한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



2023
친환경농산물 소비자 인식 및 판매장 현황조사

보고서 | 2023. 11.

목 차

제1부. 친환경농산물 소비자 인식조사

제1장. 조사개요 ····· 3

가. 조사목적 ····· 5

나. 정량 조사개요 ····· 5

1. 정량 조사 설계 ····· 5
2. 온라인 조사 프로세스 ····· 6
3. 정량 조사표본 할당 ····· 6
4. 정량 조사 주요 조사내용 ····· 7
5. 정량 조사 응답자 현황 ····· 8

다. 정성 조사개요 ····· 9

1. 정성 조사 대상 ····· 9
2. 자료 수집 방법 ····· 9
3. 표본 수 ····· 9

라. 해석상의 유의 사항 ····· 10

제2장. 요약 및 결론 ····· 11

가. 조사 결과 요약 ····· 13

1. 일반 농산물 및 가공식품 구매 태도 ····· 13
2. 친환경농산물 및 유기(무농약) 가공식품 인지도 ····· 14
3. 친환경농산물 등의 정보 습득 채널 ····· 14
4. 친환경농산물 등의 신뢰도 ····· 15
5. 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 경험 및 이유 ····· 16
6. 친환경농산물 등의 구매 장소 ····· 17
7. 친환경농산물 등의 구매 품목 ····· 18
8. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준 ····· 19
9. 친환경농산물 관련 제도 인지 여부 ····· 20
10. 친환경농산물 연상 문구 ····· 20
11. 친환경농산물의 안전성 ····· 21
12. 농약 검출 기준의 국제표준 도입 시 구매 의향 ····· 21
13. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준 ····· 22

나. 결론 : 친환경농산물에 대한 소비자 인식 전환 필요 ·····23

1. 잔류농약 불검출이 친환경이라는 인식 ·····23
2. 일반 농산물 대비 친환경농산물에 대한 구매 계층 존재 ·····23
3. 친환경농산물 구매이유로 “환경보호에 기여할 수 있다는 점”을 홍보하기 위한 다양한 전략 필요 ·····23

제3장. 결과 분석 ·····25

가. 쇼핑 형태 및 인식 ·····27

1. 일반 농산물 및 가공식품 구매 주기 ·····27
2. 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(복수 응답) ·····29
3. 친환경농산물 인지도 ·····33
4. 유기농산물 인지도 ·····36
5. 무농약농산물 인지도 ·····38
6. 유기가공식품 인지도 ·····40
7. 무농약원료가공식품 인지도 ·····42
8. 친환경농산물 등의 정보 습득 채널 ·····44
9. 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····47
10. 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····51
11. 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····53
12. 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유 55
13. 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하는 이유 ·····57
14. 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유 ·····59

나. 친환경농산물 및 유기(무농약) 가공식품 구매 태도 조사 ·····61

1 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부 ·····61
2. 과거(1년 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부 ·····63
3. 친환경농산물 등의 비구매 이유(복수 응답) ·····65
4. 친환경농산물 등의 구매 이유(복수 응답) ·····68
5. 친환경농산물 등의 구매 장소(복수 응답) ·····72
6. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-산지 생산자 직거래 ·····74
7. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-생협 및 전문매장 ·····76
8. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-대형마트 ·····78

9. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-농협/축협 매장 ·····80
10. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-SSM ·····82
11. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-백화점 ·····84
12. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-홈쇼핑 ·····86
13. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-온라인 새벽 배송 ·····88
14. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 인터넷/온라인 ·····90
15. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-편의점 ·····92
16. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 소매점 ·····94
17. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-전통시장 ·····96
18. 친환경농산물 등의 교육/체험행사 참여 여부 ·····98
19. 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화 ·····100
20. 온라인 구매 주기 ·····102
21. 온라인 평균 구매 비용 ·····104
22. 최근(1년 이내) 구매 품목(복수 응답) ·····106
23. 최근(1년 이내) 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험 ····108
24. 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목(복수 응답) ·····110
25. 구매한 친환경농산물 등의 산지 ·····112
26. 국내산과 수입산 친환경농산물 등의 만족도 ·····114
27. 국내산과 수입산 친환경농산물 등의 불만족 이유 ·····118
28. 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목(복수 응답) ·····121
29. 친환경농산물 등에 대한 태도 ·····123
30. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준 ·····131

다. 친환경농산물 잔류농약 허용 제도에 대한 인식조사 ·····132

1. PLS 인지도 ·····132
2. 친환경농산물 연상 문구 ·····135
3. 친환경농산물 안전성에 대한 인식 ·····138
4. 해외 친환경농산물 잔류농약허용 기준치 인지도 ·····140
5. 국제 기준 완화 시 구매 의향 ·····143
6. 용인할 수 있는 친환경농산물의 잔류농약 수준 ·····145
7. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준 ·····147

제2부. 친환경농산물 판매장 현황조사

제1장. 조사 개요 ····· 151

가. 연구요약 ····· 153

나. 조사의 필요성 ····· 155

1. 조사의 필요성 ····· 155
2. 조사 목적 ····· 155
3. 조사 내용 ····· 155

제2장. 친환경농산물 현황 ····· 157

가. 생산 현황 ····· 159

나 인증 현황 ····· 163

1. 친환경 인증제도 ····· 163
2. 기타 인증제도 ····· 164

다. 유통현황 ····· 166

라. 판매 현황 ····· 168

제3장. 친환경농산물 판매장 조사개요 ····· 171

가. 친환경농산물 및 친환경농산물 판매장 정의 ····· 173

1. 친환경농산물 정의 ····· 173
2. 친환경농산물 판매장 정의 ····· 173

나. 조사 방법 ····· 177

1. 조사 방식 ····· 177
2. 조사 대상 ····· 177

제4장. 친환경농산물 판매장 업태별 현황 ····· 181

가. 친환경전문점 ····· 181

1. 조사 대상 및 방법 ····· 181
2. 친환경전문점 조사 결과 ····· 181

나. 생협 ····· 183

1. 조사 대상 및 방법 ····· 183
2. 생협 조사 결과 ····· 183

다. 대형마트 ·····185
1. 조사 대상 및 방법 ·····185
2. 대형마트 조사 결과 ·····185

라. 백화점 ·····186
1. 조사 대상 및 방법 ·····186
2. 백화점 조사 결과 ·····186

마. 대형슈퍼마켓(SSM) ·····188
1. 조사 대상 및 방법 ·····188
2. 대형슈퍼마켓(SSM) 조사 결과 ·····188

바. 농협 ·····190
1. 조사 대상 및 방법 ·····190
2. 농협 조사 결과 ·····190

사. 로컬푸드직매장 ·····192
1. 조사 대상 및 방법 ·····192
2. 로컬푸드직매장 조사 결과 ·····192

제5장. 친환경농산물 판매장 조사 결과·····195

가. 매장 수 및 매출액 ·····197
1. 매장 수 ·····197
2. 매출액 ·····199

나. 매출액 상위품목 ·····205
1. 신선식품 ·····205
2. 가공식품 ·····206

다. 친환경농산물 판매장 관련 조사 ·····207
1. 온라인몰 판매현황 ·····207
2. 친환경농산물 적정 가격 ·····207
3. 일반 농산물과의 가격 비교 ·····207
4. 수입 친환경농산물 판매 비중 ·····214
5. 친환경농산물 인증과 GAP 인증 비교 ·····215

6. 친환경농산물의 가격 결정 방식 ·····216
7. 전국 매장별 가격 동일 여부 ·····216

제6장. 애로사항 및 정책 건의 ·····217

가. 취급상의 애로사항 ·····219
나. 정책 건의 ·····219

제7장. 정책제언 ·····223

가. 친환경농산물에 대한 개념 및 이미지 정립 ·····225
나. 친환경농산물 생산 농가 확대 ·····226
다. 친환경 인증에 대한 소비자의 이해도 제고 ·····226
라. 임산부 친환경농산물 지원사업 확대 ·····226
마. 가공식품에 대한 친환경 인증제도 정비 ·····227
바. 친환경농산물 가격 기준 마련 ·····227
참고. 전년 조사 결과와 정책제언 비교 ·····228

부록. 설문지 및 조사표 ·····229

표 목차

제1부. 친환경농산물 소비자 인식조사

[표 1] 정량 조사 설계 ····· 5
[표 2] 온라인 조사 프로세스 ····· 6
[표 3] 정량 조사표본 할당 ····· 6
[표 4] 정량 조사 주요 조사 내용 ····· 7
[표 5] 정량 조사 응답자 현황 ····· 8
[표 6] 정성 조사표본 수 ····· 9
[표 7] 농산물 및 가공식품 구매 주기 ····· 28
[표 8] 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1순위) ····· 31
[표 9] 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1+2순위) ····· 32
[표 10] 친환경농산물 인지도 ····· 34
[표 11] 유기농산물 인지도 ····· 37
[표 12] 무농약농산물 인지도 ····· 39
[표 13] 유기가공식품 인지도 ····· 41
[표 14] 무농약원료 가공식품 인지도 ····· 43
[표 15] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널(1순위) ····· 45
[표 16] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널(1+2순위) ····· 46
[표 17] 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ····· 49
[표 18] 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도 ····· 52
[표 19] 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ····· 54
[표 20] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유 ····· 56
[표 21] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하는 이유 ····· 58
[표 22] 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유 ····· 60
[표 23] 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부 ····· 62
[표 24] 과거(1년 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부 ····· 64
[표 25] 친환경농산물 등의 비구매 이유(1순위) ····· 66
[표 26] 친환경농산물 등의 비구매 이유(1+2+3순위) ····· 67
[표 27] 친환경농산물 등의 구매 이유(1순위) ····· 69
[표 28] 친환경농산물 등의 구매 이유(1+2+3순위) ····· 70
[표 29] 친환경농산물 등의 구매 장소(복수 응답) ····· 73
[표 30] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-산지 생산자 직거래 ····· 75
[표 31] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-생협 및 전문매장 ····· 77
[표 32] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-대형마트 ····· 79
[표 33] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-농협/축협 매장 ····· 81

[표 34] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-SSM ····· 83
[표 35] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-백화점 ····· 85
[표 36] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-홈쇼핑 ····· 87
[표 37] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-온라인 새벽 배송 ····· 89
[표 38] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 인터넷/온라인 ····· 91
[표 39] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-편의점 ····· 93
[표 40] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 소매점 ····· 95
[표 41] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-전통시장 ····· 97
[표 42] 친환경농산물 등의 교육/체험행사 참여 여부 ····· 99
[표 43] 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화 ····· 101
[표 44] 온라인 구매 주기 ····· 103
[표 45] 온라인 평균 구매 비용 ····· 105
[표 46] 최근(1년 이내) 구매 품목(복수 응답) ····· 107
[표 47] 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험 ····· 109
[표 48] 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목(복수 응답) ····· 111
[표 49] 구매한 친환경농산물 등의 산지 ····· 113
[표 50] 국내산 친환경농산물 등의 만족도 ····· 115
[표 51] 수입산 친환경농산물 등의 만족도 ····· 117
[표 52] 국내산 친환경농산물 등의 불만족 이유 ····· 119
[표 53] 수입산 친환경농산물 등의 불만족 이유 ····· 120
[표 54] 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목(복수 응답) ····· 122
[표 55] 친환경농산물 등에 대한 태도-농업환경 보전을 위하는 길 ····· 124
[표 56] 친환경농산물 등에 대한 태도-건강을 위한 소비 ····· 126
[표 57] 친환경농산물 등에 대한 태도-친환경농산물이 오염에 더 안전 ····· 128
[표 58] 친환경농산물 등에 대한 태도-일반 농산물보다 뛰어난 품질 ····· 130
[표 59] PLS 인지도 ····· 133
[표 60] 친환경농산물 연상 문구(1순위) ····· 136
[표 61] 친환경농산물 연상 문구(1+2순위) ····· 137
[표 62] 친환경농산물 안전성에 대한 인식 ····· 139
[표 63] 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치 인지도 ····· 141
[표 64] 국제 기준으로 완화 시 구매 의향 ····· 144
[표 65] 용인할 수 있는 친환경농산물의 잔류농약 수준 ····· 146
[표 66] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준 ····· 148

제2부. 친환경농산물 판매장 현황조사

[표 67] 친환경농산물 생산 현황(2009 ~ 2022) ····160
[표 68] 친환경농산물 부류별 생산 현황(2022) ····161
[표 69] 연도별·부류별 친환경농산물 비중 변화(2012 ~ 2022) ····161
[표 70] 연도별 유기 및 무항생제 축산물 생산 현황(2012 ~ 2022) ····162
[표 71] 친환경축산물 품목별 생산량 및 비중(2022) ····162
[표 72] 친환경 인증마크 ····163
[표 73] 기타 인증제도 내용 및 인증마크 ····164
[표 74] 친환경농산물(청과) 생산자 출하경로(2022년 기준) ····166
[표 75] 친환경농산물(청과) 소비단계(2022년 기준) ····167
[표 76] 부류별 친환경 인증품 판매 현황(2023) ····168
[표 77] 친환경농산물 판매장 친환경 인증 범위 ····173
[표 78] 친환경농산물 판매장 업태별 포함 여부 ····175
[표 79] 전문점 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2018 ~ 2022) ····182
[표 80] 생협 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2018 ~ 2022) ····184
[표 81] 대형마트 매장 수, 친환경 매출액(2018 ~ 2022) ····185
[표 82] 백화점 매장 수, 친환경 매출액 ····186
[표 83] 대형슈퍼마켓(SSM) 매장 수, 친환경 매출액 ····188
[표 84] 농협 하나로마트 매장 수, 친환경 매출액 ····190
[표 85] 연도별 로컬푸드직매장 친환경 판매 비중 ····192
[표 86] 로컬푸드직매장 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액 ····192
[표 87] 친환경농산물 판매장 현황 설문조사 대상 ····193
[표 88] 친환경농산물 판매장 매장 수 추이 ····197
[표 89] 친환경농산물 판매장 연평균 증가율(2010 ~ 2022) ····198
[표 90] 친환경농산물 판매장 매장 수 미래 전망치 ····199
[표 91] 친환경농산물 판매장 매출액 추이(전체) ····200
[표 92] 친환경농산물 판매장 매출액 추이(인증품) ····200
[표 93] 친환경농산물 판매장 매출액 미래 전망치(전체) ····201
[표 94] 친환경전문점(전문점, 생협)의 친환경 인증 매출 비중 ····201
[표 95] 부류별 유통경로 비중(2022) ····202
[표 96] 유통 주체별 상품 부류 취급 비중(2022) ····204
[표 97] 신선식품 매출액 상위 품목(2022) ····205
[표 98] 가공식품 매출액 상위 품목(2022) ····206

[표 99] 업태별 온라인몰 판매 비중 ·····207
[표 100] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(1차 농협) ·····209
[표 101] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(2차 농협) ·····209
[표 102] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(1차 대형마트) ·····210
[표 103] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(2차 대형마트) ·····211
[표 104] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(백화점) ·····212
[표 105] 일반 농산물 대비 친환경농산물(유기농, 무농약) 가격 비교(1차) ····213
[표 106] 일반 농산물 대비 친환경농산물(유기농, 무농약) 가격 비교(2차) ····214
[표 107] 수입 친환경 농식품 판매 비중 ·····214
[표 108] 업태별 일반 및 인증품 취급 비중 비교 ·····215
[표 109] 친환경농산물 가격 결정 방식 ·····216
[표 110] 전국 매장별 가격 동일 여부 ·····216
[표 111] 친환경농산물 취급상 애로사항 ·····220
[표 112] 정부의 정책지원 방안 ·····221
[표 113] 정책제언 비교표 ·····228

그림 목차

제1부. 친환경농산물 소비자 인식조사

[그림 1] 농산물 및 가공식품 구매 주기 ····13
[그림 2] 연도별 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1+2순위) ····14
[그림 3] 친환경농산물 등 인지도 ····14
[그림 4] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널 ····15
[그림 5] 국내산 및 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도 ····16
[그림 6] 연도별 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부 ····16
[그림 7] 친환경농산물 등의 구매 및 비구매 이유 ····17
[그림 8] 친환경농산물 등의 구매 장소 및 이용 이유 ····18
[그림 9] 친환경농산물 등 구매 품목 ····19
[그림 10] 친환경농산물의 가격 수준 ····19
[그림 11] 친환경농산물 관련 제도 인지 여부 ····20
[그림 12] 친환경농산물 연상 문구 ····20
[그림 13] 친환경농산물의 안전성 ····21
[그림 14] 농약 검출 기준의 국제표준 도입 시 구매 의향 ····21
[그림 15] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준 ····22
[그림 16] 농산물 및 가공식품 구매 주기 ····27
[그림 17] 농산물 및 가공식품 주 구매 장소 ····29
[그림 18] 연도별 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1순위) ····30
[그림 19] 연도별 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1+2순위) ····30
[그림 20] 친환경농산물 인지도 ····33
[그림 21] 연도별 친환경농산물 인지도 ····33
[그림 22] 친환경농산물 등의 인지도(심층 면접) ····35
[그림 23] 유기농산물 인지도 ····36
[그림 24] 연도별 유기농산물 인지도 ····36
[그림 25] 무농약농산물 인지도 ····38
[그림 26] 연도별 무농약농산물 인지도 ····38
[그림 27] 유기가공식품 인지도 ····40
[그림 28] 연도별 유기가공식품 인지도 ····40
[그림 29] 무농약원료 가공식품 인지도 ····42
[그림 30] 연도별 무농약원료 가공식품 인지도 ····42

[그림 31] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널 ·····44
[그림 32] 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····47
[그림 33] 전년 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····48
[그림 34] 친환경농산물 등의 신뢰도(심층 면접) ·····50
[그림 35] 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····51
[그림 36] 전년 대비 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····51
[그림 37] 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도 ·····53
[그림 38] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유 ·····55
[그림 39] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하는 이유 ·····57
[그림 40] 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유 ·····59
[그림 41] 연도별 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부 ·····61
[그림 42] 과거(1년 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부 ·····63
[그림 43] 친환경농산물 등의 비구매 이유(복수 응답) ·····65
[그림 44] 친환경농산물 등의 구매 이유(복수 응답) ·····68
[그림 45] 친환경농산물 등의 구매 이유(심층 면접) ·····71
[그림 46] 연도별 친환경농산물 등의 구매 장소(복수 응답) ·····72
[그림 47] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-산지 생산자 직거래 ·····74
[그림 48] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-생협 및 전문매장 ·····76
[그림 49] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-대형마트 ·····78
[그림 50] 구매 장소 및 이유(복수 응답)농협/축협 매장 ·····80
[그림 51] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-SSM ·····82
[그림 52] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-백화점 ·····84
[그림 53] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-홈쇼핑 ·····86
[그림 54] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-온라인 새벽 배송 ·····88
[그림 55] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 인터넷/온라인 ·····90
[그림 56] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-편의점 ·····92
[그림 57] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 소매점 ·····94
[그림 58] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-전통시장 ·····96
[그림 59] 친환경농산물 등의 교육/체험행사 참여 여부 ·····98
[그림 60] 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화 ·····100
[그림 61] 전년 대비 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화 100
[그림 62] 온라인 구매 주기 ·····102
[그림 63] 온라인 평균 구매 비용 ·····104
[그림 64] 최근(1년 이내) 구매 품목(복수 응답) ·····106
[그림 65] 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험 ·····108

[그림 66] 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목(복수 응답) ·····110
[그림 67] 구매한 친환경농산물 등의 산지 ·····112
[그림 68] 국내산 친환경농산물 등의 만족도 ·····114
[그림 69] 전년 대비 국내산 친환경농산물 등의 만족도 ·····114
[그림 70] 수입산 친환경농산물 등의 만족도 ·····116
[그림 71] 전년 대비 수입산 친환경농산물 등의 만족도 ·····116
[그림 72] 국내산 친환경농산물 등의 불만족 이유 ·····118
[그림 73] 수입산 친환경농산물 등의 불만족 이유 ·····118
[그림 74] 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목(복수 응답) ·····121
[그림 75] 친환경농산물 등에 대한 태도-농업환경 보전을 위하는 길 ·····123
[그림 76] 친환경농산물 등에 대한 태도-건강을 위한 소비 ·····125
[그림 77] 친환경농산물 등에 대한 태도-친환경농산물이 오염에 더 안전 ····127
[그림 78] 친환경농산물 등에 대한 태도-일반 농산물보다 뛰어난 품질 ·····129
[그림 79] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준 ·····131
[그림 80] PLS 인지도 ·····132
[그림 81] PLS인지도 ·····134
[그림 82] 친환경농산물 연상 문구 ·····135
[그림 83] 친환경농산물 안전성에 대한 인식 ·····138
[그림 84] 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치 인지도 ·····140
[그림 85] 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치에 대한 의견 ·····142
[그림 86] 국제 기준으로 완화 시 구매 의향 ·····143
[그림 87] 용인할 수 있는 친환경농산물의 잔류농약 수준 ·····145
[그림 88] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준 ·····147

제2부. 친환경농산물 판매장 현황조사

[그림 89] 친환경농산물 생산 농가 수 및 면적(2022년) ·····159
[그림 90] 친환경농산물 인증별 생산 비중 ·····160
[그림 91] 친환경농산물 전체 품목(쌀 제외) 유통경로(20221년) ·····166
[그림 92] 국내 친환경농산물 판매장 조사 범위 ·····175
[그림 93] 전문점 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2010 ~ 2022) ·····182
[그림 94] 생협 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2010 ~ 2022) ·····184
[그림 95] 대형마트 매장 수, 친환경 매출액(2010 ~ 2022) ·····185
[그림 96] 백화점 매장 수, 친환경 매출액(2010 ~ 2022) ·····187
[그림 97] 대형슈퍼마켓(SSM) 매장 수, 친환경 매출액(2010 ~ 2022) ·····188
[그림 98] 친환경전문점과 대형유통업체의 매장 수 변화 추이 ·····198
[그림 99] 업태별 전체 매출액 대비 친환경 인증품 매출액 비중 ·····202
[그림 100] 부류별 유통경로 비중(2022) ·····203
[그림 101] 유통주체별 상품 부류 취급 비중(2022) ·····204

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제1부
친환경농산물 소비자 인식조사

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제1장

조사개요

가. 조사목적

1. 조사목적

○ 친환경농산물 및 그 가공식품에 대한 소비자의 인식 파악
○ 소비자 신뢰도 제고를 통한 친환경농산물 등의 소비증대 방안의 제언

2. 조사의 필요성

○ 친환경농산물에 대한 다양한 요구 파악과 대응 방향 모색
○ 친환경농산물 소비 증진을 위한 개선사항의 파악, 소비 증진을 위한 정책 및 마케팅 전략 수립에 대한 기초자료로 활용

나. 정량 조사개요

1. 정량 조사 설계

[표 1] 정량 조사 설계

구분	내용
조사 대상	• 농산물을 직접 구매하는 20대~60대 소비자
조사지역	• 전국
조사 방법	• 온라인 패널 대상 온라인 설문조사(Web Survey)
표본 크기	• 온라인 설문 : 1,200명(여성 1,000명, 남성 200명)
표본추출	• 지역/연령별 모집단 인구비례 표집(2023년 7월 기준)
표본오차	• 95%의 신뢰수준에서 ±**2.83**%p
조사 기간	• 2023년 9월 1일 ~ 9월 18일
조사 수행기관	• 글로벌알앤씨㈜

2. 온라인 조사 프로세스

[표 2] 온라인 조사 프로세스

구분	내용
설문지 제작	• 문항 개발 및 설문지 제작
Programing	• 온라인 프로그램 및 DB 설계
Pre-test	• Pre-test를 통한 온라인 조사 프로그램 수정 및 오류 수정
설문 발송	• 조사 안내문이 포함된 설문지 발송
설문 회수	• 응답 완료 시 자동으로 저장
Data Cleaning	• 데이터수집 후 프로그램을 통한 검증 후 완료
질문지 작성	• 데이터 기반 질문지 개발 및 확정
심층 인터뷰	• 심층 인터뷰 대상자 선정 후 인터뷰 진행

3. 정량 조사표본 할당

[표 3] 정량 조사표본 할당

구분	남성						여성						계
	20대	30대	40대	50대	60대	소계	20대	30대	40대	50대	60대	소계	
전체	35	36	43	46	40	200	162	175	216	236	211	1,000	1,200
서울	7	8	8	8	7	38	38	39	40	42	38	197	235
부산	2	2	3	3	3	13	10	10	13	15	16	64	77
대구	2	2	2	2	2	10	7	7	10	12	10	46	56
인천	2	2	3	3	2	12	10	11	13	14	12	60	72
광주	1	1	1	1	1	5	5	5	6	7	5	28	33
대전	1	1	1	1	1	5	5	5	6	7	6	29	34
울산	1	1	1	1	1	5	3	3	5	6	5	22	27
세종	-	-	-	-	-	-	1	2	2	1	1	7	7
경기	10	10	12	13	10	55	44	51	61	63	51	270	325
강원	1	1	1	1	1	5	4	4	6	7	7	28	33
충북	1	1	1	1	1	5	4	5	6	7	8	30	35
충남	1	1	2	2	2	8	6	6	8	9	7	36	44
전북	1	1	1	2	2	7	5	5	7	8	8	33	40
전남	1	1	1	2	2	7	4	4	6	8	8	30	37
경북	2	2	2	2	2	10	6	7	10	12	12	47	57
경남	2	2	3	3	3	13	8	9	14	15	15	61	74
제주	-	-	1	1	-	2	2	2	3	3	2	12	14

4. 정량 조사 주요 조사 내용

[표 4] 정량 조사 주요 조사 내용

구분	조사항목
S. 설문 대상 선정 질문	• 거주지역 및 크기 • 연령대 • 성별
A. 친환경농산물 및 유기(무농약) 가공식품 소비 행태 및 인식 조사	• 농산물 및 가공식품 구매 주기 • 본인 구매 여부 • 주요 구매처 • 친환경농산물 등에 대한 인지도 • 친환경농산물 등의 정보 획득 채널 • 국내산 및 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도 및 그 이유
B. 친환경농산물 및 유기(무농약) 가공식품 구매 태도 조사	• 친환경농산물 등의 구매 여부 및 경험 • 친환경농산물 등의 구매/비구매 이유 • 친환경농산물 등의 구매처 및 이유 • 친환경농산물 등의 교육/행사 참여 여부 • 친환경농산물 등의 온라인 구매 비중/빈도 • 친환경농산물 등의 1회 평균 구매 비용 • 최근 1년 이내 친환경농산물 등의 구매 품목 • 친환경농산물 등의 품목 부재 경험 • 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목 • 구매한 친환경농산물 등의 산지 • 구매한 친환경농산물 등의 산지별 만족도 및 이유 • 이후에도 구매하거나 하고 싶은 친환경농산물 등의 품목 • 친환경농산물 등에 대한 태도 • 일반 농산물 가격 대비 친환경농산물의 적정 가격
C. 잔류농약 허용기준 인식조사	• PLS제도 인지 여부 • 친환경농산물에 대한 인식(심상) • 잔류농약 허용기준에 따른 국내 친환경농산물 안전도 • 국제 친환경 인증제도 인지 여부 • 잔류농약 허용기준 완화에 따른 구매 의사 • 친환경농산물 잔류농약 허용기준에 대한 인식
D. 응답자 특성 질문	• 가구원 수 • 자녀 여부 및 연령별 자녀 수 • 월평균 가구소득 • 직업 • 학력

5. 정량 조사 응답자 현황

[표 5] 정량 조사 응답자 현황

구분		사례 수(명)	비율(%)
전체		(1,200)	100.0
연령별	20대	(197)	16.4
	30대	(211)	17.6
	40대	(259)	21.6
	50대	(282)	23.5
	60대	(251)	20.9
가구원 수별	1명	(167)	13.9
	2명	(293)	24.4
	3명	(317)	26.4
	4명	(354)	29.5
	5명 이상	(69)	5.8
자녀 연령별1)	영유아	(42)	3.5
	유치원생	(51)	4.3
	초등학생	(129)	10.8
	중학생	(80)	6.7
	고등학생	(120)	10.0
	성인	(425)	35.4
	없음	(498)	41.5
가구소득별	200만원 미만	(88)	7.3
	200~300만원 미만	(154)	12.8
	300~400만원 미만	(186)	15.5
	400~500만원 미만	(181)	15.1
	500~600만원 미만	(167)	13.9
	600~700만원 미만	(132)	11.0
	700~800만원 미만	(97)	8.1
	800만원 이상	(195)	16.3
직업별	농림어업	(8)	0.7
	자영업	(73)	6.1
	판매/영업/서비스직	(86)	7.2
	생산/기능/노무직	(55)	4.6
	사무/관리/전문직	(557)	46.4
	무직/퇴직	(95)	7.9
	주부	(271)	22.6
	학생	(29)	2.4
	기타	(26)	2.2
지역 크기	특별/광역시	(541)	45.1
	중소도시	(595)	49.6
	군 지역(읍/면)	(64)	5.3
성별	남성	(200)	16.7
	여성	(1,000)	83.3

1) 2자녀 이상 응답자로 인하여 복수 응답

다. 정성 조사개요

1. 정성 조사 대상

○ 농산물을 직접 구매하는 20대~60대 소비자 중 아래의 조건을 만족하는 자
- 최근 1년 이내 친환경농산물을 구매한 소비자
- 대도시 및 중소도시에 거주하는 자
- 친환경농산물 등에 대한 인지도 문항을 '보통' 이상으로 응답한 자
- 가격 수용력 문항을 10% 이상으로 응답한 자

○ 위의 조건을 만족하는 자 중 하기의 조건을 충족하는 자를 우선하여 모집함
- 자녀가 있는 자
- 생협 및 전문점을 이용하는 자
- 소득수준이 높은 자

2. 자료 수집 방법

○ 집단 심층 면접(Focus Group Interview)

3. 표본 수

○ 총 10명

[표 6] 정성 조사표본 수

구분	20대	30대	40대	50대	60대
여성	1	2	2	2	1
남성	1	1	-	-	-

라. 해석상의 유의 사항

○ 조사 결과에 대한 분석 및 해석 시 다음 사항에 유의하여야 함
○ 전체 응답자가 n=1,465명[2]인 경우 농산물을 직접 구매한 응답자는 n=1,200명임
○ 통계표 및 도표 내의 숫자는 소수점 둘째 자리에서 반올림 처리로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있음
○ 친환경농산물 및 그 가공식품은 '친환경농산물 등'으로 축약하여 표현함
○ 복수 응답은 한 개 이상 응답한 결과치를 집계한 결과임
○ 응답 사례 수가 30개 미만일 때 해석 시 주의가 필요함

2) 설문 문항 "A1. 농산물 구매 주기", "A2. 농산물 직접 구매 여부"에서 1,465명에게 질문하여 "직접 구매자" 1,200명을 확보한 후 본 설문을 진행함

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제2장

요약 및 결론

가. 조사 결과 요약

1. 일반 농산물 및 가공식품 구매 태도

○ 농산물 및 가공식품의 구매 주기는 '1주에 1~2번'이 51.5%로 가장 높게 나타났으며, 구매 장소는 '대형마트(66.8%)'가 전년(64.0%)에 이어 가장 많이 이용하는 구매 장소로 선택됨

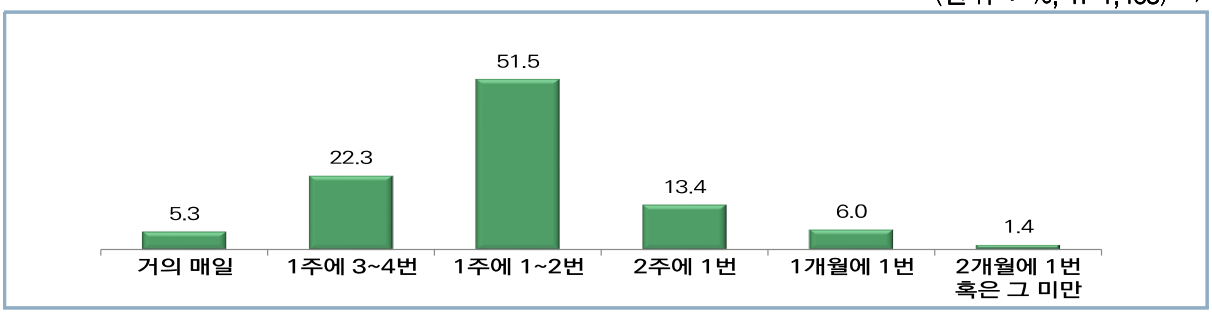
- 전통시장은 가구원 수가 증가할수록 이용률이 감소하는 경향을 보여, 무거운 짐을 직접 들고 다니면서도 이용할 수 있는 유인책들 필요함

○ 주 구매 장소(1순위 응답)는 '대형마트'가 3년 연속 1순위로 나타났으며, '농협/축협 매장', '생협 및 전문 매장' 등을 주로 이용하는 고객은 감소세로 전환되었음

- 새벽 배송(4.2%p)과 일반 온라인 쇼핑(0.1%p)의 이용 비중은 지속 증가함

[그림 1] 농산물 및 가공식품 구매 주기

(단위 : %, n=1,465) 3)

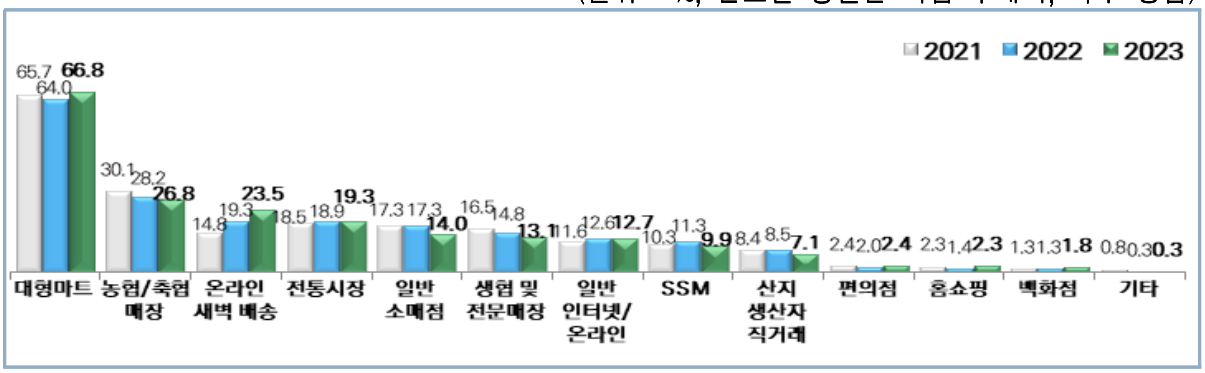


* 주) 일반 농산물 구매자 1,465명 중 직접 구매자 할당(n=1,200)을 만족할 때까지 조사를 진행

3) n : 응답자 수(number)

[그림 2] 연도별 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1+2순위)

(단위 : %, 연도별 농산물 직접 구매자, 복수 응답)



2. 친환경농산물 및 유기(무농약) 가공식품 인지도

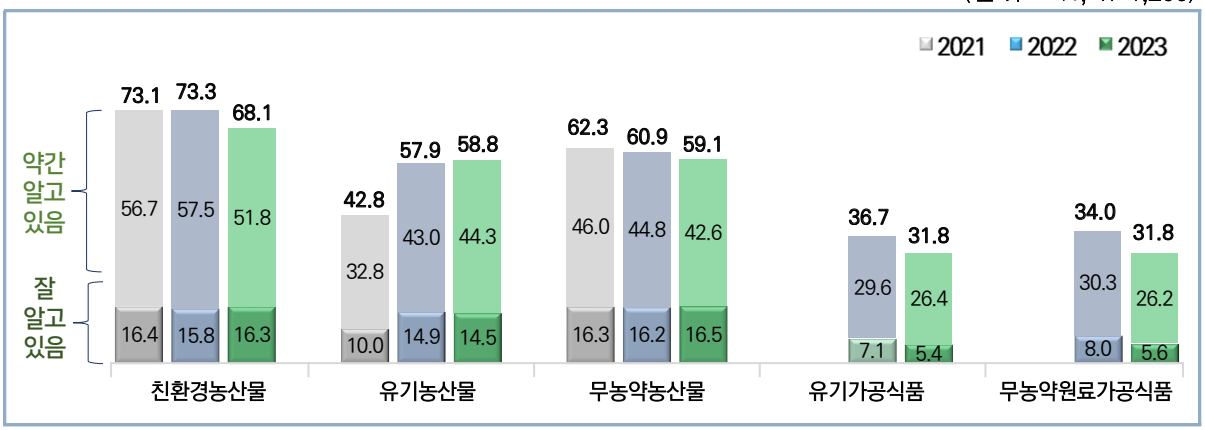
○ 친환경농산물의 인지도는 68.1%로 나타났으며, 이는 전년 대비 5.2%p 감소한 수치임

○ 유기 및 무농약원료 가공식품의 인지도는 친환경농산물에 비해 상대적으로 매우 낮게 나타남

- 유기농산물의 인지도는 58.8%이며, 3년 연속 증가 추세이나, 무농약농산물의 인지도는 59.1%로 계속 감소하고 있음

[그림 3] 친환경농산물 등 인지도

(단위 : %, n=1,200)



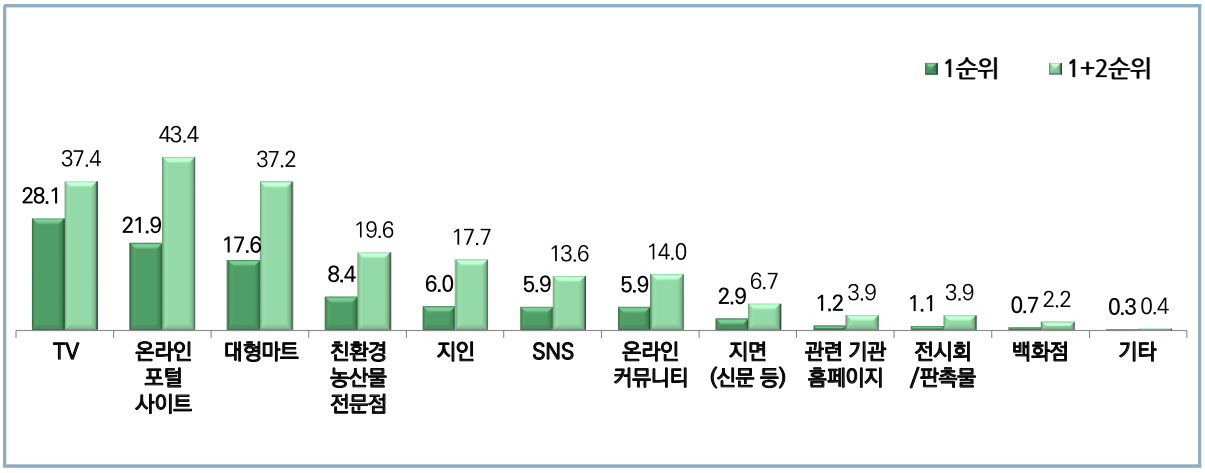
3. 친환경농산물 등의 정보 습득 채널

○ 친환경농산물, 유기 가공식품, 무농약원료 가공식품 중 하나라도 알고 있는 응답자(보통 이상 응답, n=1,161)를 대상으로 친환경농산물 등에 대한 정보

습득 채널을 2순위까지 조사한 결과, ‘온라인 포털 사이트‘가 43.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘TV’(37.4%), ‘대형마트‘(37.2%) 등의 순으로 나타남

[그림 4] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널

(단위 : %, n=1,161)



* n : 인지도 보통 이상 응답자

4. 친환경농산물 등의 신뢰도

○ 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등에 대한 신뢰도는 더 높은 것으로 나타남

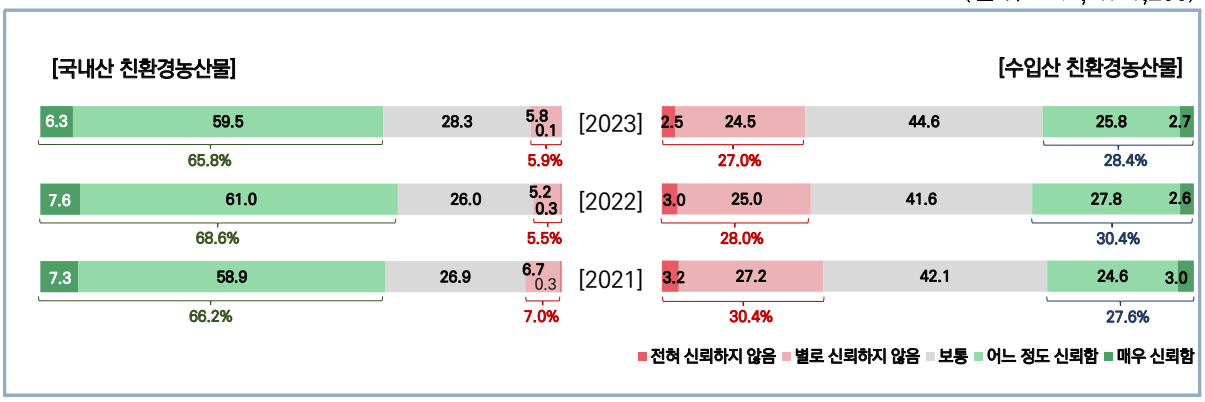
- 국내산은 ‘어느 정도 이상 신뢰’ 65.8%, ‘보통 이상 신뢰’ 94.1%
- 수입산은 ‘어느 정도 이상 신뢰’ 27.0%, ‘보통 이상 신뢰’ 73.0%

○ 코로나19 이후에도 신뢰도[4]는 상승 추세를 보임(‘20년도, 61.5%)

4) 다만, ‘21년 이전조사 문구는 친환경농산물 인증제도에 대한 신뢰도지만, 이후에는 인증제도가 아닌 친환경농산물 자체에 대한 신뢰도를 질문하여 의미가 다름에 유의할 필요가 있음

[그림 5] 국내산 및 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : %, n=1,200)



5. 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 경험 및 이유

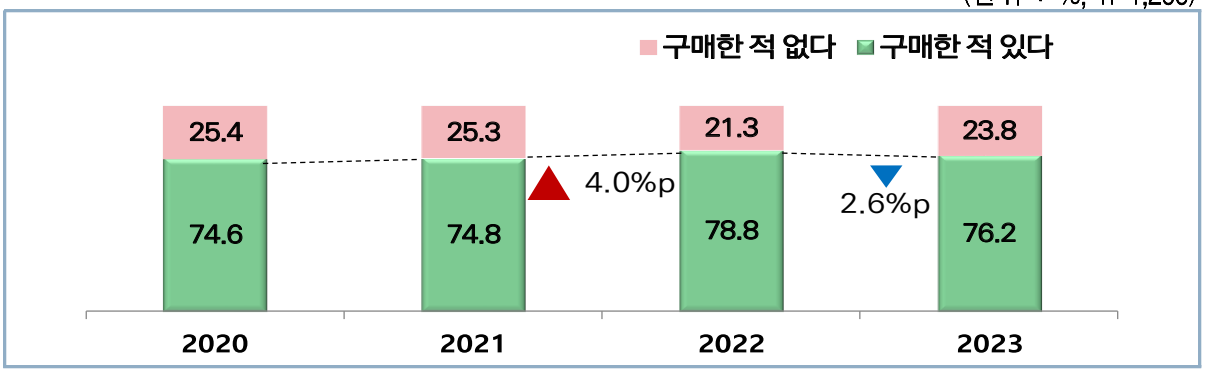
○ 최근 1년 이내 친환경농산물 등의 구매 여부에 대해 전체 응답자의 76.2%가 '구매한 적 있다'라고 응답하였으며, 이는 전년 대비 2.6%p 감소한 수치임
- 다만, 코로나19 시점이 지나면서 '20년, '21년 대비 상승세를 유지함

○ 친환경농산물을 구매하는 이유(복수 응답)로는 '친환경농산물이 더 안전할 것 같아서'가 82.3%로 가장 높게 나타났으며, 비구매 이유로는 '일반 농산물보다 가격이 비싸서'가 90.9%로 가장 높게 나타남

○ 친환경농산물이 '환경보호에 기여할 수 있어서'라는 응답은 35.9%로 전년 대비 3.1%p 상승한 것으로 나타남

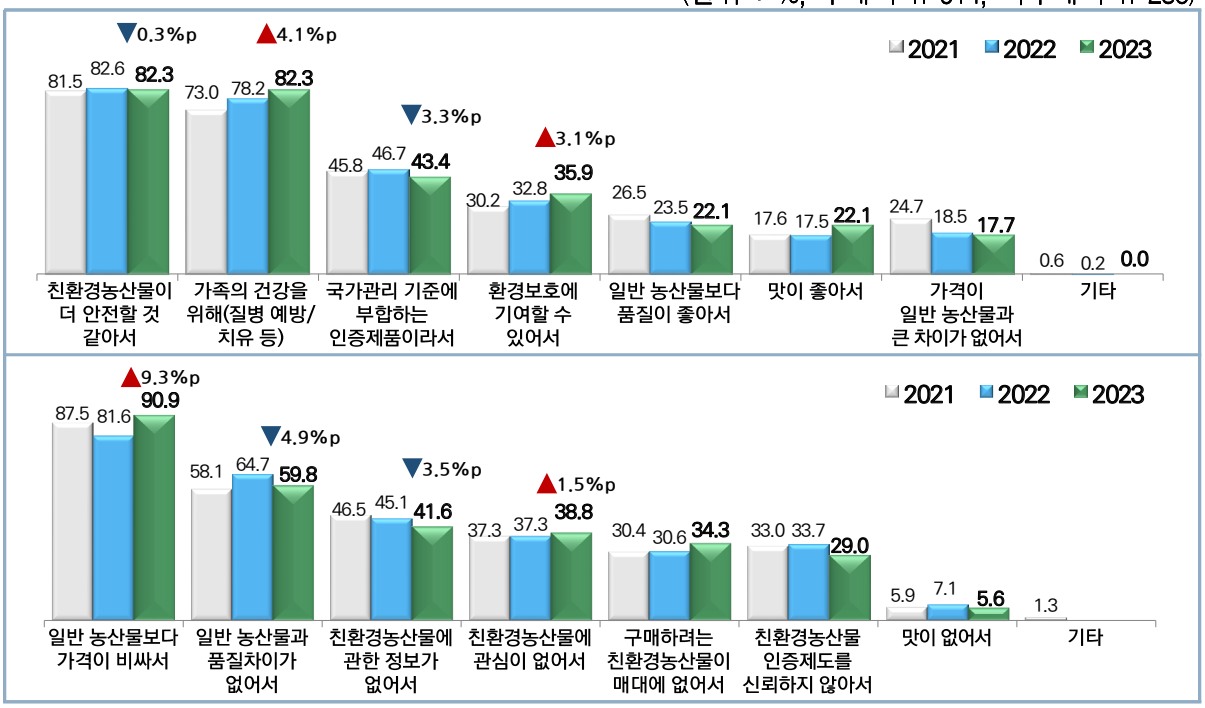
[그림 6] 연도별 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부

(단위 : %, n=1,200)



[그림 7] 친환경농산물 등의 구매 및 비구매 이유

(단위 : %, 구매자 n=914, 비구매자 n=286)



6. 친환경농산물 등의 구매 장소

○ 친환경농산물 등의 구매 장소는 '대형마트'가 68.1%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '농협/축협 매장'(43.2%), '생협 및 전문매장'(35.3%) 등의 순으로 나타남

- 구매이유로 '대형마트'는 '다양한 품목'이 52.1%로 1순위이며, '농협/축협 매장'과 '생협 및 전문매장'은 '판매자에 대한 신뢰'가 가장 높은 것으로 나타남

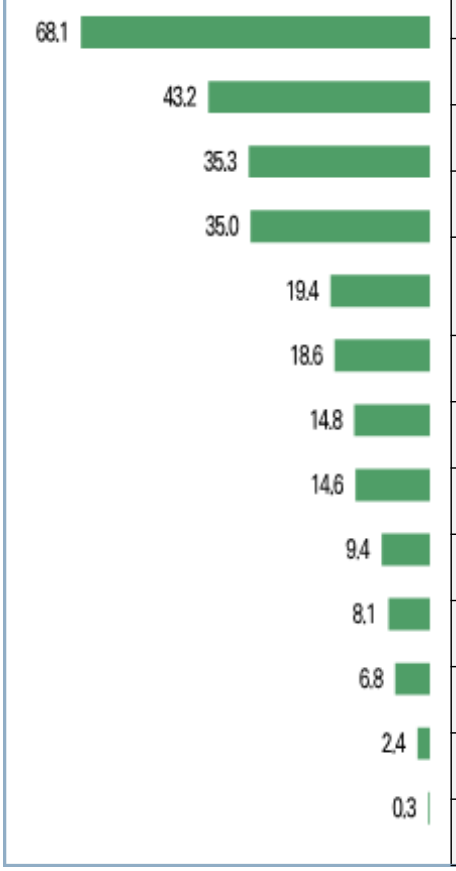
- 온라인 채널의 경우 '온라인 새벽 배송'은 '소포장 등 다양한 단위 판매'가 44.1%로 1순위이며, '일반 인터넷/온라인'은 '타 판매처에 비해 저렴한 가격'이 54.1%로 1순위임

○ '온라인 새벽 배송' 채널의 비중이 35.0%로 코로나19 시점인 '20년도(19.3%) 대비 급격히 증가함

[그림 8] 친환경농산물 등의 구매 장소 및 이용 이유

[친환경농산물 등 구매 장소]

(단위 : %, 구매자 n=914, 복수 응답)



[친환경농산물 등 구매 장소 이용 이유]

(단위 : %, 복수 응답)

구분	1순위	비율	2순위	비율
대형마트 (n=622)	다양한 품목 구비	52.1	다양한 판촉 행사	41.5
농협/축협 매장 (n=74)	판매처/판매자에 대한 신뢰	67.6	다양한 품목 구비	48.6
생협 및 전문매장 (n=323)	판매처/판매자에 대한 신뢰	74.6	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	38.1
온라인 새벽 배송 (n=320)	소포장 등 다양한 단위 판매	44.1	다양한 품목 구비	41.3
산지 생산자 직거래 (n=177)	판매처/판매자에 대한 신뢰	72.3	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	42.9
일반 인터넷/온라인 (n=170)	다른 판매처에 비해 저렴한 가격	54.1	다양한 품목 구비	43.5
SSM (n=395)	소포장 등 다양한 단위 판매	46.8	다양한 품목 구비	42.0
전통시장 (n=133)	다른 판매처에 비해 저렴한 가격	56.4	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	48.1
일반 소매점 (n=86)	소포장 등 다양한 단위 판매	45.3	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	44.2
백화점 (n=135)	판매처/판매자에 대한 신뢰	51.1	다양한 품목 구비	40.0
홈쇼핑 (n=62)	다양한 판촉 행사	53.2	다양한 품목 구비	43.5
편의점 (n=22)	판매처/판매자에 대한 신뢰	45.5	다양한 품목 구비	45.5
기타 (n=3)	다른 판매처에 비해 저렴한 가격	66.7	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	33.3

* 편의점과 기타는 사례 수가 적어 해석에 유의

7. 친환경농산물 등의 구매 품목

○ 최근 1년 이내에 구매한 품목으로는 '과채류'가 58.1%, 친환경농산물로만 구매하는 품목으로는 '엽경채류'가 32.6%로 가장 높은 것으로 나타남

○ 구매 의향이 있는 품목으로는 과채류가 54.7%로 가장 높은 것으로 나타남

[그림 9] 친환경농산물 등 구매 품목

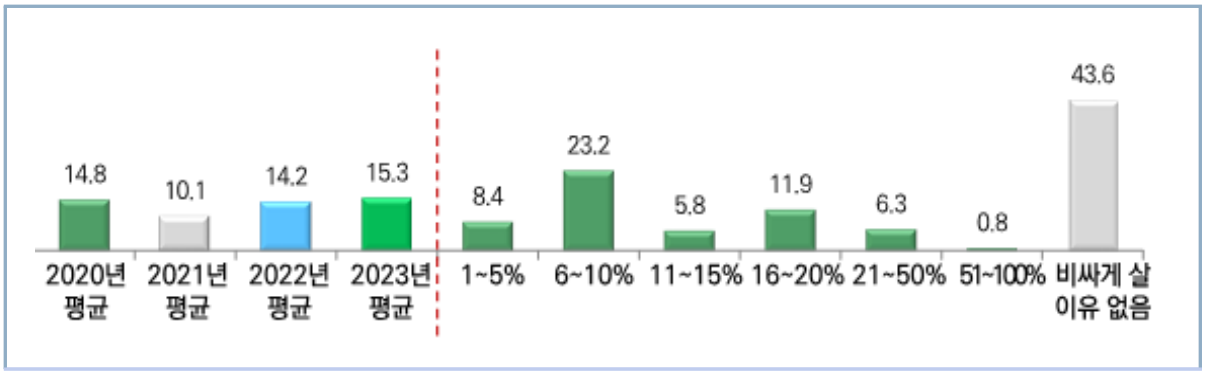
구분	친환경농산물 등 구매 품목(단위: %)		
	최근 1년 이내 구매 품목 (n=914)	친환경 등만 구매하는 품목(n=356)	구매 의향이 있는 품목 (n=1,200)
과채류(딸기, 수박, 오이 등)	58.1	30.9	54.7
엽경채류(상추, 숙주나물 등)	50.4	32.6	44.4
과실류(감, 배, 포도 등)	48.4	23.0	45.8
버섯류(새송이/느타리버섯 등)	47.5	21.6	40.7
미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)	41.8	30.3	39.4
서류(감자, 고구마 등)	40.8	16.3	34.3
유기가공식품(두부, 버터 등)	39.7	23.6	36.5
근채류(무, 당근, 연근 등)	38.8	19.1	33.3
조미채소류(고추, 마늘 등)	37.2	19.4	36.3
두류(콩, 팥, 녹두 등)	32.5	24.4	32.9
산채류(도라지, 더덕 등)	19.5	10.7	29.3
특용작물류(땅콩, 참깨 등)	16.4	5.6	24.0
맥류(밀, 보리 등)	14.8	7.0	20.2
잡곡류(메밀, 수수 등)	13.3	5.3	19.3
구매 의향 없음	-	-	5.0

8. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준

- 응답자들은 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격이 평균 15.3% 더 비싼 수준까지 구매할 수 있다고 응답하였음
- 연평균 가격 프리미엄은 코로나19를 겪는 동안 하락 추세를 보이다가, 해제 이후 이전 수준으로 회복한 것으로 보임
- 구간으로는 6~10%가 가장 많았으며, '비싸게 살 이유 없다'라는 응답은 43.6%임

[그림 10] 친환경농산물의 가격 수준

(단위 : %, n=1,200)

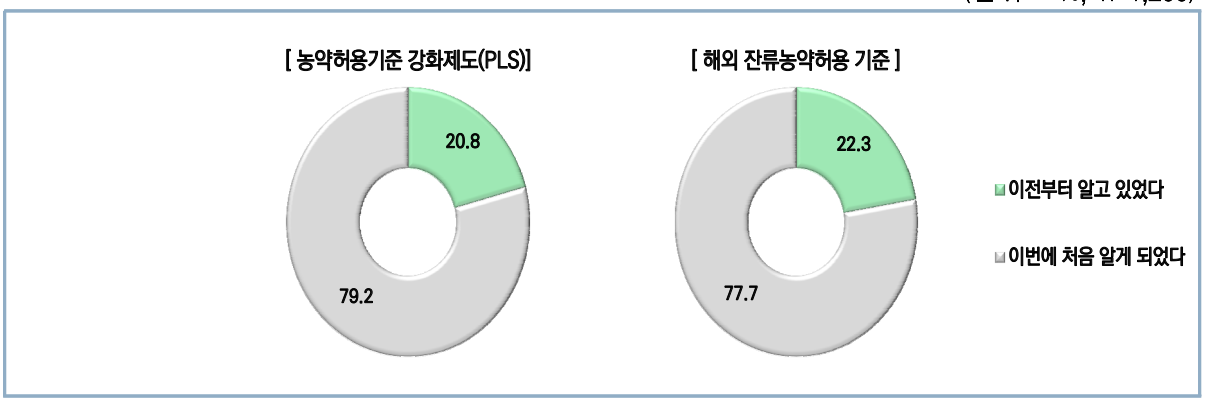


9. 친환경농산물 관련 제도 인지 여부

○ 농약허용기준 강화제도(PLS) 이전부터 알고 있다는 응답은 20.8%, 해외 잔류농약허용 기준에 대해서도 이전부터 알고 있었다는 응답은 22.3%로 매우 낮게 나타남

[그림 11] 친환경농산물 관련 제도 인지 여부

(단위 : %, n=1,200)

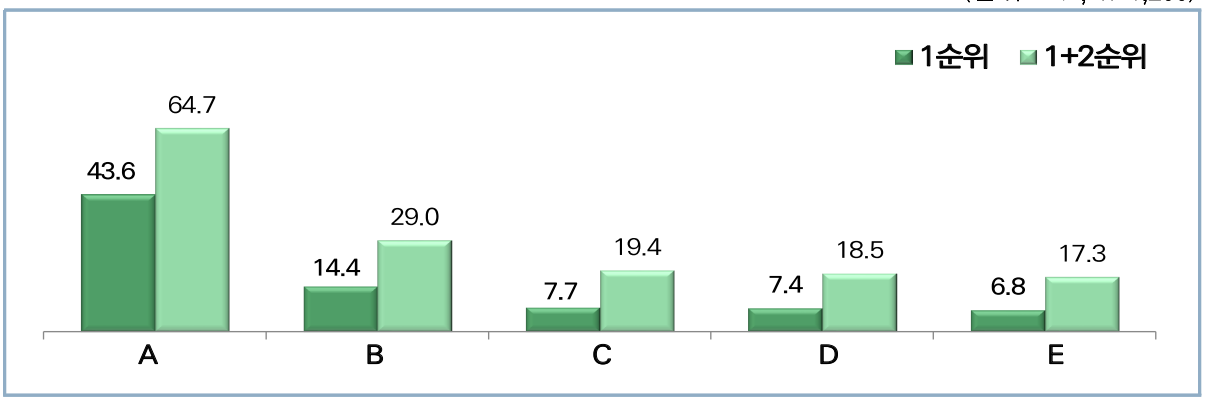


10. 친환경농산물 연상 문구

○ 친환경농산물에 대해서는 최종 생산물에 농약이 전혀 검출되지 않는 '안전한 농산물이다'라는 문구를 가장 잘 연상되는 문구로 인식함

[그림 12] 친환경농산물 연상 문구

(단위 : %, n=1,200)



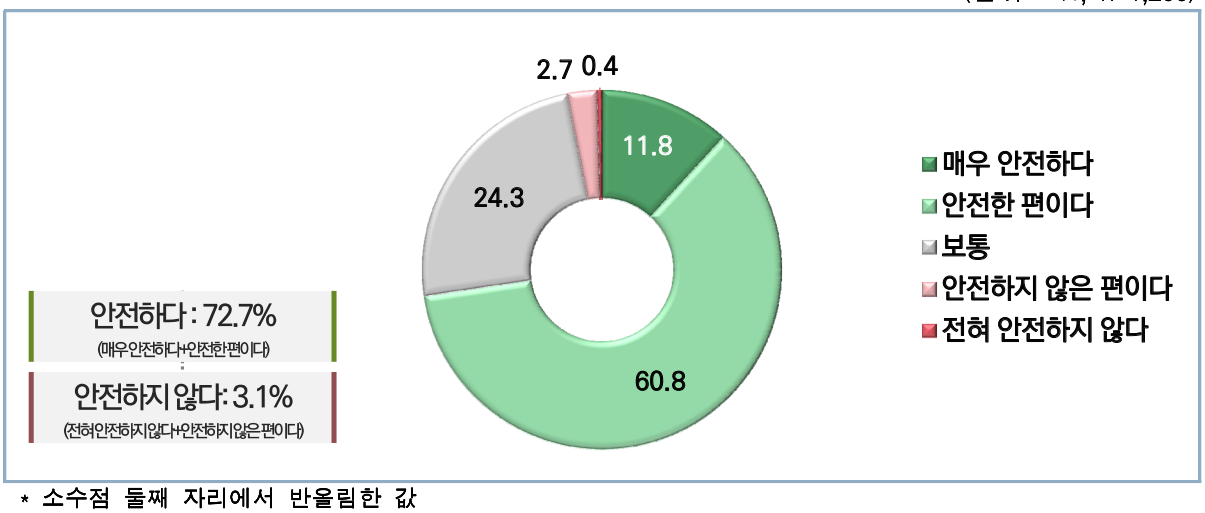
* A : 최종 생산물에 농약이 전혀 검출되지 않는 안전한 농산물이다
B : 건강한 먹거리 생산을 위해 농약 잔류허용기준 내에서 안전하게 생산된 농산물이다
C : 단순 농약 검출 여부보다 지속가능한 친환경농법을 통해 생산한 농산물이다
D : 농약과 화학비료를 사용하지 않거나 최소량만을 사용하여 생산한 농산물이다
E : 우리 자연생태계와 농사환경을 유지, 보전하면서 생산한 농산물이다

11. 친환경농산물의 안전성

○ 친환경농산물의 안전성에 대해서는 '매우 안전하다' 11.8%, '안전한 편이다' 60.8%로 전체 응답자 중 72.7%가 안전하다고 인식함

[그림 13] 친환경농산물의 안전성

(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값

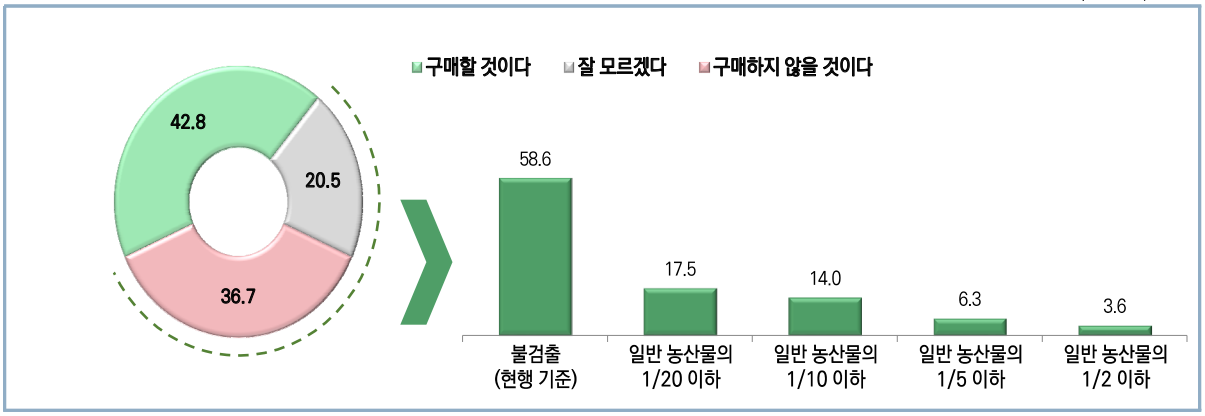
12. 농약 검출 기준의 국제표준 도입 시 구매 의향

○ 현재의 엄격한 국내 농약 검출 기준을 국제적인 수준으로 완화할 시 구매 의향은 42.8%이나, 57.2%는 구매 의향을 보이지 않음(잘 모르겠다. 20.5%, 구매하지 않을 것이다. 36.7%)

- 구매 의향을 보이지 않은 응답자의 58.6%는 현행 기준 유지를 원하고 있음

[그림 14] 농약 검출 기준의 국제표준 도입 시 구매 의향

(단위 : %, n=1,200)

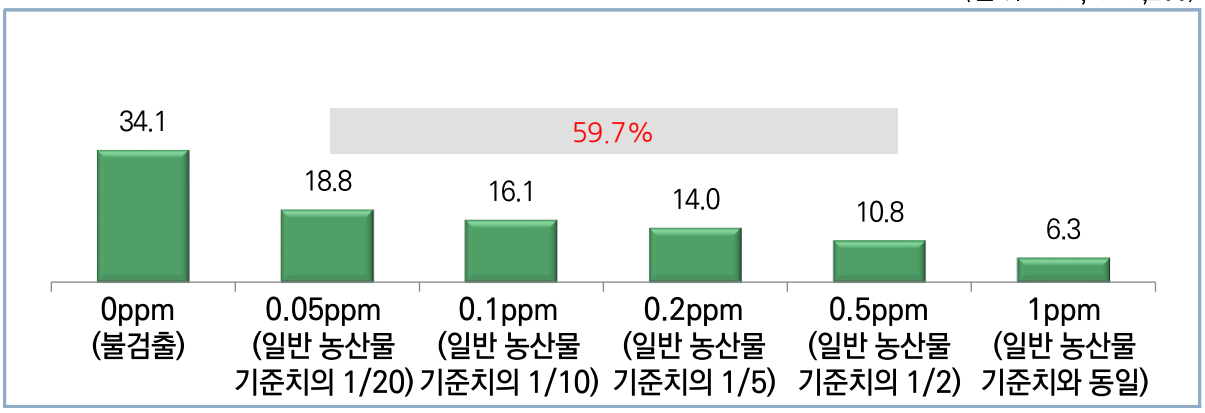


13. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준

○ 잔류농약허용 기준에 대해서는 현행 기준인 불검출이 34.1%로 가장 높게 나타난 가운데, 일반 농산물 기준치 미만이면 된다는 응답은 59.7%로 나타남

[그림 15] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준

(단위 : %, n=1,200)



나. 결론 : 친환경농산물에 대한 소비자 인식 전환 필요

1. 잔류농약 불검출이 친환경이라는 인식

○ 소비자의 60% 이상은 '최종 생산물에서 농약이 검출되지 않는 안전한 생산물'을 친환경농산물로 인식

- 유럽이나 미국 등 국제 기준에 부합하는 잔류농약 허용치로 친환경농산물을 규정하면 응답자의 50% 이상은 구매하지 않겠다는 응답을 보임
- 잔류농약 허용치에 대해서도 90% 이상 1ppm 미만을 기대하고 있으며, 34%는 불검출을 기대함
- 해외 친환경농산물 대비 국내 친환경농산물에 대한 신뢰도는 2배 이상 높게 나타남

2. 친환경농산물을 지속 구매하는 계층 존재

○ 구매 채널, 추가지급 의향 가격 등 일반 농산물 대비 차별점 존재

- 생협 등 전문매장에 대한 이용률이 상대적으로 높게 나타나, 친환경농산물의 전문성을 인식하고 있는 것으로 해석됨
- 친환경농산물에 대해서 6% 이상 가격 프리미엄을 지급하겠다는 응답이 48%로 나타난 가운데, 평균 15% 이상 가격 프리미엄 지급 의향을 보임

3. 친환경농산물 구매이유로 "환경보호에 기여할 수 있다는 점"을 홍보하기 위한 다양한 전략 필요

○ 친환경농산물에 대한 긍정적 인식은 강화되고 있으나, 무농약으로 인한 안전성 측면은 소폭 하락함

- '안전성', '건강'이 친환경농산물의 구매이유로 80% 이상 높게 차지하였고, '환경보호에 기여' 측면은 30% 수준에 머물고 있음
- 이는 잔류농약 허용 기준에 대한 강화가 가져온 부차적인 효과로 보임
- 친환경농산물이 영농공법 등 농약 이외에 친환경적인 측면을 부각하는 영농기법이고, 저탄소, 에너지 절감 등 국제적인 추세에 부응하는 영농법임을 강조하는 홍보 전략이 수반되어야 할 것으로 보임

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제3장

결과 분석

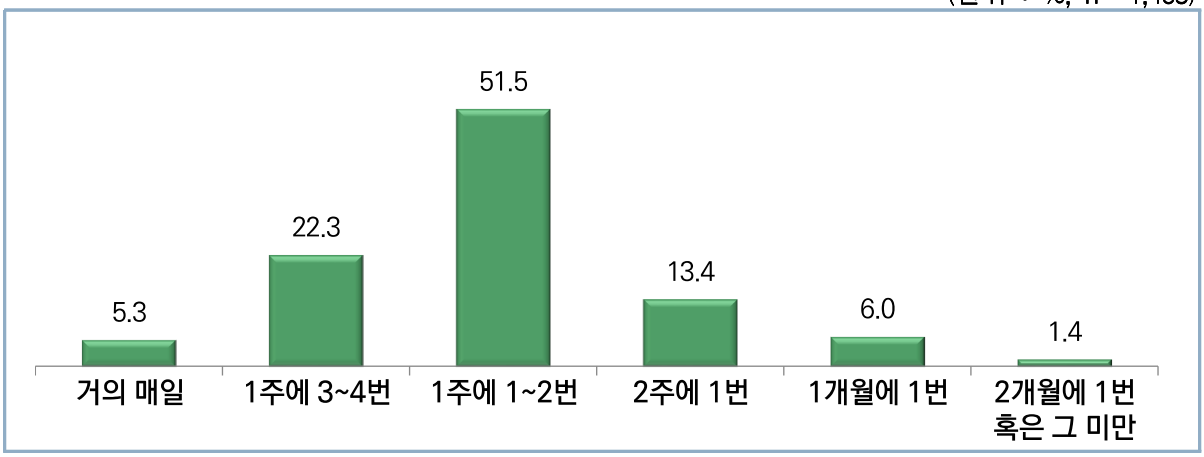
가. 쇼핑 형태 및 인식

1. 농산물 및 가공식품 구매 주기

○ 농산물 및 가공식품의 구매 주기는 '1주에 1~2번'이 51.5%로 가장 높은 비중을 보이며, 다음으로는 '1주에 3~4번'이 22.3%, '2주에 1번'이 13.4% 등의 순으로 나타남

[그림 16] 농산물 및 가공식품 구매 주기

(단위 : %, n[5]=1,465)



5) 농산물을 직접 구매하는 응답자 1,200명이 모집될 때까지 응답한 숫자

[표 7] 농산물 및 가공식품 구매 주기

(단위 : 명, %, n=1,465)

구분		사례 수	거의 매일	1주에 3~4번	1주에 1~2번	2주에 1번	1개월에 1번	2개월에 1번 혹은 그 미만	계
전체		(1,465)	5.3	22.3	51.5	13.4	6.0	1.4	100.0
연령별	20대	(276)	7.6	27.5	42.0	12.3	9.4	1.1	100.0
	30대	(257)	6.6	20.2	49.4	14.8	7.0	1.9	100.0
	40대	(308)	5.2	21.8	51.6	13.6	6.2	1.6	100.0
	50대	(328)	3.7	20.7	53.7	16.5	4.3	1.2	100.0
	60대	(296)	4.1	21.6	59.5	9.8	3.7	1.4	100.0
가구원 수별[6]	1명	(167)	4.2	11.4	45.5	22.2	13.8	3.0	100.0
	2명	(293)	4.8	16.4	58.0	11.9	7.5	1.4	100.0
	3명	(317)	5.0	26.5	54.6	10.4	2.8	0.6	100.0
	4명	(354)	6.5	31.1	52.3	8.5	1.7	0.0	100.0
	5명 이상	(69)	11.6	39.1	39.1	8.7	1.4	0.0	100.0
자녀 연령별* (복수 응답)	영유아	(42)	16.7	33.3	38.1	9.5	2.4	0.0	100.0
	유치원생	(51)	7.8	29.4	47.1	11.8	3.9	0.0	100.0
	초등학생	(129)	7.8	33.3	50.4	7.0	1.6	0.0	100.0
	중학생	(80)	5.0	31.3	56.3	6.3	1.3	0.0	100.0
	고등학생	(120)	5.8	31.7	55.8	5.8	0.8	0.0	100.0
	성인	(425)	4.7	23.5	58.4	9.4	3.1	0.9	100.0
	없음	(498)	5.4	20.3	48.6	15.7	8.6	1.4	100.0
가구 소득별*	200만원 미만	(88)	3.4	17.0	46.6	12.5	14.8	5.7	100.0
	200~300만원 미만	(154)	6.5	18.2	46.1	18.8	7.8	2.6	100.0
	300~400만원 미만	(186)	3.8	26.3	49.5	12.9	7.5	0.0	100.0
	400~500만원 미만	(181)	6.1	27.1	52.5	9.9	4.4	0.0	100.0
	500~600만원 미만	(167)	4.8	22.8	56.3	12.6	3.6	0.0	100.0
	600~700만원 미만	(132)	6.8	26.5	56.1	8.3	1.5	0.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	5.2	26.8	49.5	15.5	3.1	0.0	100.0
	800만원 이상	(195)	7.7	24.6	59.5	6.2	1.5	0.5	100.0
직업별*	농림어업	(8)	25.0	0.0	62.5	0.0	0.0	12.5	100.0
	자영업	(73)	8.2	21.9	61.6	6.8	1.4	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	7.0	23.3	55.8	9.3	2.3	2.3	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	9.1	27.3	34.5	16.4	10.9	1.8	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	4.8	21.0	54.0	13.8	6.1	0.2	100.0
	무직/퇴직	(95)	2.1	18.9	54.7	16.8	4.2	3.2	100.0
	주부	(271)	5.5	32.8	51.3	6.6	3.3	0.4	100.0
	학생	(29)	13.8	31.0	31.0	13.8	3.4	6.9	100.0
	기타	(26)	3.8	15.4	50.0	15.4	15.4	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(649)	6.8	23.1	50.4	12.3	6.0	1.4	100.0
	중소도시	(730)	4.4	21.0	52.6	14.5	6.2	1.4	100.0
	군 지역(읍/면)	(86)	2.3	27.9	50.0	12.8	4.7	2.3	100.0
성별	남성	(310)	4.2	14.2	54.2	18.4	6.8	2.3	100.0
	여성	(1,155)	5.6	24.5	50.7	12.1	5.8	1.2	100.0

6) 가구원 수, 자녀 연령대, 가구소득, 직업 항목은 직접 구매하지 않은 응답자 265명에 대해서는 응답받지 않아 사례 수에서 제외되었음

2. 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(복수 응답)

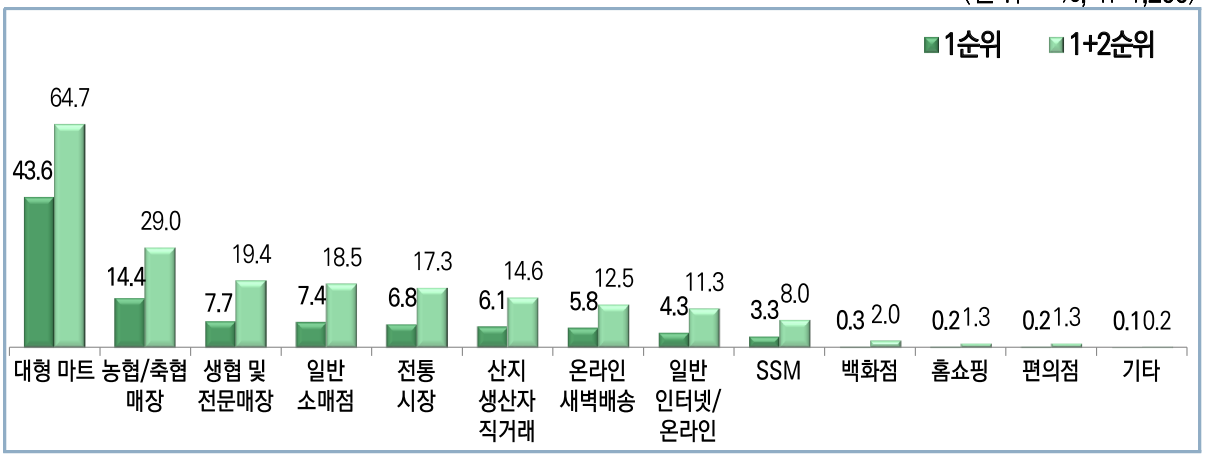
○ 농산물 및 가공식품을 주로 구매하는 장소는 '대형마트'가 43.6%로 가장 높은 비중을 보이며, 다음으로는 '농협/축협 매장'이 14.4%, '생협 및 전문 매장'이 7.7% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 20대는 대형마트의 구매 비중(50.3%)이 상대적으로 높으며, 30대와 40대는 '온라인 새벽 배송(각 10.4%, 10.0%)', 50대와 60대는 '농협/축협 매장(각 13.5%, 17.1%)'에서 상대적으로 구매 비중이 높은 것으로 나타남

- 가격에 민감한 20대는 대형마트를, 가사 노동 및 자녀 양육으로 바쁜 30~40대는 온라인, 품질에 민감한 50~60대는 농협/축협 매장을 선호하는 양상을 보이는 것으로 판단됨

[그림 17] 농산물 및 가공식품 주 구매 장소

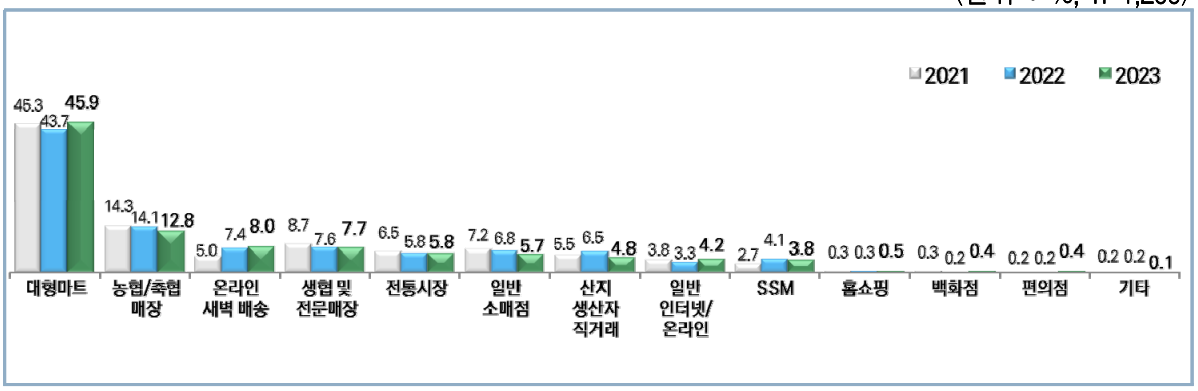
(단위 : %, n=1,200)



* 대형마트 : 이마트, 롯데마트 등
생협 : 한살림, 자연드림, 아이쿱 등
온라인 새벽 배송 : SSG, 마켓컬리, 오아시스, 로켓프레시 등
SSM : 롯데슈퍼, GS더프레시 등
일반 인터넷/온라인 : 오픈마켓 등

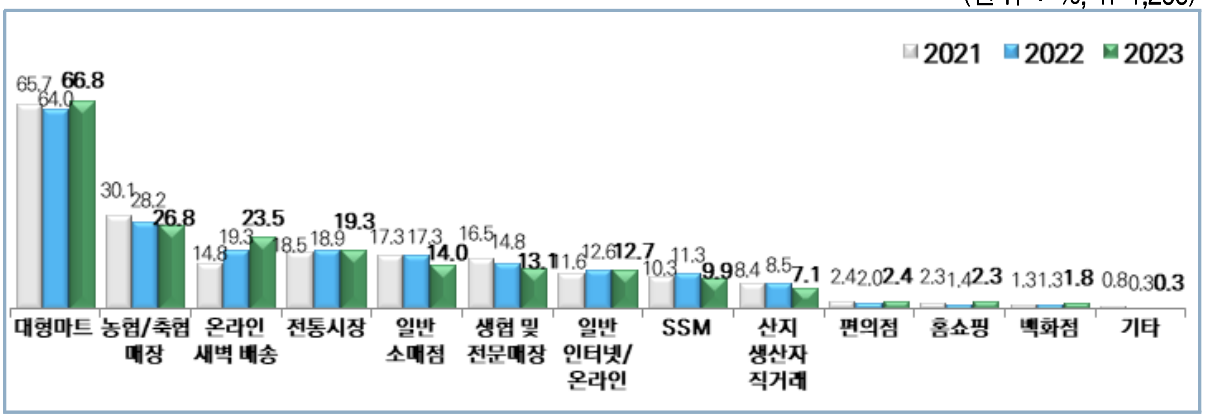
[그림 18] 연도별 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1순위)

(단위 : %, n=1,200)



[그림 19] 연도별 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1+2순위)

(단위 : %, n=1,200)



[표 8] 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1순위)

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	대형 마트	농협/ 축협 매장	온라인 새벽 배송	생협 및 전문 매장	전통 시장	일반 소매점	산지 생산자 직거래	일반 인터넷	SSM	홈쇼핑	백화점	편의점	기타	계
전체		(1,200)	45.9	12.8	8.0	7.7	5.8	5.7	4.8	4.2	3.8	0.5	0.4	0.4	0.1	100.0
연령별	20대	(197)	50.3	9.6	9.1	8.6	0.5	3.0	8.1	3.0	5.1	1.0	0.0	1.0	0.5	100.0
	30대	(211)	43.1	11.4	10.4	6.6	5.2	6.6	6.2	1.9	7.1	0.5	0.0	0.9	0.0	100.0
	40대	(259)	44.4	11.2	10.0	7.7	6.2	6.6	3.9	5.8	3.5	0.0	0.4	0.4	0.0	100.0
	50대	(282)	46.1	13.5	8.5	6.0	6.7	8.2	2.8	4.3	2.8	0.7	0.4	0.0	0.0	100.0
	60대	(251)	46.2	17.1	2.4	9.6	9.2	3.2	4.0	5.2	1.6	0.4	1.2	0.0	0.0	100.0
가구원 수별	1명	(167)	36.5	14.4	9.6	7.8	2.4	9.6	4.8	7.8	4.8	0.6	0.0	1.8	0.0	100.0
	2명	(293)	46.4	14.3	9.2	5.1	7.8	7.5	2.0	3.1	3.4	0.3	0.0	0.7	0.0	100.0
	3명	(317)	48.6	10.4	6.0	9.5	5.4	5.0	5.0	4.1	3.8	0.6	1.3	0.0	0.3	100.0
	4명	(354)	47.5	12.1	7.9	8.2	5.6	4.0	6.5	3.4	4.2	0.6	0.0	0.0	0.0	100.0
	5명 이상	(69)	46.4	15.9	8.7	7.2	8.7	0.0	5.8	4.3	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	45.2	7.1	2.4	19.0	2.4	2.4	9.5	2.4	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	유치원생	(51)	39.2	9.8	15.7	7.8	3.9	3.9	5.9	3.9	7.8	2.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	초등학생	(129)	50.4	10.1	9.3	13.2	4.7	2.3	2.3	3.1	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	중학생	(80)	47.5	7.5	8.8	8.8	7.5	5.0	2.5	7.5	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	고등학생	(120)	51.7	13.3	10.0	8.3	5.8	1.7	2.5	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	성인	(425)	46.1	17.2	5.6	6.1	8.0	5.6	3.3	4.2	2.4	0.5	0.9	0.0	0.0	100.0
	없음	(498)	45.2	11.2	9.0	6.2	4.4	7.0	6.0	4.4	4.4	0.6	0.2	1.0	0.2	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	33.0	20.5	11.4	4.5	2.3	9.1	4.5	6.8	3.4	1.1	0.0	3.4	0.0	100.0
	200~300만원 미만	(154)	43.5	12.3	8.4	6.5	9.7	5.8	3.2	3.9	3.9	1.3	0.0	0.6	0.6	100.0
	300~400만원 미만	(186)	46.2	10.8	5.9	7.0	5.4	7.5	5.9	3.2	7.0	0.5	0.5	0.0	0.0	100.0
	400~500만원 미만	(181)	46.4	15.5	3.9	6.6	6.6	6.1	5.5	7.7	1.1	0.0	0.0	0.6	0.0	100.0
	500~600만원 미만	(167)	50.3	16.2	6.6	4.2	6.0	6.6	3.6	3.0	3.0	0.0	0.6	0.0	0.0	100.0
	600~700만원 미만	(132)	46.2	5.3	11.4	11.4	4.5	3.8	9.1	4.5	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	700~800만원 미만	(97)	45.4	9.3	13.4	11.3	8.2	3.1	1.0	1.0	6.2	0.0	1.0	0.0	0.0	100.0
	800만원 이상	(195)	49.2	12.8	8.2	10.3	3.6	3.6	4.1	3.1	3.1	1.0	1.0	0.0	0.0	100.0
직업별	농림어업	(8)	25.0	62.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(73)	43.8	15.1	8.2	9.6	5.5	5.5	4.1	5.5	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	46.5	12.8	4.7	10.5	7.0	2.3	9.3	2.3	0.0	2.3	1.2	1.2	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	34.5	18.2	1.8	5.5	5.5	10.9	9.1	10.9	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	49.4	10.2	8.8	7.4	5.4	5.2	5.0	3.2	4.5	0.2	0.4	0.4	0.0	100.0
	무직/퇴직	(95)	42.1	14.7	8.4	6.3	6.3	6.3	4.2	7.4	2.1	0.0	0.0	1.1	1.1	100.0
	주부	(271)	44.3	14.4	8.5	7.0	6.6	6.3	2.2	4.4	4.8	0.4	0.7	0.4	0.0	100.0
	학생	(29)	37.9	10.3	10.3	13.8	0.0	3.4	10.3	3.4	6.9	3.4	0.0	0.0	0.0	100.0
	기타	(26)	46.2	11.5	7.7	11.5	7.7	11.5	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	49.5	6.3	8.7	8.3	7.8	6.3	5.0	4.3	2.2	0.6	0.4	0.7	0.0	100.0
	중소도시	(595)	44.4	16.3	8.1	6.7	3.7	5.4	4.5	4.0	5.5	0.5	0.5	0.2	0.2	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	29.7	34.4	1.6	10.9	9.4	3.1	4.7	4.7	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
성별	남성	(200)	48.0	13.5	5.0	6.0	5.0	2.5	8.5	6.0	4.0	0.5	0.5	0.5	0.0	100.0
	여성	(1,000)	45.5	12.6	8.6	8.0	6.0	6.3	4.0	3.8	3.8	0.5	0.4	0.4	0.1	100.0

[표 9] 농산물 및 가공식품 주 구매 장소(1+2순위)

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	대형마트	농협/축협매장	온라인새벽배송	생협 및 전문매장	전통시장	일반소매점	산지생산자직거래	일반인터넷	SSM	홈쇼핑	백화점	편의점	기타
전체		(1,200)	66.8	26.8	23.5	13.1	19.3	14.0	7.1	12.7	9.9	2.3	1.8	2.4	0.3
연령별	20대	(197)	68.5	27.4	31.5	16.8	6.6	9.1	10.2	8.1	10.7	3.6	1.5	5.6	0.5
	30대	(211)	64.9	24.2	30.3	13.3	14.2	13.7	8.1	8.5	14.7	0.9	3.8	3.3	0.0
	40대	(259)	66.4	21.2	27.0	13.5	17.4	17.0	6.2	16.6	9.3	0.8	1.5	2.7	0.4
	50대	(282)	68.4	28.4	19.5	8.9	21.6	17.0	4.6	14.5	10.3	4.3	1.1	1.1	0.4
	60대	(251)	65.3	32.7	12.4	14.3	32.7	11.6	7.6	13.5	5.6	2.0	1.6	0.4	0.4
가구원수별	1명	(167)	59.3	26.3	22.2	13.2	12.0	15.6	9.0	19.2	12.0	3.0	0.0	8.4	0.0
	2명	(293)	67.2	26.3	26.6	7.8	24.2	15.7	4.8	14.0	8.2	1.0	1.0	2.4	0.7
	3명	(317)	66.9	23.3	22.1	16.4	18.0	15.5	7.6	12.0	10.4	2.8	2.8	1.6	0.6
	4명	(354)	70.1	28.8	23.4	14.7	18.6	11.6	7.9	9.0	10.7	2.3	2.3	0.6	0.0
	5명 이상	(69)	65.2	36.2	20.3	11.6	24.6	8.7	5.8	13.0	5.8	4.3	2.9	1.4	0.0
자녀연령별(복수응답)	영유아	(42)	52.4	26.2	35.7	26.2	9.5	11.9	9.5	9.5	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	유치원생	(51)	70.6	19.6	37.3	15.7	5.9	17.6	5.9	11.8	9.8	2.0	3.9	0.0	0.0
	초등학생	(129)	74.4	22.5	30.2	22.5	10.1	12.4	3.1	10.1	11.6	0.8	0.0	2.3	0.0
	중학생	(80)	67.5	18.8	22.5	12.5	26.3	12.5	6.3	12.5	16.3	1.3	3.8	0.0	0.0
	고등학생	(120)	67.5	30.0	27.5	13.3	21.7	9.2	5.8	10.8	10.0	1.7	1.7	0.8	0.0
	성인	(425)	67.1	32.7	17.2	10.4	25.6	14.1	5.6	13.6	8.7	2.6	1.9	0.2	0.2
	없음	(498)	65.7	23.9	26.7	11.8	14.9	14.9	8.6	13.3	9.8	2.8	2.0	5.0	0.6
가구소득별	200만원 미만	(88)	55.7	27.3	21.6	8.0	23.9	19.3	9.1	13.6	10.2	2.3	0.0	9.1	0.0
	200~300만원 미만	(154)	63.6	24.0	26.0	8.4	25.3	16.2	8.4	11.0	6.5	3.9	0.6	4.5	1.3
	300~400만원 미만	(186)	66.1	25.8	20.4	13.4	18.8	13.4	7.0	16.7	12.4	1.6	1.6	1.6	1.1
	400~500만원 미만	(181)	64.1	31.5	19.3	9.9	19.3	14.9	9.4	14.4	8.8	2.2	2.2	3.9	0.0
	500~600만원 미만	(167)	73.1	29.3	22.2	6.6	22.2	15.0	4.2	12.0	10.8	1.2	2.4	1.2	0.0
	600~700만원 미만	(132)	71.2	18.9	25.0	19.7	13.6	13.6	9.8	13.6	9.8	2.3	1.5	0.8	0.0
	700~800만원 미만	(97)	70.1	28.9	34.0	22.7	15.5	10.3	2.1	5.2	9.3	1.0	1.0	0.0	0.0
	800만원 이상	(195)	67.2	27.7	24.1	17.9	15.9	10.8	6.2	11.8	10.8	3.6	3.6	0.5	0.0
직업별	농림어업	(8)	25.0	87.5	25.0	0.0	50.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	(73)	71.2	31.5	24.7	11.0	21.9	11.0	6.8	12.3	4.1	1.4	2.7	1.4	0.0
	판매/영업/서비스직	(86)	65.1	37.2	15.1	12.8	18.6	9.3	12.8	10.5	7.0	5.8	1.2	4.7	0.0
	생산/기능/노무직	(55)	52.7	32.7	12.7	14.5	9.1	23.6	16.4	16.4	14.5	3.6	1.8	1.8	0.0
	사무/관리/전문직	(557)	69.5	23.9	26.9	13.8	17.4	12.2	7.0	11.1	11.7	2.3	2.0	2.0	0.2
	무직/퇴직	(95)	66.3	24.2	16.8	13.7	22.1	15.8	4.2	21.1	6.3	2.1	0.0	6.3	1.1
	주부	(271)	63.5	26.2	23.2	11.1	23.6	18.5	4.4	14.8	10.0	1.5	2.2	0.7	0.4
	학생	(29)	65.5	31.0	27.6	24.1	3.4	3.4	13.8	6.9	10.3	3.4	3.4	6.9	0.0
	기타	(26)	80.8	23.1	19.2	11.5	26.9	19.2	0.0	3.8	3.8	0.0	0.0	7.7	3.8
지역크기	특별/광역시	(541)	68.4	19.0	24.0	15.2	24.6	13.5	7.2	12.8	8.1	2.0	1.8	3.0	0.4
	중소도시	(595)	67.2	31.6	24.5	11.1	12.9	14.6	7.1	11.9	11.8	2.7	2.0	2.2	0.3
	군 지역(읍/면)	(64)	48.4	48.4	9.4	14.1	32.8	12.5	6.3	18.8	7.8	1.6	0.0	0.0	0.0
성별	남성	(200)	73.0	30.0	14.5	14.0	14.5	8.0	10.0	15.0	11.5	2.5	3.5	3.0	0.5
	여성	(1,000)	65.5	26.2	25.3	12.9	20.2	15.2	6.5	12.2	9.6	2.3	1.5	2.3	0.3

3. 친환경농산물 인지도

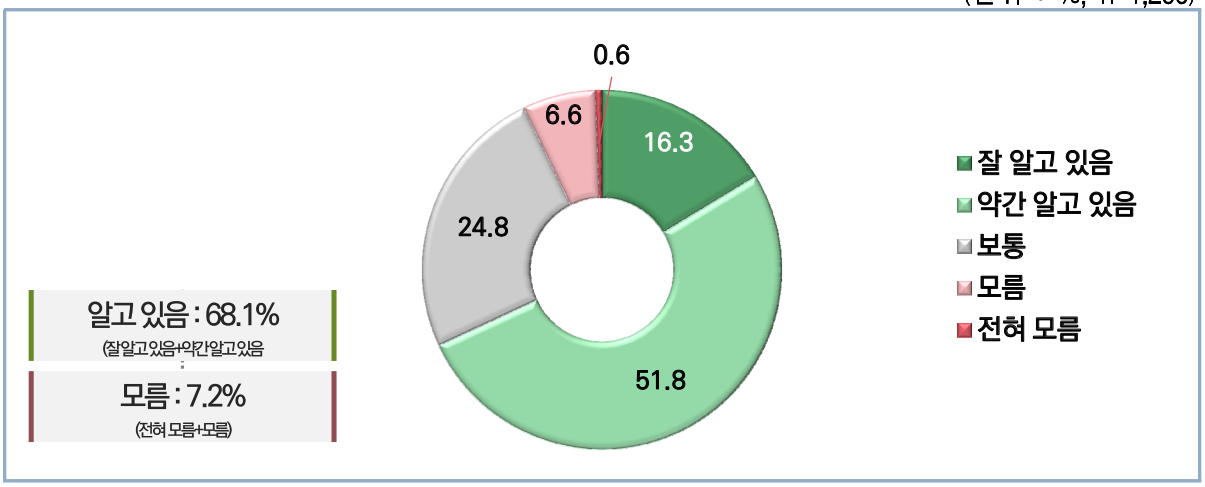
○ 전체 응답자의 68.1%가 친환경농산물에 대해 '알고 있다'라고 응답하였으며, '모른다'라고 응답한 비율은 7.2%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 친환경농산물 인지도가 81.3%로 가장 높았으며, 연령대가 높을수록 친환경농산물의 인지도가 높은 것으로 나타남

○ 가구소득별로는 가구소득이 높을수록 친환경농산물 인지도가 높은 경향을 보임

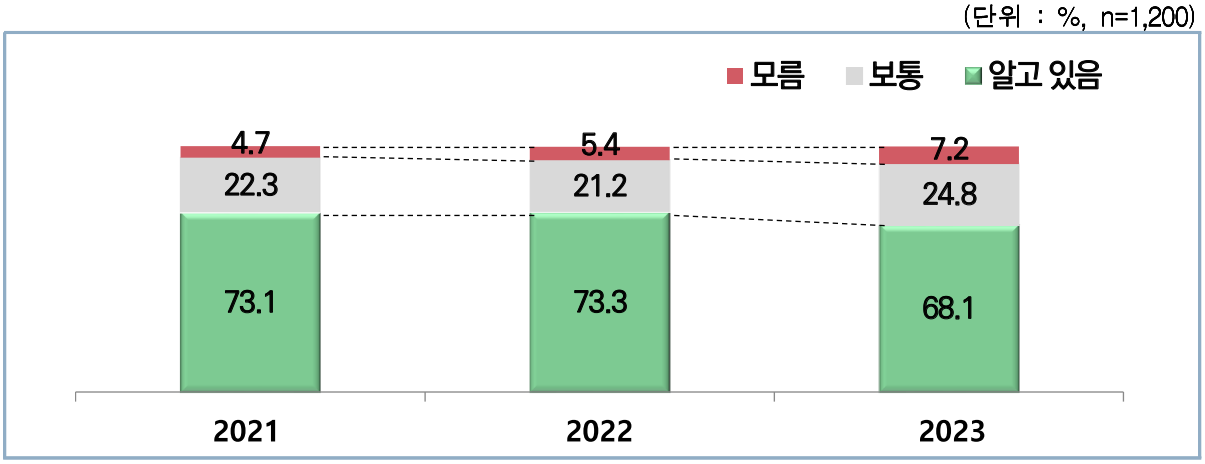
[그림 20] 친환경농산물 인지도

(단위 : %, n=1,200)



[그림 21] 연도별 친환경농산물 인지도

(단위 : %, n=1,200)



[표 10] 친환경농산물 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 모름	②잘 모름	모름 (①+②)	③보통	④약간 알고 있음	⑤잘 알고 있음	알고 있음 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.6	6.6	7.2	24.8	51.8	16.3	68.1	100.0
연령별	20대	(197)	1.5	11.7	13.2	26.9	47.7	12.2	59.9	100.0
	30대	(211)	0.0	10.4	10.4	30.8	48.3	10.4	58.8	100.0
	40대	(259)	0.4	5.4	5.8	29.0	48.6	16.6	65.3	100.0
	50대	(282)	0.4	4.3	4.6	23.8	58.2	13.5	71.6	100.0
	60대	(251)	0.8	3.2	4.0	14.7	53.8	27.5	81.3	100.0
가구원 수별	1명	(167)	1.2	12.0	13.2	34.1	41.3	11.4	52.7	100.0
	2명	(293)	0.3	7.2	7.5	25.9	51.2	15.4	66.6	100.0
	3명	(317)	0.9	6.3	7.3	19.9	55.2	17.7	72.9	100.0
	4명	(354)	0.3	4.8	5.1	25.1	53.7	16.1	69.8	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	1.4	1.4	17.4	53.6	27.5	81.2	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	7.1	7.1	14.3	57.1	21.4	78.6	100.0
	유치원생	(51)	0.0	5.9	5.9	23.5	47.1	23.5	70.6	100.0
	초등학생	(129)	0.0	1.6	1.6	27.1	48.8	22.5	71.3	100.0
	중학생	(80)	0.0	3.8	3.8	18.8	57.5	20.0	77.5	100.0
	고등학생	(120)	0.0	3.3	3.3	22.5	52.5	21.7	74.2	100.0
	성인	(425)	0.5	3.3	3.8	20.0	55.1	21.2	76.2	100.0
	없음	(498)	1.0	11.0	12.0	29.9	47.4	10.6	58.0	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	1.1	9.1	10.2	37.5	45.5	6.8	52.3	100.0
	200~300만원 미만	(154)	1.3	9.7	11.0	30.5	48.1	10.4	58.4	100.0
	300~400만원 미만	(186)	1.1	7.0	8.1	31.2	45.2	15.6	60.8	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.0	7.7	7.7	24.3	51.9	16.0	68.0	100.0
	500~600만원 미만	(167)	1.2	4.2	5.4	21.0	59.9	13.8	73.7	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.0	3.8	3.8	15.9	61.4	18.9	80.3	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	6.2	6.2	16.5	45.4	32.0	77.3	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	5.6	5.6	22.1	53.3	19.0	72.3	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	0.0	0.0	0.0	62.5	37.5	100.0	100.0
	자영업	(73)	1.4	9.6	11.0	23.3	46.6	19.2	65.8	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	1.2	2.3	3.5	20.9	60.5	15.1	75.6	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	1.8	10.9	12.7	36.4	32.7	18.2	50.9	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.4	7.4	7.7	24.1	52.4	15.8	68.2	100.0
	무직/퇴직	(95)	1.1	7.4	8.4	27.4	54.7	9.5	64.2	100.0
	주부	(271)	0.4	3.7	4.1	23.2	53.5	19.2	72.7	100.0
	학생	(29)	0.0	13.8	13.8	37.9	31.0	17.2	48.3	100.0
	기타	(26)	0.0	7.7	7.7	30.8	53.8	7.7	61.5	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.6	7.2	7.8	22.9	50.6	18.7	69.3	100.0
	중소도시	(595)	0.7	6.2	6.9	27.1	51.9	14.1	66.1	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	4.7	4.7	18.8	59.4	17.2	76.6	100.0
성별	남성	(200)	0.5	10.5	11.0	21.5	52.5	15.0	67.5	100.0
	여성	(1,000)	0.6	5.8	6.4	25.4	51.6	16.6	68.2	100.0

[그림 22] 친환경농산물 등의 인지도(심층 면접)

인지도	• 친환경농산물에 대한 인지도는 생협 이용자가 전문/온라인몰 이용자보다 더 높음 • 생협 이용자들은 친환경농산물의 개념에 대해서 이해하고 있었으나, 잘 모르는 편이라고 응답함
질문	• 친환경농산물에 대해 어느 정도 알고 계신가요? 유기농과 무농약농산물 중 무엇이 더 좋다고 생각하시나요?

[20대 남성]
"무농약은 농약을 안 쓰거나 조금만 쓴 거, 유기농 비료인가? 그게 더 좋은 거더라고요. 가격도 비싸고... 유기농이 더 상위개념인가 그럴 거예요."

[40대 여성B]
"저는 잘 몰라서. 그런데 무농약이라고 농약을 아예 안 쓰는 게 아니라 조금만 쓰는 거더라고요. 그러면 비료도 관리하는 유기농이 더 좋은 게 아닌가 싶어요"

[60대 여성]
"저도 잘 몰라요. 친환경(농산물)이 두 가지를 다 포함하는 개념이고, 무농약은 농약을 안 쓰거나 조금만 쓰는 거, 유기농은 거기다 땅이 회복될 수 있게 쉬는 기간도 있고, 비료도 화학비료를 안 쓰고(중략)"

질문	• 그런 정보를 어디서 얻으셨나요?

[20대 남성]
"어머니 장 보러 갈 때 따라가다가 친환경농산물을 알게 됐거든요. 지금은 제가 요리하는 쪽에 있기도 하고, 그래서 인터넷도 찾아보고 했죠(중략). 품질관리원인가? 거기(홈페이지)도 보고."

[30대 여성B]
"저는 아이 이유식 만드는 법을 찾아보다가 알게 됐어요. 유튜브에 영상도 잘 되어 있고(중략), 사려고 보니까 유기농은 국산이 별로 없어서 무농약을 사곤 했는데, 이 차이가 뭘까 하고 찾아보기도 했고요."

[60대 여성]
"한살림 가면 교육도 있고, 그런 게 다 쓰여있어요. 벽에도 붙어 있고."
- Q. 교육받으셨나요? 잘 알고 계시네요?
- "아뇨, 교육을 받은 적은 없어서 잘 몰라요. 가면 다 알 수 있는 거니까"

4. 유기농산물 인지도

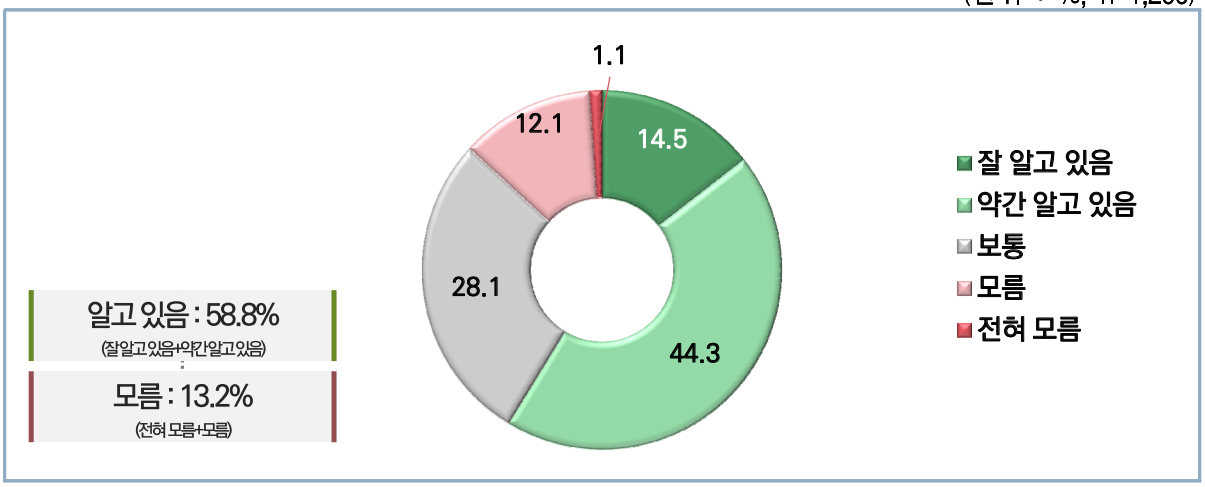
○ 전체 응답자의 58.8%가 유기 가공식품을 '알고 있다'라고 응답하였으며, '모른다'라고 응답한 비율은 13.2%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 유기농산물의 인지도가 69.3%로 가장 높으며, 연령대가 높을수록 인지도가 높은 경향을 보임

○ 자녀 연령별로는 자녀가 성인인 응답자의 인지도가 68.5%로 가장 높으며, 다음으로는 자녀가 '초등학생'인 응답자(66.7%)임

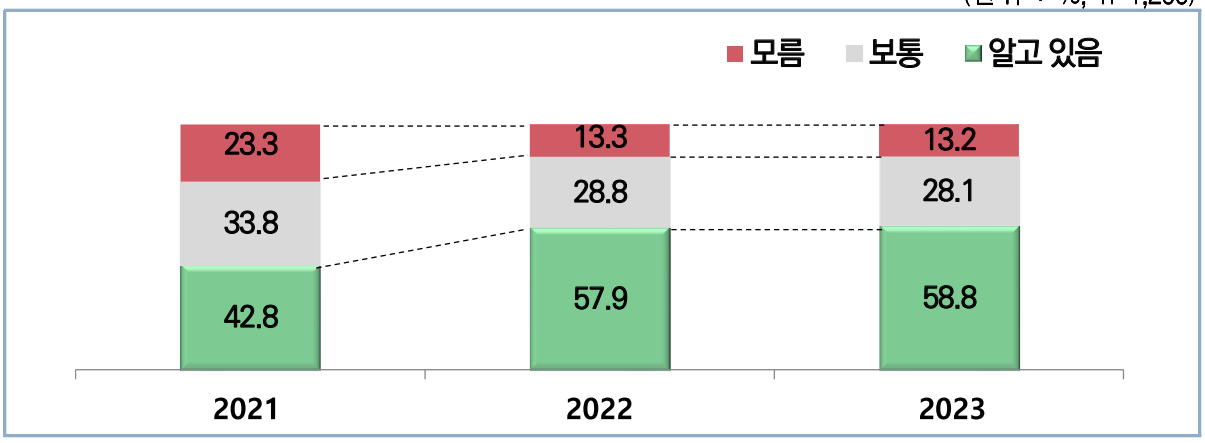
[그림 23] 유기농산물 인지도

(단위 : %, n=1,200)



[그림 24] 연도별 유기농산물 인지도

(단위 : %, n=1,200)



* 2021년 인지도는 '유기가공식품'의 인지도이므로 해석에 유의

[표 11] 유기농산물 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 모름	②별로 모름	모름 (①+②)	③보통	④약간 알고 있음	⑤잘 알고 있음	알고 있음 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	1.1	12.1	13.2	28.1	44.3	14.5	58.8	100.0
연령별	20대	(197)	2.0	14.7	16.8	27.9	40.1	15.2	55.3	100.0
	30대	(211)	1.9	19.0	20.9	28.4	37.9	12.8	50.7	100.0
	40대	(259)	1.2	11.2	12.4	31.3	44.4	12.0	56.4	100.0
	50대	(282)	0.4	9.9	10.3	29.8	48.9	11.0	59.9	100.0
	60대	(251)	0.4	7.6	8.0	22.7	47.4	21.9	69.3	100.0
가구원 수별	1명	(167)	1.2	19.8	21.0	32.3	36.5	10.2	46.7	100.0
	2명	(293)	2.7	13.0	15.7	28.3	43.0	13.0	56.0	100.0
	3명	(317)	0.6	11.0	11.7	27.4	47.3	13.6	60.9	100.0
	4명	(354)	0.3	10.2	10.5	27.1	46.9	15.5	62.4	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	4.3	4.3	24.6	40.6	30.4	71.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	2.4	11.9	14.3	31.0	40.5	14.3	54.8	100.0
	유치원생	(51)	0.0	9.8	9.8	29.4	39.2	21.6	60.8	100.0
	초등학생	(129)	0.0	5.4	5.4	27.9	49.6	17.1	66.7	100.0
	중학생	(80)	1.3	11.3	12.5	31.3	43.8	12.5	56.3	100.0
	고등학생	(120)	0.8	5.0	5.8	35.8	42.5	15.8	58.3	100.0
	성인	(425)	0.2	7.8	8.0	23.5	50.8	17.6	68.5	100.0
	없음	(498)	2.0	17.3	19.3	29.7	38.4	12.7	51.0	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	3.4	15.9	19.3	40.9	35.2	4.5	39.8	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	16.2	16.2	33.8	42.2	7.8	50.0	100.0
	300~400만원 미만	(186)	1.6	16.7	18.3	29.0	37.6	15.1	52.7	100.0
	400~500만원 미만	(181)	1.7	11.0	12.7	32.6	41.4	13.3	54.7	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.6	13.8	14.4	25.7	47.9	12.0	59.9	100.0
	600~700만원 미만	(132)	2.3	8.3	10.6	23.5	50.0	15.9	65.9	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	7.2	7.2	16.5	51.5	24.7	76.3	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	7.2	7.2	23.6	48.2	21.0	69.2	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	0.0	0.0	25.0	37.5	37.5	75.0	100.0
	자영업	(73)	0.0	11.0	11.0	28.8	46.6	13.7	60.3	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	9.3	9.3	26.7	51.2	12.8	64.0	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	1.8	16.4	18.2	32.7	32.7	16.4	49.1	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	1.4	12.2	13.6	26.6	44.5	15.3	59.8	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	14.7	14.7	30.5	38.9	15.8	54.7	100.0
	주부	(271)	1.1	11.8	12.9	28.8	46.9	11.4	58.3	100.0
	학생	(29)	0.0	6.9	6.9	31.0	41.4	20.7	62.1	100.0
	기타	(26)	3.8	15.4	19.2	34.6	30.8	15.4	46.2	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.7	12.0	12.8	25.3	44.7	17.2	61.9	100.0
	중소도시	(595)	1.5	12.1	13.6	30.8	42.9	12.8	55.6	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	12.5	12.5	26.6	53.1	7.8	60.9	100.0
성별	남성	(200)	0.0	9.5	9.5	32.5	44.5	13.5	58.0	100.0
	여성	(1,000)	1.3	12.6	13.9	27.2	44.2	14.7	58.9	100.0

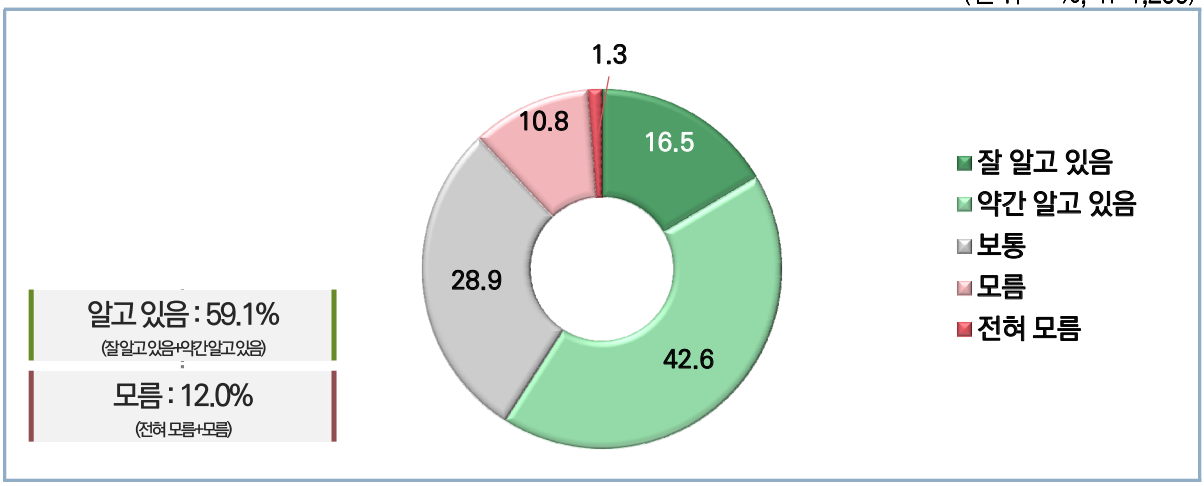
5. 무농약농산물 인지도

○ 전체 응답자의 59.1%가 무농약농산물을 '알고 있다'라고 응답하였으며, '모른다'라고 응답한 비율은 12.0%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 무농약농산물의 인지도가 74.1%로 가장 높게 나타남

[그림 25] 무농약농산물 인지도

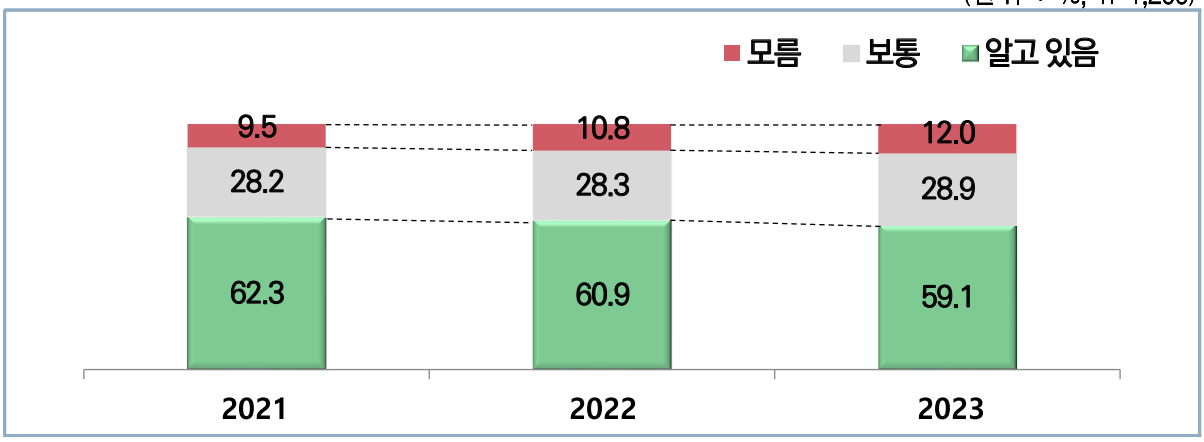
(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 모름(전혀 모름 1.25%, 모름 10.75%)의 응답의 합은 12.00%임

[그림 26] 연도별 무농약농산물 인지도

(단위 : %, n=1,200)



* 2021년 인지도는 '무농약원료 가공식품'의 인지도이므로 해석에 유의

[표 12] 무농약농산물 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 모름	②별로 모름	모름 (①+②)	③보통	④약간 알고 있음	⑤잘 알고 있음	알고 있음 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	1.3	10.8	12.0	28.9	42.6	16.5	59.1	100.0
연령별	20대	(197)	0.5	12.7	13.2	31.0	42.1	13.7	55.8	100.0
	30대	(211)	2.4	16.6	19.0	28.4	41.7	10.9	52.6	100.0
	40대	(259)	1.9	11.2	13.1	31.7	40.2	15.1	55.2	100.0
	50대	(282)	1.1	8.9	9.9	33.7	43.3	13.1	56.4	100.0
	60대	(251)	0.4	6.0	6.4	19.5	45.4	28.7	74.1	100.0
가구원 수별	1명	(167)	2.4	15.0	17.4	30.5	43.7	8.4	52.1	100.0
	2명	(293)	2.4	10.9	13.3	27.3	42.7	16.7	59.4	100.0
	3명	(317)	0.9	12.3	13.2	29.3	39.1	18.3	57.4	100.0
	4명	(354)	0.3	8.2	8.5	30.5	45.2	15.8	61.0	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	5.8	5.8	21.7	42.0	30.4	72.5	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	4.8	11.9	16.7	33.3	31.0	19.0	50.0	100.0
	유치원생	(51)	3.9	5.9	9.8	33.3	41.2	15.7	56.9	100.0
	초등학생	(129)	0.8	9.3	10.1	25.6	45.7	18.6	64.3	100.0
	중학생	(80)	0.0	10.0	10.0	25.0	50.0	15.0	65.0	100.0
	고등학생	(120)	0.0	7.5	7.5	30.0	41.7	20.8	62.5	100.0
	성인	(425)	0.5	7.3	7.8	24.9	45.2	22.1	67.3	100.0
	없음	(498)	1.8	14.7	16.5	31.1	41.0	11.4	52.4	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	3.4	14.8	18.2	38.6	36.4	6.8	43.2	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	15.6	15.6	33.8	38.3	12.3	50.6	100.0
	300~400만원 미만	(186)	1.6	12.4	14.0	28.5	41.4	16.1	57.5	100.0
	400~500만원 미만	(181)	2.2	12.7	14.9	28.2	39.2	17.7	56.9	100.0
	500~600만원 미만	(167)	1.2	10.2	11.4	26.3	47.9	14.4	62.3	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.8	11.4	12.1	23.5	50.8	13.6	64.4	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	2.1	2.1	27.8	36.1	34.0	70.1	100.0
	800만원 이상	(195)	1.0	6.2	7.2	28.2	46.2	18.5	64.6	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	62.5	87.5	100.0
	자영업	(73)	1.4	8.2	9.6	30.1	46.6	13.7	60.3	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	9.3	9.3	25.6	48.8	16.3	65.1	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	1.8	18.2	20.0	27.3	30.9	21.8	52.7	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	1.6	11.5	13.1	26.8	44.2	16.0	60.1	100.0
	무직/퇴직	(95)	1.1	8.4	9.5	37.9	37.9	14.7	52.6	100.0
	주부	(271)	1.1	7.7	8.9	29.9	43.5	17.7	61.3	100.0
	학생	(29)	0.0	13.8	13.8	34.5	41.4	10.3	51.7	100.0
	기타	(26)	0.0	30.8	30.8	42.3	15.4	11.5	26.9	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.9	10.5	11.5	26.8	44.0	17.7	61.7	100.0
	중소도시	(595)	1.7	10.9	12.6	30.8	41.2	15.5	56.6	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	10.9	10.9	29.7	43.8	15.6	59.4	100.0
성별	남성	(200)	1.5	10.0	11.5	32.5	42.0	14.0	56.0	100.0
	여성	(1,000)	1.2	10.9	12.1	28.2	42.7	17.0	59.7	100.0

6. 유기가공식품 인지도

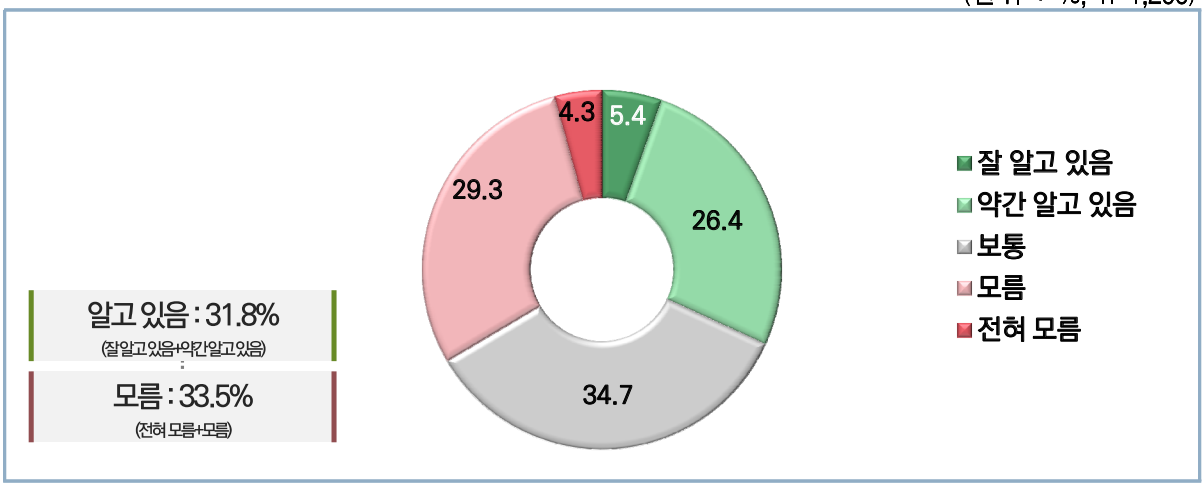
○ 전체 응답자의 31.8%가 유기 가공식품을 '알고 있다'라고 응답하였으며, '모른다'라고 응답한 비율은 33.5%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 유기 가공식품 인지도가 48.2%로 가장 높음

○ 가구소득이 높을수록, 가족 구성원이 많을수록 유기 가공식품의 인지도가 높은 경향을 보임

[그림 27] 유기가공식품 인지도

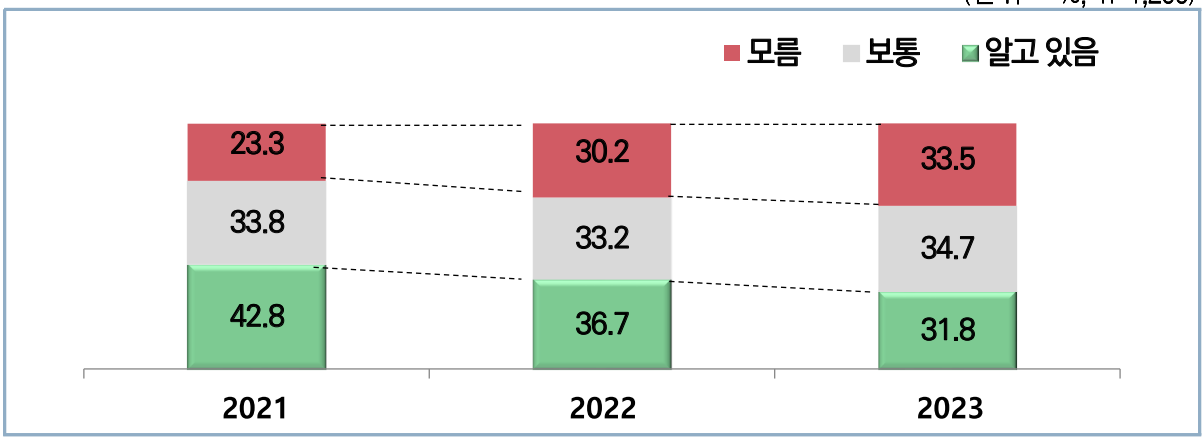
(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 모름(전혀 모름 4.25%, 모름 29.25%)의 응답의 합은 33.50%임

[그림 28] 연도별 유기가공식품 인지도

(단위 : %, n=1,200)



[표 13] 유기가공식품 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 모름	②별로 모름	모름 (①+②)	③보통	④약간 알고 있음	⑤잘 알고 있음	알고 있음 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	4.3	29.3	33.5	34.7	26.4	5.4	31.8	100.0
연령별	20대	(197)	6.1	36.5	42.6	29.9	21.8	5.6	27.4	100.0
	30대	(211)	7.6	35.1	42.7	34.6	19.0	3.8	22.7	100.0
	40대	(259)	5.0	31.7	36.7	32.4	23.6	7.3	30.9	100.0
	50대	(282)	2.1	29.8	31.9	40.1	24.8	3.2	28.0	100.0
	60대	(251)	1.6	15.5	17.1	34.7	41.0	7.2	48.2	100.0
가구원 수별	1명	(167)	6.0	32.9	38.9	33.5	24.6	3.0	27.5	100.0
	2명	(293)	7.2	28.3	35.5	35.5	24.2	4.8	29.0	100.0
	3명	(317)	3.5	31.9	35.3	32.5	26.8	5.4	32.2	100.0
	4명	(354)	2.5	28.0	30.5	36.4	27.7	5.4	33.1	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	18.8	18.8	34.8	31.9	14.5	46.4	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	9.5	23.8	33.3	38.1	16.7	11.9	28.6	100.0
	유치원생	(51)	0.0	23.5	23.5	37.3	19.6	19.6	39.2	100.0
	초등학생	(129)	2.3	27.1	29.5	34.9	24.8	10.9	35.7	100.0
	중학생	(80)	2.5	31.3	33.8	31.3	28.8	6.3	35.0	100.0
	고등학생	(120)	1.7	24.2	25.8	35.0	32.5	6.7	39.2	100.0
	성인	(425)	1.9	21.6	23.5	37.2	34.1	5.2	39.3	100.0
	없음	(498)	6.8	36.5	43.4	32.5	20.3	3.8	24.1	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	5.7	31.8	37.5	43.2	15.9	3.4	19.3	100.0
	200~300만원 미만	(154)	4.5	30.5	35.1	35.7	24.7	4.5	29.2	100.0
	300~400만원 미만	(186)	5.4	30.6	36.0	33.9	24.7	5.4	30.1	100.0
	400~500만원 미만	(181)	5.0	34.8	39.8	31.5	23.8	5.0	28.7	100.0
	500~600만원 미만	(167)	3.0	31.7	34.7	34.7	27.5	3.0	30.5	100.0
	600~700만원 미만	(132)	5.3	24.2	29.5	34.1	28.8	7.6	36.4	100.0
	700~800만원 미만	(97)	1.0	23.7	24.7	34.0	30.9	10.3	41.2	100.0
	800만원 이상	(195)	3.6	24.6	28.2	34.4	31.8	5.6	37.4	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	0.0	0.0	37.5	50.0	12.5	62.5	100.0
	자영업	(73)	4.1	17.8	21.9	39.7	34.2	4.1	38.4	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	3.5	19.8	23.3	38.4	33.7	4.7	38.4	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	7.3	34.5	41.8	25.5	21.8	10.9	32.7	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	5.0	31.1	36.1	32.7	26.2	5.0	31.2	100.0
	무직/퇴직	(95)	1.1	36.8	37.9	35.8	22.1	4.2	26.3	100.0
	주부	(271)	3.7	25.8	29.5	40.6	23.6	6.3	29.9	100.0
	학생	(29)	3.4	37.9	41.4	13.8	37.9	6.9	44.8	100.0
	기타	(26)	3.8	50.0	53.8	26.9	19.2	0.0	19.2	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	4.3	28.5	32.7	33.1	27.0	7.2	34.2	100.0
	중소도시	(595)	4.7	29.4	34.1	35.5	26.2	4.2	30.4	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	34.4	34.4	40.6	23.4	1.6	25.0	100.0
성별	남성	(200)	2.0	27.0	29.0	34.5	32.5	4.0	36.5	100.0
	여성	(1,000)	4.7	29.7	34.4	34.7	25.2	5.7	30.9	100.0

7. 무농약원료 가공식품 인지도

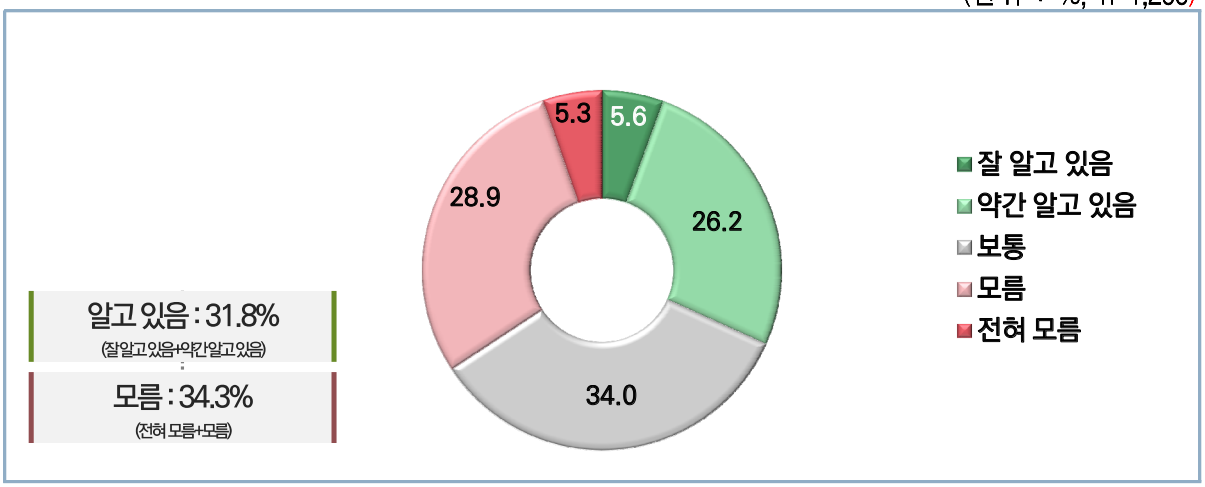
○ 전체 응답자의 31.8%가 무농약원료 가공식품을 '알고 있다'라고 응답하였으며, '모른다'라고 응답한 비율은 34.3%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 유기 가공식품 인지도가 45.8%로 가장 높으며, 다음으로는 50대(30.5%) 순

○ 자녀 연령별로는 자녀가 영유아인 응답자의 인지도가 45.2%로 가장 높음

[그림 29] 무농약원료 가공식품 인지도

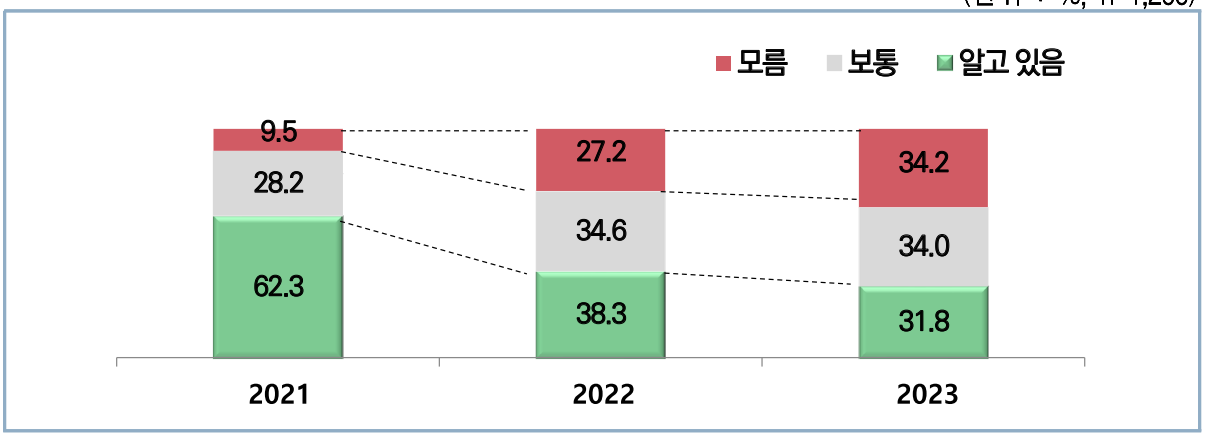
(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 모름(전혀 모름 5.33%, 모름 28.92%)의 응답의 합은 34.25%임

[그림 30] 연도별 무농약원료 가공식품 인지도

(단위 : %, n=1,200)



[표 14] 무농약원료 가공식품 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 모름	②별로 모름	모름 (①+②)	③보통	④약간 알고 있음	⑤잘 알고 있음	알고 있음 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	5.3	28.9	34.3	34.0	26.2	5.6	31.8	100.0
연령별	20대	(197)	7.6	36.0	43.7	26.9	23.4	6.1	29.4	100.0
	30대	(211)	8.1	35.1	43.1	32.7	18.0	6.2	24.2	100.0
	40대	(259)	5.0	35.5	40.5	32.0	22.4	5.0	27.4	100.0
	50대	(282)	3.9	25.5	29.4	40.1	26.2	4.3	30.5	100.0
	60대	(251)	3.2	15.1	18.3	35.9	39.0	6.8	45.8	100.0
가구원 수별	1명	(167)	7.2	35.9	43.1	30.5	21.0	5.4	26.3	100.0
	2명	(293)	8.5	29.4	37.9	31.7	25.3	5.1	30.4	100.0
	3명	(317)	4.7	28.7	33.4	31.9	30.3	4.4	34.7	100.0
	4명	(354)	3.4	27.1	30.5	39.3	24.6	5.6	30.2	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	20.3	20.3	34.8	31.9	13.0	44.9	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	11.9	21.4	33.3	21.4	33.3	11.9	45.2	100.0
	유치원생	(51)	3.9	21.6	25.5	35.3	29.4	9.8	39.2	100.0
	초등학생	(129)	3.9	26.4	30.2	33.3	27.9	8.5	36.4	100.0
	중학생	(80)	1.3	30.0	31.3	41.3	18.8	8.8	27.5	100.0
	고등학생	(120)	1.7	20.0	21.7	40.8	32.5	5.0	37.5	100.0
	성인	(425)	3.3	20.9	24.2	38.6	31.8	5.4	37.2	100.0
	없음	(498)	7.6	37.6	45.2	30.5	19.5	4.8	24.3	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	8.0	29.5	37.5	40.9	15.9	5.7	21.6	100.0
	200~300만원 미만	(154)	7.8	34.4	42.2	30.5	22.1	5.2	27.3	100.0
	300~400만원 미만	(186)	5.4	31.7	37.1	29.0	29.6	4.3	33.9	100.0
	400~500만원 미만	(181)	7.7	31.5	39.2	28.7	27.1	5.0	32.0	100.0
	500~600만원 미만	(167)	3.6	30.5	34.1	37.7	22.8	5.4	28.1	100.0
	600~700만원 미만	(132)	4.5	27.3	31.8	31.8	30.3	6.1	36.4	100.0
	700~800만원 미만	(97)	1.0	17.5	18.6	41.2	30.9	9.3	40.2	100.0
	800만원 이상	(195)	4.1	24.6	28.7	37.9	27.7	5.6	33.3	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	12.5	12.5	12.5	37.5	37.5	75.0	100.0
	자영업	(73)	4.1	19.2	23.3	39.7	30.1	6.8	37.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	4.7	20.9	25.6	39.5	27.9	7.0	34.9	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	9.1	32.7	41.8	16.4	30.9	10.9	41.8	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	5.6	31.2	36.8	32.5	25.9	4.8	30.7	100.0
	무직/퇴직	(95)	3.2	35.8	38.9	34.7	21.1	5.3	26.3	100.0
	주부	(271)	5.9	22.9	28.8	38.7	28.0	4.4	32.5	100.0
	학생	(29)	0.0	44.8	44.8	27.6	17.2	10.3	27.6	100.0
	기타	(26)	7.7	50.0	57.7	30.8	11.5	0.0	11.5	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	5.4	28.3	33.6	30.5	29.2	6.7	35.9	100.0
	중소도시	(595)	5.7	28.9	34.6	37.0	23.7	4.7	28.4	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	1.6	34.4	35.9	35.9	23.4	4.7	28.1	100.0
성별	남성	(200)	3.5	26.5	30.0	35.5	27.5	7.0	34.5	100.0
	여성	(1,000)	5.7	29.4	35.1	33.7	25.9	5.3	31.2	100.0

8. 친환경농산물 등의 정보 습득 채널

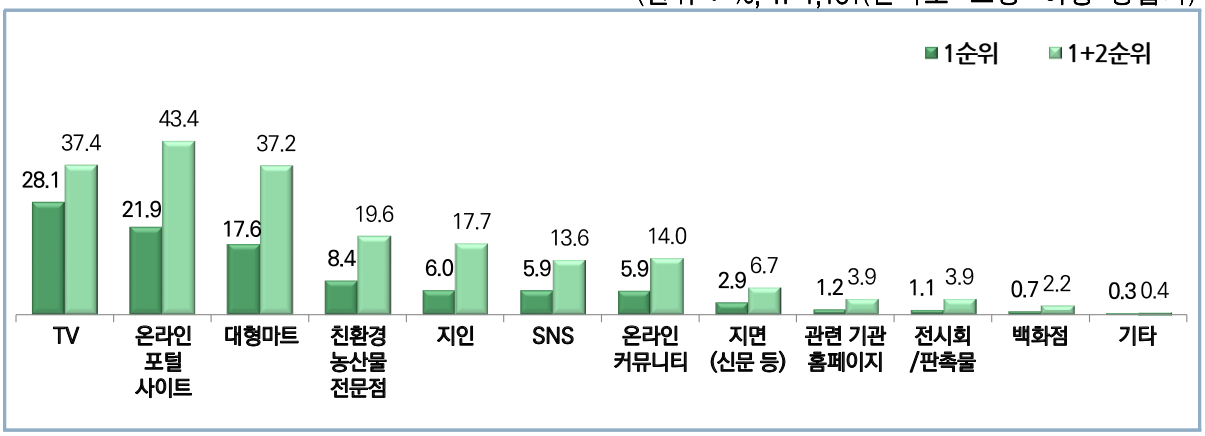
○ 친환경농산물 등에 대한 정보를 얻는 주요 채널은 'TV'가 28.1%로 가장 높으며, 다음으로는 '온라인 포털 사이트' 21.9%, '대형마트' 17.6% 등의 순임

○ 연령별로는 'TV'는 연령대가 높을수록 많이 이용하며, 20대는 '온라인 포털 사이트'를, 30대는 'TV', '온라인 포털 사이트', '대형마트'에서 정보를 골고루 이용하고 있는 것으로 나타남

○ 정보채널 중 SNS는 20대에서 가장 많이 이용하며, 온라인 커뮤니티는 40대에서 가장 많이 이용함

[그림 31] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널

(단위 : %, n=1,161(인지도 '보통' 이상 응답자)



[표 15] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널(1순위)

(단위 : 명, %, n=1,161(인지도 '보통' 이상 응답자))

구분		사례 수	TV	온라인 포털 사이트	대형 마트	친환경 농산물 전문점	지인	SNS	온라인 커뮤니티	지면 (신문 등)	관련 기관 홈페이지	전시회 / 판촉물	백화점	기타	계
전체		(1,161)	28.1	21.9	17.6	8.4	6.0	5.9	5.9	2.9	1.2	1.1	0.7	0.3	100.0
연령별	20대	(190)	19.5	27.4	15.3	4.2	4.2	14.7	4.7	4.7	2.6	1.6	0.5	0.5	100.0
	30대	(199)	21.6	20.1	20.6	6.0	6.0	9.0	8.5	2.5	2.5	1.0	1.5	0.5	100.0
	40대	(248)	28.2	23.8	17.7	4.8	7.3	4.0	9.3	2.0	0.4	0.8	1.2	0.4	100.0
	50대	(277)	32.9	21.7	16.6	11.2	5.4	2.2	5.4	2.5	0.7	1.1	0.4	0.0	100.0
	60대	(247)	34.4	17.4	17.8	14.2	6.9	2.8	1.6	3.2	0.4	1.2	0.0	0.0	100.0
가구원 수별	1명	(154)	21.4	23.4	14.3	8.4	8.4	7.8	5.8	4.5	1.9	1.9	1.3	0.6	100.0
	2명	(283)	31.4	22.6	13.4	8.1	8.5	6.0	4.9	2.1	0.4	1.1	0.7	0.7	100.0
	3명	(307)	28.7	20.5	19.9	8.1	6.5	3.9	6.8	2.9	1.0	1.3	0.3	0.0	100.0
	4명	(348)	27.6	21.3	19.8	8.9	3.2	6.9	5.7	2.9	2.0	0.9	0.9	0.0	100.0
	5명 이상	(69)	29.0	24.6	20.3	8.7	2.9	5.8	5.8	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(40)	17.5	20.0	22.5	10.0	5.0	10.0	12.5	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	100.0
	유치원생	(48)	25.0	22.9	4.2	8.3	4.2	14.6	10.4	2.1	6.3	2.1	0.0	0.0	100.0
	초등학생	(127)	21.3	20.5	21.3	6.3	3.1	5.5	13.4	3.9	1.6	1.6	1.6	0.0	100.0
	중학생	(78)	23.1	21.8	19.2	11.5	9.0	3.8	6.4	1.3	1.3	1.3	1.3	0.0	100.0
	고등학생	(120)	30.0	23.3	19.2	11.7	2.5	5.0	5.0	0.8	0.8	1.7	0.0	0.0	100.0
	성인	(419)	32.2	21.0	16.9	11.9	7.2	1.9	4.3	2.9	0.7	1.0	0.0	0.0	100.0
	없음	(472)	26.1	23.5	16.5	5.3	5.9	9.1	5.5	3.4	1.7	1.1	1.3	0.6	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(81)	37.0	25.9	12.3	3.7	8.6	3.7	3.7	2.5	0.0	1.2	0.0	1.2	100.0
	200~300만원 미만	(149)	36.9	18.1	16.8	5.4	6.0	6.0	4.0	2.0	2.0	2.0	0.0	0.7	100.0
	300~400만원 미만	(177)	31.1	22.0	14.7	8.5	4.0	6.2	9.6	2.3	1.1	0.0	0.6	0.0	100.0
	400~500만원 미만	(173)	26.0	23.1	19.7	7.5	8.7	5.2	3.5	2.9	1.2	1.2	1.2	0.0	100.0
	500~600만원 미만	(164)	31.7	17.7	17.1	7.3	7.3	6.7	6.1	1.2	1.8	1.2	1.8	0.0	100.0
	600~700만원 미만	(131)	21.4	25.2	14.5	7.6	3.1	8.4	7.6	8.4	0.8	0.8	1.5	0.8	100.0
	700~800만원 미만	(96)	19.8	22.9	22.9	11.5	6.3	7.3	5.2	1.0	0.0	3.1	0.0	0.0	100.0
	800만원 이상	(190)	22.1	22.6	21.1	13.7	5.3	4.2	5.8	3.2	1.6	0.5	0.0	0.0	100.0
직업별	농림어업	(8)	37.5	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(68)	33.8	14.7	17.6	7.4	2.9	8.8	7.4	1.5	2.9	1.5	1.5	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(85)	36.5	9.4	20.0	10.6	2.4	5.9	8.2	5.9	1.2	0.0	0.0	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(50)	38.0	12.0	12.0	10.0	12.0	4.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	(539)	23.6	24.7	18.4	7.8	5.6	6.7	6.1	3.3	1.3	1.5	0.9	0.2	100.0
	무직/퇴직	(93)	30.1	25.8	17.2	11.8	5.4	3.2	2.2	2.2	1.1	1.1	0.0	0.0	100.0
	주부	(265)	30.9	21.5	17.7	8.7	7.5	3.8	6.4	1.5	0.4	0.8	0.4	0.4	100.0
	학생	(29)	31.0	27.6	13.8	0.0	6.9	13.8	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	100.0
	기타	(24)	16.7	29.2	12.5	12.5	8.3	12.5	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(525)	28.8	20.6	21.0	8.0	5.9	5.3	5.1	2.7	0.6	0.6	1.3	0.2	100.0
	중소도시	(573)	27.4	22.9	14.5	8.7	6.1	6.5	7.0	3.3	1.6	1.6	0.2	0.3	100.0
	군 지역(읍/면)	(63)	28.6	23.8	17.5	9.5	6.3	6.3	1.6	1.6	3.2	1.6	0.0	0.0	100.0
성별	남성	(192)	27.6	22.4	19.8	2.1	3.6	6.3	8.9	4.2	3.6	0.0	1.6	0.0	100.0
	여성	(969)	28.2	21.8	17.1	9.7	6.5	5.9	5.3	2.7	0.7	1.3	0.5	0.3	100.0

[표 16] 친환경농산물 등의 정보 습득 채널(1+2순위)

(단위 : 명, 복수 %, n=1,161(인지도 '보통' 이상 응답자))

구분		사례 수	TV	온라인 포털 사이트	대형 마트	친환경 농산물 전문점	지인	온라인 커뮤니티	SNS	지면 (신문 등)	전시회 / 판촉물	관련 기관 홈페이지	백화점	기타
전체		(1,161)	37.4	43.4	37.2	19.6	17.7	14.0	13.6	6.7	3.9	3.9	2.2	0.4
연령별	20대	(190)	27.9	41.1	33.2	16.8	11.1	15.3	30.0	10.0	4.2	7.4	2.6	0.5
	30대	(199)	30.7	38.7	39.7	15.6	15.1	17.6	21.1	6.5	6.5	4.5	3.0	1.0
	40대	(248)	38.7	50.4	35.9	15.3	17.7	20.2	8.5	6.0	2.4	2.0	2.0	0.8
	50대	(277)	44.4	46.6	37.9	20.9	18.8	10.5	7.6	4.7	4.0	2.5	2.2	0.0
	60대	(247)	40.9	38.5	38.9	27.5	23.9	8.1	6.9	7.3	2.8	4.0	1.2	0.0
가구원 수별	1명	(154)	28.6	44.2	34.4	20.8	19.5	11.0	16.2	10.4	5.2	5.8	3.2	0.6
	2명	(283)	41.0	42.8	38.5	16.6	22.3	12.4	12.4	5.7	4.6	1.4	1.4	1.1
	3명	(307)	37.5	41.4	36.2	20.2	19.2	17.6	11.4	7.2	3.6	3.6	2.0	0.3
	4명	(348)	37.9	44.8	37.4	22.1	13.5	13.2	14.9	5.7	2.9	5.2	2.3	0.0
	5명 이상	(69)	39.1	46.4	42.0	13.0	10.1	15.9	15.9	5.8	4.3	4.3	2.9	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(40)	25.0	42.5	37.5	20.0	10.0	35.0	20.0	2.5	2.5	5.0	0.0	0.0
	유치원생	(48)	35.4	37.5	25.0	16.7	8.3	29.2	22.9	4.2	10.4	8.3	2.1	0.0
	초등학생	(127)	29.1	46.5	39.4	20.5	8.7	23.6	12.6	8.7	3.9	3.1	3.1	0.8
	중학생	(78)	34.6	47.4	33.3	20.5	20.5	19.2	11.5	2.6	3.8	3.8	2.6	0.0
	고등학생	(120)	45.0	49.2	36.7	20.0	12.5	14.2	10.8	2.5	4.2	4.2	0.8	0.0
	성인	(419)	42.2	45.1	37.7	24.1	20.3	10.3	6.4	6.2	2.9	3.3	1.4	0.0
	없음	(472)	35.0	41.7	36.7	15.7	18.2	12.9	19.3	8.1	4.7	4.2	2.8	0.8
가구 소득별	200만원 미만	(81)	45.7	50.6	29.6	7.4	25.9	11.1	14.8	8.6	2.5	2.5	0.0	1.2
	200~300만원 미만	(149)	46.3	38.9	38.3	13.4	15.4	12.8	13.4	9.4	6.0	4.0	1.3	0.7
	300~400만원 미만	(177)	37.3	44.6	38.4	19.8	16.4	13.6	13.0	5.6	4.0	4.0	3.4	0.0
	400~500만원 미만	(173)	34.7	49.7	35.3	19.7	22.5	12.7	13.9	6.4	2.3	1.7	1.2	0.0
	500~600만원 미만	(164)	40.9	39.6	34.8	16.5	22.6	15.2	14.6	3.7	3.7	4.3	3.7	0.6
	600~700만원 미만	(131)	35.9	45.0	32.1	19.1	12.2	16.0	16.0	10.7	5.3	4.6	2.3	0.8
	700~800만원 미만	(96)	28.1	42.7	42.7	25.0	11.5	12.5	18.8	6.3	5.2	3.1	3.1	1.0
	800만원 이상	(190)	32.1	39.5	43.2	29.5	15.8	16.3	8.4	5.3	2.6	5.8	1.6	0.0
직업별	농림어업	(8)	50.0	50.0	12.5	12.5	25.0	12.5	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	(68)	41.2	36.8	38.2	16.2	13.2	16.2	17.6	1.5	8.8	5.9	4.4	0.0
	판매/영업/서비스직	(85)	41.2	23.5	50.6	21.2	12.9	15.3	16.5	8.2	3.5	4.7	2.4	0.0
	생산/기능/노무직	(50)	44.0	36.0	28.0	26.0	26.0	16.0	6.0	8.0	2.0	6.0	2.0	0.0
	사무/관리/전문직	(539)	34.3	46.0	36.2	19.9	15.6	15.0	14.5	6.9	5.0	3.9	2.2	0.6
	무직/퇴직	(93)	38.7	41.9	38.7	22.6	25.8	4.3	11.8	8.6	3.2	4.3	0.0	0.0
	주부	(265)	40.4	46.8	38.9	17.7	20.4	14.3	8.7	5.7	1.9	2.6	2.3	0.4
	학생	(29)	37.9	48.3	17.2	3.4	13.8	13.8	44.8	6.9	0.0	6.9	3.4	3.4
	기타	(24)	25.0	50.0	37.5	33.3	20.8	12.5	16.7	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(525)	38.7	41.3	39.0	20.6	16.8	13.1	13.9	6.7	2.5	3.6	3.4	0.4
	중소도시	(573)	36.3	44.0	36.1	18.7	18.0	14.8	14.0	7.0	5.4	4.0	1.2	0.5
	군 지역(읍/면)	(63)	36.5	55.6	31.7	19.0	23.8	14.3	7.9	4.8	1.6	4.8	0.0	0.0
성별	남성	(192)	40.1	51.6	35.4	9.9	13.0	15.1	15.6	8.9	2.6	5.2	2.6	0.0
	여성	(969)	36.8	41.8	37.6	21.5	18.7	13.8	13.2	6.3	4.1	3.6	2.1	0.5

9. 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

○ 전체 응답자의 65.8%가 국내산 친환경농산물 등을 '신뢰한다'라고 응답하였으며, '신뢰하지 않는다'라고 응답한 비율은 5.9%로 나타남

○ 연령별로는 20대의 신뢰수준이 74.1%로 가장 높게 나타났는데, 이는 20대의 친환경농산물에 대한 인지도가 가장 낮게 나타난 것과는 반대 양상임

- 20대의 높은 신뢰도는 친환경농산물에 대해 정확히 알고 신뢰한다라고 응답하기 보다는 단순히 친환경이라는 좋은 이미지에 근거하여 응답한 것으로 판단됨

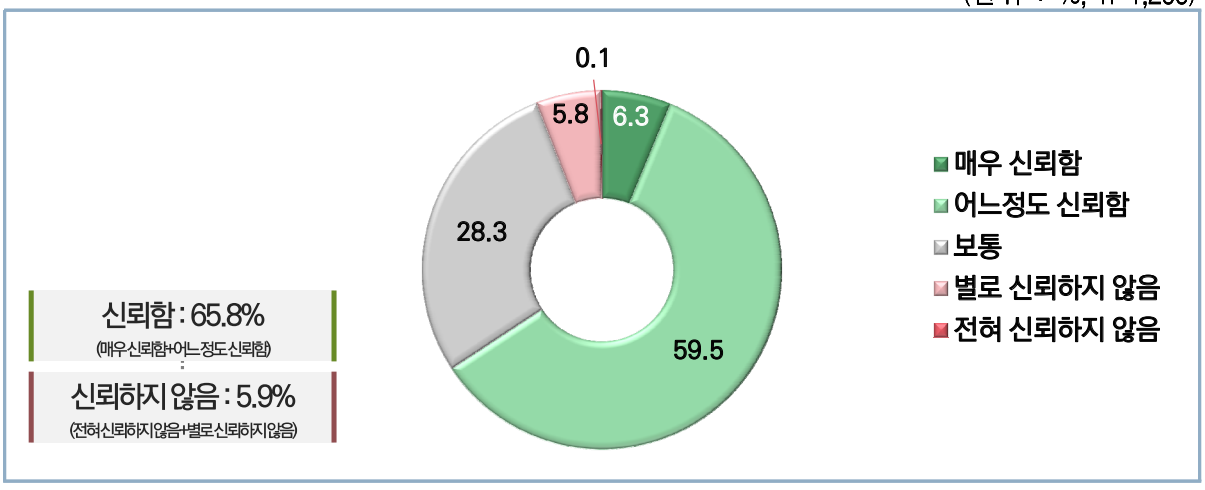
○ 가구원 수별로는 5명 이상 가구의 신뢰수준이 78.3%로 가장 높은 것으로 나타남

○ 가구소득이 높을수록 국내산 친환경농산물 등의 신뢰수준도 높아지는 경향을 보임

○ 성별로는 여성(65.9%)이 남성(65.0%)보다 국내산 친환경농산물에 대한 신뢰도가 소폭 높게 나타남

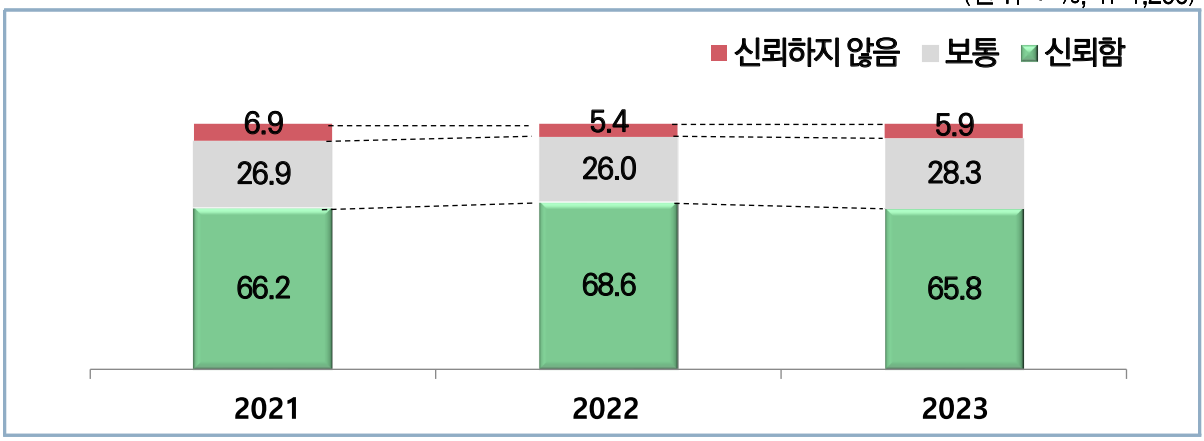
[그림 32] 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : %, n=1,200)



[그림 33] 전년 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : %, n=1,200)



[표 17] 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 신뢰하지 않음	②별로 신뢰하지 않음	신뢰하지 않음 (①+②)	③보통	④어느 정도 신뢰함	⑤매우 신뢰함	신뢰함 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.1	5.8	5.9	28.3	59.5	6.3	65.8	100.0
연령별	20대	(197)	0.0	4.6	4.6	21.3	65.0	9.1	74.1	100.0
	30대	(211)	0.5	5.2	5.7	32.7	56.4	5.2	61.6	100.0
	40대	(259)	0.0	4.2	4.2	31.7	57.1	6.9	64.1	100.0
	50대	(282)	0.0	6.4	6.4	30.9	58.9	3.9	62.8	100.0
	60대	(251)	0.0	8.4	8.4	23.9	61.0	6.8	67.7	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.0	6.6	6.6	30.5	57.5	5.4	62.9	100.0
	2명	(293)	0.3	7.2	7.5	32.4	56.7	3.4	60.1	100.0
	3명	(317)	0.0	7.3	7.3	30.0	56.8	6.0	62.8	100.0
	4명	(354)	0.0	3.4	3.4	24.6	64.7	7.3	72.0	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	4.3	4.3	17.4	62.3	15.9	78.3	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	0.0	0.0	33.3	57.1	9.5	66.7	100.0
	유치원생	(51)	0.0	3.9	3.9	27.5	58.8	9.8	68.6	100.0
	초등학생	(129)	0.0	3.1	3.1	20.9	66.7	9.3	76.0	100.0
	중학생	(80)	0.0	5.0	5.0	21.3	63.8	10.0	73.8	100.0
	고등학생	(120)	0.0	5.8	5.8	21.7	62.5	10.0	72.5	100.0
	성인	(425)	0.0	6.6	6.6	28.0	60.7	4.7	65.4	100.0
	없음	(498)	0.2	6.2	6.4	30.3	57.0	6.2	63.3	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	0.0	10.2	10.2	38.6	47.7	3.4	51.1	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	9.1	9.1	30.5	55.2	5.2	60.4	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.0	7.0	7.0	30.1	55.9	7.0	62.9	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.6	3.9	4.4	26.0	63.0	6.6	69.6	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.0	4.2	4.2	34.7	58.1	3.0	61.1	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.0	5.3	5.3	20.5	68.9	5.3	74.2	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	4.1	4.1	20.6	62.9	12.4	75.3	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	4.6	4.6	26.2	61.5	7.7	69.2	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	25.0	25.0	0.0	62.5	12.5	75.0	100.0
	자영업	(73)	0.0	8.2	8.2	30.1	53.4	8.2	61.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	7.0	7.0	22.1	62.8	8.1	70.9	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	7.3	7.3	36.4	41.8	14.5	56.4	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.2	5.0	5.2	27.6	61.4	5.7	67.1	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	12.6	12.6	27.4	53.7	6.3	60.0	100.0
	주부	(271)	0.0	3.7	3.7	31.4	61.3	3.7	64.9	100.0
	학생	(29)	0.0	0.0	0.0	20.7	72.4	6.9	79.3	100.0
	기타	(26)	0.0	7.7	7.7	30.8	50.0	11.5	61.5	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.2	6.5	6.7	27.4	59.1	6.8	66.0	100.0
	중소도시	(595)	0.0	5.2	5.2	29.6	59.8	5.4	65.2	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	6.3	6.3	25.0	59.4	9.4	68.8	100.0
성별	남성	(200)	0.5	9.5	10.0	25.0	59.5	5.5	65.0	100.0
	여성	(1,000)	0.0	5.1	5.1	29.0	59.5	6.4	65.9	100.0

[그림 34] 친환경농산물 등의 신뢰도(심층 면접)

신뢰도	• 참석자들은 국내산 친환경농산물 등을 더 신뢰하는 것으로 나타남 • 수입산 친환경농산물을 신뢰하지 않는 이유로는 신선도를 지적하였으며, 유아기의 자녀가 있는 30대 여성의 경우에는 수입산 친환경 가공식품은 신뢰할 수 있다고 응답함
질문	• 국내산 친환경농산물과 수입산 친환경농산물이 있다면 어떤 걸 구매하실 건가요? 산지만 다르고 가격이나 장소는 모두 같습니다.

[20대 남성]
"저는 국내산을 선택합니다. 일단 제가 가는 곳이 국내산밖에 없기도 하고, 무엇보다 외국에서 들여오면 그 시간 동안 신선도를 유지하기 위해서 다른 처리가 들어갔을 것 같아요."

[20대 여성]
"저도 국내산이요. 일단 외국에 있는 건 어떻게 만들어지는지 바로 확인할 수 없잖아요. 국내산은 정부에서 점검을 나가서 관리할 수 있으니까 국내산이 더 안전할 것 같아요."

[30대 여성A]
"호주 같은 청정지역에서 키운 농산물이라도 여기까지 오면 신선하지는 않을 것 같아서."

[30대 여성B]
"일단 신선도를 유지하기 위해서 무언가 조치하지 않았을까 그런 생각이 들어서. 가공식품이면 모를까."
- Q.가공식품은 어떻게 생각하십니까?
- "가공식품이면 (국내산보다) 더 좋을 것 같아요."

[50대 여성A]
"수입 제품도 좋겠지만 그래도 신토불이라고 우리나라 사람이면 우리 땅에서 난 걸 먹는 게 더 좋을 것 같아요."

10. 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도

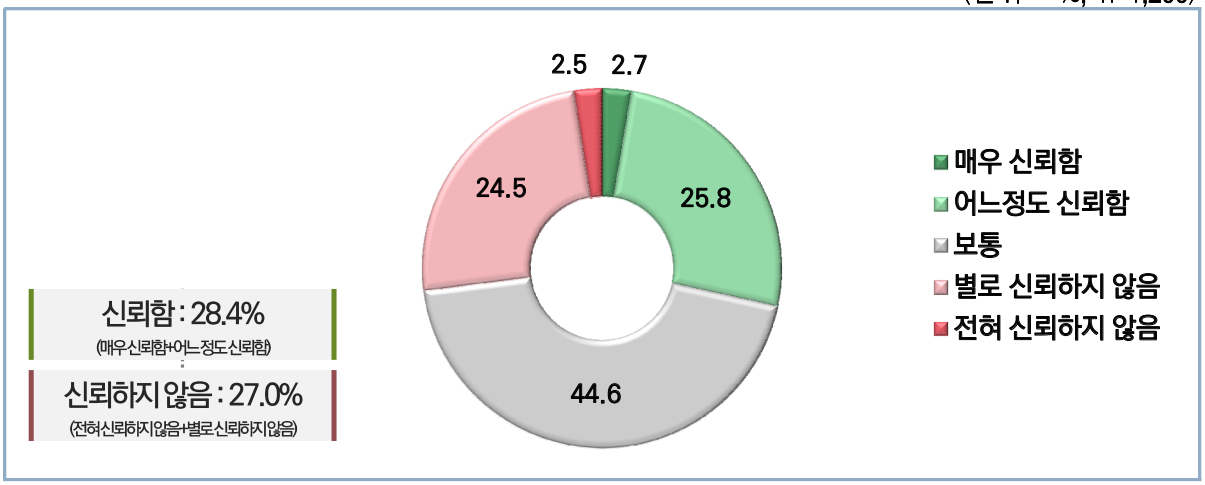
○ 전체 응답자의 28.4%가 수입산 친환경농산물 등을 '신뢰한다'라고 응답하였으며, '신뢰하지 않는다'라고 응답한 비율은 27.0%로 나타남

○ 연령별로는 20대(36.0%)의 신뢰수준이 상대적으로 높게 나타남

○ 가구원 수별로는 5인 이상 가구의 신뢰수준이 34.8%, 4인 가구의 신뢰수준이 34.7%로 높게 나타남

[그림 35] 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도

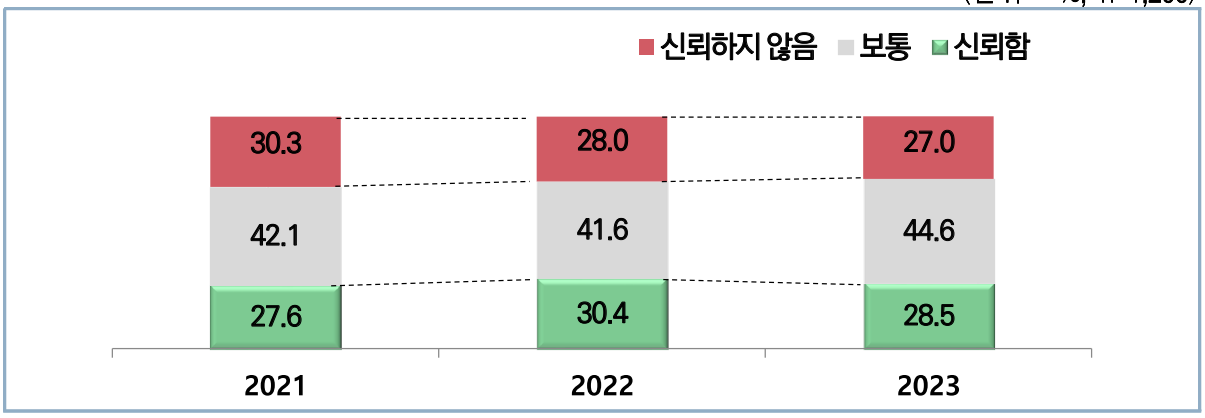
(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 신뢰함(매우 신뢰함 2.67%, 어느 정도 신뢰함 25.75%) 응답의 합은 28.42%임

[그림 36] 전년 대비 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : %, n=1,200)



[표 18] 수입산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 신뢰하지 않음	②별로 신뢰하지 않음	신뢰하지 않음 (①+②)	③보통	④어느 정도 신뢰함	⑤매우 신뢰함	신뢰함 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	2.5	24.5	27.0	44.6	25.8	2.7	28.4	100.0
연령별	20대	(197)	1.5	16.2	17.8	46.2	31.0	5.1	36.0	100.0
	30대	(211)	1.4	24.6	26.1	49.3	21.8	2.8	24.6	100.0
	40대	(259)	2.7	25.5	28.2	42.9	25.1	3.9	29.0	100.0
	50대	(282)	2.8	24.8	27.7	44.7	27.3	0.4	27.7	100.0
	60대	(251)	3.6	29.5	33.1	41.0	23.9	2.0	25.9	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.6	22.8	23.4	52.1	21.6	3.0	24.6	100.0
	2명	(293)	2.4	31.4	33.8	44.7	20.5	1.0	21.5	100.0
	3명	(317)	3.2	24.6	27.8	43.8	26.2	2.2	28.4	100.0
	4명	(354)	2.5	21.2	23.7	41.5	31.9	2.8	34.7	100.0
	5명 이상	(69)	4.3	15.9	20.3	44.9	24.6	10.1	34.8	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	21.4	21.4	47.6	19.0	11.9	31.0	100.0
	유치원생	(51)	0.0	25.5	25.5	33.3	31.4	9.8	41.2	100.0
	초등학생	(129)	1.6	20.2	21.7	43.4	29.5	5.4	34.9	100.0
	중학생	(80)	3.8	25.0	28.8	30.0	36.3	5.0	41.3	100.0
	고등학생	(120)	2.5	24.2	26.7	38.3	33.3	1.7	35.0	100.0
	성인	(425)	3.5	26.8	30.4	44.5	23.8	1.4	25.2	100.0
	없음	(498)	2.2	23.5	25.7	47.6	23.9	2.8	26.7	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	3.4	30.7	34.1	48.9	15.9	1.1	17.0	100.0
	200~300만원 미만	(154)	3.9	33.1	37.0	39.6	20.8	2.6	23.4	100.0
	300~400만원 미만	(186)	2.2	18.3	20.4	46.2	29.6	3.8	33.3	100.0
	400~500만원 미만	(181)	1.7	22.1	23.8	50.8	23.8	1.7	25.4	100.0
	500~600만원 미만	(167)	2.4	28.1	30.5	41.9	25.7	1.8	27.5	100.0
	600~700만원 미만	(132)	1.5	23.5	25.0	45.5	26.5	3.0	29.5	100.0
	700~800만원 미만	(97)	2.1	23.7	25.8	41.2	26.8	6.2	33.0	100.0
	800만원 이상	(195)	3.1	21.0	24.1	42.6	31.3	2.1	33.3	100.0
직업별	농림어업	(8)	12.5	25.0	37.5	50.0	12.5	0.0	12.5	100.0
	자영업	(73)	2.7	23.3	26.0	47.9	23.3	2.7	26.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	8.1	18.6	26.7	46.5	22.1	4.7	26.7	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	27.3	27.3	45.5	21.8	5.5	27.3	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	2.0	23.0	25.0	43.3	28.7	3.1	31.8	100.0
	무직/퇴직	(95)	2.1	27.4	29.5	45.3	24.2	1.1	25.3	100.0
	주부	(271)	1.8	31.0	32.8	42.8	23.2	1.1	24.4	100.0
	학생	(29)	0.0	3.4	3.4	48.3	41.4	6.9	48.3	100.0
	기타	(26)	7.7	19.2	26.9	65.4	7.7	0.0	7.7	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	2.2	24.2	26.4	42.0	27.9	3.7	31.6	100.0
	중소도시	(595)	2.7	24.2	26.9	46.2	24.9	2.0	26.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	3.1	29.7	32.8	51.6	15.6	0.0	15.6	100.0
성별	남성	(200)	2.0	18.0	20.0	42.0	34.0	4.0	38.0	100.0
	여성	(1,000)	2.6	25.8	28.4	45.1	24.1	2.4	26.5	100.0

11. 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

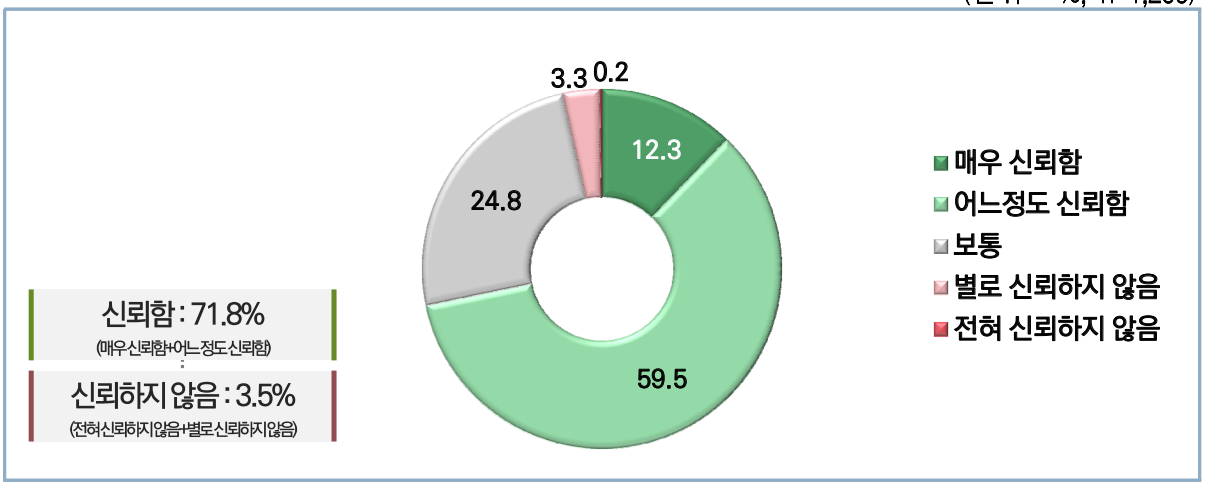
○ 전체 응답자의 71.8%가 수입산보다 국내산 친환경농산물 등을 '신뢰한다'라고 응답하였으며, '신뢰하지 않는다'라고 응답한 비율은 3.5%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 신뢰수준이 75.7%로 가장 높고, 다음으로는 20대가 75.1%로 나타남

○ 가구소득별로는 소득과 수입산 대비 국내산의 신뢰도가 비례하는 것으로 나타나며, '200만원 미만'에 소득이 위치한 응답자의 신뢰도가 61.4%로 가장 낮음

[그림 37] 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : %, n=1,200)



[표 19] 수입산 대비 국내산 친환경농산물 등의 신뢰도

(단위 : 명, % n=1,200)

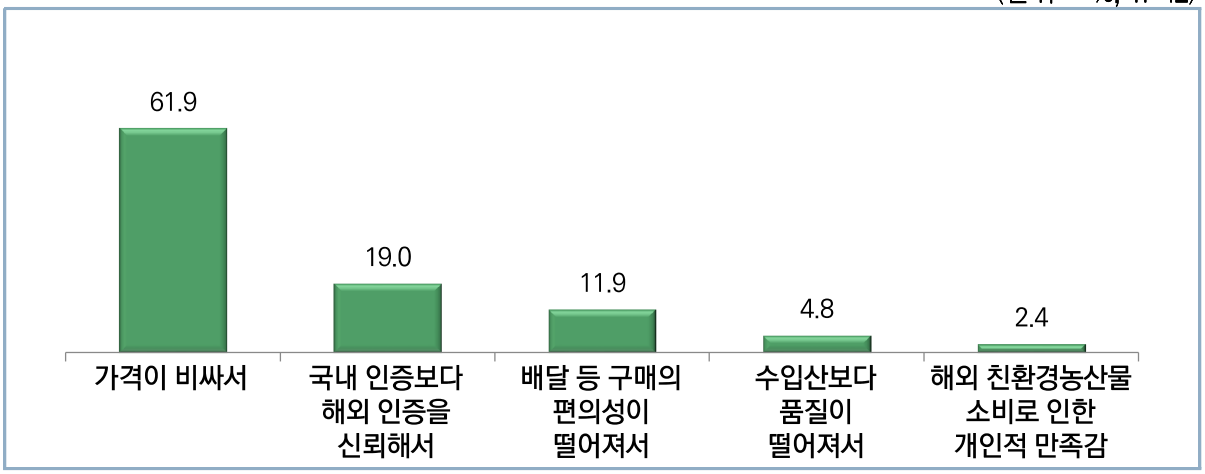
구분		사례 수	①전혀 신뢰하지 않음	②별로 신뢰하지 않음	신뢰하지 않음 (①+②)	③보통	④어느 정도 신뢰함	⑤매우 신뢰함	신뢰함 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.2	3.3	3.5	24.8	59.5	12.3	71.8	100.0
연령별	20대	(197)	0.0	4.1	4.1	20.8	58.4	16.8	75.1	100.0
	30대	(211)	0.9	2.4	3.3	27.5	56.9	12.3	69.2	100.0
	40대	(259)	0.0	2.7	2.7	29.3	57.9	10.0	68.0	100.0
	50대	(282)	0.0	2.5	2.5	26.2	63.5	7.8	71.3	100.0
	60대	(251)	0.0	5.2	5.2	19.1	59.8	15.9	75.7	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.0	3.0	3.0	26.3	63.5	7.2	70.7	100.0
	2명	(293)	0.3	5.5	5.8	29.0	55.3	9.9	65.2	100.0
	3명	(317)	0.3	4.1	4.4	23.7	58.4	13.6	71.9	100.0
	4명	(354)	0.0	0.8	0.8	23.4	61.9	13.8	75.7	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	4.3	4.3	14.5	60.9	20.3	81.2	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	2.4	2.4	28.6	59.5	9.5	69.0	100.0
	유치원생	(51)	2.0	3.9	5.9	25.5	43.1	25.5	68.6	100.0
	초등학생	(129)	0.0	2.3	2.3	21.7	62.0	14.0	76.0	100.0
	중학생	(80)	0.0	3.8	3.8	21.3	62.5	12.5	75.0	100.0
	고등학생	(120)	0.0	2.5	2.5	21.7	65.0	10.8	75.8	100.0
	성인	(425)	0.0	4.0	4.0	21.4	62.1	12.5	74.6	100.0
	없음	(498)	0.2	3.0	3.2	28.5	57.4	10.8	68.3	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	0.0	5.7	5.7	33.0	55.7	5.7	61.4	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	3.9	3.9	29.2	57.8	9.1	66.9	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.0	3.8	3.8	26.3	60.2	9.7	69.9	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.6	3.3	3.9	23.2	59.1	13.8	72.9	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.0	3.0	3.0	25.7	64.7	6.6	71.3	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.8	2.3	3.0	21.2	59.1	16.7	75.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	2.1	2.1	20.6	57.7	19.6	77.3	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	3.1	3.1	21.0	59.0	16.9	75.9	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	12.5	12.5	12.5	62.5	12.5	75.0	100.0
	자영업	(73)	0.0	4.1	4.1	31.5	47.9	16.4	64.4	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	5.8	5.8	16.3	67.4	10.5	77.9	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	5.5	5.5	27.3	49.1	18.2	67.3	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.4	2.5	2.9	26.4	57.8	12.9	70.7	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	4.2	4.2	26.3	63.2	6.3	69.5	100.0
	주부	(271)	0.0	3.7	3.7	21.0	65.3	10.0	75.3	100.0
	학생	(29)	0.0	0.0	0.0	10.3	72.4	17.2	89.7	100.0
	기타	(26)	0.0	0.0	0.0	46.2	34.6	19.2	53.8	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.2	4.1	4.3	23.5	59.1	13.1	72.3	100.0
	중소도시	(595)	0.2	2.5	2.7	26.9	59.3	11.1	70.4	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	4.7	4.7	15.6	64.1	15.6	79.7	100.0
성별	남성	(200)	0.5	6.0	6.5	30.5	52.0	11.0	63.0	100.0
	여성	(1,000)	0.1	2.8	2.9	23.6	61.0	12.5	73.5	100.0

12. 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유

○ 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유는 '가격이 비싸서'가 61.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '국내 인증보다 해외 인증을 신뢰해서' 19.0%, '배달 등 구매의 편의성이 떨어져서' 11.9% 등의 순으로 나타남

[그림 38] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유

(단위 : %, n=42)



* n : 수입산 선호 응답자

[표 20] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하지 않는 이유

(단위 : 명, %, n=42)

구분		사례 수	가격이 비싸서	해외 인증을 더 신뢰해서	배달 등 구매의 편의성이 떨어져서	수입산보다 품질이 떨어져서	수입품을 소비하여 얻는 개인적 만족감	계
전체		(42)	61.9	19.0	11.9	4.8	2.4	100.0
연령별	20대	(8)	50.0	12.5	25.0	0.0	12.5	100.0
	30대	(7)	71.4	14.3	0.0	14.3	0.0	100.0
	40대	(7)	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0	100.0
	50대	(7)	85.7	0.0	14.3	0.0	0.0	100.0
	60대	(13)	46.2	38.5	7.7	7.7	0.0	100.0
가구원수별	1명	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	100.0
	2명	(17)	41.2	35.3	17.6	5.9	0.0	100.0
	3명	(14)	78.6	7.1	0.0	7.1	7.1	100.0
	4명	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	5명 이상	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	유치원생	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	100.0
	초등학생	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	중학생	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	고등학생	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	성인	(17)	58.8	29.4	5.9	5.9	0.0	100.0
	없음	(16)	50.0	18.8	25.0	0.0	6.3	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	200~300만원 미만	(6)	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	100.0
	300~400만원 미만	(7)	14.3	42.9	14.3	28.6	0.0	100.0
	400~500만원 미만	(7)	85.7	14.3	0.0	0.0	0.0	100.0
	500~600만원 미만	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	100.0
	600~700만원 미만	(4)	50.0	0.0	25.0	0.0	25.0	100.0
	700~800만원 미만	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	800만원 이상	(6)	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	100.0
직업별	농림어업	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(3)	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(5)	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	(16)	43.8	37.5	6.3	6.3	6.3	100.0
	무직/퇴직	(4)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	주부	(10)	80.0	0.0	10.0	10.0	0.0	100.0
	학생	-	-	-	-	-	-	-
	기타	-	-	-	-	-	-	-
지역 크기	특별/광역시	(23)	65.2	26.1	4.3	0.0	4.3	100.0
	중소도시	(16)	62.5	12.5	12.5	12.5	0.0	100.0
	군 지역(읍/면)	(3)	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	100.0
성별	남성	(13)	69.2	23.1	0.0	7.7	0.0	100.0
	여성	(29)	58.6	17.2	17.2	3.4	3.4	100.0

13. 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하는 이유

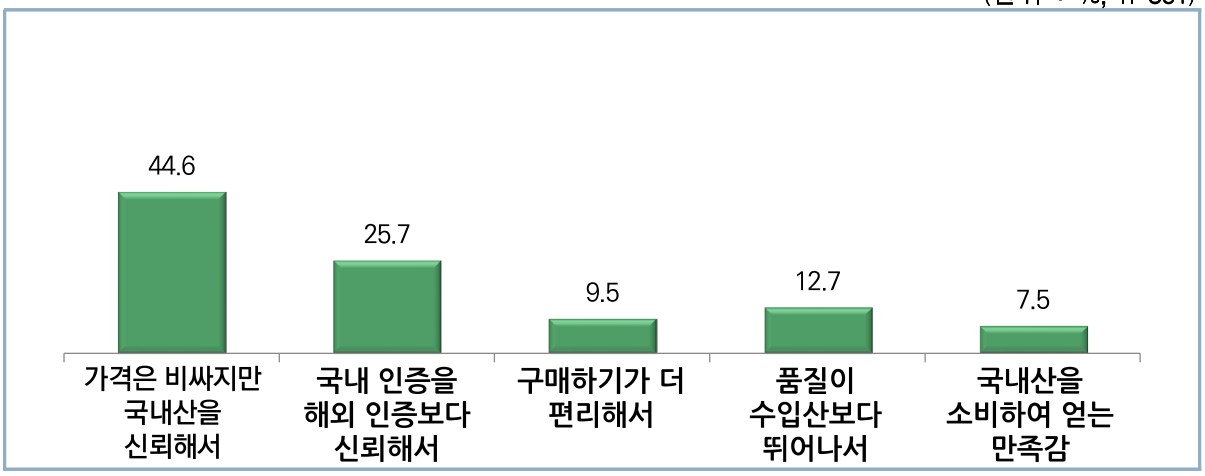
○ 국내산 친환경농산물 등을 수입산 보다 선호하는 이유는 '가격은 비싸지만, 국내산을 신뢰해서'가 44.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '국내 인증을 해외 인증보다 신뢰해서' 25.7%, '품질이 수입산보다 뛰어나서' 12.7% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 모든 연령대에서 '국내산 신뢰'에 대한 응답이 가장 높으나, 20대와 30대는 가격 요건 외에도 '국내 인증을 신뢰해서'(20대 33.8%, 30대 31.5%)로 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타남

- 20~30대의 경우 국내 인증 기준이 더 엄격하다는 정보에 대한 접근성이 인터넷, SNS 등을 통해 고 연령층에 비해 더 높아 상대적으로 높은 응답을 보인 것으로 해석됨

[그림 39] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하는 이유

(단위 : %, n=861)



* n : 국내산 선호 응답자(명)

[표 21] 국내산 친환경농산물 등을 수입산보다 선호하는 이유

(단위 : 명, %, n=861)

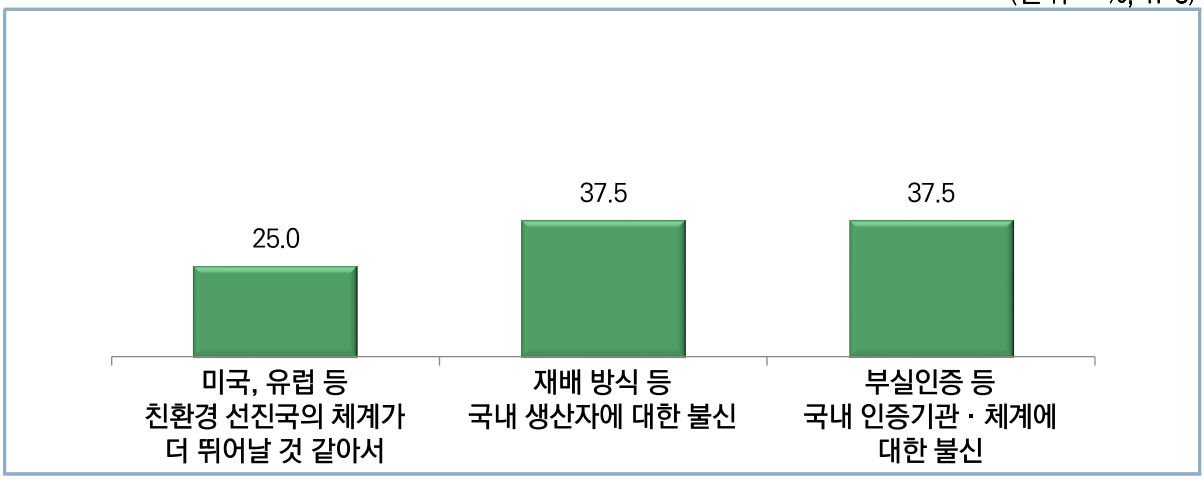
구분		사례 수	가격은 비싸지만 국내산을 신뢰해서	국내 인증을 더 신뢰해서	구매하기 편리해서	품질이 수입산보다 뛰어나서	국내산을 소비하여 얻는 만족감	계
전체		(861)	44.6	25.7	9.5	12.7	7.5	100.0
연령별	20대	(148)	33.1	33.8	11.5	14.9	6.8	100.0
	30대	(146)	41.8	31.5	8.9	11.6	6.2	100.0
	40대	(176)	40.9	23.3	13.1	14.8	8.0	100.0
	50대	(201)	51.7	20.9	10.0	9.5	8.0	100.0
	60대	(190)	51.6	22.1	4.7	13.2	8.4	100.0
가구원 수별	1명	(118)	43.2	26.3	15.3	8.5	6.8	100.0
	2명	(191)	49.7	26.7	5.8	10.5	7.3	100.0
	3명	(228)	47.4	22.8	8.8	11.4	9.6	100.0
	4명	(268)	41.8	27.6	9.7	15.7	5.2	100.0
	5명 이상	(56)	32.1	23.2	12.5	19.6	12.5	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(29)	48.3	17.2	13.8	17.2	3.4	100.0
	유치원생	(35)	31.4	34.3	17.1	17.1	0.0	100.0
	초등학생	(98)	38.8	21.4	16.3	17.3	6.1	100.0
	중학생	(60)	41.7	16.7	20.0	10.0	11.7	100.0
	고등학생	(91)	36.3	28.6	16.5	13.2	5.5	100.0
	성인	(317)	49.5	22.7	5.7	12.9	9.1	100.0
	없음	(340)	41.5	29.4	10.0	12.1	7.1	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(54)	46.3	31.5	14.8	3.7	3.7	100.0
	200~300만원 미만	(103)	44.7	25.2	11.7	10.7	7.8	100.0
	300~400만원 미만	(130)	33.8	34.6	7.7	12.3	11.5	100.0
	400~500만원 미만	(132)	40.2	25.8	10.6	14.4	9.1	100.0
	500~600만원 미만	(119)	50.4	21.0	6.7	15.1	6.7	100.0
	600~700만원 미만	(100)	44.0	26.0	10.0	15.0	5.0	100.0
	700~800만원 미만	(75)	42.7	26.7	8.0	13.3	9.3	100.0
	800만원 이상	(148)	54.1	18.9	9.5	12.2	5.4	100.0
직업별	농림어업	(6)	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7	100.0
	자영업	(47)	53.2	14.9	4.3	17.0	10.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(67)	41.8	34.3	9.0	11.9	3.0	100.0
	생산/기능/노무직	(37)	32.4	32.4	18.9	10.8	5.4	100.0
	사무/관리/전문직	(394)	43.9	25.6	9.9	12.7	7.9	100.0
	무직/퇴직	(66)	43.9	25.8	7.6	12.1	10.6	100.0
	주부	(204)	50.0	22.5	8.8	12.3	6.4	100.0
	학생	(26)	19.2	42.3	15.4	19.2	3.8	100.0
	기타	(14)	57.1	28.6	7.1	7.1	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(391)	45.0	28.1	9.5	12.0	5.4	100.0
	중소도시	(419)	44.4	24.3	9.5	12.6	9.1	100.0
	군 지역(읍/면)	(51)	43.1	17.6	9.8	17.6	11.8	100.0
성별	남성	(126)	31.7	31.0	15.1	14.3	7.9	100.0
	여성	(735)	46.8	24.8	8.6	12.4	7.5	100.0

14. 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유

○ 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유는 '재배 방식 등 국내 생산자에 대한 불신'과 '부실 인증 등 국내 인증기관·체계에 대한 불신'이 각각 37.5%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으나, 사례 수가 매우 적어 유의미하지 않음

[그림 40] 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유

(단위 : %, n=8)



* 사례 수가 적어 해석에 유의/n : 해외 인증 선호자

[표 22] 국내 인증보다 해외 인증을 선호하는 이유

(단위 : 명, %, n=8)

구분		사례 수	선진국의 체계가 더 뛰어날 것 같아서	재배 방식 등 국내 생산자에 대한 불신	부실 인증 등 국내 인증 기관/체계에 대한 불신	계
전체		(8)	25.0	37.5	37.5	100.0
연령별	20대	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
	30대	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0
	40대	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
	50대	(5)	20.0	20.0	60.0	100.0
	60대	-	-	-	-	-
가구원 수별	1명	-	-	-	-	-
	2명	(6)	16.7	50.0	33.3	100.0
	3명	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0
	4명	-	-	-	-	-
	5명 이상	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
자녀 연령별	영유아	-	-	-	-	-
	유치원생	-	-	-	-	-
	초등학생	-	-	-	-	-
	중학생	-	-	-	-	-
	고등학생	-	-	-	-	-
	성인	(5)	20.0	20.0	60.0	100.0
	없음	(3)	33.3	66.7	0.0	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(2)	0.0	50.0	50.0	100.0
	200~300만원 미만	-	-	-	-	-
	300~400만원 미만	(3)	33.3	33.3	33.3	100.0
	400~500만원 미만	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0
	500~600만원 미만	-	-	-	-	-
	600~700만원 미만	-	-	-	-	-
	700~800만원 미만	-	-	-	-	-
	800만원 이상	(2)	0.0	50.0	50.0	100.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-
	자영업	-	-	-	-	-
	판매/영업/서비스직	(2)	0.0	50.0	50.0	100.0
	생산/기능/노무직	-	-	-	-	-
	사무/관리/전문직	(6)	33.3	33.3	33.3	100.0
	무직/퇴직	-	-	-	-	-
	주부	-	-	-	-	-
	학생	-	-	-	-	-
	기타	-	-	-	-	-
지역 크기	특별/광역시	(6)	33.3	33.3	33.3	100.0
	중소도시	(2)	0.0	50.0	50.0	100.0
	군 지역(읍/면)	-	-	-	-	-
성별	남성	(3)	66.7	33.3	0.0	100.0
	여성	(5)	0.0	40.0	60.0	100.0

나. 친환경농산물 및 유기(무농약) 가공식품 구매 태도 조사

1. 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부

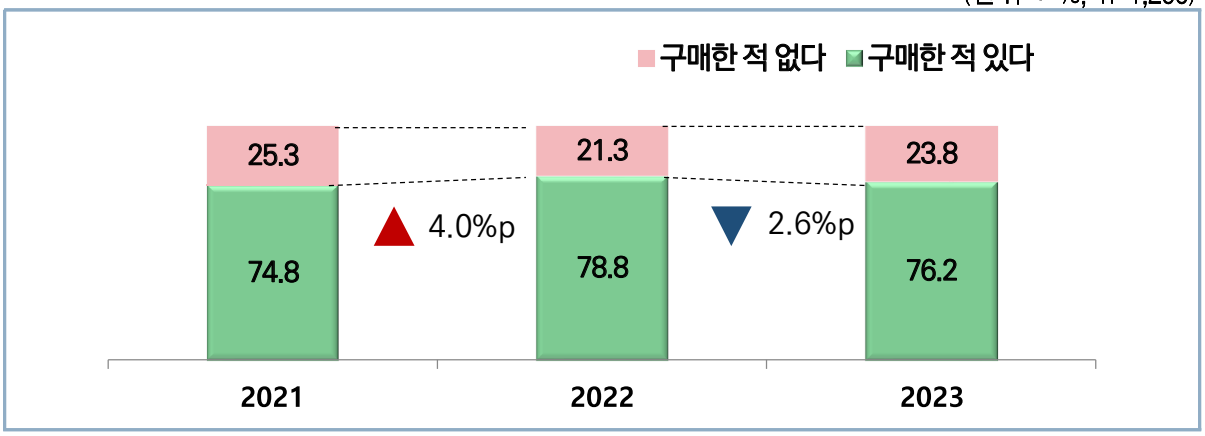
○ 최근 1년 이내 친환경농산물 등의 구매 여부에 대해 전체 응답자의 76.2%가 '구매한 적 있다'라고 응답하였으며, 이는 전년 대비 2.6%p 감소한 수준임

○ 연령별로는 60대의 구매 경험이 81.7%로 가장 높으며, 다음으로는 20대 80.7%로 나타남

○ 성별로는 여성의 구매 경험이 77.2%로 남성 71.0%보다 상대적으로 높음(6.2%p)

[그림 41] 연도별 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부

(단위 : %, n=1,200)



[표 23] 최근(1년 이내) 친환경농산물 등의 구매 여부

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	구매	비구매	계
전체		(1,200)	76.2	23.8	100.0
연령별	20대	(197)	80.7	19.3	100.0
	30대	(211)	71.1	28.9	100.0
	40대	(259)	71.4	28.6	100.0
	50대	(282)	76.2	23.8	100.0
	60대	(251)	81.7	18.3	100.0
가구원 수별	1명	(167)	62.3	37.7	100.0
	2명	(293)	71.3	28.7	100.0
	3명	(317)	77.3	22.7	100.0
	4명	(354)	82.8	17.2	100.0
	5명 이상	(69)	91.3	8.7	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	78.6	21.4	100.0
	유치원생	(51)	86.3	13.7	100.0
	초등학생	(129)	84.5	15.5	100.0
	중학생	(80)	81.3	18.8	100.0
	고등학생	(120)	80.8	19.2	100.0
	성인	(425)	80.7	19.3	100.0
	없음	(498)	69.5	30.5	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	55.7	44.3	100.0
	200~300만원 미만	(154)	68.8	31.2	100.0
	300~400만원 미만	(186)	70.4	29.6	100.0
	400~500만원 미만	(181)	75.7	24.3	100.0
	500~600만원 미만	(167)	75.4	24.6	100.0
	600~700만원 미만	(132)	84.1	15.9	100.0
	700~800만원 미만	(97)	85.6	14.4	100.0
	800만원 이상	(195)	87.7	12.3	100.0
직업별	농림어업	(8)	62.5	37.5	100.0
	자영업	(73)	83.6	16.4	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	79.1	20.9	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	70.9	29.1	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	76.5	23.5	100.0
	무직/퇴직	(95)	67.4	32.6	100.0
	주부	(271)	79.7	20.3	100.0
	학생	(29)	72.4	27.6	100.0
	기타	(26)	53.8	46.2	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	76.3	23.7	100.0
	중소도시	(595)	75.1	24.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	84.4	15.6	100.0
성별	남성	(200)	71.0	29.0	100.0
	여성	(1,000)	77.2	22.8	100.0

2. 과거(1년 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부

○ 과거 1년 이전(2022.08 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부에 대해 최근 1년 이내에 친환경농산물 등을 구매한 적이 없는 응답자(n=286)의 33.6%가 '구매한 적 있다'라고 응답함

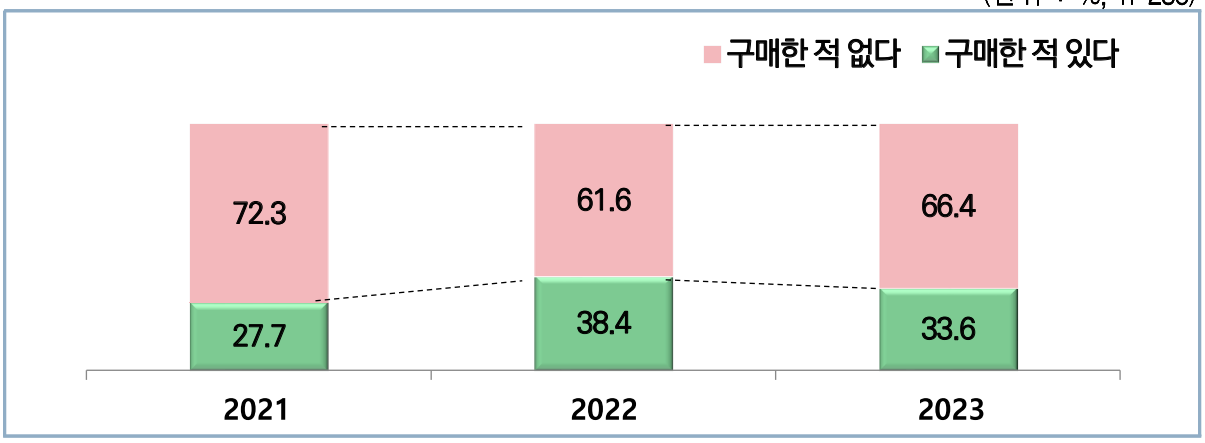
○ 연령별로는 60대의 과거 구매 경험이 52.2%로 가장 높으며, 20대의 과거 구매 경험이 15.8%로 가장 낮음

○ 자녀 연령별로는 자녀가 성인인 응답자의 과거 구매 경험이 45.1%로 가장 높으며, 다음으로는 초등학생 자녀(45.0%)임

- 최근 1년 구매와 견주어 보면, 20대의 1년 이내 구매 비중이 높은 것은 1회 성의 소량 구매로 인한 결과로 보이며, 상대적 고연령, 유자녀 가구 계층에서 지속 구매하는 것으로 해석됨

[그림 42] 과거(1년 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부

(단위 : %, n=286)



* n : 최근 1년 이내 친환경농산물 등을 구매하지 않은 응답자

[표 24] 과거(1년 이전) 친환경농산물 등의 구매 여부

(단위 : 명, %, n=286)

구분		사례 수	구매	비구매	계
전체		(286)	33.6	66.4	100.0
연령별	20대	(38)	15.8	84.2	100.0
	30대	(61)	31.1	68.9	100.0
	40대	(74)	33.8	66.2	100.0
	50대	(67)	32.8	67.2	100.0
	60대	(46)	52.2	47.8	100.0
가구원 수별	1명	(63)	31.7	68.3	100.0
	2명	(84)	36.9	63.1	100.0
	3명	(72)	29.2	70.8	100.0
	4명	(61)	34.4	65.6	100.0
	5명 이상	(6)	50.0	50.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(9)	22.2	77.8	100.0
	유치원생	(7)	28.6	71.4	100.0
	초등학생	(20)	45.0	55.0	100.0
	중학생	(15)	26.7	73.3	100.0
	고등학생	(23)	43.5	56.5	100.0
	성인	(82)	45.1	54.9	100.0
	없음	(152)	27.0	73.0	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(39)	28.2	71.8	100.0
	200~300만원 미만	(48)	27.1	72.9	100.0
	300~400만원 미만	(55)	36.4	63.6	100.0
	400~500만원 미만	(44)	36.4	63.6	100.0
	500~600만원 미만	(41)	29.3	70.7	100.0
	600~700만원 미만	(21)	42.9	57.1	100.0
	700~800만원 미만	(14)	28.6	71.4	100.0
	800만원 이상	(24)	45.8	54.2	100.0
직업별	농림어업	(3)	33.3	66.7	100.0
	자영업	(12)	41.7	58.3	100.0
	판매/영업/서비스직	(18)	38.9	61.1	100.0
	생산/기능/노무직	(16)	31.3	68.8	100.0
	사무/관리/전문직	(131)	32.8	67.2	100.0
	무직/퇴직	(31)	32.3	67.7	100.0
	주부	(55)	34.5	65.5	100.0
	학생	(8)	0.0	100.0	100.0
	기타	(12)	50.0	50.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(128)	33.6	66.4	100.0
	중소도시	(148)	32.4	67.6	100.0
	군 지역(읍/면)	(10)	50.0	50.0	100.0
성별	남성	(58)	31.0	69.0	100.0
	여성	(228)	34.2	65.8	100.0

3. 친환경농산물 등의 비구매 이유(복수 응답)

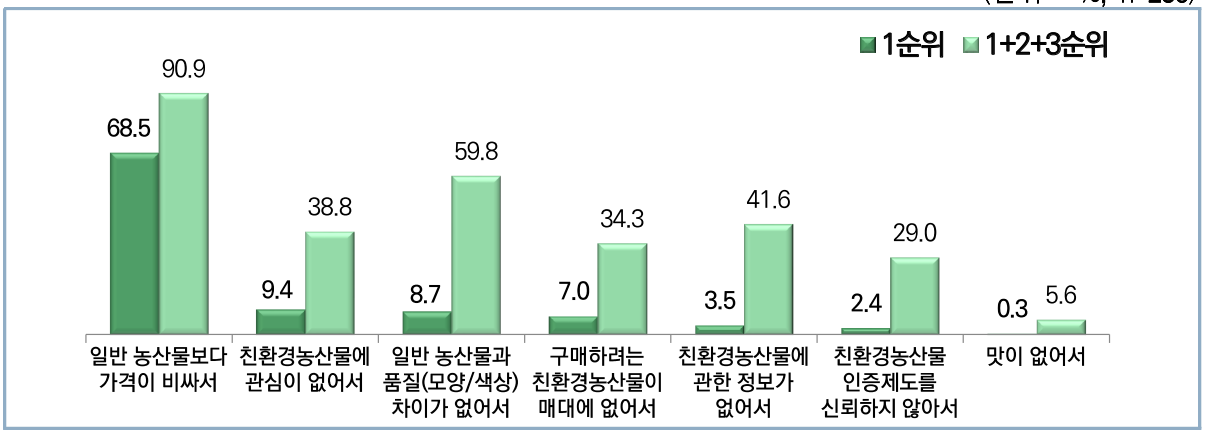
○ 친환경농산물 등의 주요 비구매 이유는 '일반 농산물보다 가격이 비싸서'가 68.5%로 가장 높으며, 다음으로는 '친환경농산물에 관심이 없어서' 9.4% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 모든 연령대에서 가격을 주된 비구매 이유로 응답함

- 전반적으로 모든 계층에서 가격을 주된 비구매 이유로 꼽고 있는 가운데, 20대와 30대는 '친환경농산물에 관심이 없어서'가 다른 연령대 대비 상대적으로 높게 나타나고 있음
- 60대에서 '일반 농산물과 품질에 차이가 없어서'라는 응답이 13.0%로 상대적으로 높게 나타남

[그림 43] 친환경농산물 등의 비구매 이유(복수 응답)

(단위 : %, n=286)



* n : 최근 1년 이내 친환경농산물 등을 구매하지 않은 응답자

[표 25] 친환경농산물 등의 비구매 이유(1순위)

(단위 : 명, %, n=286)

구분		사례 수	일반 농산물보다 가격이 비싸서	친환경 농산물에 관심이 없어서	일반 농산물과 품질에 차이가 없어서	구매하려는 친환경 농산물이 매대에 없어서	친환경 농산물에 관한 정보가 없어서	친환경 농산물 인증제도를 신뢰하지 않아서	맛이 없어서	계
전체		(286)	68.5	9.4	8.7	7.0	3.5	2.4	0.3	100.0
연령별	20대	(38)	65.8	18.4	2.6	10.5	0.0	2.6	0.0	100.0
	30대	(61)	59.0	18.0	9.8	8.2	3.3	1.6	0.0	100.0
	40대	(74)	68.9	5.4	9.5	8.1	4.1	2.7	1.4	100.0
	50대	(67)	77.6	3.0	7.5	6.0	6.0	0.0	0.0	100.0
	60대	(46)	69.6	6.5	13.0	2.2	2.2	6.5	0.0	100.0
가구원 수별	1명	(63)	61.9	9.5	9.5	9.5	6.3	3.2	0.0	100.0
	2명	(84)	66.7	10.7	13.1	2.4	2.4	3.6	1.2	100.0
	3명	(72)	73.6	8.3	8.3	6.9	2.8	0.0	0.0	100.0
	4명	(61)	68.9	9.8	3.3	11.5	3.3	3.3	0.0	100.0
	5명 이상	(6)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(9)	66.7	11.1	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	100.0
	유치원생	(7)	71.4	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	100.0
	초등학생	(20)	70.0	10.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	중학생	(15)	66.7	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0	0.0	100.0
	고등학생	(23)	73.9	4.3	8.7	8.7	4.3	0.0	0.0	100.0
	성인	(82)	80.5	3.7	7.3	2.4	1.2	4.9	0.0	100.0
	없음	(152)	61.8	12.5	9.2	9.2	4.6	2.0	0.7	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(39)	71.8	10.3	2.6	5.1	7.7	2.6	0.0	100.0
	200~300만원 미만	(48)	72.9	10.4	6.3	4.2	2.1	4.2	0.0	100.0
	300~400만원 미만	(55)	69.1	9.1	7.3	10.9	1.8	1.8	0.0	100.0
	400~500만원 미만	(44)	54.5	15.9	15.9	9.1	2.3	0.0	2.3	100.0
	500~600만원 미만	(41)	78.0	2.4	9.8	4.9	2.4	2.4	0.0	100.0
	600~700만원 미만	(21)	57.1	14.3	4.8	9.5	9.5	4.8	0.0	100.0
	700~800만원 미만	(14)	85.7	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	100.0
	800만원 이상	(24)	62.5	4.2	20.8	8.3	4.2	0.0	0.0	100.0
직업별	농림어업	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(12)	58.3	8.3	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(18)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(16)	50.0	18.8	6.3	12.5	12.5	0.0	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	(131)	67.9	9.2	8.4	6.9	3.8	3.1	0.8	100.0
	무직/퇴직	(31)	54.8	16.1	6.5	12.9	3.2	6.5	0.0	100.0
	주부	(55)	80.0	3.6	10.9	3.6	0.0	1.8	0.0	100.0
	학생	(8)	62.5	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	100.0
	기타	(12)	58.3	8.3	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(128)	67.2	9.4	12.5	6.3	2.3	1.6	0.8	100.0
	중소도시	(148)	70.3	8.8	6.1	8.1	4.1	2.7	0.0	100.0
	군 지역(읍/면)	(10)	60.0	20.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	100.0
성별	남성	(58)	53.4	15.5	13.8	8.6	6.9	1.7	0.0	100.0
	여성	(228)	72.4	7.9	7.5	6.6	2.6	2.6	0.4	100.0

[표 26] 친환경농산물 등의 비구매 이유(1+2+3순위)

(단위 : 명, %, n=286)

구분		사례 수	일반 농산물보다 가격이 비싸서	친환경 농산물에 관심이 없어서	일반 농산물과 품질에 차이가 없어서	구매하려는 친환경 농산물이 매대에 없어서	친환경 농산물에 관한 정보가 없어서	친환경 농산물 인증제도를 신뢰하지 않아서	맛이 없어서
전체		(286)	90.9	38.8	59.8	34.3	41.6	29.0	5.6
연령별	20대	(38)	76.3	50.0	47.4	34.2	65.8	18.4	7.9
	30대	(61)	88.5	45.9	62.3	37.7	47.5	11.5	6.6
	40대	(74)	91.9	45.9	45.9	40.5	43.2	27.0	5.4
	50대	(67)	97.0	17.9	71.6	26.9	32.8	47.8	6.0
	60대	(46)	95.7	39.1	71.7	30.4	23.9	37.0	2.2
가구원수별	1명	(63)	88.9	46.0	41.3	41.3	65.1	14.3	3.2
	2명	(84)	95.2	32.1	67.9	28.6	35.7	36.9	3.6
	3명	(72)	91.7	38.9	63.9	31.9	29.2	34.7	9.7
	4명	(61)	85.2	44.3	62.3	37.7	41.0	23.0	6.6
	5명 이상	(6)	100.0	0.0	66.7	33.3	33.3	66.7	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(9)	77.8	55.6	44.4	44.4	44.4	11.1	22.2
	유치원생	(7)	100.0	42.9	42.9	28.6	42.9	42.9	0.0
	초등학생	(20)	95.0	35.0	75.0	45.0	20.0	25.0	5.0
	중학생	(15)	93.3	53.3	60.0	26.7	40.0	26.7	0.0
	고등학생	(23)	95.7	39.1	65.2	26.1	39.1	30.4	4.3
	성인	(82)	96.3	28.0	76.8	22.0	24.4	47.6	4.9
	없음	(152)	87.5	42.1	50.7	40.8	53.3	20.4	5.3
가구 소득별	200만원 미만	(39)	92.3	35.9	48.7	35.9	53.8	33.3	0.0
	200~300만원 미만	(48)	91.7	39.6	52.1	41.7	43.8	25.0	6.3
	300~400만원 미만	(55)	92.7	32.7	54.5	36.4	49.1	30.9	3.6
	400~500만원 미만	(44)	86.4	45.5	65.9	20.5	52.3	20.5	9.1
	500~600만원 미만	(41)	90.2	34.1	73.2	26.8	34.1	41.5	0.0
	600~700만원 미만	(21)	85.7	57.1	61.9	38.1	28.6	19.0	9.5
	700~800만원 미만	(14)	100.0	42.9	71.4	35.7	21.4	28.6	0.0
	800만원 이상	(24)	91.7	33.3	62.5	45.8	16.7	29.2	20.8
직업별	농림어업	(3)	100.0	33.3	33.3	66.7	0.0	66.7	0.0
	자영업	(12)	83.3	50.0	50.0	33.3	50.0	25.0	8.3
	판매/영업/서비스직	(18)	100.0	22.2	66.7	33.3	55.6	22.2	0.0
	생산/기능/노무직	(16)	81.3	50.0	62.5	43.8	37.5	18.8	6.3
	사무/관리/전문직	(131)	90.1	39.7	57.3	39.7	42.7	23.7	6.9
	무직/퇴직	(31)	96.8	38.7	54.8	35.5	45.2	25.8	3.2
	주부	(55)	96.4	38.2	69.1	20.0	25.5	45.5	5.5
	학생	(8)	62.5	62.5	62.5	25.0	75.0	0.0	12.5
	기타	(12)	83.3	16.7	58.3	25.0	58.3	58.3	0.0
지역 크기	특별/광역시	(128)	94.5	38.3	62.5	31.3	37.5	31.3	4.7
	중소도시	(148)	87.2	39.9	58.8	35.1	45.9	26.4	6.8
	군 지역(읍/면)	(10)	100.0	30.0	40.0	60.0	30.0	40.0	0.0
성별	남성	(58)	84.5	36.2	55.2	37.9	56.9	24.1	5.2
	여성	(228)	92.5	39.5	61.0	33.3	37.7	30.3	5.7

4. 친환경농산물 등의 구매 이유(복수 응답)

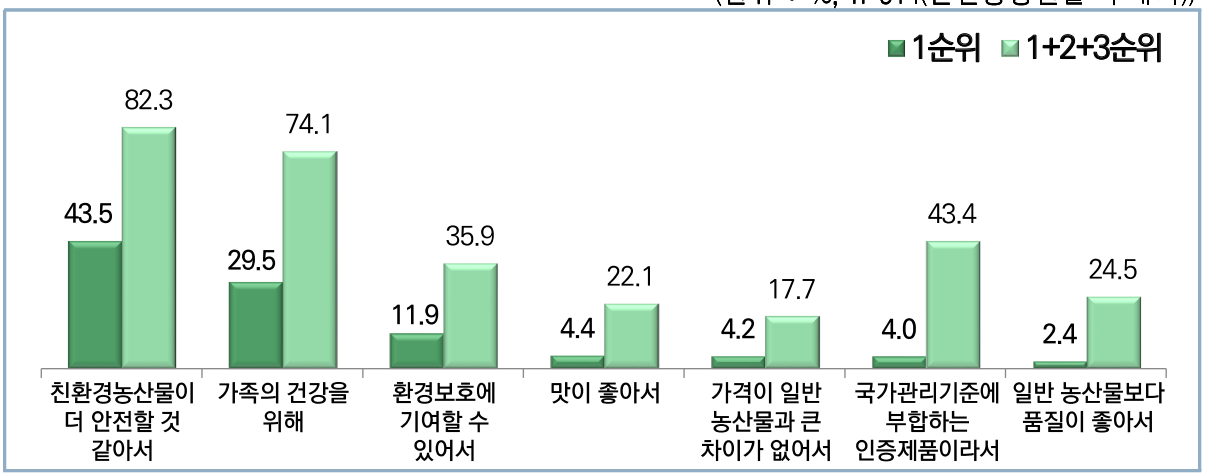
○ 주된 구매이유는 '친환경농산물이 더 안전할 것 같아서'가 43.5%로 가장 높으며, 다음으로는 '가구원의 건강을 위해(질병 예방/치유 등)' 29.5%, '환경보호에 기여할 수 있어서' 11.9% 등의 순으로 나타남

○ 모든 연령대에서 '친환경농산물이 더 안전할 것 같아서'의 응답이 가장 높음

- 20대는 '환경보호에 기여할 수 있어서' 응답이 17.6%로 상대적으로 높음
- 50대는 '가족의 건강을 위해'가 33.5%의 응답으로 상대적으로 높음

[그림 44] 친환경농산물 등의 구매 이유(복수 응답)

(단위 : %, n=914(친환경농산물 구매자))



[표 27] 친환경농산물 등의 구매 이유(1순위)

(단위 : 명, %, n=914(친환경농산물 구매자))

구분		사례 수	친환경 농산물이 더 안전할 것 같아서	가족의 건강을 위해	환경 보호에 기여할 수 있어서	맛이 좋아서	가격이 큰 차이가 없어서	국가관리 기준에 부합하는 인증제품이라서	일반 농산물보다 품질이 좋아서	계
전체		(914)	43.5	29.5	11.9	4.4	4.2	4.0	2.4	100.0
연령별	20대	(159)	36.5	22.6	17.6	11.9	2.5	5.0	3.8	100.0
	30대	(150)	43.3	27.3	14.0	2.7	4.7	4.7	3.3	100.0
	40대	(185)	44.3	29.2	13.5	3.2	5.9	2.2	1.6	100.0
	50대	(215)	44.7	33.5	8.4	3.3	3.7	4.2	2.3	100.0
	60대	(205)	47.3	32.7	8.3	2.0	3.9	4.4	1.5	100.0
가구원 수별	1명	(104)	42.3	22.1	19.2	5.8	1.0	6.7	2.9	100.0
	2명	(209)	47.4	27.3	10.5	4.8	2.9	5.3	1.9	100.0
	3명	(245)	40.8	34.7	11.4	3.3	5.3	2.4	2.0	100.0
	4명	(293)	44.4	28.0	9.2	5.1	5.5	4.4	3.4	100.0
	5명 이상	(63)	39.7	36.5	19.0	1.6	3.2	0.0	0.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(33)	39.4	30.3	18.2	3.0	3.0	6.1	0.0	100.0
	유치원생	(44)	40.9	36.4	11.4	4.5	2.3	0.0	4.5	100.0
	초등학생	(109)	44.0	31.2	11.0	5.5	3.7	1.8	2.8	100.0
	중학생	(65)	58.5	23.1	6.2	6.2	6.2	0.0	0.0	100.0
	고등학생	(97)	47.4	32.0	8.2	2.1	5.2	3.1	2.1	100.0
	성인	(343)	43.1	34.7	8.7	2.0	5.0	4.7	1.7	100.0
	없음	(346)	42.5	22.5	16.2	7.2	3.5	5.2	2.9	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(49)	32.7	30.6	16.3	10.2	4.1	4.1	2.0	100.0
	200~300만원 미만	(106)	42.5	31.1	11.3	3.8	2.8	7.5	0.9	100.0
	300~400만원 미만	(131)	39.7	26.0	16.0	3.8	6.9	4.6	3.1	100.0
	400~500만원 미만	(137)	39.4	31.4	13.9	5.1	3.6	2.9	3.6	100.0
	500~600만원 미만	(126)	52.4	25.4	7.1	4.8	5.6	3.2	1.6	100.0
	600~700만원 미만	(111)	42.3	36.9	10.8	3.6	2.7	1.8	1.8	100.0
	700~800만원 미만	(83)	45.8	22.9	10.8	4.8	4.8	7.2	3.6	100.0
	800만원 이상	(171)	46.8	31.0	11.1	2.9	2.9	2.9	2.3	100.0
직업별	농림어업	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(61)	52.5	29.5	6.6	8.2	1.6	0.0	1.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(68)	42.6	20.6	17.6	5.9	7.4	1.5	4.4	100.0
	생산/기능/노무직	(39)	30.8	28.2	15.4	5.1	7.7	10.3	2.6	100.0
	사무/관리/전문직	(426)	43.4	30.0	12.4	4.0	3.1	4.2	2.8	100.0
	무직/퇴직	(64)	40.6	25.0	15.6	9.4	4.7	3.1	1.6	100.0
	주부	(216)	44.9	32.9	8.8	2.3	5.6	5.1	0.5	100.0
	학생	(21)	38.1	23.8	19.0	4.8	0.0	4.8	9.5	100.0
	기타	(14)	42.9	35.7	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	100.0
지역 크기	특별/광역시	(413)	42.1	28.3	12.3	5.3	4.8	3.6	3.4	100.0
	중소도시	(447)	44.1	30.0	12.5	3.8	3.6	4.5	1.6	100.0
	군 지역(읍/면)	(54)	50.0	35.2	3.7	1.9	3.7	3.7	1.9	100.0
성별	남성	(142)	39.4	28.2	15.5	7.0	4.9	2.1	2.8	100.0
	여성	(772)	44.3	29.8	11.3	3.9	4.0	4.4	2.3	100.0

[표 28] 친환경농산물 등의 구매 이유(1+2+3순위)

(단위 : 명, %, n=914)

구분		사례 수	친환경 농산물이 더 안전할 것 같아서	가족의 건강을 위해	환경 보호에 기여할 수 있어서	맛이 좋아서	가격이 큰 차이가 없어서	국가관리 기준에 부합하는 인증제품이라서	일반 농산물보다 품질이 좋아서
전체		(914)	82.3	74.1	35.9	22.1	17.7	43.4	24.5
연령별	20대	(159)	66.0	61.6	32.7	32.7	25.8	45.3	35.8
	30대	(150)	80.7	71.3	38.0	26.0	18.0	39.3	26.7
	40대	(185)	85.4	77.8	35.7	21.6	20.5	38.9	20.0
	50대	(215)	85.1	76.7	35.8	19.1	14.9	46.5	21.9
	60대	(205)	90.2	79.5	37.1	14.6	11.7	45.9	21.0
가구원수별	1명	(104)	73.1	63.5	46.2	30.8	23.1	37.5	26.0
	2명	(209)	85.2	78.0	39.2	17.7	16.7	40.7	22.5
	3명	(245)	83.3	73.5	32.2	24.9	14.7	47.8	23.7
	4명	(293)	82.6	74.1	31.7	19.8	20.1	44.0	27.6
	5명 이상	(63)	82.5	81.0	41.3	22.2	12.7	42.9	17.5
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(33)	81.8	72.7	30.3	24.2	15.2	60.6	15.2
	유치원생	(44)	68.2	72.7	22.7	31.8	18.2	59.1	27.3
	초등학생	(109)	84.4	73.4	33.9	24.8	13.8	37.6	32.1
	중학생	(65)	86.2	78.5	33.8	18.5	21.5	47.7	13.8
	고등학생	(97)	87.6	76.3	23.7	18.6	14.4	55.7	23.7
	성인	(343)	87.8	79.9	37.6	14.3	14.9	45.8	19.8
	없음	(346)	76.0	68.2	39.9	27.2	22.0	38.7	28.0
가구 소득별	200만원 미만	(49)	75.5	71.4	34.7	36.7	20.4	36.7	24.5
	200~300만원 미만	(106)	82.1	69.8	34.0	21.7	21.7	47.2	23.6
	300~400만원 미만	(131)	80.9	70.2	38.2	24.4	21.4	42.7	22.1
	400~500만원 미만	(137)	78.8	72.3	43.8	25.5	16.1	39.4	24.1
	500~600만원 미만	(126)	85.7	76.2	33.3	20.6	20.6	46.8	16.7
	600~700만원 미만	(111)	82.9	78.4	36.9	19.8	12.6	44.1	25.2
	700~800만원 미만	(83)	84.3	74.7	33.7	19.3	18.1	38.6	31.3
	800만원 이상	(171)	84.2	77.2	31.6	17.5	14.0	46.2	29.2
직업별	농림어업	(5)	80.0	100.0	20.0	20.0	20.0	40.0	20.0
	자영업	(61)	88.5	70.5	27.9	24.6	11.5	50.8	26.2
	판매/영업/서비스직	(68)	77.9	61.8	30.9	23.5	23.5	48.5	33.8
	생산/기능/노무직	(39)	71.8	66.7	38.5	30.8	20.5	46.2	25.6
	사무/관리/전문직	(426)	82.2	74.6	35.4	22.8	16.9	41.1	27.0
	무직/퇴직	(64)	73.4	75.0	43.8	31.3	23.4	28.1	25.0
	주부	(216)	87.0	79.6	33.8	15.3	17.6	50.9	15.7
	학생	(21)	66.7	57.1	61.9	33.3	19.0	28.6	33.3
	기타	(14)	100.0	78.6	64.3	7.1	7.1	28.6	14.3
지역 크기	특별/광역시	(413)	80.6	70.0	36.8	23.0	18.4	42.9	28.3
	중소도시	(447)	83.4	77.9	35.1	22.1	17.2	44.3	19.9
	군 지역(읍/면)	(54)	85.2	74.1	35.2	14.8	16.7	40.7	33.3
성별	남성	(142)	73.9	69.0	35.2	31.7	15.5	37.3	37.3
	여성	(772)	83.8	75.0	36.0	20.3	18.1	44.6	22.2

[그림 45] 친환경농산물 등의 구매 이유(심층 면접)

구매 이유	• 대부분 이용자는 '거리'가 가까운 전문점을 이용한다고 응답하였으며, 60대 여성은 거리가 멀어진 후 대형마트를 자주 간다고 응답함 • 일부 이용자는 이용해보면 같은 친환경농산물이라도 품질의 차이가 있어서 친환경전문점을 이용한다고 응답함
질문	• 친환경농산물을 구매하시는 이유는 무엇인가요?

[30대 남성]
"고기를 한번 사봤는데 마트에서 사는 것보다 수율도 좋고, 고기가 더 탱글탱글하다고 할까? 품질이 더 좋았어요. 사보면 다른 걸 느끼니까 필요한 건 꼭 전문점 가서 사게 되더라고요."

[40대 여성B]
"두부나 사과를 사면 진짜 달라요. 품질도 좋고요. (중략) 초록마을은 포장도 환경에 신경을 썼다고 하더라고요. 그래서 웬만하면 다 거기서 사요."

[60대 여성]
"회사 근처 한살림을 이용하다가 퇴직하고는 대형마트를 더 많이 가는데, 대형마트 거하고 한살림 거하고 확실히 품질이 달라요. 그래서 꼭 필요한 건 (한살림으로) 가서 사요."

질문	• 자주 가시는 곳을 말씀해주셨는데, 그곳들을 가시는 다른 이유가 있을까요?

[20대 남성]
"저는 그냥 '약은 약사에게' 마인드로 친환경농산물은 전문점에서 구매해야 한다고 생각해서 한살림을 이용해요"

[30대 여성A]
"한살림에서 산 농산물이 인터넷에서 산 것보다 훨씬 품질이 좋아요. 다 같은 친환경인데도 요리할 때 손질하고 그러면 진짜 여기가 좋다는 것을 느껴요."

[30대 여성B]
"저는 시부모님이 아이 물도 미세플라스틱이 걱정된다며 자연드림을 추천해주셨거든요. 그때부터 이용하는데 원산지 직접 배송이 뜰 때는 무조건 사요. 정말 품질이 좋아요."

5. 친환경농산물 등의 구매 장소(복수 응답)

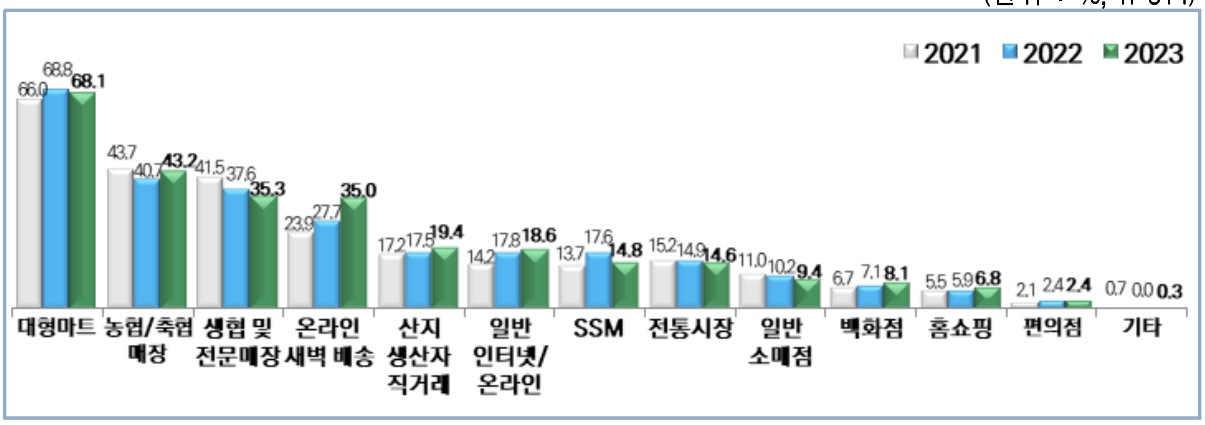
○ 친환경농산물 등의 구매 장소는 '대형마트'가 68.1%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '농협/축협 매장' 43.2%, '생협 및 전문매장'이 35.3% 등의 순으로 나타남

○ 모든 연령대에서 '대형마트' 이용률이 가장 높음

- 20대(70.4%)와 30대(71.3%)는 '대형마트'를 많이 이용함
- 60대는 '농협/축협 매장' 51.2%, '생협 및 전문매장' 40.0%로 많이 이용함
- '온라인 새벽 배송'을 가장 많이 이용하는 연령대는 20대(45.3%)이며, '일반 인터넷/온라인'은 50대(21.9%)가 가장 많이 이용하고 있음

[그림 46] 연도별 친환경농산물 등의 구매 장소(복수 응답)

(단위 : %, n=914)



* 0.0으로 표기된 항목은 새로 추가된 항목이거나 지난해에 응답이 없는 항목임

** '생협 및 전문매장'의 2021년도 응답은 '생협'과 '전문매장'의 응답 중 높은 값임

[표 29] 친환경농산물 등의 구매 장소(복수 응답)

(단위 : 명, %, n=914)

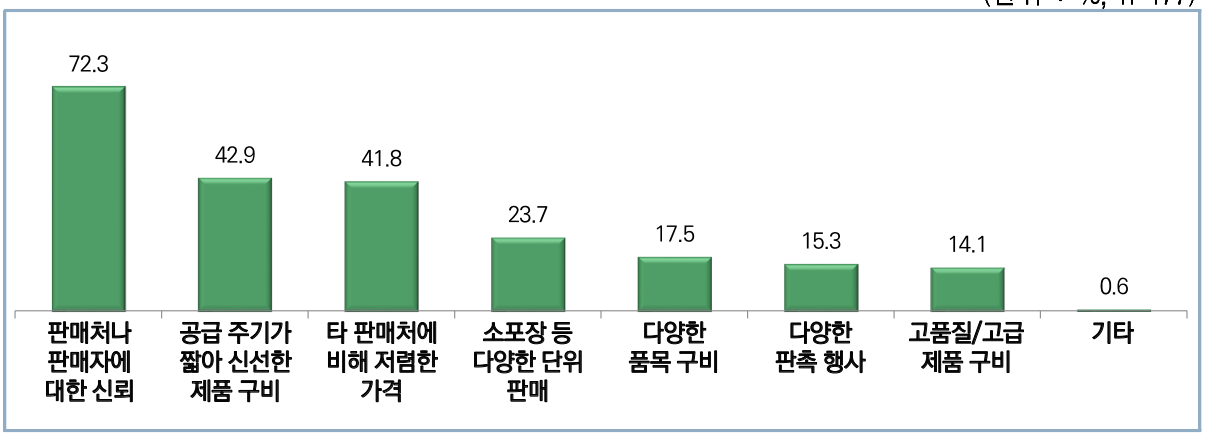
구분		사례 수	대형마트	농협/축협 매장	생협 및 전문 매장	온라인 새벽 배송	산지 생산자 직거래	일반 인터넷/온라인	SSM	전통시장	일반 소매점	백화점	홈쇼핑	편의점	기타
전체		(914)	68.1	43.2	35.3	35.0	19.4	18.6	14.8	14.6	9.4	8.1	6.8	2.4	0.3
연령별	20대	(159)	70.4	43.4	28.9	45.3	10.7	16.4	22.6	14.5	11.9	13.2	7.5	5.0	0.6
	30대	(150)	71.3	42.7	36.7	43.3	12.7	15.3	16.7	9.3	8.0	12.0	8.7	3.3	0.0
	40대	(185)	69.2	39.5	33.5	42.2	18.4	17.3	16.2	16.8	10.3	5.9	5.4	1.6	0.5
	50대	(215)	69.3	39.1	36.3	28.8	19.5	21.9	13.0	13.0	9.8	5.6	7.9	1.9	0.5
	60대	(205)	61.5	51.2	40.0	21.0	31.7	20.5	7.8	18.0	7.3	5.9	4.9	1.0	0.0
가구원수별	1명	(104)	60.6	31.7	33.7	45.2	13.5	18.3	16.3	12.5	6.7	15.4	11.5	7.7	0.0
	2명	(209)	60.8	41.1	28.7	27.8	20.1	19.1	8.1	11.0	10.0	2.9	4.3	1.0	0.5
	3명	(245)	70.6	42.4	39.2	34.7	19.6	16.7	14.7	17.1	11.4	9.8	5.7	2.0	0.4
	4명	(293)	73.0	48.1	37.5	36.5	20.5	18.4	19.1	14.7	8.9	8.2	6.8	2.0	0.3
	5명 이상	(63)	71.4	49.2	34.9	36.5	20.6	25.4	14.3	19.0	6.3	6.3	11.1	1.6	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(33)	72.7	45.5	36.4	39.4	18.2	12.1	27.3	9.1	6.1	15.2	9.1	3.0	0.0
	유치원생	(44)	68.2	47.7	38.6	50.0	15.9	18.2	20.5	11.4	13.6	18.2	11.4	0.0	0.0
	초등학생	(109)	69.7	45.0	43.1	44.0	19.3	18.3	22.9	12.8	10.1	7.3	11.0	1.8	0.0
	중학생	(65)	58.5	38.5	49.2	40.0	24.6	16.9	21.5	21.5	6.2	7.7	3.1	3.1	1.5
	고등학생	(97)	66.0	41.2	40.2	44.3	16.5	23.7	13.4	18.6	4.1	6.2	8.2	1.0	1.0
	성인	(343)	67.1	46.1	36.2	25.9	25.7	21.6	9.9	14.0	8.5	6.7	4.4	0.9	0.0
	없음	(346)	68.5	39.0	31.2	39.0	14.5	17.1	15.9	13.9	10.7	9.2	7.5	4.3	0.6
가구 소득별	200만원 미만	(49)	57.1	40.8	18.4	24.5	14.3	18.4	14.3	12.2	12.2	6.1	4.1	8.2	0.0
	200~300만원 미만	(106)	66.0	42.5	23.6	34.0	24.5	11.3	8.5	20.8	12.3	8.5	6.6	3.8	0.9
	300~400만원 미만	(131)	63.4	42.0	32.1	35.1	18.3	19.1	17.6	13.0	7.6	8.4	9.2	2.3	0.8
	400~500만원 미만	(137)	70.8	46.7	30.7	29.9	18.2	20.4	14.6	12.4	12.4	7.3	5.8	2.9	0.7
	500~600만원 미만	(126)	70.6	40.5	30.2	32.5	18.3	19.8	11.1	16.7	10.3	4.8	5.6	0.0	0.0
	600~700만원 미만	(111)	69.4	39.6	40.5	40.5	12.6	18.9	20.7	15.3	10.8	8.1	8.1	3.6	0.0
	700~800만원 미만	(83)	69.9	51.8	51.8	44.6	19.3	15.7	15.7	16.9	8.4	15.7	7.2	1.2	0.0
	800만원 이상	(171)	70.2	42.7	46.2	36.3	24.6	21.6	15.2	11.1	4.7	7.6	6.4	1.2	0.0
직업별	농림어업	(5)	40.0	80.0	60.0	0.0	80.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	자영업	(61)	60.7	44.3	32.8	34.4	24.6	23.0	8.2	21.3	8.2	8.2	4.9	4.9	0.0
	판매/영업/서비스직	(68)	73.5	45.6	38.2	25.0	20.6	8.8	13.2	16.2	7.4	8.8	5.9	2.9	0.0
	생산/기능/노무직	(39)	53.8	46.2	25.6	33.3	17.9	15.4	17.9	15.4	10.3	7.7	10.3	0.0	0.0
	사무/관리/전문직	(426)	68.3	43.4	39.2	41.3	17.4	20.4	17.6	13.1	8.0	9.9	8.5	2.6	0.0
	무직/퇴직	(64)	70.3	50.0	31.3	17.2	20.3	18.8	3.1	9.4	10.9	3.1	4.7	4.7	1.6
	주부	(216)	69.9	40.3	31.0	31.0	20.4	18.1	12.0	15.3	12.5	6.5	3.7	0.9	0.5
	학생	(21)	66.7	38.1	23.8	47.6	14.3	23.8	38.1	14.3	14.3	9.5	9.5	4.8	0.0
	기타	(14)	78.6	21.4	35.7	35.7	21.4	7.1	21.4	21.4	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1
지역 크기	특별/광역시	(413)	69.0	36.8	39.0	37.3	17.2	19.4	15.3	14.5	9.4	9.7	6.5	2.7	0.2
	중소도시	(447)	69.1	47.4	32.2	34.9	21.0	17.4	15.9	13.0	8.9	6.7	7.6	2.5	0.4
	군 지역(읍/면)	(54)	51.9	57.4	33.3	18.5	22.2	22.2	1.9	27.8	13.0	7.4	1.9	0.0	0.0
성별	남성	(142)	69.0	48.6	39.4	29.6	14.8	24.6	21.1	16.9	7.7	13.4	7.0	4.9	0.0
	여성	(772)	67.9	42.2	34.6	36.0	20.2	17.5	13.6	14.1	9.7	7.1	6.7	1.9	0.4

6. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-산지 생산자 직거래

○ ‘산지 생산자 직거래’로 단위 판매 이유는 ‘판매처나 판매자에 대한 신뢰’가 72.3%로 가장 높으며, 다음으로는 ‘공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비’가 42.9%, ‘타 판매처에 비해 저렴한 가격’이 41.8% 등의 순으로 나타남

[그림 47] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-산지 생산자 직거래

(단위 : %, n=177)



* n : 산지 생산자 직거래 이용자

[표 30] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-산지 생산자 직거래

(단위 : 명, %, n=177)

구분		사례 수	판매처나 판매자에 대한 신뢰	신선한 제품 구비	저렴한 가격	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 품목 구비	다양한 판촉 행사	고품질/고급 제품 구비	기타
전체		(177)	72.3	42.9	41.8	23.7	17.5	15.3	14.1	0.6
연령별	20대	(17)	58.8	29.4	35.3	35.3	47.1	35.3	11.8	0.0
	30대	(19)	84.2	36.8	47.4	21.1	15.8	10.5	15.8	0.0
	40대	(34)	58.8	35.3	44.1	11.8	11.8	20.6	11.8	2.9
	50대	(42)	76.2	50.0	45.2	26.2	19.0	9.5	9.5	0.0
	60대	(65)	76.9	47.7	38.5	26.2	12.3	12.3	18.5	0.0
가구원수별	1명	(14)	78.6	42.9	42.9	21.4	14.3	35.7	14.3	0.0
	2명	(42)	76.2	35.7	38.1	28.6	11.9	7.1	2.4	0.0
	3명	(48)	77.1	41.7	39.6	27.1	16.7	18.8	18.8	0.0
	4명	(60)	66.7	48.3	41.7	20.0	20.0	10.0	18.3	1.7
	5명 이상	(13)	61.5	46.2	61.5	15.4	30.8	30.8	15.4	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(6)	50.0	66.7	50.0	66.7	33.3	50.0	16.7	0.0
	유치원생	(7)	42.9	14.3	71.4	14.3	28.6	42.9	0.0	0.0
	초등학생	(21)	71.4	42.9	61.9	23.8	14.3	14.3	28.6	0.0
	중학생	(16)	68.8	50.0	43.8	18.8	31.3	25.0	25.0	0.0
	고등학생	(16)	75.0	50.0	37.5	0.0	12.5	18.8	6.3	0.0
	성인	(88)	70.5	51.1	45.5	27.3	13.6	8.0	14.8	1.1
	없음	(50)	78.0	32.0	34.0	18.0	22.0	22.0	10.0	0.0
가구 소득별	200만원 미만	(7)	100.0	28.6	57.1	0.0	14.3	42.9	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(26)	65.4	19.2	50.0	26.9	19.2	23.1	15.4	0.0
	300~400만원 미만	(24)	66.7	50.0	33.3	45.8	12.5	0.0	8.3	0.0
	400~500만원 미만	(25)	72.0	48.0	28.0	20.0	24.0	16.0	16.0	0.0
	500~600만원 미만	(23)	78.3	56.5	43.5	21.7	13.0	13.0	8.7	0.0
	600~700만원 미만	(14)	64.3	21.4	57.1	28.6	14.3	28.6	21.4	0.0
	700~800만원 미만	(16)	62.5	37.5	50.0	12.5	18.8	18.8	18.8	6.3
	800만원 이상	(42)	78.6	54.8	38.1	19.0	19.0	9.5	16.7	0.0
직업별	농림어업	(4)	25.0	50.0	25.0	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0
	자영업	(15)	73.3	46.7	60.0	13.3	20.0	20.0	6.7	0.0
	판매/영업/서비스직	(14)	78.6	50.0	42.9	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0
	생산/기능/노무직	(7)	71.4	42.9	71.4	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0
	사무/관리/전문직	(74)	68.9	40.5	41.9	23.0	20.3	18.9	21.6	1.4
	무직/퇴직	(13)	84.6	38.5	46.2	15.4	7.7	30.8	7.7	0.0
	주부	(44)	77.3	50.0	31.8	31.8	15.9	2.3	11.4	0.0
	학생	(3)	66.7	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	기타	(3)	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(71)	70.4	42.3	39.4	25.4	15.5	16.9	16.9	0.0
	중소도시	(94)	74.5	42.6	41.5	22.3	17.0	13.8	11.7	1.1
	군 지역(읍/면)	(12)	66.7	50.0	58.3	25.0	33.3	16.7	16.7	0.0
성별	남성	(21)	71.4	19.0	57.1	9.5	23.8	19.0	14.3	0.0
	여성	(156)	72.4	46.2	39.7	25.6	16.7	14.7	14.1	0.6

7. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-생협 및 전문매장

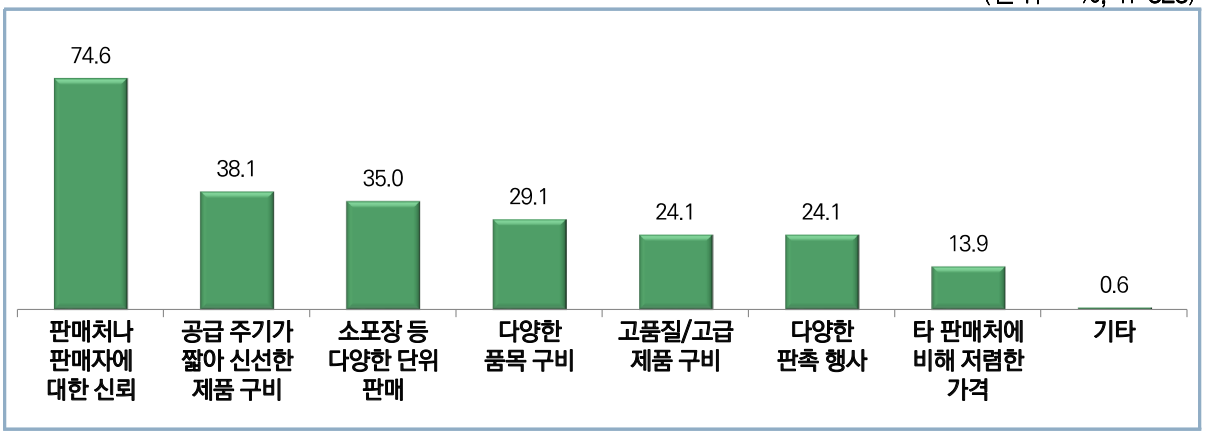
○ 친환경농산물 등을 생협 및 전문매장에서 구매하는 이유는 '판매처나 판매자에 대한 신뢰'가 74.6%로 가장 높으며, 다음으로는 '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비' 38.1%, '소포장 등 다양한 단위 판매' 35.0% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 50대에서 '판매처나 판매자에 대한 신뢰' 응답 비중이 80.8%로 가장 높게 나타남

- '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비'는 60대에서 47.6%로 가장 높게 나타남

[그림 48] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-생협 및 전문매장

(단위 : %, n=323)



* n : 생협 및 전문매장 이용자

[표 31] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-생협 및 전문매장

(단위 : 명, %, n=323)

구분		사례 수	판매처나 판매자에 대한 신뢰	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 품목 구비	고품질/ 고급 제품 구비	다양한 판촉 행사	타 판매처에 비해 저렴한 가격	기타
전체		(323)	74.6	38.1	35.0	29.1	24.1	24.1	13.9	0.6
연령별	20대	(46)	60.9	28.3	37.0	34.8	23.9	45.7	17.4	0.0
	30대	(55)	74.5	34.5	29.1	41.8	21.8	27.3	18.2	0.0
	40대	(62)	77.4	33.9	29.0	25.8	25.8	21.0	12.9	0.0
	50대	(78)	80.8	39.7	39.7	19.2	20.5	17.9	12.8	1.3
	60대	(82)	74.4	47.6	37.8	29.3	28.0	18.3	11.0	1.2
가구원 수별	1명	(35)	77.1	31.4	42.9	31.4	17.1	31.4	17.1	0.0
	2명	(60)	73.3	41.7	28.3	26.7	10.0	11.7	6.7	3.3
	3명	(96)	75.0	37.5	31.3	34.4	31.3	29.2	11.5	0.0
	4명	(110)	75.5	44.5	40.0	23.6	30.9	20.9	19.1	0.0
	5명 이상	(22)	68.2	9.1	31.8	36.4	9.1	40.9	13.6	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(12)	83.3	33.3	41.7	33.3	41.7	25.0	8.3	0.0
	유치원생	(17)	82.4	17.6	11.8	58.8	11.8	35.3	29.4	0.0
	초등학생	(47)	80.9	36.2	31.9	31.9	38.3	12.8	17.0	0.0
	중학생	(32)	81.3	40.6	43.8	31.3	21.9	15.6	9.4	0.0
	고등학생	(39)	79.5	41.0	35.9	28.2	25.6	23.1	7.7	0.0
	성인	(124)	78.2	44.4	34.7	23.4	25.0	16.1	12.9	0.8
	없음	(108)	64.8	31.5	37.0	30.6	17.6	34.3	15.7	0.9
가구 소득별	200만원 미만	(9)	55.6	33.3	77.8	22.2	22.2	22.2	22.2	0.0
	200~300만원 미만	(25)	72.0	28.0	16.0	40.0	12.0	44.0	20.0	0.0
	300~400만원 미만	(42)	76.2	35.7	26.2	35.7	19.0	23.8	11.9	0.0
	400~500만원 미만	(42)	66.7	28.6	35.7	26.2	21.4	28.6	9.5	0.0
	500~600만원 미만	(38)	71.1	34.2	31.6	26.3	15.8	13.2	5.3	5.3
	600~700만원 미만	(45)	80.0	40.0	31.1	28.9	31.1	17.8	17.8	0.0
	700~800만원 미만	(43)	76.7	41.9	25.6	32.6	34.9	16.3	20.9	0.0
	800만원 이상	(79)	78.5	46.8	49.4	24.1	26.6	29.1	12.7	0.0
직업별	농림어업	(3)	33.3	66.7	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0
	자영업	(20)	75.0	15.0	35.0	35.0	15.0	50.0	15.0	5.0
	판매/영업/서비스직	(26)	65.4	30.8	46.2	19.2	7.7	26.9	23.1	0.0
	생산/기능/노무직	(10)	80.0	40.0	20.0	30.0	20.0	10.0	10.0	0.0
	사무/관리/전문직	(167)	76.0	35.9	32.3	32.3	26.3	25.1	14.4	0.6
	무직/퇴직	(20)	85.0	60.0	60.0	25.0	50.0	10.0	20.0	0.0
	주부	(67)	76.1	47.8	31.3	22.4	19.4	16.4	4.5	0.0
	학생	(5)	40.0	20.0	60.0	20.0	20.0	60.0	40.0	0.0
	기타	(5)	60.0	20.0	20.0	60.0	20.0	20.0	40.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(161)	69.6	36.6	42.2	26.7	22.4	26.7	14.3	1.2
	중소도시	(144)	80.6	38.9	27.8	31.3	25.7	22.9	13.9	0.0
	군 지역(읍/면)	(18)	72.2	44.4	27.8	33.3	27.8	11.1	11.1	0.0
성별	남성	(56)	78.6	37.5	46.4	37.5	25.0	32.1	21.4	0.0
	여성	(267)	73.8	38.2	32.6	27.3	24.0	22.5	12.4	0.7

8. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-대형마트

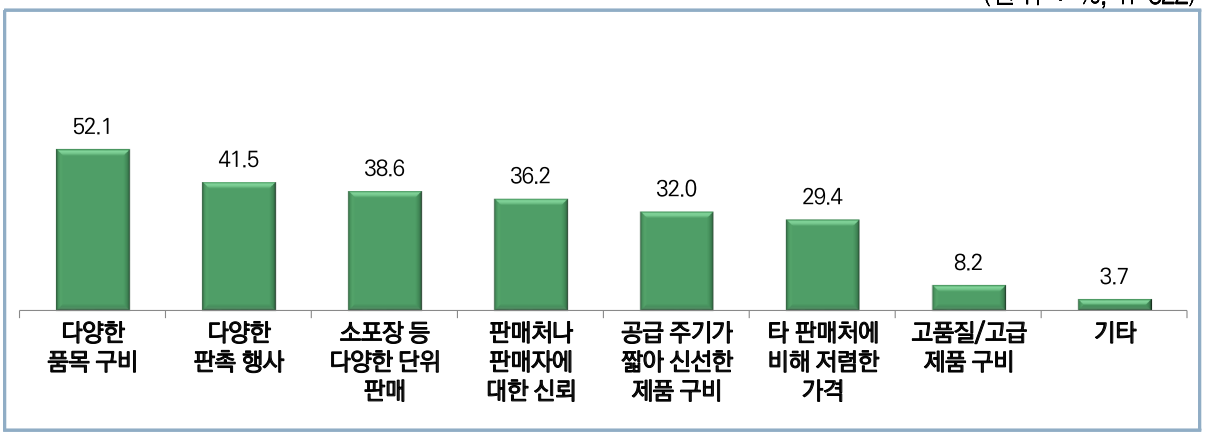
○ 친환경농산물 등을 대형마트에서 구매하는 이유는 '다양한 품목 구비'가 52.1%로 가장 높으며, 다음으로는 '다양한 판촉 행사' 41.5%, '소포장 등 다양한 단위 판매' 38.6% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 20대에서 '다양한 품목 구비'를 주된 이용 이유로 응답한 비중이 60.7%로 가장 높게 나타남

- '다양한 판촉 행사'는 30대에서 48.6%로 가장 높게 나타남
- '소포장 등 다양한 단위로 판매'는 60대에서 46.0%로 가장 높게 나타남

[그림 49] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-대형마트

(단위 : %, n=622)



* n : 대형마트 이용자

[표 32] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-대형마트

(단위 : 명, %, n=622)

구분		사례 수	다양한 품목 구비	다양한 판촉 행사	소포장 등 다양한 단위로 판매	판매처나 판매자에 대한 신뢰	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	타 판매처에 비해 저렴한 가격	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(622)	52.1	41.5	38.6	36.2	32.0	29.4	8.2	3.7
연령별	20대	(112)	60.7	42.9	37.5	32.1	27.7	29.5	8.0	5.4
	30대	(107)	55.1	48.6	39.3	31.8	31.8	36.4	10.3	1.9
	40대	(128)	42.2	32.8	36.7	38.3	26.6	25.0	7.8	3.9
	50대	(149)	48.3	41.6	34.2	38.9	32.2	28.9	5.4	3.4
	60대	(126)	56.3	42.9	46.0	38.1	41.3	28.6	10.3	4.0
가구원 수별	1명	(63)	47.6	38.1	33.3	33.3	28.6	28.6	11.1	7.9
	2명	(127)	49.6	42.5	37.0	29.9	36.2	23.6	3.9	6.3
	3명	(173)	54.9	39.3	45.1	39.3	28.3	34.7	8.7	2.3
	4명	(214)	54.2	45.8	36.9	36.4	31.3	27.1	9.3	2.3
	5명 이상	(45)	44.4	31.1	33.3	44.4	42.2	37.8	8.9	2.2
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(24)	50.0	41.7	66.7	33.3	54.2	12.5	4.2	0.0
	유치원생	(30)	43.3	40.0	33.3	30.0	23.3	33.3	10.0	0.0
	초등학생	(76)	47.4	44.7	30.3	34.2	34.2	27.6	10.5	0.0
	중학생	(38)	57.9	42.1	39.5	31.6	21.1	31.6	10.5	2.6
	고등학생	(64)	43.8	29.7	37.5	37.5	37.5	34.4	7.8	4.7
	성인	(230)	53.5	40.9	41.7	39.6	36.5	29.6	7.8	2.6
	없음	(237)	54.4	43.0	35.4	33.8	29.1	29.5	7.6	5.9
가구 소득별	200만원 미만	(28)	53.6	39.3	35.7	17.9	28.6	28.6	0.0	3.6
	200~300만원 미만	(70)	50.0	37.1	37.1	30.0	27.1	37.1	10.0	1.4
	300~400만원 미만	(83)	53.0	39.8	43.4	39.8	39.8	25.3	6.0	4.8
	400~500만원 미만	(97)	53.6	41.2	36.1	40.2	32.0	28.9	6.2	3.1
	500~600만원 미만	(89)	42.7	39.3	31.5	36.0	30.3	27.0	9.0	5.6
	600~700만원 미만	(77)	57.1	37.7	41.6	35.1	22.1	24.7	3.9	6.5
	700~800만원 미만	(58)	55.2	43.1	48.3	37.9	36.2	36.2	10.3	1.7
	800만원 이상	(120)	53.3	49.2	37.5	38.3	35.8	30.0	13.3	2.5
직업별	농림어업	(2)	50.0	50.0	100.0	0.0	100.0	50.0	50.0	0.0
	자영업	(37)	59.5	43.2	37.8	21.6	32.4	29.7	16.2	2.7
	판매/영업/서비스직	(50)	64.0	32.0	40.0	32.0	24.0	18.0	4.0	4.0
	생산/기능/노무직	(21)	33.3	38.1	52.4	23.8	23.8	28.6	9.5	0.0
	사무/관리/전문직	(291)	49.5	44.3	35.4	40.2	32.6	29.2	10.0	4.8
	무직/퇴직	(45)	60.0	40.0	37.8	28.9	31.1	42.2	0.0	4.4
	주부	(151)	49.7	39.7	40.4	37.7	33.1	27.8	5.3	2.0
	학생	(14)	71.4	42.9	64.3	28.6	28.6	35.7	14.3	0.0
	기타	(11)	54.5	36.4	27.3	45.5	45.5	45.5	9.1	9.1
지역 크기	특별/광역시	(285)	50.5	42.5	31.9	35.1	34.0	31.6	9.5	3.9
	중소도시	(309)	54.0	41.4	44.0	37.2	29.4	27.5	7.4	3.9
	군 지역(읍/면)	(28)	46.4	32.1	46.4	35.7	39.3	28.6	3.6	0.0
성별	남성	(98)	56.1	42.9	34.7	38.8	26.5	41.8	10.2	2.0
	여성	(524)	51.3	41.2	39.3	35.7	33.0	27.1	7.8	4.0

9. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-농협/축협 매장

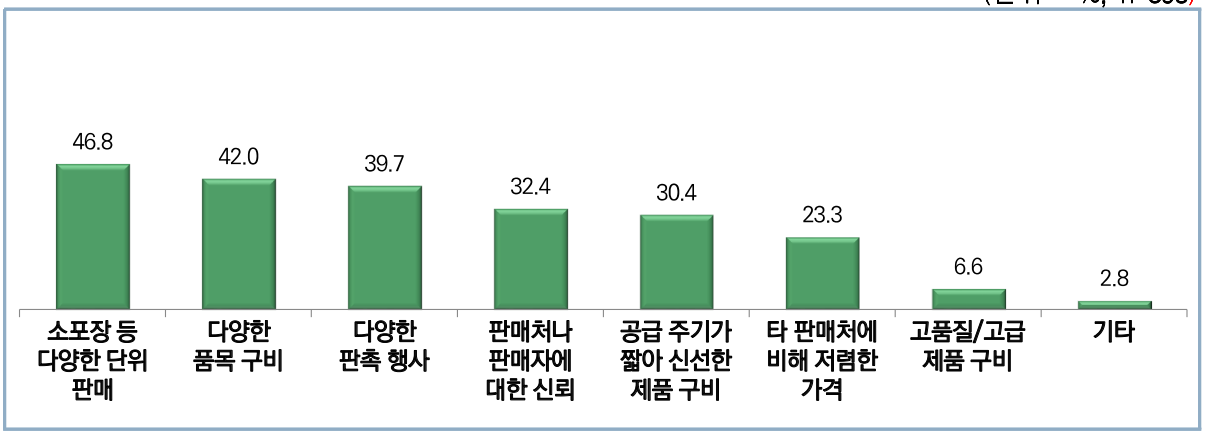
○ 친환경농산물 등을 농협/축협 매장에서 구매하는 이유는 '소포장 등 다양한 단위 판매'가 46.8%로 가장 높으며, 다음으로는 '다양한 품목 구비'가 42.0%, '다양한 판촉 행사'가 39.7% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 60대에서 '소포장 등 다양한 단위 판매'가 58.1%로 가장 높게 나타남

- '다양한 품목 구비' 51.6%와 '다양한 판촉 행사' 53.1% 응답은 30대에서 가장 높게 나타남

[그림 50] 구매 장소 및 이유(복수 응답)농협/축협 매장

(단위 : %, n=395)



* n : 농협/축협 매장 이용자

[표 33] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-농협/축협 매장

(단위 : 명, %, n=395)

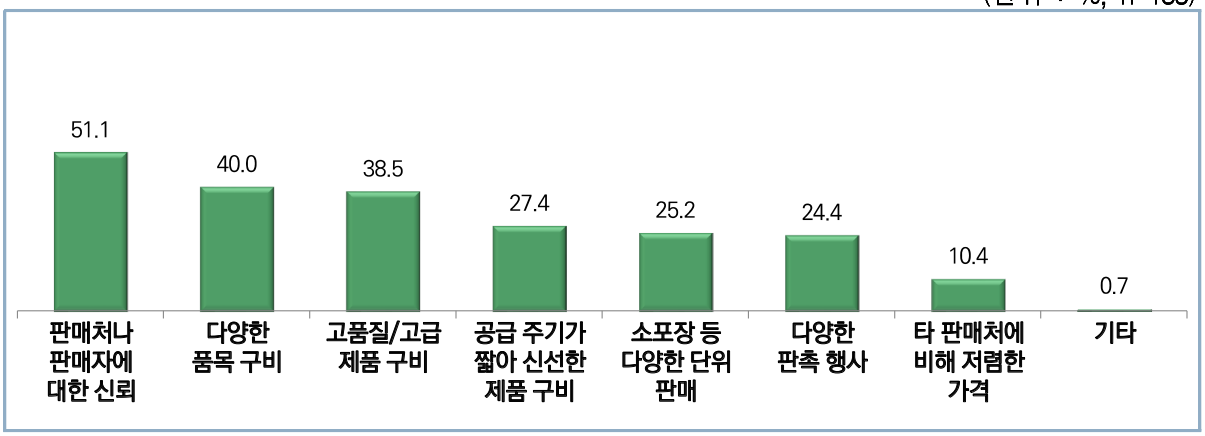
구분		사례 수	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 품목 구비	다양한 판촉 행사	판매처나 판매자에 대한 신뢰	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	타 판매처에 비해 저렴한 가격	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(395)	46.8	42.0	39.7	32.4	30.4	23.3	6.6	2.8
연령별	20대	(69)	46.4	34.8	44.9	30.4	27.5	31.9	4.3	5.8
	30대	(64)	48.4	51.6	53.1	31.3	20.3	23.4	1.6	1.6
	40대	(73)	41.1	35.6	34.2	37.0	23.3	17.8	6.8	2.7
	50대	(84)	36.9	41.7	35.7	33.3	29.8	26.2	7.1	2.4
	60대	(105)	58.1	45.7	35.2	30.5	43.8	19.0	10.5	1.9
가구원 수별	1명	(33)	51.5	57.6	42.4	33.3	27.3	30.3	3.0	3.0
	2명	(86)	47.7	45.3	34.9	18.6	27.9	22.1	4.7	1.2
	3명	(104)	45.2	39.4	40.4	32.7	35.6	24.0	9.6	1.9
	4명	(141)	44.0	39.0	40.4	35.5	30.5	22.0	7.1	3.5
	5명 이상	(31)	58.1	38.7	45.2	54.8	22.6	22.6	3.2	6.5
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(15)	46.7	46.7	53.3	46.7	26.7	20.0	0.0	0.0
	유치원생	(21)	52.4	47.6	33.3	33.3	38.1	9.5	0.0	9.5
	초등학생	(49)	53.1	30.6	40.8	34.7	34.7	20.4	2.0	2.0
	중학생	(25)	24.0	40.0	28.0	40.0	28.0	20.0	24.0	0.0
	고등학생	(40)	32.5	42.5	35.0	47.5	47.5	25.0	12.5	5.0
	성인	(158)	51.9	39.9	36.7	30.4	34.2	22.8	7.0	2.5
	없음	(135)	43.7	45.2	45.9	29.6	23.7	26.7	5.2	3.0
가구 소득별	200만원 미만	(20)	30.0	35.0	30.0	10.0	20.0	50.0	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(45)	46.7	33.3	44.4	42.2	22.2	33.3	8.9	2.2
	300~400만원 미만	(55)	41.8	41.8	36.4	47.3	27.3	30.9	5.5	1.8
	400~500만원 미만	(64)	59.4	31.3	42.2	25.0	39.1	25.0	6.3	1.6
	500~600만원 미만	(51)	51.0	43.1	31.4	25.5	25.5	13.7	5.9	5.9
	600~700만원 미만	(44)	59.1	50.0	36.4	27.3	31.8	18.2	2.3	0.0
	700~800만원 미만	(43)	32.6	44.2	34.9	30.2	37.2	16.3	9.3	9.3
	800만원 이상	(73)	42.5	52.1	50.7	37.0	31.5	16.4	9.6	1.4
직업별	농림어업	(4)	100.0	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0	50.0	0.0
	자영업	(27)	48.1	63.0	48.1	29.6	33.3	25.9	7.4	0.0
	판매/영업/서비스직	(31)	67.7	45.2	35.5	38.7	22.6	12.9	3.2	3.2
	생산/기능/노무직	(18)	27.8	33.3	33.3	33.3	27.8	22.2	11.1	0.0
	사무/관리/전문직	(185)	41.1	44.3	44.9	33.5	31.9	20.5	7.0	3.8
	무직/퇴직	(32)	50.0	34.4	31.3	9.4	25.0	34.4	0.0	6.3
	주부	(87)	51.7	34.5	31.0	33.3	31.0	25.3	6.9	1.1
	학생	(8)	50.0	25.0	50.0	50.0	25.0	37.5	0.0	0.0
	기타	(3)	33.3	66.7	33.3	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(152)	48.0	48.0	40.8	34.2	33.6	26.3	7.2	2.0
	중소도시	(212)	45.3	35.8	40.1	33.0	29.2	21.7	6.6	3.3
	군 지역(읍/면)	(31)	51.6	54.8	32.3	19.4	22.6	19.4	3.2	3.2
성별	남성	(69)	36.2	47.8	40.6	37.7	30.4	31.9	8.7	4.3
	여성	(326)	49.1	40.8	39.6	31.3	30.4	21.5	6.1	2.5

10. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-SSM

○ 친환경농산물 등을 SSM에서 구매하는 이유는 '판매자에 대한 신뢰'가 51.1%로 가장 높으며, 다음으로는 '다양한 품목 구비'가 40.0%, '고품질/고급 제품 구비'가 38.5% 등의 순으로 나타남

[그림 51] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-SSM

(단위 : %, n=135)



* n : SSM 이용자

[표 34] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-SSM

(단위 : 명, %, n=135)

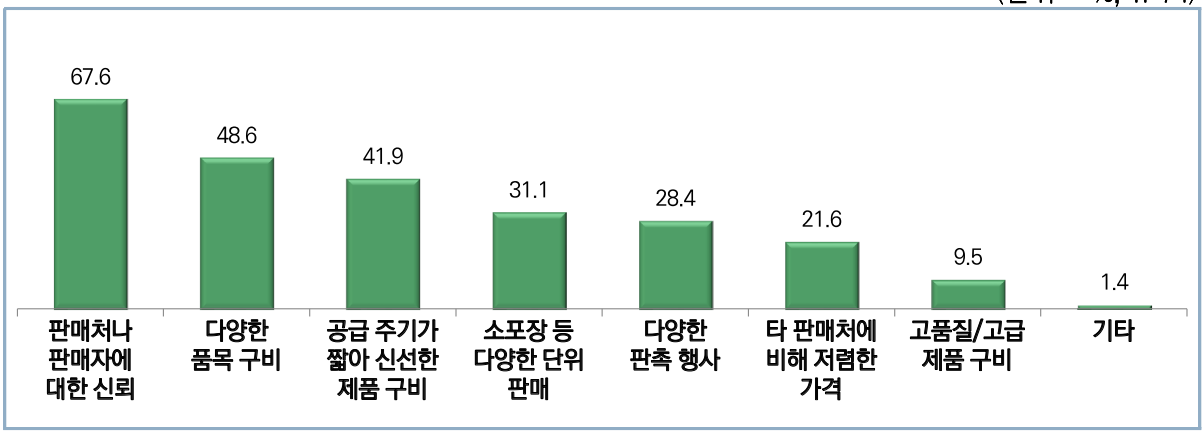
구분		사례 수	판매처나 판매자에 대한 신뢰	다양한 품목 구비	고품질/고급 제품 구비	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 판촉 행사	타 판매처에 비해 저렴한 가격	기타
전체		(135)	51.1	40.0	38.5	27.4	25.2	24.4	10.4	0.7
연령별	20대	(36)	36.1	47.2	50.0	33.3	19.4	22.2	19.4	0.0
	30대	(25)	48.0	44.0	40.0	16.0	36.0	16.0	4.0	4.0
	40대	(30)	63.3	26.7	26.7	20.0	16.7	30.0	3.3	0.0
	50대	(28)	42.9	39.3	28.6	25.0	28.6	32.1	14.3	0.0
	60대	(16)	81.3	43.8	50.0	50.0	31.3	18.8	6.3	0.0
가구원 수별	1명	(17)	47.1	52.9	47.1	11.8	17.6	17.6	11.8	0.0
	2명	(17)	47.1	47.1	41.2	35.3	17.6	0.0	5.9	5.9
	3명	(36)	52.8	36.1	41.7	22.2	36.1	19.4	0.0	0.0
	4명	(56)	51.8	32.1	37.5	35.7	25.0	33.9	17.9	0.0
	5명 이상	(9)	55.6	66.7	11.1	11.1	11.1	44.4	11.1	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(9)	44.4	55.6	22.2	22.2	66.7	22.2	0.0	0.0
	유치원생	(9)	55.6	22.2	44.4	22.2	22.2	44.4	0.0	0.0
	초등학생	(25)	68.0	36.0	36.0	28.0	28.0	36.0	12.0	0.0
	중학생	(14)	71.4	21.4	21.4	28.6	28.6	42.9	7.1	0.0
	고등학생	(13)	38.5	46.2	23.1	46.2	38.5	53.8	7.7	0.0
	성인	(34)	61.8	38.2	41.2	32.4	20.6	17.6	11.8	0.0
	없음	(55)	40.0	45.5	43.6	23.6	20.0	18.2	12.7	1.8
가구 소득별	200만원 미만	(7)	0.0	42.9	57.1	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0
	200~300만원 미만	(9)	55.6	55.6	44.4	0.0	33.3	22.2	0.0	0.0
	300~400만원 미만	(23)	56.5	43.5	39.1	26.1	21.7	26.1	17.4	4.3
	400~500만원 미만	(20)	45.0	35.0	30.0	25.0	35.0	30.0	0.0	0.0
	500~600만원 미만	(14)	42.9	42.9	21.4	28.6	14.3	35.7	7.1	0.0
	600~700만원 미만	(23)	56.5	39.1	34.8	43.5	21.7	30.4	8.7	0.0
	700~800만원 미만	(13)	84.6	53.8	46.2	38.5	23.1	0.0	15.4	0.0
	800만원 이상	(26)	46.2	26.9	46.2	26.9	30.8	26.9	11.5	0.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(5)	60.0	20.0	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	판매/영업/서비스직	(9)	55.6	66.7	11.1	11.1	11.1	44.4	11.1	0.0
	생산/기능/노무직	(7)	57.1	14.3	28.6	0.0	42.9	14.3	28.6	0.0
	사무/관리/전문직	(75)	53.3	44.0	40.0	32.0	25.3	29.3	9.3	0.0
	무직/퇴직	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	주부	(26)	53.8	30.8	30.8	23.1	23.1	15.4	7.7	3.8
	학생	(8)	25.0	50.0	50.0	50.0	25.0	12.5	25.0	0.0
	기타	(3)	33.3	33.3	66.7	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(63)	54.0	39.7	34.9	22.2	33.3	31.7	12.7	0.0
	중소도시	(71)	49.3	39.4	42.3	31.0	18.3	18.3	8.5	1.4
	군 지역(읍/면)	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
성별	남성	(30)	53.3	43.3	30.0	36.7	20.0	30.0	20.0	0.0
	여성	(105)	50.5	39.0	41.0	24.8	26.7	22.9	7.6	1.0

11. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-백화점

○ 친환경농산물 등을 백화점에서 구매하는 이유는 '판매처나 판매자에 대한 신뢰'가 67.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '다양한 품목 구비'가 48.6%, '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비'가 41.9% 등의 순으로 나타남

[그림 52] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-백화점

(단위 : %, n=74)



* n : 백화점 이용자

[표 35] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-백화점

(단위 : 명, %, n=74)

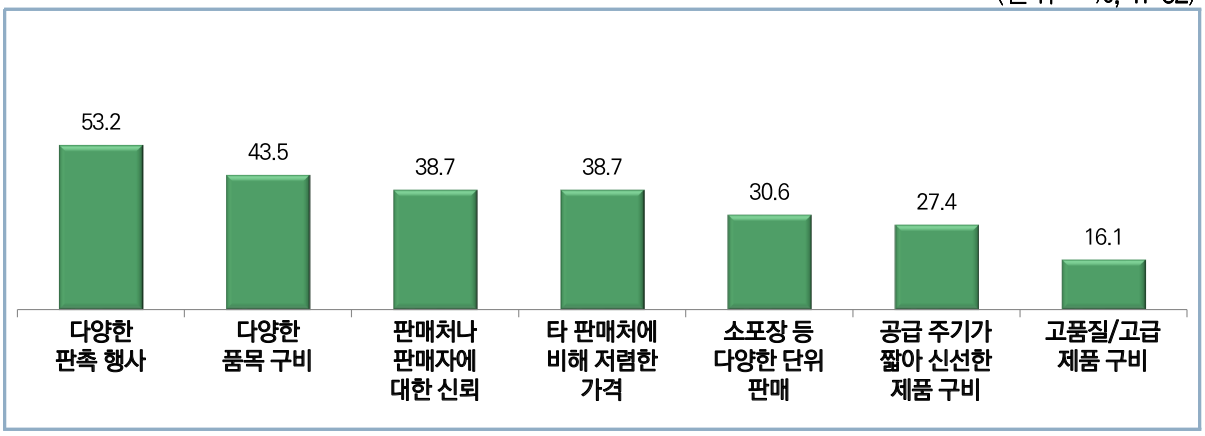
구분		사례 수	판매처나 판매자에 대한 신뢰	다양한 품목 구비	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 판촉 행사	타 판매처에 비해 저렴한 가격	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(74)	67.6	48.6	41.9	31.1	28.4	21.6	9.5	1.4
연령별	20대	(21)	71.4	52.4	28.6	33.3	23.8	33.3	0.0	4.8
	30대	(18)	61.1	55.6	61.1	27.8	22.2	16.7	16.7	0.0
	40대	(11)	72.7	27.3	36.4	36.4	36.4	27.3	9.1	0.0
	50대	(12)	58.3	33.3	58.3	25.0	25.0	16.7	8.3	0.0
	60대	(12)	75.0	66.7	25.0	33.3	41.7	8.3	16.7	0.0
가구원 수별	1명	(16)	68.8	56.3	62.5	31.3	43.8	12.5	6.3	0.0
	2명	(6)	66.7	50.0	16.7	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	3명	(24)	75.0	58.3	37.5	20.8	25.0	20.8	8.3	0.0
	4명	(24)	62.5	37.5	45.8	29.2	20.8	37.5	12.5	4.2
	5명 이상	(4)	50.0	25.0	0.0	75.0	50.0	0.0	25.0	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(5)	60.0	40.0	60.0	20.0	20.0	60.0	20.0	0.0
	유치원생	(8)	37.5	25.0	25.0	37.5	25.0	25.0	12.5	0.0
	초등학생	(8)	75.0	62.5	50.0	37.5	25.0	25.0	25.0	0.0
	중학생	(5)	80.0	20.0	20.0	60.0	40.0	40.0	0.0	0.0
	고등학생	(6)	66.7	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0
	성인	(23)	69.6	52.2	34.8	30.4	26.1	13.0	13.0	0.0
	없음	(32)	65.6	53.1	43.8	31.3	31.3	21.9	6.3	3.1
가구 소득별	200만원 미만	(3)	66.7	100.0	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(9)	77.8	33.3	44.4	44.4	33.3	22.2	0.0	0.0
	300~400만원 미만	(11)	63.6	54.5	45.5	36.4	54.5	9.1	9.1	0.0
	400~500만원 미만	(10)	60.0	30.0	20.0	20.0	10.0	30.0	10.0	0.0
	500~600만원 미만	(6)	16.7	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	600~700만원 미만	(9)	66.7	66.7	22.2	22.2	44.4	11.1	0.0	11.1
	700~800만원 미만	(13)	76.9	61.5	38.5	46.2	23.1	23.1	15.4	0.0
	800만원 이상	(13)	84.6	38.5	53.8	30.8	23.1	30.8	23.1	0.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(5)	80.0	20.0	40.0	60.0	0.0	20.0	0.0	20.0
	판매/영업/서비스직	(6)	66.7	50.0	16.7	16.7	33.3	33.3	0.0	0.0
	생산/기능/노무직	(3)	33.3	66.7	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	사무/관리/전문직	(42)	73.8	54.8	45.2	28.6	35.7	16.7	14.3	0.0
	무직/퇴직	(2)	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	주부	(14)	57.1	42.9	35.7	28.6	21.4	21.4	7.1	0.0
	학생	(2)	50.0	0.0	100.0	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지역 크기	특별/광역시	(40)	62.5	52.5	50.0	37.5	22.5	15.0	7.5	2.5
	중소도시	(30)	76.7	43.3	33.3	26.7	36.7	33.3	13.3	0.0
	군 지역(읍/면)	(4)	50.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
성별	남성	(19)	73.7	57.9	42.1	31.6	26.3	31.6	10.5	0.0
	여성	(55)	65.5	45.5	41.8	30.9	29.1	18.2	9.1	1.8

12. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-홈쇼핑

○ 홈쇼핑을 통해 구매하는 이유는 '다양한 판촉 행사'가 53.2%로 가장 높으며, 다음으로는 '다양한 품목 구비' 43.5%, '판매처나 판매자에 대한 신뢰'와 '타 판매처에 비해 저렴한 가격'이 각각 38.7% 등의 순으로 나타남

[그림 53] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-홈쇼핑

(단위 : %, n=62)



* 사례 수가 적어 해석에 유의(n : 홈쇼핑 이용자)

[표 36] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-홈쇼핑

(단위 : 명, %, n=62)

구분		사례 수	다양한 판촉 행사	다양한 품목 구비	판매처나 판매자에 대한 신뢰	타 판매처 대비 저렴한 가격	소포장 등 다양한 단위로 판매	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	고품질/고급 제품 구비
전체		(62)	53.2	43.5	38.7	38.7	30.6	27.4	16.1
연령별	20대	(12)	58.3	50.0	33.3	25.0	66.7	33.3	16.7
	30대	(13)	46.2	84.6	61.5	30.8	30.8	38.5	15.4
	40대	(10)	60.0	20.0	40.0	30.0	20.0	20.0	10.0
	50대	(17)	41.2	29.4	29.4	47.1	17.6	23.5	5.9
	60대	(10)	70.0	30.0	30.0	60.0	20.0	20.0	40.0
가구원 수별	1명	(12)	66.7	50.0	58.3	33.3	41.7	33.3	8.3
	2명	(9)	55.6	11.1	22.2	44.4	33.3	11.1	0.0
	3명	(14)	42.9	42.9	28.6	42.9	7.1	14.3	28.6
	4명	(20)	55.0	65.0	45.0	25.0	45.0	40.0	20.0
	5명 이상	(7)	42.9	14.3	28.6	71.4	14.3	28.6	14.3
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(3)	100.0	66.7	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	유치원생	(5)	60.0	40.0	60.0	20.0	0.0	40.0	0.0
	초등학생	(12)	50.0	50.0	41.7	33.3	41.7	33.3	16.7
	중학생	(2)	50.0	50.0	100.0	0.0	50.0	100.0	0.0
	고등학생	(8)	37.5	25.0	37.5	50.0	25.0	50.0	12.5
	성인	(15)	53.3	20.0	33.3	60.0	6.7	13.3	26.7
	없음	(26)	53.8	53.8	38.5	30.8	46.2	26.9	11.5
가구 소득별	200만원 미만	(2)	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	200~300만원 미만	(7)	71.4	71.4	42.9	28.6	42.9	14.3	0.0
	300~400만원 미만	(12)	41.7	50.0	41.7	16.7	33.3	33.3	25.0
	400~500만원 미만	(8)	50.0	50.0	37.5	25.0	25.0	12.5	12.5
	500~600만원 미만	(7)	57.1	28.6	42.9	42.9	42.9	14.3	0.0
	600~700만원 미만	(9)	77.8	33.3	44.4	33.3	33.3	22.2	11.1
	700~800만원 미만	(6)	50.0	33.3	33.3	83.3	50.0	33.3	0.0
	800만원 이상	(11)	36.4	45.5	27.3	54.5	9.1	45.5	45.5
직업별	농림어업	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(3)	66.7	33.3	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0
	판매/영업/서비스직	(4)	50.0	25.0	50.0	75.0	0.0	25.0	0.0
	생산/기능/노무직	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0
	사무/관리/전문직	(36)	63.9	50.0	47.2	36.1	30.6	30.6	19.4
	무직/퇴직	(3)	0.0	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0	33.3
	주부	(8)	37.5	37.5	0.0	37.5	25.0	12.5	12.5
	학생	(2)	50.0	50.0	100.0	50.0	100.0	50.0	0.0
	기타	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(27)	63.0	33.3	29.6	55.6	37.0	40.7	22.2
	중소도시	(34)	47.1	50.0	47.1	26.5	26.5	17.6	11.8
	군 지역(읍/면)	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
성별	남성	(10)	30.0	70.0	70.0	30.0	60.0	30.0	20.0
	여성	(52)	57.7	38.5	32.7	40.4	25.0	26.9	15.4

13. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-온라인 새벽 배송

○ 온라인 새벽 배송으로 구매하는 이유는 '소포장 등 다양한 단위 판매'가 44.1%로 가장 높으며, 다음으로는 '다양한 품목 구비' 41.3%, '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비' 34.7% 등의 순으로 나타남

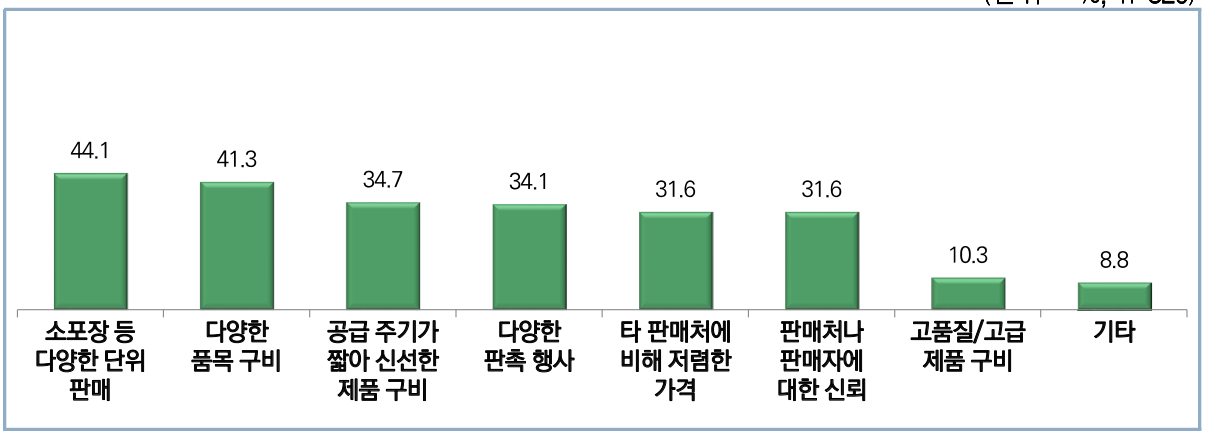
○ 기타 응답은 '구매 편의성', '빠른 배송' 등 온라인 새벽 배송의 특성임

○ 연령별로는 50대에서 '소포장 등 다양한 단위 판매'가 58.1%로 가장 높게 나타남

- '다양한 품목 구비' 응답은 30대에서 52.3%로 가장 높게 나타남
- '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비' 응답은 60대에서 51.2%로 가장 높게 나타남

[그림 54] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-온라인 새벽 배송

(단위 : %, n=320)



* n : 온라인 새벽 배송 이용자

[표 37] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-온라인 새벽 배송

(단위 : 명, %, n=320)

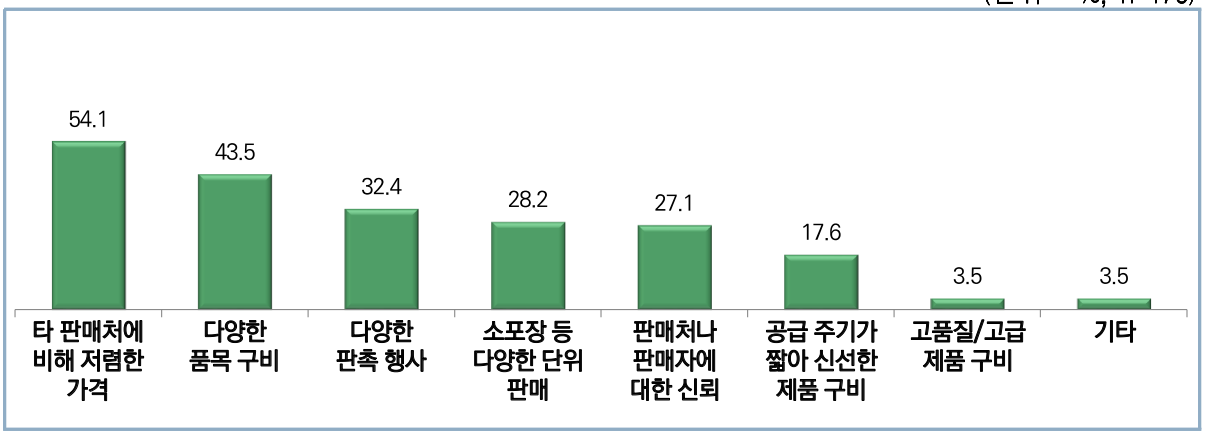
구분		사례 수	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 품목 구비	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	다양한 판촉 행사	타 판매처에 비해 저렴한 가격	판매처나 판매자에 대한 신뢰	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(320)	44.1	41.3	34.7	34.1	31.6	31.6	10.3	8.8
연령별	20대	(72)	38.9	37.5	38.9	38.9	31.9	27.8	8.3	13.9
	30대	(65)	46.2	52.3	38.5	36.9	38.5	27.7	7.7	6.2
	40대	(78)	35.9	46.2	20.5	30.8	26.9	33.3	7.7	9.0
	50대	(62)	58.1	27.4	32.3	32.3	29.0	37.1	11.3	6.5
	60대	(43)	44.2	41.9	51.2	30.2	32.6	32.6	20.9	7.0
가구원 수별	1명	(47)	48.9	44.7	31.9	40.4	29.8	23.4	10.6	14.9
	2명	(58)	46.6	36.2	34.5	25.9	32.8	29.3	3.4	6.9
	3명	(85)	40.0	40.0	31.8	31.8	34.1	35.3	10.6	11.8
	4명	(107)	43.0	42.1	39.3	38.3	31.8	31.8	15.0	4.7
	5명 이상	(23)	47.8	47.8	30.4	30.4	21.7	39.1	4.3	8.7
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(13)	46.2	38.5	15.4	53.8	38.5	38.5	0.0	23.1
	유치원생	(22)	31.8	40.9	45.5	27.3	40.9	18.2	13.6	9.1
	초등학생	(48)	29.2	47.9	33.3	31.3	33.3	33.3	12.5	6.3
	중학생	(26)	26.9	53.8	11.5	38.5	30.8	50.0	7.7	0.0
	고등학생	(43)	44.2	44.2	20.9	32.6	27.9	30.2	9.3	9.3
	성인	(89)	51.7	34.8	37.1	30.3	32.6	33.7	14.6	9.0
	없음	(135)	45.9	42.2	37.0	37.0	29.6	28.1	7.4	9.6
가구 소득별	200만원 미만	(12)	58.3	25.0	25.0	25.0	66.7	25.0	0.0	8.3
	200~300만원 미만	(36)	38.9	30.6	30.6	36.1	27.8	25.0	5.6	13.9
	300~400만원 미만	(46)	63.0	45.7	39.1	23.9	30.4	34.8	4.3	10.9
	400~500만원 미만	(41)	34.1	48.8	31.7	31.7	36.6	24.4	12.2	4.9
	500~600만원 미만	(41)	41.5	39.0	29.3	48.8	34.1	29.3	12.2	7.3
	600~700만원 미만	(45)	37.8	37.8	42.2	26.7	22.2	35.6	11.1	8.9
	700~800만원 미만	(37)	43.2	40.5	37.8	40.5	37.8	43.2	8.1	10.8
	800만원 이상	(62)	43.5	46.8	33.9	35.5	25.8	30.6	17.7	6.5
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(21)	19.0	47.6	23.8	19.0	38.1	14.3	14.3	19.0
	판매/영업/서비스직	(17)	29.4	41.2	23.5	41.2	35.3	23.5	0.0	11.8
	생산/기능/노무직	(13)	30.8	46.2	15.4	15.4	30.8	23.1	0.0	7.7
	사무/관리/전문직	(176)	44.3	38.1	36.4	36.4	27.8	33.0	10.2	9.7
	무직/퇴직	(11)	63.6	45.5	18.2	36.4	27.3	27.3	9.1	18.2
	주부	(67)	52.2	44.8	38.8	29.9	37.3	38.8	11.9	3.0
	학생	(10)	50.0	50.0	40.0	60.0	50.0	30.0	20.0	0.0
	기타	(5)	60.0	40.0	80.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(154)	42.9	37.7	37.7	35.1	35.7	35.1	13.0	6.5
	중소도시	(156)	46.2	44.2	32.1	32.1	28.8	26.9	7.7	11.5
	군 지역(읍/면)	(10)	30.0	50.0	30.0	50.0	10.0	50.0	10.0	0.0
성별	남성	(42)	40.5	47.6	42.9	33.3	52.4	42.9	21.4	2.4
	여성	(278)	44.6	40.3	33.5	34.2	28.4	29.9	8.6	9.7

14. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 인터넷/온라인

○ 친환경농산물 등을 일반 인터넷/온라인에서 구매하는 이유는 '타 판매처에 비해 저렴한 가격'이 54.1%로 가장 높으며, 다음으로는 '다양한 품목 구비'가 43.5%, '다양한 판촉 행사'가 32.4% 등의 순으로 나타남

[그림 55] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 인터넷/온라인

(단위 : %, n=170)



* n : 일반 인터넷/온라인 이용자

[표 38] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 인터넷/온라인

(단위 : 명, %, n=170)

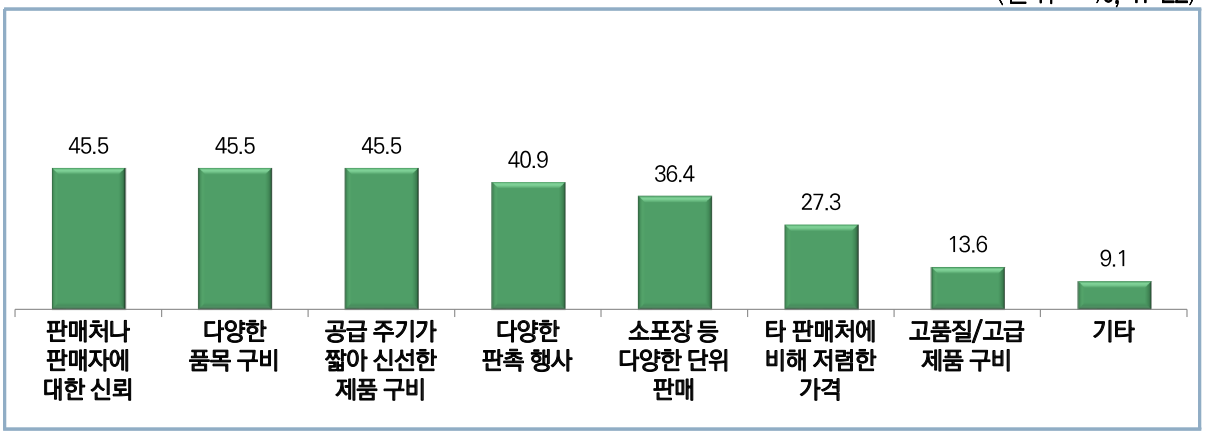
구분		사례 수	타 판매처에 비해 저렴한 가격	다양한 품목 구비	다양한 판촉 행사	소포장 등 다양한 단위로 판매	판매처나 판매자에 대한 신뢰	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(170)	54.1	43.5	32.4	28.2	27.1	17.6	3.5	3.5
연령별	20대	(26)	38.5	46.2	38.5	30.8	23.1	23.1	3.8	0.0
	30대	(23)	56.5	56.5	43.5	39.1	34.8	39.1	8.7	4.3
	40대	(32)	46.9	34.4	34.4	21.9	15.6	6.3	0.0	6.3
	50대	(47)	51.1	40.4	27.7	27.7	36.2	17.0	2.1	6.4
	60대	(42)	71.4	45.2	26.2	26.2	23.8	11.9	4.8	0.0
가구원 수별	1명	(19)	42.1	42.1	31.6	26.3	26.3	15.8	15.8	5.3
	2명	(40)	52.5	37.5	32.5	35.0	25.0	10.0	2.5	2.5
	3명	(41)	65.9	41.5	24.4	26.8	24.4	17.1	0.0	2.4
	4명	(54)	50.0	51.9	40.7	31.5	31.5	24.1	3.7	3.7
	5명 이상	(16)	56.3	37.5	25.0	6.3	25.0	18.8	0.0	6.3
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(4)	0.0	75.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	유치원생	(8)	50.0	25.0	37.5	25.0	50.0	37.5	0.0	0.0
	초등학생	(20)	50.0	60.0	30.0	35.0	25.0	25.0	5.0	5.0
	중학생	(11)	45.5	45.5	36.4	18.2	18.2	18.2	0.0	9.1
	고등학생	(23)	52.2	30.4	30.4	17.4	43.5	13.0	0.0	8.7
	성인	(74)	62.2	40.5	27.0	25.7	27.0	14.9	2.7	4.1
	없음	(59)	49.2	44.1	35.6	28.8	25.4	15.3	5.1	3.4
가구 소득별	200만원 미만	(9)	66.7	11.1	11.1	22.2	33.3	0.0	0.0	11.1
	200~300만원 미만	(12)	58.3	33.3	58.3	33.3	8.3	25.0	0.0	0.0
	300~400만원 미만	(25)	52.0	64.0	36.0	32.0	28.0	24.0	12.0	4.0
	400~500만원 미만	(28)	53.6	39.3	25.0	28.6	21.4	10.7	3.6	7.1
	500~600만원 미만	(25)	32.0	40.0	40.0	40.0	36.0	20.0	0.0	4.0
	600~700만원 미만	(21)	57.1	57.1	28.6	19.0	14.3	23.8	0.0	0.0
	700~800만원 미만	(13)	61.5	38.5	23.1	30.8	38.5	23.1	0.0	0.0
	800만원 이상	(37)	62.2	40.5	32.4	21.6	32.4	13.5	5.4	2.7
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(14)	57.1	35.7	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0
	판매/영업/서비스직	(6)	66.7	50.0	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	생산/기능/노무직	(6)	16.7	16.7	83.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
	사무/관리/전문직	(87)	50.6	47.1	33.3	29.9	31.0	24.1	5.7	4.6
	무직/퇴직	(12)	58.3	33.3	16.7	8.3	33.3	8.3	8.3	0.0
	주부	(39)	64.1	43.6	25.6	23.1	25.6	10.3	0.0	5.1
	학생	(5)	40.0	60.0	40.0	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역 크기	특별/광역시	(80)	53.8	41.3	30.0	27.5	28.8	22.5	3.8	2.5
	중소도시	(78)	52.6	47.4	37.2	29.5	25.6	14.1	3.8	5.1
	군 지역(읍/면)	(12)	66.7	33.3	16.7	25.0	25.0	8.3	0.0	0.0
성별	남성	(35)	65.7	51.4	40.0	37.1	37.1	20.0	5.7	0.0
	여성	(135)	51.1	41.5	30.4	25.9	24.4	17.0	3.0	4.4

15. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-편의점

○ 편의점에서 구매하는 이유는 '판매처나 판매자에 대한 신뢰', '다양한 품목 구비', '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비' 각각 45.5%로 나타남

[그림 56] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-편의점

(단위 : %, n=22)



* 사례 수가 적어 해석에 유의(n : 편의점 이용자)

[표 39] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-편의점

(단위 : 명, %, n=22)

구분		사례 수	판매처나 판매자에 대한 신뢰	다양한 품목 구비	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	다양한 판촉 행사	소포장 등 다양한 단위로 판매	타 판매처에 비해 저렴한 가격	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(22)	45.5	45.5	45.5	40.9	36.4	27.3	13.6	9.1
연령별	20대	(8)	37.5	37.5	50.0	62.5	25.0	12.5	12.5	12.5
	30대	(5)	40.0	60.0	40.0	20.0	40.0	40.0	0.0	20.0
	40대	(3)	100.0	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
	50대	(4)	25.0	0.0	25.0	25.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	60대	(2)	50.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
가구원 수별	1명	(8)	25.0	37.5	37.5	37.5	50.0	25.0	12.5	12.5
	2명	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
	3명	(5)	60.0	60.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0
	4명	(6)	66.7	50.0	83.3	83.3	33.3	33.3	16.7	0.0
	5명 이상	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(1)	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	유치원생	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	초등학생	(2)	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0
	중학생	(2)	100.0	50.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	고등학생	(1)	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	성인	(3)	33.3	66.7	100.0	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0
	없음	(15)	33.3	33.3	40.0	33.3	46.7	20.0	6.7	13.3
가구 소득별	200만원 미만	(4)	0.0	25.0	25.0	50.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(4)	50.0	50.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0
	300~400만원 미만	(3)	66.7	66.7	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3	0.0
	400~500만원 미만	(4)	50.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0
	500~600만원 미만	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	600~700만원 미만	(4)	50.0	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	0.0	0.0
	700~800만원 미만	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	800만원 이상	(2)	100.0	50.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	0.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(3)	33.3	66.7	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	판매/영업/서비스직	(2)	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	생산/기능/노무직	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	사무/관리/전문직	(11)	72.7	54.5	36.4	45.5	36.4	36.4	27.3	9.1
	무직/퇴직	(3)	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3
	주부	(2)	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	학생	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-
지역 크기	특별/광역시	(11)	45.5	54.5	27.3	36.4	27.3	27.3	27.3	18.2
	중소도시	(11)	45.5	36.4	63.6	45.5	45.5	27.3	0.0	0.0
	군 지역(읍/면)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
성별	남성	(7)	42.9	28.6	57.1	57.1	57.1	42.9	0.0	0.0
	여성	(15)	46.7	53.3	40.0	33.3	26.7	20.0	20.0	13.3

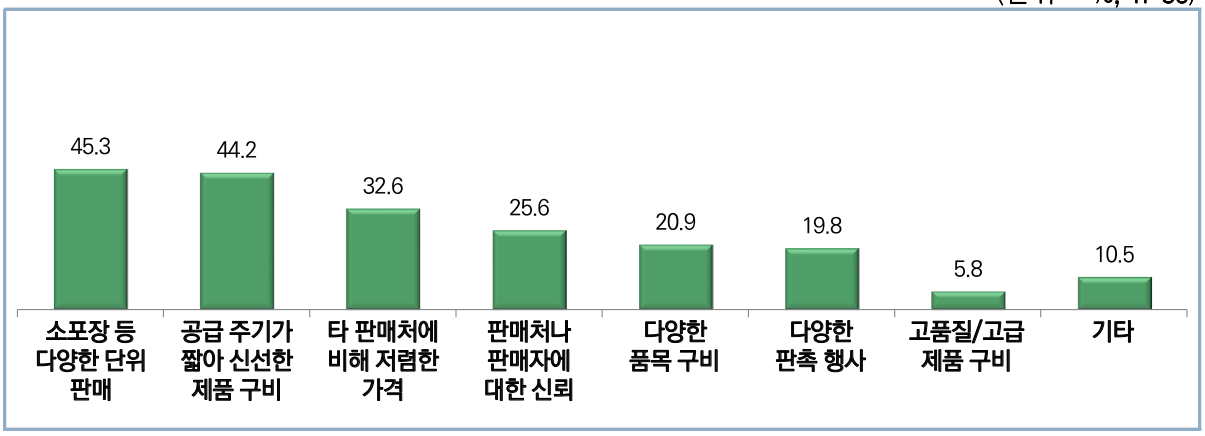
* 사례 수가 적어 해석에 유의

16. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 소매점

○ 일반 소매점에서 구매하는 이유는 '소포장 등 다양한 단위 판매'가 45.3%로 가장 높으며, 다음으로는 '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비' 44.2%, '타 판매처에 비해 저렴한 가격'이 32.6% 등의 순으로 나타남

[그림 57] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 소매점

(단위 : %, n=86)



* n : 일반 소매점 이용자

[표 40] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-일반 소매점

(단위 : 명, %, n=86)

구분		사례 수	소포장 등 다양한 단위로 판매	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	타 판매처에 비해 저렴한 가격	판매처나 판매자에 대한 신뢰	다양한 품목 구비	다양한 판촉 행사	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(86)	45.3	44.2	32.6	25.6	20.9	19.8	5.8	10.5
연령별	20대	(19)	26.3	42.1	26.3	31.6	26.3	26.3	5.3	21.1
	30대	(12)	50.0	50.0	33.3	41.7	25.0	33.3	8.3	0.0
	40대	(19)	47.4	42.1	36.8	15.8	15.8	5.3	0.0	10.5
	50대	(21)	52.4	42.9	28.6	14.3	9.5	23.8	4.8	9.5
	60대	(15)	53.3	46.7	40.0	33.3	33.3	13.3	13.3	6.7
가구원 수별	1명	(7)	57.1	57.1	57.1	42.9	42.9	42.9	28.6	0.0
	2명	(21)	33.3	47.6	38.1	14.3	14.3	4.8	0.0	14.3
	3명	(28)	39.3	35.7	21.4	28.6	10.7	14.3	3.6	10.7
	4명	(26)	53.8	50.0	30.8	30.8	34.6	34.6	7.7	7.7
	5명 이상	(4)	75.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(2)	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	유치원생	(6)	33.3	33.3	16.7	50.0	16.7	0.0	0.0	16.7
	초등학생	(11)	63.6	54.5	27.3	27.3	18.2	18.2	9.1	9.1
	중학생	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0
	고등학생	(4)	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0
	성인	(29)	44.8	37.9	37.9	17.2	13.8	17.2	6.9	10.3
	없음	(37)	40.5	51.4	32.4	29.7	29.7	24.3	5.4	8.1
가구 소득별	200만원 미만	(6)	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	50.0	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(13)	38.5	61.5	15.4	15.4	15.4	0.0	0.0	15.4
	300~400만원 미만	(10)	60.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	20.0	0.0
	400~500만원 미만	(17)	35.3	41.2	29.4	29.4	11.8	17.6	5.9	17.6
	500~600만원 미만	(13)	46.2	7.7	46.2	23.1	23.1	15.4	0.0	15.4
	600~700만원 미만	(12)	25.0	83.3	41.7	16.7	16.7	16.7	8.3	0.0
	700~800만원 미만	(7)	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6
	800만원 이상	(8)	75.0	50.0	25.0	37.5	25.0	25.0	12.5	0.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(5)	60.0	40.0	40.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	판매/영업/서비스직	(5)	20.0	20.0	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0	20.0
	생산/기능/노무직	(4)	25.0	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	사무/관리/전문직	(34)	52.9	55.9	32.4	29.4	14.7	23.5	14.7	11.8
	무직/퇴직	(7)	42.9	57.1	42.9	42.9	42.9	28.6	0.0	0.0
	주부	(27)	44.4	33.3	33.3	14.8	18.5	14.8	0.0	11.1
	학생	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3	66.7	66.7	0.0	0.0
	기타	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(39)	43.6	48.7	30.8	25.6	17.9	20.5	7.7	12.8
	중소도시	(40)	52.5	45.0	35.0	25.0	22.5	15.0	5.0	10.0
	군 지역(읍/면)	(7)	14.3	14.3	28.6	28.6	28.6	42.9	0.0	0.0
성별	남성	(11)	54.5	45.5	27.3	45.5	45.5	36.4	9.1	9.1
	여성	(75)	44.0	44.0	33.3	22.7	17.3	17.3	5.3	10.7

17. 구매 장소 및 이유(복수 응답)-전통시장

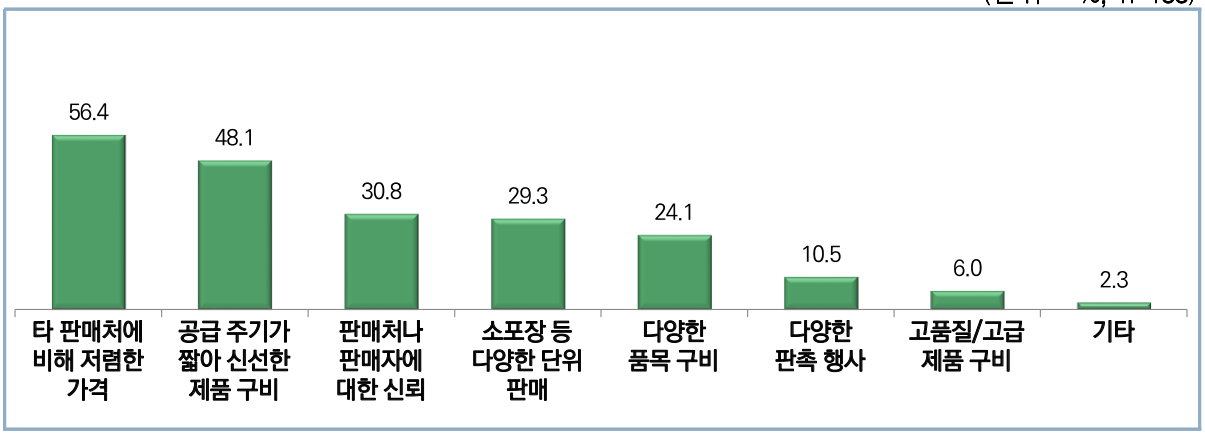
○ 친환경농산물 등을 전통시장에서 구매하는 이유는 '타 판매처에 비해 저렴한 가격'이 56.4%로 가장 높으며, 다음으로는 '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비'가 48.1%, '판매처나 판매자에 대한 신뢰'가 30.8% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 60대에서 '타 판매처에 비해 저렴한 가격'이 64.9%로 가장 높게 나타남

- '공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비' 응답은 40대에서 58.1%로 가장 높게 나타남

[그림 58] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-전통시장

(단위 : %, n=133)



* n : 전통시장 이용자

[표 41] 구매 장소 및 이유(복수 응답)-전통시장

(단위 : 명, %, n=133)

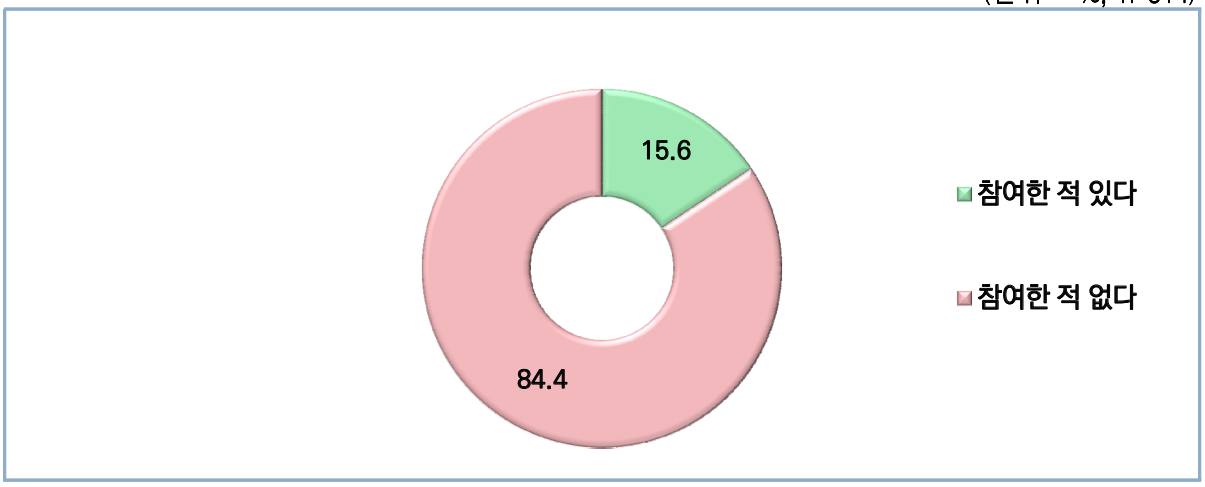
구분		사례 수	타 판매처에 비해 저렴한 가격	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	판매처나 판매자에 대한 신뢰	소포장 등 다양한 단위로 판매	다양한 품목 구비	다양한 판촉 행사	고품질/ 고급 제품 구비	기타
전체		(133)	56.4	48.1	30.8	29.3	24.1	10.5	6.0	2.3
연령별	20대	(23)	56.5	47.8	30.4	26.1	26.1	8.7	0.0	8.7
	30대	(14)	64.3	35.7	28.6	28.6	14.3	21.4	21.4	0.0
	40대	(31)	41.9	58.1	32.3	32.3	12.9	6.5	6.5	0.0
	50대	(28)	57.1	53.6	32.1	35.7	28.6	17.9	3.6	0.0
	60대	(37)	64.9	40.5	29.7	24.3	32.4	5.4	5.4	2.7
가구원 수별	1명	(13)	46.2	53.8	15.4	23.1	23.1	15.4	0.0	7.7
	2명	(23)	69.6	39.1	30.4	30.4	30.4	8.7	0.0	0.0
	3명	(42)	61.9	47.6	26.2	23.8	21.4	7.1	4.8	2.4
	4명	(43)	48.8	51.2	37.2	34.9	25.6	11.6	9.3	0.0
	5명 이상	(12)	50.0	50.0	41.7	33.3	16.7	16.7	16.7	8.3
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(3)	0.0	100.0	66.7	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	유치원생	(5)	60.0	40.0	40.0	20.0	0.0	60.0	0.0	0.0
	초등학생	(14)	35.7	50.0	35.7	42.9	35.7	21.4	7.1	0.0
	중학생	(14)	42.9	64.3	35.7	28.6	7.1	14.3	7.1	0.0
	고등학생	(18)	50.0	61.1	44.4	33.3	11.1	16.7	5.6	0.0
	성인	(48)	56.3	45.8	35.4	31.3	29.2	8.3	6.3	2.1
	없음	(48)	58.3	45.8	29.2	25.0	22.9	8.3	6.3	4.2
가구 소득별	200만원 미만	(6)	50.0	83.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	200~300만원 미만	(22)	40.9	22.7	22.7	27.3	27.3	13.6	4.5	9.1
	300~400만원 미만	(17)	70.6	47.1	17.6	17.6	29.4	11.8	11.8	0.0
	400~500만원 미만	(17)	70.6	47.1	17.6	23.5	17.6	0.0	17.6	0.0
	500~600만원 미만	(21)	47.6	38.1	47.6	33.3	14.3	9.5	4.8	0.0
	600~700만원 미만	(17)	47.1	47.1	23.5	35.3	23.5	17.6	0.0	5.9
	700~800만원 미만	(14)	50.0	85.7	35.7	35.7	35.7	14.3	0.0	0.0
	800만원 이상	(19)	73.7	52.6	47.4	36.8	26.3	10.5	5.3	0.0
직업별	농림어업	(2)	0.0	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	(13)	69.2	53.8	15.4	38.5	7.7	0.0	0.0	0.0
	판매/영업/서비스직	(11)	63.6	54.5	45.5	18.2	18.2	9.1	0.0	0.0
	생산/기능/노무직	(6)	50.0	16.7	50.0	16.7	50.0	0.0	16.7	0.0
	사무/관리/전문직	(56)	55.4	55.4	30.4	28.6	28.6	17.9	7.1	1.8
	무직/퇴직	(6)	50.0	33.3	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	33.3
	주부	(33)	57.6	39.4	27.3	30.3	18.2	3.0	6.1	0.0
	학생	(3)	66.7	66.7	0.0	100.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	기타	(3)	33.3	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0
지역 크기	특별/광역시	(60)	56.7	53.3	26.7	28.3	35.0	8.3	8.3	3.3
	중소도시	(58)	58.6	41.4	31.0	32.8	17.2	13.8	3.4	1.7
	군 지역(읍/면)	(15)	46.7	53.3	46.7	20.0	6.7	6.7	6.7	0.0
성별	남성	(24)	70.8	45.8	29.2	25.0	29.2	20.8	8.3	0.0
	여성	(109)	53.2	48.6	31.2	30.3	22.9	8.3	5.5	2.8

18. 친환경농산물 등의 교육/체험행사 참여 여부

○ 최근 1년 이내 친환경농산물 등의 구매자(n=914) 중 15.6%가 친환경농산물 등의 교육/체험행사에 '참여한 적 있다'라고 응답한 것으로 나타남

[그림 59] 친환경농산물 등의 교육/체험행사 참여 여부

(단위 : %, n=914)



[표 42] 친환경농산물 등의 교육/체험행사 참여 여부

(단위 : 명, %, n=914)

구분		사례 수	참여한 적 있다	참여한 적 없다	계
전체		(914)	15.6	84.4	100.0
연령별	20대	(159)	18.9	81.1	100.0
	30대	(150)	11.3	88.7	100.0
	40대	(185)	15.1	84.9	100.0
	50대	(215)	14.9	85.1	100.0
	60대	(205)	17.6	82.4	100.0
가구원 수별	1명	(104)	14.4	85.6	100.0
	2명	(209)	11.0	89.0	100.0
	3명	(245)	17.1	82.9	100.0
	4명	(293)	16.4	83.6	100.0
	5명 이상	(63)	23.8	76.2	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(33)	18.2	81.8	100.0
	유치원생	(44)	20.5	79.5	100.0
	초등학생	(109)	22.0	78.0	100.0
	중학생	(65)	26.2	73.8	100.0
	고등학생	(97)	18.6	81.4	100.0
	성인	(343)	15.2	84.8	100.0
	없음	(346)	13.3	86.7	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(49)	10.2	89.8	100.0
	200~300만원 미만	(106)	13.2	86.8	100.0
	300~400만원 미만	(131)	19.1	80.9	100.0
	400~500만원 미만	(137)	14.6	85.4	100.0
	500~600만원 미만	(126)	13.5	86.5	100.0
	600~700만원 미만	(111)	18.0	82.0	100.0
	700~800만원 미만	(83)	20.5	79.5	100.0
	800만원 이상	(171)	14.6	85.4	100.0
직업별	농림어업	(5)	20.0	80.0	100.0
	자영업	(61)	16.4	83.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(68)	17.6	82.4	100.0
	생산/기능/노무직	(39)	17.9	82.1	100.0
	사무/관리/전문직	(426)	17.1	82.9	100.0
	무직/퇴직	(64)	15.6	84.4	100.0
	주부	(216)	11.6	88.4	100.0
	학생	(21)	23.8	76.2	100.0
	기타	(14)	0.0	100.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(413)	16.9	83.1	100.0
	중소도시	(447)	14.8	85.2	100.0
	군 지역(읍/면)	(54)	13.0	87.0	100.0
성별	남성	(142)	19.0	81.0	100.0
	여성	(772)	15.0	85.0	100.0

19. 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화

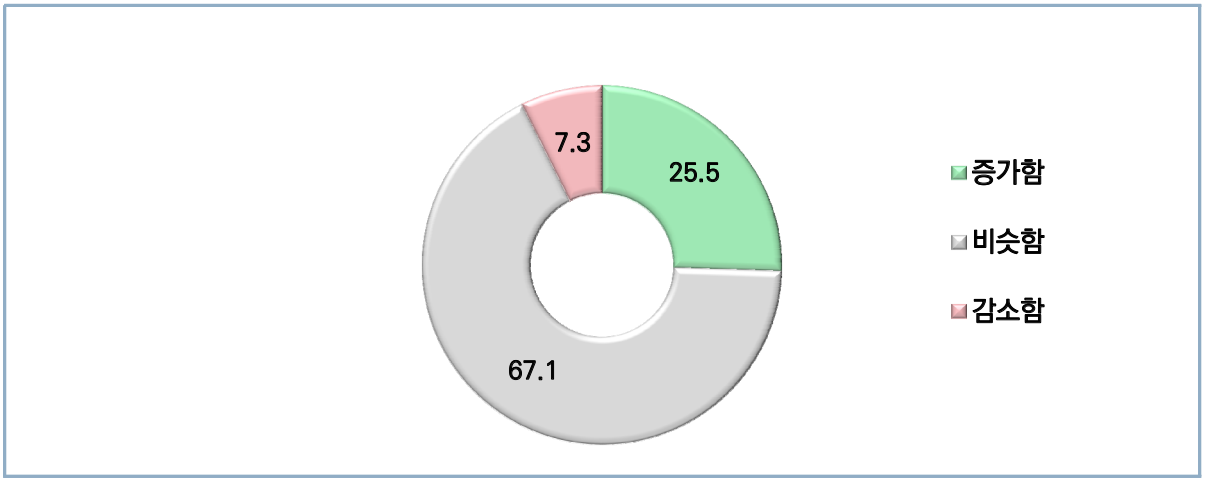
○ 인터넷을 이용하여 친환경농산물 등을 구매하는 응답자 중 25.5%가 '온라인 구매가 늘어났다'라고 응답하였으며, '줄어들었다'라고 응답한 비율은 7.3%로 나타남

○ 연령별로는 30대의 '온라인 구매 비중이 늘어났다'라는 응답이 32.0%로 가장 높음

○ 줄어들었다는 응답은 60대에서 10.3%로 가장 높으며, 다음으로는 20대가 8.5%임

[그림 60] 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화

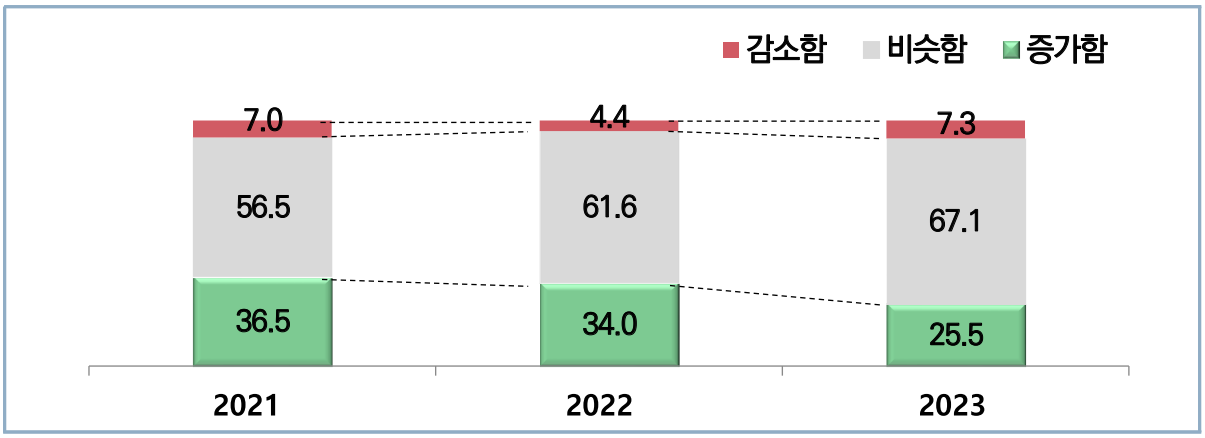
(단위 : %, n=423)



* n : 친환경농산물 구매에 온라인을 이용하는 응답자

[그림 61] 전년 대비 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화

(단위 : %)



[표 43] 친환경농산물 등의 과거 대비 온라인 구매 비중 변화

(단위 : 명, %, n=423)

구분		사례 수	줄어들었다	비슷하다	늘어났다	계
전체		(423)	7.3	67.1	25.5	100.0
연령별	20대	(82)	8.5	67.1	24.4	100.0
	30대	(75)	4.0	64.0	32.0	100.0
	40대	(97)	6.2	63.9	29.9	100.0
	50대	(91)	7.7	72.5	19.8	100.0
	60대	(78)	10.3	67.9	21.8	100.0
가구원수별	1명	(57)	3.5	68.4	28.1	100.0
	2명	(87)	9.2	69.0	21.8	100.0
	3명	(111)	8.1	65.8	26.1	100.0
	4명	(131)	6.1	66.4	27.5	100.0
	5명 이상	(37)	10.8	67.6	21.6	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(14)	7.1	57.1	35.7	100.0
	유치원생	(25)	4.0	76.0	20.0	100.0
	초등학생	(58)	8.6	58.6	32.8	100.0
	중학생	(33)	18.2	54.5	27.3	100.0
	고등학생	(56)	7.1	71.4	21.4	100.0
	성인	(143)	9.1	70.6	20.3	100.0
	없음	(166)	4.8	67.5	27.7	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(18)	0.0	88.9	11.1	100.0
	200~300만원 미만	(44)	13.6	52.3	34.1	100.0
	300~400만원 미만	(60)	11.7	68.3	20.0	100.0
	400~500만원 미만	(57)	8.8	71.9	19.3	100.0
	500~600만원 미만	(56)	5.4	73.2	21.4	100.0
	600~700만원 미만	(58)	1.7	72.4	25.9	100.0
	700~800만원 미만	(40)	7.5	65.0	27.5	100.0
	800만원 이상	(90)	6.7	60.0	33.3	100.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-
	자영업	(31)	6.5	71.0	22.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(22)	9.1	68.2	22.7	100.0
	생산/기능/노무직	(16)	18.8	56.3	25.0	100.0
	사무/관리/전문직	(222)	5.9	68.5	25.7	100.0
	무직/퇴직	(22)	4.5	59.1	36.4	100.0
	주부	(94)	9.6	66.0	24.5	100.0
	학생	(10)	0.0	60.0	40.0	100.0
	기타	(6)	16.7	83.3	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(194)	7.7	64.9	27.3	100.0
	중소도시	(208)	7.2	68.8	24.0	100.0
	군 지역(읍/면)	(21)	4.8	71.4	23.8	100.0
성별	남성	(65)	3.1	73.8	23.1	100.0
	여성	(358)	8.1	65.9	26.0	100.0

20. 온라인 구매 주기

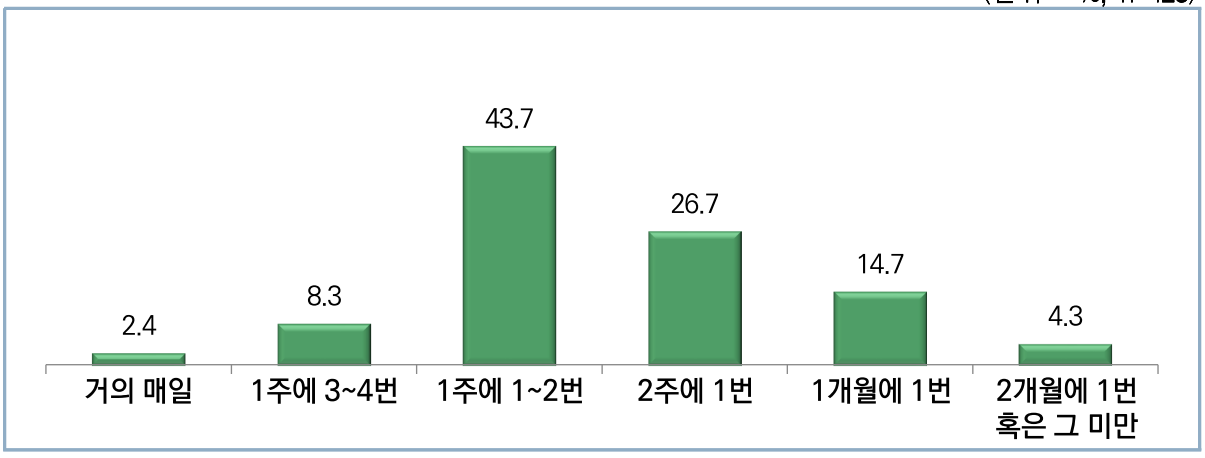
○ 온라인 구매 주기는 '1주에 1~2번'이 43.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '2주에 1번'이 26.7%, '1개월에 1번'이 14.7% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 40대의 구매 주기가 '1주에 1~2번'인 응답이 47.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, '2주에 1번'은 60대가 34.6%로 가장 높게 나타남

○ 자녀 연령별로는 자녀가 초등학생인 응답자가 '1주에 1~2번' 이상 온라인으로 구매[7]하는 비중이 67.2%로 가장 높으며, 다음으로는 자녀가 중학생인 응답자 66.6% 등의 순임

[그림 62] 온라인 구매 주기

(단위 : %, n=423)



7) 1주에 1~2번 이상 구매하는 응답의 합

[표 44] 온라인 구매 주기

(단위 : 명, %, n=423)

구분		사례 수	거의 매일	1주에 3~4번	1주에 1~2번	2주에 1번	1개월에 1번	2개월에 1번 혹은 그 미만	계
전체		(423)	2.4	8.3	43.7	26.7	14.7	4.3	100.0
연령별	20대	(82)	6.1	11.0	37.8	24.4	17.1	3.7	100.0
	30대	(75)	2.7	12.0	46.7	18.7	16.0	4.0	100.0
	40대	(97)	2.1	10.3	47.4	24.7	12.4	3.1	100.0
	50대	(91)	0.0	4.4	47.3	30.8	14.3	3.3	100.0
	60대	(78)	1.3	3.8	38.5	34.6	14.1	7.7	100.0
가구원수별	1명	(57)	3.5	8.8	33.3	29.8	19.3	5.3	100.0
	2명	(87)	0.0	6.9	34.5	28.7	19.5	10.3	100.0
	3명	(111)	1.8	5.4	48.6	28.8	13.5	1.8	100.0
	4명	(131)	3.1	9.9	51.9	23.7	9.2	2.3	100.0
	5명 이상	(37)	5.4	13.5	37.8	21.6	18.9	2.7	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(14)	7.1	21.4	35.7	14.3	21.4	0.0	100.0
	유치원생	(25)	0.0	24.0	52.0	16.0	4.0	4.0	100.0
	초등학생	(58)	3.4	12.1	51.7	22.4	10.3	0.0	100.0
	중학생	(33)	3.0	12.1	51.5	15.2	18.2	0.0	100.0
	고등학생	(56)	1.8	8.9	48.2	30.4	8.9	1.8	100.0
	성인	(143)	1.4	2.8	42.7	33.6	13.3	6.3	100.0
	없음	(166)	3.0	9.6	36.7	26.5	19.3	4.8	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(18)	0.0	5.6	44.4	22.2	22.2	5.6	100.0
	200~300만원 미만	(44)	4.5	9.1	29.5	31.8	18.2	6.8	100.0
	300~400만원 미만	(60)	1.7	13.3	40.0	21.7	15.0	8.3	100.0
	400~500만원 미만	(57)	0.0	3.5	42.1	38.6	12.3	3.5	100.0
	500~600만원 미만	(56)	3.6	12.5	46.4	23.2	10.7	3.6	100.0
	600~700만원 미만	(58)	0.0	8.6	53.4	19.0	17.2	1.7	100.0
	700~800만원 미만	(40)	5.0	15.0	50.0	20.0	10.0	0.0	100.0
	800만원 이상	(90)	3.3	2.2	43.3	31.1	15.6	4.4	100.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(31)	3.2	9.7	58.1	16.1	6.5	6.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(22)	0.0	13.6	27.3	36.4	18.2	4.5	100.0
	생산/기능/노무직	(16)	0.0	12.5	37.5	37.5	12.5	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	(222)	2.7	9.0	46.4	24.8	14.4	2.7	100.0
	무직/퇴직	(22)	0.0	4.5	31.8	31.8	18.2	13.6	100.0
	주부	(94)	0.0	5.3	41.5	31.9	16.0	5.3	100.0
	학생	(10)	30.0	10.0	30.0	10.0	10.0	10.0	100.0
	기타	(6)	0.0	0.0	50.0	16.7	33.3	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(194)	4.6	9.3	49.5	25.3	8.2	3.1	100.0
	중소도시	(208)	0.5	6.7	40.4	27.9	19.2	5.3	100.0
	군 지역(읍/면)	(21)	0.0	14.3	23.8	28.6	28.6	4.8	100.0
성별	남성	(65)	3.1	9.2	47.7	29.2	9.2	1.5	100.0
	여성	(358)	2.2	8.1	43.0	26.3	15.6	4.7	100.0

21. 온라인 평균 구매 비용

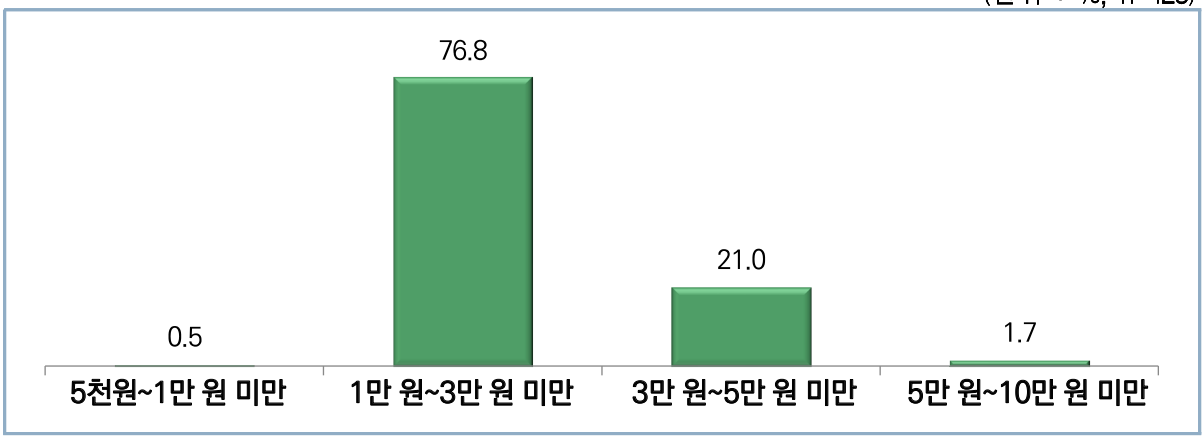
○ 온라인 평균 구매 비용은 1회에 '1~3만 원'이 76.8%로 가장 높으며, 다음으로는 '3~5만 원'이 21.0% 등으로 나타남

○ 연령별로는 30대(81.3%)와 60대(80.8%)에서 '1만 원~3만 원' 구매 비중이 높게 나타나며, 20대는 '3만 원~5만 원'이 29.3%로 구매 비중이 높게 나타남

○ '5만 원~10만 원' 구매하는 비중은 40대(4.1%)에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 63] 온라인 평균 구매 비용

(단위 : %, n=423)



[표 45] 온라인 평균 구매 비용

(단위 : 명, %, n=423)

구분		사례 수	5천원~3만 원 미만	1만~3만 원 미만	3만~5만 원 미만	5만~10만 원 미만	계
전체		(423)	0.5	76.8	21.0	1.7	100.0
연령별	20대	(82)	0.0	70.7	29.3	0.0	100.0
	30대	(75)	0.0	81.3	17.3	1.3	100.0
	40대	(97)	1.0	75.3	19.6	4.1	100.0
	50대	(91)	1.1	76.9	19.8	2.2	100.0
	60대	(78)	0.0	80.8	19.2	0.0	100.0
가구원 수별	1명	(57)	0.0	64.9	33.3	1.8	100.0
	2명	(87)	0.0	69.0	28.7	2.3	100.0
	3명	(111)	0.9	83.8	13.5	1.8	100.0
	4명	(131)	0.8	80.9	17.6	0.8	100.0
	5명 이상	(37)	0.0	78.4	18.9	2.7	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(14)	0.0	78.6	21.4	0.0	100.0
	유치원생	(25)	0.0	92.0	8.0	0.0	100.0
	초등학생	(58)	1.7	77.6	17.2	3.4	100.0
	중학생	(33)	3.0	75.8	21.2	0.0	100.0
	고등학생	(56)	0.0	82.1	16.1	1.8	100.0
	성인	(143)	0.7	82.5	15.4	1.4	100.0
	없음	(166)	0.0	69.3	28.9	1.8	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(18)	0.0	72.2	27.8	0.0	100.0
	200~300만원 미만	(44)	0.0	75.0	22.7	2.3	100.0
	300~400만원 미만	(60)	0.0	68.3	30.0	1.7	100.0
	400~500만원 미만	(57)	0.0	80.7	19.3	0.0	100.0
	500~600만원 미만	(56)	0.0	71.4	26.8	1.8	100.0
	600~700만원 미만	(58)	1.7	79.3	15.5	3.4	100.0
	700~800만원 미만	(40)	2.5	87.5	10.0	0.0	100.0
	800만원 이상	(90)	0.0	78.9	18.9	2.2	100.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-
	자영업	(31)	0.0	90.3	9.7	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(22)	0.0	86.4	13.6	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(16)	0.0	75.0	25.0	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	(222)	0.9	76.1	21.6	1.4	100.0
	무직/퇴직	(22)	0.0	63.6	36.4	0.0	100.0
	주부	(94)	0.0	74.5	21.3	4.3	100.0
	학생	(10)	0.0	80.0	20.0	0.0	100.0
	기타	(6)	0.0	83.3	16.7	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(194)	1.0	78.4	18.6	2.1	100.0
	중소도시	(208)	0.0	76.0	22.6	1.4	100.0
	군 지역(읍/면)	(21)	0.0	71.4	28.6	0.0	100.0
성별	남성	(65)	0.0	81.5	18.5	0.0	100.0
	여성	(358)	0.6	76.0	21.5	2.0	100.0

22. 최근(1년 이내) 구매 품목(복수 응답)

○ 최근 1년 이내에 구매한 품목은 '과채류'가 58.1%로 가장 높으며, 다음으로는 '엽경채류' 50.4%, '과실류' 48.4%, '버섯류' 47.5%, '미곡류' 41.8%, '서류' 40.8% 등의 순임

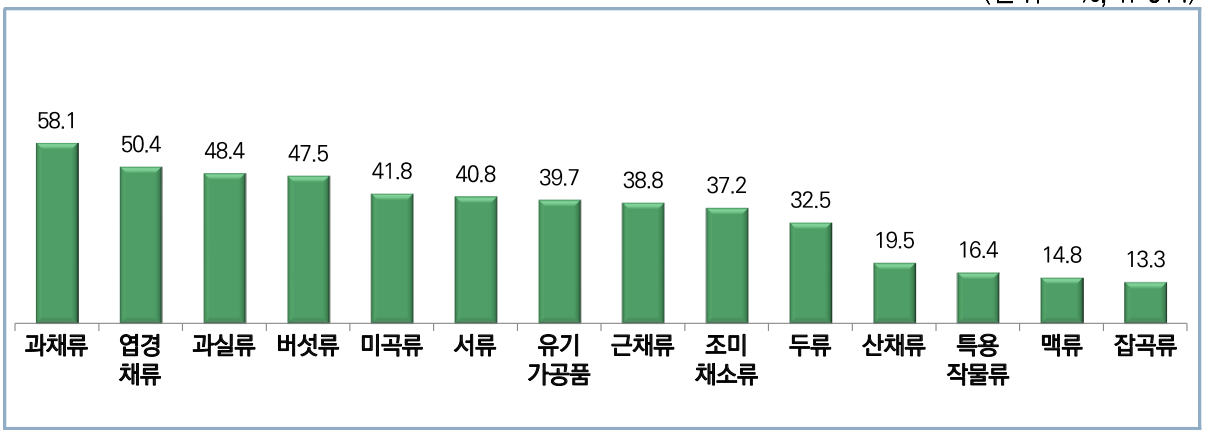
○ 연령별로는 20대(65.4%)와 30대(60.7%)가 상대적으로 '과채류'를 많이 구매한 것으로 나타남

○ '엽경채류'는 50대(54.4%)와 60대(52.2%)에서 가장 많이 구매한 것으로 나타남

○ '서류'는 40대 이하 연령대에서 상대적으로 많이 구매한 것으로 나타남

[그림 64] 최근(1년 이내) 구매 품목(복수 응답)

(단위 : %, n=914)



*용어 설명

① 과실류(감, 배, 포도 등)
② 과채류(딸기, 수박, 오이, 가지 등)
③ 근채류(무, 당근, 연근 등)
④ 두류(콩, 팥, 녹두 등)
⑤ 맥류(밀, 보리 등)
⑥ 미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)
⑦ 버섯류(새송이, 느타리버섯 등)
⑧ 산채류(도라지, 더덕, 산나물 등)
⑨ 서류(감자, 고구마 등)
⑩ 엽경채류(상추, 숙주나물, 쑥, 배추 등)
⑪ 잡곡류(메밀, 수수 등)
⑫ 조미채소류(고추, 마늘, 피망 등)
⑬ 특용작물류(땅콩, 참깨 등)
⑭ 유기가공식품(두부, 버터, 커피, 엿류 등)

[표 46] 최근(1년 이내) 구매 품목(복수 응답)

(단위 : %, n=914)

구분		사례 수	과채류	엽경채류	과실류	버섯류	마늘류	서류	유기가공식품	근채류	조미채소류	두류	산채류	특용작물류	맥류	잡곡류
전체		(914)	58.1	50.4	48.4	47.5	41.8	40.8	39.7	38.8	37.2	32.5	19.5	16.4	14.8	13.3
연령별	20대	(159)	65.4	47.2	50.9	45.3	39.6	45.3	36.5	35.2	42.1	29.6	13.2	16.4	17.0	10.7
	30대	(150)	60.7	45.3	40.7	48.7	42.7	44.0	39.3	39.3	32.7	22.7	18.0	13.3	15.3	14.0
	40대	(185)	59.5	50.8	51.9	52.4	43.2	44.3	46.5	37.8	36.2	31.4	18.4	12.4	11.9	12.4
	50대	(215)	49.8	54.4	43.7	42.8	37.2	35.3	41.9	38.1	34.0	37.7	17.7	18.6	13.5	10.7
	60대	(205)	58.0	52.2	53.7	48.8	46.3	37.6	34.1	42.9	41.0	37.6	28.3	20.0	16.6	18.5
가구원수별	1명	(104)	58.7	51.9	47.1	39.4	34.6	43.3	38.5	33.7	30.8	30.8	18.3	12.5	12.5	13.5
	2명	(209)	51.2	51.7	44.0	43.5	37.3	40.7	37.8	29.7	41.1	28.7	16.3	16.3	13.9	8.6
	3명	(245)	61.6	49.0	53.5	52.7	42.9	35.1	43.3	41.2	37.6	35.5	22.0	18.4	15.1	16.3
	4명	(293)	58.4	52.6	47.8	51.5	46.1	45.1	39.2	43.0	38.2	33.4	19.8	17.7	14.3	13.7
	5명 이상	(63)	65.1	39.7	47.6	34.9	44.4	39.7	36.5	49.2	28.6	31.7	20.6	9.5	22.2	15.9
자녀연령별(복수응답)	영유아	(33)	66.7	42.4	42.4	51.5	51.5	30.3	51.5	36.4	27.3	30.3	15.2	12.1	21.2	0.0
	유치원생	(44)	72.7	31.8	61.4	50.0	43.2	47.7	43.2	38.6	36.4	38.6	11.4	18.2	25.0	18.2
	초등학생	(109)	62.4	49.5	56.0	52.3	47.7	46.8	45.0	44.0	37.6	31.2	23.9	13.8	13.8	15.6
	중학생	(65)	60.0	47.7	53.8	49.2	44.6	46.2	40.0	41.5	32.3	32.3	21.5	18.5	16.9	12.3
	고등학생	(97)	50.5	50.5	47.4	50.5	44.3	43.3	49.5	40.2	32.0	30.9	20.6	16.5	12.4	8.2
	성인	(343)	54.5	54.8	49.3	47.2	40.8	37.0	37.6	42.0	38.5	37.6	22.2	19.5	13.7	14.6
	없음	(346)	59.2	48.0	46.0	43.9	39.9	45.1	37.9	35.3	37.3	29.2	17.3	14.2	15.9	13.3
가구소득별	200만원 미만	(49)	53.1	46.9	38.8	34.7	26.5	34.7	30.6	34.7	32.7	36.7	18.4	12.2	4.1	10.2
	200~300만원 미만	(106)	57.5	44.3	56.6	39.6	35.8	47.2	36.8	42.5	35.8	25.5	15.1	17.9	15.1	13.2
	300~400만원 미만	(131)	53.4	48.1	48.1	51.1	43.5	36.6	38.2	36.6	32.1	29.0	15.3	16.8	13.7	10.7
	400~500만원 미만	(137)	59.1	54.0	43.8	56.9	35.8	39.4	35.8	39.4	38.7	27.7	17.5	12.4	13.9	11.7
	500~600만원 미만	(126)	57.1	50.0	45.2	39.7	44.4	41.3	37.3	34.9	31.0	32.5	23.0	12.7	19.8	10.3
	600~700만원 미만	(111)	55.9	48.6	39.6	45.0	44.1	40.5	46.8	32.4	36.9	30.6	9.0	14.4	10.8	12.6
	700~800만원 미만	(83)	61.4	55.4	54.2	53.0	45.8	43.4	44.6	47.0	50.6	41.0	36.1	22.9	16.9	15.7
	800만원 이상	(171)	63.2	53.2	55.0	50.3	48.0	41.5	43.3	42.1	40.4	39.2	23.4	20.5	17.0	19.3
직업별	농림어업	(5)	80.0	80.0	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	60.0	60.0	80.0	60.0	60.0	20.0	20.0
	자영업	(61)	49.2	49.2	50.8	41.0	49.2	44.3	31.1	41.0	23.0	29.5	21.3	16.4	6.6	14.8
	판매/영업/서비스직	(68)	57.4	50.0	44.1	52.9	32.4	26.5	30.9	38.2	33.8	33.8	22.1	16.2	22.1	10.3
	생산/기능/노무직	(39)	51.3	30.8	48.7	28.2	23.1	35.9	17.9	41.0	33.3	25.6	10.3	15.4	17.9	12.8
	사무/관리/전문직	(426)	62.7	49.5	46.2	47.4	41.8	43.4	41.3	37.6	38.0	33.3	19.2	15.3	14.6	14.1
	무직/퇴직	(64)	50.0	54.7	48.4	40.6	48.4	39.1	37.5	37.5	40.6	31.3	15.6	18.8	9.4	10.9
	주부	(216)	55.1	55.1	52.3	52.8	43.5	41.7	45.4	40.3	39.4	31.9	19.9	17.6	14.4	13.4
	학생	(21)	61.9	47.6	52.4	57.1	38.1	42.9	42.9	42.9	52.4	33.3	23.8	14.3	28.6	4.8
	기타	(14)	50.0	42.9	64.3	50.0	57.1	35.7	57.1	35.7	21.4	28.6	21.4	14.3	21.4	21.4
지역크기	특별/광역시	(413)	59.8	50.8	44.8	47.2	39.5	39.7	40.0	39.5	38.7	33.2	23.0	16.9	14.3	12.8
	중소도시	(447)	56.4	50.6	49.4	47.2	44.1	40.0	39.1	37.6	34.9	31.5	16.3	15.9	14.5	13.2
	군 지역(읍/면)	(54)	59.3	46.3	66.7	51.9	40.7	55.6	42.6	44.4	44.4	35.2	18.5	16.7	20.4	18.5
성별	남성	(142)	54.9	43.7	47.9	36.6	33.8	35.9	31.0	40.8	32.4	36.6	24.6	15.5	15.5	17.6
	여성	(772)	58.7	51.7	48.4	49.5	43.3	41.7	41.3	38.5	38.1	31.7	18.5	16.6	14.6	12.6

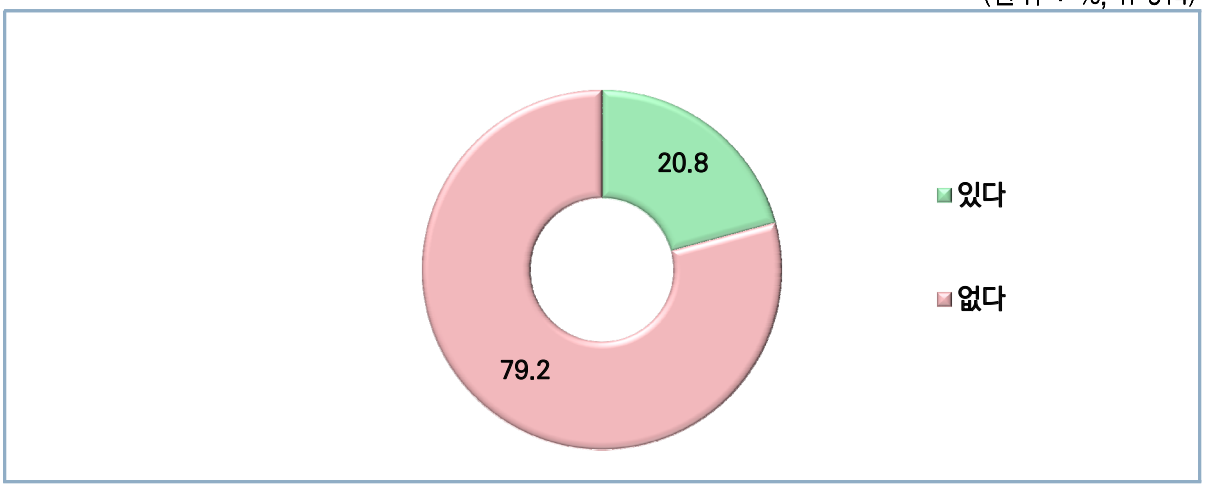
23. 최근(1년 이내) 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험

○ 최근 1년 이내 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험에 대해 응답자(n=914)의 20.8%가 '있다'라고 응답한 것으로 나타남

○ 연령별로는 20대의 구매하지 못한 경험이 28.3%로 가장 높은 것으로 나타남

[그림 65] 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험

(단위 : %, n=914)



[표 47] [표 48] 친환경농산물 등이 없어서 구매하지 못한 경험

(단위 : 명, %, n=914)

구분		사례 수	있다	없다	계
전체		(914)	20.8	79.2	100.0
연령별	20대	(159)	28.3	71.7	100.0
	30대	(150)	20.0	80.0	100.0
	40대	(185)	22.2	77.8	100.0
	50대	(215)	18.1	81.9	100.0
	60대	(205)	17.1	82.9	100.0
가구원수별	1명	(104)	21.2	78.8	100.0
	2명	(209)	13.9	86.1	100.0
	3명	(245)	23.3	76.7	100.0
	4명	(293)	22.5	77.5	100.0
	5명 이상	(63)	25.4	74.6	100.0
자녀연령별(복수응답)	영유아	(33)	33.3	66.7	100.0
	유치원생	(44)	31.8	68.2	100.0
	초등학생	(109)	32.1	67.9	100.0
	중학생	(65)	27.7	72.3	100.0
	고등학생	(97)	18.6	81.4	100.0
	성인	(343)	15.7	84.3	100.0
	없음	(346)	21.4	78.6	100.0
가구소득별	200만원 미만	(49)	22.4	77.6	100.0
	200~300만원 미만	(106)	24.5	75.5	100.0
	300~400만원 미만	(131)	21.4	78.6	100.0
	400~500만원 미만	(137)	20.4	79.6	100.0
	500~600만원 미만	(126)	15.9	84.1	100.0
	600~700만원 미만	(111)	30.6	69.4	100.0
	700~800만원 미만	(83)	16.9	83.1	100.0
	800만원 이상	(171)	17.0	83.0	100.0
직업별	농림어업	(5)	20.0	80.0	100.0
	자영업	(61)	19.7	80.3	100.0
	판매/영업/서비스직	(68)	27.9	72.1	100.0
	생산/기능/노무직	(39)	28.2	71.8	100.0
	사무/관리/전문직	(426)	22.1	77.9	100.0
	무직/퇴직	(64)	28.1	71.9	100.0
	주부	(216)	14.4	85.6	100.0
	학생	(21)	14.3	85.7	100.0
	기타	(14)	7.1	92.9	100.0
지역크기	특별/광역시	(413)	23.2	76.8	100.0
	중소도시	(447)	18.6	81.4	100.0
	군 지역(읍/면)	(54)	20.4	79.6	100.0
성별	남성	(142)	26.1	73.9	100.0
	여성	(772)	19.8	80.2	100.0

24. 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목(복수 응답)

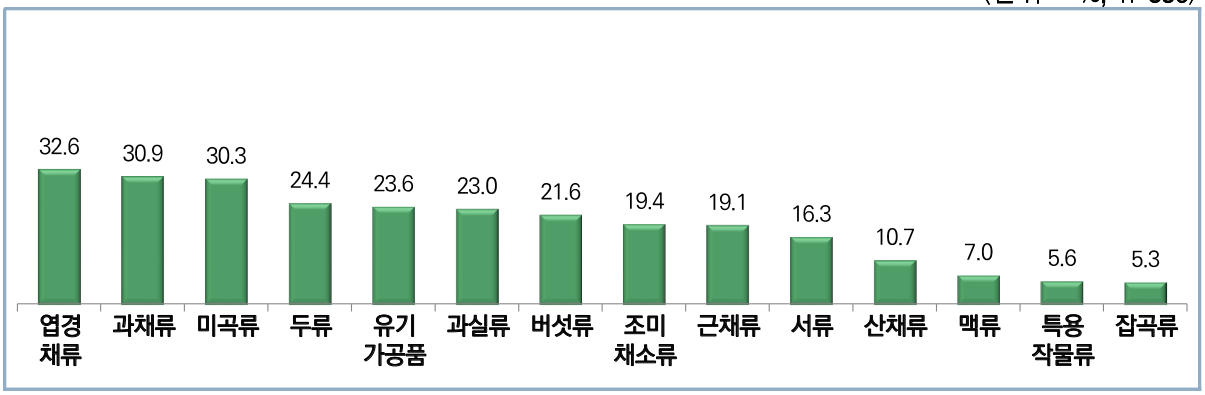
○ 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목은 '엽경채류'가 32.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '과채류'가 30.9%, '미곡류' 30.3% 등의 순으로 나타남

○ 가장 비중이 높은 '엽경채류'는 60대(45.8%)와 50대(38.8%)의 구매 비중이 높은 것으로 나타남

- 20대(39.0%)와 30대(36.2%)는 상대적으로 '과채류'를 주로 구매하는 것으로 나타남
- '미곡류'는 60대(37.5%)의 구매 비중이 높으며, 다음으로는 30대(34.0%), 50대(31.3%) 등의 순임

[그림 66] 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목(복수 응답)

(단위 : %, n=356)



*용어 설명

① 과실류(감, 배, 포도 등)
② 과채류(딸기, 수박, 오이, 가지 등)
③ 근채류(무, 당근, 연근 등)
④ 두류(콩, 팥, 녹두 등)
⑤ 맥류(밀, 보리 등)
⑥ 미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)
⑦ 버섯류(새송이, 느타리버섯 등)
⑧ 산채류(도라지, 더덕, 산나물 등)
⑨ 서류(감자, 고구마 등)
⑩ 엽경채류(상추, 숙주나물, 쑥, 배추 등)
⑪ 잡곡류(메밀, 수수 등)
⑫ 조미채소류(고추, 마늘, 피망 등)
⑬ 특용작물류(땅콩, 참깨 등)
⑭ 유기가공식품(두부, 버터, 커피, 엿류 등)

[표 48] 친환경농산물 등으로만 구매하는 품목(복수 응답)

(단위 : 명, %, n=356)

구분		사례 수	엽경채류	과채류	미곡류	두류	가공식품류	과실류	버섯류	조미채소류	근채류	서류	산채류	맥류	특용작물류	잡곡류
전체		(356)	32.6	30.9	30.3	24.4	23.6	23.0	21.6	19.4	19.1	16.3	10.7	7.0	5.6	5.3
연령별	20대	(59)	18.6	39.0	20.3	22.0	13.6	25.4	13.6	16.9	20.3	20.3	3.4	10.2	6.8	3.4
	30대	(47)	34.0	36.2	34.0	21.3	23.4	23.4	23.4	17.0	19.1	25.5	8.5	12.8	0.0	2.1
	40대	(74)	18.9	28.4	25.7	23.0	32.4	20.3	14.9	8.1	12.2	8.1	8.1	5.4	2.7	2.7
	50대	(80)	38.8	30.0	31.3	27.5	23.8	21.3	22.5	25.0	13.8	12.5	6.3	1.3	7.5	6.3
	60대	(96)	45.8	26.0	37.5	26.0	22.9	25.0	30.2	26.0	28.1	18.8	21.9	8.3	8.3	9.4
가구원수별	1명	(33)	30.3	21.2	24.2	33.3	30.3	27.3	6.1	15.2	15.2	12.1	6.1	0.0	9.1	3.0
	2명	(72)	45.8	29.2	25.0	25.0	25.0	19.4	22.2	23.6	13.9	18.1	6.9	5.6	2.8	1.4
	3명	(101)	31.7	34.7	23.8	24.8	26.7	25.7	20.8	20.8	24.8	10.9	14.9	6.9	4.0	5.9
	4명	(116)	29.3	33.6	39.7	22.4	19.0	18.1	25.9	20.7	16.4	19.8	9.5	7.8	7.8	8.6
	5명 이상	(34)	20.6	23.5	35.3	20.6	20.6	35.3	23.5	5.9	26.5	20.6	14.7	14.7	5.9	2.9
자녀연령별(복수응답)	영유아	(13)	23.1	61.5	38.5	23.1	23.1	30.8	23.1	23.1	30.8	7.7	7.7	15.4	0.0	0.0
	유치원생	(23)	17.4	47.8	13.0	21.7	17.4	26.1	17.4	13.0	17.4	21.7	8.7	21.7	0.0	0.0
	초등학생	(54)	18.5	33.3	35.2	20.4	24.1	22.2	24.1	13.0	11.1	13.0	13.0	13.0	0.0	5.6
	중학생	(31)	12.9	22.6	25.8	25.8	16.1	16.1	35.5	16.1	9.7	9.7	6.5	12.9	9.7	3.2
	고등학생	(43)	27.9	25.6	37.2	20.9	23.3	20.9	23.3	16.3	14.0	14.0	14.0	7.0	9.3	4.7
	성인	(146)	43.8	29.5	34.2	26.0	24.7	23.3	25.3	26.7	21.9	16.4	14.4	4.8	7.5	7.5
	없음	(109)	29.4	28.4	27.5	25.7	22.9	24.8	14.7	14.7	18.3	20.2	4.6	6.4	5.5	3.7
가구소득별	200만원 미만	(13)	38.5	30.8	15.4	38.5	7.7	30.8	23.1	7.7	23.1	15.4	7.7	0.0	7.7	0.0
	200~300만원 미만	(37)	16.2	35.1	16.2	21.6	16.2	29.7	18.9	10.8	8.1	16.2	5.4	5.4	8.1	5.4
	300~400만원 미만	(46)	26.1	26.1	28.3	23.9	23.9	26.1	23.9	21.7	26.1	15.2	4.3	4.3	2.2	4.3
	400~500만원 미만	(51)	39.2	37.3	31.4	21.6	17.6	21.6	31.4	21.6	11.8	21.6	5.9	9.8	3.9	3.9
	500~600만원 미만	(48)	27.1	31.3	29.2	25.0	20.8	18.8	14.6	16.7	20.8	16.7	16.7	8.3	2.1	2.1
	600~700만원 미만	(54)	33.3	22.2	24.1	20.4	16.7	14.8	14.8	24.1	14.8	16.7	9.3	7.4	3.7	3.7
	700~800만원 미만	(31)	35.5	38.7	51.6	29.0	32.3	29.0	25.8	25.8	19.4	16.1	25.8	9.7	9.7	16.1
	800만원 이상	(76)	40.8	30.3	36.8	26.3	36.8	23.7	22.4	18.4	26.3	13.2	11.8	6.6	9.2	6.6
직업별	농림어업	(2)	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	자영업	(33)	45.5	15.2	30.3	30.3	12.1	21.2	21.2	18.2	18.2	24.2	15.2	3.0	6.1	9.1
	판매/영업/서비스직	(28)	21.4	32.1	28.6	10.7	21.4	21.4	32.1	17.9	32.1	10.7	10.7	14.3	10.7	3.6
	생산/기능/노무직	(14)	14.3	35.7	14.3	28.6	14.3	21.4	14.3	21.4	14.3	21.4	0.0	21.4	0.0	7.1
	사무/관리/전문직	(169)	30.2	34.9	32.0	27.8	27.2	23.1	19.5	20.7	20.1	17.2	11.2	7.7	3.6	5.9
	무직/퇴직	(21)	38.1	28.6	28.6	33.3	33.3	33.3	19.0	19.0	19.0	9.5	4.8	4.8	9.5	0.0
	주부	(76)	34.2	26.3	28.9	15.8	22.4	23.7	27.6	15.8	11.8	13.2	11.8	2.6	6.6	3.9
	학생	(5)	60.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	기타	(8)	37.5	50.0	50.0	25.0	25.0	25.0	12.5	12.5	25.0	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5
지역크기	특별/광역시	(166)	35.5	31.3	28.9	24.7	22.3	20.5	23.5	24.1	18.1	18.7	12.0	8.4	4.8	6.0
	중소도시	(171)	30.4	30.4	29.8	24.0	25.1	24.6	20.5	14.6	18.7	12.3	8.8	4.7	5.8	5.3
	군 지역(읍/면)	(19)	26.3	31.6	47.4	26.3	21.1	31.6	15.8	21.1	31.6	31.6	15.8	15.8	10.5	0.0
성별	남성	(49)	24.5	36.7	16.3	28.6	8.2	18.4	20.4	14.3	12.2	10.2	10.2	14.3	2.0	10.2
	여성	(307)	33.9	30.0	32.6	23.8	26.1	23.8	21.8	20.2	20.2	17.3	10.7	5.9	6.2	4.6

25. 구매한 친환경농산물 등의 산지

○ 최근 1년 이내 친환경농산물 등을 구매한 응답자(n=914)의 86.2%가 '국내산만 구매했다'라고 응답하였으며, '수입산만 구매했다'라고 응답한 비중은 2.0%로 나타남

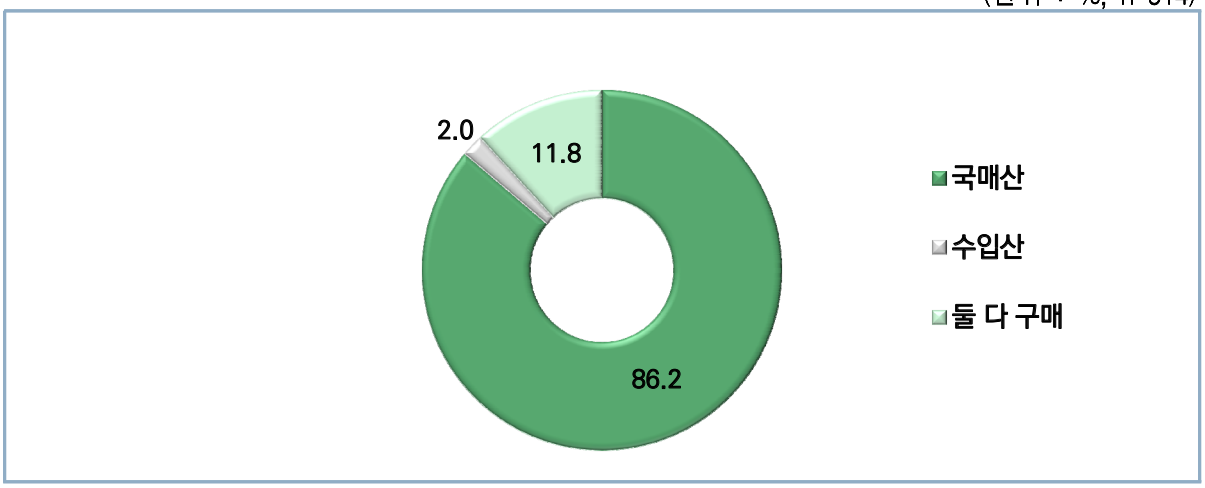
○ 연령별로는 60대의 '국내산' 친환경농산물 등을 구매하는 비중이 94.1%로 가장 높음

- 20대는 '국내산과 수입산을 둘 다 구매'하는 비중이 27.3%로 가장 높으며, 30대도 유의미한 응답률(15.3%)을 보임

○ 성별로는 남성의 수입산 구매 비중(15.5%)[8]이 여성(13.4%)보다 2.1%p 높음

[그림 67] 구매한 친환경농산물 등의 산지

(단위 : %, n=914)



8) 둘 다 구매 + 수입산 구매의 합

[표 49] 구매한 친환경농산물 등의 산지

(단위 : 명, %, n=914)

구분		사례 수	국내산	수입산	둘 다 구매	계
전체		(914)	86.2	2.0	11.8	100.0
연령별	20대	(159)	69.8	5.0	25.2	100.0
	30대	(150)	83.3	1.3	15.3	100.0
	40대	(185)	90.3	1.1	8.6	100.0
	50대	(215)	89.3	2.3	8.4	100.0
	60대	(205)	94.1	0.5	5.4	100.0
가구원수별	1명	(104)	83.7	1.9	14.4	100.0
	2명	(209)	87.1	0.5	12.4	100.0
	3명	(245)	86.9	2.0	11.0	100.0
	4명	(293)	85.3	2.7	11.9	100.0
	5명 이상	(63)	88.9	3.2	7.9	100.0
자녀연령별(복수응답)	영유아	(33)	81.8	6.1	12.1	100.0
	유치원생	(44)	79.5	4.5	15.9	100.0
	초등학생	(109)	88.1	2.8	9.2	100.0
	중학생	(65)	89.2	0.0	10.8	100.0
	고등학생	(97)	90.7	2.1	7.2	100.0
	성인	(343)	93.0	0.9	6.1	100.0
	없음	(346)	79.5	2.0	18.5	100.0
가구소득별	200만원 미만	(49)	87.8	0.0	12.2	100.0
	200~300만원 미만	(106)	83.0	0.9	16.0	100.0
	300~400만원 미만	(131)	80.2	1.5	18.3	100.0
	400~500만원 미만	(137)	86.9	5.8	7.3	100.0
	500~600만원 미만	(126)	89.7	3.2	7.1	100.0
	600~700만원 미만	(111)	87.4	1.8	10.8	100.0
	700~800만원 미만	(83)	90.4	0.0	9.6	100.0
	800만원 이상	(171)	86.5	0.6	12.9	100.0
직업별	농림어업	(5)	100.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(61)	93.4	1.6	4.9	100.0
	판매/영업/서비스직	(68)	79.4	4.4	16.2	100.0
	생산/기능/노무직	(39)	76.9	2.6	20.5	100.0
	사무/관리/전문직	(426)	87.8	1.4	10.8	100.0
	무직/퇴직	(64)	71.9	1.6	26.6	100.0
	주부	(216)	91.2	2.3	6.5	100.0
	학생	(21)	66.7	4.8	28.6	100.0
	기타	(14)	78.6	0.0	21.4	100.0
지역크기	특별/광역시	(413)	85.2	2.7	12.1	100.0
	중소도시	(447)	86.8	1.3	11.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(54)	88.9	1.9	9.3	100.0
성별	남성	(142)	84.5	2.1	13.4	100.0
	여성	(772)	86.5	1.9	11.5	100.0

26. 국내산과 수입산 친환경농산물 등의 만족도

○ 국내산의 만족도는 작년에 비해 소폭 하락하였으나, 수입산은 상승함

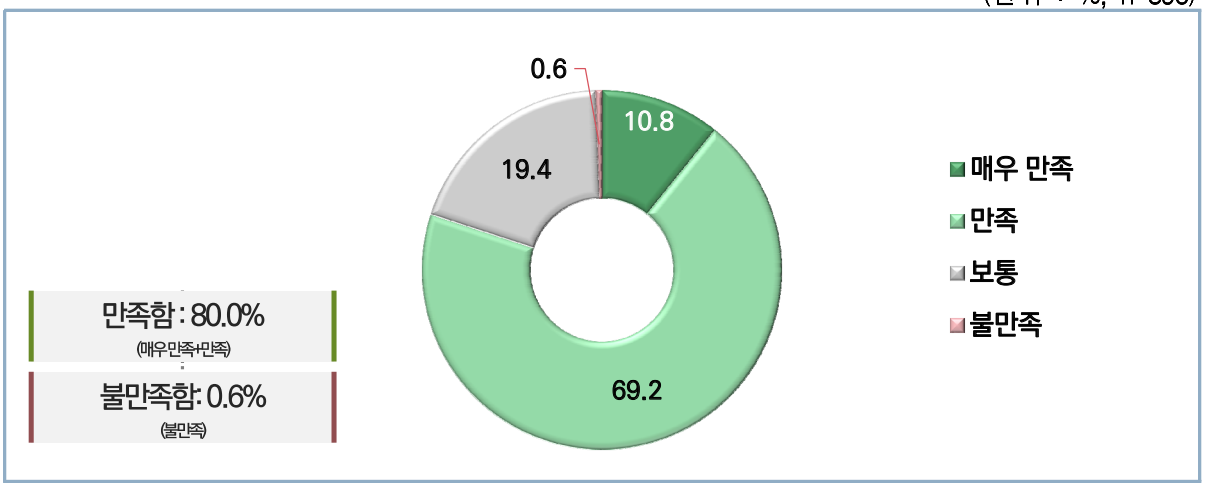
- 국내산의 만족도는 응답자의 80.0%가 만족한다고 응답하여 전년 대비 5.0%p 하락하였으며, 수입산의 만족도는 50.8%로 전년 대비 10.3%p 상승함

○ 연령별로는 국내산은 60대(83.3%)와 20대(82.1%)의 만족도가 높게 나타남

○ 수입산은 20대(62.5%)에서 상대적으로 만족도가 높음

[그림 68] 국내산 친환경농산물 등의 만족도

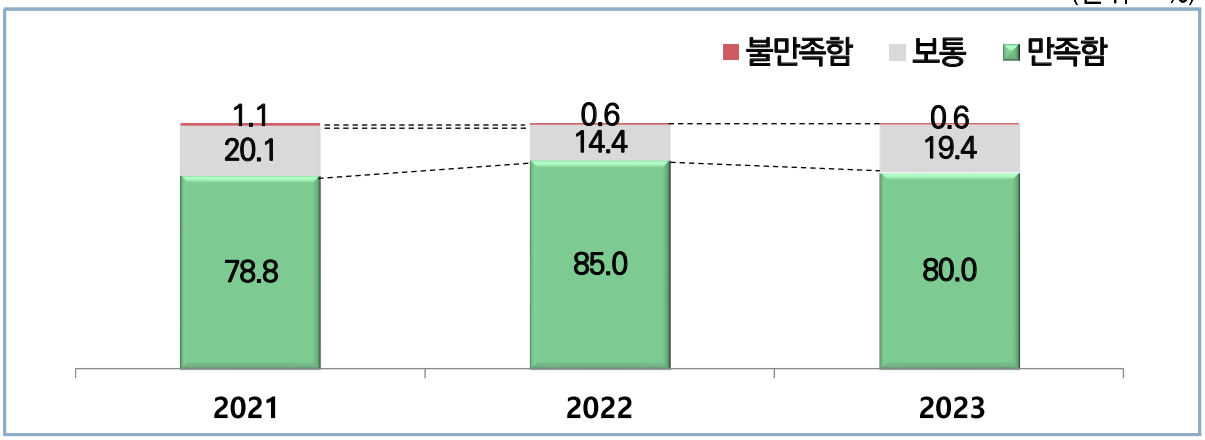
(단위 : %, n=896)



* 설문지 B7번 문항의 1번과 3번 응답자를 전체로 함

[그림 69] 전년 대비 국내산 친환경농산물 등의 만족도

(단위 : %)



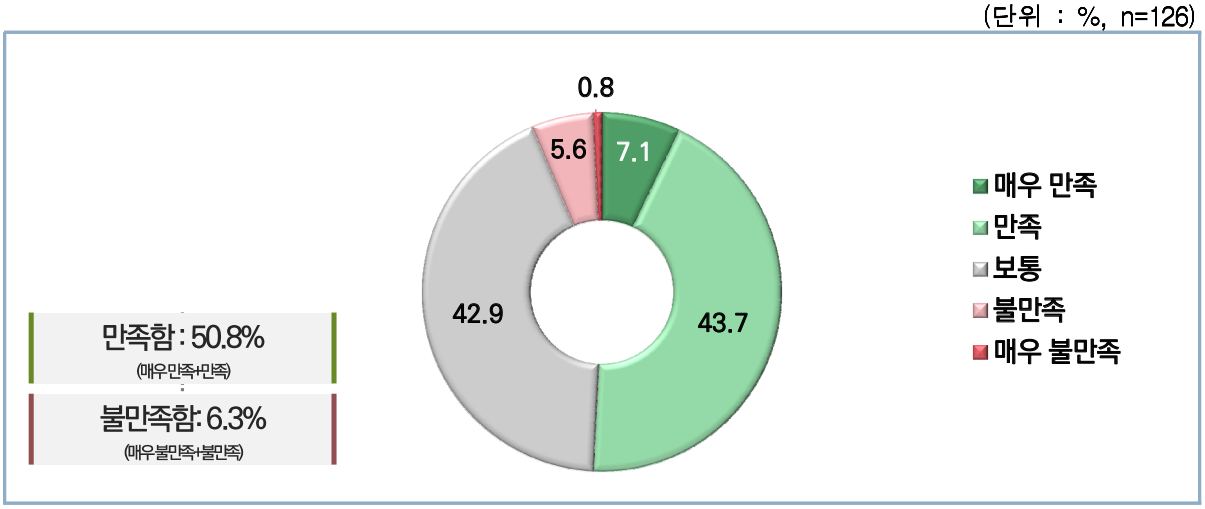
[표 50] 국내산 친환경농산물 등의 만족도

(단위 : 명, %, n=896)

구분		사례 수	①매우 불만족	②불만족	불만족 (①+②)	③보통	④만족	⑤매우 만족	만족 (④+⑤)	계
전체		(896)	-	0.6	0.6	19.4	69.2	10.8	80.0	100.0
연령별	20대	(151)	-	2.0	2.0	15.9	66.9	15.2	82.1	100.0
	30대	(148)	-	0.7	0.7	20.3	65.5	13.5	79.1	100.0
	40대	(183)	-	0.0	0.0	24.0	62.8	13.1	76.0	100.0
	50대	(210)	-	0.0	0.0	20.5	75.2	4.3	79.5	100.0
	60대	(204)	-	0.5	0.5	16.2	73.0	10.3	83.3	100.0
가구원 수별	1명	(102)	-	1.0	1.0	19.6	64.7	14.7	79.4	100.0
	2명	(208)	-	0.0	0.0	19.2	73.1	7.7	80.8	100.0
	3명	(240)	-	1.3	1.3	22.1	64.2	12.5	76.7	100.0
	4명	(285)	-	0.0	0.0	17.9	72.3	9.8	82.1	100.0
	5명 이상	(61)	-	1.6	1.6	16.4	68.9	13.1	82.0	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(31)	-	0.0	0.0	25.8	58.1	16.1	74.2	100.0
	유치원생	(42)	-	0.0	0.0	19.0	64.3	16.7	81.0	100.0
	초등학생	(106)	-	0.0	0.0	17.0	67.0	16.0	83.0	100.0
	중학생	(65)	-	0.0	0.0	15.4	72.3	12.3	84.6	100.0
	고등학생	(95)	-	0.0	0.0	18.9	70.5	10.5	81.1	100.0
	성인	(340)	-	0.0	0.0	18.5	74.1	7.4	81.5	100.0
	없음	(339)	-	1.5	1.5	20.4	66.4	11.8	78.2	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(49)	-	0.0	0.0	22.4	63.3	14.3	77.6	100.0
	200~300만원 미만	(105)	-	3.8	3.8	24.8	65.7	5.7	71.4	100.0
	300~400만원 미만	(129)	-	0.0	0.0	24.8	62.8	12.4	75.2	100.0
	400~500만원 미만	(129)	-	0.0	0.0	17.1	72.9	10.1	82.9	100.0
	500~600만원 미만	(122)	-	0.0	0.0	19.7	73.0	7.4	80.3	100.0
	600~700만원 미만	(109)	-	0.0	0.0	13.8	72.5	13.8	86.2	100.0
	700~800만원 미만	(83)	-	0.0	0.0	16.9	69.9	13.3	83.1	100.0
	800만원 이상	(170)	-	0.6	0.6	17.6	70.0	11.8	81.8	100.0
직업별	농림어업	(5)	-	0.0	0.0	20.0	80.0	0.0	80.0	100.0
	자영업	(60)	-	1.7	1.7	28.3	56.7	13.3	70.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(65)	-	1.5	1.5	21.5	66.2	10.8	76.9	100.0
	생산/기능/노무직	(38)	-	2.6	2.6	23.7	65.8	7.9	73.7	100.0
	사무/관리/전문직	(420)	-	0.2	0.2	16.4	71.2	12.1	83.3	100.0
	무직/퇴직	(63)	-	1.6	1.6	19.0	69.8	9.5	79.4	100.0
	주부	(211)	-	0.0	0.0	22.3	69.7	8.1	77.7	100.0
	학생	(20)	-	0.0	0.0	5.0	80.0	15.0	95.0	100.0
	기타	(14)	-	0.0	0.0	28.6	57.1	14.3	71.4	100.0
지역 크기	특별/광역시	(402)	-	0.2	0.2	18.4	67.9	13.4	81.3	100.0
	중소도시	(441)	-	0.7	0.7	21.1	69.8	8.4	78.2	100.0
	군 지역(읍/면)	(53)	-	1.9	1.9	13.2	73.6	11.3	84.9	100.0
성별	남성	(139)	-	0.0	0.0	18.0	72.7	9.4	82.0	100.0
	여성	(757)	-	0.7	0.7	19.7	68.6	11.1	79.7	100.0

[그림 70] 수입산 친환경농산물 등의 만족도

(단위 : %, n=126)

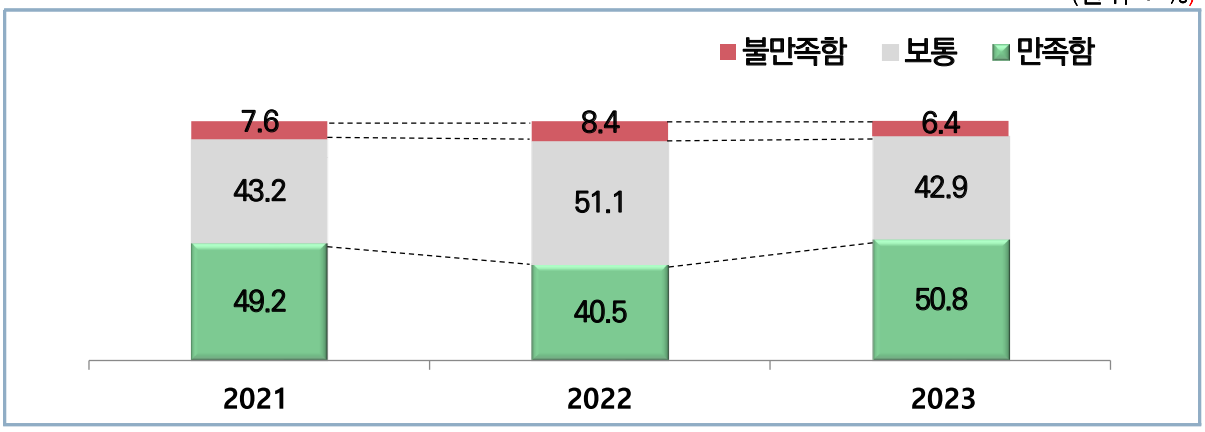


* 설문지 B7번 문항의 2번과 3번 응답자를 전체로 함

** 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 불만족(매우 불만족 0.79%, 불만족 5.55%)의 응답의 합은 6.34%임

[그림 71] 전년 대비 수입산 친환경농산물 등의 만족도

(단위 : %)



[표 51] 수입산 친환경농산물 등의 만족도

(단위 : 명, %, n=126)

구분		사례 수	①매우 불만족	②불만족	불만족 (①+②)	③보통	④만족	⑤매우 만족	만족 (④+⑤)	계
전체		(126)	0.8	5.6	6.3	42.9	43.7	7.1	50.8	100.0
연령별	20대	(48)	2.1	6.3	8.3	29.2	52.1	10.4	62.5	100.0
	30대	(25)	0.0	8.0	8.0	40.0	44.0	8.0	52.0	100.0
	40대	(18)	0.0	5.6	5.6	44.4	44.4	5.6	50.0	100.0
	50대	(23)	0.0	4.3	4.3	65.2	30.4	0.0	30.4	100.0
	60대	(12)	0.0	0.0	0.0	58.3	33.3	8.3	41.7	100.0
가구원 수별	1명	(17)	0.0	5.9	5.9	35.3	41.2	17.6	58.8	100.0
	2명	(27)	0.0	7.4	7.4	44.4	48.1	0.0	48.1	100.0
	3명	(32)	0.0	3.1	3.1	59.4	34.4	3.1	37.5	100.0
	4명	(43)	2.3	7.0	9.3	32.6	51.2	7.0	58.1	100.0
	5명 이상	(7)	0.0	0.0	0.0	42.9	28.6	28.6	57.1	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(6)	0.0	33.3	33.3	50.0	16.7	0.0	16.7	100.0
	유치원생	(9)	0.0	11.1	11.1	33.3	44.4	11.1	55.6	100.0
	초등학생	(13)	0.0	15.4	15.4	30.8	53.8	0.0	53.8	100.0
	중학생	(7)	0.0	14.3	14.3	42.9	42.9	0.0	42.9	100.0
	고등학생	(9)	0.0	11.1	11.1	77.8	11.1	0.0	11.1	100.0
	성인	(24)	0.0	0.0	0.0	50.0	41.7	8.3	50.0	100.0
	없음	(71)	1.4	4.2	5.6	40.8	45.1	8.5	53.5	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(6)	0.0	16.7	16.7	50.0	16.7	16.7	33.3	100.0
	200~300만원 미만	(18)	0.0	5.6	5.6	38.9	50.0	5.6	55.6	100.0
	300~400만원 미만	(26)	0.0	11.5	11.5	30.8	50.0	7.7	57.7	100.0
	400~500만원 미만	(18)	0.0	11.1	11.1	50.0	33.3	5.6	38.9	100.0
	500~600만원 미만	(13)	7.7	0.0	7.7	53.8	38.5	0.0	38.5	100.0
	600~700만원 미만	(14)	0.0	0.0	0.0	28.6	57.1	14.3	71.4	100.0
	700~800만원 미만	(8)	0.0	0.0	0.0	37.5	37.5	25.0	62.5	100.0
	800만원 이상	(23)	0.0	0.0	0.0	56.5	43.5	0.0	43.5	100.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	자영업	(4)	0.0	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	25.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(14)	7.1	7.1	14.3	21.4	35.7	28.6	64.3	100.0
	생산/기능/노무직	(9)	0.0	11.1	11.1	44.4	44.4	0.0	44.4	100.0
	사무/관리/전문직	(52)	0.0	0.0	0.0	42.3	53.8	3.8	57.7	100.0
	무직/퇴직	(18)	0.0	11.1	11.1	50.0	33.3	5.6	38.9	100.0
	주부	(19)	0.0	5.3	5.3	68.4	26.3	0.0	26.3	100.0
	학생	(7)	0.0	0.0	0.0	14.3	57.1	28.6	85.7	100.0
	기타	(3)	0.0	33.3	33.3	0.0	66.7	0.0	66.7	100.0
지역 크기	특별/광역시	(61)	1.6	1.6	3.3	44.3	42.6	9.8	52.5	100.0
	중소도시	(59)	0.0	10.2	10.2	39.0	45.8	5.1	50.8	100.0
	군 지역(읍/면)	(6)	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	33.3	100.0
성별	남성	(22)	4.5	9.1	13.6	27.3	50.0	9.1	59.1	100.0
	여성	(104)	0.0	4.8	4.8	46.2	42.3	6.7	49.0	100.0

27. 국내산과 수입산 친환경농산물 등의 불만족 이유

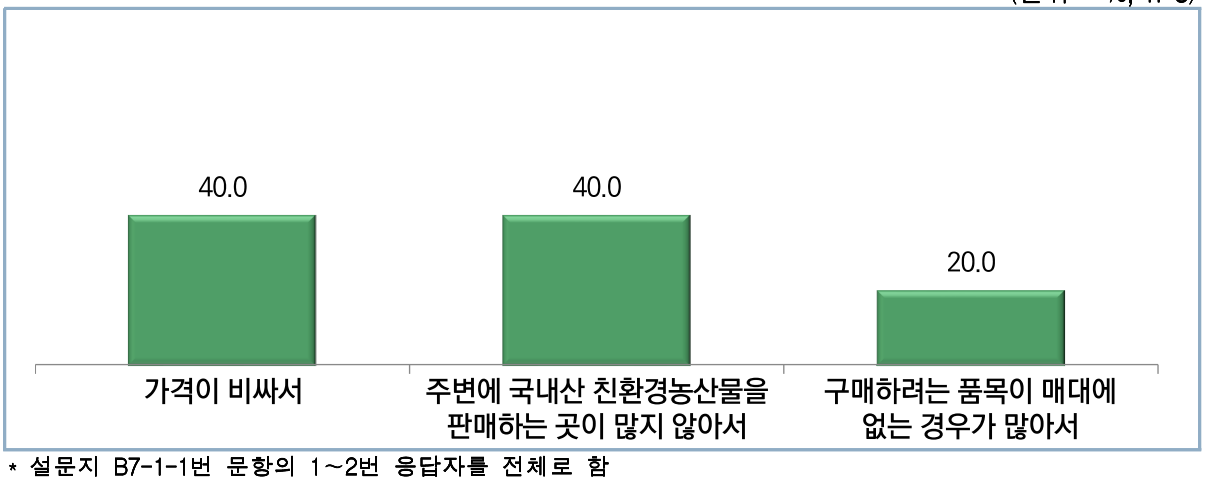
○ 국내산의 불만족 이유는 '가격이 비싸서'와 '주변에 국내산 친환경농산물을 판매하는 곳이 많지 않아서'가 각각 40.0%로 나타남

○ 수입산의 불만족 이유는 '가격이 비싸서'와 '구매하려는 품목이 매대에 없는 경우가 많아서'가 각각 37.5%로 나타남

○ 해당 항목은 사례 수가 적어 해석에 유의해야 함

[그림 72] 국내산 친환경농산물 등의 불만족 이유

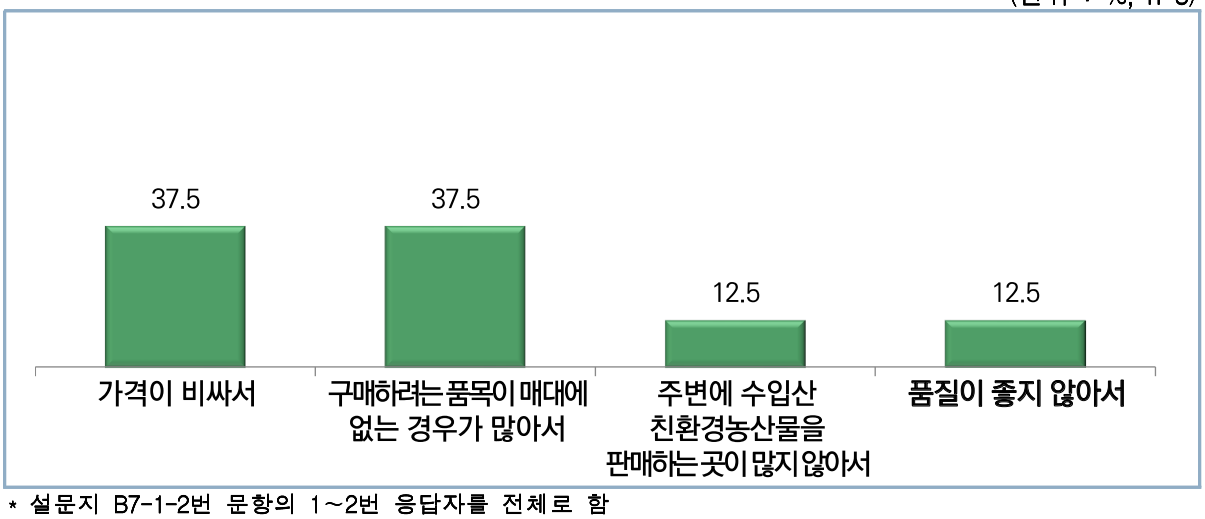
(단위 : %, n=5)



* 설문지 B7-1-1번 문항의 1~2번 응답자를 전체로 함
* 사례 수가 적어 해석에 유의(n : 국내산 친환경농산물 불만족 응답자)

[그림 73] 수입산 친환경농산물 등의 불만족 이유

(단위 : %, n=8)



* 설문지 B7-1-2번 문항의 1~2번 응답자를 전체로 함
* 사례 수가 적어 해석에 유의(n : 수입산 친환경농산물 불만족 응답자)

[표 52] 국내산 친환경농산물 등의 불만족 이유

(단위 : 명, %, n=5)

구분		사례 수	가격이 비싸서	구매하려는 품목이 매대에 없는 경우가 많아서	국내산 친환경농산물 판매처가 주변에 많지 않아서	계
전체		(5)	40.0	20.0	40.0	100.0
연령별	20대	(3)	66.7	33.3	0.0	100.0
	30대	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
	40대	-	-	-	-	-
	50대	-	-	-	-	-
	60대	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
가구원 수별	1명	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
	2명	(3)	66.7	0.0	33.3	100.0
	3명	-	-	-	-	-
	4명	-	-	-	-	-
	5명 이상	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
자녀 연령별	영유아	-	-	-	-	-
	유치원생	-	-	-	-	-
	초등학생	-	-	-	-	-
	중학생	-	-	-	-	-
	고등학생	-	-	-	-	-
	성인	-	-	-	-	-
	없음	(5)	40.0	20.0	40.0	100.0
가구 소득별	200만원 미만	-	-	-	-	-
	200~300만원 미만	(4)	50.0	0.0	50.0	100.0
	300~400만원 미만	-	-	-	-	-
	400~500만원 미만	-	-	-	-	-
	500~600만원 미만	-	-	-	-	-
	600~700만원 미만	-	-	-	-	-
	700~800만원 미만	-	-	-	-	-
	800만원 이상	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
직업별	농림어업	-	-	-	-	-
	자영업	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
	사무/관리/전문직	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0
	무직/퇴직	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0
	주부	-	-	-	-	-
	학생	-	-	-	-	-
	기타	-	-	-	-	-
지역 크기	특별/광역시	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0
	중소도시	(3)	66.7	0.0	33.3	100.0
	군 지역(읍/면)	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0
성별	남성	-	-	-	-	-
	여성	(5)	40.0	20.0	40.0	100.0

[표 53] 수입산 친환경농산물 등의 불만족 이유

(단위 : 명, %, n=8)

구분		사례 수	가격이 비싸서	구매하려는 품목이 매대에 없는 경우가 많아서	수입산 친환경농산물 판매처가 주변에 많지 않아서	품질이 좋지 않아서	계
전체		(8)	37.5	37.5	12.5	12.5	100.0
연령별	20대	(4)	0.0	75.0	25.0	0.0	100.0
	30대	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	40대	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
	50대	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	60대	-	-	-	-	-	-
가구원수별	1명	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	2명	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	3명	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
	4명	(4)	25.0	50.0	0.0	25.0	100.0
	5명 이상	-	-	-	-	-	-
자녀 연령별	영유아	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	유치원생	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	초등학생	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	100.0
	중학생	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	고등학생	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	성인	-	-	-	-	-	-
	없음	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	200~300만원 미만	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
	300~400만원 미만	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3	100.0
	400~500만원 미만	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	500~600만원 미만	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
	600~700만원 미만	-	-	-	-	-	-
	700~800만원 미만	-	-	-	-	-	-
	800만원 이상	-	-	-	-	-	-
직업별	농림어업	-	-	-	-	-	-
	자영업	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
	판매/영업/서비스직	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
	생산/기능/노무직	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	사무/관리/전문직	-	-	-	-	-	-
	무직/퇴직	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0
	주부	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
	학생	-	-	-	-	-	-
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	중소도시	(6)	33.3	33.3	16.7	16.7	100.0
	군 지역(읍/면)	-	-	-	-	-	-
성별	남성	(3)	33.3	66.7	0.0	0.0	100.0
	여성	(5)	40.0	20.0	20.0	20.0	100.0

28. 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목(복수 응답)

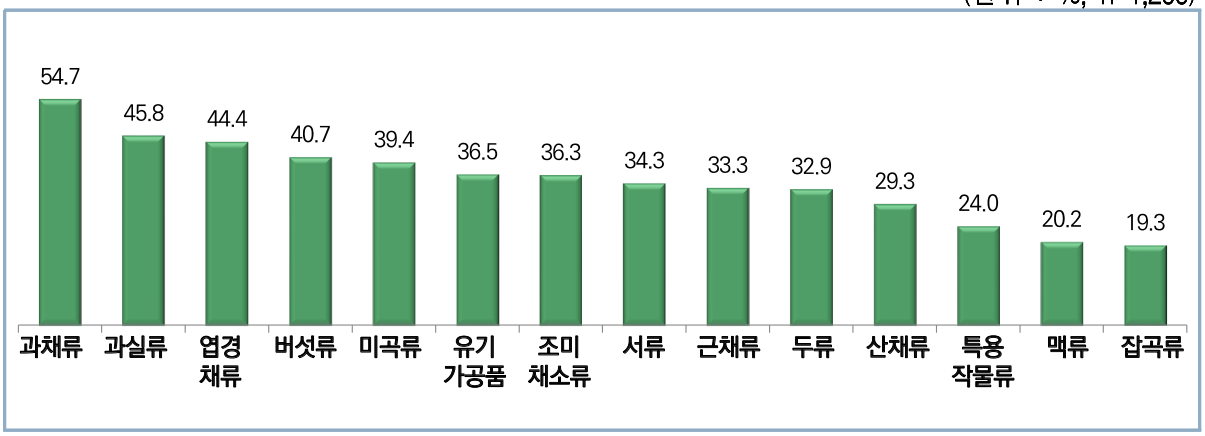
○ 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목은 '과채류'가 54.7%로 가장 높으며, 다음으로는 '과실류' 45.8%, '엽경채류' 44.4%, '버섯류' 40.7% 등의 순으로 나타남

○ 연령별로는 모든 연령대에서 '과채류'의 구매 의향이 가장 높은 것으로 나타남

- 20대(46.2%)와 30대(43.6%), 40대(47.9%)는 '과실류'의 구매 의사가 타 품목에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 50대(46.8%)와 60대(53.4%)는 '엽경채류'의 구매 의사가 타 품목에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남

[그림 74] 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목(복수 응답)

(단위 : %, n=1,200)



* 용어 설명

① 과실류(감, 배, 포도 등)
② 과채류(딸기, 수박, 오이, 가지 등)
③ 근채류(무, 당근, 연근 등)
④ 두류(콩, 팥, 녹두 등)
⑤ 맥류(밀, 보리 등)
⑥ 미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)
⑦ 버섯류(새송이, 느타리버섯 등)
⑧ 산채류(도라지, 더덕, 산나물 등)
⑨ 서류(감자, 고구마 등)
⑩ 엽경채류(상추, 숙주나물, 쑥, 배추 등)
⑪ 잡곡류(메밀, 수수 등)
⑫ 조미채소류(고추, 마늘, 피망 등)
⑬ 특용작물류(땅콩, 참깨 등)
⑭ 가공식품류(두부, 버터, 커피, 엿류 등)

[표 54] 구매 의향이 있는 친환경농산물 등의 품목(복수 응답)

(단위 : %, n=1,200)

구분		사례 수	과채류	과실류	엽경채류	버섯류	마늘류	가공식품류	조미채소류	서류	근채류	두류	산채류	특용작물류	맥류	잡곡류	구매의향 없음
전체		(1,200)	54.7	45.8	44.4	40.7	39.4	36.5	36.3	34.3	33.3	32.9	29.3	24.0	20.2	19.3	5.0
연령별	20대	(197)	52.8	46.2	39.1	42.1	40.6	28.9	29.4	33.5	33.0	26.4	25.4	20.3	17.8	19.3	4.1
	30대	(211)	53.6	43.6	38.9	36.0	38.4	30.8	33.2	35.5	30.8	28.0	28.0	20.4	24.6	19.0	7.1
	40대	(259)	55.2	47.9	41.7	38.2	32.4	34.0	29.7	34.4	30.9	30.5	19.7	22.0	15.1	17.8	7.7
	50대	(282)	53.5	44.7	46.8	39.0	39.0	40.1	42.9	33.3	33.0	39.0	31.6	21.6	22.0	17.7	3.9
	60대	(251)	57.8	46.6	53.4	47.8	47.0	45.8	43.8	35.1	38.2	37.8	41.0	34.7	21.5	23.1	2.4
가구원 수별	1명	(167)	55.7	41.9	38.9	37.7	32.9	32.3	31.1	32.9	29.3	22.8	24.6	22.8	18.0	18.0	8.4
	2명	(293)	54.6	47.4	48.8	38.6	34.8	37.5	38.6	31.4	30.4	30.7	28.0	19.8	15.7	15.7	5.8
	3명	(317)	52.4	47.6	41.3	39.4	37.9	36.0	36.3	33.1	32.8	35.3	32.5	24.6	18.0	21.1	5.0
	4명	(354)	55.9	45.5	48.3	46.0	44.6	39.3	37.3	37.6	36.4	36.2	29.7	26.3	25.7	22.0	3.4
	5명 이상	(69)	56.5	42.0	33.3	34.8	55.1	30.4	34.8	39.1	40.6	39.1	30.4	30.4	26.1	15.9	1.4
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	47.6	33.3	31.0	35.7	31.0	26.2	31.0	31.0	31.0	28.6	23.8	21.4	21.4	19.0	7.1
	유치원생	(51)	58.8	39.2	43.1	37.3	35.3	27.5	35.3	37.3	39.2	31.4	31.4	25.5	21.6	19.6	3.9
	초등학생	(129)	59.7	51.9	44.2	41.9	43.4	38.8	33.3	37.2	34.1	38.0	26.4	29.5	26.4	22.5	6.2
	중학생	(80)	53.8	43.8	52.5	40.0	40.0	37.5	33.8	36.3	31.3	37.5	30.0	26.3	25.0	21.3	2.5
	고등학생	(120)	50.8	40.8	44.2	37.5	40.8	39.2	35.0	30.8	33.3	36.7	29.2	25.8	18.3	22.5	2.5
	성인	(425)	55.3	45.4	52.5	44.7	43.5	42.1	44.0	35.3	35.5	39.1	35.8	27.3	20.0	18.8	2.6
	없음	(498)	54.4	46.8	39.2	38.0	37.6	32.1	32.1	33.3	31.7	26.5	24.5	20.3	19.9	18.9	7.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	43.2	37.5	35.2	34.1	33.0	29.5	38.6	29.5	22.7	20.5	19.3	15.9	9.1	11.4	9.1
	200~300만원 미만	(154)	61.0	46.8	37.0	34.4	32.5	34.4	29.9	33.1	32.5	28.6	22.7	19.5	16.2	19.5	3.9
	300~400만원 미만	(186)	51.6	37.6	45.2	42.5	31.2	35.5	34.4	32.8	30.1	30.1	25.8	20.4	19.4	17.2	6.5
	400~500만원 미만	(181)	57.5	49.7	48.6	39.2	40.3	34.8	36.5	32.6	32.0	26.5	28.7	19.3	19.9	15.5	5.0
	500~600만원 미만	(167)	49.7	48.5	43.7	40.7	41.3	33.5	34.7	36.5	35.9	36.5	32.3	23.4	22.8	17.4	6.6
	600~700만원 미만	(132)	56.1	39.4	40.2	37.1	39.4	34.8	32.6	30.3	28.0	39.4	31.1	20.5	15.9	18.2	3.0
	700~800만원 미만	(97)	63.9	50.5	52.6	46.4	51.5	46.4	48.5	42.3	43.3	38.1	44.3	32.0	24.7	24.7	2.1
	800만원 이상	(195)	53.8	52.8	49.2	47.7	47.2	42.6	40.0	37.4	39.0	40.5	31.8	37.9	27.7	28.2	4.1
직업별	농림어업	(8)	25.0	25.0	37.5	37.5	37.5	75.0	37.5	12.5	50.0	50.0	37.5	37.5	12.5	12.5	12.5
	자영업	(73)	47.9	41.1	38.4	43.8	41.1	32.9	27.4	30.1	28.8	38.4	32.9	20.5	21.9	30.1	5.5
	판매/영업/서비스직	(86)	60.5	40.7	41.9	41.9	36.0	27.9	39.5	38.4	34.9	27.9	27.9	22.1	16.3	15.1	4.7
	생산/기능/노무직	(55)	41.8	29.1	25.5	29.1	25.5	27.3	29.1	18.2	27.3	18.2	18.2	18.2	25.5	10.9	9.1
	사무/관리/전문직	(557)	55.8	44.9	44.0	40.8	40.0	36.1	38.4	35.4	33.6	33.0	28.9	24.8	19.2	21.4	4.7
	무직/퇴직	(95)	50.5	50.5	46.3	40.0	45.3	41.1	32.6	33.7	40.0	31.6	26.3	29.5	22.1	17.9	5.3
	주부	(271)	56.8	51.7	51.7	44.6	39.5	41.7	37.6	37.6	32.1	36.9	33.2	25.1	21.8	17.0	3.7
	학생	(29)	44.8	55.2	48.3	31.0	44.8	24.1	31.0	24.1	37.9	27.6	27.6	17.2	20.7	17.2	6.9
	기타	(26)	69.2	50.0	34.6	23.1	34.6	34.6	26.9	30.8	23.1	26.9	26.9	7.7	15.4	11.5	11.5
지역 크기	특별/광역시	(541)	56.6	46.0	43.8	39.0	39.7	35.5	37.5	34.9	33.6	34.4	30.9	24.6	21.8	19.6	5.5
	중소도시	(595)	52.9	44.7	45.0	42.0	38.5	36.1	34.3	32.1	32.6	30.9	26.9	23.2	18.5	19.0	5.0
	군 지역(읍/면)	(64)	54.7	54.7	43.8	42.2	45.3	48.4	45.3	50.0	35.9	39.1	39.1	26.6	21.9	20.3	0.0
성별	남성	(200)	46.0	41.0	35.0	32.5	30.5	27.0	26.0	30.5	33.0	31.5	30.5	19.0	21.0	15.5	8.5
	여성	(1,000)	56.4	46.8	46.3	42.3	41.2	38.4	38.4	35.1	33.3	33.2	29.1	25.0	20.0	20.1	4.3

29. 친환경농산물 등에 대한 태도

1) 농업환경 보전을 위하는 길

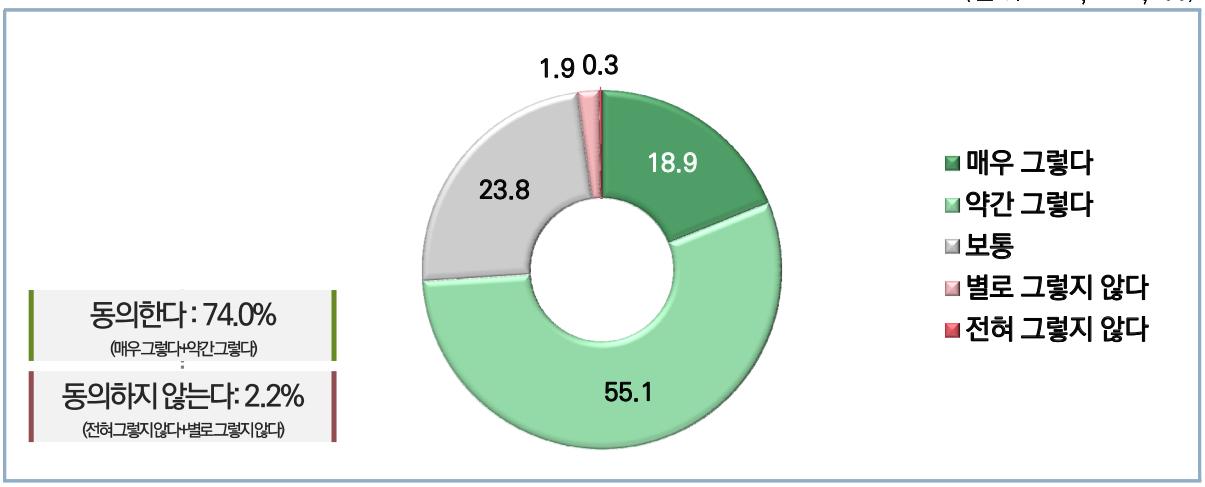
○ ‘친환경농산물의 소비는 농업환경을 보전하는 길’이라는 의견에 전체 응답자의 74.0%가 ‘동의한다’라고 응답하였으며, ‘동의하지 않는다’라고 응답한 비율은 2.2%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 ‘동의한다’라는 응답이 84.5%로 가장 높으며, 연령대와 긍정응답이 비례하는 경향을 보임

○ 소득별로는 소득수준과 비례하여 응답률이 올라가는 경향을 보였으나 ‘800만 원 이상’ 소득에서는 76.4%로 소폭 낮아지는 경향을 보임

[그림 75] 친환경농산물 등에 대한 태도-농업환경 보전을 위하는 길

(단위 : %, n=1,200)



[표 55] 친환경농산물 등에 대한 태도-농업환경 보전을 위하는 길

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 그렇지 않다	②별로 그렇지 않다	동의하지 않는다 (①+②)	③보통이다	④약간 그런 편이다	⑤매우 그렇다	동의한다 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.3	1.9	2.2	23.8	55.1	18.9	74.0	100.0
연령별	20대	(197)	1.0	2.5	3.6	26.4	54.8	15.2	70.1	100.0
	30대	(211)	0.0	2.4	2.4	34.6	49.3	13.7	63.0	100.0
	40대	(259)	0.0	1.9	1.9	25.9	55.2	17.0	72.2	100.0
	50대	(282)	0.4	1.1	1.4	21.3	59.9	17.4	77.3	100.0
	60대	(251)	0.0	2.0	2.0	13.5	54.6	29.9	84.5	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.6	0.6	1.2	29.9	53.9	15.0	68.9	100.0
	2명	(293)	0.0	2.4	2.4	23.2	53.9	20.5	74.4	100.0
	3명	(317)	0.3	1.3	1.6	25.2	55.5	17.7	73.2	100.0
	4명	(354)	0.3	2.8	3.1	23.7	54.2	18.9	73.2	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	1.4	1.4	5.8	65.2	27.5	92.8	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	2.4	2.4	42.9	40.5	14.3	54.8	100.0
	유치원생	(51)	0.0	0.0	0.0	35.3	51.0	13.7	64.7	100.0
	초등학생	(129)	0.0	1.6	1.6	24.0	54.3	20.2	74.4	100.0
	중학생	(80)	0.0	3.8	3.8	18.8	58.8	18.8	77.5	100.0
	고등학생	(120)	0.0	1.7	1.7	17.5	61.7	19.2	80.8	100.0
	성인	(425)	0.0	1.4	1.4	17.9	56.7	24.0	80.7	100.0
	없음	(498)	0.6	2.2	2.8	27.1	54.2	15.9	70.1	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	1.1	3.4	4.5	38.6	42.0	14.8	56.8	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	1.9	1.9	27.3	57.1	13.6	70.8	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.0	2.7	2.7	23.1	56.5	17.7	74.2	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.0	1.7	1.7	26.0	53.0	19.3	72.4	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.6	1.2	1.8	21.0	61.1	16.2	77.2	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.0	1.5	1.5	22.0	59.8	16.7	76.5	100.0
	700~800만원 미만	(97)	1.0	1.0	2.1	14.4	55.7	27.8	83.5	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	2.1	2.1	21.5	51.3	25.1	76.4	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	12.5	12.5	25.0	37.5	25.0	62.5	100.0
	자영업	(73)	1.4	4.1	5.5	34.2	38.4	21.9	60.3	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	1.2	2.3	3.5	18.6	62.8	15.1	77.9	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	5.5	5.5	36.4	38.2	20.0	58.2	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.2	0.9	1.1	23.7	56.9	18.3	75.2	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	5.3	5.3	20.0	52.6	22.1	74.7	100.0
	주부	(271)	0.0	1.1	1.1	21.4	58.7	18.8	77.5	100.0
	학생	(29)	0.0	0.0	0.0	24.1	58.6	17.2	75.9	100.0
	기타	(26)	0.0	3.8	3.8	26.9	46.2	23.1	69.2	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.4	2.2	2.6	21.6	55.6	20.1	75.8	100.0
	중소도시	(595)	0.2	1.8	2.0	26.1	54.8	17.1	71.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	0.0	0.0	21.9	53.1	25.0	78.1	100.0
성별	남성	(200)	1.0	2.0	3.0	34.0	53.0	10.0	63.0	100.0
	여성	(1,000)	0.1	1.9	2.0	21.8	55.5	20.7	76.2	100.0

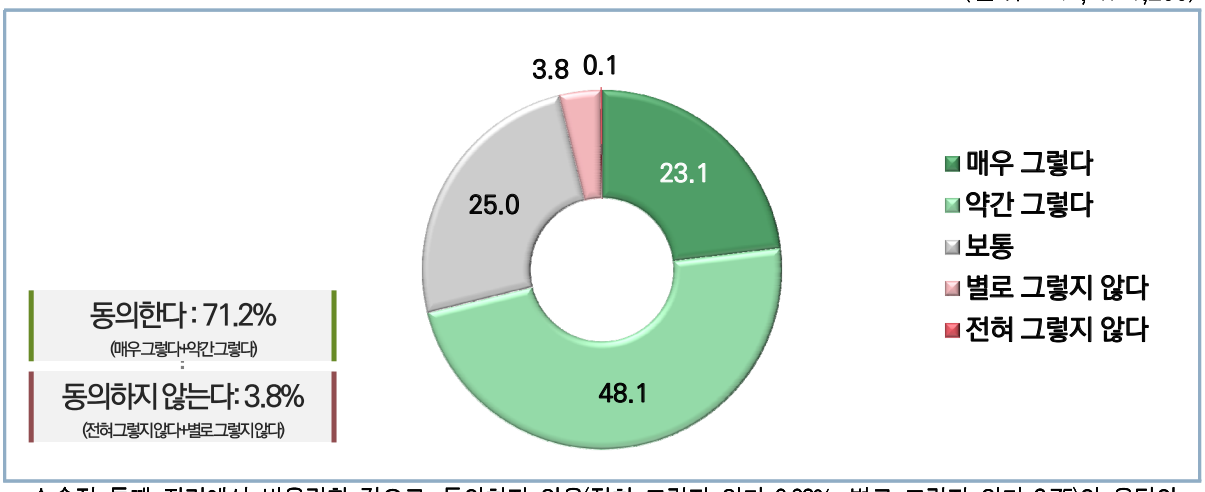
2) 건강을 위한 소비

○ ‘건강을 위해 친환경농산물을 소비한다’라는 의견에 전체 응답자의 71.2%가 ‘동의한다’라고 응답하였으며, ‘동의하지 않는다’라고 응답한 비율은 3.8%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 ‘동의한다’라는 응답이 77.7%로 가장 높으며, 연령대와 긍정응답이 비례하는 경향을 보이며, 30대에서 63.0%로 가장 낮게 나타남

[그림 76] 친환경농산물 등에 대한 태도-건강을 위한 소비

(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 동의하지 않음(전혀 그렇지 않다 0.08%, 별로 그렇지 않다 3.75)의 응답의 합은 3.83%임

[표 56] 친환경농산물 등에 대한 태도-건강을 위한 소비

(단위 : 명, % n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 그렇지 않다	②별로 그렇지 않다	동의하지 않는다 (①+②)	③보통이다	④약간 그런 편이다	⑤매우 그렇다	동의한다 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.1	3.8	3.8	25.0	48.1	23.1	71.2	100.0
연령별	20대	(197)	0.0	5.1	5.1	25.9	47.7	21.3	69.0	100.0
	30대	(211)	0.5	7.6	8.1	28.9	47.4	15.6	63.0	100.0
	40대	(259)	0.0	1.5	1.5	28.2	47.9	22.4	70.3	100.0
	50대	(282)	0.0	2.1	2.1	24.1	48.6	25.2	73.8	100.0
	60대	(251)	0.0	3.6	3.6	18.7	48.6	29.1	77.7	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.0	5.4	5.4	30.5	47.3	16.8	64.1	100.0
	2명	(293)	0.3	4.1	4.4	25.6	50.2	19.8	70.0	100.0
	3명	(317)	0.0	4.1	4.1	27.4	43.2	25.2	68.5	100.0
	4명	(354)	0.0	2.8	2.8	21.2	51.4	24.6	76.0	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	1.4	1.4	17.4	46.4	34.8	81.2	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	9.5	9.5	31.0	40.5	19.0	59.5	100.0
	유치원생	(51)	0.0	3.9	3.9	27.5	51.0	17.6	68.6	100.0
	초등학생	(129)	0.0	0.8	0.8	28.7	44.2	26.4	70.5	100.0
	중학생	(80)	0.0	2.5	2.5	22.5	48.8	26.3	75.0	100.0
	고등학생	(120)	0.0	3.3	3.3	17.5	50.8	28.3	79.2	100.0
	성인	(425)	0.0	2.6	2.6	21.2	47.3	28.9	76.2	100.0
	없음	(498)	0.2	4.8	5.0	28.1	47.8	19.1	66.9	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	0.0	4.5	4.5	27.3	53.4	14.8	68.2	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	5.8	5.8	24.0	50.6	19.5	70.1	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.0	2.7	2.7	30.6	47.8	18.8	66.7	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.0	5.0	5.0	24.9	48.6	21.5	70.2	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.6	3.6	4.2	25.7	49.1	21.0	70.1	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.0	4.5	4.5	19.7	47.0	28.8	75.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	2.1	2.1	21.6	44.3	32.0	76.3	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	2.1	2.1	24.1	45.1	28.7	73.8	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	12.5	12.5	0.0	62.5	25.0	87.5	100.0
	자영업	(73)	0.0	4.1	4.1	27.4	35.6	32.9	68.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	5.8	5.8	25.6	51.2	17.4	68.6	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	1.8	1.8	29.1	40.0	29.1	69.1	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.2	3.6	3.8	25.5	47.4	23.3	70.7	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	4.2	4.2	25.3	49.5	21.1	70.5	100.0
	주부	(271)	0.0	3.3	3.3	22.9	52.0	21.8	73.8	100.0
	학생	(29)	0.0	3.4	3.4	24.1	51.7	20.7	72.4	100.0
	기타	(26)	0.0	3.8	3.8	26.9	50.0	19.2	69.2	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.0	3.9	3.9	25.9	45.7	24.6	70.2	100.0
	중소도시	(595)	0.2	3.9	4.0	24.9	50.1	21.0	71.1	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	1.6	1.6	18.8	50.0	29.7	79.7	100.0
성별	남성	(200)	0.0	6.0	6.0	33.0	42.0	19.0	61.0	100.0
	여성	(1,000)	0.1	3.3	3.4	23.4	49.3	23.9	73.2	100.0

3) 친환경농산물이 오염에 더 안전

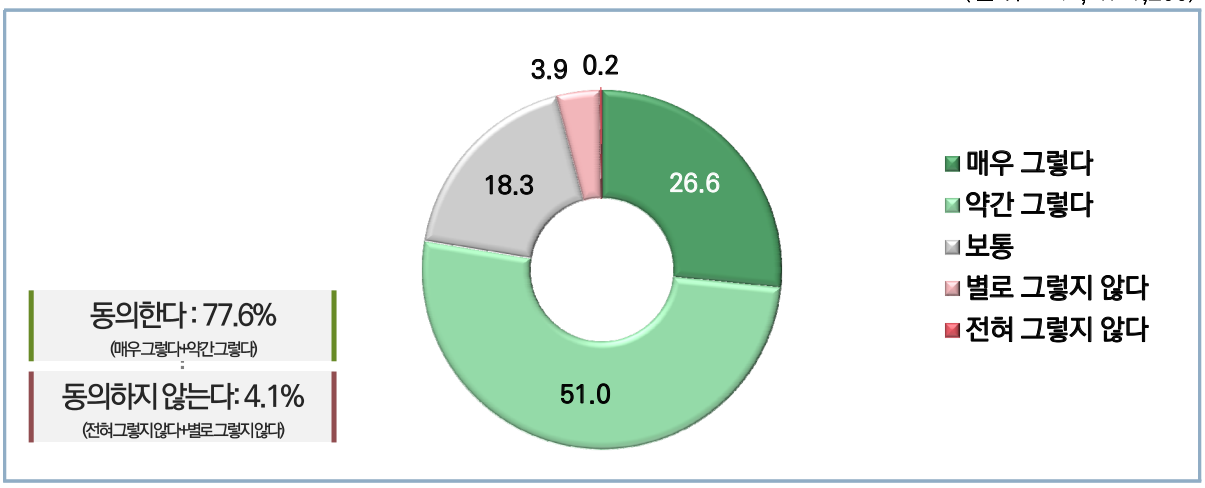
○ ‘친환경농산물이 더 안전하다’라는 의견에 전체 응답자의 77.6%가 ‘동의한다’라고 응답하였으며, ‘동의하지 않는다’라고 응답한 비율은 4.1%로 나타남

○ 연령별로는 60대의 ‘동의한다’라는 응답이 84.1%로 가장 높으며, 30대에서 69.7%로 가장 낮은 것으로 나타남

○ 가구소득별로는 가구의 소득수준에 비례하여 동의하는 비율이 증가하는 경향을 보임

[그림 77] 친환경농산물 등에 대한 태도-친환경농산물이 오염에 더 안전

(단위 : %, n=1,200)



[표 57] 친환경농산물 등에 대한 태도-친환경농산물이 오염에 더 안전

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 그렇지 않다	②별로 그렇지 않다	동의하지 않는다 (①+②)	③보통이다	④약간 그런 편이다	⑤매우 그렇다	동의한다 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.2	3.9	4.1	18.3	51.0	26.6	77.6	100.0
연령별	20대	(197)	0.0	3.6	3.6	19.8	50.3	26.4	76.6	100.0
	30대	(211)	0.0	6.2	6.2	24.2	45.5	24.2	69.7	100.0
	40대	(259)	0.0	3.9	3.9	17.8	53.3	25.1	78.4	100.0
	50대	(282)	0.7	2.5	3.2	19.1	50.0	27.7	77.7	100.0
	60대	(251)	0.0	4.0	4.0	12.0	55.0	29.1	84.1	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.6	3.6	4.2	22.8	49.7	23.4	73.1	100.0
	2명	(293)	0.0	3.4	3.4	20.1	53.9	22.5	76.5	100.0
	3명	(317)	0.3	4.7	5.0	14.8	51.7	28.4	80.1	100.0
	4명	(354)	0.0	3.4	3.4	19.5	48.9	28.2	77.1	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	5.8	5.8	10.1	49.3	34.8	84.1	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	9.5	9.5	21.4	35.7	33.3	69.0	100.0
	유치원생	(51)	0.0	7.8	7.8	17.6	41.2	33.3	74.5	100.0
	초등학생	(129)	0.0	3.9	3.9	15.5	55.0	25.6	80.6	100.0
	중학생	(80)	0.0	3.8	3.8	17.5	46.3	32.5	78.8	100.0
	고등학생	(120)	0.0	3.3	3.3	17.5	48.3	30.8	79.2	100.0
	성인	(425)	0.2	3.3	3.5	14.6	52.7	29.2	81.9	100.0
	없음	(498)	0.2	4.0	4.2	21.7	50.6	23.5	74.1	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	1.1	5.7	6.8	26.1	44.3	22.7	67.0	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	4.5	4.5	26.6	44.8	24.0	68.8	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.0	2.7	2.7	20.4	54.8	22.0	76.9	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.6	6.6	7.2	18.2	48.1	26.5	74.6	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.0	2.4	2.4	18.0	50.9	28.7	79.6	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.0	3.0	3.0	13.6	57.6	25.8	83.3	100.0
	700~800만원 미만	(97)	0.0	3.1	3.1	14.4	52.6	29.9	82.5	100.0
	800만원 이상	(195)	0.0	3.6	3.6	11.8	52.8	31.8	84.6	100.0
직업별	농림어업	(8)	0.0	25.0	25.0	12.5	25.0	37.5	62.5	100.0
	자영업	(73)	1.4	6.8	8.2	19.2	46.6	26.0	72.6	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	3.5	3.5	22.1	50.0	24.4	74.4	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	12.7	12.7	20.0	43.6	23.6	67.3	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.0	3.4	3.4	19.4	49.7	27.5	77.2	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	2.1	2.1	20.0	55.8	22.1	77.9	100.0
	주부	(271)	0.4	2.2	2.6	14.0	55.7	27.7	83.4	100.0
	학생	(29)	0.0	6.9	6.9	20.7	44.8	27.6	72.4	100.0
	기타	(26)	0.0	3.8	3.8	15.4	57.7	23.1	80.8	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.2	4.3	4.4	17.9	50.1	27.5	77.6	100.0
	중소도시	(595)	0.2	3.7	3.9	19.3	52.1	24.7	76.8	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	3.1	3.1	12.5	48.4	35.9	84.4	100.0
성별	남성	(200)	0.5	7.5	8.0	24.5	47.5	20.0	67.5	100.0
	여성	(1,000)	0.1	3.2	3.3	17.1	51.7	27.9	79.6	100.0

4) 일반 농산물보다 뛰어난 품질

○ ‘일반 농산물보다 품질이 뛰어나다’라는 의견에 전체 응답자의 45.5%가 ‘동의한다’라고 응답하였으며, ‘동의하지 않는다’라고 응답한 비율은 11.7%로 나타남

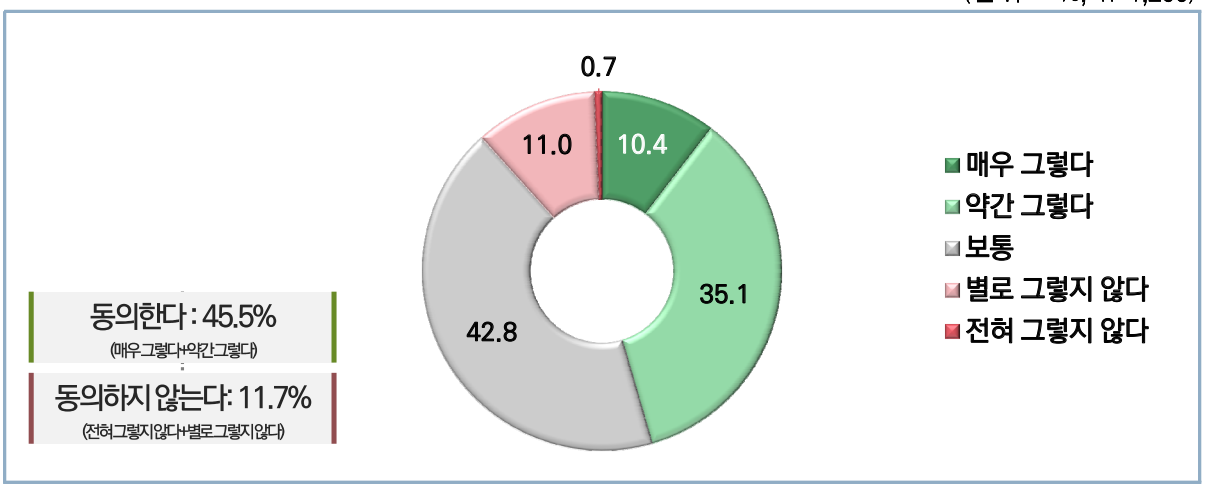
○ 연령별로는 20대가 53.8%로 가장 높으며, 50대(40.4%)에서 가장 낮게 나타남

○ 자녀 연령별로는 자녀가 성장한 가구일수록 풍미에 대한 긍정 응답률이 낮아지는 경향을 보임

○ 가구소득별로는 ‘600~700만원 미만’ 소득까지 긍정응답 비율이 증가하다가 다시 감소하는 것으로 나타남

[그림 78] 친환경농산물 등에 대한 태도-일반 농산물보다 뛰어난 품질

(단위 : %, n=1,200)



[표 58] 친환경농산물 등에 대한 태도-일반 농산물보다 뛰어난 품질

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 그렇지 않다	②별로 그렇지 않다	동의하지 않는다 (①+②)	③보통이다	④약간 그런 편이다	⑤매우 그렇다	동의한다 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.7	11.0	11.7	42.8	35.1	10.4	45.5	100.0
연령별	20대	(197)	1.5	7.6	9.1	37.1	37.6	16.2	53.8	100.0
	30대	(211)	0.9	11.4	12.3	42.2	37.0	8.5	45.5	100.0
	40대	(259)	0.0	12.4	12.4	44.4	32.0	11.2	43.2	100.0
	50대	(282)	1.1	11.3	12.4	47.2	31.9	8.5	40.4	100.0
	60대	(251)	0.0	11.6	11.6	41.4	38.2	8.8	47.0	100.0
가구원 수별	1명	(167)	1.2	6.6	7.8	45.5	36.5	10.2	46.7	100.0
	2명	(293)	0.7	14.0	14.7	47.1	31.1	7.2	38.2	100.0
	3명	(317)	0.3	13.2	13.6	39.4	37.2	9.8	47.0	100.0
	4명	(354)	0.8	9.6	10.5	41.8	35.9	11.9	47.7	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	5.8	5.8	39.1	34.8	20.3	55.1	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	9.5	9.5	38.1	35.7	16.7	52.4	100.0
	유치원생	(51)	0.0	7.8	7.8	35.3	35.3	21.6	56.9	100.0
	초등학생	(129)	0.0	10.9	10.9	40.3	34.9	14.0	48.8	100.0
	중학생	(80)	0.0	11.3	11.3	38.8	37.5	12.5	50.0	100.0
	고등학생	(120)	0.8	10.8	11.7	45.8	29.2	13.3	42.5	100.0
	성인	(425)	0.5	12.7	13.2	45.6	33.4	7.8	41.2	100.0
	없음	(498)	1.2	10.0	11.2	42.4	35.5	10.8	46.4	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	1.1	11.4	12.5	53.4	27.3	6.8	34.1	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	12.3	12.3	41.6	35.1	11.0	46.1	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.5	11.8	12.4	44.6	33.3	9.7	43.0	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.6	15.5	16.0	39.2	33.7	11.0	44.8	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.6	13.2	13.8	42.5	37.1	6.6	43.7	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.8	6.1	6.8	37.9	42.4	12.9	55.3	100.0
	700~800만원 미만	(97)	2.1	9.3	11.3	40.2	34.0	14.4	48.5	100.0
	800만원 이상	(195)	0.5	7.2	7.7	45.6	35.4	11.3	46.7	100.0
직업별	농림어업	(8)	12.5	0.0	12.5	50.0	12.5	25.0	37.5	100.0
	자영업	(73)	2.7	11.0	13.7	34.2	38.4	13.7	52.1	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	10.5	10.5	44.2	33.7	11.6	45.3	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	0.0	10.9	10.9	43.6	34.5	10.9	45.5	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.9	10.1	11.0	42.9	33.9	12.2	46.1	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	11.6	11.6	49.5	34.7	4.2	38.9	100.0
	주부	(271)	0.0	13.3	13.3	42.8	36.2	7.7	43.9	100.0
	학생	(29)	0.0	3.4	3.4	31.0	55.2	10.3	65.5	100.0
	기타	(26)	0.0	19.2	19.2	46.2	30.8	3.8	34.6	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.9	11.6	12.6	39.6	36.0	11.8	47.9	100.0
	중소도시	(595)	0.5	10.8	11.3	46.2	33.6	8.9	42.5	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	0.0	7.8	7.8	39.1	40.6	12.5	53.1	100.0
성별	남성	(200)	2.0	7.0	9.0	44.0	39.5	7.5	47.0	100.0
	여성	(1,000)	0.4	11.8	12.2	42.6	34.2	11.0	45.2	100.0

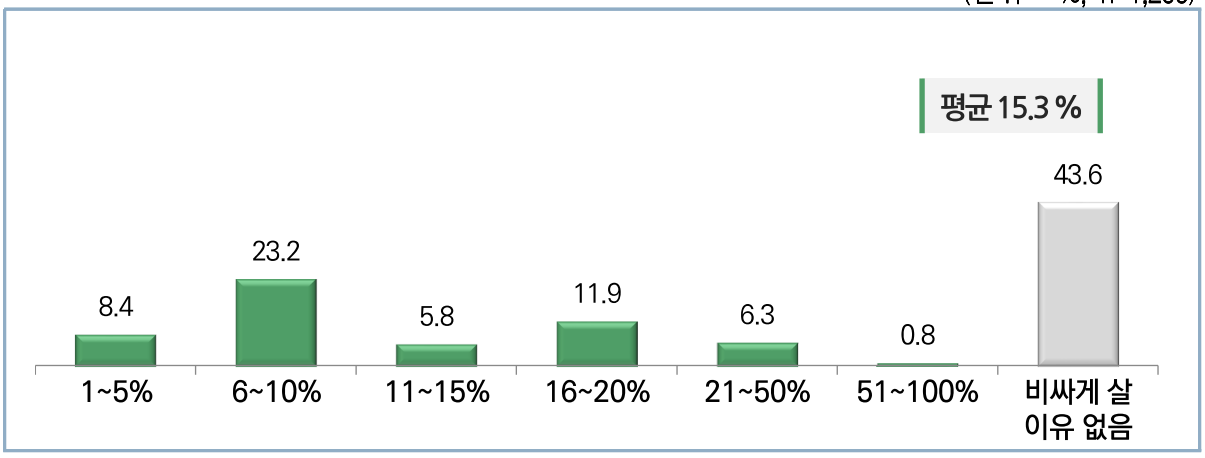
30. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준

○ 친환경농산물의 적정 가격 수준에 대한 인식은 일반 농산물보다 평균 15.3% 비싼 것이 적절하다고 나타남

○ 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준은 '비싸게 살 이유 없음'으로 응답한 43.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 '6~10% 비싼 것이 적절하다.' 23.2%, '16~20% 비싼 것이 적절하다.' 11.9% 등의 순으로 나타남

[그림 79] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준

(단위 : %, n=1,200)



* '비싸게 살 이유 없음'은 평균값에서 제외

다. 친환경농산물 잔류농약 허용 제도에 대한 인식조사

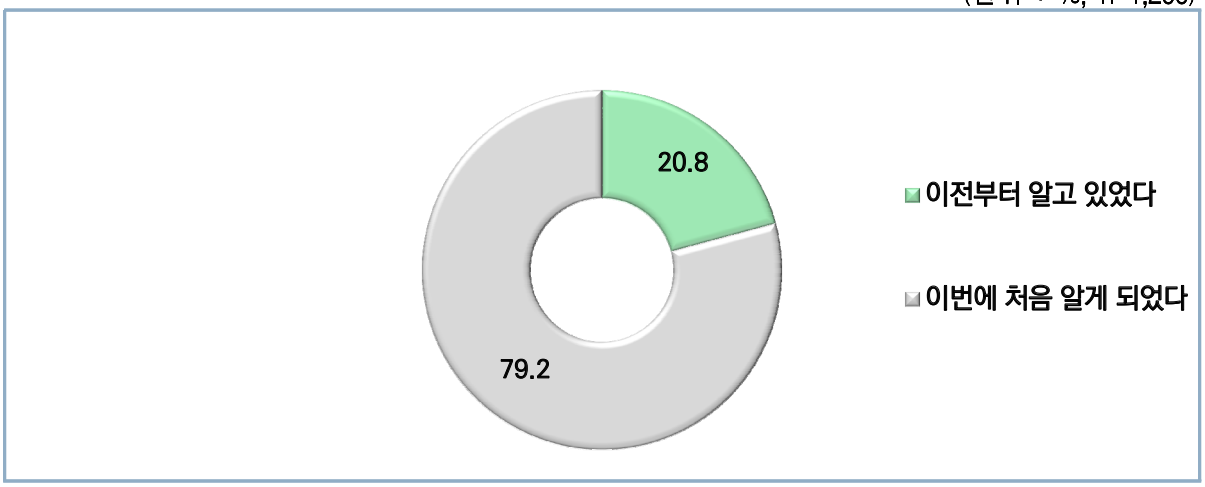
1. PLS [9]인지도

○ 전체 응답자의 20.8%가 PLS제도를 '알고 있다'라고 응답하였으며, '이번에 처음 알게 되었다'라고 응답한 비율은 79.2%로 나타남

○ 연령별로는 60대에서 '알고 있었다'라는 비율이 31.1%로 가장 높게 나타남

[그림 80] PLS 인지도

(단위 : %, n=1,200)



9) 농약 허용기준 강화제도(Positive List System)는 국내 사용등록 또는 잔류허용기준(MRL)이 설정된 농약 이외에 등록되지 않은 농약은 원칙적으로 사용을 금지하는 제도

[표 59] PLS 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	이전부터 알고 있었음	이번에 처음 알게 됨	계
전체		(1,200)	20.8	79.2	100.0
연령별	20대	(197)	21.3	78.7	100.0
	30대	(211)	15.2	84.8	100.0
	40대	(259)	18.9	81.1	100.0
	50대	(282)	17.4	82.6	100.0
	60대	(251)	31.1	68.9	100.0
가구원 수별	1명	(167)	14.4	85.6	100.0
	2명	(293)	18.8	81.2	100.0
	3명	(317)	23.0	77.0	100.0
	4명	(354)	20.1	79.9	100.0
	5명 이상	(69)	39.1	60.9	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	19.0	81.0	100.0
	유치원생	(51)	27.5	72.5	100.0
	초등학생	(129)	22.5	77.5	100.0
	중학생	(80)	25.0	75.0	100.0
	고등학생	(120)	25.0	75.0	100.0
	성인	(425)	24.5	75.5	100.0
	없음	(498)	17.1	82.9	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	13.6	86.4	100.0
	200~300만원 미만	(154)	14.3	85.7	100.0
	300~400만원 미만	(186)	22.0	78.0	100.0
	400~500만원 미만	(181)	20.4	79.6	100.0
	500~600만원 미만	(167)	23.4	76.6	100.0
	600~700만원 미만	(132)	21.2	78.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	26.8	73.2	100.0
	800만원 이상	(195)	23.1	76.9	100.0
직업별	농림어업	(8)	75.0	25.0	100.0
	자영업	(73)	20.5	79.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	24.4	75.6	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	21.8	78.2	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	21.4	78.6	100.0
	무직/퇴직	(95)	15.8	84.2	100.0
	주부	(271)	19.9	80.1	100.0
	학생	(29)	20.7	79.3	100.0
	기타	(26)	7.7	92.3	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	19.4	80.6	100.0
	중소도시	(595)	22.0	78.0	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	21.9	78.1	100.0
성별	남성	(200)	23.5	76.5	100.0
	여성	(1,000)	20.3	79.7	100.0

[그림 81] PLS인지도

인지도	• 대부분 응답자는 PLS를 알지 못함 • 알고 있다는 응답자는 우연한 기회에 사회 이슈를 접하게 되어 알고 있다고 응답함 • 유아기의 자녀가 있는 30대 여성은 자녀를 위해서 정보를 찾아보는 와중에 알게 되었다고 응답함
질문	• 혹시 농약 허용기준 강화제도(PLS)를 알고 있거나 들어보신 분이 계시는가요?

[30대 여성B]
"농약이 인체에 유해하잖아요. 그 농약이 농산물에 남아있을 수 있는데, 그게 많으면 안 되는 걸로만 알고 있음"

[40대 여성A]
"제가 시골 출신이라 들어는 봤는데, 어떤 농약은 너무 위험하니까 못쓰게 하고, 사용할 수 있는 농약도 얼마이상 묻어 있으면 안되다는(생략)"

[60대 여성]
"저도 그렇게 알고 있어요. 농산물에 유해성분이 남아있으면 안 되고, 농약도 정해진 것들만 써야 하고 하는 걸로."

질문	• 어디서 그런 정보를 얻으셨나요?

[30대 여성B]
"여자아이다 보니 그런 것들이 배출되지 못하면 문제가 생길 수도 있고(중략) 최대한 늦게 노출시키자 해서 그런 것들을 알아봤어요."

[40대 여성A]
"저는 세제 광고에서 처음 봤어요. 잔류농약이 있을 수도 있으니까 세제로 씻어 먹으라고 하는"

[60대 여성]
"뉴스에서 봤어요. 우리나라는 과일을 껍질째로 먹는 나라인데 저걸 완화하면 어쩌냐니 하면서 나온 적이 있어요."

2. 친환경농산물 연상 문구

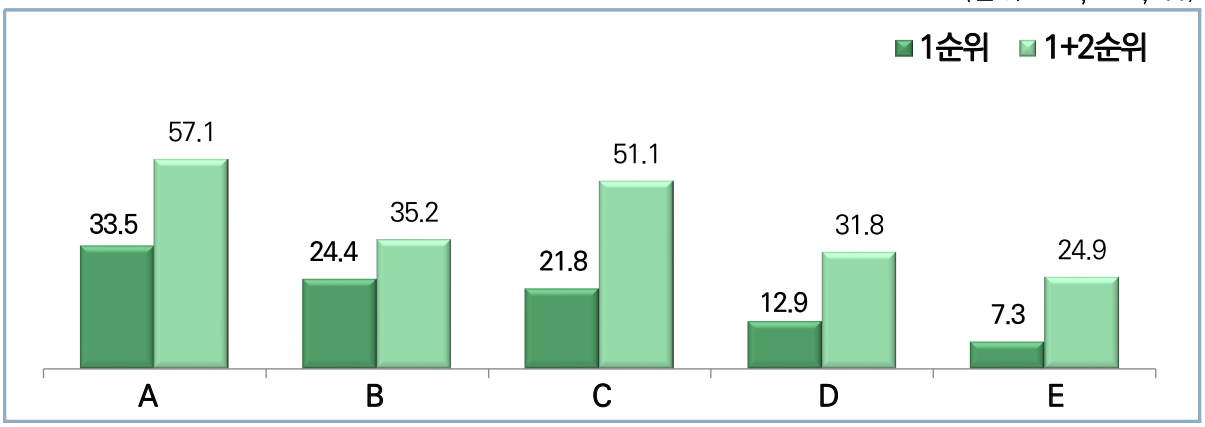
○ 친환경농산물과 관련된 문구를 제시하였을 때 가장 동의하거나 비슷하다고 느끼는 문구는 'A : 건강한 먹거리 생산을 위해 농약 잔류허용기준 내에서 안전하게 생산된 농산물'이 33.5%를 차지함

○ 가장 낮은 연관성을 가진 문구는 'E : 우리 자연 생태계와 농사환경을 유지, 보전하면서 생산한 농산물이다'가 7.3%로 나타남

○ 연령별로는 C문구와 D문구 등 상대적으로 응답이 낮은 문구에서 20대와 30대의 응답 비중이 높은 것으로 나타남

[그림 82] 친환경농산물 연상 문구

(단위 : %, n=1,200)



* A : 건강한 먹거리 생산을 위해 농약 잔류허용기준 내에서 안전하게 생산된 농산물이다
B : 최종 생산물에 농약이 전혀 검출되지 않는 안전한 농산물이다
C : 농약과 화학비료를 사용하지 않거나 최소량만을 사용하여 생산한 농산물이다
D : 단순 농약 검출 여부보다 지속이 가능한 친환경농법을 통해 생산한 농산물이다
E : 우리 자연생태계와 농사환경을 유지, 보전하면서 생산한 농산물이다

[표 60] 친환경농산물 연상 문구(1순위)

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	건강한 먹거리를 위해 잔류농약 허용기준 내에서 안전하게 생산된 농산물	최종 생산물에 농약이 전혀 검출되지 않은 안전한 농산물	농약과 화학비료를 사용하지 않거나 최소량만을 사용한 농산물	농약 검출 여부보다 지속이 가능한 친환경농법으로 생산한 농산물	우리 자연생태계와 농사환경을 유지, 보전하며 생산한 농산물	계
전체		(1,200)	33.5	24.4	21.8	12.9	7.3	100.0
연령별	20대	(197)	28.4	24.9	25.4	15.2	6.1	100.0
	30대	(211)	30.3	22.7	24.2	14.7	8.1	100.0
	40대	(259)	33.6	25.5	22.8	13.1	5.0	100.0
	50대	(282)	32.3	23.4	21.3	12.8	10.3	100.0
	60대	(251)	41.4	25.5	16.7	9.6	6.8	100.0
가구원수별	1명	(167)	24.6	25.7	23.4	18.0	8.4	100.0
	2명	(293)	35.2	25.9	21.5	8.2	9.2	100.0
	3명	(317)	35.3	28.1	18.3	11.7	6.6	100.0
	4명	(354)	33.9	19.5	24.3	15.8	6.5	100.0
	5명 이상	(69)	37.7	23.2	23.2	11.6	4.3	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	31.0	23.8	28.6	11.9	4.8	100.0
	유치원생	(51)	51.0	11.8	17.6	15.7	3.9	100.0
	초등학생	(129)	34.1	20.2	29.5	12.4	3.9	100.0
	중학생	(80)	33.8	23.8	20.0	17.5	5.0	100.0
	고등학생	(120)	36.7	21.7	18.3	15.0	8.3	100.0
	성인	(425)	36.2	24.0	19.3	11.1	9.4	100.0
	없음	(498)	29.1	26.1	23.3	14.9	6.6	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	38.6	23.9	19.3	9.1	9.1	100.0
	200~300만원 미만	(154)	29.9	35.1	14.9	12.3	7.8	100.0
	300~400만원 미만	(186)	29.0	26.9	23.1	13.4	7.5	100.0
	400~500만원 미만	(181)	34.8	23.2	25.4	12.7	3.9	100.0
	500~600만원 미만	(167)	32.9	19.8	21.6	14.4	11.4	100.0
	600~700만원 미만	(132)	40.2	23.5	19.7	12.9	3.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	39.2	18.6	24.7	11.3	6.2	100.0
	800만원 이상	(195)	30.3	22.6	24.1	14.4	8.7	100.0
직업별	농림어업	(8)	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	100.0
	자영업	(73)	31.5	21.9	23.3	17.8	5.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	31.4	39.5	9.3	12.8	7.0	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	25.5	20.0	25.5	20.0	9.1	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	32.9	22.8	23.0	13.6	7.7	100.0
	무직/퇴직	(95)	27.4	24.2	29.5	11.6	7.4	100.0
	주부	(271)	40.2	24.4	20.3	8.5	6.6	100.0
	학생	(29)	34.5	27.6	20.7	13.8	3.4	100.0
	기타	(26)	23.1	23.1	23.1	15.4	15.4	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	34.9	23.7	21.4	13.1	6.8	100.0
	중소도시	(595)	32.1	24.5	22.7	12.8	7.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	34.4	29.7	17.2	12.5	6.3	100.0
성별	남성	(200)	29.0	28.0	18.5	17.0	7.5	100.0
	여성	(1,000)	34.4	23.7	22.5	12.1	7.3	100.0

[표 61] 친환경농산물 연상 문구(1+2순위)

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	건강한 먹거리를 위해 잔류농약 허용기준 내에서 안전하게 생산된 농산물	최종 생산물에 농약이 전혀 검출되지 않은 안전한 농산물	농약과 화학비료를 사용하지 않거나 최소량만을 사용한 농산물	농약 검출 여부보다 지속이 가능한 친환경농법으로 생산한 농산물	우리 자연생태계와 농사환경을 유지, 보전하며 생산한 농산물
전체		(1,200)	57.1	35.2	51.1	31.8	24.9
연령별	20대	(197)	52.3	42.1	51.3	33.0	21.3
	30대	(211)	55.0	33.6	55.5	36.0	19.9
	40대	(259)	56.8	36.3	51.0	33.6	22.4
	50대	(282)	57.4	32.6	47.2	29.8	33.0
	60대	(251)	62.5	32.7	51.8	27.5	25.5
가구원수별	1명	(167)	54.5	36.5	52.7	31.7	24.6
	2명	(293)	56.7	36.9	52.6	26.6	27.3
	3명	(317)	59.3	36.6	48.3	30.3	25.6
	4명	(354)	56.2	32.8	52.5	35.6	22.9
	5명 이상	(69)	59.4	30.4	46.4	40.6	23.2
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	59.5	33.3	57.1	40.5	9.5
	유치원생	(51)	70.6	31.4	45.1	43.1	9.8
	초등학생	(129)	55.0	32.6	54.3	37.2	20.9
	중학생	(80)	53.8	36.3	56.3	35.0	18.8
	고등학생	(120)	60.8	35.0	45.8	31.7	26.7
	성인	(425)	59.1	32.5	48.9	29.6	29.9
	없음	(498)	54.2	37.3	52.4	32.7	23.3
가구 소득별	200만원 미만	(88)	62.5	30.7	56.8	26.1	23.9
	200~300만원 미만	(154)	52.6	45.5	50.0	27.3	24.7
	300~400만원 미만	(186)	51.1	36.6	51.6	34.4	26.3
	400~500만원 미만	(181)	60.8	37.6	50.8	28.7	22.1
	500~600만원 미만	(167)	56.9	30.5	50.9	31.7	29.9
	600~700만원 미만	(132)	66.7	32.6	50.8	30.3	19.7
	700~800만원 미만	(97)	64.9	34.0	46.4	32.0	22.7
	800만원 이상	(195)	50.3	31.8	51.8	39.0	27.2
직업별	농림어업	(8)	50.0	25.0	37.5	50.0	37.5
	자영업	(73)	54.8	35.6	49.3	39.7	20.5
	판매/영업/서비스직	(86)	59.3	50.0	33.7	33.7	23.3
	생산/기능/노무직	(55)	52.7	27.3	58.2	36.4	25.5
	사무/관리/전문직	(557)	56.0	35.7	49.9	34.6	23.7
	무직/퇴직	(95)	50.5	32.6	66.3	24.2	26.3
	주부	(271)	64.6	33.2	51.7	24.0	26.6
	학생	(29)	58.6	34.5	58.6	31.0	17.2
	기타	(26)	34.6	23.1	57.7	34.6	50.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	59.5	33.3	48.8	34.4	24.0
	중소도시	(595)	55.5	36.5	53.4	28.9	25.7
	군 지역(읍/면)	(64)	51.6	39.1	48.4	35.9	25.0
성별	남성	(200)	57.0	40.0	48.0	34.0	21.0
	여성	(1,000)	57.1	34.2	51.7	31.3	25.7

3. 친환경농산물 안전성에 대한 인식

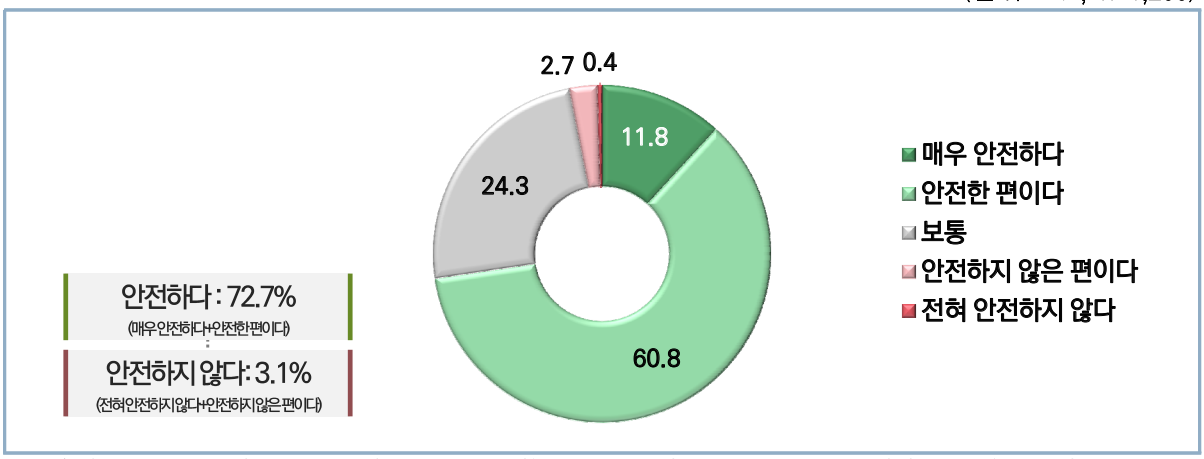
○ 전체 응답자의 72.7%가 국내산 친환경농산물이 안전하다고 인식하고 있으며, 이에 동의하지 않는 응답은 3.1%로 나타남

○ 연령별로는 20대의 '안전하다'라는 인식이 77.2%로 가장 높은 것으로 나타남

○ 성별로는 여성(73.3%)이 남성(69.5%)보다 국내산 친환경농산물 안전성에 대한 인식이 소폭 높게 나타남

[그림 83] 친환경농산물 안전성에 대한 인식

(단위 : %, n=1,200)



* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 안전하다(매우 안전하다 11.83%, 안전한 편이다 60.83%)의 응답의 합은 72.66%임

[표 62] 친환경농산물 안전성에 대한 인식

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	①전혀 안전하지 않다	②안전하지 않은 편이다	안전하지 않다 (①+②)	③보통	④안전한 편이다	⑤매우 안전하다	안전하다 (④+⑤)	계
전체		(1,200)	0.4	2.7	3.1	24.3	60.8	11.8	72.7	100.0
연령별	20대	(197)	0.5	6.1	6.6	16.2	62.9	14.2	77.2	100.0
	30대	(211)	0.5	2.4	2.8	26.5	57.8	12.8	70.6	100.0
	40대	(259)	0.4	1.9	2.3	27.4	61.0	9.3	70.3	100.0
	50대	(282)	0.7	2.1	2.8	25.5	60.3	11.3	71.6	100.0
	60대	(251)	0.0	1.6	1.6	23.9	62.2	12.4	74.5	100.0
가구원 수별	1명	(167)	0.6	5.4	6.0	28.7	54.5	10.8	65.3	100.0
	2명	(293)	0.3	2.4	2.7	27.0	58.4	11.9	70.3	100.0
	3명	(317)	0.6	2.8	3.5	24.9	60.9	10.7	71.6	100.0
	4명	(354)	0.3	2.0	2.3	22.0	63.0	12.7	75.7	100.0
	5명 이상	(69)	0.0	0.0	0.0	10.1	75.4	14.5	89.9	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	0.0	2.4	2.4	26.2	52.4	19.0	71.4	100.0
	유치원생	(51)	2.0	0.0	2.0	25.5	56.9	15.7	72.5	100.0
	초등학생	(129)	0.8	3.1	3.9	20.2	62.8	13.2	76.0	100.0
	중학생	(80)	0.0	0.0	0.0	15.0	72.5	12.5	85.0	100.0
	고등학생	(120)	0.0	0.8	0.8	21.7	62.5	15.0	77.5	100.0
	성인	(425)	0.2	1.6	1.9	25.2	60.9	12.0	72.9	100.0
	없음	(498)	0.4	4.2	4.6	24.5	60.0	10.8	70.9	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	1.1	8.0	9.1	30.7	53.4	6.8	60.2	100.0
	200~300만원 미만	(154)	0.0	3.2	3.2	31.2	58.4	7.1	65.6	100.0
	300~400만원 미만	(186)	0.0	2.7	2.7	28.0	58.6	10.8	69.4	100.0
	400~500만원 미만	(181)	0.6	2.8	3.3	27.1	54.7	14.9	69.6	100.0
	500~600만원 미만	(167)	0.0	1.8	1.8	24.0	61.7	12.6	74.3	100.0
	600~700만원 미만	(132)	0.0	1.5	1.5	16.7	68.9	12.9	81.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	1.0	3.1	4.1	15.5	69.1	11.3	80.4	100.0
	800만원 이상	(195)	1.0	1.0	2.1	19.5	63.6	14.9	78.5	100.0
직업별	농림어업	(8)	12.5	0.0	12.5	12.5	62.5	12.5	75.0	100.0
	자영업	(73)	1.4	5.5	6.8	28.8	53.4	11.0	64.4	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	0.0	7.0	7.0	24.4	59.3	9.3	68.6	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	1.8	0.0	1.8	27.3	56.4	14.5	70.9	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	0.4	2.0	2.3	21.7	64.3	11.7	75.9	100.0
	무직/퇴직	(95)	0.0	3.2	3.2	31.6	50.5	14.7	65.3	100.0
	주부	(271)	0.0	1.8	1.8	25.8	60.1	12.2	72.3	100.0
	학생	(29)	0.0	6.9	6.9	10.3	72.4	10.3	82.8	100.0
	기타	(26)	0.0	3.8	3.8	34.6	53.8	7.7	61.5	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	0.0	3.5	3.5	22.7	61.9	11.8	73.8	100.0
	중소도시	(595)	0.7	2.0	2.7	26.4	59.2	11.8	70.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	1.6	1.6	3.1	17.2	67.2	12.5	79.7	100.0
성별	남성	(200)	0.5	2.0	2.5	28.0	61.0	8.5	69.5	100.0
	여성	(1,000)	0.4	2.8	3.2	23.5	60.8	12.5	73.3	100.0

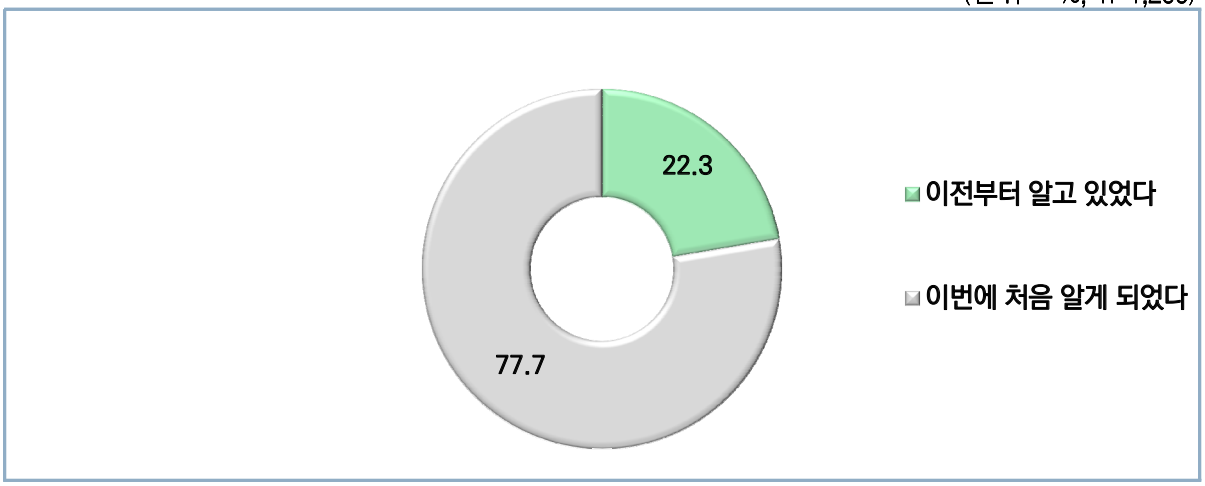
4. 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치 인지도

○ 전체 응답자의 22.3%가 해외 잔류농약 제도를 '알고 있다'라고 응답하였으며, '이번에 처음 알게 되었다'라고 응답한 비율은 77.7%로 나타남

○ 연령별로는 60대에서 '알고 있었다'라는 비율이 31.1%로 가장 높게 나타남

[그림 84] 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치 인지도

(단위 : %, n=1,200)



[표 63] 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치 인지도

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	이전부터 알고 있었음	이번에 처음 알게 됨	계
전체		(1,200)	22.3	77.7	100.0
연령별	20대	(197)	20.8	79.2	100.0
	30대	(211)	16.1	83.9	100.0
	40대	(259)	20.5	79.5	100.0
	50대	(282)	22.0	78.0	100.0
	60대	(251)	31.1	68.9	100.0
가구원 수별	1명	(167)	14.4	85.6	100.0
	2명	(293)	23.2	76.8	100.0
	3명	(317)	20.8	79.2	100.0
	4명	(354)	23.2	76.8	100.0
	5명 이상	(69)	40.6	59.4	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	14.3	85.7	100.0
	유치원생	(51)	37.3	62.7	100.0
	초등학생	(129)	24.0	76.0	100.0
	중학생	(80)	26.3	73.8	100.0
	고등학생	(120)	27.5	72.5	100.0
	성인	(425)	26.8	73.2	100.0
	없음	(498)	17.7	82.3	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	20.5	79.5	100.0
	200~300만원 미만	(154)	16.9	83.1	100.0
	300~400만원 미만	(186)	23.1	76.9	100.0
	400~500만원 미만	(181)	21.5	78.5	100.0
	500~600만원 미만	(167)	25.1	74.9	100.0
	600~700만원 미만	(132)	20.5	79.5	100.0
	700~800만원 미만	(97)	30.9	69.1	100.0
	800만원 이상	(195)	22.1	77.9	100.0
직업별	농림어업	(8)	62.5	37.5	100.0
	자영업	(73)	31.5	68.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	33.7	66.3	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	16.4	83.6	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	21.0	79.0	100.0
	무직/퇴직	(95)	9.5	90.5	100.0
	주부	(271)	24.4	75.6	100.0
	학생	(29)	27.6	72.4	100.0
	기타	(26)	7.7	92.3	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	21.8	78.2	100.0
	중소도시	(595)	22.5	77.5	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	25.0	75.0	100.0
성별	남성	(200)	24.0	76.0	100.0
	여성	(1,000)	22.0	78.0	100.0

[그림 85] 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치에 대한 의견

인지도

- 해외 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치에 대해 알고 있는 참석자는 없음
- 해외 기준치를 모르는 상태에서 참석자들은 모두 해외 기준이 국내와 비슷할 것으로 생각하였으며, 해외 기준을 도입하는 것에 대해서는 찬성하였음
- 해외 기준치를 알고 난 후에도 도입을 찬성한 사람은 전체 10명 중 8명임

질문

- 해외의 친환경농산물 잔류농약 허용 기준치에 대해 알고 계시는 분? (없음)
- 해외의 친환경농산물 잔류농약 허용 기준을 우리나라에 적용하는 것에 대해서 어떻게 생각하시나요? → 참석자 모두 찬성

[20대 남성]
"더 먼저 시작하고 체계를 갖춘 나라에서 가이드를 잡아준 거니까, (도입해도) 괜찮을 거로 생각해요"

[30대 여성A]
"기준은 우리나라랑 비슷할 것 같은데, 선진국 체계라면 믿고 먹을 수 있죠."

[60대 여성]
"제가 알기로는 어떤 건 (기준이) 강하고, 어떤 건 약하고 해서 비슷비슷할 것 같은 데 세계 기준이 그렇다면 괜찮겠죠."

질문

- (기준치를 알려준 후) 우리 체계를 유지해야 한다고 생각하시나요?
  → 30대 남성, 40대 여성 B를 제외한 참석자 국제 기준 도입 찬성

[40대 여성 A]
"저는 유치원 때까지는 신경 썼는데, 이제 친구들하고 먹는 거 보니까 안 먹이는 건 불가능하고, 정말 위험하면 나라에서 조치했겠죠. 저는 괜찮다고 생각해요."

[40대 여성 B]
"우리나라 친환경농산물이 불검출인데, 굳이 내릴 필요가 없죠. 일부러 그런 걸 먹기 위해 찾아다니는 건데 제한을 내리면(낮추면) 안 되죠"

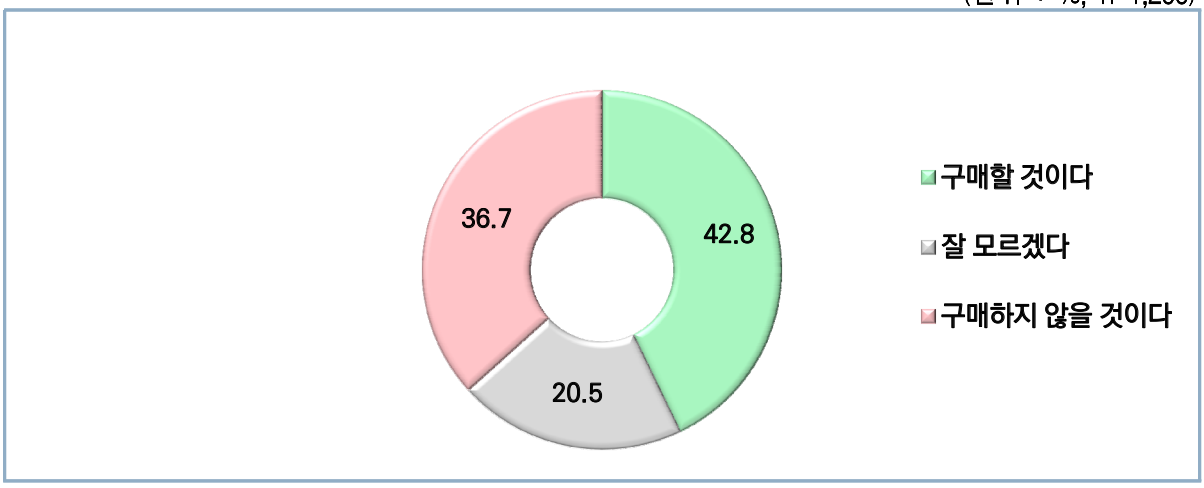
[60대 여성]
"더 엄격하면 좋겠지만 세계 기준에만 부합해도 괜찮을 것 같아요. 그리고 제가 주말농장을 해봤는데, 농약을 안 쓰면 주변에서 벌레가 날아와서 친환경이 엄청 힘들더라고요."

5. 국제 기준으로 완화 시 구매 의향

○ 전체 응답자의 42.8%가 국제 기준으로 완화해도 '구매할 것'이라고 응답함
○ 구매 의향은 연령이 높을수록 증가하는 경향을 보임

[그림 86] 국제 기준으로 완화 시 구매 의향

(단위 : %, n=1,200)



[표 64] 국제 기준으로 완화 시 구매 의향

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	구매할 것이다	잘 모르겠다	구매하지 않을 것이다	계
전체		(1,200)	42.8	20.5	36.7	100.0
연령별	20대	(197)	38.1	21.8	40.1	100.0
	30대	(211)	37.9	24.2	37.9	100.0
	40대	(259)	38.6	24.3	37.1	100.0
	50대	(282)	43.6	18.4	37.9	100.0
	60대	(251)	54.2	14.7	31.1	100.0
가구원 수별	1명	(167)	32.9	19.2	47.9	100.0
	2명	(293)	41.0	19.5	39.6	100.0
	3명	(317)	41.3	24.6	34.1	100.0
	4명	(354)	48.3	19.5	32.2	100.0
	5명 이상	(69)	53.6	14.5	31.9	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	40.5	23.8	35.7	100.0
	유치원생	(51)	49.0	27.5	23.5	100.0
	초등학생	(129)	48.8	22.5	28.7	100.0
	중학생	(80)	48.8	21.3	30.0	100.0
	고등학생	(120)	49.2	16.7	34.2	100.0
	성인	(425)	51.1	15.3	33.6	100.0
	없음	(498)	34.1	22.5	43.4	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	23.9	23.9	52.3	100.0
	200~300만원 미만	(154)	32.5	20.1	47.4	100.0
	300~400만원 미만	(186)	37.1	21.5	41.4	100.0
	400~500만원 미만	(181)	48.1	19.9	32.0	100.0
	500~600만원 미만	(167)	41.3	20.4	38.3	100.0
	600~700만원 미만	(132)	50.8	23.5	25.8	100.0
	700~800만원 미만	(97)	51.5	20.6	27.8	100.0
	800만원 이상	(195)	51.8	16.9	31.3	100.0
직업별	농림어업	(8)	37.5	37.5	25.0	100.0
	자영업	(73)	49.3	26.0	24.7	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	45.3	15.1	39.5	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	34.5	23.6	41.8	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	43.1	21.5	35.4	100.0
	무직/퇴직	(95)	34.7	23.2	42.1	100.0
	주부	(271)	45.4	17.0	37.6	100.0
	학생	(29)	37.9	20.7	41.4	100.0
	기타	(26)	38.5	15.4	46.2	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	46.2	17.7	36.0	100.0
	중소도시	(595)	39.7	22.7	37.6	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	43.8	23.4	32.8	100.0
성별	남성	(200)	43.0	23.0	34.0	100.0
	여성	(1,000)	42.8	20.0	37.2	100.0

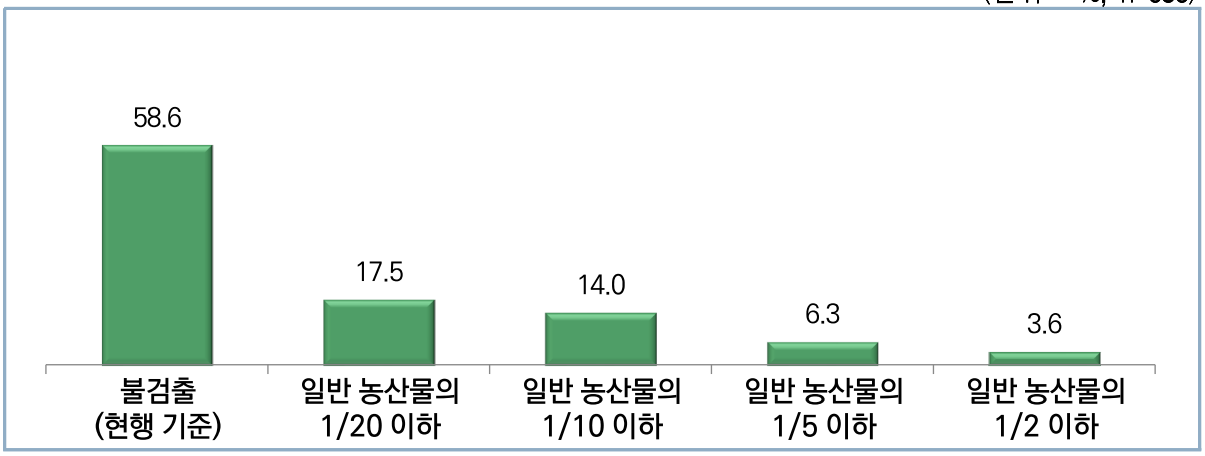
6. 용인할 수 있는 친환경농산물의 잔류농약 수준

○ 국제 기준으로 완화 시 '구매하지 않겠다.', '잘 모르겠다.' 응답자 중 58.6%는 '불검출(현행 기준)'일 경우에 구매 의사가 있는 것으로 나타남

○ 연령별로는 상대적으로 젊을수록 잔류농약 수준에 대한 허용치가 높은 것으로 나타남

[그림 87] 용인할 수 있는 친환경농산물의 잔류농약 수준

(단위 : %, n=686)



* n : 모르겠다, 구매하지 않을 것이다 응답자

[표 65] 용인할 수 있는 친환경농산물의 잔류농약 수준

(단위 : 명, %, n=686)

구분		사례 수	불검출 (현행 기준)	일반 농산물 대비 1/20 이하	일반 농산물 대비 1/10 이하	일반 농산물 대비 1/5 이하	일반 농산물 대비 1/2 이하	계
전체		(686)	58.6	17.5	14.0	6.3	3.6	100.0
연령별	20대	(122)	50.8	20.5	20.5	3.3	4.9	100.0
	30대	(131)	60.3	13.0	16.8	6.1	3.8	100.0
	40대	(159)	62.3	15.7	10.1	8.2	3.8	100.0
	50대	(159)	59.1	19.5	10.7	6.9	3.8	100.0
	60대	(115)	59.1	19.1	13.9	6.1	1.7	100.0
가구원 수별	1명	(112)	54.5	21.4	15.2	6.3	2.7	100.0
	2명	(173)	56.6	22.0	12.1	5.2	4.0	100.0
	3명	(186)	58.6	17.2	15.1	5.9	3.2	100.0
	4명	(183)	62.3	12.0	14.2	7.7	3.8	100.0
	5명 이상	(32)	62.5	12.5	12.5	6.3	6.3	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(25)	56.0	12.0	20.0	8.0	4.0	100.0
	유치원생	(26)	69.2	0.0	19.2	11.5	0.0	100.0
	초등학생	(66)	62.1	13.6	9.1	12.1	3.0	100.0
	중학생	(41)	63.4	17.1	4.9	9.8	4.9	100.0
	고등학생	(61)	62.3	13.1	14.8	3.3	6.6	100.0
	성인	(208)	57.2	19.2	12.5	6.7	4.3	100.0
	없음	(328)	57.9	18.6	15.2	4.6	3.7	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(67)	62.7	20.9	6.0	1.5	9.0	100.0
	200~300만원 미만	(104)	55.8	19.2	16.3	6.7	1.9	100.0
	300~400만원 미만	(117)	52.1	16.2	18.8	8.5	4.3	100.0
	400~500만원 미만	(94)	53.2	17.0	20.2	5.3	4.3	100.0
	500~600만원 미만	(98)	58.2	21.4	12.2	7.1	1.0	100.0
	600~700만원 미만	(65)	64.6	15.4	13.8	4.6	1.5	100.0
	700~800만원 미만	(47)	66.0	12.8	6.4	10.6	4.3	100.0
	800만원 이상	(94)	64.9	14.9	10.6	5.3	4.3	100.0
직업별	농림어업	(5)	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(37)	45.9	24.3	18.9	5.4	5.4	100.0
	판매/영업/서비스직	(47)	68.1	10.6	6.4	10.6	4.3	100.0
	생산/기능/노무직	(36)	36.1	22.2	22.2	13.9	5.6	100.0
	사무/관리/전문직	(317)	58.7	16.7	15.5	6.3	2.8	100.0
	무직/퇴직	(62)	59.7	25.8	6.5	4.8	3.2	100.0
	주부	(148)	64.2	14.9	10.1	5.4	5.4	100.0
	학생	(18)	55.6	11.1	33.3	0.0	0.0	100.0
	기타	(16)	56.3	31.3	12.5	0.0	0.0	100.0
지역 크기	특별/광역시	(291)	58.1	18.6	12.4	6.9	4.1	100.0
	중소도시	(359)	58.8	16.2	15.9	5.8	3.3	100.0
	군 지역(읍/면)	(36)	61.1	22.2	8.3	5.6	2.8	100.0
성별	남성	(114)	52.6	14.9	22.8	7.0	2.6	100.0
	여성	(572)	59.8	18.0	12.2	6.1	3.8	100.0

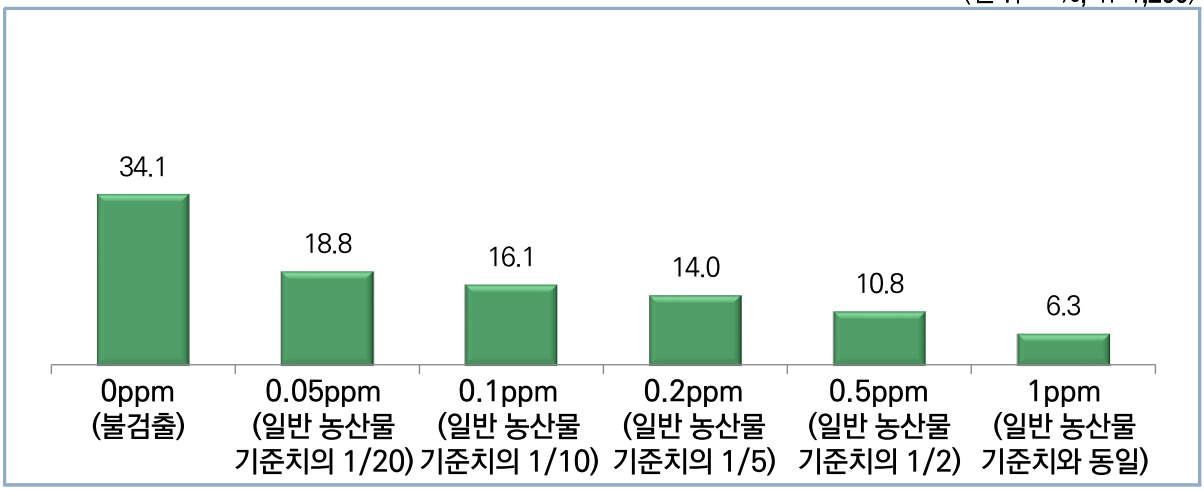
7. 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준

○ 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준에 대해서는 '0ppm(불검출이어야 한다)' 응답이 34.1%로 가장 높게 나타남

○ 연령별로는 상대적으로 연령대가 낮을수록 잔류농약 수준에 대한 허용치가 높은 것으로 나타남

[그림 88] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준

(단위 : %, n=1,200)



[표 66] 일반 농산물 대비 친환경농산물의 잔류농약 인증 기준

(단위 : 명, %, n=1,200)

구분		사례 수	0ppm (불검출)	0.05ppm 일반 농산물 대비 1/20	0.1ppm 일반 농산물 대비 1/10	0.2ppm 일반 농산물 대비 1/5	0.5ppm 일반 농산물 대비 1/2	1ppm 일반 농산물 기준과 동일	계
전체		(1,200)	34.1	18.8	16.1	14.0	10.8	6.3	100.0
연령별	20대	(197)	26.9	20.3	15.2	18.3	13.7	5.6	100.0
	30대	(211)	36.5	13.3	17.5	15.6	9.5	7.6	100.0
	40대	(259)	37.1	18.9	14.3	12.7	10.4	6.6	100.0
	50대	(282)	37.9	19.9	14.9	11.3	9.9	6.0	100.0
	60대	(251)	30.3	20.7	18.7	13.5	10.8	6.0	100.0
가구원 수별	1명	(167)	30.5	19.8	18.6	15.0	10.2	6.0	100.0
	2명	(293)	35.2	21.8	15.0	10.2	10.2	7.5	100.0
	3명	(317)	35.6	17.7	15.8	13.9	11.4	5.7	100.0
	4명	(354)	33.3	16.7	17.5	16.4	10.5	5.6	100.0
	5명 이상	(69)	34.8	18.8	8.7	15.9	13.0	8.7	100.0
자녀 연령별 (복수 응답)	영유아	(42)	38.1	11.9	16.7	11.9	11.9	9.5	100.0
	유치원생	(51)	39.2	3.9	23.5	15.7	11.8	5.9	100.0
	초등학생	(129)	35.7	14.7	19.4	16.3	10.1	3.9	100.0
	중학생	(80)	30.0	27.5	17.5	11.3	11.3	2.5	100.0
	고등학생	(120)	35.0	17.5	20.0	12.5	9.2	5.8	100.0
	성인	(425)	33.2	20.7	17.2	13.4	10.1	5.4	100.0
	없음	(498)	34.3	19.1	12.7	14.9	11.6	7.4	100.0
가구 소득별	200만원 미만	(88)	43.2	21.6	6.8	6.8	9.1	12.5	100.0
	200~300만원 미만	(154)	36.4	20.1	7.1	16.2	13.6	6.5	100.0
	300~400만원 미만	(186)	32.3	20.4	13.4	15.6	11.8	6.5	100.0
	400~500만원 미만	(181)	29.3	13.8	21.0	18.2	9.9	7.7	100.0
	500~600만원 미만	(167)	35.9	18.0	21.6	10.8	9.6	4.2	100.0
	600~700만원 미만	(132)	31.1	17.4	22.7	13.6	9.8	5.3	100.0
	700~800만원 미만	(97)	30.9	18.6	19.6	9.3	11.3	10.3	100.0
	800만원 이상	(195)	36.4	21.0	14.4	15.4	10.3	2.6	100.0
직업별	농림어업	(8)	37.5	12.5	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	(73)	20.5	16.4	17.8	23.3	16.4	5.5	100.0
	판매/영업/서비스직	(86)	41.9	15.1	12.8	12.8	7.0	10.5	100.0
	생산/기능/노무직	(55)	27.3	23.6	20.0	14.5	7.3	7.3	100.0
	사무/관리/전문직	(557)	33.8	16.0	18.5	14.5	11.7	5.6	100.0
	무직/퇴직	(95)	34.7	28.4	9.5	10.5	7.4	9.5	100.0
	주부	(271)	37.3	22.5	15.1	10.3	8.9	5.9	100.0
	학생	(29)	31.0	10.3	10.3	20.7	20.7	6.9	100.0
	기타	(26)	34.6	23.1	7.7	11.5	19.2	3.8	100.0
지역 크기	특별/광역시	(541)	32.3	20.5	14.6	14.6	12.4	5.5	100.0
	중소도시	(595)	35.0	17.8	17.5	13.6	9.2	6.9	100.0
	군 지역(읍/면)	(64)	40.6	12.5	15.6	12.5	10.9	7.8	100.0
성별	남성	(200)	29.5	12.0	19.5	18.5	13.0	7.5	100.0
	여성	(1,000)	35.0	20.1	15.4	13.1	10.3	6.1	100.0

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제2부
친환경농산물 판매장 현황조사

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제1장

조사개요

가. 연구요약

1. 조사개요 및 대상

○ 본 조사는 국내에서 유통·판매되고 있는 친환경농산물의 판매장의 현황을 정확히 파악하여, 관련 정책 추진 시 기초자료로 활용하기 위해 실시하고 있음

○ 친환경농산물 판매장은 친환경농산물이 별도로 관리되면서 온오프라인 매장을 통해 소비자에게 판매하는 소매점으로 정의하며, 조사 대상은 ① 생협, ② 친환경전문점, ③ 대형마트, ④ 백화점, ⑤ SSM, ⑥ 농협 소매매장, ⑦ 로컬푸드직매장, ⑧ 온라인 8개 업태의 44개 업체와 단체를 대상으로 조사를 하였음

2. 친환경농산물 판매장 조사 결과

□ 매장 수·매출액

○ 친환경농산물 판매장의 매장 수는 2022년 6,049개로 전년(5,971개) 대비 1.3% 증가하였음

- 친환경전문점·대형마트는 감소, 생협·로컬푸드직매장은 증가하였음
- 친환경농산물 판매장 매장 수의 미래 전망치는 2024년 5,979개로 2022년(6,049개) 대비 1.2% 감소할 것으로 전망됨

○ 친환경농산물 판매장의 매출액(비인증품 포함)은 2022년 2조 1,990억 원으로 전년 2조 2,351억 원 대비 1.6% 감소하였음

- 친환경농산물 판매장 매출액의 미래 전망치는 2024년 2조 4,510억 원으로 2022년(2조 1,990억 원) 대비 11.5% 증가할 것으로 전망됨

○ 친환경농산물 판매장의 매출액(인증품)은 2022년 9,935억 원으로 전년 1조 143억 원 대비 2.1% 감소하였음

- 친환경 인증품 매출액은 전체 매출액의 45.2% 수준이며, 인증품 매출액 중 친환경전문점(생협·전문점)이 4,319억원으로 43.5%, 대형유통업체(대형마트·백화점·SSM)가 3,308억 원으로 33.3%를 차지하고 있음

□ 매출액 상위품목

○ 신선식품의 매출액 상위품목은 ① 양곡, ② 딸기, ③ 콩나물, ④ 토마토, ⑤ 버섯, ⑥ 사과, ⑦ 양파, ⑧ 당근, ⑨ 블루베리, ⑩ 바나나로 조사되었음

○ 가공식품의 매출액 상위품목은 ① 우유, ② 두부, ③ 요구르트, ④ 건강음료, ⑥ 과자류, ⑦ 치즈류, ⑧ 음료류, ⑨ 떡류가공품, ⑩ 차류로 조사되었음

□ 온라인몰 판매 현황

○ 2022년 기준, 친환경농산물 전체 판매액 중 온라인몰을 통해 판매되는 평균 비율은 14.2%로 나타남

- 전문점 11.2%, 생협 23.1%, 대형마트 10.3%, 백화점 0%, SSM 2.3%임

□ 친환경농산물 가격

○ 각 유통업체가 일반 농산물 대비 친환경농산물 적정 가격에 대한 의견은 평균 125%임

- 2021년 : 전문점 129%, 생협 122%, 대형마트 128%, 백화점 120%, SSM 122%임
- 2022년 : 전문점 133%, 생협 124%, 대형마트 125%, 백화점 118%, SSM 126%임

○ 친환경농산물 판매가격 결정 방법은 58.8%가 공급자(생산자)와 협상이 가장 많았으며, 혼합방식(공급자와 협상, 도매시장 가격참고, 생산(제조)원가+이윤)으로 결정한다는 의견도 29.4%로 나타남

□ 애로사항 및 정책 건의

○ 친환경농산물 판매장을 운영하는 데 있어 친환경농산물 공급의 어려움, 소비자 인지도 부족, 친환경 가공식품 제조 및 공급 어려움을 가장 큰 어려움으로 언급하였음

- 특히, 이번 조사에서는 유통업체의 가장 큰 애로사항은 생산 농가가 줄어 친환경농산물 원물 조달하는 것이 가장 어렵다는 의견이 많았음. 이전에는 과일류 조달이 어려웠다면, 이번엔 전반적으로 생산 농가가 줄어 모든 품목에서 어려움이 있음
- 이 외에도 생산 농가의 축소(기후변화, 노령화)로 안정적 물량 공급 어려움, 경기 침체로 인한 소비자의 친환경농산물 구매력 하락, 친환경 인증 가공식품 기준에 관한 내용을 대부분의 유통업체가 언급하였음

○ 유통업체에서는 정책 건의 사항으로는 친환경농산물 생산 확대를 위한 생산 농가 지원이 필요하다는 의견이 가장 많았음

- 이전에는 친환경농산물에 대한 홍보 강화가 가장 많이 언급되었는데, 이번 조사에서는 유통업체에서 물량 확보를 위한 생산 농가 확대, 지원을 언급한 것이 지난해와 다른 점으로 볼 수 있음

□ 정책제언

○ 친환경농산물에 대한 개념 및 이미지 정립
○ 친환경농산물 생산 농가 확대
○ 친환경 인증에 대한 소비자의 이해도 제고
○ 임산부 친환경농산물 지원 사업 확대
○ 가공식품에 대한 친환경 인증제도 정비
○ 친환경농산물 가격 기준 마련

나. 조사의 필요성

1. 조사의 필요성

○ 2016년 저농약인증 완전 폐지, 대형유통업체들의 친환경농산물 취급 확대, 공공급식의 확대 등에 따라 친환경농산물 유통시장이 크게 변화하고 있음

○ 또한 시장개방이 확대되면서 국내 농식품의 경쟁력 강화를 위한 수단으로 친환경농업이 적극적으로 육성되었으며, 소비자들의 건강, 식품 안전성, 환경에 관한 관심이 증가하면서 친환경농산물에 대한 관심과 소비가 늘어났음

○ 친환경농산물은 과거 생협, 백화점 등 일부 유통경로에 한정되어 판매되었으나, 이제는 친환경전문점, 대형마트, 대형슈퍼마켓(SSM), 온라인 등 다양한 유통경로를 통해 판매되고 있음

○ 이러한 시장 환경의 변화에 대응하여 친환경농산물 정책이 실효성을 거두기 위해서는 무엇보다 친환경농산물을 판매하고 있는 판매장과 이를 소비하고 있는 소비자의 친환경농산물에 대한 인식 및 구매행태에 대한 분석이 필요함

2. 조사목적

○ 본 연구의 목적은 국내 친환경농산물 판매장의 현황을 정확히 파악하여, 향후 관련 정책 추진 시 기초자료로 활용함

3. 조사내용

○ 친환경농산물 판매장 현황조사

- 유통 주체별 친환경농산물 판매 실태조사(매장 수·매출액)
- 2022년 기준 농산물, 가공식품 매출액 상위품목 조사
- 친환경농산물 상품 판매 결정 방법
- 일반 농산물 대비 친환경농산물 적정 가격 조사
- 친환경농산물 판매장 운영 시 애로사항 및 정책적 지원방안 조사

○ 친환경농산물 판매실태

- 판매가격 결정 방법
- 전국 매장별 가격정책(전국 매장 동일 가격 등)
- 일반 농산물 대비 친환경농산물 적정 가격 수준

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제2장

친환경농산물 현황

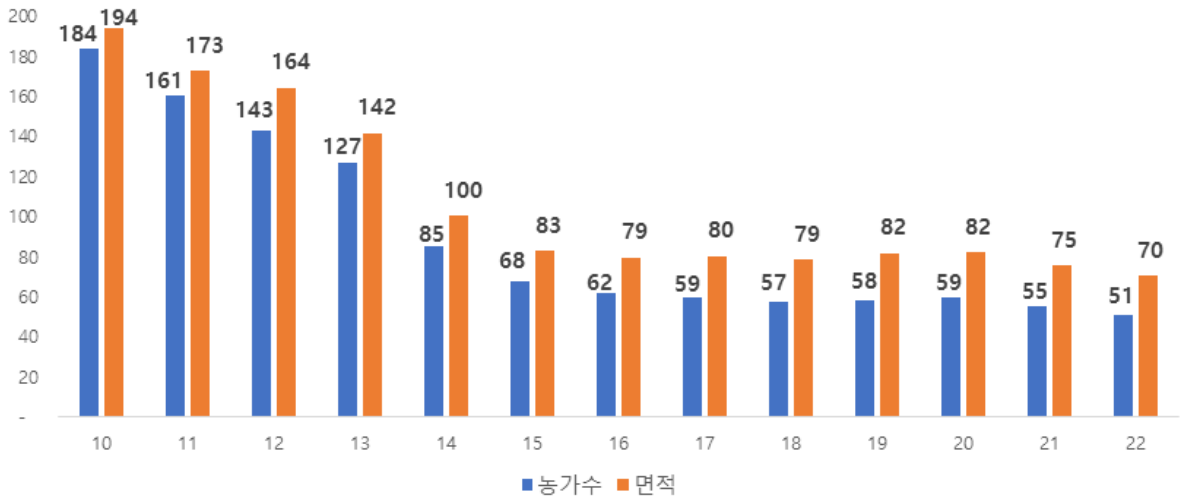
가. 생산 현황

○ 2022년 친환경농산물의 생산 현황을 살펴보면 농가는 50,722호, 면적은 70,127ha이며, 2021년 대비 농가 수는 8.4%, 면적은 7.8% 줄어들었음

- 지난 13년 동안의 친환경농산물 생산 현황을 살펴보면 저농약 폐지 등으로 농가 수, 면적 등이 2018년까지 꾸준히 감소하였으나 이후 증가하는 추세를 보였음. 그러나 2021년 농가 수와 면적이 줄어들었고, 2022년에도 감소 추세가 지속되고 있음

[그림 89] 친환경농산물 생산 농가 수 및 면적(2022년)

(단위 : 천호, 천ha)



* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

○ 2022년 친환경농산물 생산량은 447천톤이며, 이 중 유기농산물이 28.6%인 128천톤, 무농약농산물이 71.4%인 319천톤이 생산되었음

○ 연도별 생산량을 살펴보면 2009년 2,358천톤을 정점으로 매년 지속해서 감소하고 있으며, 2022년 생산량은 2009년 생산량의 18.9% 수준에 불과한 상황임

- 저농약농산물을 제외하고 계산할 경우, 2010년 유기와 무농약을 합쳐 1,162천톤으로, 2010년과 비교하면 2022년 생산량은 38.5%에 머물고 있음

○ 친환경농산물 생산감소는 2010년부터 저농약농산물 신규 인증이 중단되고, 2016년부터는 저농약인증제도가 완전히 폐지됨에 따라 저농약인증 농산물이 큰 폭으로 감소하면서 나타난 현상과 무농약농산물의 지속적인 감소세가 결합하여 나타난 현상임

[표 67] 친환경농산물 생산 현황(2009~2022)

(단위 : 천 톤)

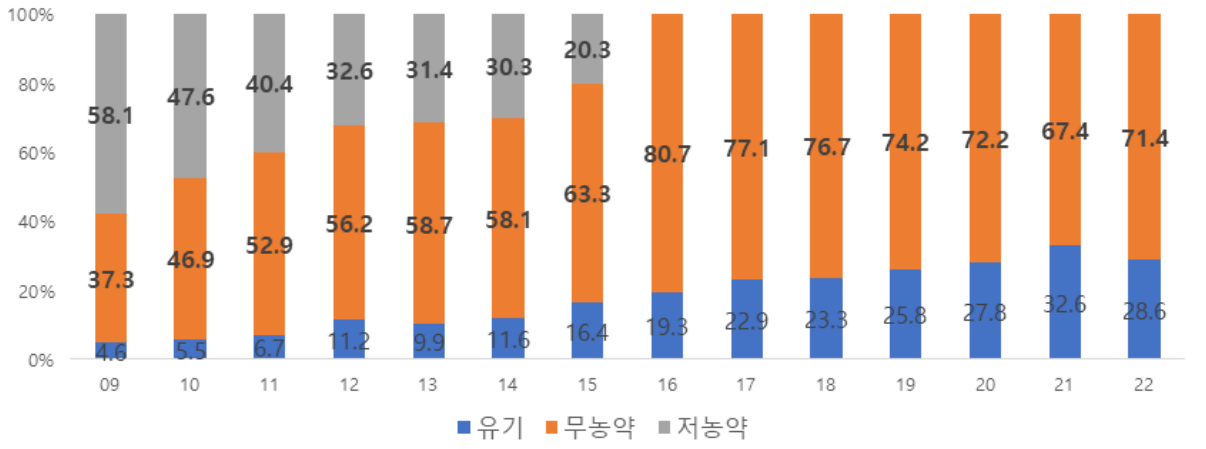
연도	유기농산물	무농약농산물	저농약농산물	합계
2009	109	880	1,369	2,358
2010	122	1,040	1,054	2,216
2011	123	980	749	1,852
2012	168	842	488	1,498
2013	117	693	371	1,181
2014	96	479	250	825
2015	94	366	117	577
2016	110	461	0	571
2017	114	383	0	497
2018	105	346	0	451
2019	127	367	0	494
2020	138	358	0	496
2021	169	349	0	518
2022	128	319	0	447

* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

○ 친환경농산물의 인증별 생산 비중을 살펴보면 2021년 유기농 인증 비중이 전년 대비 4.9% 증가하여 저농약인증 폐지 이후 생산 비중이 가장 크게 늘었음

[그림 90] 친환경농산물 인증별 생산 비중

(단위 : %)



* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

○ 부류별 생산 현황을 살펴보면 특용작물이 31.8%로 가장 많고, 채소류 31.7%, 곡류 23.3%, 서류 7.0%, 과실류 4.0% 순임

[표 68] 친환경농산물 부류별 생산 현황(2022)

(단위 : 천 톤, %)

구분	곡류	두류	과실류	채소류	서류	특용작물	약용작물	기타	합계
생산량	104	1	18	142	31	142	1	7	447
비율	23.3	0.3	4	31.7	7	31.8	0.2	1.7	100

* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

○ 2022년 부류별 친환경농산물 비중을 살펴보면 이전과 다르게 곡류가 크게 줄어들었고, 채소류와 서류가 특이하게 늘어났음

- 전반적인 부류별 친환경농산물 비중을 살펴보면 곡류, 채소류, 특용작물의 비중이 높고, 과실류, 두류, 서류, 약용작물은 적은 편임
- 특히 과실류의 경우 비중이 매년 줄어들고 있어, 친환경농산물 취급에 상당한 애로가 있을 것으로 예상됨

[표 69] 연도별·부류별 친환경농산물 비중 변화(2012～2022)

(단위 : %)

구분	곡류	채소류	과실류	두류	서류	약용작물	특용작물	기타	합계
2012	22.9	39.0	22.8	0.0	2.8	0.0	10.9	1.6	100.0
2013	23.6	29.0	27.9	0.0	2.7	0.0	14.7	2.2	100.0
2014	19.1	30.3	25.2	0.0	2.3	0.0	22.0	1.2	100.0
2015	29.5	26.0	20.1	0.0	2.5	0.0	20.2	1.8	100.0
2016	40.9	25.5	7.9	0.0	2.8	0.0	21.2	1.8	100.0
2017	33.8	28.0	5.5	0.0	3.3	0.0	26.7	2.7	100.0
2018	34.6	27.0	5.1	0.3	3.8	0.2	26.1	2.8	100.0
2019	31.0	29.2	4.8	0.3	5.2	0.2	26.4	2.8	100.0
2020	29.1	27.0	4.2	0.2	4.8	0.2	31.6	2.8	100.0
2021	31.8	29.3	3.5	0.3	4.9	0.2	26.7	3.4	100.0
2022	23.3	31.7	4.0	0.3	7.0	0.2	31.8	1.7	100.0

* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

○ 친환경축산물은 2020년 무항생제 축산물이 「친환경 농어업 육성 및 유기식품 등 관리지원에 관한 법률」에서 「축산법」으로 이관되면서 친환경 인증에서 제외되었음

○ 따라서 친환경 인증 축산물로 분류될 수 있는 유기축산물은 매년 꾸준히 증가하는 추세이나 2022년도에는 전년 대비 소폭 감소하였음

[표 70] 연도별 유기 및 무항생제 축산물 생산 현황(2012~2022)

(단위 : 천 톤)

구분	유기축산물	무항생제 축산물	합계
2012	20	549	570
2013	24	911	935
2014	14	724	738
2015	28	804	832
2016	34	1,024	1,058
2017	39	1,290	1,329
2018	41	915	956
2019	46	957	1,003
2020	48	1,069	1,117
2021	51	1,112	1,163
2022	50	1,627	1,674

* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

○ 유기축산물의 품목별 생산량을 살펴보면, 2022년 기준으로 유기축산물 대부분은 우유인 것으로 확인되었음

[표 71] 친환경축산물 품목별 생산량 및 비중(2022)

(단위 : 톤, %)

품목별	유기축산물		무항생제 축산물		계	
	생산량	비중	생산량	비중	생산량	비중
쇠고기	266	0.5	47,809	2.9	48,075	2.9
돼지고기	95	0.2	282,474	17.4	282,569	16.9
닭고기	14	0.0	587,233	36.2	587,247	35.1
계란	910	1.8	502,625	30.9	503,535	30.1
우유	48,734	97.1	80,917	5.0	129,651	7.7
오리고기	0	0.0	98,416	6.1	98,416	5.9
오리알	0	0.0	529	0.0	529	0.0
기타	145	0.3	24,073	1.5	24,218	1.4
합계	50,164	100.0	1,624,076	100.0	1,674,240	100.0

* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템

나. 인증 현황

1. 친환경 인증제도

○ 친환경농업을 육성·발전시키고 소비자들에게 안전한 농산물을 공급하기 위해 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제19조에 근거하여 친환경 농축산물 인증제도를 시행하고 있음

○ 친환경 농축산물 인증제도는 소비자에게 더욱 안전한 친환경 농축산물을 공급하기 위해 생물의 다양성을 증진하고, 토양에서의 생물적 순환과 활동을 촉진하며, 농업생태계를 건강하게 보전하기 위하여 합성농약, 화학비료, 항생제 및 항균제 등 화학 자재를 사용하지 않거나 사용을 최소화한 건강한 환경에서 생산한 농축산물임

○ 친환경농산물의 인증은 유기농산물, 무농약농산물의 2종류이며, 친환경축산물은 유기축산물 1종류로 구분하고 있음

○ 한편 가공식품에 대해서도 유기와 무농약원료를 기준 이상 사용할 때만, '유기가공식품'과 '무농약원료가공식품'으로 인증하고 있음

[표 72] 친환경 인증마크

구분	내용	인증마크
유기	○ 유기합성농약과 화학비료를 사용하지 않으며 일정한 인증 기준을 지켜 재배한 농산물과 임산물	유기농 (ORGANIC) 농림축산식품부 / 유기농산물 (ORGANIC) 농림축산식품부
무농약	○ 유기합성농약을 사용하지 않고 화학비료를 권장 시비량의 1/3로 사용하며 일정한 인증 기준을 지켜 재배한 농산물	무농약 (NON PESTICIDE) 농림축산식품부 / NON PESTICIDE MAFRA KOREA
유기가공식품	○ 유기농 인증을 받은 농축산물을 95% 이상 사용한 가공식품 중에서 원료의 보관 및 취급 제조설비 및 공정 위생 포장 사후관리 등 모든 제조과정을 종합적으로 판단하여 부여(유기원료 95% 이상 사용)	유기가공식품 (ORGANIC) 농림축산식품부 / ORGANIC MAFRA KOREA

구분	내용	인증마크
무농약원료 가공식품	○ 무농약농산물을 원료 또는 재료로 하거나 유기식품과 무농약농산물을 혼합하여 제조· 가공·유통되는 식품을 인증하는 제도 (무농약원료 50% 이상, 유기/무농약원료 사용)	무농약원료 가공식품 (NON PESTICIDE FOODS) 농림축산식품부 / NON PESTICIDE FOODS MAFRA KOREA
유기 70%	○ 유기농 축산물을 70% 이상 원료 또는 재료로 하여 제조 가공되는 식품의 표지에 유기 사용 가능	인증 로고 없음
유기축산물	○ 유기농산물의 재배, 생산 기준에 맞게 생산된 유기사료(비식용유기가공품)를 급여하면서 일정한 인증 기준을 지켜 생산한 축산물	유기축산물 (ORGANIC) 농림축산식품부 / ORGANIC MAFRA KOREA

* 자료 : 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리정보시스템 홈페이지

2. 기타 인증제도

○ 친환경 농축산물 인증제도 외에도 GAP, 농산물이력추적관리, HACCP, 지리적표시, 저탄소 등의 인증제도가 있음

[표 73] 기타 인증제도 내용 및 인증마크

구분	내용	인증마크
GAP (농산물 우수관리)	○ 생산단계에서 판매단계까지의 농산식품 안전관리체계를 구축하여 소비자에게 안전한 농산물을 공급하고자 2006년 GAP(농산물 우수관리제도)를 도입하였음 ○ 국내 GAP 인증 농가는 123,965 농가, 관리시설은 1,044개소가 있음(2023년 10월 말 기준)	GAP
농산물 이력 추적관리	○ 농산물의 안전성 등에 문제가 발생할 때 해당 농산물을 추적하여 원인을 규명하고 필요한 조치를 할 수 있도록 농산물을 생산단계부터 판매단계까지 단계별 정보를 기록 · 관리하는 제도임 ○ 우리나라에서는 2003~2005년 GAP 시범 대상 농가를 대상으로 시범사업을 하기 위해, 2005년 8월 농산물품질관리법을 개정·공포하면서 이력 추적관리제도가 도입되었음	Traceability 이력추적

구분	내용	인증마크
HACCP	○ 해썹(HACCP)이란 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리 단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 자율적이며 체계적이고 효율적인 관리로 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리체계 ○ 전 세계적으로 가장 효과적이고 효율적인 식품 안전 관리 체계로 인정받고 있으며, 미국, 일본, 유럽연합, 국제기구(Codex, WHO, FAO) 등에서도 모든 식품에 해썹을 적용할 것을 적극적으로 권장하고 있음	
지리적 표시	○ 특정 농산물이나 가공품의 명성과 품질이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 그 농산물 또는 가공품이 해당 지역에서 생산·가공되었음을 나타내는 표시 ○ 국제적인 지식재산권 보호 움직임에 보다 적극적으로 대처하기 위해 무역관련지적재산권 협정(WTO/TRIPs), 한-EU 기본협력협정('94년)에 따라 '99년 1월 농산물관리법에 지리적표시제가 도입되었음	
저탄소	○ 친환경(유기농, 무농약) 또는 GAP 사전 인증을 거친 농산물을 대상으로 저탄소 농업기술을 적용하여 생산한 농축산물에 인증마크를 부여하는 제도 ○ 농업인의 온실가스 감축을 유도하고 소비자에게 윤리적 소비 선택권을 제공 ○ 국내에는 2012년부터 시범사업으로 시작되었으며, 앞으로도 인증품목 등을 지속해서 확대해 나갈 계획	

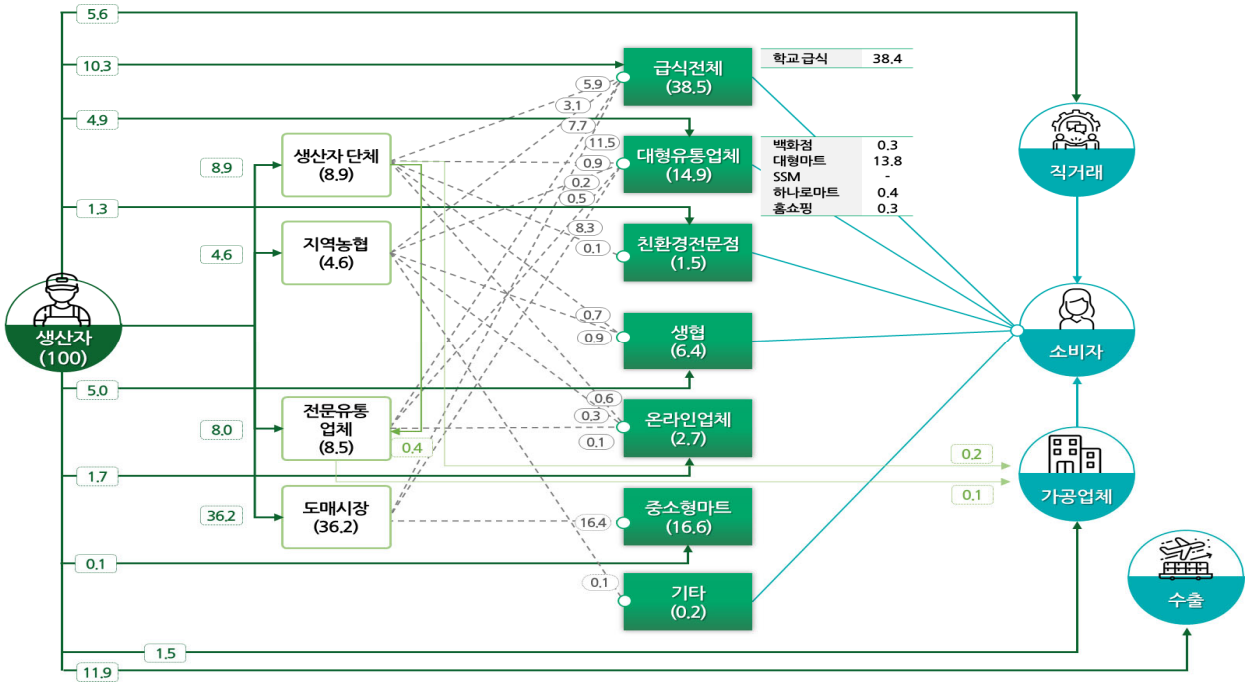
* 자료 : 각 인증 홈페이지

다. 유통 현황

○ 한국농수산식품유통공사의 '2023년 친환경농산물 유통실태 조사 결과 보고서'를 살펴보면 친환경농산물 유통현황을 2022년 기준, 10개 품목을 유통단계와 소비단계로 구분하여 조사하였음[10)]

- 유통단계는 도매시장 36.2%, 생산자 단체 8.9%, 전문유통업체 8.5% 순이었음
- 소매단계는 급식 38.5%, 중소형마트 16.6%, 대형유통업체 14.9% 순이었음

[그림 91] 친환경농산물 전체 품목(쌀 제외) 유통경로(2022년)



* 주 : 2023년 친환경농산물 유통실태조사 결과보고서, 한국농수산식품유통공사

○ 친환경농산물의 생산자 출하경로는 산지유통주체를 통해 출하하는 비중이 57.7%이고, 생산자가 소비자로 직접 출하하는 비중은 42.3%임

[표 74] 친환경농산물(청과) 생산자 출하경로(2022년 기준)

(단위 : 톤, %)

품목별	유통단계	소비단계	합계
출하경로	57.7	42.3	100.0

* 주 : 2023년 친환경농산물 유통실태조사 결과보고서, 한국농수산식품유통공사

10) 친환경농산물 유통실태조사 보고서는 11개 품목을 대상으로 조사를 실시하고 있음. 양곡(쌀)과 청과의 유통경로의 특성이 차이가 있어 양곡(쌀)을 포함한 경우와 포함하지 않은 경우로 구분하여 분석하고 있음. 본 보고서의유통현황 부분은 양곡(쌀)을 제외한 유통경로를 기준으로 작성함

○ 친환경농산물의 최종소비처의 비중은 대량소비처가 40.3%로 가장 많고, 소매점 27.2%, 대형유통업체 14.9%, 수출 등 12.1%, 직거래 5.6% 순으로 나타났음

[표 75] 친환경농산물(청과) 소비단계(2022년 기준)

(단위 : %)

구분	대량소비처	대형유통업체	소매점	직거래	수출, 기타	합계
소비 단계 경로	40.3	14.9	27.2	5.6	12.1	100.0

* 주 : 2023년 친환경농산물 유통실태조사 결과보고서, 한국농수산식품유통공사

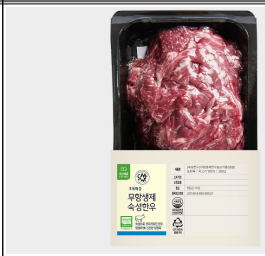
라. 판매 현황

○ 친환경농산물 판매 현황을 부류별로 살펴보면 다음과 같음

- 양곡은 유기농, 무농약이 프리미엄급으로 판매가 되고 있으며, 친환경 인증 외에 주로 지자체 자체 인증제도가 많았음
- 채소는 유기농, 무농약의 친환경 인증제도가 중심이며, 일부 품목에서 GAP, 지리적표시 등의 인증제품이 판매되고 있음
- 과일은 친환경 재배가 가능한 일부 품목(토마토, 딸기 등)을 제외하고, 저농약 인증제도가 없어진 이후로 무농약, 유기농으로 전환이 어려운 많은 품목(주로 과수)에서는 저탄소, GAP, 지리적표시 등이 많았음
- 축산은 고기류에서는 유기축산의 제품은 찾아볼 수 없었으며, 대부분 무항생제, HACCP, 동물복지 인증의 제품이 판매되고 있음
- 수산의 경우 친환경 인증은 김에 일부 있었으며, 생협과 전문점에는 자체 검사를 진행하여 안전하다고 판단되는 품목을 판매하고 있음

[표 76] 부류별 친환경 인증품 판매 현황(2023)

구분	전문점	대형마트	농협
양곡			
	유기농, 무농약, 자체인증	유기농, 무농약	유기농, 무농약
채소			
	유기농, 무농약, 자체인증	유기농, 무농약	유기농, 무농약
과일			
	무농약, 유기농, 저탄소, GAP, 지리적표시	무농약, 유기농, 저탄소, GAP, 지리적표시	무농약, 유기농, 저탄소, GAP, 지리적표시

구분	전문점	대형마트	농협
축산			
	무항생제, HACCP, 동물복지	무항생제, HACCP, 동물복지	무항생제, HACCP, 동물복지
수산			없음
	유기가공식품, 자체 인증	유기가공식품, 지리적표시, 이력추적	-
가공			
	유기가공식품, 무농약원료가공식품, HACCP	유기가공식품, 무농약원료가공식품, HACCP	유기가공식품, 무농약원료가공식품, HACCP
기타			
	-	-	-

* 자료 : 초록마을·이마트·농협 매장 및 홈페이지

* 주 : 판매현황은 조사 당시 매장 및 홈페이지를 바탕으로 작성된 내용으로 부류별 인증현황은 판매처, 시기 등을 고려하여 달라질 수 있음

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제3장

친환경농산물 판매장 조사개요

가. 친환경농산물 및 친환경농산물 판매장 정의

1. 친환경농산물 정의

○ 본 조사에서 사용하고 있는 '친환경농산물'은 '국가 공인인증으로써의 친환경 인증'에 한하며, 저탄소·GAP·지리적표시·동물복지·우리 밀 등의 실적은 제외함

- 또한 생협 및 유통업체에서 기존 저농약농산물 인증을 대체하기 위해 만든 '자체 인증'을 제외하도록 함

○ 친환경 농축산물에는 유기농산물, 무농약농산물, 유기가공식품, 무농약원료가공식품, 유기축산물의 인증품의 5가지가 포함됨

○ 따라서 본 조사에서의 '친환경농산물'은 국가에서 현재 관리하는 '친환경 인증' 농축산물과 가공식품으로 정의할 수 있음

[표 77] 친환경농산물 판매장 친환경 인증 범위

친환경 인증		제외		
유기농 (ORGANIC) 농림축산식품부	무농약 (NON PESTICIDE) 농림축산식품부	GAP 농림축산식품부	Traceability 이력추적	안전관리인증 HACCP
유기축산물 (ORGANIC) 농림축산식품부		지리적표시 (PGI)	저탄소 (LOW CARBON) 농림축산식품부	무항생제 (NON ANTIBIOTIC) 농림축산식품부
유기가공식품 (ORGANIC) 농림축산식품부	무농약원료 가공식품 (NON PESTICIDE FOODS) 농림축산식품부	한살림자주인증	CHOROC GUARANTEE	AAA icoop 생협
▶ 친환경 인증 5개 대상		▶ GAP, 이력 추적, HACCP, 지리적표시, 저탄소, 무항생제, 자체 인증 제외		

2. 친환경농산물 판매장 정의

○ 친환경농산물 판매장은 글자 그대로 친환경농산물과 식품을 판매하는 장소라 할 수 있음

○ 본 조사의 목적에 맞게 이를 보다 구체화하면, 우선 '친환경농산물'은 앞에서 정의한 바와 같이 국가의 친환경 인증마크가 붙어 있는 농축산물과 가공식품을 말하는 것이며, 장소라는 것은 최근 온라인 거래의 확산을 반영하여 온오프라인을 모두 아우르는 판매 공간을 의미한다고 할 수 있음

○ 그러나 이와 같은 친환경농산물 판매장의 정의를 그대로 적용할 경우, 농식품을 판매하는 소매점 대부분이 이에 포함될 수 있음. 왜냐하면 버섯과 같이 무농약 재배가 일반화된 농산물은 대부분의 식품 소매점에서 판매되고 있어, 친환경농산물 판매장으로 분류될 수 있기 때문임

- 이러한 경우까지 포함하면 본 조사를 실행하는 목적이 불분명해져 조사의 정책적인 목적을 상실할 수밖에 없음. 따라서 본 조사의 대상을 명확히 하기 위해 일정의 요건을 갖춘 경우만을 친환경농산물 판매장이라 설정하고, 조사 및 분석하였음

○ 따라서 본 조사에서의 친환경농산물 판매장은 친환경농산물 인증 상품에 대한 관리가 이루어지는 소매점으로 한정하였음

- 여기서 인증 상품에 대한 관리가 이루어진다는 의미는 친환경농산물이 매대의 일부라도 별도의 공간으로 마련되어 있고, 매출액이 별도로 집계되는 수준으로 이해할 수 있음

- 따라서 전통시장과 개인 운영 소매점(중소슈퍼마켓, 나들가게 등)을 제외한 기업형 소매점들이 여기에 포함된다고 할 수 있음

- 또한 학교급식, 외식과 같이 외식 서비스를 위한 식재료용은 제외하여, 가정용 판매로 한정하도록 함[11)]

○ 위의 내용들을 종합하여 '친환경농산물 판매장'을 정의하면, 친환경농산물이 별도로 관리되면서 온오프라인 매장을 통해 소비자에게 판매하는 소매점이라고 할 수 있음

11) 가정용 소비 및 식재료에 대해서만 **포함하면 가락시장**에서 친환경농산물 도매사업을 하는 '새농'은 제외되어야 하나, 개인이 운영하는 친환경전문점의 매출액이 파악되지 않는다는 점을 감안하여 이들 매출액을 새농의 매출액으로 대체한다는 측면에서 포함하였음

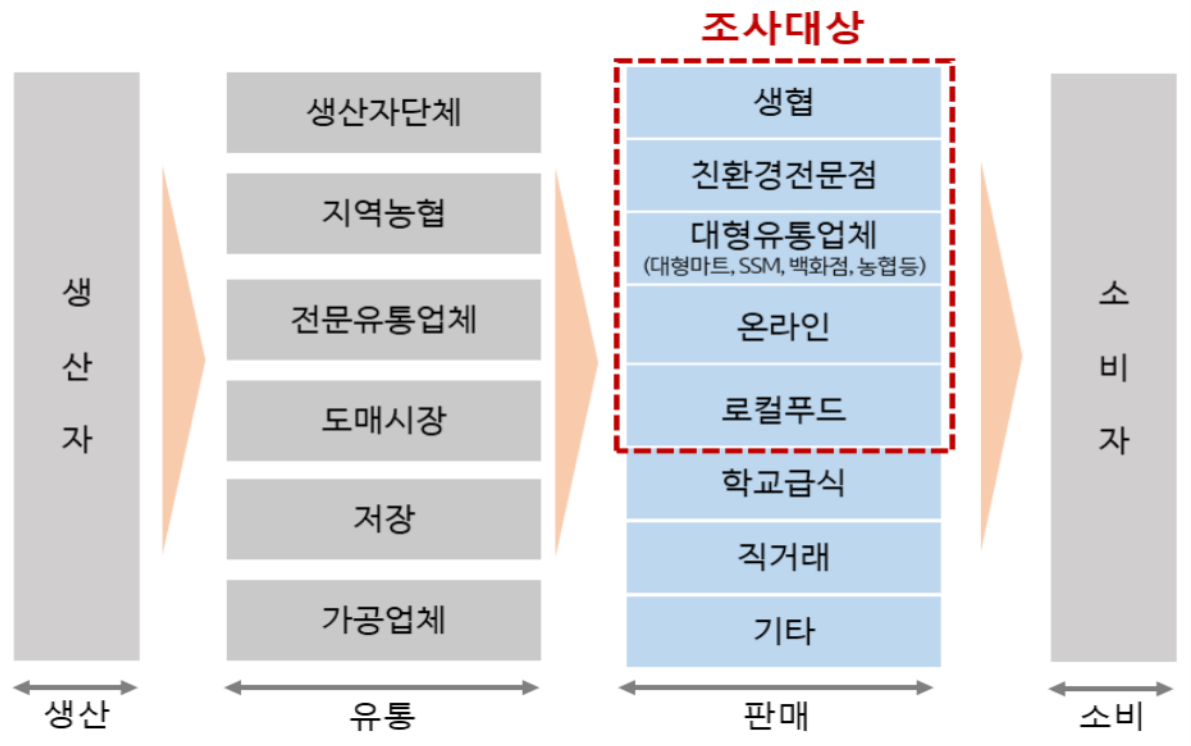
[표 78] 친환경농산물 판매장 업태별 포함 여부

구분	미포함	포함
유기농식품 별도 공간 판매 및 유기농식품 별도 관리	중소슈퍼마켓 나들가게 전통시장 소매상	생협 친환경전문점 대형마트 백화점 SSM 농협 로컬푸드직매장 온라인몰 (오프라인업체의 온라인몰 포함)
소비자 대상의 가정용 소비 및 조리용 식재료 판매	식자재업체 도매상(도매시장 등) 외식업체 단체급식업체	

○ 이상에서 언급된 기준들에 포함될 수 있는 친환경농산물 판매장은 ❶ 생협, ❷ 친환경전문점, ❸ 대형마트, ❹ 백화점, ❺ SSM, ❻ 농협 소매매장, ❼ 로컬푸드직매장, ❽ 온라인의 8개 업태로 요약될 수 있음

○ 친환경농산물 판매장의 범위를 유통경로 상에서 표시하여 보면 아래와 같음

[그림 92] 국내 친환경농산물 판매장 조사 범위



○ 한편 조사 대상업체의 상당수는 오프라인 매장과 온라인 매장을 함께 운영하고 있으며, 친환경농산물 시장의 규모를 파악하기 위해서는 온라인으로 판매하는 매출액을 파악할 필요가 있음

- 전체 매출액에는 온라인 매출액도 포함되어 있으며, 온라인몰을 통해 판매되는 비율을 조사하여, 오프라인과 온라인의 판매 비율을 파악하였음

○ 유통환경 변화로 온라인의 비중이 늘어나고 있으며, 농식품 분야도 크게 성장하고 있어 온라인을 전문으로 하는 쿠팡, SSG.com, 옥션, G마켓, 11번가 등에서도 친환경 농식품에 대해서도 조사를 시도하였음

- 그러나, 대부분의 온라인업체에서는 친환경농식품 구분 코드를 따로 관리하고 있지 않거나, 외부 실적 자료공개를 하지 않는 등의 이유로 온라인 전문업체의 조사가 원활하게 이루어지지 않았음. 이번 조사에서는 SSG.com에서 협조가 되어 조사가 진행되었음

- 오아시스와 마켓컬리의 경우는 이전부터 조사가 진행되었고, 이번 조사에도 협조가 되어 실적이 포함되었음. 오아시스는 친환경농산물을 전문적으로 취급하고, 마켓컬리는 식품 판매 비중이 높은 업체로 친환경농산물 취급 비중이 클 것으로 예상되어 정책적 필요로 조사가 진행되어왔음[12)]

  · 오아시스는 매장(오프라인)과 온라인 판매를 구분하여 조사하였음

12) 오아시스는 2020년, 마켓컬리는 2021년부터 조사가 진행되었음

다. 조사 방법

1. 조사 방식

○ 친환경농산물 판매장의 현황을 조사하기 위하여 업체/단체 관계자 대상으로 설문조사를 실시하였으며(설문지는 부록 1 참조), 부득이한 사정으로 설문조사가 어려운 경우는 구두 조사나 문헌조사 등을 통해 보완하였음

○ 설문조사 내용 중 매장 수의 경우는 실제 친환경농산물이 구분되어 판매되는 매장 수를 기재하도록 하였으며, 이에 따라 업체나 단체의 전체 매장 수와 반드시 일치하지 않는 경우가 있음

○ 매출액의 경우 전문점과 생협은 과거 시계열 자료와의 비교를 위해 전체 매출액과 친환경농산물 매출액을 각각 조사하였으며, 대형마트, 백화점, SSM은 친환경 인증품만을 대상으로 매출액을 조사하였음

- 친환경농산물 매출액에는 비인증품의 매출액이 일부 포함된 경우가 있는데, 예를 들어 저탄소나 GAP 상품의 매출액이 포함되었거나 우리 밀 상품과 같이 국산 농산물 원료를 사용한 매출액 등이 포함된 사례가 일부 있음

○ 한편 기존 조사와 이번 조사 간에 기준의 변경, 집계 오류 등으로 수치에 차이가 발생하여 이전 자료를 일부 수정하였음[13)]

2. 조사 대상

○ 생협, 친환경전문점, 대형마트, 백화점, SSM, 농협, 로컬푸드직매장, 온라인 총 8개 업태의 44개 업체와 단체를 대상으로 설문조사를 실시하였음

13) 전문점 오아시스의 오프라인 매장 수 변경(182페이지 참고), 농협 매장 수 변경(190페이지 참고)

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제4장

친환경농산물 판매장 업태별 현황

가. 친환경전문점

1. 조사 대상 및 방법

○ 친환경전문점에 대한 조사는 초록마을, 올가홀푸드, 한마음공동체, 새농, 학사농장, 오아시스[14]의 6개 업체를 대상으로 조사하였음

- 2017년 조사부터 업계의 의견을 반영하여 '우리 생협'을 전문점에 포함하여 분석하였음

- 「2019년 친환경농산물 판매장 현황조사」에서는 오아시스를 친환경전문점으로 추가하였음. 오아시스는 우리 생협의 임원들이 주축이 되어 만들었으며, 온라인몰 사업을 확장하기 위하여 2015년 지오소프트와 함께 운영 중임

○ 상기 전문점 외에도 개인들이 운영하는 전문점들이 전국에 산재한 것으로 알려져 있음. 현재 '새농'을 통해 상품을 조달하고 있는 전문점이 2017년에는 100개소로 확인되었음. 현재는 100개소보다는 줄어들었을 것으로 추정되나 정확한 수치는 확인하기 어려운 상태임

○ 그러나 전국에는 이보다 많은 수의 전문점이 있을 것으로 판단되는데, 이들을 파악하는 것은 현실적으로 매우 어렵기 때문에 본 분석에서는 제외하였음

○ 따라서 이들 개별 운영 전문점은 '기타전문점'으로 분류하여 100개소의 매장 수를 포함하였음. 다만 매출액의 경우는 '새농'과 중복되는 부분이 있어 제외하였음

2. 친환경전문점 조사 결과

○ 친환경전문점은 2010년 544개소에서 2022년 632개소로 연평균증가율은 1.3%임

○ 전체 매출액은 2010년 2,187억 원에서 2022년 4,057억 원으로 연평균 5.3% 증가하였으며, 2018년 4,816억 원으로 가장 많았음

- 친환경 인증 매출액은 2022년 기준 1,591억 원으로 조사되었으며, 전체 매출액 대비 39.2%임

14) 2022년 친환경농산물 소비자 인식 및 판매장 현황조사에서는 오아시스·우리 생협에 대해 본사의 공식적인 요청에 따라 오아시스로 통일해서 기재하기로 하였음

[표 79] 전문점 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2018~2022)

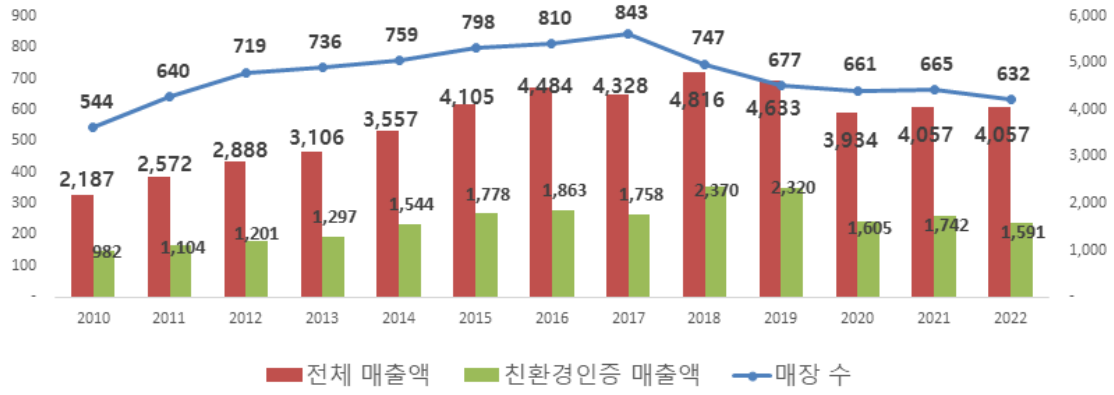
(단위 : 개소, 억 원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	5개년 연평균 증가율
매장 수	747	677	661	665	632	-4.1
전체 매출액	4,816	4,633	3,934	4,057	4,057	-4.2
친환경 매출액	2,370	2,320	1,605	1,742	1,591	-9.5
비중	49.2	50.1	40.8	42.9	39.2	-5.5

* 주 1 : 2018년 오아시스와 우리 생협을 별도의 업체로 파악하여 따로 조사하였으나, 같은 업체임을 파악하여, 기존 연구 자료에서 2018년도 우리 생협의 수치를 제외하면서 수치의 변동이 발생하였음
* 주 2 : 2021년의 매장 수가 변경되었는데, 이번 조사에서 오아시스의 2021년 매장 수를 다시 파악하여 정정하였음(2021년 38개→51개)
* 자료 : 각 업체 조사

[그림 93] 전문점 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2010~2022)

(단위 : 개소, 억 원)



나. 생협

1. 조사 대상 및 방법

○ 생협은 오랜 기간 친환경농산물과 불가분의 관계를 유지했으며, 현재까지 친환경농산물의 대표적인 유통경로로 자리매김하고 있음

○ 국내의 생협은 아이쿱, 한살림, 두레, 행복중심의 4대 생협 연합회가 대표적임

○ 이들 4개 생협 연합회에 참가하지 않고 독자적으로 매장을 운영하면서 판매사업을 하는 생협들도 있는데, 이들의 매장 수와 매출액에 대해서는 공식적인 자료가 전혀 없는 상황임

- 「2015년 유기농식품 판매장 현황조사」에서 조사한 결과 환경운동연합의 에코 생협 6개소, 부산 생협 2개소와 부산 노동자 생협, 전주 한울 생협, 예장 생협, 농도 생협 등이 1개 이상의 매장을 가지고 사업을 하는 것으로 확인되었음. 독자적으로 운영되는 생협 매장은 전국에 약 30개소가 있을 것으로 추정되었음

- 이들 독자 생협의 매출액은 기존 추정치를 활용하였는데, 본 추정치는 부산 생협 등 3개소를 표본 조사하여 매장당 매출액을 도출한 것으로 매장당 매출액은 7.55억 원으로 설정하였음

- 이에 따라 생협은 기타 생협의 매장 수는 30개소, 매출액 227억 원을 포함하여 계산하였음

2. 생협 조사 결과

○ 생협은 2010년 324개소에서 2022년 665개소로 연평균증가율은 6.2%임

○ 전체 매출액은 2010년 5,370억 원에서 2022년 1조 2,317억 원으로 연평균 7.2% 증가하였으며, 2020년 1조 3,140억 원으로 가장 많았음

- 친환경 인증 매출액은 2022년 기준 2,728억 원으로 조사되었으며, 전체 매출액 대비 22.1%로 나타남

[표 80] 생협 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2018~2022)

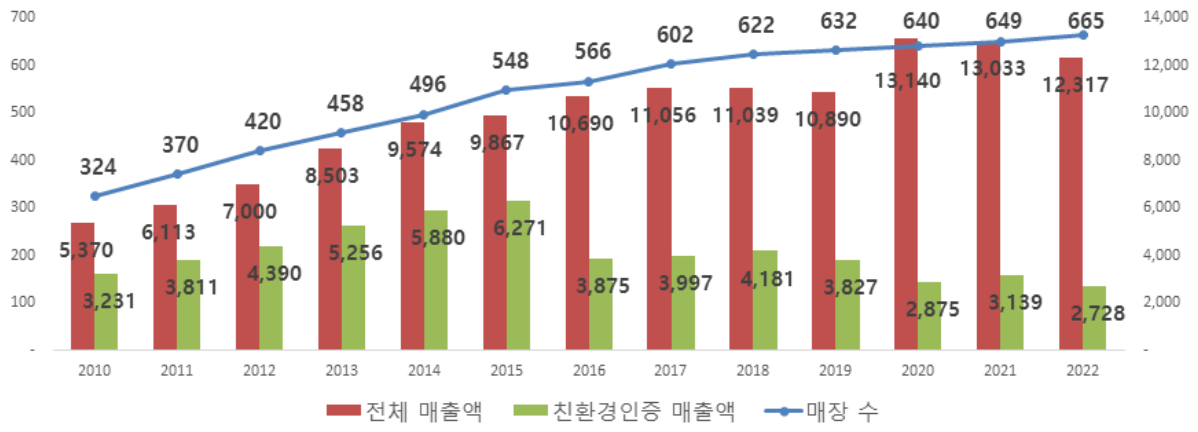
(단위 : 개소, 억 원, %)

구 분	2018	2019	2020	2021	2022	5개년 연평균 증가율
매장 수	622	632	640	649	665	1.7
매출액	11,039	10,890	13,140	13,033	12,317	2.8
친환경 매출액	4,181	3,827	2,875	3,139	2,728	-10.1
비중	37.9	35.1	21.9	24.1	22.1	-12.6

* 자료 : 각 업체 조사

[그림 94] 생협 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액(2010~2022)

(단위 : 개소, 억 원)



다. 대형마트

1. 조사 대상 및 방법

○ 대형마트는 이마트, 롯데마트, 홈플러스의 3대 핵심 업체를 조사하였음

○ 이 업체 외에도 코스트코, 메가마트, 서원유통, 이마트트레이더스 등이 대형마트를 운영하고 있으나, 친환경 전문 매대를 운영하지 않거나 설문조사에 애로가 있어 이들은 분석에서 제외하였음. 즉 대형마트의 경우는 이 업체 외에 별도로 '기타대형마트'를 설정하지 않고, 3개 업체만 분석하였음

2. 대형마트 조사 결과

○ 대형마트 2010년 297개소에서 2022년 381개소로 연평균증가율은 2.1%임

○ 대형마트의 친환경 매출액은 2010년 1,438억 원에서 2022년 1,911억 원이며, 2016년 2,286억 원으로 가장 많았음

[표 81] 대형마트 매장 수, 친환경 매출액(2018~2022)

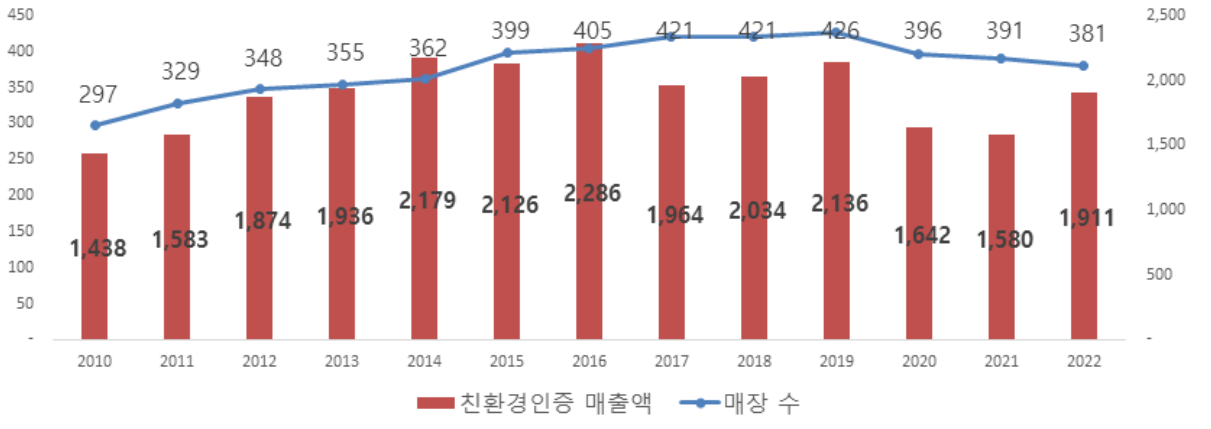
(단위 : 개소, 억 원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	5개년 연평균 증가율
매장 수	421	426	396	391	381	-2.5
친환경 매출액	2,034	2,136	1,642	1,580	1,911	-1.5

* 자료 : 이마트, 롯데마트, 홈플러스 자료

[그림 95] 대형마트 매장 수, 친환경 매출액(2010~2022)

(단위 : 개소, 억 원)



라. 백화점

1. 조사 대상 및 방법

○ 백화점은 롯데백화점, 신세계백화점, 갤러리아백화점, 현대백화점, AK백화점의 5개 업체를 대상으로 조사하였으며, 현대백화점과 AK백화점은 회사 내부 방침에 따라 자료공개가 어려운 점이 있어 이전 자료를 토대로 추정하여 적용하였음

- 이외의 나머지 백화점은 '기타백화점'으로 분류하여 별도로 실적을 추정하였음

○ 기타백화점 중 이랜드리테일에서 운영 중인 NC백화점은 SSM으로 분류된 킴스클럽에서 식품매장을 운영하고 있어 SSM에 매장 수와 매출액을 포함하였고, 식품매장을 농협 하나로마트 등에서 운영하는 사례들도 중복을 피하고자 조사 대상에서 제외하였음

○ 백화점 중 식품매장이 없는 경우도 제외하였으며, 그 결과 그랜드백화점, 대구백화점 프라자점, 대동백화점 3개 백화점 점포만 기타백화점으로 분류하였음

2. 백화점 조사 결과

○ 백화점은 2010년 60개소에서 2022년 52개소로 연평균증가율은 -1.2%임

○ 백화점의 친환경 매출액은 2010년 715억 원에서 2022년 386억 원으로 연평균 5.0% 감소하였으며, 2015년 863억으로 가장 많았음

[표 82] 백화점 매장 수, 친환경 매출액

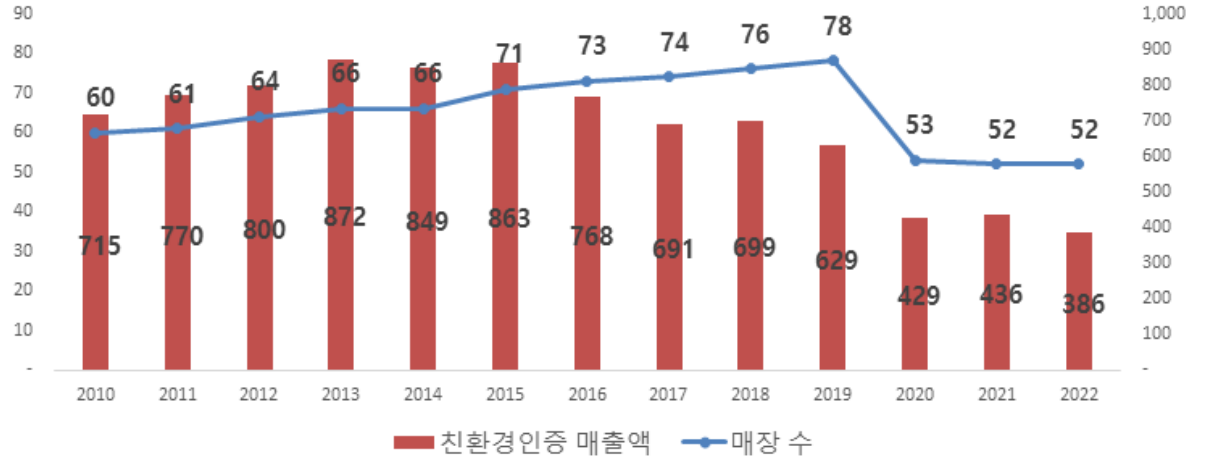
(단위 : 개소, 억 원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	5개년 연평균 증가율
매장 수	76	78	53	52	52	-9.1
매출액	699	629	429	437	386	-13.8

* 자료 : 백화점 5개사(롯데백화점, 신세계백화점, 갤러리아백화점, 현대백화점, AK백화점)

[그림 96] 백화점 매장 수, 친환경 매출액(2010~2022)

(단위 : 개소, 억 원)



마. 대형슈퍼마켓(SSM)

1. 조사 대상 및 방법

○ SSM은 롯데슈퍼, 이마트에브리데이, 킴스클럽, 홈플러스익스프레스, GS슈퍼마켓 5개 업체를 대상으로 조사하였으며, GS슈퍼마켓은 회사 내부 방침에 따라 자료공개가 어려운 점이 있어, 이전 자료를 토대로 추정하여 적용하였음

○ 산업통상자원부에서 SSM으로 분류하고 있는 업체 중 탑마트와 SM마트는 제외한 수치이며, 이들 2개 업체의 경우 친환경농산물에 대한 분리 관리가 타 업체에 비해 상대적으로 낮은 수준으로 판단되어 제외하였음

○ 일반 중소형 슈퍼마켓 역시 친환경농산물에 대한 분리 관리가 미약하여 제외하였으며, 따라서 SSM의 경우는 상기 5개 업체만을 분석 대상으로 하였음

2. 대형슈퍼마켓(SSM) 조사 결과

○ 대형슈퍼마켓은 2010년 820개소에서 2022년 1,215개소로 연평균증가율은 3.3%이며, 2017년 1,386개소로 가장 많았으며 이후 점차 줄어들고 있음

○ SSM의 친환경 매출액은 2010년 498억 원에서 2022년 1,011억 원으로 연평균증가율은 6.1%이며, 2018년 2,398억으로 가장 많았음

[표 83] 대형슈퍼마켓(SSM) 매장 수, 친환경 매출액

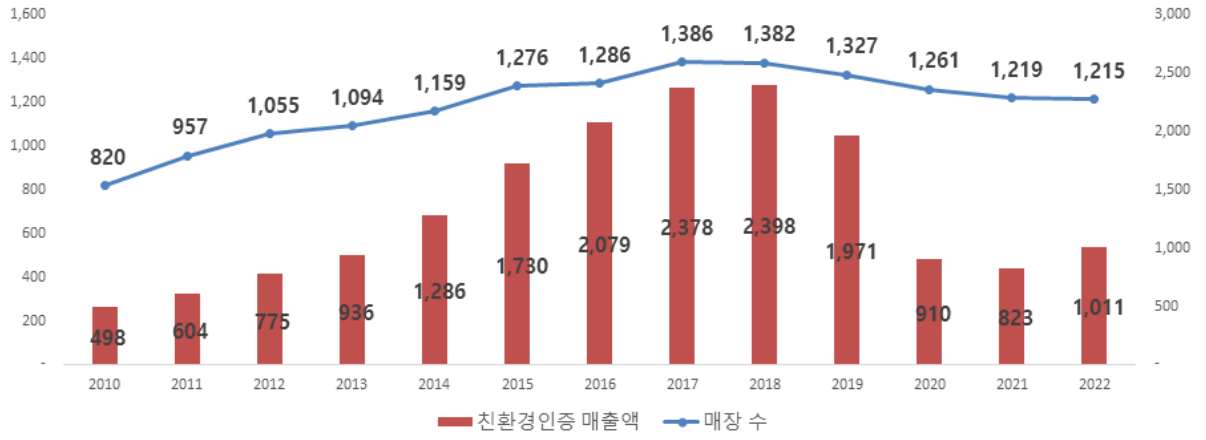
(단위 : 개소, 억 원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	5개년 연평균 증가율
매장 수	1,382	1,327	1,261	1,219	1,215	-3.2
매출액	2,398	1,971	910	823	1,011	-19.4

* 자료 : 대형슈퍼마켓(SSM) 5개 사(롯데슈퍼, 킴스클럽, 이마트에브리데이, 홈플러스익스프레스, GS슈퍼마켓)

[그림 97] 대형슈퍼마켓(SSM) 매장 수, 친환경 매출액(2010~2022)

(단위 : 개소, 억 원)



바. 농협

1. 조사 대상 및 방법

○ 농협의 친환경농산물 판매는 농협경제지주 소속의 하나로마트와 지역 농축협 소속의 하나로마트로 구분할 수 있음. 현재 농협경제지주의 하나로마트는 농협 하나로유통, 농협유통 등의 자회사에서 운영 중임

○ 농협에는 아침마루라는 친환경농산물 전용 브랜드가 있으며, 대형점 및 수도권 하나로마트를 중심으로 아침마루 코너가 별도로 마련되어 운영 중임. 농협경제지주에서 운영 중인 아침마루 브랜드는 지역 농축협 하나로마트에서도 그대로 사용되고 있으며, 안성 농식품 물류센터에서 포장하여 공급하고 있음

○ 지역농협 하나로마트의 경우에는 아침마루와 함께 자체적으로 공급해온 일부 친환경농산물을 함께 판매하고 있음. 그러나 지역농협 단위별로 친환경농산물 판매를 집계하기는 매우 어려운 상황이며, 내부에서도 데이터를 따로 관리하고 있지 않아 이번 조사에서는 실적(매출액)을 확인할 수 있는 하나로유통과 농협유통[15]의 자료를 조사하였음. 각각의 담당자가 확인한 결과 친환경농산물(채소, 과일)의 매출을 일부 확인할 수 있으나 정확하지 않으며, 양곡·축산·가공식품 실적은 담당 부서의 확인 어려움 등으로 조사되지 않았음

- 친환경농산물(채소, 과일) 일부 판매 데이터를 추출하였으나 과소 추정될 가능성 있음

2. 농협 조사 결과

○ 농협 소매매장인 하나로마트는 2010년 2,124개소에서 2022년 2,238개소로 연평균 0.1% 증가

- 농협 소매매장의 경우 2019년 이전조사에서는 친환경농산물 인증 매출액의 조사가 어려워 농산물(채소, 과일)의 실적만 조사하였고, 2019년에는 농협 하나로마트의 전체 친환경 인증 매출액이 1,011억 원 규모라는 것이 확인되어 적용하였음. 그러나 위의 내용(조사대상 및 방법)과 같이 2020~22년 조사에서는 2개 자회사의 일부 친환경농산물(채소, 과일) 실적만 집계되었음

15) 하나로유통과 농협유통은 농협경제지주의 유통 자회사로 농협유통은 43개, 하나로유통은 26개 점포를 운영하고 있음. 참고로 농협의 '하나로마트'는 농협경제지주 자회사에서 운영하는 점포와 지역농협에서 자체적으로 운영하는 점포로 나뉨

[표 84] 농협 하나로마트 매장 수, 친환경 매출액

(단위 : 개소, 억 원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
매장 수	2,217	2,219	2,216	2,217	2,238
매출액	255	1,011	70	68	54

* 자료 : 농협 내부 자료
* 주 1 : 매장 수는 농협경제지주 자회사(하나로유통, 농협유통)와 지역농협에 자체적으로 운영하는 하나로마트를 모두 합친 수치임
* 주 2 : 이번 조사에서 2019~2021년의 매장 수를 보정하였음. 이전 자료에는 농협경제지주 자회사(하나로유통, 농협유통)의 매장수가 제외되고 지역농협의 하나로마트 매장 수만 집계 되었다는 오류를 확인하여, 이번 조사에서 이를 반영하여 내용을 정정하였음

사. 로컬푸드직매장

1. 조사 대상 및 방법

○ 2012년 개설된 완주 용진농협의 로컬푸드직매장이 큰 성공을 거두면서 전국 각지에 로컬푸드직매장이 확대되고 있음. 2022년 12월 말 기준으로 로컬푸드직매장은 전국에 886개소가 있으며, 일반 상품을 포함한 전체 매출액은 9,770억 원 수준임

○ 전국 886개의 로컬푸드직매장의 친환경농산물 매출액은 전수조사가 어려워 일부 매장에 대해 조사를 시행하였음

- 로컬푸드직매장 중 김포로컬푸드와 양평친환경로컬푸드는 친환경농산물에 특화된 경우로 매년 조사를 하였으나, 이번 조사에서는 김포로컬푸드의 조사 참여가 어려워 인터뷰로 대신 진행하였음

- 전국의 로컬푸드직매장 중 무작위로 18개소를 선정하여 로컬푸드직매장의 친환경농산물 비중을 조사하였음

2. 로컬푸드직매장 조사 결과

○ 18개 로컬푸드직매장을 샘플 조사한 결과 2022년 기준 전체 매출액 대비 친환경 인증 매출액은 4.1%로 나타났음

- 로컬푸드직매장의 친환경 농식품 조사 결과, 지역의 특성에 따라 친환경 취급 비중의 차이가 컸음. 또한 직매장 특성상 친환경 인증 매출액을 따로 구분하여 산출하기 어려웠으며, 일부 전산에는 GAP 등의 인증 제품을 친환경 인증 데이터와 함께 나타나 정확한 수치를 확인하기는 어려웠음

- 로컬푸드직매장의 친환경농식품 취급 비중을 10%로 추정하여 전체 매출액 대비 친환경 인증 매출액 비중을 약 10%로 추정하여 2019년부터 2021년까지 적용[16]하였으나, 로컬푸드직매장 인터뷰 결과 친환경농산물 생산감소에 따라 친환경농산물 취급이 크게 줄어들어, 10% 정도로 추정하는 것은 현장 상황에 맞지 않는다는 점을 반영하여 올해 조사부터는 당해연도 샘플조사 수치를 적용하였음

16) 용진농협로컬푸드직매장, 안성대덕농협로컬푸드직매장, 완주로컬푸드직매장 등의 관계자에 대한 인터뷰를 바탕으로 친환경농식품 취급 비중을 10%로 추정하여 '2019년 친환경농산물 판매장 현황조사'에 적용하였음. 이후 '2020년 친환경 친환경농산물 판매장 현황조사'에서 11개소를 대상으로 친환경농식품 취급 비중은 11.4%, '2021년 친환경 친환경농산물 판매장 현황조사'에서 7개소를 대상으로 친환경농식품 취급 비중은 10.8%로 조사되었는데, 조사의 일관성을 위해 이전과 마찬가지로 10%로 적용하였음

[표 85] 연도별 로컬푸드직매장 친환경 판매 비중

(단위 : %, 개소)

구분	2021	2022
친환경 비중	10.8	4.1
조사 대상	7	18

[표 86] 로컬푸드직매장 매장 수, 전체 매출액, 친환경 매출액

(단위 : 개소, 억 원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	증가율
매장 수	229	469	554	778	866	39.5
전체 매출액	4,320	5,206	7,143	8,971	9,770	22.6
친환경 매출액	432	521	714	897	401	-1.8

* 주 : 2018년~2021년 친환경 매출액은 전체 매출액의 10%로 추정하여 계산하였고, 2022년 친환경 매출액은 4.1%를 적용하여 계산하였음
* 자료 : 한국농수산식품유통공사

○ 이상의 내용을 통해 설문조사 대상을 전체적으로 요약하면 아래 표 88과 같음

[표 87] 친환경농산물 판매장 현황 설문조사 대상

업태	조사	미조사
생협	- 아이쿱생협연합회 - 한살림생협연합회 - 두레생협연합회 - 행복중심생협연합회	- 개별 운영 생협 (전국 약 30개소 추정)
친환경전문점	- 초록마을 - 올가홀푸드 - 한마음공동체 - 학사농장 - 새농 - 오아시스・우리생협	- 무공이네(2016년 사업 축소 및 철수) - 흙살림(2017년 친환경 매장 사업 철수) - 기타전문점(전국 약 100개소 추정)
대형마트	- 이마트 - 홈플러스 - 롯데마트	- 코스트코 - 메가마트 - 이마트트레이더스
SSM	- 롯데슈퍼 - 이마트에브리데이 - 킴스클럽 - 홈플러스익스프레스 - GS슈퍼마켓*	- GS슈퍼마켓 - SM마트 - 탑마트 - 개별 운영 슈퍼마켓
백화점	- 롯데백화점 - 신세계백화점 - 갤러리아백화점 - 현대백화점* - AK플라자*	- 그랜드백화점 - 대구백화점프라자점 - 대동백화점
농협	- 농협유통, 하나로유통(청과)	- 농협유통, 하나로유통의 청과 외 실적(축산, 식품 등) - 지역농협 하나로마트
로컬푸드직매장	- 양평친환경로컬푸드 - 양주유통센터 - 남산농협 - 북삼농협 - 남창원농협 - 지도농협 문정점 - 경남진주텃밭 - 정선농협 - 지도농협 화정점 - 문산농협 - 광주남구로컬푸드직매장 - 강동농협 - 평동농협 - 울산유통센터 - 우성농협 - 여천농협 - 가산농협 - 음성농협	- 18개소 외 전체 로컬푸드직매장
온라인	- 오아시스 - 마켓컬리 - SSG.com	

* 주 : GS슈퍼마켓, 현대백화점, AK백화점은 이전 자료를 바탕으로 추정치를 적용

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제5장

친환경농산물 판매장 조사 결과

가. 매장 수 및 매출액

1. 매장 수

○ 친환경농산물 판매장의 매장 수는 2021년 5,971개소에서 2022년 1.3% 증가한 6,049개소로 조사되었음

- 친환경전문점과 대형마트는 수익성이 낮은 점포를 정리하면서 매장 수가 감소하였음
- 로컬푸드직매장은 정부 정책의 영향으로 매년 지속해서 증가하고 있음

[표 88] 친환경농산물 판매장 매장 수 추이

(단위 : 개소)

구분	업태	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
친환경 전문업체	친환경전문점[1]	544	640	719	736	759	798	810	843	747	677	661	665	632
	생협[1]	324	370	420	458	496	548	566	602	622	632	640	649	665
	소계	868	1,010	1,139	1,194	1,255	1,346	1,376	1,445	1,369	1,309	1,301	1,314	1,297
대형 유통업체	대형마트	297	329	348	355	362	399	405	421	421	426	396	391	381
	백화점[2]	60	61	64	66	66	71	73	74	76	78	53	52	52
	SSM	820	957	1,055	1,094	1,159	1,276	1,286	1,386	1,382	1,327	1,261	1,219	1,215
	소계	1,177	1,347	1,467	1,515	1,587	1,746	1,764	1,881	1,879	1,831	1,710	1,662	1,648
농협 등	로컬푸드직매장	-	-	3	28	71	103	148	188	229	469	554	778	866
	농협	2,124	2,124	2,122	2,157	2,114	2,157	2,158	2,209	2,217	2,219	2,216	2,217	2,238
	소계	2,124	2,124	2,125	2,185	2,185	2,260	2,306	2,397	2,446	2,688	2,770	2,995	3,104
합 계		4,169	4,481	4,731	4,894	5,027	5,352	5,446	5,723	5,694	5,828	5,781	5,971	6,049

* 주 1 : 2018년부터 '우리 생협'을 생협에서 친환경전문점으로 변경함에 따라 데이터 추이에 변화 발생
* 주 2 : 2020년부터 식품매장을 보유한 백화점만 포함하였으며, '이랜드리테일'에서 운영 중인 백화점의 식품매장인 '킴스클럽'은 SSM으로 집계함

○ 친환경농산물 판매장의 매장 수 증가율을 살펴보면 2010년부터 2022년까지 연평균 3.2% 증가하였음

- 로컬푸드직매장이 76.2%의 높은 증가율을 보였고, 다음으로 생협 6.2%, SSM 3.3%의 증가율을 보였음

[표 89] 친환경농산물 판매장 연평균 증가율(2010~2022)

(단위 : %)

구 분	업태	연평균증가율
친환경 전문업체	친환경전문점	1.3
	생협	6.2
대형유통업체	대형마트	2.1
	백화점	-1.2
	SSM	3.3
농협 등	로컬푸드직매장	76.2
	농협	0.4
평균		3.2

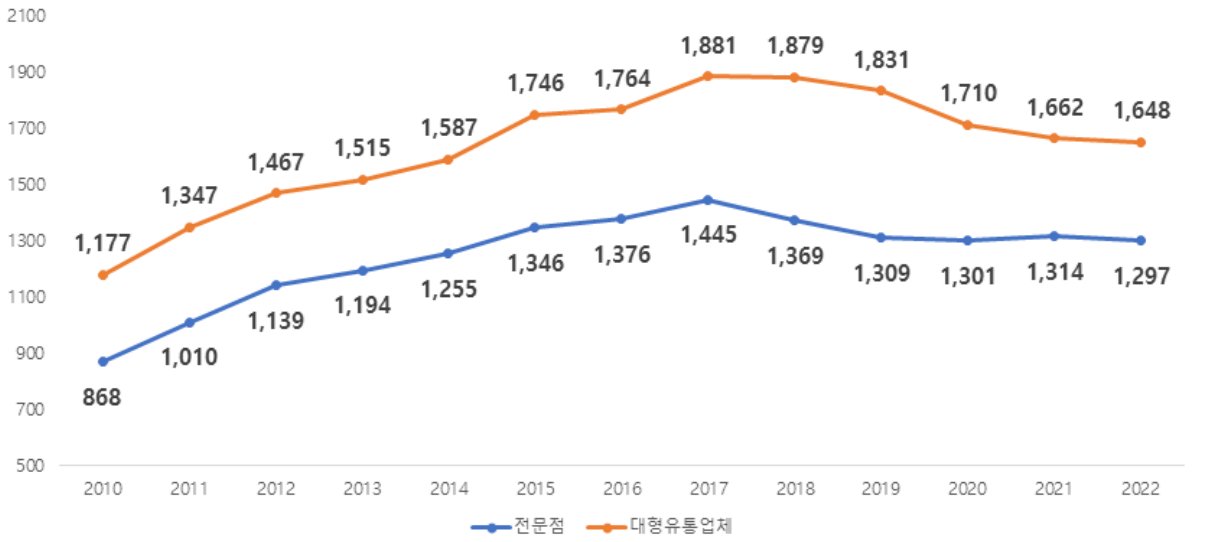
* 주 : 로컬푸드직매장은 2012년부터 2022년까지의 증가율임

○ 연도별로 살펴보면, 친환경전문업체와 대형유통업체 모두 2017년을 정점으로 하락 추세에 있음

- 유통트렌드가 1인 가구 증가, HMR 확대, 새벽 배송 등으로 변화함에 따라 소비자가 직접 매장을 찾기보다는 온라인과 모바일을 통한 구매가 확대되고 있음

[그림 98] 친환경전문점과 대형유통업체의 매장 수 변화 추이

(단위 : 개소)



* 주 : 전문점은 생협과 친환경전문점 포함, 대형유통업체는 대형마트, 백화점, SSM 포함

○ 2023년 매장 수는 2022년 대비 2.7% 감소한 5,886개소로 추정됨

[표 90] 친환경농산물 판매장 매장 수 미래 전망치

(단위 : 개소)

구분		2022	2023(p)	2024(p)
친환경 전문점	전문점	632	637	691
	생협	665	664	660
	소계	1,297	1,301	1,351
대형유통업체	대형마트	381	379	382
	백화점	52	55	55
	SSM	1,215	1,012	1,052
	소계	1,648	1,446	1,489
농협 등	로컬푸드직매장	866	866	866
	농협	2,238	2,273	2,273
	소계	3,104	3,139	3,139
합 계		6,049	5,886	5,979

* 주 : 미래 전망치는 각 업체에서 설문에 응답한 기준으로 작성되었음. 미래 전망치에 응답하지 않은 업체는 2022년 수치를 2023년과 2024년 전망치에 적용함

2. 매출액

1) 매출액 추이

○ 친환경농산물 판매장 매출액은 전체 매출액과 인증품 매출액으로 조사하였는데, 전체 매출액은 친환경전문점과 생협의 친환경 비인증 제품까지 포함한 실적[17] 이고, 인증품 매출액은 친환경 인증 제품만의 매출액을 조사한 실적임

- '전체 매출액'의 경우 친환경전문점과 생협은 친환경 인증 품목과 비인증 일반 품목 매출액이 모두 포함한 것이고, '인증품 매출액'은 친환경 인증 제품만의 매출액을 집계한 것임
- 대형유통업체, 로컬푸드직매장, 농협은 '전체 매출액'과 '인증품 매출액' 모두 친환경 인증 제품의 매출액만 집계하였음

○ '15년까지 수치는 일부 표본을 바탕으로 추정하여 인증품의 매출액을 산출하였으나, '16년 조사부터는 설문에 인증품(유기·무농약·무항생제·유기가공식품)의 매출액을 포함하여 조사하였음. 또한 '20~'21년에는 기존 조사항목에서 무항생제가 제외되고, 유기·무농약·유기축산·유기가공식품·무농약원료가공식품을 구분하여 조사함

17) 친환경전문점과 생협 전체 매출액 조사 이유 : 본 조사의 초기부터 친환경 전문인 두 업태의 전체 매출액이 정책적으로 필요하였고, 친환경에서 차지하는 비중이 높아 친환경전문점과 생협의 전체 매출액을 계속 포함하여 조사하였음

○ 2022년 기준 친환경농산물 판매장의 '전체 매출액'은 2조 1,990억 원으로 전년 대비 1.6% 감소하였음

- 2022년 친환경농산물 매출액은 2010년에 대비 109.3% 증가하였음

[표 91] 친환경농산물 판매장 매출액 추이(전체)

(단위 : 억 원)

구분	업태	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
친환경 전문업체	친환경전문점[1]	2,187	2,572	2,888	3,106	3,557	4,105	4,484	4,328	4,816	4,633	3,934	4,057	4,057
	생협[1]	5,370	6,113	7,000	8,503	9,574	9,867	10,690	11,056	11,039	10,890	13,140	13,033	12,317
	소계	7,557	8,685	9,888	11,609	13,131	13,972	15,174	15,384	15,855	15,523	17,074	17,090	16,374
대형 유통업체	대형마트	1,438	1,583	1,874	1,936	2,179	2,126	2,286	1,964	2,034	2,136	1,642	1,580	1,911
	백화점[2]	715	770	800	872	849	863	768	691	699	629	429	436	386
	SSM	498	604	775	936	1,286	1,730	2,079	2,378	2,398	1,971	910	823	1,011
	소계	2,651	2,957	3,449	3,744	4,314	4,719	5,134	5,033	5,131	4,736	2,981	2,839	3,308
농협 등	로컬푸드직매장	-	-	6	32	95	166	253	357	432	521	714	897	401
	농협	300	300	300	300	300	371	268	275	255	1,011	70	68	54
	소계	300	300	306	332	395	537	521	632	687	1,532	784	965	455
온라인		미 조 사										491	1,457	1,853
합계		10,508	11,942	13,643	15,685	17,840	19,228	20,829	21,049	21,673	21,791	21,330	22,351	21,990

* 주 1 : 2018년부터 '우리 생협'을 생협에서 친환경전문점으로 변경함에 따라 데이터 추이에 변화 발생
* 주 2 : 2020년부터 식품매장을 보유한 백화점만 포함하였으며, '이랜드리테일'에서 운영 중인 백화점 식품매장인 '킴스클럽'은 SSM으로 집계함
* 주 3 : '20년부터는 온라인업체의 친환경 인증품 매출액 추가('20년 1개 업체, '21년 2개, '22년 3개)

○ 2022년 기준 친환경 인증품 매출액은 9,935억 원으로 2021년 대비 2.1% 감소하였음

- 이 중 친환경전문업체(친환경전문점·생협)의 매출액이 4,319억 원으로 전체 매출액의 43.5%, 대형유통업체(대형마트·백화점·SSM)는 3,308억 원으로 33.3%를 차지함

[표 92] 친환경농산물 판매장 매출액 추이(인증품)

(단위 : 억 원)

구분	업태	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
친환경 전문업체	친환경전문점[1]	982	1,104	1,201	1,297	1,544	1,778	1,863	1,758	2,370	2,320	1,605	1,742	1,591
	생협[1]	3,231	3,811	4,390	5,256	5,880	6,271	3,875	3,997	4,181	3,827	2,875	3,139	2,728
	소계	4,213	4,915	5,591	6,553	7,424	8,049	5,738	5,755	6,551	6,147	4,480	4,882	4,319
대형 유통업체	대형마트	1,438	1,583	1,874	1,936	2,179	2,126	2,286	2,154	2,034	2,136	1,642	1,580	1,911
	백화점[2]	715	770	800	872	849	863	768	1,014	699	629	429	437	386
	SSM	498	604	775	936	1,286	1,730	2,079	2,247	2,398	1,971	910	823	1,011
	소계	2,651	2,957	3,449	3,744	4,314	4,719	5,134	5,415	5,131	4,736	2,981	2,839	3,308
농협 등	로컬푸드직매장	-	-	6	32	95	166	253	285	432	521	714	897	401
	농협	300	300	300	300	300	371	268	250	255	1,011	70	68	54
	소계	300	300	306	332	395	537	521	535	687	1,532	784	965	455
온라인		미 조 사										491	1,457	1,853
합계		7,164	8,172	9,346	10,629	12,133	13,305	11,393	11,705	12,369	12,415	8,736	10,143	9,935

* 주 1 : 2018년부터 '우리 생협'을 생협에서 친환경전문점으로 변경함에 따라 데이터 추이에 변화 발생
* 주 2 : 2020년부터 식품매장을 보유한 백화점만 포함하였으며, '이랜드리테일'에서 운영 중인 백화점의 식품매장인 '킴스클럽'은 SSM으로 집계함

○ 2023년 전체 매출액은 2022년 대비 3.0% 증가할 것으로 예상됨

[표 93] 친환경농산물 판매장 매출액 미래 전망치(전체)

(단위 : 억 원)

구분		2022	2023(p)	2024(p)
친환경 전문점	전문점	4,057	4,225	4,703
	생협	12,317	12,705	13,867
	소계	16,374	16,930	18,570
대형유통업체	대형마트	1,911	1,969	2,069
	백화점	386	385	394
	SSM	1,011	1,064	1,169
	소계	3,308	3,418	3,632
농협 등	로컬푸드직매장	401	401	401
	농협	54	54	54
	소계	455	455	455
온라인		1,853	1,853	1,853
합계		21,990	22,656	24,510

* 주 : 미래 전망치는 각 업체에서 설문에 응답한 기준으로 작성되었음. 미래 전망치에 응답하지 않은 업체는 2022년 수치를 2023년과 2024년 전망치에 적용함

○ 2022년 기준, 친환경전문업체의 인증품 매출 비중을 살펴보면, 초록마을·올가홀푸드 등의 전문점은 39.2%, 생협은 22.1%로, 친환경전문점과 생협의 인증품 비중은 전년 대비 소폭 하락하였음

- 생협의 친환경 인증 비중은 전문점 대비 낮은 수준인데, 생협은 자체 인증의 비중이 높으며, 친환경 인증 외 저농약 수준의 농산물과 우리 밀 등의 상품을 많이 취급하는 경향이 있음

[표 94] 친환경전문점(전문점, 생협)의 친환경 인증 매출 비중

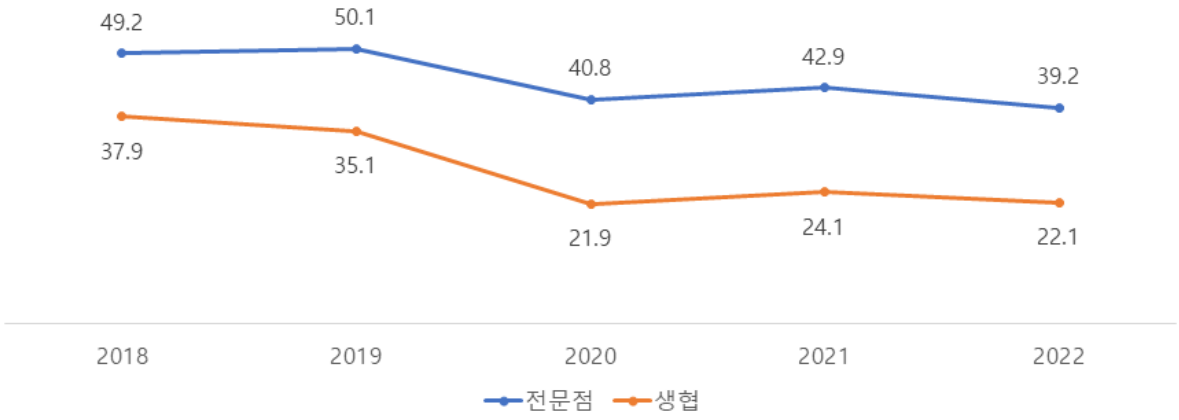
(단위 : 억 원, %)

업태	2021			2022		
	전체 매출액	인증품 매출액	비중	전체 매출액	인증품 매출액	비중
전문점	4,057	1,742	42.9	4,057	1,591	39.2
생협	13,033	3,139	24.1	12,317	2,728	22.1
합계	17,090	4,881	28.6	16,374	4,319	26.4

* 주 : 전문점-초록마을, 올가홀푸드, 새농, 학사농장, 한마음공동체, 오아시스/생협-아이쿱, 한살림, 두레생협, 행복중심생협 포함

[그림 99] 업태별 전체 매출액 대비 친환경 인증품 매출액 비중

(단위 : %)



2) 2022년 부류별 매출액

○ 상품 부류별 매출액을 살펴보면, 가공식품을 제외한 대부분의 식품 부류에서 생협의 비중이 높게 나타남

- 양곡 : 생협 54.7%, 친환경전문점 26.4%, 대형마트 17.7% 순
- 채소 : 생협 50.3%, 대형마트 27.6%, 친환경전문점 11.4% 순
- 과일 : 생협 55.3%, 대형마트 19.5%, 친환경전문점 14.5% 순
- 축산 : 생협 84.5%, 친환경전문점 10.2%, 대형마트 3.7% 순
- 가공식품 : 친환경전문점 42.4%, 대형마트 28.8%, 생협 11.5% 순

[표 95] 부류별 유통경로 비중(2022)

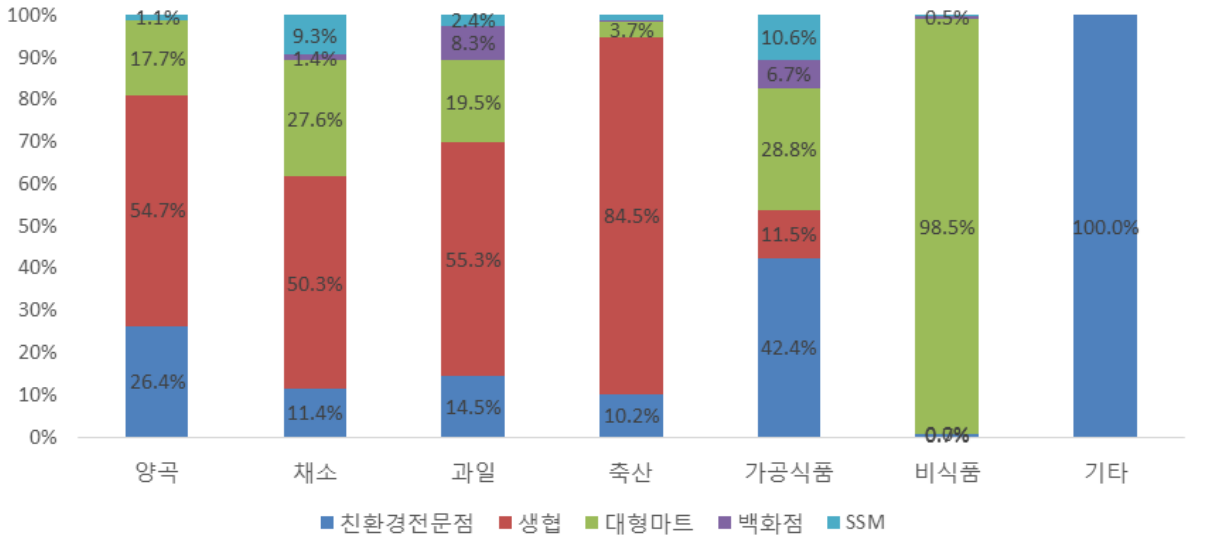
(단위 : %)

구분	친환경전문점	생협	대형마트	백화점	SSM	합계
양곡	26.4	54.7	17.7	0.1	1.1	100.0
채소	11.4	50.3	27.6	1.4	9.3	100.0
과일	14.5	55.3	19.5	8.3	2.4	100.0
축산	10.2	84.5	3.7	0.5	1.1	100.0
가공식품	42.4	11.5	28.8	6.7	10.6	100.0
비식품	0.7	0.0	98.5	0.5	0.3	100.0
기타	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

* 주 : 금액 가중치 적용

[그림 100] 부류별 유통경로 비중(2022)

(단위 : %)



○ 유통주체별 상품군 매출액을 살펴보면, 생협과 대형마트, SSM은 상대적으로 채소의 비중이 높고, 친환경전문점은 가공식품, 백화점은 과일과 가공식품의 비중이 높게 나타나고 있음

- 친환경전문점은 다양한 부류를 골고루 취급하고 있는데, 부류별 취급 순위는 채소 33.4%, 가공식품 26.5%, 양곡 22.1%의 순임
- 생협은 채소의 비중이 높게 나타나고 있는데, 부류별 취급 순위는 채소 54.1%, 과일 20.5%, 양곡 16.8%의 순임
- 대형마트는 채소와 비식품 인증품의 비중이 높게 나타나는데, 부류별 취급 순위는 채소 40.9%, 비식품 32.2%, 과일 9.9%의 순임
- 백화점은 과일의 비중이 높게 나타나고 있는데, 부류별 취급 순위는 과일 48.9%, 가공식품 24.2%, 채소 23.6%의 순임
- SSM은 채소의 비중이 매우 높게 나타나고 있는데, 부류별 취급 순위는 채소 72.5%, 가공식품 17.5%, 과일 6.5%의 순임

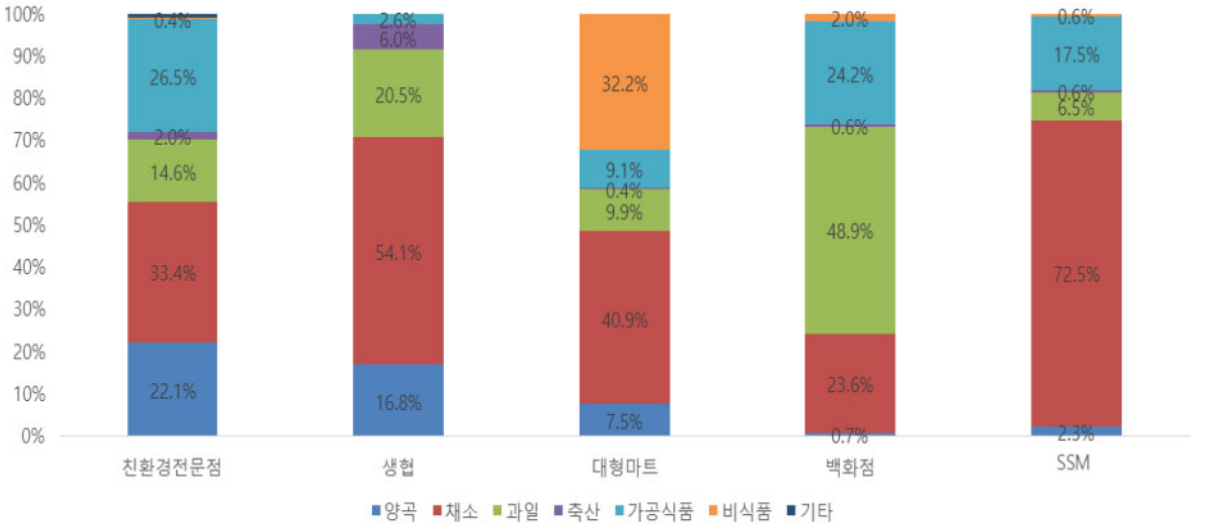
[표 96] 유통 주체별 상품 부류 취급 비중(2022)

(단위 : %)

구분	친환경전문점	생협	대형마트	백화점	SSM
양곡	22.1	16.8	7.5	0.7	2.3
채소	33.4	54.1	40.9	23.6	72.5
과일	14.6	20.5	9.9	48.9	6.5
축산	2.0	6.0	0.4	0.6	0.6
가공식품	26.5	2.6	9.1	24.2	17.5
비식품	0.4	0.0	32.2	2.0	0.6
기타	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

[그림 101] 유통주체별 상품 부류 취급 비중(2022)

(단위 : %)



나. 매출액 상위품목

1. 신선식품

○ 신선식품의 매출액 상위품목을 확인한 결과, 양곡, 딸기, 콩나물, 토마토, 버섯, 사과, 양파, 당근, 블루베리 순으로 높은 매출액을 보였음

- 2021년 조사에서는 양곡, 버섯, 딸기, 토마토, 양파 순이었음

○ 친환경전문점과 생협은 양곡 매출액이 가장 많았고, 대형마트는 버섯, 백화점은 딸기, SSM은 콩나물이 최고 매출액을 기록하였음

[표 97] 신선식품 매출액 상위 품목(2022)

순위	전체	친환경전문점	생협	대형마트	백화점	SSM
1	양곡류	양곡류	양곡류	버섯	딸기	콩나물
2	딸기	딸기	사과	양곡류	샤인머스캣	느타리버섯
3	콩나물	토마토	딸기	토마토	사과	상추
4	토마토	블루베리	토마토	딸기	모듬쌈	샐러드
5	버섯	양파	양파	바나나	토마토	새송이
6	사과	바나나	당근	쌈채소	쌈채소	양파
7	양파	콩나물	방울토마토	샐러드	바나나	숙주나물
8	당근	버섯류	블루베리	콩나물	감귤	청양고추
9	블루베리	고구마	귤	양파	블루베리	깻잎
10	바나나	애호박	복숭아	냉동채소	상추	양배추
11	귤	브로콜리	콩나물	잡곡	포도	고구마
12	샐러드	당근	오이	블루베리	배	무화과

* 주 : 설문조사 시 매출액 상위품목을 작성하지 않은 업체가 있고, 또한 신선식품 중 상위 10개 품목에 한정하여 조사하였다는 점을 감안하여 해석할 필요가 있음

2. 가공식품

○ 가공식품의 경우, 가장 높은 매출액을 기록한 품목은 우유류로 조사되었으며, 두부, 요구르트, 건강음료, 과자류 순으로 높은 매출액을 보이고 있음

- 2021년의 가공식품 상위 매출 품목은 우유, 요구르트, 과자류, 치즈 순이었음

[표 98] 가공식품 매출액 상위 품목(2022)

순위	전체	친환경전문점	생협	대형마트	백화점	SSM
1	우유류	건강음료	우유류	우유류	건강음료	우유류
2	두부	견과류	두부	과자류	우유류	두부
3	요구르트	유지류	요구르트	치즈류	건강기능식품	요구르트
4	건강음료	떡류가공품	건강음료	요구르트	차류	주스류
5	과자류	과자류	야채수	음료	과자류	차류
6	치즈류	청류	떡류가공품	콩물	주스류	
7	음료	건강기능식품	설탕	차류	유지류	
8	떡류가공품	차류	김류	대용식	음료	
9	차류	요구르트	주스류	두부	치즈류	
10	견과류	우유류	누룽지	선식 가루류	요구르트	

* 주 : 설문조사 시 매출액 상위품목을 작성하지 않은 업체가 있고, 또한 가공식품 상위 10개 품목에 한정하여 조사하였다는 점을 감안하여 해석할 필요가 있음

다. 친환경농산물 판매장 관련 조사

1. 온라인몰 판매 현황

○ 2022년 기준, 친환경농산물 전체 판매 중 자체 온라인몰을 통해 판매되는 비율을 조사한 결과, 조사에 응답한 15개 업체의 온라인 판매 비중은 11.3%로 나타남 (2021년 9.4%)

○ 온라인몰을 통해 판매되는 비율을 살펴보면, 전문점 3~19.8%, 생협 10~40%, 대형마트 2~20.1%, 백화점 0%, SSM 2.3% 수준인 것으로 조사되었음

[표 99] 업태별 온라인몰 판매 비중

(단위 : %)

구분	친환경전문점	생협	대형마트	백화점	SSM
2019	3~11	10~21	7~11	0~3	5
2021	2~15	12~17	3~26	0~7	0~5.4
2022	3~19.8	10~40	2~20.1	0	2.3
(2022년 평균)	11.2	23.1	10.3	0	2.3

* 주 : 전문점 4개(초록마을, 올가홀푸드, 새농, 학사농장), 생협 4개(아이쿱, 한살림, 두레생협, 행복중심생협), 대형마트 3개(이마트, 롯데마트, 홈플러스), 백화점 3개(롯데, 신세계, 갤러리아), SSM 1개(이마트에브리데이) 응답

2. 친환경농산물 적정 가격

○ 일반 농산물 대비 친환경농산물의 적정 가격에 대한 설문에서는 일반 농산물 대비 평균 125% 수준이 적정한 것으로 조사되었음

○ 업태별로 살펴보면 전문점 133%, SSM 126%, 대형마트 125%, 생협 124%, 백화점 118% 순으로 나타났음

3. 일반 농산물과의 가격 비교

○ 일반 농산물 대비 친환경농산물의 가격 수준을 알아보기 위해 현장 조사와 한국농수산식품유통공사 KAMIS(농산물유통정보) 자료를 활용하여 분석하였음

○ 농산물의 특성상 품질, 크기 등이 모두 달라 동등하게 비교하기는 어려운 점이 있으나, 본 조사에서는 포장 규격이 다른 품목을 같은 규격으로 단순 환산하여 분석하였다는 점은 감안할 필요가 있음

○ 한편 일반적으로 친환경농산물은 일반 농산물에 비해 높은 가격을 형성하나, 특정한 요건 아래에서는 **가격 역전 현상**이 발생하기도 함. 그 사례를 간략히 정리하면 아래와 같음

- **(계약방식의 차이)** 일반 농산물은 도매시장 경매를 통해 거래하고 있어, 출하량 등에 따라 가격이 민감하게 반응하여 가격의 변동 주기 및 변동성이 빠른 편이나, 친환경농산물은 생산자와 업체 간의 장기계약을 통해 거래되고 있어, 가격 변동성이 상대적으로 적은 편임. 따라서 일반 농산물의 가격 급등 시기에는 친환경농산물보다 가격이 높은 현상이 발생할 수 있음
- **(업체의 판매 전략)** 소매업체들은 상품의 재고 및 신선도를 감안하여, 가격 책정을 수시로 변경함. 따라서 특정 시점에서는 판매처의 전략에 따라 친환경농산물의 가격이 일반 농산물보다 낮을 수도 있음
- **(친환경 재배가 관행화된 상품)** 친환경 재배가 관행화된 상품에서 일반 농산물의 가격 역전 현상이 발생할 수 있음. 친환경 재배가 관행화되고 있는 대표적인 품목으로는 버섯, 딸기, 토마토 등임
- **(학교급식 공급의 영향)** 친환경농산물의 주요 유통경로인 학교급식의 경우, 방학 등의 시즌에는 공급물량이 과잉되는 현상이 발생함. 이 시기 일시적인 공급과잉이 발생할 경우, 저가로 판매하는 때도 있어, 일반 농산물의 가격이 더 높게 형성될 수도 있음

1) 가격 비교

□ 농협

○ 농협 하나로마트 1차 조사에서 일반 농산물과 친환경농산물의 가격을 비교해 보면, 친환경농산물은 일반 농산물 대비 평균 136.5% 정도 더 비쌌음

- 1차 조사 시점에 적채, 시금치의 경우 친환경농산물이 일반 농산물 대비 가격이 저렴하게 판매되고 있었음

[표 100] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(1차 농협)

(단위 : 원, %)

품목	단위	친환경	일반	가격 대비	친환경 인증
청양고추	100g	1,580	1,280	123.4	유기농
흙당근	100g	798	498	160.2	무농약
무	1개	4,450	1,960	227.0	무농약
브로콜리	1개	5,920	4,980	118.9	무농약
적채	1개	4,150	5,200	79.8	무농약
풋고추	100g	1,787	1,467	121.8	유기농
양배추	1개	5,080	4,800	105.8	무농약
치커리	100g	2,233	1,458	153.2	유기농
청경채	100g	1,675	860	194.8	무농약
시금치	100g	3,167	3,980	79.6	유기농
평균	-	-	-	136.5	-

* 주 1 : 조사일 : 2023년 9월 11일(창동점)

○ 농협 하나로마트 2차 조사에서 일반 농산물과 친환경농산물의 가격을 비교해보면, 친환경농산물은 일반 농산물 대비 평균 134.2% 정도 더 비쌌음

[표 101] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(2차 농협)

(단위 : 원, %)

품목	단위	친환경	일반	가격 대비	친환경 인증
꽈리고추	100g	2,253	1,453	155.0	무농약
풋고추	100g	2,120	2,120	100.0	무농약
오이맛고추	100g	1,740	1,790	97.2	무농약
청양고추	100g	1,580	1,580	100.0	유기농
홍고추	100g	2,320	2,453	94.6	유기농
감자	100g	268	331	81.0	무농약
파	100g	996	458	217.5	무농약
양상추	1개	5,280	4,580	115.3	무농약
브로컬리	1개	4,980	1,980	251.5	유기농
시금치	100g	1,893	1,960	96.6	유기농
가지	1개	1,490	827	180.2	무농약
애호박	1개	2,980	1,680	177.4	무농약
백오이	1개	1,660	960	172.9	무농약
청경채	100g	1,640	1,320	124.2	유기농
양배추	1개	4,980	4,580	108.7	유기농
비트	1개	3,980	2,980	133.6	유기농
적상추	100g	1,987	2,327	85.4	유기농
청상추	100g	1,987	2,327	85.4	유기농
쌈배추	1개	7,980	4,580	174.2	무농약
평균	-	-	-	134.2	-

* 주 1 : 조사일 : 2023년 10월 26일(양재점)

□ 대형마트

○ 대형마트 1차 조사에서의 일반 농산물과 친환경농산물의 가격을 비교해보면, 친환경농산물은 일반 농산물 대비 160.4% 더 비쌌음

[표 102] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(1차 대형마트)

(단위 : 원, %)

품목	단위	친환경	일반	가격 대비	친환경 인증
청상추	100g	3,238	1,994	162.4	유기농
적상추	100g	3,238	1,994	162.4	유기농
청양고추	100g	2,909	1,245	233.7	무농약
꽈리고추	100g	2,742	1,660	165.2	유기농
풋고추	100g	2,909	1,660	175.2	무농약
오이맛고추	100g	2,742	1,245	220.2	유기농
오이맛고추	100g	3,680	1,290	285.3	무농약
청양고추	100g	2,480	1,720	144.2	무농약
가지	1개	1,990	996	199.8	무농약
백오이	3입	4,980	3,980	125.1	무농약
애호박	1	2,980	2,480	120.2	무농약
깐양파	1개	1,490	1,327	112.3	무농약
조각무	100g	995	990	100.5	무농약
적상추	100g	2,187	1,740	125.7	무농약
청경채	100g	1,432	927	154.5	유기농
양배추	1개	4,980	4,280	116.4	무농약
마늘	100g	2653	1840	144.2	유기농
흙당근	100g	920	678	135.7	무농약
감자	100g	623	298	209.1	무농약
고구마	100g	748	698	107.2	유기농
한입고구마	100g	664	598	111.0	유기농
손질 대파	100g	1840	840	219.0	무농약
평균	-	-	-	160.4	-

* 주 1 : 조사일(2023년 9월 11일)
* 주 2 : 대형마트 2개소(이마트 용산점, 롯데마트 서울역점)

○ 대형마트 2차 조사에서의 일반 농산물과 친환경농산물의 가격을 비교해보면, 친환경농산물은 일반 농산물 대비 167.1% 더 비쌌음

[표 103] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(2차 대형마트)

(단위 : 원, %)

품목	단위	친환경	일반	가격 대비	친환경 인증
청양고추	100g	2,480	1,320	187.9	유기농
애호박	1개	2,480	1,480	167.6	유기농
백오이	1입	1,990	1,260	157.9	무농약
가지	1입	1,740	995	174.9	유기농
부추	100g	1,740	1,320	131.8	무농약
청경채	100g	1,392	827	168.3	유기농
양배추	1개	5,980	3,980	150.3	무농약
브로콜리	1개	3,980	2,480	160.5	무농약
양파	100g	495	332	149.1	무농약
양파	100g	495	277	178.7	무농약
표고버섯(슬라이스)	100g	2,980	1,866	159.7	무농약
표고버섯	100g	2,490	1,986	125.4	무농약
손질대파	100g	1,840	1,094	168.2	무농약
감자	100g	623	348	179.0	무농약
세척당근	100g	1,398	498	280.7	유기농
흙당근	100g	967	478	202.3	무농약
고구마	100g	685	598	114.5	유기농
백오이	1개	1,995	1,164	171.4	무농약
꽈리고추	100g	2,742	1,660	165.2	무농약
오이맛고추	100g	2,742	1,495	183.4	유기농
적상추	100g	2,488	1,660	149.9	유기농
청상추	100g	2,488	1,660	149.9	무농약
평균	-	-	-	167.1	-

* 주 1 : 조사일(2023년 10월 26일)
* 주 2 : 대형마트 2개소(이마트 용산점, 롯데마트 서울역점)

□ 백화점

○ 백화점의 일반 농산물과 친환경농산물의 가격을 비교해보면, 친환경농산물은 일반 농산물 대비 184.0% 더 비쌌음

- 백화점은 친환경농산물이 프리미엄급으로 취급되기 때문에 타 대형유통업체 대비 일반농산물과의 가격차이가 더 많이 발생하고 있음

[표 104] 일반 농산물 대비 친환경농산물 가격 비교(백화점)

(단위 : 원, %)

품목	단위	친환경	일반	가격 대비	친환경 인증
쌈배추	1개	8,980	4,980	180.3	무농약
브로콜리	1개	8,950	4,980	179.7	무농약
가지	1개	3,490	1,490	234.2	무농약
애호박	1개	4,580	2,980	153.7	무농약
백오이	1개	3,490	1,790	195.0	유기농
고구마	100g	1,426	980	145.5	유기농
세척당근	100g	1,396	950	146.9	무농약
청양고추	100g	4,980	1,490	334.2	유기농
풋고추	100g	3,320	1,990	166.8	유기농
오이맛고추	100g	3,320	1,990	166.8	유기농
마늘	100g	3,790	1,980	191.4	무농약
애호박	1개	6,500	2,980	218.1	무농약
백오이	1개	3,450	1,940	177.8	무농약
가지	1개	3,350	2,490	134.5	무농약
양상추	100g	9,670	5,980	161.7	무농약
무	1/2	3,400	2,980	114.1	무농약
청양고추	100g	5,700	2,843	200.5	무농약
꽈리고추	100g	4,917	2,333	210.7	유기농
평균	-	-	-	**184.0**	-

* 주 1 : 조사일 : 2023년 10월 26일
* 주 2 : 백화점 2개소(신세계백화점 본점, 롯데백화점 본점)

2) KAMIS 가격 자료 비교

○ 대형마트, 백화점, 농협 등 일반 오프라인 매장에서는 일반적으로 같은 품목 유기농과 무농약을 동시에 판매하고 있지 않음. 일부 같은 품목의 2가지 친환경 인증을 함께 판매할 수 있으나, 이는 매우 드물며 이번 현장 조사에서는 그 사례가 없었음

○ 유기농과 무농약 인증의 가격 차이를 분석하기 위해 KAMIS(농산물유통정보)의 자료를 활용하여 분석했음

- 다만, KAMIS의 친환경농산물과 일반 농산물의 가격조사는 같은 매장에서 이루어진 것이 아니며, 매장별 품목이 있는 경우만 조사하여 이를 평균한 가격이어서 분석에 한계가 있음

- 분석에 있어 친환경농산물과 일반 농산물의 조사 단위가 달라 직접 비교가 어렵거나, 극소수 매장만 조사하여 평균 가격을 적용하기 어려운 품목은 제외하였음

○ 9월 7일 기준, 일반 농산물과 비교 분석 결과 유기농산물은 213.8%, 무농약농산물은 191.1% 비싼 것으로 조사됨

[표 105] 일반 농산물 대비 친환경농산물(유기농, 무농약) 가격 비교(1차)

(단위 : 원, %)

구 분	단 위	일 반	유기농		무농약	
			가격	일반 농산물 대비	가격	일반 농산물 대비
백미	4kg	11,696	27,025	231.1	20,789	177.7
고구마	800g	5,176	6,811	131.6	9,567	184.8
감자	1kg	3,380	9,918	293.4	5,524	163.4
토마토	1kg	7,900	12,268	155.3	10,860	137.5
당근	500g	3,232	4,863	150.5	4,801	148.5
풋고추	150g	2,229	3,270	146.7	4,099	183.9
양파	1kg	2,067	4,537	219.5	3,963	191.7
대파	300g	999	3,816	382.0	3,408	341.1
평균	-	-	-	**213.8**	-	**191.1**

* 자료 : KAMIS(농산물유통정보), 9월 7일 기준 자료

○ 10월 26일 기준, 일반 농산물과 비교 분석 결과 유기농산물은 195.8%, 무농약 농산물은 181.8% 비싼 것으로 나타났음

[표 106] 일반 농산물 대비 친환경농산물(유기농, 무농약) 가격 비교(2차)

(단위 : 원, %)

구분	단위	일반	유기농		무농약	
			가격	일반 농산물 대비	가격	일반 농산물 대비
백미	4kg	12,586	27,141	215.7	22,015	174.9
고구마	800g	4,225	6,368	150.7	6,260	148.2
감자	1kg	3,610	8,262	228.9	6,386	176.9
토마토	1kg	10,715	14,288	133.3	14,780	137.9
당근	500g	2,619	6,222	237.6	5,936	226.7
풋고추	150g	2,480	4,000	161.3	3,522	142.0
양파	1kg	2,368	4,485	189.4	4,331	182.9
대파	300g	1,322	3,300	249.6	3,498	264.6
평균	-	-	-	**195.8**	-	**181.8**

* 자료 : KAMIS(농산물유통정보), 10월 26일 기준 자료

4. 수입 친환경 농식품 판매 비중

○ 친환경 인증 매출액 중 수입 친환경 인증품의 비중을 조사한 결과, 대형마트에서 타 부류 대비 과일의 수입 비중이 높았음

- 수입 친환경 과일 비중은 대형마트가 12.9%로 가장 높았고, 다음으로 전문점 8.5%, 백화점 3.6% 순으로 나타남
- 가공식품에서의 수입 친환경 비중은 백화점이 12.7%로 가장 높았고, 전문점 8.2%, 생협 3.0%, 대형마트 2.1% 순으로 나타남

[표 107] 수입 친환경 농식품 판매 비중

(단위 : %)

품목	친환경전문점	생협	대형마트	백화점	SSM
양곡	-	-	0.8	-	0.8
쌀	-	-	0.3	-	0.9
채소	0.1	-	5.4	-	6.5
과일	8.5	0.3	12.9	3.6	0.5
축산	0.4	-	-	1.0	-
가공	8.2	3.0	2.1	12.7	-
비식품	1.7	-	2.4	9.7	-
기타	21.1	-	-	-	-

* 주 : 전문점 4개(초록마을, 올가홀푸드, 새농, 학사농장), 생협 4개(아이쿱, 한살림, 두레생협,

행복중심생협), 대형마트 3개(이마트, 롯데마트, 홈플러스), 백화점 3개(롯데, 신세계, 갤러리아), SSM 2개(킴스클럽, 이마트에브리데이) 응답

5. 친환경 인증품 취급 비중

○ 양곡, 채소, 과일의 3개 부류에 대해 업태별 인증품 취급 비중을 살펴보면, 채소는 대형마트, 백화점, SSM에서 GAP 인증품 비중이 상대적으로 높게 나타나고, 과일의 경우는 전문점, 생협, 생협에서 GAP 인증품의 비중이 높게 나타남

- 양곡은 친환경전문점에서 친환경 인증품 비중이 87.7%로 높게 나타나고 있고, 대형마트에서는 GAP 인증품의 비중이 5.6%로 상대적으로 높게 나타남
- 채소는 생협에서 친환경 인증품 비중이 98.5%로 매우 높게 나타나고 있으며, 대형마트, 백화점, SSM에서는 GAP 인증품의 비중이 5.1~6.7%로 상대적으로 높게 나타나고 있음
- 과일은 생협을 제외하고 친환경 인증품 비중이 절반을 넘지 못하고 있으며, 친환경전문점의 경우 GAP 인증품 취급 비중이 35.5%에 이르고 있음
- 과일의 GAP 인증품 비중이 높은 이유는 2016년 저농약인증이 폐지되면서 저농약인증 과일 농가들의 상당수가 상위 인증(무농약, 유기농)으로 전환하지 않고 GAP 인증으로 전환하였기 때문임

[표 108] 업태별 일반 및 인증품 취급 비중 비교

(단위 : %)

구분	양곡			채소			과일		
	친환경	GAP	일반[1)]	친환경	GAP	일반[1)]	친환경	GAP	일반[1)]
친환경전문점	87.7	0.3	12.0	87.8	0.5	11.7	28.8	35.5	35.7
생협	73.0	0.0	27.0	98.5	0.5	1.0	56.5	13.3	30.2
대형마트	3.5	5.6	90.9	7.9	5.1	87.0	1.4	4.2	94.4
백화점	2.3	0.0	97.7	9.3	6.7	84.0	5.4	9.5	85.1
SSM	1.3	0.7	98.0	8.6	5.5	85.9	0.5	1.4	98.1

* 주 1 : '일반'에는 자체 인증품도 포함됨
* 주 2 : 전문점 4개(초록마을, 올가홀푸드, 새농, 학사농장), 생협 4개(아이쿱, 한살림, 두레생협, 행복중심생협), 대형마트 3개(이마트, 롯데마트, 홈플러스), 백화점 3개(롯데백화점, 신세계백화점, 갤러리아 백화점), SSM 2개(롯데슈퍼, 이마트에브리데이) 응답

6. 친환경농산물의 가격 결정 방식

○ 친환경농산물 판매가격의 결정 방법은 58.8%가 '공급자와 협상'으로 나타났으며, 다양한 방식을 혼합하고 있다는 응답은 29.4%로 나타남

[표 109] 친환경농산물 가격 결정 방식

(단위 : 개소, %)

구분	응답 수	비중
공급자와 협상	10	58.8
도매시장 가격 참조	0	0.0
생산(제조)원가+이윤	1	5.9
기타	1	5.9
혼합	5	29.4
합계	17	100.0

7. 전국 매장별 가격 동일 여부

○ 전국 매장별 가격이 같은지에 대한 조사에서는 13개소(81.3%)가 가격이 같다고 응답하였고, 3개소(18.8%)는 같지 않다고 응답하였음

[표 110] 전국 매장별 가격 동일 여부

(단위 : 개소, %)

구분	응답 수	비중
같다	13	81.3
같지 않다	3	18.8
합 계	16	100.0

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제6장

애로사항 및 정책 건의

가. 취급상의 애로사항

○ 친환경농산물 판매장을 운영하는 데 있어 애로사항은 친환경농산물 공급의 어려움, 소비자 인지도 부족, 친환경 가공식품의 제조 및 공급의 어려움 등이 제시되었음

○ 특히, 이번 조사에서는 유통업체의 가장 큰 애로사항으로 생산 농가가 줄어 친환경농산물 원물을 조달하는 것이 어렵다는 의견이 가장 많았고, 이전에는 과일류 조달의 어려움이 많았다면, 이번에는 농산물 전반에 있어 조달의 어려움을 언급함

○ 주요 애로사항을 정리하면, 생산 농가의 축소(기후변화, 노령화)로 안정적 물량 조달 어려움, 경기 침체로 인한 소비자의 친환경농산물 구매력 하락, 친환경 인증 가공식품 기준의 현실 적용 어려움을 중심으로 많이 언급하였음[18)]

나. 정책 건의

○ 유통업체에서는 애로사항 개선을 위해 친환경농산물 생산 확대를 위한 생산 농가 지원을 가장 중요한 개선과제로 제시하였음

- 이전에는 친환경농산물에 대한 홍보 강화가 가장 많이 언급되었는데, 이번 조사에서는 유통업체의 물량 확보를 위한 생산 농가 지원 확대가 가장 많이 언급되었음

○ 또한 홍보에 관한 내용도 빠지지 않고 제기되었는데, 친환경농산물의 개념을 환경과 가치 중심으로 변경하여, 이를 중심으로 소비자의 인식 개선을 유도하는 홍보를 강화하여 친환경농산물 소비를 확대하자는 의견이 많이 제기되었음

○ 그리고 가공상품의 다양성을 위해 가공업체에 대한 지원 필요성과 가공식품 인증 규제 완화 및 친환경 가공식품을 확대할 수 있는 인증제도 개선이 필요하다는 점을 언급하였음

○ 이 외에 친환경농산물 판매장 신규 개설시 인건비 및 시설 지원, 수매자금 지원 및 확대, 친환경농산물 가격체계 확립, 농식품부 할인행사에 적용 등을 언급하였음

18) 애로사항의 상세 내용은 다음 페이지 표 114 참조

[표 111] 친환경농산물 취급상 애로사항

구분	내용
전문점	- 친환경 생산 농가 축소(생산 농가 인건비, 부자재비 상승의 어려움 호소) ・특히 인력이 많이 들어가는 품목의 재배를 꺼림(농가 고령화, 외국인 노동력 부족) - 기후변화로 인한 생산 농가 어려움 - 친환경 가공상품 제조업체 감소 - 일반 농산물 대비 높은 가격으로 고객 구매력 약화 - 안정적인 공급 어려움 - 안정적인 수요처 확보 어려움으로 생산자의 인증 취소 - 친환경 농가에 대한 정부 지원 미비 - 친환경 급식에서도 GAP 및 로컬푸드 취급이 늘어나 농가들이 생산 꺼림 - 경기 침체로 인한 소비 감소
생협	- 친환경 가공식품 인증제도 변경 필요(원료 수급 등의 문제) - 친환경농산물 원료 매입 수매자금 부족 - 친환경농산물 인증 및 표시 제도개선 필요(기관별 해석 상이 등 현장에서 애로 발생) - 일반 농산물 대비 가격탄력성이 낮아 일반 농산물 가격 하락 시 판매 부진 - 농가 고령화 등으로 지속적인 친환경농산물 생산 불투명 - 일반 대형마트 뿐만 아니라 생협, 전문점도 할인지원 등 정부 정책지원 필요
대형마트	- 산지 농가 감소로 물량 공급 한계 - 친환경농산물 가격의 객관적인 기준 부재로 인한 가격책정 어려움 - 친환경농산물 생산에 대한 지원이 부족하여 인증을 포기하는 농가 증가 - 친환경가공식품에 대한 높은 인증 기준으로 인해 생산 및 소비 활성화 애로 - 친환경농식품에 대한 정책 부족과 소비자 인식 부족 - GAP, 저탄소 등 다양한 인증으로 소비자 혼란 등 친환경 인증에 대한 인식 하락 - 일반 농산물 대비 가격이 비싸 소비자 구매 하락
백화점	- 친환경 농가 감소로 원물 조달의 어려움 ・친환경 농가 인증 유지 어려움, 친환경 재배 효율성 감소 - 친환경농산물 원물 공급이 어려워 GAP 등 타 인증 농산물로 구색 변경 - 과일은 특히 유기농, 무농약 인증을 구매하기 어려워 친환경 상품의 다양성 및 고객 접근성 떨어짐 - 최근 금리 인상 및 물가 상승으로 폐업한 친환경 인증 취급자 다수 발생 - 스마트팜이 증가함에 따라 기존 유기농에 관한 관심 감소
SSM	- 친환경농산물의 원물 연중 공급 불가 - 일반 농산물 대비 가격경쟁력이 떨어져 고객 수요 감소 - 로컬푸드 등 다른 콘텐츠에 고객을 빼앗겨 소비자 유인 감소 - 한정된 친환경 농가에 따른 높은 작물 시세 및 수급 불안정 - 친환경농산물에 대한 소비자 인식 부족 - 친환경 포장재 취급에 원가 부담
로컬푸드 직매장	- 친환경농산물에 대한 소비자 인식 부족

[표 112] 정부의 정책지원 방안

구분	내용
전문점	- 친환경농산물 생산 농가 지원 필요 ・인건비 지원 사업 혹은 물류 지원 사업 등 - 기후변화 및 안정적 공급을 위한 생산 농가의 친환경농법 교육 확대 필요 - 친환경 가공상품 제조업체 지원 필요(HACCP 인증 취득 지원, 홍보 등) - 친환경농산물 활성화를 위한 소비자 홍보 강화 - 친환경 농가 직불제도를 통해 관행 농산물 대비 친환경농산물 생산비 격차 보전 정책 필요 - 지속가능한 농업과 친환경농산물의 환경적 가치 인식 제고 필요 - 생산 농가의 인력 부족 문제 해소를 위해 외국인 인력 조달 및 농어촌 인력 지원 등 제도 도입 필요 - 로컬푸드직매장 등 지원이 편중되어 있는데, 친환경 매장에 대해서도 특별 지원 검토 필요 - 친환경농산물의 필요성을 강조하는 다양한 홍보 지원 사업 강화 - 친환경농산물 판매장 개설 및 운영 관련 지원금 확대 ・친환경농산물 판매장 신규 개설시 저리 및 정책자금 지원 ・친환경농산물 판매장 신규 인력(청년) 등 인건비 지원 - 친환경 판매장의 근본적인 개념 변경 및 확대(카페, 베이커리, 반찬가게 등으로 확대)
생협	- 친환경 가공식품 기준 변경 필요(가공원료 수급의 유연성 확대 연계 방안) - 친환경농산물 수매자금 지원 및 확대 - 친환경농산물 인증법 및 표시제도의 관계기관별 법적 해석 단일화 및 현실화 - 친환경농산물의 안정적인 유통을 위한 정책자금 지원(물류센터, 배송 차량 등) - 친환경 인증제도의 신뢰성 강화를 위한 방안 마련 필요
대형마트	- 친환경농산물의 시세 체계 확립 필요 - 안정적인 생산을 위한 생산 농가의 시설 및 비용에 대한 지원 필요(냉방비, 난방비 지원 등) - 친환경 인증 농산물에 대한 집중 육성 필요 - 친환경농산물에 대한 국가적 차원의 적극적인 홍보 필요 - 친환경농산물에 대한 소비자 인식 개선 필요 - 농식품부 할인행사 시, 친환경농산물 적극 지원 필요
백화점	- 친환경농산물 생산 농가 확대를 위한 지원 필요 - 친환경농산물과 GAP 인증 등 소비자의 인증제도 인식 어려움이 있음. 인지도 강화를 위한 교육 및 홍보 필요
SSM	- 안정적인 생산을 위한 생산 농가의 시설 및 비용에 대한 지원 필요(냉방비, 난방비 지원 등) - 친환경농산물 소비 인식 제고를 위한 홍보 지원 필요 - 친환경농산물 소비 활성화를 위한 장려 쿠폰 또는 지원금 필요 - 친환경농산물 재배 농가를 위한 교육 및 운영 지원 필요 - 다양한 채널(방송, 온라인 블로거, 유튜브, SNS 등)을 통한 홍보 방안 마련 필요
로컬푸드 직매장	- 친환경농산물의 먹거리 우선 정책과 홍보 - 친환경농산물의 최저가격 보상 정책 등 가격 관련 정부 지원 필요

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



제7장

정책제언[19]

19) 본 제7장 정책제언의 내용은 제6장의 내용 중 정책 요구사항을 중심으로 정리한 것이며, 일부 내용은 연구자들이 부연 설명을 붙이거나, 해당 내용을 구체화한 것임

가. 친환경농산물에 대한 개념 및 이미지 정립

○ **(현황) 친환경농업 및 친환경농산물에 대한 개념 및 이해도 낮음**

- 친환경 농어업과 친환경농산물[20]의 정의는 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」에 '환경'을 중심으로 기술되어 있음
- 그러나 친환경농산물 소비자 인식조사에서는 친환경농산물을 구매하는 이유 1순위가 친환경농산물이 안전할 것 같아서(2022년 43.6%, 2023년 43.5%)로 나타나는 등 소비자는 '안전'을 우선 생각하고 있음

○ **(정책제언) 친환경농산물의 개념 및 이미지 정립을 위한 홍보 강화**

- ① 친환경농업의 궁극적인 가치를 알리는 것이 중요하므로, 국가(정부) 차원의 홍보 확대 필요
- ② 친환경농업에 대한 과정 및 가치 중심의 홍보 강화

○ **(효과) 친환경 인증에 대한 이해도 증대 및 가격 저항성 약화**

나. 친환경농산물 생산 농가 확대

○ **(현황) 친환경농산물 생산 농가 지속적 감소**

- '22년 친환경농산물 생산 농가와 재배면적은 '21년 대비 각각 8.4%, 7.8% 감소하여 최저 수준임
- 이에 따라 유통업체는 친환경농산물 조달의 어려움을 겪고 있어 이번 조사에서 유통업체에서는 생산 확대를 위한 농가 지원을 애로사항 및 정책지원 사항으로 가장 많이 응답하였음
- 미국의 유기농 시장은 '00년 86억 1,200만 달러에서 '20년 532억 8,600만 달러로 20년간 519% 성장해 세계에서 가장 큰 시장으로 자리 잡음. 또한 친환경농업 경작지도 꾸준히 증가해 '00년 71만 9,000ha에서 '20년 232만 7,000ha로 6%의 연평균성장률을 보이고 있음. 유럽 역시 친환경농업 시장이 계속해서 증가하고 있음

○ **(대책) 생산 농가 확대를 위한 정책지원 확대**

- ① 친환경농산물 생산을 위해 필요한 친환경 농자재는 일반농자재 대비 3~5배 비싸므로 친환경 농자재 구매를 위한 자금 지원

20) 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」에 따르면 '친환경 농어업'이란, 생물의 다양성을 증진하고, 토양에서의 생물적 순환과 활동을 촉진하며, 농어업생태를 건강하게 보전하기 위하여 합성농약, 화학비료, 항생제 및 항균제 등 화학 자재를 사용하지 아니하거나 사용을 최소화한 건강한 환경에서 농산물·수산물·축산물·임산물(이하 "농수산물"이라 한다)을 생산하는 산업'을 말하고 있음. 또한 '친환경농수산물'이란 친환경 농어업을 통하여 얻는 것을 일컫고 있음

- ② 일반 농산물에서 친환경농산물로 전환하고자 하는 농가에 초기 소득 보전을 위한 생산비 지원
- ③ 안정적인 생산을 위한 생산 농가의 시설 및 비용 지원(냉방비, 난방비 지원 등)
- ④ 미국에서는 유기농 인증을 받은 생산자를 대상으로 '유기농 인증 비용 분담 정책'을 적용해 인증 비용의 일부를 추후 환급하고 있으며, 이외에도 '유기농 환경개선 장려', '보전 관리 책무' 등을 적용해 재정적·기술적 지원을 시행하고 있어 관련 정책을 우리나라에도 도입하는 방안을 연구

다. 친환경 인증에 대한 소비자의 이해도 제고

○ **(현황) 다양한 인증제로 인한 소비자의 친환경 인증 인식 애로**

- GAP, 저탄소, 원료에 따른 친환경 가공식품, HACCP 인증 등 다양한 인증의 존재로 인해 소비자뿐만 아니라 유통업체 담당자도 정부 인증에 대한 혼란을 겪고 있음
- 일부 매장에서는 모든 국가 인증 제품과 로컬푸드 상품이 한 공간에 혼재되어 판매되고 있어 친환경 인증에 대한 소비자의 이해도를 떨어뜨리고 있음

○ **(대책) 소비자의 친환경 인증에 대한 이해도 제고**

- ① 각종 인증에 대한 정부의 정책 방향을 우선 정립(종합적인 대책 필요)
- ② 친환경 인증에 대한 소비자 인식을 개선하기 위한 다양한 홍보 전략 구사 필요
- ③ 인증에 대한 구분 여부를 주기적으로 조사하여, 친환경 홍보정책과의 환류 강화

라. 임산부 친환경농산물 지원 사업 확대

○ **(현황) 현재 중앙정부(부처)의 임산부 친환경농산물 사업 중단, 지자체 자체 시행**

- 농림축산식품부의 '임산부 친환경농산물 지원 사업'은 2020~2022년까지 3년 동안 실시하여 많은 호응을 받았음. 당시에는 한시 지원으로 시작하여 매년 시범사업 기간을 연장하는 방식으로 추진하였고, 현재는 농식품바우처 실증 연구 사업이 시범 운영되고 있음. 2025년부터 초등학생 및 임산부 농산물 지원 사업과 통합하여 확대할 계획임. 현재는 각 지자체에서 임산부 친환경농산물 지원 사업을 자체적으로 시행하고 있음
- 한국농촌경제연구원의 임산부 친환경농산물 지원 사업 평가에 따르면 참여자의 만족도가 5점 만점에 3.86점, 사업 이후 친환경농산물 재구매 의향도 3.89점, 응답자의 76%는 친환경농산물을 바라보는 인식이 긍정적으로 변하는 등의 큰 효과가 있었음

○ **(대책) 기존에 성과가 확인된 사업에 대해서는 계속 예산 확보 및 확대를 위한 노력 필요**

○ **(효과) 친환경 생산 농가의 안정적인 생산과 생산 확대 및 소비자(임산부)의 친환경농산물 인식 제고**

마. 가공식품에 대한 친환경 인증제도 정비

○ **(현황) 유기가공식품, 무농약원료 가공식품의 2가지 친환경 인증 가공식품 운영**

- 유기가공식품 : 유기농 인증을 받은 농축산물 95% 이상 사용한 가공식품
- 무농약원료 가공식품 : 무농약원료 50% 이상, 유기/무농약원료를 사용한 가공식품
- 설문에 참여한 이해관계자 다수가 가공식품에 대해 애로사항으로 언급하였는데, 원료의 지속적이고 충분한 물량이 확보되지 않은 상태에서 현재의 가공식품 인증체계를 유지 확대하는 것은 어려움이 있다는 진단임
- 특히 친환경 생산 기반이 약화하고 있는 상황에서, 원료 사용 규정을 준수하기가 어렵다는 반응이 많음

○ **(대책) 친환경 인증 가공식품 인증제도 개선**

- 친환경 가공식품의 인증 기준에 대해, 현장에서 애로를 겪는 부분을 해소하는 방향으로 개선 검토(단, 장기발전을 염두에 두고 제도개선 여부 판단 필요)

바. 친환경농산물 가격 기준 마련

○ **(현황) 국내 친환경농산물 가격참고 기준 전무**

- 현재 친환경농산물의 가격을 결정하는 방식은 공급자와의 협상 58.8%, 혼합방식[21] 29.4%로 나타났음. 유통업체에서는 친환경농산물 가격의 객관적인 기준 부재로 인한 가격책정의 어려움을 애로사항으로 매년 제기하고 있음
- 현재 유통업체의 친환경농산물 가격은 대부분 일주일 단위[22]로 변경되고 있는데, 이 조사 주기 변경 시 가격책정에 어려움을 겪고 있는 것임

○ **(대책) 국내 친환경농산물 가격참고 기준 제안**

- 친환경농산물의 경우 도매시장과 같이 공개적으로 가격을 결정하는 기구를 가지고 있지 않기 때문에, 조사가격을 통해 가격을 발표하는 방식이 있을 수 있음
- aT를 통해 조사하는 '친환경농산물 소매가격'을 확대하여 신뢰도를 개선하거나, 소매가격 조사와 aT의 '공공급식 전자조달시스템'상의 학교급식 공급단가 등을 결합하여 가격을 산출하는 방식 등 다양한 방식으로 가격 산출을 시도할 필요가 있음

21) 혼합방식=(공급자와 협상)+(도매시장 가격참고)+(생산(제조)원가+이윤)
22) 10개 업체 중 7개가 1주일 단위로 가격이 변동되고 있으며, 1개소는 2주일, 2개소는 업체의 내부 결정 방식에 따라 가격을 설정하고 있음

참고. 전년 조사 결과와 정책제언 비교

[표 113] 정책제언 비교표

2022	2023
온라인에 대한 물류 관련 정책지원 확대	친환경농산물에 대한 개념 및 이미지 정립
가치 중심의 소비 유도	친환경농산물 생산 농가 확대
대형마트 등 일반 유통경로로의 소비자 접근도 유지정책 필요	친환경 인증에 대한 소비자의 이해도 제고
친환경 인증에 대한 소비자의 이해도 제고	임산부 친환경농산물 지원 사업 확대
산업 자체의 규모 확대를 위한 노력	가공식품에 대한 친환경 인증제도 정비
친환경 취급점에 대한 실적 데이터 관리 협조	친환경농산물 가격 기준 마련
친환경농산물 유통경로 조사 연구 필요	

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



부록

설문지 및 조사표

친환경농산물 소비자 인식조사

안녕하십니까?
저희는 aT 한국농수산식품유통공사의 조사 위탁을 받은 조사 전문기관인 글로벌알앤씨입니다.
본 조사는 친환경농산물 등(무농약, 유기농)과 그 가공식품(유기가공식품 및 무농약원료가공식품)의 유통현황, 소비자 구매 태도 등 친환경농산물 소비 진흥 정책에 필요한 기초자료를 수집하기 위해 진행되고 있습니다.
귀하께서 응답하신 내용은『통계법』제33조, 제34조와 개인정보보호법에 따라 엄격히 보호되오니 바쁘고 번거로우시겠지만 잠시만 시간을 내어 조사에 협조해 주시면 대단히 감사드리겠습니다.

주 관 기 관 : 한국농수산식품유통공사
조사 수행기관 : 글로벌리서치이엑스

[개인정보 수집·이용에 관한 동의]
1. 수집 목적 : 설문 의뢰, 설문 응답자 확인 및 답례품 발송
2. 수집 항목(필수) : 휴대전화 번호
3. 기타 : 개인정보 제공에 동의하지 않거나 사실과 다른 정보를 제공하는 경우 답례품 지급 대상에서 제외됩니다. 개인정보 수집 및 이용에 동의하십니까?

1. 동의함 2. 동의하지 않음

농림축산식품부 | 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

설문 대상 확인을 위한 선정 질문입니다.

SQ1. 귀하의 거주지역은 어디입니까?
__시/도 __시/군/구 __읍/면/동

SQ2 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?
1. 10~19세 → 설문 종료
2. 20~29세
3. 30~39세
4. 40~49세
5. 50~59세
6. 60~69세
7. 70세 이상 → 설문 종료

SQ3. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
1. 남성
2. 여성

Section A. 구매행태 및 인식 조사

A1. 귀 가정의 농산물이나 가공식품의 구매 주기는 어떻게 되시나요?

1. 거의 매일 2. 1주에 3~4번 3. 1주에 1~2번
4. 2주에 1번 5. 1개월에 1번 6. 2개월에 1번 혹은 그 미만
7. 구매하지 않음 → 설문 종료

A2. 귀하께서는 농산물이나 가공식품을 본인이 직접 구매하시나요?

1. 직접 구입 2. 가족(부모, 배우자 등)이 구입 → 설문 종료

A2-1. 귀하께서는 농산물이나 가공식품을 주로 어디에서 구매하시나요? 자주 구매하시는 순서대로 2곳을 골라주십시오. 1순위_____, 2순위_____

1. 산지 생산자 직거래
2. 생협 또는 친환경농산물 전문매장(한살림, 초록마을, 올가홀푸드, 두레, 자연드림 등)
3. 대형마트(이마트, 롯데마트 등)
4. 농협/축협 매장(농협하나로마트 등)
5. SSM(롯데슈퍼, GS더프레시 등)
6. 백화점
7. 홈쇼핑
8. 온라인 새벽 배송(SSG, 마켓컬리, 오아시스, 로켓프레시 등)
9. 일반 인터넷/온라인(오픈마켓 등)
10. 편의점
11. 일반 소매점
12. 전통시장
13. 기타 ( )

A3. 귀하께서는 다음과 같은 친환경농산물 및 그 가공식품에 대해 얼마나 알고 계시나요?

▸ **친환경농산물**
농업생태계를 건강하게 보전하기 위하여 합성농약, 화학비료를 사용하지 아니하거나 사용을 최소화한 건강한 환경에서 생산한 '유기농산물'과 '무농약농산물'을 포함하여 이르는 말

▸ **유기농산물**
합성농약과 화학비료를 전혀 쓰지 않고 재배하는 농산물

▸ **무농약농산물**
농약을 전혀 사용하지 않고 화학비료를 권장량의 1/3이내로만 사용하여 재배하는 농산물

▸ **유기가공식품**
유기인증을 받은 농축산물을 95%이상 원료로 사용한 가공식품

▸ **무농약원료가공식품**
유기 및 무농약 인증을 받은 농축산물을 50%이상 원료로 사용한 가공식품

	전혀 모름	잘 모름	보통	약간 알고 있음	잘 알고 있음
1. 친환경농산물	1	2	3	4	5
2. 유기농산물	1	2	3	4	5
3. 무농약농산물	1	2	3	4	5
4. 유기가공식품	1	2	3	4	5
5. 무농약원료가공식품	1	2	3	4	5

[A3에서 단 한 문항이라도 '보통~잘 알고 있음'으로 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다]

A3-1. 귀하께서는 평소 친환경농산물 및 그 가공식품의 정보를 어디서 얻고 있나요?

자주 이용하시는 곳을 2개만 선택해 주십시오. 1순위_____, 2순위_____

1. TV
2. 지면(신문/잡지)
3. 온라인 포털 사이트
4. 온라인 커뮤니티(밴드, 맘카페 등)
5. SNS(트위터, 인스타그램 등)
6. 전시회/판촉물
7. 관련 기관 홈페이지
8. 친환경농산물 전문점
9. 대형마트(이마트, 롯데마트 등)
10. 백화점
11. 지인(가족・친구・동료 등)을 통해
12. 기타( )

A4. 귀하께서는 '국내산' 친환경농산물 및 그 가공식품을 얼마나 신뢰하시나요?

전혀 신뢰하지 않음	별로 신뢰하지 않음	보통	어느 정도 신뢰함	매우 신뢰함
1	2	3	4	5

A5. 귀하께서는 '수입산' 친환경농산물 및 그 가공식품을 얼마나 신뢰하시나요?

전혀 신뢰하지 않음	별로 신뢰하지 않음	보통	어느 정도 신뢰함	매우 신뢰함
1	2	3	4	5

A6. 귀하께서는 '국내산' 친환경농산물 및 그 가공식품을 수입산에 비해 얼마나 신뢰하시나요?
(국내산을 기준으로 응답해주세요)

전혀 신뢰하지 않음	별로 신뢰하지 않음	보통	어느 정도 신뢰함	매우 신뢰함
1	2	3	4	5

[A6에서 '전혀 신뢰하지 않음~별로 신뢰하지 않음'으로 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]

A6-1. 귀하께서 **국내산 친환경농산물 및 그 가공식품**을 수입산보다 선호하지 않는 이유는 무엇인가요?

1. 가격이 비싸서
2. 해외 인증을 더 신뢰해서
3. 구입하기 편리해서(교통시설, 배달, 가까운 거리 등)
4. 품질(모양, 색상, 신선도 등)이 국내산보다 좋아서
5. 해외 친환경농산물을 소비함으로써 얻는 개인적인 만족감
6. 기타(구체적으로 : _____)

[A6에서 '어느 정도 신뢰함~매우 신뢰함'으로 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]

A6-2. 귀하께서 **국내산 친환경농산물 및 그 가공식품**을 수입산보다 더 선호하는 이유는 무엇인가요?

1. 가격은 비싸지만 국내제품을 신뢰해서
2. 국내 인증을 더 신뢰해서
3. 구입하기 편리해서(교통시설, 배달, 가까운 거리 등)
4. 품질(모양, 색상, 신선도 등)이 좋아서
5. 국내산 친환경농산물을 소비함으로써 얻는 개인적인 만족감
6. 기타(구체적으로 : _____)

[A6-1에서 '2. 해외 인증을 더 신뢰해서'를 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]



A6-3. 국내에서도 친환경 인증제도를 시행 중입니다. 국내 인증보다 **해외 인증을 더 신뢰**하는 주된 이유는 무엇인가요?

1. 미국, 유럽 등 친환경 선진국의 체계가 더 뛰어날 것 같아서
2. 재배 방식 등 국내 친환경농산물 생산자에 대한 불신
3. 일반품 끼워팔기 등 국내 친환경농산물 유통 과정에 대한 불신
4. 부실인증 등 국내 친환경농산물 인증기관/체계에 대한 불신
5. 기타(구체적으로 : _____)

Section B. 구매 태도 조사

B1. 귀하께서는 최근 1년 이내 친환경농산물 및 그 가공식품을 구매하신 적이 있나요?

1. 구매한 적이 있다 → B1-3 이동
2. 구매한 적이 없다 → B1-1 이동

[B1에서 '2. 구매한 적이 없다'를 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]

B1-1. 귀하께서는 그 이전(2022년 8월 이전)에는 친환경농산물 및 그 가공식품 구매하신 적이 있나요?

1. 구매한 적이 있다
2. 구매한 적이 없다

[B1에서 '2. 구매한 적이 없다'를 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]

B1-2. 귀하께서 최근 1년 이내 친환경농산물 및 그 가공식품을 구매하지 않은 이유는 무엇인가요? 주된 이유를 3가지만 선택해 주십시오. 1순위 ( ) 2순위 ( ) 3순위( )

1. 일반 농산물보다 가격이 비싸서
2. 친환경농산물에 관심이 없어서
3. 구매하려는 친환경농산물이 매대에 없어서
4. 친환경농산물에 관한 정보가 없어서
5. 일반 농산물과 품질(모양, 색상) 차이가 없어서
6. 맛이 없어서
7. 친환경농산물 인증제도를 신뢰하지 않아서
8. 기타( )

[B1에서 '1. 구매한 적이 있다'를 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]
[B1에서 '2. 구매한 적이 없다'를 선택하신 분은 B8로 이동하여 주시기 바랍니다.]

B1-3. 귀하께서 친환경농산물 및 그 가공식품을 구매하는 이유는 무엇인가요? 가장 중요하게 생각하는 이유를 3가지만 선택해 주십시오. 1순위 ( ) 2순위 ( ) 3순위( )

1. 환경보호에 기여할 수 있어서
2. 친환경농산물이 일반 농산물에 비해 더 안전할 것 같아서
3. 가족의 건강을 위해(질병 예방·치유 등)
4. 맛이 좋아서
5. 국가의 관리기준에 부합하는 인증(친환경인증)을 받은 제품이라서
6. 일반 농산물보다 품질(모양, 색상)이 좋아서
7. 가격이 일반 농산물과 큰 차이가 나지 않아서
8. 기타( )

B1-3-1. 귀하께서 친환경농산물 및 그 가공식품을 어디에서 구매하시나요? 구매하고 계신 곳을 모두 선택하여 주십시오.

1. 산지 생산자 직거래
2. 생협 또는 친환경농산물 전문매장(한살림, 초록마을, 올가홀푸드, 두레, 자연드림 등)
3. 대형마트(이마트, 롯데마트 등)
4. 농협/축협 매장(농협하나로마트 등)
5. SSM(롯데슈퍼, GS더프레시 등)
6. 백화점
7. 홈쇼핑
8. 온라인 새벽 배송(SSG, 마켓컬리, 오아시스, 로켓프레시 등)
9. 일반 인터넷/온라인(오픈마켓 등)
10. 편의점
11. 일반 소매점
12. 전통시장
13. 기타 ( )

B1-3-2. 아래 언급된 판매처 이외에 귀하께서 친환경농산물 및 그 가공식품을 구매하고 싶은 곳과 이유를 응답해주시기 바랍니다.

▸ 친환경농산물 구매처
1. 산지 생산자 직거래
2. 생협 또는 친환경농산물 전문매장(한살림, 초록마을, 올가홀푸드, 두레, 자연드림 등)
3. 대형마트(이마트, 롯데마트 등)
4. 농협/축협 매장(농협하나로마트 등)
5. SSM(롯데슈퍼, GS더프레시 등)
6. 백화점
7. 홈쇼핑
8. 온라인 새벽 배송(SSG, 마켓컬리, 오아시스, 로켓프레시 등)
9. 일반 인터넷/온라인(오픈마켓 등)
10. 편의점
11. 일반 소매점
12. 전통시장

a. 장소	
b. 이유	

B1-3-3. 친환경농산물 및 그 가공식품을 앞에서 선택하신 장소에서 구매하시는 이유는 무엇인가요? 구매하신 장소별로 이유를 모두 선택해 주십시오.

문항	타 판매처에 비해 저렴한 가격	판매처나 판매자에 대한 신뢰	다양한 판촉 행사	다양한 품목 구비	소포장 등 다양한 단위로 판매	공급 주기가 짧아 신선한 제품 구비	고품질/ 고급 제품 구비	기타 ( )
1. 생산자 직거래	1	2	3	4	5	6	7	8
2. 생협 및 친환경농산물 전문매장(두레, 초록마을, 한살림, 자연드림, 올가홀푸드 등)	1	2	3	4	5	6	7	8
3. 대형마트(이마트, 롯데마트 등)	1	2	3	4	5	6	7	8
4. SSM(롯데슈퍼, GS더프레시 등)	1	2	3	4	5	6	7	8
5. 백화점	1	2	3	4	5	6	7	8
6. 농협/수협/축협 매장 (농협하나로마트 등)	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 홈쇼핑	1	2	3	4	5	6	7	8
8. 온라인 새벽 배송 (SSG, 마켓컬리, 오아시스, 로켓프레시 등)	1	2	3	4	5	6	7	8
9. 일반 인터넷/온라인 (오픈마켓 등)	1	2	3	4	5	6	7	8
10. 편의점	1	2	3	4	5	6	7	8
11. 일반 소매점	1	2	3	4	5	6	7	8
12. 전통시장	1	2	3	4	5	6	7	8
13. 기타( )	1	2	3	4	5	6	7	8

B1-3-4. 귀하께서는 친환경농산물 및 그 가공식품에 대한 교육 또는 체험행사 등에 참여한 적이 있으신가요?

1. 참여한 적 있다
2. 참여한 적 없다

[친환경농산물 및 그 가공식품을 인터넷에서 구매하신 응답자만 응답하여 주시기 바랍니다.]

B2. 귀 가정에서는 1년 전(2022년 8월 이전)과 비교하여 온라인 쇼핑 혹은 인터넷을 통한 친환경농산물 및 그 가공식품의 구매 비중은 어떠신가요?

1. 줄어들었다.
2. 비슷하다.
3. 늘어났다.

[친환경농산물 및 그 가공식품을 인터넷에서 구매하신 응답자만 응답하여 주시기 바랍니다.]

B3-1. 평소 온라인 쇼핑 혹은 인터넷을 통해서 친환경농산물 및 그 가공식품을 얼마나 자주 구매하는 편이신가요?

1. 거의 매일
2. 1주에 3~4번
3. 1주에 1~2번
4. 2주에 1번
5. 1개월에 1번
6. 2개월에 1번 혹은 그 미만

[친환경농산물 및 그 가공식품을 인터넷에서 구매하신 응답자만 응답하여 주시기 바랍니다.]

B3-2. 온라인 쇼핑 혹은 인터넷을 통해 친환경농산물 및 그 가공식품을 한 번 구매하실 때 평균 얼마 정도의 금액을 지출하시나요?

1. 5천원 미만
2. 5천원~1만 원 미만
3. 1만 원~3만 원 미만
4. 3만 원~5만 원 미만
5. 5만 원~10만 원 미만
6. 10만 원 이상

B4. 귀하께서 최근 1년 이내 구매한 적이 있는 친환경농산물 및 그 가공식품 품목을 모두 선택하여 주십시오.

1. 과실류(감, 배, 포도 등)
2. 과채류(딸기, 수박, 오이, 가지 등)
3. 근채류(무, 당근, 연근 등)
4. 두류(콩, 팥, 녹두 등)
5. 맥류(밀, 보리 등)
6. 미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)
7. 버섯류(새송이, 느타리버섯 등)
8. 산채류(도라지, 더덕, 산나물 등)
9. 서류(감자, 고구마 등)
10. 엽경채류(상추, 숙주나물, 쑥, 배추 등)
11. 잡곡류(메밀, 수수 등)
12. 조미채소류(고추, 마늘, 피망 등)
13. 특용작물류(땅콩, 참깨 등)
14. 유기가공식품(두부, 버터, 커피, 엿류 등)

B5. 귀하께서 최근 1년 이내 구매하려고 했으나 친환경농산물 및 그 가공식품 품목이 없어서 구매하지 못한 적이 있으신가요?

1. 있다　　2. 없다

B6. 귀하께서 농산물이나 가공식품을 구매할 때마다 특별히 친환경농산물 및 그 가공식품으로만 구매하는 품목이 있으신가요?

1. 있다　　2. 없다 → B7 이동

[B6에서 '1. 있다'를 선택하신 분만 응답하여 주시기 바랍니다.]

B6-1. 귀하께서 특별히 친환경농산물 및 그 가공식품으로만 구매하시는 품목을 모두 선택하여 주십시오.

1. 과실류(감, 배, 포도 등)
2. 과채류(딸기, 수박, 오이, 가지 등)
3. 근채류(무, 당근, 연근 등)
4. 두류(콩, 팥, 녹두 등)
5. 맥류(밀, 보리 등)
6. 미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)
7. 버섯류(새송이, 느타리버섯 등)
8. 산채류(도라지, 더덕, 산나물 등)
9. 서류(감자, 고구마 등)
10. 엽경채류(상추, 숙주나물, 쑥, 배추 등)
11. 잡곡류(메밀, 수수 등)
12. 조미채소류(고추, 마늘, 피망 등)
13. 특용작물류(땅콩, 참깨 등)
14. 유기가공식품(두부, 버터, 커피, 엿류 등)

B7. 귀하께서 구입한 친환경농산물 및 그 가공식품의 산지는 어디인가요?

1. 국내산　　2. 수입산　　3. 국내산과 수입산 둘 다

[B7에서 구매한 산지의 친환경농산물 및 그 가공식품만 평가하여 주시기 바랍니다]

B7-1. 귀하께서 구입한 친환경농산물 및 그 가공식품에 얼마나 만족하시나요?

	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
B7-1-1. **국내산** 친환경농산물 및 그 가공식품	1	2	3	4	5
B7-1-2. **수입산** 친환경농산물 및 그 가공식품	1	2	3	4	5

[A7-1에서 국내산에 대해 '매우 불만족~불만족'으로 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]

B7-2. 귀하께서 국내산 친환경농산물 및 그 가공식품에 대해서 **불만족 하시는 이유**는 무엇인가요?

1. 가격이 비싸서
2. 구매하려는 품목이 매대에 없는 경우가 많아서
3. 국내산 친환경농산물을 판매하는 곳이 주변에 많지 않아서
4. 품질(모양, 색상)이 좋지 않아서
5. 기타(　　)

[A7-1에서 수입산에 대해 '매우 불만족~불만족'으로 선택하신 분만 응답해 주시기 바랍니다.]

B7-3. 귀하께서 수입산 친환경농산물 및 그 가공식품에 대해서 **불만족 하시는 이유**는 무엇인가요?

1. 가격이 비싸서
2. 구매하려는 품목이 매대에 없는 경우가 많아서
3. 국내산 친환경농산물을 판매하는 곳이 주변에 많지 않아서
4. 품질(모양, 색상)이 좋지 않아서
5. 기타( )

B8. 향후 구매하고 싶으신 친환경농산물 및 그 가공식품 품목을 모두 선택하여 주십시오.

1. 과실류(감, 배, 포도 등)
2. 과채류(딸기, 수박, 오이, 가지 등)
3. 근채류(무, 당근, 연근 등)
4. 두류(콩, 팥, 녹두 등)
5. 맥류(밀, 보리 등)
6. 미곡류(쌀, 현미, 찹쌀 등)
7. 버섯류(새송이, 느타리버섯 등)
8. 산채류(도라지, 더덕, 산나물 등)
9. 서류(감자, 고구마 등)
10. 엽경채류(상추, 숙주나물, 쑥, 배추 등)
11. 잡곡류(메밀, 수수 등)
12. 조미채소류(고추, 마늘, 피망 등)
13. 특용작물류(땅콩, 참깨 등)
14. 유기/무농약농산물(두부, 버터, 커피, 엿류 등)
15. 구매 의향 없음

B10. 다음은 친환경농산물 및 그 가공식품에 대한 태도를 묻고 있습니다.
귀하는 아래 항목들에 대해서 얼마나 동의하시나요?

문항	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통 이다	약간 그런 편이다	매우 그렇다
1. 친환경농산물 소비는 농업환경보전을 위하는 길이다	1	2	3	4	5
2. 친환경농산물이 면역력 등 건강 증진에 도움이 된다	1	2	3	4	5
3. 친환경농산물이 일반 농산물보다 농약, 오염에 더 안전하다	1	2	3	4	5
4. 친환경농산물이 일반 농산물보다 맛, 식감, 외형 등 품질이 더 뛰어나다	1	2	3	4	5

B11. 귀하께서는 일반 농산물과 비교해서 친환경농산물 및 그 가공식품의 가격이 몇 퍼센트 정도 비싸면 적절하다고 보시나요? (**비싸게 살 이유가 없다고 생각하시면 "비싸게 살 이유 없음" 선택**)

			%

비싸게 / 9. 비싸게 살 이유 없음

Section C. 잔류농약 허용기준 인식조사

C1. 귀하께서는 PLS제도에 대하여 알고 계시나요?

> PLS 제도란?
> 농약허용기준 강화제도로 생산자의 안전한 농약 사용과 잔류농약으로부터 소비자를 보호하기 위해 2019년부터 시행된 제도로 농약성분을 등록하고 잔류허용기준*을 설정하여 관리하고 등록되지 않거나 관리기준이 없는 경우 일률기준(0.01ppm)을 적용하도록 관리하는 제도입니다.
>
> *잔류허용기준(MRL)
> 평생동안 매일 섭취해도 건강에 이상이 없는 안전한 수준으로 입증된 잔류 농약 수치

1. 이전부터 알고 있었다　　2. 이번에 처음 알게 되었다

C2. 귀하는 친환경농산물 하면 가장 먼저 떠오르는 것은 무엇인가요? (순서대로 2개 선택)
1순위(　　)　　2순위(　　)

1. 최종 생산물에 농약이 전혀 검출되지 않는 안전한 농산물이다.
2. 건강한 먹거리 생산을 위해 농약 잔류허용기준 내에서 안전하게 생산된 농산물이다.
3. 단순 농약 검출여부 보다 지속가능한 친환경농법을 통해 생산한 농산물이다.
4. 농약과 화학비료를 사용하지 않거나 최소량만을 사용하여 생산한 농산물이다.
5. 우리 자연생태계와 농사환경을 유지, 보전하면서 생산한 농산물이다.

> **<친환경농산물 잔류농약허용기준>**
> ◉대한민국 : 불검출
> ◉미국 : 일반 농산물 허용기준의 1/20이하　　◉EU·영국 : 일반 농산물 허용기준
> ◉독일 : 0.01ppm 이하　　◉이탈리아 : 불검출

C3. 귀하는 우리나라의 친환경농산물이 얼마나 안전하다고 생각하십니까?

전혀 안전하지 않다	안전하지 않은 편이다	보통	안전한 편이다	매우 안전하다
1	2	3	4	5

C5. 우리나라와 달리 미국과 유럽연합(EU)의 친환경 인증은 농약이 검출되더라도 일정 수준의 잔류농약허용기준치 이하이면 친환경농산물로 인증하고 있다는 사실을 조사 참여 이전부터 알고 계셨나요?

1. 이전부터 알고 있었다　　2. 이번에 처음 알게 되었다

> **<친환경농산물 인증 기준>**
> 대한민국 : 농약 불검출 시 친환경 인증
> 미국 : 잔류농약허용기준(MRL)의 1/20 이하일 경우 친환경 인증
> 유럽연합(EU) : 나라마다 차이가 있으나 대부분 일반 농산물 허용기준으로 친환경 인증

C6. 현재의 엄격한 국내 농약검출 기준을 친환경농업 육성 및 시대상황 등을 고려하여 미국과 유럽연합(EU) 등 국제적인 수준으로 조정한다면 친환경농산물을 구입할 의향이 있으신가요?

1. 구매할 것이다
2. 구매하지 않을 것이다
3. 잘 모르겠다

[C6에서 '2. 구매하지 않을 것이다'와 '3. 잘 모르겠다'를 선택하신 분만 응답해주시기 바랍니다.]

C6-1. 국내 친환경농산물 잔류농약 기준을 일반 농산물의 어느 정도의 수준까지 조정한다고 가정하면, **구입할 의향**이 있으신가요?

1. 불검출(현행 기준)
2. 일반 농산물의 1/20이하
3. 일반 농산물의 1/10이하
4. 일반 농산물의 1/5이하
5. 일반 농산물의 1/2이하
6. 기타 ( )

C7. 일반 농산물의 농약 잔류허용기준이 1ppm이라고 가정할 때, 친환경농산물의 잔류농약 인 증 기준은 어느 정도가 적당하다고 생각하시나요?

1. 1ppm (일반 농산물 기준과 같음)
2. 0.5ppm (일반 농산물 기준의 1/2)
3. 0.2ppm (일반 농산물 기준의 1/5)
4. 0.1ppm (일반 농산물 기준의 1/10)
5. 0.05ppm (일반 농산물 기준의 1/20)
6. 0ppm (불검출되어야 함)

응답자 특성 질문

마지막으로 자료의 분류를 위해 몇 가지 여쭙겠습니다.
응답 내용은 통계적인 용도로만 사용되며 비밀이 보장되오니 솔직히 말씀해주시기 바랍니다.

DQ1. 귀 댁의 가구원 수는 본인을 포함하여 모두 몇 명입니까? _____명

▸ 가구원이란 혈연이나 혼인관계와는 상관없이 가구 내에서 동거하면서 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 분을 말합니다.
▸ 학업(해외 유학 포함), 지방 근무(해외 근무 포함), 군복무, 치료 및 요양 등 일시적인 이유로 떨어져 살고 있는 직계가족은 포함됩니다.
▸ 입주 도우미 등 함께 살더라도 생계를 같이 하지 않는 경우는 포함되지 않습니다.

[DQ1에서 자녀가 1명 이상이신 분만 응답해주시기 바랍니다.]

DQ2. 현재 귀하의 자녀는 어떻게 되십니까?

1. 있음( )명 2. 없음

DQ3. 귀하께서 아래 연령대에 속한 자녀가 있으시다면, 각 연령대별로 귀하의 자녀수를 응답해 주시기 바랍니다.

영유아 (0~4세)	유치원생 (5~7세)	초등학생 (8~13세)	중학생 (14~16세)	고등학생 (17~19세)	성인 (20세 이상)
( )명	( )명	( )명	( )명	( )명	( )명

DQ4. 실례지만, 귀 댁의 월 평균 가구소득은 얼마입니까? 세전 소득으로 응답해 주시기 바랍니다.
(보너스, 은행이자 등을 모두 포함하여 말씀해 주십시오.)

1. 199만 원 이하
2. 200-299만 원
3. 300-399만 원
4. 400-499만 원
5. 500-599만 원
6. 600-699만 원
7. 700-799만 원
8. 800만 원 이상

DQ5. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

1. 농/임/어업
2. 자영업
3. 판매/영업/서비스직
4. 생산/기능/노무직
5. 사무/관리/전문직
6. 무직/퇴직
7. 주부
8. 학생
9. 기타( )

DQ6. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

1. 초등학교 졸업 이하
2. 중학교 졸업
3. 고등학교 졸업
4. 전문대학교(2~3년제) 졸업
5. 대학교 졸업 이상

설문조사에 응해주셔서 대단히 감사드립니다.
본 조사는 **한국농수산식품유통공사**의 의뢰로 진행되었습니다.

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

친환경 농식품 판매장 조사표

본 설문조사는 농림축산식품부 친환경농업과와 한국농수산식품유통공사가 공동으로 실시하는 조사입니다. 이 조사는 친환경 농식품 판매장의 현황과 업체들의 애로사항을 조사하기 위해 실시하고 있습니다.

조사 결과는 친환경 농식품 유통정책 수립을 위한 기초자료로만 활용될 예정이며, 정책 목적 외에 타 용도로 활용되지 않습니다. 따라서 성의껏 응답해 주시기를 부탁드립니다.

조사와 관련된 세부 문의 사항은 조사 담당 기관인 ㈜농제연의 염윤미 연구원(☎ 02-784-2331, 010-9799-9992)에게 연락주시기 바라며, 작성하신 조사지는 이메일(6449992@naver.com) 또는 팩스(02-784-2330)로 송부하여 주시면 감사하겠습니다.

〈작성 시 유의 사항〉

① 설문에서 제시한 분류기준 등이 귀사와 맞지 않는 경우, 최대한 유사한 기준에 따라 작성해주시고, 특기사항은 별도로 언급하여 주십시오.

② 문항 하단의 주석은 반드시 읽어보신 후 작성하여 주십시오.

③ 귀사가 취급하는 전체 친환경 농축산물(수산물 및 수산가공품은 조사대상에서 제외)을 대상으로 조사하는 것이오니, 맡은 업무가 특정 부류에 한정되어 있다면, 타 부서의 통계를 취합하여 작성을 부탁드립니다.

1. 친환경 농식품을 판매하는 **점포 수를 아래에 기재하여 주십시오. 타사 매장에 숍인숍 형태로 출점한 경우는 해당 기업명과 숍인숍매장수를 기재하여 주십시오. 다만 여러 업체에 숍인숍으로 출점한 경우는 대표 기업명만 기재하여 주십시오.**

구분	2022
전체 판매장 수	
숍인숍 매장 수 (기업명 :)	

주 : 판매장 수 기준은 해당 연도 말일을 기준으로 기재해주십시오.

2. **친환경 농식품의 매출액을 해당 연도에 기재하여 주십시오. 그리고 반드시 아래 내용을 읽어보신 다음 작성하여 주십시오.**

① 전체 매출액에는 인증제품과 비인증제품 구분없이 부류 전체(수입포함) 매출액을 적어주십시오.

② 친환경인증 매출액에는 **『유기농, 무농약, 유기축산물, 유기가공식품, 무농약원료가공식품』만 포함합니다.** 따라서 **저탄소, GAP, 자체인증, "무항생제" 등의 여타 인증은 제외**됩니다.

③ 양곡과 과일에 포함되지 않는 것은 모두 채소에 포함하여 주십시오. 즉 버섯류, 특용작물 등이 여기에 해당됩니다.

④ 농산물 중 과일에 포함되는 것은 사과, 배 등의 과실류와 딸기, 참외, 수박 등 과일로 인식되는 과채류를 포함합니다.

⑤ 비식품은 공산품, 애완동물 관련 상품 등 사람이 식용하는 식품 이외의 것입니다.

⑥ 기타는 양곡, 농산물, 축산, 가공식품, 비식품 이외의 제품입니다.(예를 들어, 까페, 베이커리 등의 매출 등)

(단위 : 억원)

구 분		전체 매출액①	친환경 인증 매출액②	친환경 인증 매출액 중 수입산 인증품 비중
양곡	전체			%
	쌀			%
농산물	채소③			%
	과일④			%
축산				%
가공식품				%
비식품⑤				%
기타⑥				%
합 계				%

3. **2016년 저농약인증 폐지로 일부 품목의 조달이 어려워 짐에 따라 『GAP 인증』 등 타 인증의 농산물을 조달하는 사례가 있는 것으로 파악되었습니다. 귀 업체의 GAP 인증 취급 비중은 어떻게 되십니까? GAP 인증비중은 전체 매출액 대비 비중으로 기재하여 주십시오.**

구 분	양곡	농산물	
		채소	과일
GAP 비중	%	%	%

※ 전체 매출액은 2번문항 기준

4. **2022년 기준, 전체 친환경농산물 매출액 중 '온라인몰'을 통해 판매되는 비율은 몇 % 입니까?**

자체 온라인몰(%), 타사 온라인몰(%)

※ 타사 온라인몰은 자체 온라인몰을 제외한 제휴온라인몰 또는 타사 오픈마켓 등을 말합니다

5. 친환경농산물판매장 및 매출액 확대 계획을 기재하여 주십시오.

※ 2023년 연말은 예상치를 작성하여 주십시오.

5-1. 판매장 확대 계획 (단위 : 개소)

구 분	2023년 연말 기준	2024년
판매장 수		

5-2. 매출액 확대 계획 (단위 : 억원)

구 분	2023년 연말 기준	2024년
매출액		

6. 친환경농산물 인증 신선농산물과 가공식품의 상위 10개 품목의 매출액을 기재하여주십시오. 작성에 앞서 아래 내용들을 읽어보신 후 작성을 부탁드립니다.

① 품목은 부류보다는 구체적인 품목명을 적어주십시오. 예를 들어 유제품이라고 하기보다는 '우유', '요거트', '치즈' 등의 구체적인 품목으로 구분하여 주십시오.

② SKU를 기초로 품목을 구분하지 마시고, 해당 품목의 모든 상품은 합산하여 작성하여 주십시오. 예를 들어 '사과 3입 봉지'와 '사과 5kg 상자'는 '사과'라는 동일한 품목으로 분류하여 합산하여 주십시오.

6-1. 2022년 친환경농산물 인증 기준 신선농산물 상위 10개 품목의 매출액을 적어주십시오.

구 분	농산물(양곡+과일+채소)	
	품목	매출액(백만원)
1위	*예)사과*	
2위	*배추*	
3위		
4위		
5위		
6위		
7위		
8위		
9위		
10위		

6-2. 2022년 친환경인증 기준 가공식품 상위 10개 품목의 매출액을 적어주십시오.

구 분	가공식품	
	품목	매출액(백만원)
1위	*예)우유*	
2위	*치즈*	
3위		
4위		
5위		
6위		
7위		
8위		
9위		
10위		

7. 귀사의 친환경농산물 가격 결정 방법은 무엇입니까? ( )

①공급자와 협상　　②도매시장 가격 참조

③생산(제조)원가+마진　　④기타( )

8. 귀사는 전국 매장별 가격을 동일하게 유지하십니까? ( )

①동일하다.　　②동일하지 않다.

9. 귀 판매장(업체)의 2022년 기준 1인 1회 평균 구매 금액은 얼마입니까?

(원)

10. 귀하는 일반 농산물 상품 가격 대비 친환경농산물 상품의 「판매가격」은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까? (%)

※ 참고로 동일하면 100%, 20% 높아야 한다면 120%로 기재하여 주십시오.

11. 친환경 농식품 취급에 있어서 애로사항 및 정책적 지원이 필요한 부분을 자유롭게 기술하여 주십시오.

애로사항	
개선사항	