

친환경·유기농산물 생산·유통·소비시장 현황 분석* -가격경쟁력 제고 방안을 중심으로-

황재현**

A Study on the Marketing Strategy of Environment-friendly Agricultural Products

Hwang, Jae-Hyun

Environment-friendly agricultural products market has been experiencing various change through the quantitative growth in Korea. The food safety is considered seriously and the interest of the consumer is increasing about environment-friendly agricultural products and organic agricultural products. Environment-friendly agricultural products is encouraged in the link of the counter-measure which follows in the market opening. This research aims at making shorter the distance between the productive person and the consumer and to improve the income for organic farm and the price competitiveness for Environment-friendly agricultural products through the present condition analysis for organic produce's production, distribution and consumption market. To solve the problems above, the development of strategies for the establishment of distribution system for the organic produce's stable supply and the improvement of price competitiveness, the establishment of the cooperating system on the produce's demand and supply, the improvement of consumer's reliability by reinforcement with connectivity and transparency of the process, and the vitalization of regional economy and the exchange of rural and city area are needed.

Key words : *environment-friendly agricultural products, price competitiveness, distribution system, cooperating system*

* 본 연구는 농촌진흥청의 2009년도 연구사업으로 추진한 “유기농산물 유통기반구축 및 가격경쟁력 제고방안” 중 일부를 간추려 수정, 보완한 것임.

** 동국대학교 식품산업시스템학과 조교수(hwang0627@dgu.edu)

I. 서론

현재 우리나라의 친환경·유기농산물 시장은 급속한 양적 성장을 통하여 다양한 변화를 경험하고 있다. 식품의 안전성이 중요시되면서 친환경·유기농산물에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있으며 농산물시장 개방에 따른 대응책의 일환으로 친환경농산물에 대한 생산이 장려되고 있다.

2000년 이후 친환경·유기농산물의 생산량은 폭발적으로 증가하고 있으며 고품질 농산물에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있으나, 높은 가격 체계와 품질에 대한 신뢰성 결여 문제로 소비확대가 공급량 증가에 미치지 못하고 있는 실정이다.

본 연구는 이와 같은 문제점을 해결하기 위해 친환경·유기농산물의 생산, 유통, 소비시장의 현황 분석을 통하여 생산자와 소비자의 거리를 축소시키는 한편, 생산농가의 소득 증대 및 친환경·유기농산물의 가격경쟁력 제고를 목표로 하고 있다. 이를 위해서는 다음과 같은 연구가 동시에 진행되어야 할 것이다.

친환경·유기농산물의 안정적 공급과 가격경쟁력 향상을 위한 유통기반구축, 친환경·유기농산물의 수요 공급의 양적 질적 협력시스템 구축, 생산-유통·가공-소비의 연계성 및 투명성 강화를 통한 소비자의 신뢰성 제고, 친환경·유기농산물을 통한 도농교류 활성화 및 지역 경제 활성화 등의 전략 개발이 필요하다.

본 연구에서는 친환경·유기농산물의 현황 분석 및 소비자 설문조사결과와 시사점 등을 활용하여 친환경·유기농산물 유통정보센터 건립을 위한 지역단위의 협력조직 구축 방안을 제시하고자 한다. 이를 통해 본 논문에서는 친환경·유기농산물의 가격경쟁력의 제고 방안 및 수요 공급 협력시스템 구축 방향에 대해 제시하고자 한다.

II. 친환경농산물 생산 및 인증 현황 분석

1. 친환경농산물 생산 현황

친환경농산물 생산면적은 1999년 1,306ha로 전체 농경지 면적의 0.07%에 불과하였으나, 2008년에는 약 133배 증가한 174,107ha로 급증하여 농경지 면적의 약 10%를 차지하는 등 1999년 이후 매년 급속한 성장세를 보이고 있다.

<표 1>은 친환경농산물의 연도별 생산량추이를 2000년에서 2008년까지 나타낸 표이다. 친환경농산물의 생산량은 2000년에 35,406톤에서 2008년 2,188,311 톤으로 약 62배 증가하였다. 2008년 기준으로 친환경농산물의 인증별 비중은 유기농산물(5.2%), 무농약농산물(25.3%), 저농약농산물(69.5%)을 나타내고 있다.

〈표 1〉 친환경농산물 연도별 생산량 추이(2000~2008)

구 분	2000	2002	2004	2006	2008
유 기	6,538	16,249	23,446	55,974	114,649
전환기	-	4,865	13,300	39,431	-
무농약	15,694	76,828	167,033	320,309	554,592
저농약	13,174	102,432	256,956	712,380	1,519,070
계	35,406	200,374	460,735	1,128,093	2,188,311
총인구(명)	47,008,111	47,622,179	48,039,415	48,297,184	48,607,000
농가수(호)	2,448	11,892	28,951	79,635	172,553
국민1인당 생산량(kg)	0.75	4.21	9.59	23.36	45.0
생산농가 1호당 생산량(톤)	14.46	16.85	15.91	14.12	12.68

주 : 1) 전환기농산물은 친환경농업육성법 개정에 따라 '07. 3. 29부터 유기농산물로 통합

2) 농가수는 친환경농산물 생산농가수를 의미함.

자료 : 국립농산물품질관리원(2009), 농림수산식품 주요통계(2009) 자료를 이용하여 작성

친환경농산물의 생산농가수, 생산면적, 생산량(2008년 기준)은 전체 농가수, 면적, 생산량 대비 약 10% 내외의 비중을 나타내고 있으며, 그 중 저농약농산물(약 70%)이 높은 인증비율을 나타내고 있는 것이 우리나라 친환경농산물생산의 특징이라고 할 수 있다. 친환경농산물의 생산농가수도 2000년 35,406호에서 2008년 172,553호로 괄목할 만한 성장을 보이고 있으나, 생산농가 1호당 생산량은 2002년을 정점(16.85톤에서 2008년 12.68톤)으로 감소 추세를 나타내고 있다.

<표 2>는 친환경농산물의 생산량과 생산면적을 지역별로 구분하여 2000년과 2008년을 비교한 표이다.

2000년 면적규모별 순위는 ① 충북(509ha), ② 경북(350ha), ③ 전남(238ha)의 순이었으나, 2008년 면적규모별 순위는 ① 전남(101,256ha), ② 경북(19,967ha), ③ 경남(11,613ha)의 순으로 나타났다. 동기간 면적의 증가추이(2000-2008)를 살펴보면 ① 전남(425배), ② 전북(128배), ③ 경남(60배)의 순으로 증가폭이 큰 것을 알 수 있다. 지역별 면적 규모의 특징을 요약하면, 인증면적과 생산량의 지역적 편중(전남과 경북)이 심하고, 전남과 전북의 증가 추이가 크다는 것을 알 수 있다.

〈표 2〉 지역별 친환경농산물 출하량 및 생산면적 추이(2000/08)

구 분	2000		2008		지수(2000년=100)	
	출하량(톤)	면적(ha)	출하량(톤)	면적(ha)	출하량(톤)	면적(ha)
경 기	8,353	207	101,035	6,652	1,210	3,213
강 원	6,591	209	89,313	6,623	1,355	3,169
충 북	3,099	509	101,436	4,689	3,273	921
충 남	2,825	130	110,435	9,191	3,909	707
전 북	1,867	68	112,097	8,736	6,004	12,847
전 남	3,846	238	996,317	101,256	25,905	42,544
경 북	5,101	350	486,283	19,967	9,533	5,705
경 남	2,073	193	126,101	11,613	6,083	6,017
제 주	473	60	26,423	2,289	5,586	3,815
계	34,228	1,964	2,149,441	171,014	6,280	8,704

주 : index(2000년=100), (지수=2008년 생산량 또는 면적/2000년 생산량 또는 면적*100)

자료 : 국립농산물품질관리원(2009)의 자료를 인용, 지수산출

<표 3>은 <표 2> 지역별 친환경농산물의 생산면적을 인증별(유기·무농약·저농약농산물)로 구분하여 비교한 표로 다음과 같은 특징을 나타내고 있다. 전체 농경지 면적 대비 2008년의 유기농산물 생산면적 비중은 약 0.7%, 무농약농산물은 약 2.4%, 저농약농산물은 약 6.8%를 나타내고 있다.¹⁾ 친환경농산물에서 차지하는 유기농산물 재배면적의 비중을 지역별로 살펴보면, ① 제주(48.7%), ② 경기(21.7%), ③ 강원(21.0%)의 순으로 나타나고 있다. 친환경농산물 재배면적이 넓은 전남(2.2%), 경북(4.6%) 등은 유기농산물의 생산면적이 낮은 수치를 보이고 있다. 전남과 경북의 경우 무농약과 저농약농산물 생산농가의 증가추이가 큼을 알 수 있다. 특히 전남의 경우 2005년부터 생명식품5개년계획을 수립하여 친환경농업의 확산을 도 농정의 최우선 과제로 설정하였다. 생명식품5개년계획에 의하면 2009년도 까지 전체 경작면적의 30%를 친환경농산물 생산인증 면적으로 전환시킬 예정이었으나, 2008년 11월말에 도내 경지면적의 31%인 96,000ha를 확보해 목표를 1년 앞당겨 조기 달성했다. 향후 전남 친환경농업의 성공 관건은 소비자 신뢰 확보 및 안정적인 판매처의 확보라 할 수 있다.

1) 2008년 전체 농경지 면적을 1,759,000ha로 계산하여 산출함. 2009 농림수산물주요통계 인용.

〈표 3〉 지역별 친환경농산물 인증 면적(2008)

시 도	합 계	유기농산물	무농약농산물	저농약농산물
	면적(ha)	재배면적(ha)	재배면적(ha)	재배면적(ha)
서울	26	5	5	16
부산	364	2	141	220
대구	648	431	73	154
인천	1,055	117	672	266
광주	357	12	74	272
대전	80	3	7	70
울산	553	8	110	436
경기	6,652	1,443	1,925	3,284
강원	6,623	1,380	3,689	1,553
충북	4,689	640	1,642	2,407
충남	9,191	1,402	1,289	6,500
전북	8,736	1,069	3,590	4,077
전남	101,256	2,410	23,725	75,120
경북	19,967	1,181	3,242	15,545
경남	11,613	818	1,821	8,974
제주	2,287	1,114	933	242
계	174,107	12,033	42,938	119,136

주 : 1) 국내 생산자 인증현황으로, 최소단위(ha, 톤) 이하는 통계처리 된 자료임.

2) 전환기유기는 친환경농업육성법개정에 따라 '07. 3. 29부터 유기농산물로 통합.

자료 : 국립농산물품질관리원(2009)

2. 친환경농산물 품목별 생산 현황 및 인증실적

친환경농산물의 품목별 생산량은 채소류, 과일류, 곡류의 순서로 나타나고 있으며, 이를 연도별로 나타낸 것이 <표 4>이다. 2008년을 기준으로 생산량을 보면 채소류가 978,221톤(50.2%)으로 가장 많고 과일류가 575,907톤(29.6%)톤, 곡류가 393,479톤(20.2%)톤을 나타내고 있다.

곡류의 경우 2000년 1,119톤의 생산량에서 2008년에는 393,479톤으로 8년간 351배의 생

산량 증가를 나타내고 있다. 과실류는 2000년 5,719톤에서 2008년에는 575,907톤으로 8년간 약 100배의 생산량 증가를, 채소류는 2000년 25,470톤의 생산량에서 2008년에는 978,221톤으로 8년간 약 38배의 생산량 증가를 나타내고 있다. 곡류의 생산량 증가폭이 2000년을 기준으로 할 경우 가장 크게 나타나고 있다. 곡류의 높은 생산증가율은 지속적인 소비량의 증가를 수반하지 못할 경우 공급과잉 및 가격하락 등의 영향을 생산농가에게 가져다 줄 수 있기 때문에 안정적인 소비처의 확보가 시급한 과제라 할 수 있다. 특히 곡류 생산 중 90% 이상을 차지하는 쌀의 경우, 최근 가격하락현상²⁾이 나타나고 있기 때문에 안정적인 판매처의 확보가 중요한 과제라 할 수 있다.

<표 4> 친환경농산물 생산량 및 증가율 추이(2000~2008)

구 분	2000	2002	2004	2006	2008
곡 류(톤)	1,119	12,243	45,980	172,079	393,479
증가율(%)	-	994	276	274	120
과실류(톤)	5,719	57,956	151,074	390,293	575,907
증가율(%)	-	913	161	158	110
채소류(톤)	25,470	104,205	199,159	423,567	978,221
증가율(%)	-	309	91	113	134
계(톤)	32,308	174,404	396,213	985,939	1,947,607
증가율(%)	-	440	127	149	109

주 : 1) 증가율=(금년 생산량/전년 생산량) * 100

2) 품목별 생산량 중에서 서류와 기타는 합계에 포함시키지 않음.

자료 : 국립농산물품질관리원(2009) 자료를 인용, 산출하였음.

<표 5>는 농산물을 품목별로 구분하여 2008년 친환경인증별 출하 규모를 나타낸 것이다. 과실류, 채소류, 곡류의 경우 저농약 인증 농산물의 비중이 높은 것이 특징이다. 특히 과실류의 경우 전체 출하량 575,479톤 중 저농약농산물이 528,821톤(91.8%)을 차지하여 절대적인 비중을 나타내고 있으며, 그 다음으로 무농약농산물이 31,080톤(5.4%), 유기농산물이 16,006톤(2.8%) 등의 비중을 나타내고 있다. 유기농산물의 경우 출하 규모에서는 채소류가 62,354톤으로 가장 많으나, 곡류의 경우 26,108톤으로 6.6%의 비교적 높은 출하 비율을 나타내고 있다.

2) 최근 친환경농법으로 생산된 쌀의 가격이 하락 현상을 나타내고 있다. 자세한 내용은 <그림 2> 참고.

〈표 5〉 친환경농산물 품목별 출하 규모(2008)

(단위 : 톤, %)

구 분	곡류	과실류	채소류	서류	기타	계
유기농산물	26,108 (6.6)	16,006 (2.8)	62,354 (6.4)	4,069 (5.2)	6,112 (3.8)	114,649 (5.2)
무농약농산물	106,624 (27.1)	31,080 (5.4)	231,045 (23.6)	33,830 (43.5)	152,014 (93.3)	554,592 (25.3)
저농약농산물	260,747 (66.3)	528,821 (91.8)	684,822 (70.0)	39,879 (51.3)	4,800 (2.9)	1,519,070 (69.5)
계	393,479 (100.0)	575,479 (100.0)	978,221 (100.0)	77,778 (100.0)	162,926 (100.0)	2,188,311 (100.0)

주 : () 안은 친환경농산물 인증유형별 구성비를 나타냄.

자료 : 국립농산물품질관리원(2009)

<표 6>은 인증기관별 친환경농산물의 인증실적 추이를 나타낸 것이다. 민간인증기관 수는 2006년 23개에서 2007년 34개, 2008년 49개소로 꾸준히 증가하고 있으며, 2010년까지 민간인증 기관에 의한 인증업무 이양 계획을 수립하고 있다. 그러나, 현재까지 인증사업(인증 건수, 인증농가수, 인증면적, 인증농산물량) 중심으로 인증분담율은 보면 농관원이 약 70%, 49개 민간인증기관이 약 30%의 인증분담율을 보이고 있다. 친환경농산물 인증사업은 농관원 중심의 구조임을 알 수 있다.

〈표 6〉 인증기관의 친환경농산물 인증실적 추이(2002~2006)

구 분	2002		2003		2004		2005		2006	
	농관원	민간	농관원	민간	농관원	민간	농관원	민간	농관원	민간
건 수(건)	2,288	631	4,170	722	5,199	621	7,367	1,350	8,708	2,773
농가수(호)	10,413	1,479	21,107	2,194	26,781	2,170	43,788	9,690	53,241	26,394
면 적(ha)	10,084	1,155	20,228	2,007	25,755	2,463	41,420	8,386	52,512	22,483
인증량(톤)	196,154	4,220	351,749	13,454	441,044	19,691	760,616	37,131	990,140	137,953

자료 : 국립농산물품질관리원(2008)인용하여 산출하였음.

친환경농산물의 생산 구조적 특징을 요약하면 다음과 같다. 첫째 친환경농산물 생산농가수, 생산면적, 생산량 등은 2000년 이후 급속한 증가 추세를 보이고 있으며, 둘째 생산량의 증가는 저농약농산물이 주도(유기농산물인증의 상대적 약세)하고 있으며, 셋째 품목별로는 채소류의 출하량이 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 넷째 농관원 중심의 인증사업(민간

인증기관의 역할부진)으로 추진 중이며, 다섯째 생산과 품목의 지역적 편중현상이 심하다는 점 등을 들 수 있다.

Ⅲ. 친환경농산물 시장 및 유통 현황 분석

1. 친환경농산물 시장 현황

친환경농산물 소비시장은 매년 빠른 속도로 성장하고 있다. 친환경농산물 소비시장규모는 2006년 약 1조 3,000억 원(전년 대비 24.0% 증가), 2007년 약 1조 9,000억 원(전년 대비 45.0% 증가, 전체 농산물 시장의 약 6%), 2008년 약 3조 1,900억 원(전년 대비 약 68.0% 증가)을 나타내고 있으며, 1999년 이후 연평균 약 40% 이상의 성장세를 보이고 있다.

친환경농산물에 대한 소비시장은 향후 지속적으로 증가하여 2010년에는 전체 농산물 시장의 10% 정도를 차지할 것으로 전망되고 있으며, 2007년 국민 1인당 연간 친환경·유기농산물 지출액을 독일과 비교해 보면 한국(39,188원)이 독일(107,250원)³⁾에 비해 상대적으로 낮음을 알 수 있다. 향후 친환경농산물 소비시장은 추가적으로 확대될 것으로 예상된다.

〈표 7〉 친환경농산물의 시장규모(2008)

구 분	곡 류		채소류	과실류	서류	특작류	계
		쌀					
유통규모(억원)	7,751	7,218	10,814	9,074	1,144	3,143	31,927
비 중(%)	24.3	22.6	33.9	28.4	3.6	9.8	100.0
국민 1인당 지출액	15,946원	14,850원	22,248원	18,668원	2,354원	6,466원	65,682원

주 : 국민 1인당 지출액은 총인구(2008년 48,607천명 기준)에서 시장규모를 나누어 산출함.
 자료 : 김창길 외(2009), '최근 국내외 친환경농산물의 생산실태와 시장전망'을 인용하여 작성.

〈표 7〉은 친환경농산물의 2008년 시장규모를 품목별로 구분하여 나타낸 것이다. 2008년 친환경농산물의 품목별 생산량 순위는 채소류(약 33.9%), 과실류(약 28.4%), 곡류(약 24.3%)의 순이지만, 2008년 친환경농산물 품목별 시장규모는 채소류(10,814억), 과실류(9,074억), 곡류(7,751억)의 순으로 나타나고 있다. 곡류 중에서는 쌀의 소비 비중이 약 93%를 차지하고 있다.

3) Ulrich Hamm(2008) 조사 자료에서 인용. 독일의 경우 1인당 유기농산물 소비금액을 의미함.

2007년과 비교하여 2008년의 시장특징은 과실류의 유통규모(4,006억원에서 9,074억원으로)가 급속히 증가하였고, 곡류에서 차지하는 쌀의 비중(80%에서 93%로)이 증가한 것이 특징이라 할 수 있다.

2. 친환경농산물 유통 현황

친환경농산물의 유통경로는 생산량과 소비량의 증가와 더불어 다양한 형태가 존재하고 있다. 생산자로부터 소비자에게 바로 판매되는 직거래 유형에서부터 생산자조직 또는 소비자조직을 통해 유통시키는 경로와 도매시장이나 식품가공업체, 백화점, 할인점, 친환경농산물 전문매장 등을 통해 거래되는 다단계의 다양한 유통경로가 존재하고 있다.

〈표 8〉 친환경농산물 생산농가의 판매처별 비중(2005)

(단위 : %)

	계	쌀(논벼)	과 일	채 소	특용작물	일반 밭작물
농협·농업법인	46.9	59.6	34.7	31.0	42.2	27.1
도매시장	10.6	2.7	17.9	24.6	15.3	5.9
산지공판장	6.1	2.1	14.2	10.5	8.1	1.5
소비자단체	2.2	2.5	1.7	1.7	1.6	2.4
친환경전문유통업체	6.6	7.4	5.3	5.9	5.3	5.7
대형유통업체	1.6	0.4	3.0	3.7	2.3	0.6
개인소비자	19.6	18.2	19.1	18.0	19.8	44.9
기 타	6.4	7.3	4.2	4.4	5.3	11.9
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

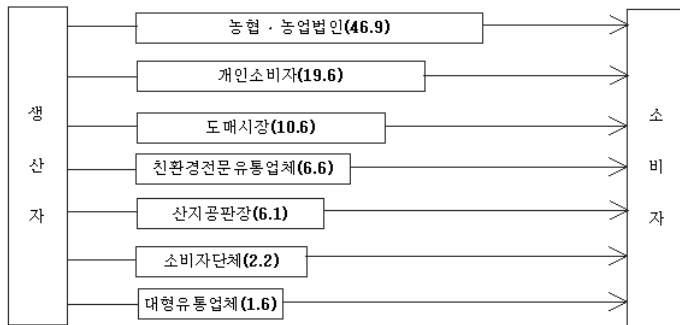
주 : 기타에는 미 판매품도 포함.

자료 : 통계청(2007)

친환경농산물의 유통현황을 분석하기 위해서는 지역별, 품목별, 거래처별 유통량과 유통비용 등을 분석할 필요가 있다. <표 8>은 2005년 친환경농산물 생산농가(87,199농가)의 판매처별 비중을 품목별로 구분하여 정리한 것으로 요약하면 다음과 같다. 2005년 친환경농산물 생산농가의 판매처별 비중을 살펴보면, 농협·농업 법인(46.9%), 개인소비자(19.6%), 도매시장(10.6%)의 순으로 거래 비중이 높게 나타나고 있다. 반면, 낮은 직접거래비중을 차지하는 판매처는 친환경전문유통업체(6.6%), 소비자단체(2.2%) 대형유통업체(1.6%) 등으로 나타났다. 생산농가가 직접 전문매장이나 대형유통업체와 거래하는 경우는 드문 것을 알 수 있다. 품목의 특성상 과일이나 채소의 경우는 곡물과 비교하여 도매시장과 산지공판

장으로의 판매비중이 높게 나타났다.

<그림 1>은 친환경농산물 생산농가(87,199농가)의 판매처별 비중을 도식화한 것이다. 농협·농업법인(생산자조직)으로 판매된 농산물의 경우 일반 소비자에게 유통되기까지는 대형할인점, 백화점, 하나로마트, 친환경농산물 전문매장 등 다양한 형태의 다단계 유통경로를 거치는 구조를 가지고 있다. 유통현황의 분석을 위해서는 각 유통주체별 유통비용 및 유통마진⁴⁾을 비교 분석과정이 필요하며, 이를 통해 보다 효율적인 유통시스템을 개발해야 할 것이다.



<그림 1> 친환경농산물 생산농가의 판매처별 비중 (단위 : %)

<표 9>는 친환경농산물 취급업체의 변화추이를 2000년부터 2006년까지 나타낸 것으로 친환경농산물을 판매하는 업체와 점포수가 지속적으로 증가하고 있음을 알 수 있으며, 그중 전문매장, 할인점, 농협, 쇼핑센터 등의 증가세가 뚜렷하다. 개별생산농가의 경우 소비자의 접근이 용이하고 점포수가 많은 대형할인점과 전문매장 등으로 판매처의 다변화를 도모하는 것이 바람직하다.

<표 9> 친환경농산물 취급업체 변화 추이

(단위 : 개소)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
농 협	108	110	112	127	170	200	200
할 인 점	131	175	221	238	259	268	329
쇼핑센터	7	43	46	46	46	124	171
백 화 점	75	97	98	98	98	68	69

4) 유통주체별 유통비용 및 유통마진을 비교 분석하는 연구는 향후 중요한 연구 과제로 지속적인 지역사례 분석을 통한 접근이 필요한 분야이다.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전문매장	31	36	48	114	425	465	502
기 타	0	16	77	78	93	141	285
합 계	352	477	602	701	1,091	1,266	1,556

자료 : 농림부 친환경농업정책과, 「친환경농업육성정책」, 2007.

3. 친환경농산물 가격 현황

친환경농산물과 일반농산물의 가격비교 분석은 중요한 연구부分之一나, 인증 유형과 판매 업체, 품목별 또는 기간별로 큰 차이를 나타내고 있기 때문에 체계적인 연구가 어려운 분야라 할 수 있다. <표 10>은 친환경농산물과 일반농산물의 가격 차이를 비교한 것으로 서울 지역의 평균가격을 품목별로 비교한 것이다.

<표 10>에 의하면 친환경농산물과 일반농산물의 가격차이가 쌀은 1.6배, 상추는 1.58배, 풋고추 1.55배, 양파 2.03배, 오이 1.83배, 토마토 1.49배, 감귤 1.82배로 조사되었다. 친환경농산물의 평균가격은 일반농산물에 비해 양파 2배, 오이와 감귤 1.8배, 쌀과 상추 1.6배, 풋고추와 토마토 1.5배 등으로 나타났다.⁵⁾

<표 10> 친환경농산물과 일반농산물의 가격차이 비교(2007)

(단위 : 원/kg)

구 분	쌀	상추	풋고추	양파	오이	토마토	감귤
친환경농산물(A)	3,510	11,333	13,575	3,196	10,596	6,142	5,171
일반 농산물(B)	2,194	7,155	8,730	1,574	5,783	4,118	2,840
대비(A/B)	1.60	1.58	1.55	2.03	1.83	1.49	1.82

주 : 1) 친환경농산물(유기, 무농약 인증농산물) 및 일반농산물 가격자료는 농수산물유통공사의 「농산물 유통정보」에서 제공하는 2007년 서울지역 평균가격을 이용하였음.

2) 일부 자료 중 출하기간이 너무 짧은 자료와 가격이 비정상적으로 높거나 낮은 자료는 제외하였음.

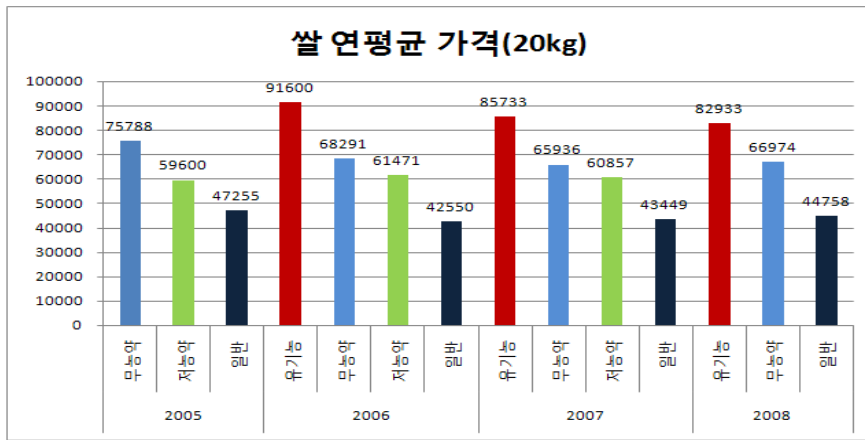
자료 : 김창길 외(2008), '친환경농산물의 소비 성향과 마케팅 전략'.

<그림 2>, <그림 3>, <그림 4>는 주요 품목별 계절적 가격형성 추이를 나타낸 것으로, 농산물유통공사(농산물유통정보 KAMIS 공시자료)의 자료를 이용하여 서울지역 주요 대형마트 5곳 평균 가격을 2005년~2008년 까지 인증별로 구분하여 시계열로 정리한 것이다.

5) 김창길 외(2008), '친환경농산물의 소비 성향과 마케팅 전략' 참조 인용함.

쌀의 경우 계절적 가격변동이 적으며, 타 품목과 비교하여 가장 안정적인 가격추이를 나타내고 있다. 또한 인증별 가격대가 비교적 안정적으로 형성되어 있는 품목이다. 2007년 20kg/원 연평균 쌀 가격은 일반미 43,449원, 저농약 60,857원, 무농약 65,936원, 유기농 85,733원을 나타내고 있다.

일반미 대비 유기농 쌀가격이 2006년 2.2배에서 2007년 2.0배, 2008년 1.85배로 감소추이를 나타내고 있다. 2006년 이후 쌀 가격의 추세는 일반미의 가격이 상승세를 유지하고 있음에도 불구하고 친환경 쌀의 경우 가격하락 추세를 나타내고 있다.

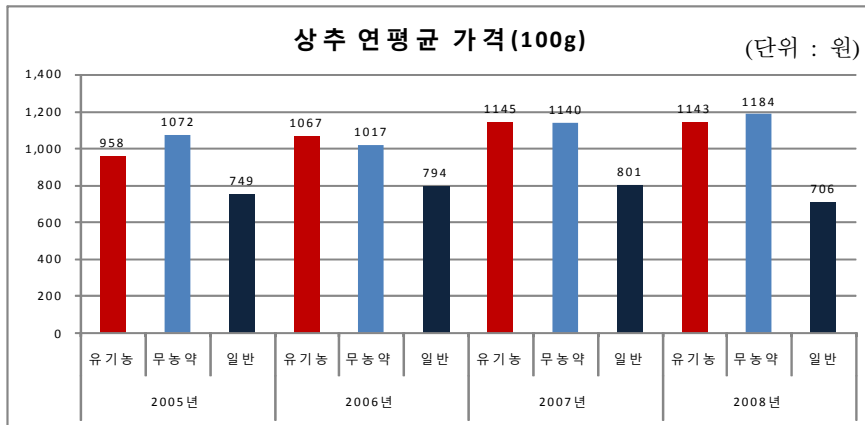


<그림 2> 쌀 인증별 연평균 가격동향(20kg/원)⁶⁾

<그림 3>은 상추의 인증별 연평균 가격동향을 시계열로 나타낸 것이다. 상추의 경우 쌀과 비교하여 계절적 가격변동이 크며 수급량과 판로에 따라 가격차이가 큰 특징을 나타내고 있다.

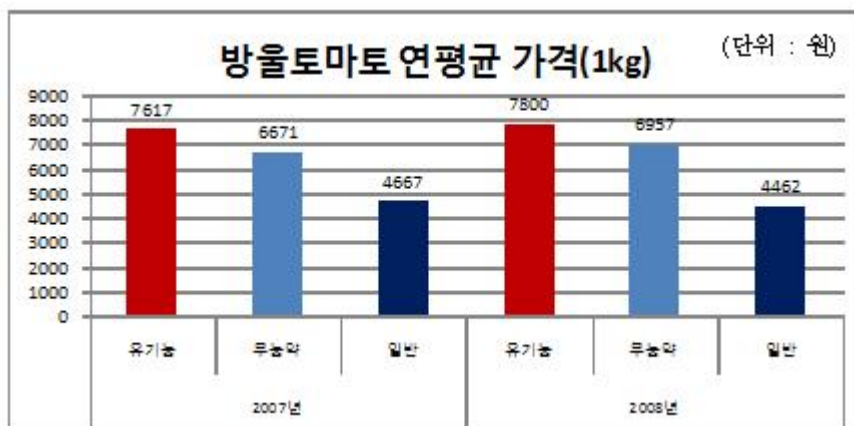
상추의 경우 유기농과 무농약의 가격수준 차이가 거의 없음을 알 수 있으며, 2008년의 경우 무농약 상추가격이 유기농 상추가격보다 높게 나타나는 등 인증별 가격 변동 폭이 쌀과 비교하여 큼을 알 수 있다. 이와 같은 특징은 다른 채소류와 과일류에서도 나타나는 현상으로 인증별 가격 체계가 쌀과 비교하여 확립되지 못 했음을 의미한다.

6) 농산물유통공사에서 제공하는 농산물유통정보 KAMIS 공시자료를 이용하여 작성. 서울지역 주요 대형마트 5곳 평균 가격을 이용하여 2005년부터 2008년까지 인증별·월별로 구분하여 시계열로 정리한 데이터를 활용하여 작성함.



〈그림 3〉 상추 인증별 연평균 가격동향(100g/원)⁷⁾

〈그림 4〉는 방울토마토의 인증별 연평균 가격동향을 시계열로 나타낸 것으로 쌀과 비교하여 계절적 가격변동이 크며 수급량과 판로에 따라 가격차이가 큰 특징을 나타내고 있다. 일반적으로 상추와 유사한 가격동향을 나타내고 있으나, 인증별 가격차가 형성되어 있다는 점이 상추와 다른 점이라 할 수 있다. 방울토마토의 유기농가격은 일반 대비 2007년 1.6배, 2008년 1.75배로 높아지고 있으며, 월별로는 12월에서 3월까지의 기간이 높은 가격을 형성하고 있다. 쌀과 비교하여 채소류와 과실류의 계절별, 인증별 가격변동이 큰 이유는 판로의 불안정 요인과 출하시기의 편중 및 저장성의 불편성 등이 작용한 것으로 이에 대한 대응책 마련이 요구된다.



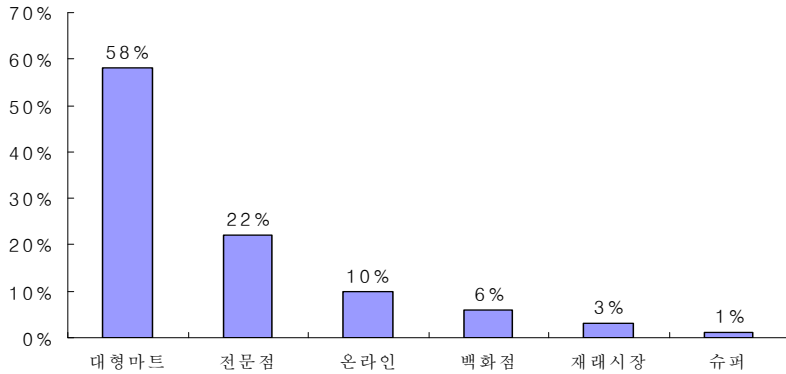
〈그림 4〉 방울토마토 인증별 연평균 가격동향(1kg/원)⁸⁾

7) 농산물유통공사 자료를 이용하여 작성.

4. 친환경농산물에 대한 소비자 설문조사 결과와 시사점

조사목적은 친환경·유기농산물에 대한 소비자의 인식 및 구매의향 분석을 목적으로 2007년(전국 519부)과 2008년(수도권 100부) 두 번에 걸쳐 조사하였으며, 본 논문에는 2008년 6월 10일에서 7월 10일까지 조사한 내용을 통계 처리하여 이용하였다.

조사지역은 수도권 지역으로 응답자 수는 100명, 응답자 연령은 20대부터 60대(평균 연령; 38.46세)까지로, 성비는 남성 53%와 여성 47%, 미혼 54%와 기혼 46%(기혼자 평균 자녀수; 0.84명)이다. 소득수준은 월 평균 200만원 이하 65%, 월 300만원 이하 20%, 300만원 이상 15%이다. 학력은 고졸이하가 22%, 대학이상 78%이다. 설문결과 중 몇 가지 시사점이 높은 결과를 정리하면 다음과 같다.

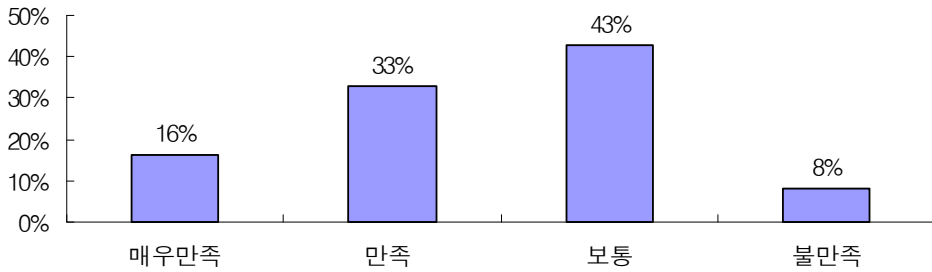


〈그림 5〉 친환경유기농산물 구매 선호 장소

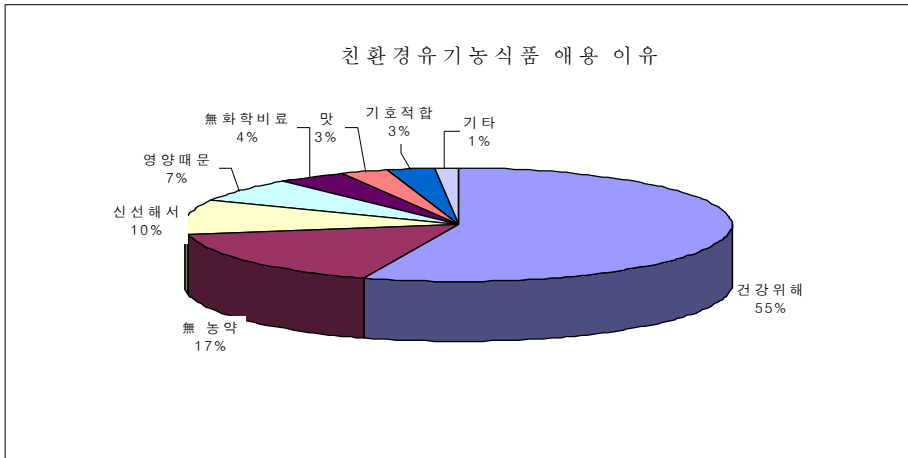
〈표 11〉 매장선택 시 선호 장조

순 위	내 용	%
1위	가까운 곳을 선택한다.	39
2위	취급 품목이 다양한 곳을 선택한다.	26
3위	전문매장인 곳을 선택한다.	23
4위	배달을 해주는 곳을 선택한다.	10
5위	단골 구입처를 선택한다.	2

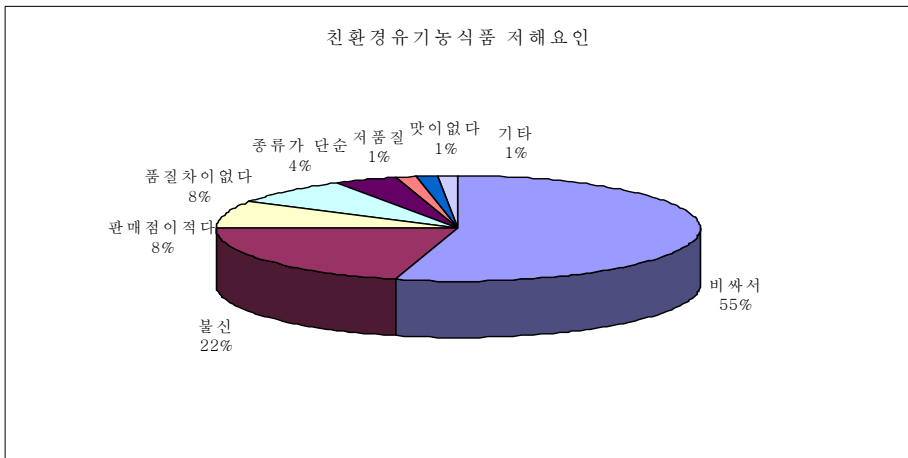
8) 농산물유통공사 자료를 이용하여 작성.



〈그림 6〉 친환경유기농산물 소비자 만족도



〈그림 7〉 친환경유기농산물 구매 이유



〈그림 8〉 친환경유기농산물 구매 장애 요인

이상 설문조사결과의 시사점을 요약하면 다음과 같다. 첫째 향후 친환경유기농산물에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 둘째, 추가적으로 친환경유기농산물의 가격하락이 하락하면 소비자의 수요가 증가할 것으로 예상된다. 셋째 현재 소비자들은 친환경유기농산물의 품질에 대해 불신이 큰 것으로 조사됐다. 그 원인으로 친환경유기농산물의 검인증시스템의 복잡성을 지적하는 의견이 많았다. 넷째 소비자들의 주요 구매요인으로 건강이 꼽혔으며, 다섯째 대형할인마트가 젊은 소비자의 선호매장으로 조사됐다. 여섯째 친환경유기농산물의 구매충성도는 구매경험이 있는 사람이 높게 나타났으며, 매장선택 시 가까운 곳과 취급품목이 다양한 곳을 선호하는 것으로 나타났다.

설문결과를 바탕으로 설문응답자 중 친환경·유기농산물의 표적구매자를 유형화시키면 고학력자, 유자녀 가족, 고소득 노령자, 고소득 독신여성 등으로 분류할 수 있다. 고학력자, 유자녀 가족, 고소득 노령자, 고소득 독신여성 등은 친환경유기농산물에 대한 구매빈도와 구매충성도가 높게 조사되었다. 친환경유기농산물의 소비촉진을 위해서는 이상의 결과를 활용하여 친환경유기농산물의 차별성 부각과 함께 이들 표적구매자에 대한 맞춤형 마케팅 전략이 요구된다.

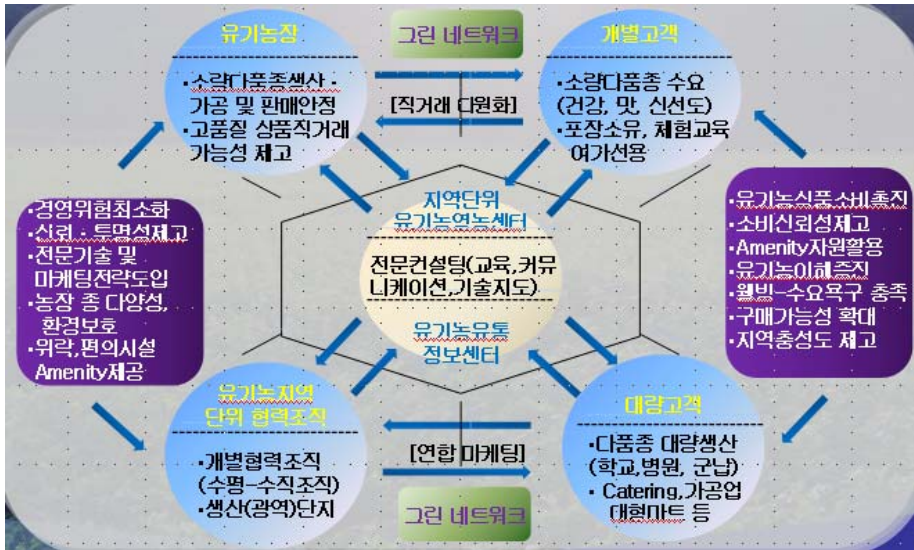
IV. 결 론

본 논문에서는 친환경·유기농산물의 생산, 유통 및 소비시장의 현황 분석을 통하여 각각의 시장이 가지고 있는 특징과 문제점에 대해 살펴보았다. 향후 지속적으로 친환경·유기농산물시장이 활성화되기 위해서는 생산자와 소비자의 거리를 축소시키는 한편, 생산농가의 소득 증대 및 친환경·유기농산물의 가격경쟁력 제고를 위한 다양한 노력이 필요하다.

친환경·유기농산물의 가격경쟁력을 제고시키기 위해서는 친환경·유기농산물의 수요 공급의 양적 질적 협력시스템 구축, 생산-유통·가공-소비의 연계성 및 투명성 강화를 통한 소비자의 신뢰성 제고, 친환경·유기농산물을 통한 도농교류 활성화 및 지역 경제 활성화 등의 전략 개발 등이 요구된다.

그러나, 현재와 같은 급격한 생산량의 증가는 친환경농산물에 대한 가격하락과 소비자의 신뢰도 하락 등 다양한 문제점을 발생시킬 것으로 예상된다. 이와 같은 문제점에 대한 대응 방안으로 본 논문에서는 지역단위의 친환경·유기농산물 유통정보센터의 조직을 제안하는 바이다.

<그림 9>는 친환경·유기농산물 유통기반구축을 위한 지역단위의 협력조직 구축 방안을 도식화한 것이다. <그림 9>의 핵심사항은 지역단위의 친환경·유기농산물 영농센터와 유통정보센터를 구축하여 지역 내에서 생산된 농산물을 지역 내에서 우선적으로 유통, 소비시키는 동시에 생산단계에서부터 주요 고객의 요구에 맞춰 생산을 유도하는 방식의 도입이다.



〈그림 9〉 친환경·유기농산물 유통 및 지역단위의 협력조직 구축방안 개념도⁹⁾

이를 통해 각 지역의 소량다품종 생산농가와 단일품목 대규모 생산농가가 상호 보완관계를 유지하며 생산의 주체로 양립할 수 있도록 유도할 수 있을 것이다. 또한, 지역단위의 유통정보센터를 각각 연계시키는 방식을 통해 친환경·유기농산물의 수요와 공급의 양적 질적 협력시스템 구축이 전국단위로 확산될 것이다. 지역 구매자 수요의 예측을 통한 공급시스템의 구축과 생산자 상호간의 정보 공유를 통하여 과잉생산의 위험성 또한 회피할 수 있을 것으로 기대된다. 효율적인 수요 공급 시스템의 구축은 유통비용의 감소와 과잉생산의 방지 및 안정적 가격 형성 등 생산자와 소비자 모두에게 경제적인 이익을 가져다 줄 것으로 예상된다.

향후 친환경·유기농산물의 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 그 이유는 소비자의 식품안전성에 대한 관심 제고, 건강에 대한 관심 증가, 유기농식품 공급프로그램의 다양화, 가격하락 등을 들 수 있다.

또한 친환경·유기농산물에 대한 소비자 수요의 양극화 현상이 예상된다. 고가격, 고품질 농산물과 저가격 농산물에 대한 수요는 증가하는 반면, 중가격 농산물(비특성화)의 수요는 감소할 것으로 예상된다. EU 및 일본 등 선진국시장에서는 농산물시장의 양극화 현상이 뚜

9) 지역단위의 친환경·유기농산물 유통·정보센터는 안정적 생산시스템의 구축과 원활한 지역 내 소비를 촉진시킬 수 있는 유효한 방안이 될 것으로 예상된다. 최근 각 지역단위별로 친환경농산물 유통센터를 건립하여 전문적인 유통과 마케팅을 담당하고 있는 사례가 증가하고 있다. 오창농협과 순천농협의 경우 친환경농산물 전문 유통센터를 건립하여 다량의 농산물을 취급하고 있다. 기존의 유통센터에 정보센터기능과 컨설팅기능을 추가 보완함으로써, 유통비용의 절감 효과, 수급조절 기능 효과, 가격안정 효과 등의 다양한 순기능이 강화될 것으로 예상된다.

렷하게 나타나고 있다.

소비자의 친환경·유기농산물에 대한 정확한 정보 제공 요구가 증가할 것이다. 고품질농산물에 대한 수요가 증가하는 것과 동시에 그에 대한 신뢰성 제고 요구도 증가하기 때문이다. 따라서 상품의 품질에 대한 정확한 공개와 정보 접근의 편리성이 요구되고, 농산물의 원산지 표시 및 유통 정보의 투명성 확보, 친환경농산물 검인증제도의 개선 요구가 증가할 것이다. 친환경·유기농산물의 경우 생산 및 소비행위가 지역특성과 환경보호 및 생태보존과 밀접한 연관이 있음을 지속적으로 홍보하는 것이 수요를 확대시키고 가격경쟁력을 제고시키는 효과적인 방안이 될 것이다.

[논문접수일 : 2009. 6. 20. 논문수정일 : 2009. 9. 19. 최종논문접수일 : 2009. 9. 25.]

참 고 문 헌

1. 국립농산물품질관리원. 2002. 친환경농산물 유통 및 판매업체 현황.
2. 국립농산물품질관리원. 2008. 2008년 상반기 기준 국내 유기농산물 가공품 품질인증 현황.
3. 국립농산물품질관리원. 1999~2008. 친환경농산물 연도별 인증 현황.
4. 국립농산물품질관리원. 1999~2008. 친환경농산물 시도별 인증 현황.
5. 국립농산물품질관리원. 1999~2008. 친환경농산물 종류별 인증 현황.
6. 국립농산물품질관리원. 1999~2008. 친환경농산물 기관별 인증 현황.
7. 김만복. 2000. 유기농산물의 소비형태에 관한 연구 -농협하나로점 고객중심으로-. 동국대학교 경영대학원.
8. 김영수. 1999. 직거래 유기농산물 가격수준의 경제적 합리성에 관한 연구. 한국식품유통학회.
9. 김창길 외. 2005. 친환경농산물에 대한 소비자 선호와 구매행태 분석. 한국농촌경제연구원.
10. 김창길 외. 2006. 국내외 친환경농축산물의 생산 및 인증실태. 한국농촌경제연구원.
11. 김창길 외. 2008. 친환경농산물의 소비 성향과 마케팅 전략. 한국농촌경제연구원.
12. 김창길 외. 2009. 최근 국내외 친환경농산물의 생산실태와 시장전망. 한국농촌경제연구원.
13. 김호·허승욱. 2006. 친환경농업정책 분야의 거버넌스 체계 구축방안. 한국유기농업학회지 14(2).
14. 농림수산식품부. 2007. 친환경농산물 소비자 신뢰도 제고 방안.
15. 유덕기. 2006. 유럽의 유기농 마케팅전략에 관한 연구. 한국유기농업학회지 14(3).

16. 유덕기. 2006. 친환경유기농업 육성정책의 성공조건. 한국유기농업학회지 14(4).
17. 윤희재. 2004. 유기농산물 소비자 인식도 조사. 숙명여자대학교.
18. 정은미. 2006. 우리나라 친환경농업정책의 전개과정과 성격. 한국유기농업학회지 14(2).
19. 정은미. 2007. 친환경농산물 시장의 유통주체와 경쟁구조. 한국유기농업학회지 15(2).
20. 조제억 외. 2008. 유기농 식품에 대한 소비자의 구매의도 영향요인 분석. 한국산업경제학회.
21. 이상호 외. 2007. 친환경농산물 소비자 신뢰도제고 방안. 미래농정연구원.
22. Ulrich Hamm. 2008. The European Market for Organic Food.