



보도시점 2023. 11. 30.(목) 11:00
12. 1.(금) 조간

배포 2023. 11. 29.(수) 10:00

세계 최초 농산물 온라인도매시장 출범 - 2027년까지 온라인상 또 하나의 가락시장 만든다 -

- 온라인도매시장 거래 목표 : ('24) 5천억 원 → ('27) 3조 7천억 원
- 파일럿 사업 결과 농가수취가 4.1% 상승, 출하도매 단계 비용 7.4% 절감 효과 확인
- 1호 거래(전남서남부채소농협↔더 본 코리아) 체결, 조기 시장 안착을 위해 전력 지원

농림축산식품부(장관 정황근, 이하 농식품부)는 농산물 유통 디지털 대전환을 선도할 농산물 온라인도매시장(이하 온라인도매시장)의 공식 출범식을 11월 30일 10시 양재 에이티(aT)센터에서 개최한다고 밝혔다.

출범식에는 홍문표 의원, 정부 관계자, 농업인 단체, 유통업계 관계자, 학계·전문가 등 각계각층의 인사 200여 명이 참석하여 뜻깊은 자리를 함께했다.

정황근 장관은 환영사를 통해 “세계 최초로 운영하는 온라인도매시장은 그 누구도 가보지 않은 전인미답의 길”이라면서, “온라인상 또 하나의 가락시장을 만든다는 목표로 2027년까지 3조 7천억 원 규모로 온라인도매시장을 키우고, 이를 통해 도매 단계 유통비용을 7천억 원 절감하고 그 혜택은 생산자와 소비자에게 돌아가도록 하겠다”라고 강조하였다.

온라인도매시장은 일정 요건을 갖춘 다양한 판매자와 구매자가 시·공간 제약 없이 24시간 자유로운 거래가 가능한 전국 단위 시장으로, 윤석열 정부의 국정과제(71-2. 농산물 유통의 디지털 혁신)로 중점 추진한 과제이다. 올해 2월 민·관 합동 개설효과반을 구성하여 본격적인 출범 준비에 나선 지 10개월 만에 공식 개장한다.

역사적인 온라인도매시장 1호 거래 품목은 양파이다. 판매자는 전남서남부채소농협(조합장 배정섭), 구매자는 더본코리아(대표 백종원)이다. 온라인도매시장을 통해 더본코리아가 요청한 발주거래 물량(10톤)을 전남 무안의 전남서남부채소농협이 선별 과정을 거쳐 음성 전처리센터까지 직배송할 계획이다.

온라인도매시장에서는 상품거래가 체결된 이후 산지에서 구매처로 직배송되어 물류 최적화가 이루어진다. 기존 대비 유통단계가 단축(3단계→1~2단계)되고 유통비용 절감이 기대된다. 생산자는 기존 거래선을 유지하는 가운데 새로운 출하처를 확보할 수 있게 되어 출하 선택권이 확대된다. 구매자도 전국의 상품을 플랫폼에서 비교·구매할 수 있어 합리적 가격으로 농산물을 조달할 수 있는 기회가 커진다.

공식 출범 이전에 플랫폼 기능 점검·보완을 위해 추진한 파일럿 사업 기간 중 거래 사례(10월 16일~11월 10일, 111건)를 분석한 결과, 산지 직접 판매에 따른 위탁수수료 절감 효과 등으로 농가수취가격은 오프라인 대비 4.1% 상승하고, 유통경로 단축 및 물류 최적화로 인해 출하·도매 단계 비용은 7.4% 절감된 것으로 확인되었다.

농식품부는 온라인도매시장의 조기 안착을 위해 거래 상품 품질관리에도 만전을 기할 예정이다. 우선 대량 거래 농산물 품질관리 역량을 고려하여 출범 시 판매자 자격요건은 연 거래 규모 50억 원 이상 생산자단체·법인으로 설정하였다. 품목, 수량 등 기본정보 외에 온라인 거래에 적합하도록 당도·산도, 섹터, 크기(cm) 등 상세한 품질 정보를 함께 제공한다. 품질 관련 분쟁 발생 시 3단계 분쟁조정 과정*을 통해 해소할 계획이다.

* (1단계) 당사자 간 자율 합의 → (2단계) 온라인도매시장 거래중재관 분쟁 중재 → (3단계) 분쟁조정위원회 중재안 의결제시

또한 판매자·구매자에 대한 인센티브도 제공한다. 판매자에 대한 플랫폼 이용 수수료(거래 금액의 0.3%)를 3년간 면제하고 구매자 대상 특별 보증보험증권(보험료를 상한 1.85%) 제공 및 일부 보험료 환급도 지원한다. 물류업체 매칭 수수료(10%), 견본택배비 등 물류 관련 비용도 지원한다.

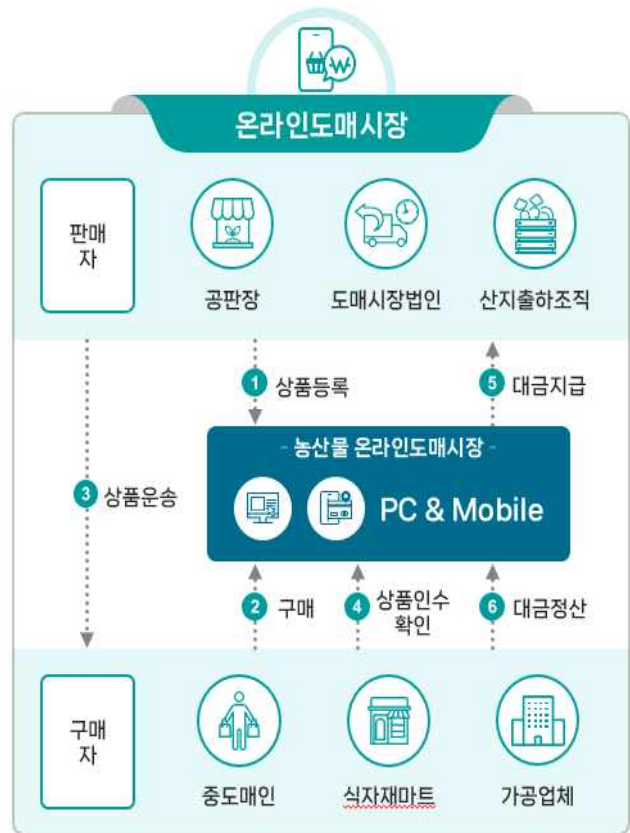
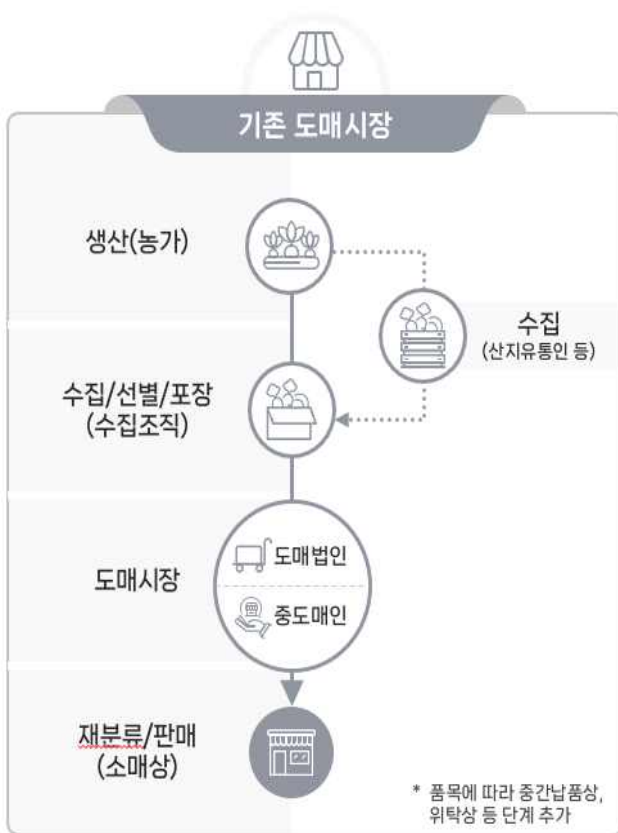
농식품부 김종구 유통소비정책관은 “우수사례를 발굴·확산하고, 참여업체 대상 인센티브 제공 등을 통해 온라인도매시장의 조기 안착을 지원하겠다” 라면서, “2027년까지 산지 농산물유통센터(APC) 100개소를 스마트 농산물 유통센터(APC)로 전환하고, 민간의 유통혁신과 신산업 창출 지원을 위한 디지털화된 농산물 유통정보 공개 등 농산물 유통의 디지털 혁신을 완성하겠다”라고 밝혔다.

- 붙임 1. 농산물 온라인도매시장 출범식 포스터
2. 기존 도매시장과의 비교 및 기대효과
 3. 농산물 온라인도매시장 플랫폼(kafb2b.or.kr)
 4. 온라인도매시장 상황실(aT) 내외부 사진
 5. 농산물 온라인도매시장 전용상품
 6. 기존 시장과 온라인도매시장 차이점
 7. 농산물 온라인도매시장 기대효과
 8. 농산물 온라인도매시장 파일럿 사업 결과
 9. 농산물 온라인도매시장 파일럿 사업 성과분석

담당 부서	유통소비정책관 유통정책과	책임자	과 장	홍인기 (044-201-2211)
		담당자	서기관	남현중 (044-201-2215)





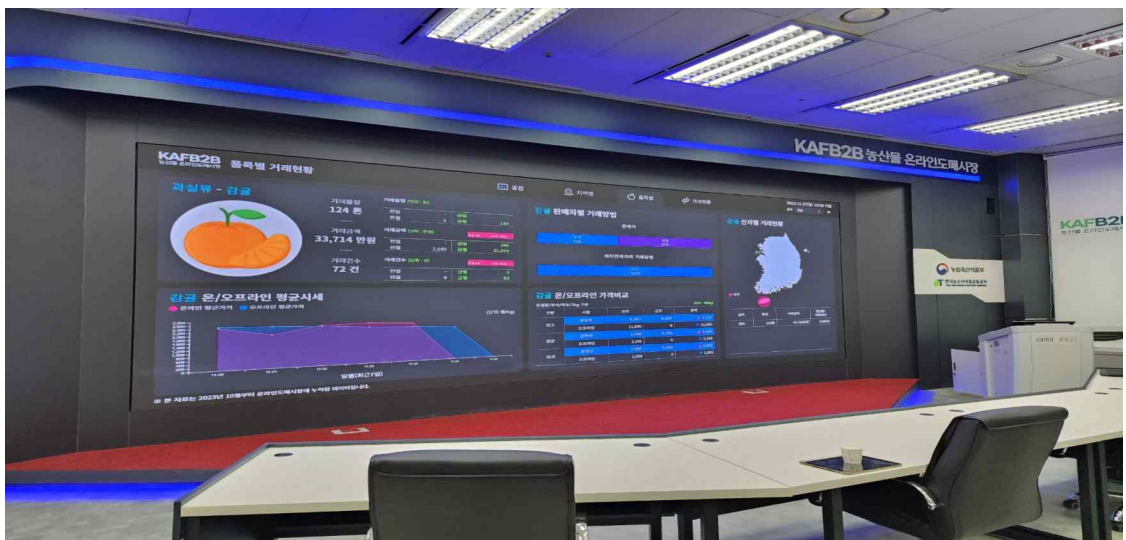
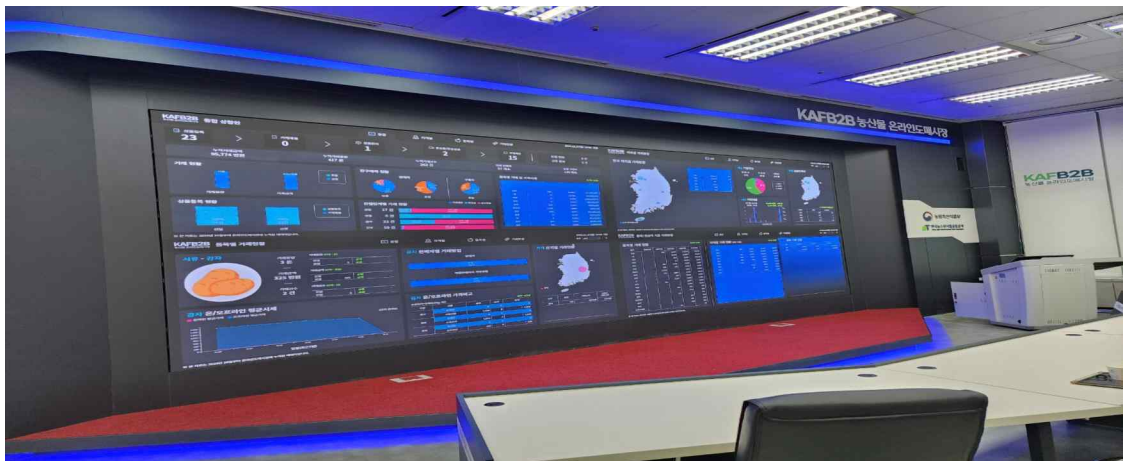




출
입
문



내
부



□ 농산물온라인도매시장 전용상품: 제주감귤 3kg / 5kg

* 산지(제주조공) - 중소마트(오아시스) 간 직접 거래



KAFB2B
농산물 온라인도매시장



□ 향후 양배추, 당근 등으로 전용상품 확대 예정

구 분	기존 농산물도매시장	농산물 온라인도매시장
운영 근거	농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률	ICT 규제샌드박스 실증특례 (법률 제정 중)
개설·운영자	지자체	한국농수산물유통공사
시장형태	지역단위 (개설구역 내에서만 거래 가능)	전국단위 (전국단위 농산물 거래)
판매자	도매시장법인(지정), 공판장(승인), 시장도매인(지정)	일정 조건*을 갖춘 모든 법인(회원) * 연간 거래 규모 50억 원 이상
구매자	중도매인(허가), 매매참가인(신고)	일정 조건*을 갖춘 모든 자(회원) * 연간 거래 규모 1천만 원 이상
거래품목	청과·축산·양곡 부류별 도매시장 운영 * 청과수산물(가락시장 등), 축산물(음성공판장 등)	청과·축산·양곡('23.11.30~) 및 가공 식품('24년 이후)이 한 시장에서 거래 - (출범시) 38개 품목 (청과 35, 쌀 계란 돼지고기) - (출범 이후) 기타품목, 가공식품 추가
거래방식	경매, 입찰, 정가매매, 수의매매	입찰, 정가매매, 수의매매, 역입찰, 발주거래 등 거래방식 다양화
수수료 (상한)	시장사용료 0.5%(가락시장 0.55%) 정산수수료 0.4% 위탁수수료 최대 7%(청과)	플랫폼사용료 0.3% 정산수수료 0.2% 위탁수수료 최대 5%(청과)
물류	도매시장에 물품이 도착한 이후 경매 등 거래 절차 진행	온라인도매시장에서 거래 완료 후 판매자가 구매자에게 상품 배송
정산	도매시장법인이 중도매인들에게 별도 여신제공 후 개별 정산	통합정산소 운영 및 정산방식 다양화(현금, 여신, 개별 약정 등)

① 거래단계 축소 및 유통비용 절감

- 산지 주체와 실구매자간 직거래 가능, 도매법인 제3자판매 허용 등 규제 완화에 따라 기존 대비 유통단계 축소(4단계→2~3단계)
- 오프라인 시장 대비 저렴한 거래 수수료, 거래 확정 이후 상품 배송(상품분리)에 따른 물류비(△9.5%*) 등 유통비용 절감

* '20~'22년 농협 온라인거래소 시범사업 효과 분석(KREI)

② 농가소득 제고 및 구매 선택권 강화

- 생산자는 전국단위 다양한 출하처 확보 및 예약·발주거래 등 산지 여건에 적합한 거래방식 활용 등을 통해 수취가격 제고
- 구매자는 플랫폼에 등록된 전국의 다양한 농산물 비교를 통한 탐색비용 절감 및 합리적 가격으로 원하는 상품 구매 기회 확대

③ 대표가격 발견

- 계란은 투명한 가격 형성으로 후장기 거래* 등 문제점 개선 기대

* 유통상인이 수요처에 판매한 후, 고시가격(산란계협회)에서 시세, 비용 변동 등을 고려해 농가에 약 1개월 이후 사후정산(후장기)하는 거래 방식

④ 도매가격 변동성 완화

- 전국의 판매자·구매자가 거래함에 따라 가격 급변동시 완충* 기능 강화

* (가격 하락시) 판매자는 전국에서 가장 높은 가격을 제시하는 실수요자와 거래 가능 (가격 상승시) 구매자는 전국의 판매 상품을 비교하여 합리적 가격으로 농산물 거래

- 경매제 대비 가격 안정 효과가 높은 정가·수의 및 입찰거래 중심 거래, 예약·발주거래 등 맞춤형 공급이 가능하도록 거래방식 다양화

⑤ 민간 주도 혁신 생태계 조성

- 디지털화된 농산물 유통정보 활용을 통한 새로운 비즈니스 모델 발굴 등 민간의 유통혁신 및 신산업 창출 사례 확산

- 11.30일 출범 이전 상품등록·거래·물류·정산 등 거래 시 예상되는 문제점에 대한 플랫폼 기능 보완을 위한 파일럿 사업 추진(10.4~11.29)

- (대상업체) 공모 통해 다양한* 사업자 268개(판매자 48, 구매자 220) 모집

< 파일럿 사업자 선정내역(총 268개사) >

구분		개사	세부 선정내역
판매자	청과	43	APC·농업법인 등 산지 주체(22), 도매법인(15), 공판장(6)
	계란	2	산란계 농업법인
	쌀	3	농협 미곡종합처리장(RPC)
구매자		220	중도매인(173), 대형유통(5), 온라인(8), 식자재(9), 중소마트(3), 가공(4), 수출(6) 등

- (추진상황) 11.24일 기준 총 230건(903백만원, 416톤) 거래, ①산지 직접 거래, ②도매법인 제3자판매, ③중도매인 직접 집하 등 효율적 유통경로 발굴

* 판매자별 : 직접판매자 320백만원(35.4%) 130톤(31.3%) vs 위탁판매자 584백만원, 285톤
구매자별 : 일반유통인 403백만원(44.6%) 153톤(36.9%) vs 중도매인 501백만원 262톤

구분		①산지 직접 거래	②도매법인 제3자판매	③중도매인 직접 집하
판·구매자		영농법인 A → 중소마트 B	가락법인 E → 가공업체 F	영농법인 C → 중도매인 D
품목		양파	가을무	감자
수량(톤)		4.2	10.5	3
금액(천원)		5,040	3,616	3,250
기존 경로		문경 → 가락 → 오산	정선 → 가락 → 대전	상주 → 가락 (도매법인 → 중도매인)
물류 흐름		문경 → 오산 (산지 직배송으로 물류 개선 위탁수수료 등 비용 절감)	정선 → 대전 (산지 직배송으로 물류 개선 하역비 등 비용 절감)	상주 → 가락시장 (산지 직접 거래로 도매법인 위탁수수료 절감)
기 존 대 비	운송비	52만원 → 28(△46%)	52 → 26(△50%)	기존과 동일
	위탁수수료	25만원 → 0(△100%)	24 → 18(△25%)	15 → 0(△100%)
	시장사용료	3만원 → 0(△100%)	2 → 0(△100%)	1.8 → 1.6(△11%)
	이동거리	252km → 165(△35%)	246 → 132(△46%)	기존과 동일

□ 온라인도매시장 시범사업 실적(10.16~11.10)

○ 거래유형별 거래실적

유형	건수	물량(Kg)	금액(천원)		비고
			미반입	시장반입	
①	13	56,720	137,650	-	산지직거래
②	3	3,800	4,650	-	중도매인 직접집하
③	33	24,693	57,399	8,875	도매법인 제3자판매
④	62	145,489	208,147	23,365	기존 유통경로
합계	111	230,702	407,846	32,240	

* (유형별 유통경로) ① 산지-소비지 ② 산지-중도매인-소비지

③ 산지-도매법인-소비지 ④ 산지-도매법인-중도매인-소비지

** ④유형의 경우에도 상품을 시장에 반입하지 않고 구매처로 직배송하는 경로단축 효과 발생

○ 수수료 적용표

유형	플랫폼이용료	위탁수수료	(시장반입) 시장사용료	판매마진**	계
①	시범사업 기간 면제	-	0.5%	X	0~0.5%
②		-	0.5%	8%	8~8.5%
③		5%	위탁수수료 포함	X	5%
④		5%	0.5%	8%	13~13.5%

* 오프라인 위탁수수료는 전국 평균 5.1%으로 적용

** 판매마진은 가락시장 기준 판매마진 8% 적용

□ 성과분석

○ 거래유형별 거래실적(총금액 기준 비교)

(단위 : 천원)

구분		온라인	오프라인	차이	절감비율
농가 수취가격(A-(B+C))		408,350	392,272	16,078	4.1%
소매단계 구매가격*(A)		458,979	475,293	△ 16,314	△ 3.4%
출하단계**(B)	수수료	14,889	22,444	△ 7,555	△ 33.7%
	운송비***	16,730	25,370	△ 8,640	△ 34.1%
도매단계(C)	판매마진	19,010	35,207	△ 16,197	△ 46.0%

* 소비지 구매가격은 온라인도매시장 거래가격에 유형별로 판매마진을 차등 적용함

** 출하단계 비용은 농가에서 부담하는 비용임

*** 오프라인 운송비는 가락시장에 반입되어 소비지로 분산되는 기준으로 산정

○ 농가수취가 4.1% 상승, 출하·도매단계비용 7.4% 절감

* 비용은 거래가격 대비 출하·도매단계비용의 절감 비율로 산출함