

제1 발표논문(번역문)**세계 유기농업의 동향과 기준****- 국제인증프로그램을 중심으로 -****빈센트 슈텔리**

네덜란드 AIT대학교 교수

요 약

지난 수년간 유기식품에 대한 관심은 상당히 증가해 왔다. 유기식품은 식품산업에서 아직도 적은 비율이지만, 점차 성장하는 부문으로 그 정체성이 법에 의해 정의되고 보호되고 있다. 이제는 유기식품의 존재가 소비자 선택의 한 요소가 되고 있다.

소비자 확신과 생산물 신뢰, 유기식품 시장에서의 투명성을 확보하기 위해 유기식품 입법과 인증이 필요하다. 유기농업법의 조화는 유기생산물의 수출을 용이하게 하는데 도움이 될 것이다. 국제유기농업운동연합회(IFOAM) 인증프로그램은 이러한 측면에서 많은 성과를 거두었다. 이미 NOP(미국), EC 2092/91(유럽연합) 등 몇몇 국가의 기준들이 국제유기농업운동연합회 기준에 맞게 조정되었다. 그러나 여전히 많은 국가에서 유기농업에 대한 기준이 없다. 유기농업은 빠른 글로벌화 과정에 따라 국제무역이라는 주요한 쟁점에 직면하고 있어 미래의 발전과 모든 국가에서 유기생산물의 인증화를 고려하는 것은 매우 중요하다.

I. 서 문

지난 수년동안 유기식품 즉 현대 농약과 집약적 영농방식의 사용을 배제하는 경작원리와 기술을 사용하여 재배된 식품에 대한 관심이 크게 증가해 왔다. 이러한 경작원리는 때때로 농민 고유의 지식을 사용하면서 현대 과학적 이해와 기술의 혜택과 결부되어 지속 가능한 식품생산 체계를 제공하는데 적용되고 있다

유기식품의 생산은 식품산업의 다른 부문과 마찬가지로 전문 식품과학자와 기술자들의 개입과 건전한 제조과정, 식품안전성이 요구되며 재배, 구성요소 및 표시에 대해서도 법적 요구를 필요로 한다.

요즘 유기농업은 거의 모든 국가에서 시행되고 있으며 경작면적과 농가의 비중도 유기식품 시장과 더불어 곳곳에서 빠르게 성장하고 있다. 그러나 많은 국가에서 유기농업에 대한 정부차원의 규정이 미비하여 유기농산물을 저농약 투입 생산물 또는 비유기 생산물로부터 구분하는 것이 어렵다.

EU의 유기식품 생산에 대한 면밀한 규정은 소비자 신뢰를 높이고 유기 식품산업에 진입하는 새로운 회사들이 고수해야 할 기준을 정하는 데 크게 기여하였다.

1. 세계의 유기농업

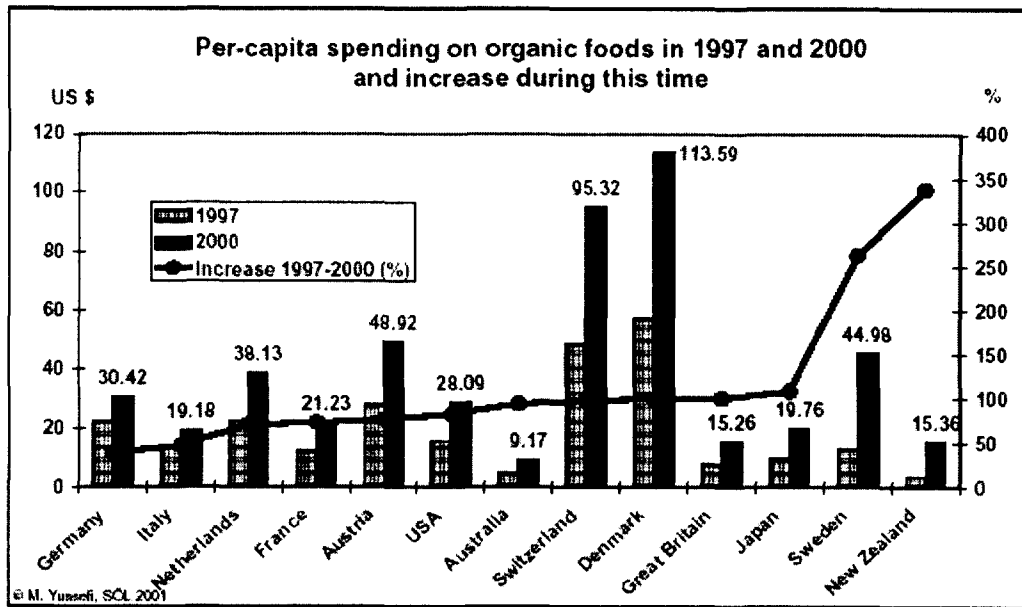
2001년 2월 SOL 조사에 따르면 대략 1,580만ha가 유기농법으로 경작되고 있다. 유기농산물 재배 면적의 대부분은 호주(760만ha), 아르헨티나(300만ha), 이태리(100만ha) 등이 차지한다. 대양주가 세계 유기농산물 재배면적의 절반을 점하고 있고 그 다음이 유럽(23.6%), 남미(20%) 순이다. 대부분의 아시아 국가에서는 유기농법으로 경작되는 면적은 아직 매우 낮은 수준이다. <표 1>은 각국의 유기농산물 재배면적에 대한 수치를 보여준다. 많은 국가들에 대해 아직 정확한 수치를 얻을 수는 없지만 유기농산물 재배면적 비중이 1%인 국가가 아직 없다고 해도 무방할 것이다. 아시아에서 총 유기농산물 재배면적은 약 5만ha이다.

1999년 10월 ITC연구에 따르면 유기식품의 무역이 세계 시장에서 주요 사업이 되고 있다. 유기농산물 무역은 식품시장에서 보기 드문 성장률을 보이고 있다. 또한 대부분 주요시장에서 개발도상국들이 커피, 차, 코코아, 향료, 열대과일, 야채, 감귤과 같이 유럽, 북미에서 생산되지 않는 유기 농산물을 공급할 수 있는 전망을 주는 아주 좋은 기회들이 있다. 이들 국가에서 생산되는 식품에 대한 전망 또한 매우 좋다. 이러한 기회들은 대부분 시장에서 빠르게 성장하는 수요가 적어도 중단기적으로는 국내 공급으로 충족될 수 없다는 사실로부터 나온다.

<표 1> 유기농산물 재배면적

국 가	유기농산물 재배면적 (ha)	농경지면적 중 비중 (%)
호 주	7,654,924	1.62
아 르 헨 티 나	3,000,000	1.77
이 태 리	958,687	6.46
미 국	900,000	0.22
독 일	452,279	2.64
영 국	380,000	2.40
스 웨 덴	174,000	5.60
중 국	8,517	0.002
일 본	5,083	0.09
인 도	1,711	0.0009
한 국	902	0.04
스 리 랑 카	550	0.02
콜 럼 비 아	202	0.0004

<그림 1>에서 보듯이, 유기농산물 시장의 빠른 성장은 소비자의 건강과 환경문제에 대한 인식의 증가에서 비롯된 것이다. 따라서 많은 국가에서 정부의 지원정책과 함께 주요 소매업자들이 유기농산물에 대한 적극적인 마케팅 및 홍보전략을 수행하고 있다.



(그림 1) 유기식품의 1997년과 2000년 1인당 지출액과 동기간증 성장률(Yussefi, 2001)

2. 인증, 정부 규칙과 국제간 조화

유기농업에 대해 일관된 국제적 기준을 마련하는 것은 유기농업 및 세계시장의 가일층 성장에 매우 중요하다.

1) 국제 유기농업운동연합회의 인증

몇몇 국가에서 공식적인 기준들이 있지만 내용과 효과 면에서 서로 다르다. 이러한 기준들은 국내시장에서는 어느 정도 보호되고 있지만 국제시장에서 요구되는 세계적 수준의 동등한 기준을 제공하고 있지는 않다.

1992년 국제유기농업운동연합회(IFOAM: 이하 연합회)는 국제적 동등함 또는 유기품질 기준을 마련하기 위하여 연합회 인증 프로그램을 수립하였다. 연합회의 인증은 지속적으로 개발되는 연합회 기준에 기초한다. 연합회의 인증프로그램은 국제유기인증기관이 연합회와의 협약 하에 운영된다. IOAS 이사회는 연합회에 의해 지명되며 프로그램은 연합회의 다른 활동과 독립적으로 운영된다. 1999년 Biofach에 선보인 연합회 인증 로고를 가진 첫 번째 상품이 2000년에

시장에 출하되었다.

연합회 인증의 중요한 이점중의 하나는 국제적인 신뢰성이다.

유기생산 및 유통에 관한 국제 유기농운동연합회 기준(2002)

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| 1. 유기생산 및 가공의 기본 목적 | 2. 유기 생태계 |
| 3. 작물 생산 및 동물 사육에 대한 일반적 요구사항 | 4. 작물 생산 |
| 5. 동물사육 | 6. 수산물 생산 |
| 7. 가공 및 출하 | 8. 섬유가공 |
| 9. 산림경영 | 10. 표 시 |
| 11. 사회정의 | |

연합회 기준은 연합회 총회에서 회원들이 초안을 만들고 이를 승인함으로써 마련되었다. 국제적 동등함을 위해 마련된 모든 국제기준은 산업자체적으로 세워진 기준이라는 점이 중요하다. 식품규격위원회(Codex Alimentarius Commission)와 같은 포럼은 정부 상호간 협약으로 일단 기준이 세워지면 민간부문에 의해 좀처럼 영향을 받지 않는다.

연합회 인증은 동등성 문제에 직면한 인증자에 대해 수입규제 측면에서 매우 중요한 역할을 수행한다. 인가된 인증자 위원회는 구체적인 규정 항목을 기술하고, 인증자가 어떻게 요구사항을 지켰는가를 기술한 보고서를 연합회에 제출한다. 국가 간 인식이 여전히 문제로 남아있고 협약이 지지 부진하여 인증자가 거래하고자 하는 모든 국가에서 시행될 것 같지 않다.

인증보고서는 정기적으로 유럽연합의 관할 당국에 보고되며 수입허가권을 확보하는 데 기초가 되어왔다. 이들 관할 당국들은 연합회의 인증을(수입에 대한) 효과적인 단속수단으로 인식하고 있다.

2) 식품규격위원회

1999년 6월에 FAO/WHO 식품규격 위원회는 유기식품의 생산, 가공, 표시 및 유통에 대한 지침을 통과시켰다. 이 지침은 유기농업과 협동으로 개발되었다. 2000년 6월 이 지침에 유기 동물사육에 대한 기준이 보완되었다.

유기생산식품의 생산, 가공, 표시 및 유통에 대한 식품규격위원회 지침

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. 범 위 | 2. 설명 및 정의 |
| 3. 표시 및 제소 | 4. 생산 및 조제 규칙 |
| 5. 함유물질의 요구조건 및 기준 | 6. 검사 및 인증체계 |
| 7. 수 입 | 8. 지침의 검토 |

지침들은 유기식품 표시에 대한 정의의 수립을 지도, 장려하고 조화를 도모함으로써 소비자를 보호하고 국제무역을 용이하게 하기 위해 마련되었다. 지침들은 각 국가들이 유기식품의 생산, 유통 및 표시를 규제하는 자국의 제도를 개발하도록 돕는데 유용한 도구이다. 이들은 소비자 신뢰를 유지하고 잘못된 관행을 방지하며 동등성에 기초하여 수입된 생산물에도 동일한 규칙들을 적용하기 위해 회원국들에 의한 보다 제약적인 협약과 상세한 규칙을 사용하는 것을 배제하지 않는다.

3) 유기농업에 관한 정부 규칙

많은 국가에서 유기농산물은 법에 의해 보호된다(예를 들면 유럽연합, 스위스, 아르헨티나, 캐나다, 일본). 다른 많은 나라에서도 유기농업 규제에 대한 논의가 진행중이다.

II. 몇몇 대륙의 유기농업

1. 아시아

소규모이지만 인증된 유기농산물 생산이 대부분의 아시아 국가에서 이루어지고 있다. 유기농업은 식량자급을 달성하고 토양비옥도를 높이기 위한 측면도 있지만 주로 수출을 목적으로 하고 있다.

다음 <그림 2>에서 보듯이 대부분 아시아 국가에서 유기농업을 하고 있는 면적은 아직 매우 낮은 수준이다. 정확한 숫자를 알 수는 없지만 유기농산물 재배면적 비중이 1%에 달하는 나라는 거의 없는 것으로 보인다. 동아시아지역에서 유기농산물의 생산비중이 높은 국가는 중국, 인도, 한국, 스리랑카이다.

유기생산물에 대한 가장 큰 아시아 시장은 일본이다. 일본인들은 유기생산물을 영어의 오르게닉(organic)을 직역하여 유키라고 부른다. 그러나 유키라 불리는 생산물은 전통적인 생산물 즉 환경친화적인 방식으로 생산되었으나 유기농산물로 인증되지는 않는 생산물도 포함한다.

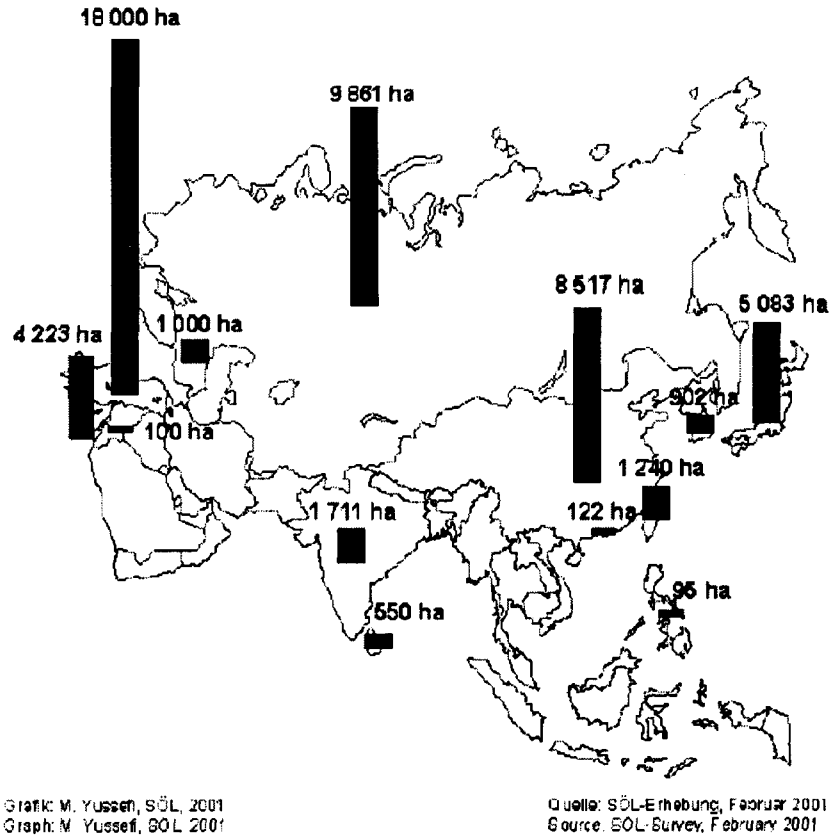
일본은 유기농산물의 주요 수입국이다. 특히 호주, 뉴질랜드, 미국, 캐나다는 일본시장에 수출한다. 특히 과일, 채소와 같이 전통적인 일본 식문화에 기초하는 신선농산물에 대한 수요가 높다.

가장 중요한 수입 유기생산물 중의 하나는 콩으로 주로 미국에서 수입되나 지금은 중국이 보다 싼 가격에 유기농법으로 재배된 콩을 판매하고 있다.

중국은 미화 1,500만달러 가량의 유기농산물을 수출하며 국내 유기농산물 시장규모도 약 1,200만달러에 달한다.

홍콩에서 유기농산물에 대한 수요가 늘어나고 있다. 소량의 채소생산을 제외하면 국내생산이

이루어지기 않기 때문에 호주, 유럽에서 수입된 농산물이 시장에 공급된다. 수입 유기농산물은 유아용 식품, 과일쥬스, 곡물생산물 등이다.



〈그림 2〉 아시아의 유기농업

대만에서도 유기농업 생산물에 대한 수요가 증가하고 있다. 연간 판매실적이 향후 3년 안에 두 배가 될 것으로 예상된다. 가장 두드러진 수입국가는 독일, 미국으로 각각 43%, 40%를 점하고 있다. 토착생산물은 차, 과일, 고구마, 타로스, 잼 등이다. 땅콩과 건과일도 수입된다.

아시아국가에서 유기식품에 대한 인증과 규척이 미비하여 소비자 혼란이 초래되고 있다. 유기생산물의 대부분은 외국 인증기관에 의해 인증된다. 인증기관을 가지고 있는 국가는 중국과 일본 등 몇몇 되지 않는다.

상대적으로 신규인 일본 인증자의 증명은 비교적 소비자들에게 알려져 있지 않다. 소비자들은 잘 알려진 기업의 상표나 외국 라벨을 더 신뢰하고 있다. 이러한 상황이 일본 슈퍼마켓에 판매되는 유기생산물이 채소, 쌀을 제외하면 주로 외국산인 이유를 말해 준다.

일본에서 농무성은 농업기본법 하에서 유기생산물의 검사와 인증체계를 시행할 것을 공표하였다. 이미 이러한 표시를 하여 유통되는 몇몇 농산물도 있다.

중국, 인도, 필리핀, 대만, 말레이시아 또한 유기(농업)법에 대한 작업을 하고 있다. 이는 수출기회 뿐만 아니라 늘어나고 있는 국내소비와도 관련된다.

2. 유 럽

1990년대 초 이후 유기농업이 거의 모든 유럽국가에서 빠르게 발전하였다. 2001년 초 EU 15개 국가에서 유기영농은 농업지대의 2%가량을 점하였다. EU에서 1986년부터 1996년까지 유기농산물 재배면적은 해마다30%씩 증가했다. 이 중 스칸디나비아와 지중해 국가가 가장 높은 성장률을 보였다.

지난 20년 동안 유기농산물의 유통은 몇몇 국가에서 초창기 인근지역을 대상으로 하는 소규모 유기식품가게에서 시작하여 유기식품 할인매장에 이르는 긴 경로를 형성해왔다. 유기식품 판매는 총식품시장의 2%가량을 점하고 있다.

현재 유기식품은 다양한 유통경로를 통해 판매된다. 농민에 의한 직거래가 20%의 시장점유율을 가지며 전문 유기식품매장과 할인매장이 35%이상, 건강식품 매장이 10%, 편의식품점이 25%, 그리고 인터넷과 우편주문이 소량의 시장점유율을 가지고 있다.

1991년 EU는 유기라는 명명에 부합하기 위해 작물생산물이 어떻게 생산, 가공, 포장되어야 하는지를 자세하게 기술한 규칙2092/91를 통과시켰다. 이 지침은 식품생산자와 가공업자의 검사와 인증에 대해 자세한 기준을 명시하고 있다. 회원국들이 유기 가축생산기준을 이행하기 위한 조항들이 국가차원에서 마련되었다. 그러나 1999년 가축생산물 원산지에 대한 유럽기준을 기술한 EC 1804/99가 통과되었다. 이 규칙은 유기생산 및 식품생산물에 유전자조작의 사용을 금하고 있다. 이 입법은 EC2092/91에 포함되어 2000년 8월 24일 시행되었다. 그러나 유전자조작 금지는 이에 앞서1999년 8월부터 시행되었다.

EC 2092/91 규칙은 다음의 조항들을 포함한다			
1→3	법 위	4	정 의
5	표 시	6→7	생산규칙
8→9	검사체계	10	검사대상 생산물에 대한 지시
11	제3국으로부터의 수입	12	역내간 자유이동
13→16	행정사항 및 이행		

가축에 대한 생산, 표시, 검사 규칙들이 마련되었다. 가축생산은 유기 물질과 영양소를 토지에 공급하고 토질 향상에 기여하고 있다. 이는 작물, 토양, 용수에 대한 오염을 피하면서 이루

어질 필요가 있다.

EU 규칙은 유럽내의 유기 법률들을 조화시킴으로써 제조업자에게 공정 경쟁의 장(a level playing field)을 마련해주었다. 그 결과 유기 원료성분과 최종 유기식품의 EU내 유통이 용이하게 되었다. 규칙은 또한 EU에 유입되는 원료성분이 EU에서 생산되는 것과 같은 기준으로 생산된 것이어야 함을 보장해준다. 초기에 다소 어려웠지만, 이 규칙은 유기식품산업에 의해 환영을 받았고 소비자들이 확신을 가지고 유기생산물을 구매하고 생산자와 가공업자에게 자신들의 시장이 부정품에 의해 오염되지 않음을 재확인시켜주었다.

EU규칙은 1995년에 개정되었다. 개정된 규칙에서는 유기가공식품을 함유된 유기성분의 비율에 따라 여러 범주로 구분하고 있다.

동 규칙은 제3국으로부터 수입되는 식품에 대한 제반 사항을 수립하고 EU비회원 국가를 승인된 제3국과 미승인 국으로 나누었다. 승인된 제3국에서 생산된 유기식품은 수입 당국의 승인서 없이는 EU로 수입될 수 없다.

승인서는 ISO65/EN45011이 인가한 인증기관과 EU최소와 동등한 유기농산물 기준에 기초하여 발부된다. 승인서는 대개 2-5년 기간에 대해 부여되며 해당 생산물의 공급자에게 주어진다. 발송되는 수입 유기농산물 마다 해당 발송물이 유기생산물 기준에 따라 생산되었음을 확인하는 EU 수입승인서가 공급자의 인증기관에 의해 발부되어야 한다.

EU에서 각 회원국들은 최소한 하나의 감시기구를 가지고 있다 : UKROFS, OFF, Demeter-(영국), Ecocert(프랑스, 독일, 벨기에), Naturland(독일), SKAL(네덜란드)



〈그림 3〉 유기식품 표시
(좌에서 우로 : EU 공식표시, 프랑스, 벨기에의 유기식품 표시)

〈그림 3〉에서 보듯이 몇몇 EU국가들은 유기생산에 관한 EU규칙이 시행되기 오래 전부터 이미 유기생산물에 대한 독자적인 규칙과 로고들을 개발하여왔다. 이러한 로고들의 존재가 이들 국가에서 유기농산물이 인기를 누리고 있는 이유중의 하나가 되고 있다.

모든 EU국가에서 농민들은 EU 규칙 2078/92의 농업환경프로그램 하에서 보조금을 받고 있다. 이러한 보조금은 시장의 성장과는 별도로 유럽에서 유기 농산물 재배면적이 증가하게 한

중요한 요소이다. 그러나 개별농민에 대한 지원이 유기농업으로의 전환에 대한 충분한 유인책이 되지 못하고 있고 보조금 또한 장기적으로 유기농업방식을 유지하는데 미흡한 것으로 나타나고 있다. 몇몇 유럽 정부들은 유기농업을 장려하기 위한 시행계획을 마련해오고 있다. 그러한 시행계획의 일환으로 유기농산물의 유통지원, 상담 서비스 및 소비자 정보 지원 등이 있다.

3. 북 미

캐나다, 미국, 멕시코는 광범위한 유기식품의 대량 생산자들이다. 캐나다와 미국은 상당량의 수입과 더불어 잘 개발된 국내시장을 가지고 있다. 이들 세 국가 모두 거대 수출국이다. 유기생산물의 공급은 과일, 채소, 낙농품, 냉동식품, 곡물생산물, 최종생산물, 다양한 음료에 이르기까지 그 가지수가 매우 많다. 미국에서 유기생산물의 유통은 62%가 소위 자연식품 판매점(Natural Food Stores)에 의해, 31%가 슈퍼마켓에 의해, 7%가량이 직거래로 이루어진다.

주요 수출국가는 유럽, 아시아, 특히 일본과 대만이다. 미국은 열대 가공 유기생산물을 대량 수입한다. 캐나다에 대한 주요 수출시장은 일본, 미국, 유럽이다.

미국에서 유기농업에 대한 규칙은 주정부별로 마련되어왔다. 현재 유기농업에 관한 연방법은 없다. 미 농무성은 1998년 연방 유기생산물 기준을 마련하려고 하였다. 이러한 기준들은 유기라고 표시된 식품에서 유전자 조작된 성분, 오페수, 방사능의 사용을 허용하게 되었다. 미 농무성은 이 기준에 대한 많은 반대에 부딪혀 결국 초안 재작성을 위해 철회하였다. 2000년 12월 미 농무성은 농산물이 어떻게 생산되며 유기라고 표기할 수 있는지에 대한 기준을 정한 첫 번째 연방 유기농업프로그램(National Organic Program)을 공표하였다. 이 프로그램은 개별 주 정부의 규칙을 대체하고 현재 산업을 규제하고 있는 절차들을 승인하기 위한 것이다. 최종 규칙은 574페이지에 달하는 규정들을 포함하고 있으며 식품조제에서 유전자조작, 방사능의 사용과 오페수를 비료로 전용하는 것을 금지하고 있다. 미 농무성의 유기표기는 이 프로그램이 완전히 시행되는 2002년 6월에 식품에 부착된다.

Ⅲ. 유기생산물의 유통

일반적으로 유기식품의 유통은 다른 식품에 대한 광고와 동일하다. 유기식품을 구별되게 하는 것은 영양과 건강측면을 제외하면 가격이 더 비싸다는 것이다.

유기식품 구매를 촉진하기 위해 할인카드와 쿠폰이 사용되고 있다.

두 가지 다른 판매전략이 판매점에서 사용된다. 첫째, 유기생산물은 유기식품만을 위한 별도의 진열대에 배열하거나 보통 식품진열대에 유사하지만 유기식품이 아닌 식품 옆에 놓을 수 있다.

유기식품이 유통될 때 다음과 같은 과정을 밟는다 :

- 언론매체 활용 및 대중 홍보
 - 고객 프로파일 작성
 - 고객인지
 - 언론매체 홍보의 계획 및 시행
 - 언론 발표
- 판매 및 촉진
 - 브랜드 인식화
 - 가격할인
 - 지원 프로그램 개발
 - 소매 가격정책
- 기획상품
 - 교육프로그램
 - 생산물 정보
 - 공공-민간의 제휴화
- 배분 전략 및 계획

IV. 주요 유기농업 기준

다음은 대부분의 국내 및 (국제유기농업운동연합회에 기초한) 국제 기준에 포함되는 항목들이다.

- 생태계 관리 및 고려
- 생물 다양성 향상 및 자연환경 보존
- 유전자 조작기술 및 방사능 처리 금지 또는 처리된 성분의 사용 금지
- 토양 보존
- 수질 유지 및 효율적이고 책임 있는 용수 사용
- 생물적 비생물적 자원의 퇴보 방지
- 재활 가능한 자원의 지속적 사용
- 토양 및 기후조건에 맞는 작물 및 품종 선택
- 작물 생산 및 운작의 다각화
- 토양 비옥도 유지 및 유기질 비료화
- 유기질 토양 및 식품의 오염 방지
- 지속 가능한 유기 식물 육종 방식
- 토지, 식물, 가축간 조화로운 관계

- 가축 증식 및 번식
- 동물의 다양성
- 가축 영양개선
- 수의약품
- 가축의 수송 및 도축
- 양봉 및 양봉생산물
- 수산물의 관리 및 채취지역의 위치
- 수산물의 번식 및 영양
- 수중 생물의 수확, 수송, 도살
- 가공방식, 취급, 사용 성분 및 첨가제
- 가공생산물의 세균 및 질병 통제
- 포장
- 청결, 소독 및 위생
- 섬유가공
- 산림관리
- 표시
- 보존 규칙과 기간
- 사회 정의

1. 유기생산물 표시에 관한 국제유기농업운동연합회의 기준

- 1) 유기생산물의 생산 또는 가공에 법적 책임이 있는 자는 실명인 또는 실명회사이어야 한다.
- 2) 기준에 따라 생산, 취급 및 가공된 유기생산물은 유기농 생산물 또는 이와 유사하게 표시된다.
- 3) 식품첨가제를 포함한 모든 성분이 유기농법에 의한 것이 아닌 혼합생산물은 다음과 같은 방식으로 표시된다 (여기서 비율은 원재료 중량에 대한 것임):
 - 가. 함유된 성분의 95%이상이 인증된 유기농법에 의한 것일 경우, 그 생산물은 유기생산물 인증 또는 유사하게 표기되며 인증기관의 인증마크를 부착하게 된다.
 - 나. 함유 성분의 70% 이상 95%미만이 인증된 유기농법에 의한 것일 경우 생산물은 유기라고 하지 않는다. “유기”라는 용어는 유기 원료성분의 비율에 대한 명확한 문구가 있다면 유기 원료성분에 의해 만들어짐이라는 문구 속에 나타나게 사용될 수 있다. 생산물이 인증기관의 인증을 받은 것이라는 사항도 유기 원료성분의 비율 표시 가까이 사용될 수 있다.
 - 다. 함유된 성분의 70%미만이 인증된 유기농법에 의한 것일 경우 함유된 성분이 유기농

법에 의한 것이라는 사항이 성분목록에 나타날 수 있으나 그러한 생산물은 유기 라고 하지 않는다.

- 4) 복합 생산물의 모든 원재료는 중량비율 순으로 생산물 라벨에 기재된다. 인증된 유기 원재료와 그렇지 않은 원재료가 명백히 구분된다. 모든 첨가제는 완전한 명칭을 사용하여 기재된다.

허브향 또는 향신료가 생산물 중량의 2%미만일 경우 함량을 언급하지 않고 향신료 또는 허브향이라 기재한다.

- 5) 수분과 염분은 유기 성분함량의 계산에 포함되지 않는다.
6) 전환 생산물에 대한 표시는 유기생산물에 대한 표시와 뚜렷하게 구별된다.

V. 미래의 발전

유기식품 시장은 이제 더 이상 틈새시장이 아니다. 주요 시장에서 유기생산물에 대해 상당량의 거래가 이루어지고 있다. 최근 연구들은 유기 생산물 시장이, 특히 산업화된 나라에서 성장하고 있음을 지적하고 있다. 유기생산물의 수요가 미래에도 문제가 되지 않을 것처럼 보인다. 그러나 유기생산물의 시장점유율은 대규모 시장에서조차 1~2% 수준에 머물고 있다.

유기생산물의 가장 큰 소비시장이 유기식품의 주요 생산지라 하더라도 많은 나라, 특히 개발도상국의 경우 상당한 수출잠재력이 있다. 잠재력은 또한 이들 많은 국가에서 아직까지 개발되지 않은 지방 시장에도 있다.

유럽의 예는 유기농에 대한 보조 등의 호의적인 정치적 환경이 상당한 비중의 농지를 확보하는데 기여할 수 있음을 보여준다. 또한 호의적인 정치적 환경은 법 시행과 함께 유기농업에 대한 명확한 정의도 포함하고 있다. 유기(농업)법은 수출뿐만 아니라 소비자 신뢰를 강화하고 지역 시장을 형성하는 데에도 중요하다.

많은 국가, 특히 유기농업이 아직 시작 단계인 국가에서는 유기생산물에 대한 신뢰성 부족문제가 다루어 질 필요가 있다. 이는 기준의 도입과 유기생산물의 명확한 구분을 통해서 가능하다.

유기(농산물) 기준에 대한 국제수준의 조화는 유기생산물 무역을 용이하게 하는데 중요하다. 국제유기농업운동연합회의 인증프로그램은 이러한 면에서 많은 성과를 거두었다. 코텍스의 지원에 힘입어 민간부문이 조화측면에서 거둔 성과가 많은 국가에서 유기(농업)법에 의해 곧 뒷받침될 것이다.

빠른 속도로 진행되는 시장의 글로벌화로 인하여 유기농업은 중요한 도전에 직면해 있다. 왜

냐하면 글로벌화 자체가 자동적으로 지구주변의 장거리 운송지역에 대한 대안이 되는 것은 아니기 때문이다. 유기농업에 대한 기준은 유기생산물의 지역 유통이나 계절별로 정정해야 할 사항(seasonal correctness)에 대해서는 기술하고 있지 않다. 많은 국가에서 슈퍼마켓을 통한 유기생산물 유통이 장래의 방법인 것처럼 보이지만, 지방별로 지역별로 건강 식품의 공급을 확보하는 것이 유기농업에 더 중요하다. 산업화된 국가에서는 커피나 바나나가 재배될 수 없기 때문에 상품의 국제교환은 여전히 중요한 영역이다. 공정무역이야 말로 세계 식량안보와 미래 유기농업의 가일층 발전을 연결짓는 중요한 고리이다.

참고문헌

- Organic Crop Improvement Association, 1996, International Certification Standards.
- Canadian General Standards Board, 1997, Standards for Organic Agriculture.
- Agriculture Ministry Of UK, 2001, The Organic Products regulations 2001.
- Willer H and Yussefi M, Organic Agriculture worldwide 2001, statistics and future prospects.
- Organic Materials Review Institute, 2000, Comments on the USDA proposed NOP rule.
- Market research center and Canadian Trade Commissioner service, 2000, The natural/organic food market in the United States.
- Alden B., Marketing, The how to, Houghton Mifflin company, 1989.
- Wholefoods, 1999, Organic/health food marketing.
- Institute of Food Science and Technology, 2001, Organic Food.
- Van der Harst-Collaris T. And Gabel L., 1997, Dutch Organic food market offers all -natural potential for US firms.
- USDA, Foreign Agriculture service, 1999, Germany-organic.
- Codex Alimentarius, 2001, Guidelines for the production, processing, labeling and marketing of organically produced foods.
- IFOAM, 2001, IFOAM basic standards and Accreditation Program.
- EC2092/91 regulation on Organic production of agricultural products and foodstuffs.
- Japanese Agricultural Standard of Organic Agricultural Product Processed foods, 2000.