

紙上에서 誌上으로



“유기농 믿을만” 55%뿐

생산과정 직접 눈으로 못보고 톡하면 먹을 것으로 장난치니.....

- 홍보부 -

“**직**접 눈으로 못 보니 못 믿겠다.”(김하정 씨 · 36 · 서울 삼성동)

“식품 관련사건 사고나 사기가 워낙 많은 나라가 한국이다. 틈난 나면 먹을 것 갖고 장난치는데 유기농이라고 다를 게 있겠나.”(한혜정 씨 · 38 · 경기 분당)

“우리 정부가 언제 먹을거리 관리를 제대로 한 적 있나. 제대로 관리 감독한다는 걸 신뢰할 수 없다.”(심은희 씨 · 40 · 서울 불광동)

“유기농은 원래 반경 3km 안에 비유기농 농가가 있으면 안 된다고 하더라. 우리야 도랑 하나 사이에 두고 유기농 한다는 농가하고 그냥 농약치는 농가가 붙어 있는데 유기농이 유기농이겠나.”(전지연 씨 · 52 · 서울 사당동)

“토양 자체도 워낙 오염이 많이 돼 있다던데... 한국에서 유기농 제대로 하려면 수경재배밖에는 방법이 없다고 하던데요.”(김대식 씨 · 39 · 서울 충무로)

유기농 야채와 가공식품 등 유기농 소비가 급증

하고 있으나 유기농에 대한 소비자들 신뢰는 아직도 ‘긴가민가’다. “비싼 돈 줬으니 그래도 좀 낫겠지” 하는 정도다.

서울 청담동에 사는 주부 조효정 씨는 “유기농이라는 게 사도 찜찜, 안 사도 찜찜, 이래저래 찜찜한 거 아니냐”고 말했다.

매일경제가 여론조사 전문기관 AC닐슨코리아에 의뢰해 전국 주부 1000명을 대상으로 최근 진행한 ‘유기농에 대한 인식과 구매행태’를 조사했다.

우선 전체 응답자 중 95%가 유기농 구입 경험이 있는 것으로 나타났고 비경험자도 70% 이상이 유기농 구입을 고려해본 적 있다고 응답해 유기농이 소비자들 생활 속에 이미 깊숙이 자리 잡은 것으로 파악됐다.

유기농 제품에 대한 앞으로 구입의향에서도 ‘있다’는 응답이 90.4%에 달해 구매경험이 있는 소비자 대부분은 유기농 제품을 지속적으로

구입하려는 의사가 있는 것으로 나타났다. 하지만 유기농 구매자 가운데서 정말로 유기농 제품을 믿고 구매하는 사람은 절반에 불과한 것으로 나타났다.

유기농 제품에 대한 신뢰도를 묻는 질문에 '믿음이 간다'는 긍정적 응답은 54.9%였다. '믿음이 가지 않는다', '그저 그렇다'는 응답은 45.1%였다. AC닐슨측은 "유기농은 다른 상품보다 훨씬 더 높은 신뢰성이 바탕이 돼야 한다는 점을 고려하면 유기농에 대한 소비자들의 신뢰성이 높지 않은 것으로 분석된다"고 설명했다.

신뢰하지 않는 이유(복수응답)에 대해서는 '실제 생산과정을 직접 확인한 것이 아니어서'라는 응답이 61.4%로 가장 많았다. '그 동안 식료품과 관련해 소비자를 속인 경우가 많아서'가 51.6%, '구입해 먹어봐도 별 차이가 없어서'가 38.3%, '정부 관리 시스템을 신뢰할 수 없어서'는 28.5%로 나왔다.

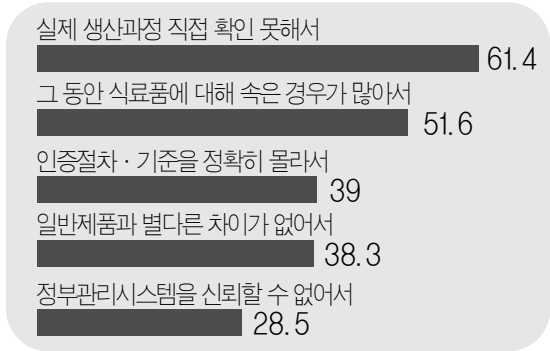
유기농식품을 구입하지 않는 이유를 묻는 질문(복수응답)에는 '비싼 가격'이 91.9%로 가장 많았다. 그러나 '원료·성분을 신뢰할 수 없어서'(32.4%), '가격 대비 품질 차이를 느끼지 못해서'(21.6%), '생산과정을 신뢰할 수 없어서'(21.6%), '인증절차와 기준이 정확하지 않을 것 같아서'(21.6%), '정부 관리 시스템이 엄격하지 않을 것 같아서'(16.2%), '제조회사·생산자를 신뢰할 수 없어서'(13.5%) 등 품질이나 신뢰도에 대한 불신이 그보다 더 큰 비구매 이유인 것으로 나타났다.

또 소비자들은 유기농 구입시 '신뢰할 수 있는 원료 성분인가'(27.3%), '생산과정이 믿을 만한가'(19.2%), '정확한 인증절차와 기준을 거쳤는가'(17.6%) 등에 대해 걱정하고 있는 것으로 나타났다.

문제는 유기농에 대해 신뢰하고 있다는

■유기농 제품 신뢰하지 않는 이유

(단위=%, 표본 1000명, 복수 응답)



54.9%의 응답자들이 밝힌 신뢰 이유다. 유기농 제품을 신뢰하는 이유(복수응답)에 대해서는 응답자들은 '제조사·생산자 이름을 걸고 판매하므로'(55.6%), '정부 인증 마크가 있어서'(36%), '확인할 길은 없지만 그냥 느낌으로'(30%), '구입해 먹어보니 좋은 것 같아서'(25.4%) 등의 대답이 나왔다.

검증이나 개별적 확인, 정부 인증과 관리감독에 대한 신뢰라기보다는 대부분 막연한 믿음에 근거하고 있다는 얘기가.

소비자들이 유기농을 구매할 때 주로 고려하는 요소는 '원료 성분 표시'(26.5%), '유기농 인증마크 여부'(24.8%), '적절한 가격'(15.1%) 등으로 나타났다.

유기농 구입 이유(복수응답)에 대해서는 '자녀 건강을 위해서'가 64.6%로 가장 높았다. '일반 제품과 비교해 품질이 더 좋을 것 같아서', '나 자신의 건강을 위해서'는 각각 60.3%, 40.1%였다.

한편 전체응답자 중 96% 이상이 유기농 가격이 비싸다고 응답했다.

한상숙 AC닐슨 국장은 "소비자 대부분이 유기농을 구매한 경험이 있는 점, 신뢰도가 가장 중요한 유기농 상품의 특성 등을 고려하면 소비자들의 신뢰도가 생각외로 높지 않다"고 설명했다.

“유기농식품 사봤다” 95%

주부 박연희씨(34·서울 용산구 도원동)는 일주일에 세 번 정도 집 근처 대형마트에 장을 보러 간다.

박씨가 주로 구매하는 품목은 유기농 제품. 월평균 소득은 350만원 정도인 박씨 가족이 구입하는 유기농 품목은 야채와 과일류가 대부분이다.

매일경제신문사 취재팀이 리서치 전문기관인 AC닐슨에 의뢰한 유기농 관련 소비자 설문조사에서 나타난 평균적인 유기농 구입 소비자의 모습이다. 전체 응답자 1000명 중 95%가 평소 식료품 구매시 유기농으로 구입한다고 응답했다.

이는 유기농 식품 구입이 이미 특별한 소수가 아닌 일반적인 소비행태로 자리 잡고 있음을 보여주고 있는 것.

유기농 구입자의 평균 모습은 서울 경기에 거주하는 월평균 가구 소득 400만원이상인 자로

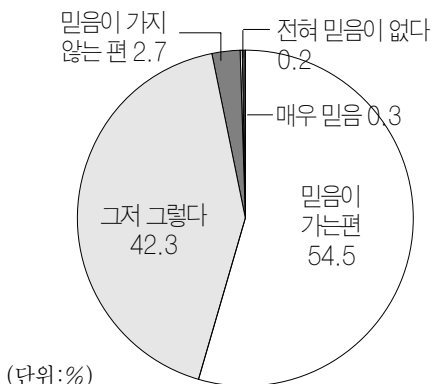
일주일에 한 번 정도 유기농 제품을 구입하는 것으로 나타났다. 반면 월평균 가구 소득 300만원 미만은 상대적으로 유기농 제품 구입 경험이 낮았다. 유기농을 주로 구입하는 장소는 대형마트 식료품 매장(62.9%)이었다.

그 밖에 대형마트 유기농 전문매장 9.9%, 유기농 전문 단독매장 9%, 슈퍼마켓 7.6%, 백화점 식품매장 7.4%, 생협 0.4%로 나타났다. 주로 구매하는 유기농 품목은 야채(79.5%), 과일(49.1%), 계란(34.9%), 유제품(22.7%) 등 순이었으며 쌀·곡류도 12.1%나 됐다.

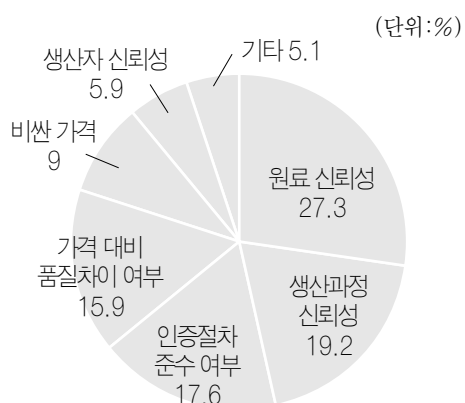
유기농 구입 빈도는 일주일에 3회 이상이 6.2%, 2회 17.5%, 1회 43.5%, 2주에 1회 15.5%, 3주에 1회 5.6%, 한 달에 1회 또는 그 이하가 11.7%로 나타났다.

소비자가 유기농 제품을 구입할 때 고려하는 요소는 ‘명확한 성분표시’가 26.5%로 가장 높

■ 유기농제품 신뢰도



■ 유기농 구입시 우려점





게 나타났다.

가공·수입식품의 국내 유기농 인증 시스템이 전무한 현실을 감안하면 소비자는 이 같은 사정을 잘 모른 채 수입 유기농 원료 등의 표시만을 보고 구입한다는 얘기가.

이 외에 유기농 인증마크 여부 24.8%, 적절한 가격 15.1%, 정확한 생산일자 13.7%, 명확한

생산자 표시 11.1%, 인지도 있는 제조회사 8.8%, 신선도 0.1%가 유기농 구입 고려 요소로 나타났다. 연령별로는 30·40대가 20대보다 계란을, 20·30대는 40대에 비해 유제품에 대한 구매 경험이 높은 것으로 나타났다. 또 서울에 거주하는 40대는 유기농 육류 구입이 상대적으로 높았다



가격 너무 비싸... 40%이상 낮춰야"

유기농을 구매하는 소비자도 유기농 제품의 높은 가격 수준에 대해서는 상당히 저항감을 갖고 있는 것으로 나타났다. 유기농 상품과 일반 상품의 가격차이는 5~10% 정도가 적절하다는 응답이 많았다.

매일경제신문과 AC닐슨코리아 조사에서 유기농 상품 가격에 대한 질문에 전체 응답자 중 96.2%가 비싸다고 답했다. 75.5%는 '비싼 편이다', 20.7%는 '매우 비싸다'고 응답했다.

유기농 제품을 구매하지 않는 이유(복수응답)로 91.9%가 '비싼 가격'을 꼽기도 했다. 적정 가격은 어느 정도라고 생각하느냐는 질문에는 45%가 '일반 상품보다 5~10% 정도 비싸면 적절하다'고 답했다.

시중의 유기농 가격이 일반 제품의 2배 이상 비싼 점을 감안하면 현재 가격보다 40% 이상은 떨어져야 한다는 것이다. 미국과 뉴질랜드 등 유기농 선진국에서는 유기농 제품과 일반 상품 가격차가 10~20% 정도에 불과하

다. 국내 유기농 산업이 좀 더 활성화되기 위해서는 지금보다 가격이 하락해야 한다는 설명도 된다.

'일반 상품보다 10~15% 더 비싸면 된다'는 24.4%였고, '일반 상품보다 5% 미만 정도만 더 비싸면 적절하다'는 20.5%였다. '일반 상품보다 15~20% 더 비싸면 적절하다'는 대답은 8.1%, '일반 제품과 가격이 같아야 적당하다'는 응답자는 2%로 나왔다.

응답자의 월평균 가구 소득별로는 300만원 미만 가구는 5% 미만, 300만원대는 5~10%, 400만원 이상은 10~15% 더 비싼 것이 적절하다고 인식해 월소득이 높을수록 적정 가격대를 높게 보는 경향이 있었다.

구매 경험자는 5~10% 정도 비싸면 적당하다(45.9%)고 생각하는 경향이 있는 반면 비구매 경험자는 5% 미만 정도만 더 비싸면 적절하다고 생각하는 것(42.3%)으로 나타났다 <2006.07.05, 매일경제>.