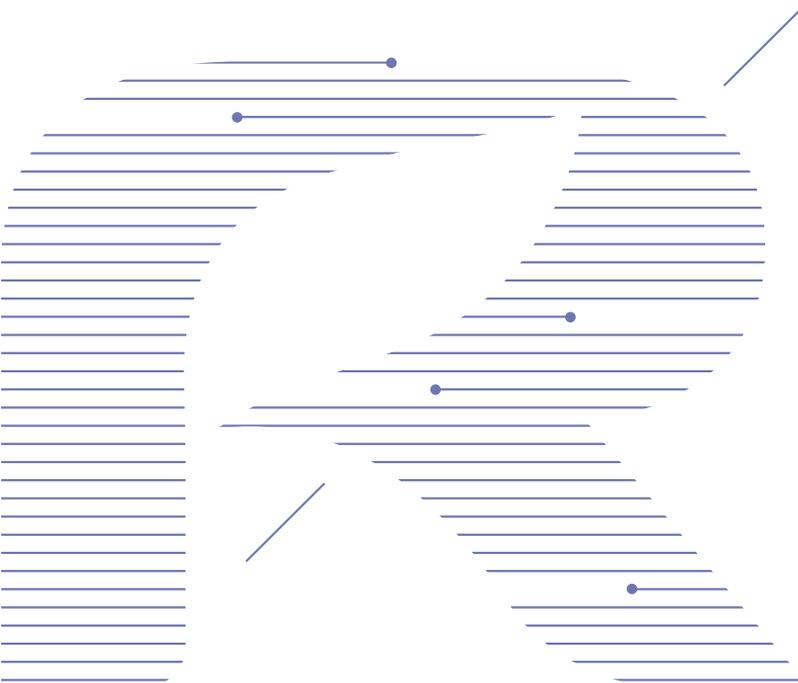


농식품 공급망 참여자별 실태 및 정책 인식 조사 결과

한정훈 · 최병욱 · 정은미 · 박태곤



농식품 공급망 참여자별 실태 및 정책 인식 조사 결과

한정훈 · 최병욱 · 정은미 · 박태곤



연구 담당

한정훈 | 부연구위원 | 연구 총괄, 제1~5장 집필

최병옥 | 연구위원 | 제3장 집필

정은미 | 연구위원 | 제4장 집필

박태곤 | 연구원 | 자료 수집

R2025-14 연구자료-1

농식품 공급망 참여자별 실태 및 정책 인식 조사 결과

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2025. 12.

발 행 인 | 한두봉

발 행 처 | 한국농촌경제연구원
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500

인 쇄 처 | 세일포커스(주)

I S B N | 979-11-6149-792-1 95520

※ 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.

본 자료집은 국내 농식품 공급망 참여자의 실태와 정부 정책에 대한 인식을 조사하여 국내 농식품 공급망의 특징 분석과 안정적인 농식품 공급망 상태 진단, 정책적 시사점 도출을 위한 참고자료로 활용하는 데 목적이 있다.

국내 농식품 공급망의 단계별 주요 참여자인 농가, 식품제조업체, 도매업체 및 소매업체, 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하고, 조사 결과를 종합적으로 제시하였다. 농가의 생산 및 판매 실태와 정부 정책에 대한 인식, 식품제조업체의 원재료 조달, 정보 활용, 재고 관리, 품질 및 신선도 관리, 납품 현황과 정부 정책에 대한 인식을 조사하고 결과를 정리하였다. 또한, 도매업체와 소매업체의 거래량 및 매출액, 구매 및 판매 현황, 정부 정책에 대한 인식 등을 제시하였으며, 소비자의 농식품 품질 체감과 물리적 구매 접근성, 농식품 정보 이용 등을 조사 및 분석하였다.

아무쪼록 본 자료집이 국내 농식품 공급망의 참여자별 실태를 이해하고, 안정적인 농식품 공급망을 위한 정부 정책에 대한 참여자의 만족도 및 필요성 인식 정도를 파악하기 위한 귀중한 참고자료가 되길 기대한다.

2025. 12.

한국농촌경제연구원장 **한두봉**

제1장 서론

1. 연구의 추진 배경 1
 2. 연구내용 및 방법 3

제2장 농가 생산 현황 및 정책 인식

1. 농가 조사 개요 및 농가 일반현황 5
 2. 계약재배 현황 8
 3. 농가 생산 현황 11
 4. 농가 판매 실태 13
 5. 농가의 정보 활용 16
 6. 농가의 정책 인식 19

제3장 식품제조업체 운영실태 및 정책 인식

1. 식품제조업체 조사 개요 및 응답 업체 일반현황 21
 2. 식품제조업체 운영실태 24
 3. 식품제조업체 정부 정책 인식 44

제4장 도매업체 운영실태 및 정책 인식

1. 도매업체 조사 개요 및 응답 업체 일반현황 47
 2. 도매업체 운영실태 49
 3. 도매업체 정부 정책 인식 67

제5장 소매업체 운영실태 및 정책 인식

- 1. 소매업체 조사 개요 및 응답 업체 일반현황 71
- 2. 소매업체 운영실태 73
- 3. 소매업체 정부 정책 인식 79

제6장 소비자 만족도 및 정책 인식

- 1. 소비자 조사 개요 및 응답 소비자 일반현황 83
- 2. 농식품 품질 체감 86
- 3. 농식품 구매의 물리적 접근성 88
- 4. 농식품 정보 이용 90
- 5. 소비자 정부 정책 인식 94

참고문헌 97

제2장

〈표 2-1〉 농가 생산 현황 및 정책 인식 설문조사 개요 5

〈표 2-2〉 응답 농가의 특성 7

〈표 2-3〉 농가의 계약재배 비율 8

〈표 2-4〉 농가가 계약재배를 하는 이유 9

〈표 2-5〉 농가의 계약재배 비율이 낮은 이유 10

〈표 2-6〉 농산물 재배 방식 11

〈표 2-7〉 농산물 생산 과정에서 농가가 겪는 애로사항(1+2순위) 12

〈표 2-8〉 농가의 출하처 및 판매처(1+2순위) 13

〈표 2-9〉 농가의 판매처 선택 이유 14

〈표 2-10〉 농가의 농산물 판매 시 애로사항(1+2순위) 15

〈표 2-11〉 농산물 생산 의사결정에서 가장 많이 활용하는 정보 16

〈표 2-12〉 농가의 정보 활용도(10점 평균) 17

〈표 2-13〉 농가의 정보 활용도가 떨어지는 이유 18

〈표 2-14〉 농가가 인식하는 정부 정책의 현재 만족도(5점 평균) 19

〈표 2-15〉 농가가 인식하는 정부 정책의 향후 중요도(5점 평균) 20

제3장

〈표 3-1〉 식품제조업체 실태 및 정책 인식 조사 개요 21

〈표 3-2〉 응답 식품제조업체의 특성 23

〈표 3-3〉 식품제조업체가 가장 중점을 두고 있는 중요한 과제(1순위) 24

〈표 3-4〉 식품제조업체 원재료 조달의 안정성(10점 평균) 25

〈표 3-5〉 식품제조업체가 원재료 조달이 불안정한 이유 26

〈표 3-6〉 식품제조업체의 원활한 원재료 조달 관련 진행 중인 활동(복수 응답) ... 27

〈표 3-7〉 식품제조업체가 제품의 생산 및 판매 시 중요하게 생각하는 정보 (1+2순위)	28
〈표 3-8〉 식품제조업체의 제품 생산 및 판매 시 정보 활용도	29
〈표 3-9〉 식품제조업체의 활용하는 정보에 대한 만족도(10점 평균)	30
〈표 3-10〉 식품제조업체가 가장 최근 정보에 대한 만족도가 높은 이유	31
〈표 3-11〉 식품제조업체가 가장 최근 정보의 만족도가 낮은 이유	32
〈표 3-12〉 식품제조업체가 재고 관리를 위해 실시하고 있는 활동	33
〈표 3-13〉 식품제조업체의 재고 관리 애로사항	34
〈표 3-14〉 식품제조업체의 재고 관리 능력(10점 평균)	35
〈표 3-15〉 식품제조업체가 품질 및 신선도 관리를 위해 실시하고 있는 활동 ·	36
〈표 3-16〉 식품제조업체의 품질 및 신선도 관리 애로사항	37
〈표 3-17〉 식품제조업체의 물량 기준 판매처별 제품 납품 비중(평균)	38
〈표 3-18〉 식품제조업체의 제품 납품 및 판매 과정 애로사항(1순위)	39
〈표 3-19〉 생산하는 가공식품의 가격에 가장 큰 영향을 미치는 요인(1순위) ·	40
〈표 3-20〉 식품제조업체의 가격 인상 계획 또는 진행 주기	41
〈표 3-21〉 식품제조업체가 소비자의 니즈를 생산·판매 등의 의사결정에 반영하는 정도	42
〈표 3-22〉 식품제조업체가 소비자의 니즈에 반응하기 어려운 이유	43
〈표 3-23〉 식품제조업체의 정부 정책에 대한 현재 수준 만족도(5점 평균) ·	44
〈표 3-24〉 식품제조업체의 정부 정책에 대한 향후 필요 및 중요도(5점 평균) ·	45

제4장

〈표 4-1〉 도매업체 운영실태 및 정책 인식 설문조사 개요	47
〈표 4-2〉 응답 도매업체의 특성	48

〈표 4-3〉 도매업체의 2024년 매출액 기준 주요 취급 품목 및 취급 비중	49
〈표 4-4〉 도매업체의 최근 5년 내 거래량 변화 여부	50
〈표 4-5〉 도매업체의 거래량 변화 이유	51
〈표 4-6〉 도매업체의 최근 5년 내 매출액 변화 여부	52
〈표 4-7〉 도매업체의 매출액 변화 이유	53
〈표 4-8〉 도매업체의 구매처 비중 변화	54
〈표 4-9〉 도매업체의 구매처별 구매 비중 변화 이유	55
〈표 4-10〉 도매업체의 구매 비중 증대 희망 구매처	56
〈표 4-11〉 도매업체가 구매 비중을 늘리고 싶은 이유	57
〈표 4-12〉 (시장도매인) 거래 물량 및 가격 확정 시기	58
〈표 4-13〉 (시장도매인) 구매처와 계약 거래 시 선도금, 중도금, 잔금 비중(평균)	58
〈표 4-14〉 도매업체의 구매처와 관계 및 농산물 가격결정에 대한 의견	59
〈표 4-15〉 도매업체의 물량 확보 기간	60
〈표 4-16〉 도매업체가 인식하는 농산물 가격변동에 대한 대책 효과	60
〈표 4-17〉 도매업체의 2024년 매출액 기준 주요 판매처(1순위)	61
〈표 4-18〉 도매업체의 주요 판매처별 최근 5년간 판매 비중 변화	62
〈표 4-19〉 도매업체의 판매처별 판매 비중 변화 이유(1+2순위)	63
〈표 4-20〉 도매업체의 판매 비중 증대 희망 판매처	64
〈표 4-21〉 도매업체가 판매 비중을 늘리고 싶은 이유	64
〈표 4-22〉 도매업체의 판매처 거래 방식 비중(평균)	65
〈표 4-23〉 도매업체의 판매처 전처리 요구에 대한 대응	66
〈표 4-24〉 도매업체의 농산물 유통 정책에 대한 의견(10점 평균)	67
〈표 4-25〉 도매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책 현재 수준(만족도) (5점 평균)	68

〈표 4-26〉 도매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책 향후 필요 수준(중요도) (5점 평균)	69
---	----

제5장

〈표 5-1〉 소매업체 운영실태 및 정책 인식 설문조사 개요	71
〈표 5-2〉 응답 소매업체 특성	72
〈표 5-3〉 소매업체의 매출액 기준 취급 상품 비중(평균)	73
〈표 5-4〉 소매업체의 배달 서비스 여부 및 전체 매출 중 비중	74
〈표 5-5〉 소매업체의 최근 5년 신선 농산물 매출액 변화의 주요 이유	75
〈표 5-6〉 소매업체의 2025년 주요 구매처별 구입 비중(평균)	76
〈표 5-7〉 소매업체의 구매 비중 변화 이유(1+2순위)	77
〈표 5-8〉 소매업체의 구매 비중 증대 희망 구매처 및 이유	77
〈표 5-9〉 소매업체의 물량 확보 기간	78
〈표 5-10〉 신선 농산물 물량 확보가 필요한 경우 주요 보관 장소 및 보관 장소의 규모	78
〈표 5-11〉 소매업체가 인식하는 농산물 가격변동에 대한 대책 효과성 (10점 평균)	79
〈표 5-12〉 소매업체의 농산물 유통 정책에 대한 의견(10점 평균)	79
〈표 5-13〉 소매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책의 현재 수준(만족도) (5점 평균)	80
〈표 5-14〉 소매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책의 향후 필요 수준(중요도) (5점 평균)	81

제6장

〈표 6-1〉 소비자 만족도 및 정책 인식 설문조사 개요	83
〈표 6-2〉 응답 소비자의 특성	84
〈표 6-3〉 소비자가 농식품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 품질(1+2순위)	86
〈표 6-4〉 소비자의 최근 3년 동안 부류별 품질 만족도(10점 평균)	87
〈표 6-5〉 소비자의 최근 3년 동안 부류별 물리적 접근성(10점 평균)	88
〈표 6-6〉 농식품 구매의 물리적 접근성이 낮은 이유	89
〈표 6-7〉 소비자의 농식품 구매 과정 활용 정보(1+2순위)	90
〈표 6-8〉 소비자의 정보 습득 경로(1+2순위)	91
〈표 6-9〉 소비자의 농식품 구매 결정 시 정보 반영 수준	92
〈표 6-10〉 소비자가 농식품 구매 시 정보를 잘 이용하지 않는 이유	93
〈표 6-11〉 소비자의 농식품 소비 관련 정부 정책에 대한 현재 수준 인식(만족도) (5점 평균)	94
〈표 6-12〉 소비자의 농식품 소비 관련 정부 정책의 향후 필요 수준 인식(중요도) (5점 평균)	95

1

서론

1. 연구의 추진 배경

- 국내 농식품 공급망에는 생산부터 소비 단계에 걸쳐 다양한 참여자가 존재하며, 원활한 농식품의 공급을 위해 중요한 기능을 수행함.
- 국내 농식품 공급망을 진단하기 위해 농가, 식품제조업체, 도매업체, 소매업체, 소비자 등 공급망 주요 참여자의 현황 및 실태를 파악할 필요가 있음. 특히, 기존 통계를 통해 파악하기 어려운 농가 및 식품제조업체의 정보 활용 현황이나 식품제조업체의 소비자 니즈 대응 정도 등에 대한 조사와 분석은 더 의미가 있음.
- 국내 농식품 공급망은 기후변화, 생산 인력 감소를 비롯한 생산 여건 악화, 생산자 소득의 불안정성, 농식품 가격 변동성 증대를 비롯한 다양한 위험에 직면하고 있으며, 참여자별로 직면한 위험요인에 차이가 있음.

- 예컨대 농산물 생산 과정에서 농가는 안정적인 판매처 확보의 어려움, 가격변동으로 인한 농가 소득의 불안정성, 운송비, 인건비 등의 비용 부담 등의 애로사항에 직면하고 있으며, 식품제조업체는 원재료 조달의 불안정성, 재고 관리의 어려움, 품질 및 신선도 관리의 어려움, 납품 과정에서의 비용 부담 등의 애로사항 등을 겪고 있음.
 - 따라서, 공급망 참여자별 애로사항을 조사하고, 참여자의 특성별로 문제를 진단할 필요가 있음.
- 안정적인 농식품 공급망을 위해서 정부는 광범위한 영역에서 다양한 정책을 추진하고 있음. 공급망의 주요 참여자별로 관련된 정부 정책은 서로 다르며, 참여자별로 정책에 대한 현재 만족도와 향후 필요성에 대해 파악할 필요가 있음.
- 예컨대, 농가는 ‘농가의 경영안정 및 소득 보전 관련 정책’, ‘기후변화 대응 관련 정책’과 직접적으로 관련되지만, 소비자는 ‘소비자의 농식품 구매력 제고’, ‘소비자 농식품 선택권 확대’와 관련이 있음.
- 이 연구의 목적은 농가와 식품제조업체, 도매업체, 소매업체, 소비자 등 국내 농식품 공급망의 참여자를 대상으로 실시한 설문조사 결과를 종합하여 참여자별 실태와 애로사항, 정부 정책에 대한 인식 등을 파악하는 것임. 이를 통해 현재 농식품 공급망 상태에 대한 진단, 안정적인 농식품 공급망을 위한 정책 제언 등의 참고자료로 활용할 수 있음.

2. 연구내용 및 방법

○ 본 연구는 총 6장으로 구성됨.

- 제1장 서론에 이어 제2장에서는 농가 설문조사 결과를 토대로 농가의 생산 및 판매 실태와 정보 활용 현황, 정부 정책에 대한 인식을 제시함.
- 제3장에서는 식품제조업체 설문조사 결과를 이용하여 식품제조업체의 원재료 조달, 정보 활용, 재고 관리, 품질 및 신선도 관리, 제품 납품, 가격 책정, 소비자 니즈 대응, 정부 정책에 대한 인식 등을 제시함.
- 제4장에서는 도매업체 설문조사 결과를 바탕으로 도매업체의 거래량 및 매출액 변화, 구매 및 판매 현황, 정부 정책에 대한 인식을 제시함.
- 제5장에서는 소매업체 설문조사를 토대로 소매업체의 구매 및 판매 실태, 물량 확보, 정부 정책 인식 등을 제시함.
- 제6장에서는 소비자 설문조사 결과를 이용하여 소비자의 농식품 품질 체감, 농식품 구매의 물리적 접근성, 농식품 정보 이용, 정부 정책 인식 등을 제시함.

○ 이 연구는 2025년 한국농촌경제연구원의 일반과제로 수행된 ‘농식품 공급망 분석과 발전방안(1/2차년도)’ 연구에서 추진한 농식품 공급망 참여자 설문조사 결과를 심층적으로 재분석하여 정리한 것임.

○ 농가 설문조사는 한국농촌경제연구원의 현지통신원을 대상으로 온라인 설문을 통해 수행하였으며, 식품제조업체와 도·소매업체 설문조사는 위탁조사기관(리서치앤리서치)을 통한 온라인 조사 및 현장 방문조사, 소비자 설문조사는 위탁조사기관(더퍼스트원)을 통한 온라인 조사를 통해 수행함.

2

농가 생산 현황 및 정책 인식

1. 농가 조사 개요 및 농가 일반현황

1.1. 농가 조사 개요

○ 본 조사는 전국의 식량작물, 채소, 과수 농가를 대상으로 계약재배 및 생산 현황, 판매 실태, 정보 활용, 정부 정책 인식 등을 파악하고자 실시됨. 한국농촌경제 연구원의 현지통신원 농가 1,575명을 대상으로 웹 기반 설문조사를 실시하였으며, 이 중 434개 농가로부터 응답을 받았음. 조사 기간은 2025년 9월 15일 ~9월 26일임.

〈표 2-1〉 농가 생산 현황 및 정책 인식 설문조사 개요

조사 기간	조사 대상	조사 방법	응답 농가 수
2025. 9. 15.~9. 26.	전국의 식량작물, 채소, 과수 농가	웹 조사(이메일, 모바일)	434개 농가

자료: 저자 작성.

1.2. 응답 농가 특성

- 응답 농가의 연령대 구성은 20대가 0.5%, 30대 2.8%, 40대 6.2%, 50대 21.2%, 60대 43.1%, 70대 23.0%, 80대 3.2%로, 50~70대 농민이 많았음.
- 재배지역별로는 충북·충남·대전·세종 지역 농가가 23.3%, 전북·전남·광주·제주 농가가 21.0%, 경북·대구 농가가 20.7% 등으로 나타남.
- 농업경력별로는 10년 미만 농가가 7.8%, 10년 이상~20년 미만 농가가 41.0%, 20년 이상 농가가 51.2%로 경력이 길었음.
- 품목류별로는 과수 농가가 57.4%로 가장 많았고, 채소 농가가 26.0%, 식량작물 농가가 16.6%로 나타남.
- 재배면적별로는 1,000평 미만이 21.2%, 1,000평 이상 5,000평 미만이 53.2%, 5,000평 이상 10,000평 미만이 15.7%, 10,000평 이상이 9.9%임.
- 농업 소득별로는, 1,000만 원 미만 농가가 23.5%, 1,000만 원 이상 5,000만 원 미만 농가가 44.0%, 5,000만 원 이상 1억 원 미만 농가가 20.0%, 1억 원 이상이 12.4%로 나타남.

〈표 2-2〉 응답 농가의 특성

단위: 명, %

구분		응답 수	비중
전체		434	100.0
연령대	20대	2	0.5
	30대	12	2.8
	40대	27	6.2
	50대	92	21.2
	60대	187	43.1
	70대	100	23.0
	80대	14	3.2
성별	남성	373	85.9
	여성	61	14.1
재배지역	서울	0	0.0
	경기·인천	36	8.3
	강원	49	11.3
	충북·충남·대전·세종	101	23.3
	경북·대구	90	20.7
	경남·부산·울산	67	15.4
	전북·전남·광주·제주	91	21.0
농업경력	10년 미만	34	7.8
	10년 이상~20년 미만	178	41.0
	20년 이상	222	51.2
품목류	식량작물	72	16.6
	채소	113	26.0
	과수	249	57.4
재배면적	1,000평 미만	92	21.2
	1,000평 이상 5,000평 미만	231	53.2
	5,000평 이상 10,000평 미만	68	15.7
	10,000평 이상	43	9.9
농업 소득	1,000만 원 미만	102	23.5
	1,000만 원 이상 5,000만 원 미만	191	44.0
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	87	20.0
	1억 원 이상	54	12.4

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

2. 계약재배 현황

- 434개 농가의 계약재배 비율은 평균 26.3%로 조사됨. 재배지역별로는 강원(30.5%)과 전북·전남·광주·제주(29.4%), 충북·충남·대전·세종(29.2%), 경남·부산·울산(28.1%)의 계약재배 비율이 비교적 높았음.
- 품목류별로는 채소(36.4%), 식량작물(26.1%), 과수(21.8%) 순서로 계약재배 비율이 높게 조사됨.
- 재배면적이 클수록, 농업 소득이 높을수록 계약재배 비율이 높게 나타남.

〈표 2-3〉 농가의 계약재배 비율

단위: 명, %

구분		응답 수	계약재배 비율(평균)
전체		434	26.3
재배지역	서울	0	-
	경기·인천	36	18.4
	강원	49	30.5
	충북·충남·대전·세종	101	29.2
	경북·대구	90	19.3
	경남·부산·울산	67	28.1
	전북·전남·광주·제주	91	29.4
품목류	식량작물	72	26.1
	채소	113	36.4
	과수	249	21.8
재배면적	1,000평 미만	92	22.3
	1,000평 이상 5,000평 미만	231	22.8
	5,000평 이상 10,000평 미만	68	33.2
	10,000평 이상	43	42.4
농업 소득	1,000만 원 미만	102	19.2
	1,000만 원 이상 5,000만 원 미만	191	25.2
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	87	32.2
	1억 원 이상	54	34.2

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가가 계약재배를 하는 이유에 대해서는 ‘안정적으로 출하처를 확보하고 판로 걱정을 덜 수 있기 때문(66.7%)’의 응답 비율이 가장 높았음. 이 밖에 ‘출하 및 수확에 소요되는 비용과 시간, 인력을 절약할 수 있어서(11.1%)’, ‘계약재배 말고 농산물을 팔 수 있는 마땅한 대안이 없어서(8.5%)’, ‘더 높은 가격을 보장받을 수 있어서(6.8%)’ 등으로 나타남.

○ 식량작물 농가(81.8%), 1,000만 원 미만 농가(81.0%)는 ‘안정적인 출하처 확보 및 판로 걱정 완화’ 때문에 계약재배를 한다는 응답 비중이 특히 높았음.

〈표 2-4〉 농가가 계약재배를 하는 이유

단위: 명, %

구분	응답 수	더 높은 가격을 보장 받을 수 있어서	안정적인 출하처를 확보하고 판로 걱정을 덜 수 있어서	출하 및 수확에 소요되는 비용과 시간, 인력을 절약할 수 있어서	종자, 비료, 농약 등의 투입재를 지원 받거나 재배 기술 교육을 받을 수 있어서	경험상 관행적으로 해왔기 때문에	계약재배 말고 농산물을 팔만한 다른 마땅한 대안이 없어서	기타	
전체	117	6.8	66.7	11.1	1.7	1.7	8.5	3.4	
품목류	식량작물	22	4.5	81.8	4.5	0.0	0.0	9.1	0.0
	채소	43	9.3	60.5	18.6	0.0	2.3	4.7	4.7
	과수	52	5.8	65.4	7.7	3.8	1.9	11.5	3.8
재배 면적	1,000평 미만	23	17.4	60.9	4.3	4.3	0.0	8.7	4.3
	1,000평 이상 5,000평 미만	52	1.9	69.2	15.4	0.0	1.9	7.7	3.8
	5,000평 이상 10,000평 미만	22	13.6	59.1	13.6	4.5	0.0	4.5	4.5
	10,000평 이상	20	0.0	75.0	5.0	0.0	5.0	15.0	0.0
농업 소득	1,000만 원 미만	21	14.3	81.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8
	1,000만원이상 5,000만원미만	49	4.1	61.2	8.2	2.0	2.0	18.4	4.1
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	26	0.0	69.2	19.2	3.8	0.0	3.8	3.8
	1억 원 이상	21	14.3	61.9	19.0	0.0	4.8	0.0	0.0

주: 계약재배 비율이 50% 이상인 117개 농가를 대상으로 조사한 결과임.

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가의 계약재배 비율이 낮은 주요 이유는 ‘계약재배보다 개별적으로 판매하는 것이 더 높은 소득을 올릴 수 있기 때문(27.8%)’과 ‘다른 출하처가 있기 때문(27.8%)’으로 나타남. 이 밖에 ‘계약재배를 하고 싶지만 계약 상대를 찾지 못해서(14.8%)’, ‘크기, 중량, 외관 등 출하 규격과 기준이 엄격해서 충족하기 어렵기 때문(9.5%)’ 등의 순서로 조사됨.

○ ‘계약재배보다 개별 판매가 더 높은 소득을 올릴 수 있어서 계약재배 비율이 낮다’라고 응답한 비율은 과수 농가(29.4%)가 높았음.

〈표 2-5〉 농가의 계약재배 비율이 낮은 이유

단위: 명, %

구분		응답 수	계약재배보다 개별적으로 판매하는 것이 더 높은 소득을 올릴 수 있기 때문에	계약 가격이 너무 낮아서	계약 물량을 맞추기 어려워서	크기, 중량, 외관 등 출하 규격과 기준이 엄격해서 충족하기 어렵기 때문에	다른 출하처가 있기 때문에	계약재배를 하고 싶지만 계약 상대를 찾지 못해서	기타
전체		317	27.8	6.0	8.5	9.5	27.8	14.8	5.7
품목 류	식량작물	50	28.0	6.0	12.0	4.0	30.0	14.0	6.0
	채소	70	22.9	7.1	8.6	11.4	31.4	11.4	7.1
	과수	197	29.4	5.6	7.6	10.2	25.9	16.2	5.1
재배 면적	1,000평 미만	69	23.2	8.7	13.0	7.2	30.4	8.7	8.7
	1,000평 이상 5,000평 미만	179	31.3	4.5	7.8	8.9	27.4	15.6	4.5
	5,000평 이상 10,000평 미만	46	19.6	8.7	4.3	17.4	26.1	17.4	6.5
	10,000평 이상	23	30.4	4.3	8.7	4.3	26.1	21.7	4.3
농업 소득	1,000만 원 미만	81	22.2	7.4	13.6	6.2	29.6	8.6	12.3
	1,000만원이상 5,000만원미만	142	25.4	5.6	7.7	11.3	25.4	21.1	3.5
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	61	39.3	1.6	4.9	11.5	26.2	11.5	4.9
	1억 원 이상	33	30.3	12.1	6.1	6.1	36.4	9.1	0.0

주: 계약재배 비율이 50% 미만인 317개 농가를 대상으로 조사한 결과임.

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

3. 농가 생산 현황

- 434개 응답 농가의 노지 재배 비중 평균은 75.6%, 시설 재배 비중 평균은 24.4%로 조사됨.
- 식량작물(89.6%), 과수(76.8%), 채소(63.9%) 순서로 노지 재배 비중 평균이 높았음.
- 재배면적이 넓을수록 노지 재배 비중 평균이 높고, 농업 소득이 높을수록 시설 재배 비중 평균이 높았음.

〈표 2-6〉 농산물 재배 방식

단위: 명, %

구분		응답 수	노지 재배 비중 평균	시설 재배 비중 평균
전체		434	75.6	24.4
품목류	식량작물	72	89.6	10.4
	채소	113	63.9	36.1
	과수	249	76.8	23.2
재배면적	1,000평 미만	92	71.0	29.0
	1,000평 이상 5,000평 미만	231	74.9	25.1
	5,000평 이상 10,000평 미만	68	78.8	21.2
	10,000평 이상	43	83.8	16.2
농업 소득	1,000만 원 미만	102	82.3	17.7
	1,000만원이상5,000만원미만	191	78.2	21.8
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	87	76.5	23.5
	1억 원 이상	54	52.0	48.0

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가가 농산물 생산 과정에서 경험하는 애로사항에 대해 조사한 결과, ‘기후 변화와 재난 등으로 인한 작황 부진(61.3%)’의 응답 비율이 가장 높았음. 이 밖에 ‘병해충으로 인한 생산성 악화 및 방제 비용 부담(47.9%)’, ‘일손 부족, 인건비 상승 등 인력 문제(44.9%)’, ‘비료, 농약 등 농자재 가격의 상승(21.2%)’ 등의 순서로 조사됨.

○ 기후변화 등으로 인한 작황 부진은 식량작물(65.3%), 병해충으로 인한 생산성 악화 및 방제 비용 부담은 과수(52.2%), 일손 부족 및 인건비 상승 등 인력 문제는 채소(47.8%) 농가에서 응답 비율이 높았음.

〈표 2-7〉 농산물 생산 과정에서 농가가 겪는 애로사항(1+2순위)

단위: 명, %

구분	응답 수	기후 변화, 재난 등으로 인한 작황 부진	병해충으로 인한 생산성 악화 및 방제비용 부담	노후화된 비닐 하우스, 농기계 등 농업 장비 문제	토양 비옥도 저하, 농업용수 부족 등 생산환경 문제	일손 부족, 인건비 상승 등 인력문제	비료, 농약 등 농자재 가격상승	환경 규제, 농약 사용 규제 등 각종 규제	기타	
전체	434	61.3	47.9	9.7	6.0	44.9	21.2	2.5	1.4	
품목류	식량작물	72	65.3	48.6	6.9	5.6	38.9	23.6	2.8	2.8
	채소	113	57.5	38.1	11.5	7.1	47.8	23.9	5.3	2.7
	과수	249	61.8	52.2	9.6	5.6	45.4	19.3	1.2	0.4
재배 면적	1,000평 미만	92	52.2	56.5	8.7	10.9	37.0	20.7	5.4	2.2
	1,000평 이상 5,000평 미만	231	63.6	47.6	11.7	6.5	42.9	21.6	2.2	0.4
	5,000평 이상 10,000평 미만	68	63.2	50.0	8.8	1.5	54.4	11.8	1.5	1.5
	10,000평 이상	43	65.1	27.9	2.3	0.0	58.1	34.9	0.0	4.7
농업 소득	1,000만 원 미만	102	58.8	56.9	12.7	11.8	30.4	18.6	2.9	2.0
	1,000만원 이상 5,000만원미만	191	59.7	48.2	7.9	6.3	47.6	22.0	4.2	0.5
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	87	63.2	39.1	11.5	1.1	51.7	24.1	0.0	3.4
	1억 원 이상	54	68.5	44.4	7.4	1.9	51.9	18.5	0.0	0.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

4. 농가 판매 실태

○ 농가의 출하처 및 판매처를 조사한 결과, 1순위와 2순위를 종합하면 개별 소비자(57.6%) 판매가 가장 많고, 생산자단체(44.0%), 산지공판장(26.5%), 산지유통인(13.6%) 등의 순서로 나타남.

○ 특히, 과수는 개별 소비자(63.5%) 출하 비중이 높았고, 채소는 생산자단체(52.2%) 판매 비중이 높게 나타남.

〈표 2-8〉 농가의 출하처 및 판매처(1+2순위)

단위: 명, %

구분	응답 수	생산자단체	산지유통인	산지공판장	가공 및 저장업체	도매상	
전체	434	44.0	13.6	26.5	7.4	10.8	
품목류	식량작물	72	44.4	20.8	11.1	11.1	11.1
	채소	113	52.2	12.4	21.2	8.8	18.6
	과수	249	40.2	12.0	33.3	5.6	7.2

구분	응답 수	대형 유통업체	소매상	수출	대량수요처	개별 소비자	
전체	434	9.0	12.0	1.8	4.8	57.6	
품목류	식량작물	72	5.6	18.1	0.0	6.9	55.6
	채소	113	8.0	15.0	0.9	5.3	46.0
	과수	249	10.4	8.8	2.8	4.0	63.5

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가가 판매처를 선택한 이유에 대해서 판매처별로 구분해 보면, 생산자단체(39.8%), 산지공판장(41.7%), 가공 및 저장업체(37.5%), 도매상(27.7%), 대형유통업체(41.0%), 개별 소비자(23.6%) 등 대부분의 판매처는 ‘안정적으로 판매할 수 있기 때문’이 가장 큰 이유로 조사됨. 특히, 안정적으로 판매할 수 있기 때문이라는 응답 비중은 대형유통업체와 생산자단체를 선택한 농가에서 높게 나타남.

○ 한편, 산지유통인을 선택한 이유에 대해서는 ‘소량이라도 전량 판매해 주기 때문(23.7%)’과 ‘신뢰 관계가 잘 형성되어 있기 때문(23.7%)’ 응답 비중이 높았음.

〈표 2-9〉 농가의 판매처 선택 이유

단위: 명, %

구분	응답 수	소량이라도 전량 판매를 해줘서	수취가격을 잘 받을 수 있어서	신뢰 관계가 잘 형성되어 있어서	안정적으로 판매할 수 있어서	다른 판매처를 찾기 어렵고 대안이 없어서	기타
전체	434	17.3	9.9	17.5	30.9	17.7	6.7
생산자단체	191	18.3	5.2	17.8	39.8	16.2	2.6
산지유통인	59	23.7	8.5	23.7	20.3	23.7	0.0
산지공판장	115	16.5	6.1	7.0	41.7	23.5	5.2
가공 및 저장업체	32	15.6	9.4	21.9	37.5	3.1	12.5
도매상	47	21.3	17.0	21.3	27.7	6.4	6.4
대형유통업체	39	20.5	10.3	7.7	41.0	12.8	7.7
소매상	52	25.0	19.2	21.2	15.4	17.3	1.9
수출	8	25.0	0.0	12.5	37.5	0.0	25.0
대량수요처	21	23.8	9.5	23.8	38.1	0.0	4.8
개별 소비자	250	13.6	14.0	19.6	23.6	20.8	8.4

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가가 농산물 판매 과정에서 겪는 애로사항을 판매처별로 구분해서 살펴보면, '가격 변동성으로 인한 수익의 불안정성(59.2%)', '안정적인 판매처 확보의 어려움(50.5%)'이 응답 비중이 높았음. 이 밖에, '운송비, 인건비 등 비용 부담(32.0%)', '불리한 판매 조건(18.4%)', '규격, 품질, 외관 등 까다로운 납품 조건(17.1%)' 등의 순서로 조사됨.

○ '가격 변동성으로 인한 수익의 불안정성'이 애로사항이라고 응답한 비중은 대형유통업체(74.4%), 산지공판장(73.9%), 생산자단체(67.5%), 산지유통인(66.1%)에게 출하하는 농가로부터 더 높게 나타남.

〈표 2-10〉 농가의 농산물 판매 시 애로사항(1+2순위)

단위: 명, %

구분	응답 수	안정적 판매처 확보의 어려움	불리한 판매 조건	가격 변동성으로 인한 수익의 불안정성	규격, 품질, 외관 등 까다로운 납품 조건	마케팅, 포장, 물류 인프라의 부족	운송비, 인건비 등 비용 부담	기타
전체	434	50.5	18.4	59.2	17.1	9.7	32.0	2.8
생산자단체	191	52.4	17.3	67.5	17.3	5.8	27.2	2.6
산지유통인	59	54.2	20.3	66.1	15.3	6.8	28.8	0.0
산지공판장	115	44.3	23.5	73.9	15.7	6.1	31.3	0.0
가공 및 저장업체	32	50.0	12.5	40.6	31.3	15.6	43.8	0.0
도매상	47	31.9	27.7	61.7	23.4	8.5	42.6	0.0
대형유통업체	39	35.9	20.5	74.4	25.6	5.1	28.2	0.0
소매상	52	59.6	15.4	50.0	19.2	17.3	34.6	1.9
수출	8	12.5	50.0	62.5	0.0	0.0	50.0	0.0
대량수요처	21	57.1	0.0	57.1	19.0	19.0	42.9	0.0
개별소비자	250	58.8	16.8	49.2	14.8	14.0	33.2	4.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

5. 농가의 정보 활용

○ 농가는 생산 의사결정을 위해 ‘기온, 강수량 등 기상 관련 정보(47.0%)’를 가장 많이 활용하는 것으로 조사됨. 이 밖에도, ‘가격 관련 정보(21.9%)’, ‘소비 패턴 변화 등 소비 관련 정보(12.2%)’, ‘출하량, 수입량, 저장량 관련 정보(9.0%)’ 등의 순서로 정보를 많이 활용하는 것으로 나타남.

○ 기상 관련 정보를 가장 많이 활용한다는 응답 비중은 품목류별로는 과수 농가(52.6%), 농업 소득 수준별로는 1억 원 이상 농가(51.9%)가 높았음.

〈표 2-11〉 농산물 생산 의사결정에서 가장 많이 활용하는 정보

단위: 명, %

구분		응답 수	기온, 강수량 등 기상 관련 정보	가격 관련 정보	출하량, 수입량, 저장량 관련 정보	소비 패턴 변화 등 소비 관련 정보	정부 지원금 등 정부 정책 관련 정보	기타	정보를 전혀 활용하지 않음
전체		434	47.0	21.9	9.0	12.2	5.1	1.2	3.7
품목류	식량작물	72	44.4	22.2	4.2	12.5	6.9	2.8	6.9
	채소	113	36.3	30.1	14.2	8.8	4.4	0.9	5.3
	과수	249	52.6	18.1	8.0	13.7	4.8	0.8	2.0
재배면적	1,000평 미만	92	45.7	18.5	4.3	14.1	6.5	2.2	8.7
	1,000평 이상 5,000평 미만	231	48.9	22.9	8.7	13.9	3.5	0.4	1.7
	5,000평 이상 10,000평 미만	68	42.6	25.0	16.2	8.8	2.9	1.5	2.9
	10,000평 이상	43	46.5	18.6	9.3	4.7	14.0	2.3	4.7
농업소득	1,000만 원 미만	102	43.1	21.6	4.9	13.7	5.9	2.0	8.8
	1,000만원이상 5,000만원미만	191	47.6	20.4	9.9	14.1	4.7	1.0	2.1
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	87	47.1	28.7	8.0	9.2	4.6	0.0	2.3
	1억 원 이상	54	51.9	16.7	14.8	7.4	5.6	1.9	1.9

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가의 정보 활용도를 10점 만점으로 조사한 결과, 가장 최근의 정보 활용도는 6.00점으로 최근 10년 평균(5.69점)보다 약간 높았음.

○ 가장 최근을 기준으로 품목류별로는 과수(6.12점), 식량작물(6.09점), 채소 (5.70점) 농가 순서로 정보 활용도가 높았음.

○ 재배면적이 10,000평 이상인 농가(6.36점), 농업소득이 1억 원 이상인 농가 (6.68점)의 정보 활용도가 높게 나타남.

〈표 2-12〉 농가의 정보 활용도(10점 평균)

단위: 개, 점

구분		응답 수	최근 10년 동안 정보 활용이 가장 많았을 때	최근 10년 동안 정보 활용이 가장 적었을 때	평균	가장 최근
전체		339	6.95	3.76	5.69	6.00
품목류	식량작물	57	6.89	3.89	5.68	6.09
	채소	91	6.65	3.49	5.53	5.70
	과수	191	7.11	3.83	5.78	6.12
재배면적	1,000평 미만	72	6.49	3.58	5.34	5.53
	1,000평 이상 5,000평 미만	181	7.16	3.90	5.86	6.19
	5,000평 이상 10,000평 미만	50	6.86	3.39	5.49	5.74
	10,000평 이상	36	6.92	3.86	5.83	6.36
농업소득	1,000만 원 미만	81	6.36	3.47	5.27	5.35
	1,000만원이상 5,000만원미만	148	6.95	3.56	5.59	5.95
	5,000만 원 이상 1억 원 미만	69	7.30	3.91	5.96	6.49
	1억 원 이상	41	7.51	4.73	6.46	6.68

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가의 정보 활용도가 떨어지는 이유는 ‘정보의 구체성이 부족하고 현장에서 활용하기 어렵기 때문(37.6%)’이 가장 많았고, ‘실시간으로 정보가 필요하지만 정보가 늦게 전달되기 때문(20.5%)’, ‘정보의 정확도가 떨어지고 신뢰할 수 없어서(19.4%)’ 등의 순서로 응답 비중이 높았음.

○ 정보 활용도가 낮은 이유를 주로 활용하는 정보의 종류에 따라서 구분해서 살펴보면, ‘정보의 구체성이 부족하고 현장에서 활용하기 어렵기 때문’이라는 응답은 가격 관련 정보(42.1%)와 소비패턴 변화 등 소비 관련 정보(41.5%)에서 높았고, ‘어디에서 원하는 정보를 얻을 수 있을지 몰라서’라는 응답은 출하량, 수입량, 저장량 관련 정보(20.5%)에서 높게 나타남.

〈표 2-13〉 농가의 정보 활용도가 떨어지는 이유

단위: 명, %

구분	응답 수	어디에서 원하는 정보를 얻을 수 있을지 몰라서	정보의 정확도가 떨어지고 신뢰할 수 없어서	정보의 구체성이 부족하고 현장에서 활용하기 어렵기 때문에	실시간으로 정보가 필요하지만 정보가 늦게 전달되기 때문에	정보 이용에 비용이 많이 들어서	기타	정보 활용도가 매우 높음
전체	434	12.2	19.4	37.6	20.5	0.2	2.1	8.1
기온, 강수량 등 기상 관련 정보	204	10.3	23.5	36.3	18.6	0.0	1.0	10.3
가격 관련 정보	95	10.5	20.0	42.1	18.9	0.0	2.1	6.3
출하량, 수입량, 저장량 관련 정보	39	20.5	7.7	38.5	25.6	2.6	0.0	5.1
소비패턴 변화 등 소비 관련 정보	53	11.3	17.0	41.5	22.6	0.0	3.8	3.8
정부 지원금 등 정부 정책 관련 정보	22	13.6	9.1	22.7	45.5	0.0	0.0	9.1
기타	5	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	40.0
정보를 전혀 이용하지 않음	16	31.3	18.8	37.5	6.3	0.0	6.3	0.0

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

6. 농가의 정책 인식

○ 농가를 대상으로 정부 정책에 대한 현재 만족도를 조사한 결과, ‘농업인 교육 관련 정책(3.09점)’, ‘청년농 유입 및 후계농 육성 관련 정책(2.77점)’, ‘외국인 계절근로자 등 농업인력 관련 정책(2.71점)’, ‘농업 생산시설 및 장비 지원 관련 정책(2.71점)’에 대한 만족도는 비교적 높은 반면, ‘기후변화 대응 관련 정책(2.39점)’은 상대적으로 만족도가 낮았음.

○ 식량작물 농가와 과수 농가는 ‘기후변화 대응 관련 정책(각각 2.57, 2.29점)’, 채소 농가는 ‘계약재배, 비축확대 등 수급 조절 관련 정책(2.38점)’에 대한 만족도가 가장 낮았음.

〈표 2-14〉 농가가 인식하는 정부 정책의 현재 만족도(5점 평균)

단위: 점

구분		응답 수	농가의 경영안정 및 소득 보전 관련 정책	계약재배, 비축 확대 등 수급 조절 관련 정책	농업 재해 대비 및 위험관리 관련 정책	외국인 계절 근로자 등 농업 인력 관련 정책	농업 생산시설 및 장비 지원 관련 정책
전체		434	2.52	2.46	2.49	2.71	2.71
품목류	식량작물	72	2.76	2.68	2.82	2.90	2.78
	채소	113	2.51	2.38	2.55	2.67	2.79
	과수	249	2.45	2.43	2.36	2.67	2.65

구분		응답 수	기후변화 대응 관련 정책	농업인 교육 관련 정책	청년농 유입 및 후계농 육성 관련 정책	친환경 농업 생산 관련 정책
전체		434	2.39	3.09	2.77	2.57
품목류	식량작물	72	2.57	3.26	2.89	2.83
	채소	113	2.48	3.06	2.75	2.69
	과수	249	2.29	3.04	2.74	2.44

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

○ 농가가 인식하는 정부 정책의 향후 중요도를 살펴보면, ‘농가의 경영안정 및 소득 보전 관련 정책(4.10점)’에 대한 중요도를 가장 높게 평가한 반면, ‘친환경 농업 생산 관련 정책(3.54점)’에 대한 중요도를 가장 낮게 인식함.

○ 식량작물 농가와 ‘기후변화 대응 관련 정책(4.13점)’을, 채소 농가는 ‘농업 재해 대비 및 위험관리 관련 정책(4.08점)’을, 과수 농가는 ‘농가의 경영안정 및 소득 보전 관련 정책(4.19점)’을 가장 중요하게 인식함.

〈표 2-15〉 농가가 인식하는 정부 정책의 향후 중요도(5점 평균)

단위: 점

구분	응답 수	농가의 경영안정 및 소득 보전 관련 정책	계약재배, 비축 확대 등 수급 조절 관련 정책	농업 재해 대비 및 위험관리 관련 정책	외국인 계절 근로자 등 농업 인력 관련 정책	농업 생산시설 및 장비 지원 관련 정책	
전체	434	4.10	3.71	4.06	3.78	3.84	
품목류	식량작물	72	3.97	3.78	3.97	3.81	4.01
	채소	113	3.98	3.75	4.08	3.70	3.70
	과수	249	4.19	3.67	4.07	3.81	3.86

구분	응답 수	기후변화 대응 관련 정책	농업인 교육 관련 정책	청년농 유입 및 후계농 육성 관련 정책	친환경 농업 생산 관련 정책
전체	434	4.08	3.80	3.85	3.54
품목류	식량작물	72	4.13	3.85	3.72
	채소	113	3.91	3.67	3.47
	과수	249	4.14	3.85	3.53

자료: 본 과제 농가 설문조사 결과.

3

식품제조업체 운영실태 및 정책 인식

1. 식품제조업체 조사 개요 및 응답 업체 일반현황

1.1. 식품제조업체 조사 개요

○ 본 조사는 제11차 한국표준산업분류상 대분류 10(식품제조업)에 해당하는 전국의 식품제조업체를 대상으로 운영실태와 애로사항, 정부 정책에 대한 인식 등을 파악하기 위해 수행함. 조사 방법은 위탁조사기관(리서치앤리서치)을 통한 전화 및 온라인 설문조사를 이용하였으며, 응답률 제고를 위해 현장 방문 조사를 병행함. 조사 기간은 2025년 9월 1일~9월 30일임.

〈표 3-1〉 식품제조업체 실태 및 정책 인식 조사 개요

조사 기간	조사 대상	조사 방법	응답 업체 수
2025. 9. 1.~9. 30.	제11차 한국표준산업분류상 10(식품제조업)에 해당하는 전국의 식품제조업체	전화 및 온라인 조사와 현장 방문 조사 병행	345개

자료: 저자 작성.

1.2. 응답 식품제조업체 일반현황

- 응답 식품제조업체의 특성을 살펴보면, 지역별로는 수도권(41.4%), 충청권(17.1%), 전라권(14.8%), 경북권(11.0%), 경남권(11.0%), 강원/제주(4.6%) 등으로 분포함.
- 제조 농식품 품목류별로는 육류가공품이 25.2%, 채소·과실 가공품 20.3%, 빵류 13.0%, 곡물 가공품 12.8%, 김치류 10.7%, 건강기능식품 10.1%로 구성됨.
- 업력을 기준으로 분류한 결과, 10년 미만의 응답 업체가 46.1%로 가장 많았고, 10~20년 미만이 37.1%, 20~30년 미만 업체가 11.0%임. 30년 이상인 업체도 5.8%가 포함됨.
- 응답 식품제조업체를 종사자 수를 기준으로 구분해 보면, 10인 미만 업체가 46.1%, 10~19인 업체가 30.4%, 20~49인 업체가 16.2%, 50인 이상 업체가 7.2%임.
- 원재료의 원산지를 기준으로 응답 업체를 구분해 보면, 주로 국내산 원재료를 취급하는 식품제조업체가 71.0%로 많았고, 주로 수입산 원재료를 취급하는 식품제조업체가 21.2%, 국내산과 수입산 원재료를 비슷하게 취급하는 업체가 7.8%로 각각 나타남.

〈표 3-2〉 응답 식품제조업체의 특성

단위: 개, %

구분		응답 수	비중
전체		345	100.0
소재지	수도권	143	41.4
	충청권	59	17.1
	전라권	51	14.8
	경북권	38	11.0
	경남권	38	11.0
	강원/제주	16	4.6
제조 농식품	육류 가공품	87	25.2
	김치류	37	10.7
	채소·과실 가공품	70	20.3
	유지류	11	3.2
	곡물 가공품	44	12.8
	떡류	21	6.1
	빵류	45	13.0
	과자류	14	4.1
	도시락류	8	2.3
	면류	7	2.0
	장류	11	3.2
	건강기능식품	35	10.1
	기타	5	1.4
	업력	10년 미만	159
10~20년 미만		128	37.1
20~30년 미만		38	11.0
30년 이상		20	5.8
종사자 수	10인 미만	159	46.1
	10~19인	105	30.4
	20~49인	56	16.2
	50인 이상	25	7.2
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	71.0
	주로 수입산 취급	73	21.2
	국산/수입산 비슷	27	7.8

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2. 식품제조업체 운영실태

2.1. 가장 중점을 두고 있는 중요한 과제

○ 식품제조업체가 가장 중점을 두고 있는 과제는 생산·납품 및 판매(42.9%) 응답이 가장 많았고, 이 밖에 원재료 조달(32.2%), R&D(10.1%), 인력 문제(8.1%), 소비자 수요 대응(4.6%), 설비 투자(2.0%) 등의 순서로 조사됨.

〈표 3-3〉 식품제조업체가 가장 중점을 두고 있는 중요한 과제(1순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	생산·납품 및 판매	원재료 조달	R&D	인력 문제	소비자 수요 대응	설비 투자	
전체	345	42.9	32.2	10.1	8.1	4.6	2.0	
제조 농식품	육류 가공품	87	47.1	31.0	6.9	9.2	4.6	1.1
	김치류	37	48.6	37.8	2.7	8.1	2.7	0.0
	채소·과실 가공품	70	37.1	32.9	12.9	8.6	8.6	0.0
	유지류	11	27.3	27.3	18.2	18.2	9.1	0.0
	곡물 가공품	44	47.7	31.8	11.4	4.5	2.3	2.3
	떡류	21	33.3	9.5	9.5	33.3	4.8	9.5
	빵류	45	46.7	26.7	11.1	2.2	11.1	2.2
	과자류	14	42.9	28.6	7.1	7.1	14.3	0.0
	도시락류	8	37.5	37.5	12.5	0.0	0.0	12.5
	면류	7	28.6	42.9	14.3	14.3	0.0	0.0
	장류	11	36.4	36.4	9.1	9.1	9.1	0.0
건강기능식품	35	48.6	25.7	17.1	2.9	2.9	2.9	
기타	5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	42.1	30.8	13.2	8.8	3.1	1.9
	10~20년 미만	128	45.3	31.3	6.3	8.6	6.3	2.3
	20~30년 미만	38	44.7	31.6	10.5	5.3	5.3	2.6
	30년 이상	20	30.0	50.0	10.0	5.0	5.0	0.0
종사자 수	10인 미만	159	44.0	34.0	11.3	6.9	3.8	0.0
	10~19인	105	44.8	32.4	6.7	7.6	4.8	3.8
	20~49인	56	39.3	19.6	16.1	14.3	7.1	3.6
	50인 이상	25	36.0	48.0	4.0	4.0	4.0	4.0
원재료	주로 국내산 취급	245	44.9	31.0	10.2	8.2	4.5	1.2
원산지	주로 수입산 취급	73	35.6	38.4	6.8	11.0	4.1	4.1
비중	국산/수입산 비슷	27	44.4	25.9	18.5	0.0	7.4	3.7

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.2. 원재료 조달

○ SCOR 분석을 위한 기초자료 생성을 위해 최근 3년간 원재료 조달의 안정성을 조사함. 가장 최근 원재료 조달 여건은 10점 만점에 7.22점으로 조사됨. 과자류(7.57점)와 장류(7.45점) 취급 업체의 원재료 조달 여건이 비교적 원활함. 종사자 수별로는 10인 미만 업체의 원재료 조달 여건(7.11점)이 가장 열악했고, 국내산 원재료 취급 업체와 수입산 원재료 취급 업체의 원재료 조달 여건은 큰 차이를 보이지 않았음.

〈표 3-4〉 식품제조업체 원재료 조달의 안정성(10점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	최근 3년 동안 원재료 조달 여건이 가장 좋았을 때	최근 3년 동안 원재료 조달 여건이 가장 안 좋았을 때	최근 3년 동안 원재료 조달 여건이 평균적일 때	가장 최근 원재료 조달 여건 기준	
전체	345	8.20	5.53	7.05	7.22	
제조 농식품	육류 가공품	87	8.11	5.57	7.14	7.30
	김치류	37	8.22	5.81	7.16	7.24
	채소·과실 가공품	70	8.17	5.03	6.91	7.04
	유지류	11	8.18	5.55	7.00	7.09
	곡물 가공품	44	8.36	5.75	7.11	7.34
	떡류	21	8.14	5.10	7.00	7.14
	빵류	45	8.29	5.98	7.27	7.44
	과자류	14	8.57	5.43	7.36	7.57
	도시락류	8	8.50	6.25	7.25	7.38
	면류	7	8.57	5.00	6.71	7.29
업력	장류	11	8.36	5.73	7.36	7.45
	건강기능식품	35	8.26	5.63	7.14	7.23
	기타	5	8.40	5.20	6.40	7.20
	10년 미만	159	8.06	5.81	7.09	7.24
10~20년 미만	128	8.30	5.28	7.00	7.14	
	20~30년 미만	38	8.24	5.50	7.03	7.32
	30년 이상	20	8.65	4.90	7.05	7.45
종사자 수	10인 미만	159	8.03	5.61	6.99	7.11
	10~19인	105	8.30	5.64	7.23	7.42
	20~49인	56	8.30	5.43	6.98	7.16
	50인 이상	25	8.68	4.76	6.80	7.28
원재료	주로 국내산 취급	245	8.13	5.34	7.04	7.23
원산지	주로 수입산 취급	73	8.47	6.01	7.11	7.26
비중	국산/수입산 비슷	27	8.07	5.93	6.93	7.04

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 원재료 조달이 불안정한 이유는 ‘갑작스러운 원재료비 상승으로 인한 비용적 부담(47.8%)’이 가장 컸고, 이 밖에 ‘국내 농산물의 작황 부진으로 인한 조달 물량 부족(28.4%)’, ‘원재료 수입 국가 현지의 상황 영향(14.5%)’, ‘원료 조달 업체와의 계약 만료, 파기 등으로 인한 조달의 불안정성(5.2%)’ 등의 순서로 나타남.

〈표 3-5〉 식품제조업체가 원재료 조달이 불안정한 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	갑작스러운 원재료비 상승으로 인한 비용적 부담	국내 농산물의 작황 부진으로 인한 조달 물량 부족	원재료 수입 국가 현지 상황 영향	원료 조달 업체와의 계약 만료, 파기 등으로 인한 조달 불안정	원재료 운송 및 보관 관련 변동 발생	기타	
전체	345	47.8	28.4	14.5	5.2	3.8	0.3	
제조 농식품	육류 가공품	87	60.9	17.2	14.9	3.4	3.4	0.0
	김치류	37	45.9	40.5	5.4	5.4	2.7	0.0
	채소·과실 가공품	70	35.7	35.7	10.0	11.4	5.7	1.4
	유지류	11	36.4	9.1	36.4	9.1	9.1	0.0
	곡물 가공품	44	52.3	11.4	22.7	6.8	6.8	0.0
	떡류	21	61.9	14.3	19.0	0.0	4.8	0.0
	빵류	45	44.4	20.0	22.2	11.1	2.2	0.0
	과자류	14	42.9	21.4	21.4	14.3	0.0	0.0
	도시락류	8	50.0	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0
	면류	7	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	장류	11	36.4	45.5	0.0	9.1	9.1	0.0
건강기능식품	35	31.4	45.7	20.0	2.9	0.0	0.0	
기타	5	20.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	43.4	28.3	20.1	5.0	3.1	0.0
	10~20년 미만	128	53.9	28.9	7.0	4.7	4.7	0.8
	20~30년 미만	38	47.4	31.6	13.2	5.3	2.6	0.0
	30년 이상	20	45.0	20.0	20.0	10.0	5.0	0.0
종사자 수	10인 미만	159	44.0	28.9	17.0	6.3	3.8	0.0
	10~19인	105	46.7	31.4	15.2	2.9	2.9	1.0
	20~49인	56	55.4	26.8	5.4	5.4	7.1	0.0
	50인 이상	25	60.0	16.0	16.0	8.0	0.0	0.0
원재료	주로 국내산 취급	245	50.6	30.2	10.2	4.9	3.7	0.4
원산지	주로 수입산 취급	73	43.8	17.8	28.8	6.8	2.7	0.0
비중	국산/수입산 비중	27	33.3	40.7	14.8	3.7	7.4	0.0

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체는 원활한 원재료 조달을 위해서 ‘원재료 조달처 다변화(43.5%)’, ‘국내 농산물 생산 능가, 생산자 단체, 농협 등과의 계약재배(38.6%)’, ‘비상시에 대비한 원재료 저장 및 비축(33.6%)’, ‘원재료 조달과 관련된 정보의 수집 및 관리(23.5%)’, ‘원재료 문제와 관련된 보험 가입(22.0%)’ 등의 활동을 진행 중임.

〈표 3-6〉 식품제조업체의 원활한 원재료 조달 관련 진행 중인 활동(복수 응답)

단위: 개, %

구분	응답 수	원재료 조달처를 다변화 하려는 노력	국내 농산물 생산 능가, 생산자 단체, 농협 등과의 계약재배	비상시에 대비한 원재료의 저장 및 비축	원재료 조달과 관련된 정보의 수집 및 관리	원재료 문제와 관련된 보험 가입	원재료 조달이 어려운 경우 대체 제품의 생산 계획	기타	
전체	345	43.5	38.6	33.6	23.5	22.0	7.5	0.6	
제조 농식품	육류 가공품	87	46.0	39.1	32.2	27.6	21.8	8.0	0.0
	김치류	37	45.9	70.3	32.4	16.2	18.9	18.9	0.0
	채소·과실 가공품	70	54.3	45.7	37.1	18.6	21.4	7.1	0.0
	유지류	11	18.2	45.5	63.6	36.4	36.4	27.3	0.0
	곡물 가공품	44	50.0	22.7	29.5	27.3	29.5	9.1	0.0
	떡류	21	33.3	38.1	33.3	38.1	19.0	4.8	0.0
	빵류	45	53.3	28.9	53.3	20.0	26.7	11.1	2.2
	과자류	14	35.7	35.7	35.7	28.6	50.0	14.3	0.0
	도시락류	8	62.5	50.0	37.5	12.5	12.5	0.0	0.0
	면류	7	42.9	14.3	57.1	28.6	28.6	0.0	0.0
	장류	11	63.6	9.1	0.0	18.2	18.2	9.1	9.1
건강기능식품	35	28.6	45.7	37.1	28.6	31.4	5.7	0.0	
기타	5	60.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	36.5	34.6	35.2	22.6	31.4	9.4	0.0
	10~20년 미만	128	53.9	39.1	31.3	24.2	14.1	5.5	0.0
	20~30년 미만	38	34.2	52.6	34.2	18.4	13.2	5.3	2.6
	30년 이상	20	50.0	40.0	35.0	35.0	15.0	10.0	5.0
종사자 수	10인 미만	159	40.3	31.4	35.2	23.3	28.3	7.5	0.0
	10~19인	105	47.6	38.1	29.5	23.8	18.1	6.7	0.0
	20~49인	56	44.6	53.6	39.3	28.6	16.1	10.7	0.0
	50인 이상	25	44.0	52.0	28.0	12.0	12.0	4.0	8.0
원재료	주로 국내산 취급	245	43.3	46.1	33.5	23.3	22.9	7.8	0.8
원산지	주로 수입산 취급	73	45.2	15.1	34.2	26.0	19.2	6.8	0.0
비중	국산/수입산 비속	27	40.7	33.3	33.3	18.5	22.2	7.4	0.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.3. 정보 활용

○ 식품제조업체는 제품의 생산 및 판매에서 있어 중요하게 생각하는 정보로 ‘원재료 관련 정보(54.8%)’, ‘시장 경쟁 정보(51.3%)’, ‘소비자 선호 변화 및 소비 트렌드 정보(45.2%)’, ‘기술개발 관련 정보(32.2%)’ 등의 순서로 응답함. 특히, 주로 수입산을 취급하는 식품제조업체는 원재료 관련 정보를 중요하게 생각한다는 응답 비중(69.9%)이 높았음.

〈표 3-7〉 식품제조업체가 제품의 생산 및 판매 시 중요하게 생각하는 정보(1+2순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	원재료 관련 정보	시장 경쟁 정보	소비자의 선호 변화 및 소비 트렌드	기술 개발 관련 정보	정부 및 지자체의 지원 정보	규제 관련 정보	
전체	345	54.8	51.3	45.2	32.2	9.0	6.4	
제조 농식품	육류 가공품	87	51.7	63.2	42.5	25.3	9.2	6.9
	김치류	37	56.8	56.8	43.2	24.3	10.8	8.1
	채소·과실 가공품	70	55.7	57.1	35.7	15.7	20.0	14.3
	유지류	11	45.5	36.4	63.6	45.5	0.0	9.1
	곡물 가공품	44	59.1	47.7	50.0	40.9	0.0	2.3
	떡류	21	19.0	57.1	57.1	52.4	14.3	0.0
	빵류	45	48.9	53.3	48.9	46.7	0.0	2.2
	과자류	14	42.9	42.9	35.7	50.0	14.3	14.3
	도시락류	8	50.0	37.5	50.0	62.5	0.0	0.0
	면류	7	57.1	14.3	71.4	57.1	0.0	0.0
	장류	11	72.7	18.2	27.3	45.5	9.1	9.1
	건강기능식품	35	42.9	45.7	54.3	48.6	5.7	2.9
기타	5	80.0	20.0	40.0	40.0	20.0	0.0	
업력	10년 미만	159	56.6	40.9	45.3	42.1	9.4	5.0
	10~20년 미만	128	53.9	61.7	46.9	22.7	7.0	5.5
	20~30년 미만	38	44.7	60.5	44.7	23.7	15.8	10.5
	30년 이상	20	65.0	50.0	35.0	30.0	5.0	15.0
종사자 수	10인 미만	159	58.5	44.0	42.8	36.5	10.7	6.3
	10~19인	105	50.5	51.4	52.4	34.3	3.8	6.7
	20~49인	56	48.2	67.9	42.9	17.9	14.3	7.1
	50인 이상	25	64.0	60.0	36.0	28.0	8.0	4.0
원재료	주로 국내산 취급	245	51.8	54.3	43.3	34.3	8.6	6.1
원산지	주로 수입산 취급	73	69.9	45.2	41.1	28.8	5.5	9.6
비중	국산/수입산 비숫	27	40.7	40.7	74.1	22.2	22.2	0.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체가 제품 생산 및 판매 과정에서 정보를 활용하는 정도는 5점 만점에 3.76점으로 조사됨. 30년 이상의 업력을 가진 식품제조업체(4.15점)가 정보를 가장 많이 활용하는 것으로 나타났고, 종사자 수가 10인 미만인 소규모 업체(3.71점)와 비교해 종사자 수가 50인 이상인 대형 업체(3.96점)가 정보를 더 많이 활용하는 것으로 조사됨. 수입산 원재료를 주로 취급하는 업체(3.85점)가 국내산 원재료 취급 업체(3.76점)와 비교해 정보 활용도가 높았음.

〈표 3-8〉 식품제조업체의 제품 생산 및 판매 시 정보 활용도

단위: 개, %, 점

구분	응답 수	적게 활용	↔	↔	↔	매우 많이 활용	5점 평균	
전체	345	0.6	3.8	25.2	59.7	10.7	3.76	
제조 농식품	육류 가공품	87	1.1	5.7	33.3	49.4	10.3	3.62
	김치류	37	0.0	0.0	10.8	75.7	13.5	4.03
	채소·과실 가공품	70	1.4	2.9	28.6	52.9	14.3	3.76
	유지류	11	0.0	9.1	18.2	54.5	18.2	3.82
	곡물 가공품	44	0.0	2.3	27.3	61.4	9.1	3.77
	떡류	21	0.0	0.0	33.3	61.9	4.8	3.71
	빵류	45	0.0	4.4	24.4	68.9	2.2	3.69
	과자류	14	0.0	7.1	14.3	64.3	14.3	3.86
	도시락류	8	0.0	0.0	0.0	87.5	12.5	4.13
	면류	7	0.0	14.3	0.0	71.4	14.3	3.86
	장류	11	0.0	0.0	27.3	63.6	9.1	3.82
	건강기능식품	35	0.0	0.0	14.3	74.3	11.4	3.97
기타	5	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	3.60	
업력	10년 미만	159	0.6	4.4	26.4	62.3	6.3	3.69
	10~20년 미만	128	0.0	4.7	28.9	53.9	12.5	3.74
	20~30년 미만	38	2.6	0.0	15.8	65.8	15.8	3.92
	30년 이상	20	0.0	0.0	10.0	65.0	25.0	4.15
종사자 수	10인 미만	159	0.0	2.5	32.7	56.0	8.8	3.71
	10~19인	105	1.9	4.8	21.0	63.8	8.6	3.72
	20~49인	56	0.0	3.6	19.6	60.7	16.1	3.89
	50인 이상	25	0.0	8.0	8.0	64.0	20.0	3.96
원재료	주로 국내산 취급	245	0.4	2.9	26.1	61.6	9.0	3.76
원산지	주로 수입산 취급	73	1.4	5.5	17.8	57.5	17.8	3.85
비중	국산/수입산 비속	27	0.0	7.4	37.0	48.1	7.4	3.56

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체의 정보 만족도는, 가장 최근 정보 여건을 기준으로 10점 만점에 6.97점으로 조사됨. 품목류별로는 도시락류(7.63점)와 면류(7.57점) 취급 업체의 정보 만족도가 높은 반면, 떡류(6.62점) 제조업체의 정보 만족도가 낮았음. 한편, 10인 미만 업체(6.89점), 국내산 원재료 취급 업체(6.98점)의 정보 만족도가 비교적 낮았음.

〈표 3-9〉 식품제조업체의 활용하는 정보에 대한 만족도(10점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	최근 3년 동안 정보 활용 여건이 좋았을 때	최근 3년 동안 정보 활용 여건이 나빴을 때	최근 3년 동안 정보 활용 여건이 평균적일 때	가장 최근 정보 활용 여건 기준	
전체	345	7.84	5.55	6.92	6.97	
제조 농식품	육류 가공품	87	7.87	5.59	7.00	6.89
	김치류	37	8.24	5.86	7.24	7.38
	채소·과실 가공품	70	7.64	5.21	6.73	6.90
	유지류	11	7.91	5.00	6.82	6.73
	곡물 가공품	44	7.73	5.36	6.80	6.80
	떡류	21	7.33	4.95	6.67	6.62
	빵류	45	7.73	5.82	6.93	6.91
	과자류	14	8.36	5.21	7.21	7.21
	도시락류	8	8.63	6.38	7.38	7.63
	면류	7	8.71	5.71	7.29	7.57
	장류	11	8.18	6.64	7.36	7.45
	건강기능식품	35	8.26	5.86	7.34	7.34
기타	5	8.00	5.40	6.80	7.20	
업력	10년 미만	159	7.89	5.87	7.01	7.00
	10~20년 미만	128	7.84	5.31	6.91	7.00
	20~30년 미만	38	7.61	5.45	6.66	6.82
	30년 이상	20	7.95	4.80	6.75	6.85
종사자수	10인 미만	159	7.74	5.71	6.91	6.89
	10~19인	105	7.82	5.59	6.90	7.00
	20~49인	56	7.93	5.29	6.96	7.07
원재료 원산지 비중	50인 이상	25	8.40	5.00	6.96	7.16
	주로 국내산 취급	245	7.79	5.48	6.90	6.98
	주로 수입산 취급	73	8.11	5.96	7.03	7.04
	국산/수입산 비슷	27	7.63	5.15	6.74	6.67

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 가장 최근 정보 만족도를 5점 이상으로 응답한 326개 식품제조업체를 대상으로 정보 만족도가 높은 이유를 조사함. 가장 최근 정보 만족도가 높은 이유는 '원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있어서(28.2%)', '필요한 시기에 빠르게 정보를 획득할 수 있어서(27.6%)', '정보의 활용도가 높고 업체의 의사결정에 도움이 되어서(17.2%)', '많은 양의 정보를 습득할 수 있어서(14.7%)' 등의 순서로 조사됨.

〈표 3-10〉 식품제조업체가 가장 최근 정보에 대한 만족도가 높은 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있어서	필요한 시기에 빠르게 정보를 획득할 수 있어서	정보의 활용도가 높고 업체의 의사결정에 도움이 되어서	많은 양의 정보를 습득할 수 있어서	정보가 정확하고 신뢰성 있어서	
전체	326	28.2	27.6	17.2	14.7	12.3	
제조 농식품	육류 가공품	79	32.9	21.5	16.5	16.5	12.7
	김치류	37	32.4	29.7	13.5	13.5	10.8
	채소·과실 가공품	67	19.4	32.8	16.4	14.9	16.4
	유지류	10	10.0	20.0	40.0	10.0	20.0
	곡물 가공품	41	24.4	36.6	24.4	7.3	7.3
	떡류	20	15.0	25.0	35.0	10.0	15.0
	빵류	40	22.5	25.0	17.5	17.5	17.5
	과자류	14	21.4	21.4	14.3	21.4	21.4
	도시락류	8	62.5	12.5	12.5	12.5	0.0
	면류	7	0.0	42.9	28.6	28.6	0.0
	장류	11	27.3	27.3	18.2	9.1	18.2
건강기능식품	35	45.7	20.0	14.3	11.4	8.6	
기타	5	40.0	40.0	0.0	20.0	0.0	
업력	10년 미만	150	26.7	25.3	21.3	17.3	9.3
	10~20년 미만	121	31.4	28.1	12.4	14.9	13.2
	20~30년 미만	36	27.8	36.1	11.1	8.3	16.7
	30년 이상	19	21.1	26.3	26.3	5.3	21.1
종사자수	10인 미만	150	23.3	24.0	21.3	18.7	12.7
	10~19인	98	34.7	31.6	12.2	13.3	8.2
	20~49인	54	31.5	25.9	11.1	13.0	18.5
	50인 이상	24	25.0	37.5	25.0	0.0	12.5
원재료	주로 국내산 취급	235	32.3	26.0	15.7	13.2	12.8
원산지	주로 수입산 취급	68	19.1	32.4	22.1	19.1	7.4
비중	국산/수입산 비슷	23	13.0	30.4	17.4	17.4	21.7

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 한편, 가장 최근 정보 만족도를 5점 미만으로 응답한 19개 식품제조업체에게 정보 만족도가 낮은 이유를 조사함. 주요 이유는 ‘정보 생성 시기가 늦고 필요한 시기에 활용하지 못하기 때문에(47.4%)’, ‘습득 정보가 생산 및 판매 결정에 도움이 안 되기 때문에(36.8%)’, ‘정보를 습득하기 위해서 비용이 많이 들어서(5.3%)’ 등의 순서로 나타남.

〈표 3-11〉 식품제조업체가 가장 최근 정보의 만족도가 낮은 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	정보 생성 시기가 늦고 필요한 시기에 활용 못함	습득 정보가 생산 및 판매 결정에 도움 안 됨	정보를 습득하기 위해 비용이 많이 들어서	원하는 정보를 찾기 어려워서	정보가 부정확하고 신뢰가 가지 않아서	
전체	19	47.4	36.8	5.3	5.3	5.3	
제조 농식품	육류 가공품	8	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5
	김치류	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	채소·과실 가공품	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	유지류	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	곡물 가공품	3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
	떡류	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	빵류	5	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	과자류	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	도시락류	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	면류	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	장류	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	건강기능식품	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	9	55.6	22.2	11.1	11.1	0.0
	10~20년 미만	7	57.1	28.6	0.0	0.0	14.3
	20~30년 미만	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	30년 이상	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
종사자수	10인 미만	9	55.6	22.2	0.0	11.1	11.1
	10~19인	7	28.6	57.1	14.3	0.0	0.0
	20~49인	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	50인 이상	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	10	40.0	30.0	10.0	10.0	10.0
	주로 수입산 취급	5	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	국산/수입산 비슷	4	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.4. 재고 관리

- 식품제조업체는 재고 관리를 위해서 ‘정기적인 실사를 통한 장부와 실제 재고 간 일치 여부 점검(54.8%)’, ‘전사적 자원 관리(ERP) 시스템을 이용한 재고 수량 실시간 관리(34.2%)’, ‘바코드 등을 이용한 입출고 기록의 자동화(33.9%)’, ‘비상시에 대비한 안전 재고 비축(29.6%)’ 등의 활동을 실시하고 있음.

〈표 3-12〉 식품제조업체가 재고 관리를 위해 실시하고 있는 활동

단위: 개, %

구분	응답 수	정기적인 실사를 통한 장부와 실제 재고 일치 여부 점검	전사적 자원 관리(ERP) 시스템을 이용한 재고 수량 실시간 관리	바코드 등을 활용한 입출고 기록 자동화	비상시에 대비한 안전 재고 비축	빅데이터, AI 등의 기술을 이용한 적정 재고 물량 예측 및 결정	기타	
전체	345	54.8	34.2	33.9	29.6	4.6	0.3	
제조 농식품	육류 가공품	87	63.2	26.4	35.6	31.0	1.1	0.0
	김치류	37	56.8	32.4	40.5	29.7	5.4	0.0
	채소·과실 가공품	70	67.1	24.3	32.9	37.1	5.7	1.4
	유지류	11	63.6	54.5	27.3	45.5	0.0	0.0
	곡물 가공품	44	52.3	45.5	34.1	27.3	2.3	0.0
	떡류	21	57.1	23.8	23.8	28.6	0.0	0.0
	빵류	45	51.1	44.4	26.7	42.2	15.6	0.0
	과자류	14	71.4	42.9	42.9	50.0	7.1	0.0
	도시락류	8	62.5	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	면류	7	28.6	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0
장류	11	54.5	36.4	18.2	9.1	9.1	0.0	
건강기능식품	35	54.3	37.1	37.1	34.3	8.6	0.0	
기타	5	0.0	80.0	20.0	20.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	45.9	40.9	36.5	32.7	5.7	0.0
	10~20년 미만	128	66.4	25.8	26.6	23.4	1.6	0.0
	20~30년 미만	38	55.3	28.9	47.4	26.3	7.9	2.6
	30년 이상	20	50.0	45.0	35.0	50.0	10.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	52.8	33.3	32.1	32.1	3.1	0.0
	10~19인	105	60.0	32.4	30.5	22.9	4.8	1.0
	20~49인	56	60.7	28.6	50.0	37.5	8.9	0.0
50인 이상	25	32.0	60.0	24.0	24.0	4.0	0.0	
원재료	주로 국내산 취급	245	57.6	34.3	33.1	27.3	4.5	0.4
원산지	주로 수입산 취급	73	52.1	32.9	35.6	32.9	4.1	0.0
비중	국산/수입산 비속	27	37.0	37.0	37.0	40.7	7.4	0.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체가 재고 관리와 관련해 겪고 있는 주요 애로사항은 ‘짧은 유통기한 및 보관기간으로 인한 재고 기한 압박(29.6%)’, ‘재고 관리 비용의 부담(23.5%)’, ‘냉동창고 보유 미비, 창고 설치 공간 부족 등 인프라 문제(20.3%)’, ‘재고 관리와 관련된 규제(10.4%)’, ‘잡은 판매량 변동으로 인한 재고 계획의 어려움(9.3%)’ 등임.

〈표 3-13〉 식품제조업체의 재고 관리 애로사항

단위: 개, %

구분	응답 수	짧은 유통 기한 및 보관기간 으로 인한 재고 기한 압박	재고 관리 비용의 부담	냉동창고 보유 미비, 창고 설치 공간 부족 등 인프라 문제	재고 관리와 관련된 규제	잡은 판매량 변동으로 인한 재고 계획의 어려움	재고량의 실시간 파악 어려움	기타	
전체	345	29.6	23.5	20.3	10.4	9.3	5.5	1.4	
제조 농식품	육류 가공품	87	37.9	13.8	24.1	12.6	8.0	2.3	1.1
	김치류	37	37.8	18.9	27.0	5.4	8.1	0.0	2.7
	채소·과실 가공품	70	25.7	31.4	14.3	8.6	8.6	11.4	0.0
	유지류	11	9.1	36.4	36.4	9.1	0.0	9.1	0.0
	곡물 가공품	44	25.0	22.7	20.5	11.4	15.9	4.5	0.0
	떡류	21	28.6	28.6	19.0	0.0	19.0	0.0	4.8
	빵류	45	31.1	20.0	11.1	17.8	8.9	8.9	2.2
	과자류	14	28.6	28.6	14.3	0.0	14.3	14.3	0.0
	도시락류	8	25.0	25.0	37.5	0.0	0.0	12.5	0.0
	면류	7	14.3	28.6	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0
	장류	11	9.1	27.3	18.2	9.1	18.2	9.1	9.1
건강기능식품	35	22.9	45.7	11.4	8.6	8.6	2.9	0.0	
기타	5	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	
업력	10년 미만	159	33.3	24.5	22.6	8.2	5.7	5.0	0.6
	10~20년 미만	128	21.9	25.8	17.2	12.5	14.1	7.0	1.6
	20~30년 미만	38	44.7	13.2	18.4	7.9	5.3	5.3	5.3
	30년 이상	20	20.0	20.0	25.0	20.0	15.0	0.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	34.0	25.2	16.4	6.3	11.9	6.3	0.0
	10~19인	105	21.0	23.8	24.8	13.3	7.6	5.7	3.8
	20~49인	56	35.7	17.9	21.4	12.5	8.9	3.6	0.0
	50인 이상	25	24.0	24.0	24.0	20.0	0.0	4.0	4.0
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	29.4	23.3	21.2	8.6	10.6	6.1	0.8
	주로 수입산 취급	73	30.1	19.2	17.8	16.4	8.2	5.5	2.7
비중	국산/수입산 비슷	27	29.6	37.0	18.5	11.1	0.0	0.0	3.7

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체의 재고 관리 능력 및 여건은 가장 최근 기준 10점 만점에 7.13 점으로 조사됨. 주로 장류(7.82점), 김치류(7.41점) 등 저장성이 높은 품목을 취급 및 판매하는 업체의 재고 관리 능력이 비교적 원활함. 종사자 수가 10인 미만인 업체(6.96점)는 비교적 재고 관리 능력 및 여건이 열악한 것으로 조사됨.

〈표 3-14〉 식품제조업체의 재고 관리 능력(10점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	최근 3년 동안 재고 관리 여건이 충분했을 때	최근 3년 동안 재고 관리 여건이 부족했을 때	최근 3년 동안 평균적인 재고 관리 여건일 때	가장 최근 재고 관리 여건 기준	
전체	345	7.99	5.70	7.00	7.13	
제조 농식품	육류 가공품	87	7.97	5.82	7.09	7.20
	김치류	37	8.11	5.81	7.08	7.41
	채소·과실 가공품	70	7.96	5.26	6.90	7.07
	유지류	11	8.09	5.36	7.09	7.09
	곡물 가공품	44	8.18	5.89	7.20	7.30
	떡류	21	7.67	5.33	6.52	6.67
	빵류	45	7.96	5.69	6.80	7.04
	과자류	14	8.36	5.43	7.36	7.21
	도시락류	8	8.63	6.38	7.50	8.00
	면류	7	8.57	5.00	6.86	7.29
	장류	11	8.09	6.36	7.27	7.82
	건강기능식품	35	8.06	5.94	7.29	7.17
	기타	5	7.80	5.40	7.00	7.00
업력	10년 미만	159	7.95	5.84	7.03	7.02
	10~20년 미만	128	8.02	5.66	7.05	7.32
	20~30년 미만	38	7.87	5.42	6.84	6.89
	30년 이상	20	8.45	5.45	6.80	7.30
종사자 수	10인 미만	159	7.77	5.64	6.87	6.96
	10~19인	105	8.25	6.00	7.26	7.39
	20~49인	56	8.00	5.66	7.04	7.18
	50인 이상	25	8.32	5.00	6.64	7.08
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	7.98	5.66	7.01	7.19
주로 수입산 취급	73	8.08	5.89	7.03	7.05	
국산/수입산 비슷	27	7.93	5.63	6.81	6.85	

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.5. 품질 및 신선도 관리

○ 식품제조업체는 품질 및 신선도 관리를 위해서 ‘전담 부서 설치 및 운영 (39.4%)’, ‘연구개발(R&D) 투자(35.4%)’, ‘콜드체인 시스템 구축 및 운영 (32.2%)’, ‘계약 농가로부터 원재료 조달(28.4%)’, ‘각종 인증 취득(18.0%)’ 등의 활동을 수행 중임. 특히, 계약 농가로부터 원재료를 조달한다는 응답 비중은 채소·과실 가공품 취급 업체(48.6%), 30년 이상 업력을 가진 업체 (45.0%), 종사자 수 50인 이상 대형업체(40.0%)에서 높게 나타남.

〈표 3-15〉 식품제조업체가 품질 및 신선도 관리를 위해 실시하고 있는 활동

단위: 개, %

구분	응답 수	전담 부서 설치 및 운영	연구개발 (R&D) 투자	콜드체인 시스템 구축 및 운영	계약 농가로부터 원재료 조달	각종 인증 취득	기타	
전체	345	39.4	35.4	32.2	28.4	18.0	2.9	
제조 농식품	육류 가공품	87	39.1	33.3	39.1	21.8	18.4	5.7
	김치류	37	48.6	43.2	51.4	37.8	29.7	0.0
	채소·과실 가공품	70	37.1	30.0	24.3	48.6	28.6	2.9
	유지류	11	63.6	45.5	27.3	18.2	18.2	0.0
	곡물 가공품	44	40.9	45.5	27.3	15.9	11.4	0.0
	떡류	21	66.7	19.0	14.3	23.8	23.8	0.0
	빵류	45	42.2	44.4	35.6	20.0	11.1	2.2
	과자류	14	42.9	50.0	28.6	35.7	7.1	0.0
	도시락류	8	25.0	37.5	62.5	25.0	0.0	0.0
	면류	7	57.1	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0
	장류	11	27.3	27.3	18.2	36.4	18.2	0.0
건강기능식품	35	54.3	54.3	28.6	14.3	11.4	0.0	
기타	5	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	
업력	10년 미만	159	38.4	37.7	38.4	18.2	13.8	3.8
	10~20년 미만	128	39.1	30.5	26.6	36.7	18.8	1.6
	20~30년 미만	38	44.7	34.2	31.6	34.2	23.7	5.3
	30년 이상	20	40.0	50.0	20.0	45.0	35.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	32.1	33.3	31.4	26.4	17.0	3.8
	10~19인	105	41.9	31.4	38.1	23.8	13.3	1.9
	20~49인	56	58.9	46.4	25.0	37.5	26.8	1.8
	50인 이상	25	32.0	40.0	28.0	40.0	24.0	4.0
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	41.6	31.8	31.4	32.2	20.0	2.0
	주로 수입산 취급	73	32.9	41.1	34.2	16.4	12.3	5.5
	국산/수입산 비슷	27	37.0	51.9	33.3	25.9	14.8	3.7

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체는 품질 및 신선도 관리 과정에서 ‘신선하고 품질 좋은 원재료 조달의 어려움(32.5%)’, ‘저온저장 창고 등의 인프라 부족(29.0%)’, ‘포장, 보관 등의 기술적 한계(18.6%)’, ‘연구개발비 부족, 시설 설치 비용 부족 등의 비용 문제(15.1%)’ 등의 애로사항을 겪고 있음. 10인 미만의 소규모 업체는 신선하고 품질 좋은 원재료 확보의 어려움이 더 강했고, 50인 미만 대규모 업체는 연구개발비 부족, 시설 설치 비용 부족 등의 비용 문제가 더 강했음.

〈표 3-16〉 식품제조업체의 품질 및 신선도 관리 애로사항

단위: 개, %

구분	응답 수	신선하고 품질 좋은 원재료 조달의 어려움	저온저장 창고 등의 인프라 부족	포장, 보관 등의 기술적 한계	연구개발비 부족, 시설 설치 비용 부족 등의 비용 문제	품질 기준 미비 등 시스템적인 한계	기타	
전체	345	32.5	29.0	18.6	15.1	2.6	2.3	
제조 농식품	육류 가공품	87	29.9	28.7	20.7	14.9	3.4	2.3
	김치류	37	35.1	37.8	5.4	10.8	8.1	2.7
	채소·과실 가공품	70	30.0	30.0	15.7	21.4	2.9	0.0
	유지류	11	9.1	45.5	18.2	27.3	0.0	0.0
	곡물 가공품	44	38.6	25.0	18.2	15.9	0.0	2.3
	떡류	21	19.0	38.1	28.6	9.5	4.8	0.0
	빵류	45	31.1	26.7	17.8	22.2	0.0	2.2
	과자류	14	21.4	21.4	42.9	14.3	0.0	0.0
	도시락류	8	50.0	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0
	면류	7	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	14.3
	장류	11	27.3	18.2	18.2	27.3	0.0	9.1
건강기능식품	35	45.7	22.9	20.0	11.4	0.0	0.0	
기타	5	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	
업력	10년 미만	159	40.9	31.4	15.1	9.4	1.9	1.3
	10~20년 미만	128	23.4	28.9	21.9	21.9	2.3	1.6
	20~30년 미만	38	31.6	26.3	15.8	13.2	5.3	7.9
	30년 이상	20	25.0	15.0	30.0	20.0	5.0	5.0
종사자수	10인 미만	159	34.0	32.7	18.9	10.7	2.5	1.3
	10~19인	105	38.1	26.7	15.2	15.2	1.9	2.9
	20~49인	56	26.8	25.0	21.4	21.4	5.4	0.0
	50인 이상	25	12.0	24.0	24.0	28.0	0.0	12.0
원재료	주로 국내산 취급	245	31.4	31.0	16.7	16.3	2.9	1.6
원산지	주로 수입산 취급	73	37.0	23.3	20.5	13.7	1.4	4.1
비중	국산/수입산 비슷	27	29.6	25.9	29.6	7.4	3.7	3.7

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.6. 제품 납품

○ 식품제조업체의 판매처별 제품 납품 비중을 살펴본 결과, 전문도매업체로 납품하는 비중이 31.3%로 가장 높았음. 이 밖에 온라인 판매가 17.4%, 소매·식자재 판매처로의 납품이 16.4% 등으로 조사됨. 50인 이상 대규모 업체는 납품 비중이 판매처별로 비교적 분산된 것으로 나타남.

〈표 3-17〉 식품제조업체의 물량 기준 판매처별 제품 납품 비중(평균)

단위: 개, %

구분	응답 수	대형 유통 업체	전문 도매 업체	소매·식자재 업체	온라인 판매	직접 판매	공공 급식 및 단체 급식	수출	기타	
전체	345	7.8	31.3	16.4	17.4	8.7	8.0	1.5	8.8	
제조 농식품	육류 가공품	87	7.9	33.2	21.5	16.0	4.8	9.3	0.0	7.3
	김치류	37	4.6	34.3	13.2	25.1	5.9	8.1	6.2	2.4
	채소·과실 가공품	70	10.6	31.1	15.1	15.4	7.6	3.0	2.1	15.0
	유지류	11	2.7	34.5	8.2	30.9	4.5	0.9	0.0	18.2
	곡물 가공품	44	2.5	24.8	18.8	18.8	12.5	10.5	0.9	11.4
	떡류	21	11.0	19.0	11.4	14.8	21.4	16.7	1.0	4.8
	빵류	45	9.4	27.3	14.1	19.6	12.2	9.1	0.0	8.2
	과자류	14	7.1	27.1	25.0	17.9	12.1	3.6	0.0	7.1
	도시락류	8	7.5	25.0	3.8	8.8	2.5	40.0	0.0	12.5
	면류	7	4.3	22.9	30.0	13.6	1.4	7.1	7.1	13.6
	장류	11	1.8	25.5	19.1	18.2	10.5	14.5	1.4	9.1
	건강기능식품	35	8.3	41.6	11.0	31.7	5.4	0.3	1.7	0.0
기타	5	0.0	62.0	14.0	0.0	20.0	4.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	6.5	32.8	20.0	19.9	8.8	8.0	0.4	3.6
	10~20년 미만	128	8.6	31.4	14.1	16.0	7.7	9.3	1.2	11.7
	20~30년 미만	38	10.1	30.3	12.2	12.9	12.6	7.6	3.7	10.5
	30년 이상	20	9.0	21.5	11.0	14.0	7.5	1.0	7.0	29.0
종사자 수	10인 미만	159	5.9	30.5	22.7	17.4	10.7	9.6	0.8	2.5
	10~19인	105	6.6	37.1	10.9	20.0	8.7	7.5	1.6	7.6
	20~49인	56	13.0	30.1	12.9	17.0	3.5	6.8	3.0	13.8
	50인 이상	25	13.6	15.6	7.6	7.0	8.4	2.4	2.0	43.4
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	8.2	32.5	16.0	16.7	8.5	9.6	1.3	7.3
	주로 수입산 취급	73	6.3	27.7	18.9	17.0	9.5	5.1	1.2	14.4
	국산/수입산 비슷	27	8.7	31.1	14.1	24.8	8.7	1.5	3.7	7.4

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체는 제품 납품 및 판매 과정의 가장 큰 애로사항이 '배송비·판촉비·입점비 등 비용적 부담(38.0%)'으로 나타남. 이 밖에 '까다로운 입점 조건(19.4%)', '콜드체인, 운송 수단 등 운송·납품 인프라 부족(16.2%)', '계약 유통사와의 갈등(12.8%)' 등이 납품 및 판매 과정의 주요 애로사항으로 조사됨.

〈표 3-18〉 식품제조업체의 제품 납품 및 판매 과정 애로사항(1순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	배송비·판촉비·입점비 등 비용적 부담	까다로운 입점 조건	콜드체인, 운송 수단 등 운송·납품 인프라 부족	계약 유통사와의 갈등	납품 및 판매 확대를 위한 정보의 부족	포장규격 충족의 어려움	기타	
전체	345	38.0	19.4	16.2	12.8	7.0	5.2	1.4	
제조 농식품	육류 가공품	87	34.5	20.7	24.1	11.5	2.3	6.9	0.0
	김치류	37	51.4	8.1	13.5	8.1	13.5	2.7	2.7
	채소·과실 가공품	70	41.4	14.3	25.7	10.0	1.4	5.7	1.4
	유지류	11	0.0	36.4	18.2	18.2	18.2	9.1	0.0
	곡물 가공품	44	38.6	20.5	9.1	18.2	9.1	2.3	2.3
	떡류	21	33.3	38.1	9.5	9.5	9.5	0.0	0.0
	빵류	45	31.1	26.7	4.4	13.3	6.7	15.6	2.2
	과자류	14	14.3	28.6	7.1	28.6	7.1	14.3	0.0
	도시락류	8	50.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	면류	7	14.3	28.6	14.3	28.6	14.3	0.0	0.0
	장류	11	45.5	27.3	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1
건강기능식품	35	37.1	22.9	11.4	17.1	5.7	5.7	0.0	
기타	5	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	
업력	10년 미만	159	28.3	25.2	18.2	15.7	4.4	7.5	0.6
	10~20년 미만	128	50.0	14.8	14.8	7.8	8.6	2.3	1.6
	20~30년 미만	38	39.5	13.2	13.2	15.8	10.5	2.6	5.3
	30년 이상	20	35.0	15.0	15.0	15.0	10.0	10.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	30.2	23.3	14.5	17.6	7.5	5.7	1.3
	10~19인	105	44.8	14.3	21.0	5.7	8.6	3.8	1.9
	20~49인	56	50.0	21.4	16.1	5.4	1.8	5.4	0.0
	50인 이상	25	32.0	12.0	8.0	28.0	8.0	8.0	4.0
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	40.0	18.8	16.3	11.4	7.3	4.5	1.6
	주로 수입산 취급	73	32.9	17.8	16.4	15.1	8.2	9.6	0.0
	국산/수입산 비슷	27	33.3	29.6	14.8	18.5	0.0	0.0	3.7

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.7. 가격 책정

○ 식품제조업체는 생산하는 가공식품 가격에 ‘원재료비(51.9%)’가 가장 큰 영향을 미친다고 응답함. 이 밖에 ‘인건비(24.1%)’, ‘물류 및 유통비용(14.2%)’ 등이 가격에 미치는 영향이 큰 것으로 조사되었고, ‘소비자 수요(0.9%)’가 가격에 가장 큰 영향을 미친다는 응답은 작았음.

〈표 3-19〉 생산하는 가공식품의 가격에 가장 큰 영향을 미치는 요인(1순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	원재료비	인건비	물류 및 유통비용	경쟁사 가격 등 시장 상황	마케팅 비용	소비자 수요
전체	345	51.9	24.1	14.2	5.2	3.8	0.9
제조 농식품	육류 가공품	87	55.2	19.5	21.8	3.4	0.0
	김치류	37	56.8	18.9	10.8	10.8	2.7
	채소·과실 가공품	70	48.6	25.7	8.6	11.4	5.7
	유지류	11	45.5	27.3	27.3	0.0	0.0
	곡물 가공품	44	56.8	22.7	11.4	4.5	4.5
	떡류	21	33.3	42.9	14.3	0.0	4.8
	빵류	45	44.4	24.4	20.0	4.4	2.2
	과자류	14	28.6	14.3	42.9	14.3	0.0
	도시락류	8	87.5	0.0	12.5	0.0	0.0
	면류	7	57.1	28.6	0.0	0.0	14.3
	장류	11	45.5	27.3	9.1	0.0	18.2
건강기능식품	35	51.4	25.7	11.4	5.7	5.7	
기타	5	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	50.3	18.9	17.6	6.3	6.3
	10~20년 미만	128	50.8	32.0	12.5	2.3	0.8
	20~30년 미만	38	68.4	13.2	5.3	7.9	5.3
	30년 이상	20	40.0	35.0	15.0	10.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	50.3	20.8	15.7	7.5	5.0
	10~19인	105	54.3	22.9	15.2	2.9	3.8
	20~49인	56	46.4	32.1	12.5	5.4	1.8
	50인 이상	25	64.0	32.0	4.0	0.0	0.0
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	49.4	25.7	14.7	5.7	3.7
	주로 수입산 취급	73	60.3	17.8	11.0	4.1	5.5
	국산/수입산 비슷	27	51.9	25.9	18.5	3.7	0.0

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 식품제조업체는 주로 1~3년 주기로 가격 인상을 계획하거나 진행하는 것으로 조사됨(37.7%). 또한, '원재료 가격 인상 등의 충격이 있을 때마다 상시로 가격 인상을 계획하거나 진행'한다는 응답도 31.9%로 많았음. 6개월 미만마다 가격을 인상한다는 업체는 2.3%에 불과함.

〈표 3-20〉 식품제조업체의 가격 인상 계획 또는 진행 주기

단위: 개, %

구분	응답 수	6개월 미만	6개월~1년	1~3년	3년 이상	원재료 가격 인상 등의 충격이 있을 때마다 상시	기타	
전체	345	2.3	14.5	37.7	13.3	31.9	0.3	
제조 농식품	육류 가공품	87	1.1	14.9	26.4	16.1	41.4	0.0
	김치류	37	2.7	5.4	32.4	10.8	45.9	2.7
	채소·과실 가공품	70	0.0	8.6	40.0	10.0	41.4	0.0
	유지류	11	0.0	9.1	36.4	0.0	54.5	0.0
	곡물 가공품	44	0.0	11.4	47.7	9.1	31.8	0.0
	떡류	21	0.0	9.5	42.9	9.5	38.1	0.0
	빵류	45	2.2	20.0	46.7	6.7	24.4	0.0
	과자류	14	7.1	14.3	42.9	28.6	7.1	0.0
	도시락류	8	12.5	12.5	37.5	12.5	25.0	0.0
	면류	7	0.0	14.3	42.9	0.0	42.9	0.0
	장류	11	9.1	0.0	27.3	36.4	27.3	0.0
	건강기능식품	35	2.9	25.7	31.4	17.1	22.9	0.0
기타	5	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	1.3	15.7	42.8	8.2	32.1	0.0
	10~20년 미만	128	3.9	12.5	28.9	19.5	35.2	0.0
	20~30년 미만	38	2.6	10.5	50.0	7.9	26.3	2.6
	30년 이상	20	0.0	25.0	30.0	25.0	20.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	1.3	14.5	39.6	10.1	34.6	0.0
	10~19인	105	4.8	17.1	32.4	11.4	33.3	1.0
	20~49인	56	1.8	10.7	33.9	25.0	28.6	0.0
	50인 이상	25	0.0	12.0	56.0	16.0	16.0	0.0
원재료	주로 국내산 취급	245	2.9	11.4	35.5	15.5	34.7	0.0
원산지	주로 수입산 취급	73	1.4	16.4	49.3	8.2	24.7	0.0
비중	국산/수입산 비슷	27	0.0	37.0	25.9	7.4	25.9	3.7

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

2.8. 소비자 니즈 반응

○ 대체로 식품제조업체는 소비자의 니즈를 생산과 판매 등의 의사결정에 반영하는 것으로 나타남. 매우 적극적으로 반영한다는 업체도 11.9%에 달했음. 품목류 중에는 과자류가 소비자 니즈 반영 정도가 가장 약했고, 규모별로는 10인 미만의 소규모 업체가 소비자 니즈에 가장 약하게 반응하는 것으로 조사됨.

〈표 3-21〉 식품제조업체가 소비자의 니즈를 생산·판매 등의 의사결정에 반영하는 정도

단위: 개, %, 점

구분	응답 수	적게 반영	⇒	⇒	⇒	매우 적극적 반영	5점 평균	
전체	345	0.0	3.8	27.0	57.4	11.9	3.77	
제조 농식품	육류 가공품	87	0.0	2.3	27.6	58.6	11.5	3.79
	김치류	37	0.0	0.0	8.1	78.4	13.5	4.05
	채소·과실 가공품	70	0.0	7.1	25.7	51.4	15.7	3.76
	유지류	11	0.0	0.0	27.3	72.7	0.0	3.73
	곡물 가공품	44	0.0	4.5	22.7	52.3	20.5	3.89
	떡류	21	0.0	0.0	28.6	66.7	4.8	3.76
	빵류	45	0.0	2.2	33.3	53.3	11.1	3.73
	과자류	14	0.0	7.1	35.7	57.1	0.0	3.50
	도시락류	8	0.0	0.0	12.5	62.5	25.0	4.13
	면류	7	0.0	0.0	57.1	28.6	14.3	3.57
	장류	11	0.0	18.2	27.3	54.5	0.0	3.36
	건강기능식품	35	0.0	0.0	28.6	60.0	11.4	3.83
기타	5	0.0	0.0	20.0	80.0	0.0	3.80	
업력	10년 미만	159	0.0	1.9	30.2	55.3	12.6	3.79
	10~20년 미만	128	0.0	4.7	25.8	58.6	10.9	3.76
	20~30년 미만	38	0.0	7.9	23.7	57.9	10.5	3.71
	30년 이상	20	0.0	5.0	15.0	65.0	15.0	3.90
종사자 수	10인 미만	159	0.0	5.0	31.4	51.6	11.9	3.70
	10~19인	105	0.0	1.9	25.7	61.0	11.4	3.82
	20~49인	56	0.0	3.6	19.6	62.5	14.3	3.88
	50인 이상	25	0.0	4.0	20.0	68.0	8.0	3.80
원재료	주로 국내산 취급	245	0.0	4.5	29.8	54.3	11.4	3.73
원산지	주로 수입산 취급	73	0.0	2.7	16.4	67.1	13.7	3.92
비중	국산/수입산 비슷	27	0.0	0.0	29.6	59.3	11.1	3.81

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

○ 소비자 니즈에 반영하기 어려운 이유는 ‘비용 문제(42.9%)’가 가장 컸고, 이 밖에 ‘생산시스템의 유연성 부족(29.9%)’, ‘소비 트렌드가 빠르게 변해서 일일이 대응이 불필요하기 때문(18.0%)’ 등으로 나타남.

〈표 3-22〉 식품제조업체가 소비자의 니즈에 반응하기 어려운 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	비용 문제	생산시스템의 유연성 부족	소비 트렌드가 빠르게 변해서 일일이 대응 불필요	소비자 니즈에 대한 정보 수집이 제한적 이고 어려워서	기타	
전체	345	42.9	29.9	18.0	8.7	0.6	
제조 농식품	육류 가공품	87	43.7	32.2	13.8	10.3	0.0
	김치류	37	40.5	29.7	18.9	10.8	0.0
	채소·과실 가공품	70	35.7	28.6	25.7	8.6	1.4
	유지류	11	45.5	27.3	18.2	9.1	0.0
	곡물 가공품	44	52.3	22.7	18.2	6.8	0.0
	떡류	21	42.9	19.0	14.3	23.8	0.0
	빵류	45	62.2	17.8	17.8	2.2	0.0
	과자류	14	42.9	35.7	21.4	0.0	0.0
	도시락류	8	50.0	25.0	12.5	12.5	0.0
	면류	7	28.6	42.9	14.3	14.3	0.0
	장류	11	36.4	18.2	27.3	9.1	9.1
	건강기능식품	35	34.3	51.4	5.7	8.6	0.0
기타	5	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	
업력	10년 미만	159	42.1	28.3	22.0	7.5	0.0
	10~20년 미만	128	43.0	30.5	16.4	10.2	0.0
	20~30년 미만	38	42.1	34.2	13.2	5.3	5.3
	30년 이상	20	50.0	30.0	5.0	15.0	0.0
종사자수	10인 미만	159	42.8	27.0	20.8	9.4	0.0
	10~19인	105	40.0	33.3	19.0	6.7	1.0
	20~49인	56	44.6	28.6	16.1	10.7	0.0
	50인 이상	25	52.0	36.0	0.0	8.0	4.0
원재료 원산지 비중	주로 국내산 취급	245	45.3	30.2	15.9	7.8	0.8
	주로 수입산 취급	73	34.2	30.1	21.9	13.7	0.0
	국산/수입산 비슷	27	44.4	25.9	25.9	3.7	0.0

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

3. 식품제조업체의 정부 정책 인식

3.1. 식품제조업체 정책 만족도

○ 식품제조업체의 현재 정부 정책에 대한 만족도를 5점 만점으로 조사한 결과, ‘원재료 가격 및 수급 안정 관련 정책(3.61점)’, ‘식품 제조 공정의 품질 및 안전 관련 정책(3.56점)’, ‘자동화 시설 및 인프라 관련 정책(3.56점)’ 등의 순서로 만족도가 높았음. 반면, ‘중소 식품업체 지원 관련 정책(3.45점)’은 비교적 만족도가 낮게 조사됨.

〈표 3-23〉 식품제조업체의 정부 정책에 대한 현재 수준 만족도(5점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	원재료의 가격 및 수급 안정 관련 정책	식품 제조 공정의 품질 및 안전 관련 정책	자동화 등 시설 및 인프라 관련 정책	식품 기술 개발 관련 정책	안정적 판로 확보 관련 정책	내수 진작을 위한 가격 할인 정책	수출 활성화 관련 정책	중소 식품업체 지원 관련 정책	
전체	345	3.61	3.56	3.56	3.52	3.54	3.42	3.46	3.45	
제조 농식품	육류 가공품	87	3.56	3.55	3.53	3.48	3.49	3.46	3.48	3.43
	김치류	37	3.76	3.57	3.41	3.51	3.59	3.49	3.46	3.62
	채소·과실 가공품	70	3.40	3.46	3.30	3.30	3.56	3.31	3.41	3.31
	유지류	11	4.00	3.18	3.45	3.45	3.64	3.64	3.45	3.55
	곡물 가공품	44	3.70	3.61	3.64	3.43	3.59	3.45	3.41	3.52
	떡류	21	3.48	3.52	3.33	3.24	3.57	3.10	3.24	3.33
	빵류	45	3.69	3.60	3.49	3.44	3.47	3.49	3.42	3.44
	과자류	14	4.07	3.79	3.79	3.57	3.64	3.50	3.86	3.57
	도시락류	8	4.00	3.75	3.88	3.88	3.50	3.50	3.75	3.75
	면류	7	3.71	3.86	3.57	3.86	3.43	3.43	3.71	4.00
	장류	11	3.73	3.64	3.82	3.91	3.64	3.45	3.36	3.45
	건강기능식품	35	3.83	3.80	4.17	4.03	3.66	3.77	3.74	3.74
기타	5	3.80	3.60	4.40	4.20	3.60	3.60	3.80	3.40	
중사자수	10인 미만	159	3.57	3.55	3.54	3.54	3.48	3.47	3.46	3.48
	10~19인	105	3.68	3.70	3.71	3.57	3.63	3.50	3.51	3.55
	20~49인	56	3.59	3.43	3.38	3.41	3.61	3.25	3.39	3.32
	50인 이상	25	3.60	3.32	3.40	3.36	3.36	3.20	3.32	3.12

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

3.2. 식품제조업체 정책 중요도

○ 식품제조업체가 인식하는 향후 정책의 필요성에 대해서는, ‘중소 식품업체 지원 관련 정책(4.37점)’, ‘식품 제조 공정의 품질 및 안전 관련 정책(4.32점)’, ‘자동화 등 시설 및 인프라 관련 정책(4.30점)’ 등의 순서로 필요성이 높은 것으로 나타남.

〈표 3-24〉 식품제조업체의 정부 정책에 대한 향후 필요 및 중요도(5점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	원재료의 가격 및 수급 안정 관련 정책	식품 제조 공정의 품질 및 안전 관련 정책	자동화 등 시설 및 인프라 관련 정책	식품 기술 개발 관련 정책	안정적 판로 확보 관련 정책	내수 진작을 위한 가격 할인 정책	수출 활성화 관련 정책	중소 식품업체 지원 관련 정책	
전체	345	4.17	4.32	4.30	4.22	4.29	4.24	4.22	4.37	
제조 농식품	육류 가공품	87	4.18	4.38	4.44	4.23	4.32	4.24	4.18	4.30
	김치류	37	4.14	4.30	4.24	4.27	4.19	4.32	4.46	4.49
	채소·과실 가공품	70	4.07	4.33	4.14	4.01	4.16	4.30	4.17	4.51
	유지류	11	4.55	4.45	4.36	4.27	4.45	4.45	4.55	4.45
	곡물 가공품	44	4.30	4.43	4.41	4.41	4.48	4.23	4.25	4.39
	떡류	21	4.33	4.19	4.48	4.14	4.29	4.33	4.24	4.67
	빵류	45	4.20	4.53	4.40	4.33	4.38	4.24	4.40	4.38
	과자류	14	4.21	4.21	4.14	4.14	4.36	4.29	4.14	4.36
	도시락류	8	4.13	4.25	4.13	4.25	4.63	4.13	4.25	4.38
	면류	7	4.29	4.71	4.43	4.43	4.57	4.14	4.29	4.71
	장류	11	4.09	4.00	4.09	4.18	4.00	4.09	4.00	4.09
	건강기능식품	35	4.29	4.29	4.37	4.46	4.37	4.20	4.26	4.23
기타	5	4.00	4.20	4.20	4.40	3.80	4.20	4.60	4.80	
중사자수	10인 미만	159	4.26	4.35	4.35	4.19	4.35	4.28	4.27	4.35
	10~19인	105	4.17	4.35	4.30	4.34	4.31	4.17	4.23	4.40
	20~49인	56	3.93	4.16	4.11	4.11	4.13	4.32	4.07	4.38
	50인 이상	25	4.08	4.36	4.40	4.12	4.16	4.12	4.20	4.36

자료: 본 과제 식품제조업체 설문조사 결과.

4

도매업체 운영실태 및 정책 인식

1. 도매업체 조사 개요 및 응답 업체 일반현황

1.1. 도매업체 조사 개요

○ 본 조사는 강서 농수산물도매시장의 중도매인 및 시장도매인을 대상으로 운영실태와 애로사항, 정부 정책에 대한 인식 등을 파악하기 위해 수행함. 위탁 조사기관(리서치앤리서치)을 통한 현장 방문 조사 방법을 이용하였으며, 조사 기간은 2025년 9월 1일~9월 30일임.

〈표 4-1〉 도매업체 운영실태 및 정책 인식 설문조사 개요

조사 기간	조사 대상	조사 방법	응답 업체 수
2025. 9. 1.~9. 30.	강서 농수산물도매시장의 중도매인 및 시장도매인	현장 방문 조사	69개

자료: 저자 작성.

1.2. 응답 도매업체 일반현황

- 응답 도매업체를 도매인 유형별로 살펴보면, 33명(47.8%)은 중도매인, 36명(52.2%)은 시장도매인임.
- 주요 판매처별로는, 중형 소매업체(47.8%)로 판매하는 도매업체 비중이 가장 크고, 대형 소매업체(26.1%), 소형 소매업체(17.4%), 요식업체 및 기타(8.7%) 등의 순서로 나타남.
- 종사자 수를 살펴보면, 5인 미만 업체와 10인 이상 업체가 모두 28개 업체(40.6%)로 나타났고, 5~9인 업체가 13개 업체(18.8%)임. 유통 경력이 30년 이상인 업체가 40.6%나 되고, 20~30년 미만인 업체도 31.9%로 나타남.

〈표 4-2〉 응답 도매업체의 특성

단위: 개, %

구분		응답 수	비중
전체		69	100.0
도매인 유형	중도매인	33	47.8
	시장도매인	36	52.2
주요 판매처	대형 소매업체	18	26.1
	중형 소매업체	33	47.8
	소형 소매업체	12	17.4
	요식업체/기타	6	8.7
종사자 수	5인 미만	28	40.6
	5~9인	13	18.8
	10인 이상	28	40.6
유통 경력	20년 미만	19	27.5
	20~30년 미만	22	31.9
	30년 이상	28	40.6

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

2. 도매업체 운영실태

2.1. 거래량 및 매출액 변화

○ 2024년 매출액을 기준으로 주로 취급하는 품목과 취급 비중을 살펴본 결과, 전체 도매업체 중 채소류를 주로 취급하는 업체가 45.1%임. 세부 품목별로는 엽채류(36.8%), 과채류(30.1%), 근채류(29.6%) 등을 취급함. 과일류를 주로 취급하는 업체는 54.3%였으며, 국산 과일 비중이 87.5%임.

○ 중도매인은 주로 채소류, 시장도매인은 과일류를 취급하는 비중이 큼. 과일류를 주로 취급하는 업체의 업체당 종사자 수가 채소류 취급 업체보다 많았음.

〈표 4-3〉 도매업체의 2024년 매출액 기준 주요 취급 품목 및 취급 비중

단위: 개, %

구분	응답 수	주요 취급 비중			채소류 세부 품목 비중				과일류 원산지 비중		
		채소류	과일류	기타	엽채류	근채류	과채류	특작	국산	수입산	
전체	69	45.1	54.3	0.6	36.8	29.6	30.1	2.6	87.5	12.5	
도매인 유형	중도매인	33	61.2	37.9	0.9	34.0	27.9	33.3	3.3	95.5	4.5
	시장도매인	36	30.3	69.4	0.3	41.5	32.7	24.4	1.4	83.9	16.1
주요 판매처	대형 소매업체	18	37.8	62.2	0.0	39.7	27.7	29.3	3.3	86.9	13.1
	중형 소매업체	33	47.9	50.9	1.2	34.7	35.8	26.9	2.6	85.9	14.1
	소형 소매업체	12	33.3	66.7	0.0	52.5	12.5	32.5	2.5	96.8	3.3
	요식업체/기타	6	75.0	24.8	0.2	27.0	25.0	40.0	2.0	70.0	30.0
종사자 수	5인 미만	28	61.3	37.6	1.1	35.7	31.3	28.4	2.9	91.2	8.8
	5~9인	13	58.8	40.4	0.8	34.4	28.1	35.0	2.5	95.8	4.2
	10인 이상	28	22.4	77.5	0.0	42.1	27.0	28.7	2.1	83.5	16.5
유통 경력	20년 미만	19	43.6	56.4	0.0	35.8	31.1	26.2	3.6	87.2	12.8
	20~30년 미만	22	51.1	48.9	0.0	36.7	18.3	42.5	2.5	94.5	5.5
	30년 이상	28	41.3	57.2	1.5	37.6	39.8	20.6	2.1	82.9	17.1

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 최근 5년 내 거래량이 증가한 업체가 43.5%, 감소한 업체가 34.8%, 변화가 없는 업체가 21.7%임. 시장도매인은 거래량이 늘었다는 응답 비중이 58.3%로 높았고, 중도매인은 감소했다는 응답 비중이 42.4%로 높았음.

○ 종사자 수가 10인 이상인 업체의 60.7%는 거래량이 늘었다고 응답했지만, 5인 미만 업체는 거래량이 감소했다는 응답(46.4%)이 가장 많았음.

〈표 4-4〉 도매업체의 최근 5년 내 거래량 변화 여부

단위: 개, %

구분		응답 수	변화 없음	감소	증가
전체		69	21.7	34.8	43.5
도매인 유형	중도매인	33	30.3	42.4	27.3
	시장도매인	36	13.9	27.8	58.3
주요 판매처	대형 소매업체	18	16.7	38.9	44.4
	중형 소매업체	33	27.3	30.3	42.4
	소형 소매업체	12	25.0	33.3	41.7
	요식업체/기타	6	0.0	50.0	50.0
종사자 수	5인 미만	28	25.0	46.4	28.6
	5~9인	13	30.8	30.8	38.5
	10인 이상	28	14.3	25.0	60.7
유통 경력	20년 미만	19	0.0	26.3	73.7
	20~30년 미만	22	40.9	36.4	22.7
	30년 이상	28	21.4	39.3	39.3

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 도매업체는 최근 5년 내 거래량이 변화한 이유에 대해서 ‘가격 상승(33.3%)’, ‘기상 변화(22.2%)’, ‘소비 감소(22.2%)’, ‘소비 증가(18.5%)’, ‘산지 직거래 증가(14.8%)’, ‘온라인 거래 증가(5.6%)’ 등의 순서로 응답함.

○ 도매인 유형에 따라 거래량 변화 이유에 차이가 있음. 특히 눈에 띄는 차이는 중도매인은 시장도매인과 비교해 ‘소비 감소(39.1%)’ 응답 비중이 높았고, 시장도매인은 중도매인과 비교해 ‘기상 변화(32.3%)’, ‘소비 증가(25.8%)’, ‘산지 직거래 증가(25.8%)’ 응답 비중이 높았음.

〈표 4-5〉 도매업체의 거래량 변화 이유

단위: 개, %

구분		응답 수	가격 상승	기상 변화	소비 감소	소비 증가	산지 직거래 증가	온라인 거래 증가	유통업체 간 경쟁 심화	기타	모름/무응답
전체		54	33.3	22.2	22.2	18.5	14.8	5.6	3.7	18.5	5.6
도매인 유형	중도매인	23	30.4	8.7	39.1	8.7	0.0	8.7	4.3	26.1	8.7
	시장도매인	31	35.5	32.3	9.7	25.8	25.8	3.2	3.2	12.9	3.2
주요 판매처	대형 소매업체	15	33.3	40.0	13.3	33.3	13.3	6.7	0.0	20.0	0.0
	중형 소매업체	24	33.3	16.7	16.7	16.7	8.3	0.0	4.2	16.7	12.5
	소형 소매업체	9	22.2	22.2	22.2	11.1	44.4	22.2	11.1	11.1	0.0
	요식업체/기타	6	50.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
종사자 수	5인 미만	21	28.6	14.3	42.9	4.8	0.0	9.5	0.0	23.8	9.5
	5~9인	9	22.2	11.1	0.0	22.2	22.2	0.0	11.1	33.3	0.0
	10인 이상	24	41.7	33.3	12.5	29.2	25.0	4.2	4.2	8.3	4.2
유통 경력	20년 미만	19	36.8	26.3	26.3	31.6	15.8	0.0	0.0	15.8	5.3
	20~30년 미만	13	38.5	30.8	7.7	15.4	15.4	7.7	7.7	15.4	7.7
	30년 이상	22	27.3	13.6	27.3	9.1	13.6	9.1	4.5	22.7	4.5

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 도매업체 중 49.3%는 최근 5년 동안 매출액이 증가했다고 응답함. 감소했다는 응답은 27.5%, 변화 없다는 응답은 23.2%로 각각 조사됨.

○ 시장도매인의 72.2%는 최근 5년 동안 매출액이 증가했다고 응답했지만, 중도매인은 24.2%만이 매출액이 증가했다고 응답하여 차이가 있음.

○ 판매처별로는 소형 소매업체와 중형 소매업체로 판매하는 도매업체의 58.3%, 54.5%가 각각 최근 5년 동안 매출액이 증가했다고 응답했지만, 요식업체 및 기타로 판매하는 도매업체의 83.3%는 최근 5년간 매출액이 감소했다고 응답함.

○ 10인 이상 도매업체의 75.0%가 최근 5년간 매출액이 증가했다고 응답했지만, 5인 미만 업체는 28.6%만이 매출액이 증가한 것으로 조사됨.

〈표 4-6〉 도매업체의 최근 5년 내 매출액 변화 여부

단위: 개, %

구분		응답 수	변화 없음	감소	증가
전체		69	23.2	27.5	49.3
도매인 유형	중도매인	33	33.3	42.4	24.2
	시장도매인	36	13.9	13.9	72.2
주요 판매처	대형 소매업체	18	16.7	38.9	44.4
	중형 소매업체	33	30.3	15.2	54.5
	소형 소매업체	12	25.0	16.7	58.3
	요식업체/기타	6	0.0	83.3	16.7
종사자 수	5인 미만	28	28.6	42.9	28.6
	5~9인	13	30.8	30.8	38.5
	10인 이상	28	14.3	10.7	75.0
유통 경력	20년 미만	19	5.3	26.3	68.4
	20~30년 미만	22	40.9	27.3	31.8
	30년 이상	28	21.4	28.6	50.0

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 매출액 변화의 이유에 대해서는, '가격 상승(47.2%)'을 가장 많이 응답함. 이 밖에도 '기상 변화(17.0%)', '소비 감소(17.0%)', '산지 직거래 증가(17.0%)', '소비 증가(13.2%)' 등에 의해 매출액이 변화했다고 응답함.

○ 종사자 수 10인 이상 도매업체는 매출액 변화의 이유에 대해서 '가격 상승(62.5%)', '산지 직거래 증가(33.3%)', '소비 증가(20.8%)' 등의 응답 비중이 5인 미만 업체나 5~9인 업체와 비교해서 높았음. 5인 미만 업체는 '소비 감소(35.0%)' 응답 비중이 5인 이상 업체와 비교해 높게 조사됨.

〈표 4-7〉 도매업체의 매출액 변화 이유

단위: 개, %

구분		응답 수	가격 상승	기상 변화	소비 감소	산지 직거래 증가	소비 증가	온라인 거래 증가	유통 업체 간 경쟁 심화	기타	모름/무응답
전체		53	47.2	17.0	17.0	17.0	13.2	5.7	3.8	17.0	7.5
도매인 유형	중도매인	22	31.8	9.1	31.8	0.0	9.1	9.1	9.1	22.7	4.5
	시장도매인	31	58.1	22.6	6.5	29.0	16.1	3.2	0.0	12.9	9.7
주요 판매처	대형 소매업체	15	33.3	33.3	20.0	13.3	26.7	6.7	0.0	20.0	6.7
	중형 소매업체	23	52.2	13.0	8.7	13.0	8.7	0.0	4.3	17.4	13.0
	소형 소매업체	9	66.7	11.1	11.1	44.4	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0
	요식업체/기타	6	33.3	0.0	50.0	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0
종사자 수	5인 미만	20	35.0	10.0	35.0	0.0	5.0	10.0	5.0	20.0	5.0
	5~9인	9	33.3	11.1	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1	44.4	0.0
	10인 이상	24	62.5	25.0	8.3	33.3	20.8	4.2	0.0	4.2	12.5
유통 경력	20년 미만	18	44.4	16.7	16.7	22.2	22.2	5.6	5.6	16.7	5.6
	20~30년 미만	13	53.8	23.1	15.4	15.4	15.4	0.0	0.0	15.4	7.7
	30년 이상	22	45.5	13.6	18.2	13.6	4.5	9.1	4.5	18.2	9.1

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

2.2. 구매 현황

- 시장도매인은 주로 지역농협 및 농협조공법인, 농업회사법인 및 영농조합법인, 산지유통인, 작목반, 생산자 개인, 농수산물 온라인도매시장으로부터 농산물을 구매함. 시장도매인을 주요 구매처에 대해서 변화 여부를 조사함.
- 시장도매인이 구매 비중이 증가했다고 응답한 비율을 순서대로 나열하면, ‘지역농협 및 농협조공법인(44.4%)’, ‘농업회사법인 및 영농조합법인(36.1%)’, ‘생산자 개인(27.8%)’, ‘산지유통인(25.0%)’, ‘작목반(19.4%)’ 등의 순서로 나타남.
- 구매 비중이 감소한 구매처는, ‘생산자 개인(16.7%)’, ‘산지유통인(13.9%)’의 응답 비율이 상대적으로 높았음.
- 한편, 농수산물 온라인도매시장으로부터 구매하는 비중은 ‘변화 없음’ 응답이 88.9%로 조사됨.

〈표 4-8〉 도매업체의 구매처 비중 변화

단위: 개, %

구분	응답 수	변화 없음	감소	증가
지역농협 및 농협조공법인	36	44.4	11.1	44.4
농업회사법인 및 영농조합법인	36	52.8	11.1	36.1
산지유통인	36	61.1	13.9	25.0
작목반	36	69.4	11.1	19.4
생산자 개인	36	55.6	16.7	27.8
농수산물 온라인도매시장	36	88.9	8.3	2.8

주: 시장도매인에게만 조사한 결과임.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ <표 4-9>는 구매처별로 시장도매인의 구매 비중이 변화한 이유를 나타냄. 모든 구매처에서 ‘농산물 물량 확보 용이성’이 구매처 변화의 가장 주된 이유로 나타남. 이 밖에, ‘농산물 품질’과 ‘가격 변화’도 구매처 변화의 중요한 이유로 조사됨.

○ 구매처별로 구매 비중 변화의 이유에서 특징적인 모습이 나타남. 산지유통인 으로부터 구매한 비중이 변화한 이유는 ‘가격 변화(35.7%)’ 응답 비율이 다른 구매처와 비교해 높았고, 작목반으로부터 구매한 비중이 변화한 이유는 ‘유통 비용(18.2%)’ 응답 비율이 다른 구매처와 비교해서 높게 나타남.

<표 4-9> 도매업체의 구매처별 구매 비중 변화 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	농산물 물량 확보 용이성	농산물 품질	가격 변화	신뢰도 변화	유통 비용	거래 적시성	기타	모름/무응답
지역농협 및 농협조공법인	20	40.0	30.0	25.0	5.0	5.0	-	5.0	30.0
농업회사법인 및 영농조합법인	17	35.3	35.3	11.8	5.9	5.9	-	-	41.2
산지유통인	14	42.9	28.6	35.7	7.1	7.1	-	14.3	14.3
작목반	11	45.5	18.2	9.1	-	18.2	9.1	-	36.4
생산자 개인	16	25.0	25.0	18.8	-	12.5	6.3	-	43.8
농수산물 온라인도매시장	4	25.0	50.0	-	-	-	25.0	-	50.0

주 1) 시장도매인에게만 조사한 결과임.

2) 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 69개 도매업체 전체에게 구매 비중을 늘리길 희망하는 구매처에 대해서 조사한 결과, '지역농협 및 농협조공법인(26.1%)', '작목반(21.7%)', '산지유통인(18.8%)', '현재 유지(18.8%)', '도매시장법인(17.4%)', '농업회사법인 및 영농조합법인(14.5%)' 등의 순서로 응답 비율이 높았음.

○ 농수산물 온라인도매시장(7.4%)과 생산자 개인(4.3%)으로부터 구매를 늘리고 싶다는 응답 비율은 비교적 낮았음.

〈표 4-10〉 도매업체의 구매 비중 증대 희망 구매처

단위: 개, %

구분	응답 수	지역 농협, 농협 조공 법인	작목반	산지 유통인	특별히 없다 (현재 유지)	도매 시장 법인	농업 회사 법인, 영농 조합 법인	농수산물 온라인 도매 시장	생산자 개인	
전체	69	26.1	21.7	18.8	18.8	17.4	14.5	7.2	4.3	
도매인 유형	중도매인	33	9.1	24.2	9.1	18.2	36.4	15.2	12.1	0.0
	시장도매인	36	41.7	19.4	27.8	19.4	0.0	13.9	2.8	8.3
주요 판매처	대형 소매업체	18	5.6	27.8	22.2	22.2	16.7	22.2	5.6	0.0
	중형 소매업체	33	39.4	21.2	18.2	12.1	15.2	15.2	6.1	3.0
	소형 소매업체	12	25.0	16.7	16.7	25.0	16.7	8.3	16.7	16.7
	요식업체/기타	6	16.7	16.7	16.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
종사자 수	5인 미만	28	7.1	25.0	14.3	21.4	28.6	17.9	14.3	0.0
	5~9인	13	30.8	23.1	7.7	15.4	30.8	7.7	0.0	15.4
	10인 이상	28	42.9	17.9	28.6	17.9	0.0	14.3	3.6	3.6
유통 경력	20년 미만	19	26.3	21.1	21.1	26.3	15.8	15.8	10.5	5.3
	20~30년 미만	22	27.3	31.8	18.2	9.1	22.7	9.1	4.5	0.0
	30년 이상	28	25.0	14.3	17.9	21.4	14.3	17.9	7.1	7.1

주 1) 중도매인과 시장도매인 모두에게 조사한 결과임.

2) 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 구매 비중을 늘리고 싶은 주요 이유는 '원하는 물량을 안정적으로 공급받고 싶기 때문(64.9%)'이라는 응답이 가장 많았고, 이 밖에 '원하는 품질을 맞춰줌(26.3%)', '원하는 시기에 공급해 줌(17.5%)', '원하는 가격에 맞춰줌(12.3%)', '수수료 등 거래비용이 적게 소모(7.0%)', '운송, 보관 등 유통비용이 적게 소모(5.3%)' 등의 순서로 조사됨.

〈표 4-11〉 도매업체가 구매 비중을 늘리고 싶은 이유

단위: 개, %

구분		응답 수	원하는 물량을 안정적으로 공급	원하는 품질을 맞춰줌	원하는 시기에 공급해 줌	원하는 가격에 맞춰줌	수수료 등 거래 비용이 적게 소모	운송/보관 등 유통 비용이 적게 소모	모름/무응답
전체		57	64.9	26.3	17.5	12.3	7.0	5.3	1.8
도매인 유형	중도매인	27	55.6	44.4	11.1	7.4	11.1	3.7	3.7
	시장도매인	30	73.3	10.0	23.3	16.7	3.3	6.7	0.0
주요 판매처	대형 소매업체	14	35.7	14.3	28.6	28.6	14.3	7.1	7.1
	중형 소매업체	29	86.2	34.5	3.4	0.0	0.0	3.4	0.0
	소형 소매업체	10	40.0	10.0	50.0	30.0	20.0	10.0	0.0
	요식업체/기타	4	75.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 수	5인 미만	22	63.6	50.0	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0
	5~9인	11	45.5	9.1	9.1	18.2	18.2	9.1	9.1
	10인 이상	24	75.0	12.5	20.8	12.5	0.0	8.3	0.0
유통 경력	20년 미만	14	57.1	28.6	14.3	28.6	7.1	14.3	0.0
	20~30년 미만	20	60.0	30.0	20.0	10.0	5.0	0.0	5.0
	30년 이상	23	73.9	21.7	17.4	4.3	8.7	4.3	0.0

주 1) 중도매인과 시장도매인 모두에게 조사한 결과임.

2) 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 시장도매인에게 거래 물량과 가격이 확정되는 시기를 조사함. 조사 결과, 응답 시장도매인의 91.7%는 실제 거래 직전~7일(1주) 전에 거래 물량과 거래 가격이 각각 확정된다고 응답함.

〈표 4-12〉 (시장도매인) 거래 물량 및 가격 확정 시기

단위: 개, %

구분	응답 수	거래 물량 확정 시기		거래 가격 확정 시기	
		실제 거래 직전~7일(1주) 전에 확정	실제 거래 8~14일(2주) 전에 확정	실제 거래 직전~7일(1주) 전에 확정	실제 거래 8~14일(2주) 전에 확정
시장도매인	36	91.7	8.3	91.7	8.3

주: 시장도매인에게만 조사한 결과임.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 시장도매인에게 구매처와 계약 거래 시 선도금과 중도금, 잔금의 비중을 조사함. 36개 업체의 응답 결과를 평균한 결과, 선도금 28.5%, 중도금 4.2%, 잔금 67.3%로 각각 나타남.

〈표 4-13〉 (시장도매인) 구매처와 계약 거래 시 선도금, 중도금, 잔금 비중(평균)

단위: 개, %

구분	응답 수	선도금	중도금	잔금
시장도매인	36	28.5	4.2	67.3

주: 시장도매인에게만 조사한 결과임.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 69개 도매업체 전체에게 ‘구매처와 관계 및 농산물 가격 결정에 대한 의견’을 조사함. ‘신뢰할 수 있는 거래처 확보가 경영 안정에 중요하다(8.56점)’, ‘구매처와의 지속적인 관계 유지가 경영안정에 유리하다(8.43점)’에 대해서는 도매업체가 높은 수준으로 동의하고 있음.

○ 반면, ‘가격 변화에 따라서 구매처를 바꾸는 것이 거래에 유리하다(4.00점)’, ‘예약형 정가 매매 증대를 희망한다(4.61점)’, ‘계약 시 가격결정보다 물량 확보가 중요하다(4.72점)’, ‘도매시장에 예약형 정가 매매가 필요하다(4.98점)’에 대해서는 5점 미만으로, ‘동의’보다 ‘동의하지 않음’ 쪽에 가까운 모습을 보임.

〈표 4-14〉 도매업체의 구매처와 관계 및 농산물 가격결정에 대한 의견

단위: 개, 점

구분	응답 수	신뢰할 수 있는 거래처 확보는 경영안정에 중요	구매처와 지속적 관계 유지가 경영안정에 유리	가격변화에 따라 구매처 변경이 거래에 유리	경매는 효율적인 농산물 가격 결정 방식	경매는 구매처와 신뢰 관계 지속에 기여	경매는 물가안정에 기여
전체	69	8.56	8.43	4.00	6.38	7.14	5.90
구분	응답 수	도매시장에 예약형 정가 매매 필요	예약형 정가 매매 확대가 물가안정에 기여	경매방식 거래 제도 선호	예약형 정가 매매 증대 희망	계약 시 가격 결정보다 물량 확보가 중요	
전체	69	4.98	5.32	7.28	4.61	4.72	

주: '0점이 매우 동의 안 함, 10점이 매우 동의함' 기준임.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 중도매인과 시장도매인에게 채소류와 과일류 물량 확보 기간을 조사함. 채소류와 과일류 모두 ‘최소 2일 거래일 물량을 확보’한다는 응답 비율이 가장 높았음.

〈표 4-15〉 도매업체의 물량 확보 기간

단위: 개, %

구분		응답 수	당일 거래 물량만	최소 2일 거래일 물량 확보	최소 3~4일 거래일 물량 확보	최소 1주 거래일 물량 확보
채소류		33	33.3	48.5	15.2	3.0
	중도매인	21	38.1	52.4	9.5	0.0
	시장도매인	12	25.0	41.7	25.0	8.3
과일류		41	22.0	39.0	24.4	14.6
	중도매인	13	30.8	61.5	7.7	0.0
	시장도매인	28	17.9	28.6	32.1	21.4

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 농산물 가격변동에 대한 대책에 대해서 10점 만점으로 효과를 조사함. 도매업체가 인식하기에, ‘구매처와 지속적인 신뢰 관계를 형성하는 것(8.10점)’과 ‘구매처를 다수 확보하는 것(7.74점)’은 비교적 효과가 높지만, ‘구매처와 1달 전 예약 거래(2.66점)’ 및 ‘구매처와 1주일 전 예약 거래(4.17점)’에 대해서는 비교적 효과를 낮게 인식함.

〈표 4-16〉 도매업체가 인식하는 농산물 가격변동에 대한 대책 효과

단위: 개, 점

구분	응답 수	구매처 다수 확보	구매처와 지속적인 신뢰 관계 형성	구매처와 2~3일 전 예약 거래	구매처와 1주일 전 예약 거래	구매처와 1달 전 예약 거래
전체	69	7.74	8.10	6.25	4.17	2.66

주: '0점이 매우 효과 없음, 10점이 매우 효과 있음' 기준임.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

2.3. 판매 현황

- 2024년 매출액을 기준으로 도매업체는 주로 소매업체(중형)(47.8%), 소매업체(대형)(26.1%), 소매업체(소형, 재래시장)(17.4%) 등으로 농산물을 판매함.
- 종사자 수가 5인 이상인 업체 중에서는 요식업체로 판매하는 도매업체가 없었고, 5인 미만인 도매업체 중 17.9%는 요식업체로 농산물을 판매하고 있음.

〈표 4-17〉 도매업체의 2024년 매출액 기준 주요 판매처(1순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	소매업체 (대형)	소매업체 (중형)	소매업체 (소형, 재래시장)	요식업체 (음식점)	기타	
전체	69	26.1	47.8	17.4	7.2	1.4	
도매인 유형	중도매인	33	30.3	42.4	12.1	15.2	0.0
	시장도매인	36	22.2	52.8	22.2	0.0	2.8
채소 취급 여부	취급함	33	21.2	51.5	12.1	15.2	0.0
	취급 안 함	36	30.6	44.4	22.2	0.0	2.8
과일 취급 여부	취급함	41	29.3	46.3	19.5	2.4	2.4
	취급 안 함	28	21.4	50.0	14.3	14.3	0.0
종사자 수	5인 미만	28	25.0	42.9	14.3	17.9	0.0
	5~9인	13	38.5	46.2	15.4	0.0	0.0
	10인 이상	28	21.4	53.6	21.4	0.0	3.6
유통 경력	20년 미만	19	31.6	26.3	21.1	21.1	0.0
	20~30년 미만	22	31.8	40.9	22.7	4.5	0.0
	30년 이상	28	17.9	67.9	10.7	0.0	3.6

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

- 도매업체는 주로 소매업체(대형), 소매업체(중형), 소매업체(소형, 재래시장), 요식업체(음식점), 도시락, 반찬 등 가공업체(중형), 도시락, 반찬 등 가공업체(소형), 단체급식업체 등으로 농산물을 판매함.
- 판매 비중이 증가했다고 응답한 비율을 순서대로 나열하면, ‘소매업체(중형)(31.9%)’, ‘소매업체(소형, 재래시장)(20.3%)’, ‘소매업체(대형)(18.8%)’ 등의 순서로 나타남.
- 판매 비중이 감소한 구매처는, ‘소매업체(소형, 재래시장)(33.3%)’, ‘소매업체(중형)(30.4%)’의 응답 비율이 상대적으로 높았음.
- 한편, 도매업체가 도시락, 반찬 등 가공업체(중형, 소형)와 단체급식업체로 판매하는 비중은 최근 5년 동안 거의 변화가 없는 것으로 조사됨.

〈표 4-18〉 도매업체의 주요 판매처별 최근 5년간 판매 비중 변화

단위: 개, %

구분	응답 수	변화 없음	감소	증가
소매업체(대형)	69	56.5	24.6	18.8
소매업체(중형)	69	37.7	30.4	31.9
소매업체(소형, 재래시장)	69	46.4	33.3	20.3
요식업체(음식점)	69	75.4	20.3	4.3
도시락, 반찬 등 가공업체(중형)	69	87.0	10.1	2.9
도시락, 반찬 등 가공업체(소형)	69	88.4	10.1	1.4
단체급식업체	69	88.4	7.2	4.3

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ <표 4-19>는 판매처별로 도매업체의 판매 비중이 변화한 이유를 나타낸 것임. 주로 ‘판매 가격’ 때문에 판매처에 변화를 주는 것으로 조사되었고, 이 밖에 ‘대금 결제 지연 등 신용 불량’도 판매처를 바꾸는 중요한 이유 중 하나로 나타남.

○ 소매업체의 판매 비중 변화는 ‘판매 가격’이 가장 큰 이유로 나타났고, 도시락과 반찬 등 가공업체와 단체급식업체의 판매처 비중이 변화한 이유에 대해서는 ‘전처리 요구에 대응 또는 대응하지 못하기 때문’이 상대적으로 높았음.

<표 4-19> 도매업체의 판매처별 판매 비중 변화 이유(1+2순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	판매 가격	대금 결제 지연 등 신용 불량	판매처 필요 전 품목 공급 가능	거래 적시성	운송·보관 등 유통 비용 증감	전처리 요구에 대응 또는 대응 못함	기타	모름/무응답
소매업체(대형)	30	33.3	26.7	16.7	10.0	6.7	3.3	10.0	26.7
소매업체(중형)	43	32.6	20.9	16.3	11.6	7.0	9.3	7.0	30.2
소매업체(소형, 재래시장)	37	37.8	13.5	16.2	8.1	5.4	5.4	5.4	29.7
요식업체(음식점)	17	17.6	23.5	-	5.9	11.8	5.9	5.9	41.2
도시락, 반찬 등 가공업체(중형)	9	-	22.2	-	-	-	22.2	22.2	33.3
도시락, 반찬 등 가공업체(소형)	8	-	25.0	-	-	-	25.0	25.0	25.0
단체급식업체	8	-	25.0	-	-	-	12.5	25.0	37.5

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 도매업체가 앞으로 판매 비중을 늘리고 싶은 판매처는 ‘소매업체(대형)(49.3%)’, ‘소매업체(중형)(37.7%)’, ‘소매업체(소형, 재래시장)(15.9%)’, ‘요식업체(음식점)(8.7%)’, ‘단체급식업체(8.7%)’ 등의 순서로 조사됨.

〈표 4-20〉 도매업체의 판매 비중 증대 희망 판매처

단위: 개, %

구분	응답 수	소매업체 (대형)	소매업체 (중형)	소매업체 (소형, 재래시장)	요식업체 (음식점)	단체급식 업체	도시락, 반찬 등 가공업체 (중형)	기타
전체	69	49.3	37.7	15.9	8.7	8.7	4.3	4.3

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 판매 비중을 늘리고 싶은 이유는, ‘연중 일정 물량을 안정적으로 판매할 수 있기 때문(60.9%)’이 가장 많았고, ‘대금 결제, 계약조건 준수 등 계약 이행이 원활하기 때문(27.5%)’, ‘판매처의 사업성, 성장 가능성 등으로 판매량 증가가 전망되기 때문(20.3%)’ 등의 순서로 조사됨.

〈표 4-21〉 도매업체가 판매 비중을 늘리고 싶은 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	연중 일정 물량을 안정적으로 판매 가능	대금 결제, 계약조건 준수 등 계약 이행이 원활	판매처의 사업성, 성장 가능성 등으로 판매량 증가 전망	공공기관, 대형 유통사 등 신뢰도가 높은 판매처	모름/무응답
전체	69	60.9	27.5	20.3	4.3	7.2

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 판매처와의 거래 방식을 조사한 결과, 도매업체의 31.3%는 ‘예약거래 없이 당일 현물거래’를 통해 판매하고 있으며, ‘외상거래’가 58.8%, ‘일부 물량을 예약 거래(가격은 거래일 기준)’가 9.2% 등의 순서로 나타남.

○ 일부 물량을 예약 거래한다는 응답 비중은 중도매인과 시장도매인 모두 10% 내외로 낮았고, 주로 당일 현물거래 또는 외상거래를 통해 농산물을 판매하고 있음. 판매처의 규모가 클수록 외상거래를 통해 판매하는 경향이 강하고, 요식업체 및 기타 판매처로 판매 시 ‘당일 현물거래’가 ‘외상거래’보다 비중이 높았음.

〈표 4-22〉 도매업체의 판매처 거래 방식 비중(평균)

단위: 개, %

구분		응답 수	당일 현물거래 (예약거래 없음)	외상거래	일부 물량 예약 거래, 단 가격은 거래일 기준	필요 물량 예약과 선도 가격 지불
전체		69	31.3	58.8	9.2	0.7
도매인 유형	중도매인	33	42.0	47.5	10.1	0.3
	시장도매인	36	22.4	68.2	8.4	1.0
채소 취급 여부	취급함	33	29.6	60.7	8.8	0.9
	취급 안 함	36	33.0	57.1	9.5	0.4
과일 취급 여부	취급함	41	33.1	57.9	8.3	0.6
	취급 안 함	28	28.7	60.1	10.4	0.7
주요 판매처	대형 소매업체	18	26.8	61.4	10.7	1.2
	중형 소매업체	33	28.7	62.5	8.3	0.5
	소형 소매업체	12	39.3	55.7	4.2	0.8
	요식업체/기타	6	41.5	39.0	19.5	0.0
종사자 수	5인 미만	28	42.1	45.1	12.4	0.4
	5~9인	13	27.1	71.9	1.0	0.0
	10인 이상	28	23.1	65.9	9.7	1.3

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

○ 도매업체의 63.8%는 판매처에서 전처리에 대한 요구가 거의 없다고 응답함.
18.8%는 전처리 요구가 있지만 대응하지 못하고 있다고 응답함. ‘작업장을 갖추고 전처리를 수행한다’라는 응답은 1.4%에 불과함.

○ 대형 소매업체로 주로 판매하는 도매업체는 88.9%가 판매처의 전처리 요구가 거의 없다고 응답함. 10인 미만 종사자의 도매업체는 ‘작업장을 갖추고 전처리를 수행한다’라는 응답이 전혀 없었음.

〈표 4-23〉 도매업체의 판매처 전처리 요구에 대한 대응

단위: 개, %

구분		응답 수	전처리에 대한 요구가 거의 없다	전처리 요구가 있지만 대응하지 못하고 있다	전처리 요구에 대응하기 위해 준비하고 있다	작업장을 갖추어 전처리를 수행한다
전체		69	63.8	18.8	15.9	1.4
도매인 유형	중도매인	33	72.7	12.1	15.2	0.0
	시장도매인	36	55.6	25.0	16.7	2.8
채소 취급 여부	취급함	33	54.5	15.2	30.3	0.0
	취급 안 함	36	72.2	22.2	2.8	2.8
과일 취급 여부	취급함	41	70.7	22.0	4.9	2.4
	취급 안 함	28	53.6	14.3	32.1	0.0
주요 판매처	대형 소매업체	18	88.9	5.6	5.6	0.0
	중형 소매업체	33	51.5	27.3	21.2	0.0
	소형 소매업체	12	66.7	16.7	16.7	0.0
	요식업체/기타	6	50.0	16.7	16.7	16.7
종사자 수	5인 미만	28	71.4	17.9	10.7	0.0
	5~9인	13	69.2	0.0	30.8	0.0
	10인 이상	28	53.6	28.6	14.3	3.6
유통 경력	20년 미만	19	57.9	15.8	26.3	0.0
	20~30년 미만	22	72.7	9.1	18.2	0.0
	30년 이상	28	60.7	28.6	7.1	3.6

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

3. 도매업체의 정부 정책 인식

3.1. 도매업체 정책 인식

○ 도매업체에게 농산물 유통 정책에 대한 의견을 0점(매우 동의하지 않음)에서 10점(매우 동의함)으로 조사함. ‘산지 생산자 단체와의 계약재배를 확대해야 한다(6.58점)’, ‘산지 생산자 단체의 계약재배는 수급 안정에 효과적이다(6.40점)’, ‘농산물 할인지원사업은 실수요자 구매에 실효성이 있다(6.27점)’ 등에 대해서 동의 수준이 높았음.

○ 반면, ‘농수산물 온라인도매시장의 성장이 기대된다(5.08점)’, ‘농산물 할인 지원사업은 도매업체 경영에 기여한다(5.63점)’, ‘도매시장 예약거래가 필요하다(6.06점)’에 대해서는 상대적으로 동의 점수가 낮았음.

〈표 4-24〉 도매업체의 농산물 유통 정책에 대한 의견(10점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	산지 생산자 단체와 계약 재배 확대 필요	산지 생산자 단체의 계약 재배는 수급 안정에 효과	농산물 할인 지원 사업은 물가 안정에 효과	농산물 할인 지원 사업은 도매 업체 경영에 기여	농산물 할인 지원 사업은 실수요자 구매에 실효성	농산물 할인 지원 사업은 소비자 구매에 실효성	농수산물 온라인 도매 시장 성장 기대	도매 시장 예약 거래 필요	전처리 가능 강화 필요	
전체	69	6.58	6.40	6.13	5.63	6.27	6.14	5.08	6.06	6.16	
도매인 유형	중도매인	33	6.75	6.24	5.96	5.72	6.17	5.79	4.79	6.66	5.83
	시장도매인	36	6.44	6.53	6.26	5.56	6.34	6.44	5.32	5.56	6.44

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

3.2. 도매업체 정책 만족도

○ 도매업체에게 현재 정부 정책에 대한 만족도를 5점 평균으로 조사한 결과, ‘하역 기계화(3.34점)’, ‘공영도매시장 전자 송품장 활용(3.27점)’, ‘공영도매 시장 시설 현대화 사업(3.18점)’ 등에 대해서 비교적 정책에 대한 만족도가 높았음.

○ 반면, ‘농수산물 온라인도매시장 활성화(2.70점)’, ‘물류비 보조(2.80점)’, ‘콜드체인 시스템 구축(2.85점)’에 대해서는 비교적 만족도가 낮았음. 중도매인은 ‘물류비 보조(2.63점)’, 시장도매인은 ‘농수산물 온라인도매시장 활성화(2.74점)’에 대한 만족도가 각각 가장 낮았음.

〈표 4-25〉 도매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책 현재 수준(만족도)(5점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	공영도매 시장 시설 현대화 사업	공영도매 시장 전자 송품장 활용	농수산물 온라인도매 시장 활성화	콜드체인 시스템 구축	유통종사자 역량 강화 교육	품질 및 이력 관리 제도	하역 기계화	물류비 보조	
전체	69	3.18	3.27	2.70	2.85	3.08	3.12	3.34	2.80	
도매인 유형	중도매인	33	3.00	3.12	2.65	2.75	2.96	2.80	2.85	2.63
	시장도매인	36	3.31	3.38	2.74	2.91	3.17	3.35	3.74	2.94
종사자 수	5인 미만	28	3.00	3.05	2.68	2.78	3.05	2.81	2.87	2.83
	5~9인	13	3.17	3.55	2.67	3.10	3.18	3.17	3.50	2.75
	10인 이상	28	3.33	3.35	2.74	2.81	3.07	3.35	3.69	2.81
유통 경력	20년 미만	19	3.35	3.35	3.12	2.88	2.94	3.24	3.53	2.88
	20~30년 미만	22	2.70	3.21	2.25	2.63	2.90	3.00	3.20	2.50
	30년 이상	28	3.44	3.26	2.79	3.00	3.35	3.14	3.33	3.00

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

3.3. 도매업체 정책 중요도

○ 도매업체는 향후 정부 정책에 대한 중요도에 대해서 ‘공영도매시장 시설 현대화 사업(4.44점)’, ‘물류비 보조(4.24점)’, ‘하역 기계화(4.21점)’ 등의 순서로 중요하다고 응답함.

○ 반면, ‘농수산물 온라인도매시장 활성화(3.18점)’, ‘콜드체인 시스템 구축(3.44점)’, ‘유통종사자 역량 강화 교육(3.49점)’에 대해서는 비교적 향후 필요 수준을 낮게 인식하고 있음.

〈표 4-26〉 도매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책 향후 필요 수준(중요도)(5점 평균)

단위: 개, 점

구분		응답 수	공영도매시장 시설 현대화 사업	공영도매시장 전자 송품장 활용	농수산물 온라인도매 시장 활성화	콜드체인 시스템 구축	유통종사자 역량 강화 교육	품질 및 이력 관리 제도	하역 기계화	물류비 보조
전체		69	4.44	3.75	3.18	3.44	3.49	3.79	4.21	4.24
도매인 유형	중도매인	33	4.42	3.80	3.17	3.09	3.38	3.91	4.04	4.48
	시장도매인	36	4.46	3.71	3.19	3.67	3.57	3.71	4.33	4.06
종사자수	5인 미만	28	4.39	3.73	3.14	3.10	3.41	3.95	4.10	4.43
	5~9인	13	4.55	4.36	3.18	3.60	3.60	3.50	4.20	4.20
	10인 이상	28	4.44	3.50	3.21	3.64	3.52	3.77	4.32	4.08
유통 경력	20년 미만	19	4.47	3.83	3.76	3.67	3.67	4.00	4.28	4.05
	20~30년 미만	22	4.58	4.00	2.72	3.00	3.37	3.74	4.11	4.42
	30년 이상	28	4.30	3.45	3.10	3.60	3.45	3.67	4.25	4.24

자료: 본 과제 도매업체 설문조사 결과.

5

소매업체 운영실태 및 정책 인식

1. 소매업체 조사 개요 및 응답 업체 일반현황

1.1. 소매업체 조사 개요

○ 본 조사는 전국의 슈퍼마켓(한국슈퍼마켓협동조합연합회 소속 등), 식자재 마트(한국마트협회 소속 등), 청과물 소매업체 등 농식품 소매업체를 대상으로 구매 및 판매 현황 등의 운영실태 및 정부 정책에 대한 인식을 조사하기 위해 수행함. 위탁조사기관(리서치앤리서치)을 통한 전화 및 온라인 설문조사와 현장 방문 조사 방법을 병행하였으며, 조사 기간은 2025년 9월 1일~9월 30일임.

〈표 5-1〉 소매업체 운영실태 및 정책 인식 설문조사 개요

조사 기간	조사 대상	조사 방법	응답 업체 수
2025. 9. 1.~9. 30.	전국의 농식품 소매업체	전화 및 온라인, 현장 방문조사 병행	143개

자료: 저자 작성.

1.2. 응답 소매업체 일반현황

○ 응답 소매업체 중 36.4%는 슈퍼마켓, 28.7%는 식자재마트, 35.0%는 청과물 소매점임. 지역별로는 수도권 소매업체가 50.3%임.

○ 대도시 소매업체가 64.3%, 중소/군 지역 도시 소매업체가 35.7%임. 종사자 수 별로는 5인 미만 업체가 64.3%임.

〈표 5-2〉 응답 소매업체 특성

단위: 개, %

구분		응답 수	비중
전체		143	100.0
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	36.4
	식자재마트	41	28.7
	청과물 소매점	50	35.0
소재지	수도권	72	50.3
	충청권	14	9.8
	전라권	14	9.8
	경북권	16	11.2
	경남권	20	14.0
	강원/제주	7	4.9
지역 규모	대도시(광역시)	92	64.3
	중소/군 지역 도시	51	35.7
종사자 수	5인 미만	92	64.3
	5~9인	23	16.1
	10~19인	9	6.3
	20인 이상	19	13.3

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

2. 소매업체 운영실태

2.1. 판매 현황

○ 응답 소매업체는 매출액을 기준으로 신선 농산물 판매가 52.3%, 가공식품이 22.9%, 기타 공산품 24.8%로 나타남. 슈퍼마켓은 기타 공산품(40.2%) 매출 비중이 크고, 청과물 소매점은 신선 농산물(94.7%) 매출 비중이 큼. 5인 미만 소매업체는 신선 농산물(62.8%) 매출 비중이 5인 이상 업체에 비해 높았음.

〈표 5-3〉 소매업체의 매출액 기준 취급 상품 비중(평균)

단위: 개, %

구분		응답 수	신선 농산물	가공식품	기타 공산품
전체		143	52.3	22.9	24.8
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	26.0	33.8	40.2
	식자재마트	41	33.9	32.2	33.9
	청과물 소매점	50	94.7	3.9	1.4
소재지	수도권	72	52.5	22.5	25.0
	충청권	14	53.6	26.8	19.6
	전라권	14	51.4	15.7	32.9
	경북권	16	46.3	29.1	24.7
	경남권	20	54.3	22.0	23.8
	강원/제주	7	57.1	22.1	20.7
지역 규모	대도시(광역시)	92	52.6	23.3	24.2
	중소/군 지역 도시	51	51.8	22.3	26.0
종사자 수	5인 미만	92	62.8	17.6	19.6
	5~9인	23	31.1	30.4	38.5
	10~19인	9	30.6	40.0	29.4
	20인 이상	19	37.1	31.3	31.6

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

○ 응답 소매업체 중 배달 서비스를 제공하는 업체가 60.8%, 배달 서비스가 없는 업체가 39.2%임. 배달 서비스를 제공하는 업체는 배달 서비스를 통한 매출이 전체 매출 중 21.8%를 차지하고 있음.

○ 소매업체 유형별로는 식자재마트의 배달 서비스 제공 비중(73.2%)이 높고, 청과물 소매점이 44.0%로 비교적 낮았음.

○ 중소/군 지역 도시의 배달 서비스 제공 소매업체 비중(64.7%)이 대도시(광역시)(58.7%)보다 많았음.

〈표 5-4〉 소매업체의 배달 서비스 여부 및 전체 매출 중 비중

단위: 개, %

구분	응답 수	배달 서비스 여부		응답 수	배달 서비스 매출 비중	
		있다	없다			
전체	143	60.8	39.2	87	21.8	
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	67.3	32.7	35	20.7
	식자재마트	41	73.2	26.8	30	24.3
	청과물 소매점	50	44.0	56.0	22	20.0
소재지	수도권	72	58.3	41.7	42	26.1
	충청권	14	28.6	71.4	4	35.0
	전라권	14	35.7	64.3	5	12.0
	경북권	16	81.3	18.8	13	8.7
	경남권	20	80.0	20.0	16	21.4
	강원/제주	7	100.0	0.0	7	20.7
지역 규모	대도시(광역시)	92	58.7	41.3	54	21.8
	중소/군 지역 도시	51	64.7	35.3	33	21.8
종사자 수	5인 미만	92	55.4	44.6	51	21.9
	5~9인	23	78.3	21.7	18	22.7
	10~19인	9	66.7	33.3	6	18.3
	20인 이상	19	63.2	36.8	12	21.7

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

○ 최근 5년 동안 신선농산물 매출액이 변화한 주요 이유는 ‘가격 상승(74.1%)’, ‘온라인 거래 증가(45.5%)’, ‘소비 감소(45.5%)’, ‘소매업체 간 경쟁 심화(35.0%)’ 등으로 조사됨. 중소/군 지역 도시 소매업체와 종사자 수 10~19인 소매업체는 가격 상승에 대한 응답 비중이 특히 높았음.

〈표 5-5〉 소매업체의 최근 5년 신선 농산물 매출액 변화의 주요 이유

단위: 개, %

구분	응답 수	가격 상승	온라인 거래 증가	소비 감소	소매업체 간 경쟁 심화	소비 증가	구매처 축소	운영자금 부족	
전체	143	74.1	45.5	45.5	35.0	19.6	14.0	14.0	
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	73.1	44.2	46.2	38.5	17.3	15.4	9.6
	식자재마트	41	80.5	48.8	36.6	34.1	22.0	12.2	12.2
	청과물 소매점	50	70.0	44.0	52.0	32.0	20.0	14.0	20.0
지역 규모	대도시(광역시)	92	65.2	51.1	48.9	31.5	10.9	8.7	13.0
	중소/군 지역 도시	51	90.2	35.3	39.2	41.2	35.3	23.5	15.7
종사자 수	5인 미만	92	71.7	41.3	50.0	31.5	22.8	16.3	18.5
	5~9인	23	78.3	60.9	30.4	34.8	21.7	8.7	13.0
	10~19인	9	100.0	22.2	22.2	44.4	11.1	22.2	0.0
	20인 이상	19	68.4	57.9	52.6	47.4	5.3	5.3	0.0

구분	응답 수	취급 품목 증가	배달 증감	가격 하락	산지 직거래 증가	구매처 확대	기타	무응답	
전체	143	14.0	13.3	11.9	4.9	3.5	0.7	0.7	
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	11.5	17.3	11.5	3.8	5.8	0.0	0.0
	식자재마트	41	24.4	7.3	12.2	2.4	2.4	2.4	2.4
	청과물 소매점	50	8.0	14.0	12.0	8.0	2.0	0.0	0.0
지역 규모	대도시(광역시)	92	14.1	16.3	2.2	6.5	1.1	1.1	0.0
	중소/군 지역 도시	51	13.7	7.8	29.4	2.0	7.8	0.0	2.0
종사자 수	5인 미만	92	9.8	13.0	16.3	5.4	2.2	0.0	0.0
	5~9인	23	21.7	26.1	8.7	4.3	13.0	4.3	0.0
	10~19인	9	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20인 이상	19	21.1	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	5.3

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

2.2. 구매 현황

○ 2025년을 기준으로 소매업체는 농식품 물량을 어떤 경로를 통해 구매하는지 구매처별 비중을 조사한 결과, 벤더 구입 비중(50.3%)이 가장 높았음. 이 밖에, 농수산물 온라인 도매시장(22.4%), 산지 직매입(12.8%), 슈퍼마켓 연합회(10.3%) 등을 통해 구매하는 것으로 나타남.

○ 충청권의 경우 벤더를 통한 구입 비중(81.8%)이 특히 높았고, 경북권 소매업체는 농수산물 온라인 도매시장(69.4%)을 통한 구입 비중이 높았음. 중소/군 지역 도시의 소매업체가 대도시(광역시) 소매업체와 비교해 벤더를 통한 구입 비중이 더 높았음.

〈표 5-6〉 소매업체의 2025년 주요 구매처별 구입 비중(평균)

단위: 개, %

구분		응답 수	벤더	슈퍼마켓 연합회	산지 직매입	농수산물 온라인 도매 시장	기타
전체		143	50.3	10.3	12.8	22.4	4.2
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	43.6	16.7	11.1	22.9	5.8
	식자재마트	41	51.2	10.7	17.0	15.2	5.9
	청과물 소매점	50	56.6	3.3	11.2	27.7	1.2
소재지	수도권	72	58.3	11.9	12.6	17.1	0.0
	충청권	14	81.8	0.0	10.7	0.4	7.1
	전라권	14	11.1	30.0	15.4	43.6	0.0
	경북권	16	8.8	1.3	1.9	69.4	18.8
	경남권	20	55.0	3.5	21.0	10.5	10.0
	강원/제주	7	65.0	15.0	15.0	5.0	0.0
지역 규모	대도시(광역시)	92	44.1	11.0	12.8	25.6	6.5
	중소/군 지역 도시	51	61.5	9.1	12.8	16.6	0.0
종사자 수	5인 미만	92	50.2	11.1	12.3	25.7	0.7
	5~9인	23	45.2	15.2	13.9	21.3	4.3
	10~19인	9	70.0	5.6	2.2	11.1	11.1
	20인 이상	19	47.6	2.6	18.9	12.9	17.9

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

○ 구매처별 구매 비중이 변한 이유는 '구매 가격(52.5%)'이 가장 많이 응답되었고, 이 밖에 '농산물 물량 확보 용이성(47.5%)', '농산물 품질(45.0%)', '거래 적시성(27.5%)', '유통 비용(15.0%)' 등의 순서로 나타남.

〈표 5-7〉 소매업체의 구매 비중 변화 이유(1+2순위)

단위: 개, %

구분	응답 수	구매 가격	농산물 물량 확보 용이성	농산물 품질	거래 적시성	유통 비용	신뢰도 변화
전체	40	52.5	47.5	45.0	27.5	15.0	5.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

○ 구매 비중을 늘리고 싶은 구매처가 특별히 없다는 응답이 65.0%로 가장 많았고, 벤더(14.7%), 농수산물 온라인도매시장(9.8%)으로부터 구매 비중을 늘리고 싶다는 응답이 뒤를 이었음. 주요 이유는 '원하는 품질을 맞춰주기 때문(30.0%)', '원하는 물량을 안정적으로 공급(16.0%)', '수수료 등 거래비용이 적게 소모(16.0%)' 등으로 조사됨.

〈표 5-8〉 소매업체의 구매 비중 증대 희망 구매처 및 이유

단위: 개, %

구매 비중 증대 희망 구매처	응답 수	특별히 없다 (현재 유지)	벤처 (도매시장)	농수산물 온라인도매 시장	산지 직매입	슈퍼마켓 연합회
전체	143	65.0	14.7	9.8	9.1	1.4

이유	응답 수	원하는 품질을 맞춰줌	원하는 물량을 안정적으로 공급	수수료 등 거래비용이 적게 소모	원하는 시기에 공급해 줌	원하는 가격에 맞춰줌	운송/보관 등 유통 비용이 적게 소모	배달을 해주기 때문에	여러 종류의 농산물 한꺼번에 일괄 구매 가능
전체	50	30.0	16.0	16.0	14.0	12.0	6.0	4.0	2.0

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

2.3. 물량 확보

○ 소매업체가 물량을 확보하는 기간은 채소류의 경우 ‘최소 2일 거래일 물량 확보(39.9%)’, ‘최소 3~4일 거래일 물량 확보(32.2%)’, ‘당일 거래 물량만 확보(21.7%)’ 순서로 많았음. 과일류는 ‘최소 3~4일 거래일 물량 확보(38.5%)’와 ‘최소 2일 거래일 물량 확보(30.1%)’가 많았음.

〈표 5-9〉 소매업체의 물량 확보 기간

단위: 개, %

구분	응답 수	당일 거래 물량만	최소 2일 거래일 물량 확보	최소 3~4일 거래일 물량 확보	최소 1주 거래일 물량 확보	취급 안 함
채소류	143	21.7	39.9	32.2	4.9	1.4
과일류	143	9.8	30.1	38.5	21.7	0.0

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

○ 신선 농산물 물량 확보를 위한 보관 장소는 주로 판매장 내부(64.3%)로 나타남. 보관 장소의 규모는 10평 미만이 61.5%로 많았음. 특히, 청과물 소매점은 80.0%가 판매장 내부에 보관 장소를 갖추고 있음.

〈표 5-10〉 신선 농산물 물량 확보가 필요한 경우 주요 보관 장소 및 보관 장소의 규모

단위: 개, %

구분	응답 수	보관 장소		보관 장소의 규모						
		판매장 내부	판매장 외부	10평 미만	10~19.9평	20~29.9평	30~49.9평	50~99.9평	100평 이상	
전체	143	64.3	35.7	61.5	19.6	11.2	4.2	2.1	1.4	
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	63.5	36.5	69.2	9.6	13.5	5.8	1.9	0.0
	식자재마트	41	46.3	53.7	26.8	36.6	22.0	4.9	4.9	4.9
	청과물 소매점	50	80.0	20.0	82.0	16.0	0.0	2.0	0.0	0.0

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

3. 소매업체 정부 정책 인식

3.1. 소매업체 정책 인식

○ 소매업체는 농산물 가격변동에 대한 대책에 대해서 ‘산지 구매처와 지속적인 신뢰 관계 형성(7.81점)’, ‘산지 구매처 다수 확보(7.76점)’, ‘산지 구매처와 최소 1개월 전 예약거래(7.50점)’ 순서로 효과가 있다고 인식함.

〈표 5-11〉 소매업체가 인식하는 농산물 가격변동에 대한 대책 효과성(10점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	산지 구매처 다수 확보	산지 구매처와 지속적인 신뢰 관계 형성	산지 구매처와 생산단계부터 계약재배	산지 구매처와 최소 1주 전 예약거래	산지 구매처와 최소 1개월 전 예약거래
전체	143	7.76	7.81	7.42	7.43	7.50

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

○ 소매업체는 ‘산지 생산자단체와 계약재배 확대가 필요함(8.03점)’, ‘산지 생산자단체의 계약재배는 수급 안정에 효과적(8.01점)’ 등에 대해서 강하게 동의했지만, ‘도매시장 내 전처리 기능 강화의 필요성(7.53점)’에 대해서는 동의 정도가 비교적 약했음.

〈표 5-12〉 소매업체의 농산물 유통 정책에 대한 의견(10점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	산지 생산자 단체와 계약재배 확대 필요	산지 생산자 단체의 계약재배는 수급 안정에 효과	농산물 할인지원 사업은 물가안정에 효과	농산물 할인지원 사업은 소매업체 경영에 도움	농산물 할인지원 사업은 실수요자 구매에 실효성	농산물 유통에서 온라인 거래가 증가 예상	도매시장 예약거래 필요성	도매시장 내 전처리 기능 강화 필요성
전체	143	8.03	8.01	7.87	7.72	7.97	7.67	7.73	7.53

주: '0점이 매우 동의 안 함, 10점이 매우 동의함' 기준임.

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

3.2. 소매업체 정책 만족도

○ 농식품 소매업체는 농산물 유통 관련 정책의 현재 만족도에 대해서, ‘콜드체인 시스템 구축(3.90점)’, ‘공공급식을 비롯한 공공조달 확대(3.84점)’는 비교적 높게 평가했지만, ‘유통종사자 역량 강화 교육(3.64점)’의 만족도는 상대적으로 낮았음.

○ 경북권의 경우 ‘품질 및 이력 관리 제도(4.75점)’에 대한 만족도가 특히 높았고, 충청권은 ‘유통종사자 역량 강화 교육(2.57점)’에 대한 만족도가 저조함.

〈표 5-13〉 소매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책의 현재 수준(만족도)(5점 평균)

단위: 개, 점

구분	응답 수	농수산물 온라인 도매시장 활성화	콜드체인 시스템 구축	유통 종사자 역량 강화 교육	품질 및 이력 관리 제도	공공급식을 비롯한 공공조달 확대	로컬푸드 직매장 활성화	
전체	143	3.71	3.90	3.64	3.73	3.84	3.69	
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	3.67	4.00	3.79	3.79	3.90	3.79
	식자재마트	41	3.78	3.85	3.61	3.71	3.80	3.76
	청과물 소매점	50	3.68	3.82	3.50	3.70	3.80	3.54
소재지	수도권	72	3.89	4.06	3.82	3.71	3.76	3.85
	충청권	14	2.86	3.14	2.57	3.07	3.86	3.07
	전라권	14	3.50	3.71	3.14	3.50	3.43	3.29
	경북권	16	4.06	4.31	4.13	4.75	4.25	4.06
	경남권	20	3.40	3.70	3.75	3.65	3.95	3.50
	강원/제주	7	4.00	3.71	3.43	3.71	4.14	3.86
지역 규모	대도시(광역시)	92	3.72	4.00	3.68	3.80	3.89	3.66
	중소/군 지역 도시	51	3.69	3.71	3.55	3.61	3.75	3.75
종사자 수	5인 미만	92	3.72	3.89	3.61	3.76	3.83	3.65
	5~9인	23	3.83	4.04	3.91	3.65	3.70	3.91
	10~19인	9	3.89	3.78	3.89	4.00	4.00	3.67
	20인 이상	19	3.42	3.79	3.32	3.58	4.00	3.63

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

3.3. 소매업체 정책 중요도

○ 농식품 소매업체는 정부 정책의 향후 중요도에 대해서 ‘콜드체인 시스템 구축(4.43점)’, ‘유통종사자 역량 강화 교육(4.30점)’ 등의 필요 수준을 높게 인식함. 한편, ‘로컬푸드직매장 활성화(4.08점)’에 대한 향후 중요도는 다른 정책과 비교해 상대적으로 낮았음.

〈표 5-14〉 소매업체가 인식하는 농산물 유통 관련 정책의 향후 필요 수준(중요도)(5점 평균)

단위: 개, 점

구분		응답 수	농수산물 온라인 도매시장 활성화	콜드체인 시스템 구축	유통 종사자 역량 강화 교육	품질 및 이력 관리 제도	공공급식을 비롯한 공공조달 확대	로컬푸드 직매장 활성화
전체		143	4.21	4.43	4.30	4.28	4.26	4.08
소매업체 유형	슈퍼마켓	52	4.15	4.42	4.29	4.37	4.23	4.08
	식자재마트	41	4.29	4.44	4.44	4.32	4.29	4.17
	청과물 소매점	50	4.20	4.42	4.20	4.16	4.26	4.02
소재지	수도권	72	4.31	4.53	4.40	4.28	4.26	4.25
	충청권	14	3.36	3.57	3.43	3.64	4.07	3.29
	전라권	14	3.93	4.21	4.64	4.43	4.07	4.36
	경북권	16	4.75	4.88	4.69	5.00	4.88	4.31
	경남권	20	4.00	4.35	4.15	4.00	3.80	3.45
	강원/제주	7	4.86	4.71	3.86	4.43	4.86	4.71
지역 규모	대도시(광역시)	92	4.09	4.36	4.32	4.35	4.22	3.98
	중소/군 지역 도시	51	4.43	4.55	4.27	4.16	4.33	4.27
종사자 수	5인 미만	92	4.22	4.40	4.27	4.23	4.29	4.11
	5~9인	23	4.30	4.61	4.39	4.39	4.13	4.04
	10~19인	9	4.22	4.44	4.22	4.44	4.44	4.22
	20인 이상	19	4.05	4.32	4.37	4.32	4.16	3.95

자료: 본 과제 소매업체 설문조사 결과.

6

소비자 만족도 및 정책 인식

1. 소비자 조사 개요 및 응답 소비자 일반현황

1.1. 소비자 조사 개요

○ 본 조사는 전국의 농식품 주구입자를 대상으로 농식품 소비 만족도 및 소비행태, 정책 의견 등을 파악하고자 실시됨. 위탁조사기관(더퍼스트원)을 통한 온라인 설문조사로 실시되었으며, 조사 기간은 2025년 9월 1일~9월 30일임.

〈표 6-1〉 소비자 만족도 및 정책 인식 설문조사 개요

조사 기간	조사 대상	조사 방법	응답 소비자 수
2025. 9. 1.~9. 30.	전국의 농식품 주구입자	온라인 조사	1,017명

자료: 저자 작성.

1.2. 응답 소비자 특성

- 응답 소비자 1,017명 중 20대 이하가 8.2%, 30대가 20.2%, 40대가 23.5%, 50대가 23.8%, 60대 이상이 24.4%임.
- 응답자 중 여성이 64.2%, 남성이 35.8%임. ‘농식품 주구입자’로 응답자를 제한하여 여성 비중이 높았음.
- 동 지역 응답자가 88.4%, 읍면 지역 응답자가 11.6%임.
- 가구원 수 별로는, 1인 가구가 15.7%, 2인 22.0%, 3인 31.0%, 4인 26.2%, 5인 이상 5.1%임.
- 월 가구 소득별로는 200만 원 미만이 7.9%, 200만 원대가 9.8%, 300만 원대가 14.4%, 400만 원대 13.8%, 800만 원 이상 19.0% 등의 순서로 분포함.
- 월 식료품비 기준으로는, 30만 원 미만이 13.9%, 30만 원대가 10.3%, 40만 원대 10.0%, 100만 원 이상 25.1% 등의 순서로 나타남.

〈표 6-2〉 응답 소비자의 특성

단위: 명, %

구분		응답 수	비중
전체		1,017	100.0
연령대	20대 이하	83	8.2
	30대	205	20.2
	40대	239	23.5
	50대	242	23.8
	60대 이상	248	24.4
성별	남성	364	35.8
	여성	653	64.2

(계속)

구분		응답 수	비중
거주지	서울	211	20.7
	인천/경기	317	31.2
	충청권	110	10.8
	전라권	93	9.1
	경북권	99	9.7
	경남권	153	15.0
	강원/제주	34	3.3
거주지 구분	동 지역	899	88.4
	읍면 지역	118	11.6
조리 빈도	하루에 1회 이상	497	48.9
	일주일에 2~3회	430	42.3
	일주일에 1회	90	8.8
가구원 수	1명	160	15.7
	2명	224	22.0
	3명	315	31.0
	4명	266	26.2
	5명 이상	52	5.1
월 가구 소득	200만 원 미만	80	7.9
	200만 원대	100	9.8
	300만 원대	146	14.4
	400만 원대	140	13.8
	500만 원대	138	13.6
	600만 원대	117	11.5
	700만 원대	103	10.1
	800만 원 이상	193	19.0
월 식료품비	30만 원 미만	141	13.9
	30만 원대	105	10.3
	40만 원대	102	10.0
	50만 원대	140	13.8
	60만 원대	107	10.5
	70만 원대	73	7.2
	80~90만 원대	94	9.2
	100만 원 이상	255	25.1

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

2. 농식품 품질 체감

○ 소비자가 농식품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 품질을 농산물, 축산물, 가공식품으로 구분하여 조사함. 소비자는 농산물 구매 시 신선도(67.0%), 맛(44.0%), 원산지 및 생산지역(33.6%), 포장 단위 및 포장 상태(16.9%) 등의 순서로 중요하게 생각하는 것으로 조사됨.

○ 축산물 구매 시에는 맛(35.8%), 원산지 및 생산지역(29.4%), 외관(26.5%), 등급(20.2%) 등이 중요하게 생각하는 품질로 나타남. 가공식품의 경우, 맛(51.5%), 제조 기한 안전성(43.7%), 브랜드(28.7%), 위생 안전성(28.6%) 등의 순서로 조사됨.

〈표 6-3〉 소비자가 농식품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 품질(1+2순위)

단위: 명, %

구분	응답 수	신선도	맛	원산지 및 생산지역	포장 단위 및 포장 상태	영양 및 건강	모양 및 크기	친환경 인증 등의 인증 여부	기타
농산물	1,017	67.0	44.0	33.6	16.9	16.7	14.9	4.5	2.1
구분	응답 수	신선도	맛	원산지 및 생산 지역	외관	등급	영양 및 건강	친환경 인증 등의 인증 여부	브랜드
축산물	1,017	61.6	35.8	29.4	26.5	20.2	11.0	6.4	6.1
구분	응답 수	맛	제조 기한 안전성	브랜드	위생 안전성	영양 및 건강	포장 형태	첨가물 종류	기타
가공식품	1,017	51.5	43.7	28.7	28.6	21.1	14.4	10.7	1.0

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

- 본 연구의 SCOR 분석을 위해 최근 3년을 기준으로 만족도가 가장 높았을 때와 낮았을 때, 평균(평년), 가장 최근의 농식품 품질에 대한 만족도를 조사함.
- 최근 3년 동안 품질 만족도가 가장 높았을 때 기준으로는 축산물(7.39점), 농산물(7.38점), 가공식품(7.09점) 순서로 품질 만족도가 높았음.
- 최근 3년 동안 품질 만족도가 가장 낮았을 때 기준으로는 농산물(4.99점)이 가장 낮았고, 가공식품(5.00점), 축산물(5.02점) 순서로 낮았음.
- 평균적으로는 농산물(6.51점)과 축산물(6.51점)이 비교적 품질에 대한 만족도가 높았고, 가공식품(6.29점)은 비교적 낮았음.
- 가장 최근 기준으로는 축산물(6.67점), 농산물(6.65점), 가공식품(6.44점) 순서로 품질에 대한 만족도가 높은 것으로 조사됨.

〈표 6-4〉 소비자의 최근 3년 동안 부류별 품질 만족도(10점 평균)

단위: 명, 점

구분	응답 수	농산물	축산물	가공식품
품질 만족도가 가장 높았을 때	1,017	7.38	7.39	7.09
품질 만족도가 가장 낮았을 때	1,017	4.99	5.02	5.00
평균(평년)	1,017	6.51	6.51	6.29
가장 최근	1,017	6.65	6.67	6.44

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

3. 농식품 구매의 물리적 접근성

- 소비자의 농식품 구매 물리적 접근성을 조사함.
- 최근 3년 동안 농식품 구매가 가장 쉬웠을 때 기준으로는 가공식품(7.69점), 농산물(7.35점), 축산물(7.33점) 순서로 품질 만족도가 높았음.
- 최근 3년 동안 농식품 구매가 가장 어려웠을 때 기준으로는 농산물(5.68점), 축산물(5.78점), 가공식품(6.12점) 순서로 물리적 접근성 점수가 낮았음.
- 평균적으로는 가공식품(6.89점), 축산물(6.68점), 농산물(6.63점) 순서로 물리적 접근성이 높은 것으로 조사됨.
- 가장 최근 기준으로는 가공식품(7.06점), 축산물(6.81점), 농산물(6.80점) 순서로 물리적 접근성이 높았음.

〈표 6-5〉 소비자의 최근 3년 동안 부류별 물리적 접근성(10점 평균)

단위: 명, 점

구분	응답 수	농산물	축산물	가공식품
농식품 구매가 가장 쉬웠을 때	1,017	7.35	7.33	7.69
농식품 구매가 가장 어려웠을 때	1,017	5.68	5.78	6.12
평균(평년)	1,017	6.63	6.68	6.89
가장 최근	1,017	6.80	6.81	7.06

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

○ 농식품 구매의 물리적 접근성이 낮은 이유는, '제한적인 구매 가능 품목(38.6%)', '시간 제약(22.9%)', '구매처 부족(21.9%)' 등의 순서로 조사됨.

○ '제한적인 구매 가능 품목' 때문에 물리적 접근성이 낮다는 응답은 특히 60대 이상 소비자에게 많이 나타났고, '구매처 부족' 응답은 강원 및 제주 지역(32.4%)에서 많았음. '교통 미비 및 개인적 이동 제약'은 동 지역(13.6%)과 비교해 읍면 지역(26.3%)에서 응답 비중이 높았음.

〈표 6-6〉 농식품 구매의 물리적 접근성이 낮은 이유

단위: 명, %

구분	응답 수	제한적인 구매 가능 품목	시간 제약	구매처 부족	교통 미비 및 개인적 이동 제약	기타	
전체	1,017	38.6	22.9	21.9	15.0	1.5	
연령대	20대 이하	83	33.7	25.3	22.9	18.1	0.0
	30대	205	33.7	26.3	22.4	16.6	1.0
	40대	239	33.9	28.0	20.5	15.5	2.1
	50대	242	39.3	22.7	22.3	13.6	2.1
	60대 이상	248	48.4	14.5	22.2	13.7	1.2
거주지	서울	211	41.2	21.8	19.4	14.2	3.3
	인천/경기	317	36.0	25.9	22.1	14.5	1.6
	충청권	110	47.3	18.2	21.8	12.7	0.0
	전라권	93	34.4	24.7	23.7	17.2	0.0
	경북권	99	40.4	24.2	13.1	21.2	1.0
	경남권	153	37.3	20.3	27.5	13.7	1.3
거주지 구분	강원/제주	34	32.4	20.6	32.4	14.7	0.0
	동 지역	899	39.2	23.5	22.1	13.6	1.7
읍면 지역	읍면 지역	118	34.7	18.6	20.3	26.3	0.0
	1명	160	40.6	26.3	21.3	10.6	1.3
가구원수	2명	224	42.0	19.6	20.5	15.2	2.7
	3명	315	39.0	20.6	24.4	14.9	1.0
	4명	266	35.7	26.7	20.7	15.4	1.5
	5명 이상	52	30.8	21.2	21.2	26.9	0.0
	월 가구 소득	200만 원 미만	80	42.5	15.0	28.8	12.5
200만 원대		100	38.0	23.0	23.0	16.0	0.0
300만 원대		146	37.7	21.9	21.2	18.5	0.7
400만 원대		140	45.7	18.6	20.7	13.6	1.4
500만 원대		138	39.1	23.2	23.2	12.3	2.2
600만 원대		117	29.9	26.5	18.8	21.4	3.4
700만 원대		103	37.9	29.1	21.4	11.7	0.0
800만 원 이상		193	38.3	24.4	21.2	14.0	2.1

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

4. 농식품 정보 이용

○ 소비자가 농식품 구매 과정에서 가장 많이 활용하는 정보는 ‘가격(51.4%)’, ‘맛(43.0%)’, ‘원산지 및 생산지역(42.0%)’ 등으로 조사됨. ‘첨가물 종류(1.6%)’는 비교적 정보를 이용한다는 응답 비중이 낮았음.

○ ‘가격’을 가장 많이 활용하는 소비자 특성은 50대(57.0%), 1~2인 가구(각각 56.3%), 월 가구 소득 200만 원 미만(63.8%)으로 나타남.

〈표 6-7〉 소비자의 농식품 구매 과정 활용 정보(1+2순위)

단위: 명, %

구분	응답 수	가격	맛	원산지 및 생산 지역	영양 및 건강	친환경 인증 등의 인증 여부	구매처	판촉 및 할인 여부	생산 일자	첨가물 종류	기타
전체	1,017	51.4	43.0	42.0	16.9	14.9	10.7	10.5	7.7	1.6	1.0
연령대	20대 이하	83	56.6	51.8	34.9	10.8	12.0	18.1	6.0	4.8	2.4
	30대	205	51.7	48.8	39.5	14.1	14.1	9.8	10.7	7.3	2.0
	40대	239	46.0	46.4	38.5	17.2	14.2	15.5	11.7	7.5	2.1
	50대	242	57.0	41.3	40.9	18.2	14.9	7.9	10.3	7.9	1.7
	60대 이상	248	49.2	33.5	50.8	19.8	17.3	7.3	10.9	8.9	0.4
거주지 구분	동 지역	899	51.5	42.4	42.7	16.4	15.0	10.9	10.6	8.0	1.4
	읍면 지역	118	50.8	47.5	36.4	21.2	14.4	9.3	10.2	5.1	2.5
가구원수	1명	160	56.3	48.8	39.4	15.0	11.9	6.9	11.3	8.1	1.9
	2명	224	56.3	41.1	38.8	18.3	10.3	11.2	10.3	9.4	1.3
	3명	315	50.5	43.5	44.4	16.8	17.1	10.8	7.6	6.7	1.6
	4명	266	46.6	40.6	42.5	17.3	18.0	12.4	13.9	7.1	1.1
	5명 이상	52	46.2	42.3	46.2	15.4	15.4	11.5	9.6	7.7	3.8
월 가구 소득	200만 원 미만	80	63.8	41.3	43.8	12.5	5.0	7.5	12.5	8.8	2.5
	200만 원대	100	58.0	47.0	36.0	13.0	9.0	11.0	14.0	7.0	0.0
	300만 원대	146	58.2	47.9	29.5	18.5	12.3	12.3	10.3	9.6	1.4
	400만 원대	140	55.7	37.1	49.3	13.6	16.4	12.9	7.1	6.4	1.4
	500만 원대	138	55.8	44.9	36.2	15.9	14.5	10.9	13.0	6.5	1.4
	600만 원대	117	42.7	41.9	48.7	18.8	20.5	7.7	11.1	8.5	0.0
	700만 원대	103	40.8	38.8	53.4	22.3	14.6	13.6	6.8	6.8	1.9
800만 원 이상	193	42.5	43.5	42.5	18.7	20.2	9.3	10.4	7.8	3.1	

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

○ 소비자가 정보를 습득하는 경로는 ‘구매 현장에서 직접 눈으로 확인(54.9%)’ 응답이 가장 많았음. 이 밖에 ‘마트 등 판매점의 전단지 등 홍보 자료를 통해서(48.6%)’, ‘SNS, 인터넷 커뮤니티, 유튜브 등을 통해서(29.5%)’, ‘언론 보도, TV 방송 프로그램 등을 통해서(20.6%)’ 등의 순서로 조사됨.

〈표 6-8〉 소비자의 정보 습득 경로(1+2순위)

단위: 명, %

구분	응답 수	구매 현장에서 직접 눈으로 확인	마트 등 판매점의 전단지 등 홍보 자료를 통해	SNS, 인터넷 커뮤니티, 유튜브 등을 통해	언론 보도, TV 방송 프로그램 등을 통해	정부나 지자체 웹사이트를 통해	판매점 직원의 설명을 통해	지인을 통해 습득	기타	
전체	1,017	54.9	48.6	29.5	20.6	14.7	13.4	11.0	0.9	
연령대	20대 이하	83	56.6	42.2	28.9	14.5	26.5	9.6	4.8	3.6
	30대	205	48.3	43.9	36.1	16.1	17.1	14.6	15.1	1.0
	40대	239	54.4	51.5	31.4	17.6	14.6	15.9	9.6	0.4
	50대	242	59.9	51.2	24.0	23.6	12.8	12.4	9.5	0.0
	60대 이상	248	55.2	49.2	27.8	26.2	10.5	12.1	12.5	1.2
성별	남성	364	49.2	47.3	32.7	24.2	19.8	11.5	11.3	1.1
	여성	653	58.0	49.3	27.7	18.5	11.8	14.4	10.9	0.8
거주지 구분	동 지역	899	56.6	49.6	28.5	19.9	13.5	13.2	10.9	1.0
	읍면 지역	118	41.5	40.7	37.3	25.4	23.7	14.4	11.9	0.0
가구원수	1명	160	58.1	48.8	32.5	15.6	9.4	10.0	12.5	2.5
	2명	224	59.8	48.2	24.1	20.1	13.8	12.9	11.6	1.8
	3명	315	57.8	48.9	30.2	19.0	16.8	11.4	10.8	0.0
	4명	266	46.2	48.1	32.3	24.1	15.8	15.8	11.3	0.4
	5명 이상	52	50.0	50.0	25.0	28.8	15.4	25.0	3.8	0.0
월 가구 소득	200만 원 미만	80	53.8	46.3	35.0	16.3	10.0	13.8	11.3	3.8
	200만 원대	100	54.0	50.0	26.0	23.0	9.0	12.0	10.0	2.0
	300만 원대	146	55.5	45.2	28.8	21.2	18.5	13.0	15.8	0.7
	400만 원대	140	51.4	48.6	26.4	21.4	18.6	12.1	14.3	1.4
	500만 원대	138	58.0	51.4	34.1	21.7	12.3	10.1	6.5	0.0
	600만 원대	117	49.6	53.0	32.5	17.1	17.9	14.5	8.5	0.0
	700만 원대	103	61.2	46.6	20.4	17.5	15.5	20.4	11.7	0.0
	800만 원 이상	193	55.4	47.7	31.6	22.8	13.0	13.0	9.8	0.5

주: 복수 응답 기준으로, 합이 100%를 초과함.

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

○ 농식품 구매 결정 시 정보를 반영하는 수준은 5점 평균에 3.71점으로 조사됨.
연령대별로는 30대(3.80점)와 60대 이상(3.79점) 소비자가, 남성(3.68점)보다는 여성(3.73점) 소비자가, 읍면 지역(3.52점)보다는 동 지역(3.74점) 소비자가 농식품 구매 결정 시 정보를 더 많이 반영하는 것으로 나타남.

〈표 6-9〉 소비자의 농식품 구매 결정 시 정보 반영 수준

단위: 명, %, 점

구분	응답 수	전혀 반영하지 않는다	거의 반영하지 않는 편이다	보통이다	많이 반영하는 편이다	매우 많이 반영한다	5점 평균	
전체	1,017	0.7	3.6	28.9	57.4	9.3	3.71	
연령대	20대 이하	83	1.2	3.6	22.9	65.1	7.2	3.73
	30대	205	0.5	2.9	27.8	54.1	14.6	3.80
	40대	239	1.3	5.0	39.3	46.9	7.5	3.54
	50대	242	0.8	2.9	27.7	61.2	7.4	3.71
	60대 이상	248	0.0	3.6	23.0	64.1	9.3	3.79
성별	남성	364	0.3	4.4	30.2	57.4	7.7	3.68
	여성	653	0.9	3.2	28.2	57.4	10.3	3.73
거주지 구분	동 지역	899	0.3	3.0	28.8	58.4	9.5	3.74
	읍면 지역	118	3.4	8.5	29.7	50.0	8.5	3.52
조리 빈도	하루에 1회 이상	497	0.8	3.8	27.2	58.4	9.9	3.73
	일주일에 2~3회	430	0.7	3.3	30.2	56.0	9.8	3.71
	일주일에 1회	90	0.0	4.4	32.2	58.9	4.4	3.63
가구원수	1명	160	0.6	3.1	27.5	61.9	6.9	3.71
	2명	224	0.4	3.6	26.8	56.7	12.5	3.77
	3명	315	1.0	2.9	33.7	54.0	8.6	3.66
	4명	266	0.0	3.8	27.4	60.5	8.3	3.73
	5명 이상	52	3.8	9.6	21.2	51.9	13.5	3.62
월 가구 소득	200만 원 미만	80	3.8	5.0	18.8	58.8	13.8	3.74
	200만 원대	100	0.0	1.0	42.0	52.0	5.0	3.61
	300만 원대	146	0.0	5.5	33.6	52.7	8.2	3.64
	400만 원대	140	0.0	5.0	31.4	55.7	7.9	3.66
	500만 원대	138	0.7	3.6	28.3	58.0	9.4	3.72
	600만 원대	117	0.0	0.9	28.2	63.2	7.7	3.78
	700만 원대	103	0.0	3.9	27.2	58.3	10.7	3.76
800만 원 이상	193	1.6	3.6	22.8	60.1	11.9	3.77	

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

○ 소비자가 농식품 구매 시 정보를 잘 이용하지 않는 이유는 ‘출처가 불분명하고 신뢰하기 어려워서(28.6%)’, ‘정보가 너무 많아서 원하는 정보를 선별하기 어렵기 때문에(25.8%)’, ‘정보가 원하는 시기에 나오지 않고 시차를 두고 뒤늦게 생성되기 때문에(18.7%)’ 등의 순서로 조사됨.

〈표 6-10〉 소비자가 농식품 구매 시 정보를 잘 이용하지 않는 이유

단위: 명, %, 점

구분	응답 수	출처가 불분명하고 신뢰하기 어려워서	정보가 너무 많아서 원하는 정보를 선별하기 어려워서	정보가 원하는 시기에 나오지 않고 시차를 두고 뒤늦게 생성되기 때문에	정보를 찾을만한 시간과 노력이 의미가 없다고 생각하기 때문에	어디서 정보를 찾아야 하는지 알지 못해서	정보의 내용이 복잡하거나 이해하기 어려워서	기타	
전체	1,017	28.6	25.8	18.7	11.3	9.2	5.7	0.7	
연령대	20대 이하	83	27.7	24.1	20.5	16.9	6.0	4.8	0.0
	30대	205	31.2	27.8	16.1	6.3	10.2	7.3	1.0
	40대	239	28.0	19.7	24.3	10.5	11.3	6.3	0.0
	50대	242	27.7	24.4	15.7	13.6	11.6	6.2	0.8
	60대 이상	248	28.2	31.9	17.7	12.1	5.2	3.6	1.2
성별	남성	364	28.8	20.9	21.7	10.2	9.6	7.7	1.1
	여성	653	28.5	28.5	17.0	11.9	9.0	4.6	0.5
거주지 구분	동 지역	899	27.6	26.5	18.7	12.0	8.7	5.8	0.8
	읍면 지역	118	36.4	20.3	18.6	5.9	13.6	5.1	0.0
조리 빈도	하루에 1회 이상	497	29.2	26.6	18.1	12.1	8.7	4.4	1.0
	일주일에 2~3회	430	26.3	26.7	18.6	10.7	10.0	7.2	0.5
	일주일에 1회	90	36.7	16.7	22.2	10.0	8.9	5.6	0.0
가구원수	1명	160	26.3	28.8	15.6	13.8	8.8	6.3	0.6
	2명	224	28.1	28.1	17.9	10.3	8.9	5.4	1.3
	3명	315	27.9	27.3	19.0	12.4	7.9	4.8	0.6
	4명	266	28.9	21.4	20.7	10.9	10.9	6.8	0.4
	5명 이상	52	40.4	19.2	19.2	3.8	11.5	5.8	0.0
월 가구 소득	200만 원 미만	80	21.3	27.5	18.8	17.5	6.3	7.5	1.3
	200만 원대	100	22.0	33.0	18.0	10.0	12.0	5.0	0.0
	300만 원대	146	27.4	28.8	16.4	10.3	8.2	8.2	0.7
	400만 원대	140	31.4	25.0	17.1	11.4	8.6	5.0	1.4
	500만 원대	138	25.4	23.9	18.8	15.9	9.4	5.1	1.4
	600만 원대	117	28.2	23.9	23.1	7.7	12.8	4.3	0.0
	700만 원대	103	36.9	18.4	23.3	7.8	6.8	6.8	0.0
	800만 원 이상	193	32.1	25.9	16.6	10.9	9.3	4.7	0.5

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

5. 소비자의 정부 정책 인식

○ 소비자에게 현재 정부 정책에 대한 만족도를 조사한 결과, '농식품 위생 및 안전성 강화(3.45점)', '학교 및 공공부문 농식품 소비 강화(3.39점)'에 대한 만족도는 비교적 높게 나타난 반면, '농식품 가격 안정(2.94점)'에 대한 만족도는 낮게 조사됨.

〈표 6-11〉 소비자의 농식품 소비 관련 정부 정책에 대한 현재 수준 인식(만족도)(5점 평균)

단위: 명, 점

구분	응답 수	농식품 가격 안정	지역 농산물 소비 확대	농식품 위생 및 안전성 강화	학교 및 공공부문 농식품 소비 강화	소비자 농식품 구매력 제고	소비자 농식품 선택권 확대	
전체	1,017	2.94	3.20	3.45	3.39	3.26	3.26	
연령대	20대 이하	83	3.11	3.28	3.42	3.28	3.18	3.18
	30대	205	3.10	3.23	3.44	3.46	3.32	3.30
	40대	239	2.86	3.14	3.37	3.33	3.23	3.18
	50대	242	2.95	3.21	3.52	3.41	3.29	3.25
	60대 이상	248	2.81	3.18	3.46	3.41	3.25	3.33
성별	남성	364	2.88	3.15	3.45	3.36	3.21	3.20
	여성	653	2.97	3.22	3.44	3.41	3.29	3.29
거주지 구분	동 지역	899	2.94	3.19	3.45	3.39	3.26	3.26
	읍면 지역	118	2.95	3.24	3.43	3.37	3.30	3.24
조리 빈도	하루에 1회 이상	497	2.91	3.23	3.45	3.42	3.32	3.29
	일주일에 2~3회	430	2.95	3.14	3.43	3.36	3.20	3.23
	일주일에 1회	90	3.02	3.30	3.47	3.37	3.24	3.24
가구원수	1명	160	2.81	3.04	3.43	3.28	3.09	3.16
	2명	224	2.93	3.16	3.35	3.29	3.27	3.25
	3명	315	2.90	3.21	3.50	3.48	3.30	3.23
	4명	266	3.03	3.28	3.47	3.43	3.32	3.34
	5명 이상	52	3.12	3.31	3.44	3.46	3.25	3.31
월 가구 소득	200만 원 미만	80	2.66	2.88	3.19	3.15	2.90	2.89
	200만 원대	100	2.98	3.19	3.45	3.34	3.17	3.23
	300만 원대	146	2.99	3.09	3.38	3.34	3.18	3.31
	400만 원대	140	2.94	3.18	3.39	3.37	3.39	3.24
	500만 원대	138	2.92	3.18	3.42	3.43	3.26	3.22
	600만 원대	117	2.86	3.21	3.57	3.43	3.23	3.33
	700만 원대	103	3.10	3.36	3.53	3.41	3.35	3.28
800만 원 이상	193	2.96	3.34	3.53	3.51	3.40	3.36	

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

○ 소비자가 인식하는 향후 정책의 필요 수준을 조사한 결과, '농식품 가격 안정 (4.16점)', '농식품 위생 및 안전성 강화(4.08점)'의 중요도가 높았음. 반면, '소비자 농식품 선택권 확대(3.72점)', '학교 및 공공부문 농식품 소비 강화 (3.72점)'에 대한 중요도는 비교적 낮게 나타남.

〈표 6-12〉 소비자의 농식품 소비 관련 정부 정책의 향후 필요 수준 인식(중요도)(5점 평균)

단위: 명, 점

구분		응답 수	농식품 가격 안정	지역 농산물 소비 확대	농식품 위생 및 안전성 강화	학교 및 공공부문 농식품 소비 강화	소비자 농식품 구매력 제고	소비자 농식품 선택권 확대
전체		1,017	4.16	3.76	4.08	3.72	3.77	3.72
연령대	20대 이하	83	4.04	3.67	4.02	3.58	3.73	3.70
	30대	205	4.05	3.70	3.95	3.66	3.73	3.64
	40대	239	4.11	3.76	4.02	3.72	3.72	3.66
	50대	242	4.18	3.76	4.06	3.71	3.80	3.78
	60대 이상	248	4.33	3.82	4.28	3.83	3.83	3.79
성별	남성	364	4.16	3.66	4.04	3.68	3.71	3.63
	여성	653	4.16	3.81	4.10	3.74	3.80	3.77
거주지 구분	동 지역	899	4.21	3.78	4.10	3.73	3.78	3.74
	읍면 지역	118	3.79	3.59	3.93	3.69	3.68	3.53
조리 빈도	하루에 1회 이상	497	4.25	3.79	4.16	3.78	3.81	3.80
	일주일에 2~3회	430	4.13	3.73	4.02	3.67	3.73	3.66
	일주일에 1회	90	3.80	3.73	3.92	3.67	3.68	3.53
가구원수	1명	160	4.10	3.77	3.96	3.73	3.74	3.69
	2명	224	4.21	3.81	4.21	3.70	3.76	3.68
	3명	315	4.18	3.78	4.07	3.74	3.78	3.79
	4명	266	4.15	3.64	4.02	3.70	3.74	3.66
	5명 이상	52	4.06	3.90	4.23	3.77	3.92	3.88
월 가구 소득	200만 원 미만	80	4.11	3.83	4.00	3.75	3.70	3.68
	200만 원대	100	4.05	3.73	3.97	3.75	3.77	3.66
	300만 원대	146	4.18	3.68	3.99	3.72	3.72	3.71
	400만 원대	140	4.13	3.74	4.16	3.68	3.74	3.74
	500만 원대	138	4.17	3.75	4.14	3.72	3.77	3.65
	600만 원대	117	4.30	3.77	3.93	3.74	3.79	3.74
	700만 원대	103	4.15	3.81	4.19	3.75	3.76	3.72
800만 원 이상	193	4.16	3.77	4.15	3.70	3.84	3.79	

자료: 본 과제 소비자 설문조사 결과.

참고문헌

한정훈·정은미·최병욱·박태곤(2025), 농식품 공급망 분석과 발전방안(1/2차년도), 한국농촌경제연구원.



농식품 공급망 참여자별 실태 및
정책 인식 조사 결과

한국농촌경제연구원

전라남도 나주시 빛가람로 601 T.1833-5500 F.061) 820-2211



9 791161 497921
ISBN 979-11-6149-792-1 (PDF)