

KMI 동향분석

VOL.34
2017 JUNE

발간년월 2017년 6월(통권 제34호) 주 소 49111 부산광역시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동) 발행인 양창호
발행처 한국해양수산개발원 자료문의 한국해양수산개발원 동향분석실 홈페이지 www.kmi.re.kr
이 보고서의 내용은 본원의 공식적 견해가 아닙니다.

소매 수산시장 해수공급시설 교체 시급, 국민들은 가격표시제 요구

이헌동 수산정책연구실 전문연구원
(lhd7729@kmi.re.kr/051-797-4543)

백진화 수산정책연구실 연구원
(jhbaek@kmi.re.kr/051-797-4545)

전통시장을 포함한 소매 수산시장은 수산물의 최종 소비지이자 관광자원으로서 수산업에 대한 대국민 이미지 형성에 있어 매우 중요한 역할을 수행하고 있다. 그러나 지금까지의 수산정책과 연구는 산지위판장과 도매시장 중심이었고, 정작 국민 삶과 직결되는 소매 수산시장에 대한 관심은 크게 부족하였다. 이에 한국해양수산개발원(KMI)에서는 처음으로 소매 수산시장에 대한 대국민 인식도 조사와 현장 실태조사를 수행하였다.

대국민 인식도 조사결과, 우리 국민들은 수산물의 22%를 전통(수산)시장에서 구입하고 있으며, 국민 10명 중 3명은 한 달에 한번 이상 수산시장을 방문하였다. 이는 전통시장에서 구입하는 일반 식료품 비중 8%에 비해 상대적으로 높은 것이다.

그리고 수산시장에서 판매하는 수산물의 품질·신선도에 대해 국민 70% 이상이 만족하는 것으로 나타났으며, 이밖에 풍부한 볼거리·먹거리, 수산물 구색의 다양성 등에 대해서도 긍정적으로 평가하였다. 반면, 수산시장에서 수산물 거래 시 제값을 주고 구매하였는지에 대한 불신이 매우 컸으며, 수산시장 내 각종 편의시설 부족, 위생·안전관리 취약, 시장의 낙후성 등에 대해서도 국민들의 부정적인 인식이 큰 것으로 나타났다.

수산시장 실태조사에서는 수산물 위생·안전관리에 필수적인 냉장 쇼케이스나 얼음매대 등 저온 유통기반이 크게 부족한 것으로 나타났다. 또한 수산시장 영업에 있어 가장 중요한 해수 공급 조차 원활하지 못하거나, 인입시설이 노후화되어 교체가 시급한 것으로 조사되었다.

이번 설문과 실태조사를 통해 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다. 첫째, 수산시장에서도 위생적으로 손질된 수산물을 소포장 형태로 판매하고, 품질·신선도의 우수성, 상품 구색의 다양성을 장점으로 삼아 다른 유통업체와의 차별성을 더욱 부각시킴으로써 시장 활성화를 모색해야 한다.

둘째, 수산시장 거래에 대한 소비자 불신을 해소하기 위해 「소매 수산시장 가격 표시제」를 시급히 도입해야 한다. 셋째, 해수공급시설, 냉장쇼케이스, 활어수조, 건조시설 등 수산시장 영업에 필수적인 시설·장비를 중심으로 일반 전통시장과는 차별화된 정책 지원이 필요하다.

그러나 전통시장 소관부처인 중소기업청이나 수산물 유통정책을 담당하는 해양수산부에서 이러한 수산시장 현안을 해소하기 위한 정책지원은 미비한 실정이다. 향후 수산시장 활성화와 다양한 현안 해소를 위해서는 해양수산부 차원의 소매 수산시장 지원·관리가 시급하다. 해양수산부의 소매 수산시장 관리는 기존 공급자 중심에서 소비자를 포함하는 수산정책으로 패러다임을 전환하는 계기가 될 것이다.

KMI, 수산시장에 대한 대국민 인식조사 실시

■ 활기찬 수산시장, 국민들에게 수산업의 가치와 중요성을 일깨워주는 홍보대사

- 바닷가나 도시에 위치한 수산시장은 미각을 자극하는 신선한 제철 수산물과 색다른 볼거리를 제공하는 등 지친 현대인들의 삶에 활력을 주는 매력적인 공간임
- 일반 국민들이 수산시장을 방문하지 않고서는 특별히 수산물에 대한 관심을 가지기가 쉽지 않으며, 따라서 수산시장이야말로 수산업의 가치와 중요성을 일깨워주는 대표 홍보대사라 할 수 있음

■ 수산시장의 중요성에도 불구하고, 지금까지 수산정책·연구에서 관심이 크게 부족

- 소매단계의 수산시장¹⁾은 수산물의 최종 소비처이자 지역경제 활성화, 고용 창출에 기여하며, ‘수산업’, ‘수산물’에 대한 대국민 이미지 형성에 있어 매우 중요한 역할을 수행하고 있음
- 2016년 8월 경남 거제에서 발생한 콜레라 파동 사례를 보듯, 특정 수산시장에서 발생하는 식품 안전 사고는 해당 시장(지역)에만 영향을 주는 것이 아니라, 전국의 횃집과 수산시장 등 수산업 전반에 막대한 피해를 초래함
- 그러나 지금까지 수산물 위생안전관리, 수산시장 시설현대화, 시장 거래제도 등 해양수산부에서 추진하고 있는 수산물 유통과 관련된 모든 정책적 접근이 산지위판장과 도매시장 중심이었고, 사실상 소매단계의 수산시장이 수산정책의 사각지대에 놓여 있었음
- 특히 언론을 통해 식품안전 사고, 화재, 가격·원산지·어종 속임 등 수산시장의 부정적 이미지가 수시로 보도되고 있지만 해양수산부 차원의 대응이나 정책 지원은 미흡한 실정임

■ 국민들의 수산시장 이용실태와 이미지, 소비자 관점에서 수산시장의 문제점과 개선 과제를 도출하기 위한 대국민 인식 조사를 실시

- 지금까지 국민들을 대상으로 수산업·어촌에 대한 인식 조사, 수산물 구매·소비에 대한 조사 등은 많이 수행되었으나, 소매 수산시장에 초점을 맞춘 대국민 인식 조사는 수행된 적이 없음
- 이에 따라 우리나라 국민들의 수산시장 이용 실태, 수산시장에 대해 느끼는 이미지, 문제점과 개선과제를 파악하고, 향후 수산시장의 소비자 신뢰 회복을 위한 정책 지원방안 마련을 위해 대국민 인식조사를 처음으로 실시하였음

1) 본 동향분석에서의 ‘수산시장’은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 정의하는 전통시장 중 수산물을 전문적으로 취급·판매하는 소매단계의 수산시장을 말하며, 산지 위판장, 수산물 도매시장은 포함되지 않음. 소상공인시장진흥공단의 자료에 따르면 2015년 기준 전국의 전통시장은 1,530개소이며, 이중 수산시장은 약 60개소 정도로 파악됨(KMI 조사결과, 2017.6)

표 1. 소매 수산시장에 대한 대국민 인식조사 개요

구분	주요 내용
목적	국민들의 소매 수산시장 이용실태, 수산시장에 대한 긍정적 인식 및 부정적 인식 평가 향후 수산시장 정책방안 수립에 기초자료로 활용
대상	전국 만 19세 이상 성인 남녀 1,000명(성별, 연령별, 지역별 층화 표본추출)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 설문조사
조사시기	2017년 4월 12~18일
표본오차	95% 신뢰수준에 $\pm 3.1\%$ Point
조사기관	마크로밀 엠브레인

국민 10명중 3명, 한 달에 한번 이상 수산시장 이용

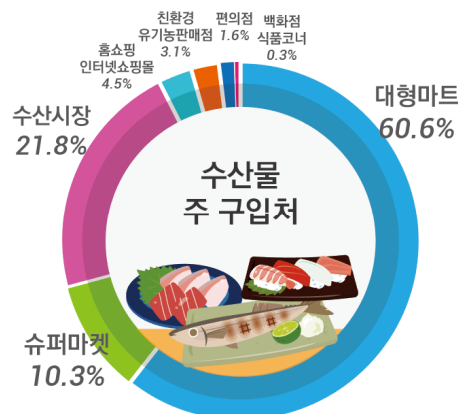
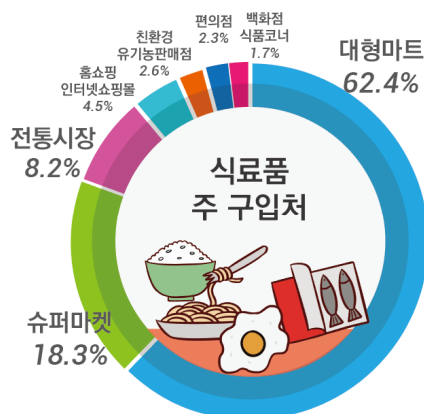
■ 국민들의 식료품 구입, 대형마트 주로 이용하지만 수산물을 구입 시 전통(수산) 시장을 이용하는 비중이 상대적으로 높게 조사

- 국민들이 농축수산물과 가공식품 등 식료품을 구입할 때 ‘대형마트’를 이용한다는 응답이 전체의 62.4%로 가장 높았고, 동네 슈퍼마켓 18.3%, 전통시장 8.2% 등으로 조사됨
- 수산물 구입처에 대해서는 대형마트 비중이 60% 이상으로 여전히 높지만, 전통시장(수산시장)에서 구입하는 비중도 21.8%로 일반 식료품 구입 비중보다 월등히 높았음

표 2. 식료품 및 수산물 주 구입처

(단위: %)

구분	대형마트	동네 슈퍼마켓	전통시장 (수산시장)	홈쇼핑/ 인터넷쇼핑몰	친환경/ 유기농판매점	편의점	백화점 식품코너	합계
식료품	62.4	18.3	8.2	4.5	2.6	2.3	1.7	100.0
수산물	60.6	10.3	21.8	3.1	2.3	1.6	0.3	100.0



- 대형마트
- 동네슈퍼마켓
- 전통시장(수산시장)
- 홈쇼핑/인터넷쇼핑몰
- 친환경/유기농판매점
- 편의점
- 백화점식품코너

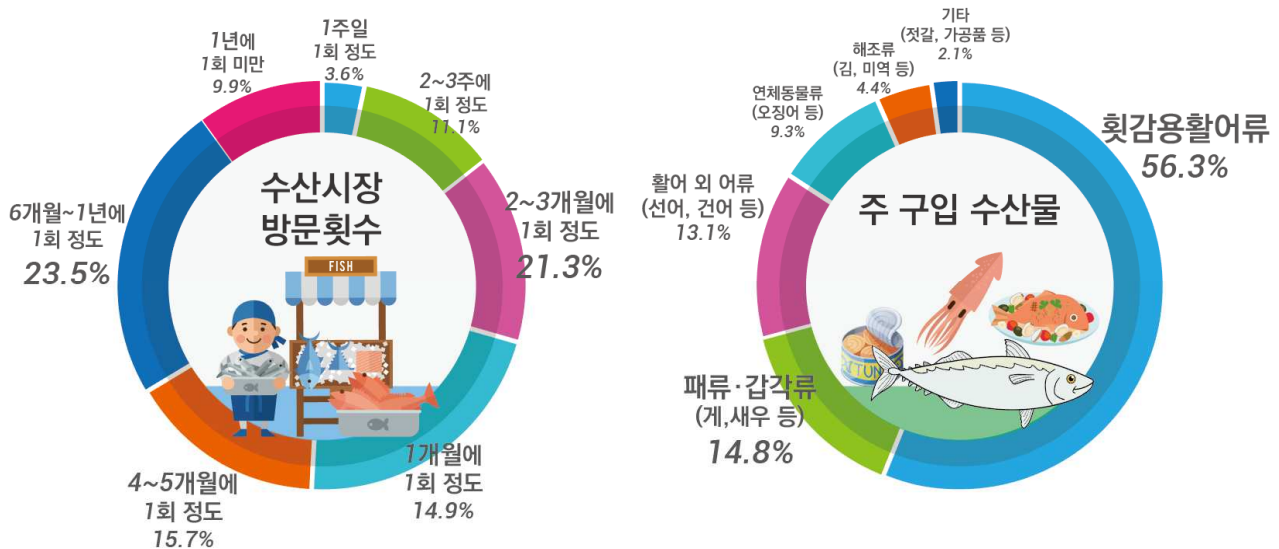
■ 응답자 30%가 한 달에 한번 이상 수산시장 이용, 주로 횡감용 활어류 구입

- 수산시장을 방문하는 빈도는 '6개월~1년에 1회'가 23.5%로 가장 많았고, '2~3개월에 1회'가 21.3%로 뒤를 이었음. '1개월에 1회 이상' 방문하는 응답자는 전체 응답의 29.6%로 조사됨
- 수산시장을 방문해서 구입하는 수산물로는 '횡감용 활어류'가 전체 응답의 56.3%로 가장 많았고, '패류 및 갑각류' 14.8%, '활어 이외의 어류' 13.1% 등으로 조사됨

표 3. 수산시장 이용실태

(단위: %)

구분	보기	비중	구분	보기	비중
수산시장 방문횟수	1주에 1회 정도	3.6	주 구입 수산물	횡감용 활어류	56.3
	2~3주에 1회 정도	11.1		패류갑각류(게, 새우 등)	14.8
	1개월에 1회 정도	14.9		활어 외 어류(선어, 건어)	13.1
	2~3개월에 1회 정도	21.3		연체동물류(오징어 등)	9.3
	4~5개월에 1회 정도	15.7		해조류(김, 미역 등)	4.4
	6개월~1년에 1회 정도	23.5		기타(젓갈 등 가공품)	2.1
	1년에 1회 미만	9.9		합계	100.0
	합계	100.0			



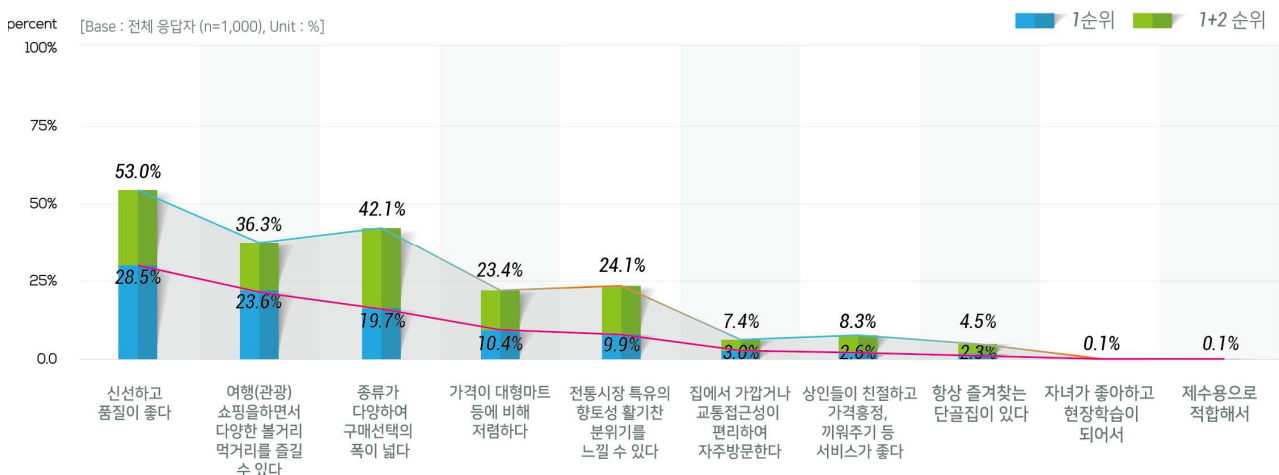
- 한편, 수산시장에서 수산물을 구입할 때 지출하는 비용은 '5~10만원 미만'이 전체 응답자의 43.5%로 가장 많았고, '2~5만원' 32.0%, '10~15만원' 14.2% 등으로 조사됨

수산물 시장 판매 수산물의 품질과 신선도, 비교적 높게 평가

■ 수산물 품질과 신선도의 우수함, 풍부한 볼거리와 먹거리, 수산물 구성의 다양성이 수산시장을 찾는 주된 이유

- 국민들이 수산시장을 이용하는 이유에 대해서는 ‘수산물이 신선하고 품질이 좋다’ 28.5%, ‘여행, 쇼핑을 하면서 다양한 볼거리먹거리를 즐길 수 있다’ 23.6%, ‘수산물 종류가 다양하여 구매 선택의 폭이 넓다’ 19.7%, ‘수산물 가격이 대형마트에 비해 저렴하다’ 10.4% 등으로 집계됨
- 이는 국민들이 수산시장을 즐겨 찾는 이유가 단지 저렴하다는 가격적 요인보다는 우수한 품질과 신선도, 여행·식도락 등 삶에서의 휴식공간으로서 중요성을 더 높게 평가하고 있음을 알 수 있음

그림 1. 수산시장을 이용하는 이유

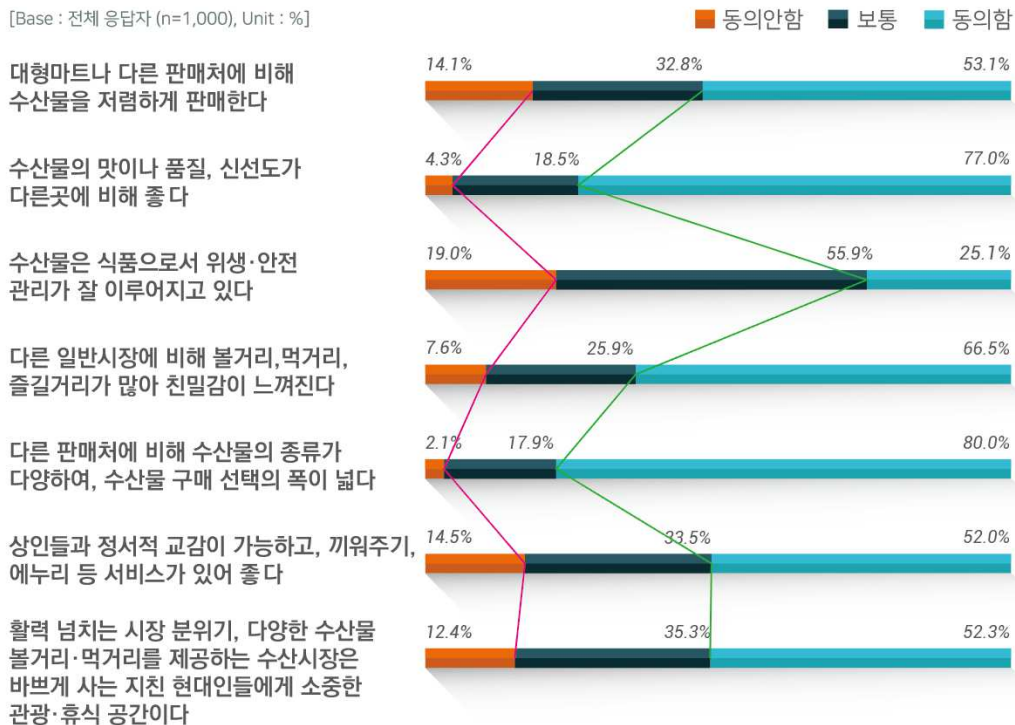


■ 좋은 품질과 신선도에도 불구하고, 수산물 위생·안전관리에 대해서는 상대적으로 낮게 평가

- 국민들이 느끼는 수산시장에 대한 긍정적 인식을 조사한 결과, ‘수산시장이 다른 판매처에 비해 수산물의 종류가 다양하여 수산물 구매 선택의 폭이 넓다’, ‘수산시장에서 판매하는 수산물의 맛이나 품질, 신선도가 다른 곳에 비해 좋다’는 항목에 응답자의 약 80%가 동의하였음
- 반면 ‘수산시장에서 유통·판매되는 수산물은 식품으로서 위생·안전관리가 잘 이루어지고 있다’는 항목에 대해서는 불과 25% 정도의 응답자만 동의하여 긍정적 이미지 항목 중 가장 낮은 동의율을 기록하였음

그림 2. 수산시장에 대한 긍정적 인식(이미지) 정도

[Base : 전체 응답자 (n=1,000), Unit : %]

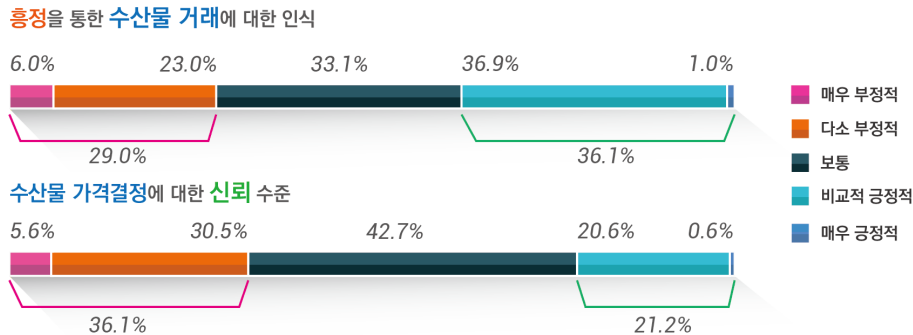


수산시장 거래 시, 제값주고 구매했는지에 대한 불신 심각

■ 수산시장의 거래관행, 가격결정 방식에 대해 신뢰하지 못하는 소비자 많아

- 수산시장에서 수산물의 가격을 모르는 상태에서 상인과의 흥정을 통한 거래에 대해서는 ‘긍정적’ 평가가 37.9%로 ‘부정적’ 평가 29.0%에 비해 다소 높았지만, 부정적 평가 역시 낮다고 보기는 어려움
- 특히 가격결정에 대한 신뢰도에 대해서는 ‘신뢰함’이 21.2%인 반면 ‘신뢰하지 못함’이 36.1%로 부정적 인식이 더 큼을 알 수 있음
- 이는 수산물 거래 시 상인과의 정서적 교감, 텃과 에누리 제공 등 흥정의 긍정적 측면에도 불구하고, 수산시장에서 과연 제값을 주고 수산물을 구매한 것인지 의심하는 소비자가 많다는 것을 의미함
- 향후 수산시장의 불합리한 거래 관행 개선을 통해 가격결정의 투명성 제고, 이를 통한 소비자 신뢰 회복이 시급함을 보여줌

그림 3. 수산물시장 거래관행 및 가격결정 방식에 대한 인식

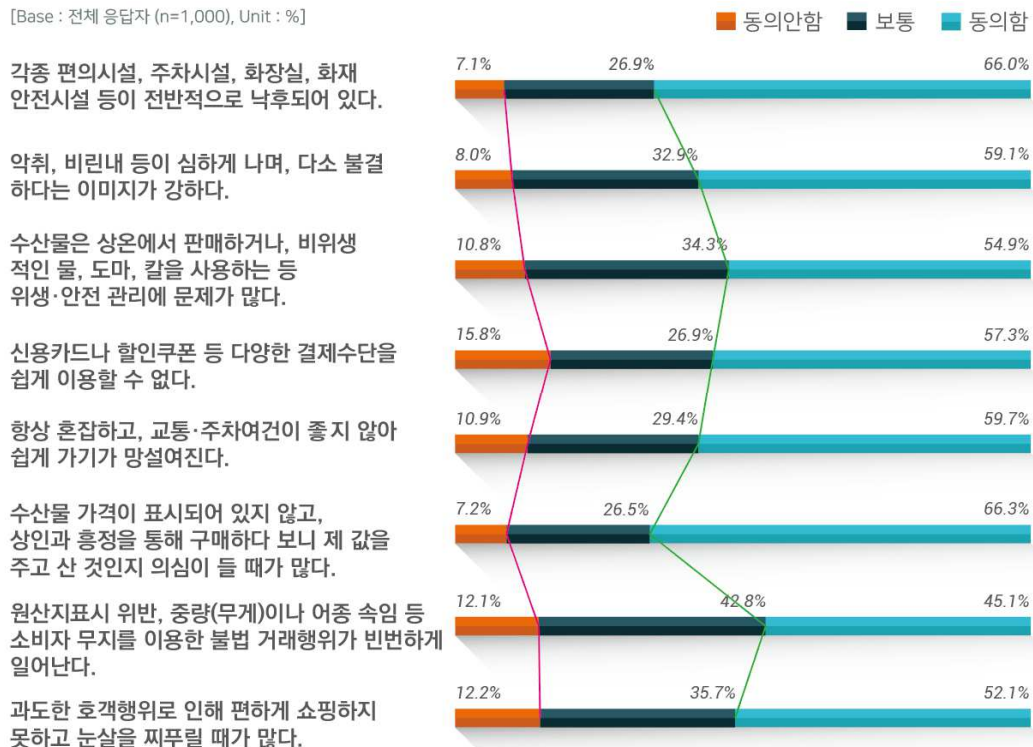


■ 거래에 대한 불신과 더불어 각종 편의시설 미흡, 시장의 낙후성, 불결한 이미지, 위생·안전관리, 결제수단과 접근성 등은 부정적 인식이 더 큰 것으로 조사

- 수산물시장에 대한 부정적 인식(이미지)을 나타내는 8개 항목에 대해서도 동의한다는 비율이 동의하지 않는다는 응답보다 훨씬 높게 나타남(<그림 4> 참조)
- 특히 ‘수산물시장에서 제 값을 주고 산 것인지에 대한 의심’, ‘각종 편의시설, 주차시설, 화장실, 화재안전시설 등의 노후화’, ‘수산물시장의 악취와 비린내’, ‘위생·안전관리의 취약성’, ‘과도한 고객 행위’ 등의 부정적 이미지에 대한 동의율이 비교적 높게 나타남

그림 4. 수산물시장에 대한 부정적 인식(이미지) 동의 정도

[Base : 전체 응답자 (n=1,000), Unit : %]



가격표시 투명성, 위생·안전관리, 교통·주차 등 중점 개선 필요

■ 수산시장에 대한 국민들의 인식을 총 12개 항목을 토대로 중요도-만족도 조사 수행

- 국민들이 수산시장에 대해 느끼는 다양한 요인(속성)에 대해 IPA(Importance-Performance Analysis) 분석을 수행하였음. 이를 통해 수산시장 요인별로 상대적인 중요도와 만족도를 비교하였음
- 먼저 수산시장 방문 시 중요하게 고려하는 요인에 대해서는 ‘수산물의 품질과 신선도’, ‘수산물 취급 시 위생·안전관리’, ‘판매가격 수준’, ‘시장 접근성, 교통·주차의 편리성’, ‘원산지 및 자연산·양식산 표시 투명성’ 등이 다른 요인들에 비해 상대적으로 높게 나타남
- 수산시장 방문 시 만족도에 대해서는 ‘수산물의 품질과 신선도’, ‘수산물 취급품목의 다양성’이 높은 가운데 ‘시장 접근성, 교통·주차의 편리성’, ‘신용(직불)카드 사용 가능 여부’ 등은 불만족 비중이 압도적으로 더 큰 것으로 나타남

표 4. 수산시장 방문 시 요인별 중요도-만족도

(단위: %)

구분	중요도			만족도		
	중요함	보통	중요하지 않음	만족	보통	불만
수산물의 판매가격 수준	83.4	14.7	1.9	42.3	43.5	14.2
수산물의 품질과 신선도	90.7	8.0	2.3	70.0	25.6	4.4
수산물 취급 시 위생·안전관리	87.4	11.5	1.1	21.4	54.7	23.9
수산물 포장 및 판매단위	64.0	32.9	3.1	30.5	55.4	14.1
가격, 원산지, 자연산·양식산 표시의 투명성	79.1	18.6	2.3	24.0	51.6	24.4
수산물 취급품목의 다양성	63.6	32.6	3.8	68.8	27.2	4.0
상인 친절도와 서비스(덤, 에누리)	63.1	33.5	3.4	42.8	45.2	12.0
시장 접근성, 교통·주차 편리성	79.9	18.0	2.1	17.5	42.3	40.2
시장의 쾌적한 환경과 활기찬 분위기	66.6	29.3	4.1	41.5	44.2	14.3
신용(직불)카드 사용 가능 여부	73.3	22.9	3.8	23.5	42.4	34.1
주변 볼거리, 먹거리, 즐길거리의 다양성	60.8	33.1	6.1	44.0	46.6	9.4
개장시간(방문·이용)의 편의성	64.2	32.2	3.6	26.0	58.7	15.3

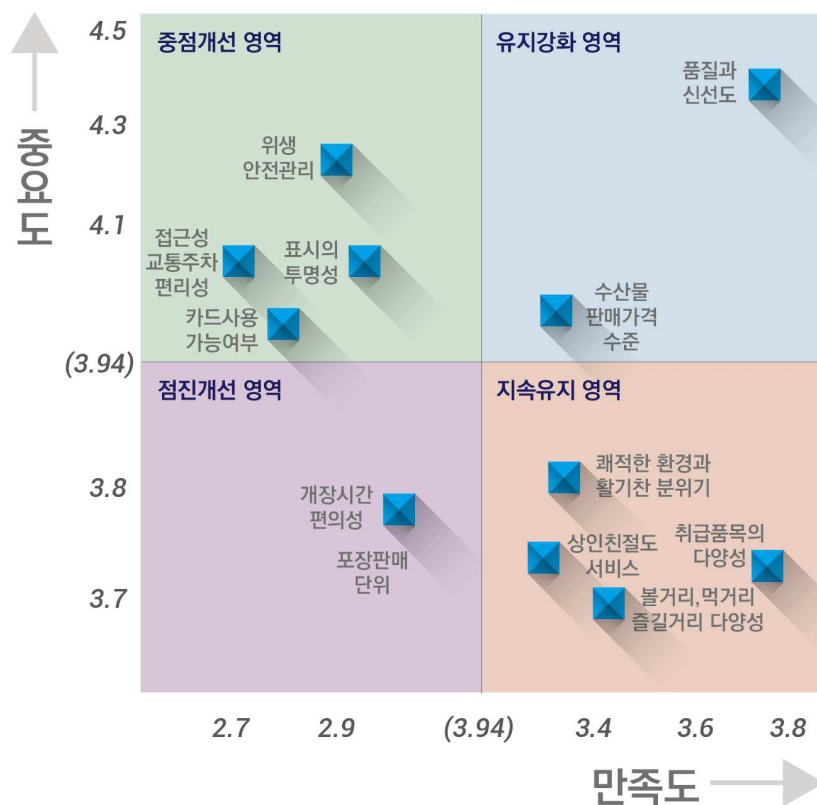
■ 중요도와 만족도가 높은 ‘품질과 신선도’, ‘수산물 판매가격’은 유지 강화하되, ‘위생·안전관리’, ‘가격·원산지의 표시 투명성’ 등은 중점 개선 필요

- 중요도와 만족도가 모두 높은 ‘품질과 신선도’, ‘수산물 판매가격 수준’에 대해서는 유지 강화, 중요도는 높지만 만족도가 낮은 ‘수산물 위생·안전관리’, ‘가격 등 표시의 투명성’, ‘카드사용 가능여부’, ‘접근성

및 교통·주차 편리성'에 대해서는 중점 개선이 필요함

- 한편, 만족도는 높지만 중요도가 낮은 '시장의 쾌적한 환경과 활기찬 분위기', '상인의 친절도와 서비스', '취급품목의 다양성', '볼거리·먹거리·즐거거리의 다양성'에 대해서는 지속 유지, 중요도 및 만족도가 모두 낮은 '수산물 포장·판매단위', '개장시간(방문·이용)의 편의성'에 대해서는 점진적인 개선이 필요한 것으로 나타남

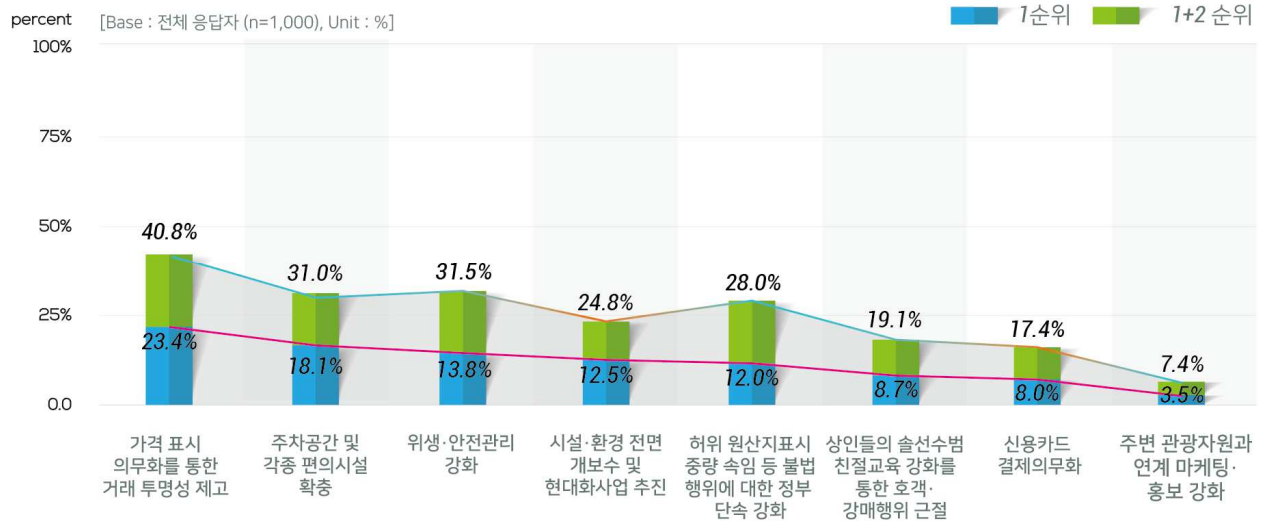
그림 5. 수산시장 요인별 중요도-만족도 분석결과



■ 「소매 수산시장 가격 표시제」, 국민 80%가 도입이 필요하다고 인식

- 수산시장의 판매가격에 대한 불신을 해소하고, 소비자 신뢰를 얻기 위한 방안으로서 수산물의 종류별로 당일 시세를 소비자들이 알아보기 쉽게 매장에 표시하는 '가격 표시제 도입'에 대해 '필요하다'는 응답이 전체의 80.1%로 나타남(보통이다 17.6%, 불필요하다 2.3%)
- 향후 수산시장의 개선과제에 대해서는 '수산물 가격 표시 의무화를 통한 거래의 투명성 제고'라는 응답이 가장 많았음. 그리고 '주차공간 및 각종 편의시설 확충', '수산물 위생·안전관리 강화', '허위 원산지 표시, 중량 속임 등 불법행위에 대한 정부 단속 강화' 등도 국민들은 중요한 개선과제로 인식하였음

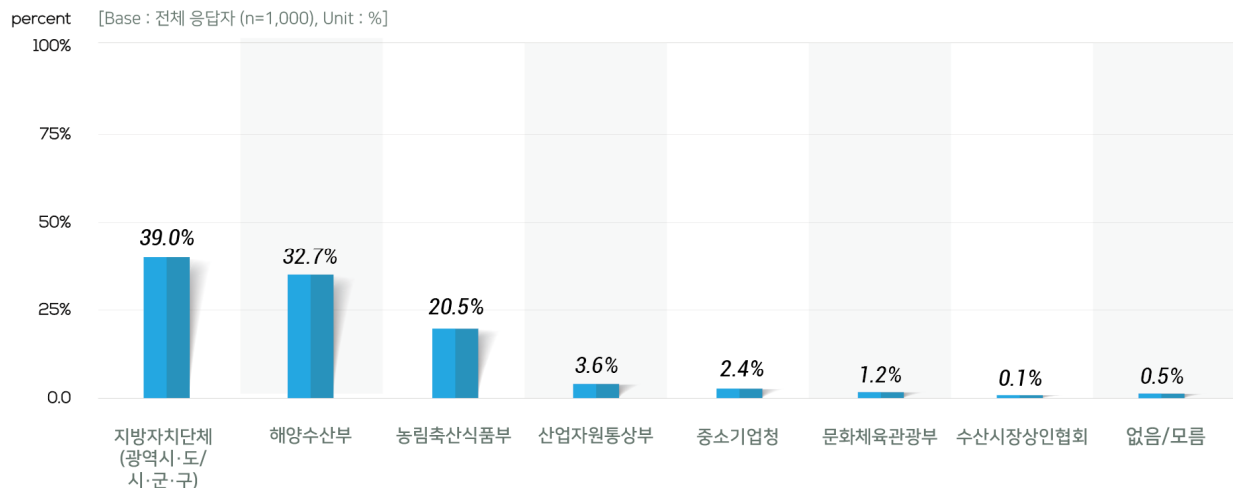
그림 6. 수산시장의 개선과제



■ 국민 상당수, 해양수산부가 수산시장 육성·지원해야 한다고 인식

- 수산시장의 경쟁력을 강화하기 위해 어떤 정부조직의 지원·육성이 필요하다고 보는지를 설문한 결과, ‘지방자치단체(시·도/시·군·구)’라는 응답이 전체의 39.0%로 가장 많았고, ‘해양수산부’라는 응답도 32.7%로 뒤를 이었음. 현재 전통시장 육성·지원 소관부처인 ‘중소기업청’이라고 응답한 비중은 2.4%에 불과하였음

그림 7. 수산시장 육성·지원을 주도할 정부조직에 대한 인식



수산시장, 위생관리에 필요한 시설과 해수공급시설 지원 시급

■ 대국민 인식조사와 별도로 수산시장 실태조사 결과, 시급히 개선해야할 현안 많아

- 전국 광역시·도별로 주요 수산시장 7개소²⁾를 방문하여 수산물 취급실태, 가격·원산지 표시, 상거래 및 시장환경 등에 대한 실태를 파악하였으며 시장 상인회 관계자들을 만나 현안을 청취하였음
- 대부분의 수산시장에서 수산물이 저온이 아닌 상온에 노출된 상태에서 판매되며, 냉장 쇼케이스나 얼음매대 등과 같은 저온유통기반이 미흡하여, 수산물 위생·안전관리 강화를 위한 시설지원의 필요성이 큰 것으로 조사됨. 또한 수산물 가격 미표시, 불합리한 수산물 중량 계측, 불결한 시장환경 등도 시급히 개선되어야 할 현안으로 조사됨
- 특히 많은 수산시장에서 해수 공급이 원활하지 못하거나, 인입시설이 노후화되어 교체가 시급한 것으로 조사되었음. 해수 인입시설 노후화로 시장마다 해수 공급과 관련된 유지관리비가 많이 들어 시장 상인회 운영에도 큰 부담으로 작용하는 것으로 파악됨. 수산시장 영업에 있어서 가장 중요한 것이 해수 공급임을 감안할 때 이에 대한 기초 실태조사와 정책 지원방안 마련이 시급함

표 5. 수산시장 실태조사 결과 및 주요 현안

구분	주요 내용
수산물 취급실태	<ul style="list-style-type: none"> · 수산물이 저온이 아닌 상온에 노출된 상태에서 취급·유통 · 냉장 쇼케이스를 이용한 위생관리가 미흡하고, 얼음도 없이 진열·판매하는 곳이 많은 실정 · 시장 인근 공터나 도로상에서 수산물을 건조하는 등 위생적인 건조시설이 부족 · 물기가 흥건한 시장 바닥이나 도로, 배수로에 수산물을 진열하거나 해동시키기 위해 방치하는 행위, 비위생적인 물, 칼, 도마, 수건의 사용 등 위해요인이 많은 것으로 조사
가격·원산지 표시	<ul style="list-style-type: none"> · 수산물 가격을 표시하지 않은 곳이 많으며, 표시를 했더라도 양식산 활어류에 한해 표시 · 수산물 원산지 표시는 의무화 이후 상당 부분 정착되어 가는 과정
상거래 및 시장환경	<ul style="list-style-type: none"> · 수산물 중량 계측 저울의 조작, 바구니 무게를 포함한 계측 등 불합리한 상거래 관행 · 폐기물, 쓰레기, 악취 등으로 시장 이미지를 저해하는 요인이 곳곳에서 발견
기타 현안	<ul style="list-style-type: none"> · 해수공급이 원활하지 않거나, 인입시설 노후화로 유지관리비가 많이 들어 상인 부담 가중 · 복잡하게 들어선 천막 난전(좌판) 정비, 수조시설 규격화·표준화 등 시장환경 개선 시급 · 제빙시설 부족으로 얼음을 비싸게 공급받는 실정 · 수산물 보관, 처리 등에 필요한 작업공간이나 공동물류창고 부족

2) 2017년 4~5월에 걸쳐 부산 자갈치시장, 인천종합어시장, 포항 죽도어시장, 강릉 주문진수산시장, 여수수산시장, 삼천포용궁수산시장, 서천수산물특화시장 7개소를 방문·조사하였음

■ 중소기업청의 전통시장 육성사업에도 불구하고, 수산시장에 차별화된 지원은 미흡

- 현재 전통시장 소관부처인 중소기업청에서는 전통시장 및 상점가의 활성화, 상업기반시설의 현대화, 시장경영 혁신 등 매우 다양한 영역에서 사업을 발굴하여 지원하고 있음
- 최근에는 전통시장에 대한 시설(hardware) 지원과 더불어 공동마케팅 지원, 상인교육, 청년상인 창업지원, 대학과의 협력 등 전통시장의 질적 수준을 높일 수 있는 프로그램(software)과 인력에 대한 지원도 추진 중임
- 그러나 해수·얼음 사용, 생물 취급, 품질·위생관리 등에 있어 일반 전통시장과 여건이 다른 수산시장의 차별성과 당면 현안을 고려한 지원사업은 미흡한 실정임. 해양수산부에서도 시장 관련 지원은 산지위판장, 도매시장 중심이며, 소매단계 수산시장에 대한 지원은 거의 없는 상황임

해양수산부 차원의 소매 수산시장 지원·관리 필요

■ 수산시장 대국민 인식조사 및 현장 실태조사 결과에 대한 시사점

- 국민들이 수산물을 구매할 때 전통(수산)시장을 이용하는 비중이 높고, 수산시장 판매 수산물의 품질과 신선도에 대해서도 긍정적으로 평가하고 있음. 향후 수산시장에서도 위생적으로 손질된 수산물을 소포장 형태로 판매하고, 품질·신선도의 우수성, 상품 구색의 다양성을 장점으로 삼아 다른 유통업체와의 차별성을 더욱 부각시킴으로써, 시장 활성화를 위한 생존전략을 모색해야 함
- 수산시장의 거래관행 및 가격결정 방식에 대한 국민들의 불신 문제를 더 이상 방치하지 말고 개선 방안을 시급히 마련해야함. 상거래에 있어서 가장 기본이 되는 가격을 소비자들이 불신하는 문제를 해소하기 위해서는 「소매 수산시장 가격 표시제」를 시급히 도입, 시범사업을 통해 단계적으로 확대해 나가는 방안을 마련해야함
- 향후 해양수산부에서 전국의 소매 수산시장에 대한 기초실태조사를 통해 시급히 개선되어야 할 현안을 발굴·지원해야함. 예를 들어 해수인입시설, 활어패류 수조시설, 냉장 쇼케이스, 위생적인 건조장 및 건조망, 얼음매대 등과 같이 수산시장에 필수적으로 요구되는 시설·장비를 중심으로 차별화된 정책 지원사업을 추진해야함
- 수산시장이 활성화되기 위해서는 수산물 판매라는 고유기능과 더불어 볼거리·먹거리·즐길 거리가 많은 국민들의 삶과 밀접한 휴식·관광공간으로 변모해야 함. 수산시장 전반의 시설과 환경을 개선하고, 위생·안전관리를 강화하는 등 젊은 소비층과 가족들이 안심하고 방문할 수 있는 ‘국민 수산시장’으로 탈바꿈하기 위한 범정부 차원의 지원과 산·학·연·정의 노력이 요구됨

■ 소비자 중심의 수산정책, 소매 수산시장 지원·관리부터 시작해야

- 수산업에서 차지하는 수산시장의 중요성을 감안할 때, 해양수산부 직제에 수산물 소매유통 업무를 신설하고 체계적인 관리를 위한 정책기반이 마련되어야 함. 현재 유통정책과 유통계에서 산지 위판장, 도매시장 업무를 전담하고 있는데, 수산물 유통정책의 원활한 수행을 위해서는 산지유통, 도매유통, 소매유통과 같이 업무가 세분화되고, 유통정책 기능이 강화되어야 함
- 2016년 시행된 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」³⁾에 의거, 해양수산부에서도 전통시장의 수산물 위생관리, 수산물 수요개발 및 소비촉진(동법 제50조) 등과 관련된 사업에 지원할 수 있는 근거를 이미 마련하였음
- 수산정책의 대상을 기존 공급자(어업인) 중심에서 소비자를 포함하는 국민적 관점으로 확대해야 한다는 논의는 많으나 정작 실행력을 갖고 추진되는 수산정책이 별로 없는 실정임. 향후 해양수산부 차원의 소매 수산시장 지원·관리는 소비자 중심 수산정책으로의 패러다임 전환에 있어서 첫 걸음을 내딛을 수 있는 좋은 사례가 될 것임
- 또한 기존 산지위판장과 도매시장 중심의 정책에서, 소매단계를 포괄하는 수산물 가치사슬(value chain) 전 영역을 관리함으로써 수산물 유통정책의 효율성 제고, 수산물 위생·안전관리의 내실화에도 크게 기여할 것으로 기대됨

3) 제36조(수산물 어획 후 위생관리 지원) ① 해양수산부장관과 지방자치단체의 장은 어획된 수산물의 위생관리 및 선도유지 등을 위하여 어획 후 위생관리에 대한 다음 각 호의 사업을 실시하여야 한다.

1. 어획 후 위생관리를 위한 어상자 등 기자재 및 시설의 개발·보급
2. 위판장, 수산물산지거점유통센터 및 소비지분산물류센터, 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」에서 정하는 도매시장·공판장 및 그 밖의 유통시설, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 정하는 전통시장 등에서의 수산물의 품질관리 및 위생안전 시설 확보
3. 수산물 위생관리를 위한 교육 및 홍보
4. 그 밖에 수산물 어획 후 위생관리를 위하여 해양수산부장관 또는 지방자치단체의 장이 필요하다고 인정하는 사업

② 해양수산부장관은 제1항에 따른 수산물 어획 후 위생관리를 위하여 필요한 시설 및 장비를 확충할 것을 수산물유통사업자에게 권고할 수 있으며, 이에 필요한 지원을 할 수 있다.

KMI 동향분석

구분	제목	발행일
제1호	한진해운사태로 부산항 환적물동량 연간 50만TEU 이상 줄어든 듯	2016.11.02
제2호	지진예측을 위해 해저활성단층 조사가 시급하다	2016.11.09
제3호	미 대선 결과에 따른 해운·항만·수산 부문 영향과 대응	2016.11.16
제4호	우리나라 선박의 28%, 고효율·친환경 선박으로 교체가 시급하다	2016.11.23
제5호	해운업 구조조정 지원, 정책금융 왜 실효성 없었나?	2016.12.01
제6호	해운의 산업적 특성을 고려한 새로운 해운금융 시스템 구축해야	2016.12.08
제7호	수산업·수산물, 식량부문의 4차 산업혁명 예고	2016.12.15
제8호	해운 얼라이언스 재편으로 부산항 환적물동량 추가 감소 우려	2016.12.26
제9호	해양수산정책, 국민경제 발전에 기여-해양수산의 성과와 과제	2017.01.04
제10호	해양수산과 국민경제 - '2017 KMI 해양수산 전망대회' 지상 중계 -	2017.01.11
제11호	중·일 해양경비력 강화에 따른 전략적인 대응 필요	2017.01.19
제12호	2016 유엔총회 결의, 한국 KMI의 역할 높이 평가	2017.01.26
제13호	연근해어업 생산량 92만 톤으로 추락, 특단의 자원회복 대책 필요	2017.02.01
제14호	빅데이터로 본 2016 해양수산	2017.02.08
제15호	對EU 수산물 수출, 환경인증제도 개발에 대비 필요	2017.02.15
제16호	남해 EEZ 모래채취 갈등을 수습할 공동연구와 대책이 시급	2017.02.22
제17호	아베 정권, 독도 침탈 노골화 - 초·중 '학습지도요령 개정안'에 독도는 '일본 고유 영토' 명기	2017.02.23
제18호	'전국 해양수산 가치 공유로 지역 상생발전시대 막 열어' 2017 전국 해양수산 대토론회 성황리에 개최	2017.03.02
제19호	동북아 허브경쟁력 강화 위해 부산항 LNG 방커링 터미널 구축 서둘러야	2017.03.15
제20호	2017년 중국 '양회', '해양강국' 건설 천명	2017.03.24
제21호	3대 얼라이언스의 체제 변화로 부산항 운영 비효율성 개선 시급	2017.03.31
제22호	우리 해운산업도 민간 협력 산업정책(Smart 산업정책) 적용해야	2017.04.07
제23호	국민 78.7% 해양수산에 '보통 이상의 관심', 국민 인식과 정책 수립, 함께 가야 : KMI, '전국' 규모의 '해양수산 국민인식조사' 첫 실시	2017.04.14
제24호	러시아 명태 비조각스 모델 우리 수산업의 새로운 활력 기대	2017.04.19
제25호	어린 물고기를 살릴 자혜로운 소리로 국민이 수산자원관리를 주도해야	2017.04.21
제26호	블록체인 기술 적용으로 컨테이너 화주의 비용 20% 절감 가능	2017.04.28
제27호	국내 크루즈시장 체질개선 시급	2017.05.04
제28호	항만도시 미세먼지 대책 수립 시급	2017.05.18
제29호	中 알다릴로 글로벌 SCM 구축을 통한 중국식 세계화 전략 본격화	2017.05.25
제30호	새정부의 해양수산 일자리 창출 방안	2017.06.01
제31호	4차산업혁명의 침범! 로봇·스마트 항만이 현실로... - 한국, 완전무인자동화 항만 세계 흐름을 따라가야 -	2017.06.07
제32호	60돌 맞은 원양산업, 원양어업 재건을 위한 특단 대책 필요	2017.06.14
제33호	'여객 안전'과 '일자리 창출' 위해 연안여객 운송의 대중교통체계 편입 필요	2017.06.21

URL : <http://www.kmi.re.kr/web/trebook/list.do?rbsIdx=273>