

RDA Interrobang (190호)  
인터넷(www.rda.go.kr)에서  
컬러판으로 보실 수 있습니다.

집필: 조우석 연구관(063-238-0808)  
권남희

# 키워드로 본 2017 농산업 트렌드

- 지난 5년과 전혀 다른 시대의 시작 -

**2017. 1. 25.** (제190호)

본지의 내용을 인용할 때에는  
반드시 출처를 명시하여 주시기 바랍니다

## 목 차

요약

- I. 경제전망은 어두워 ..... 1
- II. 트렌드 전문가들이 예측한 2017년 ..... 6
- III. 농업에서 주목할 키워드 ..... 12



RDA Interrobang (No. 190)

## 2017 Trend keyword, 'some like it BigBang!'

Cho Woo Suk · Kwon Nam Hee

RDA Interrobang Editorial Team  
Rural Development Administration

RDA 인테러뱅 제190호 키워드로 본 2017 농산업트렌드 2017. 1. 25. 발간

조우석	농촌진흥청 연구성과관리과	phyto@korea.kr
권남희	농촌진흥청 연구성과관리과	knhee14@korea.kr

## 《 요약 》

### 1. 경제전망은 어두워

2017년에도 거시적인 총수요 부족, 공급 측면의 생산성 하락으로 2%대의 저성장이 지속될 전망이다. 미국은 소비 회복세가 지속되면서 2.0%의 성장세가 예상되고 유럽은 대규모 양적완화 지속에도 불구하고 회복세는 더딜 것으로 전망된다. 일본은 성장을 유도하는 아베노믹스에도 불구하고 1% 미만의 저성장이 될 것으로 예측된다. 중국은 정부주도 투자에도 불구하고 부동산 부담으로 2017년 성장률은 6.3%의 완만한 성장이 예상된다.

우리나라는 대외수요 부진 및 보호주의 확산으로 수출 회복이 지연되고 수요 둔화가 겹치면서 성장률은 2.2%로 예측된다. 소비심리 위축, 가계부채 증가 등으로 민간소비 부진이 예상된다.

### 2. 트렌드 전문가들이 예측한 2017년

서울대 소비트렌드분석센터는 올로 라이프(You Only Live Once, Yolo), B+프리미엄, 픽미세대, 캠테크(Calm Tech), 영업(Sales), 1코노미, 버림, 컨슈머토피아(consumertopia), 경험is핀들, 각자도생(各自圖生) 10개 키워드를 선정하였다.

한국경제신문(마크로밀엠브레인)에서는 2017년을 '연결된 그러나 사회적이지 않은 新 개인의 탄생'으로 요약하고 가성비와 나비효과, 희소성 vs 대중성, 리얼리티, 조직문화와 감정, 공동체 붕괴 5가지 트렌드를 짚어냈다.

김용섭의 '날카로운 상상력 연구소'에서는 적당한 불편을 메가트렌드로 규정하고 선택적 채식주의자, 더치페이 등 新문화현상(Culture Code), 신맛 트렌드, 저녁 있는 삶, 자발적 가난 등의 생활문화(Life style), 라이프세어, 테이스트업, 핫플레이스 등 사업과 소비(Business&Consumption)로 나누어 설명한다.

### 3. 농업에서 주목할 키워드

첫 번째는 '나홀로 집에'로 1인 가구의 소비지출이 증가하고 이를 반영한 1인용 세트, 포장 외식, 패스트 프리미엄 등 다양한 외식 형태가 발생한다. 두 번째는 농업은 생산업이 아닌 종합문화산업이 될 것이다. 세 번째는 정치권의 부패, 김영란 법, 가축질병까지 국민들은 믿을게 없는 상황으로 몰리면서 우리 농산물에 대한 신뢰가 마지노선이 될 것이다. 네 번째는 Bravo 60으로 실버세대라 불리는 고령 은퇴자들은 그간 확보한 경제력을 바탕으로 소비시장의 중요한 실세로 부상한다는 것이다. 다섯 번째는 편의점으로 농업이 발전하는데 꼭 필요한 요소들이 다 담겨 있는 유통망이라는 것이다. 여섯 번째는 온-오프의 구분이 없는 농식품 구매로 신선식품직매입 서비스가 온라인 유통업체의 '핫한' 키워드로 주목받고 있는 것이다. 마지막으로 대세는 아니지만 적당히 불편한 서비스나 확대일로의 반려동물산업, 도시락의 후속 트렌드, 노령화 등을 짚어보아야 한다.

## I. 경제전망은 어두워~

### 2017년 세계경제 전망

- 2017년에도 거시적인 총수요 부족, 공급 측면의 생산성 하락으로 2%대의 저성장이 지속될 전망이다('16 포스코경영연구원)
- 글로벌한 경제상황 하에서의 低수요-低공급 악순환은 단기에 해결하기 어려운 문제로 판단
  - 금융위기 이후 공급과잉의 후유증과 원자재 가격 약세가 지속되면서 투자심리를 위축시켜 결국 소비가 둔화
    - \* 기업이나 은행권의 투자심리 위축 이외에도 가구 단위의 과도한 가계 부채 부담과 상하위 계층의 소득격차 증가도 소비위축의 원인
  - 재정확장에 따른 수요확대는 임금과 물가 상승압력으로 나타날 가능성이 크고, 이는 금리인상 압력을 높여 수요에 부정적 영향
- 세계적으로 고용 확대 여력이 높지 않고 노동생산성 저하 추세가 이어지고 있음
  - \* 저출산-고령화 현상이 선진국에서 신흥국으로 확산됨에 따라 전 세계 생산 가능인구 비중 하락도 지속
- 보호주의 및 고립주의 확산 흐름도 세계 교역을 위축시키고 국가간 갈등을 높여 금융시장 불안감을 확대

#### 세계적인 경영컨설팅 그룹 매킨지가 본 4대 메가 트렌드

- ▷ 경제활동과 경제 역동성의 중심지가 선진국에서 신흥국으로 이동
- ▷ 기술의 경제적 영향력이 가속화되고, 범위와 파급력도 거대화
- ▷ 세계 인구는 점점 더 고령화되고 인구절벽에 부딪칠 위험이 높음
- ▷ 교역과 자본, 사람, 정보의 이동을 통해 세계가 연결되는 글로벌커넥션 실현

## 트럼프의 미국, 메르켈의 EU(유럽)

- (미국) 고용 회복, 가계 재무여건 개선에 힘입어 소비 회복세가 지속되면서 2.0%의 성장세 예상('16 포스코경영연, LG경제연)
  - 세계 경제와 반대로 소폭의 회복세에 있던 미국은 트럼프 당선 이후 경기부양책에 대한 기대로 소비심리도 개선
    - 트럼프 정부는 소득세와 법인세율 인하, 1조 달러 규모의 인프라 투자계획 제시 등 재정 확장을 통한 경기부양책 강화를 공언
  - 지난 12월 미국의 점진적인 금리 인상이 시작되면서, 부실화 우려가 높은 유럽은행과 중국 기업부채는 부담이 커질 전망
    - \* 달러화 강세와 트럼프 정부의 기조에 따른 중국 등 아시아 국가와의 대외 교역 관계 악화에 따른 수출부진도 이어질 것
- (유로존) 마이너스 예금금리 도입 등 대규모 양적완화 지속에도 불구하고 회복세는 더딜 것으로 전망
  - 소비 증가세는 지난해 하반기 이후 점차 둔화되고 있지만 기업 설비확장과 주택건설 등의 투자 호조로 꾸준한 성장세 유지
  - 영국의 EU 탈퇴 협상 및 주요국 선거 과정에서의 대내외 불안 심리 확대로 성장률은 1.0%로 예상
    - 영국의 EU 탈퇴(브렉시트)는 올해 중 실시될 프랑스와 독일, 네덜란드 등 주요국 선거 과정에도 부정적인 영향
      - \* 자국 중심주의가 심화될 경우 유로존 통합을 둘러싼 불안도 확대



## 아베의 일본, 시진핑의 중국

- **(일본)** 통화완화 정책으로 수요를 확대하여 경제 성장을 유도한 아베노믹스에도 불구하고 1% 미만의 저성장이 될 것으로 예측
  - 막대한 재정 사용으로 인해 조세 부담이 커지고 소비세 인상 연기 등 국가부채 리스크가 커져 성장에 부정적
    - 브렉시트 결정 이후 일본 내에서도 불안심리가 확대됨에 따라 양적완화 정책은 점차 효력을 잃고 있음
    - \* 엔화강세 전환과 디플레이션 지속으로 기업수익성 악화, 임금인상, 고용 창출 제약 등 성장세가 높아지기는 어려운 상황

### 아베노믹스(Abenomics), '저성장 탈출'

- ▷ 무제한 돈 풀기, 강력한 경기부양, 규제개혁이라는 3대 전략을 통해 22년 동안 저성장의 일본 경제를 2%대의 성장계도로 올리려는 아베 정권의 경제정책
  - 금융완화, 재정지출 정책을 추진하여 물가상승->엔화가치하락->수출증대->기업 수익개선->임금인상->경기부양->소비촉진의 선순환 구조를 만들려는 계획
  - 소비증가, 주가 상승, 수출 및 내수경기 활성화, 부동산 가격상승 등 일부 효과가 있었으나, 국가부채 급증, 고령화에 따른 소비위축, 중국의 부상 등 문제는 여전

- **(중국)** 정부주도 투자로 경기 하방 압력은 다소 완화되나 부동산 부담으로 2017년 성장률은 6.3%의 완만한 성장이 예상
  - 작년 10월 500여개의 대규모 민관협력사업(PPP) 추진 계획을 발표하는 등 국가 중심의 경제부양책 실행 예정
  - '15년 총부채는 GDP 대비 254.8%이며 이 중 67%가 기업부채로, 부채 증가에 비해 수익 감소 문제로 부실 확대 가능성이 높음
  - 성장세는 둔화되고 있지만 중국 성장 구조 변화가 본격화되는 것에는 주목할 필요가 있음
    - \* 2016년 성장률 6.7% 중 3차 산업 기여도는 60%로 높아지고 2차 산업은 36%로 하락한 것으로 추정

## 우리나라 경제전망

- 대외수요 부진 및 보호주의 확산으로 수출 회복이 지연되고 수요 둔화가 겹치면서 성장률은 2.2%로 예측(포스코, LG경제연)
  - 글로벌 투자 위축에 영향을 받는 제조업뿐만 아니라 부동산 경기 둔화 및 소비 부진과 맞물려 서비스 경기 둔화가 예상
    - \* 성장둔화로 고용증가세도 둔화되면서 청년실업률 등도 증가가 예상
- **(내수)** 소비심리 위축, 가계부채 증가 등으로 민간소비는 지난해 보다 부진한 2.1%가 예상('17 산은조사월보)
  - 저성장으로 국내경기 회복에 대한 불안감이 확대되며 소비심리가 위축되고, 향후 경기전망도 어둡게 보는 소비자가 많음
    - 주택비용 상승 등 가계부채('16 1,257조원) 증가는 원리금 상환 부담을 가중시키며 소비억제 요인으로 작용할 것
    - \* 2016년 2분기 말 가계부채는 전년 동기대비 11.1% 증가하여 사상 최고치인 1,257조 원을 기록('16 포스코경영연구원)

### 가계대출의 확대가 의미하는 것!

- ▷ 가계대출이 확대될수록 원리금 상환 부담이 증가함에 따라 가계의 소비 여력은 갈수록 감소하게 됨
  - 가계부채 분석에 따르면 부채비율이 큰 가구일수록 소비증가율이 높은 특성을 가지고 있어 부채제약이 소비둔화로 이어질 가능성이 큼
  - 특히 저소득층 가구는 자영업 경기 악화 등으로 상환능력이 크게 낮아져 향후 금리상승과 대출규제에 따른 경제적 어려움이 더욱 커질 우려('16 LG경제연)

- 소비자물가는 국제유가의 점진적 상승과 공공요금 인상 등의 영향으로 1.8% 상승할 것으로 전망
  - 국제유가 상승에 의한 에너지 및 석유제품의 가격 상승은 수입 물가를 상승시키며 소비자 물가에 대한 상승압력으로 작용

- (수출) 보호무역주의 강화와 브렉시트 이후 유럽의 불확실성, 유가 상승으로 인한 수출단가 상승 등 요인으로 예상이 쉽지 않음
  - 포스코 경영연구원에서는 글로벌 투자 위축 및 보호주의 확산 영향으로 2017년에도 본격 회복이 어렵다고 보고
    - 미국, 중국 등 교역대상국의 수요 부진은 올해도 이어져 대외 의존도가 높은 한국 수출의 개선은 쉽지 않은 상황
  - 산업은행에서는 유가 상승으로 자원 수출국의 경제가 호전됨에 따라 수출단가가 상승해 경쟁력이 높아질 것이라 예측
    - \* 세계경제도 완만한 회복세가 예상됨에 따라 수출은 2.8% 증가할 것으로 전망('17 산은조사월보)

**트럼프노믹스(Trumpnomics), '미국의 재건'**

- ▷ **재정확대를 통한 일자리 창출, 대규모 감세, 금융 및 전반적인 규제 완화, TPP 탈퇴 등 반(反)무역협정을 주요 내용으로 하는 트럼프 대통령의 경제정책**
  - 국제발행을 늘려 재정지출을 확대하며 인프라 투자를 활성화하고, 법인세·소득세 등 대폭적인 감세를 통해 일자리 창출과 소비 확대로 경기를 부양
  - 중국 수입품에 대한 45% 관세 부과와 환태평양경제동반자협정(TPP) 폐기, 북미 자유무역협정(NAFTA) 탈퇴 등 보호무역주의 강화로 미국 최우선주의 실현

- (수입) 국제유가의 상승, 소비재 및 자본재 수입 증가 등으로 수입은 5.0% 증가할 것으로 전망('17 산은조사월보)
  - 유가상승의 효과는 수출에 비해 수입(통관기준, 금액)에 직접적으로 영향을 미치므로 수입 증가폭이 상대적으로 클 것
    - 최근 국제유가가 40달러 후반대로 반등함에 따라 에너지 등 수입물가도 상승추세
    - 수출의 점진적 회복, 유가의 완만한 상승 등이 예상됨에 따라 원자재 및 자본재 수입도 증가세를 보일 것으로 예상

## II. 트렌드 전문가들이 예측한 2017년

### 트렌드키워드 2017(서울대 소비트렌드분석센터)

- 답의 해에는 모든 것이 비상하기를 바라는 희망적인 마음과 우울한 현실을 벗어나고 싶은 의미가 담긴 10개 키워드를 선정
  - ① **올로 라이프(You Only Live Once, Yolo)**, 한번 뿐인 인생, 순간에 충실하자 등 미래보다 현재 지향적인 삶
    - \* 땡처리 전문거래(타임커머스), 사람들이 잘 모르던 즐길거리 소개와 누릴 방법 안내(소셜 액티비티 플랫폼) 등이 좋은 사례
  - ② **B+프리미엄**, 단순히 가격대비 성능이 높은 상품을 고르는 수준을 넘어 저렴한 것 중에 가장 좋은 상품(가치)을 찾아내는 소비
    - \* 명품, 럭셔리(Luxury)가 아니라 대중적인 명품을 의미
  - ③ **픽미세대**, 철 들 때부터 스마트폰에 익숙한 세대를 뜻하는 단어로 현재의 유행과 소비의 동력이 되는 세대
    - \* 초중고생 나이의 세대로 픽미세대를 위해서는 돈을 아끼지 않는 사회 풍토가 강하며 동시에 몇 년 내에 경제·활동의 주체가 되는 세대
  - ④ **캠테크(Calm Tech)**, 첨단기술에 일상생활이 자연스럽게 어울려 사람들이 인지하지 못하는 상태에서 이용하게 되는 기술
  - ⑤ **영업(Sales)**, 첨단기술의 세상이라도 소비자의 지갑을 열게 하는 마케팅 기술은 사람 대 사람의 관계가 기본
  - ⑥ **1코노미**, 공동체적 사고에서 벗어나 서구의 개인주의 사고방식이 정착되면서 혼밥, 혼술 등의 1인 소비문화가 대세

**캠테크의 대표주자, 아마존(Amazon)**

- ▷ **세계적인 온라인 서점이자 유통업체인 아마존은 카드와 계산대, 물류인원을 로봇과 IoT기술로 대체한 '아마존 Go'서비스를 개시**
  - 아마존고 앱을 설치한 사용자는 이미 결제정보가 등록되어 있어 자신이 원하는 책을 고르고 그냥 매장 밖으로 나오기만 하면 결제가 되는 미래의 쇼핑을 경험

- ⑦ **버림**, 과거에는 모으고 버리기 아까워하던 사회 분위기가 이제는 버리고 정리하며, 버린 자리에 새 물건을 들이는 분위기로 바뀜
- ⑧ **컨슈머토피아(consumertopia)**, 아무리 적은 물량이라도 소비자가 원하면 수요가 발생되고 공급으로 이어지는 수요중심 사회
- ⑨ **경험is필들**, 물건을 파는 시대에서 경험까지도 소비되는 시대가 되어 개인의 특성, 감성에 경험까지 제공하는 서비스가 중요
- ⑩ **각자도생(各自圖生)**, 빈발하는 안전사고, 경기침체, 사회비리 등 희망이 보이지 않는 분위기에서 제각기 살 길을 도모

**2017 대한민국 트렌드, 한국경제신문(마크로밀엠브레인)**

- 이 책의 저자들은 2017년을 ‘연결된 그러나 사회적이지 않은 新 개인의 탄생’으로 요약하고 5가지 트렌드를 짚어냄
- 지난 15년간의 소비자 조사결과를 ‘**지금 당장의 행복, 저렴한 차별화, 나홀로 활동이 만들어내는 공동체의 결핍**’로 요약
  - 현재 트렌드는 위의 3가지 키워드가 근간이 되고 있는 것으로 보고 있으며 서울대(김난도 등)의 연구결과와 비슷한 결론



- 첫 번째 요소로는 ‘**가성비의 나비효과**’로 현금과 비용을 아끼려 시작한 소비습관이 다양한 분야로 확산되어 영향을 주는 현상
  - 돈도 시간도 효율적으로 정보를 이용하던 습관은 브랜드 맹신 습관도 바꾸고 실속에 집중하는 습관을 생활화
  - \* 대형유통점의 노브랜드 제품, 편의점의 도시락, B급 물품 소비 일상화

- 두 번째 ‘**희소성 vs 대중성**’이라는 키워드에서는 인정받고 주목 받고 싶은 욕구의 표현방법이 달라지고 있음을 지적
  - 명품인 것을 남들이 알되, 어느 정도 수준 있는 사람만 알 수 있으면 하는 심리와, 나만의 명품에 대한 가치관이 확고
  - \* 내가 명품을 가졌다는 것을 알려주기를 바라는 마음과 대중이 접근하기 어려운 명품 대신 대중적이면서 나만이 가치를 아는 명품이 있음
- 세 번째 ‘**리얼리티**’는 인간관계, 문화생활 등의 기준이 얼마나 공감할 수 있는가와 얼마나 진솔한가로 나뉘는 세대
  - 인간관계가 너무 어려워, 나와 맞지 않아서 절친, 친구, 지인 등으로 등급을 나누거나 혼자 있을 때 자신을 드러내는 행동
  - \* 마음을 터놓기 쉽지 않아 SNS를 이용하고, 혼자 술과 밥을 먹고, 혼자 취미를 즐기며, 내가 공감하는 문화(영화, 책, 음악 등)에 열광



- 네 번째 ‘**조직문화와 감정**’은 국가와 조직에 대한 불안, 상사에 대한 깨어진 신뢰와 관계, 첨단 기술에 대한 불안감 등을 망라
  - 계속 발생하는 안전사고와 고용불안, 사회나 회사의 리더에게 바라는 리더십의 변화 등이 직업에 대한 인식을 통째로 바꿈
  - \* 감정을 함부로 내보이지 않으며, 소통보다는 적절히 감정을 통제하여 필요한 만큼만 교류하려고 하며, 지나친 디지털 문화에 지친 사람들
- 다섯 번째 ‘**공동체 붕괴**’, 부제는 타인의 삶에 관계하지 않기로 우리 전통문화 중 하나인 공동체문화가 재편되고 있음을 시사
  - 정치, 경제적 갑(甲), 국가와 사회의 공정함에 대한 신뢰 하락 등으로 사회문제를 TV나 영화 보듯이 보기 시작

라이프트렌드 2017, 김용섭

- 문화와 삶의 방식을 소비와 접목한 트렌드 분석결과를 내놓는 '날카로운 상상력 연구소'에서는 적당한 불편을 메가트렌드로 규정
  - 전체 트렌드를 新문화현상(Culture Code), 생활문화(Life style), 사업과 소비(Business&Consumption)로 나누어 설명



- **신문화현상(Culture code)**은 '적당한 불편', 'Semi-채식주의자', '더치페이', '케미컬휴먼', '新60대', '투데이족'의 6가지를 큰 트렌드로 꼽음
  - **적당한 불편**이란 불편함이 매력이 되는 시대로 캠핑문화, 2G폰, 도시농업 등이 대표적인 현상
    - 적당히 불편하기 때문에 오히려 가치와 희귀성, 만족도가 높아지는 일들과 그로 인해 변화하는 사회흐름
      - \* 비닐 등의 일회용품, 소포장재를 제공하지 않아 환경에 기여하고 신선한 상품을 필요한 만큼만 무게단위로 가격을 지불하고 구입하는 신유통문화
  - **선택적 채식주의자(Semi-Vegetarians)**는 건강과 미용, 환경 등을 위해 채식 또는 일시적 채식을 하는 사람들과 파생문화
    - \* 자신의 건강이나 피부를 위한 선택, 동물학대 또는 기아문제에 대한 참여 의식, 지구환경을 위한 가축사육축소 및 식용곤충산업 확대 등이 포함
  - **더치페이**는 성별로 인해 생기던 경제적 부담의 달라진 풍속도, 핀테크, 공정한 사회, 노쇼(No-show) 등의 문제를 제기
    - \* 데이트나 결혼 때 비용분담, 식대 각자 내기, 접대비를 없앤 김영란법과 모바일기기를 이용한 신금융풍속도(핀테크)를 언급

채식주의자에도 종류가 있다고!

▷ 채식주의자(Vegetarians)는 채식을 기본으로 하지만 철학이나 건강상태 등에 따라 먹을 수 있는 음식이 조금씩 다름

- **비건**은 완전히 채식만, **락토베지테리언**(줄여서 **락토**)는 낙농제품은 허용, **오보** 베지테리언(줄여서 **오보**)는 낙농제품은 안 먹고 계란은 먹는 사람, **락토오보** 베지테리언은 채소, 낙농제품, 계란은 먹고 생선, 조류, 육고기는 먹지 않는 사람
- **페스코베지테리언**은 채소, 낙농제품, 계란, 생선까지 먹고, **폴로베지테리언**은 채소 ~조류까지는 먹으나 육고기만 먹지 않는 사람을 지칭

- **케미컬 휴먼**은 취향이나 마음이 잘 맞는 것이 회사, 가정, 결혼 등의 물리적인 환경보다 중요하게 여겨지는 세대를 암시
- **뉴 식스티(New 60)**는 가정을 책임지느라 억눌러왔던 패션, 놀이, 소비욕구를 마음껏 표출하는 60대의 증가를 의미
- **오늘만 사는 투데이족**은 미래를 내다보고 준비하던 세대와 달리 현재에 충실하여 미래를 개척하고자 하는 젊은 층의 문화
  - \* 현재에 놓고 흥청망청 소비하는 것이 아니라 치열하게, 똑똑하게, 취향껏, 다른 것을 아껴서 하나에 투자하는 등, 렌탈, 셰어경제를 포괄하는 가치관
- **생활문화(Life Style)**에서 '신맛은 트렌드가 될까', '저녁이 있는 삶', '자발적 가난', '캣피플', '뉴 캥거루족' 등 5가지를 중요하게 선정
  - **신맛은 트렌드가 될까**란 기후변화로 기온이 높아지면서 친숙해진 귤, 오렌지 등의 신 맛 등 맛과 관련된 트렌드를 소개
    - \* 신 맛과 관계된 천연주스 시장의 확대, 차별된 품질의 스페셜티 커피문화의 확산, 매운 맛이 유행이라는 허구 등을 지적
  - **저녁이 있는 삶**은 후거(hygge), 피카(fika) 등 안락하고 아늑한 상태에서 좋은 사람과 어울리는 삶에 대한 동경을 트렌드로 지목
    - 후거는 덴마크어, 피카는 스웨덴어로 모두 저녁에 좋은 사람들과 만나 친밀함을 나누는 이라는 의미가 담긴 북유럽의 문화
      - \* 교육, 복지 등 북유럽의 문화에 대한 동경과 이로 인한 셸프인테리어 바람, 휴식문화, 퇴근 후의 삶에 대한 갈망과 사회 움직임에 기술

- **자발적 가난**은 원전사태, 해일 등의 천재지변이나 부족한 일자리, 정리 해고 등 사회현상으로 재산에 대한 사람의 가치관 변화를 지적
- **캣피플(Cat people)**은 반려동물로서의 고양이와 이로 인해 변하는 반려동물 관련 업계, 사람과의 관계 등을 정리
- **뉴 캣거루족**은 성인이 되어서도 부모로부터 경제적으로 독립하지 않고 세탁, 요리 등까지 의존하는 독신세대가 늘고 있음을 보고

**부모에게서 독립하지 않는 자녀는 세계 공통!**

- ▷ 성인이 되기도 부모에게 기대어 생활하는 20~30대는 전 세계적인 현상으로 나라마다 부르는 이름과 담긴 뜻이 조금씩 다름
  - 미국과 캐나다는 '부메랑키드', 중국은 '컨라오족', 영국에서는 부모의 연금을 갚아 먹는다하여 '키퍼스(Kippers)', 프랑스에서는 '탕기(tanguy)'라고 부름
  - 이탈리아는 엄마가 해주는 음식에 집착한다하여 '맘모네' 또는 쓸모없는 큰 아이라는 '밤보치오니', 독일은 동지를 떠나지 않는 새라는 뜻의 '네스트호커'라 부름

- **신사업과 소비(Business &Consumption)**에는 라이프 세어, 테이스트 업, 핫 플레이스, 킷 이코노미, 뉴 노멀 시대 등 어려운 단어가 가득
- **라이프 세어**란 기존 사업이 시장점유율 뺏기가 가장 중요했다면 현재는 사람의 삶에 어떻게 들어가는가가 중요
  - \* 삶의 방식이 바뀌면서 사업별 소비자와 경쟁업체가 달라지고 있다는 점을 설명하면서 편의점, 놀이가 되는 대형쇼핑몰, 중고거래의 증가를 해설
- **테이스트 업**이란 단순히 맛, 풍미의 뜻이 아니라 취향 전체를 아우르는 단어로 개인의 취향이 사회에 큰 영향을 미침을 정리
- **핫 플레이스**란 문화와 사람이 모이고 새로운 트렌드를 만들어 내는 플레이스에 대한 지정학적 고찰
- **킷 이코노미**란 1회용의 계약적인 고용이지만 지금까지와 달리 시간과 노동을 사고파는 형태가 바뀌고 있음을 설명
- **뉴 노멀시대**의 반대말은 비정상(Abnormal)으로 이미 빠르게 변화하는 시대를 받아들이고 적응하지 않으면 비정상이 됨을 시사

### Ⅲ. 농업에서 주목할 키워드

#### 키워드로 보는 농산업 트렌드

##### 1 나 홀로 집에

- 1인 가구가 전체의 27%를 차지하며, 1인 가구의 소비지출이 2010년 60조 원에서 2020년 120조 원까지 증가할 전망('16 aT)
  - 1인 가구의 확대로 혼밥·혼술, 간편식, 홈밥·홈술 등 새로운 수요 등장과 포장외식에도 영향을 미치고 있음
    - \* 국내 간편식 시장 규모는 지난 '11년 8,000억 원에서 '13년 1조 원, '16년 2조 원을 돌파(전년 대비 35.3% 증가 추정)
  - 1인 외식이 급성장 하면서 이를 반영한 1인용 세트, 포장 외식, 패스트 프리미엄 등 다양한 외식 형태가 발생
    - \* 2016년 외식 빈도는 월 15회로 월평균외식비는 31만원, 이중 혼자 외식비는 4.1만원으로 전체의 13.5% 차지('16 aT)



- 일본이나 유럽의 사례를 볼 때, 앞으로 농산물을 소량, 소포장 뿐 아니라 친환경 요소도 담은 추세
  - 1인 가구에서 한 번에 쓰레기 없이 먹고 치울 수 있도록 소량 포장된 제품이나 커팅 과일·채소가 인기
    - \* 파머스마켓, 재래시장 등에서도 필요한 양만큼 덜어 산다던지, 편의점 등에서 간편하게 소포장 제품을 구매하는 것을 선호('17 라이프트렌드)

## 2 농업은 생산업이 아닌 종합문화산업

- 소비계층의 변화로, 농업의 가장 큰 경쟁자 중 하나는 대형유통업체가 될 전망
  - 2010년경부터 1~2인 가구, 핵가족 등에게 다양성과 신선함을 전하던 농가의 꾸러미 사업은 대형유통업체에게 시장을 잠식
    - \* 대형유통업체에서는 990원 채소, 반이나 1/4로 자른 소포장된 채소와 과일들의 상품군을 출시하면서 꾸러미 등의 사업영역과 겹치기 시작
  - 최근에는 젊은이, 조기 은퇴자, 신규 창업자 등을 중심으로 농사펀드, 특정 품목에 대한 회원제 등을 도입하며 정면 돌파
    - 박종범 대표는 2013년부터 농사펀드 사이트를 통해 농가에 필요한 운영비를 클라우드 펀딩으로 조달하는 농사펀드를 운영
      - \* 펀딩을 원하는 농가마다의 스토리가 부각되고 소액으로 투자하면서 좋은 농산물을 받을 수 있어서 트렌드와 실리가 조합된 최적의 아이템
    - 잔다리마을공동체농업법인(대표 홍진이)의 전두유, 전두부 등 국산 콩식품 전문기업으로 TV에서 착한 두유로 선정되면서 인기



- 농산물 이외에도 겹치는 분야라면 체험관광, 체험농장으로 새로운 경쟁자 때문에 더 강력한 아이템이 필요한 상황
  - 이마트에서 시도한 이마트 타운, 하남 스타필드 같은 유통과 놀이, 휴식 문화의 결합은 트렌드에 민감한 사람들의 이목을 집중

- \* 2~3년 전 광명시에 입점한 스웨덴의 가구업체 이케아는 놀이, 관람, 먹거리를 결합하여 인근 교통이 마비될 정도로 인기몰이
- 사회적 기업 쌈지농부와 (주)이장처럼 하나의 서비스가 아니라 공간부터 먹거리, 문화와 스토리텔링을 엮은 종합선물세트가 필요
  - \* 쌈지농부가 운영하는 생태놀이터 '딸기가 좋아'는 어린이·학부모들에게 높은 지지를 받는 놀이체험종합공간이며 (주)이장은 도시민에게는 환경, 먹거리, 체험을, 농촌에는 새로운 공간을 디자인해 주는 사회적 기업

## 3 어쩌면 가장 강력한 무기, 신뢰

- 정치권의 부패, 김영란 법, 가축질병까지 국민들은 믿을게 없는 상황으로 몰리면서 우리 농산물에 대한 신뢰가 마지노선이 될 듯
  - 계란 값의 폭등, 공산품 가격의 상승 등으로 가정의 경제적 타격이 커지는 상황에서 최후의 심리적 보루는 먹거리
    - '14년부터 지속된 트렌드 중의 하나가 '무거운 현실, 먹을 것으로 푼다'로 매운 맛, 맛집 탐방, 먹방 등으로 나타났음
    - '12~'16년까지 조사된 소비자 인식에서 우리 농산물이 외국산 농산물에 비해 안전하다는 인식이 매우 강했음('15 KREI)



- 올해 농업을 둘러싼 화두 중 가장 중요한 것은 품질에 대한 신뢰, 안전에 대한 신뢰 등 믿음직한 농산물이어야 한다는 것

- 전남 영암 모인팜즈(대표 손모아), 충남 성환 어룡농원(대표 이상열) 등은 SNS, 블로그, 팜파티 등 다양한 채널로 소비자와 소통
  - \* 모인팜즈 손모아 대표는 상품사진을 계속 올리며 1:1 소통을 통해 신뢰를 쌓고 이상열 대표는 배나무분양과 현장체험으로 소비자와 소통
- 강원 원주시 '원주푸드종합센터'나 전주 '전주푸드 2025 플랜' 등 소비자의 안심을 유도하고 농가에는 실익을 주는 시도도 활발
  - \* 원주시는 학교와 공공급식에 로컬푸드를 적용해 학부모의 신뢰와 어린이 건강을 모두 잡겠다는 의지이며, 전주는 전주시민의 식품안전주권을 누릴 권리를 보장하겠다는 것이 핵심
- GAP, 유기농 인증 농산물의 판매 증가가 예상되며, 이력추적제 등 쉽게 확인 가능한 수단을 다양하게 제공할 필요성이 높음
  - \* 소비자의 불안감을 지우기 위해 GAP를 비롯한 국가인증제에 대한 감시, 점검도 더 강력하게, 홍보도 더 강력하게 추진해야 할 한 해



- 여름철 식중독 사고 이외에도 최근에는 외국농산물을 국산으로 속여 파는 사례가 있어 이에 대한 정부의 대책이 중요
- 농림부에서는 우수농산물직거래사업장 인증을 추진하고 있으며 식의약청에서도 가짜 농산물에 대한 단속을 1월부터 시작
  - \* 유해생물, 오염, 가짜농산물 판별에 대한 기술수요도 증가할 것으로 예상되며 저렴하고 간단한 형태로 판매점에까지 보급하는 것이 관건

#### 4 Bravo 60! 멋진 60대

- 실버세대라 불리는 고령 은퇴자들은 그간 확보한 경제력을 바탕으로 소비시장의 중요한 실세로 부상
  - 소비의 주 타깃이 고령층으로 옮겨가는 '시니어 시프트(Senior Shift)'가 심화되면서 실버이코노미라는 단어도 등장
- 우리나라뿐만 아니라 선진국에서는 이미 진행되고 있는 현상으로 주 소비층이 40~50대에서 60대로 상향
  - \* 곧 시니어가 될 50세 이상(35.3%)의 연평균 소비액도 2,703만원으로 전체 평균(2,307만원)보다 약 400만 원 가량 많으며, 40대(2,910만원) 다음
- 미국의 경우 생애 중 가장 큰 집과 좋은 차를 사는 시기로 손자손녀가 편하게 놀러오도록 유도하기 위해 아낌없이 지출
  - 베이비부머 은퇴 본격화 등 고령친화산업에 대한 시장 수요도 본격적으로 확대될 전망('16 한국보건산업진흥원)
    - \* 여가산업(34.0%)이 가장 높고, 그 다음 식품(23.4%), 마지막으로 요양산업(10.7%)이 크게 증가하는 추세

#### 베이비부머세대는?

- ▷ 1955년부터 1963년 사이에 태어난 사람들로 전체 인구의 14.1%(711만 명)를 차지하고 있는 거대 인구집단
  - 2010년을 기점으로 정년퇴직 연령에 진입(만55세 기점)하기 시작해 향후 10년간 매년 퇴직자수가 14만~15만 명에 달함

- 농업에서 보는 시니어들은 미래 농촌의 이웃사촌이 될 가능성이 높다는 점과, 고급 농산물의 소비자라는 점에서 중요
  - '16년 귀농귀촌 통계자료를 보면 귀농은 1만 2천여 명, 귀촌은 31만 여명이 선택한 것으로 집계

- 평균연령은 54세 내외로 직접 농사를 짓기보다는 사회 경험을 살려 지역에서 말 그대로 제 2의 삶을 개척하는 경우가 많음
- 사회의 경험, 개인의 희망업종 등을 파악하여 경영체 설립 등이나 문화시설 운영 등 6차 산업 관련 업종을 권장하는 추세
- \* 과거와 달리 귀농귀촌 인프라도 많이 정착되고 대부분의 지역에서 새로운 식구를 받아들이는데 스스로가 없어진 상태

**버스정류장카페 아세요?**

- ▷ 경남 양산에서 교사로 근무하던 박계혜씨는 귀농하는 신랑을 따라 문경 가는 모래실 마을에 귀촌하면서 인생 2막을 개척
  - 남편이 농사를 짓는 동안 박계혜씨는 살림에 보탬이 되고자 공방이나 천연염색 생활한복집도 운영하며 아이들을 위한 연극활동 교육도 주도했었다고..
  - 상주로 자리를 옮겨 함창고등학교 맞은 편에 '버스정류장'이란 카페를 열면서 동네 사람들이 아무 때나 들리는 다방 역할과 커피 애호가들의 메카 역할을 한다고..

- 지자체에서 단순히 인구를 늘리는 방식이 아니라 지역균형개발 측면에서 접근한다면 대단한 새로운 문화 중심지로 발돋움도 가능
- 지방에 가장 부족한 교육, 문화, 의료 인프라가 공급될 수 있는 근거가 되고 동시에 운영의 주체도 될 수 있는 경제력도 있음
- 건강을 최우선으로 생각하기 때문에 농산물의 품질과 신뢰도에 매우 간간한 소비자이자 도시민과의 좋은 소통채널

**5 편의점을 잡아라**

- 농업농촌과 편의점은 아무 관계가 없어 보일 정도로 간극이 크지만 농업이 발전하는데 꼭 필요한 요소들이 다 담겨 있는 유통망
- 유통업태별 판매액 비중을 보면 대형마트 28.6%, 무점포 소매 24.8%, 슈퍼마켓 21.3%, 백화점 17.7%, 편의점 7.7%(17 KREI)

- 대형할인점은 2013년 이후 매년 3.3%씩 역성장, 편의점 점포수는 '10년~ '14년 49.9%, 판매액은 63.4%씩 폭발적으로 증가
- \* 무점포 소매업(온라인쇼핑몰) 업체수도 '10~'14년까지 5년간 41%가 증가하고, 판매액도 40조 원을 돌파(대형마트 급)(16 아시아투데이)
- 확대일로에 있는 시장인데다가 일반 상품, 주류, 간편식을 팔며, 도시락, 소포장 농산물도 팔리고 있으며 택배도 겸업
- 일본은 고령층, 환자를 위한 개호(介護, Care) 도시락 서비스도 담당하며 우리나라도 결식아동을 위한 푸르미카드의 주 사용처
- \* 사람들이 가장 많이 찾는 물품에 따라 매월 재배치되는 매대를 보면 현재의 시장트렌드 파악도 쉬우며 신속배송 시스템에 냉장저장 시스템도 구비

**편의점 왕국 일본!**

- ▷ 일본은 편의점이 유통채널로 잘 발달되어 다양하게 활용하고 있으며, 높은 접근성과 편리함, 경제성 등으로 다시금 주목받고 있음('17 비즈조선)
- 2015년 기준 일본 편의점 시장 규모는 10조 엔(103조 원)을 넘어섰고, 편의점 수도 5만 5,699개에 이르며, 전년대비 성장률도 2%로 유통업계 최고 수준
- 대표 상품은 하나의 트렌드를 형성할 정도로 다양한 도시락으로, 저렴한 가격에 조리과정 없이 구매 직후 바로 먹는 것, 간단히 데워먹는 것, 국수 등 매우 다양
- 또 다른 특징은 우리나라의 대형마트처럼 유통기한이 짧고 보관이 어려운 각종 샐러드가 가득하고, 개별 포장된 각종 식재료를 시간의 제약 없이 구매 가능
- '로손'의 경우 간병 서비스 업체 위즈넷과 협력하여 간병 상담인이 상주하는 '간호로손' 매장을 운영, 시니어들의 건강도 체크해주고 약품 상담도 진행('16 아시아경제)

- 각종 할인카드, 신용 및 체크카드, 모바일 결제(Fintech) 등으로 결제가 이루어지고 현금도 찾을 수 있는 생활서비스의 중심
- 티몬은 최근 주문한 제품을 가까운 CU편의점에서 24시간 수령할 수 있는 'CU편의점 픽업 서비스'를 선보임('17 CJ트렌드팀)
- \* 1인 가구 등 배송 시간에 택배를 수령하기 어려운 고객에게 유용한 서비스

## 6 온-오프의 구분이 없는 농식품 구매

- 신선식품직매입 서비스가 온라인 유통업체의 ‘핫한’ 키워드로 주목 받고 있음(17 이코노믹리뷰)
  - 위메프는 국내 이커머스 업계 최초로 다품목 소량의 신선식품 상품을 주문 다음날 직배송 하는 서비스 ‘신선생’을 런칭
  - 티몬은 농산물 도매법인 서울청과와 ‘정가수의매매방식 MOU’ 체결로 신선식품을 도매가로 공급할 수 있는 기반을 마련
  - SK플래닛은 친환경 식품 온라인 전문 기업 헬로네이처를 인수 하고 자사의 ‘11번가’ 및 결제 시스템 ‘시럽페이’와 연동할 계획



- 온라인·모바일 쇼핑업체는 쇼핑할 시간이 부족한 1인 가구를 위해 서브스크립션 서비스를 강화할 전망(16 농협 CEO focus)
  - 유통업체가 소비자에게 맞는 상품을 알맞은 양으로 구성하여 정기적으로 배송해주는 서비스인데 최근에는 농축산물까지 확대
    - 미국에서는 친환경 소고기를 배송해주는 ‘Butcher Box’나 요리 재료와 레시피를 정기적으로 배송하는 ‘Blue Apron’이 주목
    - \* 국내에서도 무항생제, 친환경 계란 및 두부 등을 배송하는 ‘포프리’ 같은 정기 배송업체는 있으나, 1인 소비자나 소비자 맞춤형 서비스는 아직 없음

- 현재까지 계속되고 있는 기존의 꾸러미 사업의 발전방향을 잘 보여주는 예로 지역 특유의 장류(醬類), 향토음식과 결합한 형태
  - 로컬푸드에 최근 유행하는 포장 외식이나 도시락까지 포괄하고 저소득 고령 농업인구를 노동력을 활용한다면 최고 아이템
  - \* 카카오페이, 네이버쇼핑 등의 기존 채널을 이용하거나 기존 온라인 업체와 사회적 참여를 유도한 MOU 등을 활용하면 결제나 유통망 걱정도 해결

## 7 대세는 아니지만 짝어붙만한 것이라면

- 적당히 불편한 서비스나 확대일로의 반려동물산업, 도시락의 후속 트렌드, 노령화 등이 있음
  - 적당한 불편함은 앞서 기술한 바와 같지만 문화적인 요소가 첨가될 경우 마을 전체가 하나의 무대가 되는 스토리로 재탄생
    - 민박 대신 마을 회관 일부를 캡슐 호텔이나 게스트룸 형태로 운영하고 식당도 별도 건물로 조선시대 주막처럼 지어 운영
  - 증강현실, 빅데이터, 인공지능(AI) 등의 기술은 귀농귀촌 인력이나 청년 등 비농업인의 창농을 가속화하여 농업이 조금씩 바뀔 것
  - 반려동물산업이 더 성장하기 위해서는 국가와 민간의 역할을 정확히 나누고 분쟁을 조정해주는 기준 마련이 필요
  - 도시락이나 간편식은 현재 편의점과 대형유통점의 주력상품으로 앞으로도 무궁한 발전이 기대되는 상품
    - 돈가스, 제육덮밥 등 일반적인 식단의 참신성은 한계에 이르러 재료 또는 재료의 명산지가 특별한 소재가 될 가능성이 높음
  - 농촌의 70대 이상 1인 가구도 크게 증가하여 대책과 연구가 필요
    - 복지, 건강, 경제활동 등의 분야를 망라하며 도시농업도 고려

RDA 인터러뱅  
**INTERROBANG**

2011. 1. 12. 창간

---

**발행인:** 정황근

**편집인:** 김태현, 조우석, 권남희

**발행처:** 농촌진흥청

전라북도 전주시 완산구 농생명로 300

전화 063-238-0809    전송 063-238-1772

**인쇄처:** 전우용사촌(주) 02-426-4415

**ISSN:** 2233-5056

**발간등록번호:** 11-1390000-002866-03

---

\* 본지에 게재된 내용은 필자 개인의 견해이며 농촌진흥청의 공식 입장과 일치하지 않을 수도 있습니다.

\* 본지의 내용을 인용할 때에는 반드시 출처를 명시하여 주시기 바랍니다.