

제11호(2016. 4. 28.)

배추 · 무 월별 소비량 추정 및 시사점

김성우 노호영 윤선희



1. 배추 · 무 작형별 생산동향	1
2. 배추 · 무 월별 소비량 추정	2
3. 소비량 분석 결과를 활용한 월동배추 · 무 수급정책	9
4. 시사점	11

한국농촌경제연구원

감 수	최병옥 연구위원	061-820-2334	bochoi@krei.re.kr
내용 문의	김성우 연구위원	061-820-2115	swootamu@krei.re.kr
자료 문의	성진석 선임전문원	061-820-2212	jssaint@krei.re.kr

- 「KREI 현안분석」은 농업·농촌의 주요 동향 및 정책 이슈를 분석하여 간략하게 정리한 것입니다.
- 이 자료는 우리 연구원 홈페이지(www.krei.re.kr)에서 보실 수 있습니다.

개 요

- 배추·무 생산은 봄, 여름, 가을, 겨울 작형으로 구분되어 해당 시기마다 주산지가 이동하는 특징을 가지며, 기상 등 외부요인에 따라 수급이나 가격변화가 빈번하기 때문에 월별 소비량 추정을 통해 수급안정대책의 근거 자료 마련 필요
 - 배추와 무는 노지채소 특성상 기상에 따른 작형이나 출하량 변동 폭이 큰 편이어서 물량 과잉이나 부족 현상으로 인해 가격 불안이 잦은 점이 특징
 - 올해 월동배추·무의 공급 과소로 가격이 크게 상승하자 정부에서는 수급안정정책으로 배추·무를 수매비축하고 방출하였으나, 정확한 월별 소비량 자료가 없어 정책을 시행하는 데 한계 발생
 - 또한 월동배추·무 소비량이 다른 작형보다 크게 적으나, 통계청에서 발표하는 물가지수에 제대로 반영이 안 되어 과잉계측되는 문제 발생
 - 따라서 지역 및 시기별 시장 반입량과 작형별 생산량을 기준으로 월별 소비량을 분석하여, 수급 불안 시기에 수급안정사업 시행의 근거 자료를 마련할 필요
- 배추·무 월별 소비량 분석 결과, 11월이 가구 소비자의 김장 수요로 가장 많고, 고랭지 배추·무가 주 출하되는 7~8월 소비량이 가장 적어
 - 배추·무 월별 도매시장 출하 의존도는 고랭지 작형 출하기인 7~8월이 가장 높았으며, 김장철인 11~12월에 가장 낮은 것으로 분석
 - 7~8월에는 가구 소비보다는 대량수요처 소비로 한정되어있기 때문에 도매시장으로 물량이 집중
 - 10~12월에는 전체 생산량의 67%를 차지하는 가을배추가 주 출하되고, 가구소비자의 김장용 소비가 증가하면서 시장 이외의 다양한 유통경로로 분산 출하
- 배추·무 소비량 분석 결과를 통한 시사점
 - 현실성 있는 월별 소비량 추정을 통해 정부수급대책의 기초자료로 활용
 - 가구 소비자 구매 비중을 감안하여 소비자가 체감할 수 있는 배추·무의 월별 물가지수 산정 필요
 - 정부수급대책 시행 시, 도매시장 출하 의존도가 낮은 가을 작형 출하기에는 다양한 유통경로를 대상으로 수급 정책을 세우고, 의존도가 높은 고랭지 작형 출하기에는 도매시장 중심의 정책이 필요

1. 배추·무 작형별 생산동향

- 배추와 무는 봄, 여름, 가을, 겨울 작형으로 뚜렷하게 구분되어 있고 주산지가 전국적으로 이동하는 형태를 보이고 있으며, 노지채소 특성상 기상변화에 민감하게 반응하여 농가 규모가 영세함.
- 연간 재배지역의 이동과 기상변화로 국내 배추·무의 수급 및 가격 불안이 잦은 편임.
- 특히 고랭지와 월동 작형의 경우에 이러한 현상이 자주 발생하고 있으며, 작기별 전환되는 시점(봄과 고랭지 전환 시점-7월, 고랭지 가을 전환 시점-10월, 가을 월동 전환 시점-12월, 월동 봄 전환 시점-5월)에 가격의 등락이 발생되고 있음.
- 이에 따라 정부는 가격이 불안한 작형과 시기를 중심으로 배추와 무의 수급안정화를 위해 수매비축사업, 시장격리, 계약재배 활성화 등의 수급안정대책을 시행하고 있음.
- 그러나 배추와 무의 월별·작기별 소비량 자료가 없어 작기별 생산량이 과잉되거나 과소할 경우 어느 정도의 물량을 수급안정대책에 반영할지에 대한 근거가 부족하였음.
- 특히 이번 2015년산 월동배추·무 공급 과소로 인해 가격이 크게 증가하였음에도 정확한 월별 소비량 자료가 없어, 물량 부족분에 대한 정부의 수매비축 및 방출 정책을 실현하는 데 한계가 있었음.
- 또한 배추·무의 경우 저장기간이 길어야 3~4개월이기 때문에 생산량이 곧 소비량임. 지금까지는 도매시장 반입량이 전체 생산량의 15% 이상이었기 때문에 월별소비량으로 추정하였으나, 작기별 생산량이 반영되어 있지 않아 월별 반입량이 과잉 및 과소되는 한계가 발생하였음.

“

배추·무 월별 소비량
분석을 통해
정부 수급안정대책
근거 자료 마련 필요

”

“

배추·무 월별 소비량
분석은 해당 작형의
생산량을 중심으로
월별 도매시장
출하량을 감안하여
추정

”

- 따라서 정부의 배추·무 수급안정정책을 현실화하기 위해서는 배추와 무의 작형별 생산량과 월별·지역별 도매시장 출하량을 기초로 한 월별 소비량을 분석하여 도출할 필요가 있음.

2. 배추·무 월별 소비량 추정

- 배추·무 월별 소비량 분석에 활용된 자료는 최근 5년간(2011~2015년) 작형별 생산량과 전국 도매시장, 가락시장의 월별·지역별 반입량을 기초로 산정하였으며, 작형이 겹쳐서 출하되는 시기에는 일별 출하지역 자료를 이용하였음.
- 월별 소비량은 전체 생산량을 전국 도매시장 월별 반입량 비중으로 나누는 방법이 가장 일반적이나, 작형별 출하시기와 생산량이 반영되지 못하는 문제점이 있음.
 - 가을배추의 생산량이 전체 생산량의 60~70%이어야 하나, 가을배추의 전국 도매시장 주 출하기인 11~12월의 출하비중은 20~30%에 불과하여 현실성이 떨어짐.
 - 이렇듯 현실과 다른 소비량을 기준으로 정부의 수급정책을 시행할 경우 큰 오류가 발생될 우려가 있음.
- 따라서 배추·무 월별 소비량은 해당 작형의 생산량을 중심으로 월별 출하 반입량 비중을 감안하여 추정하였음.
 - 예를 들어 가을배추 생산량인 155만 7천 톤(평년 기준)이 10월 하순~12월에 출하됨.
 - 10월 하순에는 고랭지 2기작과 가을배추가 혼재 출하되기 때문에 일별 출하지역을 기초로 반입량 비중을 나누어 10월 전체 소비량을 추정함.
 - 12월은 가을배추와 월동배추가 혼재 출하되기 때문에 같은 방법으로 일별 출하지역을 기초로 반입량 비중으로 나누어 12월 전체 소비량을 추정함.

2.1. 배추 월별 소비량 분석 결과

- 해당 작형의 생산량을 기준으로 월별 반입 비중을 감안한 소비량 분석 결과, 전국 도매시장 기준 반입량 비중과 전체 생산량을 월별 반입 비중으로 나눈 결과에서 작형별로 큰 차이가 나타났음.
- 고랭지배추 출하기인 7~9월, 가을배추 출하기인 11~12월의 비중에서 가장 큰 차이가 발생하였음.
 - 가을배추 출하시기인 10~12월에는 작형별 생산량을 기준으로 한 비중이 도매시장 반입량 비중보다 높았으며, 나머지는 도매시장 반입량 비중이 높게 나타났음.
 - 또한 11월의 소비량 차이가 가장 크게 나타났으면, 9월과 8월, 12월 순으로 나타나 고랭지 작형과 가을 작형의 차이가 큰 것으로 나타났음.
- 도매시장 출하 의존도는 도매시장 반입량을 기준으로 나눈 월별 물량을 작형별 생산량을 기준으로 한 실제 월별 소비량으로 나누어 산정하였음.
- 월별 도매시장 출하 의존도가 1보다 작은 경우는 도매시장 이외의 거래가 많아 도매시장 의존도가 낮고, 1보다 클 경우는 의존도가 높다고 할 수 있음.
- 작형별 평균 출하 의존도는 겨울배추 출하기인 1~4월이 1.54, 봄배추 출하기인 5~6월이 1.45, 고랭지배추 출하기인 7~9월이 4.26으로 1보다 크나, 가을배추 출하기인 10~12월은 0.63으로 낮게 나타남.
- 고랭지배추 주 출하기인 7~9월 도매시장 출하 의존도가 가장 높은 이유는 이 시기에 주요 소비처가 김치공장 등의 대량수요처로 한정되어있기 때문에 도매시장으로 물량이 집중되기 때문임.
- 반면에 가을배추 주 출하기인 10~12월 도매시장 출하 의존도가 가장 낮은 이유는 전체 생산량의 67%를 차지하는 가을배추가 주 출하되는 시기로, 김장철에 가구소비자 소비가 증가하면서 시장 이외의 다양한 유통경로로 배추가 분산 출하되기 때문임.

“

가을배추 출하기
도매시장 의존도가
가장 낮은 이유는
김장용 가구 소비가
증가하면서 시장
이외의 다양한
유통경로로 분산
출하되기 때문

”

표 1. 배추 월별 소비량 추정(평년 기준)

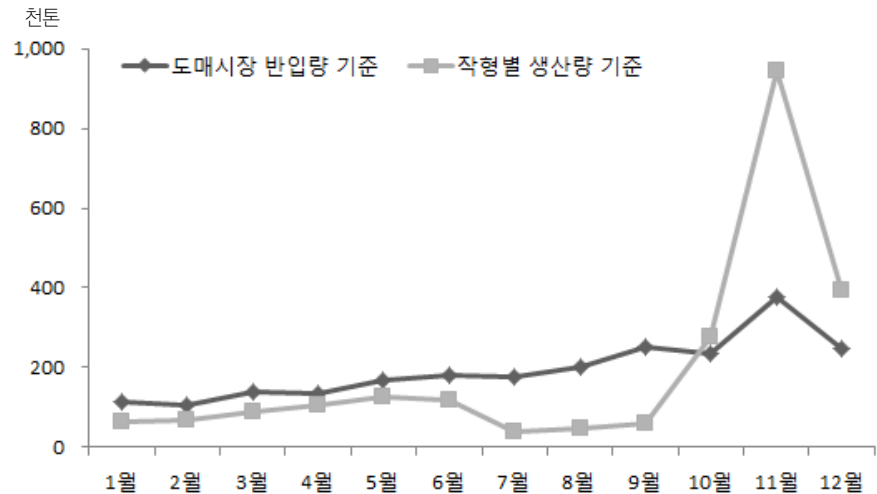
단위: 톤, %, %p

구분	도매시장 반입량 기준 ¹⁾		작형별 생산량 기준 ²⁾		차이 (B-D)	도매시장 출하 의존도 (A/C)
	물량(A)	비중(B)	물량(C)	비중(D)		
1월	112,129	4.8	65,501	2.8	2.0	1.71
2월	106,725	4.6	69,296	3.0	1.6	1.54
3월	140,116	6.0	88,627	3.8	2.2	1.58
4월	136,163	5.8	103,611	4.4	1.4	1.31
5월	167,395	7.2	125,990	5.4	1.8	1.33
6월	182,397	7.8	116,750	5.0	2.8	1.56
7월	176,112	7.5	40,170	1.7	5.8	4.38
8월	201,855	8.6	46,812	2.0	6.6	4.31
9월	251,435	10.8	61,774	2.7	8.1	4.07
10월	236,462	10.1	278,710	11.9	-1.8	0.85
11월	377,719	16.2	944,385	40.4	-24.2	0.40
12월	247,481	10.6	394,362	16.9	-6.3	0.63
계	2,335,988	100.0	2,335,988	100.0	-	1.00

주 1) 전체 배추 생산량을 전국 도매시장 반입량 월별 비중으로 나눈 값임.

주 2) 작형별 배추 생산량을 기준으로 나눈 값임.

그림 1. 배추 도매시장 반입량과 작형별 생산량 기준의 월별 소비량 비교(평년 기준)



- 실제 한국농수산식품유통공사 조사결과(2013년), 대량수요처의 월별 배추 구매비중은 10~12월이 10~12%로 다소 높고, 그 외 시기에는 5~9%를 유지하고 있음. 그러나 소비자의 경우, 김장철인 11월에 구매하는 비중이 53%로 높게 나타남.

표 2. 대량수요처와 소비자의 월별 배추 구매량 비중

단위: %

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
대량수요	7.0	7.4	5.8	6.0	7.9	7.2	8.2	9.3	8.7	10.5	12.3	9.7	100
가구소비	1.8	0.7	1.9	2.4	4.3	5.2	3.8	4.2	6.1	7.0	52.9	9.7	100

자료: 대량수요처 소비실태조사(한국농수산식품유통공사, 2013)

- 또한 농업관측센터 조사 결과(2015년 10월 21일~28일), 소비자는 김장철 배추 구매 시 도매시장 외에도 산지에서 직접 구매, 부모나 친지로부터 조달, 절임배추 인터넷 구매 등의 다양한 경로를 통하는 것으로 조사됨.
- 도매시장 출하 의존도가 높은 시기는 다양한 유통경로보다는 도매 시장에서의 수요가 더 증가한다는 것을 의미함.
- 이러한 현상은 특히 고랭지배추 출하시기에서 두드러졌는데, 이는 대량수요처들이 위험을 분산시키기 위해 도매시장에서 구매하는 경우가 많기 때문임.
- 고랭지배추의 경우 도매시장 출하 의존도가 높았는데 이는 잦은 기상변화로 물량이 부족할 경우, 계약재배만으로는 공급이 원활하지 않기 때문임.
- 반면, 일반 소비자의 최대 소비시기인 가을배추 출하시기에는 도매 시장을 경유하는 구매보다 대형마트나 친인척을 통한 조달 또는 직거래 구매 비율이 높기 때문에 도매시장 의존도가 낮게 나타남.
- 따라서 배추에 대한 정부의 수급대책은 월별 및 작기별 소비량을 기반으로 주 수요처를 명확히 판단하여 마련될 필요가 있음.

배추 수급안정대책은
월별 및 작기별
수요처를 정확히
판단하여 상황에
맞는 탄력적 운영
필요

2.2. 무 월별 소비량 분석 결과

- 해당 작형의 생산량을 기준으로 월별 반입 비중을 감안한 소비량은 전체 생산량을 월별 반입 비중으로 나눈 분석 결과와 차이가 나타났다.
- 고랭지무 주 출하기인 8~10월, 가을무 출하기인 11~12월의 비중에서 가장 큰 차이가 발생하였음.
 - 가을무 출하시기인 11~12월에는 작형별 생산량을 기준으로 한 비중이 도매시장 반입량 비중보다 높았으며, 나머지는 도매시장 반입량 비중이 높게 나타났다.
 - 또한 11월의 소비량 차이가 가장 크게 나타났으며, 12월과 9월, 8월 순으로 나타나 고랭지 작형과 가을 작형의 차이가 큰 것으로 나타났다.

표 3. 무 월별 소비량 추정(평년 기준)

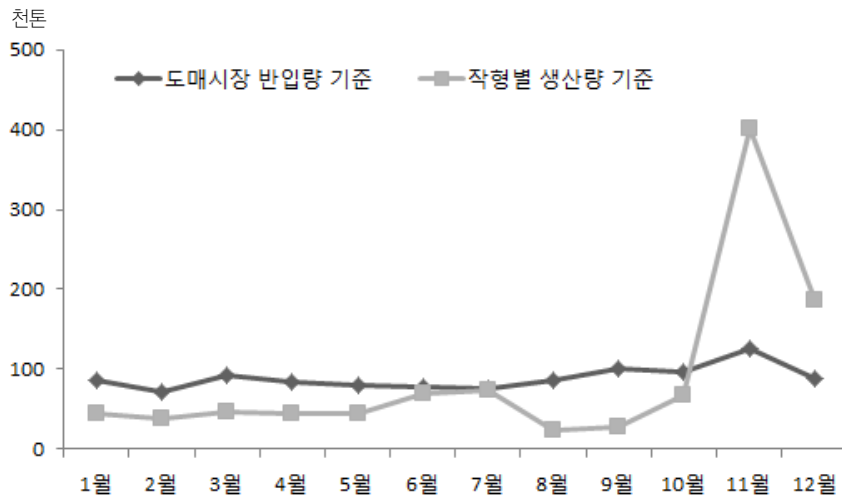
단위: 톤, %, %p

구분	도매시장 반입량 기준 ¹⁾		작형별 생산량 기준 ²⁾		차이 (B-D)	도매시장 의존도 (A/C)
	물량(A)	비중(B)	물량(C)	비중(D)		
1월	87,274	8.2	45,162	4.2	4.0	1.93
2월	71,956	6.7	37,839	3.5	3.2	1.90
3월	92,461	8.6	47,226	4.4	4.2	1.96
4월	83,381	7.8	44,916	4.2	3.6	1.86
5월	80,018	7.5	44,958	4.2	3.3	1.78
6월	78,899	7.4	69,197	6.5	0.9	1.14
7월	76,221	7.1	72,989	6.8	0.3	1.04
8월	86,305	8.1	24,030	2.2	5.9	3.59
9월	100,803	9.4	28,355	2.7	6.7	3.56
10월	96,291	9.0	66,501	6.2	2.8	1.45
11월	126,375	11.8	401,927	37.6	-25.8	0.31
12월	89,178	8.3	186,063	17.4	-9.1	0.48
계	1,069,163	100.0	1,069,163	100.0	-	1.00

주 1) 전체 무 생산량을 전국 도매시장 반입량 월별 비중으로 나눈 값임.

2) 작형별 무 생산량을 기준으로 나눈 값임.

그림 2. 무 도매시장 반입량과 작형별 생산량 기준의 월별 소비량 비교(평년 기준)



- 도매시장 출하 의존도는 도매시장 반입량을 기준으로 나눈 월별 물량을 작형별 생산량을 기준으로 한 실제 월별 소비량으로 나누어 산정하였음.
- 월별 도매시장 의존도가 1보다 작은 경우는 도매시장 이외의 거래가 많아 도매시장 의존도가 낮고, 1보다 클 경우는 의존도가 높다고 할 수 있음.
- 작형별 평균 출하 의존도는 겨울무 출하기인 1~5월이 1.89, 봄무 출하기인 6~7월이 1.09, 고랭지무 출하기인 8~10월은 2.86으로 1보다 높은 반면에 11~12월은 0.4로 낮음.
 - 11월은 도매시장 의존도가 0.31로 가장 낮게 나타남.
- 고랭지무 주 출하기인 8~10월 도매시장 출하 의존도가 가장 높은 이유는 이 시기에 주요 소비주체가 일반 소비자가 아닌 김치공장, 식자재업체 등 대량수요처로 한정되어있어 도매시장으로 물량이 집중되기 때문임.
- 반면에 가을무 주 출하기인 11~12월의 도매시장 의존도가 낮은 이유는 이 시기에 전체 생산량의 54%를 차지하는 가을무가 주 출하되고, 김장철에 가구소비자의 무 소비가 크게 증가하면서 유통경로가 다양화되기 때문임.

“

가을배추와 유사하게
가을무 출하기
도매시장 의존도가
가장 낮은 이유는
김장철에 가구소비자의
무 소비가 크게
증가하면서 유통경로가
다양화되기 때문

”

- 한국농수산물유통공사 조사결과(2013년), 대량수요처의 월별 무 구매비중은 11월이 21%로 가장 높고, 그 외 시기에는 6~10%를 유지하고 있음. 소비자의 경우에도 김장철인 11월의 구매비중이 28%로 가장 높은 것으로 조사되었음. 무는 김치 외에도 다양한 요리에 주재료 또는 부재료로 사용되므로 주로 김치로 소비되는 배추와 소비 패턴이 다른 특징이 있음.

표 4. 대량수요처와 소비자의 월별 무 구매량 비중

단위: %

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
대량수요	7.5	7.6	8.9	7.6	5.6	6.1	5.9	5.5	6.9	9.6	21.0	7.7	100
가구소비	7.8	7.1	9.4	6.9	4.7	4.5	3.7	3.9	6.4	9.9	27.8	7.9	100

자료: 대량수요처 소비실태조사(한국농수산물유통공사, 2013)

- 또한 농업관측센터 조사결과(2015년 10월 21일~28일), 김장철 소비자의 무 구매처는 도매시장 외에도 임시장터나 트럭상, 부모나 친지 등 다양화되는 것으로 나타남.
- 도매시장 출하 의존도가 높은 시기는 다양한 유통경로보다는 도매 시장에서의 수요가 더 증가한다는 것을 의미함.
- 이러한 현상은 특히 고랭지무 출하시기에서 두드러졌는데, 이는 대량수요처들이 위험을 분산시키기 위해 도매시장에서 구매하는 경우가 많기 때문임.
- 고랭지무의 경우 도매시장 출하 의존도가 높았는데 이는 잦은 기상 변화로 물량이 부족할 경우 계약재배만으로는 공급이 원활하지 않기 때문임.
- 반면, 일반소비자의 최대 소비작형인 가을무의 경우 도매시장을 경유하는 구매보다 대형마트나 친인척을 통한 조달 또는 직거래 구매 비율이 높기 때문에 도매시장 의존도가 낮게 나타남.
- 따라서 무에 대한 정부의 수급대책은 월별 및 작기별 소비량을 기반으로 주 수요처를 명확히 판단하여 정책을 수립할 필요가 있음.

3. 소비량 분석 결과를 활용한 월동배추·무 수급정책

3.1. 2015년산 월동배추·무 2~3월 부족물량 추정

- 2015년산 월동배추 생산량은 생육기에 잦은 기상변화(잦은 강우, 높은 기온, 폭설, 한파)로 인해 전년 및 평년산보다 각각 30%, 27% 감소한 25만 톤임.
- 따라서 평년 소비량 추정치를 근거로 금년 2~3월 월별 소비량 부족분을 추정하였음.
- 금년 2~3월 배추 추정 소비량은 각각 50,218톤, 57,214톤으로 평년에 비해 2월이 19,078톤, 3월이 31,413톤 부족한 것으로 추정됨.
 - 실제 가격은 2월이 7,930원/10kg(상품 기준), 3월이 10,680원으로 평년 동월보다 각각 38%, 51% 상승하였음.

표 5. 금년 2~3월 월동배추 소비량 및 부족물량 추정

단위: 톤, %

구분	2월 소비량	3월 소비량
2015년산	50,218	57,214
평년	69,296	88,627
증감률	-27.5	-35.4
평년 대비 부족량	-19,078	-31,413

주: 2015년산은 농업관측센터 추정치임.

자료: 전남도청, 제주특별자치도청, 서울시농수산물공사.

- 이에 따라 정부는 1차 2,000톤, 2차 1,500톤을 수매비축하여 물량 부족이 크게 발생하는 3~4월에 도매시장으로 집중 방출하고 있는 상황임.
- 2015년산 겨울무 생산량은 생육기 주산지의 기상변화(잦은 강우, 높은 평균기온, 폭설, 한파)로 인해 전년 및 평년산보다 각각 25%, 24% 감소한 22만 5천 톤으로 추정됨.
- 따라서 평년 소비량 추정치를 근거로 금년 2~3월 월별 소비량 부족분을 추정하였음.

“
금년 월동배추·무
생산량 감소에 따른
수급불안으로 정부
수매비축물량 방출

“ 월별 소비량 추정을
통해 평년 대비 물량
부족 또는 과잉
발생 시 수급대책
시기나 물량 결정에
자료로 활용

”

- 금년 2~3월 무 소비량은 각각 35,442톤, 32,015톤으로 평년에 비해 2월이 9,408톤, 3월이 23,962톤 부족한 것으로 추정됨.
 - 실제 가격은 2월이 11,370원/18kg(상품 기준), 3월이 14,250원으로 평년 동월보다 각각 34%, 69% 상승하였음.

표 6. 금년 2~3월 월동무 소비량 및 부족물량 추정

단위: 톤, %

구분	2월 소비량	3월 소비량
2015년산	35,442	32,015
평년	44,850	55,978
증감률	-21.0	-42.8
평년대비 부족량	-9,408	-23,962

주: 2015년산은 농업관측센터 추정치임.
자료: 제주특별자치도청, 서울시농수산식품공사.

- 이에 따라 정부는 1차 2,500톤, 2차 3,000톤을 수매비축하여 물량 부족이 크게 발생하는 3~5월에 도매시장으로 방출하는 상황임.

3.2. 배추·무 소비량 추정에 따른 수급안정대책 활용

- 이처럼 작형별 생산량과 해당 작형 출하기의 월별 소비량을 추정한 이후 평년 대비 물량 부족 또는 과잉 발생이 예상될 경우, 정부의 수급대책방안 추진 시기나 물량 결정에 자료로 활용이 가능함.
- 특히 고랭지와 월동 작형의 경우, 기상 악화에 따른 수급 불안이 잦으나, 주산지가 한정되어 있어 월별 소비량 추정을 통한 사전적이고 선제적인 수급조절이 가능함.
 - 이를 위해서는 현재 시행 중인 고랭지배추와 월동배추 생산안정제 사업의 개선을 통해 수급안정용 물량 확대 필요
- 또한 배추·무의 소비 특성상 김장철을 제외하고는 대량 수요처가 주요 소비주체이기 때문에 대량수요처의 안정적인 물량 확보를 위해 산지 계약재배 비중을 늘려 수급 불안을 해소할 수 있는 제도적 방안 마련이 필요함.
 - 이는 출하 의존도가 높은 시기에 물량 부족 시 시장의 과수요가 발생하는 것을 미연에 방지할 수 있음.

4. 시사점

- 배추·무 월별 소비량 분석 결과, 도매시장 반입량을 기준으로 소비량을 추정하는 것과 작형별 생산량을 기준으로 소비량을 추정한 결과가 크게 상이한 것으로 나타남.
- 두 가지 방식의 추정 결과에서 월별 소비량 비중이 다소 차이가 있으나, 가을배추·무 주 출하시기인 11월 차이가 각각 24.2%p, 25.8%p로 가장 크게 나타났으며, 다음으로 12월이 6.3%p, 9.1%p로 나타났음.
- 연중 도매시장 반입량 비중은 고른 분포로 출하가 되어 이를 기준으로 소비량을 추정할 경우, 월별 소비량이 과소 또는 과잉 추정의 결과를 가져오기 때문에 이를 기준으로 수급 정책을 시행할 경우 예상한 것과 다른 결과를 가져올 수 있음.
- 따라서 정확한 월별 소비량은 과잉과 과소를 정확히 판단하여 정부의 수급 정책 오류를 크게 감소시킬 수 있음.
- 또한, 김장철인 10~12월은 소비량이 가장 많고, 가구 소비자의 구매비중도 높은 시기이며, 고랭지배추 출하기인 7~9월(무는 8~9월)은 대량수요처 구매비중이 높고 소비량이 가장 적은 시기임.
- 작형별 도매시장 출하 의존도는 가을배추 출하가 0.63으로 1보다 작았고, 다음 봄배추(1.45), 겨울배추(1.54), 고랭지배추(4.26) 순으로 나타났음.
 - 무의 경우, 가을무 출하 의존도가 0.4로 1보다 작았고, 다음 봄무(1.09), 겨울무(1.89), 고랭지무(2.86) 순으로 나타났음.
- 배추와 무의 도매시장 출하 의존도는 월별로 차이가 있는 것으로 나타남. 도매시장 출하 의존도가 높은 고랭지 작형 출하시기에는 대량수요처 등의 고정 소비 위주로 한정되어 있고, 잦은 기상변화로 공급이 불안정하기 때문에 위험을 줄이기 위해 도매시장에서의 구매가 집중됨.

“

김장철은 소비량이 가장 많고, 가구 소비자 구매비중도 높은 시기이며, 고랭지 출하기는 대량수요처 구매비중이 높고 소비량이 가장 적은 시기

”

“

가을 작형
출하기에는 다양한
유통경로를 대상으로
수급 정책을 세우고,
고랭지 작형
출하기에는 도매시장
중심의 정책이 필요

”

- 가을배추·무 출하시기에 도매시장 출하 의존도가 가장 낮은 이유는 주 소비처가 일반 가구소비자로 도매시장을 경유한 구매보다는 대형마트, 직거래 등 다양한 유통경로에서 구입하기 때문임.
- 위 분석결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있음.
- 첫째, 정부 수급대책의 기초자료로 사용 가능함.
 - 지금까지 정부의 수급대책은 기존의 전국 도매시장의 반입량을 기준으로 월별 소비량을 추정하여 마련되었으나, 이는 현실과 다른 결과로 나타날 수 있기 때문에, 정확한 소비량을 기준으로 수급대책을 세울 수 있음.
- 둘째, 계절적 소비량 변동에 대한 물가조사에 충분히 반영되지 못함.
 - 통계청에서 매월 발표하는 배추·무의 물가지수는 12개월을 단순 평균하여 반영되고 있으나, 소비자가 연중 70%를 구매하는 11~12월의 부담이 가장 크게 나타나고 있기 때문에 동일한 가중치보다는 소비자가 체감할 수 있는 물가지수 산정이 필요함.
- 셋째, 정부 수급대책의 2-Track 정책이 필요함.
 - 도매시장 출하 의존도 분석 결과, 소비자가 주로 구입하는 가을배추·무 출하시기에 도매시장 출하 의존도가 매우 낮고, 대량수요처가 주로 구입하는 고랭지배추·무는 출하 의존도가 매우 높음.
 - 따라서 가을 작형을 대상으로 정책 시행 시, 다양한 유통경로를 대상으로 수급대책을 세워야 함. 또한 고랭지 작형을 대상으로 정책을 시행할 경우, 도매시장 중심의 정책이 필요할 것임.
- 배추·무 소비량 분석은 기존의 도매시장 반입량을 기준으로 추정 한 것과 달리, 현실성을 반영한 월별소비량 자료임. 이러한 소비량 분석 방법은 배추·무뿐만 아니라 다른 원예작물로도 확대가 가능함. 따라서 정확한 월별·작형별 원예작물 소비량 추정으로 효과적인 정부의 수급정책을 기대해 봄.

KREI 현안분석 제11호

배추 · 무 월별 소비량 추정 및 시사점

등 록	제6-0007호(1979. 5. 25.)
인 쇄	2016. 4. 28.
발 행	2016. 4. 28.
발 행 인	최세균
편집위원	최지현, 우병준, 김수석, 김용렬, 조미형, 한석호, 문한필
발 행 처	한국농촌경제연구원 우) 58217 전라남도 나주시 빗가람로 601 대표전화 1833-5500 http://www.krei.re.kr
인 쇄	(사)장애인생산품판매지원협회 인쇄사업소 02-2269-5523~4 dec5523@hanmail.net

- 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
 - 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
-