
**일본 농산물 유통단계별
실태 및 사례조사 결과보고**
2019. 7. 11(목) ~ 7. 14(일) / 일본 도쿄

2019. 7.

목 차

□ 출장개요 및 주요일정	1
1. 출장지역 개황	2
2. 일본 농산물 유통체계	4
3. 오타(大田) 중앙도매시장	6
4. 이토요카도(イトーヨーカドー)	8
5. JA 全農집배센터	10
6. 요약 및 시사점	12

**“제주지역 농산물 도매물류센터 조성방안 연구”
일본 농산물 유통단계별 실태 및 사례조사 결과보고**

□ 출장개요

- 목 적 : 일본의 도쿄 및 인근 농산물 산지에 위치해 있는 도매 시장과 JA 全農집배센터의 유통단계별 실태조사를 통해 제주지역 농산물 도매물류센터 조성을 위한 정책적 시사점을 도출함
- 출장기간 : 2019. 7. 11(목) ~ 7. 14(일) / 5박 6일
- 출 장 지 : 일본 도쿄도 시나가와구, 사이타마현, 신주쿠구 등
- 오타(大田) 중앙도매시장, JA 全農집배센터, 이토요카요(イトーヨカド-)지역별 지점 등
- 출장 참가자 : 고봉현 연구위원

□ 주요 일정

일 자	주 요 내 용	비고
7.11 (목)	- 제주(15:35) → 도쿄(17:50)	
7.12 (금)	- 오타(大田) 중앙도매시장 방문 • 도매시장 견학코스 시찰 • 일본 농산물 유통단계별 현황, 유통경로 실태 파악 - JA 全農집배센터 방문 • 집배센터 견학코스 시찰 • 일본 농산물 직거래 시스템 파악 및 JA 全農의 역할	
7.13 (토)	- 이토요카도(イトーヨカド-) 지역별 지점 방문 • 시나가와, 신주쿠, 도쿄 지점 방문	
7.14 (일)	- 도쿄(12:55) → 제주(15:05)	

1 출장지역 개황

□ 일본국(日本國) 일반현황

- 국명 : 일본(JAPAN)
- 인구 : 1억 2,659만 명
- 수도 : 동경(東京/도쿄/TOKYO)
- 면적 : 37만 7,950km², 한반도 대비 1.7배
- 일본 경제(2017년 기준)
 - 경제성장률 : ('14) 0.3% → ('15) 1.3% → ('16) 0.9% → ('17) 1.7%
 - GDP(명목) : 4,872십억 달러 / 1인당 GDP : 38,439달러
 - 수출액 : 697,220백만 달러 / 수입액 : 670,970백만 달러
- 일본 경제 주요 이슈
 - 미국 주도의 신보호무역주의 대두로 일본시장 불안 확산
 - 경제대책에 따른 사회 전반 정비강화 및 도쿄올림픽 준비 본격화
 - 경제 선순환 확대를 위한 '미래 투자전략 2018' 추진 박차

□ 도쿄도(東京都) 일반현황

- 명칭 : 도쿄도(東京都)
- 특징 : 일본의 수도, 사업·입법·행정·경제의 중심
- 면적 : 2,190.90m², 서울의 약 3.5배
- 인구 : 1,383만 명(2018년 6월 기준)
- GDP : 94조 4,000억 엔(도내 총생산, 2016년 기준)
- 산업분포 : 서비스업 21.8%, 도소매업 18.3%, 부동산업 13.3%
- 행정구역 : 23개 구(區), 26개 시(市), 5개 정(町), 8개 촌(村)
- 일본 대기업의 중심 도쿄는 다양한 기업의 중심지로서 새로운 기업을 유치하는 등 도쿄 경제를 견인하고 있음
 - 자본금 10억 엔 이상의 대기업 2,666개 기업이 소재하고 있으며, 이는 일본 전체의 약 45%에 해당

- 국제 비즈니스 거점으로서 일본에 소재한 외국기업 중 약 75%에 해당하는 2,300개 이상의 외국기업이 도쿄에 집중되어 있음
- 미래 글로벌 500위 기업 기준으로 본사 수로는 세계 최고 수준

□ 일본경제 주요 지표

구분	지표	단위	2017			
국가일반	인구	(명)	1억 2,659만 명			
	면적	km ²	377,950 km ²			
	한반도 대비면적	배	1.7 배			
지표		단위	2014	2015	2016	2017
대내경제	경제성장률	%	0.3	1.3	0.9	1.7
	1인당 GDP	US\$	38,156	34,612	38,982	38,439
	명목 GDP	십억 US\$	4,850	4,394	4,949	4872
	소비자물가상승률	%	2.7	0.8	-0.1	0.5
	민간소비증가율	%	-0.9	-0.0	0.1	1.0
	실업률	%	3.6	3.4	3.1	2.8
대외경제	수출실적	백만 US\$	694,270	625,067	644,578	697,220
	수입실적	백만 US\$	817,102	648,342	607,019	670,970
	대외의존도	%	31.2	29.0	25.3	28.1
	무역수지	백만 US\$	-122,832	-23,275	37,559	26,249
	대외채무	10 억엔	328,930	355,999	399,475	406,492
	외환보유고	백만 US\$	1,260,548	1,233,214	1,216,903	1,258,748
	환율	엔/US\$	105.8	121.0	108.8	112.2

2 일본 농산물 유통체계

□ 청과물 유통구조

- 청과물 유통에서 '소비자 도매시장'이 핵심적인 역할
 - 주요경로 : 생산자(출하단체) → 도매업자 → 중매업자 → 소매업자 → 소비자
- 산지유통
 - 농민 기간조직인 작목회가 조직되어 마을단위로 품목별 생산출하를 담당하며, 이러한 출하단체(종합농협, 전문농협, 임의조합)에 의한 출하비중이 높아지고 있는 추세
 - 출하단체 중에는 공동수송·공동선별·공동계산 등의 활동을 병행하는 공동출하 단체의 비중이 점차 늘어나고 있음
- 도매시장
 - 정부가 직접 투자·운영하는 도매시장이 농산물 유통에서 차지하는 액수가 60%를 넘으며, 농산물 유통에서의 핵심적인 기능을 수행
- 소매시장
 - 슈퍼마켓의 발전이 가속화됨에 따라 청과물의 소매시장 점유율이 50% 수준에 이르고 있으며, 상품구매는 도매시장에 의존하고 산지 직거래가 부분적임
 - 농협 연쇄점에서는 청과물, 정육, 신선어류 등의 농수산물 판매가 증가하고 있으며, 일반 대형 소매점보다 슈퍼마켓 및 생협이 식료품 취급비중이 상대적으로 증가함

□ 도매시장

- 일본의 도매시장은 중앙 도매시장, 지방 도매시장, 기타 도매시장으로 구분

- 농산물 도매시장은 전국적으로 56개 도시에 86개소, 지방 도매시장은 1,390개소가 있음
 - 동경에는 중앙 도매시장이 11개소, 지방 도매시장은 24개소 있음
 - 중앙 도매시장과 지방 도매시장은 각각 중앙정부와 지방자치단체의 관리 하에 운영되고 있음
- 청과물 유통량 중 85% 내외가 도매시장을 경유하여 유통되고 있고 나머지는 소비조합 및 집배센터를 통한 산지 직거래가 이루어지고 있음
- 지정도매업자의 집하방법은 위탁에 의해 이루어지고, 판매는 경매입찰에 의하여 이루어지며 최고가격 낙찰제도를 활용함
 - 시장 내 증매인 및 매매참가인은 특정 도매업자에 전속되어 있지 않고 별도 조합을 결성 운영함으로써 동일시장내 어느 도매업자에게나 경매참여가 가능함

<동경도 중앙도매시장 현황>



3 오타(大田) 중앙도매시장

□ 일반현황

- 1981년에 수립된 제3차 동경도 도매시장 정비계획에 따라 청과, 수산, 화훼를 취급하는 종합시장으로 건설됨
- 청과부·화훼부는 시설규모, 취급량 모두 일본 국내 최대 시장임
- 전국의 기준가격 형성시장으로서의 역할을 수행하고, 공급권역은 일본 동부 전역에 달함
- 개장년도 : 청과부('89. 5. 6), 수산부('89. 9. 18), 화훼부('90. 9. 8)
- 시장 종사자 수

구 분	도매업자	중간도매업자	매매참가자	관련사업자
계	8	274	3,682	97
청과	4	181	1,619	가공식료품 등 : 62
수산	2	73	30	각종 자재 : 18
화훼	2	20	2,033	기타 : 17

자료 : 東京都中央卸売市場(Metropolitan Central Wholesale Market)

○ 시설개요

- 면적 : 401,925㎡(청과 및 수산부 346,321㎡, 화훼부 55,604㎡)
- 1일 평균 취급규모 : 3,400여톤 규모의 농수산물, 화훼류를 취급
- 이 중에서 30%는 동경내에서 재배하거나 생산한 물건이며, 70%는 외부에서 생산한 물품임
- 총 투자비 : 1,278억엔
- 농수산물 거래과정은 생산자 물품반입(집하), 경매, 분하, 소비자준으로 우리나라와 별다른 차이점은 없었음
- 농산물 하나하나를 모두 손질함으로써 위생적으로 포장하여 경매에 응하고 있었음

- 시장 내 주요시설

(단위 : m²)

구분	연면적	비고
청과동	94,900	1층 도매장(45,000), 중도매장(26,000) 2층 동경도분실, 매매참가인 조합사무실, 옥상주차장
수산물	24,900	1층 도매장(5,400), 중도매장(6,500), 화물보관소(5,000) 2층 동경도분실, 회의실, 도매회사, 중도매조합사무실 매매참가인조합사무실, 옥상주차장 등
화훼동	22,000	지하1층 저온창고(4,000) 1층 도매장 (7,400), 중도매장(1,200), 자동운송시설(1,903) 2층 동경도분실, 회의실, 도매회사, 중도매조합사무실 매매참가조합사무실, 음식점 등

자료 : 東京都中央卸賣市場(Metropolitan Central Wholesale Market)

< 오타(大田) 중앙도매시장 >



4 이토요카도(イトーヨーカドー)

□ 일반현황

- 1920년에 설립되어 1958년 법인으로 등록한 세계적인 소매회사
- 주요 사업은 일본 내에서는 대형매장, 식당, 슈퍼마켓, 백화점, 전문숍, 할인점 등을 운영하며 해외에서는 세븐일레븐(7-Eleven) 편의점 체인을 운영하고 있음
- 총 매출액 : 1조 4,705억 엔
- 총 매장수 : 180개
- 총 종업원 수 : 34,133명
- 이토요카도의 농산물 판매 특징
 - 신선농산물의 경우, 기존 본부 일괄 구매체제에서 점포별 구매비율을 확대하는 추세에 있음
 - 이토요카도는 전체 취급 농산물의 60%까지 점포별로 자체 구매할 수 있도록 독려함
 - 현재 채소는 전체 취급물량의 20%가 PB(Private Brand)로 주로 원거리 농산물을 대상으로 이력추적관리제를 도입한 농산물을 대상으로 하고 있음
 - 과일의 경우에도 전체 취급량의 약 20%가 PB상품으로 채소와 비슷하며, 수입과일에 대해서도 PB화 대상으로 하여 바나나의 경우 전체의 40% 정도를 PB로 공급하고 있음
- 이토요카도의 최근 소비 트렌드
 - 신선편이농산물(주로 절단채소, 과일)이 매년 20% 가까이 증가하고 있으며, 냉동채소는 변화가 없는 상태
 - 신선편이 농산물의 조달방법은 신선편이 농산물 취급업자로부터 조달하는 방식과 이토요카도에서 산지농산물 구입 시 규격외 상품을 가공업자에게 제공하여 위탁가공하는 방식으로 구분

< 이토요카도 매장 >



5 JA 全農집배센터

□ JA 全農집배센터 유통의 특징

- 일본 사이타마현 全農집배센터는 일본 800개 농업 중 550개 농협과 농산물 계약재배로 구입 후 저장, 가공, 포장해 대형 유통업체와 생협 등을 통해 판매함
 - 일본 전체 야채와 과일 생산량의 5%를 공급받아 판매해 연간 1,500억 엔의 매출액을 올리고 있음
- 全農집배센터는 도매시장기능이 아닌 생산자에게 바로 구입해 선별 포장 후 소비자에게 직접 판매하는 시스템
 - 일본 내 직거래 유형 중 거래규모가 가장 큰 유통조직임
- 전자동 물류시스템으로 산지에서 물품이 도착하면 품목별로 분류해 적정온도의 창고에 저장, 소비자 요구에 의한 작업 지시서에 맞게 선별하고 가공, 포장 출하됨
- 全農집배센터의 판매처 확보전략
 - 예약거래, 소포장 기능 등을 도입하여 기존 도매시장과 차별화
 - 사전계약에 의한 가격결정 방식(예약거래)을 통해 거래가격의 안정화 도모
 - 소비자 요구에 부합하는 우수상품의 개발 및 산지 육성
 - 소포장, 1차 가공품, 맛·선도 등 품질이 우수한 차별화 상품 등
 - 상품의 우수성을 입증하여 소비자의 신뢰를 얻음
 - 도농교류와 잔류농약검사 등을 통해 상품의 우수성을 입증
- 이러한 노력의 결과 全農집배센터를 통한 직거래가 크게 성장함
 - 연평균 성장률 : 집배센터 15~17%, 도매시장 7~8%
- 이에 따라 10여년 전부터 도매시장도 全農집배센터 방식을 도입
 - 경매에서 예약거래 중심으로 전환, 도매법인의 소포장실 운영

○ 全農집배센터의 판매처별 전략

대 상	판 매 처 전 략
생협	<ul style="list-style-type: none"> ○ 판매가격의 안정화 : 일정기간 단일가격 적용 ○ 서비스 우대 <ul style="list-style-type: none"> - 공동구입 판매를 지원 : 카달로그 작성, 주문상품 배달 등 - 집배센터를 생협 배송센터로 제공 ○ 생협과 공동으로 우수상품 개발 보급 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도 제고 : 출하당일 새벽에 수확한 오이, 양상추 등 - 신선도+맛 제고 : 80% 익은 때 수확 및 출하하는 토마토, 감귤 등 - 안전성 지향 : 유기농법으로 재배한 무, 당근, 양배추 등 - 편리성 지향 : 소포장 상품(양파 등), 1차 가공 상품(샐러드용 채소) ○ 생산자와의 교류를 통해 생협 조합원의 신뢰 구축 ○ 집배센터의 전체 판매액 중 20% 가까이 차지
대형소매점 (슈퍼·백화점·외식업체)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 판매가격의 안정화 : 일정기간 단일가격 적용 ○ 서비스 우대 <ul style="list-style-type: none"> - 체인점포 내 청과매장 직영 시 개설 지원 - 개설비용 보조(최대 100만 엔), 매장설계, 상품진열 등 ○ 선도, 안전성, 맛 등이 우수한 상품을 개발 및 보급 <ul style="list-style-type: none"> - 80년대 초 이후 생협은 물론 타소매점과의 경쟁이 심화되면서 대형소매점이 차별화 상품의 공급을 요구 ○ 잔류농약 여부 등을 검사하여 소매점의 신뢰 구축 ○ 집배센터의 전체 판매액 중 40% 이상 차지

< JA 全農집배센터 작업장 전경 >



6 요약 및 시사점

□ 일본의 농산물 유통기능, 수집과 분산기능이 효율적으로 이루어져

- 도쿄도(東京都)의 11개 도매 시장 중 최신 설비를 갖춘 시장 중의 하나인 오타(大田) 도매시장은 일본 청과물 유통의 최대 시장임
 - 1983년에 기본 설계를 시작해 5년만인 1989년에 총 사업비 1,278억 엔을 투입하여 완공
- 오타(大田) 도매시장은 농산물의 생산에서 경매까지 철저한 위생 포장으로 진행하여 농가소득 증대는 물론, 유통과정에서 발생하는 쓰레기 하나 없는 쾌적하고 깨끗한 환경조성에 기여하고 있음
- 제주의 경우, 이처럼 대규모의 도매시장까지는 필요하지 않더라도 지역내에서 생산되는 농산물을 효율적으로 수집하고 분산기능을 할 수 있는 적절한 규모의 물류센터(또는 유통센터)가 필요함
- 지역내 농산물을 수집·분산할 수 있는 물류센터(또는 유통센터)가 조성될 경우, 본 출장에서 사례로 조사된 이토요카도(イトーヨーカドー)나 JA 全農집배센터와 같은 효율적인 유통기능을 할 수 있는 형태로 조성되어야 할 필요
 - 이토요카도의 경우, PB상품을 취급하고 있는데 모든 PB 상품이 이력추적관리제를 도입하고 있다는 것이 소비자들로부터 신뢰를 얻을 수 있는 우수한 유통전략으로 판단됨
 - 全農집배센터의 경우는 규모는 크지 않지만, 그들만의 특성을 잘 살린 유통기능을 활용하여 매우 효율적으로 운영되고 있음
 - 특히 예약거래, 소포장 기능 등을 도입하여 도매시장과 차별화하는 전략은 매우 경쟁력 있는 효율적인 경영전략으로 평가됨
 - 사전계약에 의한 가격결정 방식(예약거래)를 통해 거래가격의 안정화를 도모함으로써 궁극적으로는 농가소득을 안정적으로 올릴 수 있는 기반을 제공함