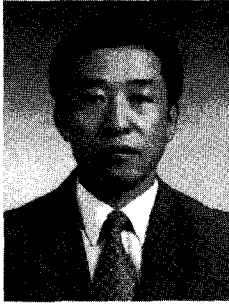




농산물 포장의 문제점과 개선점



농림부 유통정책과
사무관 박 백 화

'96년부터 유통시장의 개방으로 선진 유통기법을 가진 외국유통업체들의 국내 진출이 가속화 됨에 따라 국내 유통시장의 경쟁이 심화되고 있으며, 최근 정보통신기술의 발전은 농산물유통의 질적인 변화를 가져다 주고 있다.

이와 같은 유통환경의 변화속에서 우리 농업의 경쟁력을 제고시키고, 국민생활의 안정을 도모하려면 농산물 유통구조가 보다 선진화된 모습으로 탈바꿈 하지 않으면 안되게 되어있다. 정부는 그동안 수차례에 걸쳐 농산물 유통혁신을 위한 조치를 다각적으로 취해 왔었으나, 투자의 부족과 생산자·소비자·유통인들의 인식부족 그리고 이해관련 집단간의 갈등 등으로 인하여 아직도 "고비용·저효율"의 유통구조를 못 벗어나고 있는 실정이다.

막대한 예산과 시간이 투자되는 농업경쟁력 제고를 위한 구조개선 사업도 산지에서 소비지에 이르는 농산물 유통구조의 혁신 없이는 소기의 성과를 달성하기 어려우며, 더구나 소매유통단계에서 대형유통업체 등의 성장과 더불어 농산물의 유통경로가 기존 도매시장뿐만 아니라 물류센터, 직거래 등으로 다원화됨에 따라 각 유통경로간의 효율성 증진과 물류비 절감을 위한 농산물의 포장화 필요성 등은 더욱 증대되고 있다.

이를 위해 산지에서부터의 선별·포장으로 규격 출하함으로써 물류비를 절감하여 생산자는 제값을 받을 수 있고, 소비자는 고품질의 안전 농산물을 공급받을 수 있는 체계구축이 절실히 요청되고 있어, 농산물 포장실태와 문제점을 파악하고 포장화 추진방안과 개선점 및 유통합리화대책을 알

아보고자 한다.

1. 농산물 포장화 실태

'97년에 조사된 우리나라 농산물 물류비는 약 6조 2천억 원으로서 전체 유통비용의 32%를 차지하며 국가물류비의 경우 전체 GDP 대비 16%인 점을 감안할 때, 농산물의 물류효율이 상대적으로 취약함을 보여 주고 있다.

정부에서는 물류효율화를 기하기 위하여 '95년도에 단위화물 적재시스템(ULS) 통칙에 의한 국가표준파렛트(1,100×1,100mm)를 제정하고, 이에 맞도록 농산물 표준출하규격을 '98년말까지 124개품목(387개 규격)을 정비하였으며, 이 규격에 맞도록 포장출하 하는 생산자조직에 포장재비를 지원하며, 포장화를 유도한 결과 사과, 배, 단감, 감귤 등 과실류와 오이, 토마토, 상추 등 일부 시설채소류는 90% 이상을 포장 출하하고 있으며, 주로 사용하고 있는 포장재는 골판지 상자이다.

그러나 아직도 엽채류중 배추(9.6%), 대파(0.0%)와 근채류중 무(4.3%), 과채류중 수박(6.1%) 등은 관행 거래방식을 탈피하지 못하고 있어, 포장화율이 10% 미만에 머무르고 있으며, 이들 품목에 사용되는 포장재도 PE대 또는 PP대로서 표준규격에도 맞지 않는다.

국민생활수준 향상에 따라 꽃 소비가 증가하면서 화훼류의 포장화율이 향상된 것은 주목할 만 하며, 양곡류는 '98년말 기준 설치가동중인 미곡종합처리장(301개소)에서 거의 포장출하하고 있고 쌀의 경우 80% 이상은 20kg 단위

◎ 주요품목별 포장화율 <골판지포장·합성수지포장·그물망포장등 일체포함> ('98년말 현재)

과 실 류	과 채 류	엽 채 류	근 채 류	화 훼 류
단감 100	참외 99.5	상추 98.9	감자 98.4	백합 93.6
배 98.8	오이 98.6	시금치 81.5	당근 93.5	장미 66.7
사과 96.8	토마토 99.1	양배추 70.4	마늘 69.3	카네이션 66.6
감귤 92.4	딸기 59.69	배추 9.6	양파 60.4	국화 57.4
포도 66.8	수박 6.1	대파 0.0	무 4.3	

(크라프트지대)로 유통되며 보리, 잡곡류는 500g-4kg 단위로 PE대에 포장유통되고 있다.

◎ 양곡류 유통실태

쌀	보리, 잡곡
40kg(PP대), 20kg(크라프트지대), 10kg(크라프트지대), 8.5kg, 4kg(PE대, 크라프트코팅지대)	4kg, 1kg, 800g, 500g(PE대)

2. 농산물 포장의 문제점

농산물은 공산품과 달리 포장화가 어렵고 유통비용이 많이 발생하는 구조적인 제약요인을 안고 있다.

품종이 다양하고 재배방법, 생육조건 등에 따라 품질이 고르지 않아 지속적인 균질품 생산·공급이 어려우며, 선별·포장방법이 다르고, 수분율이 높은 생물이기 때문에 부패·변질이 쉬워 유통과정에서 감모나 폐기가 많이 발생하고, 부피가 크고 무거워 수송·보관·하역 등의 표준화·기계화가 어렵다.

또한 농산물은 계절별로 생산되나 소비는 연중 계속 이루어지므로 수확기와 단경기에 따라 수급불안 요인이 상존하고 있어 계획적이고 안정적으로 농산물을 공급하기가 힘들다.

그동안 농산물 포장화의 필요성 등에 대한 지도·홍보와 정부지원 등에 힘입어 많은 개선이 있었다고는 하나, 아직도 미흡한 점이 많다.

정부가 권장하는 농산물 표준출하규격의 포장재 종류는 품목에 따라 다양하게 정하였는데, 골판지상자가 주종을 이루며 플라스틱, 스티로폴, PE·PP·지대, 그물망 등이 있으며 재래방식에 의한 포장으로 목상자나 끈으로 단을 묶어 거래하는 경우도 있다.

주포장재인 골판지포장의 경우 파열강도, 압축강도, 발수도 등은 품목별 특성에 따라 정하였으나, 포장재의 질이 낮은 저급품을 사용하거나, 취급부주의 또는 상자의 날개를 세워 비규격 포장출하를 함으로써 유통과정에서 상자가 터지거나 압상 등으로 품질을 손상하는 예도 적지않다.

플라스틱 상자나 스티로폴 상자는 상자가 파손될 때까지 수차례 재사용은 가능하나 회수처리가 되지 않으면 환경을 오염시키게 되며, 골판지상자의 경우 출하자의 표시사항이 명시되어 있고, 상자파손 등으로 1회 사용에 그쳐 포장재비가 많이 소요되어 출하자들의 경제적 부담은 있으나, 재생지로 회수되어 재활용이 가능하므로 환경오염원이 되지 않는 유리한 점도 있다.

또한 골판지포장은 보온·보습성이 있어 상품성을 유지시켜 줌으로써 오랫동안 신선도를 유지할 수가 있고 유통기간이 길어지는 등 잇점이 있어 생산자는 제값을 받을 수 있으며, 소비자는 고품질 농산물을 공급받을 수 있는 포장재료로서의 적합성이 있다.

농산물의 품위유지를 위해서는 상자에 인쇄하는 색도가 단조로울수록 인쇄시 골판지 압축을 덜 받게 되어 상자가 골이 견고하게되나, 최근에는 상품 선전·광고에 관심이 많아지면서 농산물의 브랜드를 등록하고 포장디자인도 다양하게 인쇄하여 외국농산물에 비하여 손색이 없을 만큼 제작·유통하는 것도 있지만, 아직도 인쇄의 미려성 등이 떨어지거나 미흡한 점들이 많은 것이 사실이다.

배추·무 등 일부 채소류와 기타 농산물의 포장화가 안되는 이유는 산지에서 발매기(80%이상) 거래가 많이 되는 품목들로서 생산자는 포장화에 무관심하고, 유통종사자들은 비포장으로 거래했을 때 보다 유통마진이 적고, 포장재비 및 노력을 투자한 만큼 이익보장이 안되, 포장출하를 기피하고 있으며, 소비자들도 오랜 거래관행과 상호 불신풍조

◎ 농산물 브랜드 현황('98 현재)

구 분	계	채소류	과실류	특작류	곡류·서류	화 획	공 통
계	2,197	972	548	277	288	40	78
등 록	225	48	58	20	48	-	51
미등록	1,972	924	490	257	234	40	27

등으로 포장상품을 확인 구매하려는 습관이 있어 포장화 정착에 애로가 많으며, 이로 인해 소비지 도매시장 쓰레기발생 증가, 악취발생 등 시장환경 악화, 불필요한 운송비 지출 등 국가경제적인 손실도 많다.

3. 농산물 포장화 촉진방안

농산물 표준출하규격(124개품목)을 '98년말까지 단위화물 적재시스템(ULS)에 맞도록 정비(387개규격)하고, 공영도매시장에 출하하는 포장농산물과 비포장 농산물의 차별화 방안을 다음과 같이 강구하여 추진키로 하였다.

- 쓰레기 유발부담금 대폭인상, 행위부담금과 다듬기·재포장 금지
- 규격포장품과 비규격품의 출하 장려금 차등지급
- 표준규격 출하자에게 포장재비 지원단가 인상 : 350 → 600원/매
- 공영도매시장 하역료 부담주체 조정
 - 규격포장 출하시 도매법인 부담, 비포장 출하시 출하주 부담
- 규격포장품에 대한 우대조치 : 경매순서·장소·시간대 우대

또한 비포장품에 대한 공영도매시장내 반입제한 조치로 ('99년) 마늘 → (2000년) 월동배추 → (2001년) 무·배추·파 등에 대한 포장화를 단계적으로 유도할 계획이다.

이를 뒷받침 할 수 있는 지원사업으로 농산물 포장재비 지원확대 및 지원방식을 개선하여 추진토록 하고 있다.

포장재비 지원 방식도 표준출하규격의 사용시 지원을 중단토록하고, 생산자 조직을 평가하여 우수조직에 우선 지원토록하여 사업성과를 높이도록 하였으며, 보조 사업과 관련, 용자사업을 연계 지원하여 사업효율성을 높여 나갈 계획이다.

또한 표준규격품에 대한 소비자 품질평가를 강화하여 소비자 피해를 줄여 나가도록 하고, 농산물 표준출하규격집을 다양하게 제작·보급하고, 농업 등에게 교육·홍보를 강화하여 생산자 및 유통종사자의 적극적인 참여를 유도하기로 하였으며, 수송·보관을 겸용 할수있는 포장방식 개발 보급과 물류표준화 모델 등을 개발, 활용토록 하고, 현행 농산물 출하형태와 포장화 방법 등에 대한 농산물 표준규격 출하시범 사업을 실시하여 포장을 촉진하고 유통현대화를 위한 지속적인 노력을 경주하여 나갈 것이다.

4. 농산물 포장화 개선점

농산물 포장의 문제점에서 언급한 사항을 중심으로 개선점을 열거해 보면 다음과 같다.

첫째, 농산물의 오랜 거래관행을 타파하고 포장화율이 저조한 품목을 규격포장 출하하도록 모든 사람들의 의식개혁이 필요하다.

개혁은 각자의 마음에서 스스로 일어나야 가능한 것이므로 농산물을 생산하여 소비자에 이르는 동안 여러 유통단계를 거치게 되고 그곳에 종사하는 사람들마다 이익(거래마진)을 챙기고자 한다.

	규격출하 포장재비 지원			포장개선 지원사업			
	사업비	사업단가	국고지원율	사업비	사업지역	지원단가	기 타
'98	144억원	513원/매	20%	15억원	수도권 3개 공영도매시장	350원	-
'99	376	700	30	60	전국공영시장 농협물류센터	600	파렛트 이용료 지원

유통마진은 포장이 되지 않고 비규격으로 매매되거나 거래상황이 투명하지 못한 품목일수록 많다. 즉 이들 품목은 유통종사자들의 이익만 커지고 생산자는 제값을 못 받고 소비자는 비싼 값에 구매하게 된다. 그러므로 무, 배추, 파 등 포장화율이 저조한 품목의 포장화 촉진을 위하여 정책자금지원, 포장품과 비포장품의 우대 및 제재조치를 병행 실시하는 등 다각적인 포장화 시책을 강구하고 있으나, 정부의 지원만으로는 불가능하다. 생산자는 균질품을 지속적으로 생산·공급하려는 품질관리정신, 유통종사자는 공정거래 질서를 유지하려는 동참의식, 소비자는 비규격·비포장품에 대한 감시 및 신고정신 등이 필요하다.

둘째, 시·군단위 농산물 공동브랜드화 정착으로 건본·통명거래를 활성화하여야 한다.

농산물도 상품화 하기 위해서는 포장이 되어야 한다. 농가단위 또는 소규모 생산자조직 명의로 소량 출하되는 것은 지속적인 대량유통이 곤란하므로 도매시장 등에 거래될 때 견본만 보고서도 거래가 가능하며, 상품명만 듣고도 주문이 가능하도록 속박이 등을 근절시키고, 자체 품질관리를 철저히 하여 그동안의 불신풍조를 깨끗이 씻어내는 자정 노력으로 자기지역 고유상품의 브랜드 명성을 되살리도록 총 매진해야 할 것이다.

셋째, 표준패킷에 의한 하역기계화가 가능토록 규격포장 출하하여 물류효율성을 높여야 한다.

노동력 부족과 교통체증, 노령화 등으로 물류환경이 악화되고 있으므로, 농산물의 경쟁력을 강화하고 유통비용을 절감하기 위해서는 단위화물적재시스템(ULS)에 맞도록 시설·장비를 표준화하여 하역기계화가 필요하며, 이를 위해서는 규격포장화가 선행되어야 일관수송체계 구축 등이 가능하게 된다. 이외에도 수송·보관용 포장방법이나 예냉, 저온보관, 저온수송차량에 적합한 신기능성 포장재 개발 등이 새로운 정책 과제로 연구 검토되고 있다.

5. 농산물 유통합리화 대책

그동안 농산물 유통합리화를 위한 각 분야별 개선대책을 수립하여 추진하고 있으며, '99년도 추진해야할 주요과제 항목만을 몇 가지를 열거하면 다음과 같다.

○ 산지농협 합병을 통하여 유통사업을 전문화·규모화하고 생산단계에서부터 품종통일과 품질관리를 강화한다.

○ 산지에서부터 유통단계 축소와 물류비 절감 등 유통혁신을 이끌 수 있도록

○ 산지유통시설확충 및 생산자조직을 육성한다.

- 농산물 포장센터를 산지에서 계약재배·선별·포장·직거래·수출 등의 기능을 수행하는 “농산물 산지유통센터”로 육성한다. ('99년 39개소)

- 농산물 간이집하장을 소규모 포장센터로 전환한다. ('99년 30개소)

○ 직거래 사업을 유형별로 내실화 하고 직거래 참여 주체에 대한 지원을 강화한다.

○ 농업인의 직거래 참여기회 확대 및 무점포 방식의 직거래제도 정착을 도모한다.

- 우편판매, 택배 등을 통하거나 인터넷의 직거래마당 등 유형별 내실화 도모 공영도매시장 및 공판장의 차질없는 건설과 도매유통 시설보완을 본격 추진한다.

○ 도매시장 거래제도개선과 고비용 구조를 타파하고 부조리 근절과 효율적인 유통시설로 전환한다.

○ 전자경매제 도입확대와 출하예약제 등 도매시장 정보화를 추진한다.

○ 농산물 포장화, 브랜드화, 패킷화로 물류비 절감과 건본·통명거래 기반을 구축한다.

○ 저온유통체계 구축으로 신선 농산물 공급토록 한다.

○ 산지가공공장 신규건립을 억제하고 신제품 개발가능 업체에 지원한다.

○ 농산물 안전성을 향상시켜 소비자 신뢰와 품질경쟁력을 제고시킨다.

○ 품질인증, 원산지관리강화 및 유전자변형농산물(GMO), 지리적표시등록제

등을 조기에 정착시키도록 노력하고자 한다.

이 모든 대책들이 좋은 성과를 거두기 위해서는 각 분야별 관계자와 유통종사 여러분들을 포함한 온 국민들의 적극적인 협조와 참여가 있어야만 가능하므로 많은 성원이 있으시길 기대하는 바이다.