

## 발간하면서

오늘날 세계 각국의 소비자들은 생활수준의 제고에 따른 건강에 대한 관심 증대와 함께 식품안전 의식이 강화되고 있는 추세입니다. 이러한 추세와 맞물려 식품시장에는 인체에 유해한 성분이 적게 함유된 저농약, 무공해 식품이 등장함은 물론 이 보다 더욱 엄격한 기준 하에 생산된 유기농산물 제품시장이 성장하고 있는 추세입니다.

실제로 2006년까지 집계된 세계 유기농 인증 면적은 6억ha에 달하고, 유기농식품 거래규모는 약 3천억 유로에 달하며, 60여 개국 이상이 유기농업에 관한 규정을 마련해 두고 있는 등 유기농업 시장의 지속적인 발전이 거듭되고 있습니다.

이에 따라 우리 aT는 소비자에게 점차 각광받고 있는 세계 유기농산물 시장의 전반 동향을 살펴보고자 유기농산물의 생산규모 및 시장규모, 그리고 우리나라와 인접성 등을 고려한 5개국을 선정하여 국가별 유기농시장 현황을 조사하였습니다.

금번 조사 대상국으로 선정된 국가는 호주, 미국, 독일, 일본, 중국 등 5개국 입니다. 각 국가별 선정 사유를 살펴보면, 먼저 호주의 경우 세계 유기농 재배면적의 1/3 가량을 차지하고 있는 국가입니다. 또한 미국은 유기농 생산면적이 급속도로 확장되고 있음은 물론 시장규모가 거대한 국가이며, 독일은 유럽에서 가장 큰 규모의 유기농 시장이 형성 되어 있는 국가로 유기농업 선진국에 속하는 국가입니다. 한편 우리나라가 속해있는 아시아 지역에서는 유기농 재배면적이 가장 넓은 중국과 시장 규모가 상대적으로 큰 편인 일본을 선정하였습니다.

현재 우리나라의 유기농시장은 아직 초보 단계입니다. 따라서 우리 aT는 세계 농식품 시장의 변화추이를 감안하여 위와 같이 선정된 5개국의 유기농산물 시장동향을 살펴봄으로써, 향후 우리나라 유기농산물 시장의 발전을 위한 밑거름을 마련하고자 이 자료집을 발간 하게 되었습니다.

아무쪼록 이 자료집이 우리 유기농식품 시장의 발전에 도움이 될 수 있기를 바라며, 앞으로도 우리 aT는 수출농업지원 전문기관으로서 농업인 여러분의 든든한 버팀목이 되겠습니다.

2007. 11

**aT 농수산물유통공사**  
정보서비스본부장 **김원태**

# Contents

3	<b>발간사</b>
5	<b>미국</b>
9	Ⅰ. 유기농시장 개황
10	Ⅱ. 생산동향
18	Ⅲ. 유통동향
35	Ⅳ. 소비동향
40	Ⅴ. 교역동향
42	Ⅵ. 유기농식품 관련 규정 및 법규
49	Ⅶ. 향후전망
69	<b>독일</b>
73	Ⅰ. 유기농시장 개황
74	Ⅱ. 생산동향
80	Ⅲ. 유통동향
96	Ⅳ. 소비동향
101	Ⅴ. 교역동향
105	Ⅵ. 유기농식품 관련 규정 및 법규
116	Ⅶ. 향후전망
121	<b>호주</b>
125	Ⅰ. 유기농시장 개황
126	Ⅱ. 생산동향
138	Ⅲ. 유통동향
153	Ⅳ. 소비동향
155	Ⅴ. 교역동향
161	Ⅵ. 유기농식품 관련 규정 및 법규
168	Ⅶ. 결론 및 향후전망
177	<b>일본</b>
181	Ⅰ. 유기농시장 개황
182	Ⅱ. 생산동향
198	Ⅲ. 유통동향
214	Ⅳ. 소비동향
217	Ⅴ. 교역동향
221	Ⅵ. 유기농식품 관련 규정 및 법규
231	Ⅶ. 향후전망
241	<b>중국</b>
245	Ⅰ. 유기농시장 개황
248	Ⅱ. 생산동향
267	Ⅲ. 유통동향
274	Ⅳ. 소비동향
286	Ⅴ. 교역동향
293	Ⅵ. 유기식품 관리제도 및 인증제도
311	Ⅶ. 향후전망



# Contents



9

## I. 유기농시장 개황

10

## II. 생산동향

10

### 1. 유기농의 배경과 유기농식품의 정의

10

가. 발전현황

11

나. 유기농의 정의

12

다. 유기농산물 관련 정책

12

### 2. 생산동향

12

가. 전체 농산물 생산 대비 점유율

13

나. 주요 생산품목

16

다. 주요 생산지

18

## III. 유통동향

18

### 1. 주요 유통구조

18

가. 과일 및 채소류

19

나. 허브류

19

다. 가공식품

20

라. 축산물

20

### 2. 주요 취급점

21

가. 식품 생산 업체

21

나. 전문매장

21

다. 대형매장 등

21

라. 기타

21

### 3. 주요 유기농 취급점의 현황

21

가. Whole Foods Market

25

나. Wal-Mart

26

다. Costco

28

### 4. 주요 판매 품목

- 30 5. 유통제품 특징
- 30 가. 가격동향
- 30 나. 포장형태

#### 35 IV. 소비동향

- 35 1. 유기농시장규모
- 36 2. 소비자 구매동향
- 36 가. 구매 일반동향
- 37 나. 품목별 구매동향

#### 40 V. 교역동향

- 40 1. 수출동향
- 40 2. 수입동향

#### 42 VI. 유기농식품 관련 규정 및 법규

- 42 1. 유기농 표준
- 43 2. 라벨링 규정
- 48 3. 심사 및 인증 절차

#### 49 VII. 향후전망

- 49 가. 수출유망품목 전망
- 52 나. 한국산 진출방안

- 55 ※ 참조 1 : 유기농 전문 생산 수입 유통업체 리스트
- 61 ※ 참조 2 : 유기농 관련 정부기관
- 65 ※ 참조 3 : 유기농산물 인증기관



## I. 유기농시장 개황

- 미국은 전 세계에서 가장 큰 유기농식품 소비시장이며, 동시에 가장 큰 생산국이자 수출국임
  - '06년 6월 유기농산물무역협회(Organic Trade Association)에서 조사한 자료에 의하면 '05년 미국의 유기농식품 매출액은 전년대비 16.2% 성장한 138억불에 이르며 '07년도에는 180억불을 넘어설 것으로 전망
  - 미국 전체 농경지 대비 유기농 재배 면적비율이 '02년도 기준 0.3% ~ 0.5%수준으로 매년 증가 추세
- '02년도 미국의 국가 유기농프로그램(National Organic Program, NOP) 이행으로 유기농 식품의 일관된 국가 유기농 표준에 따라 생산, 가공, 인증되었음을 소비자들에게 확신 시켜주고 있음
- 또한 건강식품 및 영양식품에 대한 소비자의 수요급증 및 유통채널의 증가가 시장의 성장을 주도
  - 과거 유기식품이라는 특수한 소비층을 노린 특수한 소매점에서 판매되고 있다는 인식이 많았지만 최초 식품소매점과 Safeway, Alberton's, Kroger 등의 슈퍼마켓 및 저가 판매로 유명한 Wall-Mart에서 유기농 식품을 취급하는 등 대중화 추세로 가고 있음
- 미국에서 판매되는 가장 유기농식품은 과일 및 야채로 '05년도 유기농식품 전체 매출액은 39%를 차지하며, 금액기준으로 54억불에 달함

## II. 생산동향

### 1. 유기농의 배경과 유기농식품의 정의

#### 가. 발전현황

- '92년부터 유기농 채택 농가가 급속도로 증가하였지만, 전체 농가에서 차지하는 비율은 아직은 적은 분야로 '97년의 경우 전체 곡물 면적의 0.2%에 불과함. 그러나 '05년 현재 유기농 총면적은 4백만 에이커로 전년대비 100% 증가하는 등 급속 성장을 보이고 있으며, 향후 더욱 확대될 전망이다
- 유기농 채택을 저해하는 요소는 유지비용과 새로운 농법으로 전환하는 데 따르는 위험부담, 유기농업시스템에 대한 이해부족, 기본시설의 부재, 마케팅 능력 부족, 가공 및 유통업체의 부족, 한정된 자본 등이 있음
- 유기 농산물 생산을 증가시키기 위한 정부의 노력은 제품의 품질 보증과 주(State)간 유기 농산물 교역을 활발하게 하기 위한 전국 유기농산물 인증서 표준을 맞추는 데 초점을 맞추었는데, '97년 당시 12 개 주 에서 인증하는 프로그램을 포함하여 전국적으로 총 40개의 유기 농산물 인증 프로그램이 가동되고 있었음
- '90년 미 유기식품 생산법과 '02년 시행된 국가 유기농 프로그램 (NOP<sup>1)</sup>)은 구매하는 유기농 식품이 일관된 국가 유기농 표준에 따라 생산, 가공, 인증되었음을 소비자들에게 확신시켜 주기 위한 것임
- NOP의 표시 요건은 유기농 성분을 포함하고 있는 원재료, 신선제품 및 가공식품 등에 적용되며 유기농으로 판매, 표시, 또는 표현된 식품은 NOP 표준에 의거 생산, 가공되어야 함
- 인증을 받은 사업자는 제품 또는 성분을 유기농으로 표시할 수 있으며, "USDA 유기농" 인증표시를 사용 할 수 있음

1) The national organic program, [www.ams.usda.gov](http://www.ams.usda.gov)

## 나. 유기농의 정의

- 미 농무성(USDA)의 규정에 따르면, “유기농”이란 식품 및 섬유를 모두 포함하여 농산물을 경작하고 가공하는 방식을 지칭하는 분류 용어임
  - 즉 "유기농(organic)"이란 식품과 섬유 제품 등 농산물의 생산 및 가공 방식을 나타내는 용어로서 생태 환경학적인 생산의 관리 방법, 즉 생물의 다양성을 유지하며, 생물학적 주기와 토양의 생물학적 활동을 증진시키는 농법으로 국가 유기농 프로그램인 'National Organic Program'의 최소조건을 만족시켜야 함
  - 유기 농산물은 3년간 화학비료와 농약을 전혀 사용하지 않은 농토에서 화학비료와 농약을 사용하지 않고 재배한 작물을 말하며, 유기농 육류, 가금류, 계란과 유제품 등도 항생제투여나 성장 호르몬 사용을 하지 않은 가축으로부터의 생산물을 칭함
  - 한편, 유기 식품은 인공 원료나 방부제 또는 방사선을 전혀 사용하지 않으며 최소한으로 가공 처리됨. 또한 유기농 식품의 원재료는 유기농 종자 사용이면 더욱 좋겠지만 비 유기농 종자도 상관없으나, 유전자 변형종자, 방사선 처리나 하수물 찌꺼기 등의 사용은 금지됨
  - 이러한 유기농 제품 및 식품의 인증을 위해서는 3년간 화학 살충제, 생물학적으로 변이된 유전자, 합성비료 등을 사용하지 않고 유기비료를 사용해야 하는 등 까다로운 절차를 거쳐야 함
  - 또한 인증을 받은 후에도 지속적으로 미국 농무성의 감독을 받아야 하는 번거로움이 있으나 유기농제품의 높은 수익성으로 인해 자연식품에서 유기농 식품으로 전환을 꾀하는 업체가 증가하고 있음
- 한편, 자연 식품과 유기농 식품의 차이는 방목, 호르몬 미사용 등을 통해 자연식품이라 표기는 할 수 있지만, 유기농 식품표기는 미농무성 (USDA) 유기농 규정에 맞아 인증된 것에 한함

## 다. 유기농산물 관련 정책

### ■ 유기농 연구 프로그램 현황

- 유기농업을 위한 연구 기금은 규모는 농업보조금에 비해 매우 적지만, 최근 '06년 9월에 USDA는 Integrated Organic Program과 Cooperative State Research, Education and Extension Service (CSREES)를 통하여 경쟁력을 높이고 유기농 기술 개발을 위해 460만불을 업체에 지원한 것으로 나타남

- 이 가운데 통합 유기농 프로그램(Integrated Organic Program)은 통합적인 연구와 교육 그리고 확대 활동을 통하여, 일어 날 수 있는 중요한 농업 문제, 우선순위 또는 문제점들을 해결하기 위해 아래와 같은 2개의 프로그램으로 운영됨

#### ① 유기농 과도 프로그램 [Organic Transitions Program(ORG)]

- 유기농 생산자들의 경쟁력을 높이기 위하여 연구 확대 그리고 교육 프로그램을 개발

#### ② 유기농 연구 확대 기구

[Organic Agriculture Research and Extension Initiative(OREI)]

- 이미 유기농 기준을 적용하고 있는 생산자들에게 더 좋은 질의 유기농 식품, 유기농 사료, 유기농 섬유를 만들 수 있도록 연구 프로그램

- 유기농 생산자에게 경쟁력을 높이고 이미 유기농 기준을 사용하고 있는 업자들에게는 품질을 높일 수 있도록 하기 위하여 12 주의 10개의 대학에 자금지원

## 2. 생산동향

### 가. 전체 농산물 생산 대비 점유율

- 전체 농경지 재배 면적 대비 유기농 재배 면적은 '92년의 0.09% 대비 '05년에는 0.51% 로 466% 증가하였으며 '04년과 '05년 사이 미국의 유기농 재배 면적이 400,000 hectares 증가

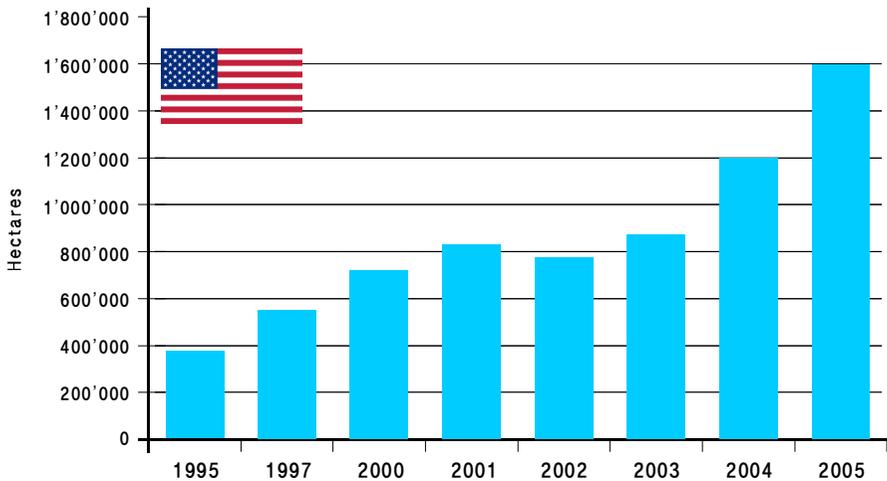
### 〈주요 연도별 전체 농경지 대비 유기농 재배 면적〉

(단위 : 1,000ha)

구 분	1992	1997	2002	2005
전체 농경지	435,366	445,325	434,165	340,650
유기농 재배 농경지	403.4	850.1	1,299	1,723
비 율	0.09%	0.19%	0.30%	0.51%

자료) USDA, ERS/ Data Sets, Organic Production

### 〈미국의 유기농산물 경작지 증가 도표〉



자료) USDA, ERS

### 나. 주요 생산품목

- '05년 기준 미국 유기농 총면적은 약 4백만 에이커로 '02년의 약 2백만 에이커 대비 200% 증가하였으며, 전체 농작물 및 목초지 면적 대비 유기농 재배면적이 차지하는 비율은 0.51% 임
- 이 중 농작물은 '02년에 1,300천 에이커에서 '05년에 1,723천 에이커로 33% 증가
- 목초지는 626천 에이커에서 2,331천 에이커로 372% 증가

- 품목별로 신선 제품은 밀, 옥수수, 대두, 콩, 면화, 기타곡물, 견과류, 과일과 채소, 축산물 등이 있으며, 가공 식품으로는 과일과 야채, 면류, 소스류, 냉동 주스, 냉동 식사류, 우유, 아이스크림류, 다양한 냉동제품, 곡류, 쇠고기, 돼지고기, 가금류, 빵, 스프, 과자, 맥주, 포도주, 보드카, 영유아식 등 다양한 제품이 생산되고 있음
- 주요 곡물과 종자유 보다는 과일, 채소류 및 기타 고부가가치 특수작물의 재배 활발
  - 상추, 토마토, 견과류, 포도 등이 최고 재배 작물로 해당 작물군 전체 경작면적의 1-4% 차지
  - 당근 5.80%, 감귤 1.08%, 사과 3.35%, 옥수수 0.16%, 대두 0.17%, 땅콩 0.72%, 감자 0.59% 차지
- 유기농 우유 및 육류의 수요가 증가함에 따라 '05년 미국에서 유기적으로 사육한 축산물 수가 '03년 보다 눈에 띄게 증가
  - 유기농 사육 젖소의 숫자는 '02년의 67,207마리에서 '05년 87,082마리로 30% 증가
  - 소, 돼지, 양 등 유기적으로 사육된 축산물 수는 '02년 108,362 마리에서 2005년 196,506 마리로 81.34% 크게 증가
  - 양계, 육계, 칠면조 등 유기적으로 사육된 가금류 수는 '02년 6,270,181 마리에서 '05년 13,757,270 마리로 119% 크게 증가

〈 주요 작물별 공인 유기 농산물 경작지 〉

품 목	전체 유기 농경지 (Acres)				변화율 2002-2005 (%)	2005전체 농산물 토지 (에이커)	유기농산물 토지 비율 (%)
	2002	2003	2004	2005			
미국 전체	1,925,534	2,196,874	3,045,109	4,054,429	111%	796,436,717	0.51%
전체 목장과 방목장	625,902	745,273	1,592,756	2,331,158	273%	455,786,634	0.51%
<b>전체농경지</b>	<b>1,299,632</b>	<b>1,451,601</b>	<b>1,452,353</b>	<b>1,723,271</b>	<b>33%</b>	<b>340,650,083</b>	<b>0.51%</b>
옥수수	96,270	105,574	99,111	130,672	36%	81,759,000	0.16%
밀	217,611	234,221	214,244	277,487	28%	57,229,000	0.48%
귀리	53,459	46,074	42,616	46,465	-13%	4,246,000	1.09%
보리	34,031	30,265	26,629	39,271	15%	3,875,000	1.01%
사탕수수	3,043	4,152	4,453	6,042	99%	6,454,000	0.09%
쌀	22,381	20,152	22,173	26,428	18%	3,384,000	0.78%
스켈트밀	6,939	9,719	6,203	8,169	18%	--	--
기장	17,575	26,935	21,036	14,175	-19%	565,000	2.51%
메밀	8,388	8,086	7,960	6,364	-24%	--	--
호밀	9,644	11,616	10,289	8,597	-11%	1,433,000	0.60%
<b>콩류</b>							
대두	126,540	122,403	114,239	122,217	-3%	72,142,000	0.17%
건콩	2,430	9,836	7,642	10,561	335%	1,659,300	0.64%
완두콩 & 렌즈콩	7,476	16,188	15,893	17,757	138%	571,000	3.11%
<b>종자유</b>							
아마	20,484	14,940	35,104	30,843	51%	983,000	3.14%
해바라기	7,624	7,121	9,742	6,087	-20%	2,709,000	0.22%
<b>건축, 목초 모든 타입</b>	<b>267,827</b>	<b>327,538</b>	<b>356,590</b>	<b>411,342</b>	<b>54%</b>	<b>61,649,000</b>	<b>0.67%</b>
<b>채소류</b>							
토마토	3,406	3,866	4,084	6,655	95%	411,840	1.62%
상추	10,475	11,930	13,457	11,986	14%	324,500	3.69%
당근	8,684	7,943	6,070	5,737	-34%	98,870	5.80%
<b>모든 채소류</b>	<b>69,887</b>	<b>78,905</b>	<b>86,822</b>	<b>98,525</b>	<b>41%</b>	<b>2,114,110</b>	<b>4.66%</b>
<b>과일류</b>							
견과류	7,558	10,385	11,391	15,986	112%	943,300	1.69%
감귤류	7,377	11,724	13,141	10,152	38%	939,000	1.08%
사과	13,242	13,902	12,554	12,772	-4%	381,160	3.35%
포도	16,018	21,041	19,974	22,800	42%	934,750	2.43%
<b>모든 과일</b>	<b>60,693</b>	<b>77,989</b>	<b>80,707</b>	<b>97,277</b>	<b>60%</b>	<b>3,911,200</b>	<b>2.48%</b>
<b>허브류</b>							
원예작물, 그린하우스, 채소류와 약초	25,782 489	24,598 12	7,213 -	5,250 -	-80% -	- -	- -
Wildcrafted							
<b>그 외 농경지</b>							
면	10,551	9,875	9,213	9,537	-10%	14,195,400	0.07%
땅콩	5,134	5,698	9,514	11,940	133%	1,657,000	0.72%
감자	6,593	6,569	7,300	6,581	-1%	1,107,200	0.59%
단풍나무시럽을 위한 나무	1,121	1,514	13,357	12,247	993%	-	-
휴경지	64,668	83,003	116,582	165,040	155%	16,559,229	1.00%

주 ) -는 경지 없음을 의미

자료 ) USDA, Economic Research Service, Data Sets/ Organic Production/Table 3

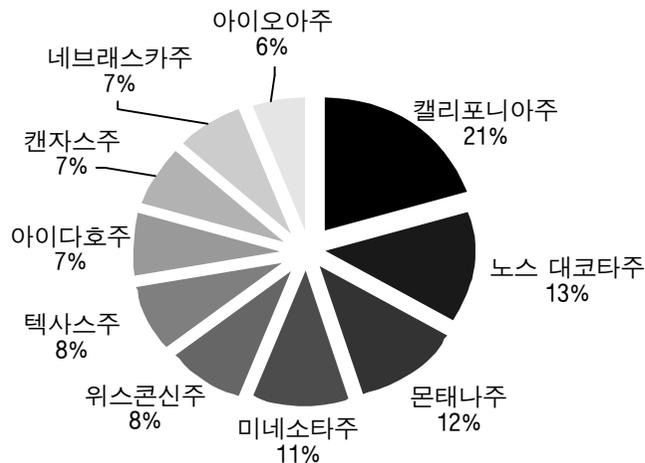
### 〈 주요 유기 가축 및 가금류 사육수 〉

미국의 등록된 동물	2002	2003	2004	2005	변화율 2002-2005 (%)	미국 동물 2005	인증된 유기농/ 전체 (%)
<b>가축</b>	108,362	124,346	157,253	196,506	81	162,917,000	0.12
소	23,384	27,285	36,662	36,113	54	32,915,000	0.11
젓소	67,207	74,435	74,840	87,082	30	9,058,000	0.96
기타 소	10,103	11,501	36,598	58,822	482	53,517,000	0.11
돼지	2,753	6,564	4,883	10,018	264	61,197,000	0.02
양	4,915	4,561	4,270	4,471	-9	6,230,000	0.07
<b>가금류</b>	6,270,181	8,780,152	7,304,566	13,757,270	119		
양계	1,052,272	1,591,181	1,787,901	2,415,056	130	347,917,000	0.69
육계	3,032,189	6,301,014	4,769,104	10,405,879	243	8,740,650,000	0.12
칠면조	305,605	217,353	164,292	144,086	-53	-	-
기타	1,880,115	670,604	583,269	792,249	-58	-	-
<b>전체 인증된 농장</b>	7,323	8,035	8,021	8,493	16	-	-

자료) USDA, Economic Research Service, Data Sets/ Organic Production/Table 2

### 다. 주요 생산지

- 주요 생산지역은 유기농산물 재배면적을 기준으로 살펴볼 수 있는데 재배면적 기준으로 캘리포니아주, 노스 대코타주, 몬태나주, 미네소타주, 위스 콘신주 등이 상위 5개 지역임



- 유기농 인증농가수는 캘리포니아주, 위스콘신주, 워싱턴주, 아이오아주, 미네소타주 등의 순으로 많이 분포하고 있음

### 〈 2005년 주별 유기농산물 인증 건수 〉

순 위	구 분	인증된 농장	유기농 재배 면적 (에이커)	
1	캘리포니아주	1,738	캘리포니아주	222,557
2	위스콘신주	580	노스 대코타주	143,322
3	워싱턴주	527	몬태나주	126,450
4	아이오아주	453	미네소타주	116,813
5	미네소타주	433	위스콘신주	91,030
6	뉴욕주	427	텍사스주	87,124
7	버몬트주	366	아이다호주	81,220
8	오리건주	317	캔자스주	80,180
9	펜실베이니아주	308	네브래스카주	77,820
10	메인주	288	아이오아주	64,158

자료) USDA, Economic Research Service, Data Sets/ Organic Production

### III. 유통동향

#### 1. 주요 유통구조

##### 가. 과일 및 채소류

- 농장에서 생산된 과채류는 운송업체를 거쳐 도매상이나 브로커를 통해 일반슈퍼마켓, 자연식품 전문점 등 소매업체로 유통되고 대형슈퍼마켓의 경우 운송업체와 직거래하기도 하며, 생산자가 농가 마켓(Farmers market) 등을 통해 소비자에게 직접 판매하기도 함



- 판매동향
  - '05년 기준 유기농 과일 및 야채는 전체 유기농 상품 판매액의 39%를 차지하며 금액으로는 53억6,900만불에 이릅니다
  - '05년 기준 주요 판매점은
    - 일반 슈퍼마켓에서 유기농 과채류 판매액은 15억불로 28% 차지
    - 자연식품 전문점에서 유기농 과채류 판매액 비율은 전체의 26%로 14억5,000만불
    - Costco 및 Sam's Club와 같은 도매시장은 2억3,000만불로 4% 차지
    - 파머스 마켓(farmers market)은 4억6,000만불에 8.6% 차지

- 가격동향

- '06년 보스톤 터미널 마켓의 유기농산물 가격은 유기농 브로컬리가 일반 브로컬리의 252%, 당근은 247%, 딸기는 191%, 사과(골든덜리셔스)는 136%, 바나나 139% 였다

## 나. 허브류

- 최종 제품으로서의 허브류

- 생산자 → 소비자
- 생산자 → 가공업체 → 도매업체 → 소매업체

- 중간재로서의 허브

- 생산자 → 가공업체 → 제조업체

- 중간재를 제외한 대부분의 유기농 허브류는 인터넷이나 파머스 마켓 등을 통해 지역에서 소비자들에게 직접 판매되며 나머지 자연식품 전문점 등에서 주로 판매되거나 최근 취급하는 일반 슈퍼마켓의 수도 증가 추세

- 음식, 건강보조식품, 바디 로션 등 미용용품의 재료로 사용되며 이중 음식용으로는 조미료로 소비자들에게 판매되거나 가공식품의 재료로 제조업체에 대량 판매

## 다. 가공식품

- 유기농 가공식품은

- 생산자 → 제조업체 → 도매업체 → 소매업체
- 생산자 → 운송업체 → 제조업체 → 도매업체 → 소매업체를 통해 유통

- 유기농 가공식품의 종류는 냉동 채소류, 국수류, 채소류 통조림, 소스류, 기타 건조식품 등으로 제조업체는 품질 유지를 위해 꾸준한 유기농 재료의 공급이 관건

- 유기 가공식품은 전체 유기농 상품 판매액의 17%를 차지

- 유기농 포장식품 13%, 간식 식품 5%, 소스류 및 양념류 2%

- 자연식품 전문점 판매현황
  - 유기농 포장식품의 판매는 2005년 17억5,800만불에 19.4% 증가
  - 간식 식품 판매는 6억6,700만불에 18.3% 증가
  - 소스류 및 양념류는 3억4,100만불에 24.2% 증가

## 라. 축산물

- 전국적인 축산물 유통구조
  - 소 농장 → 목장 농장 → 가공업체 → 소매업체
  - 소 농장 → 목장 농장 → 농장 → 가공업체 → 도매업체 → 소매업체
- 현지 도매 : 소 농장 → 목장 농장 → 소비자
- 최근의 유기음식 산업 중에서 유기육류는 가장 빨리 증가하고 있으며, 가금류는 유기육류의 2/3에 이르며, '05년에 가금류 소매 판매액은 1억6,100만불
  - 육류, 생선 및 가금 식품의 판매는 '05년도에 2억5,600만불로 55.4% 증가
  - 낙농제품 판매는 21억4,000만불에 23.6% 증가
- 유기육류의 소비가 증가하고 있는 이유는 사람들이 가축에 항생제나 성장 호르몬을 사용여부에 대한 의구심, 환경과 동물을 잘 보전하기를 원하기 때문임

## 2. 주요 취급점

- Whole Food Markets"(매출 47억불), "Trader Joes"(개인기업), "Wild Oats Markets"(매출 약11억불) 등 유기농 및 자연식품, 건강식품 판매 전문점의 매출이 지속적으로 증가하며 매장 수를 늘리고 있고, 일반 슈퍼마켓 체인점에도 유기농 취급범위를 늘리고 있음
  - 유기농 제품은 수요에 비해 공급이 부족하여 일반 제품의 두 배 이상 가격에 판매되며, 매년 10% 이상의 성장을 보이며 2007년에는 180억 달러를 넘어설 것으로 예상됨에 따라 취급 업체 및 규모 확대

### 가. 식품 생산 업체

- Del Monte Food : 유기농 야채, 육류, 콘, Green Bean, Peas, 소고기 및 닭 수프 등
- Kraft Foods : 유기농 견과류

### 나. 전문매장

- Whole Food(낙농제품, 견과류, 곡류, 야채, 과일 등), Wal Mart(낙농제품, 시리얼 등), Costco(야채 및 과일류 등)

### 다. 대형매장 등

- Schnuck Markets : 120여가지의 시리얼, 과일 잼, 캔 야채, 쌀, 우유, 국수류, 땅콩버터, 두유, 커피, 차류 등
- Safeway : "O Organic" 브랜드의 육아용, 6-12살용 및 성인용 유기농 식품류

### 라. 기타 - 학교 및 일반식당 등

- National Restaurant Association's 2007에 따르면 전국 식당중 52% 고급식당, 42% 일반식당 및 27%의 가족용 식당이 유기농 메뉴를 제공하고 있다고 조사되었으며 캘리포니아 Bolinas-Stinson Union 학교 구역의 2개 학교에서 유기농 점심 프로그램을 학생들에게 제공하기 시작하였으며 시카고의 Swedish Covenant병원에서는 입원환자들에게 유기농 식단을 제공하고 있음

## 3. 주요 유기농 취급점의 현황

### 가. Whole Foods Market

: 세계 최대의 자연식품 · 유기식품 슈퍼마켓 체인점



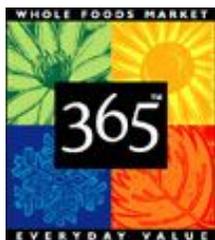
## ● 현황

- Whole Foods Market은 쾌적한 매장 환경과 넓은 공간 배치 속에서 유기 농산물을 전문으로 하는 대형 슈퍼마켓으로 중산층 이상 소비자들의 건강 및 고급 음식 문화에 선두를 달리고 있음
- '80년 텍사스주 오스틴에서 19명의 직원으로 시작된 Whole Foods Market은 설립 27년이 되는 지금 북미지역에 180개의 체인점을 가진 세계 최대의 자연식품 및 유기식품 전문 체인점으로 발전하였음
- '06년 총 판매액은 47억불로 '03년도 31억불대비 52%의 급격한 상승세를 보이고 있으며 이와 같은 성장세는 유기농산물 시장 증가세에 힘입어 상당기간 지속될 것으로 전망되고 있음
- 미국 내 뿐만 아니라 전 세계에서 식품을 공급받고 있는 Whole Foods Market은 "Whole foods, Whole People, Whole Planet"을 모토로 최고 품질, 최소 가공, 최상의 맛을 내는 식품(Whole foods) 공급, 사람이 기업이윤 창출의 중심이라는 사고 하에 직원들의 창조적인 역량 발휘와 동기 유발이 가능한 근무환경(Whole People) 제공, 지속 가능하고 환경 친화적인 농업 활동 및 지역사회 봉사활동 등의 정책적 지원(Whole Planet)에 역점을 두고 있음

## ● 라벨

- Whole Food Market은 미국 각 지역 및 전 세계에서 공급되는 4개의 라벨이 아래와 같이 있음. 이들 제품은 엄격한 미 농무부 라벨링 규정을 준수함과 동시에 현재 FDA에서 진행 중인 알러지 유발성분 표시관련 규정에 대한 정보 제공 및 예방 차원에서 준수하고 있음

### (1) 365 Every Day Value



'97년 5월 소개된 Whole Foods Market 최초의 브랜드로서 자연식품 및 유기식품 전반을 취급하고 있음. 구체적인 품목으로 곡물류, 콩류, 미용용품, 커피류, 양념류, 유지류, 과자류, 크랜베리 소스, 낙농제품, 냉동식품(과채류, 식사류, 새우, 감자 등), 곡물가루, 주스류, 견과류, 견과류 버터, 과일 잼, 영양바, 국수류, 소스류, 탄산음료, 스프류, 토마토 가공제품, 참치 및 병물 제품 등이 있음

## (2) 365 Organic Everyday Value



'02년 10월 소개된 농무부 인증 유기농산물 전용 브랜드로, 대량으로 구매하여 경쟁력 있는 가격으로 공급하며, 신선 농산물, 사과 소스, 버터, 스낵류, 드레싱, 영양바, 주스, 견과류 버터, 국수류, 소스류, 양념 및 소스류, 탄산음료, 곡물음료, 콩식품, 낙농제품, 각종 냉동식품 등에 걸쳐 다양한 상품이 마련되어 있음

## (3) Authentic Food Artisans(AFA)



'03년 3월 소개된 유기 식품 및 와인의 명품 브랜드로서, 전 세계에서 전통적으로 제조되는 최고의 유기 식품들에 AFA 마크를 부착함. 일반적으로 예술가적 열정과 장인 정신으로 전통적인 방식에 의해 제조되는 소규모 가족운영 업체의 제품들임. 전 세계에서 명품 식품들을 선택하고 있으며, 현재까지 이태리산 Carnaroli 쌀, 과테말라의 해발 5,020 feet의 화산지대에서 재배되는 커피, 캘리포니아산 치즈, 그리스와 스페인의 올리브유, 이태리산 식초, 이태리산 국수, 하와이산 꿀 제품 등이 있음

## (4) WHOLE KIDS ORGANIC



'98년 10월, 어린이를 위해 개발된 최초의 유기 농산물 브랜드로, 부모와 어린이가 모두 만족할 만큼 맛과 영양에서 우수한 제품들임. 사과소스, 시리얼, 와플, 냉동 닭 가공제품, 주스류, 두유, 땅콩버터, 팝콘, 막대치즈, 핫 초콜릿, 마카로니 치즈 등 어린이가 좋아하는 식품 중심임

● 납품 방식

- Whole Foods Market은 전 세계에서 유기 농산물을 공급받고 있음. 미국 전역이 9개의 지역별 사무실로 구분되어 있으며, 납품을 원하는 업체는 상세한 제품 정보 및 샘플을 해당 지역 사무실에 제공하면 제품 범주별 구매 담당자가 지역별로 차별화된 검토 절차를 거쳐 납품 여부를 결정하며, 관심 있는 품목에 한해 업체에 통보 함
- 제품 범주는 ① 건조, 냉동 식품, 낙농제품 등이 포함된 식료품(Grocery) ② 건강보조식품(Nutrition) ③ 농산물(Produce) ④ 육류(Meat) ⑤ 수산물(Seafood) ⑥ 치즈, 맥주, 와인 등 특수식품(Specialty) 등 6개로 나누어져 있으며, 기타 식품은 본사에 별도로 담당하는 부서가 있음. 단, 처음 납품 신청을 할 때는 제품 범주와 상관없이 해당 지역 사무실에 우선 접촉해야 함

● 관할 구역별 연락처

지 역	연 락 처	해 당 주
National Office	601 North Lamar, Suite 300 Austin, TX 78703 Tel 512.477.4455/Fax 512.477.1301	본 부
North Atlantic	Three Charles River Place 63 Kendrick Street, Needham, MA 02494-2708 Tel 781.444.0700/Fax 781.444.0755	Connecticut, Massachusetts New Jersey, New York Rhode Island
Mid-Atlantic	6015 Executive Blvd. Rockville, MD 20852-3810 Tel 301.984.4874/Fax 301.984.2064	Kentucky, Maryland, Virginia, New Jersey (Marlton only) Pennsylvania, Washington D.C.
South	Georgia Office 1180 Upper Hembree Rd. Roswell, GA 30076 Tel 770.667.8878/Fax 770.772.9050	Georgia North Carolina
Florida	7700 Peters Road Plantation, FL 33324 Tel 954.370.4800/Fax 954.370.3940	Florida
Midwest	3241 N. Lincoln Ave Chicago IL 60657-1110 Tel 773.755.1500/Fax 773.755.2452	Illinois, Michigan, Minnesota, Missouri, Wisconsin, Toronto, Ontario, Canada
Southwest	1105 N. Lamar, Suite 200 Austin, TX 78703 Tel 512.391.8400/Fax 512.477.4293	Colorado, New Mexico, Louisiana, Texas
Northern Pacific	5980 Horton Street Suite 200 Emeryville, CA 94608 Tel 510.428.7400/Fax 510.428.7410	Northern California Oregon Washington
Southern Pacific	15315 Magnolia Blvd, Suite 320 Sherman Oaks, CA 91403 Tel 818.501.8484/Fax 818.990.7089	Southern California Arizona, Nevada

## 나. Wal-Mart

: 세계 최대의 소매 유통점



Wal-Mart Supercenters range from 106,000 square feet to more than 290,000 square feet and offer shoppers a wide variety of goods and services.

〈월마트 외관〉



Wal-Mart's wide aisles and broad selection of merchandise accommodate 100 million shoppers a week.

〈월마트 식품 매장〉

### ● 현황

- '06년도 기준 미국의 월마트 슈퍼 센터 매장 수는 1,929개이며, 총 판매액이 3,173 억불이며, 한국, 중국, 멕시코, 독일, 캐나다 등 세계 9개국에 1,100개의 매장과, 전세계 고용인수 1.3백만명에 이르는 세계 최대의 소매유통 업체임
- 의류, 약제사리, 정원용품, 건강 및 미용용품, 전자제품, 약국 등을 포함한 36개의 일반 상품 매장과 제과, 델리, 냉동식품, 육류 및 낙농제품, 신선농산물, 가공식품 등 전 분야를 망라하는 식품 매장이 있으며, 매장 규모는 지역에 따라 10만 - 22만 평방 피트이며 매장당 200-550명의 종업원이 있고 24시간 영업함
- 제품을 납품하기 위해서는 바이어 접촉에서부터 최초 주문 시까지 1년 이상의 시간이 소요되므로 대형유통업체 진출을 위해서는 많은 인내심과 노력이 필요함. 또한 대형업체들과의 거래는 지나치게 짧은 납기일 설정 및 하자에 대한 엄격한 보상 의무 등 까다로운 조건으로 인해 거래 시 많은 주의가 요구됨

● 관할 구역별 연락처

지 역	연 락 처	해 당 주
미 국	702SW 8th St, BENTONVILLE Tel 479.273.4000/ Fax 479.273.6738 Homepage: wal-mart.com Email: public@wal-mat.com	미주 본부
캐 나 다	1940 Argenita Rd. Tel 905.821.2111/Fax 905.905.6828	캐나다 본부

다. Costco

: 한국산 제품이 첫 판매된 대형 할인 매장 체인



〈Costco 매장 전경〉

● 현황

- Costco Wholesale Corporation은 '83년 워싱턴주 씨애틀에서 시작되었음.  
'76년 미 최초로 창고형 회원제 매장을 개척한 The Price Company와 '93년 합병하면서 Price/Costco, Inc.를 탄생시켰고 '97년 회사명을 Costco Companies, Inc.로 바꾼 후 '99년 Costco Whosale Corporation로 다시 개명
- Costco는 고품질의 전국 브랜드 제품 및 엄선된 사적 라벨 제품을 비즈니스용 구매자 및 승인된 회사의 피고용인들에게 저렴한 가격으로 판매하는 방식으로 운영되는 회원제 창고형 체인점임. 신선 및 가공 유기농 제품을 포함한 다양한 카테고리에 걸쳐 경쟁력 있는 가격의 한정된 품목을 선정하여 대량 유통함
- 식품의 경우 일차농산물 및 곡물 등은 본부에서 관할하고 가공식품은 각 지역에서 결정할 수 있으며 제품의 선정 과정에 브로커의 개입이 이루어짐

● 매장분포 및 규모

- '06년 회계연도 기준 318억불의 매출액을 기록하며 북미지역에 412개의 매장을 운영하고 있음. Costco 매장의 크기는 평균 13만 5천 평방피터이며 한국 등 해외 지역으로도 매장을 늘리고 있음

● 관할 구역별 연락처

본 부	지 역	주 소
Corporate Office 999 Lake Drive Issaquah, WA 98027 T)425-313-8100	북 부	<b>Northwest :</b> Elaine Hyce, Marketing Director(M. D.) 1045 lake Drive, Issaquah, WA 98027 T) 425-313-8100
		<b>Bay area :</b> Steve Polos, M. D. 2820 Independence Dr, Livermore, CA 94550 T) 925-456-7278
		<b>Midwest :</b> Cathy Wanklin, M.D. 1901 West 22nd St, 2nd Fl. Oak Brook, IL 60523 T) 630-581-6309
	동 부	<b>Northeast :</b> Bob Kyle, M.D. 46000 Manekin Plaza Sterling, VA 20166 T) 703-406-6955
		<b>Southeast :</b> Robin Marquez, M.D. 3980 Venture Drive, #W100 Duluth, GA 30096 T) 770-905-8877
	남서부	<b>Los Angeles :</b> Helen Yniquez, M.D. 11000 Garden Grove, #201 Garden Grove, CA92843 T) 714-741-7708
		<b>San Diego :</b> Wendy Reuben, M. D. 4455 Morena Blvd, San Diego, CA 92117 T) 858-490-5438
		<b>Texas :</b> Kerry Carbullido, M.D. 1701 Dallas Parkway, Suite 201 Plano, TX 75093 T) 972-246-3008

#### 4. 주요 판매 품목

- '05년도에 유기농 육류 식품 판매액은 256백만불로 전년대비 55.4% 증가하였으며, 유기농 육류 식품은 판매액은 적으나 가장 큰 증가세를 보인 품목임
- 유기농 신선 농산물은 판매액은 5,396백만불로 가장 크나, 10.9%로 가장 낮은 증가율을 보임
- 전체적으로 모든 범주에서 유기농 식품은 판매액이 증가

#### 〈2005년 유기농 식품 범주별 판매액〉

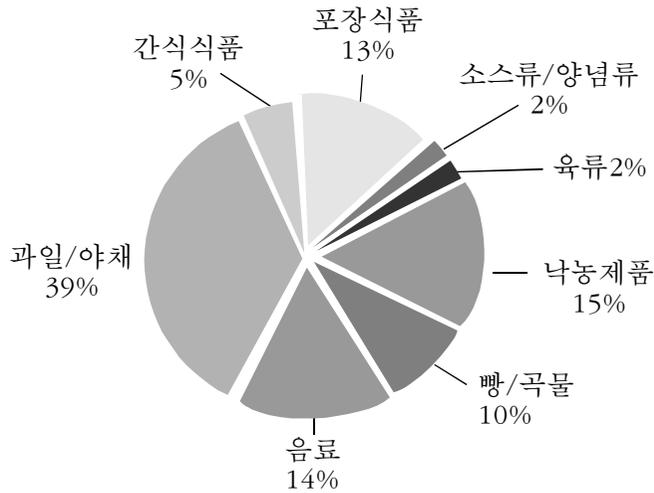
(단위: 백만불)

구 분	육 류	소스및양념류	낙농제품	가공및조리식품	스낵류	음 료	신선농산물
판매액	256	341	2,140	1,758	667	1,940	5,369
전년대비증가율(%)	55.4	24.2	23.5	19.4	18.3	13.2	10.9

자료) 유기농산물무역협회

- 유기농 식품 판매액은 '97년 3,594백만불에서 해마다 2자리수 이상의 성장을 한 결과 '05년 판매액은 13,831백만불에 이르렀고, 전체 식품 대비 점유율은 '97년 0.81%에서 '05년에는 2.48%에 달함
- 유기농 제품의 마켓 점유율은 과일/야채가 39%로 가장 높으며 그 다음은 낙농제품이 15%임
- 유기농 육류의 마켓 점유율은 2%에 불과하나 육류의 증가율은 가장 높아 향후 판매액이 크게 증가 할 것으로 예상
- 현재는, 신선도를 유지하는 범주의 시장 점유율이 크나 점차적으로 가공식품의 점유율이 높아 질 것으로 예상됨

〈2005년 유기농 제품의 마켓 점유율〉



〈1997-2005년 전체 유기농 식품 판매 비율〉

년 도	유기농 식품 (백만불)	유기농 식품 성장률(%)	전체 식품 판매 (백만불)	전체 식품 대비 유기농 식품 점유율 (%)
1997	\$3,594	-	\$443,790	0.81%
1998	\$4,286	19.2%	\$454,140	0.94%
1999	\$5,039	17.6%	\$474,790	1.06%
2000	\$6,100	21.0%	\$498,380	1.22%
2001	\$7,360	20.7%	\$521,830	1.41%
2002	\$8,635	17.3%	\$530,612	1.63%
2003	\$10,381	20.2%	\$535,406	1.94%
2004	\$11,902	14.6%	\$544,141	2.19%
2005	\$13,831	16.2%	\$556,791	2.48%

자료) Nutrition Business Journal/ OTA's 2006 Manufacturer Survey

## 5. 유통제품 특징

### 가. 가격동향

- 실제로 유기농산물의 가격이 일반농산물 가격 보다는 많이 비싸지만 소비자들은 유기농산물이 일반농산물 보다 건강에 더 좋고 맛과 질이 더 좋을 것으로 생각하여 구매함
- 유기농산물 가격은 일반농산물 가격보다 평균 65.5%가 더 비싸며, 특히 유기농 상추 가격은 일반 상추의 3배 수준임

#### 〈일반농산물 가격 대비 유기농산물 가격 비율〉

품 목	일반농산물	유기농산물	비율 (%)
사과(red delicious)	\$0.59	\$0.89	151%
딸기	\$2.99	\$3.99	133%
토마토(cherry)	\$2.50	\$3.99	160%
상추	\$0.88	\$2.99	340%
당근 (baby carrots)	\$1.99	\$2.49	125%
샐러리	\$2.49	\$2.99	120%
면	\$1.19	\$2.79	234%
Yogurt	\$0.89	\$1.19	134%
우유	\$3.99	\$4.29	108%
오렌지 주스	\$1.99	\$2.99	150%
평균 비율 (유기농산물/일반농산물)			165.5%

자료) Walbaums 슈퍼 마켓

### 나. 포장형태

- 현재 유기 재배 농산물은 품종이 다양해짐은 물론, 연중 공급, 포장 혁신 등을 채택하고 있는데, 특히 유기농 가공식품 분야의 신상품 개발도 활발하게 이루어짐에 따라 포장된 제품이 늘어나 소비자들의 선택 폭이 넓어져 유기농 소비규모 및 시장 규모가 급격히 확장될 것으로 전망되고 있음

- 제품포장은 가공식품 분야에서 특히 중요한데, 신선 과일, 채소류 등의 포장상태는 아래와 같음

〈일반 농식품 대비 가격동향 및 제품포장형태〉

품목	종류	브랜드	크기	가격	유기농 제품사진
사과 Red Delicious	유기 농산물	Nature's Promise Organic		\$0.89/ea	
	일반 농산물			\$0.59/ea	
딸기	유기 농산물	Driscoll's Organic	16oz(453g)	\$3.99	
	일반 농산물	Driscoll's	16oz(453g)	\$2.99	
바나나	유기 농산물	Dole Organic	5-6개	\$2.99	
	일반 농산물	Chiquita	16oz(454g)	\$0.69/ 1lb	
토마토 (cherry)	유기 농산물	del Cabo		\$3.99/ pint	
	일반 농산물	Santa		\$2.50/ pint	

품목	종류	브랜드	크기	가격	유기농 제품사진
상추	유기농산물	Earthbound Farms	1 개	\$2.99	
	일반농산물	Foxy	1 개	\$0.88	
로메인 상추	유기농산물	Earthbound Farms	12oz(340g)	\$3.99	
	일반농산물	Dole	16oz(454g)	\$3.49	
당근 (Baby carrots)	유기농산물	Earthbound Farms	16oz(454g)	\$2.49	
	일반농산물	Dole	16oz(454g)	\$1.99	
셀러리	유기농산물	Earthbound Farms	16oz(454g)	\$2.99	
	일반농산물	Ocean mist	16oz(454g)	\$2.49	

품목	종류	브랜드	크기	가격	유기농 제품사진
양파	유기농산물	Earthbound Farm	3lbs (1,362g)	\$4.99	
	일반농산물		2lbs (908g)	\$2.99	
시리얼	유기농산물	Cascadian Farm	12oz (340.5g)	\$4.99	
	일반농산물	Cheerios	15oz (425g)	\$4.59	
면	유기농산물	Annie's	16oz (454g)	\$2.79	
	일반농산물	Barilla	16oz (454g)	\$1.19	
Yogurt	유기농산물	Horizon	6oz (170.25g)	\$1.19	
	일반농산물	Dannon	6oz (170.25g)	\$0.89	

품목	종류	브랜드	크기	가격	유기농 제품사진
우유	유기농산물	Organic Valley	half gallon (1.89L)	\$4.29	
	일반농산물	Farmland	half gallon (1.89L)	\$3.99	
오렌지주스	유기농산물	Tropicana	64floz	\$2.99	
	일반농산물	Tropicana	64 floz	\$1.99	

자료) Walbaums

## IV. 소비동향

### 1. 유기농시장규모

- 유기식품과 유기 음료의 전 세계 판매 총액은 '02년의 230억불에서 43%가 증가하여 '05년에 330억불이 되었음. 미국의 판매액은 138억불로서 전 세계 판매액이 45%를 차지함. 미국은 전 세계에서 가장 큰 소비시장이며 또한 가장 큰 생산국이며 가장 큰 수출국임
- Packaged Facts의 "Natural and Organic Food and Beverage Industry Trends" 보고서에 따르면 자연산과 유기농 식품은 '10년 까지 해마다 63%의 증가가 있을 것이라고 전망함

#### 〈전체 식품 판매에 대한 유기농 식품 판매 비율〉

(단위 : US\$)

구 분	2002	2003	2004	2005
전체 식품 판매 (백만)	\$530,612	\$535,406	\$544,141	\$556,791
유기농 식품 판매(백만)	\$8,635	\$10,381	\$11,902	\$13,831
유기농/전체 식품(%)	1.63%	1.94%	2.19%	2.48%

- 전체 식품 판매에 대한 유기농 식품 판매 비율은 '02년의 1.63%에서 해마다 증가하여 '05년의 2.48%로 52% 증가함
- 미국에서는 유기농 식품이 건강에 좋고 영양분이 많다는 인식의 광범위한 확산으로 유기농식품 산업은 '05년 연간 138.3억불 규모로 성장 하였는데 이것은 전 세계 유기농 시장의 45%를 차지함. 미국은 전 세계에서 가장 큰 소비시장이며 또한 가장 큰 생산국이며 가장 큰 수출국임
- 유기농이 다른 식품 체인에서 팔리기 시작한 이후, 독립 자연식품 전문점이 처음으로 유기농식품 판매액의 25% 미만으로 되었음
- 가장 큰 자연식품 체인(Whole Foods Market와 Wild Oats grocery 소매자들)은 32억 달러의 유기농식품 판매액을 기록하고 있는데, 자연식품 체인의 판매액과 합치면 '05년 미국 유기농식품 판매의 47%를 차지함
- 대형 식품 체인을 통하여, 대략 46%의 유기농이 판매되었음
- 파머스 마켓 및 비소매 상점을 통한 판매액은 7%에 해당함

## 2. 소비자 구매동향

### 가. 구매 일반동향

- The Hartman Group의 '06년 조사 자료에 의하면 미국의 73%의 소비자들은 유기농 식품을 구입한 적이 있으며, 그중 55%이상은 자주 유기농식품을 구입한다고 함
- 소비자들이 유기농제품을 구입하는 이유는 아이들의 건강에 영향을 줄수 있는 호르몬 제품을 피하기 위함이며 유기농제품의 주요 구매 품목은 육류, 낙농제품, 신선농산물, 가공식품으로 조사되었음
- 또한 전체 인구와 비교하여 아시안계 미국인과 라티노/히스패닉계 미국인 그룹이 백인보다 더 많은 사람이 유기농 제품을 구입하는 핵심 유기농 소비자(core organic consumers)그룹임

### 〈유기농 소비 그룹 분류〉

소비 그룹	주요식료품 소비자(백만명)	주요 식료품 소비자 비율(%)	내 용
"Devoteds"	27.8	13%	건강에 관심있어 유기농에 맞추어서 생활 습관을 바꾸는 소비자
"Temperates"	54.2	25%	생활 습관을 바꾸기 보다는 생활에 유기농을 맞추는 소비자
"Dabblers"	41.9	19%	주로 남성으로 그냥 유기농 제품을 경우에 따라 사용하는 소비자

자료) The Natural Marketing Institute, The Organic Report, '06.9월

- '05년도 Natural Marketing Institute's (NMI)의 건강과 웰빙 경향에 관한 연구에 따르면, 유기농제품 소비자 사용은 아래의 6가지 제품 범주에서 56%에 달함. 가정에서 사용하는 유기농제품의 범주는 아래와 같음
- 과일 및 야채 44%, 포장식품 28%, 낙농제품 및 우유 24%, 미용 및 위생제품 21%, 음료 20%, 의류 및 섬유 7%

- ConAgra Foods의 소비자 장보는 습관 조사에 따르면, 소비자들이 찾는 상위 8가지 요소는 전곡인지, 심장에 좋은지, 전이지방 여부, 나트륨 함량, 구연산함량, 영양 성분 구성, 유기농 인지, 전체적으로 위생적인지 등임
- 한편 최근 광우병, 조류독감 등으로 끊임없이 제기되고 있는 식품 안전에 대한 위협 요소도 소비자들의 유기농에 대한 인식 및 구매의지를 높이는 주요 요소가 되고 있음

## 나. 품목별 구매동향

- 식품마케팅협회에서 조사한 자료에 의하면 44%이상의 소비자들이 지난 6개월간 유기농 과일 및 야채를 구입하였으며 30%의 소비자들이 유기농 우유 등 낙농유기농 식품을 구입하였다고 함
- 또한 29%의 소비자들이 유기농 시리얼, 빵 및 국수류를 구입하였다고 함. 24% 소비자들은 유기농 육류 및 가금류를 구입하였고 21% 소비자들이 유기농 달걀을 구매하였고, 16%의 소비자들이 유기농 수프 및 소스류를 구입하였다고 조사됨

### 1) 식품류

- 유기농식품의 범주는 '05년도에 육류(55.4%), 양념류(24.2%)와 낙농제품(23.5%)에서 크게 증가함
- 과일 및 야채는 유기농식품에서 가장 큰 판매
- 최근의, 유기음식 산업 중에서 유기육류는 가장 빨리 증가하고 있는 범주로서 가금류는 유기육류의 2/3에 이르며, '05년에 가금류 소매 판매액은 1억6,100만불이었음
- 육류, 생선 및 가금 식품의 판매는 '05년도에 2억5,600만불로 55.4% 증가
- 낙농제품 판매는 21억4,000만불에 23.6% 증가
- 유기육류의 소비가 증가하고 있는 이유는 사람들이 가축에 항생제나 성장 호르몬을 사용하였을지도 모르는 것을 걱정 하고, 환경과 동물을 잘 보전하기를 원하기 때문임

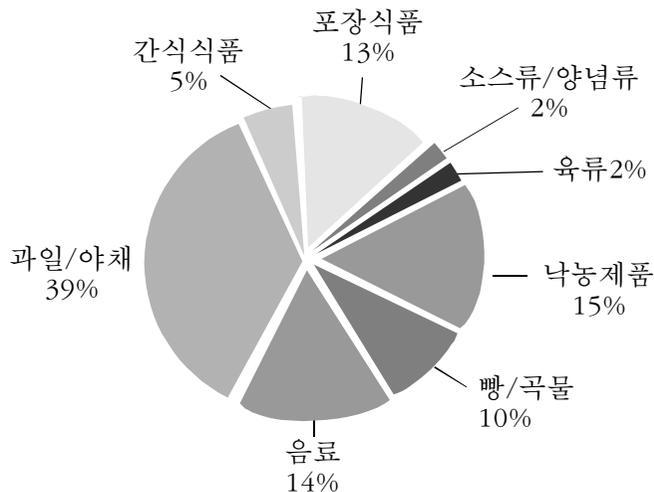
### 〈유기농 식품 범주별 판매액2〉

(단위 : 백만불)

구 분	판매(백만불)	2004년 대비 2005년 유기농 식품 증가율 (%)
낙농제품	2,140	23.6%
빵 및 곡물	1,360	19.2%
음료	1,940	13.2%
과일, 야채	5,369	10.9%
간식 식품	667	18.3%
포장 식품	1,758	19.4%
소스류/양념류	341	24.2%
육류/생선/가금류	256	55.4%
총 유기농 식품 판매	13,831	16.2%

자료: OTA's 2006 Manufacturer Survey

### 〈2005년 유기농 제품의 마켓 점유율〉



2)'04년 대비 '05년 유기농 식품 증가율

## 2) 비식품류

- 가장 빠른 비식품 범주는 유기원예제품(50%), 애완동물 사료(46%)와 섬유제품(44%)이었음. 유기농 비식품 제품은 영양제, 유기농 섬유, 꽃, 가정 세척제와 애완동물 사료 등 무려 7억4,400만불에 달함

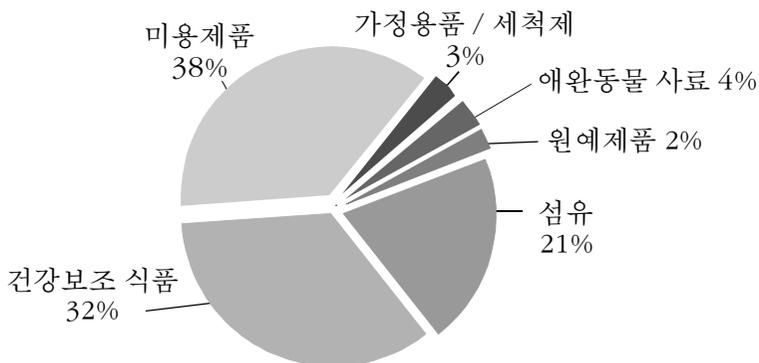
### 〈유기농 비식품 범주별 판매액<sup>3)</sup>〉

(단위 : 백만불)

구 분	2005 판매 (백만불)	2004년 대비 2005년 유기농 식품 증가율 (%)
유기농 건강보조 식품	238	29%
미용 제품	282	28%
가정용품 및 세척제	19	29%
유기농 애완동물 사료	30	46%
유기농 원예제품	16	50%
유기농 섬유	160	44%
총 유기농 비식품 판매	744	32.5%

자료: OTA's 2006 Manufacturer Survey

### 〈2005년 유기농 비식품 마켓 점유율〉



3) '04년 대비 '05년 유기농 식품 증가율

## V. 교역동향

- 현재 유기농산물은 별도의 관세번호로 분류되지 않음으로 정확한 수출입 통계 집계는 할 수 없음에 따라 수출입 동향에 관련된 개별 자료를 부분 발췌하여 수입동향 위주로 작성함<sup>4)</sup>

### 1. 수출 동향

- 미국의 주요 수출국
  - 캐나다, 일본, 유럽 공동체, 대만, 한국, 뉴질랜드와 호주
- 주요 수출 유기품목
  - 콩, 식품 재료, 과일 주스, 냉동 야채 및 말린 과일
  - 냉동식품의 수출 증가세 보임
- 제품 수출액
  - '05년 USDA보고서에 따르면 '02년도 유기농식품 제품 수출액은 약 1억2,500만불에서 2억5,000만불에 달함
  - 캐나다로 수출한 유기식품 제품의 수출액은 7,500만불에서 1억5,000만불이고, 다른 지역으로 수출된 유기식품 제품 수출액은 5,000만불에서 1억불임. 캐나다로 수출된 주요 유기농 제품은 유기적으로 가공된 식품 제품임
- 유기식품과 유기음료의 전 세계 판매 총액은 '02년의 230억불에서 43%가 증가한 '05년에 330억불에 달함

### 2. 수입동향

- 미국은 유기농 제품의 수요는 증가하는 반면 유기농 식품의 공급은 부족하여 유기농 원재료의 50%가량을 수입함
  - 유기농 재배 농가가 늘고는 있으나 기존의 농가가 유기농 농가로 전환하여 유기농

4) 향후 인증 상황에 따라 정확하게 유기농 제품의 수출입 물량을 추적 할 수 있으며, USDA 유기농 라벨이 부착된 제품의 정확한 수출입 통계수치를 알 수 있을 것임. Automated Commercial Environment(ACE)와 International Trade Data System(ITDS)가 함께 이런 종류의 데이터베이스를 만들 예정임

제품을 생산하기 위해서는 3년의 기간이 소요됨. 따라서 유기농 식품 제조업체들은 유럽, 볼리비아, 베네수엘라 및 남아프리카 지역 등 외국에서 부족한 유기농 원재료를 수입하기 시작함

- 일례로 Clif Bar사는 에너지 바 제품 생산을 위해 85천 파운드의 유기농 아몬드 가 필요하나 국내 수요가 부족하여 스페인으로부터 유기농 아몬드를 수입하고 있음. 또한 블루베리, Cashews, hazelnuts, 현미 및 귀리의 수요도 매우 부족한 실정임
- 또한 Stonyfield Farm사는 뉴질랜드산 유기농 우유파우더를 수입함
- Organic Valley사는 유기농 우유 공급을 늘리는 수단으로 유기 농가를 늘리기 위해 유기농 농가로 전환하는 농가에 '06년도 2백만불 재정 지원을 하는 등 유기농 생산 증가를 위해 노력하고 있음

● 지역별 주요 수입품목

- 라틴 아메리카의 유기농 원료, 지방과 기름, 코코아와 신선 과채류
- 중국, 인도, 태국과 같은 아시아 국가로 부터의 요리 재료 원료, 콩, 냉동 야채/과일
- 유럽 각국의 가공 유기농 제품, 파스타, 올리브 오일, 와인과 토마토

● 유기농 제품 수입액

- '05년도 USDA보고서에 의하면 '02년도에 미국에서 유기농 제품을 10억불에서 15억불 가량을 수입함

● 유기농 제품 수입량

- Winfried Fuchshofen에 따르면, '06년 7월에 미국으로 수입된 유기농 제품의 양은 중앙 아메리카 70,000톤, 아시아 52,000톤, 남 아메리카 50,000톤임

〈미국으로 수입되는 유기농 제품 '06년 7월〉

(단위 : 톤)

제 품	바나나	콩	과일	곡물	커피	콩류	말린 과일 및 견과류
수입량	107,690	41,463	15,225	3,268	3,245	2,953	2,513

자료) All Things Organic 2007 seminar/ Winfried Fuchshofen

## VI. 유기농식품 관련 규정 및 법규

### 1. 유기농 표준

- 유기농산물 생산을 위한 유전자변형식품(GMO), 방사선, 하수 찌꺼기 사용 금지
- 유기축산물 사육을 위한 항생제와 성장 호르몬의 사용 금지
- 유기축산물 사육을 위해 100% 유기 사료의 사용
- 유기농법 허용 및 금지 물질(The National List of Allowed and Prohibited Substances)에 의거한 생산 및 가공
  
- 특정 농장이 유기농 생산 농장으로 인증 받기 위해서는 사용 금지 물질 최종 사용 이후 3년이 경과해야 함
  
- 도축용 가축은 출생 전 임신기간 마지막 1/3 기간 시작부터 도축 때까지 유기영농 방식에 따라 사육해야 함
  
- 가축의 경우 노천구역에 접근이 가능해야 하며 반추 가축의 경우 목초지 접근이 가능해야 함
- 유기농장에서 토양 비옥도와 작물 영양분 관리는 경작, 윤작, 그리고 간작을 통해 이루어지며, 규정에 의한 퇴비 사용 및 독성 및 잔류성 농약을 사용하지 않는 영농 방법에 의한 병충해, 잡초, 질병 관리
  
- 미국 유기 농가에서는 경작 기술, 재배 경험, 윤작 및 간작을 통해 토양 비옥도와 작물의 영양 상태를 관리함. 또한 이 규정에서는 퇴비 사용 방법을 엄격하게 통제하고 있음. 농작물 해충, 잡초 및 질병은 독성 및 비분해성 살충제를 사용하지 않는 관리 방법으로 통제함
  
- 미 농무성(USDA)의 역할 중 하나는 공적 및 사적인 인증 에이전트를 승인하는 것임. 미 농무성(USDA)이 인정한 인증 에이전트들은 생산자와 취급자가 미국의 유기 표준안을 준수하고 있는지 검사함. 인증서에는 농작지 및 가공 시설, 자세한 기록 보관

그리고 주기적인 토양 및 수질 검사에 대한 조사 내용이 포함됨

- '02년 10월 21일부터 미국 내에서 “유기라는 이름으로 판매하거나 상표를 사용하거나 표시된 모든 농산품들은 미국 유기농법을 준수해야 하며, “생태적” 또는 “생물학적” 이라는 이 두 용어는 “유기농” 과 동의어로 사용되지 않으며 따라서 미국 유기농법의 규제를 받지 않음

## 2. 라벨링 규정

- 새 규정에 따르면, 생산자들은 제품 라벨에 유기 원료의 정확한 백분율 함량을 표시할 수 있음 예를 들면, 97% 유기농 제품이라고 주장하는 상품이 있을 수 있음
- 추가적으로, 본 규정은 '02년 10월 21일부터 천연 또는 가공 농산물 제품에 미 농무성 “유기농 날인” 의 사용을 허용하고 있음. 이는 오직 100% 유기농 또는 (95% 또는 그 이상) 유기 제품에만 사용할 수 있음. 유기농 원료 함량이 95% 미만인 제품들은 미 농무성(USDA) 날인을 표시할 수 없음
- 미국 유기 표준안에는 미국 회사들이 자사의 제품을 수입하기를 희망하는 국가들의 규정에 부합할 수 있도록 유기농 제품들에 라벨 표시를 할 수 있도록 허용하는 조항이 있음
- 수출을 목적으로 미국에서 생산된 유기 제품들은 대상 국가의 유기제품 요건 또는 해외 구매자가 명시한 라벨 명시한 요건에 부합하는 라벨을 표시할 수 있음. 예를 들어, 제품 라벨에 “본 제품은 특정 유럽 연합 유기 표준안에 의거하여 인증된 또는 이 표준안을 준수하는 제품입니다” 라는 문구를 게재할 수 있음. 그러나 상기한 제품들에는 “수출용” 이라는 문구를 표시해야 함
- 유기농 성분 비율을 기준으로 정해지며 아래와 같은 4가지로 분류됨

### ① 100% Organic

- 유기농법으로 생산된 성분만으로 제조
- “100% 유기농” 용어와 유기농 성분 배합비율을 주 표시면에 표시할 수 있으며

- 유기농으로 표시된 모든 제품에 대해서는 성분 표시란에 각 유기농 성분을 명시해야 함
- USDA 인증표시와 해당 인증기관의 인증표시 또는 인증마크를 제품 포장 및 광고에 사용할 수 있음

## ② Organic

- 물과 염류를 제외하고 중량 기준으로 제품의 95% 이상 유기농 방식으로 생산된 성분인 경우
- 나머지 성분 중 5%까지는 유기농법 허용 및 금지 물질 목록에서 허용하는 비농산물을 포함할 수 있음
- “유기농” 용어와 유기농 성분 배합비율을 주 표시면에 표시할 수 있으며 유기농으로 표시된 모든 제품에 대해서는 성분 표시란에 각 유기농 성분을 명시해야 함
- USDA 인증표시와 해당 인증기관의 인증표시 또는 인증마크를 제품 포장 및 광고에 사용할 수 있음

## ③ Organic Produced

- 성분의 70%에서 90%까지가 유기농업방식으로 생산된 제품
- 유기농 성분 또는 식품 유형을 3 개까지 명시할 수 있으며, 유기농 성분 함유비율과 인증기관의 인증 표시 또는 마크를 주표시면에 사용할 수 있으나 USDA 인증표시는 포장의 어느 곳에도 사용할 수 없음

## ④ 유기농 성분이 70% 미만인 제품

- 주표시면에는 유기농 용어를 사용할 수 없으나 성분 표시란에 유기농업 방식으로 생산된 특정 성분을 명시할 수 있음
- 라벨링 규정 위반
  - 국가 유기농 프로그램 (NOP) 규정에 의거 생산, 유통되지 않은 제품을 고의적으로 유기농 제품으로 판매하거나 표시한 자에 대해서는 11,000달러만 달러까지 벌금을 부과할 수 있음

## ■ 가공식품의 라벨링

### ● “100 percent Organic”

생산물	- 반드시 100% 유기농 재료로 생산되어야 하며, 물과 소금은 포함되지 않음
의무표기 사항	- 생산품이 한가지 성분 이상으로 구성될 때 성분 목록이 명시되어야 하며, 생산품의 제조업자, 분배업자, 수입업자, 포장업자, 가공업자 등의 이름과 주소 명시 “Certified organic by_____” 또는 유사한 구절, 증명기관의 이름이 뒤따르며, 증명기관의 쉘은 상관없음
라벨명시	- “100 percent organic”가 생산품 이름에 명시되어야 함 - 유기농 재료를 나타내기 위해 “organic”, 물과 소금은 유기농 재료에 포함되지 않음 - 미농무부 유기농 쉘과 증명기관 쉘 - 증명기관의 인터넷 주소 또는 전화번호

### ● “Organic”

생산물	- 반드시 적어도 95% 유기농 재료로 생산되어야 하며, 물과 소금은 포함되지 않음 - 아황산염은 포함되지 않음 - 5%까지 포함 a. 유기농이 아닌 방법으로 생산된 농업재료들은 상업적으로 유기농 형태로 이용되지 않아야 함 b. 7 CFR Part 205, 605에 의해 승인된 다른 대체재료들
의무표기 사항	재료설명서 명시 - 다른 유기농 라벨링이 명시 될 때 "organic" 유기농 재료 목록 - 물과 소금은 유기농재료에 포함되지 않음 - 생산품의 재료 설명서가 명시되어야 하며, 생산품의 제조업자, 분배업자, 수입업자, 포장업자, 가공업자 등의 이름과 주소 명시 “Certified organic by_____” 또는 유사한 구절, 증명기관의 이름이 뒤따르며, 증명기관의 쉘은 상관없음
라벨명시	- “organic”가 생산품 이름에 명시되어야 함 - “X% organic” 또는 ” X%organic ingredients” - 미농무부 유기농 쉘과 증명기관 쉘 - 증명기관의 인터넷 주소 또는 전화번호

● “Made with Organic Ingredients”

<p>생산품</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 반드시 적어도 70% 유기농 재료로 생산되어야 하며, 물과 소금은 포함되지 않음</li> <li>- 아황산염은 포함되지 않음. 그 외, 와인은 7 CFR 205.605에 의해 황산화물이 포함 가능</li> <li>- 30%까지 포함             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 유기농이 아닌 방법으로 생산된 농업재료들</li> <li>b. 7 CFR Part 205, 605에 의해 허락된 이스트를 포함한 다른 대체 재료들</li> </ul> </li> </ul>
<p>의무표기 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재료설명서 명시</li> <li>- 다른 유기농 라벨링이 명시 될 때 "organic", 유기농 재료 목록</li> <li>- 물과 소금은 유기농 재료에 포함되지 않음</li> <li>- 생산품의 재료 설명서가 명시되어야 하며, 생산품의 제조업자, 분배업자, 수입업자, 포장업자, 가공업자 등의 이름과 주소 명시.              “Certified organic by _____” 또는 유사한 구절, 증명기관의 이름이 뒤따르며, 증명기관의 썸은 상관없음</li> </ul>
<p>라벨명시</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Made with organic _____(자세한 재료들)”가 생산품 이름에 명시되어야 함</li> <li>- “X% organic” 또는 ” X%organic ingredients”</li> <li>- 증명기관 썸</li> <li>- 증명기관의 인터넷 주소 또는 전화번호</li> </ul>
<p>꼭 필요하지 않은 라벨</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미 농무부 유기농 썸</li> </ul>

● 유기농 성분이 70 % 미만인 제품

생산품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 반드시 70%보다 적은 유기농 재료로 생산되어야 하며, 물과 소금은 포함되지 않음</li> <li>- 30%이상 포함             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 유기농이 아닌 방법으로 생산된 농업재료들</li> <li>b. 7 CFR Part 205, 605의 제한 없이 다른 대체 재료들</li> </ul> </li> </ul>
의무표기 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농이 쓰여진 재료 설명 명시</li> <li>- "organic" 가 쓰여진 재료의 유기농 재료</li> <li>- 물과 소금은 유기농재료에 포함되지 않음</li> <li>- 유기농재료가 몇 %인지 명시, 물과 소금은 유기농 재료에 포함되지 않음</li> </ul>
라벨명시	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재료설명서 안에 유기농 재료 명시</li> <li>- "X%organic ingredients" 유기농으로 생산된 재료들은 재료 설명서에 명시 되어야 함</li> </ul>
꼭 필요하지 않은 라벨	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미 농무부 유기농 쉼, 증명기관의 쉼</li> <li>- 관련된 유기농 목록</li> </ul>

■ 유기농산물 로고

	
흑백 로고	칼라 로고

● 살충제 제품의 라벨링



### 3. 심사 및 인증 절차

- USDA 지정 인증 기관은 생산자와 유통업자가 미국 유기농 표준을 준수하는지 여부를 확인하며 인증 절차에는 재배포장 및 가공 시설의 조사, 상세한 영농관련 자료 관리, 그리고 정기적 토양 및 용수 검사가 포함됨. 연간 유기농산물을 5천 달러 미만 판매하는 농장 또는 유통 사업장은 인증 면제
- 신청 자료
  - 사업장 유형, 이전 3년간 재배포장에 사용한 물질 내역
  - 재배, 사육, 또는 가공 중인 유기농 제품
  - 유기농 사업계획 : 영농 관행 및 생산에 사용한 물질을 등을 기술한 것으로 계획이 효과적으로 이행되고 있는지 확인하기 위해 수행해야 할 감시 활동과, 기록 관리 체계, 그리고 유기농 제품과 비유기농제품의 혼합을 방지하고 제품이 금지 물질에 접촉되지 않도록 하기 위한 활동 등 기술
- 현장조사 : 유기농 제품의 생산 또는 유통에 활용되는 관행을 관찰하기 위해 유자격 조사관이 신청자 사업장에 대한 현장 조사를 실시
- 인증기관의 심사
  - 신청자가 제출한 자료와 조사관 보고서를 검토한 후 관련 표준과 요건을 충족시킨 것으로 확인될 경우 인증을 하고 인증서를 발급
  - 인증 유효기간은 1년이며 각 인증 사업장에 대해 매년 조사가 실시되며 이러한 조사 실시에 앞서 갱신된 정보를 매년 인증 기관에 제출해야 함
  - 생산자는 재배포장에 금지 살충제 사용 등과 같이 특정 사업장의 규정 준수 상태에 영향을 미치는 변경 사항이 발생한 경우 이를 즉시 인증기관에 통보해야 함
- 인증 수수료
  - 각 인증기관이 합리적으로 결정하며 일반적으로
  - 기본 수수료 : 1건당 175불
  - 연간 수수료 : 매출액의 0.5%-0.1%(연간 최대 15,000불 이내)
  - 조사관 출장비 : 검사비용의 75% 수준, 검사비용은 시간당 20-30불 선

## ■ 국가유기농표준(NOP)과 수입 유기농 제품

- NOP는 미국에서 유기농으로 판매되는 모든 제품들에 적용이 되나 미 농무부가 수입 상대국의 유기 농산물 프로그램을 1)적합평가(Recognition of Conformity Assessment) 또는 2)동등 결정(Equivalency Determination) 방식으로 인정할 경우 미 농무부 인증 유기농산물 증명서 없이도 미국내 유기농산물로 라벨링 및 판매 가능함
- 적합평가(Recognition of Conformity Assessment)
  - 수출 상품이 수출국 국가 유기농 표준에 의해 생산되고 미 농무부 승인 기관에 의해 인증되었을 경우 “organically produced” 라벨을 부착 판매할 수 있는 제도
  - 인증기관은 수출국의 요청에 의해 미 농무부가 결정
  - 적합평가 국가 : 캐나다(2개 지방), 퀘벡, 덴마크, 이스라엘, 뉴질랜드, 스페인, 영국, 인도
- 동등 결정(Equivalency Determination)
  - 미 농무부가 수출국의 유기 농산물 프로그램이 미 농무부의 국가표준프로그램(NOP)와 동등하다고 판단했을 때 “organic” 으로 라벨을 부착하여 판매할 수 있는 제도로 적합평가보다 까다롭고 시간이 결정까지 장시간 소요
  - 아직은 동등 결정 조약이 된것이 없다
  - 현재 협상진행국가 : 캐나다, 인도, 일본, 오스트레일리아, 유럽연합

## VII. 향후전망

### 가. 수출유망품목 전망

#### ■ 미국시장

- Natural Business 저널에서 조사한 자료에 의하면 '05년 미국의 유기농 식품 판매액은 138억불로 '00년 61억불 대비 26.23% 증가하였으며, 총 식품 판매 점유율이 '00년 1.22%에서 '05년에는 2.5%로 증가하여 앞으로 미국은 유기농 식품의 급속한 성장을 바탕으로 세계 최대의 유기농 식품 시장이 될 전망이다

### 〈1997-2005년 전체 유기농 식품 판매 비율〉

년 도	유기농 식품 (백만불)	유기농 식품 성장률(%)	전체 식품 판매 (백만불)	전체 식품 대비 유기농 식품 점유율 (%)
1997	\$3,594	-	\$443,790	0.81%
1998	\$4,286	19.2%	\$454,140	0.94%
1999	\$5,039	17.6%	\$474,790	1.06%
2000	\$6,100	21.0%	\$498,380	1.22%
2001	\$7,360	20.7%	\$521,830	1.41%
2002	\$8,635	17.3%	\$530,612	1.63%
2003	\$10,381	20.2%	\$535,406	1.94%
2004	\$11,902	14.6%	\$544,141	2.19%
2005	\$13,831	16.2%	\$556,791	2.48%

자료원: Nutrition Business Journal/ OTA's 2006 Manufacturer Survey

- 민텔 조사 자료에 따르면, 미국의 유기식품 판매액은 '04년 부터 '09년까지 매년 16.5%의 꾸준한 성장율이 예상된다고 함
- 이와 같은 유기농산물의 빠른 성장률로 미국의 General Mill사 등 대형 식품 회사들이 유기농산물에 투자를 하기 시작 했으며 Unilever와 Heinz등 많은 식품 회사들이 자사 생산 라인에 유기농 제품을 추가하기 시작함
- Costco 등 할인 매장과 Walmart사 등 대형 슈퍼체인 소매업자들도 소비자들이 저렴한 가격에 유기농 식품을 구매할 수 있도록 자체 브랜드의 유기농 라벨 제품을 판매 하기 시작함. Whole Foods Market과 같은 유기농 전문 슈퍼 체인의 성공에 따라 타 대형 식품업체들도 서로 다투어 유기농 시장에 뛰어 들기 시작하며 여러 형태의 유기 농 제품 판매 및 홍보에 나서고 있음.
- 유기농무역협회에서 제조업자들을 대상으로 조사한 자료에 의하면 설문에 응답한 61%의 제조업체들이 자체 상품에 USDA에서 인증하였다는 유기농 인증 레이블을 부착

하고 있다고 답했고 55%는 USDA의 라벨링과 인증 프로그램이 그들의 유기농 제품의 판매액을 증가 시키고 있다고 함

- 유기농 식품 전문가들이 전망하기를 2025년에는 유기농 육류, 낙농제품과 삶은 단계 별 식품(임신 기간, 영아, 십대, 노인)의 테마로 유기농 제품들이 시장을 장악할 것이며 편리하고 곧 먹을 수 있게 가공된 유기농 식품이 바빠지는 생활에 맞게 점점 더 증가 할 것이라고 함
- 한편, 미국 유기농 취급업자들의 주요 취급희망품목으로 건조 과일이 있는데 전통적인 건조과일은 대부분 대형제조업체들의 브랜드로 유통되고 있으며, 열대건조과일은 투명 플라스틱 용기에 무게 단위로 포장되어 판매되는 벌크제품이 다량 유통되고 최근 3~4년간 대형업체들의 브랜드 포장제품의 생산이 증가하고 있음. 따라서 브랜드화 되어 있지 않은 제품은 마켓 진입에 어려울 수도 있음
- 형태별로는 잘게 다진 것, 얇게 썬 것, 과일 모양을 살려서 썬 것 등 바이어의 요구에 따라 썰어 말린 각종 모양의 열대건조과일 제품이 미국 내 유기농산물 전문시장, 건조 과일 유통전문점 및 일반 슈퍼마켓에서 판매선호 제품임

## ■ 한인시장 현황

- 2세대로 접어드는 한인들의 생활에 여유가 있어지고 건강식을 선호하는 한인들이 늘어남에 따라 한인 매장에도 현지산 우유, 계란, 치즈 등 낙농제품과 두부, 육류 및 과일 야채 등 유기농 상품이 늘고 있음
- 한인 마켓에서 유기농 섹션을 신설하는 매장이 증가하고 있으며, 기존 건강식품점 및 자연식품점에서 유기농 식품 비율이 늘어나고 전문매장 개설도 증가 하고 있음
- 주류시장의 유기농 식품 증가 추세 및 한인 소비자의 의식 증가로 한인매장내 유기농 취급 품목 수도 빠르게 증가할 전망이다
- 한국산 유기농 고추장, 된장, 식초, 참기름, 두부, 차, 콩, 쌀 등이 판매되고 있음

## 나. 한국산 진출방안

### ■ 제품개발

- Salty snack 중 Potato chip과 Tortilla chip은 추세에 관계없이 꾸준한 매출을 보이므로 한국산 제품의 Salty snack 분야로의 관심 및 제품개발 필요
  - 건강, 다이어트, 유기농, 자연(all natural), 천연원료, 저칼로리, 저지방, 저염, 콩 그리고 무 전이지방 (no-trans fat)등이 최근 소비자들의 선호 제품
  - 건강에 대한 관심이 갈수록 높아짐에 따라 정크 푸드를 대신할 만한 대안 스낵의 개발
  - 미국인들의 유기농에 대한 관심이 제고됨에 따라 한국산 제품의 미국내 유기농 인증 시 수출확대 가능성은 더욱 높아질 것으로 보임.
    - ACNielsen사의 보고서에 의한 '04년 8월 기준 한 해 동안 유기농 차 판매액은 7.4백만불에 이르러, 1년 전의 14.8백만불과 비교 20% 정도의 성장세를 보임. '04년 유기농 인증 차의 수입도 '03년과 비교 50% 증가하면서 유기농 인증을 취득하려는 업체들의 관심도 더욱 높아지고 있음.
  - 특히 미국인의 관심이 고조되는 유기농 차류시장에 대한 관심도 제고 및 유기농 인증을 위한 노력이 경주되어야 함.
  - 고급 간장의 개발
    - 대표적인 콩식품으로 인식되고 있는 간장의 경우 유전자조작 콩을 사용하지 않은 간장, 유기농 간장 등 제품을 고급화, 차별화하여 자연식품 시장 개척
- ### ■ 한국산 유기농산물의 미 농무부 인정 추진
- 한국산 유기농산물이 미 농무부의 별도 인증 절차 없이도 판매될 수 있는 적합평가 (Conformity Assessment) 또는 동등 결정(Equivalency Determination) 절차를 추진, 체결함으로써 기본적인 무역장벽 해소 및 비용 절감

## ■ 전략 상품의 선정

- 미국에서 생산되지 않는 유기농 신고배, 특수버섯류, 녹차 등으로 주류시장의 유기농 전문 슈퍼마켓과 직거래
- 기능성 쌀, 두부, 녹차, 음료, 건조 채소류 등 고부가가치 제품
- 콩 등 유기농 곡물을 재료로 한 건조 분말 건강식품 등을 고려

## ■ 유통망 개척

- 유기농산물 시장이 급팽창하는 여건 하에서 유통업체들은 보다 다양한 품목과 안정적인 공급처를 찾고 있는 상황으로 전략 상품의 주류시장 진출은 일반상품보다 더 많은 기회를 가질 수 있음

- 유기농 전문 슈퍼마켓 및 일반슈퍼마켓의 유통 구조 파악과 전문 브로커의 개입을 통한 시장 개척

### ● 전문박람회의 참가

- Natural Product Expo : 3월에는 서부에서 9월에는 동부에서 개최되는 북미 최대의 자연식품 및 유기식품 전문 박람회

[www.expostwest.com](http://www.expostwest.com), [www.expoeast.com](http://www.expoeast.com)

- All Things Organic Conference and Trade Show : Organic Trade Association이 주최하는 유기농산물 전문박람회

[www.ota.com](http://www.ota.com)

- NNFA Annual Trade Show & Convention : 유기농산물 전문박람회

[www.naturalproductsassoc.org](http://www.naturalproductsassoc.org)

## ■ 홍보 광고 및 마케팅

- 연령별 차별화 제품 전략 : 민텔 보고 자료에 의거 18-24세의 62%는 브랜드 충성도가 높으며 새로운 맛에 대한 시도와 관심이 높은 반면 65세 이상의 고연령층의 소비자는 가격에 대한 민감도가 높고 기존의 맛에 대한 선호도가 높으므로 이에 따른 연령별 차별화된 제품 전략이 필요
- 특히 특정 브랜드나 품목에 대한 구매가 소비자 구매의 30%를 차지함에 따라 브랜드 구축을 위한 노력 또는 기존 브랜드 제품에서의 OEM 방식의 수출도 고려할 수 있음

※ 참고 1 : 유기농 전문 수입, 생산, 유통업체

■ IMPORTERS/DISTRIBUTORS (organic fresh fruit and vegetables)

업체명	주 소	연락처
Albert's Organics	1330 East, 6th Street Los Angeles, CA 90021	Tel: 213-891-1310 Fax: 213-891-9291 www.albertsorganics.com
Best Fresh Produce Inc.	220 Food Centre Drive Bronx, NY 10474	Tel: 718-991-8394 Fax: 718-542-3361 chill@bestweb.net
CF Fresh	922 Third Street P.O. Box 665 Sedro-Woolley, WA 98284	Tel: 530-676-9147 Fax: 530-676-9148 www.cffresh.com
Charlie's Fresh Produce	P.O. Box 24606 Seattle, CA 98124	Tel: 206-625-1412 Fax: 206-682-4331
C.H. Robinson Company	8100 Mitchell Rd, Ste 9000 Eden Prairie, MN 55344	Tel: 952-937-8500 Fax: 952-937-7703 www.chrobinson.com
Crown Pacific International, LLC	P.O. Box 11360 Hilo, HI 96721	Tel: 808-966-4348 Fax 808-966-4167 crown_pacific@yahoo.com * List not exhaustive. Visit www.ota.com.
Del Cabo	2450 Stage Road Pescadero, CA 94060	Tel: 415-879-0580 Fax: 415-879-0930
Dunn Natural Products L.C.	4734 Sergeant Rd. Waterloo, IA 50701	Tel: 319-233-5504 Fax 319-233-9452
Global Berry Farms	2241 Trade Center Way, Ste A Naples, FL 34109	Tel: 941-591-1664 Fax: 941-591-8133 mklackle@blueberries.com
Jonathans Organics	170 Middleboro Road East Freetwon, MA 02717	Tel: 508-763-5505 Fax: 508-763-2334 Jonathan@capecod.net
J & J Distributing	653 Rice Street Saint Paul, MN 55103	Tel: 651-221-0560 Fax: 651-221-0570 www.jjdst.com
Melissa's	5325 S. Soto St. Los Angeles, CA 90021	Tel: 800-468-7111 Fax: 323-588-2242 www.melissas.com

업체명	주 소	연락처
New World Marketing	2902 East La Palma Ave. Anaheim, CA 92806	Tel: 714-632-0300 Fax: 714-632-0345 garffH@newworldmktg.com
Northbest Natural Products	P.O. Box 1976 Vashon, WA 98070	Tel: 206-463-4000 Fax: 206-463-4001 Info@northbest.com
Oneonta	One Oneonta Way Wenatchee, WA 98807	Tel: 509-663-2631 Fax: 509-663-6333 www.oneonta.com
Pacific Organic produce	1311 Sutter Street Ste. 203 San Francisco, CA 94109	Tel: 415-673-5555 Fax: 415-673-5585 www.pacorg.com
Valley Center Packing Co., Inc.	28425 South Cole Grade Road P.O. Box 1920 Valley Center, CA 92082	Tel: 460-749-5464 Fax: 760-749-2898 vcp@tfb.com
Veritable Vegetables	1100 Cesar Chavez Street San Francisco, CA 94124	Tel: 415-641-3500 Fax: 415-641-3505 bnygrens@ veritablevegetables.com

■ IMPORTERS, TRADERS, PACKERS (organic commodities and ingredients)

업체명	주 소	연락처
American Health & Nutrition, Inc.	3990 Varsity Drive Ann Arbor, MI	Tel: 734-677-5570 Fax: 734-677-5572 www.organictrading.com
Beta Pure Foods	335 Spreckels Dr. Suite D Aptos, CA 95003	Tel: 831-685-6565 Fax: 831-685-6569 www.betapure.com (food ingredients broker)
Ciranda	221 Vine Street Hudson, WI 54016	Tel: 715-386-1737 Fax: 715-386-3277 www.ciranda.com
Demel Enterprises, Inc.	10980 Northpoint Drive Athens, OH 45701	Tel: 740-592-5800 Fax: 740-593-5900 (organic herbs, spices, medicinal roots and teas)

업체명	주 소	연락처
ForesTrade, Inc.	41 Spring Tree Road, Brattleboro VT 05301	Tel: 802-257-9157 Fax: 802-257-7619 info@forestrade.com www.forestrade.com
Global Organics, Ltd.	485 Massachusetts Ave. Arlington, MA 02474-5103	Tel: 781-848-8844 Fax: 781-648-0774 www.globalorganicsltd.com
Hartog Foods Inc.	529 Fifth Avenue New York, NY 10017-4608	Tel: 212-687-2000 Fax: 212-687-2659 jack@hartogfoods.com
Herb Trade, Inc.	1126 Garden Street Hoboken, NJ	Tel: 973-596-1030 Fax: 973-596-1060 Herbtrade@mindspring.com
Hershey Import Co., Inc.	Rahway, NJ	Tel: 732-388-9000 www.unfi.com/Hershey.htm
IngredienTrade	250 W. 57th St., Ste. 2532 New York, NY 10107	Tel: 212-586-1880 Fax: 212-246-2493 www.ingredienttrade.com
Marroquin International Organic Commodity Services, Inc.	303 Potrero St., Suite 18 Santa Cruz, CA 95060	Tel: 831-423-3442 Fax: 831-423-3432 www.marroquin-organics.com
Mercantium (US) Corp. (S)	225 Broadway, 37th floor New York, NY 10007-3001	Tel: 212-233-0412 Fax: 212-233-0506 mercantium@att.net (banana puree)
Mercantile Food Company	P.O. Box SS Philmont, NY 12565	Tel: 518-672-0190 Fax: 518-672-0198 www.mercantilefood.com
Organic Commodity Products/ OCP Chocolate	29 Elm Street Cambridge, MA 02139	Tel: 617-661-1100 Fax: 617-661-0100 www.ocpchocolate.com
Organic Ingredients, Inc.	335 Spreckels Drive, Suite F Aptos, CA 95003	Tel: 831-685-6506 Fax: 831-685-6504 www.organic-ingredients.com
Organic Planet	231 Sansome Street San Francisco, CA 94104	Tel: 415-765-5925 Fax: 415-765-5922 www.organic-planet.org
Tradin Organics USA, Inc.	5 Northern Boulevard, Suite 2 NH 03031 Amherst	Tel: 603-88-05-100 Fax: 603-88-03-777 www.tradinorganic.com

■ IMPORTERS/TRADERS (packaged food/specialty packs)

업체명	주 소	연락처
American Roland Food Corp.	71 W. 23rd St. New York, NY 10010	Tel: 212-741-8290 Fax: 212-741-8290 www.rolandfood.com (also organic bulk)
Rapunzel Pure Organics, Inc.	2424 State Route 203 Valatie, NY 12184	Tel: 518-392-8620 Fax: 518-392-8630 www.rapunzel.com

■ FOOD MANUFACTURERS

업체명	주 소	연락처
Celestial Seasonings Inc.	4600 Sleepytime Dr. Boulder, CO 80301-3292	Tel: 303-530-5300 Fax: 303-581-1209 www.celestialseasonings.com
Small Planet Foods (Cascadian Farm/Muir Glen/Fantastic)	719 Metcalf Street Sedro-Woolley, WA 98284-1456	Tel: 360-855-0100 Fax: 360-855-0444 www.smallplanetfoods.com
The J.M. Smucker Company	1 Strawberry Lane Orrville, Ohio 44667	Tel: 330-682-3000. www.smuckers.com
Gilroy Foods	8180 Arroyo Circle Gilroy, CA 95020	Tel: 408-846-3200 Fax: 408-846-3523 www.gilroyfoods.com
Seeds of Change	PO Box 15700 Santa Fe NM 87506	Tel: 888-762-7333 www.seedsofchange.com
Florida Crystals	50 Coconut Row, Suite 215 Palm Beach, FL 33480	www.floridacrystals.com
Florida Bottling, Inc./Lakewood Organic Fruit Juice Products	1035 NW 21st Terrace Miami, FL 33127	www.floridabottling.com
Horizon Organic Holding Company	6311 Horizon Lane Longmont, CO 80503	Tel: 303-530-2711 Fax: 303-530-2714 www.horizonorganic.com

## ■ NATURAL FOOD DISTRIBUTORS, WHOLESALERS, ETC.

업체명	주 소	연락처
United Natural Foods, Inc.	260 Lake Road Dayville, CT 06241	Tel: 860-779-2800 Fax: 860-779-2811 www.unfi.com
Tree of Life, Inc.	405 Golfway West Drive St. Augustine, FL 32095-8839	Tel: 904-940-2100 www.treeoflife.com
Blooming Prairie Cooperative Warehouse	2340 Heinz Road Iowa City, Iowa 52240	Tel: 319-337-6448 www.bpcop.com
Northeast Cooperatives	90 Technology Drive, PO Box 8188 Brattleboro, VT 05304-8188	Tel: 800-334-9939 / 802-257-5856 www.northeastcoop.com
Eden Foods	701 Tecumseh Road	Tel: 517-456-7424 Fax: 517-456-7025 www.edenfoods.com
Frontier Natural Products Co-op	2283 Imperial Lane Superior, CO 80027-8234	Tel: 720-304-8660 Fax: 720-304-2112 www.frontiercoop.com

## ■ RETAIL ORGANIZATIONS

업체명	주 소	연락처
Whole Foods Market, Inc.	601 N. Lamar Suite 300 Austin, TX 78703	Tel: 512-477-4455 www.wholefoodsmarket.com
Wild Oats Markets, Inc.	3375 Mitchell Lane Boulder, CO 80301	Tel: 303-440-5220 Fax: 303-928-0022 www.wildoats.com
The Kroger Co.	Cincinnati, OH	www.kroger.com
Albertson's	Boise, ID	www.albertsons.com
Safeway Inc.	Pleasanton, CA	www.safeway.com
Ahold	Chantilly, Virginia	Www.ahold.com/ operatingcompanies/ unitedstates

## ■ INDUSTRY AND CONSUMER ASSOCIATIONS, ETC.

업체명	주 소	연락처
OTA (Organic Trade Association)	60 Wells Street P.O. Box 547 Greenfield, MA 01302	Tel: 413-774-7511 Fax: 413-774-6432 info@ota.com, www.ota.com
ORCA(The Organic Coffee Association)	830 Everett Ave. Oakland, CA 94602	www.orcacoffee.org
OCA (The Organic Consumers Association)	6101 Cliff Estate Rd Little Marais, MN 55614	Tel: (218) 226-4164 Fax: (218) 226-4157 http://OrganicConsumers.org/
Organic Alliance	400 Selby Avenue, Suite T St. Paul, MN 55102	http://Organic.org/
Independent Organic Inspectors Association	PO Box 6 Broadus, MT 59317	Tel: 406-436-2031 www.ioia.net
TransFair USA	1611 Telegraph Ave. Suite 900 Oakland, CA 94612	Tel: 510-663-5260 Fax (510) 663 5264 www.transfairusa.com

## ■ TRADE PUBLICATIONS

업체명	주 소	연락처
New Hope Natural Media (A Division of Penton Media, Inc.)	1401 Pearl Street Boulder, CO 80302	Tel: 303-939-8440 Fax: 303-939-9886 www.newhope.com
The Food Institute	28-12 Broadway Fair Lawn, NJ 07410	Tel: 201-791-5570 Fax: 201-791-5222 www.foodinstitute.com
Natural Business Online	P.O. Box 7370 Boulder, CO 80306-7370	Tel: 303-442-8983 Fax: 303-440-7741 www.naturalbusiness.com
Organic & Natural News	3300 N. Central Avenue, Suite 2500 Phoenix, AZ 85012	Tel: 480-990-1101 Fax: 480-990-0819 www.organicandnaturalnews.com

## ※ 참고 2 : 유기농 관련 정부기관

- Cooperative State Research Education, and Extension Service(CSREES)
  - 웹사이트 : <http://www.sare.org/>
  - 지속 가능한 농업 연구와 교육 (SARE)
  - 유기농 농업을 포함한 이익, 책무, 삶의 질의 증대를 위해 식품과 농업체계의 지식을 향상시키기 위한 기관이다. SARE는 전국적인 지역 진행을 통한 경쟁적 승인과 Sustainable Agriculture Network인 전국 활동의 영향력을 통한 정보공유를 제안함
  
- Economic Research Service(ERS) "Organic Farming and Marketing Briefing Room"
  - 웹사이트 : <http://www.ers.usda.gov/briefing/Organic/>
  - 유기농 식품 마케팅, 선택된 유기농 식품의 소비수요와 다른 주제에 대한 관점에서 1990년대의 미국 유기농경지 성장에 대한 경제적 분석
  
- Foreign Agricultural Service (FAS) Horticultural & Tropical Products Division
  - 웹사이트 : <http://www.fas.usda.gov/agx/organics/organics.html>
  - 현재와 과거 보관된 Organic Perspectives 뉴스(무역, 외국 생산품, 표준, 관련된 무역 박람회 등)를 포함하며, 외국 유기농 식품 무역, 생산, 정책이슈에 대해 FAS 농업의 첨부된 보고서를 볼 수 있음
  
- ISO Guide 65 Accredited Certifiers
  - 웹사이트 : <http://www.ams.usda.gov/lsg/arc/iso65.htm>
  - ISO 65가지의 인증 안내
  - The Audit, Review, and Compliance 지부는 능력 있는 기관으로서 International Organization for Standardization (ISO) Guide 65에서 승인에 대한 유기농 증명기관의 접근과 생산 증명 체계를 운영하는 일반적인 요구에 맞게 설계되었음

- National Agricultural Library(NAL)
  - Alternative Farming Systems Information Center (AFSIC)
  - 웹사이트 : <http://www.nal.usda.gov/afsic/>
  - 지속할 수 유기농 정보 자원의 모든 유형들에 초점을 맞추며, 온라인 정보안내, 선택된 주제에 대한 관계 서적, 페이지 링크, NAL의 카달로그와 저널 목록, 참조, 조사 서비스를 제공
  
- Organic Material Review Institute (OMRI)
  - 웹사이트 : <http://www.omri.org/>
  - 유기농 재료 조사 학회
  - 유기농 식품과 첨유소의 생산, 가공, 취급에서 사용이 금지되거나 승인된 재료 속의 특별하고 자세한 목록을 전달하고 출판한다. OMRI는 또한 유기농업에 의해 사용된 재료의 과학적인 연구와 교육을 전달
  
- USDA Agricultural Marketing Service and Organic Agriculture (AMS)
  - 웹사이트 : [www.ams.usda.gov/nop](http://www.ams.usda.gov/nop).
  - 농업 마케팅 서비스는 국가 유기농 프로그램(NOP)이 속한 기관으로 유기농 제품의 국가 생산, 취급, 라벨의 표준을 발전시키고 실행하며 관리함. 국가 유기농 프로그램은 또한 미 농무부의 표준에 맞는 감염된 유기농 제품과 취급운송을 증명하는 인증기관이다. 미국의 유기농산물 수출을 장려하기 위하여 국가 유기농 프로그램은 외국 정부와 함께 공식적인 인정 협의의 제정을 위해 일하고 있음
  - AMS는 또한 독립적으로 일하는 주요 대학들과 협력하여 유기농 마케팅 연구의 몇몇 영역을 조사하고 있음. 캘리포니아 데이비스 주립대와 함께 유기농 제품에 대한 마케팅 기회를 결정하기 위해 국가 유기농 표준에 대해 영향을 주는 존재하는 과일과 채소 마케팅의 절차를 협력을 하고 있음
  
- USDA Agricultural Research Service and Organic Agriculture (ARS)
  - 웹사이트 : [www.nps.ars.usda.gov](http://www.nps.ars.usda.gov).
  - 농업연구기관은 전미 100곳 이상의 지역과 5곳의 해외 지역에서 연구를 지휘하는 미 농무부 산하 연구기관임. 농업연구기관은 천연자원부터 인간 영양까지 농업의 모든 양상을 연구하며, 22개 국가 프로그램들로 구성됨. 농업연구기관은 알맞은

모든 국가 프로그램들의 유기농산물 생산자들의 필요에 의한 통합을 의도함  
농업연구기관은 토질 관리, 해충과 잡초의 생물학적 통제, germplasm의 농작물과 동물의 생산과 유지와 같은 영역에서 유기농작물에 적합한 많은 연구를 수행함

125명의 농업연구기관 과학자들은 유기농산물의 맞는 연구에 종사하고 있음. 이 연구의 대부분은 순수하게 유기재배 정황에 맞게 수행되지 않기 때문에 유기농산물 생산 시스템 안에서 적절한 실험을 할 부가적인 연구를 요구함

## ■ USDA National Agricultural Statistics Service and Organic Agriculture(NASS)

- 웹사이트 : <http://www.usda.gov/nass/>
  - 국가 농업 통계 서비스(NASS)는 매년 수백 건의 조사를 수행하고 식품과 섬유의 미 농업 생산과 공급의 모든 국면을 실질적으로 책임지고 있으며, 농부와 농장 일꾼들과 임금으로 받았던 가격지불과 산업의 다른 양상들에 대한 보고서를 준비함
- '02년 농업 센서스조사에서 인증된 유기농산물의 의문점들은 컴퓨터와 인터넷의 사용, 제품 계약 공유, 수증식물, 비료가 뿌려진 면적, 곡물 저장 용량, 새로운 제품(들소, 사슴, 고라니, 라마, 타조과의 새, 타조)과 더 자세한 농장과 관련된 수입에서 다른 새로운 의문점들에 대해 첫 번째로 포함될 것임

## ■ USDA Natural Resources Conservation Service and Organic Agriculture(NRCS)

- 웹사이트 : <http://www.nrcs.usda.gov/>
- 미 농무부 산하 천연자원 보호 기관과 유기농산물
- 천연자원보호 기관은 사람들이 천연자원과 환경을 보호, 유지, 향상하는 것을 돕기 위한 협력의 지도를 제공함. NRCS의 기술적 전문가들은 토지관리를 도우며, 지역사회는 토지, 물, 개인이나 국유지가 아닌 관련된 자원들의 사용과 보호의 계획안에서 포괄적인 접근을 함. NRCS의 기술적이고 금전적인 보조자원들은 유기재배를 포함한 모든 생산자들에게 이용됨. 토지조사와 표준 같은 NRCS의 거의 모든 기술적인 정보와 부식 통제에 대한 설명, 습지대 재건과 야생 서식지의 향상은 유기농장과 재래 농장에 적용됨. 농장보호프로그램은 증가하고 있으며, 이것은 발전하기 위한 유기농작물 보호에 중요함

## ■ USDA's Risk Management Agency and Organic Agriculture (RMA)

- 웹사이트 : [www.rma.usda.gov](http://www.rma.usda.gov)
- 미농무부 산하 위기관리 기관과 유기농산물
- 위험관리기관은 연방 농작물 보험법인(FCIC)을 관리함. 개인보험 회사의 협력, 연결을 통한 연방 농작물 보험 제품들을 제안하고, 새 제품들의 창안을 감독하며, 존재하는 제품들의 강화를 찾고, 농작물 보험 프로그램들의 보전을 보장하며, 서비스가 충분하지 못한 지역사회에서 추구된 봉사 프로그램들을 제안하며 위험관리 교육과 정보를 제공함. '01년 이래로 RMA는 계약서에 의한 좋은 농장업무로서 유기농장업무에 대한 보호를 제공해왔음. 유기농 재배자들은 곤충, 질병, 또는 잡초에 의한 손상에 대한 생산 손실들에 대해 바람직함. 보호는 공인된 보험지침과 절차에 따라 기존에 있는 면적과 인증된 유기재배 면적 모두 이용됨. 유기농산물 재배자들은 19개주에서 뒤따르는 농작물(사과, 아몬드, 보리, 옥수수, 면화, 크렌베리, 건조콩, 아마, 오토, 배, 팝콘, 해바리기, 대두와 밀)에 대해 계약서에 서명했음

※ 참고 3 : 미국 유기농 인증기관

기관명(담당자)	주소/ 웹 사이트	연락처	인증품목/ 인증일
Agricultural Services Certified Organic Katherine Borchard	P.O. Box 4871 Salinas, California 93912	T)831-449-6365 E)ascorganic@aol.com	crop, livestock, wild crop, handling '06.7.4
California Crop Improvement Association Dr. Larry Teuber	Parsons Seed Certification Center One Shields Ave. University of California Davis, CA 95616-8541	T)530-752-0544 E)Irteuber@ucdavis.edu W)www.ccia.ucdavis. Edu	crop, handling '02.8.7
California Organic Farmers Association Laura Horne	3678 North Modoc Kerman, CA 93630	T)866-305-5771 E)cofa2000@cofa.net	crop, livestock, wild crop, handling '02.4.29
CCOF Certification Services	2155 Delaware Ave, Suite 150 Santa Cruz, CA 95060	T)831-423-2263 E)jake@ccof.org W)www.ccof.org	crop, livestock, handling '02.4.29
Global Culture Linda Van Hook	P.O. Box 1640 Crescent City, CA 95531	T)707-464-6913 E)globalculture@ earthlink.net	crop, livestock, wild crop, handling '03.4.14
Guaranteed Organic Certification Agency Charles Heermans	41911 5th St. #202 Temecula, CA 92590	T)951-676-5154 E)Heermans@tfb.com W)www.goca.ws/	crop, livestock, wild crop, handling '02.4.29
Marin County Stacy K. Carlsen	Agriculture Weights & Measures 1682 Novato Bldg., Ste. 150-A Novato, CA 94947	T)415-499-6700 E)marin.dept.ag@co. Marin.ca.us	crop, livestock, handling '02.4.29
Monterey County Certified Organic Kenneth Allen	Monterey County Agricultural Commissioner's Office 1428 Abbott St. Salinas, CA 93901	T)831-759-7325 E)allenke@co.monterey. Ca.us	crop, livestock, wild crop, handling '02.4.29
Scientific Certification Systems d/b/a NutriClean Heena Patel WOrk	2200 Powell Street Suite 725 Emeryville, CA 94608	T)510-821-9818 E)hpatel@scscertified. Com	crop, livestock, handling '02.4.29
Organic Certifiers, Inc. Susan Siple	6500 Casitas Pass Rd. Ventura, CA 93001	T)805-684-6494 E)organic@west.net	crop, livestock, wild crop, handling '02.4.29
Primuslabs.com Brian A. Mansfield	2810 Industrial Parkway Santa Maria, CA 93455	T)805-922-0055 E)brian@primuslabs.com	crops and handling '06.1.22

기관명(담당자)		주소/ 웹 사이트	연락처	인증품목/ 인증일
CO	Colorado Dept of Agriculture Don Gallegos	Division of Plant Industry 700 Kipling St, Ste. 4000 Lakewood, CO 80215-8000	T)303-239-4149 E)Don.Gallegos@ag. State.co.us	crop, livestock, wild crop, handling 02.10.16
FL	Quality Certification Services Ramkrishnan Balasubramanian	P.O. Box 12311 Gainesville, FL 32604	T)352-377-0133 E)qcs@qcsinfo.org W)www.QCSinfo.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
GA	Georgia Crop Improvement Association, Inc. Terry Hollifield	2425 South Milledge Ave. Athens, GA 30605	T)706-542-2351 E)gacrop@bellsouth.net	crop, livestock, handling
HI	Hawaii Organic Farmers Association Kelly Lange	P.O. Box 6863 Hilo, HI 96720	T)877-674-4632 E)hofa@hawaiiorganic farmers.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
IA	Certified Organic, Inc Nanette Rambo	500 1st ST. Keosauqua, IA 52565	T)866-581-6428 E)certifiedorg@netins.net W)www.certifiedorginc. Org	crop, livestock, wild crop, handling 02.11.12
	Iowa Dept of Agriculture Maury Wills	Organic Program 502 East 9th St. Des Moines, IA 50319	T)515-281-5783 E)maury.wills@idals. State.ia.us W)www.agriculture.state.ia.us	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
	Maharishi Vedic Organic Agriculture Institute Carl Jorgensen	P.O. Box 2006 Fairfield, IA 52557	T)641-209-6578 E)mvoai@maharishi.net W)www.mvoai.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
ID	Idaho State Dept of Agriculture Margaret Misner	Division of Plant Industries P.O. 790 2270 Old Penitentiary Rd. Boise, ID 83707	T)208-332-8620 E)mmsisner@idahoag.us	crop, livestock, handling 02.4.29
IL	Organic National & International Certifiers Mel Siegel	3845 W. Oakton St Skokie, IL 60076-3429	T)847-763-0218 E)info@on-ic.com W)www.on-ic.com	crop, livestock, wild crop, handling 04.4.28
IN	Indiana Certified Organic Cissy Bowman	8364 SSR 39 Clayton, IN 46118	T)317-539-4317 E)icollcceo@earthlink.net	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
KY	Kentucky Dept of Agriculture Jake Schmitz	100 Fair Oaks Lane, 5th Floor Frankfort, KY 40601	T)502-564-0290 Ext. 230 E)jake.schmitz@ky.gov	crop, livestock, wild crop, handling 06.1.13

기관명(담당자)		주소/ 웹 사이트	연락처	인증품목/ 인증일
NJ	NOFA-- New Jersey Erich Bremer	60 S. Main St. P.O. Box 886 Pennington, NJ 08534	T)609-984-2225 E)erich.bremer@ag. State.nj.us	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
NM	New Mexico Organic Commodity Commission Brett Bakker	4001 Indian School, NE Suite310 Albuquerque, NM 87110	T)505-841-9070 E)brett.bakker@state. Nm.us	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
NV	Nevada State Dept of Agriculture Peffy McKie	350 Capitol Hill Ave. Reno, NV 89502	T)775-688-1182 ext.243 E)pgmckie@agri.state. Nv.us	crop, handling 02.5.13
NY	NOFA--New York, LLC Carol A. King	840 Upper Front St. Binghamton, NY 13905	T)607-724-9851 E)certifiedorganic@ nofany.org	crop, livestock, handling 02.4.29
	Natural Food Certifiers Reuven Flamer	648 Central Pk Ave, Suite136 Scarsdale, NY 10583	T)845-426-5098 E)info@nfcertification. Com	crop, livestock, wild crop, handling 02.10.08
OH	Global Organic Alliance, Inc. Betty J. Kananen	P.O. Box 530 Bellefontaine, OH 43311	T)937-593-1232 E)kananen@logan.net	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
	Ohio Ecological Food & Farm Administration Stephen F. Sears	9665 Kline Rd, West Salem, OH 44287-9562	T)419-853-4060 E)organic@oeffa.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
OK	Oklahoma Dept of Agriculture Bryan Buchwald	2800 N. Lincoln Blvd. Oklahoma City, OK 73105	T)405-522-5924 E)bryan.buchwald @oda.state.ok.us	crop, livestock, handling 02.12.6
OR	Oregon Tilth Chris Schreiner	470 Lancaster Dr. Salem OR 97301	T)503-378-0690 E)organic@tilth.org W)www.tilth.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
	Stellar Certification Services, Inc. Jim Fullmer	P.O. Box 1390 Philomath, OR 97370	T)541-929-7148 E)demeter@peak.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
PA	Pennsylvania Certified Organic Leslie Zuck	406 South Pennsylvania Ave Centre Hall, PA 16838	T)814-364-1344 E)leslie@paorganic.org W)www.paorganic.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29

기관명(담당자)		주소/ 웹 사이트	연락처	인증품목/ 인증일
RI	Rhode Island Dept of Environmental Management Matt Green	Div of Agricultural & Resource Mktg 235 Promenade St. Providence, RI 02908	T)401-222-2781 E)matt.green@dem.ri.gov	crop, livestock, wild crop, handling 02.10.22
SC	Dept of Plant Industry David S. Howle	Clemson University 511 Westinghouse Rd. Penleton, SC 29670	T)864-646-2140 E)dhowle@clemson.edu	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
TX	Texas Dept of Agriculture Leslie McKinnon	Organic Certification Program P.O. Box 12847 Austin, TX 78711	T)512-475-1641 E)leslie.mckinnon@agr. State.tx.us	crop, livestock, handling 02.4.29
UT	Utah Dept of Agriculture Seth R. Winterton	350 North Redwood Rd. Box 146500 Salt Lake City, UT 84114	T)801-538-7141 E)sethwinterton@ut.gov	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
VT	Vermont Organic Farmers, LLC Nicole Dehne	P.O. Box 697 Richmond, VT 05477	T)802-434-4122 E)nicdehne@hotmail.com W)www.nofavt.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.9.24
WA	Washington State Dept of Agriculture Miles McEvoy	P.O. Box 42560 Olympia, WA 98504-2560	T)360-902-1924 E)organic@agr.wa.gov W)www.agr.wa.gov/ foodanimal.organic	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
WI	Midwest Organic Services Association, Inc Stephen Walker	P.O. Box 821 122 W. Jefferson St Viroqua, WI 54665	T)608-637-2526 E)mosa@mosaorganic.org W)www.mosaorganic.org	crop, livestock, wild crop, handling 02.4.29
	Natures International Certification Services David Engel	P.O. Box 131 224 State Hwy 56 Viroqua, WI 54665	T)608-637-7080 E)david.engel@ naturesinternational. com	crop, livestock, 07.2.12