



배추·무 포장유통 시행 방안

Suggestion of Packing in Radish and Chinese Cabbage

농림부 유통정책과 자료 제공

1. 추진배경 및 필요성

배추·무는 물동량은 많으나 포장출하율은 낮은 수준이다.

전국 공영도매시장 청과류 거래량의 17.7%를 차지하고, '01년부터 포장재비와 수확상차비를 지원하고 있으나 포장화는 미진하다.

- 공영도매시장 거래량('04) : 청과류 전체 5,752천톤, 배추·무 1,016천톤

- 포장화율('05) : 배추 10.6%, 무 39.9%, 원예농산물 전체 87.8%

관행적인 산물형태 유통에 따라 물류효율화에 장애요인이 되고 있어 개선이 시급한 실정이다.

생산농가는 선별과 등급화를 전제로 한 상품성 제고 노력이 미흡하여 가격경쟁력이 취약하며 산물출하로 인해 부정확한 수량계산, 속박이 등 거래의 불신을 초래하고 있다.

또한 도매시장내에서 채다듬기, 재선별로 인해 유통비용을 증가시키고 쓰레기 발생으로 오수·악취를 유발시켜 도시환경이 악화되고 있다.

- 포장유통을 통해 거래의 투명화와 상품성제

고 및 유통비용 절감 필요

「농산물 물류혁신 종합대책」을 마련('05.12)하여 배추·무 포장유통을 추진키로 하고, “경제정책조정회의”('05.12.2)를 거쳐 대외 발표했다. '06년 연두업무보고에 중점 추진과제로 반영하여 '06년 상반기 중 시행방안을 마련하고, 하반기 시범사업을 거쳐 '07년 전면 실시 계획하고 있다.

2. 배추·무 생산 및 유통 현황

2-1. 배추·무 생산현황

지난 해 3월부터 12월까지 연중 전국적으로 생산되며, 2~3년을 주기로 생산에 증감은 있으나 연간 생산량의 차이는 크지 않다.

주로 노지재배(배추 92%, 무 85%)를 하고 있으며, 영농기술의 발달로 시설재배(배추 8%, 무 15%)가 늘어나는 추세이다([표 1] 참조).

4계절 기후조건에 따라 지역별 파종 및 수확 시기가 다르고 봄, 고랭지, 가을배추(무)로 구분된다([표 2] 참조).

[표 1] 재배면적 및 생산량 추이

구분	배추		무	
	재배면적(ha)	생산량(천톤)	재배면적(ha)	생산량(천톤)
'01년	49,539	3,041	38,751	1,732
'02년	39,236	2,317	31,387	1,412
'03년	47,686	2,678	35,051	1,561
'04년	44,623	2,865	36,303	1,710

[표 2] 품종별 재배면적 및 생산량('04)

구분	배추			무		
	봄	고랭지	가을	봄	고랭지	가을
면적(ha)	22,830	7,935	13,858	22,440	2,234	11,629
생산량(천톤)	1,138	313	1,415	856	72	782
주산지	해남, 진도, 제주, 나주, 영암, 서산, 예산, 평택, 김포, 김해, 의령, 충주, 평창, 영월	정선, 평창, 횡성, 삼척, 태백, 강릉, 영월, 인제, 장수, 무주, 남원, 봉화, 거창	충주, 제천, 아산, 서산, 당진, 고창, 김제, 나주, 영암, 완주	고창, 부여, 무안, 밀양, 나주, 영암, 완주	정선, 평창, 홍천, 인제, 양구, 장수, 무주, 남원, 봉화, 거창	아산, 서산, 당진, 김제, 나주, 영암, 해남, 영광 * 제주, 남해안지방은 월동무 재배

2-2. 산지 유통실태

산지유통인에 의해 대부분 포전거래(약 70%) 되고 있으며, 나머지는 산지조합에 의한 계통출하 또는 일반출하이다.

생산농가는 시장교섭력이 부족하여 가격등락에 대한 위험을 줄이고, 산지유통인은 거래처 물량 확보 필요에 의해 포전거래를 선호한다.

저장성이 떨어지는 생물적 특성으로 인해 적기 수확·출하를 통해 상품성을 유지하고 봄배추는 수확 적기로부터 2주 이내에 수확함에 따라 산지유통인이 전문작업조 등 인부를 직접 동원하여 이동하면서 작업한다.

고랭지배추는 새벽부터 오전중에 수확작업하여 고온에 따른 상품성 저하를 줄이며 수확과 동시에 5톤 트럭에 적재하여 도매시장, 김치공장, 대형유통업체 등에 출하한다.

월동배추는 동절기 저장을 위한 수단으로 그 물망에 포장하여 수확하고 있다.

2-3. 소비지 유통실태

도매시장에는 배추의 60~70%정도가 출하되고 있으나 산물유통에 따라 물류효율이 저하되고 추가적인 유통비용이 발생하고 있다.

도매시장에서는 차상경매를 실시하고 중도매인이 낙찰된 배추를 인수하여 중간도매상, 대형



유통업체, 대량수요처에 판매한다.

- 산지유통인은 상장수수료, 하역비, 쓰레기유발부담금을 부담

중도매인은 차량단위 판매를 제외한 물량을 작업인부를 동원하여 하역·재선별(소포장)을 거쳐 시장내에서 거래처에 판매한다.

- 선별재다듬기로 인해 작업비용이 발생하고, 다량의 쓰레기가 발생

농산물종합유통센터나 대형민간유통업체는 포장유통에 따라 물류효율화를 선도하고 물류기기 이용확대 및 하역기계화를 통해 물류비용을 절감한다.

- 산지 수확시부터 플라스틱상자에 의한 포장출하가 일반화되고 파렛트 이용율이 급진전

포장·표준규격출하로 농산물 부가가치 및 소비자 신뢰 제고가 기대된다.

3. 포장유통 부진 요인 및 여건 변화

3-1. 포장유통 부진 요인

1) 포장재 비용 추가 발생 및 산지 수확·포장인력 확보 어려움

골판지상자로 포장출하할 경우 배추 1차(5톤 기준)당 포장재비는 576천원 가량 소요(800원/상자 × 720상자)된다.

배추는 수확기간이 짧아(2주) 산지의 작업인력 확보가 어려워 타 지역에서 충당한다.

2) 포장상자 등 물류기기 관리체계 미구축

산지에서는 골판지나 플라스틱상자에 포장출하를 위한 포장상자 관리 시설이 갖추어지지 않았으며 소비자 도매시장에서는 파렛트, 플라스틱상자 등의 손망실율이 높아 회수가 부진하고

공치장이 협소하다.

3) 규격화·포장화된 출하품 인센티브 인식 부족

출하자는 포장화 경험이 미숙하고, 중도매인으로부터 숙박이·품질불량을 우려하여 중도매인의 신뢰가 미확보되어 중도매인은 재선별·포장에 따른 유통마진을 얻기 위해 산물출하를 선호하고 있다.

또한 포기당 경락가격의 노출로 인한 거래의 투명성으로 유통마진 감소를 우려하여 포장품 취급을 기피하고 있다.

산물형태 유통관행에 따라 감모나 재고(폐기) 발생을 감안하여 산(덤)을 인정하고, 산지 작황 부진으로 가격이 상승할 경우 숙박이가 성행하고 있다.

3-2. 포장유통에 대한 여건 변화

배추·무 포장화를 위한 소비자 환경과 유통주체의 의식이 변화되고 있다.

1) 산지유통인

- 김치가공공장, 대형유통점 등에서 포장화된 파렛트 출하를 요구함에 따라 포장화 필요성 공감

- 선별된 포장출하로 수취가격을 높일 수 있고 산(덤)에 의한 손해물량을 줄일 수 있어 포장화 필요성 인식

- 다만, 산지의 포장재 관리를 위한 기반조성 및 산지 인력확보 문제를 제기하고, 포장재비용 대폭지원 요구

2) 도매시장법인

- 유통환경 변화에 따른 중도매인의 분산능력

제고와 도매시장의 경쟁력 확보를 위해 포장화 필요성 공감

- 쓰레기 감소에 따른 시장환경 개선 및 매장

활용도 제고를 위해 포장화 선호

- 다만, 경락가격 하락시 표준하역비 증가에 대한 제도개선 요구

3) 중도매인

- 김치가공공장, 대형유통점 등 대규모 구매자들의 포장화된 파렛트 출하 요구에 따라 포장화 필요성 공감

- 경매 후 재담지기 인력 확보 및 관리가 어렵고, 작업인부 및 부대비용 증가로 산지의 포장출하 희망

또한 도매시장에서 발생하는 배추·무 등 음식물쓰레기의 직매립 금지로 인한 처리가 곤란하고 비용이 증가되고 있을 뿐 아니라 폐기물관리법령 개정('05.1)으로 쓰레기 발생량 최소화하는 필요성을 공감하고 있다.

4. 시범사업 추진 현황

4-1. 추진경과

올해 배추·무 포장유통 전면 실시에 앞서 '06년 하반기 시범사업을 실시키로 하고 시범사업 시행방안이 확정('06.7.24)됐다.

포장화율이 가장 낮은 배추를 대상으로 9~10월 기간, 수도권 공영도매시장(8개소)에서 실시했으며 자세한 내용은 다음과 같다.

- 출하자는 그물망, 골판지상자, 플라스틱상자 등을 선택하여 포장

- 정부는 산지에서 포장출하에 소요되는 포장재 비용 일부 지원

- 유통과정에서 각 유통주체별 역할과 임무를 부여하여 협조체계 구축

※ 금년 상반기중에 배추·무 포장유통 시행

방안 마련을 위한 T/F팀을 운영하여 각 유통주체의 의견수렴 및 합의 도출, 시범사업 평가회 개최(12.1)

시범사업 종료 이후에도 배추 포장유통을 단계적으로 확대하는 적극적 조치가 시행됐다.

시범사업 기간 중 정착되고 있는 포장화 기조를 지속적으로 유지하고 품질관리도 강화했다.

- 1단계 시범사업(9~10월) → 2단계 내실화(11~12월) → 3단계 전면 확대실시('07.1)

4-2. 추진실적

지난 해 9월 1일 시작 이후 9월 18일부터 시범사업 대상 수도권 공영도매시장(8개소)에 100% 포장배추를 반입했다.

이어 가락·강서시장은 지난 해 1월부터 자체 시범사업을 통하여 100% 포장반입되고 있고, 나머지 6개 도매시장도 포장화율이 획기적으로 증가했다.

- 가락시장 포장화율 : ('04)24% → ('05)29% → ('06.10)100%

- 6개 도매시장 포장화율 : (8월)13.3% → (9월)97.1% → (10월)100%

※ 6개 공영도매시장 : 인천 구월·삼산, 경기 수원·안양·안산·구리

시범사업 추진 홍보를 강화하여 각 유통주체의 참여도 제고했다.

보도자료 배포, 농민신문 등 전문지 광고·기고, 홍보물 6만부 배부, SBS(뉴스와 생활경제)·KBS(VJ특공대)·K-TV(농정인사이드) 등 방송홍보를 실시하고 각 도매시장별로 지방지 보도, 현수막 부착, 홈페이지 팝업창 게시, 간담회·결의대회, 출하자·중도매인 대상 SMS



문자서비스 제공 등 공감대를 확산했다.

농림부는 도매시장 개설자(지자체)에 대한 지도를 강화하고, 각 지자체는 도매시장내 포장화 사업을 집중 관리했다.

또한 도매시장의 사전준비 상황을 점검(8월 하순)하여 도매시장별 상호 비교를 통해 미흡한 점을 보완토록 조치했다.

시범사업 기간 중에는 4개 점검반을 정기적으로 운영하고, 주·야간에 걸쳐 수시 점검하고 개설자(지자체)는 중도매인의 재다듬기를 집중 단속하고, 출하자에 대한 현지 계도를 실시, 도매시장내 재다듬기·재선별로 금지로 인한 쓰레기를 대폭 감소했다.

※ 가락시장 쓰레기 발생량(청과류, 1~9월) : ('05) 5만8천톤 → ('06) 2만5천톤(△57%)

각 유통주체는 부여된 역할을 수행하여 포장화에 적극 참여, 출하자는 정부의 포장재비 지원으로 포장출하에 대한 비용부담을 완화하면서 회원에 대한 홍보·계도 활동, 포장출하 현지 시연회 개최 등에 적극 동참했다.

중도매인은 도매시장내 재다듬기 금지에 적극 협조했으며 가락시장의 불량 포장품에 대한 관리강화를 건의하여 2006년 10월 9일부터 시행 조치했다.

뿐만 아니라 도매시장법인, 농협중앙회, 농관원 등 관련기관·단체는 포장화 사업에 대한 유기적 협조를 강화했다.

4-3. 추진결과 평가

1) 잘된 점

배추 포장유통 시범사업 추진으로 제한된 지역이지만 수도권 공영도매시장에 100% 포장배

추 반입 성과 달성, 포장화 기조를 조기에 정착 시킬 수 있는 여건 조성에 기여했다.

또한 포장화에 대한 인식이 제고되고 거래의 공정성·투명성 증대하여 출하자, 중도매인의 포장화에 대한 인식이 긍정적으로 전환되고 실행에 옮기는 계기로 작용했고 산물출하시 관행적으로 이루어지던 “덤”이 발생하지 않고 속박이 행위도 감소하여 가격결정의 투명성이 한층 제고됐다.

지자체별로 시범사업 시행방안을 각 도매시장 및 유통주체에게 신속히 전파하여 파급효과를 제고하고 적극적 홍보 추진하여 도매시장내 유통종사자들의 공감대 확산에 기여했으며 각 유통주체들은 포장유통 여건변화를 인식하면서 처음 시도되는 배추 포장화 사업에 동참하고 중도매인은 포장화와 함께 품질관리 강화 등에 적극 대처했다. 배추 포장유통 시행방안 마련시 T/F팀을 구성 운영하여 유통주체의 이해관계를 사전 조율했으며 특히, 출하자의 비용부담 문제를 적정선에서 조정함으로써 포장화 사업의 원활한 추진에 기여했다.

도매시장내 쓰레기 발생이 감소하여 깨끗한 시장환경 조성하여 재다듬기·재선별 금지를 통한 쓰레기 처리비용 및 유통비용을 절감했다. 시범사업 종료 이후 포장유통 확대를 위한 적극적 조치 시행으로 포장화 기조를 지속적으로 유지하고 포장출하에 대한 출하자, 중도매인 등 유통주체의 참여의지 약화를 사전에 차단했다.

시범사업 추진 경험을 바탕으로 11~12월 김장철로 이어지는 출하물량 증가에 대비하여 포장유통 정착 여건을 조성했다.

2) 아쉬운 점

전량 포장화는 달성되고 있으나 산지의 선별 및 규격포장이 익숙하지 못하여 품질관리가 미흡했다. 일부 산지의 선별 미흡, 다듬지 않고 반입된 포장배추는 도매시장에서 재다듬기가 불가피했으며 차상경매 특성상 낙찰 후 속박이가 발견될 경우 분쟁이 발생했다.

가락시장에서는 재원부족에 따라 그동안 추진해 오던 자체 시범사업의 포장재비 지원을 10월부터 축소돼 고랭지배추의 경우 고온 다습한 기후의 영향으로 그물망 포장이 용이하지 않으나 플라스틱상자 등 대체 포장재 공급여건이 취약했다.

포장출하는 이루어지고 있으나 표준규격 표시를 하지 않아 포장재비 지원을 받지 못하는 출하자가 발생했다.

재래시장에 대한 포장출하 유도, 부근 도로에서의 불법거래 단속에는 지자체의 행정력이 한계이며 추석 연휴 이후(10월 중순) 배추가격 하락으로 각 유통주체의 포장유통 추진의지를 약화시킬 우려가 있었다.

5. 시행 방안

5-1. 추진방향

1) 배추·무의 관행적 산물유통을 포장유통으로 전환

- 물류체계 개선을 통한 거래의 투명성 확보 및 상품성 제고

- 시장기능에 의한 유통효율화를 도모하여 생산자·소비자 보호 기반 구축

2) 공영도매시장을 대상으로 실시하여 파급효과 확대

- 도매시장내 다듬기(재선별, 재포장) 금지로

사업 실효성 확보

- 지자체별로 재래시장에서 포장유통 자율추진 확산

3) 시행초기 정부지원 강화로 포장유통 조기 정착 유도

- 정부지원을 단계적으로 축소 11년에 일반품목 지원수준으로 전환

5-2. 대상품목 : 배추·무

배추·무·양배추에 대해 포장화 우대품목으로 지정하여 포장재비 일부를 지원하고 있으나 양배추는 포장화가 잘되고 있어 제외됐으며 양배추는 일반품목의 포장재비 지원사업으로 전환했다.

※ 포장화율('05) : 배추 10.6%, 무 39.9, 양배추 76.9, 원예농산물 전체 87.8

5-3. 대상지역 : 전국 공영도매시장

배추·무 포장유통은 소비지 유통의 특성과 거래량을 감안하여 공영도매시장(32개소)을 대상으로 실시했다.

배추의 70% 정도가 도매시장으로 출하되고 있어 파급효과가 제고되며 종합유통센터나 대형유통업체, 김치가공공장은 포장화가 급진전되고 있다. 일반도매시장, 민영도매시장, 유사·재래시장은 포장유통을 위한 행정지도력에 한계가 있어 자율추진을 유도하고 있다.

5-4. 포장형태

산지 수확작업시 도매시장에서 다듬지 않고 분산(판매)할 수 있도록 포장하고 지역별, 출하시기별, 품종별 수확 여건에 따라 그물망, 골판



지상자, 플라스틱상자(p-box) 등 적정 포장재를 출하자가 선택하여 포장했으면 단 포장재는 농산물표준규격을 적용·제작하여 사용한다.

〈 포장재 적용 여건 〉

- 월동배추는 저장을 위한 수단적 측면을 감안하여 대부분 그물망포장 출하
 - 봄배추는 대부분 그물망포장이 가능하고 일부 골판지상자 포장 출하
 - 고랭지배추는 고온 다습한 날씨의 영향으로 그물망 포장이 용이하지 않아 골판지상자나 플라스틱상자 포장이 늘어날 전망
 - 무는 PE대로 주로 포장하고 있으나 여름철에는 골판지상자 포장이 급격히 늘어날 전망
 - 가을배추는 봄배추의 출하여건을 감안하면 대부분 그물망포장이 가능할 것으로 전망
 - p-box는 종합유통센터, 대형유통업체, 김치가공공장 출하에 주로 사용되고 있어 도매시장 출하 포장수요는 적을 것으로 전망
- * p-box는 도매시장에서 회수관리 체계가 아직까지 구축되지 않은 실정

5-5. 산지 포장출하 비용 지원

현행 정액지원제를 포장재가격에 따른 정률지원제로 전환하고 일반품목에 대해서는 정률지원제를 적용하고 있으며, 포장재 구입가격이 다양하여 수혜자간 형평문제 해소가 필요하다.

현행 지원금 수준과 포장출하로 인한 추가 발생 비용을 감안하여 포장재별로 지원비율 차등을 적용하고 현행 포장재비 일부와 수확상차비를 합한 지원금을 고려하되, 골판지상자는 가격이 비싸 추가발생 비용이 큰 점을 감안 상향조정한다.

수확상차비는 산물출하시에도 발생하는 비용으로 별도 지원 필요성 설득에 한계가 있어 폐지하고 포장재비에 통합 운영한다.

사업시행 초기에는 현행 지원금 수준에 근접하는 비율을 적용한다.

중기적으로 지원비율을 단계적으로 축소하여 '11년에는 일반 품목의 포장재비 지원수준(30%)과 동일하게 적용한다.

사업 시작후 2년간('07~'08)은 동일수준으

[표 3] 주요 포장재별 지원비용 구조

구 분	배 추			무	
	그물망	골판지	플라스틱상자	PE대	
포장재기준가격/망,상자	130원	800	480	190	
현행 지원	포장재비/망	20원	270	288	50
	수확상차비/망	100원	90	150	150
단가	계(포장재가격 대비)	120원(92.3%)	360(45%)	438(91.3%)	200(105.3%)
'07 지원 비율	지원비율 (포장재가격 대비)	90%	60	80	90
	평균단가	117원	480	384	171
	현행지원 대비	98%	133	87	86

(그물망 90%, 골판지상자 60%, 플라스틱상자 80%, PE대 90%) ※ 골판지상자는 무에도 동일수준 적용

(표 4) 연도별 적용 지원비율

구분	배추			무
	그물망	골판지상자	플라스틱상자	PE대
'07년	90%	60	80	90
'08년	90	60	80	90
'09년	70	50	70	70
'10년	50	40	60	50
'11년	30	30	60	30

로 지원하여 사업 조기정착 유도하고 '09년부터 매년 10~20%씩 지원비율을 하향조정해 나가 되, 플라스틱상자는 물류기기 이용 임차료 지원 수준(60%)을 유지한다.

5-6. 사업 추진체계 보완

· “농산물표준규격 공동출하사업”의 내역사업인 “포장화 우대품목지원”을 “배추·무 포장

유통지원”으로 대체하여 사업시행지침 개선

· 지원대상 : 배추·무를 표준규격으로 출하하는 생산자조직(농협, 영농조합법인, 작목반 등)과 산지유통인, 개별농가 등

- 양배추는 일반 포장재비 지원으로 전환하고 지원대상에 산지유통인 추가

지원내용 : 공영도매시장 출하품에 대해서는 포장재비 우대 지원(지원단가는 “산지 포장출하비용 지원” 참조)

- 종합유통센터, 대형유통업체 등에 출하품은 일반품목과 동일하게 지원비율 적용

1) 지원절차

① 사업계획서 제출

산지유통인·개별농가는 주소지 관할 농관원 출장소·지원에 사업계획서(타지역 취급물량 포함)가 제출될 수 있도록 함

※ 생산자조직은 일반품목 포장재비 지원절차

(표 5) 배추·무에 대한 사업시행지침 개선(안)

구분	현행	개선
사업명	· 농산물표준규격 공동출하사업	· 작 동
내역사업	· 포장재비 지원 · 공동선별비 지원 · 포장화 우대품목 지원	· 작 동 · 작 동 · 배추·무 포장유통 지원
대상품목	· 배추, 무, 양배추	· 배추, 무(양배추 제외) * 양배추는 일반 포장재비 지원으로 전환
지원대상	· 생산자조직(농협, 영농조합 법인, 작목반 등)과 산지유통인, 개별농가 등	· 작 동 * 일반 포장재비 지원으로 전환 되는 양배추에 산지유통인 추가
지원내용	· 공영도매시장, 종합유통센터 출하품 - 포장재비 일부 및 수확상차비 지원 · 대형유통업체, 김치공장 출하품 - 포장재비 일부 지원	· 공영도매시장 출하품 - 포장재비 일부를 지원하되 지원단가 상향조정 · 종합유통센터, 대형유통업체, 김치공장 출하품 - 일반포장재비 지원을 받는 품목과 동일하게 지원비율 적용 * 수확상차비는 폐지



특 집

에 의함

② 보조금지원 신청

사업자는 포장재구입 가격확인에 필요한 세금 계산서를 관할 농관원 출장소에 보조금 지원 신청

※ 산지유통인 및 개별농가는 필요한 경우 포장출하확인서를 발급받아 농관원 출장소에 제출하여 보조금 지원액을 검증하게 할 수 있음

각 사업장(도매시장법인)은 출하품에 대해 표준규격포장출하확인서를 사업장 관할 농관원 출장소에 송부

③ 보조금 집행

농관원 지원장은 사업자의 예금계좌에 입금하고 출장소에 입금내역 통보

당해연도 12월 출하물량 중 보조금 미집행 물량은 다음연도 예산으로 2월말까지 집행

④ “물류기기 공동이용촉진사업”에 의한 포장재는 임차료를 지원

플라스틱상자, 다단식목재상자 등을 사용하거나 파렛타이징 하여 출하할 경우 당해 물류기기 임차료의 일부를 지원

- 공영도매시장 출하시 임차료 및 지원단가

파렛트 1,590원(954), 플라스틱상자 480원(288), 다단식목재상자 1,090원(654)

5-7. 포장유통 관련 유통주체별 조치 사항

1) 도매시장 개설자(지방자치단체)

① 포장출하품에 대한 인센티브가 부여될 수 있도록 포장출하 확산 홍보 및 제도적 지원

- 유통주체별 협력기반 조성 및 경쟁력 강화 지원

② 유통단계별 비용의 증감에 대한 유통주체의 손익을 시장의 기능에 의해 분산시키는 노력

경주

- 도매시장 내에서 다듬기(재선별, 재포장) 금지 등 관리 강화

※ 관할 도매시장별 포장출하 상황 점검 및 농림부 보고

- 지역 생산자·소비자(단체)를 대상으로 포장유통에 따른 상품성 향상, 쓰레기 발생억제 및 환경문제 해소 효과 홍보

③ 도매시장 평가시 배추·무 포장출하 대책 지원상황 등 이행실태를 특별 반영

2) 출하자(생산자, 산지조합, 산지유통인)

① 생산자는 파종·이식단계부터 포장출하에 맞게 상품성이 유지되도록 재배형태 조정

- 산지조합 및 산지유통인은 포장출하에 맞게 재배토록 생산자 계도

② 수확작업시 규격별로 선별하여 포장함으로써 상품가치 향상을 통한 가격경쟁력 제고

- 산지에서의 상품선별, 포장방법, 적재요령 등을 홍보·계도

③ 표준송품장의 충실한 기재로 거래의 투명성을 확보하여 신뢰와 책임 강화

3) 도매시장법인

① 출하자 및 중도매인에 대한 정확한 거래정보 제공

② 포장출하품에 대한 공정하고 객관적인 평가를 유도하고 출하장려금 차등지원 등 포장출하 유인책 강구

③ 포장출하품에 대한 유리한 거래장소 배정, 우선 경매 및 구매 유도

4) 중도매인(시장도매인)

① 포장출하품에 대한 공정한 가격평가와 우선 구매

② 도매시장내에서 다듬기(재선별, 재포장) 중단

5) 도매시장법인협회

① 도매시장법인들의 적극적 참여 유도

② 산지 및 도매시장에서의 포장유통 홍보 지원

6) 농협중앙회(산지유통부)

① 산지조합, 공판장 등의 포장유통을 선도

- 농협이 취급하는 공판장 및 도매시장 출하 배추·무에 대한 포장유통 활성화 대책 강구

② 생산자, 소비자(단체)에 대해 배추·무 포장유통 효과 등을 적극 홍보

7) 국립농산물품질관리원

① 지역단위 생산자(조직), 출하자 등에 사업 안내 및 지도

② 농산물표준규격 출하사업의 포장재비 지원 방법 개선

③ 지역단위 생산자, 출하자, 소비자(단체)를 대상으로 포장유통 참여 유도를 위한 홍보 강화

5-8. 포장출하 관련 제도개선 등

1) 중장기적으로 관행적인 표준규격출하 미진 품목인 배추·무·마늘의 포장유통 촉진을 위한 제도개선 검토

- 농안법 개정을 통해 안전성 미달, 속박이 등 비규격 출하품에 대한 수탁거부 근거 마련

2) 각 지방자치단체는 재래시장에 대한 포장유통 확산 유도

① 관내 재래시장에서 배추·무 포장유통이 자율적으로 시행되도록 적극 계도

② 재래시장 부근 도로에서 불법거래 등에 대한 단속 강화

3) 물류기기 공동이용 활성화를 위한 회수관

리 체계 구축

① 파렛트, 플라스틱상자 등 수송용 물류기기의 손망실을 방지하고 공동이용을 촉진하여 물류비 절감

- 여름철 고랭지배추 출하에 대비한 다양한 포장재 사용 여건 조성

② 수송용 물류기기 회수가 부진한 도매시장을 대상으로 추진

- 도매시장법인, 중도매인, 하역노조, 풀회사 간 협조체계 구축

※ 현재 구성된 실무작업반을 운영하여 '06.12말까지 완료계획

6. 기대효과

포장화·규격화를 통한 물류체계 개선으로 유통 효율화 도모하고 산지에서부터 다듬기·선별·포장출하함으로써 산지와 도매시장간 역할을 재정립한다.

그리고 산물 유통에서 포장품 유통으로 물류체계 개선하여 급속한 유통환경 변화에 대응하여 불필요한 유통비용 절감 등 선진물류체계 구축할 것으로 기대된다.

또한 소비지 유통의 투명화를 통한 농가 소득 증대 및 유통인 경쟁력 강화하여 생산농가는 포장출하에 맞는 재배형태 개선 등 상품성을 향상시켜 농가 수취가격을 제고하고 포장화에 의한 정량거래를 통하여 안정적이고 투명한 소비지 도매시장 거래 정착을 도모하고 부가가치를 창출되어 산물거래 관행(덤 또는 산)을 개선하고 포장품에 대한 지속적이고 안정적인 이윤 창출 모델로 전환할 것으로 보인다.



특 집

[표 6] 수도권 공영도매시장 배추 포장화 추이(8~10월)

구분		8월			9월			10월			
		합계	가락 강서	6개 시장	합계	가락 강서	6개 시장	합계	가락 강서	6개 시장	
비 포 장	5톤차 (톤,대)	4,052 (615)	-	4,052 (615)	145 (29)	-	145 (29)	-	-	-	
	5톤차 (톤,대)	931 (654)	-	931 (654)	120 (113)	-	120 (113)	-	-	-	
	소계(톤)	4,983	-	4,983	265	-	265	-	-	-	
포	5톤차 (톤,대)	그물망	16,852 (2,229)	16,351 (2,128)	501 (101)	36,905 (4,905)	29,283 (3,828)	7,622 (1,077)	27,107 (3,959)	20,312 (2,672)	6,795 (987)
		골판지	2,054 (258)	2,040 (255)	14 (3)	1,636 (218)	1,208 (151)	428 (67)	395 (57)	224 (28)	171 (29)
		P-boX	50 (7)	8 (1)	42 (6)	72 (9)	72 (9)	-	-	-	-
		소계(톤)	18,956	18,399	557	38,613	30,563	8,050	27,502	20,536	6,966
장	1톤차 (톤,대)	그물망	85 (80)	-	85 (80)	682 (458)	-	682 (458)	1,040 (637)	-	1,040 (637)
		골판지	122 (107)	-	122 (107)	165 (138)	-	165 (138)	145 (133)	-	145 (133)
		P-boX	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		소계(톤)	207	-	207	847	-	847	1,185	=	1,185
합계(톤)		19,163	18,399	764	39,460	30,563	8,897	28,687	20,356	8,151	
전체 합계(톤)		24,146	18,399	5,747	39,725	30,563	9,162	28,687	20,536	8,151	
포장화율(%)		79,4	100	13,3	99,3	100	97,1	100	100	100	

* 전체 포장화율 : (8월) 79.4% → (9월) 99.3 → (10월) 100

* 6개시장 포장화율 : (8월) 13.3% → (9월) 97.1 → (10월) 100

* 시범사업기간(9~10월) 전체 포장화율 : 99.6%

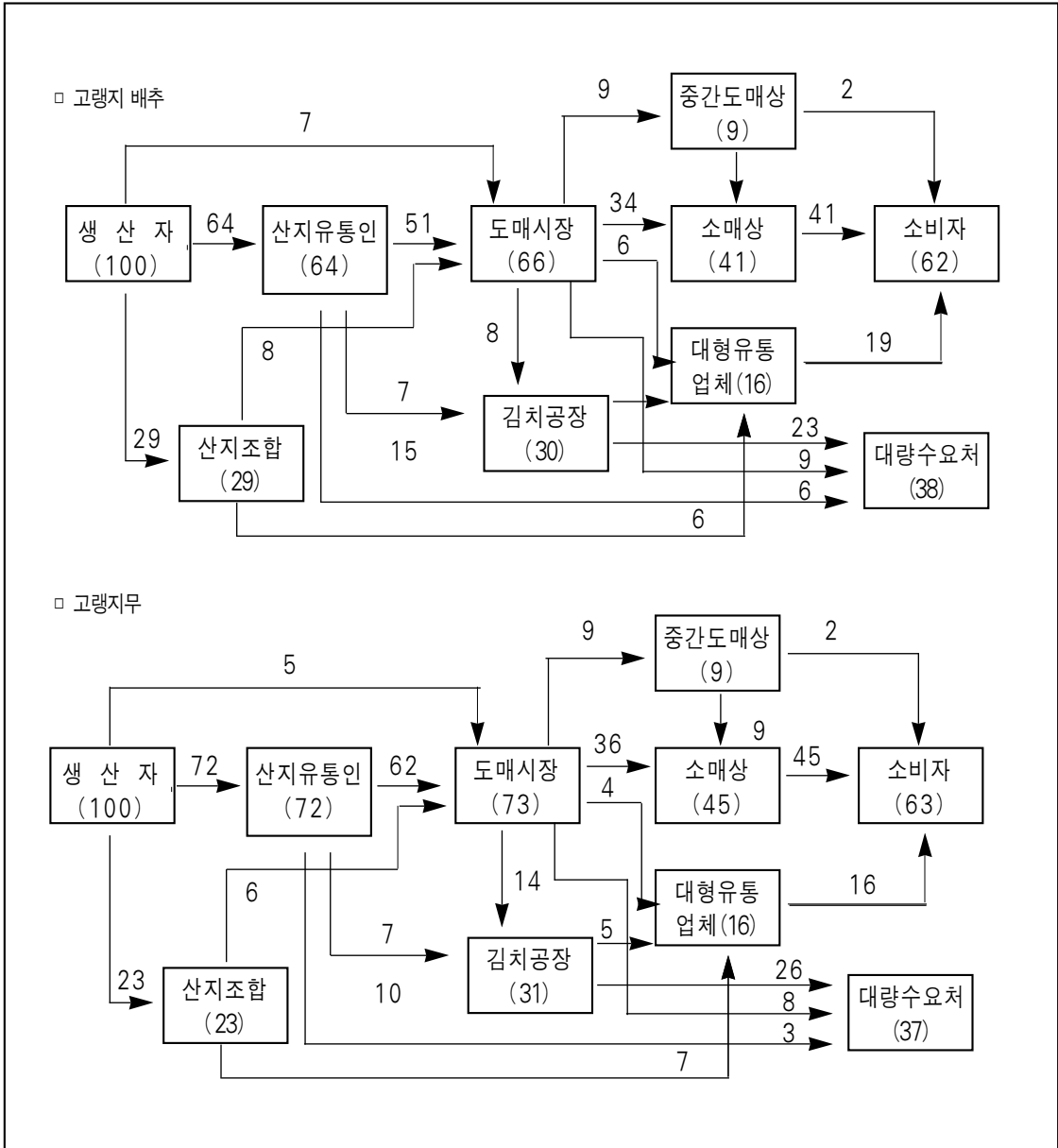
· 전체 68,412톤, 포장 68,147톤, 비포장 265톤

* 시범사업기간(9~10월) 6개시장 포장화율 : 98.5%

· 전체 17,313톤, 포장 17,048톤, 비포장 265톤

[그림 1] 배추, 무 유통경로(2005. 8)

(단위 : %)



소비자 도매시장의 악취와 수질오염을 억제하여 환경개선을 도모, 다듬기 · 재선별로 발생하

는 쓰레기로 인한 환경문제가 해소되어 질 것으로 기대된다. [☐]