

## 친환경농산물의 생산실태 및 소비확대에 관한 연구\* -광주·전남지역을 중심으로-

김 병 무\*\* · 송 경 환\*\*\*

### A Study on Production and Demand Expansion for Environmental-Friendly Farming Products - In Kwangju and Jeonnam Province -

Kim, Byung-Moo · Song, Kyung-Hwan

With the development of national economy and increase of income, consumers' demand for quality and safe agricultural products have increased and perception on environmental-friendly Farming products has been sharply changing. In other words, consumers increasingly show the tendency to prefer environmental-friendly farming products for considering health and environment protection, despite higher price. The environmental-friendly farming products in Jeonnam Province is still at its early stage, accounting for 1% or so of the total products. Considerable part of environment-friendly farming products, nevertheless, difficult problem to find consumers, thus sold at relatively high prices. To the questionnaire asking their most severe difficulty is about 30.5% for sale. This suggests that strategies for consumption expansion of environment-friendly farming products, including of consumers' confidence, publicity of consumers, should be established to increase the income of environmental-friendly farmers in Jeonnam Province.

*Key Words* : *environmental-friendly Farming products, publicity of consumers, consumers' confidence*

---

\* 이 논문은 김병무 외(2002), "전남의 친환경농업 육성과 유통전략" 보고서를 분석·보완한 것임.

\*\* 대표저자, 순천대학교 농업경제학과 교수

\*\*\* 순천대학교 농업경제학과 교수

## I. 서 론

최근 국민 경제의 발전과 더불어 소득수준이 향상되면서 소비자들의 고품질 안전농산물에 대한 인식이 크게 변화하고 있다. 즉, 소비자들은 일반농산물에 비해 상대적으로 가격이 높아도 건강과 환경보전을 고려하여 유기농산물 등 친환경농산물을 소비하려는 경향이 차츰 증가하고 있는 것이다.

그 결과 그동안 일반 관행 농업을 실천하던 농업인들도 수입개방에 대응하여 우리농업의 활로를 친환경농업으로 인식하고 친환경농업을 실천하는 농업인과 친환경농산물의 생산량이 매년 30% 이상 증가하고 있다.<sup>1)</sup>

친환경농업이란 농업과 환경의 조화로 지속 가능한 농업생산을 유도해 농가소득을 증대하고, 환경을 보전하면서 농산물의 안정성도 동시에 추구하는 농업을 말한다. “친환경농업 육성법”에서는 친환경농업을 농약의 안전사용기준 준수, 작물별 시비기준량 준수, 적절한 가축사료 첨가제 사용 등 화학자재 사용을 적정 수준으로 유지하고 축산분뇨의 적절한 처리 및 재활용 등을 통하여 환경을 보전하고 안전한 농축임산물을 생산하는 농업으로 정의(환경보전농업육성법 제 2조 1항)하고 있다.

1980년대 후반부터 미국과 EU 등 선진국에서도 식품의 안전성에 대한 소비자의 인식이 확산되고 환경보전에 대한 사회적 요구가 증가함에 따라 지속 가능한 농업과 친환경농산물의 사회적 수요가 커지고 있는 실정이다.

친환경농업 중 가장 높은 단계인 유기농업은 세계적으로 전체농업의 2~10% 수준이고 생산규모는 매년 20~30% 증가하고 있으며, 2010년에는 전체 농업의 10~20%에 도달할 전망이다. 그러나 현재 우리나라의 친환경농업은 매우 미미한 수준이지만 2010년에 이르면 8~10%에 도달할 것으로 예상되고 있다.

이처럼 우리나라의 친환경농산물의 생산 및 소비는 선진국들에 비해 아직 초보적인 단계에 머물러 있으며, 그나마 친환경농산물 중 상당 부분이 소비처를 찾지 못하여 일반 농산물과 차별화 되지 못하고 저렴한 가격으로 판매되고 있는 실정이다.

따라서 친환경 농업의 육성을 위해서 무엇보다 소비확대가 중요한 과제로 대두되고 있다. 이 연구는 이러한 문제의식 하에서 전남지역의 생산농가와 소비자를 조사·분석하여 우리나라의 친환경농산물의 생산실태를 살펴보고 소비확대방안을 제시하고자 한다.

1) 배원길(2003), 2003년도 친환경농업 육성정책.

## II. 친환경농산물 생산실태

### 1. 친환경농산물의 생산 현황

그 동안 우리나라 농업은 중산위주의 고투입 농법에 의한 농업환경의 악화로 지속 가능한 농업생산을 위협받고 있는 실정이다. 또한 국제적으로 친환경농업은 농업·환경·무역의 연계 논의가 강화됨으로써 국내 농업에 미치는 영향이 점차 증가하고 있다. 이와 더불어 소득수준의 향상에 따라 소비자들의 고품질 안전농산물에 대한 요구가 증대하면서 친환경농산물에 대한 인식이 크게 변화하고 있다. 즉, 소비자들은 안전한 먹거리를 위해 상대적으로 가격이 높은 유기농산물 등 친환경농산물을 소비하려는 경향이 차츰 증가하고 있는 것이다.

유럽 등 선진국에서는 오래 전부터 친환경농산물에 대한 수요가 계속 증가함에 따라 유기농산물의 재배면적이 증가추세에 있다. 총 재배면적 대비 유기농산물 재배면적의 비율이 높은 국가들을 2000년 기준으로 보면 스위스가 9.0%(95천 ha), 덴마크가 6.2%(165천 ha), 스웨덴이 5.1%(139천 ha)를 차지하고 있다.

〈표 1〉 선진국 유기농산물 재배면적(2000년)

구 분	영국	독일	이탈리아	프랑스	네덜란드	벨기에	오스트리아	스위스	덴마크	스웨덴	미국(97)	일본
재배면적(천ha)	473	546	1,040	371	28	21	272	95	165	139	544	1
총재배면적 대비비율(%)	2.5	3.2	-	1.3	1.4	0.9	10.0	9.0	6.2	5.1	0.2	0.02

자료 : 김정섭(2002), 유럽 유기농식품의 소비전망, 농촌경제연구원, 세계농업정보 392.

우리나라도 1980년대 후반부터 지속 가능한 농업(sustainable agriculture)의 개념이 도입되면서 환경보전측면 뿐만 아니라, 사회적·경제적 측면의 농촌, 농업 문제의 중요성이 동시에 강조되고 있다. 또한 1990년대 중반 이후 정부차원의 친환경농업육성정책 추진에 따라 최근 친환경농산물 인증면적이 매년 1.8배나 증가하고 있는 실정이다.

〈표 2〉 우리나라 친환경농산물의 생산량 변화

구 분	1999	2000	2001	2002
농가수(호)	1,306	2,448	4,678	11,892
면 적(m <sup>2</sup> )	8,754,753	20,385,408	45,533,871	112,398,833
인증량(톤)	26,643	35,406	87,279	200,374

자료 : 농산물품질관리연보, 국립농산물품질관리원, 2003.

친환경인증 농산물의 참여 농가 수와 면적 추이를 보면, 2002년 현재 생산 농가 수는 11,892호, 재배면적은 112,398,833m<sup>2</sup>를 차지하고 있어 1999년에 비해 농가수는 약 9배, 면적은 약 12배가 증가하였다. 이와 더불어 생산인증량도 1999년 26,643톤에서 2002년말 현재 200,374톤으로 약 7.5배가 증가하였다. 재배형태별 생산현황을 보면, 유기재배가 16,249톤(8.1%), 전환기 유기재배가 4,865톤(2.4%), 무농약재배가 76,828톤(38.4%), 저농약재배가 102,432톤(51.1%)으로 저농약재배가 절반을 넘게 차지하고 있음을 알 수 있다. 2002년말 현재 품목별 생산현황은 쌀 등 곡류가 12,243톤(6.1%), 과실류가 57,956톤(28.9%), 채소류가 104,205톤(52.0%), 서류가 5,183톤(2.6%), 특작류가 33,800톤(16.9%), 기타가 3,481톤(1.7%)으로 전체 생산량 중 채소류가 절반을 넘게 차지하고 있다.

〈표 3〉 친환경농산물 인증품 출하 현황

(단위 : 톤)

년도별	합 계	유 기	전 환 기	무 농 약	저 농 약
1999	26,643	6,996		352	
2000	35,406	6,538		15,694	13,174
2001	87,279	10,625	45	32,274	44,334
2002	200,374	16,249	4,865	76,828	102,432
2003	366,107	25,342	8,849	120,358	211,558

자료 : 농산물품질관리연보, 국립농산물품질관리원, 2004.

친환경인증 농산물 인증품 출하 현황을 살펴보면 2003년말 현재 유기농산물이 6.9%를 차지하고 있는 반면, 무농약농산물과 저농약농산물은 각각 32.9%와 57.8%로 전체 친환경인증 농산물 중 90.7%를 차지하고 있다.

2003년도 인증단계별 재배면적 및 생산량을 도별 비율로 보면, 재배면적은 경북이 42,529,923m<sup>2</sup>로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 전남이 29,479,076m<sup>2</sup>로 2위를 차지하고 있다. 인증생산량도 경북이 93,568톤(25.6%)으로 가장 높게 나타났으며, 전남은 충북, 경기도에 이어 4번째로 많은 40,684톤(11.1%)을 생산하고 있다.

## 2. 친환경 농산물 생산실태(조사 분석)

### 1) 조사 방법 및 개황

소비자 행태조사는 친환경농산물의 구입경험이 있는 소비자 215명을 대상으로 광주, 순천, 여수, 목포의 백화점 및 대형 할인마트를 선택하여 직접 면접조사 하였다.

친환경 농산물 생산농가에 대한 실태 조사는 전남·광주지역에서 친환경농업을 실천하

고 있는 116농가를 대상으로 2002년 1~2월 면접 및 전화를 이용하여 조사하였다.

조사응답자의 연령분포는 '30대'가 16.4%(19명), '40대'가 32.8%(38명), '50대'가 28.4%(33명), '60대'가 17.2%(20명), '70대 이상'이 5.2%(6명)로 나타났다. 일반적으로 농촌지역에서 나타나고 있는 고령화 추세와는 달리 중년 계층이 친환경농업에 많이 종사하고 있는 것으로 조사되었다.

## 2) 친환경 농산물 생산실태

친환경농업 실천 경지면적은 '1,000~3,000평 미만'이 42.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '3,000~5,000평 미만'과 '10,000~20,000평 미만'이 각각 19.8%와 13.8%로 나타났다.

〈표 4〉 친환경농산물 재배면적

(단위 : 명, %)

구 분	1천평 미만	1천~3천평 미만	3천~5천평 미만	5천~1만평 미만	1만~2만평 미만	2만평 이상	합 계
응답자수	10	49	23	14	16	4	116
비 율	8.6	42.2	19.8	12.1	13.8	3.4	100.0

자료 : 이하 현지조사

친환경 농업 실천경력은 '3~5년'이 38.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로 '6~10년'이 25.9%, '10년 이상'이 18.1%, '3년 미만'이 17.2%의 순으로 나타났다. 친환경농업을 시작한 동기는 '환경보전의 중요성'이 28.9%로 가장 많았으며, 그 다음으로 '농약피해 방지' 19.9%, '농업경쟁력 제고' 15.8%의 순으로 나타났다.

현재 실천하고 있는 친환경농업의 유형은 '저농약재배'가 41.4%로 가장 많았고, 다음으로 '무농약재배(29.3%)', '유기재배(23.3%)', '전환기 유기재배(6.0%)'의 순으로 나타났다. 한편, 인터뷰조사를 통하여 친환경농업 유형 중에서 단지 한 유형만을 선택하지 않고 유기재배를 지향하면서 복합적으로 2가지 유형 이상을 실천하고 있는 농가도 상당수 있는 것으로 조사되었다.<표 5>

〈표 5〉 친환경농업 실천 유형

(단위 : 명, %)

구 분	유기재배	전환기 유기재배	무농약재배	저농약재배	합 계
응답자수	27	7	34	48	116
비 율	23.3	6.0	29.3	41.4	100.0

친환경농업 실천농가의 벼농사 및 채소류, 과수류에서 사용하고 있는 농법은 오리농법,

우렁이농법, 쌀겨농법과 미생물제를 자가에서 제조하여 병충해 방제 대책과 지력회복 등에 사용하는 것으로 나타났다. 인증을 받지 않았지만 스스로 친환경 농업을 실천하는 친환경 농업 실천농가의 주 생산 품목은 쌀, 엽채류, 과채류, 배, 버섯 등으로 나타났다.<표 6>

〈표 6〉 전남의 친환경농업 생산 주요 품목

식량작물	채 소 류	과 채 류	과 수 류	약용·특용작물	축 산
쌀(47)	고추(10), 상추(10)	호박(2)	배(17)	영지버섯(1)	유정란(2)
보리(1)	깻잎(2), 청경채(3)	가지(5)	포도(7)	표고버섯(1)	
고구마(1)	대파(3), 쪽파(1)	딸기(11)	감(7)	팽이버섯(1)	
감자(1)	양파(1), 마늘(2)	토마토(3)	단감(5)	참깨(3)	
콩(4)	시금치(3), 쪽갓(3)	방울토마토(7)	사과(1)	땅콩(1)	
옥수수(3)	미나리(1), 배추(5)	오이(4)		작설차(1)	
팥(2)	쌈채소(4), 비트(2)	멜론(5)			
	케일(2), 신립초(2)	수박(4)			
	풋고추(3), 무(3)				
	치커리(3), 열무(2)				
	당근(5), 콩나물(1)				

주 : ( ) 안은 응답 농가 수

친환경농업을 하는데 가장 어려운 점은 '판매처 확보'가 30.2%로 가장 높고, 다음으로 '과도한 노동'이 26.1%, '정책적 지원 미비'가 25.6%로 나타났다. 즉, 친환경농산물의 생산 확대에 비해 소비확대는 이루어지지 못하여 판매처를 확보하지 못한 일부 농가는 일반 농산물로 판매하는 등 판매에 어려움을 겪고 있는 실정이다.<표 7>

〈표 7〉 친환경농업 실천의 어려운 점(복수응답)

(단위 : 명, %)

구 분	생산 및 재배기술	판매처 확보	과도한 노동	정책적 지원 미비	기 타	합 계
응답자수	28	60	52	51	8	199
비 율	14.1	30.2	26.1	25.6	4	100.0

향후 친환경농업에 대한 재배면적을 조절할 의향이 있는지에 대하여는 '현 수준 유지'가 54.3%로 가장 많았고, 그 다음으로 '확대할 것임'이 42.2%, '축소할 것임' 2.6%(3명)의 순으로 나타났다. 현 수준 유지 혹은 확대를 계획하고 있는 농가가 96.5%(112명)로 대다수를 차지하고 있는데, 그 이유로는 조사대상의 연령분포에서 30~40대의 젊은층이 과반수를 차지하고 있고, 전체 조사대상자의 친환경농업 소득증가에 대한 기대와 의욕을 반영한 결과로 판단된다.

### Ⅲ. 소비자의 친환경농산물 소비 행태

#### 1. 조사방법 및 개황

친환경 농산물에 대한 소비자 행태조사는 친환경농산물의 구입경험이 있는 소비자 215명을 대상으로 광주, 순천, 여수, 목포의 백화점 및 대형 할인마트를 선정하여 2002년 1~2월 기간 동안 약 2개월간에 걸쳐 직접 면접조사 하였다.

표본조사의 연령분포는 40대 구매자가 34.4%로 가장 많았고, 30대 구매자가 26.9%, 50대가 18.1%, 20대가 12.5% 등으로 나타났다. 즉, 30대와 40대의 구매자 비율이 60%로 친환경농산물 소비의 주요 연령층은 30~40대인 것으로 나타났으며, 주로 20대 주부는 자신의 가족을 위한 식품을 준비하는데 무농약이나 유기농산물을 찾는 경우가 많았다.

친환경농산물의 주요 구입 장소는 대형 마트나 할인점이 41%로 가장 많이 선호되었고, 백화점 27%, 전문 판매장이 20.3%로 나타났다. 그러나 생산지로부터 직접 구매한다고 응답한 사람의 비율도 9.1%로 나타났다. 즉, 유기재배 등 친환경농산물은 재배의 특수성으로 인하여 처음 시작 단계에서는 직거래 형태의 유통이 지배적이었으나, 현재는 일반 소매기구인 할인점이나 백화점 및 전문매장의 유통 비중이 지배적인 것으로 나타났다.

〈표 8〉 친환경농산물의 주요 구입처

(단위 : 명)

구 분	백화점	대형 마트나 할인점	전문 직매장	생산자로부터 직접 구매	기 타	합 계
응답자수	93	141	70	31	79	344
비 율	27.0	41.0	20.3	9.1	2.6	100.0

자료 : 이하 현지조사

친환경농산물 고객이 구입한 품목은 과채류(채소류 47.4%, 과일류 24.6%)가 72%로 가장 높게 나타났으며 쌀 등 곡류는 20.3% 축산류는 7.7%로 매우 낮게 나타났다.

친환경농산물의 구입경력을 보면, 응답자의 43.7%는 친환경농산물을 구입한 경력이 2년 이상인 것으로 나타나 가장 많은 분포를 보이고 있다. 즉, 친환경농산물 소비자는 점차 장기적 구매고객의 특성을 볼 수 있으며, 6개월 이상 1년 미만의 소비 경험이 25.6%, 6개월 미만이 13%로 친환경농산물 소비자의 확대가 최근 1년 사이에 급격히 성장되고 있다는 긍정적인 현상으로 해석된다.

친환경농산물의 구입 횟수는 1주일에 1회 이상 친환경농산물을 구입한다고 응답한 비율이 41.9%로 나타났는데 그 이유는 친환경농산물의 생산과 유통이 주로 과채류이고, 이것의 속성상 시장을 자주 가야 하는 특성 때문인 것으로 판단된다. 다음으로 2주일에 1회 정도

시장 구입을 한다가 23.7%, 1개월에 1번 정도가 9.8%로 나타났다. 따라서 소비자의 잦은 구매활동을 돕기 위한 판매장의 확대 등 다각적인 방안이 고려되어야 함을 시사하고 있다. 부정기적 구입 비율도 24.7%에 이르러, 이들의 정기적인 구매로의 유도 방안도 검토되어야 할 것으로 보인다.

〈표 9〉 친환경농산물의 구입 회수

(단위 : 명)

구 분	1주일에 1회 이상	2주일에 1회	한 달에 1회	부정기적으로 가끔	합 계
응답자수	90	51	21	53	215
비 율	41.9	23.7	9.8	24.7	100.0

친환경농산물을 구입하는 이유로는 가족의 건강이 49.7%로 가장 높게 나타났으며, 농산물에 잔류 농약이 있을지 몰라 이에 대한 두려움에서 벗어나고자 친환경농산물을 구매한다는 소비자는 22.3%로 나타났다. 다음으로 맛이 좋아서 친환경농산물을 구입한다는 16.9%이며, 자연환경의 보호를 위한 이유는 4.8%에 불과하다. 즉, 일단 친환경농산물 구입을 접하게 되면 소비는 장기적인 단골 고객이 되며, 주요 구입 동기는 자신과 가족의 건강을 염려하는 소위 식품의 안전성에 최대 관심을 두고 있다고 볼 수 있다. 그리고 이 조사결과에 의하면 저농약 농산물을 친환경농산물에 포함시키는 것이 소비확대에 긍정적인 결과를 가져올 수 있는가에 대한 의구심을 제기하는 소비자도 상당수 있었다.

〈표 10〉 친환경농산물을 구입한 이유

(단위 : 명)

구 분	가족의 건강을 위해	맛이 좋아서	농약의 두려움 때문에	자연환경에 도움을 주고자	기 타	합 계
응답자수	165	56	74	16	21	332
비 율	49.7	16.9	22.3	4.8	6.3	100.0

## 2. 친환경농산물에 대한 소비자 만족도 및 적정가격

친환경농산물에 대한 소비자의 만족도 조사는 매우 만족이 7.4%, 만족한 편이 55.6%, 보통이 36.2%로 나타났다. 이것을 요약하면, 친환경농산물을 구입한 소비자 63%가 긍정적으로 평가하고 있으며 소비와 구매의 중단을 시사하는 불만족 응답 비율이 0.9%에 불과하여 미래의 친환경농산물 소비확대 전망은 밝은 것으로 판단된다.



〈표 11〉 친환경농산물 구입결과에 대한 만족도

(단위 : 명)

구 분	매우 만족	만 족	보 통	불만족	합 계
응답자수	16	120	78	2	215
비 율	7.4	55.6	36.2	0.9	100.0

친환경농산물의 향후 구입 의사에 대해서 “계속해서 구입하겠다”가 81.4%로 높게 나타났으며, 향후 구입여부를 아직 결정하지 못하고 “보류 상태”인 경우가 18.6%로 나타났다. 따라서 친환경농업의 성장과 소비확대를 위해서는 아직 친환경농산물을 구매하거나 소비해본 경험이 없는 새로운 소비자를 친환경농산물 시장으로 유도하는 것이 무엇보다 선행 과제이며, 구매동기와 구매기회를 제공하는 것이 매우 중요하다. 이와 같은 단계까지만 성공한다면, 기존의 친환경농산물 고객의 반응처럼 새로운 고객도 높은 소비만족과 향후 계속 구입의사를 표명할 가능성이 매우 높을 것으로 사료된다.

〈표 12〉 향후 구입 의사

(단위 : 명)

구 분	계속 구입할 것이다.	잘 모르겠다	구입을 중단할 것이다.	합 계
응답자수	175	40	0	215
비 율	81.4	18.6	0.0	100.0

친환경농산물을 알게 된 경위는 TV나 신문 등 대중 매체를 통해 친환경농산물을 알게 되었다고 응답한 비율이 37.2%, 친지나 이웃의 권유나 소개를 받아서 29.6%, 친환경농산물 코너의 매장 판매원으로부터 소개받거나 정보를 얻었다가 20.2%, 인터넷을 통해서가 3.2%로 나타났다. 이것은 TV 등 대중매체나 이웃의 권유가 매우 중요한 역할을 하고 있다는 것을 나타낸다.

〈표 13〉 친환경농산물을 알게 된 경위

(단위 : 명)

구 분	매스컴을 통해서	친지나 이웃으로부터	구입처의 판매원으로부터	인터넷에서	기 타	합 계
응답자수	92	73	50	8	24	247
비 율	37.2	29.6	20.2	3.2	9.7	100.0

친환경농산물은 그 자체가 일반농산물과 다른 차별성과 특수성이 있으나 가격 수준 인하는 친환경농산물의 수요 확대를 위한 중요한 요인이 될 수 있다고 판단된다. 친환경농산

물을 구매자 입장에서 적정가격 수준을 평가하면, “일반 농산물보다 20~30% 더 비싸면 적정하다”가 49.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 “일반 농산물보다 10% 정도만 더 비싸면 적정하다”가 34.9%, “일반 농산물보다 50% 또는 그 이상도 적정하다”가 약 8%로 나타났다.

따라서 품질을 바탕으로 한 신뢰성 제고도 친환경농업의 발전을 위해서 중요한 과제이지만, 생산비 인하와 유통비용의 절감에 의한 가격 인하가 친환경농산물의 수요 확대에 중요하다고 판단된다. 응답자의 반응을 기준으로 볼 때, 현재의 가격은 높은 것으로 보이며 중·단기적으로 친환경농산물의 가격수준은 일반농산물에 비해 10~30% 정도 높게 책정하는 방안이 바람직한 것으로 판단된다.

〈표 14〉 친환경농산물의 적정 가격수준

(단위 : 명)

구 분	일반 농산물의 50% 이상	일반 농산물의 20~30% 이상	일반 농산물의 10% 이상	잘 모르겠다	합 계
응답자수	17	106	75	17	215
비 율	7.9	49.3	34.9	7.9	100.0

### 3. 친환경농산물 소비의 애로사항 및 확대방안

친환경농산물에 대한 구매자의 평가는 대부분 매우 긍정적이지만 친환경농업을 더욱 육성하고 발전시키기 위해서는 “상품(친환경농산물)의 신뢰성을 높여야 한다”가 46.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 “판매처를 늘려야 한다”가 24.9%, “가격이 너무 비싸다” 24.9%로 나타났다. 따라서 친환경농산물을 현재의 상품 신뢰성을 한층 강화시켜야 하며 품질의 제고, 구입의 편리성, 그리고 가격인하 등을 고려할 필요가 있다.

〈표 15〉 친환경농산물의 구입에서 불편하거나 시정할 점

(단위 : 명)

구 분	가격이 너무 비싸다	판매처를 늘려야 한다	상품의 신뢰성을 높여야 한다	기 타	합 계
응답자수	72	72	135	10	289
비 율	24.9	24.9	46.7	3.5	100.0

본격적인 사이버 정보·통신 사회의 진전에 따라 친환경농산물도 사이버마켓을 매개체로 하는 거래가 활발히 이루어져야 할 것이다. 인터넷을 활용한 거래실적과 의향 조사 결과를 보면 “인터넷을 이용하여 친환경농산물을 주문한 경험이 있다”가 3.2%로 낮게 나타났다. 그리고 “한번도 주문 경험도 없고, 앞으로도 별다른 의향을 갖지 않고 있다”가 81.9%,

“지금까지는 경험이 없었으나, 앞으로는 주문할 것”이라는 응답이 14.9%로 나타났다. 즉, 친환경농산물 소비자의 96.8%는 인터넷을 이용한 주문 경험이 전혀 없는 것은 그 동안 농산물이 크기, 맛, 빛깔 그리고 신선도 등 육안으로 직접 확인을 거쳐야 구입을 결정할 수 있는 관행이나 특수성을 지니고 있어서 사이버 거래가 용이하지는 않을 것으로 판단된다. 그러나 인터넷 online 거래나 TV 홈쇼핑 등의 편리성이나 비용절감 차원에서 볼 때 이에 대한 특별한 대책을 서두를 필요가 있다고 판단된다.

특히 친환경농산물 사이버 거래는 무엇보다도 생산자와 소비자간의 신뢰를 돈독히 하여 주문거래가 가능하도록 노력해야 할 것이며, 다른 한편으로는 품목별 규격화 및 표준화 작업의 실현으로 사이버 거래를 활성화하도록 노력해야 할 것이다.

〈표 16〉 친환경농산물의 인터넷 주문 여부

(단위 : 명)

구 분	있 다	없 다	앞으로 주문할 것이다.	합 계
응답자수	7	176	32	215
비 율	3.2	81.9	14.9	100.0

상당 기간 동안 친환경농산물을 구입하고 있는 소비자의 소비확대를 위한 제안은 “품질의 신뢰성을 높여야 한다”가 42.6%로 가장 높게 나타났고, “판매처를 늘려야 한다”는 시장 접근의 용이성을 제안한 경우가 20.8%, “가격이 인하되어야 한다”는 19.3%로 나타났다. 그러나 매스컴(TV 등)을 이용한 광고와 홍보는 15.2%로 나타났다. 따라서 신뢰성이 확보되고, 가격 수준이 적정선으로 유지된다면 소비자의 입에서 입으로 전파되면서 자연스러운 소비확대로 이어질 것이다.

〈표 17〉 친환경농산물 소비 확대를 위한 제안

(단위 : 명)

구 분	매스컴에 광고와 홍보 필요	친환경농산물의 가격인하	판매처 확대	품질의 신뢰성 제고	기 타	합 계
응답자수	51	65	70	143	7	336
비 율	15.2	19.3	20.8	42.6	2.1	100.0

#### IV. 친환경농산물 소비확대 방안

친환경농산물은 생산량의 증가에 비해 소비확대가 미치지 못하여 생산농가들이 판매에 어려움을 겪고 있는 실정이다. 소비확대를 저해하고 있는 요인으로는 친환경농산물에 대한

소비자의 불신, 친환경농산물 구입의 불편함 및 높은 가격 등으로 나타나고 있다. 따라서 친환경농산물의 소비확대를 위해서는 무엇보다 소비자들에 대한 신뢰제고와 판매장 확대, 가격 인하, 홍보 강화 등 다양한 방법이 강구되어야 할 것이다.

첫째, 친환경농산물 신뢰를 제고해야 한다.

친환경농산물 소비확대를 위해서는 품질의 신뢰성확보가 무엇보다 중요한 것으로 나타났다. 따라서 친환경농산물 중에서 일정조건(일정기간의 경력, 정부의 품질검사 등)을 충족한 경우, 기존의 친환경실천농가나 표시신고농가에 대해 시도 및 시군 자치단체장이 품질을 추천 보증하는 제도를 도입하여 소비자의 신뢰를 제고해야 한다.

또한 도시 소비자들이 생산 현장을 견학하고 체험할 수 있는 기회를 마련하고, 소비자단체나 생산자가 결연을 맺고 교류를 할 수 있는 정책을 조직적으로 추진하여야 한다. 이와 더불어 친환경농산물 생산 현장을 어린이들의 견학 프로그램으로 제작하여 친환경농산물과 자연환경보호 관계를 인식시킴은 물론 미래의 소비확대 기반을 정기적으로 구축할 필요가 있다. 그리고 백화점 및 대형 마트에서 지방정부와 환경단체의 후원 하에 친환경농산물 생산단체가 주관하는 판촉 이벤트 행사도 소비확대에 일조를 할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 친환경농산물과 자재 판매장을 확대해야 한다.

친환경농산물 소비확대를 위한 두 번째 중요한 과제는 판매장을 확대해야 한다. 덴마크에서는 유기농 상품이 국내 식품 소매점 점포의 95%에서 구매가 가능하다. 또한 친환경농산물은 쌀과 과채류가 주종을 이루고 있는데 과채류는 특성상 잦은 쇼핑이 불가피하다. 따라서 현재 위치하고 있는 백화점 및 대형 식품 마트, 친환경농산물 전문매장 등을 고려하여 대단위 주거 단지를 중심으로 판매장을 신설하여 시장접근의 용이성을 제공해야 한다. 이와 더불어 아파트 단지에서는 (가칭)친환경 주부클럽을 만들고, 이들의 회원제 형식의 단체구매(또는 공동구매)도 유도하여야 한다. 특히 친환경농산물과 생산 자재를 종합적으로 거래할 수 있는 친환경농산물 종합유통센터와 소규모 친환경농산물 전문매장 설치는 각 시도의 물 이용 부담금(130원/톤당)으로 임대료나 시설비를 지원해야 한다.

셋째, 친환경농산물 가격을 인하해야 한다.

현재 친환경농산물은 소량생산·소량유통에 따라 과도한 비용이 발생하고 높은 가격이 형성되어 소비확대를 저해하고 있다. 또한 품질이 다양하지 못하고 수급이 불안정하여 가격불안정을 유발하고 있다. 소비자 조사결과에 의하면, 친환경농산물을 알고 있으면서도 단 한번의 구매에도 참여하지 않았던 이유는 가격이 비싸다가 31.4%로 가장 높게 나타났다.<sup>2)</sup> 따라서 친환경농산물의 소비확대를 위해서는 무엇보다 가격의 인하가 이루어져야 한

2) 일반 소비자 조사결과 분석에 의하면, 친환경농산물을 알고 있으나 구매하지 않은 이유에 대한 설문에서 가격이 비싸기 때문이 31.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 신뢰할 수가 없어서

다. 가격의 인하는 농가수취가격의 1~2배에 이르는 유통마진을 어떻게 축소하느냐가 주요 관건이지만 우리나라의 친환경농산물 생산 및 유통여건을 감안하면 단기간에 실현되기는 어려운 실정이다. 따라서 정부의 지원확대와 더불어 생산농가들의 자구적인 노력 즉, 재배 규모의 확대 및 유통비용절감 등을 통해서 가격을 인하하고 이를 통해 소비를 확대해야 한다.

넷째, 친환경농산물에 대한 홍보강화가 필요하다.

친환경농산물에 대한 홍보는 TV나 신문 등 대중 언론매체의 효과가 매우 커 이를 통한 지속적 홍보가 필요<sup>3)</sup>하다. 또한 정부(농림부, 국립농산물품질관리원)가 법에 따라 엄격히 관리, 감독하고 있다는 점을 강조하며, 생산농업인의 고통, 재배기술의 특성, 생산 현장의 어려움, 자연과 환경의 보전기능 등을 소개함으로써 친환경농산물에 대한 소비자의 이해의 폭을 넓혀 국민적 공감대를 조성하여야 한다. 그리고 중요한 것은 친환경농산물의 소비에 결정적인 영향을 미치고 있는 30~50대 주부를 우선순위 대상으로 하여 집중적으로 홍보하여야 한다.

다섯째, 친환경농산물 포털사이트를 구축<sup>4)</sup>해야 한다.

전자상거래는 생산자에게는 광범위한 판매망을 개척하고, 소비자에게는 값싸고 질 좋은 농산물을 구매할 수 있는 장점을 갖고 있다. 친환경농산물의 전자상거래를 위해서 사이버 빌딩을 포털사이트로 구축하여 각종 농산물 쇼핑몰 사이트를 포털사이트에 링크하고 생산자 자신이 생산한 친환경농산물을 등록하게 하여(또는 등록방법을 모르는 경우 도우미 등록) 품목 부류별로 DB화하여야 한다. 그래서 소비자에게 통합 관리된 상품을 비교 검색하여 구매할 수 있게 하고, 통합 장바구니 기능으로 소비자의 편리성을 도모할 수 있도록 구축해야 한다. 또한 각종 이벤트행사, 마일리지 적용 등의 행사를 통해 소비자의 상품구매를 촉진할 수 있도록 해야 한다.

## V. 결 론

최근 국민 소득수준이 향상되고 안전에 대한 욕구가 증가하면서 소비자들은 고품질 안전농산물을 선호하고 있으며 친환경농산물에 대한 소비자의 인식이 크게 변화하고 있다. 비록 초기에는 생산비용이 증가하고 생산성도 낮아지지만 친환경생산이 정착되면 오히려

30.2%, 구입처의 불편 때문에 12.4% 등으로 나타났음.

3) SBS TV에 지난 연초 수 차례 재방영된 다큐멘터리 “잘 먹고 잘 사는 법”은 젊은 남녀 아토피성 피부염 환자가 유기농산물을 6개월 동안 지속적으로 먹으면서 자연스럽게 치유되는 과정을 보여 주어 매우 큰 반응을 보였다.

4) 미국에서는 최근 1년간(1999년~2000년) 인터넷 구매 증가율이 136%에 이르렀음을 참고할 필요가 있고 우리나라의 정보화 환경은 미국에 뒤지지 않는 것으로 평가된다.

생산비용은 낮아지고 생산성이 증가하는 것으로 나타났다. 그러므로 가격이 일반농산물에 비해 비싸다고 하여도 건강과 환경보전을 고려하여 유기농산물 등 친환경농산물 생산과 소비는 불가피한 선택이 되고 있다.

최근 생산농가들은 친환경농산물 생산량을 매년 약 30%씩 늘리고 있는 실정이지만, 생산량에 비해 소비가 확대되지 못하여 판매에 어려움을 겪고 있다. 반면 소비자는 친환경농산물에 대한 불신과 한정된 판매처 및 높은 구입가격으로 인해 소비확대에 어려움을 겪고 있다.

이와 더불어 최근 전라남도에서는 친환경농산물의 비중을 2010년까지 30%로 확대할 것이라고 발표하였다. 전라남도가 농도인 특수성을 감안하더라도 소비 확대가 이루어지지 않는 현실에서 생산의 급속한 확대는 친환경재배농가에게 더욱 어려움을 가중시킬 수 있다.

따라서 우리농업의 대안인 친환경농업을 통한 경쟁력 제고와 농가의 소득증대를 위해서는 무엇보다 친환경농산물의 소비확대정책과 더불어 정부와 지자체의 행·재정적인 지원이 뒷받침되어야 할 것이다. 이와 더불어 소비자의 신뢰제고와 친환경농산물 판매장의 확대, 비용의 절감을 통한 가격인하, 홍보 강화 등이 선행되어야 할 것이다.

[논문접수일 : 2004. 6. 29. 최종논문접수일 : 2004. 8. 30.]

## 참 고 문 헌

1. 김병무. 2002. 전남의 친환경농업 육성과 유통전략. 전라남도.
2. 김정섭. 2002. 유럽 유기농식품의 소비전망. 농촌경제연구원. 세계농업정보 392.
3. 김 호. 1993. 유기농산물의 생산 및 유통실태와 유통계열화에 관한 연구. 고려대학교 대학원.
4. \_\_\_\_\_. 1995. 유기농산물 생산자조직의 유통활동과 소비확대 방향. 한국유기농업학회지 4(1).
5. 농림부. 2003. 2003년도 친환경농업 업무담당자 교육자료.
6. 농산물유통공사. 2002. 주요 농산물 소비패턴 조사 분석.
7. 농산물품질관리연보. 2003. 국립농산물품질관리원.
8. 배원길. 2003. 2003년도 친환경농업 육성정책. 친환경농산물 품질인증을 위한 농업기술.
9. 서종혁. 2003. 친환경 유기농업의 발전방향과 정책과제, 친환경농산물 품질인증을 위한 농업기술.
10. 전태갑 외. 2000. 친환경농업 육성방안 연구. 전남대학교.