

## 대전지역 주부의 친환경농산물 구매행동

김인정 · 이준호<sup>†</sup>

충남대학교 생활과학대학 소비자생활정보학과

### The Housewives' Purchase Behaviors on Environment-friendly Agricultural Products in Daejeon Area

In-Jung Kim, Joon-Ho Lee<sup>†</sup>

Department of Consumers' Life Information, Chungnam National University, Daejeon, Korea

#### Abstract

This study was to investigate the housewives' purchase behaviors on the environment-friendly agricultural products (EFAP) by survey in Daejeon area housewives. 390 questionnaires were used and analysed. Most of the subjects were female (92.6%) distributed evenly in their 40's (55.4%), and graduated from high school (43.6%) or college (36.4%). Subjects' occupation was most housewives (64.1%) and 77.4% of the subjects had monthly family income of 2 million won or more. 76.9% of the subjects had purchased EFAP already. The reason of purchasing EFAP was mainly "good for health" (80.3%), and reason for non-purchasing was "high prices" (28%) or "not so trustworthy" (25.6%). The most purchasing frequency was "once a week" (29%). 46.7% of the subjects spent 20% of their agricultural product cost for EFAP and 38.7% of them spent less than 30,000 won per month for EFAP. On checking of EFAP labeling, the housewives scored 3.59 for the validate date, 3.25 for the place of origin, 2.8 for the quality certification mark by 4-point Likert scale. 65.1% of the subject had intention to increase purchasing of EFAP in future. To promote the consumption of EFAP, the improvement factors were price-cutting (47.9%), trust on producers (18.2%) and quality betterment (17.7%). Accordingly, the consumers prefer EFAP for wellbeing health of families; however, they hesitate to buy due to their high price and the low reliability on producers of EFAP. Thus the producers and the related organization of EFAP should contrive proper countermeasures to increase consumer's satisfaction level on their credibility and price of EFAP. (*Korean J Community Nutr* 16(3): 386-397, 2011)

**KEY WORDS** : environment-friendly agricultural products (EFAP) · purchase behavior

## 서론

최근 경제 성장으로 인한 국민 소득수준과 교육수준 그리고 소비자 의식수준 향상으로 인해 건강한 삶을 위해 보다 좋은 식품을 추구하는 소비문화가 정착하면서 양을 중시하던 과거의 소비구조에서 영양과 안전성을 추구하는 질적인 식품소비구조로 변화하고 있다. 특히 최근 농산물 수입개방화로 인한 수입농산물의 대량유입과 농산물 재배 시 농약과

사용으로 인한 오염이 증가되고 있어 농산물의 질적 문제에 관한 소비자들의 관심도가 높아짐에 따라 친환경농산물에 대한 수요가 크게 늘어나고 있다.

친환경 농업의 국내외 여건 및 동향을 보면 미국, 유럽, 일본 등 주요국에서는 건강과 환경을 중시하는 로하스(Life Style of Health and Sustainability, LOHAS)로 변화되면서 1990년대 이후 유기농산물 소비량이 매년 20% 이상 빠른 증가세를 보이고 있고(Kim 등 2008a), 국내에서도 90년대 후반부터 정부가 본격적인 육성정책을 추진하면서 친환경농업이 급격히 확산되는 추세에 있다(Kim 2009).

우리나라는 1994년 농림부에 친환경농업과를 설치하였고, 1997년에는 친환경농업의 원년선포와 친환경농업육성법을 제정하였으며 1999년에는 친환경농업 직접 지불체도를 도입하였고, 2001년에는 친환경농업육성 5개년계획을 수립하여 친환경 농업 육성을 장려하고 있다(Jeong 2006).

접수일: 2011년 4월 22일 접수  
수정일: 2011년 5월 11일 수정  
채택일: 2011년 6월 21일 채택

<sup>†</sup>Corresponding author: Joon-Ho Lee, Department of Consumers' Life Information, Chungnam National University, 99 Daehangno, Yuseong-gu, Daejeon 305-764, Korea  
Tel: (042) 821-6847, Fax: (042) 821-8887  
E-mail: joonho@cnu.ac.kr

국내 친환경농산물 시장규모는 2008년에 약 3조 2,000억 원으로 전년대비 47% 정도 급성장하였다. 친환경농업 인증 면적은 2000년 2,039 ha에서 2008년 174,107 ha로 매년 74.4% 증가, 인증량은 2000년 35,406톤에서 2008년 2,188,311톤으로 매년 67.4% 급증하였다(Kim 등 2009).

친환경농산물(Environment-Friendly Agricultural Products; EFAP)은 1997년에 제정된 「친환경농업육성법」에 의해 처음 정의되었고 환경을 보호하고 소비자에게 안전한 농산물을 공급하기 위해 농약과 화학비료 및 사료첨가제 등 화학자재를 전혀 사용하지 않거나, 최소량만을 사용하여 생산한 농산물을 말하며 생산방법과 사용자제 등에 따라 유기농산물, 무 농약 농산물, 저 농약 농산물의 3종류로 나누었는데 친환경농업육성법 개정에 따라 2010년부터 저 농약 신규인증이 중단되고, 2015년부터 저 농약 인증은 완전히 폐지된다(National Agricultural Products Quality Management Service 2010).

친환경농업은 WTO 개방화 체제 하에서 값싼 수입농산물과 경쟁해야 하는 우리 농업의 생존전략이자 활로이므로 친환경 농업 육성은 선택이 아닌 필수의 문제가 되었다. 이에 정부는 2006년부터 2010년까지 ‘제2차 친환경 농업육성 5개년 계획’을 실시하여 2013년에는 광역 친환경단지 50개소와 친환경 농업지구 1500개소를 조성하여 친환경 농업을 지속적으로 확대한다는 계획을 갖고 있다(Kim 2009).

친환경농산물 시장의 확대는 영양·경제·환경면에서 소비자의 식생활과 기업의 마케팅 분야 및 국내농업의 활성화에 큰 영향을 미치게 된다. 그러나 친환경 농산물 시장이 확대되고 있음에도 불구하고, 유기농업의 기능, 친환경농산물의 생산실태, 유통활성화 방안 등과 관한 기존의 연구(Kim 2001; Lee 2002; Jang 2006; Kim 2006; Lee & Yun 2007; Kim 2009; Yang 2009)는 많이 나와 있으나 친환경농산물의 생산 확대를 위한 기초자료로 이용할만한 구매 행동에 대한 최근 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구는 대전지역 주부를 중심으로 친환경농산물 구매행동을 알아보기 위하여, 친환경농산물의 이용현황 및 만족도, 향후 구매 증가 의향과 소비 촉진을 위한 개선점에 대해 조사하였고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지 알아보고자 하였다.

교)를 선정하였고, 그 학교의 학부모 500명을 대상으로 사전에 담임교사에게 조사 내용을 설명하고, 담임교사의 설명과 협조 하에 학생들이 학부모 설문지를 받아오는 형식으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구에 사용된 설문지는 주부 30명을 대상으로 예비조사를 실시한 후 수정·보완하여 사용하였다. 2007년 12월 5일부터 12월 20일까지 15일간 설문지 총 500부를 배부하여 회수된 설문지 417부(회수율: 83.4%) 중 응답이 불충분한 것을 제외한 390부를 연구에 사용(통계처리율 93.5%)하였다.

## 2. 조사 내용 및 방법

친환경 농산물에 관한 선행 연구(Kim 2005; Lee 2006)를 참고로 본 연구의 목적에 적합한 문항을 골라 수정·보완하여 설문지를 작성하였다. 조사 대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균 가계소득으로 문항을 구성하여 조사하였다. 그리고 친환경 농산물의 이용현황을 알아보기 위해 구입경험 유무, 구매 및 비구매 이유, 구매 횟수, 농산물 구입비용 중 차지하는 비율, 구입비, 구입 품목, 구입장소 및 결정요인, 구매시 가장 우선적으로 고려하는 항목, 맛·안전성·가격에 대한 만족도, 표시사항 확인정도의 11문항으로 구성하여 조사하였다. 그 중 맛, 안전성, 가격의 만족도에 대한 응답에 사용한 척도는 5점 척도로 ‘매우 불만족’(1점)~‘매우 만족’(5점)으로 점수화하였으며, 표시사항 확인 정도는 4점 만점으로 ‘거의 확인하지 않는다’(1점)~‘항상 확인 한다’(4점)로 하여 점수화하였다. 점수가 높을수록 그 정도가 높은 것으로 분석하였다. 친환경 농산물 시장의 발전 전망을 알아보기 위하여 향후 구매증가의 의향, 소비촉진을 위한 개선요인에 대한 문항으로 구성하여 조사하였다.

## 3. 자료 분석 및 처리

수집된 자료는 SPSS/WIN program(Ver. 12.0)을 사용하여 분석하였다. 조사대상자의 일반적 특성과 각 문항의 빈도분석과 백분율을 산출하였으며 likert점수의 평균과 표준편차를 구하였고 집단 간의 유의성 검증을 위해  $\chi^2$ -test, t-test와 일원분산분석(One-way ANOVA)을 사용하였으며 사후분석으로 Duncan's multiple range test를 이용하였다.

## 연구대상 및 방법

### 1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 연구자의 임의표집에 의해 대전시에 소재한 5개 초·중·고등학교(동구 1개교, 서구 2개교, 유성구 2개

## 결 과

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

Table 1에서 보는 바와 같이 조사대상자 총 390명 중 여자는 92.6%, 남자는 7.4%로 여자가 대부분이었다. 연령 분

포는 40대가 55.4%로 가장 많았고, 그 다음으로 30대가 25.9%, 50대가 14.1% 순으로 나타났다. 학력은 고졸이 43.6%로 가장 많았고, 대졸은 36.4%, 전문대졸 12.3% 순으로 나타나 교육수준이 비교적 높은 편이었다. 직업은 전업주부가 64.1%로 많았고, 취업주부는 35.9%이었다. 월평균 소득은 200~400만원 미만이 49.2%로 가장 많았고, 그 다음으로 400~600만원 미만이 23.8%, 200만원 미만이 22.6% 순으로 많았다.

2. 친환경 농산물의 이용현황 및 만족도

1) 구입경험유무

친환경농산물 구입경험 유무에서 구입한 경험이 있는 응답자는 300명 (76.9%), 구입한 경험이 없는 응답자는 90명 (23.1%)으로 나타났다(Table 2).

2) 구매 및 비 구매 이유

친환경농산물을 구입한 경험이 있는 주부들에서 친환경농산물을 구입하는 이유로 ‘가족의 건강을 위하여’가 80.3%를 차지하였으며, ‘품질과 맛이 좋아서’가 9%, ‘친지나 주위 사람의 권유로’가 6.3% 순으로 나타나, 가족의 건강을 위하

여 친환경농산물을 구입한다는 의견이 가장 많은 것으로 조사되었다(Table 3).

한편 주부가 친환경농산물을 구입하지 않는 이유에 대하여 다중응답을 허용하여 조사한 결과, ‘가격이 비싸서’가 38.9%로 가장 많았고, ‘그다지 신뢰가 가지 않아서’ 35.6%, ‘가까운 곳에 판매장소가 없어서’ 24.5%, ‘기존 농산물에 만족하기 때문’ 22.2%, ‘친환경농산물을 직접 재배하기 때문’ 13.3% 순으로 나타났다(Table 4).

3) 구매횟수, 농산물 구입비용 중 차지하는 비율, 구입비

주부의 친환경농산물 구매횟수에 대한 결과는 Table 5와 같다. 1주일에 한번정도 구입한다고 응답한 주부가 29%, 한 달에 한번정도 구입 (19.3%), 15일에 한번정도 구입 (15.7%), 기타(12.3%), 2~3일에 한번 정도 구입 (10.7%), 4~5일에 한번정도 구입(10%), 매일 구입 (3%) 순으로 나타나 1주일에 1회 이상 구입한다고 응답한 비율이 52.7%를 차지하여 비교적 자주 친환경농산물을 구입하고 있었다.

친환경농산물의 구매횟수가 주부의 연령, 학력, 월평균소득에 따라서 유의한 차이는 없었고, 직업과 관련하여 전업주부는 1주일에 한번정도 구입(31.7%)이 가장 많았으며 15일에 한번정도 구입 (16.6%), 한 달에 한번정도 구입 (13.6%)순이었고, 취업주부는 한 달에 한번정도 구입 (30.7%)이 가장 많았고 일주일에 한번정도 구입(23.8%),

Table 1. General characteristics of the subjects

Gender	Male	29 ( 7.4) <sup>1)</sup>
	Female	361 ( 92.6)
Age	20 - 29	8 ( 2.1)
	30 - 39	101 ( 25.9)
	40 - 49	216 ( 55.4)
	50 - 59	55 ( 14.1)
	≥ 60	10 ( 2.6)
Education	Middle school	18 ( 4.6)
	High school	170 ( 43.6)
	College	48 ( 12.3)
	University	142 ( 36.4)
	Graduate school	12 ( 3.1)
Job	Unemployed	250 ( 64.1)
	Employed	140 ( 35.9)
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	88 ( 22.6)
	200 - 400	192 ( 49.2)
	400 - 600	93 ( 23.8)
	≥ 600	17 ( 4.4)
Total		390 (100.0)

1) N (%)

Table 2. Purchased experience of environment-friendly agricultural products

Purchased	300 ( 76.9) <sup>1)</sup>
Non-purchased	90 ( 23.1)
Total	390 (100.0)

1) N (%)

Table 3. Reasons on purchasing environment-friendly agricultural products

Good for health	241 ( 80.3) <sup>1)</sup>
Good taste and quality	27 ( 9.0)
By recommendation of acquaintances	19 ( 6.3)
For helping of environmental preservation	9 ( 3.0)
Others	4 ( 1.4)
Total	300 (100.0)

1) N (%)

Table 4. Reasons on non-purchasing environment-friendly agricultural products<sup>1)</sup>

High prices	35 (38.9) <sup>2)</sup>
Not so trustworthy	32 (35.6)
There is not near EFAP market	22 (24.5)
Because of satisfying with non-EFAP	20 (22.2)
Because of cultivating EFAP	12 (13.3)
Bad freshness and appearance	2 ( 2.2)
Others	2 ( 2.2)

1) Multiple response, 2) N (%) (Total N = 90)

**Table 5.** Purchasing frequencies of environment-friendly agricultural products

	N (%)	Everyday	Once in 2-3 days	Once in 4-5 days	Once a week	Once in 15 days	Once a month	Others	$\chi^2$
<b>Age</b>									
20 - 29	5 ( 1.7)	0 ( 0.0) <sup>1)</sup>	1 (20.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	0 ( 0.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	18.965
30 - 39	86 (28.7)	2 ( 2.3)	10 (11.6)	10 (11.6)	26 (30.2)	13 (15.1)	14 (16.3)	11 (12.8)	
40 - 49	163 (54.3)	5 ( 3.1)	17 (10.4)	18 (11.0)	44 (27.0)	27 (16.6)	35 (21.5)	17 (10.4)	
50 - 59	40 (13.3)	2 ( 5.0)	4 (10.0)	1 ( 2.5)	15 (37.5)	7 (17.5)	6 (15.0)	5 (12.5)	
≥ 60	6 ( 2.0)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	1 (16.7)	0 ( 0.0)	2 (33.3)	3 (50.0)	
<b>Education</b>									
Middle school	12 ( 4.0)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	1 ( 8.3)	2 (16.7)	2 (16.7)	6 (50.0)	1 ( 8.3)	24.393
High school	125 (41.7)	4 ( 3.2)	11 ( 8.8)	14 (11.2)	36 (28.8)	19 (15.2)	24 (19.2)	17 (13.6)	
College	34 (11.3)	1 ( 2.9)	4 (11.8)	2 ( 5.9)	10 (29.4)	4 (11.8)	8 (23.5)	5 (14.7)	
University	119 (39.7)	2 ( 1.7)	16 (13.4)	12 (10.1)	36 (30.3)	20 (16.8)	19 (16.0)	14 (11.8)	
Graduate school	10 ( 3.3)	2 (20.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	2 (20.0)	1 (10.0)	0 ( 0.0)	
<b>Job</b>									
Employed	101 (33.7)	4 ( 4.0)	8 ( 7.9)	9 ( 8.9)	24 (23.8)	14 (13.9)	31 (30.7)	11 (10.9)	13.902*
Housewife	199 (66.3)	5 ( 2.5)	24 (12.1)	21 (10.6)	63 (31.7)	33 (16.6)	27 (13.6)	26 (13.1)	
<b>Family monthly income (10 thousand won)</b>									
< 200	56 (18.7)	1 ( 1.8)	7 (12.5)	8 (14.3)	12 (21.4)	6 (10.7)	13 (23.2)	9 (16.1)	22.527
200 - 400	147 (49.0)	6 ( 4.1)	13 ( 8.8)	12 ( 8.2)	41 (27.9)	26 (17.7)	29 (19.7)	20 (13.6)	
400 - 600	83 (27.7)	2 ( 2.4)	11 (13.3)	7 ( 8.4)	25 (30.1)	15 (18.1)	16 (19.3)	7 ( 8.4)	
≥ 600	14 ( 4.7)	0 ( 0.0)	1 ( 7.1)	3 (21.4)	9 (64.3)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	1 ( 7.1)	
Total		9 ( 3.0)	32 (10.7)	30 (10.0)	87 (29.0)	47 (15.7)	58 (19.3)	37 (12.3)	

1) N (%), \*: p < 0.05

15일에 한번정도 구입 (13.9%) 순으로 나타나 전업주부가 취업주부에 비해 친환경농산물을 자주 구입하는 것으로 나타났다(p < 0.05).

총 농산물 구입비 중 친환경농산물이 차지하는 비율은 Table 6과 같다. 친환경농산물 구입비가 총 농산물 구입비의 20%정도 되는 경우 (46.7%)가 가장 많았고, 40%정도 (21.7%), 60%정도 (16.3%) 순이었다. 학력과 관련하여 중졸 집단의 58.3%, 고졸 50.4%, 전문대졸 50%, 대졸 응답자의 41.2%가 총 농산물 구입비 중 친환경농산물이 차지하는 비율이 20%정도라고 답하였는데 대학원졸 집단에서는 50%의 응답자가 총 농산물 구입비 중 친환경농산물이 차지하는 비율이 80%정도 된다고 응답하여 집단 간에 유의한 차이가 있었다(p < 0.05). 통계적으로는 유의적인 차이를 나타내었지만 일부 항목의 경우 표본수가 0인 집단이 있어 결과의 해석에서 제한성이 있다.

한 달간 친환경농산물 구입에 지출되는 비용에 대한 조사 결과는 Table 7과 같이 '3만원 미만' (38.7%), '3~5만원 미만' (26%), '5~10만원 미만' (19.3%) 순으로 한 달간 친환경농산물 구입에 지출되는 비용은 3만원미만이 가장 많았다. 또한 학력과 관련하여 중졸 응답자의 75%, 고졸 44.8%, 전문대졸 38.2%, 대졸 31.9%가 '3만원 미만'이라고 답하여 가장 높은 비율을 차지하였으나 대학원졸 집단에서는 '3~5만원 미만' (40%)이 가장 많아 집단 간에 유의한 차이

가 있었으며(p < 0.01), 월평균 소득과 관련하여 200만원 미만의 가정 중 55.4%, 200~400만원 미만의 가정 중 43.5%가 '3만원 미만'이라고 답하여 가장 높은 비율을 차지하였으나 400~600만원 미만의 가정에서는 '3~5만원 미만' (31.3%)을 지출한다는 응답이 가장 많았고 600만원 이상의 가정에서는 '3~5만원 미만' (35.7%), '5~10만원 미만' (35.7%)로 지출한다는 응답이 많아 월평균소득 집단 간에 유의한 차이가 있었다(p < 0.001). 통계적으로는 유의적인 차이를 나타내었지만 일부 항목의 경우 표본수가 0인 집단이 있어 결과의 해석에서 제한성이 있다.

**4) 친환경농산물 구입 품목**

친환경농산물 구입 품목에 대한 조사 결과는 Table 8에서 나타난 바와 같이 곡류는 월1회(26%), 2개월에 1회 (14.3%) 정도이고, 구입하지 않는다는 응답이 38%로 가장 높았으며, 서류는 3개월에 1회 (16.7%), 월1회 (10%)가 많았고 구입하지 않는다는 응답이 48.7%로 가장 많았다. 채소류는 주1회 (35.7%), 월2회 (24.0%), 구입하지 않는다는 (16.7%)순으로 주1회 구입한다는 응답이 가장 많았으며, 과일류는 주1회 (20.0%), 월1회 (19.3%)이며 구입하지 않는다는 응답이 31.0%로 가장 많았다. 육류는 월2회 (18.3%), 주1회 (14.7%)가 많았고 구입하지 않는다는 응답이 47%로 가장 많았으며, 알류는 주1회 (29%), 월1회

**Table 6.** Purchasing ratio of environment-friendly agricultural products among total agricultural products

		N (%)	20%	40%	60%	80%	100%	$\chi^2$
Age	20 - 29	5 ( 1.7)	1 (20.0) <sup>1)</sup>	1 (20.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	10.768
	30 - 39	86 ( 28.7)	38 (44.2)	19 (22.1)	17 (19.8)	12 (14.0)	0 (0.0)	
	40 - 49	163 ( 54.3)	78 (47.9)	39 (23.9)	22 (13.5)	23 (14.1)	1 (0.6)	
	50 - 59	40 ( 13.3)	20 (50.0)	5 (12.5)	6 (15.0)	9 (22.5)	0 (0.0)	
	≥ 60	6 ( 2.0)	3 (50.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	0 ( 0.0)	0 (0.0)	
Education	Middle school	12 ( 4.0)	7 (58.3)	0 ( 0.0)	4 (33.3)	1 ( 8.3)	0 (0.0)	28.522*
	High school	125 ( 41.7)	63 (50.4)	33 (26.4)	13 (10.4)	16 (12.8)	0 (0.0)	
	College	34 ( 11.3)	17 (50.0)	9 (26.5)	4 (11.8)	4 (11.8)	0 (0.0)	
	University	119 ( 39.7)	49 (41.2)	22 (18.5)	28 (23.5)	19 (16.0)	1 (0.8)	
	Graduate school	10 ( 3.3)	4 (40.0)	1 (10.0)	0 ( 0.0)	5 (50.0)	0 (0.0)	
Job	Employed	101 ( 33.7)	56 (55.4)	22 (21.8)	15 (14.9)	8 ( 7.9)	0 (0.0)	8.315
	Housewife	199 ( 66.3)	84 (42.2)	43 (21.6)	34 (17.1)	37 (18.6)	1 (0.5)	
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	56 ( 18.7)	34 (60.7)	11 (19.6)	6 (10.7)	5 ( 8.9)	0 (0.0)	15.441
	200 - 400	147 ( 49.0)	70 (47.6)	34 (23.1)	19 (12.9)	24 (16.3)	0 (0.0)	
	400 - 600	83 ( 27.7)	31 (37.3)	17 (20.5)	20 (24.1)	14 (16.9)	1 (1.2)	
	≥ 600	14 ( 4.7)	5 (35.7)	3 (21.4)	4 (28.6)	2 (14.3)	0 (0.0)	
Total		300 (100.0)	140 (46.7)	65 (21.7)	49 (16.3)	45 (15.0)	1 (0.3)	

1) N (%), \*: p &lt; 0.05

**Table 7.** Purchasing cost of environment-friendly agricultural products per month

(unit : Won)

		N (%)	< 30,000	30,000 - 50,000	50,000 - 100,000	100,000 - 150,000	≥ 150,000	$\chi^2$
Age	20 - 29	5 ( 1.7)	1 (20.0) <sup>1)</sup>	0 ( 0.0)	3 (60.0)	0 ( 0.0)	1 (20.0)	21.849
	30 - 39	86 (28.7)	35 (40.7)	18 (20.9)	17 (19.8)	8 ( 9.3)	8 ( 9.3)	
	40 - 49	163 (54.3)	65 (39.9)	45 (27.6)	32 (19.6)	12 ( 7.4)	9 ( 5.5)	
	50 - 59	40 (13.3)	11 (27.5)	14 (35.0)	5 (12.5)	8 (20.0)	2 ( 5.0)	
	≥ 60	6 ( 2.0)	4 (66.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	
Education	Middle school	12 ( 4.0)	9 (75.0)	2 (16.7)	1 ( 8.3)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	33.937**
	High school	125 (41.7)	56 (44.8)	33 (26.4)	18 (14.4)	16 (12.8)	2 ( 1.6)	
	College	34 (11.3)	11 (32.4)	13 (38.2)	7 (20.6)	0 ( 0.0)	3 ( 8.8)	
	University	119 (39.7)	38 (31.9)	26 (21.8)	29 (24.4)	12 (10.1)	14 (11.8)	
	Graduate school	10 ( 3.3)	2 (20.0)	4 (40.0)	3 (30.0)	0 ( 0.0)	1 (10.0)	
Job	Employed	101 (33.7)	46 (45.5)	28 (27.7)	19 (18.8)	6 ( 5.9)	2 ( 2.0)	8.952
	Housewife	199 (66.3)	70 (35.2)	50 (25.1)	39 (19.6)	22 (11.1)	18 ( 9.0)	
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	56 (18.7)	31 (55.4)	13 (23.2)	11 (19.6)	1 ( 1.8)	0 ( 0.0)	35.918***
	200 ~ < 400	147 (49.0)	64 (43.5)	34 (23.1)	23 (15.6)	19 (12.9)	7 ( 4.8)	
	400 ~ < 600	83 (27.7)	19 (22.9)	26 (31.3)	19 (22.9)	8 ( 9.6)	11 (13.3)	
	≥ 600	14 ( 4.7)	2 (14.3)	5 (35.7)	5 (35.7)	0 ( 0.0)	2 (14.3)	
Total		300 (100.0)	116 (38.7)	78 (26.0)	58 (19.3)	28 ( 9.3)	20 ( 6.7)	

1) N (%), \*\*: p &lt; 0.01, \*\*\*: p &lt; 0.001

**Table 8.** Purchasing frequencies of environment-friendly agricultural products's food groups

Food groups	Once a week	Twice a month	Once a month	Every other month	Every three month	Non-purchase	Total
Cereals	11 ( 3.7) <sup>1)</sup>	16 ( 5.3)	78 (26.0)	43 (14.3)	38 (12.7)	114 (38.0)	300 (100.0)
Potatoes	27 ( 9.0)	28 ( 9.3)	30 (10.0)	19 ( 6.3)	50 (16.7)	146 (48.7)	300 (100.0)
Vegetables	107 (35.7)	72 (24.0)	38 (12.6)	12 ( 4.0)	21 ( 7.0)	50 (16.7)	300 (100.0)
Fruits	60 (20.0)	48 (16.0)	58 (19.3)	12 ( 4.0)	29 ( 9.7)	93 (31.0)	300 (100.0)
Meats	44 (14.7)	55 (18.3)	38 (12.7)	8 ( 2.6)	14 ( 4.7)	141 (47.0)	300 (100.0)
Eggs	87 (29.0)	49 (16.3)	53 (17.7)	6 ( 2.0)	10 ( 3.3)	95 (31.7)	300 (100.0)
Others	4 ( 1.3)	5 ( 1.7)	1 ( 0.4)	3 ( 1.0)	4 ( 1.3)	283 (94.3)	300 (100.0)

1) N (%)

(17.7%)가 많았고 알류 또한 구입하지 않는다는 응답이 31.7%로 가장 많았다.

5) 구입 장소 및 결정요인

친환경농산물의 구입 장소에 대한 조사 결과에서 슈퍼마켓(대형할인점)을 이용하는 주부가 33.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 친환경농산물 전문판매장 21.0%, 농민으로부터 직접 구입 13%, 농협 하나로 마트 10.7% 순이었으며 그 외 백화점 식품매장이나 재래시장을 이용하기도 하였다(Table 9).

친환경농산물 구매처 결정 요인에 대하여 다중응답으로 조사한 결과 ‘구매처를 믿을 수 있으므로’ 41.7%, ‘다른 물품도 함께 구입할 수 있어서’ 30.7%, ‘거리가 가까워서’ 29.7% 순으로 나타나, 구매처를 믿을 수 있어서 자주 이용한다는 응답이 가장 많았다(Table 10).

6) 구매 시 가장 우선적으로 고려하는 항목

친환경농산물 구매 시 가장 우선적으로 고려하는 항목에 대한 설문조사결과는 Table 11과 같다. ‘외관 및 신선도’ 29%, ‘품질인증마크’ 26.7%, ‘영양가’ 16.7%, ‘맛’ 13.7%, ‘생산기업 및 메이커’ 7%, ‘가격’ 6.7% 순으로 나타나 친환경농산물 구매 시 외관 및 신선도와 품질인증마크를 주로 고려하였다. 연령 및 학력에 따라 집단별로 유의한 차이는 없었으며, 직업과 관련하여 취업주부는 ‘외관 및 신선도(34.7%)’와 ‘영양가(21.8)’를 주로 고려하였고, 전업주부는 ‘품질인증마크(32.2)’와 ‘외관 및 신선도(26.1)’를 주로

고려하는 것으로 나타나 집단 간에 유의한 차이가 있었다 ( $p < 0.05$ ). 월평균소득과 관련하여 200만원 미만의 가정에서는 ‘외관 및 신선도(30.4%)’, ‘가격(21.4%)’ 순으로 고려하였으며, 200~400만원 미만의 가정에서는 주로 ‘품질인증마크(31.3%)’, ‘외관 및 신선도(25.2%)’ 순으로 고

Table 9. Purchasing place of environment-friendly agricultural products

Supermarket	99 ( 33.0) <sup>1)</sup>
Special shop	63 ( 21.0)
Purchase from farmer	39 ( 13.0)
Nonghyup hanaro mart	32 ( 10.7)
Traditional market	25 ( 8.3)
Department store	17 ( 5.7)
Consumer group (Saenghyup)	13 ( 4.3)
Religious organization	9 ( 3.0)
Others	3 ( 1.0)
Total	300 (100.0)

1) N (%)

Table 10. Choosing factors of purchasing place<sup>1)</sup>

Can believe store	125 (41.7) <sup>2)</sup>
Can buy other goods together	92 (30.7)
Near distance	89 (29.7)
Good quality	88 (29.3)
Various EFAP	46 (15.3)
Low price	32 (10.7)
Others	2 ( 0.7)

1) Multiple response, 2) N (%)  
(Total N = 300)

Table 11. The most considerable factors on purchasing environment-friendly agricultural products

	N (%)	Taste	Appearance & Freshness	Nutrition	Price	Quality certification mark	Maker	Others	$\chi^2$
Age	20 - 29	5 ( 1.7)	0 ( 0.0) <sup>1)</sup>	2 (40.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	0 ( 0.0)	0 (0.0)	31.217
	30 - 39	86 ( 28.7)	9 (10.5)	23 (26.7)	15 (17.4)	7 ( 8.1)	22 (25.6)	10 (11.6)	
	40 - 49	163 ( 54.3)	20 (12.3)	54 (33.1)	28 (17.2)	9 ( 5.5)	42 (25.8)	9 ( 5.0)	
	50 - 59	40 ( 13.3)	10 (25.0)	8 (20.0)	5 (12.5)	1 ( 2.5)	14 (35.0)	2 ( 5.0)	
	≥ 60	6 ( 2.0)	2 (33.3)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	2 (33.3)	2 (33.3)	0 ( 0.0)	
Education	Middle school	12 ( 4.0)	5 (41.7)	2 (16.7)	2 (16.7)	1 ( 8.3)	2 (16.7)	0 ( 0.0)	32.732
	High school	125 ( 41.7)	17 (13.6)	37 (29.6)	22 (17.6)	10 ( 8.0)	33 (26.4)	5 ( 4.0)	
	College	34 ( 11.3)	8 (23.5)	13 (38.2)	6 (17.6)	2 ( 5.9)	2 ( 5.9)	3 ( 8.8)	
	University	119 ( 39.7)	11 ( 9.2)	31 (26.1)	20 (16.8)	7 ( 5.9)	38 (31.9)	12 (10.1)	
	Graduate school	10 ( 3.3)	0 ( 0.0)	4 (40.0)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	5 (50.0)	1 (10.0)	
Job	Employed	101 ( 33.7)	15 (14.9)	35 (34.7)	22 (21.8)	6 ( 5.9)	16 (15.8)	6 ( 5.9)	13.251*
	Housewife	199 ( 66.3)	26 (13.1)	52 (26.1)	28 (14.1)	14 ( 7.0)	64 (32.2)	15 ( 7.5)	
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	56 ( 18.7)	7 (12.5)	17 (30.4)	10 (17.9)	12 (21.4)	8 (14.3)	1 ( 1.8)	54.051***
	200 - 400	147 ( 49.0)	26 (17.7)	37 (25.2)	24 (16.3)	7 ( 4.8)	46 (31.3)	7 ( 4.8)	
	400 - 600	83 ( 27.7)	8 ( 9.6)	29 (34.9)	11 (13.3)	1 ( 1.2)	24 (28.9)	10 (12.0)	
	≥ 600	14 ( 4.7)	0 ( 0.0)	4 (28.6)	5 (35.7)	0 ( 0.0)	2 (14.3)	3 (21.4)	
Total	300 (100.0)	41 (13.7)	87 (29.0)	50 (16.7)	20 ( 6.7)	80 (26.7)	21 ( 7.0)	1 (0.3)	

1) N (%) \*:  $p < 0.05$ , \*\*\*:  $p < 0.001$

려하였다. 또한 400~600만원 미만의 가정에서는 ‘외관 및 신선도(34.9%)’, ‘품질인증 마크(28.9%)’ 순으로 고려하였고, 600만원 이상의 가정에서는 ‘영양가(35.7%)’, ‘외관 및 신선도(28.6%)’ 순으로 고려하였으며 집단 간에 유의한 차이가 있었다 ( $p < 0.001$ ). 통계적으로는 유의적인 차이를 나타내었지만 일부 항목의 경우 표본수가 0인 집단이 있어 결과의 해석에서 제한성이 있다.

**7) 친환경농산물의 맛, 안전성 및 가격의 만족도**

친환경농산물 구입 시 만족도를 알아보기 위해 맛, 안전성, 가격의 세 문항으로 나누어 5점 likert 척도로 분석한 결과는 Table 12와 같다. 친환경농산물 구입 시 만족도는 맛(3.62)이 가장 높았고, 안전성(3.57), 가격(3.00)순이었다. 대부분 주부들의 맛, 안전성, 가격에 대한 만족도가 보통 정도였는데 이 중 가격에 대한 만족도가 가장 낮았다. 연령과 관련하여 맛에 대한 만족도는 20대(3.80), 가격에 대한 만족도는 50대(3.05)에서 높은 경향을 보였으며, 유의한 차이는 없었다. 반면 안전성에 대한 만족도는 20~50대가 60대 이상에 비하여 유의한 차이로 높았다( $p < 0.01$ ). 학력과 관련해서는 맛과 안전성은 전문대졸에서 각각 3.79, 3.68이었고, 가격은 대학원이상(3.20)에서 높은 만족도 경향을 보였으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 직업에서는 취업주부가 전업주부에 비해 맛, 안전성, 가격에서 높은 만족도

경향을 보였으며, 월평균소득과 관련하여 맛은 ‘400~600만원 미만’(3.75), 안전성은 ‘600만원 이상’(3.64), 가격은 ‘200만원 미만’(3.05)과 ‘400~600만원 미만’(3.05)에서 만족도가 높은 경향을 보였으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

**8) 친환경농산물의 표시사항 확인**

Table 13에서와 같이 친환경농산물의 표시사항 확인 정도에서 친환경농산물 인증마크, 유효기간, 원료구성, 원산지에 대하여 4점 likert척도로 조사한 결과, 대체로 주부들이 유효기간(3.59)과 원산지(3.25)를 주로 확인하였다. 연령과 관련하여 보면 ‘유효기간’은 20대~40대가 50대 이상에 비하여 확인정도가 유의한 차이로 높았다( $p < 0.05$ ). 학력에 따라서는 ‘인증마크’는 전문대졸 이상이 중졸, 고졸보다 확인정도가 유의한 차이로 높았고( $p < 0.05$ ), ‘원산지확인’은 대학원 이상(3.67), 대졸(3.37), 고졸(3.24), 전문대졸(3.02), 중졸(2.61) 순으로 유의한 차이가 있었다( $p < 0.01$ ). 직업과 관련하여 보면 ‘인증마크’ 확인에 있어 전업주부(2.89)가 취업주부(2.63)에 비해 확인을 많이 하였고( $p < 0.05$ ), 월평균소득과 관련해서는 ‘인증마크’의 확인은 ‘400~600만원 미만’(2.99), ‘600만원 이상’(2.94) 순으로 유의한 차이( $p < 0.05$ )가 있었으며, 그 외의 품질확인 요소에 있어서는 유의한 차이가 없었다.

**Table 12.** The housewives' satisfaction on taste, safety and price of environment-friendly agricultural products<sup>2)</sup>

		N (%)	Taste	Safety	Price
Age	20 - 29	5 ( 1.7)	3.80 ± 0.44 <sup>1)</sup>	3.60 ± 0.54 <sup>3)</sup>	2.60 ± 0.89
	30 - 39	86 ( 28.7)	3.53 ± 0.56	3.48 ± 0.58 <sup>b</sup>	2.99 ± 0.67
	40 - 49	163 ( 54.3)	3.67 ± 0.63	3.61 ± 0.63 <sup>b</sup>	3.00 ± 0.73
	50 - 59	40 ( 13.3)	3.70 ± 0.75	3.70 ± 0.64 <sup>b</sup>	3.05 ± 0.81
	≥ 60	6 ( 2.0)	3.00 ± 0.00	2.67 ± 0.51 <sup>a</sup>	3.00 ± 0.89
F-value			2.358	4.325**	0.418
Education	Middle school	12 ( 4.0)	3.67 ± 0.88	3.33 ± 0.88	3.17 ± 1.03
	High school	125 ( 41.7)	3.59 ± 0.63	3.54 ± 0.62	2.91 ± 0.67
	College	34 ( 11.3)	3.79 ± 0.59	3.68 ± 0.63	3.12 ± 0.68
	University	119 ( 39.7)	3.62 ± 0.62	3.61 ± 0.61	3.02 ± 0.79
	Graduate school	10 ( 3.3)	3.40 ± 0.51	3.30 ± 0.48	3.20 ± 0.42
F-value			1.016	1.351	1.023
Job	Employed	101 ( 33.7)	3.65 ± 0.69	3.63 ± 0.61	3.05 ± 0.78
	Housewife	199 ( 66.3)	3.61 ± 0.61	3.53 ± 0.64	2.97 ± 0.71
t-value			0.585	1.308	0.888
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	56 ( 18.7)	3.55 ± 0.63	3.52 ± 0.63	3.05 ± 0.77
	200 - 400	147 ( 49.0)	3.58 ± 0.65	3.55 ± 0.65	2.95 ± 0.70
	400 - 600	83 ( 27.7)	3.75 ± 0.62	3.61 ± 0.60	3.05 ± 0.75
	≥ 600	14 ( 4.7)	3.64 ± 0.50	3.64 ± 0.63	2.93 ± 0.92
F-value			1.536	0.364	0.465
Total		300 (100.0)	3.62 ± 0.63	3.57 ± 0.63	3.00 ± 0.73

1) Mean ± SD, \*\*,  $p < 0.01$

2) 5 points Likert scale: 'Very satisfied' (5 points) ~ 'Very dissatisfied' (1 point)

3) Different superscripts in the same column mean significant differences among groups by Duncan's multiple range test ( $p < 0.05$ )

3. 향후 친환경농산물의 구매 증가의향과 소비촉진을 위한 개선점

1) 향후 친환경농산물의 구매를 증가시킬 의향

주부들의 향후 친환경농산물의 구매를 증가시킬 의향에 대한 결과는 Table 14와 같다. ‘조금 늘리겠다’는 응답이 가

장 많아 65.1%를 차지했으며, ‘많이 늘리겠다’ 16.9%, ‘늘릴 생각이 없다’ 16.7% 순이었다. 연령 및 직업변수와 관련하여 통계적으로 유의한 차이는 없었으며, 학력이 높을수록 친환경농산물의 구매를 증가시킬 생각이 있는 것으로 나타나, 대학원 이상의 학력소지자의 경우 91.6%, 대졸학력 소

Table 13. Checking on environment-friendly agricultural products labeling<sup>2)</sup>

		N (%)	Certification mark	Valid date	Material composition	Origin
Age	20 - 29	8 ( 2.1)	3.00 ± 0.92 <sup>1)</sup>	3.63 ± 0.51 <sup>3)</sup>	3.50 ± 0.75	3.75 ± 0.70
	30 - 39	101 ( 25.9)	2.80 ± 1.01	3.65 ± 0.74 <sup>a)</sup>	2.71 ± 0.97	3.34 ± 0.89
	40 - 49	216 ( 55.4)	2.80 ± 1.04	3.62 ± 0.70 <sup>a)</sup>	2.71 ± 0.99	3.21 ± 0.90
	50 - 59	55 ( 14.1)	2.89 ± 1.19	3.42 ± 0.83 <sup>b)</sup>	2.51 ± 0.87	3.18 ± 0.88
	≥ 60	10 ( 2.6)	2.10 ± 0.99	3.00 ± 1.15 <sup>b)</sup>	2.50 ± 1.35	3.00 ± 1.24
F-value			1.270	2.622*	1.966	1.195
Education	Middle school	18 ( 4.6)	2.22 ± 1.00 <sup>a)</sup>	3.33 ± 0.97	2.50 ± 1.29	2.61 ± 1.14 <sup>a)</sup>
	High school	170 ( 43.6)	2.68 ± 1.07 <sup>a)</sup>	3.57 ± 0.80	2.59 ± 1.04	3.24 ± 0.87 <sup>b)</sup>
	College	48 ( 12.3)	2.85 ± 0.98 <sup>b)</sup>	3.73 ± 0.60	2.58 ± 0.84	3.02 ± 0.95 <sup>a)</sup>
	University	142 ( 36.4)	2.96 ± 1.01 <sup>b)</sup>	3.60 ± 0.68	2.89 ± 0.87	3.37 ± 0.87 <sup>b)</sup>
	Graduate school	12 ( 3.1)	3.17 ± 1.26 <sup>b)</sup>	3.58 ± 0.79	2.50 ± 1.08	3.67 ± 0.65 <sup>c)</sup>
F-value			3.078*	0.991	2.304	4.436**
Job	Employed	250 ( 64.1)	2.63 ± 1.06	3.52 ± 0.81	2.62 ± 1.04	3.19 ± 0.96
	Housewife	140 ( 35.9)	2.89 ± 0.81	3.69 ± 0.71	2.73 ± 0.95	3.28 ± 0.88
t-value			-2.363*	-1.332	-1.090	-0.984
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	88 ( 22.6)	2.56 ± 1.03	3.48 ± 0.82	2.58 ± 1.07	3.23 ± 0.97
	200 - 400	192 ( 49.2)	2.80 ± 1.05	3.56 ± 0.77	3.65 ± 0.98	3.21 ± 0.88
	400 - 600	93 ( 23.8)	2.99 ± 1.07	3.72 ± 0.60	3.83 ± 0.89	3.34 ± 0.88
	≥ 600	17 ( 4.4)	2.94 ± 1.09	3.71 ± 0.77	3.94 ± 0.97	3.18 ± 1.07
F-value			2.676*	1.851	1.439	0.448
Total		390 (100.0)	2.80 ± 1.05	3.59 ± 0.74	2.69 ± 0.98	3.25 ± 0.90

1) Mean ± SD, \*, p < 0.05, \*\*: p < 0.01

2) 4 points Likert scale : 'Always check' (4 points) ~ 'Almost not check' (1 point)

3) Different superscripts in the same column mean significant differences among groups by Duncan's multiple range test (p < 0.05)

Table 14. The purchasing intention of environment-friendly agricultural products at hereafter

		N (%)	Much increase	A little increase	Not increase	Decrease	χ <sup>2</sup>
Age	20 - 29	8 ( 2.1)	2 (25.0) <sup>1)</sup>	5 (62.5)	1 (12.5)	0 ( 0.0)	14.250
	30 - 39	101 ( 25.9)	19 (18.8)	69 (68.3)	11 (10.9)	2 ( 2.0)	
	40 - 49	216 ( 55.4)	38 (17.6)	135 (62.5)	42 (19.4)	1 ( 0.5)	
	50 - 59	55 ( 14.1)	7 (12.7)	38 (69.1)	9 (16.4)	1 ( 1.8)	
	≥ 60	10 ( 2.6)	0 ( 0.0)	7 (70.0)	2 (20.0)	1 (10.0)	
Education	Middle school	18 ( 4.6)	2 (11.1)	12 (66.7)	2 (11.1)	2 (11.1)	29.944**
	High school	170 ( 43.6)	20 (11.8)	114 (67.1)	33 (19.4)	3 ( 1.8)	
	College	48 ( 12.3)	10 (20.8)	26 (54.2)	12 (25.0)	0 ( 0.0)	
	University	142 ( 36.4)	30 (21.1)	95 (66.9)	17 (12.0)	0 ( 0.0)	
	Graduate school	12 ( 3.1)	4 (33.3)	7 (58.3)	1 ( 8.3)	0 ( 0.0)	
Job	Employed	250 ( 64.1)	20 (14.3)	94 (67.1)	25 (17.9)	1 ( 0.7)	1.769
	Housewife	140 ( 35.9)	46 (18.4)	160 (64.0)	40 (16.0)	4 ( 1.6)	
Family monthly income (10 thousand won)	< 200	88 ( 22.6)	12 (13.6)	56 (63.6)	17 (19.3)	3 ( 3.4)	24.996**
	200 - 400	192 ( 49.2)	26 (13.5)	124 (64.6)	41 (21.4)	1 ( 0.5)	
	400 - 600	93 ( 23.8)	23 (24.7)	64 (68.8)	6 ( 6.5)	0 ( 0.0)	
	≥ 600	17 ( 4.4)	5 (29.4)	10 (58.8)	1 ( 5.9)	1 ( 5.9)	
Total		390 (100.0)	66 (16.9)	254 (65.1)	65 (16.7)	5 ( 1.3)	

1) N (%), \*\*: p < 0.01



**Table 15.** The improvement factors for consumption promotion of environment-friendly agricultural products

	1st	2nd	3rd
Price cutting	187 ( 47.9) <sup>1)</sup>	51 ( 13.1)	64 ( 16.4)
Trust on producer	71 ( 18.2)	105 ( 26.9)	70 ( 17.9)
Reinforce promotion	24 ( 6.2)	42 ( 10.8)	37 ( 9.5)
Diversity of purchasing place	20 ( 5.1)	61 ( 15.6)	78 ( 20.0)
Quality betterment	69 ( 17.7)	101 ( 25.9)	86 ( 22.1)
Enhancement of the quality certification system	18 ( 4.6)	29 ( 7.4)	54 ( 13.8)
Others	1 ( 0.3)	1 ( 0.3)	1 ( 0.3)
Total	390 (100.0)	390 (100.0)	390 (100.0)

1) N (%)

지자의 경우 88%가 친환경농산물의 구매를 향후 늘리겠다고 생각하고 있었으며 그룹 간에 유의한 차이가 있었다( $p < 0.01$ ). 월평균소득과 관련하여 200만원 미만의 소득에서 조금 늘리겠다(63.6%), 늘릴 생각이 없다(19.3%) 순으로 응답하였고, 200~400만원 미만의 소득에서도 조금 늘리겠다(64.6%), 늘릴 생각이 없다(21.4%)순이었으며, 400~600만원 미만의 소득에서는 조금 늘리겠다(68.8%), 많이 늘리겠다(24.7%) 순으로, 600만원 이상 소득에서도 조금 늘리겠다(58.8%), 많이 늘리겠다(29.4%) 순으로 나타나 친환경농산물의 구매를 증가시키겠다는 의향이 많았으며 그룹 간에 유의한 차이가 있었다( $p < 0.01$ ). 통계적으로는 유의적인 차이를 나타내었지만 일부 항목의 경우 표본수가 0인 집단이 있어 결과의 해석에서 제한성이 있다.

## 2) 친환경농산물의 소비촉진을 위한 개선점

친환경농산물의 소비촉진을 위해 개선해야 할 점에 대한 결과는 Table 15와 같다. 1순위에서 가격인하(47.9%), 생산자의 신용(18.2%), 품질향상(17.7%)순으로, 가격인하를 소비촉진을 위해 가장 우선적으로 개선해야 한다는 응답이 많았으며, 2순위에서 생산자의 신용(26.9%), 품질향상(25.9%), 구매 장소 다양화(15.6%)순으로, 3순위에서 품질향상(22.1%), 구매 장소 다양화(20%), 생산자의 신용(17.9%)순으로 선택하였다.

## 고 찰

웰빙 건강을 위해 최근 주부들의 친환경농산물에 대한 관심이 날로 높아지고 그 구매량도 크게 증가되고 있다. 따라서 친환경농산물 시장의 활성화를 위한 기초자료로 이들 농산물에 대한 주부들의 구매행동을 조사해 보았다.

본 조사결과 주부의 2/3 이상이 친환경농산물을 구매해 본 경험이 있는 것으로 나타나 친환경농산물이 많이 대중화되

었음을 알 수 있었으며, 가족의 건강을 위해서 구입한다는 의견이 가장 많았다. 이는 Kim(2005)의 연구결과 ‘건강을 위해서’ 94.4%로 매우 높았고, Lee(2006)의 연구에서도 ‘건강에 안전한 농산물이라고 생각해서’가 82.6%로 나타났으며, Choi & Chang(2007)의 연구 결과 ‘건강을 위하여’가 87.5%로 나타났고, Kim(2010b)의 연구 결과에서도 ‘가족의 건강을 위해’가 47.4%로 가장 높게 나타났다. 이상을 통해 볼 때 친환경농산물을 구매하는 사람들은 건강에 대한 관심과 건강유지 및 증진을 위해 친환경농산물을 구입하고 있는 것으로 보였다.

소득수준이 높아지고, 친환경농산물에 대한 인식이 대중화되었음에도 불구하고 일부 주부가 친환경농산물을 구입하지 않는 가장 큰 이유는 친환경농산물의 가격이 부담스러워서인 것으로 나타났으며, 이것은 Lee(2006)의 연구에서 구입하지 않는 이유의 1위가 ‘값이 비싸서’, 2위가 ‘채배농법을 믿을 수 없어서’, 3위가 ‘구입방법을 몰라서’로 나타난 바와 유사하였으며, An & Kang(2006)의 연구에서도 구입하지 않는 가장 큰 이유가 가격 때문(43.8%)인 것으로 나타났다.

Table 4에서 보면 높은 가격 및 주부의 친환경농산물에 대한 신뢰 부족으로 인해 친환경농산물 구매횟수, 친환경농산물 구입이 차지하는 비율과 친환경농산물 구입비가 낮은 것으로 보였다.

친환경농산물 구매횟수는 1주일에 1회 이상 구입하는 주부가 52.7%로 비교적 자주 구입하는 것으로 나타났는데, Kim 등 (2011)의 연구에서는 주1~2회(25.1%), 월2~3회(21.1%) 순으로 나타났으며, 성인남녀를 대상으로 서울특별시, 청주시, 홍성군 3개 지역을 표본으로 하여 조사한 Kim(2010a)의 연구에서는 ‘어쩌다 한번씩’이 53%로 가장 높게 나타나 본 연구결과와 차이가 있었다.

친환경농산물 구입비율은 총 농산물구입비의 20% 정도가 46.7%로 가장 많았고, 총 농산물구입비의 40% 정도를

구매하는 주부는 21.7%로 나타났으며, Kim(2010a)의 연구에서도 총 농산물 구입비의 10~30%를 구매하는 경우가 30.7%로 가장 많았다. 한 달간 친환경농산물 구입에 지출하는 비용은 3만원 미만(38.7%), 3~5만원 미만(26%)순으로 나타났는데, Kim(2010a)의 연구에서는 1~5만원 미만(36.6%), 5~10만원 미만(14.2%) 순으로 나타났다. 이처럼 농산물 구입에서 친환경농산물 구입이 차지하는 비율과 친환경농산물 구입비를 볼 때, 주부들의 친환경농산물 구입 비용 수준이 비교적 낮다는 것을 확인할 수 있었다.

친환경농산물의 구입 품목과 관련하여 채소류가 다른 식품보다 구입회수가 잦아 1주일에 1번이 35.7%, 한 달에 2번이 24.0%로 나타났는데 Ko & Ko(2005)의 연구에서도 친환경농산물 구입 시 채소류가 53.9%로 가장 많았고, Shin(2006)의 연구에서도 채소류가 57.8%로 가장 많이 구입하고 있어 본 조사결과와 비슷한 경향을 보였다. 이것은 채소류의 신선도가 쉽게 떨어지는 특성상 구입을 자주 해야 하는 이유도 있지만 주부들이 일반 채소류에는 농약이 많이 잔류되었을 것으로 염려하여 유기농 채소를 이용하려는 경향에서 비롯된 것으로 사료된다.

친환경농산물 구입 장소는 유통환경 변화추세에 따라 대형할인점, 농협 매장, 백화점이 주류를 이루고 있으며, 구입 장소 결정요인은 신선성, 품질, 근접성, 취급품목의 다양성 등의 순위로 비중이 결정되고 있다(Nongmin Newspaper 2005). 본 연구에서도 슈퍼마켓(대형할인점)을 이용하는 주부가 33.1%로 가장 많았으며 Park(2002)의 연구에서도 구입 장소 중 대형할인점(27.3)이 가장 많았다. 구매처 결정요인에서 특정구매처를 자주 이용하는 이유로는 '다른 물품을 함께 구입할 수 있어서'가 30.7%(다중응답)로 많은 비율을 차지하고 있었는데 요즘 소비자들이 슈퍼마켓(대형할인점)에서 필요한 물품을 한꺼번에 대량으로 구입하는 추세에 의한 것 같다.

친환경농산물 구매 시 가장 우선적으로 고려하는 항목으로는 외관 및 신선도가 29%로 가장 많았고, 품질인증마크 26.7%, 영양가 16.7%순으로 고려하였는데 Kim 등(2008b)의 연구에서도 주부들은 친환경농산물 선택 시 고려하는 정도를 5점 likert점수로 나타내었는데 위생상태 및 신선도(4.43), 안전성(4.2), 영양가(4.05) 그리고 맛(3.99) 등을 중요한 기준으로 고려하는 것으로 나타나 본 연구와 유사하였다.

주부들의 친환경농산물 구매 시 만족도에 대하여는 맛(3.62), 안전성(3.52), 가격(3.00)순으로 나타나 가격에 대한 만족도가 가장 낮았는데 Kim(2005)의 연구에서도 친환경농산물의 만족요인에 있어서 안전성이 가장 높았고 가

격이 가장 낮았다. Lee(2006)의 연구에서도 맛(43.8%), 안전성(48.2%)에 대체로 만족하고 있으며 가격(43.9%)에는 보통수준으로 만족하는 것으로 나타났고, Kim 등(2011)의 연구결과도 안전성(3.8), 품질(3.76), 영양(3.7)순으로 만족도가 높았으며 가격 만족도(2.76)는 낮아 본 조사결과와 비슷한 경향을 보였다. 가격에 대한 만족도를 높이기 위해서는 친환경농산물의 생산과정의 차이점을 잘 이해시키고 수요량을 충분히 고려하여 대량생산과 다양한 개발이 요구된다.

향후 친환경농산물의 구매의향에서는 '조금 늘리겠다'(65.1%), '많이 늘리겠다'(16.9%)로 늘리겠다는 응답이 82%나 되었는데, Park(2002)의 연구에서도 89.8%의 소비자가 향후 친환경농산물 소비를 늘릴 의향이 있다고 답하였고, Ko & Ko(2005)의 연구에서도 '친환경농산물을 계속 구입할 의사가 있다'가 47.5%로 나타났으며, Kim 등(2008c)의 연구에서도 구매자의 96.1%가 현 구매 상태를 유지하거나 더 늘릴 것으로 나타나 친환경농산물 시장이 앞으로 더욱 활성화될 것으로 전망되었다.

주부들이 생각하기에 친환경농산물의 소비촉진을 위해서 가장 개선해야 할 사항은 본 조사에서 가격 인하, 생산자 신용 강화, 품질 향상인 것으로 나타났는데 Kim(2005) 및 Park(2007)의 연구를 보면 1위가 '믿을 수 있는 생산자와 제조회사의 확립', 그 다음으로 '가격 인하'와 '품질 향상'으로 나타나 본 조사결과와 순위는 다르지만 소비자가 생각하는 주요 개선점은 유사하였다. 개선점으로 가격인하가 가장 높은 것은 친환경농산물 가격에 대한 만족도가 가장 낮았기 때문으로 사료된다. 그 다음으로 신뢰도가 높은 친환경농산물의 생산자와 제조회사를 바라는 것은 친환경농산물의 제조업체, 유통업체마다 '천연', '자연', '무공해' 등 듣기 좋고 그럴듯한 이름을 붙여 혼돈을 일으킬 수 있는 표시사용으로 소비자들에게 신뢰를 주지 못하는 것으로 이는 향후 가격인하와 함께 개선되어야 할 것이다(Choi & Chang 2007).

## 요약 및 결론

본 연구는 대전지역 친환경농산물의 시장 활성화에 기여할 수 있는 기초자료를 제공하고자 대전지역 주부를 대상으로 설문지를 통해 친환경농산물의 이용현황 및 만족도, 향후 구매 증가 의향과 소비 촉진을 위한 개선점을 조사하였으며 총 390부의 설문지를 연구에 사용하였다. 본 연구 결과에 대한 요약 및 결론은 다음과 같다.

1. 조사대상자는 대부분이 여자이었으며(92.6%) 연령은 40대(55.4%)를 중심으로 고루 분포하였고, 학력은 고졸

(43.6%), 대졸(36.4%)순이었다. 직업은 전업주부(64.1%)가 많았고 가계 월평균소득이 200~400만원 이상인 대상자가 49.2%로 가장 많았다.

2. 친환경농산물 이용현황에 관하여 구매경험자는 76.9%이었고, 구입하는 이유는 주로 '가족의 건강을 위해서'(80.3%), 구입하지 않는 이유는 '가격이 비싸서'(38.9%), '그다지 신뢰가 가지 않아서'(35.6%) 순이었다. 구입 횟수는 '1주일에 1회'(29%), '한 달에 1회'(19.3%), '15일에 1회'(15.7%)순이었고, 친환경농산물 구입비가 차지하는 비율은 총 농산물 구입비의 20%정도(46.7%), 40%정도(21.7%)순이었으며, 학력이 높을수록 구입비율이 높은 경향이 있었다. 한 달간 친환경농산물 구입에 지출하는 비용은 3만원 미만이 38.7%로 가장 많았고, 학력이 높을수록, 월평균소득이 높을수록 친환경농산물 구입비가 많은 경향이 있었다. 친환경농산물 품목 중에는 채소류를 가장 자주 구매하였으며, 구매 장소는 슈퍼마켓(대형할인점)이 33.0%로 가장 많았다. 특정 구매처를 자주 이용하는 이유로는 '구매처를 믿을 수 있으므로'(41.7%)가 가장 많았다. 친환경농산물 구매 시 우선적으로 고려할 사항으로는 '외관 및 신선도'(29%), '품질인증마크'(26.7%)가 많았고, 친환경농산물의 만족도는 5점 만점에 맛(3.62), 안전성(3.57), 가격(3.0) 순으로 나타났다. 친환경농산물의 표시사항 확인 정도에 있어서 주부들은 4점 만점에 유효기간(3.59), 원산지(3.25) 순으로 확인하였다.

3. 친환경농산물에 대한 향후 구매증가 의향은 조금 늘리겠다(65.1%)가 가장 많았으며 고학력자의 대다수가 구매를 늘리겠다고 하였다. 친환경농산물의 소비촉진을 위한 개선점으로는 주로 가격 인하(47.9%), 생산자 신용 강화(18.2%)가 많았다.

이상의 결과에 의하면 가족의 건강을 지키기 위하여 친환경농산물에 대한 소비자들의 선호도는 매우 높았지만 가격에 대한 부담과 공급자에 대한 신뢰도가 구매의 장애요인으로 나타났다. 따라서 가격과 신뢰성에 대한 소비자의 만족도를 높이도록 생산자와 관련기관의 적절한 대응책을 마련한다면 친환경농산물의 이용도가 더욱 높아지고 친환경농업 발전에도 크게 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

### 참 고 문 헌

An JH, Kang KO (2006): Consumption type of housewives about organic and instant food. *Korean J Food & Nutr* 19(1): 28-37  
 Choi HS, Chang GJ (2007): The utilization of environment-friendly agricultural products of college students in Seoul and Incheon areas. *Korean J Community Nutr* 12(6): 742-751

Jang JK (2006): A study on marketing promotion of environmentally friendly agricultural product. MS thesis, Graduate School of Agricultural Economics, Chonnam National University, pp.1-62  
 Jeong EM (2006): The development and characteristics of the environment-friendly agricultural policy in Korea. *Korean J Org Agric* 14(2): 117-137  
 Kim CK, Jung HK, Moon DH (2009): Recent production status and market prospect of environmentally friendly agricultural products in domestic and foreign countries. Korea Rural Economic Institute. Report on Agricultural Research, p.58, Seoul  
 Kim CK, Lee YS, Lee SG (2008a): Consumer's attitudes and marketing strategies for environmentally friendly agricultural products. Korea Rural Economic Institute. Policy Analysis p.98, Seoul  
 Kim IH (2010a): The effect of health concern on purchase behavior of the environmental friendly agricultural products. MS thesis, Graduate School of Public Administration, Hanseo University, pp.16-17  
 Kim JW (2010b): The effect of consumer knowledge and attitude about environment-friendly agricultural products on the purchasing behavior for those products. MS thesis, Graduate School of Education, Ulsan University, pp.28-29  
 Kim JY (2001): A study on the distribution structure of organic farming products for environmentally sustainable agriculture. MS thesis, Graduate School of Urban and Regional Planning, Dankook University, pp.1-81  
 Kim KD, Lee JY, Namkung S (2008b): Purchase behavior of environment-friendly agricultural products by housewives in Seoul area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 37(12): 1667-1673  
 Kim NR, Cho YS, Kim SA (2011): Satisfaction and recognition level of environment-friendly agricultural products in Cheongju area. *Korean J Community Nutr* 16(1): 75-85  
 Kim SH (2009): A study on the marketing promotion of environmentally friendly agricultural products. MS thesis, Graduate School of Management, Mokpo National University, pp.1-73  
 Kim SO, Kim MH, Shim JH (2008c): Understanding of consumers' perceptions on environment-friendly agricultural products (EAP) and purchasing behavior by comparing purchasers and non-purchasers. *Korean J Org Agric* 16(1): 21-42  
 Kim YS (2005): A study on the utilization present status and the satisfaction with environment-friendly agricultural products. MS thesis, Graduate School of Traditional Culture and Arts, Sookmyung Women's University, pp.47-88  
 Kim YT (2006): A study on the efficient plan of improving environmental-friendly agriculture. MS thesis, Graduate School of Industry Kwangju University, pp.1-90  
 Ko BS, Ko PS (2005): The study on the characteristics of circulation of environment-friendly agricultural products and the consumer's purchase intention. *Korean J Culin Res* 11(4): 214-227  
 Lee HW, Yun JH (2007): Studies on change of organic farming in Korea from 1907~2007. *Korean J Org Agric* 15(4): 399-411  
 Lee JS (2002): An analysis of production on environmental friendly agriculture in Korea. *Korean J Org Agric* 10: 29-50  
 Lee JY (2006): Analysis of consumer's behavior on the environment-friendly agricultural products. MS thesis, Graduate School of Agricultural Economics, Chungnam National University, pp.26-68

- National Agricultural Products Quality Management Service (2010) : Available from [http://www.naqs.go.kr/serviceInfo/service\\_01\\_01.jsp](http://www.naqs.go.kr/serviceInfo/service_01_01.jsp) [cited 2010 February 1]
- Nongmin Newspaper (2005) : The preference analysis and demand forecast of consumers on environment-friendly agricultural products. 2005. 4. 12. Available from <http://www.nongmin.com/download/index.htm?mode=detail&no=938> [cited 2010 January 5]
- Park JY (2007): A study on use status of and satisfaction with environmental-friendly agricultural products by female consumers in Jeju area. MS thesis, Graduate School of Education, Jeju National University, p.37
- Park YE (2002): An analysis on consumption behavior of environment-friendly agricultural products. MS thesis, Graduate School at Dong-A University, pp.32-34
- Shin CN (2006): A survey on consumption pattern of environment-friendly agricultural products -with special reference to consumer in Changwon, Jinju and Sacheon area. MS thesis, Graduate School of Human Ecology and Environment, Kyungsang National University, pp.50-52
- Yang GS (2009): Distribution conditions and marketing strategies for environmentally friendly agricultural products. *The Journal of Korean Island* 21(1): 153-170