 및 원리

- 생산자단체 또는 농축산업진흥기구가 돼지고기 지육을 도매시장 등에서 매입하여, 동결·보관함으로써 일시적으로 격리하고, 시장 유통량을 감소시킴
 - 이후, 당해 재고는 가격이 회복한 이후에 시중에 방출함
- 생산자단체가 실시할 때는, 매매차손이 발생하면, 농축산업진흥사업에 의해 금리, 가공료, 운송비, 보관료 등을 보조 지원

그림 15 조정보관에 의한 가격안정 원리 및 개념



3. 양돈 경영체질강화 및 돼지 안정출하 긴급촉진사업

□ 사업개요

- 계절적인 도매가격 하락에 따른 경영에의 영향을 완화하기 위해, 출하안정계획에 따라, 돼지 출하 시기를, 조기 출하, 지연출하, 모든 조기갱신을 시행
- 출하안정을 도모하기 위한 계획을 작성하고, 그 실현을 위한 사업을 추진하는 생산자단체(생산집단)에 대해, 양돈 경영의 체질 강화를 도모하기 위해 당해 집단이 추진하는 생산성 향상 사업을 지원
- 사업실시 주체 : 민간단체
- 소요예산(보조율) : 292,920천엔 (정액 1/2) (한화 약 32억 원)
 - 고 능력 모돈 도입에 대해서는 두당 3만 엔을 지원

그림 16 돼지 조기 출하, 지연출하

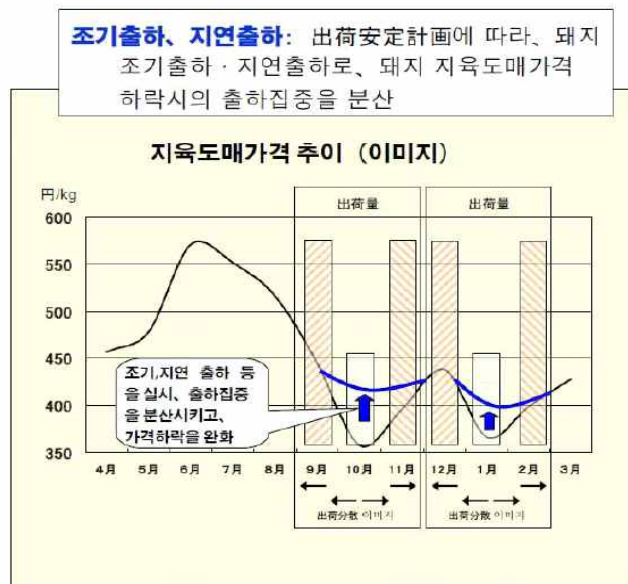
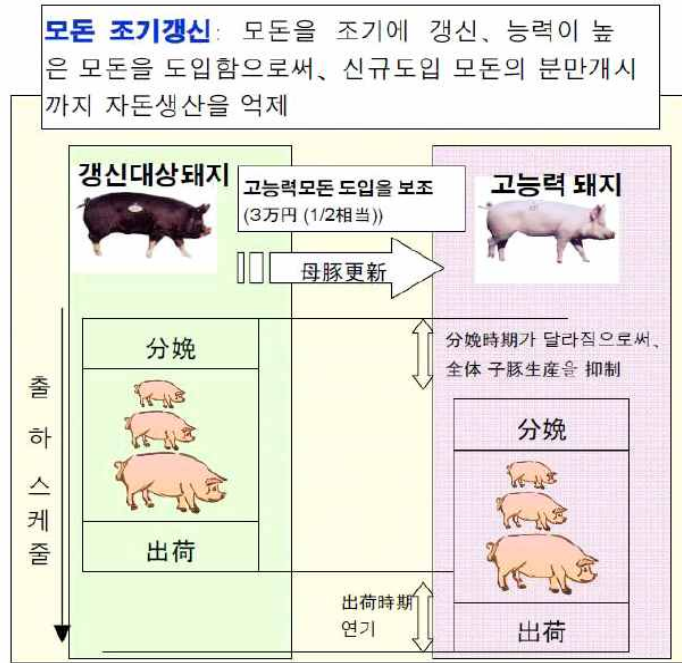


그림 17 모돈의 조기갱신



참고문헌

문헌

김웅진·박귀환·이상윤(2009) 유통학개론. 도서출판두남(233-234p)

김재민, 김태경, 황병무, 옥미영, 박현욱(2019) 대한민국 돼지산업사. 팜커뮤니케이션

농식품신유통연구원(2009) 가락시장 중도매인 영업활성화 방안

안혜연. 일본 도매시장 정가·수의매매 활성화 된 배경은. 한국농정신문 (2014.07.26.)

이재형·박병형(2010) 우리나라 유통산업의 특성과 정책과제. 한국개발연구원 (37p)

이준구(2008) 미시경제학. 법문사 (298~369p)

일본 농림수산성, 식육유통통계(각 연도별)

일본 농림수산성(2017) 卸売市場を含めた流通構造について. (12월 기준)

최승철, 최선웅, 김 옥(2011) 도매시장의 돈육 거래와 가격의 구조변화 연구. 농업경영·정책연구 제38권 제1 호(14~39)

최용갑, 확률론의 기초, 경문사, 2006 (228p)

최제호, 통계의 미학, 동아시아, 2007 (22-29p)

축산물품질평가원(2018) 축산물유통실태조사

통계청. 가축동향조사(각 연도별 돼지사육 동향)

한국농수산물도매시장법인협회 누리집(<http://www.kawa.or.kr/sys/s2.asp>)

한국농수산물유통공사. 유통실태조사(각 연도별)

한국농촌경제연구원(2013) 농산물 유통구조 개선 심층평가 보고서

법률

농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 제32조(매매방법)

농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 제38조(수탁의 거부금지 등)

농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 시행규칙 제28조(매매방법)

돈육 도매시장 활성화를 위한 연구

발행일 : 2020년 4월 3일

발행인 : 하태식

발행처 : 사단법인 대한한돈협회

서울시 서초구 서초동 1621-19 제2축산회관 3층

전화 : 02-581-9751~4, 8

팩스 : 02-581-9768, 9

편집처 : 협동조합 농장과 식탁(farmtable5@faeri.kr)

편집위원 : 김재민, 황명철, 옥미영, 박현욱

감수 : 이병석

인쇄처 : 금강기획인쇄(02.2266.6750)

돈육 도매시장 활성화를 위한 연구

사단법인 대한한돈협회

협동조합 농장과 식탁