

# 해양수산동향

## Vol. 1209

2006. 1. 18

책임연구원 장흥석  
 TEL 2105-2904  
 E-mail changhs@kmi.re.kr

## 일본 소비지 도매시장의 새로운 움직임과 시사점

**01** 일본에서는 '신도매시장제도'가 시작되면서 규제완화와 경쟁 심화, 도매물량 확보, 식품 안전성, 경영 효율화를 향한 체제 정비가 비용 상승 등을 부추기면서 도매시장을 둘러싼 업계 환경이 어려워지고 있음. 뿐만 아니라 대형양판점의 확대와 이에 따른 경쟁구도 심화, 도매시장 간의 경쟁 격화 등으로 인하여 통합 및 지역 분업화 등이 발생하면서 재편과정을 맞이하고 있음. 이러한 가운데, 몇몇 도매시장에서는 새로운 도매시장 제도의 이점을 살려 구체적인 대안을 모색·실시하기에 이르렀음

**02** 삿포로 시의 중앙도매시장에서는 올해 가공용 원료인 활계와 성계에 대해 일본 전국 최초로 전자상거래를 시작했음. 이는 작년부터 개정된 도매시장법의 시행이 계기가 된 것을 근거로 IT를 활용하여 상류와 물류가 일치되어야 한다는 규제가 완화되면서 도입되었음. 요코하마(横浜) 수산물 소비지도매시장 본장(本場)에서는 지난해 7월부터 '냉동·연간 저온매장'을 가동하기 시작하여 새로운 도매시장제도에 맞는 식품 안전성 대책을 강화하고 있음

**03** 다카사키 시장은 지역과의 연계성을 강화한 도매시장으로 발돋움하고 있음. 센다이 시장은 다량어 매장 저온화를 시작으로 2006년도까지 전체 중도매 사업장의 저온화를 실현하여 시장 전부분에 걸친 Cold-chain을 확립할 예정임. 고베 시장은 전국 최초로 민자사업에 의한 재정비를 착수하였음. 이는 민간의 교섭력 및 경영능력을 활용하는 것이 비용을 절감하고, 보다 양질의 시설건설·유지관리 등을 제공할 수 있다는 취지에서 시작된 것임. 이외에도 오사카의 (주)다이수이는 교토·오사카·고베에 이르는 광역 유통망을 구축하고 있으며, 오사카 어시장(주)는 HACCP 대응의 선어 가공센터를 건설하여 업계의 다양한 수요에 대응해 나가고 있음

**04** 이와 같이 일본의 수산물 소비지 도매시장은 기존 소비지도매시장의 운영을 PUSH 방식에서 PULL 방식으로 전환하여 '식품 안전성', '상류와 물류의 분리', '국가 혹은 지자체의 운영이 갖는 한계점 탈피' 등을 통해 새로운 구조를 형성하고 있음. 비록 구조 전환의 초기단계로서 그 성과에 대해서는 아직 불분명하지만 이러한 변화가 앞으로의 수산물 유통구조의 새로운 경쟁 구도를 그려나갈 것으로 보임

## 일본의 수산물 소비지 도매시장, 새로운 활로 개척에 나서

일본의 경기는 여전히 침체 국면에 있다. 개인 소비도 회복된다고는 하고 있으나, '신도매시장제도'가 본격적으로 시작되면서 규제 완화와 경쟁 심화, 원료 확보, 식품 안전성, 효율화를 향한 체제 정비가 비용 상승 등을 부추기면서 도매시장을 둘러싼 업계 환경은 어려워지고 있다. 뿐만 아니라 대형양판점<sup>1)</sup>의 확대와 이에 따른 경쟁구도 심화, 도매시장 간의 경쟁 격화 등으로 인하여 통합 및 지역 분업화<sup>2)</sup> 등이 발생하면서 재편과정을 맞이하고 있다. 이러한 가운데 몇몇 도매시장에서는 새로운 도매시장제도의 이점을 살려 도매시장의 소프트 및 하드 양면에 걸친 구체적인 대안이 모색·실시되기에 이르렀다.

이러한 예로서 홋카이도(北海道)의 삿포로(札幌) 도매시장, 다카사키(高崎) 도매시장, 오사카(大阪) 도매시장, 센다이(仙台) 도매시장 등은 각각의 특색을 살리며 도매시장의 활성화를 도모하고 있다. 이 같이 일본의 수산물 소비지 도매시장의 동향을 파악하여 이들의 변화를 살피는 것은 현재 우리나라의 수산물 도매시장이 겪고 있는 어려움에도 시사하는 바가 크다고 고려된다.

## 삿포로 도매시장, 개설자·도매법인·중도매인에 의한 전자상거래 시작

삿포로 시의 중앙도매시장에서는 2005년 7월 17일부터 가공용 원료인 활계와 성계(껍질을 제거하지 않은 것)에 대해 일본 전국 최초로 전자상거래를 시작했다. 이것은 2004년부터 개정된 도매시장법의 시행이 계기가 된 것으로 IT를 활용, 상류<sup>3)</sup>와 물류<sup>4)</sup>가 일치되어야 한다는 규제가 완화되면서 도입되었다. 이는 보다 효율적인 유통형태를 유지·구축하고, 도매법인과 중도매인 간의 업무 연계가 강화될 것이라고 기대를 받고 있다.

이 전자상거래가 시작되면 도매에 의한 원료 수량 및 반입 상황 등의 정보가 인터넷상에 공개되고, 중도매인과 매매참가자는 이를 열람할 수 있을 뿐만 아니라 전자 메일 등을 이용하여 상품을 조회하고 주문하는 것이 가능하다. 예를 들어 가공업자로부터 주문을 받은 중매업자가 이 시스템을 이용하여 도매법인에게 가공원료를 주문한 경우, 물류 면에서는 거래조건만을 확인하는 것에 의해 삿포로 시장을



- 1) 일본의 대형양판점은 한국의 대형할인마트의 개념과 비슷하지만, 백화점의 식품코너 등을 포함하고 있어 한국의 대형할인마트보다는 다소 광의의 의미를 지니기 때문에 여기에서는 대형양판점의 용어를 채택하여 사용함.
- 2) 지역적으로 특색 있는 도매시장으로 전문화되고 있는 현상으로 예를 들면 시모노세키(下関)에는 북어 전문 도매시장과 지역 수산물 도매시장이 공존하는 체제가 성립되어 있음.
- 3) 상적 유통을 의미하는 것으로 유통 가운데 상거래를 의미한다. 흔히 상품의 소유권 이전과 관련된 부분이 이에 속한다.
- 4) 상류와 대비되는 의미로 상류의 상거래(소유권 이전)를 돕는 보조적인 유통 활동을 의미하며, 주로 소유권 이전을 제외한 상품의 보관, 포장, 하역, 유통가공 등의 흐름과 관련된다.

경유하지 않고 산지에서 가공업자에게 원료를 직접 반송할 수 있다. 즉, 도매시장에서 거래하기 위해 실물을 도매시장까지 운반하지 않아도 거래가 발생한다는 것이다.

개설자인 삿포로 시의 경제국 중앙도매시장 업무과가 관리 서버를 설치하고, 관리자인 '카네시메 다카하시(カネシメ 高橋) 수산'과 '마루수이(丸水) 삿포로중앙수산'의 양대 도매법인이 이를 관리한다. 인터넷상에서의 정보 열람을 희망하는 중도매인 및 매매참가자는 각 도매법인으로부터 아이디와 패스워드를 발행받으면 이 정보를 이용할 수 있다. 동 시장의 도매시장과(課)에서는 우선 이 전자상거래를 실제로 해보는 것이 중요하다고 보고 있으며, 향후 가격결정과 같은 쌍방향 거래, 중도매인으로부터 도매법인으로 발주 업무 등의 기능을 추가할 것을 검토 중에 있다.

활계와 성계는 지금까지 도매법인이 가공원료로서 반입한 것을 다른 지역의 가공업자에게 판매하는 것이 일반적인 거래 형태였다. 이 원료를 이용하여 가공된 제품을 취급하고 있는 중도매인이라도 원료의 거래에는 관여치 않았지만, 전자상거래로 인하여 원료의 공급단계에서부터 중도매인이 관여할 수 있도록 된 것이다. 이로 인하여 도매법인, 중도매인, 가공업자 등이 일체화된다면 상품 및 제품 개발의 가능성이 높아질 것으로 기대하고 있다. 뿐만 아니라 홋카이도에는 시기별로 대량 유통이 발생하는 수산물들이 많아 가공원료로서 신선·냉장 껍치 및 연어 등에도 이 전자상거래의 효과가 있을 것이라는 것이 현장의 목소리다.

### 요코하마 시장, 개설자와 관리자에 의한 식품 안전성에 대응한 도매매장 구축

'요코하마(横浜) 수산물 소비지 도매시장 본장(本場)'에서는 2005년 7월부터 '냉동·염간 저온매장을' 가동하고 있다. 새로운 도매시장제도에 맞는 식품 안전성 대책을 강화하고 있는 것이다. 이로 인해 상품의 품질·위생관리를 철저히 함과 동시에 사용하기 편리하게 효율적으로 만들었다는 점이 특징이다. 이미 다른 시장으로부터 방문이 있을 정도로 주목을 끌고 있다.

이 저온도매장은 요코하마 마루교(丸魚)와 요코하마 교류(魚類)의 양대 도매법인이 7,000만 엔(약 7억 원)을 투자하고, 개설자인 요코하마 시가 전기·수도설비 등 900만 엔(약 9,000만 원)을 투자하여 건설한 것이다. 설비면적은 약 1,300㎡로 기존에 설비되어 있던 연제품 저온매장을 포함하고 있으며, 외벽과 천정을 단열 판넬로 마감질한 폐쇄형 매장이다. 실내는 장시간 작업을 고려하여 공조(空調) 설비에 의해 17℃를 유지할 수 있다. 반입·반출구는 각각 두 개씩 설치하여 오버 슬라이드식 문과 고속 시트의 이중문으로 이루어져 있어 빈번한 반입·반출에도 외부 온도의 침입을 방지한다. 천정의 높이는 4m로 상품을 최하 2단으로 쌓아 거래를 하더라도 지장이 없도록 하였다. 바닥에는 상품 적재 장소와 통로를 서로 다른 색깔로 나타냈는데, 이는 지게차 작업과 일반 작업자의 혼란이 없도록

하기 위해서다. 매장 내 조명도 종래의 백열등에서 형광등으로 교체하여 종래의 150룩스에서 300룩스로 조명을 높였다. 이 덕에 전구 교체에 드는 비용과 전기비가 줄게 되었다.

또한 식품의 안전성을 고려하여 매장 내에 오존 살균, 탈취 장치도 설비하였다. 매장 사용이 끝나면 바닥을 청소하고, 정오에서 오후 7시까지 매장을 완전히 차단시킨 상태에서 오후 1시부터 7시까지 오존 살균 및 탈취 장치를 가동한다. 가동한 지 약 1개월이 지난 현재, 상품의 결로(結露) 현상이 없어지면서 품질관리가 향상되었다. 또한 저온도매매장의 도입과 함께 음식 및 흡연을 매장 내에서 금지하고, 전동 지게차를 운영하는 등의 노력으로 도매매장에서의 위생관리 의식이 높아져 쓰레기 배출량도 줄어들고 있다.

저온 도매매장 건설에는 개설자인 요코하마 시, 관리자인 도매법인, 이용자인 중도매인, 도매시장 내 위생검사소가 반년에 걸친 협의를 가졌다. 이 협의에서는 식품 안전에 대응한 도매매장을 설비하자는 의견에 합의를 본 후, 우선적으로 이를 위해 필요한 설비항목을 선행시킨 뒤에 비용적인 측면을 고려하였다. 향후에는 도매매장 운영을 위한 관리위원회를 매월 1회 개최하여 실제 운영상의 문제점을 수정·검토해나갈 방침이다.

### 다카사키 시장, 지역과의 연계성을 강화한 도매시장으로 발돋움

다랑어의 저온도매매장을 전국에서 처음으로 도입하는 등 선구적인 변화를 보인 것이 다카사키(高崎) 시장이다. 2005년 4월부터 도매시장으로서는 최대 규모의 태양광 발전시설을 가동시키고, 이외에도 이동 판매자를 지원하는 센터를 신설하였다. 2006년 4월에는 도매점포를 늘릴 계획이며, 매월 두 번씩 행하고 있는 ‘스마일 감사의 날(ニコニコ感謝デー)’로 지역 주민들의 호평을 받고 있다.

태양광 발전시설은 청과물용 냉장창고의 실내에 800㎡의 태양광 모듈 560장을 설치하여 정격출력 100kW를 발전할 수 있다. 신에너지산업개발기구(NEDO)로부터 시설비의 50%를 원조 받아 건설비를 5,400백만 엔(5억 4천만 원)으로 줄였다. 이러한 설비를 갖추게 된 것은 일본 전역에서 3번째로 일조 시간이 긴 다카사키의 지역적 특성을 살리기 위해서였다. 이 시스템은 도매시장에서 필요로 하는 전력 중 약 11.5%를 조달할 수 있다. 이 설비에 투자된 자금회수 기간은 약 10~12년으로 모듈의 대응연수가 20년 이상임을 고려하면 수익성이 높을 것으로 기대된다. 또한 6월까지의 발전량은 1일 평균 약 365kW로 당초 계획보다 40% 정도 늘었다. 따라서 연간 전기료는 180만 엔(약 1,800만 원)이 감소할 것으로 보인다. 자연광을 이용한 에너지를 활용하여 CO2의 삭감에도 기여하는 ‘환경친화형’ 설비일 뿐만 아니라 수익성도 높은 시설로 다카사키 시장에서는 이 시설의 증설도 검토되고 있다.

‘이동 판매업자 지원 센터’는 2005년 8월에 완성되어 임대사업을 시작하였다. 이 지원 센터는 다카

사키 시장에서 식료품 및 일용품을 구입하여 트럭 등으로 이동하며 판매하는 업자에게 보관창고가 있는 선별 장소를 임대하는 것이다. 지금까지 이들은 주차장에서 상하차 등의 하역 업무 등을 하여 여름철 더위와 겨울철 추위에 노출돼 작업환경이 매우 열악했을 뿐 아니라 위생적으로도 결코 좋다고 할 수 없었다. 이동 판매업자의 주요 고객이 지역의 고령자들이라는 점을 감안하여, 다카사키 시장은 지역 봉사 차원에서 임대가격을 매우 낮게 설정하였다. 현재는 약 8개의 공간이 준비되어 7개가 사용되고 있는데, 이동 판매업자들은 다카사키 시장이 속한 군마(群馬) 현에만 약 100여개 업자가 존재하고 있다. 만약 이들 중 30% 정도가 다카사키 시장에서 물건을 구입한다고 하더라도 시장매출 상승에 크게 이바지할 것으로 보여 이동 판매업자 지원 센터를 확대할 예정이다.

‘스마일 감사의 날’은 2004년 4월부터 시작되었다. 매월 2·4번째 토요일에 시장 판매업자가 끝난 후, 오전 9시부터 정오까지 지역 주민에게 시장을 개방하고, 도매 관련 점포에서 상품을 살 수 있도록 하고 있다. 물론 이와 같은 결정에는 인근 소매업자의 반대를 5년에 걸쳐 설득한 난관이 있었다. 현재 내장객수는 1일 2,000명에서 2,500명으로 중도매업의 매출이 늘어나 월간 시설 사용료를 절반으로 줄인 것과 같은 효과를 거두고 있다.

중도매 점포의 증설은 2006년 4월에 마에바시(前橋) 시에 있던 2개의 청과물 시장이 1개로 줄게 된 것이 원인이다. 따라서 다카사키 시장에 새로운 청과도매시장이 탄생하게 되지만, 구 마에바시 시장으로부터의 중도매인은 청과물 중도매인뿐만 아니라 수산물 중도매인 및 관련사업자도 다카사키 시장으로 편입한다. 따라서 시장 거래금액도 늘어날 것으로 보고 있다.

다카사키 시장의 새로운 도약은 작년에 새롭게 개정된 ‘신도매시장법’에서 여러 규제가 완화되면서 나타난 현상이다. 앞으로는 이 개정법에 따라 시장 수수료의 자유화가 본격화될 것으로 보여 경쟁이 심화될 것으로 예상되지만, 다른 한편으로는 새로운 사업을 추진할 절호의 기회만큼만큼 다카사키 시장의 새로운 도약은 다른 도매시장의 자극제가 될 것으로 보인다.

### 센다이 시장, Cold-chain 확립

센다이 시 중앙도매시장은 2004년도부터 3개년 사업으로 수산물중앙도매시장의 저온화를 추구하고 있다. 제7차 정비계획의 일환으로 2003년도에 실시한 다량어 매장 저온화가 그 시발점이었다. 이 사업에 의하면 2006년도까지 전체 중도매 사업장의 저온화를 실현하여 시장 전부분에 걸쳐 Cold-chain 을 추진하게 된다.

센다이 시장 수산물부의 중배업자 수는 7월 말 현재 29개사이다. 1사당 96㎡에서 많게는 336㎡의 점포를 운영하고 있는데, 이 사업에서는 최저 25㎡ 이상의 저온화를 조건으로 개설자인 센다이 시가

저온화에 필요한 단열재, 냉장시설 등 설비·공사 비용의 20%를<sup>5)</sup> 조성한다. 자기자본으로 저온화를 설비한 3개사를 합쳐 이미 13개사가 다량어 해체 공간 등을 저온화하였다. 올해 내로 10개사가 저온화를 마칠 예정이고, 나머지 6개사는 내년에 저온화를 마칠 예정에 있다. 센다이 시장의 관리과에서는 올해 내로 조성금을 교부하는 10개사가 이미 정해진 상태이고, 향후 공사의 착공시기를 정하는 단계만이 남았다. 내년 말에 전 중도매사의 저온화가 도모되어 보다 안전하고 안심할 수 있는 상품을 제공하는 체제가 확립될 것으로 보여 경쟁력이 높아질 것으로 보인다.

### 고베 시장, 전국 최초로 민자사업에 의한 재정비 착수

고베시 중앙도매시장 본장(本場)에서는 현재 민자사업(Private Finance Initiative, P.F.I)에 의한 시장 재정비가 추진되고 있다. 민간의 교섭력 및 경영능력을 활용하는 것이 비용을 절감하고, 보다 양질의 시설건설·유지관리 등을 제공할 수 있다는 취지에서 시작된 것이다. 고베 시는 2004년 10월 다이아몬드 리스(주)를 대표기업으로 한 다이아몬드 리스 그룹과 기본 협력을 체결하고, 2개월 뒤인 12월에는 시 의회의 의결을 거쳐 사업계약을 체결하였다.

이후, 2005년 2월부터 3월에 걸쳐 동 그룹은 시장관계자에게 새로운 시설에 대한 제안 설명회를 가졌다. 이 제안의 내용은 안전성, 편리성, 효율성 및 쾌적성을 고려한 시설의 유지·관리를 수행하는 것인데, 시 도로인 타카마츠(高松) 선 근처에 관련 사무소 3동을 건설할 계획이다. 또한 매립지에는 2층 건물을 지어 1층에는 가공공장, 보냉창고, 매매화물보관소, 배송센터 등을 입지시키고, 2층과 옥상은 주차장 시설로 만들기를 제안하였다.

또한 이 제안 내용 중 특이할 만한 사항은 '식품의 안전성'에 대응한 위생 시설을 설비하고 효율적인 업무를 도모하기 위해 통로 등의 공간을 충분히 확보하고 있다는 점이다. 또한 오물을 쉽게 처리할 수 있는 소재를 바닥과 벽에 사용하여 도매시장을 청결히 유지하도록 계획하고 있으며, 배기구와 배수구를 설치하는 데 있어 탈취 기능을 강화하고 유지·관리의 효율성을 높이기 위해 스테인리스 배수 트랩을 도입, 추진하고 있다. 이 외에 생물처리방식의 배수제해(排水除害) 시설 등도 계획에 포함시켰다. 운영 효율성 면에서는 수산물 유통변화의 속도에 대응하기 위해 도매시장 내 구조를 변경하기 쉽도록 벽의 변경을 용이하게 하는 간이벽 구조를 취했다. 또한 시장 내의 편리성을 추구하기 위해 시 도로인 타카마츠 선 근처의 도매시장 1층에는 상점, 은행 등, 2층에는 음식점 등을 설치하여 소비자의 접근이 쉽게 하였다.



5) 한도액 160만 엔(약 1,600만 원).

이와 같은 시설 준비를 추구함에 있어서 다이아몬드 그룹(주)은 시장 관계자들의 의견을 중시하고 제안 내용을 수정·검토하여, 2006년 7월까지 정리할 계획이다. 매립 공사는 내년 6월에 끝나고 한 달 후인 7월부터 시장 공사가 시작될 예정이다.

### 오사카의 (주)다이수이, 교토·오사카·고베에 이르는 광역 유통망 구축

중앙도매시장을 둘러싼 환경이 격변하는 가운데, 일본의 업계를 대표할 정도의 규모를 갖춘 오사카 중앙도매시장의 양대 관리자인 (주)다이수이(大水)와 오사카어시장(주)은 차세대 도매시장을 향한 다양한 사업을 선구적으로 추진하고 있다.

다이수이(주)는 지난 2000년 9월 고베 시장의 고베 해산물(주)과의 합병을 통해 수산물과 청과물을 동시에 취급하게 되었다. 이것은 일본에서는 최초로, 일반적으로 수산물이면 수산물, 농산물이면 농산물 등의 전문화에 의존했던 일본의 도매시장 관리법인 업계에 있어서는 새로운 유통망을 개척하는 선진적인 기업이 된 것이다. 이후 2001년 10월에는 교토(京都) 시장의 교토 어시장과도 합병하여 오사카·교토·고베에 본사 및 지사를 합해 모두 6개의 거점으로 구성된 유통망이 구축되었다. 게다가 올해에는 아카ishi(明石) 시의 공설지방도매시장의 아카ishi마루우미(明石丸海)와 합병하여 5월 1일부터 '다이수이 아카ishi 지사'로 새롭게 발족하면서, 유통망 확장에 박차를 가하고 있다.

규모 확대와 병행하여 추진하는 조직 개편은 종래의 어종별 중심의 수직적 분배 조직에서 수평·수직적 연계망으로 확대되는 '유기적인 조직 구성'에 중점을 두면서 조직 체계를 더욱 강화할 전망이다. 경영 효율화와 관련해서는 본사와 지사 간을 묶는 업무 통일화 시스템을 구축하여 '전사(全社) 업무 통일화'를 촉진한다.

또한 신규 사업에도 적극적으로 나서 이미 몇개의 프로젝트에 착수해 있는 상태다. 그 가운데서 가장 주목을 끌고 있는 것이 바로 2005년 6월에 교토시장 근처에 오픈한 '천연가스 스테이션'이다. 교토 시에서는 국제적인 환경보호기준을 정한 '교토의정서'를 준수하는 입장에서 천연가스 사양의 저공해차를 보급할 방침에 있는데, 동 사업은 바로 이 수요를 한걸음 빨리 취한 것이다. 도매회사는 물론 민간 기업으로서도 정책의 시범 사업을 위한 토대를 마련한 것이다.

따라서 대부분의 식품 기업들은 T/S의 도입에 대해 우호적인 입장이든 비우호적인 입장이든 도입을 해야 한다고 보고 있다. 하지만 비용적인 측면에서의 부담이 크게 나타나고 있는데, 실제 사원의 교육이나 연수 또한 결국에는 비용을 부담하지 않으면 안 되는 것이기 때문에 상당한 고충을 겪고 있는 것으로 보인다.

## 오사카 어시장(주), HACCP 대응의 선어 가공센터 건설

오사카 어시장(주)에서는 신규 설비투자로서 칸사이(關西) 국제공항 인접 지역 7,555㎡에 소비지 가공공장인 'OUG(오사카 어시장 그룹) 선어 가공센터'를 총 공사비 5억 2,600만 엔(약 52억 엔)을 들여 지난 10월 준공하였다. 운영자는 자회사인 '칸쿠(關空) 트레이딩(주)'로 오사카 어시장(주) 그룹의 사업의 일환으로 소비지 시장에서 선어를 가공하는 것이다. 이는 오사카의 거대 소비지에서 소비자 수요를 충족시키는 상품을 만들어 시장 점유를 확대하기 위한 것이다. 이로써 보다 빠르고, 보다 신선한 수산물을 제공하여 고객 한명 한명의 만족도를 높이는 데 주력할 계획이다.

이 'OUG 선어 가공센터'는 철골 2층 구조로 건물 총 면적은 2,413㎡에 달한다. 뿐만 아니라 HACCP에 대응토록 설계되었다. 이미 2005년 11월부터 가동 중에 있으며, 동 회사의 고객 만족을 위한 관련 업태의 다양한 수요에 대응이 가능할 것으로 평가하고 있다.

## 일본의 수산물 소비지 도매시장, PUSH 방식에서 PULL 방식으로 전환<sup>6)</sup>

지금까지 살펴 본 바와 같이 일본의 수산물 소비지 도매시장은 도매시장법 개정과 소비자들의 수요 변화, 관련 업태의 지각 변동 등에 의해 기존의 수동적인 기업 운영방식에서 탈피하고 있다. 물론 이러한 탈피 과정에서 필연적으로 신규 시설을 위한 시설투자비가 발생하고 있다. 이러한 모험적인 투자를 감행하면서까지 기업 운영에 매달리는 이유는 최근의 소비자 수요 변화에 대응할 수 있다면 충분한 이윤 창출의 기회를 살릴 수 있다는 취지에서 비롯된다.

과거 도매시장의 설립조건은 도매시장 반입량이 도매시장으로 흘러 들어오는 것을 기다려 이를 집하하고, 단순히 분배하는 것이었다. 즉, 소비자의 의견이 반영되지 않는 구조로서 물량이 반입되어 이를 분배하는 PUSH 방식의 흐름에 운영의 근거를 두었다. 하지만 오늘날의 유통 구조의 흐름은 소비자의 의견이 유통 및 생산을 거슬러 올라가는 역주행 현상이 발생하고 있다. 이러한 소비자 측의 수요는 오늘날 우리가 중요하게 생각하는 '식품 안전성'을 근거로 다양한 니즈가 발생하고 있다는 것이며, 이러한 부문으로 소비지 수산물 도매시장의 존립근거가 이전되고 있다는 것이다.



6) PUSH 방식은 기존의 수산물 소비지 도매시장이 산지가 생산된 수산물을 소비지 도매시장을 밀어내는 경향이 강했다는 것으로 유통의 앞 단계가 도매시장의 물량을 넘기는 것을 의미하는 데 반해, PULL 방식은 소비지 도매시장 스스로 물량 취급을 위한 영업활동을 전개하면서 산지로부터 물량을 끌어당기는 것을 의미함(즉, 수동적 물량 취급에서 능동적인 물량 취급으로 전환된 것을 의미함)



따라서 일본의 소비지 수산물 도매시장은 기존의 PUSH 방식의 운영에서 PULL 방식의 흐름에 맞는 체계로의 전환을 도모하여 새로운 이윤 창출의 기회를 확대하는 것으로 기업 경영의 지속성을 확보하려는 움직임을 보이고 있다. 아직은 이러한 변화에 대한 성과가 시작 단계에 있어 불분명하지만, 이러한 노력의 결과가 일본 수산물 도매시장의 구조를 과거와는 다른 경쟁구조로 변화시킬 것으로 보인다.

### 일본의 수산물 소비지 도매시장 변화, 우리나라에 시사하는 바 커

이러한 일본 소비지 도매시장의 변화는 우리나라의 수산물 소비지 도매시장에도 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 왜냐하면 일본의 수산물 소비지 도매시장의 변화와 그 배경 요인이 현재 우리나라 수산물 소비지 도매시장을 둘러싼 제 문제와 상당한 동질성을 보이고 있기 때문이다. 특히 우리나라 소비지 도매시장의 도매법인의 경우 물량 취급을 위한 적극적인 영업 활동, 해당 소비지 도매시장을 이용하는 고객(최종소비자, 소매업자 등)에 대한 서비스가 과거의 그것에서 크게 벗어나지 못하고 있다. 이러한 상황에서 일본의 소비지 도매시장의 경쟁 구도와 환경 변화를 주의 깊게 살펴보고 이를 토대로 앞으로 나아갈 방향을 설계하는 것이 무엇보다도 중요하다고 볼 수 있다.