친환경농산물의 소비자 선호 및 수요전망

윤석원
중앙대 산업경제학과

< 目 次 >

Ⅰ. 머리말
Ⅱ. 친환경 농산물 소비자 선호분석
Ⅲ. 주요 친환경 농산물 수요 전망
Ⅳ. 맺는말

Ⅰ. 머리말

세계무역기구(WTO)체제하에서 한국농업은 지금의 전통적 농업의 형태로는 수입농산물에 대한 가격 경쟁력이 열악하여 소농구조의 한국농업으로서는 그 존립을 보장할 수 없는 상황이 우려되므로, 이에 대해 국제경쟁력을 제고시킬 수 있는 새로운 대안적인 농업형태가 제시되어야 할 시점이다.

또한 소비자들도 생활 수준의 향상과 의식의 변화로 인해 지금까지의 양위주의 식생활 소비패턴에서 탈피하여 녹색소비자(green consumer)의 개념 아래 식품의 안전성이라는 측면을 중시하는 고품질 건강식품 위주로의 소비대체가 일어나고 있는 상황이다. 이러한 현실적 상황에서 생태계를 보호하고 환경문제를 최소화시키며 농산물의 국제경쟁력을 제고시켜 한국농업의 존속을 가능케 해주고 또 새로운 소비자의 기호에 부응할 수 있는 안정된 농산물을 공급할 수 있는 새로운 대안적 농업(alternative agriculture)이 바로 친환경 농업이라 할 수 있다.

환경 친화적 경제개발을 통한 지속적 발전(sustainable development)의 개념 도입과 농업과 환경의 연계를 통한 농업분야 환경보존정책 개발을 추진하고 있는 국제사회의 추세에 발맞추어 국내에서도 1998년을 "친환경농업" 원년으로 선포하여 환경농업 육성의 토대를 마련하는 등 국내농업을 농약으로부터 안전한 농산물을 공급하여 국민의 건강과 생태계 및 자연환경을 보전하는 미래산업으로의 발전을 꾀하고 있다.

친환경 농산물, 특히 유기농산물에 대한 수요는 1970년대 후반 이후 몇몇 생산자단체와 소비자단체간의 직거래를 통하여 소량 거래되어 왔으나 1990년대 중반에 접어들면서 전반적인 소비자의 소득수준 향상, 건강에 대한 관심증대와 일반농산물의 과다농약 사용에 대한 위험성 고조, 여러 시민단체의 환경운동과 녹색소비자운동(green consumerism) 등 환경에 대한 소비자 의식수준의 향상에 힘입어 유기농산물에 대한 소비자의 수요는 급격히 증가하고 있다.

이에 본고는 유기농 및 저투입 농산물인 친환경 농산물에 대한 소비자의 반응과 선호를 검토해 보고, 친환경 농산물에 대해 주요 품목별(쌀, 감자, 사과, 포도, 상추, 오이, 당근, 고추, 배추, 케일.치커리, 쇠고기, 돼지고기, 유정란)로 중장기 수요를 예측해 보고자 한다. 그러나 친환경 농산물에 대한 수요예측은 기초적인 통계자료가 축적되어 있지 않아 분석에 많

은 어려움이 있다. 그럼에도 시계열 자료의 추정에 의해 예측을 시도한 윤석원외(1999)의 연구와 횡단자료에 의해 예측을 시도한 오호성외(2000)의 연구가 있는 정도이므로 이들 연구 결과를 중심으로 검토해 보고자 한다.

II. 친환경농산물 소비자 선호분석

1. 친환경 농산물 소비자 특성

어떤 개별 소비자의 특성요인(변수)이 친환경 농산물의 소비에 영향을 미치는가를 분석한 윤석원외(1999)의 조사 연구에 의하면, "소득(income)"이 유기농산물 구입결정에 미치는 영향을 살펴보면 추정된 계수의 값이 0.00693으로 작아 유기농산물 구입결정에 절대적 영향을 미치지는 못하지만 고소득자 일수록 유기농산물을 소비할 확률이 높음을 알 수 있다(표 1). "연령(age)"의 경우, 유기농산물 구입결정과 역의 관계를 보였는데 이것은 고령층의 소비자들보다 청·장년층의 주부들이 환경과 생태계 그리고 가족건강에 대한 의식수준이 높아 농산물 구입시 농약으로부터의 안전성에 과한 관심이 높기 때문으로 생각된다.

"주부의 교육수준(edu)"은 추정계수의 값이 0.0496으로서 주부의 교육수준이 높을수록 유기농산물을 구입할 확률이 높은 것으로 나타났으며, "가구당 자녀(child)"의 수 또한 구입여부와 정의 관계를 나타내고 있어 가구당 자녀의 수가 많을수록 유기농산물을 구입할 확률이 높다고 하겠다. "소득수준"을 제외한 나머지 변수들은 모두 통계적 유의성이 없는 것으로 측정되었지만 유기농산물 구입과 독립변수와의 정과 부의 관계는 시사하는 점이 있다고 하겠다.

따라서 향후 유기농산물 소비를 확대하기 위해서는 중상위 소득층과 고등학교 이상의 학력을 가진 젊은 주부층을 주요 대상으로 하여 판매확대정책을 마련하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

<표 1> 로짓모형 추정결과[1]

변 수	추 정 계 수	WALD X^2	$P > X^2$
Constant	-1.4211	1.182	0.2769
Income	0.00693	7.8618	0.005
Age	-0.00542	0.0842	0.7717
Edu.	0.0496	0.6209	0.4307
Child.	0.1393	0.4887	0.4845

1) Concordant = 62%, Disconcordant = 36%, Tied = 1.9%, Gamma = 0.266
-2Log Likelihood 검정을 위한 X^2 값 = 10.262(P=0.0362)

자료: 윤석원, 박영복, 유기농산물 소비 실태 및 소비자 분석, 한국유기농업학회지 제8권 제3호, 2000.12, p.49, <표 21>

그밖에 오호성외(2000)의 연구에 의하면 쌀과 채소의 경우 모든 설명변수(소득, 연령, 학력, 성장지역, 자녀수, 교육.홍보)에 대해 동일한 부호를 나타냈는바, 이는 소득이 높을수록, 어릴 때 성장지역이 농촌일수록, 18세 미만의 자녀수가 많을수록, 친환경 농산물에 대한 홍

보나 교육을 받은 경험이 있을수록 친환경 농산물을 구입할 확률이 높은 것으로 분석되었다(오호성외, 2000. P. 115). 쌀의 경우는 학력, 성장지역, 자녀수 등의 변수에 더 민감한 것으로, 그리고 채소류의 경우는 소득과 자녀수에 더 민감한 것으로 분석되었다.

2. 친환경 농산물에 대한 소비자 지불의사가격

가. 유기농산물에 대한 소비자 지불의사가격

윤석원외(1999)의 조사연구에 의하면 유기농산물의 가격이 일반농산물과 같은 수준이라면 소비자의 약 57.1%가 구입할 의사를 가지고 있으며, 일반농산물의 1.5배까지 지불할 의사를 가지고 있는 경우도 29.8%였으며, 가격과 상관없이 구입하겠다는 의견을 가진 소비자도 8.9%나 되었다. 이상과 같이 응답자의 절반 이상이 현재의 가격이 비싸다고 느끼고 있으나 38.7%의 응답자는 일반농산물 보다 1.5배 이상의 가격 수준을 지불 할 의사를 가지고 있는 것으로 나타났다(표 2).

나. 저투입 농산물에 대한 소비자 지불의사가격

오호성외(2000)의 연구에 의하면, 저투입재배 쌀에 대한 지불의사 금액은 관행재배 쌀 가격보다 약 55%정도 더 높은 가격을 지불할 의사가 있었으며, 저투입재배 채소에 대해서는 관행재배가격보다 약 60%정도의 높은 가격을 지불할 의사가 있는 것으로 분석되었다.

<표 2> 지불의사가격(Willingness To Pay)

구 분	구입경험 있는 소비자		구입경험 없는 소비자		전체소비자	
	응답자수	구성비(%)	응답자수	구성비(%)	응답자수	구성비(%)
가격과 상관없이 구입	12	7.6	9	11.5	21	8.9
일반농산물의 2배 수준	0	0	0	0	0	0
일반농산물의 1.5배 수준	45	28.7	25	32.1	70	29.8
일반농산물과 같은 수준	93	59.2	41	52.6	134	57.1
일반농산물보다 저렴	6	3.8	3	3.8	9	3.8
가격과 상관없이 불구입	1	0.6	0	0	1	0.4
전 체	157	100.0	78	100.0	235	100.0

자료: 윤석원외, 전게논문, 2000, p.44, <표 14>

3. 친환경 농산물 소비 실태

가. 친환경 농산물 구입경험과 구입이유

소비자의 약 66.8%가 유기농산물을 구입해 본 경험이 있으며 (윤석원외, 2000), 이것은 선행연구(서종혁외, 1996)의 85.1%와 비교할 때 다소 낮은 수준이지만 선행연구가 유기와 자연농산물을 모두 포함하는 환경농산물에 대한 구입경험 여부를 조사했던 점을 감안한다면 순수유기농산물에 대한 구매경험과 소비자 인지도는 상당히 높은 수준인 것으로 생각된다(표 3).

이러한 소비자의 반응은 지구환경의 심각한 오염수준에 대한 자각과 이를 줄이려는 국제사회의 추세를 우리 소비자들도 인지하고 있으며, 국내농산물의 지나친 농약과 화학비료의

사용에 따른 농산물 품질에 대한 불신감과 전반적인 소득수준의 향상, 가족의 건강과 생태계와 자연환경 보전에 대한 소비자 의식수준의 향상 등으로 인한 농산물 소비패턴 변화에 기인하는 것으로 생각된다.

<표 3> 친환경 농산물 구입경험

구 분	연구 1[1] (유기농산물)		연구 2[2] (친환경 농산물)	
	응 답 자 수	구 성 비(%)	응 답 자 수	구 성 비(%)
구입경험 유	157	66.8	314	85.1
구입경험 무	78	33.2	55	14.9
전 체	235	100.0	369	100.0

주: 1) 윤석원외, 전게논문, 2000,P.37.
2) 서종혁외, 환경보전형 농업의 기술체계와 농가 보급 방안, 한국농촌경제연구원, 1996

유기농산물 구입경험이 있는 소비자가 유기농산물을 구입하는 이유로는 77.7%가 농약으로부터의 안전성 등 가족의 건강을 들고 있어 품질의 안전성이 유기농산물의 가장 중요한 수요유발요인으로 생각된다. 따라서, 향후 유기농산물 수요를 확대하기 위해서는 유기농산물의 철저한 품질관리와 농약과 화학비료를 사용하지 않는다는 신뢰감을 소비자들에게 확신시켜야 할 것으로 판단된다(표 4).

<표 4> 유기농산물을 구입하는 이유(유기농산물 구입경험이 있는 소비자)

구 분	응 답 자 수	구 성 비(%)
유기농산물의 맛이 좋아서	11	7.0
농약으로부터 안전하기 때문에	122	77.7
자연환경보호에 도움이 될 것 같아서	9	5.7
친지나 주위의 권유 때문에	11	7.0
기 타	4	2.5
전 체	157	100.0

자료 : 윤석원외, 전게논문, 2000.9,p.38.

유기농산물 구매경험이 없는 소비자의 경우 39.7%가 구매의 불편성 때문에 유기농산물을 구매하지 않는 것으로 나타났는데, 이는 현재 유기농산물을 취급하고 있는 유통업체가 많지 않아 주택가 근거리에 있는 슈퍼 등에서 구입하기가 곤란하고 일괄구매(one-stop shopping)를 원하는 소비자들이 유기농산물 구입을 위하여 전문판매장 등 유기농산물 취급 유통업체를 특별히 찾아가야만 하는 번거로움 때문에 구입을 기피하는 것으로 생각된다(표 5).

그 이외에 특별한 이유 없이 유기농산물을 구입하지 않는 경우가 24.4%, 농약 미사용에 대한 신뢰부족때문이라는 소비자가 14.1%로 향후 유기농산물 수요확대를 위해서는 현재 유기농산물을 구입하고 있지 않은 잠재 소비자들에게 유기농산물의 농약으로부터의 안전성과 품질의 우수성, 생태계와 자연환경을 보존하는 유기농법의 특징을 적극 홍보하는 것이 필요할 것으로 생각된다.

<표 5> 유기농산물을 구입하지 않는 이유(유기농산물 구입경험이 없는 소비자)

구 분	연구 1[1]		연구 2[2]	
	응답자수	구성비(%)	응답자수	구성비(%)
특별한 이유 없이	19	24.4	22[3]	11.9[3]
기존농산물에 만족하기 때문	4	5.1	NA	NA
구매의 불편성 때문에	31	39.7	64	34.8
신선도와 모양이 나쁘기 때문	1	1.3	2	1.1
가격이 비싸서	12	15.4	39	21.2
농약 미사용에 대한 신뢰부족 때문	11	14.1	57	31.0
전 체	78	100.0	184	100.0

주: 1) 윤석원외, 『유기농산물 생산·소비·유통·제도개선에 관한 연구』, 농림부, 1999.
2) 서종혁외, 전게서, 1996.
3) 환경농산물을 구입할 필요성을 못 느낀다고 응답한 소비자의 수.

나. 유기 농산물 구입처 및 안전성에 대한 소비자 반응

유기농산물의 주요 구입처로서는 유기농산물 구입경험이 있는 소비자의 경우 주로 농협판매장(38.2%)과 백화점 식품매장(23.6%)의 유기농산물 코너에서 유기농산물을 구입하였으며, 슈퍼마켓과 농민으로부터 직접 구입하는 소비자는 각각 15.9%와 8.3%였다(표 6).

생산자·소비자단체를 통해 구입하는 소비자는 3.2%로 선행연구결과(서종혁외, 1996)의 12.5%에 비해 상당히 낮은 수준이다. 이것은 유기농산물의 판매처가 과거에 비하여 다양해졌기 때문으로 판단된다.

소비자들이 현재의 구입처를 이용하는 이유로는 38.2%의 소비자가 구매처에 대한 신뢰 때문으로 응답했는데, 현실적으로 소비자들이 유기농산물 품질에 대하여 확인할 수 없기 때문에 판매처의 신뢰성을 통해 유기농산물의 품질을 확인하기 때문이다(표 7).

소비자의 21.0%와 14.6%는 각각 거리가 가깝고, 일상용품도 함께 구매가 가능하기 때문이였으며, 이는 소비자들이 쉽게 접근할 수 있는 근거리에 위치한 구매처를 이용하고 있으며 유기농산물 뿐만 아니라 다른 용품도 함께 구매하려는 소비자들의 일괄구매행태(one-stop shopping)를 반영하고 있다.

<표 6> 현재 유기농산물 구입처

구 분	연구 1[1]		연구 2[2]	
	응답자수	구성비(%)	응답자수	구성비(%)
농민으로부터 직접 구입	13	8.3	28[3]	8.8
생산자·소비자단체를 통해서	5	3.2	40[4]	12.5
유기농산물 전문판매장	12	7.6	26[5]	8.1
농협판매장	60	38.2	N	N
백화점 식품매장	37	23.6	147	45.9
슈퍼마켓	25	15.9	79	24.7
기 타	5	3.2	N	N
전 체	157	100.0	320	100.0

주: 1) 윤석원외, 전게논문, 2000.
2) 서종혁외, 전게서, 1996
3) 생산자로부터 직접 구입
4) 소비자단체
5) 건강식품전문점

소비자들은 유기농산물의 농약으로부터의 안전성에 대체적으로 만족하고 있는 것으로 보인다. 소비자의 77.9%가 안전하다고 생각하고 있으며, 구입경험이 있는 소비자(81.5%)와 구입경험이 없는 소비자(70.5%) 모두 안전성에 관해서는 별 차이 없이 만족하고 있었다. 일반농산물과 비슷하다고 생각하는 소비자는 8.5%로 구입경험이 없는 소비자의 12.8%는 농약사용에 관하여 일반농산물과 별로 다르지 않을 것이라고 생각하고 있는데 이는 구입경험이 있는 소비자 6.4%의 두배 정도로 두 소비자 집단간에 차이를 보이고 있다(표 8).

<표 7> 현재 유기농산물 구입처를 이용하는 이유

구 분	응 답 자 수	구 성 비(%)
거리가 가까워서	33	21.0
품질이 좋아서	19	12.1
농산물의 종류가 많아서	18	11.5
구매처에 대한 신뢰 때문에	60	38.2
일상용품도 함께 구매가 가능해서	23	14.6
기 타	4	2.5
전 체	157	100.0

자료 : 윤석원외 ,전게논문, 2000, p.40.

<표 8> 유기농산물의 농약으로부터의 안전성에 관한 소비자 반응

구 분	구입경험 있는 소비자		구입경험 없는 소비자		전 체	
	응답자수	구성비(%)	응답자수	구성비(%)	응답자수	구성비(%)
매우 안전	14	8.9	9	11.5	23	9.8
약간 안전	114	72.6	46	59.0	160	68.1
일반농산물과 비슷	10	6.4	10	12.8	20	8.5
약간 불안전	7	4.5	4	5.1	11	4.7
매우 불안전	2	1.3	1	1.3	3	1.3
잘 모르겠다	10	6.4	8	10.3	18	7.7

자료 : 윤석원외, 전게논문, 2000, p.41.

다. 소비촉진 방안에 대한 소비자 의견

소비자들은 향후 유기농산물 소비를 촉진하기 위해서는 품질인증의 신뢰성 제고(34.0%)를 통하여 소비자들이 유기농산물 품질에 대하여 신뢰할 수 있도록 하여야 한다는 의견과 구매장소의 다양화 등 구매의 용이성(22.5%), 판매가격의 인하(20.9%) 등의 방안을 생각하고 있다(표 9).

유기농산물을 구입해 본 경험이 있는 소비자의 경우 유기농산물 소비촉진을 위하여 가장 필요한 것은 품질인증으로 신뢰성을 제고하는 방안(36.3%)을 생각하고 있는데, 이것은 국립농산물품질관리원의 인증마크뿐만 아니라 각 생산자단체에서 부착하고 있는 자체인증마크간의 구분이 어렵고 또한 이들 인증마크와 유사상표와의 구분도 쉽지 않아 소비자들이 검증된 유기농산물을 구입하는데 애로가 있기 때문이고 각종 생산자단체의 품질인증에 대한 부족이 원인으로 생각된다.

그러나 서종혁외(1996)의 연구에서는 40.4%의 소비자가 품질인증의 신뢰성제고를 소비촉진방안으로 생각한 것과 비교해 보면 그 동안 품질인증에 대한 신뢰성이 어느 정도 제고되었다고 보아지나 유기농과 같은 환경농산물의 특징이 안전성이기 때문에 품질에 대한 신뢰를 높일 수 있는 방안이 계속 강구되어야 할 것이다.

<표 9> 유기농산물 소비촉진방안에 대한 소비자 의견

구 분	연구 1[1]						연구 2[2]	
	구입경험 있는 소비자		구입경험 없는 소비자		전체 소비자			
	응답자 수	구성비 (%)	응답자 수	구성비 (%)	응답자 수	구성비 (%)	응답자 수	구성비 (%)
품질인증의 신뢰성 제고	57	36.3	23	29.5	80	34.0	147[3]	40.4
판매가격 인하	34	21.7	15	19.2	49	20.9	64	17.6
구매장소의 다양화등 구매용이성	32	20.4	21	26.9	53	22.5	93[4]	25.6
소비자의 환경의식 변화	4	2.5	4	5.1	8	3.4	NA	NA
생산자·소비자 직거래 확대	25	15.9	13	16.7	38	16.2	26	7.1
소비자단체 활성화 및 홍보확대	5	3.2	2	2.6	7	3.0	34[5]	9.3
전 체	157	100.0	78	100.0	235	100.0	364	100.0

주: 1) 윤석원외, 전게논문, 2000.
2) 서종혁외, 전게서, 1996.
3) 품질보증
4) 구매용이
5) 소비자운동과 홍보확대

III. 주요 친환경 농산물 수요 전망

친환경 농사물의 품목별 수요예측을 위해서는 품목별 가격, 소비량, 지출비중등의 기초 통계자료가 축적되어 있어야 가능하나 현재 우리나라는 이 같은 자료의 수집이 불가능한 상황이다. 그렇다고 하여 앞으로 10-20년 이상을 더 기다릴 수만은 없기 때문에 통계적 유의성이나 추정치에 문제가 있을 수 있음에도 수요예측을 시도한 연구(윤석원외, 1999와 오호성외, 2000)가 있음으로, 이를 근거로 친환경 농산물의 수요를 주요 품목별로 예측해 보고자 한다. 이들 연구에서 추정되어 수요예측에 사용된 가격 및 소득탄력성은 <부표 1>과 같다.

1. 유기 농산물의 수요 예측(윤석원외(1999))

윤석원외(1999)의 연구에 의하면 실질소득증가율을 매년 5%로하고 각 품목의 가격증가율을 4%로 가정하였을 경우, 유기 농산물의 품목별 소비는 <표 10>에서 보는 바와 같이 품목별로 다소 차이는 있으나 대체적으로 3-8%의 년평균 성장률을 보일 것으로 예측되었다.

유기재배 상추(8.4%)와 포도(6.4%), 사과(7.6%)등의 년평균증가율이 비교적 높게 나타났으며, 대부분의 품목은 3-4%였다. 물론 실질소득증가율이나 가격증가율에 따라 다소 차이는 있을 수 있겠으나 년평균 소비증가율에는 큰 영향을 미치지 않을 것으로 판단된다(표 10).

<표 10> 유기재배 농산물 수요 예측[1]

단위: 톤

유기농산물	1997	2006	2010	년평균증가율(%)
쌀	28,682	37,863	39,386	3.1
감자	124	180	199	4.2
사과	9,016	17,377	21,729	7.6
포도	7,356	13,248	16,306	6.4
상추	1,484	3,063	4,036	8.4
오이	4,587	5,981	6,395	3.0
쇠고기	423	563	615	3.2
돼지고기	691	1,007	1,151	4.3
유정란	35,602	46,500	50,572	3.0

주 : 1) 실질소득증가율 5%, 가격증가율 4% 적용
자료: 윤석원외, 전게서, 1999, pp.182~196

<표 11> 유기농산물 소비량과 일반농산물 소비량의 변화추이[1]

품목	시나리오[2]	1997년			2004년		
		유기(A) M/T	일반(B) 1,000M/T	A/B	유기(C) M/T	일반(D) 1,000M/T	C/D
쌀	I	28,682.8	4,810.0	0.6	32,637.4	4,850	0.7
	II				43,342.5		0.9
콩	I	684.9	428.0	0.2	791.2	465.0	0.2
	II				995.0		0.2
사과	I	9,016.0	479.9	1.9	1,464.7	588.0[3]	0.2
	II				1,941.5		0.3
포도	I	7,356.6	262.5	2.8	11,582.4	494.5[3]	2.3
	II				14,290.2		2.9
쇠고기	I	423.4	352.3	0.12	519.4	492.3	0.1
	II				597.0		0.1
돼지고기	I	691.3	669.2	0.10	941.6	821.5	0.1
	II				1,039.9		0.1

주: 1) 1997년과 2004년의 유기농산물 소비량은 본 연구의 추정치. 1997년의 일반농산물 소비량은 식품수급표로 부터 도출하였고 2004년의 소비량은 농촌경제연구원의 추정결과를 이용함.
2) 본 표에 사용된 시나리오(I, II)는 각 품목별로 유기농산물 수요량 추정값 중 최저와 최고의 추정값을 갖는 시나리오임(시나리오 I: 실질소득증가율 2.5%, 가격증가율 10%, 시나리오 II: 실질소득증가율 10%, 가격증가율 2%로 가정).
3) 소비량 추정치가 없어 생산량 추정치를 사용함.
자료 : 윤석원외, 전게서, 1999. p.197.
한국농촌경제연구원, "곡물의 중장기 수급전망과 대응정책", 1997.
한국농촌경제연구원, "농업전망 1999", 1999.

2. 유기농산물의 시장점유율 예측

각 품목별 유기농산물의 소비량이 전체 농산물 소비량에서 차지하는 비중은 아직 미미한 실정이다. <표 11>에 나타난 바와 같이 1997년 유기재배 쌀의 소비량은 전체 쌀 소비량의 0.6% 수준으로 미미하였으나 2004년에는 0.7% - 0.9% 수준일 것으로 예측되었다. 유기농 콩의 경우에는 1997년에 0.2%이던 것이 2004년에 0.2% 수준으로 증가폭이 적을 것으로 예상되어 유기농 콩의 수요가 급격히 상승하지는 않을 것으로 기대된다.

유기농 사과는 1997년에 1.9%에서 2004년에 0.2 - 0.3%수준으로 하락될 것으로 분석되었는데 일반적으로 서구선진국에서 소득이 증가하면 사과의 수요량이 정체하는 현상으로 미루어 유기농 사과의 경우 가격과 소득수준에 따라 민감하게 반응하기 때문이거나 다른 과일류와 대체가 이루어지기 때문으로 짐작된다. 유기농 포도는 1997년에 가장 높은 비중인 2.8% 수준에서 2004년에 2.3 - 2.9% 수준으로 예측되어 분석된 품목 중 유기농 포도가 가장 빨리 일반재배 포도와 대체될 것으로 기대된다.

유기농 쇠고기와 돼지고기는 0.1% 수준으로 향후 큰 변화가 없을 것으로 예측되었다.

전체적으로 보면 유기농산물의 소비가 빠르게 기존의 일반재배 농산물의 소비를 대체하지는 않지만 소득증가율과 가격증가율에 따라 현재의 수준을 유지하거나 또는 2배 이상의 수준으로 일반농산물 소비와 대체될 것으로 기대된다.

<표 12> 친환경 농산물 수요예측[1)]

단위 : 톤

친환경농산물		2000(A)	2005(B)	2010(C)	연평균증가율(%)
쌀	유기	616	1,187	2,286	14.0
	저투입	147,960	277,602	520,835	13.4
상추	유기	2,167	5,044	11,741	18.4
	저투입	3,774	8,726	20,174	18.2
배추	유기	562	1,338	3,185	15.4
	저투입	1,990	4,536	10,335	17.9
시금치	유기	322	436	590	6.2
	저투입	331	447	603	6.2
케일, 치커리	유기	1,016	2,549	3,204	12.2
	저투입	1,309	6,394	7,840	19.6
고추	유기	122	274	618	17.6
	저투입	4,760	10,657	23,857	17.5
오이	유기	439	911	1,891	15.7
	저투입	5,545	11,482	23,774	15.7
감자	유기	65	145	323	17.4
	저투입	2,385	5,241	11,513	17.0
당근	유기	480	1,067	2,368	17.3
	저투입	452	953	2,005	16.1

주: 1) 실질소득증가율 8%, 각 품목의 가격증가율 2%

자료: 오호성외, 저투입 환경농산물의 수요개발에 관한 연구, 농림부, 2000, pp.135-138

2. 친환경 농산물의 수요예측(오호성외(2000))

오호성외(2000)의 연구에 의하면 유기재배 농산물의 경우 년평균 소비증가율은 15-18%, 저투입농산물도 6-18%로서 친환경 농산물의 소비증가율이 대체로 높을 것으로 예측하였다(표 12). 이러한 소비증가율은 지나치게 높은 것으로 판단되나, 소비자 조사결과를 이용한 횡단면 자료로부터 추정되었다는 점에서 유용한 횡단면 자료라 생각된다.

Ⅳ. 맺는 말

소비자들의 소득수준 향상, 환경과 건강에 대한 관심고조, 일반농산물의 농약과다사용에 대한 의구심 등으로 인하여 유기농산물을 비롯한 친환경농산물에 대한 관심과 수요는 점점 증가하는 추세이다. 그러나 아직까지 유기농산물의 생산량과 소비량에 대한 공식적인 통계자료가 축적되어 있지 않아 계량분석을 통한 소비구조파악이 매우 어려운 실정이다.

따라서 본 연구에서는 기존의 연구결과를 인용하여 수요를 예측해 보았는데 유기농산물을 포함한 친환경 농산물은 년평균 3~5%의 소비증가율을 보일 것으로 판단된다. 특히 유기농 포도, 사과, 상추등의 경우 일반농법으로 재배된 것과 대체가 빠르게 이루어질 것으로 전망된다.

향후 유기농산물의 소비시장 규모는 자연과 환경에 대한 소비자의 관심과 정부의 친환경 농업 육성정책에 따라 현재보다 더욱 커질 것이고 유기농업을 포함하는 친환경농업이 낙후된 한국농업의 대안으로 제시되고 있기 때문에 이 부문에 대한 공식적인 통계자료를 수집하는 등 종합적이고 장기적인 계획을 수립하는 것이 필요하리라 본다.

참 고 문 헌

박재일, "유기농산물 생산 및 유통의 실태와 정책과제", 농정연구포럼 제 45회 월례세미나, 1997.

서종혁외, 환경보전형농업의 기술체계와 농가보급 방안, 한국농촌경제연구원, 1996

서종혁외, 『강원도지역 유기-자연농산물 개발계획』, 한국농촌경제연구원, 1992.

오호성외, "친환경농업 직불제도와 종합환경농업육성", 『환경농산물 품질관리 실태 및 개선방향』, 한국농어촌사회연구소, 1998.

오호성, 저투입 환경농산물의 수요개발에 관한 연구, 농림부, 2000

윤석원외, 『유기농산물 생산·소비·유통·제도개선에 관한 연구』, 농림부, 1999.

윤석원·박영복, 유기농산물 소비실태 및 소비자분석, 한국유기농업학회지, 제8권제3호, 2000.12. pp. 35-52

한국농촌경제연구원, 『곡물의 중장기 수급전망과 대응정책』, C97-6, 1997

<부표 1> 친환경 농산물의 품목별 가격 및 소득 탄력성

		유기농산물		저투입 농산물		소득탄력성	
		보상가격 탄력성	보상가격 탄력성	비보상 가격탄력성	보상가격 탄력성	유기 농산물	저투입 농산물
쌀	연구 1[1]	-1.072	-0.144	-	-	0.093	
	연구 2[2]	-1.740	-2.248	-1.595	-2.158	1.021	0.829
콩	연구 1	-1.137	-1.066			-0.049	
감자	연구 1	-0.611	-0.609	-1.000	-1.474	0.000	
	연구 2	-0.994	-1.540			0.975	0.985
수박	연구 1	0.383	0.550			-0.157	
사과	연구 1	-0.540	-0.274			0.097	
포도	연구 1	-0.267	0.114			0.083	
딸기	연구 1	0.241	0.207			-0.234	
배추	연구 1	0.167	0.270			-0.001	
	연구 2	-1.080	-1.710	-1.053	-1.468	0.954	0.956
상추	연구 1	-0.133	0.019			0.053	
	연구 2	-0.995	-1.349	-1.001	-1.680	0.955	0.971
오이	연구 1	-0.643	0.100				
	연구 2	-0.923	-1.478	-0.943	-1.421	0.955	0.978
쇠고기	연구 1	-0.318	-0.179			-0.059	
돼지고기	연구 1	-0.007	0.066			-0.034	
유정란	연구 1	-0.889	-0.102			0.094	
시금치	연구 2	-1.073	-1.715	-1.037	-1.408	0.992	0.978
치커리, 케일	연구 2	-1.023	-1.716	-1.011	-1.327	0.989	0.993
고추	연구 2	-1.050	-1.473	-1.070	-1.677	0.972	0.968
당근	연구 2	-0.993	-1.489	-0.993	-1.508	0.987	0.989

자료 : 1) 윤석원외, 전게서, 1999.
2) 오호성외, 전게서, 2000