

머 리 말

올해로 우리는 농업 근대화 100주년을 맞이했습니다. 과거 한때 식량자급이 농업의 최대 화두였던 적이 있었으나 배고픔과 보릿고개는 벌써 역사의 뒤로 사라지고 이제는 품질 고급화, 건강, 농산물안전성이 새로운 화두로 등장하게 되었습니다.

또한, 현재 활발히 협상중인 한미 FTA를 비롯해 일본, 아세안, 멕시코, 캐나다, 인도 등과 광범위하게 진행되고 있는 FTA, 다자간 DDA 협상 등으로 외국농산물의 유입은 거부할 수 없는 세계적인 추세가 되었으며, 이에 대응하기 위해서는 소비자의 성향을 바로 읽고 그에 맞는 농산물을 생산하고 유통시켜 우리 농산물의 경쟁력을 더욱 높여야 할 것입니다.

요즘 소비자들은 농산물을 구입할 때 대형유통업체를 이용하는 비율이 높아지고 있으며, 필요할 때마다 조금씩 자주 사는 경향을 보이고 있습니다. 또한 품질을 중시해 가격이 높더라도 품질이 좋은 농산물을 구입하는 비중이 점차 증가하고 있으며, 참살이(well-being) 확산과 농산물안전성에 대한 우려로 친환경 농산물에 대한 관심도 커지고 있습니다.

이처럼 농산물 유통의 중심이 재래시장에서 대형유통업체로 옮겨가면서 생산자는 새로운 유통시스템에 적응하기 위해 노력하고, 정부에서도 파렛트 비용을 보조하고 산지유통센터를 지원하는 등 물류효율화 및 표준화를 위한 정책을 펼치고 있습니다. 또한 농산물안전성에 대한 소비자의 요구를 반영해 친환경인증과 GAP(우수농산물인증제도), 생산이력제, HACCP(위해요소중점관리제도) 등을 실시하고 있습니다.

이러한 농업 주변 환경과 소비자의 변화 및 트렌드를 정확하게 읽어 생산자의 의사결정에 도움을 주고 농산물 가격 및 유통개선 정책추진의 기초 자료를 제공하고자 이번에 전국 10개 도시 1,000가구를 대상으로 소비자의 채소류 구입 및 소비패턴을 조사하고 정리하여 자료집으로 발간하게 되었습니다.

이 자료집이 생산자, 유통관련 종사자, 학계, 농정관계자 등 농산물의 생산, 유통 및 소비에 관심을 가진 모든 분들께 도움이 되기를 기대합니다.

2006. 10

농 수 산 물 유통 공 사
정 보 서 비 스 본 부 장



Contents

목 차

제 1 장 조사개요 1

1. 조사배경 및 목적 3
2. 조사의 설계 4
3. 조사품목 및 주요 조사내용 5
4. 표본설계 및 구성(가구기준) 6
5. 실사진행 및 Data 분석방법 7
6. 응답자 특성 9

제 2 장 결과요약 11

1. 구입 장소 13
2. 구입 장소 이용이유 14
3. 구입 시기 및 구입량, 구입횟수 15
4. 구입량 및 구입횟수 16
5. 농산물 구입 시 고려사항 17
6. 가격과 품질 고려 수준 19
7. 소비행태 20
8. 친환경채소 구입행태 22
9. 전략적 생산 및 유통방안 24

제 3 장 조사결과 27

I. 양념류 29

1. 건고추 (고춧가루) 31

가. 건고추 구입 장소	31
나. 건고추 구입 장소 이용 이유	32
다. 건고추 구입 시기	33
라. 건고추 구입 시 고려사항	34
마. 건고추(고춧가루) 구입량 및 연 구입횟수	35
바. 건고추 1회 평균 구입금액	36
사. 고춧가루 1회 평균 구입금액	37
아. 건고추 사용용도	38
자. 선호하는 건고추 규격	39
차. 선호하는 건고추 포장단위	40
카. 건고추 구입 시 가격과 품질 고려 수준	41
타. 건고추(고춧가루) 형태별 구입비율	42
파. 선호하는 건고추 건조방법	43
하. 건고추 건조방법별 선호이유	44

2. 마늘 45

가. 마늘 구입 장소	45
나. 마늘 구입 장소 이용 이유	46
다. 마늘 구입 시기	47
라. 마늘 구입 시 고려사항	48
마. 마늘 구입량 및 연 구입횟수	49
바. 통마늘 1회 평균 구입금액	50
사. 깎마늘 1회 평균 구입금액	51
아. 마늘 사용용도	52
자. 통마늘 선호하는 규격	53
차. 깎마늘 선호하는 규격	54
카. 통마늘 선호하는 포장단위	55
타. 깎마늘 선호하는 포장단위	56
파. 마늘 구입 시 가격과 품질 고려 수준	57
하. 마늘 형태별 구입비율	58
거. 선호하는 마늘 품종	59

3. 양파 60

가. 양파 구입 장소	60
나. 양파 구입 장소 이용 이유	61
다. 양파 구입 시기	62
라. 양파 구입 시 고려사항	63
마. 양파 구입량 및 연 구입횟수	64

바. 양파 1회 평균 구입금액	65
사. 양파 사용용도	66
아. 선호하는 양파 규격	67
자. 선호하는 양파 포장단위	68
차. 양파 구입 시 가격과 품질 고려 수준	69

4. 대파 70

가. 대파 구입 장소	70
나. 대파 구입 장소 이용 이유	71
다. 대파 구입 시기	72
라. 대파 구입 시 고려사항	73
마. 대파 구입량 및 연 구입횟수	74
바. 대파 1회 평균 구입금액	75
사. 대파 사용용도	76
아. 선호하는 대파 규격	77
자. 선호하는 대파 포장단위	78
차. 대파 구입 시 가격과 품질 고려 수준	79
카. 대파 형태별 구입비율	80

5. 참깨 81

가. 참깨 구입 장소	81
나. 참깨 구입 장소 이용 이유	82
다. 참깨 구입 시기	83
라. 참깨 구입 시 고려사항	84
마. 참깨 구입량 및 연 구입횟수	85
바. 참깨 1회 평균 구입금액	86
사. 참깨 사용용도	87
아. 참깨 구입 시 가격과 품질 고려 수준	88
자. 참깨 형태별 구입비율	89

6. 연간 양념류 소비량 변화 90

II. 엽근채류 95

1. 배추 97

가. 배추 구입 장소	97
나. 배추 구입 장소 이용 이유	98
다. 배추 구입 시기	99
라. 배추 구입 시 고려사항	100
마. 배추 구입량 및 연 구입횟수	101
바. 배추 1회 평균 구입금액	102
사. 선호하는 배추 규격	103

아. 선호하는 배추 포장단위	104
자. 배추 구입 시 가격과 품질 고려 수준	105
2. 무	106
가. 무 구입 장소	106
나. 무 구입 장소 이용 이유	107
다. 무 구입 시기	108
라. 무 구입 시 고려사항	109
마. 무 구입량 및 연 구입횟수	110
바. 무 1회 평균 구입금액	111
사. 선호하는 무 규격	112
아. 선호하는 무 포장단위	113
자. 무 구입 시 가격과 품질 고려 수준	114
3. 양배추	115
가. 양배추 구입 장소	115
나. 양배추 구입 장소 이용 이유	116
다. 양배추 구입 시기	117
라. 양배추 구입 시 고려사항	118
마. 양배추 구입량 및 연 구입횟수	119
바. 양배추 1회 평균 구입금액	120
사. 양배추 사용용도	121
아. 선호하는 양배추 규격	122
자. 선호하는 양배추 포장단위	123
차. 양배추 구입 시 가격과 품질 고려 수준	124
4. 상추	125
가. 상추 구입 장소	125
나. 상추 구입 장소 이용 이유	126
다. 상추 구입 시기	127
라. 상추 구입 시 고려사항	128
마. 상추 구입량 및 연 구입횟수	129
바. 상추 1회 평균 구입금액	130
사. 선호하는 상추 규격	131
아. 선호하는 상추 포장단위	132
자. 상추 구입 시 가격과 품질 고려 수준	133
5. 시금치	134
가. 시금치 구입 장소	134
나. 시금치 구입 장소 이용 이유	135
다. 시금치 구입 시기	136
라. 시금치 구입 시 고려사항	137
마. 시금치 구입량 및 연 구입횟수	138

바. 시금치 1회 평균 구입금액	139
사. 선호하는 시금치 포장단위	140
아. 시금치 구입 시 가격과 품질 고려 수준	141

Ⅲ. 과채류 143

1. 오이 145

가. 오이 구입 장소	145
나. 오이 구입 장소 이용 이유	146
다. 오이 구입 시기	147
라. 오이 구입 시 고려사항	148
마. 오이 구입량 및 연 구입횟수	149
바. 오이 1회 평균 구입금액	150
사. 오이 사용용도	151
아. 선호하는 오이 규격	152
자. 선호하는 오이 포장단위	153
차. 오이 구입 시 가격과 품질 고려 수준	154

2. 호박 155

가. 호박 구입 장소	155
나. 호박 구입 장소 이용 이유	156
다. 호박 구입 시기	157
라. 호박 구입 시 고려사항	158
마. 호박 구입량 및 연 구입횟수	159
바. 호박 1회 평균 구입금액	160
사. 호박 사용용도	161
아. 선호하는 호박 규격	162
자. 선호하는 호박 포장단위	163
차. 호박 구입 시 가격과 품질 고려 수준	164

Ⅳ. 기타 165

1. 가공식품 167

가. 김치	167
1) 직접 김치 담그는지 여부	167
2) 1회 평균 담그는 배추김치 포기	168
3) 연간 배추김치 담그는 횟수	169
4) 김치 담그지 않는 이유	170
5) 작년과 올해 김장 계획여부	171
6) 작년과 올해 겨울 김장시 배추와 무 사용량	172
7) 올해 김장을 하지 않는 이유	173
8) 김치 구입 시 주된 구입형태	174

9) 김치 1회 구입량	175
10) 김치냉장고 보유여부	176
11) 김치 연간 소비량 및 조달방법별 비율	177
나. 고추장	178
1) 고추장 연간 소비량 및 조달방법별 비중	178
2) 고추장 구입 시 주요 고려사항	179
다. 된장	180
1) 된장 연간 소비량 및 조달방법별 비중	180
2) 된장 구입 시 주요 고려사항	181
라. 간장	182
1) 간장 연간 소비량 및 조달방법별 비중	182
2) 간장 구입 시 주요 고려사항	183
마. 참기름	184
1) 참기름 구입량 및 연 구입횟수	184
2) 참기름 1회 평균 구입금액	185
3) 참기름 유형별 구입비율	186
4) 참기름 구입 시 주요 고려사항	187
2. 수입농산물	188
가. 수입농산물 식별정도	188
나. 수입농산물 구입조건	189
다. 농산물 구입 시 원산지 확인	190
라. 수입농산물 구입경험	191
마. 수입농산물 구입정도	192
바. 구입한 수입농산물 원산지	193
사. 수입농산물 구입이유	194
아. 가격대비 수입농산물 구입의향	195
자. 수입농산물 안전성	196
차. 수입산 친환경채소 유통 인지여부	197
카. 수입산 친환경농산물 구입경험	198
타. 수입산 친환경농산물 비구입이유	199
파. 수입산 친환경농산물 만족도	200
하. 수입산 친환경농산물 만족/불만족이유	201
3. 채소류 구입 시 안전성	202
가. 채소류 구입 시 안전성 우려정도	202
나. 채소류 세척방법	203
1) 건고추	203
2) 마늘, 양파, 대파	204

3) 업체류	205
4) 근채류	206
5) 과채류	207
4. 친환경채소	208
가. 친환경채소 인지여부	208
나. 친환경채소 최근 구입경험	209
다. 친환경채소 비구입 이유	210
라. 친환경채소 구입 장소	211
마. 구입경험이 있는 친환경채소	212
바. 친환경채소 만족도	213
사. 친환경채소 불만족 이유	214
아. 친환경채소 만족 이유	215
자. 향후 친환경채소 구입의향	216
차. 가격대비 친환경채소 구입의향	217
5. 브랜드 농산물	218
가. 알고 있는 브랜드농산물 유무	218
나. 인지하고 있는 브랜드농산물 생산지 및 브랜드	219
다. 브랜드농산물 인지경로	225
라. 브랜드농산물 구입경험	226
마. 구입경험이 있는 브랜드농산물	227
바. 브랜드농산물 만족도	230
사. 브랜드농산물 만족/불만족이유	231
아. 브랜드농산물 비구입이유	232
자. 농산물 브랜드화에 대한 의견	233
차. 농산물 브랜드화의 필요성	234
V. 부록~통계표	235
VI. 부록-설문지	543

제1장. 조사개요

1. 조사배경 및 목적

가. 조사배경

1) 국내 소비 환경의 변화

- 도시화, 복지수준 향상, 인구 고령화, 맞벌이 부부 증가 등으로 식생활 패턴이 다양화, 고급화, 편의화, 개성화되고, 식품위생 및 안전성을 중시하며 신선식품을 선호
- 대형유통업체의 급성장, 인터넷 쇼핑몰과 TV 홈쇼핑 등 전자상거래의 확산으로 구입 장소 다변화
- Well-being 문화 및 식품에 대한 관심 증대, 소득 증가에 따른 삶의 질 향상 등으로 소비자의 요구가 까다롭고 다양해짐에 따라 채소류에 대한 소비패턴도 다양해짐

2) 국제 무역환경의 변화

- WTO 체제 출범 및 우리의 OECD 가입으로 국제 사회의 무역 개방 압력 가중
- DDA, FTA 등으로 농산물 수입은 급증하는 반면 우리 농산물에 대한 보호는 약화
- ▶ 이와 같은 우리 농업의 대내외적인 환경 변화에 능동적으로 대처하고 위기의 돌파구 마련을 위해 주요 농산물의 소비 패턴을 정기적·지속적으로 파악할 필요가 있음

나. 조사목적

- 급변하는 국민 생활 패턴에 따라 도시가구의 주요 채소류 구입 및 소비 패턴이 어떻게 변화하고 있는지를 파악하여 생산자에게 객관적이고 현실적인 시장 정보를 제공하고, 소비자 지향적인 농산물유통정책 추진의 기초 자료로 이용

2. 조사의 설계

	주요 채소류 소비패턴조사
조사지역	전국 10개 도시(서울특별시, 6개 광역시, 3개 도청소재지)
조사대상	가정주부
표 본 수	총 1,000가구 (최대표본오차: 신뢰구간 95%에서 $\pm 3\%$)
표본추출방법	2단계 층화추출법을 통해 표본추출
자료수집방법	전문면접원의 가구방문 면접조사(Face-to-Face Interview)
자료수집도구	구조화된 질문지 (Structured Questionnaire)
조사기간	2006년 5월 8일 ~ 6월 9일
조사기관	중앙리서치㈜

3. 조사품목 및 주요 조사내용

가. 조사품목

□ 채소류 : 12개 품목(양념류, 엽근채류, 과채류)

- 양념류 : 고추, 마늘, 양파, 대파, 참깨
- 엽근채류 : 배추, 무, 양배추, 상추, 시금치
- 과채류 : 오이, 호박

나. 주요 조사내용

□ 구입행태

- 구입 장소 및 구입 장소 이용 이유, 구입 시기, 구입 시 고려사항
- 연 구입량 및 구입횟수, 1회 평균 구입금액
- 선호하는 포장규격 및 판매단위
- 가격과 품질 고려 정도

□ 소비행태

- 품목별 사용용도
- 연간 소비량 변화 및 증감이유
- 김치 및 김장 관련 행태
- 가공식품류 연간 소비량 및 조달방법별 비율

□ 기타

- 친환경채소 인지도, 구입행태, 만족도 등
- 농산물 안전성 우려도 및 세척방법
- 수입농산물 구입 이유, 구입 의향 등
- 농산물 생산지 및 브랜드 인지도, 만족도 등

4. 표본 설계 및 구성(가구 기준)

가. 표본추출방법

- Step 1 : 일반가구 비율로 조사 지역 층화
- Step 2 : 층화된 조사 지역 내에서 주부연령을 통제변수(Quato Control Variable)로 하는 표본 추출(할당 기준 : 2005년 인구주택총조사 잠정집계결과)

나. 표본구성

일 반 가 구 수		표 본		
전국 총합	15,899,587	비율(%)	할당 표본수	조정된 표본수
서울특별시	3,312,858	41.8	418	330
부산광역시	1,186,890	15.0	150	150
대구광역시	814,886	10.3	103	100
인천광역시	823,579	10.4	104	100
광주광역시	460,300	5.8	58	60
대전광역시	479,318	6.0	60	60
울산광역시	338,991	4.3	43	50
전북 전주시	200,080	2.5	25	50
충북 청주시	217,199	2.7	27	50
강원 춘천시	92,223	1.2	12	50
도시 총합	7,926,324	100.0	1,000	1,000

주1) 통계적으로 의미를 부여할 수 있는 최소 표본(N=50) 확보를 위해 조정된 표본으로 조사 진행

주2) 각 지역별 표본수는 통계청의 2005년 인구주택총조사 잠정집계 결과를 이용하여 산출함

다. 표본보정

- 도시별 최소 표본 확보를 위해 할당된 표본으로 조사하고 분석 시에는 대표성 유지를 위해 조사지역의 인구비율에 맞게 가중치 부여

라. 표본오차

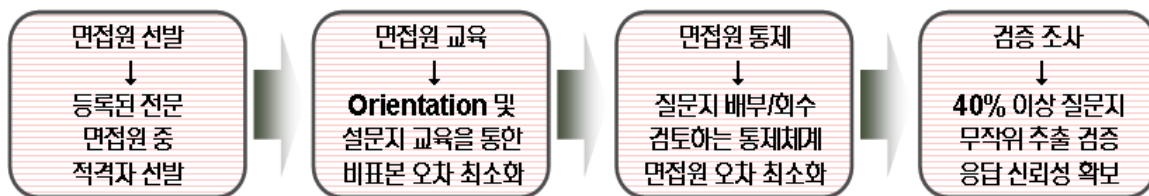
- 신뢰구간 95%에서 $\pm 3.0\%$

5. 실사진행 및 Data 분석방법

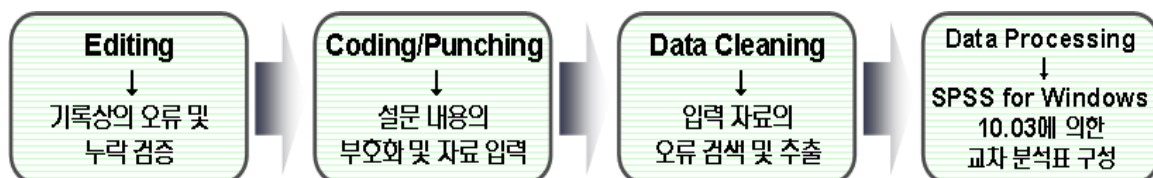
가. 전반적인 실사진행 및 자료처리 System

실사 및 자료 처리는 다음과 같은 절차에 따라 수행하여, 조사에서 발생할 수 있는 비표본 오차를 줄이고, 체계적인 과정을 통해 조사 신뢰도 및 정확도를 높임

1) 자료수집(Fieldwork) System



2) 자료처리(Data Processing) System



나. 실사진행 및 관리

1) 면접원 선발 및 관리

① 면접원 선발

- 공공조사 및 사회여론조사 관련 조사 경험자

② 면접원 교육

- 해당 조사의 목적 및 내용을 충분히 설명
- 설문과정에 나타나는 면접원 오류(Bias) 등을 중점 교육

2) 설문지 회수 및 실사 감독자 점검

① 설문지 회수

- 면접원이 진행한 설문지는 실사 감독자가 바로 수거·점검하여 현장에서 지도

② 실사 감독자 점검

- 회수된 설문지 100% 점검
- Quota 확인
- 설문 내용의 전반적인 Logic Check
- 설문 누락 내용 및 불확실 사항 Check 및 검증 요원 전달

다. 자료검증 및 처리

1) 자료 검증 및 검증결과 처리

① 검증절차

- 실시 시간 : 설문지 회수 익일
- 검증 절차 : i) 면접원별로 완료된 설문지 중 40%를 무작위로 추출
ii) 질문지에 기록된 응답자 전화번호로 검증원이 전화
iii) 해당 응답자와 통화 후 검증문항 질문
- 검증 문항 : i) 실제 조사에 응했는지 여부
ii) 인구통계학적인 특성 중 재질문 (연령 등)
iii) 2~3개 문항을 검증문항으로 선정하여 질문 후 답변 내용 확인

② 검증원

- 전문 검증원으로 구성된 검증팀 투입
- 전문 검증원이 조사 실시 익일부터 조사 완료 이후까지 지속적으로 검증 실시

2) 자료 처리

- ① Editing : 전문 에디터가 설문 회수 시 바로 확인하여 누락된 설문 문항과 설문 Logic 체크
- ② Coding/Punching/Cleaning : 설문내용 부호화 및 자료 입력, 입력된 자료의 오류 검색
- ③ Data Processing : SPSS for Window 10.03으로 교차분석표 구성

6. 응답자 특성

□ 인구비에 의해 가중치를 부여한 결과, 본 조사의 응답자 특성은 다음과 같다.

구 분		응답자수	%	구 분		응답자수	%
전 체		(1,000)	100.0	전 체		(1,000)	100.0
연령별	20대 후반	(136)	13.6	주거형태	단독주택	(264)	26.4
	30대	(309)	30.9		아파트	(578)	57.8
	40대	(292)	29.2		연립다세대/기타	(158)	15.8
	50대 이상	(263)	26.3	가족수	2명 이하	(96)	9.6
거주지역	서울	(418)	41.8		3명	(232)	23.2
	부산	(150)	15.0		4명	(542)	54.2
	대구	(103)	10.3		5명 이상	(131)	13.1
	광주	(58)	5.8	학력별	고졸 미만	(161)	16.1
	대전	(60)	6.0		고졸	(558)	55.8
	인천	(104)	10.4		대졸 이상	(281)	28.1
	울산	(43)	4.3	주부직업	전업주부	(575)	57.5
	전주	(25)	2.5		정규부업	(425)	42.5
	청주	(27)	2.7	자동차보유	보유	(864)	86.4
	춘천	(12)	1.2		미보유	(136)	13.6
권역별	수도권	(522)	52.2	연소득	2000 미만	(64)	6.4
	지방 광역시	(414)	41.4		2000 ~ 2999	(309)	30.9
	중소 도시	(64)	6.4		3000 ~ 3999	(403)	40.3
					4000 이상	(224)	22.4

제2장. 결과 요약

1. 구입 장소

채소류는 주로 재래시장에서 구입

□ 채소류는 재래시장에서 구입하는 비율이 35.2%로 가장 높고, 다음은 대형유통업체 16.5%, 동네채소가게 13.0%, 슈퍼/상가 10.8% 순으로 나타났다.

- 양념류의 경우, 재래시장에서 구입하는 비율이 30.0%로 가장 높고, 친지에게 얻는 경우가 18.5%, 대형할인점에서 구입하는 비율이 13.7%로 조사되어 재래시장>대형할인점>동네채소가게 순으로 많이 이용하는 엽근채류, 과채류와 차이를 보였다.
- '04년에 비해 대형할인점에서 구입하는 비율이 증가하고, 산지와 차량이동행상을 이용하는 비율은 감소했다.

〈채소류 구입 장소〉

(단위:%)

구 분		응답자수	재래시장	대형 할인점	동네채소 가게	슈퍼/ 상가	친지에게 얻음	산지	차량 이동행상	직거래 장터	도매시장	노점상	기타	먹지않음
'04년 평균		(1,017)	33.7	12.0	13.2	11.2	9.9	7.9	6.0	—	2.1	—	1.4	2.6
'06년 평균		(1,000)	35.2	16.5	13.0	10.8	9.6	4.2	2.6	2.0	1.7	1.3	1.0	2.0
양념류	건고추	(1,000)	13.1	2.3	1.4	0.5	34.0	22.8	0.3	3.5	1.9	0.1	0.8	19.2
	마늘	(1,000)	31.9	12.7	4.6	4.9	22.6	11.2	4.0	1.9	4.1	1.0	0.9	0.2
	양파	(1,000)	39.9	20.4	12.4	12.6	3.5	1.0	4.4	1.9	2.1	0.9	0.9	0.0
	대파	(1,000)	39.0	19.5	17.7	12.8	1.8	0.2	3.8	1.5	1.3	1.4	1.0	0.0
	참깨	(1,000)	26.0	13.7	5.2	4.2	30.8	12.1	0.5	3.8	1.9	0.5	1.3	0.0
	평 균		30.0	13.7	8.2	7.0	18.5	9.5	2.6	2.5	2.3	0.8	1.0	3.9
엽근채류	배추	(1,000)	37.4	8.7	13.7	7.8	16.4	2.0	4.9	2.6	3.3	1.0	0.9	1.2
	무	(1,000)	41.8	16.7	17.3	11.4	3.3	0.8	3.1	1.4	1.4	1.8	1.0	0.0
	양배추	(1,000)	38.0	21.7	16.2	14.6	0.3	0.1	1.6	1.2	1.3	0.9	0.9	3.2
	상추	(1,000)	38.3	21.4	15.8	15.9	0.9	0.2	2.0	1.0	0.8	2.3	1.4	0.0
	시금치	(1,000)	40.8	20.3	16.4	14.5	0.3	0.2	2.1	1.3	0.8	2.2	0.9	0.3
	평 균		39.2	17.8	15.9	12.8	4.2	0.7	2.7	1.5	1.5	1.6	1.0	0.9
과채류	오이	(1,000)	38.0	19.9	17.8	15.8	0.4	0.2	2.5	1.7	0.9	1.7	1.1	0.0
	호박	(1,000)	37.7	20.4	17.6	14.9	0.9	0.2	2.4	1.8	1.0	1.6	1.0	0.3
	평 균		37.8	20.2	17.7	15.4	0.7	0.2	2.4	1.7	1.0	1.7	1.1	0.1

2. 구입 장소 이용이유

가까운 곳에서 채소류 구입

□ 채소류를 구입할 때, 가까운 곳에서 구입하는 비율이 30.3%로 가장 높았으며, 다음은 가격이 저렴한 곳 21.7%, 품질이 좋은 곳 20.6% 순으로 나타났다.

- 양념류의 경우 친지에게 얻거나 산지에서 구입하는 비율이 높아 가까운 곳 보다는 품질이 좋고 가격이 저렴한 곳을 선호하는 것으로 나타났다.

〈채소류 구입 장소 이용이유〉

(단위:%)

구 분		응답자수	거리가 가까워서	가격이 저렴해서	품질이 좋아서	품목이 다양해서	믿음이 가서	배달을 해주므로	교통이 편리해서	직원이 친절해서	기타
'04년 평균		(1,017)	34.1	20.0	17.4	11.6	9.1	—	4.3	—	3.5
'06년 평균		—	30.3	21.7	20.6	14.5	7.9	1.8	1.6	1.3	0.4
양념류	건고추	(546)	3.4	16.5	37.5	10.2	31.7	0.2	0.4	0.1	0.0
	마늘	(904)	16.0	24.6	26.9	11.9	17.1	1.2	0.7	0.9	0.7
	양파	(989)	33.5	23.6	17.0	16.6	3.5	2.4	1.7	1.0	0.5
	대파	(996)	37.7	24.2	14.8	15.3	2.7	1.8	1.7	1.2	0.5
	참깨	(819)	14.5	20.2	29.1	11.7	22.0	0.5	1.0	0.8	0.2
	평 균		21.0	21.8	25.1	13.1	15.4	1.2	1.1	1.8	0.4
엽근채류	배추	(899)	29.4	20.1	20.8	16.3	8.2	3.0	1.2	0.9	0.1
	무	(994)	34.6	18.0	20.3	15.7	5.1	3.3	1.7	0.9	0.4
	양배추	(968)	35.1	21.3	19.3	14.4	3.7	2.2	2.1	1.4	0.4
	상추	(998)	34.9	21.2	16.8	16.6	3.8	1.4	2.0	2.8	0.4
	시금치	(997)	36.1	21.8	17.5	14.8	3.9	1.6	2.1	1.7	0.4
	평 균		34.0	20.5	18.9	15.6	4.9	2.3	1.8	1.5	0.3
과채류	오이	(1,000)	35.9	22.1	18.7	14.2	3.4	1.8	2.0	1.5	0.4
	호박	(995)	35.9	24.0	18.0	13.6	3.6	1.6	1.7	1.1	0.4
	평 균		35.9	23.1	18.4	13.9	3.5	1.7	1.9	1.3	0.4

3. 구입 시기

채소류는 주로 필요할 때마다 구입

□ 채소류는 필요할 때마다 구입하는 비율이 80.0%로 가장 높고, 다음은 수확 후 많이 나올 때 10.5%, 일정 기간마다 6.2%, 가장 값이 쌀 때 2.1% 순으로 나타났다.

○ 건고추, 마늘, 참깨 등 장기간 저장할 수 있는 양념류의 경우에는 수확 후 많이 나올 때 구입하는 비율이 상대적으로 높았다.

〈채소류 구입 시기〉

(단위:%)

구 분		응답자수	필요할 때마다	수확 후 많이 나올 때	일정 기간마다	가장 값이 쌀 때	이웃이 많이 살 때	김장철
'04년 평균		(1,017)	80.0	10.5	6.2	2.1	1.1	—
'06년 평균		—	73.8	14.4	6.8	4.4	0.6	0.1
양념류	건고추	(546)	14.7	75.2	4.0	5.0	0.8	0.4
	마늘	(904)	37.6	47.1	9.1	5.0	1.1	0.2
	양파	(989)	74.0	11.3	9.1	5.3	0.3	0.1
	대파	(996)	85.4	1.7	7.9	4.6	0.4	0.0
	참깨	(819)	49.1	36.5	8.4	3.8	2.0	0.2
엽근채류	배추	(899)	67.8	19.5	7.9	3.6	1.0	0.1
	무	(994)	82.0	5.9	6.4	5.2	0.4	0.1
	양배추	(968)	89.0	0.7	5.3	4.8	0.2	0.0
	상추	(998)	89.3	1.5	6.3	2.6	0.3	0.0
	시금치	(997)	87.4	1.8	6.3	4.1	0.4	0.0
과채류	오이	(1,000)	86.4	3.0	6.2	4.1	0.4	0.0
	호박	(995)	87.9	2.9	4.0	4.7	0.5	0.0

4. 구입량 및 구입횟수

연간 구입량은 '04년에 비해 전반적으로 증가

□ 한 번에 구입하는 양은 대체로 감소했으나 연간 구입량은 증가한 품목이 많아, 채소류를 조금씩 자주 구입하는 것으로 나타났다.

○ 필요할 때마다 구입하는 대부분의 품목은 구입횟수가 많았으나 건고추, 마늘, 참깨 등 수확 후 많이 나올 때 구입하는 품목은 구입횟수가 적었다.

〈채소류 구입량 및 구입횟수〉

(단위:%)

구 분		'04년 1회 구입량	'06년 1회 구입량	'06년 연 구입횟수	'04년 연간 구입량	'06년 연간 구입량
양념류	건고추	건고추 15.9근 (고춧가루 7.5근)	건고추 13.6근 (고춧가루 5.3근)	건고추 1.4회 (고춧가루 2.1회)	건고추 17.4근 (고춧가루 10.5근)	건고추 19.0근 (고춧가루 11.2근)
	마늘	5.3kg	통마늘 5.9kg (깎마늘 1.3kg)	통마늘 1.8회 (깎마늘 5.4회)	9.9kg	통마늘 10.9kg (깎마늘 7.0kg)
	양파	3.6kg	2.9kg	11.1회	24.9kg	32.8kg
	대파	1.0단	1.0단	14.6회	13.9단	14.9단
	참깨	1.0kg	1.1kg	2.9회	1.9kg	3.1kg
엽근채류	배추	6.1포기	6.8포기	6.1회	45.0포기	41.5포기
	무	1.7개	1.6개	12.0회	19.5개	19.4개
	양배추	1.0포기	1.0포기	7.0회	5.4포기	7.0포기
	상추	0.4kg	0.3kg	15.1회	5.0kg	5.0kg
	시금치	1.1단	1.2단	12.9회	10.6단	15.0단
과채류	오이	—	3.6개	16.0회	—	58.0개
	호박	—	1.5개	14.7회	—	21.7개

5. 구입 시 고려사항

채소류 구입 시 품질을 가장 고려

1) 주요 채소류 구입 시 고려사항

□ 채소류를 구입할 때 품질을 고려하는 비율이 47.0%로 가장 높으며, 다음은 외양 29.9%, 가격 11.9%, 생산지 9.8% 등을 고려하는 것으로 나타났다.

- 양념류는 품질>외양>생산지, 엽근채류는 품질>외양>가격, 과채류는 외양>품질>가격 등을 고려해서 구입하는 것으로 나타나, 부류별로 조금씩 차이를 보였다. 한편, 건고추, 마늘, 참깨는 생산지를 고려하는 비율이 상대적으로 높았다.

〈채소류 구입 시 고려사항〉

(단위:%)

구 분		응답자수	품질	외양	가격	생산지	안전성	수입여부	포장상태	브랜드/상표	맛
평 균		—	37.8	29.9	11.9	9.8	8.4	1.3	0.7	0.1	0.1
양념류	건고추	(546)	47.0	10.4	8.5	22.6	6.5	4.6	0.4	0.0	0.0
	마늘	(904)	44.8	15.3	9.8	21.4	6.1	2.6	0.1	0.0	0.0
	양파	(989)	37.1	29.5	11.3	11.2	7.4	1.9	1.4	0.0	0.1
	대파	(996)	37.3	31.0	16.4	7.4	6.0	0.4	1.1	0.4	0.0
	참깨	(819)	39.3	13.3	10.0	21.1	9.9	5.0	0.9	0.2	0.1
	평 균		41.1	19.9	11.2	16.7	7.2	2.9	0.8	0.1	0.0
엽근채류	배추	(899)	37.4	34.3	10.4	10.5	6.2	0.5	0.4	0.1	0.1
	무	(994)	37.5	36.5	10.7	6.3	7.9	0.6	0.4	0.0	0.1
	양배추	(968)	32.7	38.3	13.2	5.6	9.3	0.4	0.6	0.0	0.1
	상추	(998)	35.9	31.7	12.9	5.8	12.5	0.6	0.6	0.1	0.1
	시금치	(997)	38.0	33.7	11.8	6.1	8.9	0.6	0.6	0.2	0.1
	평 균		36.3	34.9	11.8	6.9	9.0	0.5	0.5	0.1	0.1
과채류	오이	(1,000)	35.6	36.5	12.9	4.6	9.4	0.5	0.5	0.0	0.1
	호박	(995)	36.4	35.7	12.4	4.5	9.8	0.4	0.8	0.0	0.1
	평 균		36.0	36.1	12.7	4.6	9.6	0.5	0.7	0.0	0.1

2) 가공식품 구입 시 고려사항

□ 가공식품을 구입할 때는 맛을 고려하는 비율이 38.2%로 가장 높고, 다음은 제조회사 13.9%, 안전성 10.8%, 재료의 원산지 6.1% 등을 고려하는데, 가공식품을 구입하지 않는다는 비율도 다소 높았다.

○ 간장, 참기름에 비해 고추장과 된장을 구입하지 않는다는 비율이 더 높았다.

〈가공식품 구입 시 고려사항〉

(단위:%)

구 분	응답자수	맛	제조회사	안전성	재료의 원산지	가격	유전자 재조합 여부	제조일자 (유통기한)	중량	포장상태	구입하지 않음
평 균	(1,000)	38.2	13.9	10.8	6.1	3.7	3.1	2.9	0.9	0.7	19.8
고추장	(1,000)	40.5	12.2	9.3	4.6	2.7	1.7	1.4	0.9	0.5	26.4
간장	(1,000)	41.4	18.9	10.9	3.9	5.2	5.5	2.6	0.4	0.4	10.9
된장	(1,000)	37.0	9.3	8.5	5.1	2.0	4.0	2.7	0.5	0.4	30.5
참기름	(1,000)	33.7	15.1	14.4	10.9	4.9	1.5	4.9	1.7	1.4	11.4

6. 가격과 품질 고려 수준

품질과 가격을 모두 고려해서 채소류 구입

- 채소류를 구입할 때는 품질과 가격을 모두 고려하는 비율이 63.4%로 가장 높았고, 가격이 높더라도 품질이 좋은 것 구입 27.9%, 품질과 가격을 크게 고려하지 않음 6.4%, 품질이 낮아도 가격이 싼 것 구입 2.4% 순으로 나타나 가격보다 품질을 중시하는 경향을 보였다.
- 구입할 때 품질을 고려하는 비율이 높았던 건고추, 마늘, 참깨는 가격이 높더라도 품질이 좋은 것을 구입한다는 응답이 다른 품목에 비해 높게 나타났다.

〈채소류 가격과 품질 고려 수준〉

(단위:%)

구 분		응답자수	품질과 가격을 모두 고려	가격이 높더라도 품질이 좋은 것 구입	품질과 가격에 대해 크게 고려하지 않음	품질은 낮더라도 가격이 싼 것 구입
평 균		—	63.4	27.9	6.4	2.4
양념류	건고추	(546)	48.5	48.0	2.9	0.6
	마늘	(904)	52.8	43.3	2.4	1.6
	양파	(989)	67.5	23.1	5.4	4.1
	대파	(996)	64.0	21.3	10.3	4.4
	참깨	(819)	51.5	38.1	8.3	2.0
엽근채류	배추	(899)	65.4	28.3	4.8	1.5
	무	(994)	66.4	22.6	8.0	3.0
	양배추	(968)	66.5	23.6	7.9	2.0
	상추	(998)	64.7	27.5	6.1	1.7
	시금치	(997)	67.1	25.2	6.2	1.5
과채류	오이	(1,000)	67.3	24.2	6.2	2.2
	호박	(995)	69.4	21.8	6.1	2.7

7. 소비행태

1) 양념류 사용용도

- ☐ 양념류는 조미료로 사용하는 비율이 가장 높으며, 품목마다 증감이 있지만 순위에는 거의 변동이 없다.

〈양념류 사용용도〉

(단위:%)

구 분	응답자수	조미료 (양념)	김치	고추장	절임	국/찌개	전/부침	생식	참기름	기타	무응답/ 모름
건고추	'04년 (1,016)	47.9	45.3	5.5	—	—	—	—	—	1.3	—
	'06년 (1,000)	48.0	48.8	1.8	—	—	—	—	—	—	1.4
마늘	'04년 (1,016)	54.6	39.8	—	4.0	—	—	—	—	1.6	—
	'06년 (1,000)	56.1	41.3	—	2.0	—	—	—	—	0.1	0.4
양파	'04년 (1,016)	40.7	14.9	—	2.0	—	—	6.4	—	36.0	—
	'06년 (1,000)	75.7	—	—	8.5	—	—	15.3	—	0.4	0.1
대파	'04년 (1,015)	27.1	14.1	—	—	53.8	3.6	—	—	1.4	—
	'06년 (1,000)	19.5	2.3	—	—	68.7	9.5	—	—	—	0.1
참깨	'04년 (989)	86.0	—	—	—	—	—	—	12.9	—	1.1
	'06년 (1,000)	89.0	—	—	—	—	—	—	10.0	0.3	0.7

2) 엽근채류(양배추) 및 과채류(오이, 호박) 사용용도

- ☐ 양배추는 쌈채와 샐러드, 오이는 생식 또는 반찬, 호박은 국/찌개 등으로 주로 사용한다.

〈엽근채류 및 과채류 사용용도〉

(단위:%)

구 분	응답자수	쌈채	김치	샐러드	절임	국/찌개	전/부침	생식	반찬	기타	무응답/ 모름
양배추	'04년 (950)	57.0		37.1						5.9	
	'06년 (1,000)	49.3	1.9	45.5						0.4	3.0
오이	'06년 (1,000)		18.3 (소박이)		6.7			39.2	35.7		
호박	'06년 (1,000)					62.7	17.4		19.5		0.4

3) 가공식품의 연간 소비량 및 조달방법

□ 가공식품의 연간 소비량은 '04년에 비해 대체로 감소하였으며, 고추장을 제외한 모든 품목은 직접 담그는 비율이 감소하고 친지에게 얻는 비율은 증가하였다.

〈가공식품 연간 소비량 및 조달방법〉

(단위:%)

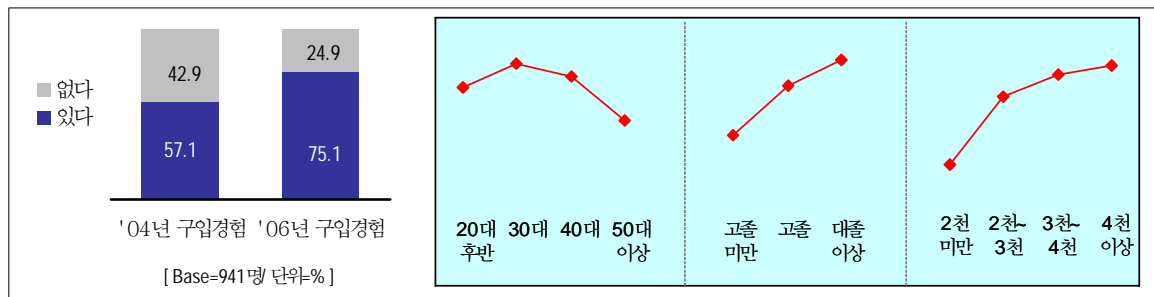
구 분		응답자수	연간 소비량		조달방법			
			가구당	1인당	완제품 구입	친지에게 얻음	직접 담금	기타
김치	'04년	(1,017)	45.9포기	12.5포기	5.4	28.2	66.3	0.1
	'06년	(1,000)	44.6포기	11.9포기	4.4	34.6	60.9	0.0
고추장	'04년	(1,017)	7.4kg	2.0kg	47.9	32.1	19.9	0.1
	'06년	(1,000)	6.7kg	1.8kg	44.0	34.6	21.4	0.0
된장	'04년	(1,017)	7.9kg	2.2kg	35.8	42.7	21.5	—
	'06년	(1,000)	7.6kg	2.0kg	37.7	42.0	20.2	0.2
간장	'04년	(1,017)	5.8 L	1.6 L	60.4	24.4	15.2	—
	'06년	(1,000)	6.0 L	1.6 L	61.3	25.0	13.6	0.1

8. 친환경채소 구입행태

친환경채소 인지자의 75.1%가 친환경채소 구입경험이 있으며, 주로 대형할인점에서 구입

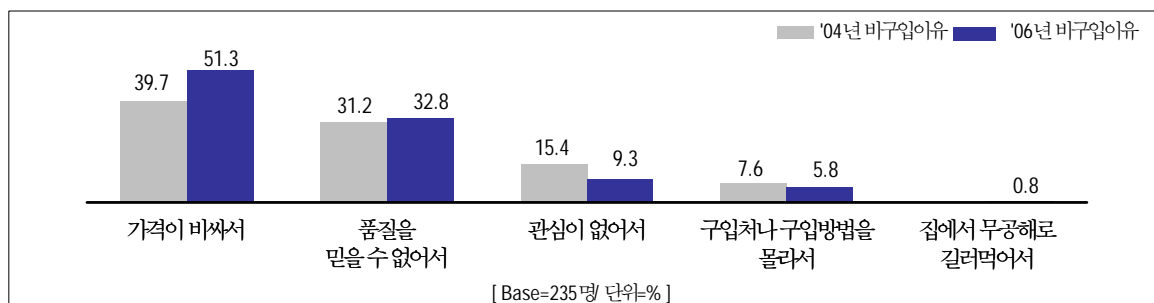
1) 친환경채소 구입경험

- 친환경채소를 알고 있는 응답자의 75.1%가 친환경채소를 구입한 적이 있으며 '04년에 비해 친환경채소를 구입해 본 응답자가 18.0%p 증가했다. 한편, 주부학력과 연소득이 높을수록 구입해 본 비율이 더 높게 나타났다.



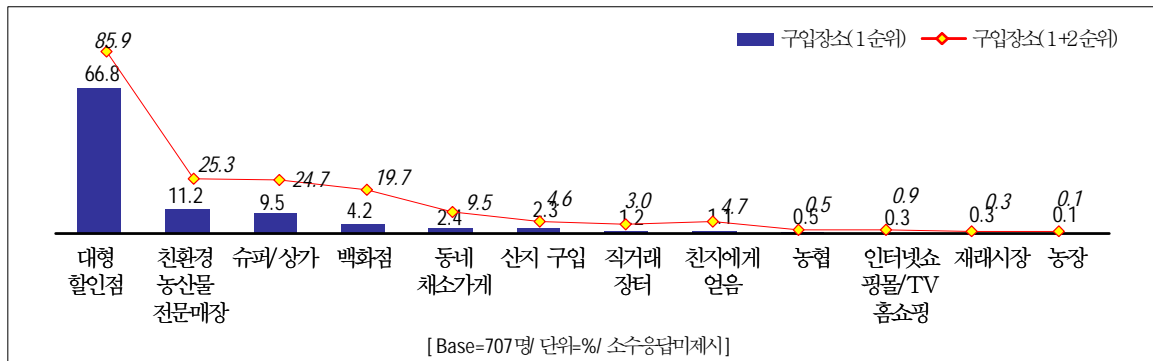
2) 친환경채소를 구입하지 않는 이유

- 친환경채소를 알고 있지만 구입하지 않는 것은 가격이 비싸고 품질을 믿을 수 없기 때문인 것으로 조사되었다.



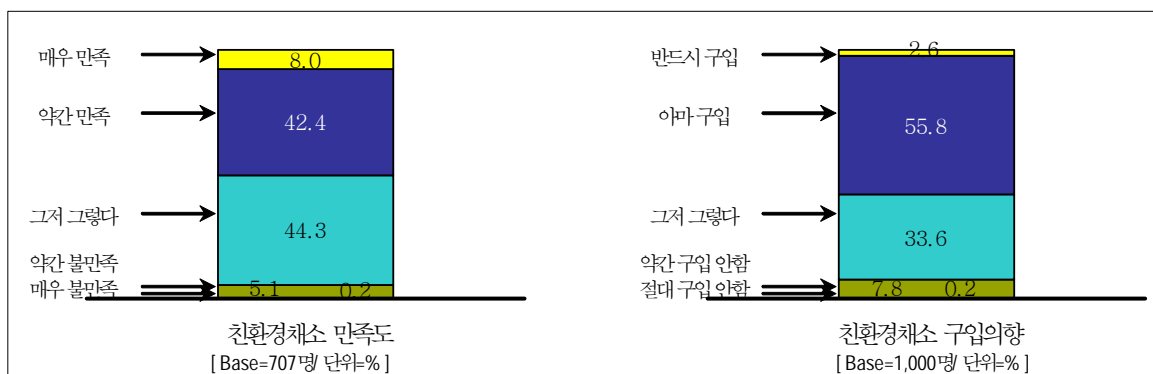
3) 친환경채소 구입 장소

□ 친환경채소는 전문매장이나 백화점 보다는 주로 대형할인점에서 구입하는 것으로 나타났다.



4) 친환경채소 만족도 및 구입의향

□ 친환경채소 구입자의 50.4%가 만족하고 있으며 전체 응답자의 58.4%가 향후 친환경채소를 구입할 의향이 있다고 응답했다.



9. 발전방안

- 채소류는 재래시장에서 구입하는 비율이 높으므로 재래시장 활성화 방안 마련 필요
 - 시설개선자금 지원으로 재래시장을 이용하는 소비자의 편의 도모
 - 상가번영회 등 자체 조직에서 각종 이벤트와 특판 행사를 기획해 고객 유치

- 대형할인점을 이용하는 비율이 증가하므로 이에 맞는 생산 및 유통방안 수립
 - 생산자(단체)는 대형할인점 등 대형유통업체의 다양한 요구에 탄력적으로 대응하기 위해 노력해야 함
 - 상품성이 우수한 물량의 안정적 확보로 거래 규모화 및 지속화를 도모해 적시에 적량을 공급할 수 있는 체계 구축
 - 철저한 선별 및 품질 관리
 - 소비자가 요구하는 특성에 맞춰 적절한 포장단위로 출하
 - 대형할인점은 계약재배 등을 통해 품질 좋고 안전성이 입증된 농산물을 안정적으로 공급받는 체계를 구축해 소비자 만족도 제고
 - 필요할 때마다 조금씩 자주 구입하는 성향을 보이므로 신선편이채소(fresh cut) 등 다양한 소포장 판매

- 소비자의 품질에 대한 요구를 충족시키기 위해 고품질 안전 농산물 생산 및 유통 전략 수립 필요
 - 우수농산물관리제도(GAP, Good Agricultural Practices)를 확대 시행하여 농산물의 생산부터 수확 후 포장까지 모든 위해요소를 관리함으로써 농산물의 안전성 강화체계 구축
 - 생산이력제, 품질인증제도, 원산지 표시제도 등 각종 표시제 이행으로 소비자 신뢰 확보

□ 친환경농산물 유통 활성화 방안 지원

- 친환경농산물 생산이 활발한 생산자(단체)에게 유통시설 및 운송차량 등 지원
- 친환경농산물은 생산자가 직접 운송하는 경우가 많아 일반농산물보다 운송비가 높으므로 물류센터를 설치·운영해 친환경농산물 일괄배송체계 구축
- 각종 매체를 통한 홍보로 소비자의 신뢰도 제고
- 친환경농산물과 일반농산물의 구분이 쉽도록 포장·표시방법 개선
- 대형할인점 뿐 아니라 친환경농산물 전문매장 등 다른 판매처와의 거래 확대 필요

□ 농산물 브랜드의 개발 및 관리 노력

- 품종이나 생산지를 브랜드로 잘못 인지하는 경우가 많으므로 브랜드 인지도 제고에 노력
 - 생산지와 연계되거나 소비자가 선호하는 요소를 포함하는 브랜드명을 짓고, 호감가고 독특한 차별성이 있는 브랜드 이미지 구축
 - 철저한 품질 관리로 품질의 균일성·지속성을 유지
- 산지유통전문조직을 중심으로 공동 브랜드 출하 촉진
 - 공동 브랜드의 범위를 적정하게 하여 품질 및 물량을 효율적으로 관리
 - 대형할인점과 공동으로 브랜드를 개발하는 등 효과적인 브랜드 개발 전략 수립
 - 품질인증제도, 원산지표시제도 등과 연계성을 확보해 소비자의 신뢰도 제고