
제1차('22~'26) 화훼산업육성 종합계획

2021. 12. 31.



희망찬 농업, 활기찬 농촌, 행복한 국민

농림축산식품부
원 예 경 영 과

제1차('22~'26) 화훼산업육성 종합계획[요약]

1 지속 가능한 생산기반 조성

- 화훼산업 진흥지역 조성('22~'25: 5개소) 및 지원('23~'26)
 - (집적화) 진흥지역 지정* 및 농가와 마케팅 주체(농협 등) 연계 조직화
 - * 생산단지 중심 유통·가공 등 산업 인프라가 집적된 주산지(시설 포함 30ha 이상) 중 선정
 - (패키지 지원) 진흥지역이 경쟁력을 확보하도록 H/W·S/W 지원
 - * (H/W) 선별장 등 공동시설 (S/W) 경영체 조직화, 품질관리 등 현장 교육 등
- 화훼 생산단계 R&D 강화
 - (기반조성) 전문가 거버넌스* 운영, 국내·외 우수한 유전자원 DB화('22~)
 - * 농진청, 민간육종업체, 수출업체, 농가 등이 참여하여 생산에 필요한 R&D 방향 등 설정
 - (R&D 강화) 수요대응 품종개발로 자급률 향상* 및 생육기술 연구 확대
 - * 주요 4개 품목 자급률(장미, 국화, 난, 백합) : ('20) 23.6 → ('26) 25
 - (품종개발) 국가 신품종 개발 R&D 및 민간육종업체 지속 지원*
 - * 민간육종연구단지 활용, 민간육종업체 육성을 위한 종자 증식·보급 장비 지원 등
 - (생육기술) 생육 환경정보(온도 등) 및 기후변화 대응 재배적지 연구('23~)

2 선진 유통체계 전환

- 화훼 유통체계 선진화를 위한 도매시장 인프라 정비
 - (인프라) 권역별 유통·소비거점* 육성 및 노후된 양재공판장 개선**
 - * 유통센터건립 : ('22) 고양(수도권), 김해(영남권) → ('26) 호남권
 - ** 양재공판장 : ('22) 개발방식 등 계획 수립 → ('23) 재원조달 → ('24) 시설 현대화
- 거래방식 혁신 및 물류효율화를 위한 유통체계 선진화
 - (디지털화) 전자경매시스템 도입* 및 양재공판장 온라인경매** 시범구축
 - * ('22) 영남공판장 → ('23) 부산공판장 → ('24) 부경원에농협 공판장
 - ** ('22) 온라인경매시스템 구축 → ('23~24) 양재공판장 시범운영 → ('25~) 전국

- (표준규격) 소비 트렌드 등 감안, 기존 규격 보완·정비 및 신규 설정
 - * 자조금단체 주도의 규격 마련·적용('22) 후 정부 표준규격 제·개정 검토('24~)
- (신선유통) 진흥지역은 습식·저온 유통체계 공동인프라 의무설치, 공판장 건립*시 입·출고 경로까지 저온유통체계를 의무화
 - * 고양·김해 화훼종합유통센터 건립 시부터 적용하고, 전체 공판장 확대
- 수입화훼의 도매시장 상장 및 표시제 등을 통한 유통의 투명성 제고
 - (수입화훼 상장) 현황 조사와 영향 분석('22) 후 시행 등 공론화('23)
 - * 도입 품목예시 : (1단계) 국내 미생산 품목 한정 → (2단계) 전 품목
 - (표시제 개선) 재사용화환·원산지 표시제 실효성 제고를 위한 제도 보완* 및 생산자·소비자단체 주도 자율점검 체계 마련
 - * (재사용화환 표시제) 생화 재사용만 표시로 조화화환은 표시 대상에서 제외 등
 - (민간시장) 실태조사와 정보 교류를 위한 협의체 구성('22), 상인 시범등록*('23)
 - * 참여 상인에는 결제자금 지원 등 인센티브 등을 검토하고, 정기 조사 등과 연계

3 소비 확대를 위한 수요 창출

- 화훼 소비의 긍정적 가치 발굴, 소비자 신뢰 확보
 - (인식개선) 중장기 로드맵 마련으로 인식 수준별 홍보전략 수립('22) 및 식물이 주는 정서 안정 등의 긍정적 가치발굴 홍보
 - (신뢰제고) 우수화원*을 인증('23~), 소비자가 믿고 구매하는 환경 조성
 - * 원산지표시, 가격 정찰제 등을 의무화하고, 이행 여부 등을 주기적 점검
- 판로 지원 다양화 및 수출 경쟁력 강화
 - (온·오프라인) 디지털 전환, 비대면 소비트렌드에 대응한 온라인 판로*와 소비자와 접점 확대를 위한 오프라인 판로** 확대
 - * 홈쇼핑 등 다양한 온라인 플랫폼 판로 지원 및 농가의 온라인 쇼핑몰 입점 지원('22)
 - ** 대형마트 등에 화훼판매 코너(Flower in Shop) 확대, 인근 화원과 연계 구축('22~)
 - (수출 활성화) 케이플로라*(화훼수출통합조직) 중심 수출 경쟁력 회복
 - * 22개 생산자단체와 7개 수출업체로 구성되어 국내 수출 금액 비중 90.7% 점유('20)

차례

| | |
|--------------------------|----|
| I. 종합계획 개요 | 1 |
| II. 국내·외 화훼산업 동향 | 2 |
| III. 문제점 및 여건 분석 | 5 |
| IV. 제1차 종합계획 기본방향 | 9 |
| V. 세부 추진방안 | 11 |
| 1. 지속 가능한 생산기반 조성 | 11 |
| 2. 선진 유통체계 전환 | 14 |
| 3. 소비 확대를 위한 수요 창출 | 18 |
| 4. 정책 추진체계 강화 | 20 |
| VI. 추진체계 및 역할 분담 | 21 |

I. 종합계획 개요

□ (성격) 「화훼산업 발전 및 화훼문화 진흥에 관한 법률」에 따라 수립하는 5년 단위의 법정 종합계획

- 화훼 생산·유통·소비 분야 발전방향과 효율적인 정책추진을 위한 관련 교육·연구 등 화훼산업 전반에 대한 기본계획(§5 제1항)

§5(화훼산업육성 종합계획의 수립·시행) ① 농림축산식품부장관은 화훼산업의 육성 및 화훼문화의 진흥을 위하여 5년마다 화훼산업육성 종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립하고 시행하여야 한다.

- 정부가 화훼산업육성 정책의 기본방향을 제시하고, 시·도는 종합계획에 따라 세부 추진사항을 담은 시행계획을 수립(§6)

□ (내용) 화훼산업 전반에 관한 시책, 진흥지역 조성, 화훼문화진흥 및 지원방안 등을 포괄하는 종합적인 화훼산업육성 방안(§5 제2항)

< 종합계획 주요 내용 >

- 화훼산업 육성 및 화훼문화 진흥을 위한 기본목표 및 추진방향
- 화훼의 생산 및 수급 조절, 수출 및 해외시장 진출 지원
- 화훼 생활화, 이용 촉진 및 유통 지원
- 관련 조사·연구·기술개발 및 보급, 통계 및 정보화 지원
- 교육, 전문인력 양성 및 원예치료 프로그램의 개발·보급
- 화훼산업 진흥지역 조성
- 화훼문화의 진흥 및 지원

□ (목적 및 의의) 법령이 시행되고 처음 수립되는 종합적인 기본계획으로 급격히 위축된 화훼산업의 생산부터 소비까지 정책여건 분석을 통해 최근 환경변화에 대비한 새로운 정책방향 설정

II. 국내·외 화훼산업 동향

1 국내 동향

□ 화훼산업 현황

○ '05년 이후 생산액, 농가수, 재배면적은 지속적으로 감소 추세

- (생산액) '20년 기준 생산액은 5.3천억 원(농업생산액의 1.0% 차지)

- (농가수) '20년 기준 농가수는 7,069호(중복 제외)

- (재배면적) '20년 기준, 4.3천 ha로, 시설재배가 2.1천ha(48.8%) 차지

< 생산액, 농가수 및 재배면적 >



< 부류별 농가수, 재배면적 >

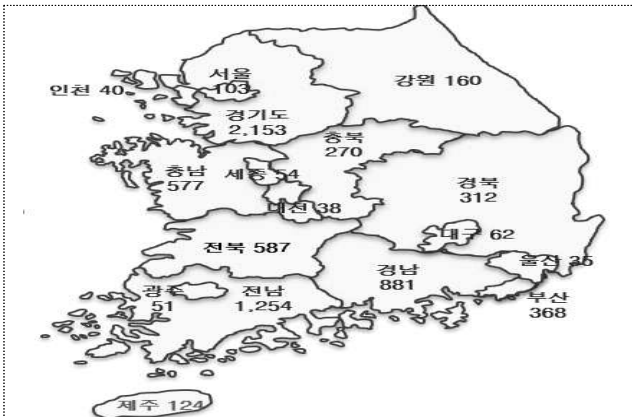


□ 지역별 농가 및 주생산지 현황('20)

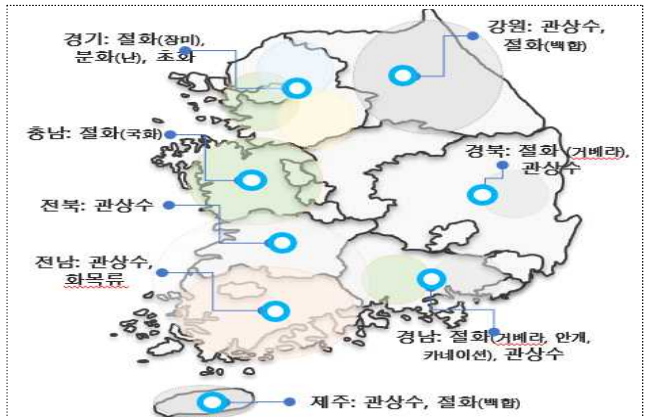
○ (농가수) 경기도 2,153호(30.5%), 전남 1,254(17.7), 경남 881(12.5) 순

○ (주산지) 절화·분화(경기), 관상·화목(전남, 전북), 절화·관상수(경남)

< 농가 현황 >



< 주생산지 현황 >



□ 소비 및 유통 현황

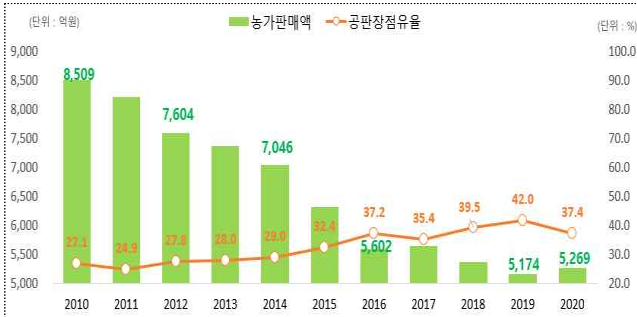
○ (유통) 전체 화훼 생산액의 약 37.4%('20년 기준)는 6개 화훼공판장*, 62.6%는 민간시장**을 통해 유통

* 화훼공판장(6개소) : aT양재화훼공판장, 부산화훼공판장, 부경원에농협, 영남 화훼농협, 광주원에농협, 한국화훼농협 음성화훼유통센터
 ** 강남고속터미널 화훼상가 등 화훼류를 전문으로 취급하는 도·소매 시장

○ (소비) '20년 기준 1인당 화훼소비액*은 12천 원 수준, 지속 감소 추세이며, 타 국가에 비해 크게 낮은 상황

* 화훼소비액 : ('00) 14천원 → ('05) 21 → ('14) 14 → ('20) 12
 * 해외 1인당 소비액('16) : 스위스 185천원, 네덜란드 110, 독일 138, 일본 57

< 판매액 및 공판장 거래율 >



< 1인당 화훼소비액 >



□ 수출 및 수입 현황

○ '20년 기준, 화훼 수출은 16백만\$이며, 수입은 82백만\$ 수준

- 수출액의 54.9%가 일본으로, 대부분 절화(백합, 장미 등) 수출
- 주 수입국은 중국, 콜롬비아, 네덜란드로, 주로 절화류(카네이션, 국화 등), 종구(백합) 등 수입

< 수출·수입액 현황 >



< 주요국 수출·수입국 비중 >



2

해외 동향

- (규모) '18년 재배면적은 193만 1천ha로 '11년 대비 29.7% 확대, 생산액은 62,714백만 유로로 '11년 대비 31.6% 증가

* 면적 : ('11) 148.9만ha → ('18) 193.1 / 생산액 : ('11) 47,662백만 유로 → ('18) 62,714

- 부류별 면적은 묘목이 59.9%로 가장 큰 비중을 차지하고, 절화류·분화류 38.6%, 구근류 1.5% 차지
- 지역별 면적은 아시아태평양 75.0%(145만ha), EU 10.3%(19.8만ha), 북아메리카 9.9%(19만ha), 기타 4.8%(9.4만ha) 차지

□ 주요국 화훼산업 동향

【 네덜란드 】

- (규모) '18년 화훼 재배면적은 2만 8천ha로 지속 증가 추세

* 재배면적: ('05) 2만 8,164ha → ('15) 2만 8,417 → ('18) 2만 8,003

※ 네덜란드는 통계청(CBS)에서 화훼 재배면적만 발표하며 생산액 미발표

- 재배면적 기준, 대부분 구근류*(75%)로, 절화와 분화는 25% 점유

* 주요 품목: 튜립 45%, 백합 21, 수선화 5, 기타 29

【 일본 】

- (규모) '18년 화훼 재배면적은 2만 6천ha, 생산액은 3,687억 엔으로, 화훼 재배면적과 생산액은 모두 감소하는 추세

* 재배면적: ('05) 3만 7,921ha → ('15) 2만 7,868 → ('18) 2만 6,307

* 생산액: ('05) 4,997억 엔 → ('15) 3,798 → ('18) 3,687

- 재배면적 기준, 절화류*가 54%, 분화 26%, 화목 등 20% 점유

* 주요 품목: 국화 41%, 장미 6, 백합 5, 꽃도라지 3, 기타 45

Ⅲ. 문제점 및 여건 분석

1 생산 부문

□ (기반) 생산여건 악화로 재배면적·농가 등 생산기반 지속 감소

* 재배면적 : ('15) 5.8천ha → ('18) 4.4 → ('20) 4.3('15~'20: 연평균 7.3%↓)

- 타 시설작물 대비 소득 하락과 노동시간당 소득도 낮아짐에 따라 수익성이 높은 다른 시설작목(토마토, 오이 등)으로 전환

※ 10a당 소득('07 → '20)

○ 화훼 : (장미) 10,572천원 → 6,234(41.0%↓), (국화) 7,775 → 5,426(30.2%↓)

○ 타시설원예 : (토마토) 5,409 → 9,001(66.4%↑), (오이) 7,266 → 7,513(3.4%↑)

※ 노동시간당 소득('20) : 장미 16.6천원/시간, / 토마토 29.7, 오이 28.3

- 시설재배 비중*이 높으나, 농가의 소극적 투자나 여력 부족으로 시설이 노후화되고, 화훼에 특화된 생산기반 지원 부족

* 화훼의 시설재배 비중은 48.8%('20)로 채소 24.8%('20)에 비해 높은 편이며, 절화·초화·분화(화훼재배면적의 50.3%) 시설재배 비중은 평균 89.3%

□ (조직화) 영세한 경영규모로 조직화가 어렵고, 개별단위 생산·선별·출하로 화훼의 품질규격화가 어려운 상황

- 경영규모가 영세한 가족농 중심 생산으로 타품목 대비 조직화가 미흡하고, 지역단위 생산·유통주체와의 네트워크도 부족

* 평균 경영규모(ha): ('05) 0.6 → ('10) 0.7 → ('15) 0.7 → ('20) 0.6(전체 : 1.5)

- 개별단위 선별·출하로 재배 기술과 품질 관리가 일정하지 않아 화훼 품질의 규격화가 어려운 상황

□ (종자) 현장 수요에 적합한 국산 품종 개발 미흡으로, 수입종자 의존이 높아 농가수익 저해와 안정적 생산 변수로 작용

- 경영비에서 차지하는 종자·종묘비 점유율*이 높음에도 국산 종자 경쟁력이 낮아 외국산 의존도가 높은** 상황

* 10a 경영비 중 종묘비 비중('20, 농진청) : 백합 59.8%, 국화 20.3(배추 8.1, 상추 6.0)

** 주요 품목(장미, 국화, 난, 백합) 자급률('20) : 23.6%

2

유통 부문

- (인프라) 대부분 공영시장이 노후화된 상태로 특히 습식·저온유통 시스템 등 화훼산업 선진국 수준의 물류체계 구축도 미흡
 - * 설립연도 : 고양('88), 영남·aT양재('91), 부산경남('96), 부산('97), 광주('01), 음성('15)
- 일부 공영시장은 여전히 수기경매가 이루어지는 등, 물류 효율화를 위한 온라인 인프라 구축도 미비한 상황
- (구조) 주산지 인근에 공영시장(공판장)이 소재하고 있으나 거점으로써 수집·분산 기능이 미약하고, 거래비중이 높은 민간시장 유통정보 부족
 - 공영시장 취급물량이 증가('01 : 19.7% → '20 : 37.4)하는 한편, 수도권 집중도*가 높아 재분산** 등으로 인한 유통비용 증가
 - * 양재공판장 거래량(만단·분) : ('91) 99 → ('20) 3,238 ('91년 대비 32.7배 ↑)
 - 화훼공판장 전국 거래량('20 : 100%) 중 양재(56.4%), 고양(14.2), 부산엄궁(9.5) 순
 - ** 서울 출하 물량의 지방 재분산 추정량 비중('19년 기준, KREI) : 36.0%
 - 민간시장 유통비중*이 높은 편이나, 출하량 정보 등이 부족하여 통일적이고 효율적인 화훼 유통정책 추진 애로
 - * 민간시장 유통 비중('20) : 62.6%('18 : 네덜란드 14%, 일본 23%)
- (방식) 화훼류 표준규격(20개)이 운용 중이나, 이행이 미진하고, 습식·저온 시스템 미구축으로 소비지까지 유통과정에서 품질 저하 빈번
 - * ('20) aT 양재공판장 출하량 중 습식유통 비중 : 24%
- 산지 조직화 미흡으로 개별농가 단위 선별·출하가 이루어지고, 품질 균일도가 낮아 현장 경매 선호 지속
- 품목별 표준규격이 명확하지 않거나 미규정되어 물류 효율화, 온라인 경매 등의 장애요인으로 작용

3

소비 부문

- (일상소비) 경조사용 위주 화훼 소비로 생활 속 소비 정체
 - 화훼 구매용도*는 기념일 등 주로 선물·경조사용(57.9%)이며, 유럽과 일본 등에 비해 1인당 소비액도 적은 편
 - * 구입목적 조사('21, KREI) : 선물 43.5%, 실내 인테리어 28.4, 경조사 14.4 등
 - ** 해외 1인당 소비액('16) : 독일 138천원, 네덜란드 110, 일본 57('20 한국 : 12)

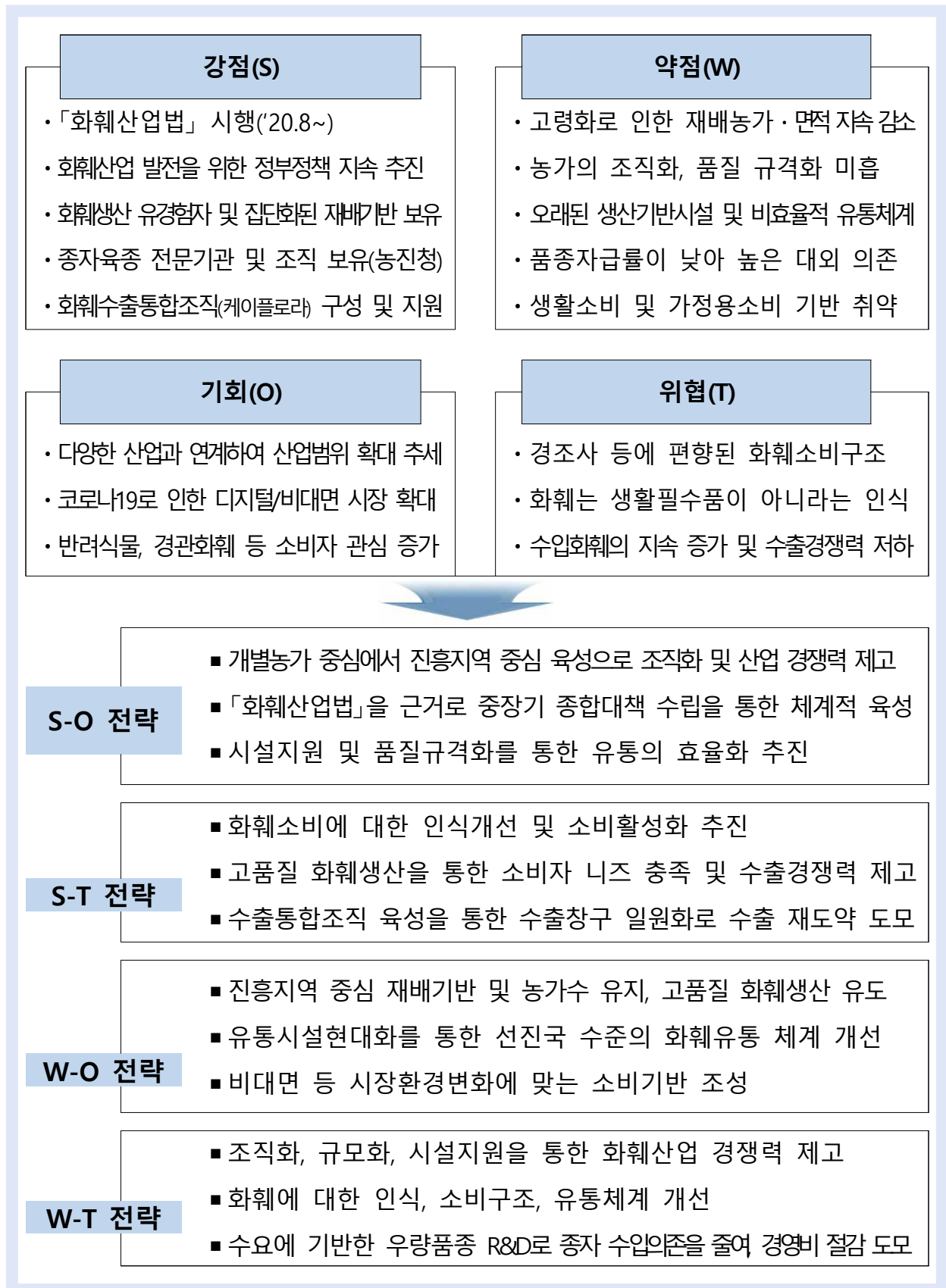
- (인식) 꽃에 대한 인식이 사치품 등에 머물러 경기에 따라 소비 등락이 심하며 최근에는 경제상황과 무관히 소비 위축세
 - 꽃의 긍정적 가치(정서함양 등) 인식 부족은 선물 구매 시에도 대체품 구매경향을 높여 꽃 구매 위축이 두드러진 편
 - * 미구매 사유('21, KREI) : 돈주고 사는 것이 아깝다(41.1%), 사치품 인식(7.7) 등
 - ** 1인당 연간 화훼소비액 : ('00) 14천원 → ('05) 21 → ('10) 16 → ('14) 14 → ('20) 12

- (접근성) 소매꽃집, 화원 등의 접근성이 낮아 소비 확산에 한계
 - 온라인 성장세에도 화훼는 오프라인 판로 중심이며, 주요 구매처인 화원 등은 수익 저조로 중심상권을 벗어나 접근성 문제 지속
 - * 구입처('21, KREI) : 화원 48.5%, 도매시장 19.2, 인터넷·전화 12.8, 대형마트 등 4.9
 - ** 식물소매업 영업이익률(통계청): ('06) 31.0% → ('10) 28.3 → ('20) 13.3
 - 소량 구매, 접근에 용이한 생활권 주변 구매처가 다수인 외국과 달리 우리나라는 화원 외 판매처 확대시 경쟁 구도로 갈등 양상
 - * 해외 주요구매처('18): (일본) 화원(57.6%), 슈퍼(27.7), 홈센터(8.1)
(네덜란드) 화원(49%), 대형마트(18%)

- (수출) '10년까지 꾸준히 성장했던 화훼 수출은 주력시장인 일본 여건변화(경기침체, 엔低 등)로 대폭 감소
 - * 일본 수출액 : ('00) 20백만\$ → ('10) 80 → ('15) 18 → ('19) 10 → ('20) 9
 - 생산 규모가 영세해 안정적 수출물량 확보가 곤란하고, 제한된 수출품목과 최근 수출국간 경쟁 심화로 수출 확대 애로

4

SWOT 분석 결과



IV. 제1차 종합계획 기본방향

1 화훼산업 육성 방향

화훼산업 육성 방향

1 문제점 및 대응방안

| | 문제점 | 대응방안 |
|----|---|---|
| 생산 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 재배면적 및 농가 수 위축 ▶ 개별농가 단위 생산·유통 체계 ▶ 높은 외국 종자 의존도 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 화훼산업 진흥지역 육성·지원 ▶ 품목대표조직 육성 등 조직화 지원 ▶ 수요에 기반한 우량품종 R&D |
| 유통 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 공영시장의 수집·분산 기능 미흡 ▶ 민간시장 유통정보 파악 곤란 ▶ 유통시설 노후화 및 비대면 유통 등 현대화된 인프라 부족 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ (공영) 권역별 유통기반 조성, 전국단위 정보연계 및 시설현대화, 습식 유통체계, 온라인거래 등 선진 유통인프라 구축 ▶ (민간) 민간시장 유통 현황 파악 및 공영시장과 역할 분담 |
| 소비 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 경조사·선물 중심 소비 ▶ 낮은 온·오프라인 판매 접근성 ▶ 수출국 편중 및 부진 ▶ 원산지, 재사용화환 표시 등 소비자 선택권 실효성 미흡 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 반려식물 등 다양한 소비환경 조성 ▶ 생산자 중심의 판매채널 확대 ▶ 수출창구 단일화로 대응체계 강화 ▶ 현장 적용 확대를 위한 제도 보완 |

2 화훼산업 육성 정책 추진방향

| 분야별 | 현재 | 개선 |
|------|--|---|
| 생산단계 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 개별농가 중심 생산, 연계 부족 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 진흥지역 중심 생산·유통 집적화 ▶ 생산·유통 연계 조직화 지원 ▶ 화훼자조금 통합 운영 |
| 유통단계 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 공영민간 거래가 수도권으로 집중 ▶ 인프라 부족, 유통 효율화 제도 불비로 비효율적 유통 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 권역별 공영·민간 역할 분담 ▶ 고품질 유통체계 및 규격화 정착 |
| 소비단계 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 선물, 행사 위주 소비구조 ▶ 소비기반 확대 미흡 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 일상 속 소비 등 구조 다변화 ▶ 온오프라인 판매 및 수출 확대 |

2

비전 및 목표

비전

화훼산업 기반 구축 및 일상 속 화훼소비 문화 정착

추진 목표

- 생산액 : ('20) 5.3천억원 → ('26) 7.0
- 공영도매시장 유통 비율(생산액 기준) : ('20) 37.4% → ('26) 60
- 1인당 소비액 : ('20) 12천원 → ('26) 20 / 연간 수출액 : ('20) 16백만\$ → ('26) 30

추진 과제

지속 가능한 생산기반 조성

- ① 화훼산업 진흥지역 조성
- ② 화훼 생산경영체 조직화
- ③ 화훼 생산단계 R&D 강화

선진 유통체계 전환

- ① 화훼 유통체계 선진화
- ② 신선 유통프로그램 연계 확대
- ③ 화훼 유통의 투명성 제고

소비확대를 위한 수요 창출

- ① 소비자 인식 제고
- ② 판로 지원 다양화 및 수출 경쟁력 강화

추진 체계

조사 및 정보 제공체계 정비

- (통계) 통계조사 체계 확립 및 신뢰 제고
- (정보) 다양한 유통정보 수집·제공

화훼산업 지원조직 역량강화

- (전담기관) '화훼문화진흥센터' 건립
- (자조금) 화훼통합자조금 설립

V. 세부 추진방안

1 지속 가능한 생산기반 조성

1-1. 화훼산업 진흥지역 조성(신규)

◇ 화훼산업 진흥지역을 지정하고 공동인프라 설치, 교육 등 지원

* 화훼산업 진흥지역 수(개소, 누계) : ('22) 2 → ('25) 5

□ (집적화) 생산단지 중심으로 유통·가공 등 화훼산업 인프라가 집적화된 주산지를 화훼산업 진흥지역으로 지정('22~'25)

* 화훼 재배면적 10ha, 관련 시설 포함 30ha 이상인 지역 중 일부를 지정

○ 주산지, 인프라 집적도, 지자체 계획 등을 종합적으로 고려하여 지정하고, 선도모델*로 육성하여 정책 집중 지원

* 생산지와 인근의 가공·유통·판매시설과 연계하고, 부족시설은 추가 설치하여 생산부터 판매까지의 복합기능을 수행하는 전문화훼생산단지로 육성

※ 최근 5년간 재배면적의 연평균 감소율 적용 시 '25년 재배면적은 '20년 대비 32% 감소 예상되나, 진흥지역 조성 시 재배면적 감소율 8%p 감소 효과

○ 참여농가에 시설 관련사업* 인센티브를 부여해 진흥지역으로 농가 집적화 추가 유도(5개소 지정 기준 진흥지역 재배면적은 전국의 8% 수준)

* 온실 시설·장비 개보수, ICT 장비 지원, 에너지 절감자재 보급 등

□ (패키지 지원) 생산·출하단계 품질 향상 및 개별농가 시설 투자 부담 경감과 생산단계 경쟁력 확보를 위해 H/W·S/W 지원('23~'26)

○ (H/W) 선별장 등 공동기반시설 설치를 지원하고, 신규 조성보다 기존 시설 리모델링 등으로 효율성 제고

○ (S/W) 경영체 역량 강화를 위해 단발성 교육 대신 품목별 최적 생산환경 조성, 품질관리 등 현장 중심의 교육·컨설팅 지원

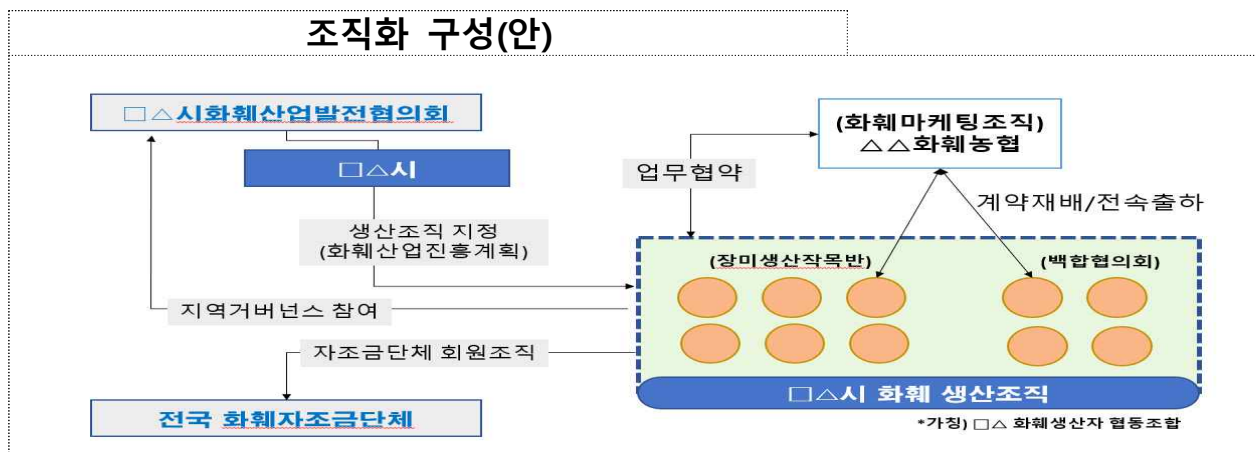
| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 진흥지역 지정 | | | | | |
| 공동기반시설 지원 | | | | | |
| 전문교육과정 운영 | | | | | |

1-2. 화훼 생산경영체 조직화^(신규)

◇ 생산단계 품질 규격화와 생산역량 강화를 위한 경영체 조직화

* 화훼 생산경영체 조직화(건, 누계) : ('22) 2 → ('25) 5

- (기본방향) 영세한 경영규모와 낮은 품질 균일도로 타품목 대비 조직화가 미흡하나, 지역단위 생산·유통 매개로 조직화 추진
- (진흥지역) 진흥지역 참여농가 중심으로 마케팅 주체(산지농협 등)와 조직화하여 지역단위 거래경쟁력 강화(~'25 : 5개조직)
 - (1단계) 선도농가 중심으로 생산자조직을 구성하여 대표조직* 지정
 - * 既조직화 또는 유사 기능 단체가 있을 경우 해당 조직을 활용
 - (2단계) 지역 또는 전국단위 화훼 출하·유통·판매를 전담하는 마케팅조직과 진흥지역 생산조직 간 업무협약 체결
 - 조직화된 단지에는 참여농가 품목별 재배안내서 마련, 품질관리 등으로 균일한 고품질의 화훼 생산 지원
- (진흥지역 외) 진흥지역 조직화모델을 토대로 다양한 유형(수출 조직, 온라인 쇼핑몰 등)으로 생산·유통을 연계하는 조직화 유도



- (고도화) 조직화 형태는 출하약정 등의 수준에서 법인, 협동조합 등으로 고도화하고, 이후 화훼자조금단체의 구성원으로 참여 유도

| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 조직화 유도 | | | | | |

1-3. 화훼 생산단계 R&D 강화^(보완)

◇ 농가 수요에 기반한 국산 화훼품종 보급 확대* 및 최적 생육 모델 연구**

* 주요 4개 품목 자급률(장미, 국화, 난, 백합) : ('20) 23.6 → ('26) 25

기타 품목 자급률(거베라, 선인장 등) : ('20) 56.8 → ('26) 62.7

** 노동력감소, 기후변화 등에 대응한 생육 환경정보(온도 등) 활용기술 연구 확대

□ (거버넌스) 생산단계에 필요한 R&D 방향 설정을 위한 거버넌스 구축

- 우수품종 정보공유, 외국 품종 대비 경쟁력, 농가 수요에 중점을 둔 육종 및 생육기술 개발 방향 설정 등을 위한 협의체 운영('22~)

* 정부 육종기관(농진청), 민간육종업체, 수출업체, 농가 등 산·학·관·연 참여

□ (유전자원) 우수형질 보유 등 국내외 유전자원 평가를 통해 우수 자원을 DB화('22~'26)하고, 현장 활용도 제고를 위해 정보 개방

- 육종 효율화·기간 단축을 위해 우수형질 선별기술* 개발 병행

* 조기선발 유전체 마커, 표현체 형질 지표 활용 등

□ (R&D 강화) 수요에 대응한 품종개발 및 생육기술 연구 확대

- (품종개발) 화훼 종자개발을 위한 국가와 민간의 R&D 지속 지원

- 국가 신품종 R&D 사업 추진 시 화훼분야 수요대응 지원

- 품질 유지, 지역 적응도 현장 검증 등을 거쳐 농가 보급 전 문제 해소로 우수 품종이 조기 보급되도록 농가 실증 강화('21: 67개소 → '26: 80)

- 민간 화훼 육종업체 민간육종연구단지*(김제) 내 입주를 지원하고, 우수 종자 증식·보급을 위한 장비 등 인프라** 지원으로 낮은 투자 여력 해소

* 현재 5개 업체가 입주, 단지 내 포장·장비 등 활용 중

** 발아시험기, 파종기 등 관련 시설·장비지원(종자산업기반구축 사업 활용)

- (생육기술) 화훼의 생육 환경정보(온도, 일조 등)를 활용한 최적 생육 모델 연구 및 기후변화에 대응한 재배적지 연구 추진('23~)

| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 화훼R&D 협의체 운영 | | | | | |
| 유전자원 DB화 및 개방 | | | | | |
| 실증 및 육종 지원 | | | | | |
| 생육기술 등 연구 | | | | | |

2

선진 유통체계 전환

2-1. 화훼 유통체계 선진화^[보완]

- ◇ 화훼 유통 효율화를 위한 인프라 정비 및 온라인 거래 기반 조성
- ◇ 수도권 민간시장과 정보 교류 네트워크 구축
 - * 종합유통센터 건립 및 시설현대화 : ('22) 고양, 김해 2 → ('24) 양재 1 → ('26) 호남권 1
 - * 공영도매시장 유통 비중 : ('20) 37.4% → ('26) 60

① 도매시장 인프라 투자

- (기본방향) 공영시장 취급물량 확대와 유통효율성 제고에 필요한 시설 보완으로 거점 유통 활성화 및 디지털화 가속화
- (거점유통체계 확립) 진흥지역 육성과 연계하여 권역별 유통거점 마련 및 시설현대화로 수도권 물량 집중 해소
 - 화훼 주산지에 수집, 보관, 경매, 체험 등의 복합기능을 갖춘 종합 유통센터를 건립, 권역별 화훼 유통·소비거점으로 육성('22~'26)
 - * 유통센터건립 : ('22) 고양(수도권), 김해(영남권) → ('26) 호남권
 - '26년까지 전국 화훼 생산의 60%를 현대화된 유통시설·체계를 갖춘 지역 유통거점에서 수집·분산 추진
- (유통시설 현대화) 수집·분산 등 공영도매시장 본연의 기능 강화를 위해 노후화되고 협소한 공판장 시설 개선 및 전자경매 추진
 - (aT 화훼공판장) 기존 연구용역 결과를 토대로 도입시설과 활용 방안, 인근 부지개발 연계 등 시설현대화 계획 수립('22~'24)
 - * ('22) 개발방식 등 계획 수립 → ('23) 재원조달 → ('24) 시설 현대화
 - (농협 공판장) 기능 보강이 필요한 시설 개선으로 공판장 운영을 내실화하고, '24년까지 모든 공판장에 전자경매시스템 구축*
 - * ('22) 영남공판장 → ('23) 부산공판장 → ('24) 부경원에농협 공판장

② 민간도매시장과 연계 강화

- (네트워크) 정책 추진의 통일성·효율성 확보를 위해 민간시장의 연간 거래량 등 기본적인 유통정보 수집·관리체계 구축 필요
 - * 민간시장은 뛰어난 소비자 접근성, 안정적 판로 제공 등 순기능이 있으나 농가조사 결과('21) 공영시장 편입 필요 의견도 다수(72.9%, KREI)
- 정보 교류를 위한 협의체를 구성, 수도권부터 민간시장 유통실태 조사('22), 상인 시범등록*('23) 등 추진
 - * 참여 상인에는 결제자금 지원 등 인센티브 등을 검토하고, 정기 조사 등과 연계

③ 거래방식 혁신

- (온라인 거래) 비대면 거래 확대, 유통비용 절감 및 물류 효율화를 고려해 시범 도입하고, 장기적으로 전국 단위 온라인경매 추진
 - 진흥지역의 단일품목 대량출하 경영체, 출하품목의 규격·품위가 균일한 경영체를 선정해 aT 화훼공판장에 우선 도입
 - * ('22) 온라인경매시스템 구축 → ('23~24) 양재공판장 시범운영 → ('25~) 전국
- (표준규격) 소비 트렌드 등을 감안하여 기존 규격 보완·정비 및 신규 설정하고, 규격화 정착을 위해 온라인 거래와 우선 연계
 - * 현재 국화, 카네이션 등 20개 품목(절화 17, 분화 3) 표준규격 설정
- 자조금단체 중심으로 시장 주도 규격체계를 마련('22)하고, 의견 수렴을 거쳐 추후 정부 표준규격 제·개정으로 정비('24~)

| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 유통시설 현대화 | | | | | |
| 전자경매체계 구축 | | | | | |
| 민간시장 유통조사 | | | | | |
| 온라인 시범 경매 | | | | | |
| 표준규격 정비 | | | | | |

2-2. 신선 유통프로그램 연계 확대^(보완)

◇ 신선도 향상을 위한 유통체계 마련 및 수확후 관리기술 보급

* 습식유통 비중 : ('20) 24% → ('26) 40

* 수확후 관리 매뉴얼 : ('20) 장미, 백합, 국화, 수국, 심비디움 5 → ('25) 2개 추가

□ (신선유통) 유통 단계별 신선 유통프로그램 연계 강화

○ (출하 전) 지원대상*을 전체 공판장 이용 농가로 확대('23)하고, 진흥지역에는 습식·저온 유통체계 관련 공동인프라 의무설치

* 현재 aT 공판장에 출하하는 농가에만 습식물통 등 지원 중

※ 출하부터 습식유통체계를 활용할 경우 관상기간은 건식 대비 최대 11일이 연장(4 → 9~15일)되는 효과로 '20년 경매가 기준 8% 정도 높게 형성

○ (출하 후) 유통시설 건립 시 입고부터 출고 경로까지 저온유통체계를 의무 구축하고, 시설 개보수 시 저온유통체계 우선 지원('22~)

* 고양·김해 화훼종합유통센터 건립 시부터 적용하고, 전체 공판장으로 확대

□ (품질관리) 유통환경 변화 대응 수확 후 관리기술 개발 및 보급

○ 온라인거래 확대 등에 대비해 배송 중 선도유지를 위한 수확 후 관리 및 유통기술, 포장재 등에 대한 연구개발 확대('22~)

* 품종 중심 R&D를 수확 후, 유통단계까지 확대하고, 민간과 연구 협업

○ 품목별 수확 후 품질관리(처리→포장→유통) 기술 매뉴얼 개발 확대

* ('20) 5품목(장미, 백합, 국화, 수국, 심비디움) → ('25) 7

| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 습식유통 지원 확대 | | | | | |
| 저온유통체계 구축 | | | | | |
| 수확 후 관리 R&D 강화 | | | | | |
| 품질관리 매뉴얼 마련 | | | | | |

2-3. 화훼 유통의 투명성 제고 (신규·보완)

◇ 수입 화훼 도매시장 상장 및 표시제를 통한 정보 제공 확대

① 수입 화훼의 도매시장 상장 유도

□ (기본방향) 일부 품목은 수요 대비 공급부족으로 수입화훼 유통이 불가피한 만큼 도매시장 상장으로 국내 생산농가 보호 추진

- * (네덜란드) FloraHolland 도매시장에서 직접 수입, (일) 동경도매시장에서 수입화훼 경매('18 : 전체 화훼 거래량의 21%)
- * 농가조사('21)에서 수입 화훼의 도매시장 상장 찬성(65%, 국화 88.6/카네이션 91.3)

□ (단계적 도입) 수입화훼 유통경로, 가격 등 기본 거래현황 조사와 상장 영향 분석을 우선 추진하고('22), 시장 적용 논의 등 공론화('23)

- * 도입 품목예시 : (1단계) 국내 미생산 품목 한정 → (2단계) 전 품목

② 재사용화환 표시제 및 원산지 표시 개선

□ (표시제) 운영 중인 표시제 실효성 확보를 위한 제도 보완 추진 및 자율감시제 확대 등 생산자 주도 자율점검 체계 마련

- * 화훼 관련 표시제에 예외적인 사례가 많다는 지적(예: 재사용화환 표시제의 경우 생화 재사용을 표시함에 따라 조화화환은 표시 대상에서 제외 등)

○ 법 개정 등을 통한 단속 실효성 보완 추진과 생산자·소비자단체 주도의 자율감시제를 활성화하고, 명예감시원도 보강('22~)

- * 화훼 관련 단체와 예식업중앙회, 장례협회 등과 업무협약 체결 추진

| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 수입화훼 현황 분석 | | | | | |
| 표시제 법령 개정 | | | | | |
| 자율감시제 운영 | | | | | |

3

소비 확대를 위한 수요 창출

3-1. 소비자 인식 제고^[신규]

◇ 화훼에 대한 인식 개선으로 소비가 생산을 견인하는 선순환 구조 구축

* 화훼 소비량 중 생활 속 구매 비중 : ('20) 37.5% → ('26) 45

- (인식개선 등) 화훼소비의 긍정적 가치 발굴·홍보 및 꽃 생활화 추진
 - 화훼소비 인식개선을 위한 **중장기 로드맵 마련**으로 인식 수준에 따른 단계별·대상별 홍보 전략 수립('22)
 - 식물이 주는 정서안정 효과, 공기정화 기능 등 긍정적 가치 또는 검증된 효과에 대한 국내외 자료 발굴(데이터화), 지속 홍보
 - 학교, 공공기관, 민간기업 등 생활 속 꽃 생활화 지속 유도
- (신뢰 제고) 가격 정찰제 등 소매꽃집에 대한 소비자 신뢰 확보를 위해 매년 **우수화원을 인증**(‘23~)하고, 소비자 홍보 강화
 - 농식품 품질인증 공동로고를 활용, 소비자 인지도 제고
 - * 현재 농식품부 관련 인증(친환경, 유기농, 전통식품, 식품명인, 우수 직거래사업장 등) 11개는 통일된 로고 양식 사용 중
 - ※ 예시(안)으로 단체, 전문가, 소비자 등 의견수렴 후 확정 예정
- 우수화원은 원산지표시, 정찰가격 표시 등 인증 의무사항 준수 여부를 주기적으로 확인하고, 교육 등을 통해 소비자 신뢰 제고



| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 인식개선 로드맵 | | | | | |
| 자료 수집 및 꽃 생활화 | | | | | |
| 우수화원 인증 | | | | | |

3-2. 판로 지원 다양화 및 수출 경쟁력 강화^(보완)

◇ 소비자 접근이 용이한 판매채널 및 해외시장 개척 확대

- * 1인당 연간 화훼소비액 : ('20) 12천원 → ('26) 20, 우수회원 인증 : ('22~) 매년 50개
- * 연간 화훼 수출액 : ('20) 16백만\$ → ('26) 30

□ (온라인) 디지털 전환, 비대면 소비트렌드에 대응한 온라인 판로 확대

- * 소비자 조사결과('21, KREI), 온라인을 통한 화훼 구입 의향 높은 편(61.9%)
- 홈쇼핑, 라이브커머스 등 다양한 온라인 플랫폼 판로를 지원하고, 개별농가 대상 온라인 쇼핑몰 입점 지원 강화('22)
- 화원협회 홈페이지 내 온라인 상설판매관을 설치하고('22), 전국 화원과 연계한 공동마케팅 등 전국 배송 판매망 구축(자조금 활용)

□ (오프라인) 소비자와 접점 확대를 위한 판로 정비 및 확대

- 접근편의를 감안, 대형마트·로컬푸드직매장 등에 화훼판매 코너 (Flower in Shop)를 확대하고, 인근 화원과 연계 등 협력관계 구축('22~)
- 판매환경, 가격 정찰제 등을 고려해 매년 우수회원을 선정·확대하고, 국산 화훼 소비 활성화 주체로 육성('23~)
- * ('22) 우수회원 인증·지원방안 수립 → ('23) 우수회원 50개소 수준 인증

□ (수출 활성화) 케이플로라(화훼수출통합조직) 중심으로 수출 경쟁력 회복

- * 22개 생산자단체와 7개 수출업체로 구성되어 국내 수출 금액 비중 90.7% 점유('20)
- 수출대상국별 선호에 따른 기획 생산·포장 등 시장조사부터 통합 조직을 통한 수출까지 맞춤형 생산으로 수출 확대
- 先조직화, 後지원으로 물류비, 수출단지별 지원* 등을 케이플로라를 통한 수출시에만 지원할 수 있도록 지원체계 정비('22)
- * ('22) 2.5억 원 → ('23) 2.6 → ('26) 3.0

| | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 온라인 상설판매관 설치 | | | | | |
| 우수회원 인증·지원 | | | | | |
| 수출 지원체계 정비 | | | | | |

4

정책추진 기반 강화

4-1. 조사 및 정보 제공체계 정비^(신규)

- (실태조사) 화훼통계 정확·신뢰도 제고를 위해 공판장 출하농가, 농업경영체DB 등을 활용한 모집단 재구축 및 조사체계 정립('22)
- (유통정보) 품종·공영시장별 상이한 품목 코드를 일치시키고 전국 화훼공판장의 경매 정보 등*을 수집·분석하여 제공('22)
 - * 품목별·시장별 반입량, 경매실적, 시세정보, 부류별 거래동향 등
- 화훼류 생산·유통·소비동향 정보 모니터링 시스템을 구축(예: 농넷) 하고, 관련 종사자에 유통정보 정기 제공
- 수입 화훼류 가격정보를 품목·국가 단위로 제공받아 정기적인 거래정보 안내 추진('23~, 관세청 협의)
 - * ('22) 월단위 전체 수입화훼 평균가격 → ('23 이후) 대상, 품목, 주기 확대

4-2. 화훼산업 지원조직 역량 강화^(신규)

- (전담기관) 화훼분야 전문인력 양성, 타산업 연계 프로그램 개발, 역량강화 등 산업 진흥업무 전담하는 '화훼문화진흥센터'(가칭) 지정('22)
 - 원예치료, 그린오피스, 반려식물 등 화훼를 활용한 다양한 프로그램, 우수 사례 등을 보급하여 생산 중심 산업에서 외연 확장
 - 식품소재(꽃차), 향수·화장품 등 기능성 상품화사례 발굴, DIY 형태의 온라인 판매전용 제품 개발 등 새로운 소비수요 창출
- (자조금 통합) 수급조절, 산업 경쟁력 제고 등 현안 해결과 자생력 확보를 위해 별도 설치 자조금을 하나의 화훼자조금조직으로 통합('23)
 - * ('22) 자조금 통합계획 수립 → ('23) 대의원 구성 및 화훼 통합자조금 설립

VI. 추진체계 및 역할 분담

□ 추진체계

- 정부, 지자체, 화훼 관련단체, 업계, 전문가 등이 참여하는 (가칭) '화훼산업 발전협의체'를 구축해 세부계획과 관련 예산 점검
- 종합계획의 효율적 추진과 성과제고를 위해 매년 기관·지자체별 세부 추진계획의 실적을 점검·평가하고 보완 요청
 - * 화훼 당면현안에 대한 정기적인 논의 등 포함

□ 주체별 역할분담

| 주체 | 담당역할 |
|------------------------|---|
| 농식품부 및 지자체 | △ 화훼산업 발전을 위한 제도·재정 지원 △ 고품질 화훼 생산기반 확충을 위한 시설 현대화 지원 △ 화훼산업 진흥지역 지정·관리 △ 화훼 수출 확대를 위한 제도 개선, 검역 협상 등 지원 △ 민간 및 개인 육종가 품종 육성 활성화 지원 △ 화훼 소비 촉진 및 생활화를 위한 홍보 강화 |
| 국립농산물품질관리원 | △ 화훼류 표준규격 제정 및 정비 △ 재사용화환 표시 및 원산지 표시 단속 및 지도 △ 생산자·소비자단체와 협력한 자율감시체계 구축 |
| 농촌진흥청, 농업기술원 및 연구기관 | △ 화훼품종 개발 방향 설정을 위한 거버넌스 구축 △ 우수 유전자원의 DB화 및 정보개방 체계 마련 △ 농가 수요에 기반한 화훼품종 육종 및 보급 △ 화훼 생산·유통·저장 기술 기능성 및 신소재 등 연구·개발 △ 화훼의 순기능 등 연구 및 국내·외 자료 데이터화 |
| aT양재공판장, 농협공판장 | △ 생산·유통·소비동향 정보제공 체계 구축 △ 전자경매시스템 등 온라인 경매체계 구축 △ 민간도매시장과의 연계강화 체계 구축 △ 도매시장 시설현대화 계획 수립 |
| 화훼농가 및 화훼 관련단체 | △ 통합 화훼자조금 조직 마련 기반 조성 △ 자조금단체 중심 시장 주도 규격체계 마련 △ 표시제도 실효성 제고를 위한 자율점검 체계 마련 |

- (생산) 재배면적·농가수·생산액 모두 '05년 이후 지속 감소 추세
 - * 농가수 : ('05) 12,859호 → ('10) 10,347 → ('15) 8,328 → ('18) 6,918 → ('20) 7,069
 - * 재배면적 : ('05) 8.0천ha → ('10) 6.4 → ('15) 5.8 → ('18) 4.4 → ('20) 4.3
 - * 생산액 : ('05) 10.1억원 → ('10) 8.5 → ('15) 6.3 → ('18) 5.3 → ('20) 5.3
- 타 시설작물 대비 소득 하락과 노동시간당 소득도 낮아짐에 따라 수익성이 높은 다른 시설작목(토마토, 오이 등)으로 전환

※ 10a당 소득('07 → '20)

○ 화훼 : (장미) 10,572천원 → 6,234(41.0%↓), (국화) 7,775 → 5,426(30.2%↓)

○ 타시설원예 : (토마토) 5,409 → 9,001(66.4%↑), (오이) 7,266 → 7,513(3.4%↑)

※ 노동시간당 소득('20) : 장미 16.6천원/시간, / 토마토 29.7, 오이 28.3

- (유통) 전체 화훼 생산액의 약 37.4%('20년 기준)는 6개 화훼공판장*, 62.6%는 민간시장**을 통해 유통
 - * 화훼공판장(6개소) : aT양재화훼공판장, 부산화훼공판장, 부경원예농협, 영남 화훼농협, 광주원예농협, 한국화훼농협 음성화훼유통센터
 - ** 강남고속터미널 화훼상가 등 화훼류를 전문으로 취급하는 도·소매 시장

- (소비) '20년 기준 1인당 화훼소비액은 12천 원 수준, 지속 감소 추세이며, 타 국가에 비해 크게 낮은 상황
 - * 화훼소비액 : ('00) 14천원 → ('05) 21 → ('14) 14 → ('20) 12
 - * 해외 1인당 소비액('16) : 독일 138, 네덜란드 110, 일본 57

- (수출·입) '10년까지 꾸준히 성장했던 수출 실적은 주력시장인 일본 여건변화(경기침체, 엔低 등)로 대폭 감소, 수입은 매년 증가 추세
 - 수출액의 54.9%가 일본으로, 대부분 절화(백합, 장미 등) 수출
 - * 수출액 : ('00) 29백만\$ → ('10) 103 → ('15) 28 → ('20) 16(그중 일본 8.7)
 - 주 수입국은 중국, 콜롬비아, 네덜란드로, 절화류(국화 등), 종구(백합) 등
 - * 수입액: ('00) 19백만\$ → ('10) 45 → ('15) 61 → ('20) 82

| 구 분 | 연도 | 총계 | 개별 품목 | | | | | | | |
|----------------|------------------|--------------|---------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| | | | 장미 | 국화 | 백합 | 선인장 | 서양란 | 동양란 | 기타 | |
| 기본 통계 | 재배농가 (호) | '20 | 7,069 | 492 | 745 | 153 | 146 | 252 | 67 | 5,214 |
| | | '19 | 6,824 | 499 | 731 | 168 | 140 | 242 | 75 | 4,969 |
| | | '18 | 6,918 | 523 | 745 | 172 | 152 | 251 | 72 | 5,003 |
| | | '10 | 10,347 | 956 | 1358 | 356 | 251 | 563 | 95 | 6,768 |
| | | '05 | 12,859 | 1,511 | 1,744 | 475 | 288 | 777 | 197 | 7,867 |
| | 경작면적 (ha) | '20 | 4,299 | 239 | 303 | 78 | 43 | 104 | 17 | 3,515 |
| | | '19 | 4,244 | 247 | 309 | 91 | 43 | 84 | 13 | 3,457 |
| | | '18 | 4,353 | 282 | 314 | 95 | 48 | 101 | 13 | 3,500 |
| | | '10 | 6,829 | 456 | 583 | 204 | 73 | 199 | 18 | 5,296 |
| | | '05 | 7,950 | 751 | 797 | 227 | 71 | 332 | 39 | 5,733 |
| | 호당면적 (ha) | '20 | 0.61 | 0.49 | 0.41 | 0.51 | 0.29 | 0.41 | 0.25 | 0.67 |
| | | '19 | 0.62 | 0.49 | 0.42 | 0.54 | 0.31 | 0.35 | 0.17 | 0.70 |
| '18 | | 0.63 | 0.54 | 0.42 | 0.55 | 0.32 | 0.4 | 0.18 | 0.7 | |
| '10 | | 0.66 | 0.48 | 0.43 | 0.57 | 0.29 | 0.35 | 0.19 | 0.78 | |
| '05 | | 0.61 | 0.5 | 0.46 | 0.48 | 0.27 | 0.43 | 0.2 | 0.73 | |
| 생 산 | 생 산 량 (백만본·분) | '20 | 746 | 101 | 112 | 14 | 13 | 14 | 4 | 488 |
| | | '19 | 794 | 105 | 134 | 17 | 16 | 11 | 3 | 508 |
| | | '18 | 832 | 123 | 126 | 18 | 17 | 11 | 3 | 534 |
| | | '10 | 1,714 | 278 | 301 | 46 | 29 | 25 | 4 | 1,031 |
| | | '05 | 2,549 | 678 | 560 | 69 | 30 | 87 | 5 | 1,120 |
| | 생 산 액 (억원) | '20 | 5,269 | 503 | 377 | 97 | 86 | 284 | 125 | 3,797 |
| | | '19 | 5,174 | 499 | 468 | 115 | 93 | 315 | 114 | 3,570 |
| | | '18 | 5,385 | 525 | 455 | 120 | 95 | 315 | 126 | 3,749 |
| | | '10 | 8,510 | 996 | 774 | 293 | 148 | 699 | 121 | 5,479 |
| | | '05 | 10,105 | 1,823 | 1,030 | 346 | 148 | 1,008 | 156 | 5,594 |
| | 수 출 | 수 출 량 (톤) | '20 | 1,665 | 341 | 108 | 486 | 293 | 97 | 340 |
| | | | '19 | 1,902 | 373 | 131 | 616 | 262 | 179 | 341 |
| '18 | | | 2,163 | 368 | 171 | 787 | 272 | 274 | 291 | |
| '10 | | | 12,550 | 3,810 | 2,091 | 2,722 | 324 | 3,019 | 584 | |
| '05 | | | 9,968 | 2,065 | 1,928 | 1,191 | 210 | 3,838 | 736 | |
| 수 출 액 (천\$) | | '20 | 15,858 | 1,484 | 918 | 5,000 | 4,322 | 815 | 3,319 | |
| | | '19 | 1,7159 | 1,709 | 1,000 | 6,110 | 4,063 | 1,442 | 2,835 | |
| | | '18 | 18,685 | 1,591 | 1,441 | 6,922 | 3,931 | 1,989 | 2,811 | |
| | | '10 | 103,068 | 34,235 | 13,803 | 27,846 | 2,756 | 20,264 | 4,164 | |
| | | '05 | 52,142 | 10,570 | 8,503 | 10,484 | 1,881 | 18,744 | 1,960 | |
| 수 입 | | 수 입 량 (톤) | '20 | 21,226 | 457 | 6,342 | 740 | 40 | 1,476 | 12,171 |
| | | | '19 | 22,091 | 509 | 5,785 | 807 | 101 | 1,506 | 13,383 |
| | '18 | | 19,448 | 319 | 5,355 | 960 | 267 | 1,501 | 11,046 | |
| | '10 | | 11,956 | 9 | 684 | 1,501 | 26 | 2,160 | 7,576 | |
| | '05 | | 5,396 | 23 | 21 | 1,234 | 113 | 1,362 | 2,643 | |
| | 수 입 액 (천\$) | '20 | 81,716 | 4744 | 10,071 | 2,435 | 244 | 16,277 | 47,945 | |
| | | '19 | 86,515 | 4905 | 10,407 | 2,649 | 518 | 17,438 | 50,598 | |
| | | '18 | 80,799 | 3,502 | 10,394 | 3,057 | 769 | 17,935 | 45,142 | |
| | | '10 | 44,744 | 86 | 728 | 5,488 | 154 | 24,448 | 13,840 | |
| | | '05 | 28,845 | 235 | 134 | 5,290 | 122 | 15,064 | 8,000 | |

