



# 보도자료



2019.10.10(목)

서울시 영등포구 의사당대로1 국회의원회관 602호

전화: 02) 784-5901 / FAX: 02) 788-0302 / E-mail: yc20002@naver.com

담당자 : 강보인 비서관

## 이만희 의원, 적자 누적에 존재감 못 찾는 수협 쇼핑 과감한 개선 주문

전체 거래액 중 수산물 거래액은 45억 불과, 투자도  
운영도 제자리 걸음

수협이 직접 운영하는 인터넷 쇼핑몰인 수협쇼핑이 수년째 적자가 지속되는데다 수산물 거래규모도 적은 등 제 기능을 못하고 있어 근본적인 개선이 필요한 것으로 나타났다.

자유한국당 이만희 국회의원(경북 영천시·청도군, 농해수위)에 따르면, 수협은 지난 2002년부터 직접 수협쇼핑을 운영 중인데, 2010년 이후 흑자를 낸 적이 없는데다 최고 실적을 달성한 작년 기준 매출도 82억에 불과했다.

### <최근 6년간 수협쇼핑 경영실적 >

구 분	'14	'15	'16	'17	'18	'19. 9
거래금액	6,124	6,411	6,016	6,096	8,247	6,638
순 손 익	△541	△696	△715	△602	△471	△367

(단위 : 백만원, 수협 제공)

그런데 82억 매출 가운데서 홍삼 등 농축산물이나 수협이 내부 복지용 매출을 제외하면 순수 수산물 매출은 절반에 가까운 45에 불과한 것으로 나타났는데, 이 같은 금액은 작년 노량진 수산시장의 연간 경매거래금액의 1.4%수준밖에 안 되는 규모로 존재 의미 자체를 찾기 어렵다.

이만희 의원은 “인터넷 쇼핑 사업은 대형 투자를 동반한 재벌 유통사나 전문 인터넷기업도 적자를 면치 못할 정도로 경쟁이 치열한데다, 새벽 배송 등 새로운 사업모델이 끊임없이 쏟아질 만큼 빠른 속도로 변화와 혁신이 이뤄지는 분야” 라면서 “그런데 전문 역량을 보유하고 있지도 않은 수협이 직원 10여명의 전담 부서를 두고 적자를 감수하면서까지 인터넷 쇼핑을 직접 운영하는 것은 한계가 있다” 고 지적했다.

이만희 의원에 따르면 실제 수협쇼핑의 내부에서도 ‘전문가의 상품 촬영으로 고품질 사진을 확보하겠다, 문자메시지 대신 SNS 알림톡을 활용해 비용을 절감하겠다, 친구추천 이벤트를 신규 추진하겠다’ 와 같이 대다수의 인터넷 쇼핑 사업자들이 이미 시행하고 있는 미시적인 대책들만 개선방안으로 나열해 오히려 수협쇼핑의 전문성 부족과 한계만 드러내고 있다.

이만희 의원은 “유통의 중심축이 온라인으로 급변하는 것을 감안한다면 오히려 수협이 직접 나설 것이 아니라 전문 온라인 유통채널과의 사업 협력을 더욱 강화하고, 그 가운데 어민 등 생산자들이 유통사업자에 휘둘리지 않도록 대책을 마련하는 동시에 국산 수산물 인증 강화 등으로 차별화된 경쟁력을 갖는데 집중하는 것이 수협 본연의 역할에 부응하는 것이자 수협이 유통 시장에서 입지를 강화하는 것이다” 라고 강조했다.