
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 직접 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 >



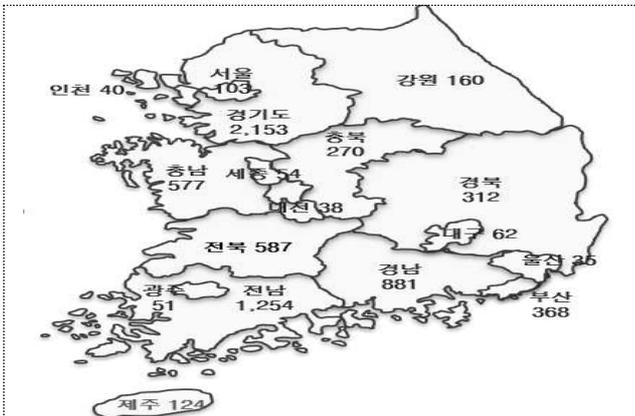
< 부류별 농가수, 재배면적 >



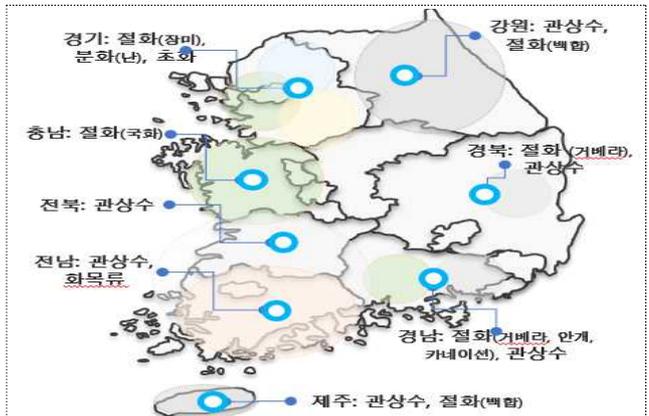
□ 지역별 농가 및 주생산지 현황('20)

- (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

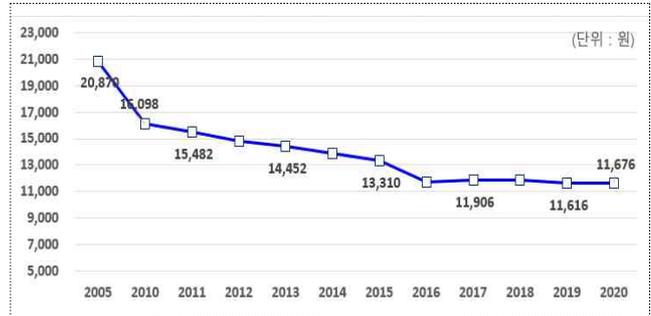
○ (소비) '20년 기준 1인당 화훼소비액*은 12천 원 수준, 지속 감소 추세이며, 타 국가에 비해 크게 낮은 상황

* 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)

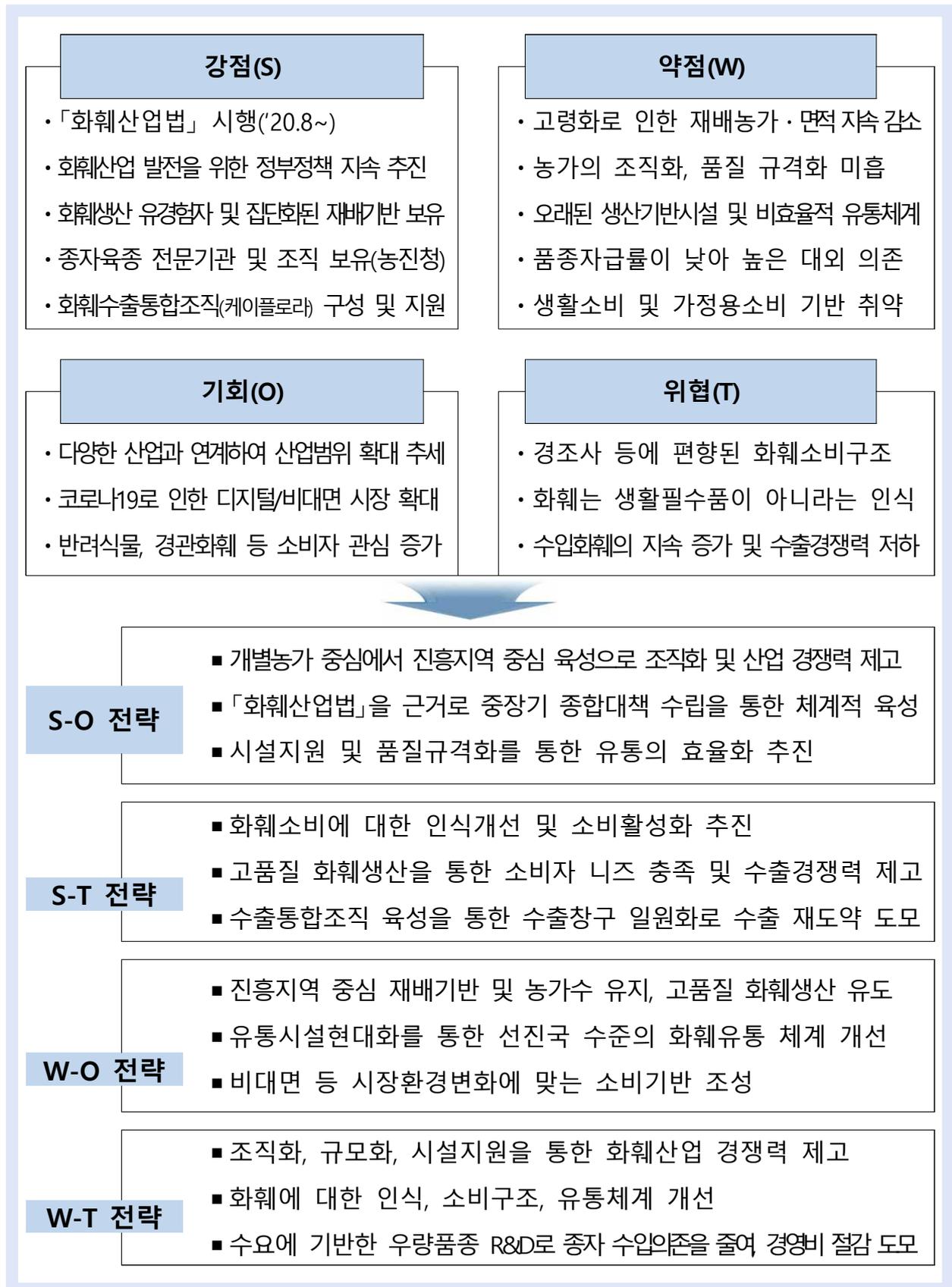
- (인식) 꽃에 대한 인식이 사치품 등에 머물러 경기에 따라 소비 등락이 심하며 최근에는 경제상황과 무관히 소비 위축세
 - 꽃의 긍정적 가치(정서함양 등) 인식 부족은 선물 구매 시에도 대체품 구매경향을 높여 꽃 구매 위축이 두드러진 편
 - * 미구매 사유('21, KREI) : 돈주고 사는 것이 아깝다(41.1%), 사치품 인식(7.7) 등
 - ** 1인당 연간 화훼소비액 : ('00) 14천원 → ('05) 21 → ('10) 16 → ('14) 14 → ('20) 12

- (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

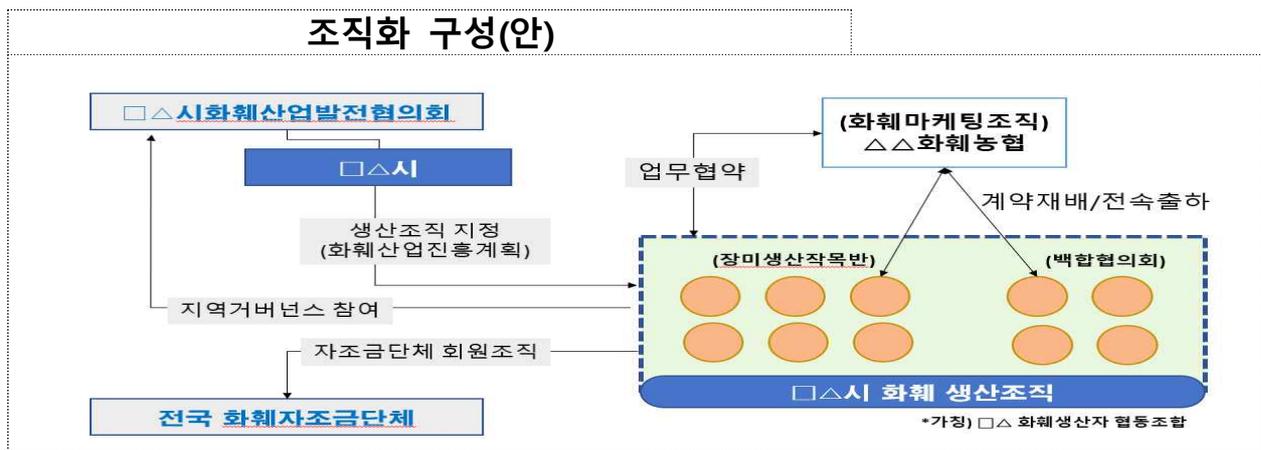
	'22	'23	'24	'25	'26
진흥지역 지정					
공동기반시설 지원					
전문교육과정 운영					

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 마련으로 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

구분	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	

