

해 외 출 장 결 과 보 고

1. 출장개요

가. 출장건명 : 「식 윤리란 무엇인가-친밀성과 공공성」

(교토대학 글로벌COE 프로그램)

나. 출장목적 : 초청자부담 국제워크숍 주제발표

다. 출 장 자 : 농업관측정보센터 부연구위원 정은미

라. 출장기간 : 2009. 12. 11(금) ~ 14(월) (3박 4일)

마. 출 장 지 : 일본 교토대학교

	이동상황	주요내용
12월 11일	인천→교토	○ 현지 도착
12월 12일	교토	○ 한국, 미국 주제발표 정원각 한국iCOOP생협연구소 사무국장 정은미 한국농촌경제연구원 부연구위원 박민수 고려대학교 사회학과 대학원 田中敬子 미국 켄터키대학 사회학과 조교수 Eric Stiff 미국 켄터키대학 사회학 박사과정
12월 13일		○ 일본, 태국 주제발표 網中奈美江 일본 교토대학 농학연구과 연구원 今泉晶 일본 교토대학 농학연구과 박사과정 Surichai Wungaeo 태국Chulalongkorn대학 교수 Thunya Sangubon 태국 Community of Agro-ecology Foundation
12월 14일	교토→인천	귀국

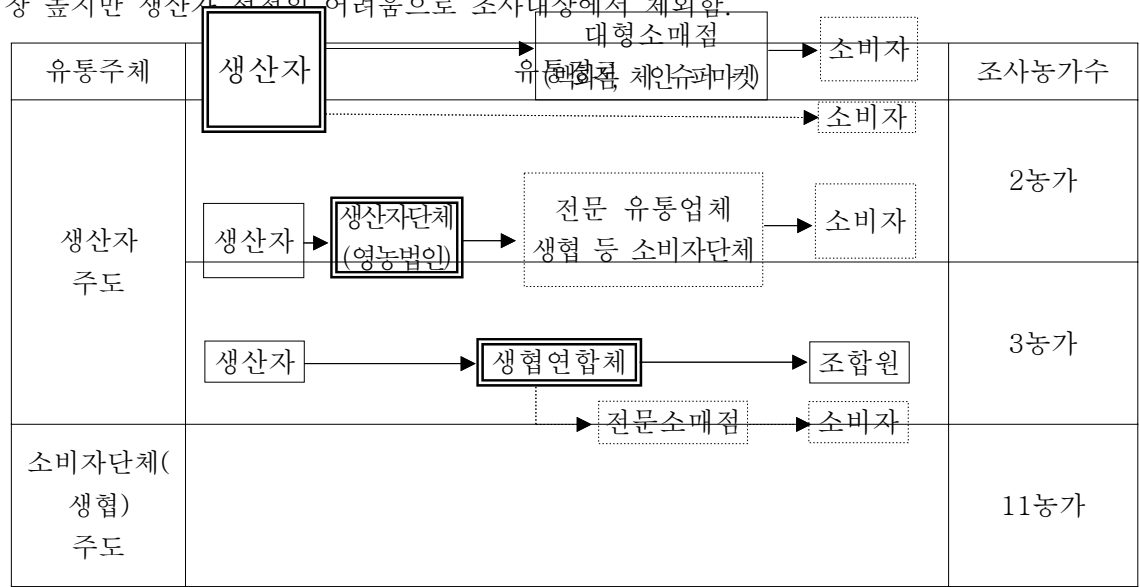
2. 주요 발표 내용

윤리적 생산과 소비 - 한국 유기농업 생산자와 생협 조합원 의식 조사 결과
Ethical Production and Consumption :

1. 윤리적 생산

○ 조사 대상 : 총 16 농가

- 조사대상 농가 선정의 한계 : 실제 친환경농산물 전문 도매업체가 주도하는 비율이 가장 높지만 생산자 선점의 어려움으로 조사대상에서 제외함.

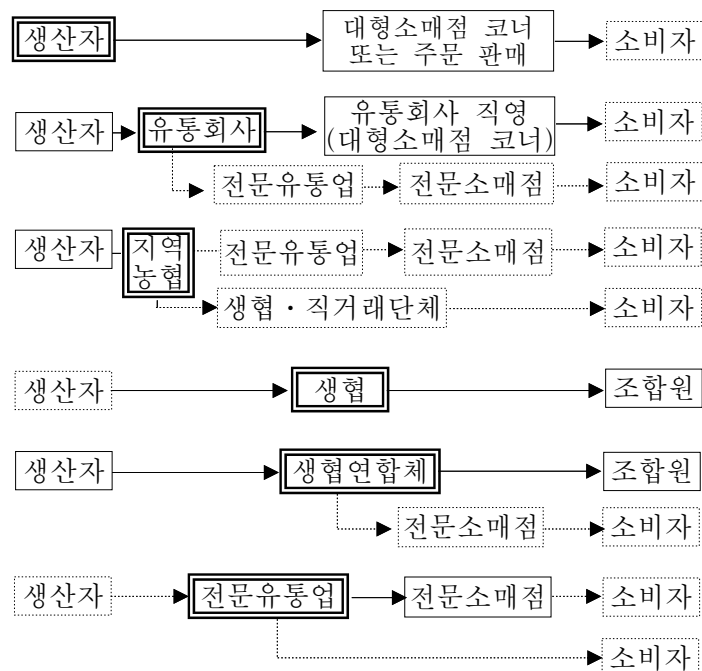


<한국 친환경농산물 유통경로>

		생산단계	도매단계	소매단계	소비단계	시장점유율
생산자주도 (A)	①생산자 (조직)					약 5%
	②생산자 (조직)의 유통회사					약 7~8%
	③농협					약 5%
소비자주도 (B)						약 2~3%
생산·소비자 공동참가 (C)						약 25~30%
전문유통업체 주도 (D)		통신판매				약 50%

○ 조사대상자 개요

- 전업농 대상, 부부 노동으로 재배할 수 있는 경작면적
논 3~4ha, 논 0.3~0.5ha + 시설하우스 0.5~1ha,
논 0.3~0.5ha + 밭(노지 재배) 1.5~2.5ha
- 재배품목 : 보통 4품목 이상 다품목 재배, 단 경축복합영농은 조사농가 중 1호 뿐



	연령			종교		
	30대	40대	50대	개신교	천주교	없음
농가수	2	8	6	5	4	7
비율	12.5	50.0	37.5	31.2	25.0	43.8
	친환경농업 경력			주요 소득 품목		
	10년 미만	10년~20년	20년 이상	채소(엽채)	채소(과채)	곡류사료축산
농가수	6	6	3	2	10	4
비율	37.5	37.5	18.8	12.5	62.5	25.0
	농업소득			부채		
	5천만 미만	5천-1억	1억원 이상	없음	5천만원 미만	5천만원 이상
농가수	3	9	4	7	4	4
비율	18.8	56.3	25.0	43.8	25.0	25.0
	소득만족도			앞으로 영농규모		
	부족	보통	만족	늘리겠다	현재 규모 유지	줄이겠다
농가수	6	7	3	5	9	2
비율	37.5	43.8	18.8	31.2	56.3	12.5

- 종교 : 1970~80년대 정농회, 가톨릭농민회 등 유기농업 생산자단체의 영향이 아직도 크다
- 영농규모 줄이겠다 이유(2명) : 노동력 부족

○ 출하처(공통)

- 소규모 전문도매상과 거래 : 대금결제 지연, 거래량 적음, 빈번한 계약 위반 등 문제
- 농협 등 생산자단체 : 상품 단가 높으나 거래량 적음
- 생산자가 직접 유통에 참여하거나 소비자조직(생협 등)과 계약거래 : 가격 높은 것보다 가격 안정성, 거래 지속성을 위해

○ 조사대상자 특성(종합)

		신념	
		강함 13명	약함 3명
경제적 자립	강함 (소득만족도 : 보통, 만족) 10명	- 친환경 경력 : 길다 - 생산자 인지도 높음 - 생산자가 출하처 선정: 영세 중간상인, 농협, 소비자조직 등 여러 유통경로 경험 후 가장 안정적인 판로를 확보 - 생산자단체 조직하고 리더 역 할 - 자녀에게 농업 권유 : 강함 - 공정무역: 필요(=한국농민과 제3세계농민은 같은 존재)	- 친환경 경력 : 짧다 - 소비자 교류를 통해 친환경농 업 필요성 인식하고 지속함 - 관행농업도 병행함 - 안정적인 판로에 공급 확대를 원함 - 대량유통에 반대함(친환경농 산물은 계약재배 필요) - 공정무역 : 긍정적(=그러나 수입 반대)
	약함 (소득 만족도 : 부족) 6명	- 친환경 경력 : 길다 - 안정된 판로가 확보되지 못하 여 농가소득 불안정 - 지역에 생산자단체 있지만 조 직력 약함 - 자녀에게 농업 권유 : 약함 - 공정무역 : 필요(=수입 반대 하지만 자급률이 낮은 현실)	- 친환경 경력 : 짧다 - 판로가 있는 이웃의 권유, 지 자체의 친환경정책으로 시작 - 안정된 판로 미확보 - 대량유통을 원함(∴친환경농 산물도 경매 필요) - 공정무역 : 긍정적(=소비자가 원한다면)

<윤리적 생산에 대한 조사 항목>

이하 ‘생산자 윤리’ 항목에 대해서는 그 특징이 크게 다르지 않으므로 일괄 정리함.

○ ‘생산자 윤리’란 단어

- 긍정적이며 생산자에게 유리하다고 판단됨.
(친환경농업 경력이 긴 농가 : 생산자 윤리란 용어를 반가워함. 이 용어가 필요하며 지
금까지 수고가 헛되지 않았음이 증명되는 것이라 함)
- 단어의 느낌(복수응답)
생산자 스스로 바람직한 생산 방법 등 생산자의 의무를 강조(12명, 75%),
물질순환을 고려한 지속적인 생산방식을 강조(5명, 31.2%),
친환경농산물과 같은 안전한 농산물 생산을 강요(3명, 18.8%)
소비자 입장에서 생산자에게 새로운 규범을 강요(1명, 6.3%)

○ 관행농법 생산자에게 ‘생산자 윤리’란?

- 관행농가도 “농약기준량은 문제없음”이란 기준에서 윤리는 있다.
- 그들에게 친환경농업은 수확량이 크게 줄기 때문에 생계를 유지하지 못할 것으로 판단
하며 농업으로 인정하지 않을 뿐이다. 즉 농약을 사용하면서 자신의 생계(=경제성)는

고려하지만 타인(=소비자)의 생명은 보이지 않는다.

- 반면 고령자는 농사 방법보다 농업을 지속한다는 그 자체가 윤리이다(농가 고령화 문제로 농사지를 사람이 없기 때문).

○ 친환경 생산자의 ‘생산자 윤리’란?

- 생명을 다루는 농민의 가치와 철학
- ‘자 자식이 먹을 수 있는 농산물을 판매한다’는 원칙(=양심)을 지키는 생산자 의식(=소비자에게 안전한 농산물을 공급하는 책임감)
- 농부의 진실, 성실, 양심을 지키는 마음가짐(=내 가족, 주위 사람을 생각하고 자연을 생각하는 마음가짐)

○ ‘생산자 윤리’가 실현되기 위해 해결해야 할 과제

- 생산자 스스로 생명체에 대한 이해와 존엄성, 그리고 생산자 자신의 정제된 생활
- 생산자가 스스로 양심을 지키고 지속적으로 우수한 품질의 농산물을 공급하며 소비자에게 믿음을 주어야 함
- 정당한 대가를 받는 것, 생산자의 소득이 보장되어야 가능함(= 그러기 위해서는 소비자가 친환경농산물에 대한 이해가 필요하고 도농교류를 통해 친환경농산물 생산과정을 비교하게 함)

○ 친환경농업 시작 동기

- 농민운동 (3명, 18.8%)
(=농민운동 당시 이웃이 ‘농사는 언제 짓냐’ 말에 최고 농사꾼, 최고 품질을 생산해야 농민운동 효과도 있다고 판단함)
- 생산과정 중 농약 피해로 스스로 농법 전환, 또는 잔류농약 기준치 이상 검출로 사법처리되는 것을 보고 친환경 시작함(5명, 31.2%)
- 판로가 있는 이웃의 권유(5명, 37.5%)
- 지자체의 친환경농업 정책(2명, 12.5%)
- 자식에게 물려줄 농업은 지속가능한 농업이라고 생각함(1명, 6.3%)

○ 친환경농업 계속하는 이유(복수응답)

- 친환경이 옳은 방법이고 가능성이 있다(=앞으로 농업은 친환경이 대세이다) → 농민을 택한 자신의 삶이다(=유기농업을 통해 인생의 모든 것을 얻었다) (6명, 37.5%)
- 같은 뜻을 가진 생산자가 있고 소비자와 교류를 통해 안정된 판로가 있다(7명, 48.3%)
- 더 이상 농약은 사용하고 싶지 않다(7명, 48.3%)

○ 친환경농업 생산 과제

- 지역에 유기물질 순환이 충분히, 체계적으로 구축되어 있지 못하여 친환경 농업 규모를 늘리지 못하고 있다.
(= 친환경농업을 하고 싶지만 유기질 퇴비 공급 등 조건이 어려움)
- 생산비 증가(=유기질 퇴비 부족으로 타지에서 공급)하는 반면, 생산성 저하(=농촌 일손 부족으로 고령자 고용)

- 친환경농자재 난립(=유기농업을 자연의 섭리와 인간 지혜로 해결하려는 것이 아니라 농약과 화학비료만 사용하지 않는 대신 다른 친환경 농자재를 사용하려고 함)
- 각 지자체에서 경쟁적으로 친환경농업 정책을 시행
(= 판로는 정해지지 않은 채 생산을 장려하여 친환경농산물이 도매시장에 출하, 결국 친환경농산물의 가치 인정하지 않는 유통업체가 소비자에게 가격만 높게 받는 현상이 있음).
- 고소득 작목으로 집중
(=지역 내 물질순환을 염두에 둔다면 지역 자급을 높이기 위해 다양한 품목을 재배해야 하지만 현재는 친환경농업도 소비가 꾸준히 있고 가격도 높은 품목으로 집중되는 현상이 있음)
- 잔류농약만 나오지 않으면 된다는 사고방식(=농사 과정 전체가 친환경적으로 되어야 함)

○ 친환경농업 유통 과제

- 유통업체는 난립하지만 믿을 수 있는 안정적인 거래를 할 수 있는 유통업체(=판로)는 극히 소수(= 생협 등)에 불과하다.
(=자신의 농지 모두를 유기농업으로 하고 싶지만 판로가 국한되어 있어 일부만 유기농업으로 한다)
- 친환경농산물도 지역 내 유통보다 서울 등 수도권으로 집중된다.
- 일반농산물에 비해 친환경농산물은 아직 소량 유통이므로 유통비용 높다.
(=가격 비싸다)
-

○ 친환경농업 소비 과제

- 농산물 생산 과정에 대한 소비자 교육 필요
(= 소비자가 농업, 농촌, 농민을 이해하지 못한다. 사례 : 토마토가 터진 것을 반품함)
- 친환경농산물 소비 확대
(=친환경농산물 홍보 필요, 친환경농업을 제대로 아는 소비자는 적을 것)
(=가격이 낮아져야 한다. 농가는 생산단가 낮추고 유통업체는 높은 유통마진을 낮추어야 한다)
- 제철에 맞는 품목을 생산하고 소비하는 생활이 필요하다.
(=제철에 맞는 소비, 생산에 맞는 비용을 지불하는 소비가 필요-겨울에 신선채소를 먹으려 한다면 시설온실에서 가온이 필요하며 모두 비용을 수반함)

○ 친환경농업을 하면서 하고 싶은 말

- 친환경농업을 하는 내 모습을 보이고, 나누고, 같이 즐기고, 사람들이 찾아오는 곳으로 만들고 싶다
- 친환경농업을 타인의 생명을 존중하고 자연을 보전하고, 누군가가 농업을 지속할 수 있도록 만들고 싶다.
- 최소한의 양심을 지키려고 노력하는 생산자로서 계속 생산하겠다.
- 친환경농업은 더불어 살아가는 것이다. 생산자와 소비자가 공생하는 한 방법이다.

- 친환경농업을 처음 시작할 때는 돈이 되겠다 싶어서 했지만 지금은 생산자로서 꼭 해야겠다는 생각이다. 소비자, 환경, 생산자 개인에게 건강하기 때문이다.
- 지역 내 유기물질 순환체계를 비롯한 친환경농산물 유통도 자급할 수 있는 시스템을 만드는데 노력하겠다
(=유통도 지역 내 자급 시스템이 갖춰지지 않으면 돈되는 품목만 쫓는다)

2. 윤리적 소비

■ 조사개요

○ iCOOP생협 지역매장 15점, 매장 방문 조합원 300명, 무작위 추출 설문조사

○ 응답자 성격

- 나이 평균39세, 주부 68%, 가족수 평균 3.9명, 자녀수 평균 1.9명

○ 조합원은 1개월에 약 10회 정도 매장이나 인터넷을 통해 생협 물품을 구매

- 먹을거리, 생활용품의 생협 이용율 : 80%이상 이용 59.0%, 60-80%이용 20%
- 1년 전과 지금의 살림살이를 비교하는 질문에 대해 62.3%가 '비슷하다'고 응답하였으나 '어려워 졌다'가 31.3%로 '나아졌다'라고 응답한 5.3%에 비해 훨씬 많았다.
- 경기가 어려워지고 있으나 생협에서 구매하는 물품이 '늘었다'는 응답이 63.0%로 '비슷하다' 28.0%, '줄었다' 5.3% 보다 많았다. 이는 2008년 동안 광우병, 멜라민, 트랜스 지방, GMO 등의 문제가 계속 발생하면서 식품 안전에 대한 관심이 커졌기 때문인 것으로 보인다.

<윤리적 소비에 대한 조사 항목>

○ 윤리적 소비를 나타내는 물품 소비 실태와 의식

물 품	알고 있다	1회 이상 구입 경험
공정무역	92.0	65~70%
사회적 약자 연대	56.2	50~60%
친환경농산물	84.3	79%(쌀)~98%(유정란)

○ 생협 공정무역(또는 사회적 약자 연대) 물품 구매 이유

이유	공정무역 물품	사회적 약자 연대물품	친환경 농산물
맛이나 품질이 좋아서	7.3	9.7	5.0
제3세계의 생산자(또는 사회적 약자)를 돕고 연대 또는 자연환경과 농업을 보호하기 위해	27.3	21.3	10.3
안전한 식품, 건강을 위해서	43.7	25.3	67.0
특별한 이유 없이 생협에서 판매하므로 믿고	7.7	16.0	2.0
모르겠다	0.7	0.7	0.0
계	86.7	73.0	84.3
무응답	13.3	27.0	15.7
합 계	100.0	100.0	100.0

○ 친환경농산물 구매

	주1회 이상	월 1-2회	2-3개월에 1회	6개월에 1회	불규칙한 구입	합 계 %
친환경 쌀	8.0	30.0	12.0	3.7	25.7	79.3
축산물 (한우, 돼지)	33.0	43.3	3.7	0.3	14.0	94.3
유정란	63.7	22.7	1.7	0.3	9.3	97.7

○ 윤리적 소비를 이끄는 물품에 대한 구매 의사

이유	공정무역 물품	장애우 생산물품	저소득층 여성지원	우리밀제 품	친환경농 산물	우리고장 농산물
구매를 늘리겠다	34.3	37.0	26.0	50.3	55.7	48.0
이전과 동일하다	53.7	55.0	51.7	46.0	41.3	47.3
구매를 줄이겠다	2.7	2.0	3.7	1.7	1.3	0.7
구매계획 없다	5.7	2.0	13.3	0.3	0.0	1.3
무응답	3.7	4.0	5.3	1.7	1.7	2.7
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 윤리적 소비에 있어서 아직은 친환경 농산물, 우리 밀 관련 제품, 지역 농산물 등 ‘식품 안전’과 ‘친환경 농업’에 대한 관심이 ‘공정무역’이나 ‘사회적 약자 지원과 연대’ 보다 높은 것으로 나타났다.

○ 윤리적 소비에 해당하는 것

- 응답자 70-80%는 친환경 농산물, 공정무역, 사회적 약자를 위한 연대 등이 윤리적 소비라고 생각하는 것으로 답했고 소비 절약은 39.2%, 지역 농산물 소비는 52.7%만이 윤리적 소비라고 응답했다.

		절약하는 소비생활	공정무역 상품 구매	친환경, 유기농산물 구매	사회약자 생산제품 구매	우리 고장에서 생산되는 농산물 구매
윤리적 소비에 해당	응답자 수	116	221	242	218	157
	%	38.7	73.7	80.7	72.7	52.3

- 공정무역, 사회적 약자와 연대는 지역 농산물 소비 보다 윤리적 소비라는 생각을 많이 하지만 막상 소비를 할 때에는 지역 농산물 보다 구매 의사가 적었다.
- 그러므로 응답한 조합원들은 ‘친환경 농산물은 윤리적 소비라는 인식’이 대부분 구매로 이어지고 있으나 ‘공정 무역과 사회적 약자와 연대하는 인식’은 구매로 이어지는 연결고리가 아직은 약한 것으로 보인다.
- 이러한 응답으로 미루어 봤을 때 앞으로는 윤리적 소비 가운데에 공정무역, 사회적 약자와 연대에 대해 더욱 홍보하고 강화해야할 것으로 보인다.

○ 윤리적 소비를 위해 취급하는 공정무역 물품, 친환경 농산물 등의 가격이 시중의 일반 상품에 비해 가격이 비싼 편이다. 이를 두고 ‘윤리적 소비가 경제적으로 여유 있는 사람들만 할 수 있는 운동’이라는 지적이 있다. 이와 관련하여 보다 많은 사람을 참여시키기 위해서는 공정무역 물품, 친환경 농산물 등 관련 ‘물품의 가격이 좀 더 싸져야 한다’는 주장에 대해 무려 80.0%가 동의를 하고 5.0%만이 ‘동의하지 않는다’고 응답하였다. 윤리적 소비가 대중화되기 위해서는 가격의 문제가 해결되어야 함을 보여주는 대목이다.

○ 이번 조사 결과를 요약해 보면 생협 조합원들은 경제 상황이 나빠졌음에도 불구하고 ‘윤리적 소비를 위한 지출은 늘어났다’고 대답하였다. 이는 세계적인 경기 침체에도 불구하고 2008년 공정무역 매출액과 친환경 농산물 매출이 2007년에 비해 늘어난 것과 흐름을 같이 한다.

[영문

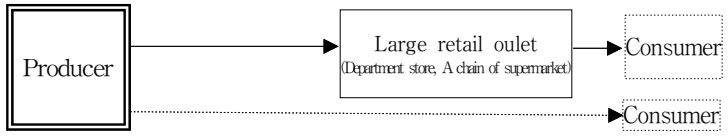
윤리적 생산과 소비 - 한국 유기농 생산자와 생협 조합원 조사 결과

Ethical Production and Consumption : the survey wrt organic food producers and consumer Cooperatives.

1. Ethical Production

○ The number of those surveyed : 16 farmhouses

- Limitation: We exclude 'speciality wholesalers' which rank the highest among eco-friendly agriculture agencies, since it was difficult to contact.

Distributor	Distribution Channel	Number of survey
Producer	 <pre> graph LR P[Producer] --> RO[Large retail outlet (Department store, A chain of supermarket)] RO --> C1[Consumer] P -.-> C2[Consumer] </pre>	2 farmhouses

		3 farmhouses
Consumer organization (coop.)		11 farmhouses

<Distribution Channel of Eco-friendly agriculture product in Korea>

		Production	Wholesale	retail sale	consumption	market share (approximate)
P r o d u c e r (A)	① Producer (Organization)			Large retail outlet or Sail to order	Consumer	5%
	② Distributors of Producer (Organization)			direct management of the Distribution company Specialty distributors	Consumer Retailer shop -> Consumer	7~8%
	③ Agricultural cooperative			distributor Coop. and direct transaction association	Consumer Retailer shop -> Consumer	5%
Consumer (B)					member	2~3%
Producer and consumer together (C)					member member	25~30%
Specialty distributor (D)					member member	50%

○ Summary

- Arable acreage which full-time farmers and a married couple can cultivate.
 Rice field 3~4ha, Rice field 0.3~0.5ha + indoor green house 0.5~1ha,
 Rice field 0.3~0.5ha + field(outdoor culture) 1.5~2.5ha
- List of products : Normally more than 4, only one farmhouse is 경축복합영농.

	Age			Religion		
	30	40	50	Protestant	Catholic	none
the number of farm houses	2	8	6	5	4	7
Rate	12.5	50.0	37.5	31.2	25.0	43.8
	Career of eco-friendly product			Main product of income		
	Less than 10	10~20years	More than 20 years	green vegetables	Fruit-Vegetables	grain·사료(?)·livestock farming
the number of farm houses	6	6	3	2	10	4
Rate	37.5	37.5	18.8	12.5	62.5	25.0
	Farming income(won)			Indebt(won)		
	Less than 50 Million	50million - 100million	More than 100 million	None	Less than 50 Million	More than 50 Million
the number of farm houses	3	9	4	7	4	4
Rate	18.8	56.3	25.0	43.8	25.0	25.0
	satisfaction ratings in income			Farm scale in future		
	dissatisfaction	normal	satisfaction	increase	Keep up	decrease
the number of farm houses	6	7	3	5	9	2
Rate	37.5	43.8	18.8	31.2	56.3	12.5

- Religion : 'Jeongnonghoe' and 'Catholic Farmer association' in 1970~1980 still retain its dominance
- Decrease in its scale(2 people) : shortage of labor.

○ 출하처(공통)

- Small specialty wholesalers : payment delay, small sales, frequent breach of contract
- Agricultural cooperative and other production group : High price level but low trading volume.
- Direct participation to distribution or contract sale with consumer organization : Stable price rather than high price, and durability.

○ Characteristic of the participant in the survey(조사대상의 특성)

	degree in conviction	
	strong : 13	weak : 3

Economical self-sufficiency	strong (satisfacting ratings in income : normal, satisfaction) 10	- experience in eco-friendly: long - Producer's recognition: high - Producer can select: After using several distribution channel, producers secure the best agencies. - The leader who organize production organization - invite their children to farming : strong - Fair trade: need(=Farmers in Korea and the third world are same)	- experience in eco-friendly: short - Sustain Eco-friendly agriculture by interacting with consumer - farming - want stable distribution channel and increase supply. - oppose a large distribution (contract sale need in eco-friendly product) - Fair trade: positive (But oppose to import.)
	weak (satisfacting ratings in income : lack) 6	- experience in eco-friendly : long - not secure the channel, so unstable income. - There is producer organization but weak of organizing ability - invite his children to farming : weak - Fair trade: need(=not oppose import but we are in low food self-sufficient)	- experience in eco-friendly : short - invitation from the neighbor who has the stable distribution channel, and eco-friendly policy in Local Government. - not secure stable channel. - want a large distribution (because Eco-friendly product also need a auction) - Fair trade: positive (=if consumer want)

<Research on ethical production>

○ The term known as 'ethical production'

- It is viewed as positive and beneficial for Eco-friendly producers.
(The farmhouse with long years of eco-friendly agriculture experience: They support this term as they deemed the term as a proof for their effort.)
- The impression of the term (multiple response)
 - Emphasis on the duty of producers.(12 personnel, 75%),
 - Focus on the sustainable way of production which consider material circulation (5 personnel, 31.2%),
 - Compulsion on the safe and secure production such as Eco-friendly products(3 personnel, 18.8%).
 - Compulsion on the new standard on producers from consumer's aspects(1 personnel, 6.3%).

○ What does 'Ethical production' mean for producers with customary agricultural method?

- Customary farmhouses also have their own ethical standard such as “a standard amount of agriculture chemicals”
- They neglect the eco-friendly farming as they figured this method would yield

less crops which would make their living worse. That is, as they use agrichemicals, they only take into account their living, not the welfare of others (consumers in particular).

- On the other hand, as for the aged farmers, not the farming method but sustaining agriculture itself is the ethics.

○ What does Ethical production mean for eco-friendly producers?

- The value and philosophy of the farmers who deal with life.
- The producer's consciousness to hold their principle that "they are selling these product safe enough for their own children."
- Farmer's attitude to retain trustworthiness, integrity and conscience.
(The attitude to care family, neighbour and the nature)

○ Challenges ahead to realize 'producer ethics'.

- Producers have to understand the life and its dignity and live a life of modesty.
- Producers keep their conscience and continue to supply quality product and give confidence to consumers
- It entails fair proceed and income for producers.

○ Motive

- Peasant movement(3, 18.8%)
(= they thought they ought to become the best farmers to produce with best quality for the movement to be widespread.)
- Due to damage from agrichemical poisoning or witnessing prosecution of co-worker for exceeding the standard of pesticide residues(5명, 31.2%)
- Solicitation from neighbors who have distribution channel(5, 37.5%)
- Policy from Local Government(2, 12.5%).
- Considered that sustainable farming is the skill that they ought to transcend to the next generation (1, 6.3%)

○ Reason to sustain(Multiple response)

- It is the right way to pursue Eco-friendly way and it has the bright prospect - They attained everything in life through organic farming(6, 37.5%).
- They associated with group with the same value and secured the retail channel through interaction with consumers(7, 48.3%)
- don't want to use chemical any longer(7, 48.3%)

○ Challenges for Eco-friendly farming's production

- Organic material circulation system is not sufficiently and systematically organized which hinders from expanding its scale. (inferior condition for eco-friendly farming)

- In spite of an increase in cost for production (shortage of organic manure), productivity keep declining (employ the aged due to labor shortage)
 - flooded with eco-friendly agriculture materials(i.e. instead of imposing certain value of nature and human wisdom, mainly focus on replacing agricultural chemicals with alternative eco-friendly produce)
 - Competition among local governments without secure retail channel which as a result, devalue the eco-friendly product and retail companies dominate all the profit at the cost of consumers)
 - Concentration on highly-income products : diversification of the produce is needed for self-sustainability of the system with material circulation in local area under consideration.
 - Only focus on regulating Pesticide residues: need to eco-friendlize the whole farming process.
- Challenge for the retail of eco-friendly farming.
- Despite considerable number of distributors exist, only a few (e.g. coop) can be trusted with respect of reliable and secure transaction.
(= want to transform all product to eco-friendly but there is a limit to the channel).
 - The product do not circulate in a local area but concentrate on the vicinity of the capital.
 - As eco-friendly produce retails far less than normal one, it retains higher cost of retail(more costly to distribute).
- Challengefor Eco-friendly's consumption.
- The need for consumer education to deepen their understanding on the process of production.
(ex. Someone return damaged tomatoes)
 - Enlargement of consumption.
(=The need for publicity about the value of eco-friendly product)
(=lower its price - farm ought to lower its production cost while retailers lesson retail margin)
 - produce and consume seasonal item
- Any word you want to say about eco-friendly agriculture.
- want to make a beautiful farm to share, invite and enjoy.
 - want to preserve nature and other's life and encourage someone to sustain farming.
 - make every effort to produce safe products.
 - It is a way of symbiosis for both of producers and consumers.

- begin eco-friendly farming for profit at first, but value become more important now.
- do the best for organizing organic material circulation system in a local area.
(= not pursue the high-profit items)

2. Ethical consumption

■ Survey outline

- Object : random sampling of 300 members in the 15 local shop of iCOOP coop.
- information on the respondents
 - Age in average : 39 yrs - housewife 68%
 - the size of family 3.9 (personnel) - Avg. No. of children: 1.9 (personnel)
- Respondents in the survey use Coop. items about 10 times a month through a shop and network.
 - A rate of use in food and the necessities of the life :
 - More than 80% : 59.0%, • 60-80% : 20%
 - Living standard compared with previous year
 - Similar : 63.3% • getting worse : 31.3% • getting better : 5.3%
 → 'worse' outnumber 'better'
 - The number on respondents who visit coop. more than before is on the increase in spite of economic downturn.
 - This can be interpreted as the result from a series of incidents related with food safety in 2008 such as mad cow disease, GMO, melamine, trans fatty.

<Survey item>

- current situation and consciousness about ethical consumption

Goods	aware	use more than 1 times
Fair trade	92.0	65~70%
Solidarity of the social weak (사회적 약자 연대)	56.2	50~60%
Eco-friendly produce	84.3	79%(rice) ~98%(fertile eggs)

- Reason to purchase cooperatives fair trade products

reason	Fair trade	Solidarity of the social weak	Eco-friendly agricultuee products
good taste	7.3	9.7	5.0
help the weak in the third world and preserve the nature	27.3	21.3	10.3
for safe food and health	43.7	25.3	67.0
no reason but trust coop.	7.7	16.0	2.0
not know	0.7	0.7	0.0
total	86.7	73.0	84.3
no reply	13.3	27.0	15.7
the total	100.0	100.0	100.0

○ Purchase of eco-friendly produce

	more than 1 times a week	1 to 2 a month	1 two or three months	1 six months	irregular	the total %
Eco-friendly rice	8.0	30.0	12.0	3.7	25.7	79.3
stock farm products (a Korean beef cattle , pork)	33.0	43.3	3.7	0.3	14.0	94.3
fertile eggs	63.7	22.7	1.7	0.3	9.3	97.7

○ Consumers' willingness to purchase ethical produce.

	fair trade	goods from the handicapped	support the low-income women	Goods from Korean wheat	Eco-friendly agriculture products	Local food
increase	34.3	37.0	26.0	50.3	55.7	48.0
same	53.7	55.0	51.7	46.0	41.3	47.3
decrease	2.7	2.0	3.7	1.7	1.3	0.7
no plan	5.7	2.0	13.3	0.3	0.0	1.3
no reply	3.7	4.0	5.3	1.7	1.7	2.7
the total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- Consumers are more concerned about food safety and degree of eco-friendliness of the produce (Goods from Korean wheat, Local food and Eco-friendly agriculture products) than 'fair trade' and 'Solidarity of the social weak'

○ What consumption do the consumers think ethical?(어떤 소비가 윤리적인가?)

		thrift	fair trade	Eco-friendly produce	Solidarity of the social weak	Local food
Ethical consumption	number	116	221	242	218	157
	%	38.7	73.7	80.7	72.7	52.3

- 70~80% : Eco-friendly agriculture products, 'fair trade' and 'Solidarity of the social weak' are ethical consumption.

- 33.7% : 'Save(절약)' are ethical consumption.

- 52.3% : 'Consumption of local food' is ethical.

- Considerable number of respondents associated ethical consumption more with 'fair trade and solidarity with social weak' than regional produce but showed less willingness to consume compared to regional produce.

- Therefore, the result shows that purchase is mainly induced from strong link between 'eco-friendly produce' and 'ethical consumption' but it is relatively less associated with 'Fair trade' and 'Solidarity of the social weak'

- This survey indicates the need for more emphasis on the campaign of 'Fair trade' and 'Solidarity of the social weak'.

○ It is widely known that fair trade product and eco-friendly produce for ethical consumption is more expensive than its equivalent commodities. With this fact, some critics argue that "these goods are geared toward wealthy people only" With respect to this point, 80% of participant showed 'agree' while only 5% responded 'disagree', which indicates the need of price adjustment to popularize the movement.

○ To summarize, participants in the survey responded that they will expand its expenditure in ethical consumption despite economic downturn. This is aligned with the global trend of the increase in fair trade and sales for eco-friendly produce in 2008 compared to 2007 irrespective of global recession.