

消費者家口の糧穀購入實態와 消費行爲에 관한 調査

米穀購入實態를 중심으로

劉 南 埴
 研究員, 食糧經濟研究室

- I. 序 論
- II. 調査家口の 概況
- III. 米穀購入實態
- IV. 米穀, 混合穀 및 보리쌀 消費에 대한 消費者 選好
- V. 맺는 말

費構造의 변화에 대처하여 効率的인 米穀政策樹立을 위한 基礎資料를 수집하고자 消費者家口の 米穀購入實態 및 消費行爲 그리고 政府米, 混合穀 및 보리쌀 消費에 대한 消費者의 의견 등을 조사 분석하는 데 중점을 두었다.

I. 序 論

우리 나라에서 米穀은 農家の 가장 중요한 所得源일 뿐만 아니라 國民의 基本食糧으로서 農家經濟 및 國民經濟 전반에 걸쳐 상당히 중요한 비중을 차지하고 있다. 따라서 정부에서는 米穀의 自給達成을 위하여 줄기찬 노력을 한 결과 한 때 米穀의 自給을 이룩하였으나, 최근에는 新品種의 病虫害 등으로 인하여 쌀 生産量은 減少된 반면, 쌀 消費規制의 解除에 따른 쌀 消費增加로 米穀의 自給率은 현저히 하락하였다. 한편, 經濟成長으로 國民所得이 增加하여 食品消費 패턴이 高級化내지 多樣化되고 있으며, 이에 따라 消費家口の 糧穀購入 및 消費形態에도 상당한 變化가 나타나고 있다.

本 調査에서는 이와 같은 米穀의 生産 및 消

II. 調査家口の 概況

本 調査에서는 서울시內의 消費者家口를 대상으로 地域 및 所得水準을 고려하여 300家口를 有意選定하였다. 標本家口の 所得階層別 分布는 <表 1>과 같으며, 家口當 月平均所得이 높은 階層일수록 家口當 家口員數가 증가하는 傾向이 있고, 家口當 月平均所得이 10萬원 미만인 階層의 家口當 家口員數가 3.76명으로 가장 적는데 반하여, 月平均 所得이 40萬원 이상인 階層에서

表 1 所得階層別 調査家口分布 및 家口當 平均家口員數

區 分	10萬원 未	10~20萬 滿	20~30萬 元	30~40萬 元	40萬원 以上	計
家 口 數(戶)	17	88	66	40	89	300
構 成 比(%)	5.7	29.3	22.0	13.3	29.7	100.0
家口當 平均 家口員數(名)	3.76	4.60	4.74	4.45	5.81	4.92

表 2 職業別 調査家口分布

職 業 別	公務員	公共企業體 職	個人企業體 職	商 業	서비스業	勞務職	其他自由業	計
家 口 數(戶)	18	50	65	61	24	50	32	300
構 成 比(%)	6.0	16.7	21.7	20.3	8.0	16.7	10.6	100.0

5.81명으로 가장 많은 것으로 나타났다.

한편 調査家口の 職業別 分布를 살펴보면, <表 2>와 같이, 全體調査家口の 44.4%에 해당하는 133戶가 公務員이거나 公共機關 또는 個人企業體에 종사하고 있는 俸給生活者이며, 나머지 家口는 비교적 不定期的인 所得源을 가지고 있는 商業, 勞務職 등에 종사하고 있었다.

Ⅲ. 米穀購入實態

1. 購入頻度

消費者家口の 米穀購入頻度を 보면, 일반적으로 所得水準이 높은 계층일수록 낮게 나타났으며 <表 3>, 1개월에 한 번 정도 米穀을 購入한다는 家口가 186家口(62.0%)로 대종을 이루고 있으며, 1개월 미만에 한 번 정도 購入하는 家口가 58家口(19.3%), 그리고 2개월 이상에 한 번 정도가 56家口로 全體調査家口の 18.7%를 차지하고 있었다.

한편 米穀의 購入頻度を 所得階層別로 살펴보면 低所得層일수록 높은 것으로 나타났는바, 1개월 미만에 한 번 정도 米穀을 購入한다는 家口에서는 月平均所得이 10萬원 미만인 계층이

52.9%로 상당히 높은 比重을 차지하고 있는 반면에, 40萬원 이상인 階層은 7.9%에 불과하였다. 이와는 반대로 2개월 이상에 한 번 정도 米穀을 購入하는 경우를 보면, 月平均所得이 10萬원 미만인 階層에서는 11.8%에 불과하였으나, 40萬원 이상인 계층의 경우에는 25.8%로서 높은 比重을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

한편 公務員이나 會社員 등과 같이 일정한 所得源을 가지고 있는 俸給生活者 家口에서 1개월에 한 번 정도 米穀을 購入한다는 家口가 지배적인 것으로 나타났는데, 이는 주로 月給달에 米穀을 구입하기 때문인 것으로 보인다. 이와 같이 米穀의 購入頻度は 月平均 所得水準 및 職業과 밀접한 관계를 가지고 있는 것으로 보인다.

2. 1回 購入量

消費者 家口の 1回 米穀購入量은 家口員數, 月平均 所得水準 및 職業 등과 밀접한 관계가 있으리라 본다. 調査家口の 1回 米穀購入量을 所得階層別로 살펴보면, 다음 <表 4>와 같이, 所得水準이 높은 계층일수록 增加하는 경향이 있으며, 한 번에 5말(斗) 미만을 購入하는 경우 月平均所得이 10萬원 미만인 階層이 82.3%로

表 3 所得階層別 米穀購入頻度

單位: 戶(%)

所得階層別	10萬원未滿	10~20萬원	20~30萬원	30~40萬원	40萬元以上	計
購入頻度						
1個月未滿에 한 번 程度	9 (52.9)	28 (31.8)	8 (12.1)	6 (15.0)	7 (7.9)	58 (19.3)
1個月에 한 번 程度	6 (35.3)	55 (62.5)	43 (65.2)	23 (57.5)	59 (66.3)	186 (62.0)
2個月以上에 한 번 程度	2 (11.8)	5 (5.7)	15 (22.7)	11 (27.5)	23 (25.8)	56 (18.7)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

表 4 所得階層別 1回 米穀購入量의 家口分布

單位：戶(%)

所得階層別	10萬圓未滿	10~20萬圓	20~30萬圓	30~40萬圓	40萬圓以上	計
購 入 量						
5 말 未 滿	14 (82.3)	64 (72.7)	26 (39.4)	14 (35.0)	21 (23.6)	139 (46.3)
5 말~1 가 마	2 (11.8)	23 (26.1)	36 (54.5)	18 (45.0)	41 (46.1)	120 (40.0)
1 가 마 以 上	1 (5.9)	1 (1.2)	4 (6.1)	8 (20.0)	27 (30.3)	41 (13.7)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

가장 높았으며, 한 번에 1가마 이상을 購入하는 경우에는 月平均 所得이 40萬圓 이상인 계층이 30.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

3. 購入時期

消費者가 米穀의 購入時期를 결정하는 요인을 살펴보면, 전체 調査家口의 53.0%에 해당하는 159家口가 특별한 기준없이 집에 쌀이 떨어지면 그때 구입하는 것으로 나타났으며, 月給날 등 收入이 발생했을 때 그리고 每月 일정한 날을 정해 놓고 米穀을 구입하고 있는 家口가 118家口로 전체 家口의 39.3%를 차지하고 있었으며, 좋은 쌀을 구입할 수 있을 때 미리 구입해 둔다는 家口는 23家口로 7.7%에 불과한 것으로 나타났다<表 5>.

그런데 여기서 한 가지 지적할 사항은 특별한 기준없이 집에 쌀이 떨어지면 구입한다는 家口와 月給날 등 收入이 있는 날을 기준으로 또는 매월 일정한 날을 정해 놓고 구입한다는 家口는 모두 米價의 變動이나 米穀市場의 與件變化에 큰 관심이 없이 비교적 정기적으로 米穀을 구입

하고 있는 家口로 볼 수 있으며, 이들 家口數가 全體調査家口의 90%이상을 차지하고 있다는 것은 그 동안 米價가 비교적 安定된 데에 基因되는 것으로 생각된다.

특히 高所得層의 경우 좋은 쌀을 購入할 수 있을 때 미리 사두려는 경향이 있다. 이들 家口는 良質米의 供給物量이 부족하여 價格이 上昇勢를 보일 경우 假需要를 誘發시킬 가능성이 있으리라 본다.

4. 購入對象處

消費者家口의 米穀購入處는 주로 一般糧穀小賣商과 農協直賣場이며, 간혹 서울 近郊의 生産農家에서 직접 구입하거나 產地의 緣故者를 통해서 購入하는 경우도 있다. 消費者家口의 米穀購入處別 購入比率를 살펴보면, 一般糧穀小賣商이 81.0%를 차지하고 있으며, 農協直賣場은 14.7%, 產地生産農家 또는 其他經路는 4.3%에 불과한 것으로 나타났다<表 6>.

이 表에서 보는 바와 같이 一般糧穀小賣商과 農協直賣場의 利用比率는 所得水準과 별로 관계가 없는 것으로 나타났다. 所得水準이 상대적으로

表 5 所得階層別 米穀購入 時期

單位：戶(%)

所得階層別	10萬圓未滿	10~20萬圓	20~30萬圓	30~40萬圓	40萬圓以上	計
購 入 時 期						
月給날 등 所得發生時	2 (11.8)	32 (36.3)	28 (42.4)	11 (27.5)	32 (36.0)	105 (35.0)
每月 一定日	—	2 (2.3)	5 (7.6)	4 (10.0)	2 (2.2)	13 (4.3)
특별한 基準없이 쌀이 떨어지면	14 (82.3)	52 (59.1)	31 (47.0)	21 (52.5)	41 (46.1)	159 (53.0)
좋은 쌀 購入이 可能할 때	1 (5.9)	2 (2.3)	2 (3.0)	4 (10.0)	14 (15.7)	23 (7.7)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

表 6 所得階層別 米穀購入處

單位：戶(%)

所得階層別 購入處別	10萬圓未滿	10~20萬圓	20~30萬圓	30~40萬圓	40萬圓以上	計
一般糧穀小賣商	16 (94.1)	66 (75.0)	59 (89.4)	33 (82.5)	69 (77.5)	243 (81.0)
農協直賣場	1 (5.9)	22 (25.0)	5 (7.6)	5 (12.5)	11 (12.4)	44 (14.7)
產地生產農家	—	—	2 (3.0)	2 (5.0)	9 (10.1)	13 (4.3)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

로 높은 계층에서 産地의 生産農家로부터 직접 구입하거나 産地의 緣故者 또는 其他經路를 통하여 購入하는 경우가 있는데, 그 比率은 所得階層에 따라 3~10% 수준으로 나타났다.

한편 消費者家口의 단골 米穀商 保有現況을 살펴보면, 全體調査家口의 89.3%에 해당하는 268 家口가 단골 米穀商을 가지고 있는 것으로 나타났다으며, 이들 단골 米穀商과의 거리가 집에서 300m 이내에 있다는 家口가 75.7%를 차지하고 있는 것으로 보아 대부분의 消費者는 가까운 곳에 있는 米穀商을 단골로 去來하고 있는 것으로 보인다. 그리고 단골 去來를 하고 있는 理由는 집과의 거리가 멀지 않기 때문이라는 家口가 147 戶(54.9%)로 가장 많았고, 品質, 價格, 物量 등을 속이지 않기 때문이 14.7%, 좋은 쌀을 언제든지 購入할 수 있기 때문이 7.8% 순이었다(表 7). 한편 단골 米穀商을 가지고 있지 않은 이유로는, 좋은 쌀을 購入하기 위해서가 28.1%, 단골 去來가 별로 이익되는 점이 없기 때문이 21.9%, 보다 싼 값으로 購入하기 위해서가 15.6%

表 7 단골 米穀商을 가지고 있는 이유

應 答 區 分	應答者 數(戶)	構成比 (%)
品質, 價格, 物量, 등을 속이지 않으므로	38	14.2
좋은 쌀을 언제든지 購入할 수 있으므로	21	7.8
外上으로 購入할 수 있으므로	12	4.5
다른 곳에 비해 싼 값으로 살 수 있으므로	3	1.1
집과의 거리가 멀지 않아 便利하므로	147	54.9
친척 또는 오래전부터 잘 아는 사이이므로	17	6.3
특별한 理由없이 過去부터 去來해 왔으므로	29	10.8
其 他	1	0.4
計	268	100.0

의 순으로 나타났다(表 8). 또한 단골 米穀商과의 去來期間에 대한 應答結果를 보면 1년 이상 지속적으로 단골 去來를 하고 있는 家口가 약 60%로서 대종을 이루고 있었다(表 9).

表 8 단골 米穀商이 없는 理由

應 答 區 分	應答者 數(戶)	構成比 (%)
값을 알아보고 보다 싼 값으로 購入하려고	5	15.6
더 좋은 쌀을 골라서 購入하려고	9	28.1
단골로 去來해도 별로 利益되는 점이 없으므로	7	21.9
其 他*	11	34.4
計	32	100.0

* 특별한 이유없이 단골 去來를 하지 않거나 無應答 등이 포함되어 있음.

表 9 단골 米穀商과의 去來期間

區 分	3個月 未 滿	3~6 個月	6個月 ~1年	1~3年	3年 以上	計
家 口 數(戶)	41	25	42	70	90	268
構 成 比(%)	15.3	9.3	15.7	26.1	33.6	100.0

따라서 대부분의 消費者家口가 단골로 거래하는 米穀商을 가지고 있으며, 일단 단골 거래가 성립되면 一定期間 지속하는 것으로 보인다.

5. 去來實態

政府에서 미터법에 의한 重量去來制를 실시토록 陣장함에 따라 현재 米穀去來는 重量去來로 실시되고 있다.

그러나 米穀購入時 去來單位에 대한 消費者의 選好를 調査한 바에 의하면, 重量去來가 더 편리하다고 응답한 家口가 183戶로 전체의 61.0%

를 차지하고 있는데 비하여, 아직도 容量去來가 더 편리하다는 家口도 73戶(24.3%)나 되었다.

이와 같이 重量去來 選好도가 높은 이유는, 요즈음 미터法에 의한 敎育을 받은 젊은 主婦들이 늘어났고, 동시에 政府米가 kg 單位로 包裝, 販賣되고 있기 때문인 것으로 보인다.

한편 米穀의 包裝資材에 대한 消費者의 選好를 보면, 20kg 미만의 小量去來에서는 紙袋包裝이, 1㏍ 單位의 去來에서는 포리에칠렌袋를 가장 選好하고 있는 것으로 나타났다. 그런데 紙袋包裝으로 가장 알맞는 重量은 10kg 미만이라는 家口가 22.3%, 20kg 정도라는 家口가 48.3%였으며, 紙袋는 破損될 우려가 많아서 米穀의 包裝資材로서는 부적당하다는 家口는 4.0%에 불과하였다<表 10>.

表 10 政府米의 包裝資材(紙袋)에 대한 消費者意見

應 答 區 分	家口數 (戶)	構成比 (%)
10kg 미만은 적당	67	22.3
20kg 정도는 적당	145	48.3
30kg 까지도 적당	29	9.7
60kg 까지도 적당	19	6.3
不適當하다	12	4.0
無 應 答	28	9.3
計	300	100.0

1㏍ 單位의 거래에서는 포리에칠렌袋가 좋다는 家口가 49.0%로 가장 많았으며, 麻袋가 18.3%, 綿袋가 14.0%이었고, 짚 가마니는 10.0%로서 가장 낮은 것으로 나타났다<表 11>. 이와 같이 消費者가 포리에칠렌袋나 麻袋를 選好하는 이유는 米穀을 長期保管할 필요가 없는데다 비교적 깨끗하고 空袋를 다양하게 이용할 수 있기 때문인 것으로 보이며, 紙袋의 경우 小量包裝을 選好하고 있는 이유는 包裝單位가 클수록 破損될 가능성이 높기 때문인 것으로 보인다.

또한 米穀과 混合穀의 包裝單位는 모두 20kg

表 11 쌀을 1㏍ 單位로 購入할 때 包裝資材에 대한 消費者 選好

應 答 區 分	家口數 (戶)	構成比 (%)
포 리 에 칠 렌 袋	147	49.0
짚 가 마 니	30	10.0
綿 袋	42	14.0
麻 袋	55	18.3
아무것이나 마찬가지로이다	26	8.7
計	300	100.0

짜리를 가장 選好하는 것으로 나타났으며, 混合穀의 보리쌀 混合比率은 현재의 20% 수준이 적당하다는 家口는 18.7%에 불과하였으며, 15%가 적당하다는 家口가 20.7%, 그리고 10%로 낮추는 것이 좋겠다는 家口가 51.0%나 되었다<表 12>.

表 12 混合穀의 보리쌀 混合比率에 대한 消費者 意見

應 答 區 分	家口數 (戶)	構成比 (%)
10 %	153	51.0
15	62	20.7
20	56	18.7
25	3	1.0
30	5	1.7
無 應 答	21	7.0
計	300	100.0

IV. 米穀, 混合穀 및 보리쌀 消費에 대한 消費者 選好

현재 市中에 流通되고 있는 米穀의 種類는 政府米와 一般米로 크게 구분되고 있다. 消費者家口에서 주로 購入하고 있는 米穀의 種類를 알아 보면, 低所得層일수록 政府米를 많이 消費하고 있는데 비해, 所得水準이 높을수록 一般米를 많이 消費하는 것으로 나타났다.

즉 月平均 所得이 10萬원 미만인 계층에서는 政府米만 購入한다는 家口가 82.3%로 높은 비중을 차지하고 있는 반면, 月平均所得이 40萬원

表 13 所得階層別 政府米와 一般米 購入比率

單位：戶(%)

所得階層別 區 分	10萬圓未滿	10~20萬圓	20~30萬圓	30~40萬圓	40萬圓以上	計
政府米만 購入	14 (82.3)	64 (72.7)	15 (22.7)	4 (10.0)	10 (11.2)	107 (35.7)
一般米만 購入	1 (5.9)	8 (9.1)	28 (42.4)	19 (47.5)	51 (57.3)	107 (35.7)
때에 따라 모두 購入	2 (11.8)	16 (18.2)	23 (34.9)	17 (42.5)	28 (31.5)	86 (28.6)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

이상인 계층에서는 一般米만 구입한다는 家口가 57.3%를 차지하고 있는 것으로 나타났다<表 13>.

한편, 消費者家口에서 政府米와 一般米만을 購入하는 이유를 살펴보면, 政府米만을 購入하는 이유로는 政府米가 一般米에 비하여 가격이 低廉하기 때문이 88.8%로 대부분을 차지하고 있었으며, 一般米만을 購入하고 있는 이유로는 一般米가 政府米에 비하여 米質이 좋기 때문이 91.6%로 대종을 이루고 있었다.

그런데 政府米는 產地別로 구분없이 放出되고 있으나, 一般米는 流通過程에서 產地別로 區分 販賣되고 있어 產地別 米質差異에 따른 價格差異가 발생하게 된다. 따라서 消費者들이 一般米를 購入할 때, 產地別區分 與否를 알아본 결과, 區分한다고 應答한 家口가 42.5%(때에 따라 구분하는 家口 포함), 區分하지 않는다는 家口가 56.5%나 되었다. 이와 같은 결과로 미루어 볼 때 米穀의 產地別 米質差異는 아직도 消費者들이 米穀을 購入하는 중요한 要因의 하나로 작용하고 있음을 알수 있다.

한편 產地別 區分을 하지 않는 이유로는, 消費者들이 產地別 區分能力이 없기 때문이라는 家口가 52.3%나 되었으며, 그 밖에 產地別區分보다는 品種別 區分을 더 중요시하기 때문이라는 家口가 32.1%, 產地別로 米質差異가 없다고 생각하기 때문이 11.9%의 순으로 나타났다<表14>.

一般米를 購入할 때 產地別區分을 한다는 이

表 14 一般米를 購入할 때 產地別 區分을 하지 않는 이유

應 答 區 分	家口數 (戶)	構成比 (%)
產地別 區分이 어렵기 때문에	57	52.3
產地別로 米質의 差가 없기 때문에	13	11.9
產地別 區分보다는 品種別 區分이 重要하므로	35	32.1
其 他	4	3.7
計	109	100.0

유 중 產地別로 米質差異가 있기 때문이 약 80%를 차지하고 있다는 점과, 產地別區分을 하지 않는다는 이유 중 產地別區分이 어렵기 때문이 50% 이상을 차지하고 있는 것으로 미루어 볼 때, 상당수의 消費者들이 產地別로 米質差異가 있다는 것을 認定하고 있으나 米穀을 購入할 때 產地別區分을 하지 못하고 있는 실정인데, 이같은 사실은 商人들로 하여금 品質이 좋은 地方米를 京畿米로 販賣함으로써 부당한 margins을 取得할 可能性이 있다 하겠다.

한편 米價가 현재 수준보다 약간 引上(10% 정도)될 경우 消費家口의 쌀 消費行爲에 관하여 문의한 결과 調查家口全體의 56.3%에 해당되는 169家口가 쌀은 主食이므로 價格이 어느 정도 오르더라도 消費量은 줄지 않을 것이라고 應答했으며, 쌀 消費를 줄이는 대신 보리쌀이나 다른 雜穀을 더 많이 消費하겠다는 家口가 71戶(23.7%), 一般米 消費를 줄이고 政府米를 消費하겠다는 家口가 35戶(11.7%)의 순으로 나타났다<表 15>. 그런데 이를 所得階層別로 보면 所得水準이 높은 階層일수록 消費量이 줄지 않을 것이라고 應答한 家口가 많았다. 이는 家計費支

表 15 所得階層別 米價引上에 따른 消費量 變動

單位: 戶(%)

所得階層別 區 分	10萬圓未滿	10~20萬圓	20~30萬圓	30~40萬圓	40萬圓以上	計
消費量不變	6 (35.3)	35 (39.8)	37 (56.1)	26 (65.0)	65 (73.0)	169 (56.3)
一般米 중 낮은等級을 消費	1 (5.9)	3 (3.4)	7 (10.6)	1 (2.5)	2 (2.3)	14 (4.7)
政府米 消費 增大	—	9 (10.2)	9 (13.6)	5 (12.5)	12 (13.5)	35 (11.7)
보리쌀 또는 其他 雜穀 混食	9 (52.9)	34 (38.6)	11 (16.7)	7 (17.5)	10 (11.2)	71 (23.7)
無應答 또는 잘 모르겠다	1 (5.9)	7 (8.0)	2 (3.0)	1 (2.5)	—	11 (3.6)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

出 중 米穀支出이 차지하고 있는 比重이 상대적으로 낮기 때문에 米價上昇이 전체 家計費에 미치는 영향은 그다지 크지 않기 때문인 것으로 보인다. 반면에 所得水準이 낮은 階層일수록 쌀 消費를 줄이고 보리쌀 또는 其他 雜穀을 더 많이 消費하겠다는 家口가 많았는데, 이는 家計費支出에서 米穀支出이 차지하고 있는 比重이 높기 때문인 것으로 생각된다.

한편 지금의 政府米에 대한 消費者의 意見을 알아보면, 密陽 23號가 나온 뒤 부터는 政府米에 대한 認識이 높아졌다고 응답한 家口가 108 戶(36.0%)였으며, 價格에 비하면 그래도 좋은 品質이라고 본다는 家口가 59 戶(19.7%), 9分搗精으로 還元된 뒤부터 政府米의 品質이 좋아졌다는 家口가 27 戶(9.0%)인 반면에, 政府米은 아직도 米質이 상대적으로 낮다고 應答한 家口가 55 戶로 全體調査家口의 18.3%를 차지하고 있는 것으로 나타났다(表 16).

이와 같이 政府米가 아직도 米質이 상대적으로

로 낮다고 應答한 家口가 상당한 比重을 차지하고 있는 이유는, 政府米은 一般米에 비하여 價格은 저렴하지만 品種에 따른 品質差異와 長期保管 등으로 米質이 크게 뒤떨어지는 것으로 消費者들이 認識하고 있기 때문이다.

그러나 消費者들의 政府米 購入 比重은 날로 增加하고 있으며, 더우기 政府米을 주로 消費하고 있는 계층은 低所得層이다. 따라서 放出米價의 引上은 특히 低所得層의 家計에 비교적 큰 壓迫을 주게 될 것이므로, 만일 政府米 放出價格을 引上할 경우에는 低所得層의 家計保護를 위하여 混合穀과 보리쌀의 放出價格은 가능한 한 低水準에 유지하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

한편 消費家口의 보리 混食實態를 살펴보면, 全體調査家口의 30.0%에 달하는 90 戶가 年中 보리混食을 실시하고 있었으며, 보리混食을 전혀 하고 있지 않는 家口도 111 戶(37.0%)나 되었고, 때에 따라 하기도 하고 안하기도 한다는 家口가 99 戶(33.0%)로 나타났다(表 17). 이를 所得階層別로 보면 所得水準이 낮은 階層일수록 年中 보리混食을 실시하고 있는 家口의 比重이 크게 나타난 반면에, 所得水準이 높아질수록 보리混食을 전혀 하고 있지 않다는 家口의 比重이 높아지는 것으로 나타났다.

한편 보리 混食을 전혀 하고 있지 않는 家口에 대해 그 이유를 알아보면, 食口들이 좋아하지 않기 때문이라는 家口가 55 戶(49.5%)로 가장

表 16 政府米 品質에 대한 消費者 意見

應 答 區 分	家口數 (戶)	構成比 (%)
密陽23號가 나온 뒤 政府米에 대한 認識이 높아졌다.	108	36.0
9分搗精으로 환원된 뒤 政府米의 品質이 좋아졌다	27	9.0
價格에 비하면 그래도 좋은 品質이다	59	19.7
政府米은 아직도 米質이 상대적으로 낮다	55	18.3
無 應 答	51	17.0
計	300	100.0

表 17 所得階層別 보리 混食 與否

單位：戶(%)

所得階層別	10萬圓未滿	10~20萬圓	20~30萬圓	30~40萬圓	40萬圓以上	計
區分						
年中 하고 있다	9 (52.9)	36 (40.9)	16 (24.2)	7 (17.5)	22 (24.7)	90 (30.0)
전혀 안하고 있다	5 (29.4)	29 (33.0)	24 (36.4)	16 (40.0)	37 (41.6)	111 (37.0)
때에 따라 하기도 하고 안하기도 한다	3 (17.7)	23 (26.1)	26 (39.4)	17 (42.5)	30 (33.7)	99 (33.0)
計	17(100.0)	88(100.0)	66(100.0)	40(100.0)	89(100.0)	300(100.0)

많았으며, 보리를 섞으면 밥맛이 없기 때문이라고 應答한 家口가 33戶(29.7%), 混食을 해도 食糧費가 별로 줄어들지 않기 때문이 8戶(7.2%), 그 밖에 밥을 지을 때 번잡스럽거나 過去習慣 등의 순으로 나타났다(表 18).

表 18 보리 混食을 전혀 하고 있지 않는 이유

應答區分	家口數(戶)	構成比(%)
밥맛이 좋지 않기 때문에	33	29.7
식구들이 좋아하지 않으므로	55	49.6
혼식을 해도 食糧費가 별로 줄어들지 않으므로	8	7.2
밥을 지을 때 번잡스러워서	7	6.3
過去習慣 때문에	4	3.6
其他理由	4	3.6
計	111	100.0

또한 현재는 보리混食을 전혀 하고 있지 않으나, 앞으로 어떤 條件이 주어진다면 보리混食을 할 것인지에 대해 알아본 결과, 政府에서 적극 勸獎한다면 政府施策에 호응하기 위하여 보리混食을 하겠다는 家口가 35.2%로 가장 많았으며, 쌀 價格이 현재보다 크게 上昇한다면이라는 家口가 27.9%, 보리쌀의 品質이 좋아진다면이라고 應答한 家口가 13.5%로 나타난 반면, 보리混食은 어떠한 경우에도 하지 않겠다는 家口도 21.6%나 되었다(表 19).

이와 같은 결과로 미루어 볼 때 보리消費 促進을 위하여 政府의 적극적인 勸獎은 물론 弘報活動을 통한 보리混食에 대한 啓蒙이 절실히 요청되는 동시에 보리쌀의 品質向上에도 주력하여야 될 것으로 생각한다.

表 19 보리混食을 전혀하고 있지 않는 家口에 대한 앞으로의 보리混食 意向

應答區分	家口數(戶)	構成比(%)
쌀 價格이 현재보다 크게 오른다면	31	27.9
보리쌀의 品質이 현재보다 좋아진다면	15	13.5
政府에서 적극 勸獎한다면	39	35.2
어떠한 경우에도 하지 않겠다	24	21.6
其他	2	1.8
計	111	100.0

V. 맺는 말

이상에서 消費者 家口의 米穀購入實態를 비롯하여 糧穀消費行爲에 관한 消費者選擇를 분석해 보았다.

分析結果에 의하면 대부분의 調査家口가 米價의 變動이나 米穀市場의 與件變化에 큰 관심없이 定期的으로 米穀을 구입하고 있는 것으로 나타났다는데, 이는 그 동안 米價가 비교적 安定된 데에 기인하는 것으로 보인다.

한편 米穀購入時 상당수의 消費家口가 아직도 容量去來를 더 選好하고 있는 것으로 나타났는데, 앞으로 重量去來制에 대한 政府의 弘報活動의 強化가 要請되고 있다. 또한 政府米의 紙袋包裝으로 가장 알맞는 規格은 調査家口의 대부분이 20kg 미만을 選好하고 있는 것으로 보아, 앞으로의 政府放出米는 20kg 미만의 小量包裝으로 放出하는 것이 바람직하리라 본다.

混合穀의 보리쌀 混合比率에 대한 消費者의 選好度를 보면, 현재의 20%가 다소 높은 것으로

로 나타났는바, 混合穀의 消費促進을 위해서는 15%짜리 混合穀을 20%짜리 混合穀과 併行 放出하는 것이 바람직할 것으로 생각되며, 이에 대한 檢討가 要請된다.

한편 상당수의 消費者들이 一般米를 購入할 때 京畿米와 地方米를 제대로 識別하지 못하고 있는 것으로 나타났는데, 이와 같은 사실은 商人들이 等級 마진 등 不當利潤을 取得할 可能性이 있음을 입증한다고 하겠다. 따라서 一般米의 流通過程에서 발생하는 等級 마진 등을 줄임으로써 生産者와 消費者를 동시에 保護하기 위해서는 產地와 品種 등을 고려한 等級化 및 規格化가 절실히 요망된다.

政府米의 品質에 대한 消費者들의 認識은 크게 向上된 것으로 나타났으나, 政府米는 아직도 米質이 상대적으로 낮다고 응답한 家口가 상당한 비중을 차지하고 있는 것으로 보아, 政府放

出米에 대한 品質向上에도 보다 많은 努力을 기울여야 될 것으로 생각된다.

최근 消費家口의 所得水準이 향상되고 米穀의 品種이 多樣化됨에 따라, 消費者들의 糧穀購入形態가 變貌되고 있으며, 米穀品質에 대한 關心度가 점차 높아지고 있음을 고려할 때 앞으로의 米穀政策은 量的인 增産 뿐만 아니라 米穀의 質的 向上에도 부단한 努力을 하여야 할 것이다.

또한 보리쌀 消費促進을 위해서는 政府의 弘報活動 強化를 통한 적극적인 보리混食獎勵와 放出보리쌀의 品質 向上이 요청된다.

參 考 文 獻

1. 農協中央會, 「米穀마케팅 實態調査報告書」, 1978.
2. 農林部 農業經營研究所, 「米穀의 價格, 流通 및 消費에 관한 研究」, 1972, 農業經濟研究報告 47.
3. 經濟企劃院, 「都市家計年報」, 1978.