



## 한국농수산물유통공사 신임 **윤정인 유통이사**에게 듣는다.

**Q** 한국농수산물유통공사가 흔히 농수산물 관련 품목들을 유통하는 회사로 알고 있는데요, 정확히 어떤 역할을 하는 회사입니까?

지난 1967년 농공병진(農工並進)의 정책에 따라 농어촌개발공사로 발족한 이래 그동안 농수산물 유통개선과 수급 및 가격안정 기능을 차질 없이 수행해 오는 등 우리나라 농수산물의 수출

과 유통을 통해 미래 농식품산업을 주도하고 있는 공기업입니다.

- 1967.12. 농공(農工)간의 격차 완화를 위해 「농어촌개발공사」로 발족
- 1978.08. 고추파동을 계기로 '농산물 가격안정사업단'을 설치
- 1986.12. 「농수산물유통공사」로 명칭 변경
- 1992.01. '무역사업단'을 출범시켜 수출진흥사업 본격 참여

- 2002.10. 농식품 전문 전시·컨벤션시설인 'aT 센터' 개장
- 2008.01. 식품산업 육성 및 한식 세계화 업무 수행
- 2009.10. 농수산물 사이버거래소 개장
- 2011.01. 국가 곡물조달사업 추진
- 2012.01. 「한국농수산물유통공사」로 명칭 변경

한국농수산물유통공사는 영어약자로 aT(Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation)라 불리고 있으며, 현재 관리, 수출, 유통, 신성장사업본부의 4개 본부 아래 18개 처·실·원·센터, 11개 국내지사와 10개 해외 지사로 구성, 총 612명의 인원이 근무하고 있습니다.

최근 농식품산업의 환경이 급변함에 따라 이에 대응하기 위해 aT는 적극적인 수출촉진과 식품산업 육성 등의 기능을 확대 하는 한편, 농수산물사이버거래, 국가 곡물조달시스템 구축 등의 신규사업 확충으로 국민에 신뢰받는 글로벌 농수산물 육성 전문 공기업이 되고자 노력하고 있습니다.

**Q** 농수산물의 가격은 다른 어떤 제품보다 변동이 심한데요. 특히 기상 재해 등으로 가격이 천정부지로 오르기까지 하면 서민들의 걱정은 이만저만 아닙니다. 국내 농수산물 수급 안정을 책임지는 곳에 한국농수산물유통공사가 아닐까 싶은데요. 농산물 수급관리 어떻게 운영되고 있습니까?

지난 한 해 기후변화에 따른 작황불안과 유통과정 상의 문제로 인한 농산물가격의 폭등은 농민과 서민경제에 많은 어려움을 야기하였습니다.

이를 계기로 농수산물 수급관리가 기존의 사후관리에서 탈피, 사전에 미리 예측하고 준비하

는 선제적 수급 대응시스템 구축의 필요성이 강하게 대두됨에 따라 aT는 올 1월에 수급정보 센터를 새롭게 신설하였습니다. 국민식생활과 연관이 깊은 주요 농식품의 종합 분석을 통한 현장 밀착형 수급동향 예측기능을 강화하여 수급 동향에 따른 조기대응시스템(ERS)을 도입하여 심각단계 시는 보관물량을 즉시 방출하는 한편, 수급부족 발생할 시에는 해외로부터 긴급 도입하여 국내 물가안정을 위한 단계별 조치를 취하도록 운영하고 있습니다. 특히 기후변화에 따라 수급불안 가능성이 높은 채소류의 수급안정을 위해서는 사전 수매를 통한 상시 비축과 소비자 가격인하를 유도할 수 있는 판매시스템 운영으로 가격안정을 도모해 나가고, 실수요자와 공급자 간 계약재배 형태의 다양한 예약거래제를 통해 가격변동 폭을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

또한 합리적 소비를 유도하기 위해 서민의 주요 관심품목에 대한 가격예측과 구매 포인트, 제철 농산물 정보 등을 담은 '알뜰 장보기 정보'를 주간단위로 전파하는 등 주부들이 필요로 하는 다양한 생활물가정보를 인터넷, SNS, 스마트폰 앱을 통해 전파해 나가고 있으며, 공사에서는 배추, 마늘 등 국내 수매품을 도매시장 및 대형유통점에 공급하고 건고추 등 정부 수입비축품에 대해서는 주당 방출물량을 확대하여 추석 성수기를 대비하고 있습니다.

**Q** 여러 가지 노력에도 불구하고 아직도 농산물 유통구조 문제가 자주 논란에 휩싸이고 있습니다. 무엇이 문제일까요?

농산물은 약간의 생산량 증감에도 가격진폭이 매우 크고, 유통단계(4~5단계)가 복잡하여 가격의 42.1%가 유통비용을 차지하고 있습니다.

유통비용의 절감은 거래제도, 거래관행의 개

선 등 지속적인 노력이 요구되는 사업으로, aT에서는 유통단계 축소를 위해서 직거래 활성화와 도매시장의 거래제도 개선을 통한 유통효율화 등에 역점을 두고 사업을 추진 중에 있습니다. 특히, 농산물의 직거래 활성화를 위해 운영하고 있는 농수산물 사이버거래소는 인터넷 상에서의 전자상거래를 활성화하여 유통비용을 절감함으로써 농수산물 유통구조를 개선하고자 도입한 것입니다.

사이버거래소 사업은 크게 B2B, B2C, 단체급식사업으로 분류됩니다. B2B(기업간전자상거래)는 생산자 조직과 소매유통업체·외식업체·가공업체·수출업체 간 대규모 인터넷 직거래를 통해 중간유통단계를 줄임으로써 유통비용을 대폭 절감하고 있습니다. B2C는 일반 소비자를 대상으로 농식품 전문 쇼핑몰을 운영함으로써 친환경·지역명품 농산물, 전통주 판로확대에 기여, 단체급식은 학교급식 식재료 전자조달 활성화를 통해 깨끗한 학교급식 계약문화 정착, 우수한 농수산물 식재료 공급, 급식업무의 효율성 제고 등에 기여하고 있습니다.

현재 사이버거래소에는 4,500여 판매사(급식업체)와 2,900여 구매사(학교)가 거래에 참여하고 있으며, 사이버거래실적은 2011년 당초 사업목표인 3,815원을 163% 초과 달성한 총 6,254억 원을 기록하였으며, 올해는 약 1조원을 목표로 하고 있습니다. aT는 앞으로도 농수산물 전자상거래를 가속화하는 한편, 유관기관과의 연계체계를 확립하여 공급업체 관리를 강화 하는 등 안전성 및 신뢰도 구축에도 힘쓰겠습니다.

**Q** 온라인 직거래장터 활성화를 위해 많은 노력을 기울인다고 들었습니다. 현재 온라인 장터는 어떻게 운영되고 있습니까?

온라인 Portal 방식인 싱싱장터는 전국의 지자체·생산자(단체) 등이 운영하고 있는 농산물

쇼핑몰을 소비자에게 효과적으로 홍보하고 인지도를 높이기 위해 온라인 상 한 곳에 모아 놓은 직거래 장터로 지난해 8월 오픈하였습니다. 현재 206개의 개별 쇼핑몰과 연결되어 있으며, 한 곳에서 86개 부류의 35,000여개 상품에 대한 지역별, 품목별 비교·검색을 할 수 있어 편리하게 구매 할 수 있는 온라인 공간입니다. 싱싱장터 개설 후 사이트에 링크된 전체 농산물 쇼핑몰의 평균 매출액은 전년대비 21.5% 증가하였습니다.

그러나 싱싱장터는 개별 쇼핑몰을 연결·안내하는 관문(Gateway) 기능에 중점을 두고 개발됨에 따라 소비자가 원스톱으로 쇼핑을 즐기는데 한계가 있어, 이러한 소비자 불편사항을 해소하기 위한 시스템 개편작업을 대대적으로 착수하여 향후 국내 대표 온라인 직거래장터로 변모할 계획입니다. 따라서 aT는 싱싱장터의 활성화와 매출증대를 위해 다양한 홍보 및 마케팅을 통하여 싱싱장터가 농업인들의 소득증대와 농산물 유통비용 절감뿐만 아니라 소비자 물가안정에도 기여할 수 있도록 하겠습니다.

**Q** 농산물유통의 중심역할을 수행하고 있는 도매시장은 현재 중앙과 지방시장 간의 격차, 노후시설, 산지집하능력 부족 등 여러 문제점이 제기되고 있습니다. 해결방안은 있습니까?

도매시장 활성화를 위해서는 무엇보다도 농산물 거래제도 개선과 시설현대화 노력을 지속적으로 추진해 나가야 할 것입니다. 현행 상장경매 위주의 경직된 거래방식에서 벗어나 예약형 정가수익매매, 전자거래, 견본거래 활성화로 유통효율성을 높여나가야 하며, 도매시장 현대화사업은 국고보조 30%, 융자 40%, 지방비 30%로 추진되고 있으며, 도매시장 개설자인 지자체를 대상으로 공모를 실시하여 시설과부족, 사업의지 등을 고려해 적정 사업자를 선정, 추진해야 합니다.

또한, 춘천도매시장 수탁관리 경험을 토대로 경영이 어려운 지방 도매시장을 대상으로 운영 개선 지도를 강화해 나가겠습니다. 2008년도부터 춘천도매시장의 관리업무를 수행한 결과 거래금액이 수탁 전 대비 2배 가까이 증가합니다.

공영도매시장 관리 모델을 만들어 부진도매 시장에 대해서는 적극적인 수탁관리를 통해 운영활성화 강구 예정이며, 공사는 앞으로도 도매 시장 평가기능 강화와 경영컨설팅 등을 통해 시장 종사자의 경쟁력 강화에도 관심을 갖고 추진하겠습니다. 권역별 구분 평가를 실시하여 규모가 유사한 도매법인 간 경쟁을 촉진하고 평가결과 부진 법인에 대해서는 경영컨설팅을 해주는 한편, 전국 도매 시장의 운영개선 우수사례를 발굴하여 지속적으로 홍보해 나가겠습니다.

**Q** **공사에서 운영 중인 농산물유통정보 시스템(KAMIS)은 그동안 농산물의 도매가격 및 유통정보를 신속, 다양하게 제공해 국내 유통정보 제공 사이트로는 독보적인 존재였습니다. 최근 KAMIS가 새롭게 개편될 계획이라고 하는데요?**

공사는 지난 2003년부터 KAMIS 시스템을 통해 국민생활에 밀접한 농수축산물 유통정보를 제공해 왔습니다. 가격정보와 알뜰장보기, 유통실태 등 농산물 유통 및 소비에 관련된 다양한 정보 제공을 위해 노력해온 결과, 현재까지 3만 4천여명회원이 꾸준히 이용하는 유통전문 사이트로 자리 잡았습니다. 그러나 정보량과 이용자 수는 계속 증가하고 있는 반면, 노후화된 장비로 인해 최근 응답속도 저하와 시스템 불안정 사례가 발생하고 있는 실정입니다.

이에 농수축산물 유통정보를 더욱 신속·편리하게 제공하고, 고급화된 정보 수요 증가에 대응하기 위해 홈페이지 디자인 개편, 다양한 형태의 검색 기능 지원, 회원별 맞춤형 정보 제공

등 이용자 중심의 서비스를 강화하고, 통계분석툴 도입 등 시스템 고도화를 통해 축적된 데이터의 다각 적인 분석 환경 마련으로 제공 정보의 질을 향상시킬 계획입니다. 또한 고성능의 하드웨어 및 소프트웨어 도입으로 안정적이고 원활한 서비스를 제공하고자 합니다.

**Q** **유통이사로 취임하신지 한달여 정도 되었는데 앞으로의 포부 또는 독자 여러분께 하고 싶으신 말씀이 있다면 하시기 바랍니다.**

유통이사가 관장하는 사업범위는 수급안정사업과 유통개선사업입니다. 최근 들어 잦은 기상이변과 농촌인력 고령화에 따른 주요 농산물의 식부면적 감소 등으로 고추·마늘 등 국민생활과 밀접한 품목의 수급불안 현상이 반복되고 있습니다. 그동안 공사는 수급불안 품목에 대해 수입이라는 정책수단을 통해 주로 소비자 가격안정에 주력해 왔고 이로 인해 생산 농민들로부터 누구를 위한 기관이라는 비난을 받아왔습니다. 그러나 금년부터는 고추·마늘·배추 등에 대한 국내 수매를 통해 농가소득을 높여서 수급안정을 기하고자 노력하고 있습니다. 앞으로 이러한 방식의 수급관리기능을 강화해서, 농민을 위한 기관이라는 평가를 받을 수 있도록 노력하겠습니다. 유통개선사업의 경우 물류효율화를 위한 정책수단 개발과 효율성이 담보될 수 있는 산지 소비지 직거래 모델을 개발하고 정착시켜서, 높은 유통비용을 줄여나가는 데 역점을 사업추진할 계획입니다.

우리 공사는 설립목적상 생산 농민과 소비자의 편익을 동시에 높여야 하는 임무를 띠고 있어 사업을 추진하는데 많은 어려움을 안고 있는 구조적인 특성을 가지고 있습니다. 어려움은 있지만 사명감을 가지고 우리 농업이 한 단계 발전하는데 기여할 수 있도록 최선을 다하겠습니다. ㉞