

## 재사용화환 표시제도 도입 타당성 및 비용-편익에 대한 연구

허승욱\* · 양성범\*\*

### A Study on the Validity and Benefit-Cost of Labeling System for Reuse Wreath

Heo, Seung-Wook · Yang, Sung-Bum

The objective of this study is to analyze the consumer perception of reusable wreath and present the considerations for introducing the labeling system, and to calculate the social benefits and costs of that. For this, We did an internet survey on the perceptions and willingness-to-pay for reuse wreath to 330 adults. As a result, only 56.1 percent of those who ordered wreath were found to check whether they actually arrived. 73.6% of the respondents had the willingness-to-purchase a reusable wreath if the price was reasonable, and 43.6% were in favor of labeling reused wreath as 'reused wreath'. The social benefits of introducing the reusable currency marking system are about 155,692 million won and the social cost about 43.52 million won. If reusable wreath are not recognized and purchased at the price of new one, economic and emotional losses of domestic horticulture farmers and consumers may occur. Therefore, related agencies will be able to expand sales of domestic flower producers and protect the economic and emotional benefits of consumers if they make efforts to establish and operate a reusable wreath labeling system.

Key words : *reusable wreath, reusable wreath labeling system, social benefits and cost, willingness-to-pay*

---

\* 단국대학교 환경자원경제학과 교수

\*\* Corresponding author, 단국대학교 환경자원경제학과 부교수(passion@dankook.ac.kr)

## I. 서 론

화환(wreath)은 생화 또는 조화 등을 고리같이 등글게 만든 물건을 의미한다(Rural Development Administration, www.rda.go.kr). Hong (2012)은 화환을 경조사 등 행사용에 사용하는 절화 상품에 포함하여 분류하였으며, Lim 등(2012)은 꽃이라는 단순한 농업적 원자재에서 창의적 디자인 요소가 가미되고 용도와 목적에 따라 문화적, 심리적 코드가 결합된 복합 상품으로 정의하고 있다. 화환은 축하, 마음의 표시, 위로 등 보내는 사람의 감정을 전달하는 매개체로서의 정서적 의미를 차지하고 있으며, 주로 결혼식과 장례식 등 애경사의 목적으로 구매하고 있다(Lee et al., 2020<sup>1)</sup>).

2018년 혼인 건수 및 사망 건수로 추산된 화환의 전체 거래량은 축하화환 2,018,712개, 근조화환 3,884,660개로 연간 약 5,903,372개이며, 개업식, 회갑연, 출판기념식 등의 행사에 사용되는 축하화환 1,000,000개를 합하면 약 690만 개의 화환이 유통되고 있는 것으로 추산된다(Lee et al., 2020). 화환의 평균 가격을 100,000원으로 가정한다면 화환의 거래금액은 약 6,900억 원 수준이다.

그러나 화환 유통에 있어 한 번 사용한 화환을 3~4회까지 재사용하는 재사용화환이 전체 유통량의 약 30~73%에 이르는 문제점이 발생하고 있다(Kwon et al., 2018; Kwon et al., 2019; Kwon et al., 2020<sup>2</sup>); Lee et al., 2020). 자원 재활용이라는 차원에서 본다면 그다지 문제가 될 이유가 없으나, 이를 재사용화환이라고 인식하지 못한 상태에서 신규화환 가격을 지불하고 구매하게 된다면 사회적으로 손실이 발생할 수밖에 없다. 이는 국내 화훼재배 농가의 경제적 타격, 저품질 화환 사용에 따른 소비자의 경제적, 정서적 손실(주문 시 신규화환을 구매한 것으로 알고 있었으나, 실제로는 재사용화환을 구매한 것으로 앎으로써) 등으로 이어질 수 있다.

이에 화환에 사용된 절화의 재사용을 방지하거나 구별하기 위한 제도적 장치가 요구되고 있다. 따라서 본 연구에서는 화환유통체계 개선을 위해 생화를 재사용한 화환(재사용화환)에 대한 소비자 인식을 분석하여 향후 재사용화환 표시제도 도입 시 고려할 사항을 제시하고자 한다. 나아가 재사용화환에 대한 구매의향 및 지불의사금액을 조사하여 재사용화환 표시제도 도입에 따른 편익과 비용을 산출한다. 이를 통해 소비자, 생산자, 유통업체 및 정부 등 화환 유통과 관련한 이해관계자들에게 재사용화환 표시제도 도입의 타당성을 제시하고자 한다.

1) 화환 유통현황 조사 및 유통체계 개선방안(농림축산식품부, 2020).

2) 화훼소비 확대를 위한 신화환 개발 및 화환 유통 활성화 방안 연구(농림식품기술기획평가원, 2020).

## II. 연구방법

### 1. 설문조사

화환유통체계 개선을 위해 생화를 재사용한 화환(재사용화환)에 대한 소비자 인식과 재사용화환표시제 도입에 따른 효과를 분석하기 위해 2020년 3월 9일부터 2020년 3월 13일까지 전국에 거주하는 성인남녀 397명을 대상으로 인터넷 설문을 진행하였다(성실 응답자: 330명). 확률표본추출을 위해 광역기초단체를 기준으로 남녀 비율과 인구수를 고려한 층화추출을 실시하였다.<sup>3)</sup>

주요 설문내용으로 화환구매실태, 재사용화환에 대한 인식 및 지불의사금액, 재사용화환 표시 제도 도입에 따른 주요고려사항 등을 조사하였다. 화환구매실태는 최근 1년간 화환구매경험여부와 사용 용도 및 구매금액을 조사하였으며, 화환 구매 후 실제 확인하는지 여부와 사용된 화환의 처리방법을 조사하였다. 재사용화환에 대한 인식 및 지불의사금액은 재

Table 1. General characteristics of respondents

		N (%)
Gender	Male	165(50.0)
	Female	165(50.0)
Age		42.64(S.D.: 9.29)
Number of household		2.96(S.D.: 1.26)
Income (/month)	Under 1 million won	12(3.6)
	1~2 million won	11(3.3)
	2~3 million won	52(15.8)
	3~4 million won	53(16.1)
	4~5 million won	76(23.0)
	5~6 million won	49(14.8)
	6~7 million won	23(7.0)
	7~8 million won	24(7.3)
	8~9 million won	10(3.0)
	9~10 million won	7(2.1)
	Above 10 million won	13(3.9)

Note: S.D. = standard deviation

3) 서울 93명, 경기 88명, 인천 22명, 대구 22명, 부산 17명, 경남 15명, 대전 14명, 광주 11명, 경북 11명, 충남 8명, 전북 8명, 울산 5명, 제주 5명, 강원 4명, 전남 3명, 충북 3명, 세종 1명

사용화환에 대한 인지여부, 구매의향, 표시제 도입 찬성여부, 지불의사금액에 대해 조사하였다. 구매의향은 재사용화환의 가격이 적절하다면 구매할 의향이 있는 지로, 지불의사금액은 신규화환이 100,000원이라 가정할 경우 재사용화환의 최대 지불가능한 금액으로 조사하였다(10,000원부터 100,000원까지 5,000원 간격으로 조사함). 재사용화환표시 제도 도입에 따른 주요고려사항으로는 표시의 내용(제작, 판매자 등), 표시의 가독성(위치, 디자인 등), 소비자 교육 및 홍보, 관련 업체 교육, 지도 및 홍보, 정기적인 단속, 위반업체에 대한 정보 공개, 적절한 과태료 수준 등을 리커트 5점 척도를 사용하여 조사하였다(1: 전혀 중요하지 않다, 2: 중요하지 않다, 3: 보통이다, 4: 중요하다, 5: 매우 중요하다).

조사대상의 구성은 남성 165명(50.0%), 여성 165명(50.0%)이며, 평균 연령은 42.64세이다(Table 1). 가구당 평균 가구원 수는 2.96명이다.

## 2. 재사용화환 표시제도 도입의 비용 및 편익

재사용화환 표시제도 도입으로 인한 경제적 영향을 사회적 편익과 비용으로 구분하여 분석하였다. 사회적 편익은 소비자편익, 생산자편익, 정부 수입으로 구분하였다. 소비자편익은 신규화환 대신 적절한 가격으로 재사용화환을 구매함으로써 얻을 수 있는 편익으로, 생산자편익은 소비자가 재사용화환 대신 신규화환을 구매함으로써 얻을 수 있는 관련 화훼류 판매금액으로, 정부 수입은 재사용화환의 유통현황을 조사 및 단속함으로써 얻을 수 있는 과태료 수입으로 정의하였다.

사회적 비용은 유통업체 비용과 정부의 관리 비용으로 구분하였다. 유통업체 비용은 재사용화환이라는 표시를 하기 위해 발생하는 표시판 제작비용으로, 정부의 관리 비용은 재사용화환 유통의 조사 및 단속을 위해 발생하는 예산으로 정의하였다.

사회적 편익과 비용을 산출하기 위해 설문조사의 내용, Lee 등(2020), 국립농산물품질관리원, 국가통계연보의 자료를 사용하였다.

# Ⅲ. 연구결과

## 1. 화환구매실태

최근 1년간(2019년) 화환을 주문 또는 구매하여 선물한 적이 있는 사람은 157명(47.6%)이었으며, 그렇지 않은 사람은 173명(52.4%)으로 나타났다(Table 2). 구매 경험이 있는 사람의 화환 사용 용도는 장례식(151명, 42.4%)이 가장 많았으며, 그다음으로는 결혼식(78명, 21.9%), 개업식(64명, 18.0%), 승진 또는 회갑연(28명, 7.9%)의 순이다. 1회 구매금액은 평균 97,000

원으로 나타났다.

화환을 구매한 후 실제 도착했는지에 대해 확인하는 경우는 88명(56.1%)이, 확인하지 않는 경우는 69명(43.9%)인 것으로 나타났다(Table 3). 이는 화환 구매 행위가 상대방에게 단순히 인사치레에 그치는 것을 의미하며, 이로 인해 화환 유통을 투명하지 않게 만드는 원인을 제공하는 것이라 판단된다.

Table 2. Purchasing experience and use of wreath

	Purchasing experience (N(%))	Using (N(%))		Price
Purchase	157(47.6)	Funeral	151(42.4)	Min. 10,000 Won, Max. 1,200,000 Won, Mean 97,000 Won, S.D. 100,000 Won
		Wedding	78(21.9)	
		Business opening	64(18.0)	
		Celebration	28(7.9)	
		Others	35(9.8)	
Not purchase	173(52.4)	-		-
Total	330(100.0)	-		-

Note: S.D. = standard deviation

Table 3. Checking after purchase of wreath

	N(%)
Check every time	25(15.9)
Check sometimes	63(40.1)
Not check	49(31.2)
Not check at all	20(12.7)
Total	157(100.0)

Table 4. Treatment of wreath used

	N(%)
Recycled and sold to other buyers	56(35.7)
Discarded	52(33.1)
Not know	36(22.9)
Visitors take it	12(7.6)
Others	1(0.6)
Total	157(100.0)

회환이 사용된 후 처리 방법에 대해 ‘다른 주문자에게 재사용되어 판매된다’(56명, 35.7%)가 가장 많았으며, 그다음으로 ‘폐기된다’(52명, 33.1%), ‘잘 모른다’(36명, 22.9%), ‘방문객이 가져간다’(12명, 7.6%)의 순으로 나타났다(Table 4).

## 2. 재사용회환에 대한 인식 및 지불의사금액

재사용회환에 대해 들어본 적이 있다고 응답한 사람은 224명(67.9%)으로 나타났으며, 가격이 적당하다면 재사용회환을 구매할 의사가 있다고 응답한 사람은 243명(73.6%)으로 나타났다(Table 5). 생화를 재사용한 회환에 ‘재사용회환’이라는 표시를 하는 것에 대해 186명(43.6%)가 찬성하는 것으로 조사되었다. 재사용회환 구매의사와 인지여부 및 표시찬성에 대한 교차분석 결과, 구매의사와 인지여부( $\chi^2$ : 1.829, p: 0.176), 구매의사와 표시찬성( $\chi^2$ : 0.000, p: 0.993) 간에는 연관성이 없는 것으로 나타났다.

재사용회환을 구매할 의사가 있는 응답자를 대상으로 재사용회환에 지불하고자 하는 금액은 최대 100천 원에서 최소 10천 원이었으며, 평균 42,169원(중간값 45,000원, 최빈값 50,000원)으로 나타났다(Table 6).

Table 5. Perception and willingness-to-purchase on reuse wreath

		Willingness-to-purchase (N(%))			$\chi^2$ (p-value)
		Yes	No	Total	
Perception (N(%))	Yes	170(51.5)	54(16.4)	224(67.9)	1.829(0.176)
	No	73(22.1)	33(10.0)	106(32.1)	
	Total	243(73.6)	87(26.4)	330(100.0)	
Approval on labeling	Yes	137(41.5)	49(14.8)	186(56.4)	0.000(0.993)
	No	106(32.1)	38(11.5)	144(43.6)	
	Total	243(73.6)	87(26.4)	330(100.0)	

Table 6. Willingness-to-pay on the reuse wreath

	WTP (Won)
Mean	42,169(14,351.1)
Median	45,000
Mode	50,000
Max.	100,000
Min.	10,000

Note: ( ) = standard deviation

Table 7. Effects of the factors on the WTP of reuse wreath

	Coefficient (t-value)
Constant	26,000.891(4.084)**
Gender (female=0)	-2,532.769(-1.015)
Age	84.538(0.646)
Household	-2,359.518(-2.336)*
Income	1,589.018(2.851)**
Purchase (No=0)	3,235.024(1.278)
Reuse labeling (Not agree=0)	-344.221(-0.135)
$R^2$	0.041

Note: single and double asterisks (\*) denote significance at 5%, and 1% level respectively

재사용화환 지불의사금액에 영향을 미치는 요인으로는 가구원 수와 소득으로, 가구원 수가 적을수록 소득이 높을수록 지불의사금액이 높게 나타났다(Table 7).

### 3. 재사용화환 표시제도 도입에 따른 고려사항

재사용화환 표시제도를 도입함에 있어 중요하게 고려해야 할 사항으로는 ‘위반업체에 대한 정보공개(4.21점)’로 나타났다(Table 8). 그다음으로 ‘과태료 수준(4.19점)’, ‘정기적인 단속(4.15점)’, ‘관련 업체 교육, 지도 및 홍보(3.91점)’, ‘소비자 홍보(3.79점)’, ‘표시의 내용(제작, 판매자 등)(3.65점)’, ‘표시의 가독성(위치, 디자인 등)(3.59점)’의 순이다. 이는 대다수 응답자가 표시의 내용 및 가독성보다는 실제로 표시제도가 공정하고 원활하게 운영될 수 있

Table 8. Importance on the reuse wreath labeling system

	Mean (S.D.)
Disclosure of information on violators	4.21(0.87)
Fine level	4.19(0.86)
Regular crackdown	4.15(0.80)
Training, guidance, and promotion of related companies	3.91(0.81)
Consumer education and promotion	3.79(0.84)
Labeling contents (producer, seller)	3.65(0.86)
Labeling readability (location, design)	3.59(0.87)

Note: 1 - very not important, 5 - very important

는 것에 대해 높은 중요도를 부여하고 있는 것을 의미한다. 향후 재사용화환 표시제도를 운영하는 경우 정기적인 단속 및 위반 사항에 대한 정보공개 등을 통한 소비자의 피해를 줄이도록 노력해야 한다.

재사용화환표시 위반 시 처벌 수준에 대해서는 한두 번 개선할 수 있는 기회를 주는 경우(135명, 40.9%)보다 해당 화환 가격의 일정 수준에 대한 과태료를 부과하는 것을 원하는 것(195명, 59.1%)으로 나타났다(Table 9). 이때 적절한 과태료 수준은 해당 화환 가격의 약 21.63배를 부과해야 하는 것으로 나타났다.

Table 9. Punishment level on the violation of reuse wreath labeling

	N(%)	Punishment level
Giving opportunities for improvement	135(40.9)	
Fine level	195(59.1)	Average: 21.63 Max.: 100, Min.: 1

#### 4. 재사용화환 표시제도 도입으로 인한 비용과 편익

재사용화환 표시제도 도입으로 인한 비용과 편익을 계산함에 있어 축하화환과 근조화환만을 대상으로 한다(Table 10). 이는 Table 2의 결혼 및 근조화환이 전체의 64.3%에 달하고, Lee 등(2020)의 연구에서도 전체 화환거래량 중 약 87.3%를 차지하는 것으로 나타났기 때문이다.

소비자 편익은 재사용화환 표시 후 재사용화환의 예상유통량에 화환 당 소비자 잉여를 곱하여 산출한다. 표시 후 재사용화환의 예상유통량은 재사용화환유통량(화환유통량×재사용률)에 설문조사에서 나타난 재사용화환 수용확률을 곱하여 산출하였으며, 화환 당 소비자 잉여는 신규화환 평균 가격(100,000원)에서 재사용화환에 대한 평균 최대지불의사금액을 제하여 도출하였다. 이를 통해 산출된 소비자편익은 축하화환 63,382백만 원, 근조화환 81,143백만 원으로 총 144,525백만 원이다(Table 10).

생산자편익은 재사용화환 표시 후 증가된 신규화환 예상유통량에 화환 당 생산자잉여를 곱하여 산출한다. 표시 후 증가된 신규화환 예상유통량은 재사용화환유통량(화환유통량×재사용률)에 설문조사에서 나타난 재사용화환 거부확률을 곱하여 산출하였으며, 화환 당 생산자잉여는 신규화환의 꽃 가격(20,000원/화환)에서 재사용화환의 꽃 가격(축하화환의 경우 2,000원, 근조화환의 경우 12,000원)을 제하여 도출하였다. 이를 통해 산출된 생산자 편익은 축하화환 7,063백만 원, 근조화환 4,019백만 원으로 총 11,802백만 원이다(Table 10).

정부 수입은 대상업체 수와 예상적발률과 예상과태료를 곱하여 산출한다. 대상업체 수는

Table 10. Consumers and producers benefits on introducing the labeling system for reuse wreath

		Congratulation wreath	Condolence wreath	Total	Note
Consumers	Amount of wreath (EA)(A)	2,018,712	3,884,660	5,903,372	Lee et al. (2020, Table 8)
	Reuse rate (%) (B)	73.7	49.1	-	Lee et al. (2020, Table 14)
	Amount of reuse wreath (EA)(C)	1,488,372	1,905,450	3,393,823	A×B
	Acceptance probability of reuse wreath (%) (D)	73.6		-	Table 5
	Estimated amount after reuse wreath labeling (EA)(E)	1,095,983	1,403,104	2,499,088	C×D
	WTP on reuse wreath (Won)(F)	42,169		-	Table 6
	Subtotal(million Won)	63,382	81,143	144,525	[E×(100,000-F)]/1,000,000
Producers	Rejection probability of reuse wreath (%) (G)	26.4		-	Table 5
	Estimated amount of new wreath after reuse wreath labeling (EA)(H)	392,389	502,346	894,735	C×G
	Surplus per new wreath (Won)(I)	18,000	8,000	-	Lee et al. (2020, Table 15)
	Subtotal (million Won)	7,063	4,019	11,802	(H×I)/1,000,000

국가통계포털의 ‘지역별 산업·사업체구분별 사업체 수, 종사자 수’에서 2018년 화훼류 및 식물 도매업과 화초 및 식물 소매업 현황에서 계산하였다(도매업 3,786곳, 소매업 18,106 곳). 예상적발률은 국립농산물품질관리원의 2012년부터 2019년의 평균 원산지표시 위반적발률(1.48%)을 적용하였으며, 예상과태료는 2012년부터 2019년의 평균 원산지표시 미표시 과태료(265천 원)를 적용하였다. 이를 통해 산출된 정부 수입은 약 86백만 원이다(Table 11).

유통업체의 비용은 재사용화환이라는 표시를 하기 위해 발생하는 표시판 제작비용으로 가정하였다. 이는 Table 10에서 계산한 표시 후 재사용화환 예상유통량에 표시판 제작비용을 곱하여 산출한다. 표시판 제작비용은 Lee 등(2020)에서 적용한 상부 장식용 리본 가격인 1,200원/개를 적용하였다. 이를 통해 산출된 유통업체의 비용은 약 2,999백만 원이다.

Table 11. Government fines on introducing the labeling system for reuse wreath

	Result	Note
Sellers (EA)(A)	21,892	Korea Statistical Information Service <sup>1)</sup>
Estimated detection rate (%) (B)	1.48	National Agricultural Products Quality Management Service
Estimated fine (thousand Won/seller)(C)	265	National Agricultural Products Quality Management Service
Estimated fine income (thousand Won)	85,685	A×B×C

Note 1: Wholesaler + retailer in flowers industry

정부의 비용은 재사용화환 유통의 조사 및 단속을 위해 발생하는 예산으로 가정하였다. 이는 대상업체 수와 예상 재사용화환 조사 및 단속비용을 곱하여 산출한다. 재사용화환 조사 및 단속 비용은 2019년 원산지표시 관리 비용인 업체 당 약 61.8천 원을 적용하였다. 이를 통해 산출된 정부의 비용은 약 4,352백만 원이다.

Table 12. Social cost on introducing the labeling system for reuse wreath

		Result	Note
Sellers	Estimated amount after reuse wreath labeling (EA)(A)	2,499,088	Table 10
	Cost labeling (Won)(B)	1,200	Lee et al. (2020, Table 15)
	Subtotal (million Won)(C)	2,999	(A×B)/1,000,000
Government	Sellers (EA)(D)	21,892	Lee et al. (2020, Table 9)
	Cost of investigation and crackdown (thousand Won/seller)(E)	61.8	National Agricultural Products Quality Management Service
	Subtotal (million Won)(F)	1,353	(D×E)/1,000
Total (million Won)		4,352	C+F

재사용화환표시제를 도입함으로써 발생하는 소비자편익, 생산자편익, 정부수입을 합한 사회적 편익은 약 155,692백만 원이며, 유통업체 및 정부 비용을 합한 사회적 비용은 약 4,352백만 원이다. 사회적 편익과 비용의 차이는 약 151,340백만 원이며, 비율은 약 35.8로 나타났다. 따라서 재사용화환표시제는 도입하고 운영하는 것은 타당하다고 판단된다.

Table 13. Social benefit and cost on introducing the labeling system for reuse wreath

		Result	Note
Benefit	Consumers (million Won)(A)	144,525	
	Producers (million Won)(B)	11,802	
	Government (million Won)(C)	86	
	Total (million Won)(D)	155,692	A+B+C
Cost	Seller (million Won)(E)	2,999	
	Government (million Won)(F)	1,353	
	Total (million Won)(G)	4,352	E+F
Benefit-Cost	Benefit-Cost (million Won)	151,340	D-G
	Benefit/Cost	35.8	D/G

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 재사용화환에 대한 소비자 인식을 분석하여 향후 재사용화환 표시제도 도입 시 고려할 사항을 제시하고, 재사용화환 표시제도의 사회적 편익과 비용을 산출한 것으로 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 최근 1년간 화환을 주문한 적이 사람은 157명(47.6%)이었으며, 주요 사용용도는 장례식, 결혼식, 개업식, 승진 또는 회갑연의 순이며, 1회 구매금액은 약 97,000원이었다. 구매한 경험이 있는 사람 중 88명(56.1%)만이 실제 도착했는지에 대해 확인하는 것으로 나타났다. 이는 화환유통업자에게 재사용화환을 사용했음에도 불구하고 신규화환으로 속여 판매하려고 하는 등의 화환 유통을 투명하지 않게 만드는 원인을 제공하는 것이라 판단된다.

둘째, 가격이 적당하다면 재사용화환을 구매할 의사가 있다고 응답한 사람은 243명(73.6%)이며, 생화를 재사용한 화환에 ‘재사용화환’이라는 표시를 하는 것에 대해 186명(43.6%)가 찬성하는 것으로 조사되었다. 재사용화환을 구매할 의사가 있는 응답자의 평균 최대 지불의사 금액은 42,169원으로 나타났다. 따라서 유통업체에서는 재사용화환의 가격을 이보다 낮게 책정하여 유통하는 것이 필요하다.

셋째, 재사용화환 표시제도를 도입함에 있어 중요하게 고려해야 할 사항으로는 ‘위반업체에 대한 정보공개(4.21점)’, ‘과태료 수준(4.19점)’, ‘정기적인 단속(4.15점)’, ‘관련업체 교육, 지도 및 홍보(3.91점)’, ‘소비자 홍보(3.79점)’, ‘표시의 내용(제작, 판매자 등)(3.65점)’, ‘표시의 가독성(위치, 디자인 등)(3.59점)’의 순이다. 이는 대다수의 응답자가 표시의 내용 및 가독성보다는 실제로 표시제도가 공정하고 원활하게 운영될 수 있는 것에 대해 높은 중

요도를 부여하고 있는 것을 의미한다.

마지막으로 재사용화환 표시제도를 도입으로 인한 사회적 편익은 약 155,692백만 원, 사회적 비용은 약 4,352백만 원이다. 따라서 재사용화환 표시제의 도입과 운영은 타당하다고 판단된다.

본 연구는 재사용화환을 인식하지 못한 상태에서 신규화환 가격을 지불하고 구매할 경우 발생하는 국내 화훼재배 농가의 경제적 손실, 소비자의 경제적 및 정서적 손실 등을 방지하기 위해 재사용화환 표시제도의 도입 가능성을 밝히는 데 목적이 있다. 지금까지 화환 유통과 관련한 연구는 주로 신화환 개발, 디자인 개발에 초점이 맞춰 있었으나, 본 연구는 제대로 표시하지 않고 유통되는 재사용화환에 대한 소비자의 인식과 사회적 편익 및 비용을 산출했다는 것에 의미가 있다. 다만 본 연구는 재사용화환 표시제도 도입의 구체적인 방향성과 내용을 제시하지 못했다는 한계를 가지고 있다. 그럼에도 불구하고 화환유통에 있어 관계기관에서는 재사용화환 표시제도의 구축과 운영에 노력한다면 국내 화훼생산자의 매출 확대와 소비자의 경제적 및 정서적 편익도 보호할 수 있을 것이다.

[Submitted, July. 20, 2020 ; Revised, August. 9, 2020 ; Accepted, August. 11, 2020]

## References

1. Hong, J. H. 2015. Analysis of Domestic Consumption for Cut Flowers in Korea, Master Thesis, Univ. Seoul.
2. Kwon H. J., S. Kwon, N. Kim, and S. Ra. 2019. A Study on the Development of New Wreath for Expansion of Flower Consumption and Strategies for Promoting Distribution System of Wreath, Hort. Sci. Technol. 37(Suppl II): 47.
3. Kwon S., N. R. Kim, S. Y. Ra, and H. J. Kwon. 2018. A Study on the Strategy for Promoting Distribution System of New Wreath, Hort. Sci. Technol. 36(Suppl II): 170.
4. Lim, H. J., Y. J. Jang, J. W. Hong and C. H. Park. 2012. Internet Shopping Tendencies of Consumer in Floral Design Products. Flower Research Journal. 20(3): 111-116.