

산업 통계자료에 의하면, 1990년 이후 유기농제품에 대한 소비자들의 수요는 두 자릿수 이상 증가한 것으로 보였다.

이제 소비자들은 네 군데 중 세 마트에서 유기농제품을 구매할 수 있게 되었으며, 보통 유기농제품의 가격은 생산비, 공급과정에서 추가적으로 드는 비용을 고려하여 일반상품보다 높게 정해진다.

아래 그래프는, '04년부터 '10년간 소비자들이 주로 구매하는 17가지의 유기농제품과 비유기농제품 가격을 비교하여 정리한 것이다.



유기농제품 가격 프리미엄

출처: USDA, Economic Research Service

그래프의 기준이 되는 유기농제품 가격정보는 대형 식료품점에서 제공받았으며, 각 제품의 수량, 크기, 맛, 유통과정, 가격, 생산지 등의 정보를 반영하여 보다 자료의 정확성을 높였다.

17개 제품 중 시금치를 제외한 유기농제품들은 비유기농제품보다 최소 20% 이상 높은 가격을 받고 있으며, 그 중 우유와 계란이 각각 72, 82%로 가격 프리미엄이 높은 것으로 나타났다.

우유와 같은 유제품 및 계란 등은 유기농 인증을 받기위해서 소와 닭 역시 유기농사료로 키워야하며, 호르몬, 항생제를 사용할 수 없기에 생산비가 많이 들기 때문이다.

유기농과 비유기농 제품의 높은 가격차이로 우유(72%), 계란(82%)보다 가격차가 상대적으로 낮은 유기농 시금치, 그레놀라, 당근의 매출이 높았다.

유기농제품에 붙여지는 가격 프리미엄은 생산비 이외, 소비자들이 유기농 제품을 구매하고자할 때 지불할 수 있는 가격을 반영하여 책정된다.

※시사점

USDA는 7년간 식료품점에서 판매되고 있는 17가지의 유기농제품을 통해 가격 프리미엄 비율을 발표하였음.

시금치를 제외한 나머지 유기농제품들은 비유기농제품과 비교해 최소 22%(그래놀라), 최대 82%(계란) 가격 프리미엄이 있는 것으로 나타남. 가격 프리미엄이 큰 계란, 우유보다 상대적으로 적은 시금치, 그래놀라의 매출이 높으며, 유기농 유아식은 가격에 관계없이 꾸준히 팔리는 것으로 보임.

◇ 출처

USDA 2016.06.14