

2017
제4호

발간년월 2017년 9월(통권 제4호) 주 소 49111 부산광역시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동) 발행인 양창호
감 수 하동우 인포그래픽 김태한 발행처 한국해양수산개발원 자료문의 정책동향연구본부 동향분석실
홈페이지 www.kmi.re.kr 이 보고서의 내용은 본원의 공식적 견해가 아닙니다.

[현안연구보고서]

수산시장의 소비자 신뢰 제고를 위한 정책 지원방안 연구

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

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

수산물을 소매로 판매하는 수산시장은 수산물의 최종 소비처이자 소중한 관광자원으로서 수산업에 대한 대국민 이미지 형성에 있어 매우 중요한 역할을 수행하고 있다. 그러나 지금까지의 수산정책과 연구는 산지위판장과 도매시장 중심이었고, 정작 국민 삶과 직결되는 소매단계 수산시장에 대한 관심과 지원은 미흡하였다. 이에 한국해양수산개발원(KMI)에서는 수산분야에서는 처음으로 소매단계 수산시장의 실태를 파악하고 정책대안을 마련하는 연구를 수행하였다.

2015년 기준 전국의 전통시장은 1,530개소이며, 이중 수산시장으로 분류될 수 있는 곳이 58개소로 조사되었다. 주요 수산시장에 대한 실태조사 결과, 수산물 위생·안전관리에 필수적인 냉장 쇼케이스나 얼음매대 등 저온유통기반이 크게 부족하였다. 또한 젊은 층, 가족단위 방문객이 즐겨 찾기에는 편의시설이 많이 부족했으며, 수산시장의 특수성을 반영한 차별화된 정책지원도 미흡하였다. 특히 수산시장 영업에 있어 가장 중요한 해수 공급조차 원활하지 못하거나, 인입시설이 노후화되어 교체가 시급한 것으로 나타났다. 대국민 인식조사에서는 수산물 거래 시 체감을 주고 구매하였는지에 대한 소비자 불신이 매우 컸으며, 수산시장 내 각종 편의시설 부족, 위생·안전관리 취약, 시장의 낙후성 등에 대한 부정적 인식도 큰 것으로 조사되었다.

이번 연구를 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 위한 생존전략을 모색해야 한다. 둘째, 수산시장 거래에 대한 소비자 불신을 해소하기 위해 「소매 수산시장 가격 표시제」를 시급히 도입해야 한다. 셋째, 해수 공급시설, 냉장 쇼케이스, 얼음매대, 활어수조, 건조시설 등 수산시장 영업에 필수적인 시설·장비를 중심으로 일반 전통시장과는 차별화된 정책지원이 필요하다.

수산물시장의 활성화 및 다양한 현안 해소를 위해서는 해양수산부의 수산물정책에 소매 수산물시장 지원·관리 기능이 추가되어야 할 것이다. 수산업에서 차지하는 수산물시장의 중요성을 감안할 때, 해양수산부에 수산물 소매유통 업무를 신설하고 체계적인 관리를 위한 정책기반을 마련해야 한다. 해양수산부가 소매 수산물시장 관리 정책을 추진하는 것은 소비자 중심 수산물정책으로의 패러다임 전환에 있어서 첫 걸음을 내딛는 계기가 될 것이다. 또한 기존의 산지위판장과 도매시장 중심의 정책에서, 소매단계를 포괄하는 수산물 가치사슬(value chain) 전 영역을 관리함으로써 수산물 유통정책의 효율성 제고, 위생·안전관리의 내실화에도 크게 기여할 것으로 기대된다.

수산정책 · 연구의 사각지대에 있는 소매단계 수산시장

■ 활기찬 수산시장, 수산업의 가치와 중요성을 일깨워주는 홍보대사

- 바닷가나 도시에 위치한 수산시장은 신선한 제철 수산물과 색다른 볼거리를 제공하는 등 지친 현대인들의 삶에 활력을 주는 매력적인 공간임
- 일반 국민들이 수산시장을 방문하지 않고서는 특별히 수산물에 대한 정보나 관심을 가지기가 쉽지 않으며, 따라서 전국의 수산시장이야말로 우리나라 ‘수산업’, ‘수산물’의 가치와 중요성을 국민들에게 일깨워주는 대표 홍보대사라 할 수 있음

■ 전국 수산시장, 몇 개소나 되는지 기초적인 실태조차 파악되지 않아

- 수산시장의 중요성에도 불구하고, 지금까지 수산정책과 연구는 산지위판장과 도매시장에 국한되었음. 수산물 위생·안전관리, 시설현대화, 거래제도 등 수산물 유통과 관련된 모든 정책적 접근이 산지위판장과 도매시장 중심이었으며, 소매단계의 수산시장에 대한 관심은 크게 부족하였음. 사실상 소매단계의 수산시장이 수산정책의 사각지대에 놓여 있었다고 해도 과언이 아님
- 이에 따라 전통시장 중 수산시장을 어떤 기준으로 정의할 것인지, 전국에 수산시장이 몇 개소나 되는지, 수산시장의 시설, 수산물 취급관리 등 가장 기초적인 실태조차 파악되지 않고 있음
- 특히 비위생적인 수산물 취급, 식품 안전사고, 저울눈금 및 원산지 속임, 가격 부풀리기, 어종 둔갑, 과도한 호객행위 등 수산시장의 부정적 이미지가 언론을 통해 수시로 보도되고 있음
- 이와 같은 고질적 문제는 수산시장에 대한 불신에 더해, 수산업에 대한 이미지를 저해하는 요인으로 작용하고 있음

■ KMI, 처음으로 소매단계 수산시장 실태 파악을 위한 현안연구 수행

- 이에 한국해양수산개발원(KMI)에서는 『수산시장의 소비자 신뢰 제고를 위한 정책 지원방안 연구』를 통해 처음으로 소매단계 수산시장의 전반적인 실태를 파악하고 정책 지원방안을 검토하였음
- 이 연구를 통해 전국 수산시장 현황, 수산시장의 수산물 거래실태와 문제점, 수산시장에 대한 국민들의 이용실태 및 인식, 시장 활성화를 위한 정책 지원방안 등을 제시하였음

전국 전통시장 1,530개소 중 수산물시장은 58개소로 조사

■ 전국의 전통시장 1,530개소, 지원·관리는 중기청과 지자체가 수행

- 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 전통시장은 “자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의하여 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호 신뢰에 기초하여 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소”로 규정하고 있음
- 소상공인시장진흥공단에 따르면 2015년 기준으로 전국의 전통시장은 총 1,530개소로 파악되며(무허가 불법영업 시장 제외), 연간 총매출액은 21.1조 원 수준임(대형마트 48.6조 원)
- 전통시장에 대한 소관부처는 중소기업청이며, 특별법에 따라 중소기업청장과 지방자치단체의 장은 시장의 등록여부, 개설주기와 주체, 상권의 범위 및 특성에 따라 시장을 체계적으로 육성하여야 함을 명시하고 있음. 그리고 시장의 개설·관리·운영은 시·군·구의 조례로 정하도록 규정하고 있음

■ 전국의 수산물시장은 42개소, 보다 광범위한 기준 적용 시 58개소로 집계

- 현재 일반적으로 지칭되는 ‘수산물시장’, ‘어시장’을 법적으로 정의하는 법률은 없음. 따라서 전국의 전통시장 가운데 어떤 시장을 수산물시장으로 분류할 것인지에 대한 기준 설정이 필요함
- 첫째, 시장의 명칭에 ‘수산물’, ‘수산물’, ‘어(魚)’, ‘건어물’, ‘젓갈’ 등의 용어가 포함되어 명확하게 수산물시장으로 인식되는 곳은 시장규모나 점포 유형별 비중과 관계없이 수산물시장으로 분류하였음. 소상공인시장진흥공단으로부터 전국 전통시장 목록을 협조 받아 집계한 결과, 전국적으로 이러한 시장은 33개소 정도로 파악됨
- 둘째, 시장명칭에 수산물을 지칭하는 용어가 포함되어 있지 않지만(예: 부산 자갈치시장), 해당 시장 내에 수산물 판매점포수가 전체 점포 수의 50%가 넘는 곳은 수산물시장으로 간주하였음. 이때 9개소가 추가적으로 분류되어 첫째, 둘째 기준을 포괄하면 전국의 수산물시장은 42개소로 집계됨
- 참고로 수산물 판매 점포 수 비중을 50%가 아닌 30%로 설정하고, 수산물 점포 수가 최소 30개소 이상인 전통시장이 전국에 16개소가 있음.¹⁾ 이를 포함할 경우 전국의 소매 수산물시장은 총 58개소로 집계됨
- 전통시장에 농·축·임산물, 가공식품, 가정용품, 음식점 등 매우 다양한 업종이 있음을 감안하면, 수산물 점포 비중이 최소 30%를 넘는 시장도 수산물 판매에 비교적 특화된 시장으로 볼 수 있음

1) 신중부시장(서울, 45.1%), 충무동해안시장(부산, 35.5%), 자갈밭시장(부산, 45.7%), 남광주시장(광주, 30.7%), 광주 양동시장(광주, 30.0%), 광천전통시장(홍성, 31.1%), 신영시장(군산, 33.6%), 강진읍시장(강진, 36.7%), 나주목사고을시장(나주, 38.2%), 청호시장(목포, 44.0%), 벌교매일시장(보성, 34.4%), 아랫장(순천, 38.0%), 지도시장(신안, 39.7%), 해남읍 5일시장(해남, 46.6%), 서호시장(통영, 30.7%), 제주시동문재래시장(제주, 37.2%)

표 1. 전국의 소매 수산물시장 현황(2015년 기준)

구분	지역	주요 내용
시장명칭 기준 (33개소)	서울 · 인천 · 경기	청량리수산물시장 · 마포농수산물시장(서울), 종합어시장(인천), 오이도종합어시장(시흥), 소래포구종합어시장 · 소래어시장(인천) 1)
	강원	주문진건어물시장 · 주문진수산물시장(강릉), 속초종합중앙시장(속초관광수산물시장 포함, 속초)
	충청	강경젓갈시장(논산), 서천수산물특화시장(서천), 안면도수산물시장(태안),
	부산	부전농수산물새벽시장, 광안어패류시장, 민락어패류시장, 민락회타운시장, 건어물시장, 신동아수산물종합시장,
	대구 · 울산 · 경상	서문시장건해산물상가(대구), 대송농수산물시장(울산), 죽도어시장(포항), 마산어시장 · 정주새어시장(창원), 삼천포용궁수산물시장(사천)
	광주 · 전라	양동건어물시장 · 양동수산물전통시장(광주), 군산수산물종합센터(군산), 목포종합수산물시장(목포), 선어시장 · 여수수산물특화시장 · 여수수산물시장 · 해안로건어물상가시장(여수)
	제주	제주동문수산물시장
전체 점포수 대비 수산물 판매 점포수 기준 (50% 이상 시장, 9개소)		중부시장(서울, 56.4%), 다대썩파크(부산, 66.1%), 민락씨랜드시장(부산, 82.6%), 자갈치시장(부산, 87.8%), 칠성진시장(대구, 50.0%), 영산포풍물시장(나주, 60.2%), 노화읍 5일시장(완도, 63.6%), 진도상설시장(진도, 61.1%), 북평면 남창 5일시장(해남, 81.2%),

주 1) 소래포구종합어시장, 소래어시장은 소상공인시장진흥공단의 전통시장 목록에서 제외되어 있으나 수도권에서 비교적 큰 시장이므로 본 연구에서는 별도로 포함하였음. 이와 같이 좌판(노점) 등 무허가 불법영업을 하거나, 상인회 미조직, 지자체 실태조사 비협조 등으로 공식적인 전통시장 목록에서 제외된 곳이 다수 있음

자료 : 소상공인시장진흥공단 제공자료(2017.6)

전국 수산물시장, 편의시설 크게 부족하고 정책지원 미흡

■ 젊은층, 가족단위 방문객, 외국인을 사로잡기에는 편의시설이 크게 부족

- 시장 명칭에 ‘수산물’ 관련 용어가 포함되거나, 수산물 판매 점포 비중이 50%를 넘는 전국의 수산물시장 42개소를 대상으로 시설현황을 파악한 결과, 대부분의 시장에서 고객지원센터, 공동화장실과 같은 최소한의 기반시설은 갖추고 있는 것으로 조사됨
- 그러나 종합콜센터, 아이를 동반한 가족방문객을 위한 유아놀이방, 고객휴게실, 물품보관함, 쇼핑카트, 외국인 관광객을 위한 안내센터 등을 구비한 시장이 많지 않음. 또한 수산물 처리·보관 등에 필요한 공동물류창고를 갖추지 못한 시장이 대부분이었음
- 이와 같이 수산물시장의 관광 상품화, 유통·물류의 효율성 제고, 상인들의 경영 편의 및 고객 편의를 위한 기반시설이 많이 부족한 것으로 조사됨

표 2. 각종 편의시설을 보유한 수산물시장 비중(2015년 기준)

(단위 : %)

구분	고객 지원 센터	공동 화장실	유아 놀이방	종합 콜센터	고객 휴게실	물품 보관함	쇼핑 카트	외국인 안내 센터	문화 교실	공동 물류 창고	전용 고객 주차장
보유 시장 비중	87.2	94.9	10.3	15.4	23.1	7.7	15.4	2.6	2.6	15.4	74.4

주 : 시장명칭에 수산물 용어가 포함된 시장 및 수산물 판매 점포 수 비중 50% 이상인 시장 42개소 대상 조사

자료 : 수산물시장 상인회 및 지자체 조사 결과(2017년 3월~6월)

■ 시장환경 개선 및 현대화 사업 추진에도 불구하고, 수산물시장에 특화된 지원은 미흡

- 전통시장 소관부처인 중소기업청에서는 전통시장 및 상점가의 활성화, 상업기반시설의 현대화, 시장경영 혁신 등 매우 다양한 영역에서 정책사업을 발굴하여 지원하고 있음
- 최근에는 시장의 시설(hardware)에 대한 지원을 지속적으로 추진하면서 공동마케팅 지원, 상인교육, 청년상인 창업지원, 대학과의 협력, 지역상품 전시회 등 전통시장의 질적 수준을 높일 수 있는 다양한 프로그램(software)과 인력에 대한 지원도 병행하고 있음
- 그러나 해수·얼음 사용, 생물 취급, 품질·위생관리 등에 있어 일반 전통시장과 여건이 다른 수산물시장의 차별성과 당면 현안을 고려한 지원사업은 거의 없는 실정임
- 해양수산부에서도 수산물 물류표준화 지원, 수산업 가치 및 소비촉진 제고, 수산물 유통시설 건립, 수산물시장 현대화 등 수산물시장과 관련된 사업이 있으나 대상이 산지위판장, 도매시장 중심이며, 소매단계 수산물시장에 대한 지원은 거의 이루어지지 않고 있음

비위생적 수산물 취급, 가격표시 미흡, 열악한 해수공급시설 등 시급히 개선해야할 현안 많아

■ 전국적으로 규모가 큰 수산물시장 7개소를 대상으로 현장 실태조사 실시

- 2017년 4~5월에 부산 자갈치시장, 인천 종합어시장, 포항 죽도어시장, 강릉 주문진수산물시장, 여수 수산물시장, 삼천포 용궁수산물시장, 서천 수산물특화시장 7개소를 대상으로 실태조사를 수행하였음
- 수산물 취급실태, 가격·원산지 표시, 상거래 현황 및 시장환경 등에 대한 실태를 조사하였으며, 시장 상인회 관계자들을 만나 관련 현안을 청취하였음

■ 수산물 위생·안전관리, 가격 표시, 시장환경 등에서 소비자 신뢰를 얻기에는 역부족

- 대부분의 수산물시장에서 수산물이 상온에 노출된 상태에서 판매되며, 냉장 쇼케이스나 얼음매대 등 저온유통기반이 미흡하여 위생·안전관리 강화를 위한 시설지원의 필요성이 큰 것으로 조사됨. 또한 수산물 가격을 표시하지 않아 소비자들이 제값에 수산물을 구매했는지에 대한 불신이 매우 크며, 불합리한 수산물 중량 계측, 불결한 시장환경 등도 시급히 개선되어야 할 현안으로 파악됨
- 특히 많은 수산물시장에서 해수 공급이 원활하지 못하거나, 인입시설이 노후화되어 교체가 시급한 것으로 조사되었음. 해수 인입시설 노후화로 시장마다 해수 공급과 관련된 유지관리비가 많이 들어 시장 상인회 운영에 큰 어려움을 겪는 것으로 나타남. 수산물시장 영업에 있어서 가장 중요한 것이 해수 공급임을 감안할 때 이에 대한 기초 실태조사와 정책 지원방안 마련이 시급함

표 3. 수산물시장 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 많음 • 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
주요 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

자료 : 전국 주요 7개 수산물시장 상인회 관계자 면담조사 결과(2017년 4월~5월)를 토대로 저자 작성

국민들도 수산물시장 즐겨 찾지만 거래에 대한 불신 생각보다 커

■ 국민 10명 중 3명은 한 달에 한 번 이상 수산물시장 방문

- 국민 1,000명을 대상으로 수산물시장 이용실태 및 인식을 조사한 결과, 국민 10명중 3명 정도가 한 달에 1회 이상 수산물시장을 방문하는 것으로 조사됨
- 수산물시장을 방문하는 이유로는 수산물 품질과 신선도의 우수함, 풍부한 볼거리와 먹거리, 수산물 구색의 다양성 등이 중요한 요인으로 도출됨

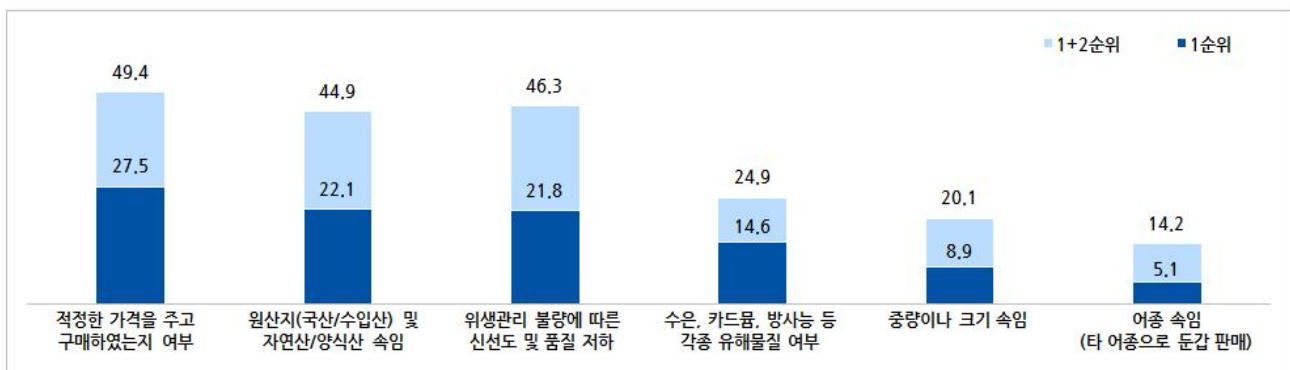
- 이는 국민들이 수산물시장을 즐겨 찾는 이유가 단지 저렴하다는 가격적 요인보다는 우수한 품질과 신선도, 여행·식도락 등 삶에서의 휴식공간으로서 중요성을 더 높게 평가하고 있음을 알 수 있음

■ 「소매 수산물시장 가격 표시제」, 국민 10명 중 8명이 ‘필요하다’고 인식

- 소비자들이 수산물시장에서 수산물을 구매할 때 가장 불안감을 느끼는 요소로 ‘적정한 가격을 주고 샀는지 여부’라는 응답이 가장 많았으며, 원산지 및 자연산·양식산 속임, 위생관리 불량에 따른 신선도·품질 저하, 방사능 등 각종 유해물질 여부, 중량 속임 등의 순으로 조사됨
- 특히 가격결정에 대한 신뢰도에 대해서는 ‘신뢰함’ 응답이 21.2%인 반면 ‘신뢰하지 못함’은 36.1%로 부정적 인식이 더 큼을 알 수 있음
- 수산물시장의 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

그림 1. 수산물시장에서 수산물 구매 시 불안 요소

(단위 : %)



자료 : 수산물시장에 대한 대국민 설문조사 결과(2017년 4월 12~18일, 국민 1,000명 대상)

수산물시장 현안을 해소할 수 있는 정책사업 발굴·추진 필요

■ 수산물시장 실태조사 및 대국민 인식조사에 대한 시사점

- 국민들이 수산물을 구매할 때 수산물시장을 즐겨 찾고, 수산물시장 판매 수산물의 품질과 신선도에 대해서도 긍정적으로 평가하고 있음. 향후 수산물시장에서도 위생적으로 손질된 수산물을 소포장 형태로 판매하고, 품질·신선도의 우수성, 상품 구색의 다양성을 장점으로 삼아 다른 유통업체와의 차별성을 더욱 부각시킴으로써, 시장 활성화를 위한 생존전략을 스스로 모색해야 함

- 수산물시장의 거래관행 및 가격결정 방식에 대한 국민들의 불신 문제를 더 이상 방치하지 말고 개선 방안을 시급히 마련해야 함. 상거래에 있어서 가장 기본이 되는 가격을 소비자들이 불신하는 문제를 해소하기 위해서는 「소매 수산물시장 가격 표시제」를 도입, 시범사업을 통해 단계적으로 확대해 나가는 방안을 마련해야 함
- 수산물시장이 활성화되기 위해서는 수산물 판매라는 고유기능과 더불어 볼거리·먹거리·즐길 거리가 많은 국민들의 삶과 밀접한 휴식·관광공간으로 변모해야 함. 수산물시장 전반의 시설과 환경을 개선하고, 위생·안전관리를 강화하는 등 젊은 소비층과 가족들이 안심하고 방문할 수 있는 ‘국민 수산물시장’으로 탈바꿈하기 위한 범정부 차원의 지원이 필요함

■ 기초실태조사 및 기본계획 수립을 통해 수산물시장에 특화된 정책사업 발굴 필요

- 소매 수산물시장을 해양수산부 정책영역에서 다루기 위해서는 시장에 대한 기초실태부터 파악해야함. 수산물시장별로 점포현황, 상품구성, 거래관행, 시설현황, 제반 시장환경, 당면 현안과 문제점 등이 매우 다양할 것으로 예상됨. 따라서 ‘소매 수산물시장에 대한 기초실태조사’를 추진하여 정책 지원방안 마련에 필요한 자료로 활용할 수 있어야 함
- 또한 「(가칭)소매단계 수산물시장 육성·지원 기본계획」을 수립하여 정책목표를 설정하고, 어떠한 추진전략과 세부사업을 통해 수산물시장에 대한 지원을 할 것인지에 대한 구체적인 실행계획과 로드맵이 마련되어야 함
- 본 연구의 수산물시장 조사결과를 고려할 때, 향후 해수인입시설, 활어패류 수조시설, 냉장 쇼케이스, 위생적인 건조장 및 건조망, 얼음매대 등과 같이 수산물시장에 필수적으로 요구되는 시설·장비를 중심으로 맞춤형 지원을 할 수 있는 정책사업이 발굴될 필요가 있음

해양수산부 정책영역에서 소매 수산물시장 지원·관리 시급

■ 수산물시장 지원을 위한 범정부 차원의 협력체계 구축 필요

- 전통시장의 시설과 환경을 개선하는 사업은 소관부처인 중소기업청에서 추진하되, 해양수산부는 수산물에 특화하여 위생·안전관리 강화, 거래의 투명성 제고, 수산물 유통의 효율성 제고 측면에서 차별화된 지원을 할 필요가 있음
- 이를 위해 2009년 문화체육관광부와 중소기업청이 부처 간 협력사업으로 「문화관광형시장 육성사업 업무협약」을 체결하고, 전통시장 살리기 사업에 협력한 사례를 참고할 필요가 있음

- 수산물시장의 수산물 위생·안전관리 문제는 특정 부처의 소관업무를 넘어서는 범정부 차원의 공동 대응이 필요한 사안이라는 점을 감안할 때 해양수산부, 중소기업청, 식품의약품안전처, 지방자치단체가 협력체계를 구축하여 공동 대응해 나가야 함

■ 해양수산부 조직개편을 통한 수산물 유통정책 기능 강화

- 수산업에서 차지하는 수산물시장의 중요성을 감안할 때, 해양수산부 직제에 수산물 소매유통 업무를 신설하고 인력이 확충되는 등 체계적인 관리를 위한 정책기반이 마련되어야 함
- 현재 수산정책관실 유통정책과 유통계(사무관·주무관 각 1명)에서 산지 위판장, 도매시장 업무를 전담하고 있는데, 수산물 유통정책의 원활한 수행을 위해서는 1개의 유통계가 전담할 것이 아니라 산지유통, 도매유통, 소매유통과 같이 업무가 세분화되고, 유통정책 기능이 강화되어야 함
- 2016년 시행된 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」에 의거, 해양수산부 장관과 지방자치단체의 장은 전통시장의 수산물 품질·위생관리, 수산물 수요개발 및 소비촉진(동법 제50조) 등과 관련된 사업에도 지원할 수 있는 근거는 이미 마련하였음

■ 소비자 중심의 수산정책, 소매 수산물시장 지원·관리부터 시작해야

- 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 수산물시장 지원·관리는 소비자 중심 수산정책으로의 패러다임 전환에 있어서 첫걸음을 내디딜 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, 위생·안전관리의 내실화에도 크게 기여할 것으로 기대됨

KMI 연구보고서

구분	제목	발행일
제1호	국내 해운금융의 한계 및 발전 방향	2017.09.07
제2호	한·투발루 협력증진을 위한 참다랑어 외해양식 투자의 타당성 분석	2017.09.08
제3호	물류전문인력, 일자리 창출 및 국가경쟁력 확보에 기여	2017.09.11