식용꽃 산업의 현황과 과제(2)

권 혜 진 박사
두레친환경농업연구소

3.3 식용꽃 재배 및 이용의 문제점

꽃을 먹는 개념으로 접근을 하게 되면서 채소나 과일처럼 꽃을 재배하는 방법에 대한 관심도가 높아지고 있으며, 식용꽃을 재배하는 농가에서도 친환경재배에 대한 필요성을 강하게 주장하고 있는 실정이다. 식용꽃이란 것이 필수적인 먹거리[1]가 아닌 기호에 따른 기능성을 부여한 먹거리로 친환경재배는 필수적인 조건이 되어야 한다는 생각인 것이다.

식용꽃을 자체 소비하는 관광농원 등에서는 대량생산을 위한 재배가 아니기 때문에 자연상태에서 자라난 그대로 재배를 위해 추가 비용을 부담하면서 재배하는 경우가 아니라고 할 수 있다. 이들 관광농원에서 판매하는 식용꽃 음식에 대한 소비자들의 반응에 대해서도 장식을 위한 용도로 사용하기도 하며, 굳이 먹어야만 하는 것으로 인식되어 있지는 않은 실정이다. 또한, 자체수요로 모두 충당되기 때문에 유통 및 판매를 통해 다른 지역에서의 소비에 대해 신경쓰지 않아도 되므로, 재배기술이나 이용에서 생길 수 있는 문제점이 그리 크게 나타나지 않고 있다.

반면, 식용꽃을 전문적으로 재배, 생산하는 농가의 경우는 사정이 다르다고 할 수 있다. 생산농가에 해당하는 3농가 모두 절화용 화훼로 재배한 식물이 식용꽃으로 둔갑하는 사례를 가장 우려하고 있음을 알 수 있었다. 3농가가 모두 친환경농산물 인증을 받은 상태는 아니였지만, 농장 경영주들의 생각은 빠른 시일내에 친환경농산물 인증을 받을 계획을 가지고 있었다. 각 농가별로 살펴보면, A농가의 경우 화훼전문농가로 친환경농산물 인증은 아직 없으나, 병충해 방지를 위하여 친환경등록 제재를 이용하고 있었으며, 덴파레, 장미 등 절화용 꽃이 일식집 등을 중심으로 장식용 꽃에서 식용꽃으로 둔갑하는 사례를 문제점으로 지적하였으며, 이들 절화용 꽃이 식탁에 오르게 되므로서 식용꽃의 판매단가에도 영향을 미치고 있다고 판단하였다. 식용꽃이 분명히 차별화되지 않으면 생산비 면에서 경제성이 없는 사업으로 후퇴하게 될 것이라 대답하였다.

반면, B농가와 C농가는 채소전문농가로 각각 유기재배인증, 무농약인증을 받은 농장으로

1) 탄수화물, 지방, 단백질의 필수3요소를 공급하기 위한 먹거리를 말함

농약을 살포하지 않고, 천적을 이용하여 병충해를 방지하고 있었다. 특히 B농가의 경우 유기재배인증을 받은 지 10년정도 되는 농가로 20여종의 식용꽃 재배기술이 높은 수준에 이르렀다고 할 수 있다. C농가의 경우 1년의 농업경력으로 이제 시작하는 단계이지만 무농약인증을 받았으며, 식용꽃 생산에 대해서 매우 높은 관심을 표명하고 있었다. 또한 다양한 종류의 식용꽃 생산을 고려하고 있었으며, 이를 위한 겨울철 재배 가능한 종류와 개화조절 기술 등에 대한 자료 및 연구가 부족하다고 대답하였다. 식용꽃 재배 경력이 오랜 A와 B농가의 경우 현재의 식용꽃 소비량은 충분히 보급할 수 있는 생산량이라고 판단되며, 식용꽃 생산을 늘리고, 산업화하고자 한다면 식용꽃 가공기술 및 다양한 가공식품이 개발되어야 하며, 소비자들에 대한 안내 및 홍보가 매우 중요한 시점이라고 대답하였다.

4. 식용꽃 유통과정

90년대초부터 재배되기 시작하여 10여년간 식용꽃에 대한 홍보가 꾸준히 이루어져 현재 시장에서는 증가된 양이 유통되고 있으나 이중에는 장식용으로 사용하는 관상용 꽃의 일부가 식용꽃으로 유통되고 있는 실정이다. 다음은 앞서 조사된 3농가의 수확, 저장, 유통, 판매과정에 대해 조사한 내용이다.

4.1. 수확, 포장, 판매

꽃의 노화는 엽채류나 과채류, 과일류와 달리 매우 빠르게 진행되며, 과채류나 과일의 껍질에 존재하는 왁스층이나 큐티클 층 등 수분손실을 막을 수 있는 구조적 특성도 꽃에서는 매우 부족하다. 장식용 절화의 경우 꽃의 수명이나 유통과정의 편리성을 위해 꽃이 완전히 개화하기 전 봉오리 상태 혹은 반쯤 개화한 단계에서 수확하게 되는 반면, 식용꽃의 경우에는 완전히 개화하여 꽃잎 색상이나 모양이 제대로 발현된 경우에 수확하게 되므로, 유통과정에서 꽃잎에 상처가 날 확률도 높고, 상품성 기간도 매우 짧다고 할 수 있다(Kwon and Kim, 1995).

4.1.1. A농가

소비자의 구매요청이 있으면 수확을 하고 있으며, 구매요구에 맞추어 포장을 하고 있다. 신선도 유지를 위하여 오전에 수확하고, 솜을 티슈를 깔고 스프레이해 주는 정도이며, 저장은 하지 않고 있다. 일반 음식점과 호텔 레스토랑에서 주로 구입해가며, 가락동 농수산물 시장

에 납품하기도 한다. 이 농가의 경우 서울에 위치하고 있어 배송의 어려움 없이 아침에 주문받아 당일 저녁 혹은 익일 아침에 상품이 도착할 수 있도록 하고 있었다.

장미, 국화, 난 등은 수명이 긴 편이지만, 팬지, 한련화, 프리뮬라, 패랭이 등은 꽃잎이 얇아 수확시 상처날 확률도 높고, 저장성과 수명이 현저히 떨어진다고 할 수 있다. 꽃잎이 얇을 경우 수분손실이 매우 높아 쉽게 위조되어 상품성이 결여되게 된다. 따라서 유통과정이 짧은 것이 경제성에 있어 매우 중요한 요인으로 작용하게 된다.

4.1.2. B농가

오전에 정해진 시간에 수확하고 있으며, 선별을 위한 특별한 기준은 없으나, 완전개화하고 싱싱한 꽃을 수확하는 형태이다. 여러가지 식용꽃을 한팩에 함께 포장하는 다수품목 포장으로 솜이나 티슈를 깔고 물을 스프레이 한 후 식용꽃을 담고 있으며, 저장하지 않고 당일 출하가 이루어지고 있다. 한 팩에 작은 꽃은 80-90송이, 큰 꽃은 40-50송이 정도가 들어가는 대량포장의 형태를 취하고 있었다.

인터넷 소비자의 경우 한팩에 10-20송이 정도로 작게 포장하는 소포장 판매도 하고 있었다. 주요 판매처로는 소비자 직거래가 60%를 차지하고 있으며, 인터넷을 이용하거나, 지인의 소개, 견학방문시 구입해가는 경우가 많으며, 일반음식점, 호텔 레스토랑에 판매되는 비율이 30%, 기타 가공업체에 판매하는 비율이 10% 정도를 차지한다. 최근들어 식용꽃에 대한 인식이 높아지기 시작하면서 꽃차를 만드는 업체에서 구입해가기도 한다.

이 농장에서는 방송매체를 통해 잘 알려져 있어 농장으로 견학오는 단체들이 많은 편이다. 이들 견학 참석자들이 방문시 구입해가는 경우도 일정량 차지하며, 봄철의 경우 주문량이 많아서 미리 예약을 해야하는 경우도 발생한다고 답하였다. 식용꽃의 경우 수확시 일일이 사람 손으로 해야 하고, 완전 개화한 깨끗한 꽃을 수확하다보니 하루 작업량이 한정적일 수 밖에 없어 미리 예약된 수량을 수확하고 있었다. 플라스틱 포장용기에 물에 적신 티슈를 깔고 식용꽃을 수확하여 판매하는 방식을 사용하는데, 보다 신선도를 유지할 수 있는 방법이 없는지 궁금해 하기도 하였다. 특별한 경우가 제외하고는 저장은 하지 않았다. 저장조건은 포장된 팩 상태로 5도 저장고에 보관하게 되는데

일주일 정도 유지된다고 대답하였다. 미국의 경우 식용꽃의 저장시 저온장해 여부를 판단하기 위해 식용꽃 종류별 저장온도에 따른 관상가치를 판단한 연구에서도 식용꽃 종류에 따라 다소 차이는 있었으나, 팬지, 한련화의 경우 0~5도 범위에서 저장할 경우 일주일정도는 저온장해 없이 상품성을 유지할 수 있는 것으로 나타났다(Kelley et al., 2003).

4.1.3. C농가

정해진 시간에 수확을 하며, 주로 아침에 수확하여 예냉처리를 하고 있다고 답하였다. 5도에서 냉장보관을 하고 있으며, 크기와 색상에 따라 선별하여 소비자의 구매요구에 맞추어 포장을 한다고 답하였다. 음식에 들어가는 경우가 많아 크기가 작은 꽃을 선호하는 경향이 있다고 답하였다. 판매처는 호텔 레스토랑, 일반 음식점(새싹비빔밥)이 생산량의 80%를 차지하며, 대형마트, 백화점이 15%, 소비자 직거래 판매가 5%정도를 차지한다.

구입처와의 연결은 인터넷, 전화구매가 주로 이루어지며, 음식점의 경우 전화주문을 이용하고, 직거래판매의 경우 홈페이지를 통한 인터넷 구매가 이루어지고 있다. 대형마트, 백화점 등은 계약주문 형태로 이루어지고 있다. 식용꽃 주문에서 소비지 도착에 걸리는 시간은 하루정도가 소요되고 있다. 이 농가는 경기도에 위치하고 있으며, 고속도로에 가까워 유통에 드는 비용을 줄이고 있으며, 가락동 농수산물 시장 내에 도매유통을 전담하는 업체가 따로 있어 소비자 확보에 매우 유리한 것으로 판단되었다.

4.2. 유통과정

생산농가를 대상으로 청취조사한 결과, 식용

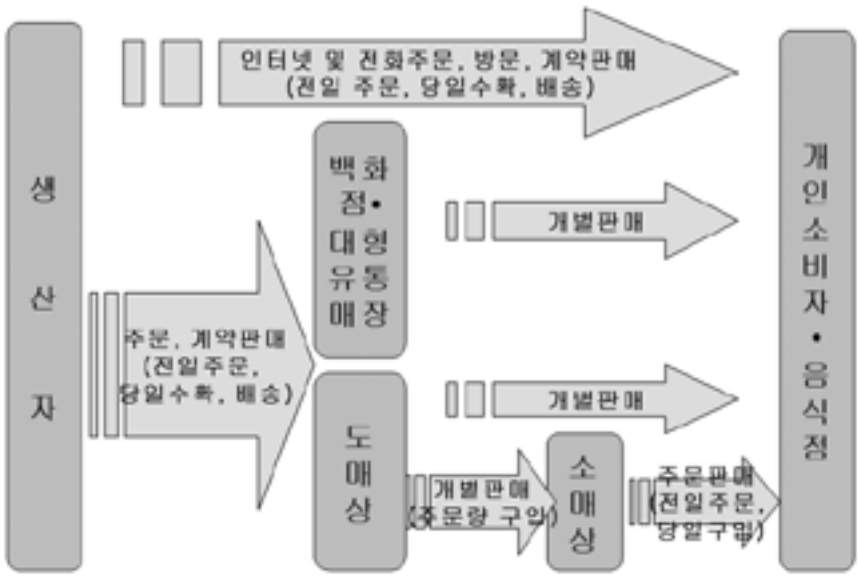

그림 1. 식용꽃의 생산에서 소비에 이르는 유통과정

꽃 주문에서 소비자에 이르는 시간은 24시간내에 이루어지는 것으로 조사되었다. 〈그림 1〉은 식용꽃의 생산에서 소비에 이르는 유통과정을 보여주고 있다. 또한, 주문을 중심으로한 수확, 판매가 이루어지므로 과잉수확하여 저장고에서 보관되는 일은 거의 없는 실정이었다. 이러한 유통과정은 생산자에서 소비자로 직거래 또는 대형매장을 통한 직거래 형태가 상당수를 차지하는 친환경농산물 유통과정과 비슷한 모습을 나타내고 있다(정용규외, 2003). 현재까지의 식용꽃 유통은 저장성이나, 수확후 관리의 특별한 기술을 요하고 있지는 않으나, 앞으로 규모가 커지게 된다면 수확후 관리 및 저장기술에 관한 연구를 필요로 하는 것으로 조사되었다.

5. 결 론

인터넷을 통하여 식용꽃이란 검색어로 14개 업체 찾을 수 있었으며, 이들 업체를 생산업체, 유통업체, 관광농원 3가지 업태로 크게 분류하였고, 식용꽃의 산업화를 위한 기초가 될 생산업체를 중심으로 식용꽃 재배와 이용, 유통에 대해 청취조사를 하였다. 재배되고 있는 식용꽃의 종류는 계절에 따라 조금씩 차이가 있으나, 프리뮬라, 팬지, 금잔화, 한련화, 패랭이 등을 중심으로 20여종이 생산되고 있었다. 이 식용꽃의 이용에 대해서는 허브, 식용꽃 관련업체들의 인터넷 홈페이지와 원예학과 홈페이지, 원예가 개인 홈페이지 등을 통해 다양한 이용방법이 소개되고 있었으며, 최근에는 식용꽃을 이용한 음식점, 디저트 점포 등이 증가하는 것으로 나타났다. 이들 음식점은 많은 수가 관광농원의 형태로 이루어져 관광객들이 방문하여 식물을 보고 즐기면서, 그곳에서 생산된 식용꽃을 이용한 음식을 체험하고 가는 경우가 증가하고 있었다. 웰빙, 주5일 근무, 다양한 문화경험 등의 시대적 흐름과 함께 관광농원의 형태는 계속해서 증가될 것으로 판단된다. 식용꽃에 대한 인식 확대, 홍보가 이들 관광농원을 통해 널리 확대되고 있는 점은 사실이나 식용꽃 산업이 발전되기 위해서는 생식용 식용꽃 외에 다양한 용도의 상품화가 절실하며, 가공을 통한 다양한 상품화가 되지 못할 경우 지금의 식용꽃 생산시장만으로도 국내 수요는 충분히 충족될 수 있는 상황이라 할 수 있다.

식용꽃을 재배하는 농가를 대상으로 식용꽃 산업에 대해 청취조사한 결과를 종합하여 보면, 첫 번째, 식용꽃의 친환경농산물 인증이 가장 중요한 것으로 조사되었으며, 식용꽃의 이용과 더불어 친환경재배의 중요성을 소비자들에게 인식시킬 필요가 있는 것으로 조사되었다. 두 번째, 생식용이 아닌 건조, 가공생산품의 다양한 개발이 필요한 것으로 조사되었다. 현재 생산되는 식용꽃은 수요를 중심으로 조절

생산되는 형태로 더 이상 생산될 경우 식용꽃 과잉 생산을 불러올 수도 있을 정도로 산업으로서는 미미한 형태라 할 수 있다. 따라서 생식용이 아닌 가공품 개발이 이루어진다면 식용꽃 재배가 더욱 활발해지고, 산업규모도 확대될 수 있을 것으로 판단되었다. 세 번째, 현재의 유통과정은 전일 주문을 받고, 당일 아침에 수확하여, 여러품목을 한 박스에 포장하여, 특별한 수확후 처리 없이 당일 저녁에서 익일 오전에 소비자에게 도달하는 체계로 움직이고 있었다. 유통구조는 1단계 혹은 2단계 과정을 거치는 형태로 매우 단순화되어 있음을 알 수 있다.

현재 국내의 식용꽃 산업은 소규모로 이루어지고 있으며, 전업농의 형태를 이루지 못하고 있었다. 식용꽃 산업은 초기 도입단계에 있는 것으로 판단되었으며, 최근 웰빙산업, 친환경농업, 자연에 대한 관심이 증가하면서 식용꽃 산업은 점차 발전해 갈 수 있을 것이라 생각되었다.

식용꽃 산업확대를 위해서는 식용꽃 관련 연구가 병행되어 산업화하는 기반기술을 제공할 수 있어야 할 것으로 조사되었다. 식용꽃은 장식성과 기능성을 겸비한 틈새산업으로 생각될 수 있으며, 이를 위해 식용꽃의 저장성, 기능성, 상품화 방안등에 대한 연구가 필수적이라 할 수 있다.

〈자료출처 : "친환경농업연구"〉