

사업구분 : 농경공동	Code 구분 : SS01	농업경영(전반기)
연구과제 및 세부과제명	연구기간	연구책임자
산지 농업소득자원 발굴 및 육성 연구	'05	강원도원 작물경영연구과 모영문
산채류 생산 및 유통 효율화 방안 연구	'05	강원도원 작물경영연구과 모영문
색인용어	산지농업, 산채, 생산, 유통, 출하, 판매, 소비자 설문	

ABSTRACT

This study comparatively analyzed the current state of wild plant production and distribution from cultivation aspects for units of cultivation unions around major production centers in four cities and counties in Gangwondo including Wonju, and the problems revealed in the consumption stage through a survey of consumers in 2005. The methods of more efficient production and distribution of wild plants found from this study are summarized below.

A. Analysis of management achievement from wild-vegetables production, processing and distribution

1) Current state of wild plant cultivation

This study revealed that the cultivation areas for a major wild-vegetables (leopard plant¹⁾) were in the descending order of Yanggu > Pyeongchang > Hoengseong > Wonju. The production timing and the number of harvests for leopard plant varied among different regions, while those for some wild-vegetables (*Cirsium setidens*²⁾, *fatsia*³⁾) were similar among different regions. In addition, the earnings per 10a for leopard plant were in the descending order of Pyeongchang > Yanggu > Hoengseong > Wonju. The reason for this was estimated to be caused by the differences of varieties and unit prices as well as the fact that the heights above sea level of Pyeongchang and Yanggu are relatively high and the lower temperature during summer extended the cultivation period for leopard plant, resulting in increased number and volume of harvests.

2) Processing of wild-vegetables

In order to meet the needs of consumers who prefer live plants, pre-cooling and storage facilities must be prepared. All the regions studied were equipped with basic

1) Leopard plant is *Liguraria fischeri* Turcz.
 2) *Cirsium setidens* is *Cirsium setidens* NAKAI
 3) *Fatsia* is *Aralia elata* SEEM

facilities with the exception of Yanggu, and the storage of wild-vegetables by pre-cooling were managed relatively well in Pyeongchang and Hoengseong. Thus, it was found that methods to improve added values through the efficient use of basic facilities and the production of processed products of wild-vegetables were necessary.

3) Current state of wild-vegetables distribution

An analysis of major sales channels by the type of wild-vegetables revealed that the direct sales channels (telephone, Internet, consumers' visits to production centers, small restaurants) formed the mainstream. In some areas, wholesale markets, large distributors (discount stores) and other methods were used. Depending on the distribution channel, producers paid about 7% for commissions. The live wild-vegetables were shipped in boxes of 2 and 4 kg units as soon as they were harvested in most areas studied. The shipping prices of wild-vegetables varied a little by production time, region and shipping destination.

B. Analysis of consumption state of wild-vegetables

1) Major sales channels and criteria for selection of wild-vegetables

The major sales channels for wild-vegetables in this study were large distributors and conventional markets. The reasons that such places were preferred by general consumers were wide selections, low prices, and good quality.

2) Buying and packing types, and preferred units

It was found that consumers usually buy wild-vegetables in live state, and prefer vinyl packing and small packing units of 1kg or less.

3) Buying times and motivation, criteria for product selection

The tendency to buy wild-vegetables occasionally in limited times or when there was a high demand was most prominent, and consumers bought wild-vegetables as healthy food (for well-being) owing to their image of healthy vegetables. In addition, the criteria for selecting wild-vegetables were freshness, production center, place of origin and price.

4) Consideration for wild-vegetables brands and the certificate of environmental friendliness

Consumers responded that the reason for considering brand as a criterion of selecting wild-vegetables was the reliability of producers and the reason for selecting products with the certificate of environmental friendliness was because they were safe. However, there was a high percentage of consumers who were discontented with the high price of environmentally friendly farm products.

5) Experience of imported wild-vegetables and selection criteria

While the experience of buying imported wild-vegetables distributed in Korea was at an average level, the intention to buy imported wild-vegetables was low. However, as there was a higher percentage of consumers who would select imported products depending on prices, the improvement of farm management was required to reduce production costs and enhance the competitiveness of domestic wild-vegetables in the future.

C. Methods for more efficient production and distribution

1) From the production aspects, a systematic production system must be established through the development of whole-year cultivation types.

2) The need for converting to small vinyl packing preferred by consumers was raised.

3) The establishment of various sales channels and the improvement of distribution routes are required.

4) Standardization, grading and scaling by crop are required for the expansion of distribution channels

5) Various processed products must be developed.

6) As domestic products are weaker in price competitiveness, it is important to select wild-vegetables crops as fresh vegetables that can be sold as live products that are difficult to import.

D. Limits and problems in this study

This study could present the small vinyl packing units as a result of survey on the buying units of consumers according to wild-vegetables studied. However, as live vegetables are not shipped in small vinyl packings except for those shipped after first processing for preserved vegetables, it was not possible to analyze management achievements according to shipping in small vinyl packings or derive results of scaling by crop owing to the limited period of study. More researches are required in the future to develop small vinyl packings for different wild-vegetables and analyze management performance according to them, which must be preceded by a study on scaling by crop.

Key words : Wild-vegetable, distribution, Agricultural management, Consumption

1. 연구배경

WTO 체제 출범이후 국내외적으로 농업여건이 어려움에 직면하게 됨에 따라 이러한 여건을 극복하고자 다양한 농업정책이 수립되어 왔으나 상대적으로 농업여건이 불리한 산간지역의 농업은 실질적인 농업정책이 없어 소외되어 왔다. 그러나 최근 지역농업특화사업, 지역농업 클러스터 사업 등을 통해 다양한 소득 작목 개발과 산간지역 농업의 활력을 위하여 정책적으로 모색해 오고 있다. 한편 강원도는 전체 면적 중 81% 정도가 산림으로 이루어져 변화하는 농업여건에 열악한 위치에 있으나 청정지역의 이점과 480여종의 산채로 이용 가능한 야생식물들이 풍부하여 산간지역 소득 작목으로 전환이 가능함으로 인하여 다양한 산채가 재배되어 오고 있으며 이와 더불어 재배면적도 증가하고 있는 추세이다.

산채는 인위적으로 개량 육성되어 포장에서 재배되는 작물이 아닌 산이나 들에서 자연 상태로 자라며 식용으로 이용할 수 있는 식물 모두를 일컬어 말하는데, 우리나라에는 약 3,200여종의 식물이 자생하고 있으며 이중 식용할 수 있는 식물은 약 850여종이 알려져 있으나 실제로 식생활에 이용되는 종류는 수십 여종에 지나지 않는다(강 등 1995). 이러한 산채는 1960년대 까지만 해도 산나물로써 뿐만 아니라 식량부족으로 인한 봄철 보릿고개 때 구황식물로 이용되어 왔으나, 1970년대에 이르러 녹색혁명으로 인한 식량자급 달성과 국민경제 수준향상으로 우리 식탁에서 외면당하여 그 명맥만 유지하는 정도였다. 그러나, 1980년대에 이르러 식생활 변화 및 공해에 따른 성인병의 발생이 증가하면서 무공해 건강식품에 대한 관심 증가와 고향의 맛과 약리적 효과에 대한 기대감 등으로 산채에 대한 수요는 종류에 따라 매년 30~120%씩 증가하게 되었다(조와 이 1988). 한편, 1990년대에 들어서는 산채 자생지의 환경 변화 및 훼손, 자연산 채취 인력의 부족 등으로 공급형태가 산지 채취에서 인공재배로 전환되면서 재배면적이 증가되었다. 특히 2000년대에 들어서는 웰빙 식품 문화로 인해 무공해 신선채소로서의 산채 수요가 지속적으로 증가됨에 따라 재배면적이 2000년에는 전국 5,798ha(강원 936)에서 2005년에는 전국 7,046ha(강원 1,952)로 증가되어 산채는 산간지역 소득 작목으로써 각광받고 있다.

그러나 산채류가 상품화 목적으로 재배되기 시작한 것은 도라지·더덕 등 일부 작목을 제외하면 불과 몇 년 밖에 되지 않는다(이 등 2000). 농산물의 경우 생산의 절대량이 부족한 시대나 사회에서는 질보다는 양이 우선될 수밖에 없고 공급자 위주의 시장경제 원리하에서 거래가 이루어진다. 그러나 수급이 안정된 경우에는 양보다는 질이 우선되는 수요자 위주의 시장구조가 형성되며 이에 따라 농산물도 상품으로서의 가치가 더 중요시 된다. 최근에는 우리나라 농산물은 수입개방의 압력 속에서 경쟁력이 없는 품목은 쇠퇴하고 경쟁력이 있는 신작목 및 품목이 등장하는 변화가 크게 일어나고 있다. 이러한 시점에서 상품으로서의 가치가 높아지면서 새로이 각광을 받는 품목 중의 하나가 산채라고 볼 수 있다. 그러나 산채류 특성상 소규모 다품목 소량생산의 구조로 인하여, 최근 대형유통업체의 증가와 이들 업체에서 요구하는 소비자 취향의 상품을 제공하지 못함으로써 급변하는 유통 흐름에 능동적으로 대처하지 못하고 있는 실정이다. 특히 기존의 산채류에 대한 연구들이 대부분 재배기술, 기능성 검정 등에 국한되어 있으며, 일부지역에서 농가단위로 산채류에 대한 경영성과를 분석하는 정도에 지나지 않은 실정이다. 또한 일부에서 산채 유통 개선을 위해 농가 단위에서 유통실태를 조사를 한 바가 있으나, 변화하는 유통의 흐름과 소비자의 소비요구에 맞춰

산채 유통에 대한 연구가 이루어지지 않고 있으며, 다만 생산자 중심의 유통구조를 분석하는데 그치고 있어 효율적인 유통의 개선점은 제시하지 못하고 있다.

따라서 산채류의 농가 생산 및 유통단계별 실태조사와 소비단계의 소비 실태조사를 통한 비교분석으로 문제점을 파악, 산채류 생산 및 유통 효율화를 모색하기 위하여 본 연구를 수행하였다.

2. 연구방법

본 연구에서는 강원도내 원주, 횡성, 평창, 양구 등 4개 지역의 공취를 중심으로 구성된 4개 작목반을 대상으로 공취 등 10작목에 대한 생산 및 유통단계별로 경영실태를 조사 하였으며, 대도시(서울) 및 중소도시(춘천)에 거주하는 소비자 219명을 대상으로 소비자의 소비경향을 비교 분석하였다.

가. 산채류 생산·가공·유통 유형 및 경영성과 분석

산채류 생산·가공·유통 유형 및 경영성과 분석을 위하여 도내 원주 등 4개 시군의 공취를 중심으로 구성된 4개 작목반을 대상으로 미리 작성된 조사표에 의거 농가 현지방문취 및 설문조사를 실시하였다.

주요 조사 내용은 1) 산채류 재배생산 유형 및 경영성과분석을 위하여 작목반별 일반현황과 산채 재배현황 및 출하방법, 유통경로, 농가소득을 조사분석하였으며 2) 산채류 가공방법별 경영체 경영성과 분석은 조사지역(작목반) 및 소규모 가공업체를 대상으로 현황 및 실태를 조사분석하였다. 3) 산채류 유통 경로별 경영성과 분석을 위하여 출하처, 출하방법 및 유통 시스템을 조사 분석하였다.

나. 산채류 소비패턴 조사 및 유통 효율화 방안 연구

주요 산채류 소비패턴 조사를 위하여 서울과 춘천지역을 대상으로 지역별, 연령별, 학력별, 직업별, 소득별로 미리 작성한 설문지 300부를 배부하여 회수된 219부의 응답 자료를 빈도 분석하였다.

주요 설문내용은 구매처, 구매단위, 가격, 구매시 선택기준 등에 대한 조사를 집계하여 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

가. 산채류 생산·가공·유통 유형 및 경영성과 분석

1) 재배 생산 현황 및 유형

가) 강원도 산채 재배 현황

표 1은 2005년도 강원도내에서 재배되고 있는 주요 산채류의 재배현황으로서 23작목, 1,952ha, 3,477농가가 재배하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 주요 식량작물 및 원예작물처럼 아직까지 재배면적이 많지 않기 때문에 공식적인 산채재배현황에 대한 통계자료는

미흡한 실정으로 산채류의 통계는 각 시도별 자체 조사한 통계자료에 의존 할 수 밖에 없는 실정이다. <표 1>에서 보는 바와같이 재배면적은 더덕>도라지>두릅>곰취 순으로 나타났으며, 재배유형은 노지재배 위주로 재배되고 있는 것으로 조사되었다. 10a당 평균 소득은 노지재배시 더덕>씀바귀>산마늘>가시오갈피 순이었고 비가림 재배시에는 산마늘>누룩취>음나무, 시설재배시에는 달래>곰취>취나물 순으로 높은 것으로 나타났다.

<표 1> 2005년 강원도 산채 재배현황

작물명	계		노 지				비 가 림				시 설			
	농가 수 (호)	면적 (ha)	농가 수 (호)	면적 (ha)	10a당 평균		농가 수 (호)	면적 (ha)	10당 평균		농가수 (호)	면적 (ha)	10a당 평균	
					수량 (kg)	소득 (천원)			수량 (kg)	소득 (천원)			수량 (kg)	소득 (천원)
계	3,477	1952	3,159	1,782.4			281	166.6			37	3.0		
도라지	614	197.1	614	197.1	1,089	2,118	0	0.0						
취나물	320	55.6	257	41.8	1,559	1,871	49	12.4	1,275	2,087	14	1.4	2,098	2,956
더 덕	889	1,667.8	889	1,667.8	930	3,394								
달 래	112	49.5	83	28.3	844	2,106	22	20.7	1,016	2,783	7	0.5	1,200	5,000
땅두릅	5	0.4	5	0.4	670	1,250								
두 림	421	145.7	421	145.7	495	1,491								
씀바귀	2	0.8	2	0.8	1,000	3,400								
고들빼기	43	4.0	43	4.0	1,200	1,375								
미나리	6	1.0	6	1.0	1,800	2,540								
고사리	90	24.7	90	24.7	122	2,300								
참나물	33	4.2	30	3.9	1,275	1,370	3	0.3	2,075	1,752				
곤드레	164	18.9	106	14.6	1,940	1,949	48	3.8	1,566	2,433	10	0.5	1,000	1,500
잔 대	21	7.0	17	6.5	320	297	4	0.5	1,000	2,250				
비름나물	5	0.3	5	0.3	1,600	2,500								
산마늘	37	8.7	28	6.0	250	2,900	8	2.5	350	4,850	1	0.2	230	1,200
누룩취	18	1.5	14	0.9	150	1,500	4	0.6	250	3,500	0	0.0		
곰 취	234	139.2	91	13.4	1,890	2,220	138	125.4	1,773	3,321	5	0.4	3,000	3,900
음나무	322	65.2	322	65.2	235	1,452								
초 피	59	6.7	59	6.7	2,250	1,900								
가시오가피	23	13.9	23	13.9		2,900								
금낭화	4	0.1	4	0.1										
곤달비	14	1.5	9	1.1	850	1,250	5	0.4	1,400	1,700				
머 위	1	0.1	1	0.1	1,120	920								

* 2005년 강원도내 18개 시군 자체조사 집계자료(23작목)

나) 산채 수입 현황

국내에 반입되는 산채류 수입현황에 대한 국내 통계자료는 미흡한 관계로 <표 2>에서 보는 바와 같이 국립식물검역소에서 수입 산채 검역현황을 추정해 국내에 수입되는 산채류 현황을 유추하였다. 2005년 국내 수입 산채 검역현황은 품목별로는 도라지>건고사리>더덕>건취나물 순으로 검역수량이 많은 것으로 나타났으며, 수입시 유통기간 지연 등으로 인해 비교적 유통기간이 긴 품목과 건조 또는 냉동 형태로 수입되는 것으로 나타났다. 특히 도라지와 더덕은 종자로도 반입되고 있는 것으로 나타나 국내에서 재배되어 유통되고 있을 것으로 판단된다. 현재 다양한 품목의 산채가 수입되고 있지는 않지만 도라지, 고사리, 더덕, 건취나물 등은 강원도내 뿐만 아니라 국내에서도 재배면적이 순위에 들기 때문에 이러한 품목은 도내 뿐만 아니라 국내 산채 재배농가와와의 경쟁관계가 있을 것으로 판단된다.

<표 2> 2005년 수입 산채 검역현황

구분	검 사		소 득		폐 기	
	건수	수량(kg)	건수	수량(kg)	건수	수량(kg)
건고사리	635	2,902,378	75	395,200	2	3,960
고사리	3	8,924				
건도라지	2	4,700				
도라지	1,362	13,731,588	40	367,910	7	63,610
도라지종자	18	11,040			6	764
건취나물	3	5,692	1	1,232		
건더덕	3	6,205				
냉동더덕	4	34,714				
더덕	21	185,998			1	6,620
더덕종자	3	530				
두릅	6	13,313	6	13,313		
합계	2061건		122건		16건	

※ 자료 : 국립식물검역소 홈페이지

다) 조사지역 산채류별 재배 현황

조사지역별 산채류 재배 현황은 <표 3>과 같다. 조사지역 4개시군은 원주, 횡성, 평창, 양구로서 이들 지역은 주로 공취(취나물)를 중심으로 작목반이 구성되어 운영되고 있었으며, 작목반별 주작목인 공취(취나물) 재배면적은 양구>평창>횡성>원주 순이었다. 공취 이외의 재배면적이 많은 작목은 더덕, 도라지 곤드레 등이었으며, 쌈채소로 이용되는 공취의 경우는 차광하우스 또는 차광을 겸한 비닐하우스 시설을 이용하여 재배하고 있었으나 기타 작목은 노지재배를 하고 있었다.

<표 3> 조사지역 산채류 재배 현황(2005년)

지역	작목반(농가)명	산채종류	재배면적(ha)		
			계	노지	시설
원주	가막산산채작목반 (12농가)	공 취	1.34	-	1.34
		곤드레	0.97	0.77	0.20
		고사리	1.16	1.16	-
		두 립	0.99	0.99	-
		잔 대	0.37	0.24	0.13
횡성	둔내공취작목회 (21농가)	공 취	3.96	1.25	2.71
	신원농장 (1농가)	두 립	0.1	0.1	-
	태기산더덕 (1농가)	더 덕	9.9	9.9	-
평창	태기산산채작목반 (23농가) (유기월드영농조합법인)	공취, 곤달비, 참취	6.6	6.6	-
		곤드레	1.65	1.65	-
양구	양구대암산채작목반 (35농가)	공 취	12.0	10	2
		더 덕	4.95	4.95	-
		두 립	2.0	2.0	-
		도라지	3.0	3.0	-
		참나물	1.0	-	1.0

* 시설 : 횡성-차광, 기타지역-차광+비닐하우스

라) 산채 생산시기 및 수확

표 4에서 보는 바와 같이 조사지역 공통재배 산채인 공취의 경우 지역별 생산시기와 수확횟수의 차이를 보였으며, 일부 공통재배 산채인 곤드레, 두릅 등의 경우 생산시기 및 수확횟수의 차이를 보이지 않았다. 특히 4지역 모두 지역 기상환경에 따라 생산작형은 일반 보통재배를 하고 있었다. 작목반별 주 작목인 공취의 경우는 생산시기가 다소 차이는 있으나 5~7월에는 4개지역 공히 집중 출하 되기 때문에 가격하락 요인이 발생할 것으로 판단된다. 공취, 참취의 경우는 연중 출하를 위한 재배작형이 개발되어 보급되고 있는데 최 등(1999)은 연중 출하 재배 작형시 조기재배>억제재배>보통재배>축성재배⁴⁾ 순으로 소득이 높았다고 보고하여 지역별 실정에 맞는 연중출하 재배작형을 실시하여 5~7월 집중 출하에 따른 가격 하락요인을 방지하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

특히, 공취, 참취 등은 재배기간 동안 수회에 걸쳐 수확하는 것으로 조사되었는데, 권 등(1997)은 당년 수확횟수가 많으며 차년도 생산 수량에 영향을 미치기 때문에 공취의 적정수확 횟수는 3회, 참취는 2회라고 보고하였으나 농가단위에서는 적정 수확횟수보다 비교적 많이 수확하는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 수확 후 공취 및 참취의 경우는 생육이 빠르며 새로운 잎의 생성이 빨리되기 때문에 수확횟수별로 전체 재배포장을 일시 수확하는 것이 아니라 연하고 부드러운 잎을 선별 수확하여 판매하고 있기 때문으로 판단된다. 특히 선별 수확의 경우 산채 생산농가 단위에서는 고품질의 산채를 생산한다는 이점은 있었으나, 이러한 요인은 노동력이 부족하고 고령화되어가는 농촌현실을 감안한다면 선별 수확에 따른 문제는

4) 보통재배 : 4월 하순~7월 중하순 출하, 조기재배 : 2월 하순~5월상순 출하,
억제재배 : 9월 중순~11월 하순 출하, 축성재배 : 1월중~3월하순 출하

산채 재배농가에 상당한 애로사항인 것으로 판단된다.

<표 4> 조사지역별 산채 생산시기 및 수확

산채 종류	생산시기(월, 순별)				수확횟수(회)			
	원주	횡성	평창	양구	원주	횡성	평창	양구
곰취	5상~7상	4중~7중	4하~6하	3하~7상	3~4	7~8	5~6	7~8
곤달비	-	-	4하~6하	-	-	-	3~5	-
곤드레	5상~8하	-	6하~8하 5상~8하	-	8~9	-	5 8~9	-
두릅	4하~5상	5상	-	-	1	1	-	-
더덕	-	4상, 9중, 10하	-	3하, 10하	-	3(각 1)	-	2(각 1)
도라지	-	-	-	3하, 10하	-	-	-	2(각 1)
참나물	-	-	-	3하~7상	-	-	-	3
참취	-	-	5중~6중, 7중~8중	-	-	-	2~3 2~3	-
잔대	5중~6중	-	-	-	1~2	-	-	-
고사리	5상~하	-	-	-	3일간격	-	-	-

마) 산채류 소득분석

10a당 소득은 곰취의 경우 평창>양구>횡성>원주 순으로 높았으며 지역별 소득의 차이는 곰취 품종과 수확횟수에 따른 생산량의 차이와 지역별로 판매단가의 차이 등에 의한 것으로 판단된다. 특히 10a 당 산채 소득은 수도작 및 전작 등의 작목과 달리 소득수준이 매우 높은 것으로 나타났는데, 대부분 농가에서 농가경영기록장을 미기록하고 있기 때문에 생산량 및 경영비 등이 농업인의 기억에 의존해 산출되었기 때문으로 판단되며 이러한 경영비 및 소득 분석은 차후 보다 면밀한 검토가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

<표 5> 10a당 산채 소득분석

지역	작목	생산량 (kg/10a)	단가 (원)	조수입 (원/10a)	경영비 (원/10a)	소득 (원/10a)
원주	곰취	1,500	5,000	7,500,000	2,820,000	4,680,000
	곤드레	3,000	3,200	9,600,000	4,483,200	5,116,800
횡성	곰취	2,100	3,500	7,350,000	2,572,500	4,777,500
	더덕	520	8,660	4,503,200	1,464,170	3,038,030
평창	곰취	2,820	6,000	16,920,000	7,241,760	9,678,240
	곤드레	3,800	3,000	11,400,000	5,004,600	6,395,400
	곤달비	2,400	5,000	12,000,000	5,784,000	6,216,000
	참취	2,000	3,000	6,000,000	2,375,000	3,625,000
양구	곰취	1,800	6,000	10,800,000	4,860,000	5,940,000
	더덕	900	9,500	8,550,000	2,992,500	5,557,500
	두릅	458	10,000	4,580,000	2,812,500	1,767,500
	도라지	1,818	1,800	3,273,000	1,099,600	2,173,400
	참나물	900	10,000	9,000,000	4,073,400	4,926,600

2) 산채류 가공품 생산 실태

산채류 가공품 생산실태를 조사한 결과 평창과 양구지역의 작목반에서 일부 가공품을 생산하여 판매하고 있었으나 평창지역 작목반의 경우는 작목반 자체에서 유기월드 영농조합 법인을 설립하여 가공공장을 운영하고 있었지만 양구지역 작목반에서는 가공시설을 갖추지 않고 생체판매가 곤란한 등외품을 소비자 주문시 1차 가공하여 판매하고 있었다. 가공형태는 평창지역은 삶은 냉동 진공포장과 묵나물 형태의 건조포장을 하여 판매하고 있었으며, 양구 지역은 소비자 주문시 부녀회에서 장아치 또는 김치 형태로 가공하여 판매하고 있었다. 두 지역 모두 가공품 생산 판매 단위는 2, 4kg 단위로 판매하고 있었다. 특히 양구지역 작목반의 경우 2006년도 부터는 지역농업클러스터 사업의 일환으로 가공시설을 설립하여 운영할 계획으로 있었다. 가공단계에서 운영상 경영비 분석자료가 부족하여 경영성과를 도출하기는 곤란하였으며, 현재 두 지역 모두 1차 가공단계 수준에 있어 향후 다양한 가공품 개발이 필요 할 것으로 판단되었다. 따라서 다양한 가공품 개발을 위해서는 가공품 및 가공장비에 대한 정보수집과, 안정적 자금 확보, 경영개선 등이 모색되어야 할 것으로 판단되었다(표 6-1).

<표 6-1> 가공품 생산실태

구분	작목	가공형태	판매단위(원)		판매금액 (천원)	비고
			2kg	4kg		
평창	곰취	삶은냉동진공포장 건조포장(묵나물)	12,000	24,000	120,000	-포장재 2kg : 1,300원 4kg : 1,500원 -가공인건비 : 2,500원
	참취		8,000	16,000		
	곤드레		8,000	16,000		
	곤달비		12,000	24,000		
	영아자		10,000	20,000		
	삼잎국화		8,000	16,000		
양구	곰취	장아치, 김치	10,000	-	10,000	부녀회운영 (전량주문판매)

* 양구 : 곰취 등외품 가공 생산판매(전량 주문생산)

한편, 평창지역의 경우 작목반회원 중심으로 설립한 유기월드영농조합법인에서 직거래 판매 등을 제외한 작목반 생산 물량을 수취하여 가공 판매하는 것으로 조사되었는데, 작목반 또는 농가에서 출하하는 가격대에서 수취가가 결정되는 점으로 보아 부가가치 향상에 의한 경영효과는 비교적 낮은 것으로 조사되었다(표 6-2).

<표 6-2> 생체 및 가공품 판매단가 비교 (단위 : 2kg, 원)

지역	작목	생체(A)	가공품(B)	수취가	A-B
평창 (유기월드)	곰취	12,000	12,000	12,000	0
	참취	6,000	8,000	5,000 ~ 6,000	2,000
	곤드레	6,000	8,000	5,000 ~ 7,000	2,000
	곤달비	10,000	12,000	10,000	2,000
양구	곰취	10,000	10,000	-	0

* 유기월드 : 작목반 일반판매가로 수취, 수수료 15% 적립 운영

3) 수확물 저장 및 예냉시설 운영현황

산채를 일시에 다량 수확하여 출하하는 경우, 선도유지를 위한 예냉 및 저온 시설 등의 운영현황은 <표 7>과 같다. 저장 및 예냉 시설은 양구를 제외하고 3개 지역에 설치되어 있었으며, 작목반 공동으로 시설을 활용하는 지역은 작목반 공동으로 출하하여 영농조합법인으로 설립한 유기월드 가공공장에 출하하는 형태로 운영하는 평창과 작목반 공동으로 사용하는 원주지역이었으며, 횡성은 개별 농가 단위(2농가)로 사용하고 있었다. 산채 생산 농가 특히, 곰취 등 엽 이용 산채를 생산하는 농가에서는 수확·출하과정에서 신선도를 지속적으로 유지할 수 있는 수확 후 예냉 및 저장 등의 시설 보유가 필수적인 요소이다. 그러나 조사 지역에서는 예냉 및 저장 시설을 제대로 활용 하지 못하고 있는 것으로 나타났으며, 이러한 요인은 산채 생산·유통시 신선도의 하락과 품질저하를 초래 할 것으로 판단되며, 박 등((2002)의 보고와 같이 대형유통업체에서 청과물을 산지 구매시 고려하는 사항 중에 대부분 업체에서 신선도 및 품질을 고려한다는 점에 비추어 볼 때 산채 재배농가에서는 산채의 수확 후 선도 유지 및 품질유지를 위해서는 예냉 및 저장 시설을 보다 적극적으로 활용해야 할 것으로 사료되었다.

<표 7> 수확물 저장 및 예냉시설 운영현황

지역	작목반명	창고시설면적(평)				시설 설치 현황	
		급냉	냉동	저온	예냉	시설비(천원)	운영여부
원주	가막산산채작목반	3	3	-	-	12,700 (자부담 20%)	×
횡성	둔내곰취작목회	-	-	3.2평×3개소 (2농가)		18,000 (자부담 100%)	운영
평창	태기산산채작목반	-	10	20	20	93,750 (자부담 30%)	운영
양구	양구대암산채작목반	-	-	-	-	-	-

* 양구 : 2006 농업지역 클러스터 단지조성으로 산채류 저장시설 설치예정(20호)

4) 산채류 유통 실태 분석

가) 산채류 판매처별 출하비율

조사지역별 산채의 출하처별 출하비율은 <표 8>과 같다. 조사지역 공히 주로 직거래(전화, 소비자방문, 식당)의 출하비중이 높았는데, 이는 고정고객으로 부터 전화주문을 받아 출하하거나 또는 휴가철 산지를 방문한 관광객이나 소비자를 대상으로 판매하고 있었다. 식당 등에 판매하는 경우도 전화주문이나 직접방문한 소비자를 대상으로 직거래 방식으로 출하

하고 있었다. 횡성의 경우 공취는 도매시장으로 출하하는 비중이 가장 높았는데, 이는 횡성 지역의 공취는 둔내공취라는 품종명 또는 지역 브랜드명의 인지도가 높은 이유와 일정기간 동안 둔내공취가 도매시장의 출하물량을 점유함으로써 비교적 도매시장 출하량을 선점하는 것으로 조사되었다. 원주지역의 고사리 재배 농가의 경우는 재래시장을 통해 60% 출하를 하고 있었으며, 특히 양구지역은 지역내 산나물 축제행사를 통해 공취, 참나물이 경우 60%이상, 도라지는 50% 이상 행사참여 및 관광객을 통해 출하하고 있었다.

<표 8> 산채류 판매처별 출하비율

(단위 : %)

지역	작 목 종 류	도매시장	대형유통	직거래	식당	기타
원주	공취, 곤드레, 잔대	5	-	15	80	-
	고사리	-	-	40	-	60
	두 립	-	-	100	-	-
횡성	공 취	60	-	20	20	-
	두 립	-	-	100	-	-
	더 덕	-	-	100	-	-
평창	공취, 곤드레, 곤달비, 참취	-	5	70	20	5
양구	공취, 참나물	-	20	20	-	60
	도라지	-	10	40	-	50

* 기타 : 원주(재래시장), 평창(친환경농산물유통업체), 양구(산나물축제)

나) 판매형태 및 포장유형, 출하단위별 비율

판매형태 및 포장유형, 출하단위를 조사한 결과는 <표 9>에서 보는 바와 같다. 조사 작목 대부분 생체로 판매하고 있었으며, 원주지역의 일부 작목을 제외하고는 박스형태로 2, 4kg 단위로 출하하고 있었으며, 판매가격은 지역별 차이를 보였다(표 10). 비닐포장 출하시에도 2와 4kg 단위로 포장하여 출하하고 있었으며 주로 식당으로 출하할 때 사용하고 있었다. 이러한 조사 결과는 장 등(1992)이 취나물 및 더덕을 대상으로 조사한 결과와 유사한 경향으로 10여년 전과 비교하면 출하단위와 출하시 포장유형에 있어 커다란 변화가 없는 것으로 나타났다.

<표 9> 판매(가공)형태 및 포장유형, 출하단위별 비율

(단위 : %)

구분	작목	판매형태			포장형태		생체출하 단위			
		생체	목나물	기타가공	비닐	박스	1kg	2kg	3kg	4kg
원주	곰취	100	-	-	80	20	-	100	-	-
	곤드레	100	-	-	90	10	-	-	-	100
	잔대	100	-	-	80	20	-	100	-	-
	두릅	100	-	-	-	100	-	70	-	30
	고사리	100	-	-	-	100	-	20	-	80
횡성	곰취	100	-	-	-	100	-	80	-	20
	두릅	100	-	-	-	100	-	-	-	-
	더덕	100	-	-	50	50	-	-	-	-
평창	곰취, 곤드레 참취, 곤달비	80	15	5	-	100	-	60	-	40
양구	곰취	95	-	5	-	100	36	64	-	-
	참나물	100	-	-	-	100	40	60	-	-
	두릅	100	-	-	-	100	-	-	-	100
	더덕	100	-	-	-	100	-	-	-	100

* 생체 100%, 박스출하, 출하단위 : 2, 4kg

<표 10> 판매 포장 단위별 판매가격

(단위 : 원)

구분	작목	판매 포장 단위			
		1kg	2kg	3kg	4kg
원주	곰취	-	10,000	-	-
	곤드레	-	-	-	8,000
	잔대	-	10,000	-	-
	두릅	-	35,000	-	70,000
	고사리	-	17,000	-	35,000
횡성	곰취	-	7,000	-	14,000
	두릅	6,000	-	-	-
	더덕	특20,000, 상15,000, 중10,000, 하5,000원/kg 품질별 무게별 판매			
평창	곰취	-	12,000	-	24,000
	곤드레	-	6,000	-	12,000
	곤달비	-	10,000	-	20,000
	참취	-	6,000	-	12,000
양구	곰취	6,000	10,000	-	-
	참나물	10,000	20,000	-	-
	두릅, 더덕	-	-	-	50,000

* 산채류 출하가격 단위 : 2, 4kg이 주축임

다) 산채류의 유통경로

산채류는 일부 도매시장, 대형유통업체, 기타의 방법으로 판매하고 있었으며, 직거래시 소비자 직접방문을 제외하고는 인터넷, 전화주문은 주로 우체국택배 등을 이용하여 소비자에게 공급하고 있었으며 이때 생산자는 도매시장이나 유통업체 납품시에 일정 수수료를 7% 정도 부담하는 것으로 나타나 이에 대한 경영비 부담을 절감할 수 있는 방안이 검토되어야 할 것으로 사료되었다(표 11).

<표 11> 산채류 유통경로

지역	작목	유통 경로	수수료
원주	곰취 곤드레 잔대	도매시장 : 생산자 → 농협택배 → 도매시장	7%
		직거래 : 생산자 → 소비자(식당, 직접방문 등)	-
	두릅	직거래 : 생산자 → 소비자(전화, 직접방문)	-
	고사리	직거래 : 생산자 → 우체국택배 → 소비자	7%
		직거래 : 생산자 → 재래시장 → 소비자	-
횡성	곰취	직거래 : 생산자 → 소비자, 식당(전화예약판매)	택배비 소비자부담
		주문위탁판매 : 생산자 → 위탁업자 → 소매인 → 소비자	6%
	두릅	직거래 : 생산자 → 소비자(직접방문)	-
	더덕	직거래 : 생산자 → 소비자(매장활용, 직접방문) : 생산자 → 택배 → 소비자	- 5만원이하 소비자부담
평창	곰취 곤드레 참취 잔대	대형유통업체 : 생산자 → 백화점 → 소비자 직거래 : 생산자 → 소비자(전자상거래, 전화주문) 위탁업체 : 생산자 → 친환경농산물유통업체 → 소비자	7%
양구	곰취	대형유통업체 : 생산자 → 농산물유통센터(농협) → 소비자 직거래 : 생산자 → 소비자(산채행사등 현지판매) 위탁업체 : 생산자 → 우체국 → 소비자	냉동탑차 7% 택배비 소비자부담

5) 지역별 친환경농산물 인증 및 브랜드 현황

지역별 산채류 생산시 친환경농산물 인증 및 브랜드 사용 현황은 <표 12>와 같다. 평창, 양구지역은 작목별 유기농 또는 무농약 인증을 받아 재배하고 있었으며, 원주, 횡성은 일반 재배에 의한 자체 친환경농업을 실천하고 있었고, 4개지역 모두 자체 브랜드를 갖고 있었다. 특히 횡성지역의 경우 과거 친환경농산물 인증을 받아 산채를 생산하였으나 현재는 자체 친환경농업을 실천하고 있었는데, 생채를 위주로 판매하는 산채(특히 곰취)의 경우 사용 등으로 소비되기 때문에 기본적으로 무농약 생산을 원칙으로 한다는 작목반 자체의 의지와 친환경 인증 재배를 실천하지 않는 것은 친환경 농산물 인증절차가 농업인에게는 불편함을 초래하기 때문이며, 특히, 둔내곰취의 경우 이미 소비자에게 청정 브랜드로 많이 인식

되어 있어 친환경농산물이라는 이미지를 소비자들이 신뢰하고 있고 이에 고정 고객 욕구를 충족시키기 위해 농가 자체에서 안전한 먹거리 생산을 실천하고 있었다. 횡성지역의 산채 생산 및 소비 관계는 생산자와 소비자간의 신뢰성 확보를 바탕으로 하고 있어, 산채 직거래 시 소비자 신뢰성을 확보하는 것이 중요한 요인이라는 점을 시사하는 바가 크다.

<표 12> 친환경농산물 인증 및 브랜드 현황

구분	작 목	친환경농산물 인증	브랜드	비 고
원주	공취, 곤드레, 잔대, 두릅, 고사리	일반재배 ('06년 저농약 실천)	가막산산채	상표 미등록
횡성	공 취	일반재배 (자체 친환경 실천)	둔내공취	상표 미등록
	더 덕	일반재배	태기산직판장	
평창	공취, 곤드레, 곤달비, 참취	유기농	유기월드 (태기산산채)	상표 미등록
양구	공 취	무농약	양구대암산산채	상표 미등록
	더 덕	일반재배		
	두 립	일반재배		
	도라지	무농약		
	참나물	무농약		

* 브랜드 : 지역 고유 지명 사용

6) 산채류 생산 및 유통·가공시 농가애로사항 설문

산채류 생산 및 유통·가공단계별 농가 애로사항을 설문조사한 결과를 요약하면 <표 13>과 같다. 첫째, 생산단계에서는 친환경인증농산물(자체 친환경농업 실천) 재배로 인해 잡초 및 병해충 방제 와 제초에 따른 노동력, 선별 수확에 따른 노동력, 농촌의 고령화로 인한 노동 인력 부족 등의 문제가 있는 것으로 나타났으며, 산채 소비변동에 따른 생산면적 및 생산량을 적절히 조절을 할 수 없는 점을 꼽았다. 둘째, 유통단계에서는 산채 소비시장의 협소로 인해 가격변동에 민감한 점과, 홍보부족과 판매상의 출하처 확보에 어려움을 갖고 있는 점을 꼽았으며, 셋째, 가공단계에서는 소비자가 선호하는 가공 제품개발에 대한 정보와 기술 부족, 가공품 판로의 문제점 등을 들었으며, 넷째, 정책 및 제도상의 문제점으로는 친환경인증을 받은 농가의 경우 친환경 농산물 인증 절차가 복잡하고 인증기간이 짧아 인증 절차의 간소화와 인증 유효기간의 연장을 시켜 줄 것과 토양 및 수질 검사 수수료의 과다, 친환경농산물 소비활성화 방안이 미흡하다는 점을 지적하였다. 기타 작목반을 구성하여 운영하고 있으나 작목반의 규모 및 단지화가 부족하며 공취 등 일부 작목은 재배농가 및 면적 증가로 장기적으로 가격하락요인으로 작용할 것 이라고 언급하였다.

<표 13> 산채류 생산 및 유통·가공시 문제점 농가 설문

구 분	애 로 사 항
생산단계	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 제초·병해충방제 문제 : 친환경농산물재배 ◦ 노동력 부족 - 제초노동력, 선별수확, 고령화 문제 ◦ 소비변동에 따른 생산면적 및 생산량의 비탄력성
유통단계	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 소비문화에 따른 가격변동 : 산채 시장협소로 가격변동 민감 ◦ 홍보문제 - 초기재배농가, 전자상거래 등의 경우 ◦ 선도유지문제
가공단계	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가공초기단계로 소비자 부응 가공 제품개발 문제 ◦ 가공시설 및 가공기계 관련 정보 부족 ◦ 판로상의 문제
정책및제도	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 친환경 농산물 인증 절차 간소화 및 유효기간 연장 ◦ 도양, 수질 검사 수수료 과다 ◦ 친환경농산물 소비활성화 방안 미흡 ⇒ 친환경농산물의 학교급식 식자재 의무화 등 필요
기타	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 작목회의 규모 및 단지화 결성 부족 ◦ 곰취등 일부작목은 재배 농가 및 면적 증가로 가격하락요인 발생

나. 소비자 소비실태 설문 조사

1) 응답자 일반 사항

산채류에 대한 소비자 설문조사 결과 설문에 응답한 표본의 일반적인 사항은 다음과 같다. 설문에 응답한 인원은 총 219명으로 거주지역별로는 서울지역은 114명(52.1%)였으며, 춘천 지역은 105명(47.9%)으로 지역간 설문조사 응답비율은 비슷하였다(표 14-1).

<표 14-1> 응답자 거주지역 분포

구 분	서 울	춘 천	계
응답자수(명)	114	105	219
비율(%)	52.1	47.9	100

응답자의 성별 분포는 전체 219명중 남성이 18명, 여성이 201명으로써, 이는 주 대상을 실제 산채를 구입하는 가정 여성(주부)을 중심으로 설문조사를 실시하였기 때문이다(표 14-2).

<표 14-2> 응답자의 성별 분포

구 분	남	여	계
응답자수(명)	18	201	219
비율(%)	8.2	91.8	100

응답자의 연령분포를 보면 전체 응답자 219명중 30~50대의 연령층이 높았으며 이중 30대의 응답비율이 36.4%로 가장 높았다(표 14-3).

<표 14-3> 응답자의 연령분포

구 분	20대	30대	40대	50대	60대	70대	계
응답자수(명)	15	84	69	43	7	1	219
비율(%)	6.8	38.4	31.5	19.6	3.2	0.5	100

응답자의 학력 분포에서는 고졸이 37.4%로 가장 높았으며 대졸 33.3%, 전문대졸 13.7% 순이었다(표 14-4).

<표 14-5> 응답자의 학력 분포

구 분	중졸	고졸	전문대졸	대졸	대학원졸	기타	계
응답자수(명)	8	82	30	73	23	3	219
비율(%)	3.7	37.4	13.7	33.3	10.5	1.4	100

응답자의 직업분포는 가사일을 하는 전업주부가 51.6%로 가장 높았으며, 기타 15.1%, 공무원 13.7%, 회사원 11.0%순이었다(표 14-5).

<표 14-6> 응답자의 직업 분포

구 분	가 사	회사원	교직원	공무원	사 업	기 타	계
응답자수(명)	113	24	9	30	10	33	219
비율(%)	51.6	11.0	4.1	13.7	4.6	15.1	100

응답자의 가계 월소득 수준 분포를 보면 300만원 이상이 29.7%로 가장 높았으며 200 ~ 250만원 수준이 20.1%, 250 ~ 300만원 수준이 19.2% 순이었다(표 14-6).

<표 14-7> 응답자의 가계소득(월) 수준 분포

구 분	100만원이하	100-150	150-200	200-250	250-300	300이상	계
응답자수(명)	12	21	35	44	42	65	219
비율(%)	5.5	9.6	16.0	20.1	19.2	29.7	100

2) 소비자 구입 관련 설문조사 분석

가) 산채류별 주 구입처 및 구입처 선택기준

산채류 조사대상 10종의 주요 구입처는 어디인가?라고 묻는 설문에 응답한 전체 결과는 <표 15>와 같다. 작목별로 다소 차이는 있으나 주 구입처는 대형유통업체와 재래시장을 선호하는 것으로 나타났으며, 인터넷쇼핑몰과 도매시장에 대한 응답비율이 전체적으로 가장

낮았는데 이러한 이유는 인터넷 쇼핑몰의 경우 농가단위에서 인터넷을 이용한 전자상거래 판매를 하는 농가가 적거나 소비자가 전자상거래농가 홈페이지를 모르고 있는 경우로 해석되며, 도매시장의 경우 응답자의 직업분포상 전업주부 또는 회사원등 일반 소매업을 하는 경우가 적기 때문인 것으로 판단된다.

특히 공취 등 일부 작목은 무응답(구입경험이 없는 응답자로 해석)이 35.6~53.4%로 매우 높은 것으로 나타났는데 아직까지 일부 산채류는 일반 소비자에게 홍보가 이루어지지 않아 무응답 비율이 높은 것으로 판단된다. 이러한 무응답자 비율은 향후 잠재된 소비자로서의 의미를 시사하고 있기 때문에 무응답 비율이 높은 공취, 참취, 달래, 산마늘, 참나물, 음나무 등의 산채류는 향후 수요증가를 위해 보다 적극적이고 다양한 홍보방법을 강구해야 할 것으로 사료된다.

<표 15> 산채류별 주 구입처 (단위 : %)

구분	집앞구멍가게	재래시장	수퍼나상가	대형유통업체	차량이동행상	노점상	도매시장	산지구입	시골친지	직거래장터	인터넷쇼핑몰	기타	무응답
도라지	1.4	32.4	12.3	36.1	0.0	2.7	0.0	2.7	3.2	1.4	0.0	0.9	6.8
두릅	0.5	28.8	7.8	21.5	0.0	2.7	0.5	4.6	8.7	1.8	0.0	1.4	21.9
더덕	0.9	27.4	6.4	25.6	0.0	4.1	0.9	7.8	5.9	1.8	0.0	1.4	17.8
공취	0.5	17.8	6.8	20.1	0.5	0.9	0.5	6.8	8.7	1.4	0.0	0.5	35.6
참취	0.5	18.3	7.3	18.3	0.9	0.9	0.9	3.7	7.8	0.9	0.0	0.9	39.7
달래	0.9	24.2	16.0	27.4	0.5	2.7	0.5	1.8	3.2	0.9	0.0	1.4	20.5
고사리	0.9	24.7	10.5	28.8	0.5	2.3	0.0	4.6	13.2	1.4	0.0	0.5	12.8
산마늘	0.5	14.2	4.1	15.5	3.2	1.8	0.0	3.2	7.3	2.7	0.0	2.3	45.2
참나물	1.4	22.8	7.8	25.1	0.5	0.5	0.0	2.7	8.2	2.3	0.0	0.9	27.9
음나무	0.5	13.2	3.2	10.0	0.0	0.5	0.9	4.1	9.1	2.7	0.0	2.3	53.4

응답자별 산채류의 주 구입처를 선택하는 기준은 무엇인가?라고 설문한 결과는 <표 16>과 같은데 주요 선택기준은 품목다양, 품질이 좋기, 값이 저렴하기 때문에 선택하는 것으로 조사되었다. 이러한 요인은 일반적으로 여러 설문조사에서와 같이 결국 소비자의 의식이 산채류의 선택 기준도 값싸고 품질 좋은 상품을 선호하는 의미로 풀이된다. 따라서 산채 생산자 입장에서는 보다 많은 수익을 위해 높은 가격을 받아야 하겠지만 소비자 입장에서 상충되는 입장이라 할 수 있겠다.

<표 16> 산채류 구입처 선택 기준

(단위 : %)

구 분	품목 다양	값이 저렴해서	품질이 좋아서	친절하기 때문	교통이 편리	거리가 가까워	배달해 주므로	믿을수 있어서	기타	무응답
도라지	20.1	16.4	19.2	0.0	8.2	15.1	0.0	11.0	0.5	9.6
두 립	13.7	11.0	21.0	0.0	4.1	7.8	0.5	13.2	3.2	25.6
더 덕	11.9	10.5	22.8	0.9	5.0	6.8	0.9	15.1	3.2	22.8
곰 취	9.6	11.0	17.4	0.5	2.7	6.8	0.0	9.1	3.2	39.7
참 취	9.1	9.1	15.1	0.9	2.7	7.8	0.0	11.0	1.8	42.5
달 래	13.7	12.8	15.1	1.4	6.4	16.0	0.0	10.0	1.4	23.3
고사리	12.8	11.4	18.3	1.4	4.6	14.2	0.0	16.0	5.0	16.4
산마늘	8.2	6.4	12.3	0.9	2.3	6.8	0.5	9.6	3.7	49.3
참나물	10.0	10.5	14.6	1.4	2.7	12.8	0.5	12.8	3.2	31.5
음나무	5.5	5.5	8.2	0.9	0.5	5.5	0.5	12.8	4.1	56.6

한편, 주요 구입처 선택 중 응답비율 가장 높았던 재래시장과 대형유통업체의 선택 기준을 분석한 결과(표 17), 작목별로 다소 차이는 있으나 재래시장을 선택하는 이유는 값이 저렴하고 품질이 좋기 때문에 선택하는 것으로 나타났으며, 대형유통업체 경우는 품목의 다양과 품질이 좋기 때문에 선택하는 것으로 조사되었다. 재래시장의 경우 노점행상을 통해 볼철 다양한 산채들이 유통되고 있으며 소비자들은 가격을 흥정할 수 있는 재래시장의 낭만과 추억 특히, 재래시장이 비교적 다른 곳에 비해 값이 저렴하다는 의식을 갖고 있는 것으로 추측할 수 있으며 생산농가(또는 산야에서 채취)에서 직접 수확·채취하여 판매하기 때문에 품질이 좋을 것이라는 기대를 하고 있는 것으로 유추 해석할 수 있다. 대형유통업체의 경우 다양한 품목의 농산물이 판매되고 있기 때문에 소비자들은 한 곳에서 여러 품목을 한꺼번에 구입하는 편리성 때문에 선호하는 경향으로 해석되며, 농산물을 선별 포장판매 하기 때문에 품질이 좋을 것이라는 기대를 하고 있는 것으로 추측된다.

이러한 소비심리에 맞추어 최근 대형유통업체의 판매 전략은 값싸고 품질 좋은 농산물을 매입하여 저가정책으로 판매하고 있는 경향으로 특히, 높은 가격과 낮은 가격, 고품질과 저품질의 양극화 전략을 구사하고 있다(이 2005). 이러한 판매 전략은 다양한 소비자층에 대하여 상품선택의 폭을 넓혀 구매 욕구를 자극하여 판매수익을 올리려고 하는 유통업체의 상술에 의해 소비자들은 다양한 가격과 품질을 선택할 수 있는 폭이 넓은 대형유통업체를 선호할 것으로 전망된다.

<표 17> 재래시장 및 대형유통업체 선택 사유

(단위 : %)

구분	주 구입처	계	품목 다양	값이 저렴해서	품질이 좋아서	친절하기 때문	교통 편리	거리가 가까워서	배달해 주므로	믿을수 있어서	기타	무응답
도라지	재래시장	32.4	4.1	13.2	8.2	0.0	0.9	3.2	0.0	2.3	0.0	0.5
	대형유통업체	36.1	12.8	2.3	6.4	0.0	4.6	4.6	0.0	4.1	0.5	0.9
두름	재래시장	28.8	3.2	9.1	11.0	0.0	0.9	1.8	0.0	1.8	0.5	0.5
	대형유통업체	21.5	6.8	0.9	5.9	0.0	2.7	1.4	0.0	2.7	0.0	0.9
더덕	재래시장	27.4	1.8	8.7	10.0	0.9	0.5	0.9	0.0	3.2	0.5	0.9
	대형유통업체	25.6	6.4	1.4	7.8	0.0	3.2	2.3	0.0	3.2	0.5	0.9
공취	재래시장	17.8	1.4	7.8	5.5	0.0	0.0	1.4	0.0	0.9	0.0	0.9
	대형유통업체	20.1	5.5	1.8	6.4	0.5	1.8	1.4	0.0	2.3	0.0	0.5
참취	재래시장	18.3	1.8	6.4	5.9	0.5	0.0	1.8	0.0	1.4	0.0	0.5
	대형유통업체	18.3	5.0	0.9	5.5	0.5	1.8	1.8	0.0	2.3	0.0	0.5
달래	재래시장	24.2	1.8	8.7	5.5	0.0	0.0	5.5	0.0	1.4	0.0	1.4
	대형유통업체	27.4	8.7	1.8	5.0	0.9	4.6	2.7	0.0	3.2	0.0	0.5
고사리	재래시장	14.2	1.8	4.1	5.0	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	0.5
	대형유통업체	15.5	4.1	0.5	4.1	0.9	1.4	1.8	0.0	1.8	0.5	0.5
산마늘	재래시장	24.7	0.9	7.8	7.3	0.0	0.0	3.2	0.0	4.6	0.5	0.5
	대형유통업체	28.8	10.0	2.3	6.4	0.9	2.3	3.7	0.0	1.8	0.5	0.9
참나물	재래시장	22.8	0.9	9.6	5.9	0.0	0.0	2.7	0.0	2.7	0.5	0.5
	대형유통업체	25.1	6.4	0.9	5.9	0.9	2.3	4.6	0.0	3.2	0.5	0.5
음나무	재래시장	13.2	1.8	4.1	3.2	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	0.9	0.5
	대형유통업체	10.0	2.3	0.0	2.7	0.9	0.5	1.4	0.0	1.8	0.5	0.0

나) 산채류별 구입형태 및 구입량

산채류별 구입경험에서는 도라지, 두름, 더덕, 달래, 고사리 등은 구입한 경험이 높았던 반면 공취, 참취, 산마늘 참나물, 음나무 등은 전체 응답자중 43.8~65.3%는 구입한 경험이 없는 것으로 조사되었다. 구입형태는 주로 생채로 구입하는 것으로 조사되었으며 공취, 참취, 고사리는 묵나물 형태로도 구입하는 것으로 조사되었다. 산채류별 1년 구입한량은 생채 구입시 평균 1.4~2.6kg 정도 구입하는 것으로 조사되었으며, 묵나물은 1.3~3.0kg, 기타가공품 형태는 0.6~3.5kg 정도 구입하는 것으로 조사되었다. 또한 1회 구입시 구입량은, 생채는 작목별로 0.5~1.7kg 정도 구입하는 것으로 나타났으며, 묵나물은 0.4~1.0kg 정도, 기타가공품은 0.3~3.5kg 정도 구입하는 것으로 나타났다(표 18).

<표 18> 산채류별 구입경험, 구입형태 및 구입량

(단위 : %, kg)

구분	구입경험				구입형태			1년 구입량			1회 구입량		
	생체	목나물	기타 가공품	무응답	생체	목나물	기타 가공품	생체	목나물	기타 가공품	생체	목나물	기타 가공품
도라지	84.0	3.2	1.4	11.4	94.8	3.6	1.5	2.6	2.1	2.0	0.7	1.0	0.3
두 립	65.3	0.9	0.9	32.9	97.3	1.4	1.4	1.8	2.9	0.6	0.9	0.4	-
더 덕	68.9	2.7	1.8	26.5	93.8	3.7	2.5	2.4	2.0	3.5	1.2	1.0	3.5
곰 취	37.4	11.4	0.9	50.2	75.2	22.9	1.8	1.4	1.3	0.6	0.9	0.9	0.6
참 취	37.9	11.9	0.5	49.8	75.5	23.6	0.9	1.9	1.5	0.1	0.9	0.7	-
달 래	68.5	1.4	0.0	30.1	98.0	2.0	0.0	1.4	3.0	-	0.5	-	-
고사리	40.2	34.2	5.9	19.6	50.0	42.6	7.4	1.9	2.4	1.5	0.9	0.8	0.7
산마늘	35.2	2.7	1.4	60.7	89.5	7.0	3.5	2.4	1.8	1.3	1.3	0.5	1.2
참나물	48.4	7.3	0.5	43.8	86.2	13.0	0.8	1.8	1.4	0.6	0.7	0.6	0.1
음나무	25.6	3.2	5.9	65.3	73.7	9.2	17.1	2.0	1.9	1.0	1.7	0.6	0.9

산채류 1회 구입시 구입 포장형태 및 포장단위, 구입희망가격을 조사한 결과 <표 19>, 구입형태는 주로 생체로 구입하는 것으로 나타났으며, 포장형태는 비닐포장, 포장단위는 1kg미만 단위를 선호하는 것으로 나타났으며, 1kg 구매시 구입 희망가격은 농가에서 판매하는 단가 대비 비교적 낮은 금액을 희망하는 것으로 조사되었다.

<표 19> 산채류 1회 구입(형태, 단위, 가격)

구분	포장형태(%)			포장단위(%)				희망가격 (원/1kg)
	랩	비닐	박스	1kg미만	1kg	2kg	2kg이상	
도라지	35.4	55.2	9.4	76.5	19.0	3.4	1.1	3,421
두 립	29.2	52.8	18.1	71.6	22.0	3.5	2.8	5,135
더 덕	25.6	51.9	22.5	63.9	28.4	5.8	1.9	7,196
곰 취	22.4	60.3	17.2	75.2	18.8	3.4	2.6	3,344
참 취	21.7	60.9	17.4	75.7	20.9	0.9	2.6	3,233
달 래	41.8	50.7	7.5	88.7	8.5	1.4	1.4	2,530
고사리	22.1	66.9	11.0	68.6	27.0	2.5	1.9	5,283
산마늘	26.0	56.3	17.7	71.4	12.1	5.5	11.0	4,441
참나물	30.3	57.4	12.3	75.4	20.3	2.5	1.7	3,086
음나무	20.5	50.6	28.9	66.7	19.2	7.7	6.4	4,404

다) 산채류 구입시 주요 선택기준

산채류 구입시 주요 선택 기준에 관해서는도라지, 고사리, 산마늘, 음나무 등은 생산지(국내산지)라고 응답한 비율이 높았으며 두릅, 참취, 달래, 참나물 등은 신선도에 가장 높은 비중을 두는 것으로 나타났다. 특이한 점은 곰취의 경우는 생산지(국내산지)와 신선도를 공히 16.9%로 같은 응답비율을 나타냈다(표 20).

<표 20> 산채류 구입시 주요 선택기준

(단위 :%)

구 분	가격	안전성	생산지 (국내산지)	원산지 (수입여부)	신선도	포장 단위	모양 선택	포장 상태	브랜드 (상표)	친환경 인증유무	기타	무응답
도라지	15.1	10.5	23.3	13.2	22.8	0.0	1.4	0.0	0.5	2.3	0.5	10.5
두 립	11.0	7.8	17.4	8.7	21.5	0.0	1.8	0.0	0.5	2.3	2.7	26.5
더 덕	10.0	7.3	21.0	10.5	21.9	0.5	1.8	0.0	0.5	2.3	1.4	22.8
곰 취	7.8	4.6	16.9	7.3	16.9	0.5	1.4	0.0	0.5	1.8	3.2	39.3
참 취	9.1	5.5	13.7	8.2	16.0	0.5	1.4	0.0	0.0	1.8	1.8	42.0
달 래	11.0	7.8	14.2	9.1	27.4	2.7	1.8	0.5	0.0	1.4	1.8	22.4
고사리	8.2	8.2	22.8	15.5	17.4	1.4	1.8	0.9	0.5	2.7	3.2	17.4
산마늘	5.0	3.2	16.0	7.8	10.5	1.4	1.8	0.0	0.9	0.9	2.3	50.2
참나물	7.3	5.9	17.4	10.5	19.6	1.8	1.4	0.0	0.0	2.3	2.3	31.5
음나무	4.1	5.0	11.4	9.1	9.1	0.5	1.8	0.0	0.0	0.9	1.8	56.2

라) 산채류 구입시기 및 동기

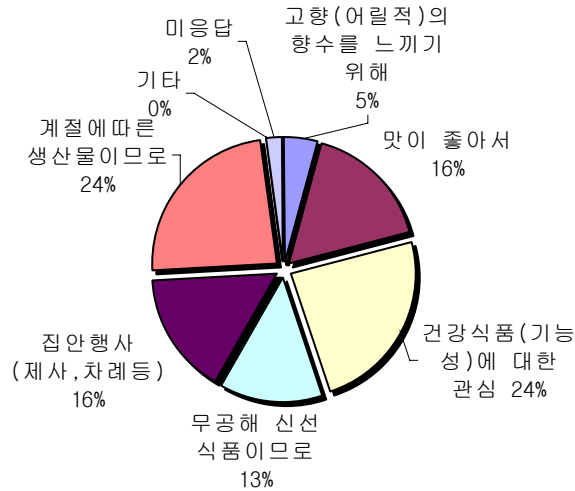
산채류 구입시기는 <표 21>에서 보는 바와 같이 산채류 공히 무응답을 제외하고 “필요시 마다” 구입한다고 하는 응답비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 한편 “일정기간 마다” 구입한 경우와 “수확 후 많이 생산될 때” 구입한다는 응답 비율이 비슷하였으며, 산채 구입동기를 묻는 설문에서는 <그림 1>에서 보는 바와 같이 계절에 따른 생산물이므로 구입한다라는 응답이 24.2%로 가장 높았으며, 다음으로는 건강식품(기능성)에 대한 관심 때문에 구입한다고 응답하였다.

따라서 산채는 소비자 인식에서 봄철 생산물으로써 구입한다기 보다 다른 먹거리 농산물과 마찬가지로 필요시 언제든지 구입하여 소비하고 있는 것으로 판단되었으며, 부가적으로 최근 웰빙 문화와 맞물려 건강식품에 대한 선호도 때문에 구입하는 것으로 판단되었다. 이러한 점은 생산농가단위에서 소비자 요구시 언제든지 출하할 수 있는 산채 생산체계가 갖추어져야 할 것으로 사료되었다.

<표 21> 산채류 구입시기

(단위 : %)

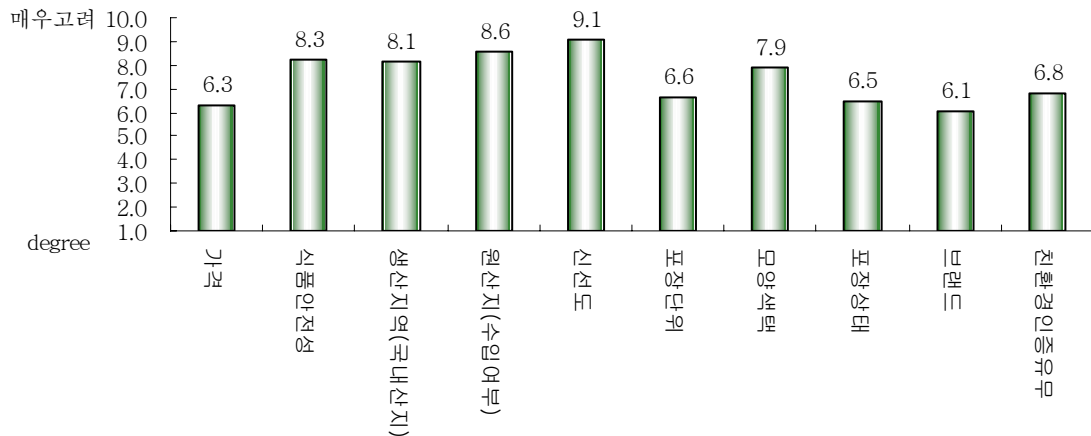
구 분	필요시마다	일정기간 마다	가장싸다고 판단될때	이웃사람들 이 많이살때	수확 후 많이나올때	기타	무응답
도라지	78.5	5.9	2.3	0.0	3.7	0.0	9.6
두 립	39.7	15.5	2.3	0.9	14.2	1.4	26.0
더 덕	52.1	10.5	2.7	0.5	9.6	1.4	23.3
곰 취	36.5	11.0	1.4	0.5	7.8	2.7	40.2
참 취	36.5	9.1	2.3	0.5	7.3	2.3	42.0
달 래	52.5	12.3	1.8	0.5	10.0	0.5	22.4
고사리	61.2	10.5	1.8	0.0	6.4	2.7	17.4
산마늘	30.6	7.3	2.3	0.0	8.2	1.4	50.2
참나물	44.3	10.5	2.7	0.5	7.8	1.8	32.4
음나무	25.6	6.8	2.7	0.0	5.0	3.2	56.6



[그림 1] 산채를 구매하는 주된 목적

마) 산채류 구매시 구매기준 항목별 고려 정도

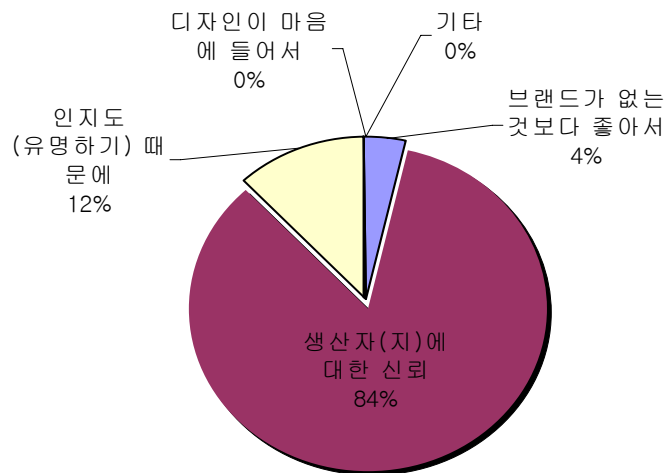
산채 구입시 구매기준 항목별 가장 고려하는 정도의 조사 결과 <그림 2>와 같다. 앞서 각 항목별(표 20)로 작목에 따라 구입시 선택기준에 대한 응답비율이 다소 차이가 있었으나 산채 전체적으로 구입시 구입선택 기준을 고려하는 정도는 신선도가 9.1로 가장 높았으며 원산지, 식품안전성 등을 상당히 고려하고 구매하는 것으로 나타났다. 소비자들이 신선도를 중요시 하는 가장 큰 이유는 산채의 전반적 이미지는 채소작물로써 생각하기 때문인 것으로 판단되었으며 이러한 결과는 등이 채소류 선호도 조사를 한 결과 신선도를 가장 중요시 하는 요인과 같은 결과로 해석된다. 이러한 점으로 보아 생산 농가단위에서 가장 중요시 해야 할 점은 수확 후 선도 유지를 위해 각별히 노력해야 할 점으로 사료된다.



[그림 2] 산채 구매시 항목별 고려 정도

바) 산채구입시 브랜드(상표)에 대해 고려하는 주된 이유

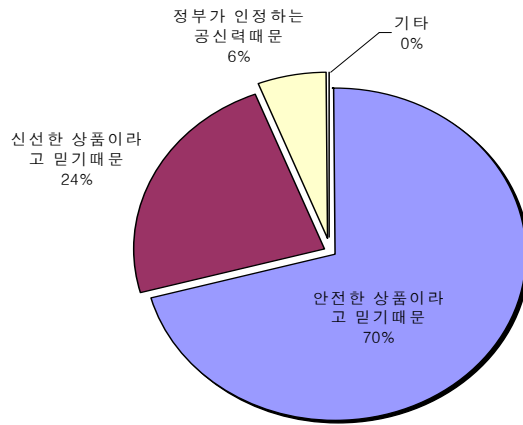
소비자들의 브랜드에 대한 인식은 인지도에 대한 응답비율(12%)에 비해 생산자에 대한 신뢰감에 대한 응답비율이 84%로 월등히 높은 것으로 나타났는데, 이는 브랜드를 통해 생산자에 대한 신뢰감 확보를 통하여 구입하려는 농산물에 대한 믿음이 형성하기 때문으로 판단되었다. 따라서 소비자들에게 생산자의 신뢰감을 형성할 수 있도록 브랜드 이미지를 강화해야 할 것으로 사료된다(그림 3).



[그림 3] 브랜드(상표)에 대해 고려하는 주된 이유

사) 친환경인증유무에 대해 고려하는 이유

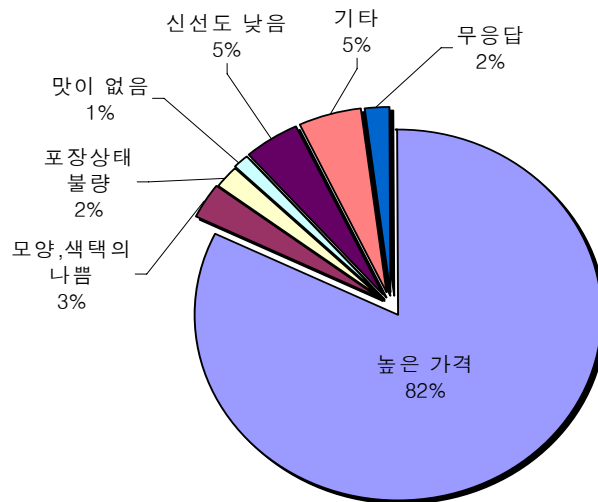
산채 구입시 친환경인증 유무에 대해 고려하는 주된 이유는 <그림 4>에서 보는 바와 같이 “안전한 상품이라고 믿기 때문”으로가 70%로 가장 높게 나타났으며, “신선한 상품이라고 믿기 때문”으로는 24% 정도였다. 친환경 농산물에 대한 인증기관인 정부에 대한 공신력에 대한 응답은 6%에 불과한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 윤과 박(2000년)이 유기농산물 소비실태 및 소비자 분석 결과와 같은 경향으로 친환경인증 유무에 따라 소비자들은 농약 등에 안전한 식품이라고 믿고 있으나 친환경인증이 기관이 농산물품질관리원에서 실시하고 있는 사실을 대부분의 소비자들이 모르고 있기 때문에 정부가 인정하는 공신력에 대한 응답비율이 낮은 것으로 판단된다.



[그림 4] 친환경인증유무에 대해 주된 고려 이유

아) 산채류 구매시 친환경인증 상품에 대한 주된 불만사항

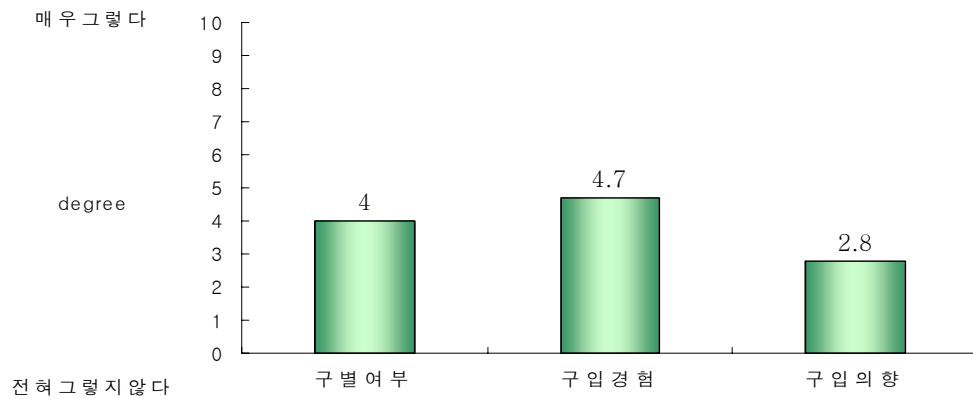
산채류 구매시 친환경 인증 상품에 대한 주된 불만 사항을 조사한 결과 <그림 5>에서 보는 바와같이 높은 가격이라는 요인에 대해 응답한 비율이 82%로 가장 높았으며 기타 요인에 대해 비교적 낮은 결과를 보였다. 이러한 결과는 윤과 박 등(2000)의 보고에서처럼 소비자들은 유기농산물이 일반농산물 가격보다 일정수준 높아야 한다고 생각하고 있지만 실제로는 판매되고 있는 가격수준보다 조금 낮은 가격을 원하고 있다는 점에 비추어 보아, 현재 친환경인증 산채 구매시 소비자들의 심리는 가격이 비싸다고 인식하고 있는 것으로 조사되었으며 특히 응답자의 가계소득이 300이상 되는 비교적 높은 소득층에서 응답비율이 높았다.



[그림 5] 산채 구매시 친환경인증 상품에 대한 주된 불만 사항

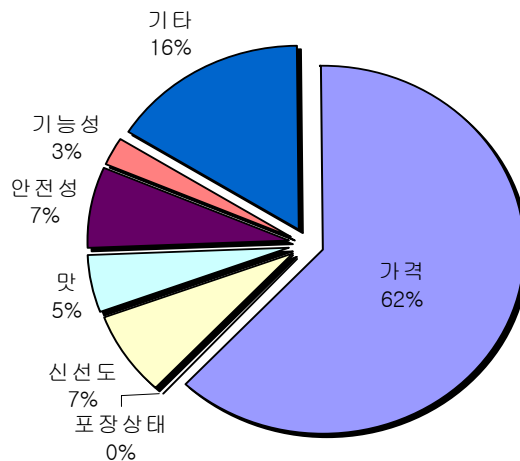
자) 수입산 산채에 대한 소비자의 의식 정도

국내에서 유통되는 수입산 산채와 국내산 산채의 구별 여부를 묻는 질문에서는 <그림 6>에서 보는 바와 같이 전체 응답자 평균 4.0의 수준으로 비교적 구별을 못하고 있는 실정으로 조사되었으며 수입산 산채의 구입경험은 4.7수준으로 어느 정도 구입경험이 있는 것으로 조사되었다. 또한 수입산 산채의 구입의향이 있냐는 설문에는 2.8수준으로 구입의향이 비교적 없는 것으로 조사되었으나 이는 앞서 말한 구입경험에 비추어 수입산 산채의 구입의향은 낮으나 실제적으로는 어느 정도 수입산 산채를 구입하고 있는 것으로 나타났으며 이러한 요인은 표 에서 보는 바와 같이 수입산 산채의 구입시 선택기준이 가격(낮은 가격) 때문이라는 점과 일맥상통하기 때문으로 판단된다.



[그림 6] 수입산 산채에 대한 소비자 의식 정도

그림 7은 수입산 산채 구입경험이 6이상인 응답자 81명을 대상으로 수입산 산채 구입 선택 요인을 조사한 결과이다. 수입산 산채를 구입할 때 선택기준이 가격에 대한 응답이 61.7%로 가장 높게 나타났는데, 이는 수입산 산채가 국내산 산채보다 가격이 낮게 유통되고 있기 때문으로 판단되며 이러한 가격요인은 국내산 산채의 경쟁력을 약화시키는 요인이라 판단된다.



[그림 7] 수입산 산채 구입시 선택기준

다. 산채류 생산 및 유통 합리화 방안

1) 생산 및 유통 합리화 방안

가) 대형유통업체 현황 및 속성

국내 주요 대형유통업체의 현황은 <표 22>와 같다. 2004. 6월에 192점포에서 비해 2005년 12월에는 233점포로 급격하게 증가하고 있다. 이러한 대형유통업체는 소비지 소매시장의 변화를 나타내는 대표적인 기구이며, 소비자 구매 패턴의 변화를 가장 먼저 파악하고 있다. 이러한 대형유통업체의 산지 계약거래에 의한 농산물 구매는 지속적으로 증대되고 있다. 대형유통업체의 마케팅에서 농산물의 전략적 중요성은 소비자의 내점빈도를 높이는데 있다. 이는 소비자의 비식품 구매를 위해서 1차 식품으로 유인해야 한다는 점을 나타내고 있다. 따라서 식품이 전체 매출액에서 차지하는 비율이 10%대 정도이지만, 업체에서는 식품비율을 40~50%대 정도로 유지하고자 하고 있다. 업체에서 중요시하는 상품의 속성으로서 신선도와 품질을 들고 있으며 포장과 규격을 세분화 고급화 하고 있다(박과 김 2002).

<표 22> 대형유통업체 현황(2005. 12 현재)

순 위	회 사 명	점 포 수	비 고
1	이마트	76	신세계 백화점
2	테스코(홈플러스)	42	
3	롯데마트	40	롯데 백화점
4	까르푸	31	
5	월마트	15	
6	GS마트	13	
7	메가마트	11	농심
8	코스트코	5	
계		233	

* 2004. 6월 : 192점포

나) 산채 생산 및 유통 합리화 방안

산채류 재배농가의 생산 및 유통단계 경영실태조사와 소비단계의 소비자 실태조사를 상호 비교분석하여 산채류의 생산과 유통 합리화 방안으로 도출한 결과를 요약하면 <표 23>과 같다.

첫째 산채류는 생산적인 측면에서는 연중재배 작형개발에 의한 체계적인 생산체계구축이 선행되어야 할 것이다. 본 조사에서 나타난 문제점으로는 대부분의 농가가 일반적으로 생산 출하는 보통재배 작형에 준하여 산채류를 생산함으로 인하여 흉수 출하기인 4~7월의 성수기에 집중되고 있다. 또한 이 시기는 자연산 산채류가 출하되는 시기와 중복되어 수요와 공급의 불균형을 초래하여 가격하락의 주 원인으로 작용하고 있는 실정이다. 본 조사연구에서는 조사지역간의 기후 및 지리적 여건의 차이로 출하시기가 다소 차이가 있었으나, 강원지역 이외의 타지역의 산채류 출하시기와 중복되는 경향이 있어, 보다 체계적인 재배작형(조기,

축성, 억제) 개발에 의한 출하시기 조절이 필요한 것으로 사료되었다. 이러한 현상은 소비자의 설문조사에서 산채류의 구매시기는 “필요한 시기마다 구입”한다는 응답 비율(작목별 25.6~78.5%)에서 나타난 결과와 같이 산채류 생산시기 조절을 위한 작목 및 지역간의 출하작형과 경영규모를 인위적으로 조절하여 산채류의 연중 생산·출하 작형을 체계적으로 확립하여야 할 과제를 안고 있다.

<표 23> 소비자의 소비성향 분석에 의한 생산자 생산·유통 합리화 방안

구분	생산자	소비자	방안	
생산단계	시기	작목별 지역별 수확시기 다양	필요시마다 구입	지역별 작목별 생산시기조절 (연중출하 재배작형 실시) ⇒ 생산비용 절감이 관건
	단위	2, 4kg	1kg미만~1kg	농가단위 기존 출하단위 유지 대형유통업체 소포장 판매 ⇒ 포장비용 절감이 관건
	포장형태	박스출하 비중 높음	비닐>랩>박스	“
	가격	공취 : 3,500~6,000원/kg	공취 : 3,340원/kg	생산비용 절감 필요
	선도	선도유지시설 운영미흡	신선도 높은 관심	선도유지 기술 및 시설활용 ⇒ 가격 상승요인 문제
	브랜드	자체브랜드(상표미등록)	높은 관심은 아님 생산자 신뢰감	지속적인 브랜드의 홍보로 인지도 높여야 됨 ⇒ 대형유통업체 판매시 브랜드 홍보효과 제고
	친환경인 증	유기농, 무농약 또는 자체 친환경실천	안전성을 신뢰, 가격 불만 높음	친환경농산물 생산비용절감 필요 ⇒ 대형유통업체에 친환경인증농산물 판매저조
유통가공 단계	판매처	직거래 비중 높고 다양한 유통경로	대형유통업체, 재래시장 선호	대형유통업체 등 출하 필요 ⇒ 집단화 규모화 필요
	판매형태	생체판매 대부분, 기타 가공 미흡	생체>묵나물>기타가공	생체 소비 높으나 1차 가공이상 필요 ⇒ 가공시설 및 장비 필요

* 작목별 지역별 규모화를 통한 대형유통업체 등 출하 경로 확대 필요
⇒ 규모화시 생산비 절감가능으로 소비자 가격 낮춤 ⇒ 산채 소비 증가

둘째 소비자가 선호하는 비닐 소포장단위의 출하형태를 전환할 필요성이 대두되었다. 본 조사연구에서 나타나 출하형태는 일반적으로 재배농가는 2kg, 4kg단위의 골판지 박스포장 단위로 출하하는 비중이 높은 반면 소비자들은 산채류의 종류에 따라 1kg 미만의 소포장 단위를 선호하는(설문조사 결과 63.9~88.7%)것으로 나타났으며, 산채류는 1회 구입시 작목별로 0.7~1.7kg 정도를 구입하는 것으로 조사되었다. 한편 산채류 생산농가의 출하형태와 소비자의 구매형태는 생체를 선호하는 경향이 높았으며, 특히 소비자들은 산채류 구입시 신선도를 가장 우선적으로 고려하는 것으로 조사되었다. 아울러 소비자들이 느끼는 산채는 신선채소로서의 이미지가 강하였으며, 이런 점은 소비자들의 산채 구매 수요를 충족하기 위해서는 신선한 이미지를 제공할 수 있는 비닐 팩 또는 진공포장, 소포장 출하가 이루어져야 한다고

판단되었다. 그러나 조사농가의 산채류 출하형태는 대부분 벌크식 박스출하(비닐포장 출하의 경우도 2, 4kg)하고 있었으며, 출하처가 다양하지 못하여 주로 개별식당이나 전화주문, 인터넷을 통한 소규모 시장 출하로 출하인건비 및 노동력시간이 많이 투입되는 것으로 나타나 경영비 증가의 한 원인으로 나타났다.

셋째, 다양한 판매망 구축과 유통경로 개선이 요구되었다. 현재 산채류 재배농가는 일부 작목반을 중심으로 대형유통업체에 납품(2, 4kg)을 제외하고는 대부분의 농가에서 소규모 개인 식당이나 인터넷 또는 전화주문에 의한 틈새 소규모 소비시장으로의 직거래 판매가 주류를 형성하고 있어, 소비자들의 주요 구매장소인 대형유통업체(대형할인매장)와 재래시장으로의 다양한 시장 확대가 필요한 것으로 조사되었다.

넷째, 다양한 유통경로의 확대를 위해 표준화 등급화가 필요하다. 최근 대형유통업체의 급성장과 이들 업체들의 농산물 구매형태의 변화가 가속화되고 있는데 농산물 구매를 재래 시장에서 산지 직거래 및 계약 재배형태로 구매비중을 높이고 있으며 이들 대형유통업체는 일정규격의 농산물을 안정적으로 공급받기를 희망하고 있다. 이러한 대형유통업체의 특성은 소비자 소비형태와 맞물려 있기 때문으로 판단되며 산채 출하경로를 대형유통업체로 확대하기 위해서는 생산농가단계에서 비닐소포장 출하형태로 일부분 전환해야 할 것으로 사료되며, 산채의 안정적 생산을 위해서는 작목별 규모화가 선행되어야 할 것으로 판단된다.

다섯째, 다양한 가공품 개발이 이루어져야 한다. 생산농가의 대부분이 생체위주로 출하 판매를 하고 있으나, 최근 다양한 산채를 이용한 가공식품 개발이 이루어져 오고 있으며, 또한 산채의 기능성에 대한 연구가 활발히 이루어져 오고 있다. 그리고 일부 가공되어 유통되고 있는 상품이 어느 정도 소비 이루어지고 있는 점으로 보아 앞으로 보다 다양한 가공품 개발과 이를 위해 원재료를 꾸준히 공급할 수 있도록 작목별 규모화를 선행해야 할 것으로 사료된다.

여섯째, 수입산에 비해 가격 경쟁력이 약하므로 국내 수입이 어려운 생체 판매 위주의 신선 채소로써의 산채 작목 선택이 중요하다. 국내에 수입되는 산채는 생체 수입이 용이한 도라지, 더덕 등을 일부 작목을 제외하고 신선채소로써 수입되는 경우는 거의 제한적이다. 수입량이 많은 산채와 국내 재배면적이 많은 산채류 거의 비슷하기 때문에 이들간의 가격 경쟁력은 실제로 해결하기 어려운 부분이다. 그러나 신선채소 종류의 산채가 국내 수입이 아직까지 거의 이루어지지 않고 있기 때문에 이러한 작목 위주로 선택 재배하는 것이 바람직할 것으로 사료되며 또한 선도 유지를 위해 보다 많은 노력을 해야 할 것으로 판단된다.

4. 적 요

본 연구는 2005년도에 강원도내 주요 산채 재배지역인 원주 등 4개시·군을 대상으로 작목반 단위의 생산지를 중심으로 산채류의 재배적인 측면에서의 생산·유통실태와, 소비자 설문 등을 통한 소비단계에서 나타나는 문제점을 비교 분석한 결과, 산채류의 생산 및 유통의 효율화 방안을 요약하면 다음과 같다.

가. 산채류 생산·가공·유통 유형 및 경영성과 분석

1) 산채 재배실태

본 조사에서 나타난 주요 산채류(공취)의 재배면적은 양구>평창>횡성>원주 순이었으며, 공취의 경우 생산시기 및 수확횟수에 있어서는 지역간에 다소 차이가 있었다. 일부 산채류(곤드레, 두릅)는 지역간의 생산시기 및 수확회수가 유사한 것으로 조사되었다. 또한 공취의 경우 10a당 소득은 지역별로 평창>양구>횡성>원주 순으로 높게 나타났는데 이는 재배품종 및 판매단가 차이와 평창과 양구지역은 비교적 해발이 높은 지역에 위치하고 있어 여름철 저온으로 인하여 공취의 생육기간 연장으로 수확횟수 증가에 따른 수확량 차이에 기인하는 것으로 사료되었다.

2) 산채류 가공실태

산채는 주로 생채를 선호하는 소비자들의 요구에 부응하기 위해서는 예냉처리 및 저장시설이 구비하여야 하는데, 본 조사지역에서는 양구를 제외하고는 기본적인 시설을 갖추고 있었으나, 예냉처리에 의한 산채류 저장은 평창과 횡성지역에서 비교적 양호하게 관리 운영되고 있었다. 따라서 산채류의 선도를 위해서는 기본시설을 효율적으로 활용함과 동시에 산채류 가공품 생산으로 부가가치 제고를 향상시킬 수 있는 방안이 검토되어야 할 것으로 사료되었다.

3) 산채류 유통실태

산채류 종류별 주요 판매처는 직거래(전화, 인터넷, 소비자 현지방문, 소규모 식당)에 비중이 주류를 형성하고 있었으며, 일부 지역에서는 도매시장, 대형유통업체(할인점), 기타 방법으로 판매되고 있는 것으로 조사되었으며, 유통경로에 따라 위탁 및 판매수수료를 생산자가 7%정도 부담하고 있었다. 또한 조사지역 대부분이 산채류는 수확과 동시 생채를 2, 4kg박스 단위로 출하되고 있었으며, 산채류의 출하가격은 생산시기 및 지역, 출하처별로 다소 간의 차이를 나타냈다.

나. 산채류 소비실태 조사 분석

1) 산채류 주요 구입처 및 선택기준

본 연구의 조사대상 산채류의 주요 구입처는 대형유통업체 및 재래시장으로 나타났으며, 이런 장소를 선호하는 이유로는 품목의 다양화로 선택의 폭이 넓고, 가격이 저렴하며, 양질의 상품을 선택할 수 있다는 장점으로 일반소비자들이 구입 장소로 선택하는 것으로 나타났다.

2) 구입형태 및 포장형태, 선호단위

소비자들은 산채를 주로 생채로 구입하는 것으로 나타났으며, 포장은 비닐포장과 소포장 단위인 1kg미만 또는 1kg단위를 선호하는 것으로 조사되었다.

3) 구입시기 및 동기, 상품선택기준

산채류는 한정된 시기 또는 수요가 발생하는 시기에 수시로 구입하는 경향이 가장 높았으며, 산채류는 건강채소의 이미지가 높아 건강식품(웰빙)으로 구입하는 것으로 나타났다. 또한 산채류 구입시 선택기준으로는 신선도, 생산지, 원산지 및 가격 등을 고려하여 구입하는 것으로 조사되었다.

4) 산채 상품 브랜드 및 친환경인증 고려 기준

산채류 상품의 선택기준으로 브랜드를 고려하는 이유는 생산자에 대한 신뢰감으로서, 친환경인증 상품을 선택하는 이유는 안전농산물이기 때문이라고 응답하였으나, 친환경농산물의 높은 가격에 대해서는 불만족하다는 의견이 높았다.

5) 수입산 산채류 구입경험 및 선택기준

국내에 유통되는 수입산 산채류에 대한 구입 경험은 보통수준으로 조사되는데 반해, 수입산에 대한 구입의향이 낮았으나, 수입산 산채류의 가격조건에 따라 수입산을 선택할 것이라는 의견이 높아 금후 국내산 산채류의 경쟁력제고를 위한 생산비 절감을 위한 농가경영개선이 필요 할 것으로 사료되었다.

다. 생산·유통 효율화 방안

- 1) 채류는 생산적인 측면에서는 연중재배 작형개발에 의한 체계적인 생산체계구축이 선행되어야 할 것이다
- 2) 소비자가 선호하는 비닐 소포장단위로의 출하형태를 전환할 필요성이 대두되었다
- 3) 다양한 판매망 구축과 유통경로 개선이 요구되었다.
- 4) 다양한 유통경로의 확대를 위해 표준화 등급화와 작목별 규모화가 필요하다.
- 5) 다양한 가공품 개발이 이루어져야 할 것으로 판단된다.
- 6) 수입산에 비해 가격 경쟁력이 약하므로 국내 수입이 어려운 생체 판매 위주의 신선 채소로써의 산채 작목 선택이 중요하다.

라. 조사상의 한계와 문제점

본 연구에서는 조사 산채류별로 소비자 1회 구입량에 따른 설문조사에 따라 비닐 소포장 단위는 본 연구에서 제시할 수 있었으나, 일부 묵나물 형태의 1차 가공을 거친 비닐 소포장 출하의 경우를 제외하고 생체를 비닐소포장하여 출하하는 사례가 없어 비닐소포장 출하에 따른 경영성과분석과 연구기간의 제약상 작목별 규모화를 위한 결과를 도출 할 수 없었다. 앞으로 산채류별 비닐소포장의 개발과 이에 따른 경영성과분석을 하고 이를 위해 선행되어야 될 작목별 규모화에 대한 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

5. 인용문헌

- 강원도농업기술원. 2000. 산채의 시설재배 종합기술 개발 연구. 시험연구완결보고서.
- 강창용, 정은미. 1999. 친환경농산물의 생산과 소비형태 분석. 농촌경제연구원. 제22권. 제4호 pp 61 ~ 74.
- 권순배, 방순배, 최성진. 1997. 다년생 산채류의 적정 수확한계기 구명시험. 산채시험장, 시험연구보고서. pp253 ~ 255.
- 농수산물유통공사. 2001. 주요 농산물 소비패턴 조사 분석
- 박영구, 김호. 2002. 대형유통업체의 농산물 산지계약거래에 관한 연구. 농업경영·정책연구 제 29권 제4호
- 윤석원, 박영복. 2000. 유기농산물 소비실태 및 소비자 분석. 한국유기농업학회 8. pp35 ~ 52
- 이경희. 2005. 신유통업체 농산물 마케팅 전략. 업체류 농산물유통 전문기술 교육교재, 농촌진흥청. pp3 ~ 12
- 이병서. 2004. 농산물 상품성 제고방안 연구 - 대형할인점의 농산물 구매특성과 산지 대응 방안 -, 농촌진흥청, 시험연구보고서. pp59 ~ 80
- 이병오, 고종태. 1999. 농산물의 지역브랜드화 및 마케팅 전략 개발, 농업정책연구 제26권 제1호, pp121 ~ 143.
- 장은하, 한종수, 채영길, 안용진. 2003. 강원지역 소면적 작목의 경영실태 분석. 강원도 농업기술원. 시험연구보고서. pp121 ~ 133
- 장진선, 최은옥, 민황기, 허범량. 1992. 산채의 산지유통 개선에 관한 연구. 강원도농업기술원. 시험연구보고서. pp121 ~ 133
- 최경배, 김동춘, 최해선, 장원복, 최부술, 이원식. 1995. 경북지역 주요 산채류에 대한 경영성과 분석. 경상북도농업기술원. 농업논문집 37(1). pp578 ~ 585
- 최성진, 방순배, 최병곤, 모영문, 권순배. 1999. 산채의 연중생산체계 실증 연구. 강원도 농업기술원 시험연구보고서 PP136~141

6. 연구결과 활용 제목

- 산채(공취)의 안정적 생산·유통을 위한 비닐소포장 단위 출하 권장(2005, 영농활용)