

연구 자료

## 도시가구의 과실 구매행태 변화 분석

김 경 필\* 김 윤 형\*\* 박 재 홍\*\*\*

Key words: 과실(fruit), 구매행태(consumer behavior),  
생산 및 출하전략(strategies of production and shipping)

### ABSTRACT

The purpose of this study is grasping the changes of household behavior on fruit purchasing and presenting an implication with the direction for production and shipping in Korea. The items on this study are apple, pear, citrus, sweet persimmon, orange imported, and grape imported. This analysis was practiced by comparing the results of consumer's survey with those of pre-conducted surveys. The survey shows that the proportion of buying fruits at big discount stores is largely increased and consumers have a top priority to sweet-level quality over the price. As a result, it is forecasted that the future demand for fruits will be decided by quality such as sweet-level, freshness, etc. To raise the demand of domestic-produced fruits and improve competitiveness to stand comparison with fruits imported, it is need to be considered improving of quality of sweet-level and changing of commodity shipping systems to the consumer-preferred.

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 1. 서론        | 3. 과실 구매행태 변화 분석 |
| 2. 소비자 조사 개황 | 4. 결론            |

### 1. 서론

국내 과실의 생산량과 수입량이 증가하

고 있으며, 소비자들의 과실에 대한 기호도 점점 다양해지고 고급스러워지고 있다.<sup>1</sup> 현재는 식물방역법에 의해 국내 주요 과실들

\* 부연구위원.

\*\* 전문연구원.

\*\*\* 연구원.

<sup>1</sup> 주요 6대 과실인 사과, 배, 감귤, 단감, 포도, 복숭아의 생산량은 1990년 1,593,000톤에서 2002년 2,272,000톤으로 42.6% 증가함. 오렌지와 포도의 수입량은 2000년 각각 99,000톤, 7,900톤에서 2003년 144,900톤, 11,300톤으로 각각 46.4%, 43.0% 증가하였다.

이 수입되고 있지 않지만, 향후 시장개방 확대 추세에 따라 시장개방 압력도 점점 커질 것으로 전망된다. 이러한 국내외 시장 환경에서 과실 상품은 소비자들의 입맛과 기호에 얼마나 충족되는지와 얼마나 선택되는지에 따라서 가격이 결정될 가능성이 높아지고 있다.

따라서 과실 소비를 확대시키고 생산 농가의 소득을 증대시키기 위해서는 생산단계에서 맛 등 품질을 향상시키는 것뿐만 아니라 소비자들의 변화하는 구매 행태를 파악하여 이에 부합될 수 있도록 출하 체계가 변해야 할 것이다. 즉, 과실 소비자들의 취향과 기호 변화에 대한 정보를 파악하여 품목별 특성에 맞는 생산과 유통 체계로 개선해 나가는 것이 급속히 변해가는 시장 환경에서 경쟁력을 확보할 수 있는 방법이 될 것이다.

과실 구매 행태에 대한 선행 연구로서 농수산물유통공사의 『주요 농산물 소비패턴 조사 분석』에서는 주요 과실에 대한 구입목적, 구입처, 1회 구입량 및 금액, 구입시 선호하는 포장 단위 등을 제시하였다.<sup>2</sup> 이계임은 『과실류 소비 행태에 관한 연구』에서 주요 과실류를 대상으로 도시가계 원자료를 이용한 수요 변화의 요인을 분석하였으며, 설문조사결과를 이용해 과실류 구매행태 및 소비자 선호분석을 하였다.

이 연구는 소비자들의 과실구매의 변화된 행태에 대해 제시함으로써 향후 과실 생산과 유통체계 개선에 대한 시사점을 제

시하는 것을 주요 목적으로 한다.

이 연구에서는 소비자들의 2003년 과실 구매 행태에 대한 조사, 분석 결과를 1998년의 연구 결과와 비교하여,<sup>3</sup> 소비자들의 과실 구매 행태가 어떻게 변화했는지를 도출하는 방법을 택하였다. 그리고 수입 과실의 가격이 하락하는 정도에 따라 소비자가 얼마나 구매할 의사가 있는지, 구입할 때 어떠한 사항을 고려하는지 조사하여 제시하였다.

이 연구는 연구 방법상에서 몇 가지 한계점을 가진다. 첫째, 소비자 조사 결과를 기존 조사 결과와 비교하는 방법을 택함으로써 조사 시기, 조사 대상자, 표본 수의 차이로 인해 정보의 편이가 발생할 수 있는 가능성이 존재한다. 둘째, 소비자들의 품질 만족도 및 품질 개선 사항에 대한 조사 결과는 1998년과 2003년의 기후 및 작황 여건에 따른 과실의 품질 차이에 따라 과실별 품질 만족도가 크게 달라질 수 있다.

## 2. 소비자 조사 개황

과실 소비자 조사는 2003년 12월 현재 수도권 및 5대 광역시에 거주하는 20~59세 주부 800명을 대상으로 온라인 및 전화 조사를 하였다. 조사 품목은 사과, 배, 감귤, 단감, 포도, 복숭아와 주요 수입 과실인 오렌지와 포도를 대상으로 하였다.

소비자 조사 대상자의 연령별 비율은 30

<sup>2</sup> 농수산물유통공사, 『주요 농산물 소비패턴 조사 분석』, 2002.

<sup>3</sup> 이계임, 『과실류 소비 행태에 관한 연구』, 한국농촌경제연구원, 1998.

대 37.6%, 40대 29.0%로 30~40대가 주류를 이룬다. 주거형태별로는 아파트에 거주하는 비율이 63.0%로 가장 높다. 월평균 가구소득별 비율은 250~349만원 수준이 35.1%로 가장 높고, 250만원 미만 비율 34.9%, 350만원 이상 비율은 30.0%이다. 시장에 가는 횟수는 1주에 2회인 응답자가 40.6%로 가장 높으며, 거주 지역별로는 서울 및 신도시에 거주하는 비율이 73.1%로 가장 높다.

조사 대상자의 특성 비율이 가장 높은 항목들을 요약하면 서울 및 신도시의 아파트에 거주하는 월평균소득 250~349만원의 30대 연령층으로 1주일에 2회 정도 시장에 가는 소비계층으로 정리할 수 있다.

### 3. 과실 구매행태 변화 분석

#### 3.1. 국내 과실

##### 3.1.1. 과실 구입처

소비자들이 과실을 구입하는 장소는 대형 할인점을 이용한다고 응답한 비율이 42.0%로 가장 많았으며, 1998년 8.4%에서 42.0%로 33.6%p 늘어났다. 대형할인점을 주로 이용하는 이유로는 취급 품목이 다양하고 품질이 좋기 때문인 것으로 조사되었다.

반면, 동네 과일 가게와 재래시장에서 구입하는 비중은 32.3%, 20.9%에서 13.6%, 15.6%로 각각 18.7%p, 5.3%p 낮아졌다. 동네 과일 가게는 거리가 가깝고 품질이 좋

표 1. 조사 대상자의 연령별 비율

	20대	30대	40대	50대	계
응답자수	135	301	232	132	800
비율(%)	16.9	37.6	29.0	16.5	100.0

표 2. 주거 형태별 비율

	아파트	단독주택	연립주택	기타	계
응답자수	504	162	114	20	800
비율(%)	63.0	20.3	14.3	2.5	100.0

표 3. 월평균 가구소득별 비율

	250만원미만	250~349만원	350만원 이상	계
응답자수	279	281	240	800
비율(%)	34.9	35.1	30.0	100.0

표 4. 시장 보는 횟수별 비율

	1주 1회	1주 2회	1주 3회 이상	계
응답자수	180	325	295	800
비율(%)	22.5	40.6	36.9	100.0

표 5. 거주 지역별 비율

	서울/신도시	인천	부산	대구	대전	광주	계
응답자수	585	44	49	44	46	32	800
비율(%)	73.1	5.5	6.1	5.5	5.8	4.0	100.0

기 때문에, 인근슈퍼는 거리가 가깝기 때문에, 백화점은 품질이 좋기 때문에 이용하고 있다는 응답자가 많았다.

가용을 이용한 구매가 늘어나 1회 구입량이 늘어났기 때문인 것으로 보인다.

3.1.3. 과실 구매 단위

3.1.2. 과실 구입 횟수

과실류 구입 횟수는 주 3회 이상 구입하는 가구의 비중이 21.1%에서 16.3%로 4.8%p 줄어든 반면, 주 2회 구입하는 가구와 1회 구입하는 가구의 비중은 39.5%, 32.3%로 각각 8.2%p, 4.9%p 늘어났다. 이는 대형할인점 구입 비중이 증가하면서 자

과실 구입 시 주로 구입하는 단위의 변화를 살펴보면, 사과와 배는 날개 구입 비중이 각각 80.1%, 92.2%에서 61.5%, 79.8%로 줄어들고, 랩·용기포장 단위로 구입하는 비중이 각각 7.4%, 3.9%에서 23.9%, 11.1%로 크게 늘었다. 포도와 감귤은 날개 구입 비중이 각각 68.6%, 61.4%에서 47.0%,

표 6. 과실류 주요 구입처

구분	가구비율(%)		증감률(%p)
	2003	1998	
대형할인점	42.0	8.4	33.6
재래시장	15.6	20.9	-5.3
동네 과일가게	13.6	32.3	-18.7
인근슈퍼	13.5	16.8	-3.3
노점 및 행사	7.5	10.6	-3.1
백화점 식품매장	3.5	5.3	-1.8
도매시장	2.9	4.4	-1.5
기타(인터넷 쇼핑몰 등)	1.4	1.3	0.1

표 7. 과실류 주요 구입처 이용 이유

	인근슈퍼	백화점	대형 할인매장	도매시장	재래시장	노점 및 행사	동네 과일가게
거리가 가까워서	72.2	21.2	14	13	31.2	31.7	52.3
품질이 좋아서	9.3	57.1	22.3	47.8	16.8	20.0	35.8
값이 싸서	6.5	3.6	19	39.1	44.0	41.7	5.5
품목이 다양해서	5.6	14.3	40.5	0	4.8	0	3.7
기타	6.4	3.8	4.2	0.1	3.2	6.6	2.7
계	100	100	100	100	100	100	100

표 8. 과실류 구입 횟수

구입 횟수	가구비율(%)		증감률(%p)
	2003	1998	
거의 매일	4.8	6.4	-1.6
주 3회	16.3	21.1	-4.8
주 2회	39.5	31.3	8.2
주 1회	32.3	27.4	4.9
2주 1회	6.5	9.6	-3.1
월 1회	0.8	4.2	-3.4

40.4%로 줄어들었다. 포도와 감귤의 랩·용기 포장단위 구입 비중은 각각 13.5%, 8.1%에서 16.3%, 19.3%로, 소포장(3kg, 5kg) 단위로 구입하는 비중은 각각 14.8%, 22.4%에서 30.3%, 31.6%로 크게 증가했다. 복숭아는 날개 구입 비중이, 단감은 날개와 랩·용기포장 비중이 높은 것으로 나타났다.

3.1.4. 과실 구입 시 고려사항

과실 구입 시 우선 고려하는 요인은 가정 소비용으로 구입할 때는 맛 47.3%, 신선도 28.6%, 가격 15.1%의 순서로 나타났다. 선물용으로 구입할 때는 맛 25.1%, 신선도 22.0%, 가격 19.0% 등의 순서로 나타

났다. 1998년에 비해 가정 소비용, 선물용 모두 맛을 고려하는 비중이 각각 29.0%, 20.9%에서 18.3%p, 4.2%p 늘어난 47.3%, 25.1%로 나타났다. 반면, 가격을 고려하는 비중은 가정용, 선물용 각각 26.5%, 23.5%에서 11.4%p, 4.3%p 낮아진 15.1%, 19.0%로 나타났다.

과실 구입 시 고려하는 사항을 연령층별로 살펴보면, 맛을 우선 고려하는 계층은 30대 연령층과 350만원 이상의 소득층에서, 신선도를 우선 고려하는 계층은 50대 연령층에서 250~349만원의 소득 계층에서, 가격을 우선 고려하는 비중은 20대와 250만원 미만인 소득계층에서 높은 것으로 나타났다.

표 9. 과실별 구입 단위

단위: %

	사과		배		포도		복숭아		감귤		단감	
	2003	1998	2003	1998	2003	1998	2003	1998	2003	1998	2003	1998
날개	61.5	80.1	79.8	92.2	47.0	68.6	77.8	-	40.4	61.4	50.1	-
포장(랩,용기)	23.9	7.4	11.1	3.9	16.3	13.5	12.8	-	19.3	8.1	42.4	-
박스(소)	8.8	12.5	6.8	3.9	30.3	14.8	7.6	-	31.6	22.4	5.5	-
박스(대)	5.9	-	2.4	-	6.5	3.2	1.9	-	8.8	8.1	2.0	-

표 10. 과실 구입 시 고려 사항

단위: %

구분	가정소비용			선물용		
	2003	1998	증감률(%p)	2003	1998	증감률(%p)
맛	47.3	29.0	18.3	25.1	20.9	4.2
신선도	28.6	27.2	1.4	22.0	26.3	-4.3
가격	15.1	26.5	-11.4	19.0	23.5	-4.5
안전성	2.6	10.0	-7.4	0.6	4.0	-3.4
원산지	1.8	-	-	1.9	-	-
크기	1.6	2.4	-0.8	13.6	13.5	0.1
색깔	1.5	1.2	0.3	3.0	2.5	0.5
모양	0.9	0.3	0.6	12.4	8.0	4.4
영양가	0.5	3.5	-3.0	0.4	1.3	-0.9
생산지역	0.1	-	-	2	-	-

주: 안전성은 농약이나 방부제에 대한 안전성을, 원산지는 국산과 수입 과실로 구분하여 조사함.

### 3.1.5. 품질 만족도

과실 품질에 대한 만족도 조사 결과는 조사 대상년도의 기후나 병충해 등에 따른 작황수준에 따라 품질 및 품질 만족도가 달라질 수 있다는 점을 고려해야 할 것이다.

2003년산 과실은 생육기의 잦은 비와 병충해로 대체로 외관이나 크기 요인의 품질은 좋지 않은 편이나 가을 과실은 수확기의 기상 호조로 당도 등이 전년도보다 다소 높아진 편이다. 한국농촌경제연구원 과일관측월보에 의하면 포도의 당도는 지역 및 품종에 따라 당도가 0.3~0.9°Bx 정도 낮고, 복숭아의 품질도 전년도보다 좋지 못한 것으로 나타났다. 반면, 가을 과실의 당도는 사과가 전년도보다 0.7°Bx 좋아진 14°Bx, 배는 0.3°Bx 좋아진 11.7°Bx, 감귤은 0.1°Bx 좋아진 9.5°Bx 수준이다.

품질 만족도에 대한 조사 결과는 복숭아를 제외하고 대체로 1998년에 비해 만족도가 높아진 것으로 나타나 전반적으로 과실의 품질이 좋아진 것으로 평가된다.<sup>4</sup> 사과, 포도, 감귤 품목에 대해 만족하는 비율은 1998년에 비해 각각 19.8%p, 16.9%p, 17.0%p 높아진 결과를 보여 주고 있다.

2003년산 포도가 개화기 및 수확기의 기

후여건 악화로 품질 및 수확량이 예년에 비해 떨어졌는데도 불구하고 품질에 불만족을 느끼는 비율은 1998년에 비해 14.5%p나 낮아진 것으로 나타났으며, 전반적으로 포도의 품질도 향상된 것으로 평가된다. 복숭아는 개화기 및 수확기 기후의 영향에 따라 품질이 현격하게 차이가 발생하는 기후 민감 품목으로써 2003년산 복숭아의 수확기 기후 여건이 좋지 않아 품질이 현격히 저하되어 품질 만족도가 낮아진 것으로 보인다.

과실 품질 개선 사항으로는 모든 과실에 있어서 공통적으로 맛이 최우선 사항으로 지적되었다. 특히 배(74.4%)와 복숭아(60.8%), 감귤(60.0%), 단감(65.2%) 품목에 있어서 맛의 개선을 원하는 비율이 높은 것으로 나타났다.<sup>5</sup>

안전성에 대한 개선을 요구하는 응답자는 사과, 포도가 각각 34.7%, 37.1%로 높게 나타나 친환경 과실로서의 성장 가능성이 높은 것으로 평가된다. 외관에 대한 개선요구가 큰 과실은 사과, 배, 복숭아, 단감 품목이, 균일한 품질에 대한 개선은 포도 품목이, 신선도를 요구하는 품목은 포도, 복숭아, 감귤 품목의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 당도 및 원산지 표시는 단감, 배, 감귤, 복숭아에 대해, 포장 단위에 대한 개선은 단감과 사과에 대해 개선요구가 큰 것으로 나타났다.

소비자 연령층별로 품질 개선 우선 요구 사항을 살펴보면, 대체로 연령이 젊은 층에

<sup>4</sup> 2003년산 과실 품질은 농업관측정보센터 과일관측월보에 언급되어 있음. 품목별로 포도, 복숭아는 각각 10월보 8p, 10p에서, 사과는 11월보 2p, 배 4p, 감귤 7p, 단감 10p페이지에서 언급되고 있음. 과일관측월보에서 제공되는 정보는 생산자와 농업기술센터 전문가에 대한 조사·분석 결과임.

<sup>5</sup> 중복응답 결과임.

표 11. 과실별 품질 만족도

단위: %

	사과		배		포도		복숭아		감귤		단감	
	2003	1998	2003	1998	2003	1998	2003	1998	2003	1998	2003	1998
매우 불만	0.6	1.7	0.4	4.8	1.3	5.9	1.3	-	0.4	1.7	0.3	-
약간 불만	8.4	19.7	14.8	20.5	14.3	24.2	14.4	-	8.4	15.0	8.0	-
보통	40.1	47.5	42.2	42.4	38.7	41.1	50.1	-	33.4	42.4	43.4	-
약간 만족	41.9	25.1	35.6	24.2	41.1	22.1	29.6	-	47.4	29.3	42.5	-
매우 만족	9.0	6.0	7.0	8.1	4.6	6.7	4.6	-	10.5	11.6	5.9	-

표 12. 과실별 품질 개선사항(중복응답)

단위: %

	사과	배	포도	복숭아	감귤	단감
맛	52.8	74.4	40.3	60.8	60.0	65.2
안전성	34.7	16.5	37.1	15.2	24.3	19.7
외관	34.7	23.1	16.9	25.6	18.6	27.3
균일한 품질	27.8	24.0	37.1	20.8	24.3	25.8
신선도	20.8	27.3	43.5	48.0	41.4	22.7
당도/원산지 표시	19.4	28.1	17.7	23.2	25.7	28.8
포장단위	9.7	6.6	7.3	6.4	5.7	10.6

주: 외관은 크기, 모양, 색깔 속성을 포함하고, 포장 단위는 소량 구입의 어려움을 포함하는 개념으로 조사한 결과임.

서는 대체로 맛에 대한 개선 요구 비중이 높게 나타나고 있다. 연령이 높아질수록 상대적으로 젊은 층에 비해 맛에 대한 개선 요구 비중은 낮아지고 안전성에 대한 요구 비중이 높아지고 있다. 특히, 사과와 포도 품목의 안전성 요구 비중은 맛 요인 비중보다도 높게 나타났다.

### 3.2. 수입 과실

#### 3.2.1. 수입 포도

수입 포도 구입 경험이 있는 소비자의 비율은 49.1%, 없는 소비자는 50.9%로 나타났다. 30대 연령층과 월소득이 250만원 이상, 수도권 지역에서 구입 경험이 많은 것으로 나타났다. 수입 포도를 구입하지 않는 이유는 '제철과일이 아니므로'가 53%,

'비싸게 느껴서' 46%, '품질이 좋지 않아 보여서' 43%, '국내산 농산물의 소비 촉진을 위해서' 40%로 나타났다.<sup>6</sup>

수입 포도를 구입한 경험이 있는 응답자 중에 향후 '구매 의향이 있다'라고 응답한 비율은 56%, '없다' 13%, '모르겠다'는 31%로 나타났다. 구입 경험이 없는 응답자 중에 '구매의향이 있다'라고 응답한 비율은 6%, '없다' 58%, '모르겠다'는 37%인 것으로 나타났다. 구입할 의향이 있는 이유로는 '국내산 포도를 판매하는 곳이 드물어서'가 43%로 가장 많았고, '맛 등 품질이 좋아서' 39%, '국내산포도에 비해 가격이 싸서'라는 이유는 17%에 불과한 것으로 나타났다. 구입 의향이 없는 이유들은 '색깔·모양·신선도가 좋지 않아서(35.1%)', '비싸다고 느

<sup>6</sup> 중복응답 결과임.

표 13. 수입 포도 구입 경험

단위: %

구입 경험	전체	연령별				월평균 가구 소득별			거주 지역별	
		20대	30대	40대	50대	250만원 미만	250~349만원	350만원 이상	서울/신도시	지방
있다	49.1	49.6	55.1	46.6	39.4	38.0	55.5	54.6	53.3	35.1
없다	50.9	50.4	44.9	53.4	60.6	62.0	44.5	45.4	46.7	64.9
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 거주 지역별 구입 경험 중 '지방'은 부산, 대구, 대전, 광주외의 평균임.

표 14. 수입 포도 구입 의향

단위: %

	구입 경험자	구입 무경험자
있다	56.0	5.7
없다	13.0	57.7
모르겠다	31.0	36.6

표 15. 수입 포도 가격 10~20% 하락 시 구입 의향

단위: %

	구입 경험자	구입 무경험자
맛과 품질에 관계없이 늘리겠다(구입하겠다)	4.1	0.5
맛과 품질이 좋다면 늘리겠다(구입하겠다)	76.3	57.7
맛과 품질에 관계없이 늘리지 않겠다(구입하지 않겠다)	13.5	25.1
모르겠다	6.1	16.7

표 16. 수입 포도 가격이 국내산 여름철 수준으로 하락 시 구입 의향

단위: %

	구입 경험자	구입 무경험자
늘리겠다(구입하겠다)	49.6	34.2
늘리지 않겠다(구입하지 않겠다)	27.5	32.9
모르겠다	22.9	32.9

껴서(35.1%)', '국내산 농산물의 소비 촉진을 위해(33.3%)', '국내산포도에 비해 맛이 떨어져서(30.5%)', '껍질이 잘 벗겨지지 않는 등 먹기 불편해서(22.4%)', '농약·방부제 등 안전성이 떨어져서(8.6%)' 등 다양한 의견들이 있었다.<sup>7</sup>

수입 포도 가격(1kg당 4,000원 수준)<sup>8</sup>이 10~20% 하락할 경우(3,000원~3,500원 수준)의 구입 의향에 대해 구입 경험이 있는

응답자의 경우에는 '맛과 품질에 관계없이 늘리겠다' 4%, '맛과 품질이 좋다면 늘리겠다' 76%, '맛과 품질에 관계없이 늘리지 않겠다'가 14%로 나타났다. 구입 경험이 없는 응답자의 경우에는 '맛과 품질에 관계없이 구입하겠다'가 1%, '맛과 품질이 좋다면 구입하겠다' 58%, '맛과 품질에 관계없이 구입하지 않겠다'라는 비율은 25%로 나타났다.

수입 포도 가격이 국내산 여름철 가격(1kg당 2천원 수준)과 비슷할 때의 구입 의향은 구입 경험자의 경우 '늘리겠다' 50%,

<sup>7</sup> 각 항목에 대한 중복응답 결과임.

<sup>8</sup> 2003년 수입 포도 주수입시기의 평균가격 수준임.

표 17. 2003년 수입 오렌지 구입 경험 여부

단위: %

	전체	연령별				월평균 가구 소득별			거주 지역별	
		20대	30대	40대	50대	250만원 미만	250~349만원	350만원 이상	서울/신도시	지방
있다	83.8	85.9	90.7	82.8	67.4	79.2	87.5	84.6	85.8	78.1
없다	16.3	14.1	9.3	17.2	32.6	20.8	12.5	15.4	14.2	21.9
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 거주 지역별 구입 경험 중 '지방'은 부산, 대구, 대전, 광주의 평균임.  
 자료: 농업관측정보센터 2003년 12월 8~13일 조사치.

표 18. 오렌지 구입 의향 여부

단위: %

	전체	구입경험		연령별				월평균 가구 소득별		
		있음	없음	20대	30대	40대	50대	250만원 미만	250~349만원	350만원 이상
있다	76.6	85.7	30.0	80.7	80.4	75.9	65.2	71.0	79.0	80.4
없다	11.6	4.9	46.2	7.4	7.6	10.8	26.5	13.6	9.6	11.7
모르겠다	11.8	9.4	23.8	11.9	12.0	13.4	8.3	15.4	11.4	7.9

자료: 농업관측정보센터 2003년 12월 8~13일 조사치.

표 19. 수입 오렌지의 10% 가격 하락 시 구입 의향

단위: %

	전체	연령별				월평균 가구 소득별		
		20대	30대	40대	50대	250만원 미만	250~349만원	350만원 이상
맛과 품질에 관계없이 늘리겠다	2.9	5.2	3.3	1.7	1.5	2.9	3.9	1.7
맛과 품질이 좋다면 늘리겠다	79.3	77.8	84.1	81.5	65.9	76.0	79.0	83.3
늘리지 않겠다	13.5	12.6	10.3	9.9	28.0	14.3	13.5	12.5
모르겠다	4.4	4.4	2.3	6.9	4.5	6.8	3.6	2.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

‘늘리지 않겠다’ 28%, ‘모르겠다’는 23%인 것으로 나타났다. 구입 경험이 없는 경우 ‘구입하겠다’ 34%, ‘구입하지 않겠다’ 33%, ‘모르겠다’는 33%로 나타났다.

### 3.2.2. 수입 오렌지

수입 오렌지 소비경험에 대한 조사 결과 응답자의 84%가 수입 오렌지를 구입한 경험이 있는 것으로 나타났다. 2000년 소비자

조사 결과에서는 63%의 소비자가 오렌지를 구입해 본 경험이 있는 것으로 나타나 오렌지 소비가 더욱 확산된 것으로 나타났다(이용선 2001). 오렌지는 수도권의 20~30대 연령층과 250만원 이상 소득계층에서 구입 경험 비율이 높은 것으로 나타났다.

오렌지를 구입한 경험이 있는 소비자 중 향후 수입 오렌지 재구입 의향에 대해서 ‘있다’라고 응답한 비율은 86%, ‘없다’ 5%,

‘모르겠다’는 9%로 나타났다. 구입 경험이 없는 소비자 중에서 수입 오렌지 구입 의향이 ‘있다’라고 응답한 비율은 30%, ‘없다’ 46%, ‘모르겠다’는 24%로 나타났다. 젊고 소득이 많은 계층일수록 구입 의향 비율이 높으며, 재구입 의향 비율이 높은 이유는, 비교적 오렌지의 품질에 만족하기 때문인 것으로 평가된다.

오렌지를 구입하고자 하는 이유로는 ‘국내에는 거의 없는 과일이기 때문에’ 46%, ‘국내산 과일보다 맛이 좋아서’ 25%, ‘가격이 싸다고 느끼기 때문에’가 23%로 나타났다. ‘오렌지를 구입하지 않겠다’라고 응답한 이유로는 ‘국내산 농산물의 소비 촉진을 위해’ 28%, ‘농약, 방부제 등 안전성의 문제 때문에’ 27%, ‘국내산 과일에 비해 맛이 떨어져서’ 15%, ‘껍질이 잘 벗겨지지 않는 등 먹기에 불편해서’ 15%, ‘비싸다고 느껴서’ 8% 등으로 나타났다.

향후 수입 오렌지 가격이 10% 하락할 경우에 구입할 의향은 ‘맛과 품질에 관계없이 늘리겠다’라고 응답한 소비자가 3%, ‘맛과 품질이 좋다면 늘리겠다’ 79%, ‘맛과 품질에 관계없이 늘리지 않겠다’ 14%, ‘모르겠다’는 4%로 나타났다.

### 3.3. 시사점

소비자들이 대형할인점에서 과실을 구입하는 비중이 크게 늘어나고, 과실을 구입하는 횟수는 줄어드는 것으로 나타났다. 외환위기 이후 대형할인점이 급속히 성장함에 따라 과실 유통에서 대형할인점의 위치가 중요해지고 향후 비중도 점점 커질 것으로

전망된다.<sup>9</sup> 생산자가 대형할인점과 거래를 하기 위해서는 품질과 상품성이 우수해야 할 뿐만 아니라 거래의 규모화 및 지속화, 적시·적량의 물량 공급, 포장 단위의 다양화 등이 가능해야 할 것이다. 향후 대형할인점의 다양한 요구에 탄력적으로 대응하고 교섭력을 증진시키기 위해서는 일정 수준 이상의 물량 확보와 선별 및 품질 관리, 포장 단위 및 포장 표시 등이 체계적으로 개선될 수 있도록 생산과 출하체계 방향이 조직화 및 규모화로 추진되어야 할 것이다.

구입 단위에 있어서, 사과와 배는 날개로 구입하는 비중이 줄어들고 있다. 반면, 랩이나 용기로 포장한 구입 비중은 크게 늘어나고 있다. 포도와 감귤은 날개 구입 단위 비중이 감소하고 소형 상자(3kg, 5kg) 단위로 구입하는 비중이 현저히 증가하였다. 복숭아는 날개 구입 비중이 높은 것으로, 단감은 날개 및 랩·용기포장단위로 구입하는 비중이 높게 나타나고 있다. 복숭아를 제외하고 대부분 랩·용기 포장과 소형 상자 단위로 구입하는 비중이 높아지고 있으므로 산지 출하 단계에서부터 소비자들이 요구하는 특성에 맞추어 적절한 포장 단위로 출하할 수 있도록 개선되어야 할 것이다.

과실 구입 시 우선 고려하는 사항은 가정용 및 선물용 모두 맛 요인이 최우선 순

<sup>9</sup> 할인점은 외환위기 이후 점포 수가 급속히 확대되어 2003년 말 현재 매장면적 1,000m<sup>2</sup>의 이상 대형 할인점은 244개 정도가 개설된 것으로 추산되고, 농식품 유통에서 대형점이 차지하고 있는 비중도 1998년 34%에서 2003년 44%로 늘어남.

위로 나타났다. 과실 품질 개선 사항으로도 맛이 모든 과실에서 공통적으로 개선이 가장 필요한 것으로 나타났다. 가격이 다소 비싸더라도 당도 등 맛이 우수한 과실을 우선 선택하는 것으로 보인다. 더구나 과실 류는 곡류 및 채소류와 달리 가치분소득이나 품질에 따라 소비의 유무가 결정될 수 있는 가능성이 클 것으로 판단되기 때문에 과실 소비를 늘리기 위해서는 당도 등 품질에서 소비자를 만족시킬 수 있도록 생산 기반 및 재배환경, 기술, 공급 체계를 개선하는 것이 필요할 것이다.

안전성에 대한 요구는 사과와 포도 품목이, 신선도는 포도, 복숭아, 감귤 품목에서 요구하는 비중이 상대적으로 높게 나타났다. 따라서 품목별로 나타나는 우선 개선 요구 내용에 따라 친환경 과실 생산과 신선과실 공급 시스템으로 변화되어야 할 것이다. 대체로 젊은 연령층에서는 맛을 고려하는 비중이 높고, 연령층이 높아질수록 안전성을 고려하는 비중이 높아지고 있으므로 연령층별 기호에 맞출 수 있는 공급체계의 개선도 필요할 것이다.

수입 과실의 소비층이 점점 확대되고 있는 것으로 나타났다. 수입 과실을 구입하는 가장 큰 이유로 포도는 국내산 공급량이 줄어드는 시기이기 때문에, 오렌지는 국내에 거의 없는 과실이기 때문이라고 응답한 비율이 높고, 국내산보다 품질이 우수하기 때문이라는 비율은 상대적으로 낮은 편이다.

향후 포도와 오렌지 수입 물량이 늘어나 가격이 10~20% 하락할 경우 수요량은 맛과 품질에 따라 결정될 가능성이 많은 것

으로 나타났다. 다만, 포도가격이 50% 정도 하락할 경우에는 가격 하락에 따른 국내 과실 수요 대체효과가 커질 것으로 나타났다. 과실 수입가격이 크게 하락하기 이전에는 과실 수요량이 주로 품질에 의해 결정될 전망이므로 맛과 품질에서 수입 과실과 경쟁할 수 있도록 생산과 유통 체계를 시급히 개선하는 것이 필요하다.

#### 4. 결론

과실 공급량이 증가하고 연중 신선 과일류 공급이 가능해짐에 따라 소비시장에서 국내 과일류뿐만 아니라 수입 과일과도 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 따라서 향후 국내 과실의 소비를 촉진하고 대내외 경쟁력을 높이기 위해서는 우선 소비자들이 요구하는 과실 상품에 대해 요구하는 내용을 파악하고 생산과 유통단계에서 이에 부응하여 실천해 나아가야 할 것이다.

이 연구에서는 소비자 조사를 통하여 과실 구매 행태를 파악하고 기존 연구 결과와 비교, 분석함으로써 구매행태 및 기호의 변화를 도출하였으며 과실 생산과 출하 단계에서 추진해야 할 방향을 제시하였다.

맛이 과실 수요를 결정하는 가장 중요한 요인이므로 향후 과실 생산에 있어서 당도 증진 등 우선 맛있는 과실을 생산하되 안전성을 높일 수 있도록 생산 체계를 개선해 나아가야 할 것이다. 출하 및 유통 단계에서는 소비자들이 당도, 원산지 등 품질표시에 대해 인식하면서 원하는 포장 단위로

구매하고 신선한 과실을 소비할 수 있도록 출하체제도 개선되어야 할 것이다.

**참고 문헌**

김경필. 2004. 『중국 운주감귤 경쟁력 분석과 대응 방향.』 『식품유통연구』 21(3).  
 김병률 등. 1998. 『원예특작 부문 중장기 정책 방향 연구』. 한국농촌경제연구원.  
 김병률 등. 2001. 『중국의 WTO 가입과 시장개방에 따른 채소·과수·화훼산업 영향과 대응 방향』. 한국농촌경제연구원.  
 농림부. 각 연도. 『농림업 주요통계』.  
 농림부. “원예산업 품목별 경쟁력 제고 대책(안).” 내부 자료.  
 농수산물유통공사. 2002. 『주요 농산물 소비패턴 조사 분석: 과실·화훼류』.  
 이계임 등. 1998. 『과실류 소비 행태에 관한 연구』. 한국농촌경제연구원.

이용선. 2001. “감귤·단감의 동향과 전망.” 『농업전망 2001』 제14장. 한국농촌경제연구원.  
 \_\_\_\_\_. 2002. “과수산업 경쟁력 제고대책.” 과수산업대책단 토의자료. 한국농촌경제연구원.  
 최지현. 이계임. 1995. 『주요 식품의 소비구조변화와 전망』. 한국농촌경제연구원.  
 최정섭 등. 2003. 『농업전망 2003』. 한국농촌경제연구원.  
 관세청. <http://www.customs.go.kr>  
 한국농촌경제연구원. 2001. 『농업전망 2001』.  
 \_\_\_\_\_. 2002. 『농업전망 2002』.  
 \_\_\_\_\_. 2003. 『농업관측월보』. 10월호, 11월호  
 한국무역협회. <http://login.kita.net>

■ 원고 접수일 : 2004년 11월 1일  
 원고 심사일 : 2004년 12월 8일  
 심사 완료일 : 2004년 12월 19일