

## 친환경농산물의 생산·소비구조와 신뢰성 제고방안\*

윤 주 이

한국농어민신문 편집국장

- I. 머리말
  - II. 품질인증 친환경농산물의 생산·소비지 실태분석
  - III. 친환경농산물의 인증제도의 조기 정착방안
  - IV. 맺음말
- 《참고문헌》

### I. 머리말

국민소득이 향상되고 각종 환경오염이 갈수록 심각함에 따라 안전한 농산물에 대한 소비자들의 욕구가 높아지고 있다. 특히 우리 식생활과 직접적 연관이 있는 농산물을 생산하는 농업부문에 있어서 농약과 화학비료의 과도한 사용에 따른 피해가 많이 나타나는 등 인간의 삶의 질을 악화시키는 문제가 발생하고 있다.

이러한 농업의 역기능을 해소하고 국제경쟁력을 제고시킬 수 있는 새로운 농업, 즉 소비자에게 건강하고 안전한 식품공급을 위해 친환경농업이란 새로운 패러다임이 제시되고 있다. 우리 나라에서 친환경농업은 지난 90년 들어 관심을 갖게 되었

\* 본 논문은 동국대 대학원 박사학위 논문 중 일부를 요약 정리한 것임.

지만 본격적으로 지난 98년 국민의 정부 출범이후 농산물의 국제경쟁력을 제고시켜 한국농업의 존속을 가능케 해주고 새로운 소비자의 기호에 부응할 수 있는 안전한 농산물을 공급할 수 있는 농업정책 방향으로 설정, 육성 지원하고 있다. 이에 따라 친환경농업을 실천하려는 농가와 재배면적이 크게 늘고 있다. 그러나 친환경농산물에 대한 수요와 관심이 증대되고 있음에도 불구하고 아직 소비자들의 신뢰성 미 확보와 상품차별화 부족, 판로 애로 등 산적한 문제로 친환경농산물의 소비가 대중화될 수 있는 계기를 마련하지 못하고 있는 것도 사실이다.

친환경농산물의 소비는 소비자의 신뢰구축을 통해 대중화되지 않고서는 친환경농업의 조기정착은 어렵다고 본다. 친환경농산물이 대중화하는 시대에 소비촉진을 도모하기 위해서는 소비자의 신뢰확보 등 일반농산물과 구별할 수 있게 도입한 품질(표시)인증 제도의 조기정착이 중요한 과제라 하겠다.

물론 품질인증제도가 소비자의 신뢰도를 높이는 유일한 방법이라고 말하기는 곤란하지만 현재로서는 국가의 인증제도 이외는 신뢰도를 보증할 대안이 없다는 점에서 의미가 있다.

친환경농산물이 품질인증을 통하여 일반농산물과 차별화 할 경우 소비시장의 고급화 다양화 되어가고 있는 소비패턴의 변화에 적응함으로써 소비촉진과 확대가능성을 모색할 수 있을 것이다. 본고는 지난해 6월 10일부터 7월 30일까지 전국의 품질인증 친환경실천 농가와 서울과 분당, 수원 등 수도권 240명 소비자를 대상으로 설문조사를 실시했다.

조사결과 분석은 통계프로그램인 SPSS WIN 10.0으로 기본 단순통계분석과 교차분석 등을 실시했으며, 이를 통해 품질인증 친환경농산물의 신뢰성제고 방안을 제시했다.

## II. 품질인증 친환경농산물의 생산·소비자 실태분석

### 1. 품질인증 친환경농업 실천농가

#### 1) 조사대상 농가의 특징

이번 조사에 응답한 농가의 연령층은 20대 1.8%, 30대 12.4%, 40대 33.1%, 50대 28.4%, 60대 20.1%, 70대 이상이 4.1%로 응답자의 평균나이는 50세로 비교적 중년층이 품질인증 친환경농업을 실천하고 있는 것으로 나타났다.

조사지역은 경기, 강원, 충·남북, 전·남북, 경·남북의 185농가로, 조사대상 농가들의 농업종사 경력은 20년~30년 이하가 전체 응답자중 55.92%를 차지하고 있는 반면 친환경농업생산경력은 5년 이하 41.6%, 5년 이상~10년 이하 24.9%, 10년 이상 8.6%로 응답, 평균 6.5년 으로 경력이 비교적 짧은 것으로 분석됐다.

〈표 1〉 표본의 특징

지역	경기	충청	강원	경남	전남	전북	기타	합계
빈도	60	12	19	32	33	19	10	185
(%)	(32.4)	(6.5)	(10.3)	(17.3)	(17.8)	(10.3)	(5.4)	(100)
농업종사경력	10년이하	20년이하	30년이하	40년이하	40년이상	계		
빈도(%)	23(12.4)	57(34.3)	58(34.9)	21(12.7)	7(4.2)	166(100)		
학력	중졸이하		고졸		대졸이상		계	
빈도(%)	51(32.1)		81(50.9)		27(17)		159(100)	

#### 2) 재배기준 인지도와 기술수준

친환경농산물이 품질인증을 받기 위해서는 농가들이 재배기준을 정확히 알고 지켜야 한다. 이번 조사에 응답한 농가들은 품질인증 친환경농산물의 재배기준에 대해 대부분 알고 있고, 제대로 지키고 있는 것으로 분석됐다. 조사결과 78.3%가 알고 있다, 대충 알고 있다 21.1%로 응답했고, 91.8%가 재배기준을 잘 지키고 있다

고 대답, 친환경농산물이 소비자들에게 신뢰를 확보하는데 희망적이라 할 수 있다. 이는 선행연구(박현태 외 1999)에서 95.5%가 환경농업 재배기준을 인지하고 있는 것과 비교하면 다소 낮은 수준이지만 품질인증을 받은 친환경농산물로 제한해서 조사한 것을 감안하면 큰 차이가 없는 것으로 추정할 수 있다.

교차분석결과, 학력과 소득이 높고 경력이 높을수록 재배기준을 잘 알고, 잘 지키고 있으며, 재배형태별로는 유기재배 63.3%, 무농약 46.6%, 저농약재배 47.5%, 일반재배 22%로 응답, 유기농가들이 가장 잘 지키고 있는 것으로 조사됐다. 재배기준을 안 지키는 이유는 노동력 과다 40%, 생산량저하 20%, 소득향상이 안 된다 20% 등 순으로 친환경농업의 생산기술이 아직 낮다는 것을 입증한다.

〈표 2〉 재배기준 유무

구 분	빈 도(%)
잘 안 다	59( 32.8)
안 다	83( 46.1)
대 총 안 다	38( 21.1)
합 계	180(100.0)

### 3) 가격만족도

친환경농산물 생산농가들은 판매가격수준에 대해 비교적 만족하지 못하고 있는 것이 현실이다. 일반 농업에 비해 생산비가 높아 일반 농산물에 비해 높은 가격을 받고도 수익이 나지 않기 때문이다. 그러나 앞으로 친환경농업이 확산되기 위해서는 수익성이 중요하다고 본다.

현재 받고 계시는 품질인증 친환경농산물의 가격에 대해 만족하다고 대답한 농가는 24%인 반면 보통 42%, 불만족 29%, 매우 불만 4.9% 등으로 나타났다.

품질인증 친환경농산물이 일반농산물보다 어느 정도 더 받아야 한다고 생각하느

나에 대해 20% 미만 7.2%, 20~30% 39.9%, 30~50% 32.8%, 50~100% 10.5%, 100% 이상 9.9%로 응답, 평균 20.6% 더 받아야 한다고 응답했다.

〈표 3〉 가격만족도

구 분	매우 만족	만 족	보 통	불 만족	매우 불만	합 계
빈도(%)	2(1.2)	37(22.8)	68(42.0)	47(29.0)	8(4.9)	162(100)

〈표 4〉 소득 증가여부

구 분	5% 이하	6~10%	11~15%	16~20%	21~25%	26~30%	30% 이상	계
빈도(%)	18(20.9)	34(39.5)	4(4.6)	16(18.6)	1(1.1)	10(11.9)	3(3.4)	86(100)

#### 4) 판매가격수준결정

가격결정수준에 대해서는 일반 농산물 가격과 비슷하게 1.7%, 일반농산물 가격보다 일정비율 높게 19%, 생산자의 소득보상 수준 31%, 생산비와 환경보전가치를 고려한 수준 48%로 응답, 응답자 대부분은 친환경농산물의 생산비를 보장하거나 생산비와 환경보전가치를 고려한 수준으로 결정되는 것이 바람직하다고 인식하고 있다.

그러나 국민소득 수준의 향상과 함께 농산물에 대한 소비자의 선호가 양 중심에서 질 중심으로 바뀌고 있어 소비자의 식품안전성에 대한 선호도와 환경농산물에 대한 선호도가 높아지고 있으나 아직 환경농산물에 대한 소비자의 인식이 저 변화되지 않았기에 환경농업실천농가들은 너무 높은 가격으로 결정되는 것은 바람직하지 않다는 의견도 많다.

이는 생산자의 소득보상 수준에서 결정돼야 한다고 대답한 비중이 31%로 높게 나온 것이 이를 입증해 주고 있다.

〈표 5〉 판매가격수준

구 분	빈 도 (%)
일반농산물 가격과 비슷하게	3( 1.7)
일반농산물 가격보다 일정비율 높게	33( 19.0)
생산자의 소득보상 수준	54( 31.0)
생산비와 환경보전가치를 고려한 수준	84( 48.3)
합 계	174(100.0)

## 5) 품질인증제도의 개선방안

정부에서는 지난 7월 1일부터 이원화되어 있는 친환경농산물 품질인증제도를 인증제로 일원화 해 시행하고 있다. 이에 대해 응답자 중 57.4%가 만족한다고 대답한 반면, 보통 32%, 불만족 10.7%로 응답, 응답자의 절반이상이 만족하고 있는 것으로 분석됐지만, 그렇게 만족을 크게 느끼지 못하는 농가도 42.7%나 된다. 특히 인증제 통합에 대해 학력별로 중졸 54.4%, 고졸 56%, 대졸 73.4% 등 순으로 학력이 높을수록 만족하고 있으며, 1~2년 이하 17.3%, 3~5년 13.8%, 5년 이상 10%로 불만족하다고 응답, 경력이 낮을수록 비교적 불만족하고 있는 것으로 분석됐다. 이는 경력과 학력이 낮은 농가들은 아직 이 제도개선의 필요성과 중요성을 인식하지 못하고 있다. 따라서 친환경실천농가들이 새로운 표시인증 제도를 정확히 이해하고 인증기준에 맞는 생산에 참여할 수 있도록 정부의 홍보 및 교육강화가 중요하다고 본다.

〈표 6〉 인증제도 통합에 대한 만족도

구 분	매우 만족	만 족	그저 그렇다	불 만족	합 계
빈도(%)	10(5.9)	87(51.5)	54(32.0)	18(10.7)	169(100)

## 6) 품질인증제도와 소비

친환경농산물의 신뢰성제고를 통해 소비확대를 도모하기 위해서는 품질인증제도의 정착이 중요하다. 친환경실천농가들이 품질인증의 생산기준 규정을 정확히 지켜 생산해야 소비자에게 신뢰를 얻을 수 있기 때문이다.

이런 의미에서 친환경농산물의 품질인증이 소비촉진에 큰 도움을 주고 있다고 생각하느냐는 질문에 대해 응답자 중 71.44%가 도움이 된다고 밝혀 농가들도 품질인증제도의 조기정착의 중요성을 인식하고 있다. 그러나 품질인증제도가 도움이 되지 않는다고 대답한 응답자는 홍보가 부족하기 때문(30%)로 응답, 품질인증 제도의 홍보강화가 요망된다.

〈표 7〉 품질인증제도의 소비촉진 효과

구 분	빈 도 (%)
크게 도움을 주고 있다	26( 15.1)
도움을 주고 있다	97( 56.4)
그저그렇다	32( 18.6)
도움이 되지 않는다	11( 6.4)
전혀 도움이 되지 않는다	6( 3.5)
계	172(100.0)

## 2. 친환경농산물의 소비자 반응분석

### 1) 조사대상 가구의 특징

조사대상자의 월 평균 소득은 200~249만원이 22.2%로 가장 많았고 250~299만원 19.5%, 150~199만원 13.6% 였으며 400만원 이상도 13.6%나 됐다. 가구 당 평균 가족 수는 4명이 52.7%로 가장 많았고 가구원 가운데 청소년 수는 61.4%가 2명이라고 응답했다.

세대주의 직업은 회사원 31.5%, 기타 22.8%, 공무원 17.7%, 상업 14.2% 순이

었고. 거주하는 주택형태는 아파트가 54.3%로 가장 많았고 단독주택 32.3%, 공동주택 12.1%로 나타났다.

〈표 8〉 표본의 특징

지역	용인	분당	수원	성남	구로	서초	강서	중랑	노원	도봉	강남	기타	계
빈도	18	12	14	26	28	33	37	17	5	17	9	24	240
(%)	7.5	5.0	5.8	10.8	11.7	13.8	15.4	7.1	2.1	7.1	3.8	10.0	100.0
연령	20대		30대		40대		50대		60대 이상		계		
빈도	17		64		77		57		15		240		
(%)	7.4		27.8		33.5		24.8		6.5		100.0		
학력	중졸 이하			고졸			대졸 이상			계			
빈도	40			88			101			240			
(%)	17.5			38.4			44.1			100.0			

연령별로는 40대가 33.5%, 30대 27.8%, 50대 24.8% 였으며 학력별로 대졸이상이 44.1%로 가장 많고 고졸 38.4%, 중졸이하 17.5% 순이었다. 응답자들이 초등 학교까지 성장한 곳은 농어촌 45.5%, 대도시 30.4%, 중소도시 23.7%로 답했다.

## 2) 구입경험과 이유

소비자의 64.1%가 친환경농산물 품질인증제도를 알고 있고 53.2%는 실제로 품질인증 친환경농산물을 구입했다고 답했다. 이는 선행연구(서종혁 외, 1996)로 친환경농산물의 구입경험이 85.1%에 달하고 유기농산물의 구입경험이 66.8% (윤석원의 2000)라는 것과 비교하면 다소 낮은 수준이지만 품질인증을 받은 친환경농산물로 제한해서 조사한 것을 감안하면 소비자 인지도와 구매경험이 결코 낮다고 할 수는 없다.

소비자는 품질인증 친환경농산물을 구입하는 이유로 55%가 건강에 유익하기 때문으로 응답했고 맛과 영양이 좋아서 22.5%, 생태계 및 환경보호 11.7% 등으로



건강과 환경문제가 품질인증 친환경농산물의 소비를 확대시키는 요인인 것으로 나타났다. 반면 품질인증 친환경농산물을 구입하지 않는 소비자들은 구입처가 불편(38.8%)하고 가격이 비싸다(15.5%)는 불만이 많았다.

〈표 9〉 품질인증 친환경농산물 구매경험

구 분	연 구 1 (유기농산물)	연 구 2 (친환경농산물)	연 구 3 (품질인증 친환경농산물)
	응답자수(%)	응답자수(%)	응답자 수(%)
구입경험 유	157(66.8)	314(85.1)	124(53.2)
구입경험 무	78(33.2)	55(14.9)	109(46.8)
전 체	235	369	233

### 3) 품질인증 인지도 구매경험과의 관계

선행연구(윤석원 외 1999)들은 개별소비자의 특정한 요인(변수·소득, 나이, 교육정도, 가족 중 청소년 수) 중 소득을 빼 나머지 변수들은 친환경농산물의 구입에 결정적인 영향을 미치는 것은 아니라고 추정했다. 이번 조사에서는 이런 선행연구를 바탕으로 품질인증 친환경농산물에 대한 인지도와 구매경험에 영향을 미치는 변수들로 소비자가 농산물을 구입할 때 고려하는 신선도, 가격수준, 유통기간 등을 추가해 보았다.

#### ▶ 설명변수에 의한 품질인증 인지도

품질인증 친환경농산물에 대한 소비를 촉진하기 위해서는 무엇보다 소비자가 어느 정도까지 품질인증 제도를 인지하고 있는지가 중요하다.

지역별로 강남구 응답자는 100%가 알고 있었으며 서초구 84.6%, 중랑구 75.6% 등으로 인지도가 높았다. 용인시 22.2%, 분당구 40%, 구로구 53.6% 등은 상대적으로 낮게 나왔다. 이런 인지도 차이는 각 지역별 구매경험과 밀접한 관계를 맺고

있는 것으로 파악됐다.

연령별로는 20대의 인지도가 50%로 가장 낮았고 30대 60.9%, 40대 75%로 나이가 높을수록 인지도가 상승했으나 50대에서 56.1%로 떨어졌다 60대가 73.3%로 회복하고 있다. 연령별 인지도도 구매경험과 밀접한 연관을 맺고 있었다.

이밖에 소득과 인지도는 뚜렷한 관계를 보이지 않았으며 학력이 높을수록 인지도가 높고 직업별로 주부의 인지도 55.6%로 가장 낮은 것으로 조사됐다.

〈표 10〉 품질인증 친환경농산물 인지도

구 분		20대	30대	40대	50대	60대	계
품질인증 인 지 도	예(%)	8(50.0)	39(60.9)	57(75.0)	32(56.1)	(73.3)	147(64.5)
	아니오(%)	8(50.0)	25(39.1)	19(25.0)	25(43.9)	4(26.7)	81(35.5)

#### ▶ 설명변수에 의한 구매경험

선행연구와 같이 품질인증 친환경농산물의 구매경험과 설명변수들 간의 일관성 있는 관계를 밝혀내기는 힘들었다. 그러나 설명변수들에 따라 몇 가지 특징들을 나타내 소비촉진을 위한 시사점을 던져 주고 있다.

우선 지역별로는 11개 조사지역 중 서초(83.9%)와 강남(77.8%) 등 부유층이 밀집된 곳이 구매경험이 높게 나왔으며 노원구(20%)와 성남의 분당구(30%)가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

소득을 변수로 놓았을 때는 한달 평균 소득이 100만원 미만 저소득층의 구매경험이 25%로 가장 낮고 100~149만원 33.3%, 150~199만원 37.9%, 200~249만원 66%, 250~299만원 66.7% 등 소득이 높을수록 구매경험이 높아졌다. 반면 250~299만원 42.3%로 낮아졌다가 350~399만원 53.8% 400만원 이상 56.7%로 높아지고 있다. 이는 소득과 품질인증 친환경농산물의 구매가 완전한 정의 관계가 아니더라도 소득이 높을수록 구매할 가능성이 높다는 선행연구를 뒷받침해주는 결과임에

틀림없다.

〈표 11〉 품질인증 친환경농산물 구매경험

구 분		100만원 미만	100~149 만원	150~199 만원	200~249 만원	250~299 만원	300~349 만원	350~399 만원	400만원 이상	계
품질인증 인 지 도	예(%)	2(25.0)	7(33.3)	11(37.9)	31(66.0)	28(66.7)	11(42.3)	7(53.8)	17(56.7)	114(52.8)
	아니오(%)	6(75.0)	14(66.7)	18(62.1)	16(34.0)	14(33.3)	15(57.7)	6(46.2)	13(43.3)	102(47.2)

또, 학력별 구매경험은 중졸이하가 43.6%, 고졸 52.9%, 대졸 59%로 고학력일 수록 품질인증 친환경농산물의 구매경험이 높은 것으로 나타났다. 연령별로는 20대의 29.4%가 구입경험이 있다고 답했고 30대 57.8%, 40대 63.5%로 높아지다 50대에서 43.6%, 60대에서 46.7%로 낮아지고 있다.

#### ▶농산물 구매시 고려사항에 따른 구매경험 차이

소비자들은 농산물 구매시 신선도(5점 만점 평균 4.41)를 가장 중요시하고 유효기간(4.39), 잔류농약(3.64), 유해문구(3.62), 가격(3.61), 첨가물(3.43) 등의 순으로 관심을 기울이는 것으로 나타났다. 이러한 고려요소들과 품질인증 친환경농산물의 구매경험과의 관계를 따져봤더니 신선도, 잔류농약, 유해문구 순으로 상관관계가 높은 것으로 분석됐다. 이를 품질인증 친환경농산물의 인증 및 포장, 홍보전략에 적극 반영해야 할 것으로 보인다.

〈표 12〉 농산물 구매시 고려하는 요소와 구매경험 차이

변 수	리먼선호	유해문구	유효기간	첨 가 물	신 선 도	가 격	잔류농약
유효값	2.18	2.18	2.20	2.19	2.22	2.19	2.22
결측값	2.2	2.2	2.0	2.1	1.8	2.1	1.8
평균(5점)	2.96	3.62	4.39	3.43	4.14	3.16	3.64

#### 4) 품질인증 친환경농산물 만족도

품질인증 친환경농산물과 일반농산물과의 맛의 차이를 묻는 질문에 응답자 중 14.9%가 매우 만족, 만족 51.2%, 그저 그렇다 33.9% 등으로 별로 좋지 않았다는 부정적인 응답은 한명 도 없었다. 하지만 친환경농산물의 가격에 대한 질문에 일반농산물 보다 훨씬 비싸다 19%, 일반농산물보다 비싸다 67.8%로 86.8%가 가격이 비싸다고 응답했다.

또 소비자들은 품질인증 농산물이 농약, 비료, 사료 등을 품질인증 기준에 따라 사용한 것으로 믿느냐는 질문에 완전히 믿는다 8.7%, 약간 믿는다 79.5%로 88.2%가 신뢰를 보였다. 이를 구매경험과 교차분석 결과, 구매경험이 있는 소비자는 93.4%가 안전성에 신뢰를 보내고 있지만 구매경험이 없는 소비자는 81.6%가 안전성을 신뢰하고 있는 것으로 나타났다. 이는 유기농산물의 안전성에 대한 선행 연구(윤석원 외, 2000)에서 소비자 전체의 신뢰도가 77.9%였던 것에 비하면 10%포인트, 구매경험이 있는 소비자보다는 12%포인트, 구매경험이 없는 소비자보다도 10%포인트 높게 나왔다.

〈표 13〉 품질인증 친환경농산물의 가격(좌) 맛(우) 만족도

구 분	빈 도 (%)	구 분	빈 도 (%)
일반보다 훨씬 비싸다	23( 19.0)	매우 좋음	18( 14.9)
일반보다 비싸다	82( 67.8)	좋음	62( 51.2)
보통이다	9( 7.4)	그저 그렇다	41( 33.9)
잘 모른다	7( 5.8)	계	121(100.0)
합 계	121(100,0)		

하지만 소비자들은 친환경농산물이 4단계(유기재배, 무농약재배, 저농약재배, 일반재배)로 나뉘는 것에 대해 7.7%만이 정확히 안다고 답하고 58.4%가 대충 알고 있으며 33.9%는 모른다고 답했다. 소비자들은 품질인증 친환경농산물에 대한

만족도 조사에서 맛과 영양, 안전성에 대한 신뢰감은 높으나 가격이 다소 높은 것으로 응답했고 친환경농산물의 구분을 모르는 경우가 많아 적극적인 홍보가 필요할 것으로 보인다.

#### 5) 품질인증 친환경농산물의 구분과 홍보인지도

소비자들은 품질인증 친환경농산물을 구분하는데 있어 품질인증 마크에 가장 많이 의존하는 것으로 나타났다. 품질인증 쌀을 구분하면서 62.9%가 품질인증 마크를 보고 생산지역 14.7%, 쌀 품종 12.1%, 브랜드 9.5% 등이었다. 품질인증 계란의 경우 67.2%가 품질인증 마크를 기준으로 삼겠다고 해 쌀보다 의존도가 높았으며 다음으로 브랜드 14.7%, 생산지역 9.5%, 계란품종 6% 등이었다.

소비자 중 48%가 품질인증 친환경농산물의 홍보를 접한 경험을 가지고 있으며 이런 홍보경험은 품질인증 친환경농산물의 인지도를 높여주고 있다. 교차분석에서 홍보를 접한 소비자 중 84.1%가 품질인증제도를 알고 있었으며 이 가운데 75%는 친환경농산물을 구입한 것으로 나타났다.

홍보를 접한 방법으로는 시장, 마트 등에서 28.2%, TV, 케이블 등 방송 19.4%, 영농체험을 통해 18.5%, 신문, 잡지 등 언론 14.5% 등이었다. 홍보수단과 인지도간의 상관관계분석에서는 신문과 잡지 등 언론이 88.9%로 홍보효과가 가장 높았고 시장, 마트 홍보 82.9%, 영농체험 78.3%, 소비자 교육 76.9%, TV 등 방송 66.7% 등인 것으로 조사됐다.

〈표 14〉 품질인증 친환경농산물의 구분

구분	품질마크	브랜드	쌀 품종	생산지역	기타	합계
쌀(%)	73(62.9)	11( 9.5)	14(12.1)	17(14.7)	1(0.9)	116(100.0)
계란(%)	78(67.2)	17(14.7)	7( 6.0)	11( 9.5)	3(2.6)	116(100.0)

소비자들은 품질인증 친환경농산물의 홍보에 가장 좋은 방법으로 TV등 방송 39.6%, 시장, 마트 22.5%, 영농체험 18%, 신문 등 언론 10.8% 등으로 응답했고 소비자교육(4.2%), 인터넷(3.2%), 지하철·옥외간판(0.9%) 등으로 선호도가 낮게 나왔다.

종합적으로 분석하면 시장과 마트에서 홍보, TV방송이 많은 소비자들에게 품질인증 농산물을 무차별적으로 알릴 수 있는 수단임에는 틀림없으나 홍보효과는 신문과 잡지 등이 더 있는 것으로 풀이된다. 품질인증제도 등에 관한 정부의 정책홍보는 주로 TV나 방송에 치중하고, 개별 상품홍보는 언론이나 시장, 마트를 통해 이원화하는 방안을 검토할 만하다.

〈표 15〉 품질인증 홍보 매체

매 체	TV 등 방 송	신문 등 언 론	시 장, 마트 등	영농체험	지 하 철 옥외간판	인터넷	소비자 교 육	합 계
홍보 접한 방법 빈도 (%)	24 (19.4)	18 (14.5)	35 (28.2)	23 (18.5)	1 (0.8)	1 (0.8)	13 (10.5)	124 (100.0)
가장 좋은 매체 빈도 (%)	88 (39.6)	24 (10.8)	50 (22.8)	40 (18.0)	2 (0.9)	7 (3.2)	10 (4.5)	221 (100.0)

#### 6) 품질인증 친환경농산물의 소비촉진 과제

소비자들은 품질인증 친환경농산물의 소비를 늘리기 위해서는 시급히 개선해야 할 과제로 품질인증 신뢰성 제고 28.1%, 생산자, 소비자의 직거래 확대 19.6%, 환경에 대한 소비자의 의식변화 14.3%, 판매가격 인하 13.8%, 구매장소의 다양화 12.1% 등으로 응답했다. 이는 서종혁 외(1996)의 연구에서 친환경농산물의 소비촉진을 위한 방안으로 품질인증의 신뢰성 제고가 40.4%를 차지했고, 유기농산물을 대상으로 한 윤석원 외(2000)의 연구에서 34%였던 것에 비하면 품질인증의 신뢰성이 점차 높아지고 있는 것으로 보인다. 반면 다른 변수에 비해 품질인증의 신뢰성

제고가 여전히 높은 것은 농산물품질관리원의 인증마크 뿐 아니라 생산자단체, 농협 등에서 부착하고 있는 자체인증마크와의 구분이 어렵고 유사상표와의 구분에 혼란을 느끼기 때문으로 분석된다.

〈표 16〉 소비촉진 과제

구 분	빈 도 (%)
품질인증 신뢰성 제고	63( 28.1)
판매가격 인하	31( 13.8)
구매장소 다양화	27( 12.1)
환경에 대한 소비자의 의식 변화	32( 14.3)
생산자, 소비자 직거래	44( 19.6)
소비자단체 활성화 및 홍보강화	27( 12.1)
계	224(100.0)

### 3. 조사결과

#### 1) 생산자 설문조사 결과

첫째, 이번 조사에서 대부분 재배기준을 정확히 알고 있고, 제대로 지키고 있으며, 특히 학력과 소득이 높고 경력이 많을수록 잘 지키고 있지만 재배기준을 안 지키는 이유에 대해 과도한 노동력과 생산량 저하로 응답한 농가가 많다. 품질인증 받은 고품질 안전 농산물 생산을 위해서는 이에 대한 대책마련이 요구된다.

둘째, 품질인증 친환경농산물 판매가격수준에 대해 만족한다 23.5%로 응답한 반면 70.4%가 불만족하다고 대답했다. 이는 판매가격수준을 생산비와 환경보전가치를 고려한 수준에서 결정해야 한다고 대답한 것은 환경농업 실천에 대한 보상가치를 의미할 수 있다. 그러나 품질인증 친환경농산물 소비확대를 도모하기 위해서는 너무 높은 가격으로 결정하는 것이 바람직하지 않다는 의견도 많다

셋째, 인증 통합에 대해 57.4%가 만족한다고 대답했는데 이는 친환경농업발전과

친환경농산물 소비촉진에 도움을 줄 것으로 보이지만 아직 새로 바뀐 제도의 중요성과 효과에 대해 제대로 인식되어 있지 않다는 것으로 알 수 있다

특히 동 제도가 소비자들에게 신뢰성을 갖게 돼 소비촉진에 도움이 된다고 밝혔다.

## 2) 소비자 설문조사 결과

첫째, 소비자들은 품질인증 친환경농산물에 대해 비교적 높은 인지도(64.1%)를 가지고 있으며 53.2%가 구입한 경험이 있는 것으로 나타났다. 또 품질인증 친환경농산물을 구입한 소비자 중 65%가 만족감을 표시했으며 구입하지 않은 소비자도 78.2%가 기회가 주어지면 구입하겠다고 밝혀 품질인증 친환경농산물이 대중화할 수 있는 가능성이 확인된 것으로 분석된다.

둘째, 품질인증제도가 친환경농산물의 소비촉진을 위해 도움을 준다는 것이 밝혀졌다. 친환경농산물을 고를 때 품질인증마크를 보겠다는 응답이 쌀 62.9%, 계란 67.2%로 나타났고 28.1%가 품질인증 농산물의 소비촉진을 위해서는 품질인증의 신뢰성을 제고하는 것이 가장 시급하다고 답했다. 소비자의 요구에 부응하기 위해서는 품질인증의 신뢰성을 제고할 수 있는 정책적인 뒷받침을 선결해야함을 보여줬다.

셋째, 소비자들의 거주지역, 소득, 학력 등의 설명변수가 품질인증 친환경농산물의 인지도와 구매와 상관관계가 있었다. 또 소비자들은 농산물 구매 시 신선도를 가장 중요시하고 유효기간, 잔류농약 여부, 유해문구 확인 등에 유의하고 있으며 이런 소비행태가 품질인증 친환경농산물의 구매경험과도 연관되는 것으로 밝혀졌다.



이밖에 소비자들은 채소의 품질인증이 가장 필요하다(43.7%)고 응답했으며 농산물의 구매장소를 자주 이용하는 것은 거래처에 대한 신뢰(34.2%)가 가장 높아 신뢰할 수 있는 판매망에 품질인증 농산물을 납품하는 것도 소비촉진에 중요한 과제로 지적됐다

### Ⅲ. 친환경농산물의 인증제도의 조기 정착방안

친환경농산물이 소비자의 신뢰성을 얻기 위한 방안은 품질인증제도의 조기 정착이라 할 수 있다. 소비자들에게 품질과 안전성에 대해 믿고 소비할 수 있도록 하고 생산자들에게는 높은 가격 프리미엄을 받을 수 있게 함으로써 효율적인 자원배분이 달성할 수 있다.

이번 생산자·소비자 설문조사 결과에서 품질인증제도가 소비자의 신뢰성 확보를 얻어 소비촉진에 많은 도움이 되는 것으로 밝혀졌다.

정부도 친환경농업육성법의 개정을 통하여 친환경농산물의 신뢰성을 높이고, 유통질서를 확립하기 위해 환경농업육성법을 개정(2001년 1월 26일 법률 제6378호), 이원화되어 있는 인증제도를 일원화 운영하고 있다. 그러나 이 제도의 조기정착을 위해서는 풀어야 할 과제가 많다는 점을 지적한다.

첫째, 민간인증이 조기 정착될 수 있도록 정부의 체계적인 지원이 요망된다.

품질인증 농가와 인증 건수가 확대될 것으로 전망된다. 농림부는 새로 개정된 친환경농업 육성법 에 인증기관으로 민간이 참여할 수 했다.

이러한 인증기관의 지정기준이 마련되어 있지만 아직 민간단체 중 흠 살림 이외에는 아직 뚜렷하게 운영하는 곳이 많지 않다. 대부분 환경농업민간단체들은 품질

인증 민간이양에 대해서 공감을 하면서도 단계적인 위탁이 필요하다고 주장하고 있다. 민간 인증제도가 조기 정착될 수 있도록 정부의 재정적인 지원이 뒷받침돼야 할 것이다. 아울러 민간단체의 특성을 고려한 인증제도를 운영하는 것도 검토해야 할 것이다, 정부가 인증 농가를 대상화하고 통제하는 방식으로 운영하였다면 민간 단체는 각 단체의 특성에 맞게 자율적으로 인증회원을 운영하도록 하여야 한다.

그러나 민간단체에서 인증을 해 줄 경우 인증기관 난립으로 혼란이 가중될 뿐 아니라 최종 소비자들이 인증품을 불신하는 풍조가 생길 가능성이 높은 만큼 이에 대한 대책이 요망된다

둘째, 인증신청 수수료에 대한 현실화해야 한다.

현행법에는 인증신청수수료 3만원과 시료 검사비, 심사 출장비를 농가에서 부담 하게 하였지만 이것은 국가기관에만 해당되는 기준이다. 인증 실무자에 대한 인건비와 사후 관리비를 자체 부담해야 하는 민간인증기관이 1건당 3만원씩 받고 인증 업무를 진행한다는 것은 불가능하다. 민간인증기관이 인증업무를 할 때 발생하는 인증비용에 대한 증가분을 해결할 수 있는 대책이 시급하다

셋째, 표시 인증제도의 홍보 및 교육강화가 요망된다.

현재 새로 도입한 표시·인증제도 도입에 대해 친환경농업 실천농가들은 긍정적으로 보고 있지만 문제를 이를 제대로 숙지하고 있는 농가와 소비자가 그리 많지 않다는 점이다.

표시 인증제도가 조기 정착되기 위해서는 생산농가들이 이를 정확히 알고 재배기준을 지켜 품질인증 친환경농산물 생산을 해야 하지만 그렇지 못하고 있는 것이 현실이다. 이 제도를 정확히 알고 농가들이 친환경농산물을 생산, 인증을 받도록 해야 한다. 결국 이는 소비자들에게 친환경농산물에 대한 신뢰도를 갖게 함으로써 친

환경농산물 소비촉진에 큰 도움이 될 수 있다. 아울러 정부는 표시 인증제도의 홍보 및 교육을 강화해야 하고 인증을 받으려고 하는 농가들은 이를 철저히 알고 스스로 대응해 나아가야 함은 물론이다.

넷째, 표시 인증 기준의 국제화.

이번 Codex 유기농산물 기준이 확정되어 몇 가지 조항에 대해서는 우리나라의 표시 인증제도의 수정이 가해져야 할 부분도 있고, 미흡한 부분에 대해서는 대응책 마련이 요망된다.

우리 나라 유기농산물도 가능한 한 국제기준에 부합될 수 있도록 하되, 아시아 농업의 특성이 고려된 기준이어야 한다. Codex 기준 제정을 계기로 유기농업이 화학물질을 배제하는 생산이라는 단순한 기준으로부터 순환체계, 자급체계를 충족시킬 수 있는 농업구조와 생산방식으로 유도할 수 있는 인증체제가 되어야 한다.

따라서 이러한 문제를 해결하기 위해서는 국가는 기본적인 인증기준과 방식을 제시하고, 국내 민간인증기관은 다양한 형태의 세부 인증기준으로 인증, 인증 농산물 간의 경쟁 유도, 차별화 유도를 도모할 필요가 있다.

#### IV. 맺음말

친환경농산물이 생산단계부터 최종 소비단계까지 소비자의 신뢰성을 도모할 수 있는 환경과 품질을 위한 친환경농산물 시스템을 구축하는 것이 중요하다고 본다.

이를 위해 생산 농가들은 생산단계에서 인증 실시요령을 정확히 준수, 소비자들이 신뢰할 수 있는 친환경농산물을 생산하고, 인증업무를 담당하는 국립농산물품질관리원, 또는 민간 인증단체 들은 인증기관으로써의 역할을 제대로 수행할 수 있도록

록 해야 한다.

그러기 위해서는 소비자가 알기 쉽도록 친환경농업과 그 생산물에 대한 객관적인 평가가 필요하다고 본다. 즉 기준과 인증을 통해 신뢰성을 높일 수 있도록 하고, 선언, 기록, 수정 등 3가지 시스템 구축 도입, 기록 의무화 등 다양한 대책마련이 요망된다.

정부는 민간 인증제도의 조기 정착과 소비자들이 믿고 신뢰할 수 있는 친환경농산물을 구입할 수 있도록 판매망 확충, 홍보강화, 완전한 정보가 전달할 수 있는 정보체계 구축 등을 추진해야 할 것이다.

## 참고문헌

1. 강창용·정은미, “친환경농산물의 생산과 소비 형태 분석”, 농촌경제 제22권 제4호, 한국농촌경제연구원, 1999 가을.
2. 김명환·김병률·유남식, “농산물 품질인증제도와 안전성조사제도의 발전방향”, 한국농촌경제연구원, 1998.12.
3. 김상범, “친환경농산물의 품질인증제도를 통한 신뢰성제고 방안”, 친환경농산물 소비확대 활성화방안 마련을 위한 세미나, 한국농어민신문. 2001.8.29.
4. 김 호, “유기농산물의 생산 및 유통실태와 유통계열화에 관한 연구”, 고려대학교 대학원 박사학위 논문, 1993.12.
5. \_\_\_\_\_, “환경농산물 품질인증 및 표시제도의 발전과제”, “환경농산물 품질관리실태 및 개선방향”, 심포지엄, 한국농어촌사회연구소, 1998.
6. \_\_\_\_\_, “친환경농산물의 소비확대를 위한 유통활성화 방안”, 친환경농산물 소비확대 활성화방안 마련을 위한 세미나, 한국농어민신문, 2000.11.7.
7. 박현태·강창용·정은미, “친환경농산물의 소비촉진을 위한 유통활성화 방안”, 한국농촌경제연구원, 2000.2.10.
8. 서종혁·김종숙·전장수, “유기농산물의 생산 및 유통실태와 장기발전방향”, 한국농촌경제연구원, 연구보고 262, 1992.12.