



보도 일시	2022. 8. 30.(화) 11:00 8. 31.(수) 조간	배포 일시	2022. 8. 30.(화) 09:00
담당 부서	유통소비정책관실 원예경영과	책임자	과 장 유원상 (044-201-2251)
		담당자	사무관 홍근훈 (044-201-2261)

2021년도 화훼 재배현황 조사결과

- 코로나19 영향 식물 인테리어(플랜테리어, plant+interior) 관심
증가에 따른 분화류 판매 확대에 힘입어 화훼판매액 2.2% 증가 -

농림축산식품부(장관 정황근, 이하 농식품부)는 2021년 기준 화훼재배
현황* 조사 결과를 발표하였다.

* 통계법 제4조 및 제18조에 따른 지정통계(승인번호 114032)

조사대상은 '21.1.1~'21.12.31 기간 중 상업 목적으로 화훼를 재배한
7,009 농가 전체이며, 품목별 농가 수, 종사자 현황, 재배면적, 판매량, 판매
금액, 시설유형 등을 지자체가 직접 방문하여 조사했다.

[주요 조사 결과]

㉠ (농가 수 및 재배면적) '21년 화훼 재배농가는 7,009호로 '20년 대비
0.8%(60호) 감소, 재배면적은 4,218ha로 '20년 대비 1.9%(81ha) 감소

전반적으로 부류별 농가 수가 감소한 가운데 분화류 농가 수는 '20년
대비 0.6%(15호) 증가하였다.

* 부류별 농가수: 절화류 2,471호(35.3%), 분화류 2,331호(33.3%), 화목류 1,319호(18.8%) 순

* 지역별 농가수: 경기 2,123호(30.3%), 전남 1,243호(17.7%), 경남 879호(12.5%) 순

재배면적은 도시개발에 따른 수용, 고령화 등으로 인한 전·폐업으로 감소하였다.

- * 부류별 재배면적: 관상수류 1,283ha(30.4%), 절화류 1,205ha(28.6%), 화목류 760ha(18.0%) 순
- * 지역별 재배면적: 전남 833.4ha(19.8%), 경기 832.5ha(19.7%), 경남 664.8ha(15.8%) 순

② (판매량) '21년 화훼 판매량은 734백만 본(분)으로 '20년 대비 1.6%(12백만 본·분) 감소

- * 부류별: 절화류 368백만 본(50.1%), 초화류 141백만 분(19.2%), 분화류 139백만 분(18.9%) 순
- * 지역별: 경기 261백만 본(34.5%), 경남 93백만 본(12.3%), 전남 85백만 본(11.6%) 순

재배면적 감소와 소비 위축 등 영향으로 판매량이 줄어들었으나, 전북(3백만 본↑), 부산·충남(각 1백만 본↑) 등은 판매량이 증가하였다.

③ (판매액) '21년 판매액은 5,382억 원으로 '20년 대비 2.2%(113억 원) 증가

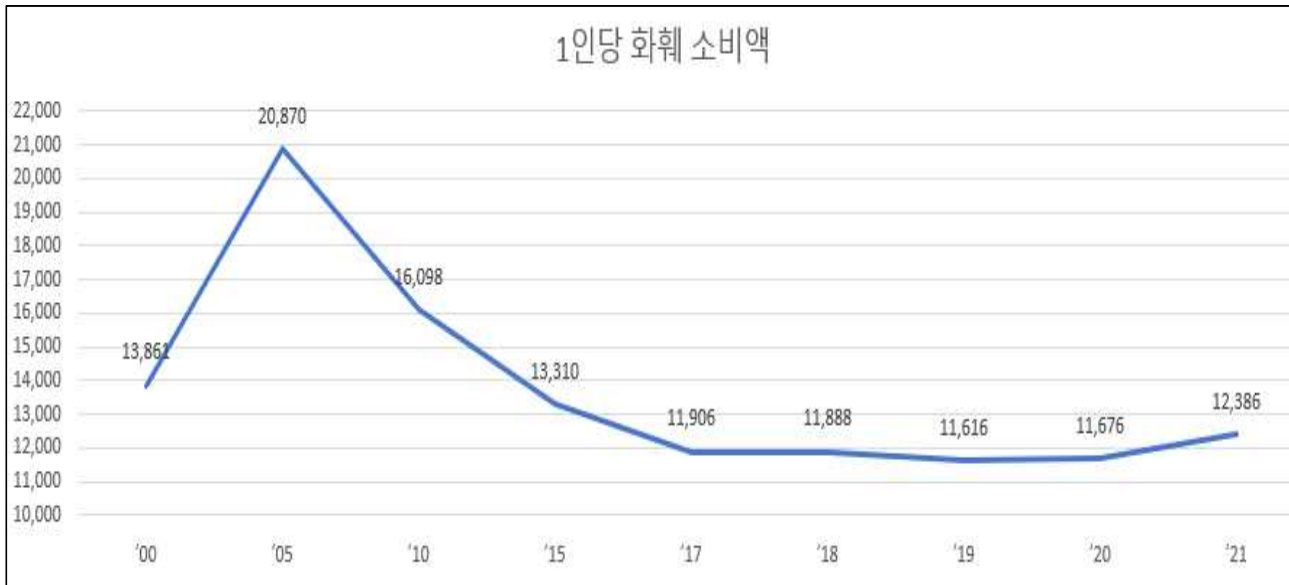
- * 부류별: 분화류 2,077억 원(38.6%), 절화류 1,740억 원(32.3%), 초화류 787억 원(14.6%) 순
- * 지역별: 경기 2,334억 원(43.4%), 전남 666억 원(12.4%), 경남 458억 원(8.5%) 순

화훼 전체 판매량은 감소하였으나, 분화류의 판매량 증가('20년 대비 142억 원, 3.7%↑), 화훼에 대한 관심과 수요 확대가 전반적으로 경매 가격 상승(평년 대비 31.7%↑)으로 이어진 영향 등으로 판매액이 증가하였다.

['21년 두드러진 특징]

국민 1인당 연간 화훼 소비액은 6.1%(710원) 증가한 12,386원을 기록했다.

화훼 소비는 '95년부터 화훼 생산이 정점에 달했던 '05년까지 연평균 6.2%의 증가율을 보였으나, 일상 속에 정착되어 있지 않아 감소로 전환된 뒤 '20년까지 연평균 3.5%로 지속 감소했었다. 그러나 '21년에 처음으로 의미있는 증가율이 나타난 것으로 보인다.



특히 분화류는 재배농가(15호, 0.6%↑), 판매량(5백만 분, 3.7%↑), 판매액(142억 원, 7.3%↑)이 모두 증가했다.

코로나19 영향으로 가정 내 머무르는 시간이 늘어나면서 식물로 정주 공간을 꾸미는 식물 인테리어(플랜테리어, plant+interior)에 대한 관심이 높아진 영향으로 풀이된다.

- * 코로나19 전후 반려식물에 대한 관심이 늘었다는 소비자 비중 51.1%(‘21.11월, 농촌진흥청), 집안 장식 목적 분화구입 비중: (‘19) 20% → (‘21) 38.8 (‘22.3월, 한국농촌경제연구원)

정부도 지난해 화훼 소비 촉진을 위해 온-오프라인 판로 확대(공영홈쇼핑, 지역농식품(로컬푸드) 직매장, 실시간 방송 판매(라이브커머스) 등)를 지원한 결과, 분화류 판매가 눈에 띄게 증가한 모습을 보였다.

- * 공영홈쇼핑 30.2%, 지역농식품(로컬푸드) 직매장 47% 판매 성장, 실시간 방송 판매(라이브커머스) 매출 151백만 원 등

이에 반해 야외 화단용으로 주로 활용되는 초화류(팬지, 꽃양배추, 베고니아 등)는 거리두기 영향 등으로 판매량(14백만 분, 9.4%↓)과 판매액(69억 원, 8.0%↓)이 가장 큰 폭으로 하락해 눈에 띄는 대비를 보였다.

농식품부 김종구 유통소비정책관은 “코로나19 이후 야외 활동이 줄어들고 가정 내에서 머무르는 시간이 확대되는 등 변화된 생활 모습이 화훼 소비를 위축시키기도 했지만, 또 다른 형태로 생활 속에서 꽃을 피웠다.”라며, “앞으로 변화되는 흐름을 면밀하게 파악하여 화훼 산업·문화 발전에 필요한 정책이 무엇인지를 깊이 고민하고 맞춤형 정책을 적극 펼쳐나갈 계획”이라고 밝혔다.

‘화훼재배현황’ 통계는 매년 조사하여 공표하고, 조사 결과는 화훼 산업 발전을 위한 정책 수립의 기초자료로 활용된다. 세부 내용은 농식품부 누리집 (www.mafra.go.kr)과 통계청 국가통계포털(kosis.kr)을 통해 확인할 수 있다.

