

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000733-01

국산원료 원산지 인증제도 도입 타당성 연구

Program Introduction of Local Food Ingredient Certification

요약본

책임연구원	유병덕
연구원	김난영
연구원	양성범
연구원	한의선
연구원	차성령



이시도르 지속가능연구소

ISIDOR SUSTAINABILITY RESEARCH INSTITUTE

□ 연구개요

○ 연구 제목 : 국산원료 원산지 인증제도 도입 타당성 연구

○ 연구 목적

기존의 의무적 원산지 표시제를 유지하면서도 소비자에게 차별화된 고품질의 국내산 식품을 선택할 수 있도록, 원산지 인증제를 도입하는 방안에 대한 타당성 검토

○ 연구 범위

- 원산지 표시 관련 해외 사례
- 음식점 및 가공식품업체에서의 국내산 원료 이용실태 조사
- 원산지 표시 및 인증제 도입에 대한 소비자의 인식조사
- 음식점 및 가공식품업체의 원산지 인증제 도입에 대한 인식조사
- 원산지 도입의 경제적 타당성 분석

□ 원산지 인증제도에 대한 필요성 대두

○ 소비자의 원산지 민감도 증가

- WTO, FTA 등 개방화가 진행되면서 수입산 농산물의 시장 점유율이 계속 높아지고 한국의 식량자급률은 계속 낮아지는 가운데 수입산 식품의 안전성 문제가 제기되면서, 소비자는 원산지 정보에 민감해지고 국내산 원료에 대한 선호도가 높아졌음
- 기존 연구와 조사¹⁾들을 살펴보면 소비자들은 안전성을 보장하는 식품으로 유기농 여부보다 국내산 여부를 더 중요시 하며, 가공식품을 구매 시 브랜드, 맛(신선도) 다음으로 원산지에 대하여 관심이 높은 것으로 나타남
- 국산 원료의 가격이 수입산에 비하여 상대적으로 높다는 이유로 국산원료 사용을 기피하고 있는 실정으로 2013년도에 국내 생산 가공식품의 국내산 원료 사용 비율은 29.7%에 그쳐, 소비자의 국내산 선호 64.8%에 크게 미치지 못하는 것으로 조사됨

1) 유병덕(2012). “유기 인증제도에 대한 소비자 선호 분석” p46. 김성용 외(2010) “소비자의 국내산 식재료 가공식품 구매형태 및 선호도 분석”. p6. 대한상공회의소(2012)에서 전국 주부 500명을 대상으로 “식품안전에 대한 소비자 인식”을 대한 조사

○ 원산지 의무 표시제

- 현재 우리나라에서는 94년부터 “농수산물의 원산지 표시에 관한 법률”에 따라 국내에서 유통되는 농축수산물, 가공품 및 영업소에서는 반드시 원산지를 표시하도록 의무화 하고 있음(음식점에서의 원산지표시제는 2008년부터 시행)
- 원산지를 허위로 표시하거나 부정확한 정보를 나타내는 경우는 농산물품질관리원에서 단속의 대상
- 원산지 의무표시제의 가장 큰 한계는 시장차별성의 부재로서 현행 표시제도는 사업자가 적극적으로 “국내산” 등을 표시하여 제품의 차별화를 이루어내는 데 이용되기 보다는, 보편적 표시제로서 다른 사업자나 타사 제품과 차별화하기 어려움

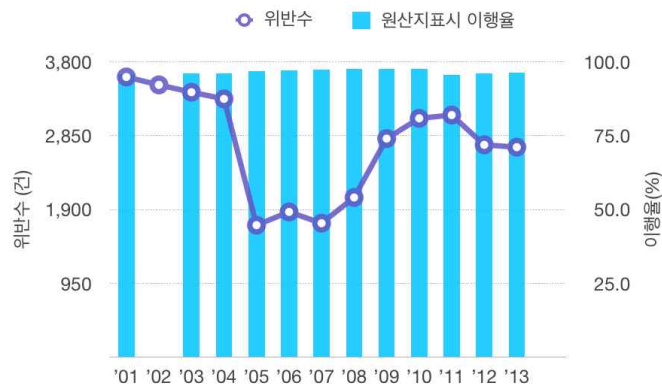


그림 1. 원산지 표시제 관리 현황

○ 로컬푸드 상품의 등장

- 로컬푸드는 일반적으로 반경 50km 이내에서 생산된 농산물을 지칭하지만, 영토가 좁은 한국의 경우 국산 음식 재료의 사용으로 범위를 넓혀 사용
- 로컬푸드 또는 ‘가까운 먹을거리’는 주로 소비매장의 농산물에만 쓰이고 있어, 가공식품과 음식점에서는 사례가 보이지 않음

□ 원산지 표시 관련 해외 사례

○ Made in USA Brand (미국)

- 미국 내에서 생산된 제품을 선호하는 미국 소비자들에게 특화된 상품을 공급하기 위하여 민간의 기구에 의하여 기준이 설정됨
- 생산자의 자율 참여 방식이며 독립적인 심사 과정이 없음
- 식품을 포함한 공산품 전체에 적용됨

○ 녹색등 표시 (일본)

- 일본의 식량자급률을 높이기 위한 캠페인으로 시작됨
- 국내산 식재료 사용율에 따라 녹색등에 별을 표시함(90%이상 사용 시 별 5개)

○ QS (Quality Scheme for Food, 독일)

- 독일의 민간 기구에서 전문적인 심사·인증 절차를 운영함
- 농축산물의 생산 단계에서 유통·가공의 전 단계를 보증하여 식품의 추적성을 확보

○ Red Tractor (영국)

- 영국의 민간 기구에서 전문적인 심사·인증 절차를 운영함
- 영국 국기를 로고에 나타내어 영국산 제품임을 표시
- 주로 농산물과 축산물에 대하여 인증을 실시하며, 유통·가공 단계에서도 인증 표시

○ 원산지명칭통제 및 지리적 명칭통제 (프랑스)

- 프랑스 정부에서 실시하는 지역특화 상품 인증제
- 원산지명칭통제는 1차 생산(농축산업)과 가공업 모두 해당지역에서 생산
- 지리적 명칭통제는 1차생산과 가공업 중 하나만 해당지역에서 생산되면 표시할 수 있음

□ 국내산 원료 이용 실태

- 음식점에서 사용하는 국내산 원료의 구매율은 품목에 따라 다른데, 대부분의 음식점 원료는 70% 미만: 한식업소의 경우 쌀 74.7%, 쇠고기 12.0%, 고춧가루 47.4%
- 종업원 20인 이상의 대형 외식업체의 국내산 구매율이 중소형 업체에 비하여 낮음
- 식품류 제조에서 원료로 사용되는 농축수산물은 총 1,504만 톤인데, 이 중에서 국산 원료는 약 448만 톤으로 국내산 이용율은 29.7% 수준임

□ 소비자 인식

- 소비자 선호도 조사 대상 12 품목 중에서 치즈와 주류를 제외한 모든 품목에서 국내산을 월등히 선호함 (전국의 소비자 310명에 대한 설문조사)
 - 품목별 선호도는 쌀: 99.6%, 김치: 99.3%, 두부: 98.6%, 치즈 41.6%, 와인 16.2%
 - 치즈, 와인은 종주국인 덴마크, 프랑스를 선호 원산지 표시제는 91.4%가 알고 있으며, 60%가 신뢰하고 있음
 - 원산지 표시제를 신뢰하는 이유로 사업자의 신뢰성이 가장 높았음
 - 원산지 표시제를 신뢰하지 않는 소비자의 불신 이유도 사업자의 신뢰성이라는 답변이 가장 많았음
- 설문에 응한 소비자 전부(100%)가 원산지 인증제 추진에 찬성하였음
 - 원산지 인증제를 실시하더라도 기존의 원산지 표시제 유지를 원함(80.99%)

□ 생산자 인식조사

○ 음식업주 인식 조사

- 전국의 음식업주 40명에 대한 설문조사 실시
- 원료 구입 시 가장 우선 고려하는 점은 원료의 품질임(55%)
- 국내산 원료에 대한 만족도는 65%임
- 국내산 원료를 사용하지 못하는 가장 큰 이유로 가격을 들었음 (65%)
- 현행 원산지 표시제는 대부분의 업주가 인식하고 있어(96.3%), 원산지 표시제는 어느 정도 정착되었다고 볼 수 있음
- 가공식품에 대한 원산지 표시제에 대해서 별로 신뢰하지 않는다는 응답이 가장 높았음(52%)
- 음식점에 대한 원산지 표시제에 대해서 별로 신뢰하지 않는다는 응답이 가장 높았음(56%)

○ 원산지 인증제를 도입하면 참여하겠다는 음식업주가 68.5%로서 신규 인증제에 대한 기대가 높은 편임

- 원산지 인증제에 참여 의사가 있는 음식업주는 소비자에게 신뢰도를 높이는 것을 기대하는 응답이 가장 많았음(81.1%)

○ 가공식품 업체 인식조사

전국의 식품 가공사업자 30명에 대한 설문조사 실시

- 원료 구입 시 가장 우선 고려하는 점은 원료의 품질임(61%)
- 국내산 원료에 대한 만족도는 73.6%임
- 국내산 원료를 사용하지 못하는 가장 큰 이유로 가격을 들었음 (59%)
- 현행 원산지 표시제는 모든 사업자가 인식하고 있음(100%)
- 가공식품에 대한 원산지 표시제에 대해서 어느 정도 신뢰한다는 응답이 가장 높았음(61.3%)
- 음식점에 대한 원산지 표시제에 대해서 어느 정도 신뢰한다는 응답이 가장 높았음(38.7%)

원산지 인증제를 도입하면 참여하겠다는 가공사업자가 54.8%임

- 원산지 인증제에 참여 의사가 있는 가공사업자는 소비자에게 신뢰도를 높이는 것을 기대하는 응답이 가장 많았음(76.5%)

□ 원산지 인증제 도입의 경제적 타당성 분석

○ 소비자 지불 의사액(WTP²⁾) 분석

- 소비자가 신규 제도에 대해 얼마나 편익을 인지하여 지불할 용의가 있는지를 분석하여, 분석 결과를 바탕으로 신규 제도의 사회적 가치를 화폐 단위로 환산하여 경제적 타당성을 분석하는 방법
- 소비자는 제도 도입으로 소비자가 얻을 수 있는 편익에 대하여 제품의 가격에 더 지불할 용의액을 설문에 응답하여, 제도의 효용수준을 유지하는 데 필요한 WTP의 파악을 목적으로 함
- 이를 근거로 원산지 인증제도의 사회·경제적 가치 총액 측정을 통해 공공재로서 도입이 타당한지 분석
- 소비자의 지불용의액을 파악하기 위하여 전국의 남녀 20대~50대 소비자 310명을 대상으로 조사 진행 후 분석이 가능한 279명의 데이터를 분석- 조사 방법은 이중양분선택형질문법(double bounded questioning)을 이용하였는데, 다른 이름으로 이중투표모형이라고도 함
- 본 분석 방법은 단 한번 질문하는 투표모형에 비해 더 많은 정보와 표본 수를 얻을 수 있는 장점이 지니고 있어 경제학적 방법으로 지불의사액을 조사하는 데 광범위하게 이용되는 방법임
- 분석 결과, 설명변수에 있어 동일한 변수들이 유의함을 보이고 있음을 통해 인구학적 통계특성인 성별, 나이, 교육수준에는 소비자 지불의사액이 영향을 받지 않으며 소득에 의해서도 영향을 받지 않는 것으로 나타남
- 원산지 인증제의 도입에 대해 개인적인 특성은 큰 영향을 미치는 않는 것으로 판단되나, 가구원수의 경우는 유의함을 보였는데 이는 가구의 특성으로 가족이 있는 응답자일 경우 좀 더 식품에 대한 안전에 관심을 가지기 때문으로 해석됨
- 소득의 경우, 원산지 인증제 도입에 따른 지불의사액에 영향을 미칠 것으로 예상되었으나 실제 분석결과 유의하지 않았으며 이는 원산지 인증제 도입에 대한 추가적인 지불의사가 소득과는 관련 없는 것을 나타낸 것으로 이는 대다수의 사회구성원이 수용가능하다는 것을 간접적으로 나타내어 주는 것이라 판단됨
- 소비자 응답 분석 결과 원산지 인증을 받은 제품에 일반 제품보다 13.2%의 추가 비용 지불의사가 있음

2) Willingness to Pay

- 원산지 인증제 도입 시 기존상품의 가격이 10,000원이라고 가정했을 경우, 인증상품에 대해서는 소비자의 추가적인 지불의사액이 1,320원으로 나타났음
- 이는 소비자들이 원산지 인증을 받은 상품에 대해 약 13.2% 정도의 추가적인 지불의사가 있다는 것으로서 원산지 인증제 도입에 따른 경제적 부가가치를 대한민국 총 인구(49,039,984)를 대입하여 환산하면 총 인구 수 * 평균지불의사액 = 64,732,778,880원으로 가치 추산됨
- 즉, 신규 원산지 인증제를 도입하여 운용하는 것은 약 650억 원의 사회적 부가가치가 창출

○ 음식업주들의 원산지 인증제관련 인식 및 수용의사액(WTA³⁾)

- 응답자 중 약 65%가 국산 원료의 구매를 중간 공급업체를 통해서 구매한다고 응답한 반면 국산 원료 생산자와의 직거래는 14.81%로 상대적으로 낮은 비율을 보임

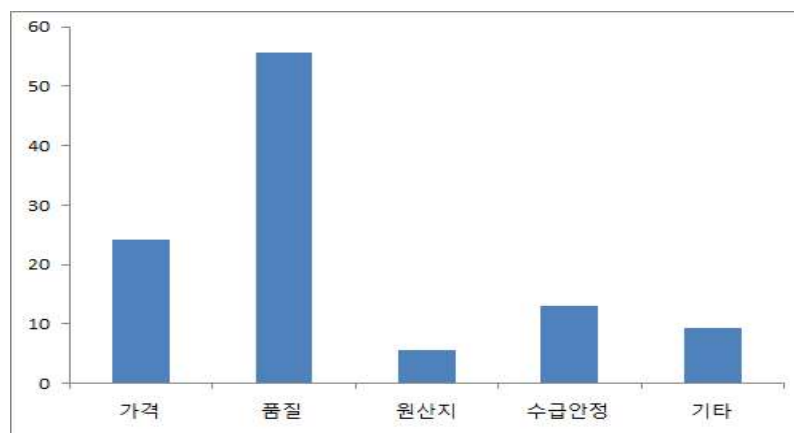


그림 2 원료 구입시 고려 사항(음식점)

- 원료 구입 시 어떤 점을 가장 고려하는 지에 대한 질문에는 품질 > 가격 > 수급안정 > 기타 > 원산지 순으로 응답
- 이는 생산자들의 원료 구입에 대한 기본적인 인식을 보여주는 것으로 약 55% 이상이 품질을 가장 우선시 하며 다음으로 가격을 검토하는 것으로 나타남
- 국산 원료에 대한 생산자들의 만족도에 대해서는 국내산 원료에 만족한다고 응답한 비율이 전체 약 65%정도로 국산 원료에 대한 만족도는 높게 나타남

3) Willingness to Accept



그림 3 국내산 원료 이용 시 문제점

- 국산 원료에 품질이나 수급에 대한 문제는 거의 발생하지 않으나 가격적인 측면 때문에 국산 원료보다는 수입산 원료를 사용하게 되는 것으로 분석

	매우 신뢰한다	어느 정도 신뢰한다	별로 신뢰하지 않는다	전혀 신뢰하지 않는다	잘 모르겠다
농산물	5.55%	<u>68.51%</u>	22.22%	1.85%	1.85%
축산물	9.25%	<u>57.40%</u>	25.92%	5.55%	1.85%
수산물	3.70%	<u>42.59%</u>	38.88%	12.96%	1.85%
가공식품	3.70%	40.74%	<u>51.85%</u>	3.70%	0%
외식·음식점	5.55%	37.03%	<u>55.55%</u>	7.40%	0%

표 2 상품군별 원산지 표시 신뢰도(음식업주 조사)

- 원산지 표시에 대한 신뢰도를 상품군별로 분석한 결과, 응답자의 절반 이상이 농수축산물의 원산지 표시에 대해서는 어느 정도 신뢰하지만 가공식품과 외식 음식점에 대해서는 별로 신뢰하지 않음

원산지 인증제 도입 참여 의사	
있다	없다
68.51%	31.48

표 3 원산지 인증제 도입에 참여의사 (음식업주 조사)

- 응답자들은 약 68%가 원산지 인증제에 참여 의사를 보인 반면 약 31%정도가 앞선 기존 원산지 표시제에 문제가 있음을 스스로 지적하였음에도 불구하고 신규 인증제 도입에 있어서는 회의적인 반응을 보임.
- 참여하겠다는 의사를 밝힌 이유로서, 추가 비용에도 불구하고 원산지 인증마크가 소비자에게 제품 신뢰도 및 만족도를 주기 때문이라고 응답한 생산자(기업)가 81.08%로 가장 많음
- 인증제에 참여하지 않겠다는 응답자의 약 60%가 인증수수료 및 인증 후 발생하게 될 인증 유지비용 문제로 응답

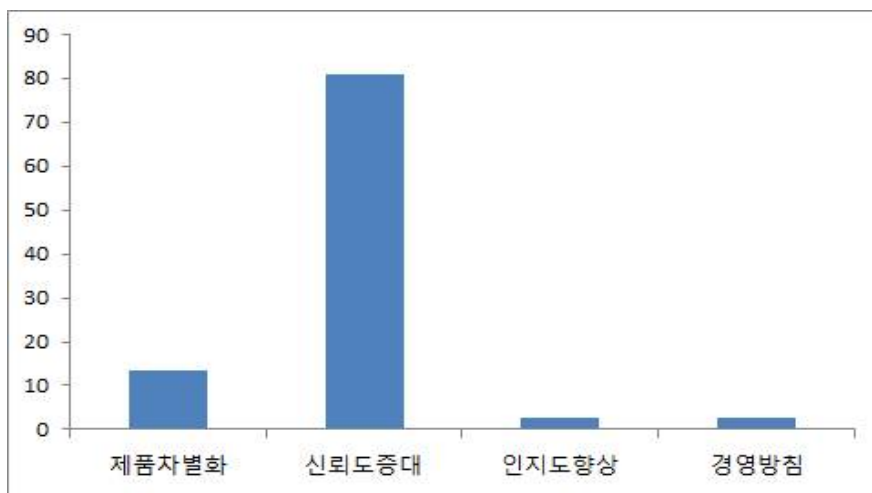


그림 4 원산지 인증제에 참여하겠다는 이유(음식업주 조사)

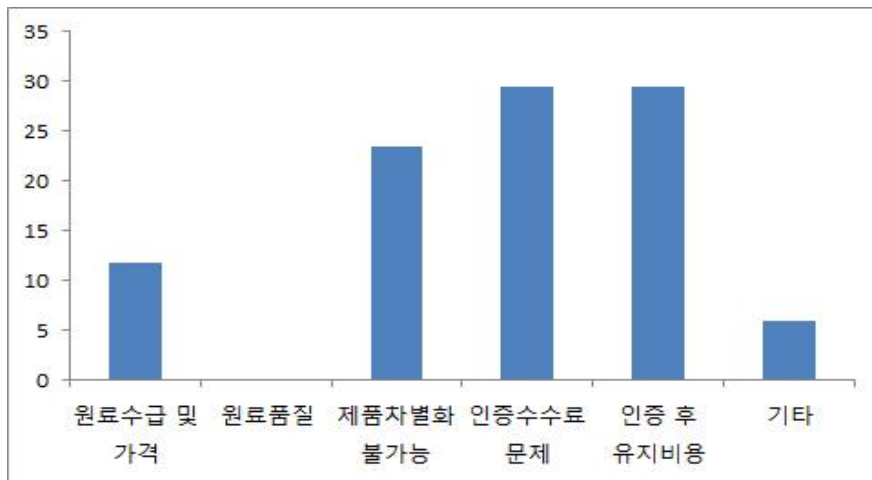


그림 5 원산지 인증제에 참여하지 않겠다는 이유(음식업주 조사)

- 원산지 인증제의 수용의사액(WTA) 즉 원산지 인증제 도입에 따라 생산자(업체)들이 추가적으로 상품가격인상을 희망하는 금액은 기존 상품 가격을 10,000원으로 하였을 때, 약 13.6% 정도의 인상을 원함.
 - 앞서 원산지 인증제 도입에 따른 소비자의 추가적인 지불의사금액(WTP)인 1,320원과 비슷한 금액으로서 소비자와 생산자가 신규 인증제에 대하여 측정한 부가가치는 상호 성립이 가능한 것으로 분석
 - 이에 원산지 인증제를 도입함에 있어서 소비자와 생산자의 경제적 수용범위는 크게 다르지 않으므로 도입 시 제도정착에 큰 문제가 없을 것으로 판단
 - 원산지 인증을 받은 제품에 일반 제품보다 13.7%의 추가 가격을 받고자 함. 이는 소비자의 추가지불의사액과 매우 비슷한 인상률을 보여 적정 가격 형성이 가능할 것으로 보임
- 가공 사업자의 원산지 인증제도에 대한 인식 및 수용의사액(WTA)
- 가공 식품 사업자들의 인식 조사 결과 품질 > 원산지 > 기타 > 수급안정 순으로 검토우선순위를 보임
 - 국산 원료에 대하여 매우 만족한다고 응답한 비율이 전체 22.6%, 만족한다는 비율은 51.6%를 차지함으로써 생산자(가공업체) 대부분이 국산 원료에 대해 만족하는 것으로 나타남
 - 국산 원료 사용에 있어 가장 큰 애로사항을 가격(58%)이라고 답했으며 수급안정 > 원료의 다양성 > 품질 순으로 조사됨

- 가공업체들이 원산지 표시 의무제도에 대해서는 설문에 응답한 100%가 ‘알고 있다’고 답했는데, 이러한 결과로 살펴볼 때 기존 제도는 큰 문제 없이 정착 완료된 것으로 해석할 수 있음
- 그러나 원산지 표시에 대한 신뢰도는 상품군별 분석결과, 별로 신뢰하지 않는다는 답변이 농산물은 6%로 미미했지만 축산물 29%, 수산물 38%, 가공식품 22% 외식음식 35% 등으로 신뢰성 문제에 있어 부정적인 의견이 상당 수 도출되었음
- 결국 기존 제도의 강화 및 보완 또는 신규 제도의 도입이 필요한 상황이라고 판단

구 분	매우 신뢰한다	어느 정도 신뢰한다	별로 신뢰하지 않는다	전혀 신뢰하지 않는다	잘 모르겠다
농산물	9.67%	<u>83.87%</u>	6.45%	0%	0%
축산물	16.12%	<u>54.83%</u>	29.03%	0%	0%
수산물	0%	<u>51.61%</u>	38.70%	9.67%	0%
가공식품	12.90%	<u>61.29%</u>	22.58%	3.22%	0%
외식·음식점	0%	<u>38.70%</u>	35.48%	25.80%	0%

표 4 상품군별 원산지 표시 신뢰도(가공업자)

- 상품 판매되는 매장에 대해서는 생협외 원산지 신뢰도가 가장 높은 것으로 나타났고 다음은 백화점=대형마트(슈퍼)>TV홈쇼핑>편의점>단체급식소 순으로 신뢰하는 것으로 나타났으며 중식당과 일식당은 원산지 표시에 있어 가장 신뢰 받지 못하는 구매 장소인 것으로 조사
- 응답한 가공업자 중 38%이상의 응답자가 현행 표시제가 어느 정도 잘 진행되고 있다고 답했으나 약 42%의 응답자는 제도 위반 단속에 문제가 있음을 지적했고 12.9%는 전혀 진행되지 않는다고 응답했는데 이는 대부분이 단속 경험이 없는 응답자의 인식을 보여주는 것으로 결국 제도 위반 단속에 어느 정도 한계가 있음을 시사

원산지 인증제 도입 참여 의사	
있다	없다
54.83%	45.16

표 5 원산지 인증제 도입에 참여의사 (가공업자)

- 신규 원산지 인증제 도입에 참여의사를 묻는 설문 결과를 살펴보면 응답자들은 약 55%가 참여 의사를 보였고 반면 약 45%정도가 앞선 기존 원산지 표시제에 문제가 있음을 스스로 지적하였음에도 불구하고 신규 인증제 도입에 있어서는 회의적인 반응을 보임
- 인증제 참여 의사가 있는 대상에게 그 이유를 묻자 추가 비용에도 불구하고 원산지 인증제에 참여할 의향이 있는 것은 소비자에게 제품 신뢰도 및 만족도를 주기 때문이라고 응답한 생산자(가공업체)가 76.47%로 가장 많았으며 제품 차별화 때문에 참여하겠다고 응답은 약 17%로 나타났고, 그밖에 국산품 보호라는 의견도 있었음
- 원산지 인증제에 참여하지 않는 이유 분석결과 가장 큰 이유는 약 53%의 응답률을 보인 제품 차별화 불가능인 것으로 나타났으며 그 다음으로 는 기타 > 인증 후 유지비용 = 원료품질 = 원료수급 및 가격 순으로 조사되었음
- 결국 실제 제도의 참여해야 할 생산자(가공업체)는 단순히 개선된 인증제만으로는 제품 차별화를 하기 힘든 점 때문에 망설이는 것을 알 수 있으므로 따라서, 신규 인증제를 통하여 제품 차별화가 가능하며 마케팅에 긍정적인 수단이 될 수 있다는 확신을 줄 필요가 있음

상품가격인상희망액		
958.62		
추가가격인상범위	Lower	Upper
	0	5,000

표 6 가공업자의 신규 원산지 인증제 수용의사액(WTA)

- 가공사업자는 원산지 인증을 받은 제품에 일반 제품보다 9.6%의 추가 가격을 받고자 함. 이는 소비자의 지불의사액보다 낮아, 소비자의 가격 저항은 없을 것으로 예상할 수 있음
- 원산지 인증제를 도입함에 있어서 소비자와 생산자(음식점)의 경제적 수용범위는 크게 다르지 않고 생산자(가공업체)의 경우는 오히려 그 수용범위가 낮으므로 제도 도입 시 정착에는 큰 문제가 없을 것으로 판단됨

□ 분석 결과

- 소비자는 원산지 인증을 받은 제품에게 그렇지 않은 제품에 비하여 13.2%의 추가비용을 지불할 용의가 있는 것으로 분석되었음
- 생산자 중 음식업주는 13.7%의 가격을 더 받는다면 인증제를 수용할 수 있는 것으로 분석되었고, 가공사업자는 9.6%의 가격을 더 받는다면 인증제를 수용할 수 있다고 분석되어 음식업주와 가공사업자 모두 소비자의 지불의사액보다 작은 가격인상률을 희망하고 있음
- 특히 음식업주의 경우에는 소비자의 추가지불 용의액과 거의 비슷한 인상액을 희망하였으므로 원산지 인증제도를 시행하더라도 소비자와, 음식업주, 가공사업자 모두에게 제도에 대한 입장의 상충이 없이 상호 수용이 가능한 것으로 분석되어, 신규 원산지 인증제도를 도입하는 것은 소비자, 음식업주, 가공사업자 모두에게 타당하다고 할 수 있음

- 소비자의 지불의사액은 자연환경, 농업, 전통, 사회제도 등 일반적으로 시장가격이 부여되지 않은 대상에 사회적 가치를 측정하는 방법⁴⁾에 이용되는데, 이번 연구에서도 같은 방법을 통하여 신규제도에 대한 사회적 가치를 측정하였음
 - 소비자의 지불의사액의 평균은 개별 소비자가 얻는 편익에 대한 가치로서 이를 전 국민이 얻는 편익으로 환산하면 사회적 가치측정이 가능
 - 원산지인증제도를 만들어 제정하여 시장에 적용한다면 그 사회적 가치는 650억 원으로 추산

- 새로운 원산지 인증제를 시행함으로써 소비자, 음식업주, 가공사업자 모두에게 적정한 편익을 제공해 주며, 식품의 안전성과 품질을 보증해 주는 인증제도로서 사회적으로 가치가 충분히 있다는 것이 검증되었으며, 보다 더 구체적인 원산지 인증기준과 관리시스템 도출이 요구됨

4) 조건부가치측정법(Contingent Valuation Method)