

발 간 등 록 번 호

11-1543000-004239-01

제3차 김치산업진흥 종합계획 수립 방안 연구

전남대학교 산학협력단

제 출 문

농림축산식품부장관 귀하

본 보고서를 「제3차 김치산업진흥 종합계획 수립 방안 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2022년 10월

연구기관: 전 남 대 학 교

연구책임자: 강 혜 정 (교 수)

연구참여자: 김 윤 형 (부 교 수)

연구참여자: 최 준 혁 (석 사 과 정)

손 찬 호 (석 사 과 정)

제1장 계획수립 개요

1. 계획수립 배경 및 목적	1
2. 계획수립 내용 및 방법	7
3. 선행연구 검토	9

제2장 「제2차 김치산업진흥종합계획」의 성과와 한계

1. 제2차 기본계획 개요	14
2. 제2차 기본계획 과제별 성과와 한계	20
3. 종합평가	36

제3장 김치산업 현황과 전망

1. 김치산업 현황	44
2. 김치산업 SWOT 분석	68
3. 김치산업 전망	70

제4장 「제3차 김치산업진흥종합계획」 정책 수요조사

1. 제3차 종합계획의 주안점	75
2. 김치산업진흥법에 근거한 과제 발굴	77
3. 「김치산업실태조사」 분석을 통한 정책수요 도출	85
4. 신규과제 발굴	101

제5장 「제3차 김치산업진흥종합계획」의 기본방향 및 추진과제

1. 비전 및 목표	104
2. 과제 추진방안	107
부록	201
참고문헌	215

표 차례

제1장

- <표 1-1> 제1차와 제2차 김치산업진흥종합계획 비교 3
- <표 1-2> 김치산업 관련 국내 주요 선행연구 10

제2장

- <표 2-1> '19년 김치산업육성방안의 세부 추진 일정 17
- <표 2-2> '19년 김치산업육성방안의 주요 사업별 예산안 19
- <표 2-3> 2021년 김치응용상품시장 시장규모 추정치 21
- <표 2-4> 제2차 종합계획 성과지표 22
- <표 2-5> 전통식품 표준규격(KS H 2169)상의 김치류 표시사항 26
- <표 2-6> 김치 국가명 지리적표시 등록제의 주요 내용(안) 28
- <표 2-7> 김치업체에 대한 농식품시설현대화자금 지원 내역, 2017~2021년 .. 31
- <표 2-8> 김치업체에 대한 식품가공원료매입자금 지원 내역, 2017~2021년 .. 35
- <표 2-9> 농식품부의 김치산업육성 예산 내역 37
- <표 2-10> 김치산업진흥 관련 농식품사업 현황 38

제3장

- <표 3-1> 국내 김치산업 구조, 2015~2020년 45
- <표 3-2> 국산 상품김치의 국내 유통량 추정(2020년 기준) 46
- <표 3-3> 국산 김치의 직접 제조(담근) 물량 추정(2020년 기준) 46
- <표 3-4> 수입 김치의 국내 유통량 추정(2020년 기준) 47
- <표 3-5> 김치의 국내 총 공급량 및 총 수요량 추정(2020년 기준) 47

<표 3-6> (식품의약품안전처 통계 활용) 국산 상품김치 시장 점유율 변화 추이	49
<표 3-7> (김치산업실태조사 통계 활용) 국산 상품김치 시장 점유율 변화 추이	50
<표 3-8> 김치 수출입 실적	50
<표 3-9> 판매실적별 김치제조업체 비중 분포	51
<표 3-10> 김치판매 상위업체 집중도	52
<표 3-11> 김치류 제조업과 식료품제조업의 사업체 수·종사자 수 비교	53
<표 3-12> 김치업체의 김치 생산량 및 생산액	53
<표 3-13> 김치업체의 김치 국내 판매액 및 판매 단가	54
<표 3-14> 김치제조업체의 관련 인증 보유 현황	55
<표 3-15> 김치제조업체의 연령별 상시근무자 수	58
<표 3-16> 김치제조업체의 업체당 연령별 평균 상시근무자 수	58
<표 3-17> 김치 총소비량 및 섭취량 변화	59
<표 3-18> 김치 자가 제조량 변화 추이, 2015~2020년	60
<표 3-19> 김장철 김장 가구 비중 추이	60
<표 3-20> 소비자 가구의 김치 조달 방법 비교	61
<표 3-21> 수입 김치의 국내 유통량 추정(2020년 기준)	62
<표 3-22> 2029년 김치생산실적 추정	70

제4장

<표 4-1> 「김치산업진흥법」에 규정된 과제 검토 결과	81
<표 4-2> 판매액 규모별 김치제조업체의 김치 원재료 조달 단계에서 정부 지원 필요 항목	86
<표 4-3> 판매액 규모별 김치제조업체의 김치 국내 판매 과정상 애로사항	88
<표 4-4> 김치제조업체의 저온저장고 용도별 면적 현황	89
<표 4-5> 판매액 규모별 김치제조 단계에서 정부 지원 필요 항목	91

<표 4-6> 판매액 규모별 김치제조업체의 김치 해외 수출 단계에서 정부 지원 필요 항목	92
<표 4-7> 품목별 원산지 표시 위반 적발 실적(135품목 2,055건), 2021년 상반기(1~6월)	95
<표 4-8> 소비자 가구의 국산 상품김치 대비 수입 김치 평가	97
<표 4-9> 향후 김치산업진흥에 관한 정책 수요조사 결과	102
<표 4-10> 신규과제 선정결과	103

제5장

<표 5-1> 김치 주요 원료 농산물의 중장기 재배면적 전망	108
<표 5-2> 여름(고랭지)배추 생산량 전망	110
<표 5-3> 김치원료공급단지 구축사업 내용	112
<표 5-4> 농식품사업 중 김치원료 매입자금 지원사업	115
<표 5-5> 중소벤처기업부의 스마트공장 보급·확산 지원사업 개요	132
<표 5-6> 스마트 HACCP 지원사업 개요	133
<표 5-7> ESG 관련 국내외 동향	144
<표 5-8> 김치제조업체의 상품김치 국내 판매 시 애로사항	153
<표 5-9> 가정간편식의 범위	162
<표 5-10> 김치 마케팅보드의 단계별 지원사업(예시)	174
<표 5-11> 김치의 국가명 지리적표시 등록 관련 쟁점사항	182
<표 5-12> 세계유네스코 무형문화유산 등재 식품 및 음식문화	184
<표 5-13> 김치자조금 개요	193

제1장

<그림 1-1> 연구의 필요성 및 목적 6
<그림 1-2> 연구내용 및 방법 8
<그림 1-3> 연구추진체계 9

제2장

<그림 2-1> 제2차 김치산업진흥종합계획의 기본방향 15
<그림 2-2> 김치산업육성방안, 2019년 17
<그림 2-3> 절임배추 제조를 위한 공정별 관리방안 가이드라인 24
<그림 2-4> 김치 응용 HMR 제품 25
<그림 2-5> 김치 제조업체의 향후 김치 종균 이용 의향 27
<그림 2-6> 수입김치 안전·안심 대책, 2021년 30

제3장

<그림 3-1> 김치원료의 국산사용 비중과 김치의 원료별 생산량 대비 사용
량 비중('20년) 48
<그림 3-2> 김치제조업체의 관련 인증별 보유 비중 55
<그림 3-3> 김치제조업체의 제조공정별 시설·설비 자동화 수준(5점 척도
기준) 56
<그림 3-4> 김치제조업체의 자동화 프로그램 도입 여부 57
<그림 3-5> 소비자 가구의 가정 내 김치 소비량 변화 59
<그림 3-6> 소비자 가구의 향후 국산 상품김치 구입 비중 확대 여부 61

<그림 3-7> 외식업체의 김치 조달 방법(반찬 제공용 김치, 메뉴 조리용 김치)	62
<그림 3-8> 외식업체의 수입 김치 구입 이유	63
<그림 3-9> 급식기관의 반찬 제공용과 메뉴 조리용 구입 김치 평균 국산 비중	64
<그림 3-10> 소비자 가구의 김치 직접 제조 시 원료 국산 비중	64
<그림 3-11> 소비자 가구의 김치 원료 국산 사용 의향	65
<그림 3-12> 소비자 가구의 상품김치와 외식·급식 제공용 김치에 대한 원료 원산지 확인 여부	65
<그림 3-13> 소비자 가구의 구입한 상품김치 종류와 김치 제조업체의 생산 김치 종류 수	66
<그림 3-14> 소비자 가구의 국산 상품김치 구입 시 온·오프라인 비중	67
<그림 3-15> 김치산업 SWOT 분석결과 및 추진 전략	69
<그림 3-16> 김치제조업체의 향후 김치산업 전망(5점 척도 기준)	71

제4장

<그림 4-1> 김치산업의 범위와 개념	76
<그림 4-2> 김치제조업체의 김치 원재료 조달 단계 필요 지원 항목	85
<그림 4-3> 김치제조업체의 김치제조 시 애로사항	86
<그림 4-4> 김치제조업체의 김치 국내 판매 시 애로사항	87
<그림 4-5> 김치제조업체의 김치제조 단계 필요 지원 항목	90
<그림 4-6> 김치제조업체의 김치 해외 수출 단계 필요 지원 항목	91
<그림 4-7> 김치제조업체의 김치 수출 시 애로사항	92
<그림 4-8> 김치 제조업체의 김치 종균 인지 여부와 향후 김치 종균 이용 의향	93
<그림 4-9> 외식업체의 국산 김치 자율표시제 인지 여부 및 도입 의향	94

제5장

<그림 5-1> 최근 식품산업의 주요 키워드	104
<그림 5-2> 제3차 김치산업진흥종합계획의 주요 키워드	105
<그림 5-3> 제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27)」의 비전 및 목표	106
<그림 5-4> 「제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27)」 추진전략 및 중점 과제	106
<그림 5-5> 김치제조업체의 김치 원재료별 국산 사용 비중	117
<그림 5-6> 소비자가구의 유기가공식품인증 관련 의향	125
<그림 5-7> 외식업계의 식품제조(조리) 전 과정 공개 사례	129
<그림 5-8> 일본 기능성 표시 상품김치 제품 사례	138
<그림 5-9> 김치제조업체의 김치 종균 부여 희망 특성	139
<그림 5-10> 김치의 숙성도와 맛을 나타내는 포장재 사례	142
<그림 5-11> 김치제조업체의 ESG 경영 사례	148
<그림 5-12> 김치제조업체의 김치 국내 판매방식 및 직접 판매 세부 유통 경로	152
<그림 5-13> ‘국산김치 사용업소 식자재 구입비 지원 신청서’ 예시	167
<그림 5-14> 소비자 가구의 김장문화보존기금 조성 의향	185
<그림 5-15> 김치자조금 단계별 로드맵	193

1. 계획수립 개요

- 김치 종주국으로서의 위상을 높이고 김치산업의 체계적인 육성을 위해서 2012년 1월 ‘김치산업진흥법’이 제정되었고, 김치산업진흥법 제4조(종합계획의 수립)에 근거하여 5년마다 김치산업진흥종합계획을 수립·시행하고 있음.
- 김치산업진흥법 제4조 제2항에는 김치산업진흥에 관한 기본방향, 관련 기술의 개발 및 보급, 품질 표준화 및 품질향상, 김치 소비촉진 및 세계화, 김치문화 계승·발전 등의 총 10개 분야를 종합계획에 포함토록 규정하고 있음.

<김치산업진흥 종합계획에 포함되어야 하는 10개 분야>

1. 김치산업의 진흥에 관한 기본방향
2. 김치산업 관련 기술의 개발 및 보급 등에 관한 사항
3. 김치의 품질 표준화 및 품질향상에 관한 사항
4. 김치 및 김치재료의 안정적 수급에 관한 사항
- 4의2. 수입김치의 실태조사에 관한 사항
5. 김치 관련 전문인력 육성에 관한 사항
6. 김치산업과 농어업의 연계 강화에 관한 사항
7. 김치의 소비촉진 및 유통지원에 관한 사항
8. 김치문화의 계승·발전에 관한 사항
9. 김치의 세계화를 위한 홍보에 관한 사항
10. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

<제3차 종합계획에 포함될 분야>

- ✓ 김치 관련 기술 개발·보급
- ✓ 김치 품질 표준화 및 향상
- ✓ 김치재료 안정적 수급 방안
- ✓ 수입김치 관리 방안
- ✓ 김치 관련 전문인력 육성
- ✓ 국산재료 사용 확대
- ✓ 김치소비 촉진 및 유통지원
- ✓ 김치문화 계승·홍보
- ✓ 김치 수출 확대

- 본 연구의 목적은 「제2차(‘18~’22) 김치산업진흥종합계획」 성과와 한계에 대한 평가를 기반으로 김치산업을 둘러싼 대내외 여건변화를 반영한 향후 5년간 (2023~2027)의 김치산업진흥 추진전략 및 전략과제를 제시하는 것임.

2. 「제2차 김치산업진흥종합계획」 성과와 한계

2.1. 성과지표에 의한 성과평가

- '21년 기준 김치응용상품시장 시장규모 추정치는 약 4,036억원으로 목표 대비 달성률은 115%로 나타나, 우수한 성과를 보임.
- 최근 5년간 국산 상품김치 시장점유율은 평균 60%대에서 답보상태에 있으며, '21년에는 59.2%로 다소 하락하였음. 따라서 '22년에 70%까지 올린다는 성과 목표를 아직 달성하지 못하였음.
- 김치 수출호조에 따른 김치무역수지는 크게 개선되어, '21년 목표 대비 100% 이상의 성과를 달성하였음. 특히, 2021년도 김치무역수지는 19.2백만 불 흑자를 기록하였음.

〈제2차 종합계획 성과지표에 의한 성과평가〉

성과지표	측정산식	목표 대비 달성률	'17년	'21년
(1) 김치응용상품시장규모	절임배추 시장규모+ 김치응용HMR 시장규모 (억원)	목표	1,900	3,500
		실적	1,900	4,036(추정)
		달성률(%)	100	115
(2) 국산김치 시장점유율	국산김치의 상품김치 시장 점유율(물량기준, %)	목표	65.0	70.0
		실적	60.2	59.2
		달성률(%)	92.6	84.6
(3) 김치 무역수지	김치 총수입과 총수출간의 차이(백만불) (관세청자료)	목표	47	0
		실적	47	△19
		달성률(%)	100	119

주: (1)김치응용상품시장규모는 절임배추 생산액과 김치응용 HMR 생산액을 합친 값

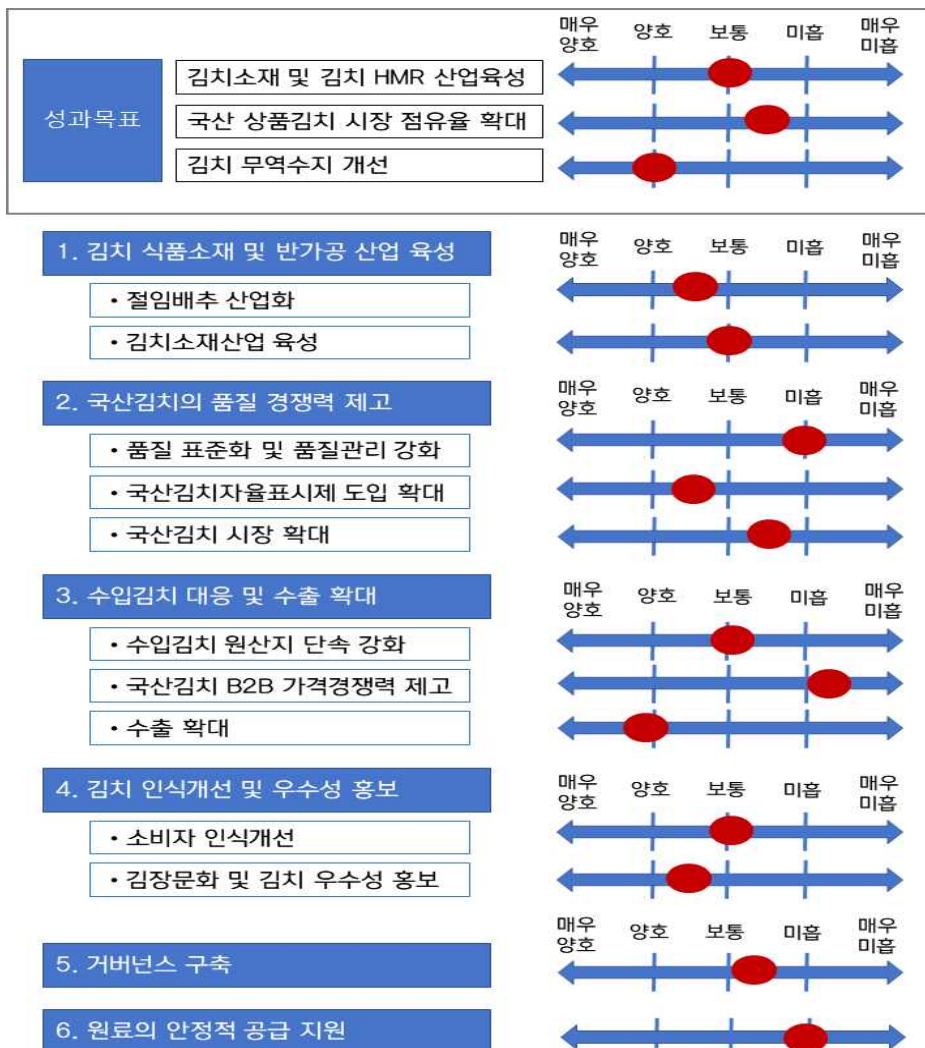
(2)국내에서 유통되는 상품김치는 국내에서 제조된 상품김치와 수입산 상품김치로 구분되며, 국산김치 시장점유율은 국내 유통 상품김치 총량에서 국내산 상품김치량이 차지하는 비중을 의미함.

자료: 2017~2018년 김치산업동향(세계김치연구소), 2019~2020년 김치산업실태조사(농식품부·aT)

2.2. 중점과제별 성과평가

○ 제2차 종합계획 대부분이 계획대로 추진되고 있으며, 일정 수준 성과도 있었음.
그러나, 절임배추 산업화, 국산김치자율표시제 도입 확대, 수출확대, 김장문화 및 김치 우수성 홍보 등의 세부과제를 제외하고는 다른 과제의 성과는 아직 미흡한 상황임.

〈제2차 종합계획 성과평가 결과〉



가. 김치 식품소재 및 반가공 산업 육성

- '절임배추 산업 육성 및 안전관리 강화'에 대한 세부과제 '절임배추 산업육성'과 '절임배추 안전관리'에 대한 성과는 양호한 것으로 판단됨. 다만, 절임배추 안전관리사업은 식품의약품안전처(이하, 식약처)에서 주도적으로 추진하고 있으므로, 농식품부 사업 성과평가에는 한계가 있음.
- '김치소스 및 김치 HMR산업 육성'의 세부과제인 '양념소스산업 육성'과 '김치 응용산업육성'에 대한 시장전망은 밝으나, 아직까지 관련 시장규모는 미미한 수준임. 다만, 관련 통계자료의 부재로 성과평가에 한계가 있으므로, 향후 정확한 성과평가를 위해서는 김치응용상품에 대한 별도의 통계조사가 필요할 것임.

나. 국산김치의 품질경쟁력 제고

- '품질 표준화 및 품질관리 강화'에 대한 세부과제인 '맛, 표준화, 품질 등급화'와 '우수종균 보급'에 대한 성과는 아직 미흡한 수준임. 2013년 한국산업표준 '김치표시'규격 개정으로 김치제품의 3단계 매운맛 등급 표시제가 신설·도입되어서 매운맛 등급 표시는 가능해졌으나, 숙성도, 나트륨 함량 등과 같은 품질표시제는 아직 시행되지 않고 있음.
- 김치종균보급체계구축사업(농식품부, aT)을 추진하여, 우수종균을 김치업체에 '20년 23개소 2톤, '21년 16개소 4톤, '22년 8톤을 보급하였음. 그러나 종균을 사용하고 있는 김치업체의 수가 아직 미미하며, 중소김치업체의 종균 도입의향도 낮은 상황임.
- '국산김치자율표시제 도입 확대'의 세부과제인 '홍보강화'와 '국가명 지리적 표시제'의 성과는 추진실적 측면에서 우수하다고 판단됨.

- '국산김치시장 확대'의 세부과제인 '신시장 개척'과 '우수기업 인센티브'의 성과는 아직 미흡하다고 판단됨.

다. 수입김치 대응 및 수출 확대

- '수입김치 원산지 단속 강화'의 세부과제인 '유통정보관리'와 '원산지단속 강화'을 위한 제도는 한층 강화되고 있으나, 수입김치의 안전성에 관한 이슈는 끊임 없이 제기되고 있음. 또한 온라인, 반찬가게 등 신유통채널을 통해서 판매되는 수입김치를 관리하는데는 한계가 있음.

- '국산김치 B2B 시장 가격경쟁력 제고'의 세부과제인 '생산자동화'와 '공동사업화'에 대한 성과는 아직 미흡한 편임.

- 김치업체에 대한 '농식품시설현대화 자금' 지원비중은 2019년 15.3%, 2020년 37%이었으나, 다른 연도에는 지원 내역이 없음.

- '수출 확대'의 세부과제인 '수출전략', '수출제품개발', '해외홍보', '상품개발지원', '현지화 지원', '수출인프라 확대' 등에 대한 성과는 수출 증대 실적으로 판단할 때, 전반적으로 우수하다고 판단됨.

라. 김치 인식개선 및 우수성 홍보

- '소비자 인식개선'의 세부과제 '건강기능성 홍보', '맞춤형 홍보', '홍보컨텐츠 제작' 등 다양한 홍보전략을 통한 김치 소비 확대를 위한 사업은 꾸준히 추진되고 있으나, 김치 소비량은 감소 추세에 있어서 실질적인 성과를 거두지는 못하고 있음.

- '김장문화 및 김치 우수성 홍보'의 세부과제 '김치문화 저변확대', '김치·김장문화 보급', '김치의 날 제정·홍보' 등과 관련하여, 김치의 날(11월 22일) 제정, 김

치문화프로그램 확대 등의 김치문화 홍보 기반은 잘 구축되어 있으나, 김치·김장 문화 보급에 대한 성과는 아직 미흡한 편임.

마. 거버넌스 구축

- '정책협의회 구축', '협의회 역할' 등을 위한 거버넌스 구축은 되어 있으나 기업 간 협업체계, 협의회 역할 등에 관해서는 아직 개선할 사항이 있음.

바. 원료의 안정적 공급 지원

- '원료수급조절 강화', '원료공급 안정화'에 대한 정책적 노력은 지속적으로 기울이고 있으나, 그 성과는 아직 미흡한 수준임. 다만, 현재 추진중에 있는 김치원료 공급단지 조성사업이 향후 원료수급조절 및 안정화에 기여할 것으로 예상됨.

3. 김치산업 현황과 전망

3.1. 김치산업 공급측면 특징

■ 김치는 국내 농산물의 주요한 수요처 역할 담당

- 김치재료는 배추, 무 등을 포함하여 대부분 주요 농산물이며, 특히, 배추는 전체 생산량의 77%, 건고추는 57%가 김치 제조에 사용되고 있음('20년 기준).

■ 국산 상품김치의 시장점유율 정체상태

- 중국산 저가김치의 수입량 증가에 따라 국산김치 시장점유율은 60%내외로 정체되어 있으며, 17년 이후부터는 조금씩 감소하고 있음. 이는 국내산 김치용 채소의 공급량 및 가격 불안정, 인건비 인상 등에 의한 제조 원가 상승과 함께 외식·가공업체에서 구입하는 수입산 김치의 양도 함께 증가한 것이 원인임.

■ 김치 수출 증가 추세, '21년 무역수지 흑자 전환

- 김치 수출량은 2000년 3만 14톤에서 2020년 3만 9,748톤으로 증가하였으며, 2021년에는 사상 처음 4만 톤 이상이 수출되었음. 코로나 19로 인한 국제 물동량 감소 및 외식 수요 감소, 비위생적 중국 절임배추 영상 파문 등으로 2021년 김치 수입액이 줄면서 무역수지가 흑자를 기록하게 되었음.

■ 김치제조업체의 양극화 심화

- 김치 생산량이 500톤 미만인 업체 비중이 56.7%로, 1,000톤 이상 비중은 22.7%에 그치고 있음('19년 기준). 김치제조업체 중 상위 10개 업체의 시장점유율이 35.2%에 달하는 등 소수의 규모가 큰 업체들을 제외하면 대다수는 규모가 영세한 구조를 보임.

■ 상품김치 생산액과 판매액 증가 추세

- 식료품제조업에서 김치제조업의 비중은 적으나, 식료품제조업 사업체 수의 2016~2019년간 연평균 증가율이 1.7%인 반면, 김치제조업은 13.2%로 상대적으로 높은 성장세를 보이고 있음.

■ 대다수 김치제조업체의 위생설비 기반 구축(높은 HACCP 인증율)

- 2020년 기준 해썹(HACCP)을 보유하고 있는 김치제조업체 비중은 84.4%이며, 전통식품품질인증 보유 비중 19.3%, 지역인증 10.0%, ISO22000인증 2.4% 등의 순으로 나타남.

■ 중소 김치제조업체 시설·설비의 낮은 자동화 수준(높은 수작업 의존도)

- 김치제조업체의 공정별 시설·설비의 자동화 수준을 조사한 결과, 대부분의 제조 공정에서 수작업에 의존하는 것으로 조사됨. 김치 제조업체의 회계정보 관리시

스텝(ERP) 도입 비율은 23.8%이며, 생산관리시스템(MES) 도입은 10.2%에 불과한 것으로 나타남.

■ 김치산업 종사자의 고령화

- 김치제조업체의 상시근무자 수는 2020년 기준 8,440명으로 집계되며, 연령별로는 50대가 3,301명, 60세 이상은 2,435명으로 50대 이상이 68.0%를 차지하고 있음.

3.2. 김치산업 수요측면 특징

■ 김치 총소비량 감소 추세

- 1인 가구의 지속적인 증가와 함께 식생활의 서구화, 저염 식품에 대한 선호도 증가, 편의성 중시 등의 소비패턴 변화로 김치 총소비량은 감소 추세임. 가정 내 김치를 먹는 양이 줄고 있는 비중 38.5%, 늘고 있는 비중은 1.7%로, 가정 내 김치 소비량은 감소하는 것으로 추정됨.

■ 가구의 김치 자가제조 감소, 상품김치 소비 증가 추세

- 1인 가구 증가, 식생활 변화, 외식 증가, 김치 담글 수 있는 사람 수 감소 등의 영향으로 김치를 가정에서 직접 담는 가구는 2017년 56.3%에서 2020년 23.6%로 지속적인 감소세를 나타낸 반면, 상품김치를 구입하여 조달하는 가구 비중은 2017년 10.5%에서 2020년 31.3%로 3배 이상 증가한 것으로 나타남.

■ 수입김치의 주 수요처는 외식업체와 가공업체

- '20년 기준 김치 수입량의 35.0%를 외식업체가, 31.4%를 김치제품 가공업체가 구입한 것으로 나타남. 외식업체에서 반찬 제공용 김치로 수입 김치를 구매하여

사용하는 비중은 28.1%, 메뉴 조리에서 사용되는 수입 김치 비중이 49.3%로 거의 과반에 육박하고 있음.

■ 가구 및 급식기관 대부분 국산 김치 소비

○ 급식기관에서 구입하는 상품김치의 국산 비중은 배추김치 94.0%, 기타 김치 98~100%로 국산 김치 비중이 매우 높음. 특히, 학교와 어린이집 및 유치원은 반찬용과 메뉴 조리용 김치를 모두 국산으로 구입하고 있음.

■ 소비자 가구의 국산 김치 재료에 대한 절대적 선호

○ 가정에서 직접 김치를 담글 때 사용하는 김치 원료의 국산 비중은 배추의 경우 100.0% 등으로 김치재료에 대한 국산 사용률이 매우 높은 수준임. 상품김치 구입 시 사용된 김치 원료 원산지를 확인하는 비중은 82.4% 등으로 매우 높음.

■ 상품김치의 종류 다양화, 배추김치 비중 점차 감소세

○ 김치재료의 계절성 및 다양성, 다양한 맛 선호, 연령대별 김치 선호도 등으로 소비하는 김치 종류가 다양화되면서, 배추김치의 소비 비중이 점차 감소하고 있음. 이러한 소비트렌드에 맞춰서 김치제조업체도 여러 종류의 상품김치를 생산하는 추세임.

■ 국산 상품김치 온라인 구매 증가 추세

○ 2020년 기준 소비자가 국산 상품김치 구매 시 온라인을 통해 구입하는 비중은 평균 53.5%로 과반 이상을 점유하고 있음(2019년 온라인 구입 37.8%). 이는 최근 인터넷, 스마트폰 등 디지털 기술 발전과 함께 코로나 19로 인한 비대면 거래가 확대되고 있는 가운데 상품김치도 온라인 판매가 증가하고 있는 추세를 보여주고 있음.

3.3. 김치산업 SWOT 분석

〈김치산업 SWOT 분석결과 및 추진 전략〉

	(S)강점 요인	(W)약점 요인
(O)기회 요인	<ul style="list-style-type: none"> 김치중주국 한국김치에 대한 높은 인지도 김치산업집흥법, 기본계획 수립 등으로 관련 산업육성에 대한 법적 제도적 근거 확보 세계김치연구소를 통한 연구개발 기반 구축 HACCP 의무화로 위생설비 기반 구축 김치자조금 형성으로 업체중심 활동기반 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 대다수 영세업체, 소수 대기업간 경영 양극화 R&D, 환경개선 등의 투자여력 부족 김치제조공정의 높은 수작업 의존도 대부분 시설·설비의 낮은 자동화 수준 노동인력 수급 문제, 산업인력의 고령화 원재료의 불안정한 수급문제, 국산재료 사용에 대한 비용부담
<ul style="list-style-type: none"> 건강기능성 식품으로 세계 인지도 향상 식품안전성에 대한 관심 고조 국산농식품에 대한 높은 선호도 HMR 시장 규모 확대 수입김치 안전성 논란으로 국산 관심 확산 K팝, K드라마 등 세계적인 한류 열풍 김장문화 계승발전에 대한 공감대 형성 	<p>S0전략 : 우선수행과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 국가명지리적표시제 도입 현지맞춤형 제품개발, 건강기능성 홍보 강화 자조금 확대, 국산 상품김치 홍보 강화 김치응용 HMR 등 신시장 개척 고안전성·고품질 프리미엄 김치 개발 김장문화보존기금 설치 추진 	<p>W0전략 : 우선보완과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 김치원료공급단지 조기 조성 및 안정적 운영 제조시설·설비 자동화 기술 및 장비 확충 지원 중소업체를 중심으로 저온저장시설 확충 지원 수출전문기업육성, 김치 마케팅보드 육성 김치수출단지 조성, 김치(수출)유통센터 설치 기능성 김치중군 개발 및 보급 확대
(T)위협 요인	<p>ST전략 : 리스크 해결과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 맛, 숙성도 등 등급표시, 김치품질표시제 개선 비건김치, 특수김치 등 다양한 유형, 다양한 채소 활용 김치 개발 품질유지기한 연장 기술 및 포장기술 개발 원재료 및 제조공정 안전성 강화(김치이력추적) 후계세대 김치소비 촉진 사업 추진 김치체험관 운영 	<p>WT전략 : 장기보완과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트공장 및 스마트HACCP 보급 확대 대기업·중소업체, 김치제조업체·외식업체간 상생협력과제 발굴 공동 구매, 공동판매 플랫폼 개발 절임염수 재사용 및 친환경처리기술 개발 전문인력 양성, 교육·훈련 강화 김치자조금의 의무자조금화 ESG 경영 추진으로 지속가능한 김치산업 성장

3.4. 김치산업 전망

- 향후 김치산업 변화에 대해 김치제조업체는 상품김치 시장 성장 전망에 대해 긍정적으로 인식하고 있으며, 외식·급식용 국내산 상품김치 시장과 국내 상품김치의 해외 수출에 대해서 상당히 긍정적으로 전망하고 있음.
- 인구 규모 축소, 서구화된 식단 등으로 김치의 총소비량은 감소 추세이지만, 김치를 구매하는 소비자는 증가하고 있음.

- 수입산 김치 수요는 외식업체 중심으로 확대될 가능성이 높은 가운데, 수입산 김치에 대한 가정용 수요의 급속한 증가 요인은 나타나지 않고 있음. 즉, 국산 중심의 가정용 상품김치 시장 구조는 당분간 지속될 것으로 전망됨.
- 이처럼 김치가 세계적으로 인지도가 높아지면서 수출이 크게 증가하고 있어 김치산업을 수출성장산업으로 육성할 호기를 맞이하고 있음. 김치 총 소비량이 식생활 변화 등으로 줄고 있지만, 대신 상품김치 수요는 증가하는 추세이며, 여기에 수출까지 지속적으로 증가한다면 김치산업이 지금보다 한층 더 성장할 것으로 전망됨.

4. 「제3차 김치산업진흥종합계획」 정책 수요조사

4.1. 공급부문의 정책수요

1) 품질이 보장된 원재료의 안정적인 조달시스템 구축

- 김치 제조업체가 김치 원재료 조달 단계에서 가장 필요하다고 인식하는 지원 항목은 ‘원재료 수급 정보 상시 제공’(38.3%), ‘원재료 매입자금 지원’(30.5%), ‘원재료 공동구매 조직화’(20.6%), ‘원재료 계약재배 활성화’(10.2%) 등의 순으로 나타남.

2) 김치 판매 유통망 확대 전략(김치 판매 전용 온라인 플랫폼 구축)

- 김치 제조업체가 국내 판매 과정에서 직면하고 있는 가장 큰 어려움은 제품 판매 유통망 구축(31.0%), 국내 수요 발굴(23.6%), 홍보·관측(18.0%)등의 순으로 나타남. 온라인 채널을 통한 김치판매가 증가하고 있는 시점에서 온라인 김치 판매 유통망 구축에 대한 수요도 증가하고 있음.

3) 김치유통센터 건립을 통한 김치의 적정 품질유지·관리 방안 강구

- 김치 판매액이 100억 원을 초과하는 업체의 경우 ‘제품 판매 유통망 구축 곤란’(18.4%)보다는 ‘제품의 적정 품질 유지·관리의 어려움(30.6%)’과 ‘국내 수요 발굴의 어려움(24.5%)’이 크다고 응답함. 대기업을 중심으로 유통단계에서 김치 완제품에 대한 품질유지·관리를 위한 김치유통센터에 대한 수요가 있음.

4) 김치재료 저장 및 제품 보관을 위한 저온저장시설 확충 지원

- 평균적으로 김치제조업체가 보유하고 있는 저온저장고 면적의 62%는 원재료 보관용으로, 38%은 제품 보관용으로 사용하고 있음. 김치 판매액 규모가 클수록 원재료 보관용 저온저장고의 자가 보유율이 높고 평균 면적이 커지는 경향이 뚜렷하며, 영세업체와 대기업간 격차가 큼.

5) 김치 제조시설·설비 자동화 사업 추진 및 지원

- 김치 제조단계에서 가장 필요한 지원 항목으로는 ‘시설/설비 자동화·현대화’(34.7%), ‘제품/포장/기술 등 연구 및 개발 지원’(26.7%), ‘공동 원재료 저장 시설 구축’(23.5%) 등의 순으로 조사됨. 김치 판매액 규모와 상관없이 자동화가 미흡한 공정은 절단된 재료의 이물 등을 제거하는 원료 선별공정과 포기김치의 숙냉기 공정으로 나타남.

6) 수출전담 조직 육성 및 해외현지화 전략 추진

- 김치 수출단계에서 가장 필요한 지원 항목은 ‘해외 홍보·판촉’(26.9%), ‘해외 공동마케팅’(24.1%), ‘전문 수출업체 육성’(15.7%) 등의 순임. 김치제조업체 가운데 수출 실적이 있는 100억 원 초과 업체는 ‘해외의 판매 유통망 구축’에 대한 정책적 수요가 높은 편임.

7) 김치종균 효과 검증 및 홍보 확대

- 김치 제조업체 가운데 향후 김치 종균을 이용할 의향이 없는 업체는 전체의 65.6%로 절반이상의 업체들이 김치 종균 사용의 필요성을 체감하고 있지 못하고 있음. 김치 맛 향상, 품질 유지기한 연장, 품질 균일화 등의 기능성을 강화한 김치 종균 개발이 필요하며, 김치제조업체의 종균 사용의 효과를 체감할 수 있도록 연구개발 및 검증을 강화하며 적극적인 홍보 전략이 필요함.

4.2. 수요부문의 정책수요

1) '국산 김치 자율표시제' 인증업체에 대한 인센티브 제공

- 국산 김치 자율표시제를 도입할 의향이 있는 외식업체는 45.9%로 과반에 미치지 못하고 있음. 국산 김치 자율표시제도의 확산을 통한 국산 김치 시장규모 확대를 위해서는 특히 대규모업체와 프랜차이즈 가맹점을 대상으로 국산 김치 자율표시제도 집중 홍보 강화 및 인증에 따른 인센티브 제도 마련 필요함.

2) 온라인 판매처, 반찬가게 등 신유통채널의 원산지 단속 강화

- 김치 원산지 관리의 필요성에 대한 공감대가 형성되고 있는 가운데 최근 김치 판매가 증가하고 있는 온라인 판매처와 반찬가게 등 신유통 채널에 대한 원산지 단속 강화가 필요함. 철저한 원산지 단속을 통해서 국산 김치 안전성에 대한 신뢰 확보 및 지속가능한 한국김치 브랜드 위상을 제고할 필요가 있음.

3) 소포장 상품김치에 대한 선호 증가

- 1인가구 증가, 핵가족화 등 가족구조 변화, 김장 대신 상품김치 소비 증가 등으로 상품김치 구입 빈도가 잦아지면서 소포장 상품김치에 대한 선호도가 높아지

고 있음. 특히 코로나 19 확산으로 인한 비대면 배달/테이크아웃 음식 소비가 증가하면서 소포장 반찬용 김치에 대한 수요도 증가하고 있는 상황임. 상품김치 맛과 품질 유지기한, 새벽배송 등 구매의 수월성 등으로 많은 양의 김치를 한번에 구매할 필요성이 없어진 상황에서 소포장 상품김치에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 전망됨.

4) 수입김치 원산지 단속 강화

- 현재 대부분의 김치제조업체가 HACCP 인증을 보유하고 있으나, 김치 원재료의 안전성 사고가 종종 발생하는 상황에서 원재료 입고부터 완제품이 출하될때 까지 전 제조공정의 위생성 및 안전성을 입증할 수 있는 제도 마련 필요함.

5) 누구나 먹을 수 있는/누구나 먹고 싶은 김치 개발

- 소비자 가구의 김치 소비 확대를 위해서는 김치를 먹지 않는 가구원까지 먹을 수 있는 또는 먹고 싶은 김치를 개발할 필요가 있음. 김치를 먹지 않는 원인을 파악하여 수요자 맞춤형 김치를 개발하여 국산 김치 소비를 확대시킬 필요가 있음. 안 매운 김치, 저염 김치, 냄새 안나는 김치, 환자용 특수 김치 등의 소비자 맞춤형 김치 개발을 위한 연구개발이 추진될 필요가 있음.

6) 국산 상품김치 품질표시제 개선(매운맛, 숙성도, 나트륨 함량 등급 표시)

- 국산 상품김치에 숙성 정도를 표시하는 제도를 도입하는 것이 필요하다는 응답 비중은 90.5%를 차지하며, 국산 상품김치에 나트륨 함량을 표시하는 제도의 도입 필요성에 대해 필요하다는 응답 비중이 89.3%로 매우 높게 나타남.

7) 김치 관련 인증제도에 대한 소비자 홍보 강화

- 전통식품품질인증, 대한민국 식품명인, 유기농식품인증, 해썬(HACCP) 등 김

치 관련 인증제도에 대한 인지도는 상대적으로 높지 않으나, 이러한 인증제품에 대한 구매 의향은 높게 나타남. 즉, 김치 관련 인증제품에 대한 적극적인 홍보를 통해서 우수 농산물 재료를 사용한 국산 김치의 구매 확대를 견인할 수 있음.

8) 김치 밀키트제품, 김치소스제품 등 김치응용 신제품 개발

- 김치 소비 확대를 위한 방안으로 김치를 활용한 HMR 또는 밀키트 제품, 인스턴트 김치블럭, 김치소스 등의 개발을 통해서 누구나 쉽게 먹을 수 있는 김치 소비 문화 정착이 필요할 것임.

5. 「제3차 김치산업진흥종합계획」 기본방향 및 추진과제

5.1. 비전 및 목표

- 최근 식품산업 트렌드에 맞춰서 제3차 김치산업진흥종합계획의 주요 키워드를 ‘깨끗한 김치’, ‘맞춤형 김치’, ‘건강한 김치’, ‘신선한 김치’, ‘대한민국(국산) 김치’, ‘스마트 김치공장’, ‘보이는 공장’, ‘온라인 판매’, ‘김장문화 계승’ 등으로 제시함.
- 최근 김치산업을 둘러싼 기회는 국산김치에 대한 높은 인지도 및 선호도와 김치의 수출 증가세이며, 위기요인은 원료수급의 불안정성, 저가 수입산 김치의 시장 공세, 김치소비 감소세, 김치제조업체의 영세성 및 양극화 등임.
- 제3차 종합계획의 전략은 김치산업을 둘러싼 기회를 발판삼아 당면한 위기를 타개하고 김치산업을 고부가가치산업으로 육성시키기 위한 가치사슬별 전략과제를 추진하는 것임.

〈제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27)〉의 비전 및 목표〉

기회	국산김치에 대한 높은 인지도 및 선호도, 김치의 수출 증가세				
위기	원료수급의 불안정성	저가 수입산 김치 시장 공세	김치 소비 감소세	김치제조업 영세성·양극화	
비전	김치산업 고도화를 통한 김치 종주국의 위상 제고				
목표	<국산 상품김치 시장 점유율 확대> 국산김치 시장점유율(물량기준): (‘21) 59% → (‘27) 70% (연평균 3% ↑) <김치 무역수지 개선> 김치무역수지(금액기준): (‘21) Δ19 → (‘27) Δ23 (연평균 3% ↑)				
전략	당면한 위기를 타개하고 고부가가치 산업으로 성장하기 위한 김치산업 가치사슬별 전략과제 추진				
대상	원료	제조	유통·판매	소비·수출	문화·홍보
추진 과제	고품질 원료의 안정적 확보	국산김치의 품질 경쟁력 제고	맞춤형 물류관리 및 안전 판매체계 구축	국내외 시장 확대	김장문화 계승 및 홍보 강화
	• 원료 안전성 확보 • 원료 안정적 공급	• 가격경쟁력 제고 • 품질경쟁력 강화	• 신선물류시스템 구축 • 판매 원산지 단속강화	• 신시장 확대 • 해외현지화 전략	• 김장문화보존기금 • 김치자조금 확대

〈「제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27)」 추진전략 및 중점과제〉

추진전략 및 중점 추진과제		
튼튼한 김치원료 수급체계	고품질 원료의 안정적 확보	> 김치 원료의 안정적 조달체계 구축 > 김치원료 조달 지원사업 확대 > 우수 김치재료 사용 촉진 사업 > 김치제조공정 공개 지원사업
튼튼한 김치산업 경쟁력	국산김치 품질 경쟁력 제고	> 스마트공장 보급·확산 지원 > 기능성 김치종균 개발·보급 > 김치품질표시제 개선 > ESG 경영지원 사업
탄탄한 김치유통시스템	맞춤형 물류관리 및 안전 판매체계 구축	> 저온시설 확충 지원 > 김치판매전용 온라인 플랫폼 조성사업 > 신유통채널의 원산지 단속 강화 > 수입산 김치 안전성 관리 강화
단단한 김치소비 시장	국내외 시장 확대	> 김치응용HMR 개발 지원 > 국산김치 사용업소 식자재비 지원 > 대형 수요처 발굴 및 상생협력 추진 > 김치마케팅보드 지원 > 해외 현지화 전략 지원
당당한 김장문화 계승발전	김장문화 계승 및 홍보 강화	> 국가명지리적표시제 등록 추진 > 김장문화보존기금 조성사업 > 김치체험문화사업 지원 및 홍보 사업 > 김치자조금 확대 지원

5.2. 과제 추진방안

추진과제1	고품질 원료의 안정적 확보
-------	----------------

1-1. 김치 원료의 안정적 조달체계 구축

가. 김치원료 공급단지 운영 안정화

- 농식품부는 김치원료의 안정적 공급을 통한 김치산업의 경쟁력 제고를 위해 ‘김치원료 공급단지구축사업’을 추진하고 있음. 김치원료 공급단지 조성 사업은 2022년부터 2025년의 기간 동안 580억 원의 예산을 투입하여 전국에 2개소를 설립하는 것으로 목표로 함.
- 김치원료공급단지 운영의 안정화를 위해서는 (사)김치자조금 등의 유관 조직과의 협업 사업을 공급단지가 주도하여 추진할 필요가 있음. 배추·무 산지유통인들의 연합조직인 (사)한국농업유통법인 중앙연합회와의 협업사업 추진도 필요함.

나. 기후변화 대응 배추종자 개발

- 농촌진흥청과 세계김치연구소의 공동연구로 기후변화 대응 내고온성 배추 종자 개발 및 공급 확대 사업 지원을 통해서 장기적으로 안정적인 배추 원료 확보 전략을 수립할 수 있음.
 - 신품종 배추에 대한 시험포 재배를 통해서 검증된 품종에 대한 농가 보급 확대를 위한 기술지도, 컨설팅 지원 등 추진

1-2. 김치원료 조달 지원사업(계약재배, 원료매입자금, 공동구매 등) 확대

- 한국신선채소협동조합 등의 산지 유통조직과 김치협회간 협의체를 구성하고 공식적인 협약을 통해서 김치제조업체의 수요 및 요구사항이 보다 적극적으로 반영될 수 있도록 하여, 지원사업의 자금신청 비중을 확대하는 방안을 강구할 필요가 있음.

- 각 산지에 분포되어 있는 절임배추영농조합법인이나 제조업체와 김치제조업체 간 계약을 통해 필요 물량을 사전에 확보하는 방안을 마련한 필요가 있음.
 - 절임배추 관련 각 법인의 연합회와 해당 지역 지자체, 김치협회가 주체가 되어 계약생산을 추진할 필요가 있음.
 - 김치협회는 소속 김치업체로부터 필요 물량을 사전에 접수하며, 절임배추 관련 조직 또는 연합회는 물량을 할당하여 생산한 후 납품하도록 하는데, 이 과정에서 해당 지역 지자체는 구매보증을 하는 역할을 하도록 함.

- 김치업체 식품가공원료매입자금 대출조건 완화 등을 통해서 국산 김치원료 매입을 확대할 수 있도록 관련 사업 담당부처(부서)와 협의가 필요함.
 - 현행 지원조건은 농업경영체 연 2.5%, 비농업인(일반업체 등) 연 3.0%로 되어 있는데, 김치업체의 국산 김치원료 매입 촉진을 위해 일반업체의 금리 인하를 통해 농업경영체 금리조건과 동일하게 적용하는 방안 검토 필요

- 김치원재료 가운데 대부분 업체에서 배추와 절임배추, 무는 100% 국산을 사용하고 있으나, 고춧가루의 국산 사용 비중은 75.1%로 타 품목에 비해 상대적으로 낮음('20년 실태조사 결과). 원료매입자금 지원은 배추 등에 비해 단가가 상당히

높은 건고추 계약재배에 우선 할당함으로써 김치업체의 고춧가루 국산 사용 비중을 최대한 높일 수 있도록 하는 방안을 검토할 수 있음.

- 현재는 외식업체간 협력을 통한 식재료 공동구매로 경영비 절감 및 국산농산물 직거래 활성화를 위한 ‘외식업체 국산 식재료 공동구매 조직화 사업’이 시행되고 있으나, 이 사업대상을 김치업체까지 확대하여 김치업체간 조직화를 통한 김치원료 공동구매 지원사업을 지원할 필요가 있음.
 - (사)김치협회 등이 원료 공동구매의 컨트롤 타워가 되어서, 업체 수요 파악과 업체 간 협력 체계 구축, 업체와 산지 간 원료 수요와 공급 매칭 지원 등의 역할을 수행할 수 있음.

1-3. 우수 김치재료 사용 촉진 사업

- 김치산업진흥법 제24조에 우수 김치재료 사용 촉진을 위한 지원 근거에 의해서, 우수관리인증(GAP) 농산물, 품질인증품, 지리적표시 제품, 친환경인증 농산물, 그밖에 국가인증제도에 따라 인증을 받은 제품 등 우수 국산 김치재료를 사용하는 김치업체에게 관련 정책 인센티브를 부여하여, 다른 업체들에게도 우수 김치재료 사용을 촉진시킬 수 있음.
 - 계약거래 자금 지원사업 선정 우선권 배정, 식품가공원료매입자금 대출금리 우대, 대출비율 및 대출한도 완화 등의 혜택, 공동구매조직화 사업 서면평가 가점(각 10점, 최대 20점) 부여, 시설현대화 사업 선정 우선권 등의 관련 정책 인센티브 부여
- 우수 김치재료(전통식품, 유기가공식품, GAP인증품, 친환경농산물인증품 등 국가인증농식품 등)를 사용한 김치제품에 “프리미엄 김치”를 표시하는 인증제

실시(국립농산물품질관리원의 ‘식재료 우수관리업체’ 지정 사업 벤치마킹)

- 우수 김치재료를 사용하여 제조한 김치에 프리미엄 인증을 받고자 하는 업체는 관계기관에 신청서를 제출하면 서류·현장심사 및 전문가들의 심의회를 거쳐 지정여부가 결정
- 인증업체에게는 우수 식재료 구입비 지원, 교육부(교육청), 학교급식지원센터 등 우수식재료 수요기관과의 매칭 및 협업지원, 인증업체에 대한 언론 홍보, 인증업체 중 모범업체에 대한 표창 추천 등의 각종 혜택 부여
- 우수 식재료 구입비 지원액은 예산규모에 따라 매년 결정

1-4. 김치제조공정 공개 지원사업(가칭, ‘보이는 공장’ 사업)

- 김치공장에 원료 입고부터 단계별 제조공정, 제품 출하까지의 전 과정을 CCTV를 통해 실시간 영상으로 공개하거나 유튜브에서 검색할 수 있는 시스템 구축(가칭, ‘보이는 공장’사업)
 - 제조공장에 설치된 CCTV를 통해 실시간 영상 제공(홈페이지를 통해 접속)
 - 김치제품 QR코드 검색을 통해서 업체의 홈페이지 또는 영상에 접속 가능
- ‘보이는 공장’사업을 추진하고자 하는 업체를 선정하여 CCTV 설치 비용, 앱 개발 비용 등 지원(용자지원사업)
 - 해당 기초자치단체에 신청서 제출, 광역자치단체에서 사업신청서 취합후 농식품부에 제출, 심사평가단 심사를 거쳐 농식품부에서 사업자 확정
 - 스마트공장 보급·확산사업과 연계하여 추진 가능

- 김치제조 전 공정을 볼 수 있도록 김치공장 방문객에게 공장을 훤히 공개하는 사업 지원
 - 원하는 김치공장에 방문신청(개인 또는 단체)을 하면, 김치공장이 신청자들과 일정을 협의하여 김치공장 소개 또는 김치공장 '공개날' 지정하여 김치공장 제조과정 공개
 - 공장 공개를 위한 필요한 시설 리모델링 사업비 등의 관련 소요비용에 대한 융자지원, 시설현대화사업 등과 연계하여 추진 가능

추진과제2	국산김치의 품질 경쟁력 제고
-------	-----------------

2-1. 스마트 김치공장 보급·확산 지원사업(김치제조업체의 시설·설비 자동화 지원)
--

- 생산성향상, 원가절감 효과와 함께 인력부족 해소, 품질관리 고도화를 위한 스마트공장 전환 사업비와 스마트 HACCP 도입 지원사업 추진이 필요함.
 - 중기부 스마트공장 보급·확산 지원사업과 연계 협업 추진, 김치제조업체가 중기부의 '스마트공장 보급·확산사업'에 적극적으로 참여할 수 있도록 인센티브 방안 마련
 - 벤치마킹이 가능한 "스마트 김치공장" 실증모델을 제시하여 스마트 김치공장 도입에 대한 청사진 제시

- 업체 맞춤형 스마트공장 전환 사업비 지원
 - 완전 자동화 시설 구축이 어려운 소규모 업체를 위해 반자동화 설비(예: 양념 숙넣기의 자동화 지원 등) 지원(융자지원사업)

- 완전 자동화 시설구축을 희망하는 업체를 위해서 중기부의 고도화사업 신청 컨설팅 지원(제품설계·생산공정 개선 등을 위한 IoT, 5G, 빅데이터, AR·VR, AI, 클라우드 등 첨단기술을 적용한 스마트공장 솔루션 구축 및 구축에 필요한(솔루션 연동) 자동화 장비, 제어기, 센서 등 지원)
- 중소 스마트공장에 대한 생산기술 표준화, 스마트 HACCP 적용을 지원하기 위해서, 컨설팅, 교육·훈련 지원 등을 통한 스마트공장 구축·운영 역량 강화 사업 추진
- 김치제조업체 품질·안전관리 시스템 고도화를 위한 스마트 HACCP 도입 지원 (스마트공장 사업 연계 추진)
- 스마트공장 구축사업과 함께 제조실행시스템(MES), 공급관리시스템(SCM) 등 스마트 경영관리체계 구축 지원
 - (제조실행시스템, MES) 생산 및 품질, 설비, 물류관리 등 공장운영 최적화 지원 시스템
 - (공급관리시스템, SCM) 수요예측, 생산계획, 공장운영 스케줄링 등

2-2. 기능성 김치종균 개발·보급사업

- 김치업체와 소비자 선호도 반영한 기능성 김치종균 개발 및 보급 사업 추진
- 맛 향상, 품질 유지기한 연장, 건강기능성 함유 등의 기능성 김치종균을 개발·보급하여 고품질 김치생산 및 수출용 김치에 활용 가능

- 김치제조업체의 김치종균 활용 촉진 및 소비자의 기능성 식품에 대한 선호도에 부응하기 위해서, 기능성 김치종균을 활용한 ‘프리미엄 김치’ 개발 및 관련 인증제 시행
 - 기능성 김치종균을 활용한 유아·어린이 이육식 김치, 병원 환자식 맞춤 김치 개발
 - 다이어트식 저염김치, 항암김치 등 기능성 김치 개발

- 김치종균 보급사업 초기단계에서는 무상보급을 통해서 저변을 확대하는 전략이 필요하며, 기능성 종균 보급 업체 대상 현장기술 지도, 성과 관리 등 철저한 사후 관리

2-3. 김치품질표시제 개선

- 김치 맛·숙성도 등 김치품질표시제 도입 추진
 - 김치맛 표준지표 분석법 확립 및 등급화를 위한 빅데이터 축적
 - 짠맛(나트륨 함량, 1.6-2.2%) 및 매운맛(캡사이시노이드 함량, 150-1,000 mg/kg) 기준 설정을 위해 등급별 소비자기호도 조사 및 데이터 분석
 - 김치맛 등급 및 숙성도를 표시, 관련 포장기술 개발 지원

- 김치제조 초단계에서의 품질·안전관리를 위해 원료 표준화 추진
 - 김치 원료용 젓갈·고춧가루 등의 성분 및 최소기준을 설정, 김치 품질의 균일성 향상
 - 「김치산업진흥법」 및 관련법령을 개정, 김치 주원료 표준 설정 추진

2-4. ESG 경영 지원사업

가. 중소기업 대상 ESG 경영 지원

- 중소기업의 김치제조업체의 ESG 경영 선제적 지원 방안으로 ① 가이드 라인 제공 ② ESG 교육 및 인식 확대 ③ ESG 위험 발생 상황을 위한 긴급 지원 등
 - (가이드라인 제공) 김치제조업체의 ESG 경영 및 관리방안 가이드라인 제공
 - (ESG 인식 확대 지원) 김치제조업체 대상 ESG 경영 교육 및 관련 세미나 등 추진 지원
 - (긴급 지원) ESG 평가를 근거로 공급망 상에서 불이익을 당한 경우, 대응할 수 있는 제도적 절차 마련

나. 글로벌 regulation 대응을 위한 지원

- 국제기준 변동시 대응을 위한 인증 가이드 제공, 인증 비용 지원, 신속한 인증 등의 정책지원을 통한 김치산업 전반의 경쟁력 향상 추진

다. 타부처 사업 연계 지원

- 한국환경공단과 환경부, 산업통상자원부, 중소기업벤처부가 함께 지원하는 '스마트 생태공장 구축사업' 활용한 김치제조업체의 ESG 경영 촉진

라. 우수한 ESG 경영 사례 홍보

- 염수재처리방안: '규조토 여과와 오존 고도처리 시스템' 설계 반영
- 배추 부산물 처리방안: 우거지 및 배추폐기물 건조장치를 통한 사료화

3-1. 저온시설 확충 지원

- 김치재료 보관을 위한 저온시설 확충 지원뿐만 아니라, 판매 유통과정에서 품질 저하를 방지하여 상품성 향상을 통한 김치 완제품용 저온시설 확충 지원을 통한 김치 유통시설 기반 구축 지원
 - 생산 및 가격 변동이 심한 배추, 무 등의 김치원료 대해 저온저장 시설 등의 지원을 통한 수급 및 가격안정에 기여
 - 예냉(豫冷) 등 저온설비를 갖춘 완제품 보관시설 확충 지원을 통해 김치의 신선도를 유지하고 유통 기간 연장으로 판매시기 조절 및 수익성 개선

- 김치제조업체의 원료보관용과 완제품보관용 저온시설 지원은 신규설치와 개보수사업으로 구분하여 지원하며, 국고보조, 지방비, 자부담은 산지유통시설지원사업 등을 참조하여 설정할 수 있음.
 - 개보수 사업은 노후 된 중대형 저온저장고에 대한 지원으로 반드시 건축 후 10년 경과, 66㎡(20평)이상 저온저장고에 대하여 접수

- 저온시설 지원 대상자는 전년도 판매물량, 판매금액 규모, 사업부지확보 여부(근저당 설정여부 등 확인), 자부담 능력, 국산김치재료 사용 인증, 우수 김치재료 사용 인증, 관련 교육이수 여부 등을 반영한 점수로 대상자 선정

3-2. 김치판매전용 온라인 플랫폼 조성사업

- 온·오프라인 전용판매관 입점 지원 및 신규 판매채널 구축
 - 네이버쇼핑, 쿠팡, 오아시스마켓 등 온라인몰 입점 지원
 - 주요 요충지 연계 오프라인 팝업숍 운영

- 우수 중소 김치제조업체의 강소 기업화 지원을 위한 주요 온라인몰, 대형포털 등 온라인 유통채널 입점을 위한 제품 리뉴얼, 포장디자인 규격화 등 컨설팅 지원

- 대기업의 온라인 플랫폼 형태(1P, 2P, 3P)를 검토하여 김치 판매 온라인 플랫폼을 구상할 필요가 있으며, 배송 및 물류 지원은 영국 온라인 플랫폼인 데스코 사례를 벤치마킹할 수 있음.
 - 데스코는 Home delivery보다는 고객들이 식료품을 집에서 주문하고 가까운 점포에서 직접 찾아가는 방식(Click-and-Collect)도 제공하여 배송비를 절감하고, 소비자에게는 배송과 함께 다양한 옵션을 제공하고 있음.

3-3. 신유통채널의 원산지 단속 강화

- 소비자 전문 명예감시원을 중심으로 온라인 거래, 반찬가게 등 신유통채널의 원산지 관리 강화

- 온라인 판매사이트 운영자와 반찬가게 영업자 등에 대한 원산지 관리 책임 강화, 거짓 및 부정 원산지 적발시 법률 위반 행위로 고발 조치

○ 반찬가게에 대한 원산지 및 위생지도·점검 수시 실시

- ‘즉석판매제조가공업 영업자를 위한 원산지 및 위생관리 매뉴얼’ 배부
- 무허가 또는 무표시 식품 취급 여부, 유통기한경과 식품 판매·사용 보관여부, 원산지 표시 여부 등 점검

3-4. 수입산 김치 안전성 관리 강화

○ 제2차 종합계획의 생산-통관-유통 단계별 수입김치 원산지 단속 강화 지속 추진

- 수입김치 및 김치원료의 유통정보 관리 강화
 - 관세청 통관자료 및 휴대 반입 농산물수집상 등을 통해 정보수집, 수입김치 및 김치원료의 수입·유통단계 추적조사(수입 냉동고추로 제조 후 국산김치 표시 등 단속)
 - 김장철 수입 배추김치 원산지표시 특별단속 추진
- 관계기관 협력을 강화, 체계적인 김치 원산지 단속 추진
 - 관세청 수입 이력관리 정보를 활용한 유통단계 추적조사 실시(수입물품 이력관리, 농축산물유통관리시스템의 통관·검역정보 등 활용)
 - 소비자 전문 명예감시원을 중심으로 전통시장 등 취약지역 관리 강화(소비자 명예감시원 중 권역별 전담인력을 지정하여 전통시장 관리)

○ 식약처의 ‘수입김치 안전·안심 대책’(2021.4.15.) 공동 추진

- (제조) 모든 해외 김치제조업소 현지실사 추진
- HACCP 적용을 위한 「수입식품법」 시행규칙 등 하위규정 신속 정비

- (통관) 영업자 대상 수입김치 검사명령제 시행 강화
- (유통) 소비자 참여 수입김치 안전관리 추진
- 온라인 세계지도 기반 수입김치 공장 정보제공

추진과제4	국내외 시장 확대
-------	-----------

4-1. 김치응용 HMR 개발 지원

- HMR 시장 확대 대응에 따른 김치 HMR 신상품 개발 및 포장재 개발 지원
 - 세계김치연구소의 김치 R&D 사업계획에 포함하여 관련 사업 지원

- 지역 유명 맛집과의 연계를 통한 김치 HMR 제품 개발 지원
 - 외식산업진흥사업과 연계하여 사업 추진 가능
 - (예시) 지역 향토음식과 연계한 김치 밀키트 제품 개발

- 김치 제조원료인 김치 양념소스 산업 육성
 - 김치재료 활용 김치 양념소스 생산시설 및 장비 지원
 - 식품소재·반가공품 생산·유통·상품화연구 등을 위한 시설 및 장비 지원을 위한 ‘식품소재및반가공산업육성사업’과 연계 추진

- 국산김치를 재료로 사용한 김치 HMR 제조업체 지원사업
 - 계약거래 활성화 및 벤더업체 기능 강화

- 김치 글로벌 푸드 개발업체, 김치 밀키트 개발업체 등의 수출지원
- 김치 HMR 우수 상품 선정 홍보 강화, SNS 등 다양한 채널을 통한 홍보 강화

4-2. 국산김치 사용업소 식자재비 지원

- 외식업체의 국산김치 구매 촉진을 위해서 ‘국산김치 사용업소 식자재 구입비 지원사업’을 전국적으로 보급·확산 추진
 - 식자재 구입비를 바우처 형식으로 지급하고 지정된 장터에서 국산 김치재료를 구입하도록 하여, 외식업체의 국산김치 구매 촉진 효과뿐만 아니라 국산 농산물 소비 증진에 기여
- (지원대상) 식품위생법 시행령에 따른 휴게음식점, 일반음식점 중 국산김치 자율표시위원회로부터 국산김치 사용지정을 받은 음식점(예산규모에 따라 업체규모별 지원대상자 선정 가능)
- (사업내용) 국산김치 제조에 필요한 식재료(농수산물) 또는 김치완제품 구입비 지원
 - 과거에 구입했던 구입품목을 지원하는 것이 아닌 현재 필요한 식재료를 국산 김치재료판매장터(예: 지차체 운영 식자재 판매물 등) 식자재 제품 목록에서 지원
 - 연 1회만 신청가능, 식재료는 신청한 그 다음 달 중순부터 배송이 시작

4-3. 대형 수요처 발굴 및 상생협력 추진

- (내수확대) 군납, 학교급식 및 단체급식, 외식업체 등의 국산김치 확대
 - 급식업체 상생협력을 통한 대형 수요처(군·학교·단체급식) 확보
 - 국산김치를 사용하는 외식업체에 인센티브 제공 등에 관해서 외식협회와 협의
 - 대표 맛집 선정 시 국산김치 사용 인센티브 부여
 - 지역별 향토음식과 연계하여 김치 홍보 방안 마련

- (기업협업) 김치제조업체와 대기업 단체급식 상생 협력 추진
 - 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, CJ프레시웨이, 신세계 푸드 등 대기업의 단체급식에 중소기업 김치 납품 권장 및 지원(물류비 지원 등)
 - 대기업 ESG 경영사례 또는 동반성장 사례로 홍보

- (캠페인) 지자체 또는 대기업의 ‘국산김치 사용 음식점 이용하는 날’ 지정·운영 권장, 국산김치 촉진 캠페인을 시행하는 지자체 또는 기업의 정부지원사업 선정 시 가점 부여, ESG 경영 또는 동반성장 사례로 언론 홍보 등

- (사례품, 기념품 판매 촉진) 대기업, 공공·유관기관 기념품 또는 사례품으로 국산김치 판매
 - 공공 및 유관기관 기념품으로 국산김치 지정 독려
 - 농식품 바우처, 임산부 꾸러미 등 정부정책사업 지원품목으로 국산김치 포함 추진

- 고향세 답례품으로 국산김치 지정 독려 등

4-4. 김치마케팅보드 지원

- (사업내용) 김치 마케팅보드가 수행할 수 있는 사업은 성장단계별로 시장조사, 자문 및 판촉 서비스에서 출하량 조절, 판매 및 수출까지 다양할 수 있음.
 - 김치 마케팅보드의 초기 단계(기본역량 강화)에서는 기존의 수출물류비 지원과 유사한 효과를 낼 수 있는 사업메뉴를 마련할 필요가 있음.
 - ‘공동물류시스템 활용’ 사업메뉴는 김치 마케팅보드와 특정 전문 물류업체가 계약을 맺어 규모화와 물류채널 단일화를 통한 물류비용 절감을 도모할 수 있으며, 개별업체에게는 기존의 물류비 지원과 유사한 지원혜택을 부여할 수 있음(수출실적당 물류비 절감 혜택을 업체별로 배분 가능).
 - 김치 상품의 특성상, 김치 수출확대를 위해선 신선한 품질을 유지할 수 있는 해외 운송·물류시스템 구축이 필요함.
 - 개별 기업들이 수행하기 어렵지만 마케팅보드 차원에서는 추진할 수 있는 해외 시장조사, 글로벌 마케팅, 수출 전용 포장재 및 디자인 개발, 현지시장 맞춤형 김치제품 출시 등을 초기 사업메뉴로 선정할 수 있음.

- (운영 방향) 장기적으로 김치 수출통합조직을 김치 마케팅보드로 전환하도록 유도하고, 마케팅보드가 주도하여 글로벌 시장개척 단계, 경쟁력 강화 및 수출확대 단계로 사업메뉴를 확대해 나가야 하며, 김치 수출업체 간 과당경쟁으로 인한 수출가격 인하, 저급품 유통 등 해외시장에서의 이미지 훼손을 방지하고 이를 규제할 수 있는 권한도 확보해야 함.

4-5. 해외 현지화 전략 지원

- (김치 글로벌 친구 찾기) 반찬으로 섭취되는 김치의 속성을 살펴 현지 전통음식과 콜라보 가능성, 김치를 이용한 퓨전요리 등에 대한 조사·연구·실사 지원
- (해외소비자 인지도 제고) 한류 콘텐츠(K-POP, K-무비·드라마 등) PPL(김치의 드라마·영화 간접광고), 온라인 인플루언서 활용, 여행사·항공사와 연계한 홍보 등을 통해 김치에 대한 해외소비자의 인지도 제고 도모
- (해외시장의 가치소비 트렌드에 부응) 면역, 다이어트, 채식, 친환경·저탄소 음식 선호, 할랄·코셔 등 수출시장별 현지 소비자의 다양한 수요에 맞는 김치제품 출시와 인증제도 활용 지원
- 김치 관련 비관세장벽(검역·통관·식품제도)을 포함하여 김치제품의 현지화(라벨링, 인증, 검사·등록)에 필요한 비용 및 컨설팅(전문 통번역 서비스 포함) 지원 강화로 해외시장에서 한국산 김치의 경쟁력 제고 견인

추진과제5	김장문화 계승·발전 및 홍보 강화
-------	--------------------

5-1. 국가명지리적표시제 등록 추진

- (사업내용) ① 김치 수출기업과 원료 생산자를 포함한 이해관계자 의견수렴을 통한 쟁점별 합의 도출 ② 국가명 지리적표시 등록신청서 제출 ③ 지리적표시 시

행 후 해외시장에서 모니터링 체계 구축 및 사후관리 강화

- 국가명 지리적표시제 등록 주체는 ‘대한민국김치협회’(농식품부는 법·제도 개정 및 등록 준비, 제도 시행 후 해외시장 홍보와 사후관리 등을 지원)
- 수출량이 절대적인 배추김치(포기김치, 막김치) 우선 등록하고, 추후 수출 상황을 보아가면서 다른 종류를 추가 등록, 지리적표시 등록 후 필요 시 ‘지리적 표시 단체표장’ 등록도 추진

- (쟁점사항) 비용 측면에서 중국산 고춧가루를 사용할 수밖에 없는 대다수 김치 수출업체들의 여건을 감안하여, ‘수출용’ 김치에 한해서는 고춧가루를 원료의 범위에서 제외하고 지리적표시 등록을 할 수 있는 방안 강구
- (운영 방향) 등록 절차는 김치협회가 주도하고 농식품부는 간접 지원, 등록 후 해외시장 홍보 및 모니터링, 사후관리는 별도의 추진계획 수립하여 실행

5-2. 김장문화보존기금 조성사업

- ‘김장문화보존위원회’(가칭)를 설립을 통해서 김장문화 보존기금을 조성하는 방안을 검토할 필요가 있음. 이 위원회는 농식품부 산하 위원회로 설립할 수도 있고, 김치협회 산하 위원회로 운영될 수 있음(‘한국문화예술위원회’ 운영사례 참조).
 - 김치산업진흥법 법조항 신설을 통해서 기금 및 기금운영안 법적 근거 마련
- 기금의 재원은 정부의 출연금, 개인 또는 법인으로부터의 기부금품, 기금운용으로 생기는 수익금, 기타 대통령령으로 정하는 수입금(다른 기금으로부터의 전입금, 기타 농식품부장관이 인정하는 수입금) 등으로 구성

- 기금사업은 전통김장 문화보존계승 및 발전 지원, 해외교류지원, 김장문화발굴, 체험, 김치진흥을 목적으로 하는 사업이나 문화활동, 김장문화제 지원, 김치와 김장문화 확산을 위한 민간단체 발굴과 체계적인 지원 활동 등이 있음.

5-3. 김치체험문화사업 지원 및 홍보 강화

가. 김치체험문화사업 발굴 및 지원

- 각 지역의 김치체험관, 김치박물관 등을 산업관광지로 육성 지원
- 각 지역의 공공 또는 민관에서 운영하고 김치박물관, 김치체험관, 김치타운 등의 방문객을 위한 해설사 보강, 체험 상품 다양화 등 김치관련 시설을 관광지로 육성하는 사업 지원
 - 김치 가공공장 견학, 김치 만들기 체험 등 관광객들이 견학 및 체험할 수 있는 산업관광 지원
- 김치체험 시설물 인프라 보강 및 확충 지원
 - 각 지역의 김치체험 시설물 개보수 지원
 - 김치박물관 등에 첨단기술 활용 실감 전시 콘텐츠 리뉴얼 등
 - 김치 캐릭터 개발 지원
- 연령대 맞춤형 김치 홍보 콘텐츠 개발 및 강화
- (어린이 콘텐츠) 연령 맞춤형 김치 콘텐츠 및 체험프로그램 개발
- (청소년 콘텐츠) 과학 체험 프로그램 개발 및 각종 대회 유치

- (중년층 콘텐츠) 김치 전문가 과정 및 강좌 개설, 김치산업 관련 창업 지원 프로그램 개설
- (노년층 콘텐츠) 은퇴 노인층을 위한 평생교육 프로그램 개발 및 운영
- 김치제조업체또는 김치명인과 연계한 청년창업 지원
- 청년창업 지원사업과 각 지역 김치명인을 연계하여 맞춤형 프리미엄 김치 생산·판매 기반 구축
- 프리미엄 김치제조 청년창업을 통한 일자리 창출에 기여

나. 김치 홍보 강화

- 글로벌 김치문화 홍보 및 김치 수출
 - 해외 김치시즌 행사와 김치축제 연계 국산김치 홍보
 - 한식세계화 협회 및 한인협회 등 연계 대한민국 김치 홍보 강화
- 김치 문화 콘텐츠를 활용한 김치 우수성 홍보 강화
- 각 지역교육청이 김치명인 연계하여 초등학교 방과후 프로그램 운영

5-4. 김치자조금 확대 지원

- 현재 김치자조금은 임의자조금으로서 향후 의무자조금으로 전환을 위한 기반조성이 시급하며 지속 가능한 발전을 위해서는 중장기 전략에 기반한 체계적인 사

업 추진이 필요함.

○ 김치자조금의 외연확대와 기능강화를 위해서는 상당한 시간이 소요될 것이므로 2031년을 목표연도로 설정하고 기반구축단계(2023~2025), 의무자조금전환 단계(2026~2028), 외연확대단계(2029~2031) 등 3단계로 나누어 단계적으로 접근하는 것이 바람직함.

○ 기반 구축 단계

- 회원확대를 위한 지속적인 교육 및 홍보, 자조금 조직의 역량 및 기능 강화, 정책사업과 협업 시도

○ 의무자조금전환단계

- 거출 방식 정비, 거출목 설정, 조사·연구사업 비중 확대, 정책 사업과 협업 강화, 자조금 평가 및 관리 방식 제고

○ 외연확대 단계

- 타 자조금과의 공동사업 추진, 공익적·사회적 역할 수행, 김치산업 고도화 추진

1

계획수립 개요

1. 계획수립 배경 및 목적

1.1. 계획수립 배경

- 김치산업은 원료 생산·조달부터 제조, 유통·판매, 소비되는 과정까지 다양한 산업 및 경제주체들과 연계되어 있어, 경제적·산업적으로 다른 산업에 미치는 영향이 큰 산업임. 특히 원물형태의 다양한 농산물과 기타 농식품 원료를 사용하여 제품을 생산하는 원료 의존도가 높은 산업으로, 배추, 무, 고추, 마늘 등 국내 주요 농산물의 대량 수요처 역할을 하면서 농업과 밀접하게 연계되어 있음.
- 김치 종주국으로서의 위상을 높이고 김치산업의 체계적인 육성을 위해서 2012년 1월 ‘김치산업진흥법’이 제정되었고, 김치산업진흥법 제4조(종합계획의 수립)에 근거하여 5년마다 김치산업진흥종합계획(이하 “종합계획”)을 수립·시행하고 있음. 2013년부터 2022년까지 총 두 차례의 김치산업진흥종합계획

획이 수립되었고, 올해는 내년부터 시행될 제3차 종합계획 수립을 위한 사전 작업이 필요한 상황임.

- 김치산업진흥법 제4조 제2항에는 김치산업진흥에 관한 기본방향, 관련 기술의 개발 및 보급, 품질 표준화 및 품질향상, 김치 소비촉진 및 세계화, 그리고 김치문화 계승·발전 등의 총 10개 분야를 종합계획에 포함토록 규정하고 있음.

<김치산업진흥 종합계획에 포함되어야 하는 10개 분야>

1. 김치산업의 진흥에 관한 기본방향
2. 김치산업 관련 기술의 개발 및 보급 등에 관한 사항
3. 김치의 품질 표준화 및 품질향상에 관한 사항
4. 김치 및 김치재료의 안정적 수급에 관한 사항
- 4의2. 수입김치의 실태조사에 관한 사항
5. 김치 관련 전문인력 육성에 관한 사항
6. 김치산업과 농어업의 연계 강화에 관한 사항
7. 김치의 소비촉진 및 유통지원에 관한 사항
8. 김치문화의 계승·발전에 관한 사항
9. 김치의 세계화를 위한 홍보에 관한 사항
10. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

<제3차 종합계획에 포함될 분야>

- ✓ 김치 관련 기술 개발·보급
- ✓ 김치 품질 표준화 및 향상
- ✓ 김치재료 안정적 수급 방안
- ✓ 수입김치 관리 방안
- ✓ 김치 관련 전문인력 육성
- ✓ 국산재료 사용 확대
- ✓ 김치소비 촉진 및 유통지원
- ✓ 김치문화 계승·홍보
- ✓ 김치 수출 확대

- 제1차 종합계획(2013~2017년)은 김치 연구개발 및 인력 양성 등 김치산업 인프라 정비에 중점을 두고, 김치 R&D 전문기관으로 세계김치연구소 설립 및 기능 강화 등의 과제를 중점 추진하였음.

- 제2차 종합계획(2018~2022년)은 국산김치의 가격 및 품질경쟁력 제고와 함께 중국 수입김치 대응 방안 등에 중점을 두고, 절임배추 산업화 및 안전관리 강화, 김치 품질 표준화 및 맛 표시제 도입, 수입김치에 대한 유통단체별 단속 강화 등의 전략과제를 추진하였음.

〈표 1-1〉 제1차와 제2차 김치산업진흥종합계획 비교

구분	제1차 김치산업진흥종합계획(2013~2017년)	제2차 김치산업진흥종합계획(2018~2022년)
비전	김치를 세계적인 고부가가치식품으로 육성	김치산업혁신을 통해 김치 중주국으로서 위상 정립 ▶시장 변화에 선제적 대응으로 새로운 김치산업육성
목표	<ul style="list-style-type: none"> ●김치 시장규모: ('11) 2.4조원 →('16) 3.0조원 ▶상품 김치 비중: ('11) 49% → ('16) 60 ●김치 수출: ('11) 1.0억불 →('16) 2.0억불 ●1인당 김치 소비량 :('06~'10) 31kg→('16) 31kg 	<ul style="list-style-type: none"> ●김치소재및 김치 HMR 산업 육성 ▶김치 응용상품시장: ('17) 1,900억원 →('22) 3,500억원 (84% ↑) ●국산김치 상품김치시장 점유율 확대 ▶국산김치시장점유율(물량기준): ('17) 65% →('22) 70% (5% ↑) ●김치수출 다변화를 통한 김치 무역수지 개선 ▶김치무역수지: ('17) △47백만불→('22) 0
6대 추진 전략	<ol style="list-style-type: none"> 1. 김치 원료의 안정적인 공급 2. 김치의 안전성 확보 3. 연구개발(R&D) 선진화 및 실용화 4. 인력 양성 체계화 5. 김치가치 재인식 및 홍보 6. 김치 수출 및 세계화 추진 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 김치소재산업 육성 2. 품질 경쟁력 제고 3. 수입김치대응 및 수출 확대 4. 소비자 인식 개선 및 우수성 홍보 5. 거버넌스 구축 6. 원료의 안정적 공급
중점 추진 과제	〈16개 중점과제〉	〈13개 중점과제〉
	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. 김치 제조업체의 원재료 공동 구매 활성화 1.2. 저온저장시설지원 2.1. 김치 원재료의 안전관리 강화 2.2. 중소기업 위생·안전관리 강화 2.3. 수입김치원산지 및 위생·안전관리 강화 3.1. 고부가가치 식품기술개발 사업과 연계 강화 3.2. 세계김치연구소기능 강화 3.3. '김치 연구 기관 간 협의회'(가칭) 구성 4.1. 중소기업 대상 품질·경영관리 컨설팅지원 4.2. 재직자 대상 문제 해결형기술 교육 실시 4.3. 김치업체인력의 역량 강화 지원 5.1. 김치 가치 재인식 5.2. 매체별·대상별맞춤형 홍보 실시 6.1. 해외 홍보·마케팅 강화 6.2. 수출 기반 지원 강화 6.3. 잠재 소비층 확대 추진 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. 절임배추 산업 육성 및 안전관리 강화 1.2. 김치소스및 김치 HMR 산업 육성 2.1. 품질 표준화 및 품질관리 강화 2.2. 국산김치자율표시제확대 도입 확대 2.3. 국산김치 시장 확대 3.1. 통관유통단계별 수입김치 원산지 단속 강화 3.2. 국산김치 B2B 시장 가격경쟁력 제고 3.3. 수출 확대 4.1. 소비자 인식 개선 4.2. 김치문화 및 김치 우수성 홍보 강화 5.1. 김치관련 정책 협력 및 현장의견 수렴을 위한 거버넌스 구축 6.1. 김치원료 주산지에서의 수급조절 강화 6.2. 김치원료공급의 안정성 제고

주: 제1차와 제2차 김치산업진흥종합계획 자료를 이용하여 저자작성
 자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료

- 2020년부터 최근까지 ‘김치 국적’ 논란이 국제적으로 이슈가 되었는데¹⁾, ‘한국 김치’를 외국산 김치와 차별화하여 김치 종주국으로서 대한민국 김치 브랜드 가치를 높이기 위해서는 제2차 종합계획에서 추진하였던 ‘김치 국가명 지리적표시제’²⁾ 도입을 제3차 종합계획에서는 확정·추진할 필요가 있음. 세계속에서 한국김치의 브랜드를 견고히 할 수 있는 관련 과제 발굴 및 추진에 주력할 필요가 있음.
- 2022년 2월 “썩은 김치” 논란이 확산되면서, 국내제조 김치 원재료의 안전성에 대한 우려가 높아졌고, 식품명인 제품의 사후관리 강화의 필요성이 제기되었음. 국산 비중 확대를 통한 김치 품질향상 방안과 함께 김치 원재료의 철저한 안전성 관리 대책이 마련될 필요가 있음. 더욱이 코로나19 이후 식량안보에 대한 관심이 높아진 계기를 활용하여 국산 원료 농산물의 사용 확대를 위한 방안이 강구될 필요가 있음.
- 제4차산업혁명기술의 확산으로 모든 산업부문의 디지털화가 빠르게 진행되고 있는 상황에서, 김치산업계도 자동화·지능화로 대표되는 디지털 전환이 필요한 시기임. 특히, 국내 상품김치 시장이 지속적으로 성장하는 가운데, 김치산업계의 영세성을 극복하고 수입산 상품김치에 대응하는 가격경쟁력 확보를 위해서는 김치제조공정의 디지털화를 통한 생산비 절감 방안이 모색될 필요가 있음.

1) 이 논란은 2020년 11월 중국 관영 매체 환구시보가 자국의 절임채소식품인 ‘파오차이(泡菜)’에 대한 국제표준화기구(ISO) 산업표준이 제정된 것을 전하면서 시작되었음. 김치는 전 세계 채소 발효식품 중 유일하게 국제식품규격을 갖고 있는 식품으로, 제조공정 및 발효방식 측면에서 파오차이와 뚜렷이 구별됨.

2) 김치 국가명 지리적표시제는 2020년 8월부터 농림축산식품부가 추진해온 제도로서, 국내에서 국산 원료를 이용해 한국 고유 방식으로 제조한 김치에 대해 ‘한국 김치(Korean Kimchi)’라고 별도로 표기를 할 수 있도록 인정하고, 반대로 기준에 미달하는 김치에 대해선 ‘한국’이라는 국가명을 사용하지 못하게 하는 배타적인 제도임.

- 따라서, 본 연구는 기존의 김치산업진흥 종합계획의 실적 점검 및 평가와 함께 최근 김치산업을 둘러싼 여건 변화와 김치 소비트렌드에 부응하며 김치산업 관계자 및 소비자의 정책수요를 반영한 제3차 종합계획의 추진전략과 중점과제를 제시하고자 함.
 - 「제2차 김치산업진흥 종합계획」의 성과와 한계에 대한 평가를 기반으로 「제3차(‘23~’27) 김치산업진흥종합계획」 추진전략 및 주요 과제를 제시하는 것임.

1.2. 계획수립의 목적

- 본 연구의 목적은 「제2차(‘18~’22) 김치산업진흥종합계획」 성과와 한계에 대한 평가를 기반으로 김치산업을 둘러싼 대내외 여건변화를 반영한 향후 5년간(2023~2027)의 김치산업진흥 추진전략 및 전략과제를 제시하는 것임.
 - 김치산업 및 김치소비 관련 통계를 바탕으로 김치산업 현황 파악 및 진단, 전망 등이 수반되어야 하며, 그동안의 김치산업 관련 정책들의 사업계획, 예산·결산자료 등을 통한 성과평가가 병행될 필요가 있음. 또한, 김치산업의 이해당사자, 소비자의 의견수렴과 전문가 자문을 추진하여 맞춤형 과제를 도출할 것임.
- 제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27) 수립을 목적으로 추진된 본 연구는 최근 김치산업을 둘러싼 내외부적 여건 및 환경변화와 단계별·부문별 실태와 향후 정책 수요를 검토하고, 이를 바탕으로 김치산업의 고부가가치화를 통한 경쟁력 강화와 지속가능한 산업 발전을 달성함으로써 농업발전에 기여할 수 있는 추진 전략과 세부 과제를 도출할 것임.

- 특히, 본 연구는 1) 두 차례에 걸쳐 수립된 ‘김치산업진흥종합계획’의 성과와 한계에 대한 평가를 통한 시사점 도출, 2) 김치산업의 특성과 차별성을 반영한 독자적인 과제 도출, 3) 김치산업 이해당사자와 정책수요자의 의견 반영, 4) 코로나19 발병 이후 변화된 식품 소비패턴과 김치산업의 도전과제 발굴 등에 중점을 두고 추진전략을 제시할 것임.

〈그림 1-1〉 연구의 필요성 및 목적



2. 계획수립 내용 및 방법

2.1. 계획수립 내용

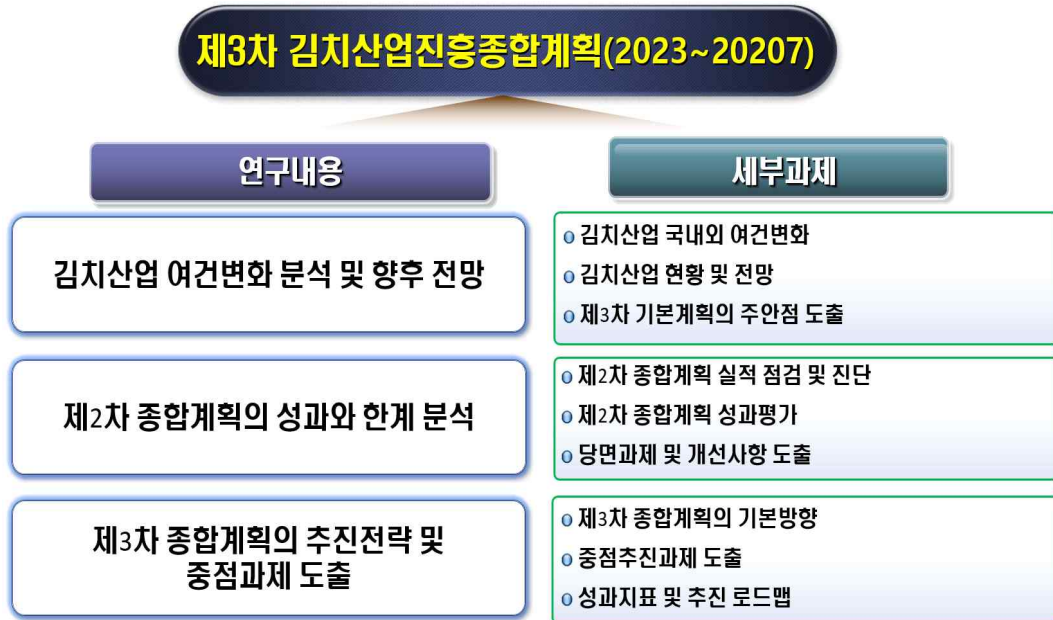
- 「제2차 김치산업진흥종합계획」의 성과와 한계
 - 제2차 기본계획 개요
 - 제2차 기본계획 과제별 성과와 한계
 - 종합평가

- 김치산업 현황 및 전망
 - 김치산업 현황
 - 김치산업 SWOT 분석
 - 김치산업 전망

- 정책수요 분석
 - 제3차 기본계획의 주안점
 - 김치산업진흥법에 근거한 과제 발굴
 - 김치산업실태조사 분석에 근거한 정책수요 도출
 - 신규과제 발굴

- 「제3차 김치산업진흥종합계획」의 기본방향과 추진과제
 - 비전 및 목표
 - 과제 추진방안

〈그림 1-2〉 연구내용 및 방법



2.2. 계획수립 방법

○ 문헌조사

- 김치산업 여건 변화 진단과 전망
- 국내외 김치산업 및 수요 동향, 수출입 동향
- 제1차, 2차 김치산업진흥종합계획, 관련 정책자료 등

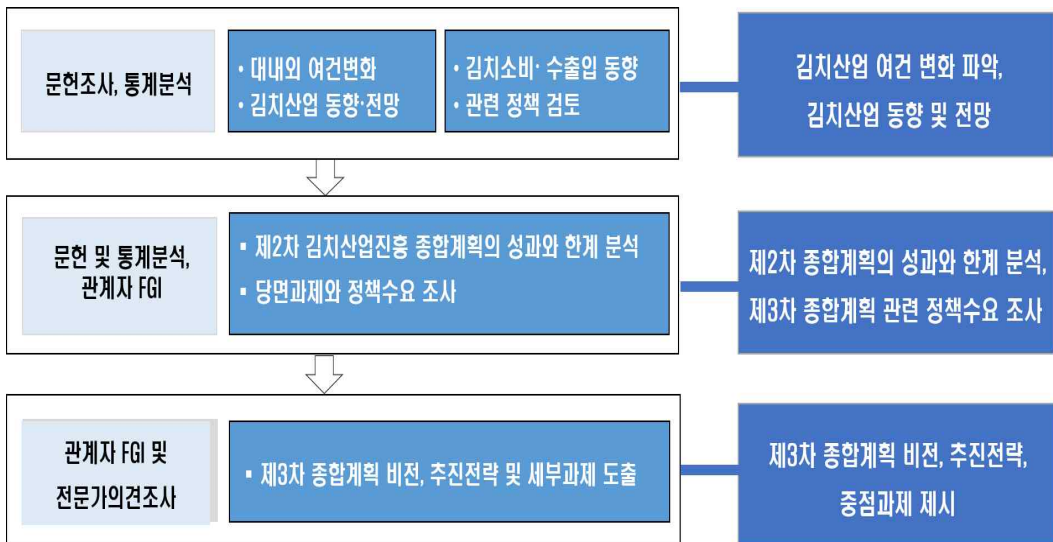
○ 통계 분석

- 제2차 종합계획 추진과제 실적 점검 및 진단
- 추진과제의 효과성 및 실적 부진의 원인 분석

○ 표적집단면접법(Focus Group Interview, FGI)

- 김치제조업체, 김치협회 관계자, 소비자단체, 전문가 등 대상 의견조사
- 김치산업진흥을 위한 당면과제와 정책수요조사
- 제3차 종합계획 추진전략 및 중점추진과제 등에 대한 의견조사

<그림 1-3> 연구추진체계



3. 선행연구 검토

- 향후 5년간의 김치산업진흥 종합계획을 수립하기 위해서는 김치 제조·가공, 유통·소비, 품질·안전성, R&D 및 통계 구축, 수출입 등의 김치산업 전반에 걸친 현황과 실태를 파악하고 발전 방안을 도출할 필요가 있음. 따라서 관련 선행연구도 김치산업 부문별·이슈별로 살펴볼 필요가 있음. 황운재 외(2020)은 김치산업 관련 국내 주요 선행연구를 <표 1-2>와 같이 요약한 바 있음.

〈표 1-2〉 김치산업 관련 국내 주요 선행연구

구분	연구	주요 연구내용	
수출입	박준근·김준성(1996)	전남지역 김치산업 육성 및 수출 확대 방안 도출	
	현병환·강전광(1997)	일본, 미국, 스페인, 남미의 김치시장과 수출 현황 검토 및 국산 김치 수출 방안 도출	
	농수산물유통공사 (2001)	국산 김치의 일본 수출 확대 전략 제시	
	최지현 외(2001)	국산 김치의 일본 수출 확대 방안 도출	
	김재수(2002)	일본, 미주·유럽, 동남아(대만, 홍콩, 싱가포르 등), 중국의 김치 시장과 수출 현황 검토 및 김치 수출 방안 도출	
	전창곤 외(2006)	수입 김치 국내 유통실태 파악을 통한 국내 김치산업의 경쟁력 강화 방안 도출	
	전창곤(2009)	수입 김치 국내 유통실태 파악을 통한 국내 김치산업의 경쟁력 강화 방안 도출	
	최지훈·장우환(2009)	국산 김치의 중국 수출 확대 방안 모색	
	장철기(2009)	광주·전남지역 김치산업 육성 및 수출 활성화 방안 도출	
	김희철(2010)	국산 김치의 일본 수출 활성화 및 산업 발전 방안 검토	
	김경필·이동소(2013)	김치 CODEX 규격화의 경제적 효과 분석	
	김경필 외(2015)	김치 CODEX 규격화의 경제적 효과 분석	
	김태윤·김경필(2015)	김치류 비관세 조치의 경제적 효과 분석	
	최병옥·노호영(2015)	국산김치의 중국 수출 확대를 위한 선결과제 및 수출 확대 방안 제시	
	김순자 외(2016)	중국, 일본, 미국, 호주, 홍콩 등의 김치 시장과 수출 현황 및 김치 수출 방안 도출	
	박기환 외(2019)	김치 지리적 표시제 도입의 경제적 효과 분석	
	제조·가공	석문식 외(2001)	농협 김치사업의 수출시장 경쟁력 제고 방안 도출
		한응수(2004)	농협 김치공장 개선 방안 도출
		전창곤 외(2008)	농협 김치사업 차별화와 경쟁력 제고 방안 도출
이용선 외(2009)		정선군의 배추 가공공장 설립 타당성 평가	
전창곤·김동훈(2015)		김치 원료 종합 처리 시스템의 표준 운영 모델 작성, 운영 활성화 및 확산을 위한 종합계획 수립	
최병옥 외(2015)		채소류 수급 동향 및 중장기 전망을 바탕으로 김치산업 규모 전망 및 적정 생산 규모 추정	
유통·소비	박진희 외(2016)	산업연관분석을 통한 국내 김치산업 경제적 파급효과 분석	
	이계임 외(2000)	소비자, 가공업체, 수출업체 대상 설문조사와 계량 분석을 통한 김치 수요 전망	
	김주현·윤혜려(2012)	소비자 설문조사(1,000명)를 통해서 가정에서 소비되는 김치와 시판되는 김치 소비현황 및 특징 분석	
	김용규·김성훈(2015)	김치 제조원가 구성 비중과 유통마진 계측을 통한 김치 가격 형성 구조 분석	
	정홍주·강혜정(2018)	식품소비행태조사를 이용한 가구의 김치 조달 형태 영향 요인 분석	
황윤재 외(2020)	소비자 설문조사(1,500명)를 이용하여 국내 김치 소비실태 및 특징 분석, 일본과 대만 소비자의 김치 인식과 소비실태 조사		

자료: 황윤재, 박기환, 박시현(2020), 『국내 농산물 수요 확대를 위한 김치산업 경쟁력 강화 방안』. 한국농촌경제연구원. p.6-7.

〈표 1-2〉 김치산업 관련 국내 주요 선행연구(계속)

구분	연구	주요 연구내용
품질 안전 정성 및 R & D	구영조 외(1995)	영양적으로 우수하고 품질이 균일한 김치제품의 대량생산을 위한 기반기술 및 수출 상품화 기술 구축을 위한 김치 제조 기본 이론 확립
	천석조 외(2001)	김치·절임식품 위생·안전 관리를 위한 HACCP 일반 모델 개발
	양지영 외(2007)	김치산업 발전을 위한 안전성 확보 방안 제시
	한남수 외(2011)	수출시장 다변화를 위한 김치 상품개발 및 품질관리 기술 개발
	최지현 외(2012)	지역 기반 산·학·연·관과의 연계를 통한 김치 관련 식품산업단지 조성 타당성 검토
	박성석 외(2014)	경상남도 지역 재래시장 및 주요 마트에 유통 중인 국내산 김치의 위해 요소 분석
	이혜진 외(2016)	한국김치 품질 차별화를 위한 한국, 일본, 중국 김치의 품질(이화학적, 미생물적, 관능적 특성) 분석
	김지태 외(2018)	ICT 기술을 접목하여 김치 제조업체 경쟁력 강화를 위한 김치 품질관리 시스템 개발
	박기환 외(2018)	한국산 김치의 품질 경쟁력 제고를 위한 김치 지리적표시제 도입 검토
	차성관 외(2018)	유통기한 연장을 통한 수출용 김치의 상품화 연구
	이재용 외(2019)	김치 품질 유지 유통 시스템 개발을 위해 국내 유통되는 국내산과 중국산 김치의 계절별 품질(이화학적, 미생물학적) 분석
통 계 정 보	박성훈·정금주(2011)	김치산업 통계 개선 방안 제안
	이용선 외(2011)	가구 및 외식·급식시설 김치 소비 실태조사
	김동환·류상모(2013)	김치 재료 구매 비용을 종합적으로 지수화한 김치지수 개발
	권세혁 외(2019)	김치산업 통계 개선 방안 제안
	박성훈(2019)	김치 소비, 제조, 수출입, 소비에 관한 기존 통계 자료들 검토, 김치 시장 규모 추정 및 소비량 전망
전 략	김소희 외(2007)	김치산업 활성화 방안 제안
	이용선·박규은(2011)	김치산업 중장기 발전 전략 제시
	장영주(2015)	김치산업 발전 방안 제시

자료: 황윤재, 박기환, 박지현(2020), 『국내 농산물 수요 확대를 위한 김치산업 경쟁력 강화 방안』, 한국농촌경제연구원, p.6-7.

○ 김치산업 관련 종합적 연구를 중심으로 살펴보면, 우선 김소희 외(2007)는 2000~2007년 관련 통계자료를 이용하여 김치제조업체 현황, 김치의 생산 및 소비실태, 김치수출입 현황 등을 제시하고, 김치산업의 현안과제로 원·부재료 수급의 불안정, 김치제조업체의 영세성과 경쟁력 부족, 김치제조공정의 위생·안전성 미흡 등을 지적하였음. 김치산업 육성 방안으로는 1) 김치 원·부재료의 안전한 수급과 가격안정화, 2) 주재료의 생산이력제

를 통한 김치 안전성 확보, 3) 김치산업육성법 제정, 4) 김치공장의 현대화와 유통시스템 확보, 5) 김치의 기능성 강화 및 맛의 등급화, 6) 김치의 연구개발 활성화, 7) 김치의 세계화 및 수출증대 등을 제언하였음.

○ 이용선 외(2011)는 제1차 김치산업진흥종합계획(2013~2017년) 수립에 앞서, 김치의 생산, 소비, 산업구조를 파악하고 변화요인 분석에 근거하여 김치산업의 당면문제와 향후 발전방향을 제시하였음. 김치산업의 당면문제로 서양식의 증가와 염장식품으로서의 부정적 인식에 따른 소비 둔화, 원료농산물의 공급 및 가격 불안정으로 인한 경영 불안정, 대기업 위주의 포장김치 시장에 대한 중소기업의 진입 어려움, 신제품 개발을 위한 R&D 및 표준화 관련 인프라 취약 등을 제시하였음. 또한 김치산업의 비전을 ‘미래 웰빙 식생활을 지원하는 기간산업’으로 설정하고, 중점과제로 1) 소비자 지향적 제품 개발, 2) 안정적 원료기반 구축, 3) R&D, 표준화 등 인프라 조성, 4) 관련 법제도의 개선 등을 제언하였음.

○ 황윤재 외(2020)는 제2차 김치산업진흥종합계획(2018~2022년)이 시행되고 있는 시점에서 김치산업의 원료 생산·조달에서 소비에 이르는 단계별·부문별 현황과 실태를 검토하고, 농업부문에서의 김치의 위상과 중요성, 김치산업 관련 제도와 정책을 고찰하였음. 또한 설문조사 자료 분석을 통해서 국내외 상품김치 수요에 영향을 미치는 요인과 국내외 상품김치 소비가 농업부문 및 교역에 미치는 효과를 분석하였음. 김치산업 발전과 경쟁력 강화 방안으로 1) 원료 공동구매 활성화 및 공동 원료 저장시설 마련, 2) 제조업체 시설·설비의 자동화·현대화, 현장 중심 연구·개발 활성화, 3) 시장 여건 변화와 소비트렌드를 반영한 제품 차별화, 4) 중소·영세 업체 중심의 수출 활성화 지원, 5) 수요자 중심의 인증·표시 제도 및 김치산업 통계 정비 등을 제시하였음.

- 위와 같이 김치산업 전반을 다룬 종합적인 연구들은 주로 해당 시기별 김치 산업을 둘러싼 문제점을 조사하고 이를 해결하는 김치산업 활성화 방안을 제언해 왔음. 본 연구는 그동안 추진되었던 관련 정책을 평가하고 최근의 내외부적 여건 및 환경 변화에 따른 김치산업의 원료 생산·조달 및 제조, 유통·판매, 그리고 최종적으로 소비에 이르는 과정까지의 단계별·부문별 현황과 실태를 면밀하게 검토하여, 제3차 김치산업진흥종합계획을 수립한다는 점에서 선행연구와 차별성이 있음.

2

「제2차 김치산업진흥종합계획」 성과와 한계

1. 제2차 종합계획 개요

1.1. 「제2차(‘18~’22) 김치산업진흥종합계획」

- 「제2차(‘18~’22) 김치산업진흥종합계획」 (이하, 제2차 종합계획)은 ‘김치산업 혁신을 통한 김치 중주국으로서의 위상 정립’의 비전하에 정책목표로 1) 김치소재 및 김치 HMR 산업 육성, 2) 국산김치의 상품김치 시장 점유율 확대, 3) 김치 수출 다변화를 통한 김치 무역수지 개선을 설정하였음.
- 「제2차 김치산업진흥종합계획」의 6대 추진전략 과제는 1) 김치소재산업 육성, 2) 품질 경쟁력 제고, 3) 수입김치 대응 및 수출 확대, 4) 소비자 인식 개선 및 우수성 홍보, 5) 거버넌스 구축, 6) 원료의 안정적 공급으로 설정하였음.
 - 김치원료 조달부터 제조, 유통, 소비 등 김치산업이 부가가치를 창출하는 가치사슬(value chain)별 정책과제를 제시하였음.

- 이외에 김치전후방역관산업으로 절임배추산업과 HMR산업 육성과제와 김치업체 거버넌스 구축과제를 제시하였음.

〈그림 2-1〉 제2차 김치산업진흥종합계획의 기본방향

비전	김치산업 혁신을 통해 김치 종주국으로서의 위상 정립 ▶ 시장 변화에 선제적 대응으로 새로운 김치산업 육성
목표	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 김치소재 및 김치 HMR 산업 육성 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 김치 응용상품 시장 : ('17) 1,900억원 → ('22) 3,500억원 (84%↑) ◆ 국산김치의 상품김치 시장 점유율 확대 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 국산김치 시장점유율(물량기준) : ('17) 65% → ('22) 70% (5%↑) ◆ 김치수출 다변화를 통한 김치 무역수지 개선 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 김치 무역수지 : ('17) △47백만불 → ('22) ± 0
추진전략 및 중점 추진과제	
① 김치소재 산업 육성	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (절임배추 산업화) 김치 연관산업으로서의 절임배추 산업화 및 안전관리 강화 ▶ (김치소재산업 육성) 김치소재 및 김치 HMR 산업 육성
② 품질 경쟁력 제고	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (품질표시) 품질특성을 표시할 수 있도록 표준화 및 맛 정도 범주화 표시 ▶ (표시인증) 국산김치 자율표시제 확대 및 국가명 지리적표시 도입 검토 ▶ (신시장 개척) 기능성김치 개발을 통한 신시장 개척 등 국산김치시장 확대
③ 수입김치 대응 및 수출 확대	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (수입김치관리) 통관, 유통 단계별 수입김치 안전관리 강화 ▶ (수출지원) 원가절감기술 개발·보급 및 수출국 현지화 전략 추진
④ 소비자 인식 개선 및 우수성 홍보	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (인식개선) 유년층 및 청소년 대상 김치 인식 제고 교육홍보 ▶ (홍보강화) 김치 문화컨텐츠 제작 등을 통한 김치 우수성 홍보 강화
⑤ 거버넌스 구축	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (협력) 민·관·연 김치정책 협의체 구성, 운영을 통한 소통강화 ▶ (단체) 김치 관련기관 역량 강화
⑥ 원료의 안정적 공급	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (계약재배) 김치업체와 농가간 계약재배 확대를 통한 원료수급 안정성 제고 ▶ (시설지원) 원료 저장시설 확충을 통한 공급의 안정성 제고

1.2. 김치산업육성방안('19년)

- 농식품부는 2019년에 국산 김치의 품질 경쟁력을 향상시킴으로써, 수입김치 증가에 대응하고 국산 상품김치 시장을 확대하기 위한 '김치산업육성방안'(이하 '육성방안') 수립하고, 2019년부터 2023년까지 5,698억 원의 관련 예산을 배정하였음.
- 육성방안은 '국산김치 위생·품질 경쟁력 제고를 통한 수입김치와 차별화 전략'과 '김치생산 원가절감 및 상품 다양화를 통한 소비저변 확대'의 전략하에 국산김치 시장점유율을 '22년까지 70% 달성한다는 목표를 설정하고, 1) 품질 위생 차별화, 2) 시장 확대, 3) 김치 유통관리 강화, 4) 안정적인 원료 공급, 5) 국산 김치 소비 확대, 6) 생산기반 구축 등 6개 부문에 걸쳐서 주요 과제들을 제시하였음.
- 제2차 종합계획과 차별화된 육성방안의 추진과제는 1) 김치 상품성 향상을 위한 R&D로드맵 구축 및 학교급식김치 표준 마련, 2) 군납 등 내수시장 확대 및 신시장 개척 지원, 3) 김치 원산지표시·유통조사 확대, 4) 안정적인 김치원료 공급체계 구축 및 원가절감 지원, 5) 국산김치 소비 촉진 및 수출 시장 개척 지원 등을 들 수 있음.
 - '김치 R&D 로드맵' 구축, 품질유지기간 연장(30일→60) 및 포장개선
 - '학교급식 김치 표준' 개발 및 김치 맛·숙성도 표시제 도입
 - 군납, 고속도로 휴게소 국산김치 사용 확대, 기능성·프리미엄 김치 개발
 - 김치 및 절임배추에 사용된 소금에 대한 원산지표시 의무화('20.1월)
 - 김치협회와 산지유통조직간 안정적 원료공급체계 구축(100억, 무이자)

〈그림 2-2〉 김치산업육성방안, 2019년

전략	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 국산김치 위생·품질 경쟁력 제고를 통한 수입김치와 차별화 전략 ◆ 김치생산 원가절감 및 상품 다양화를 통한 소비자변 확대
목표	◆ [국산김치 시장점유율] '22년까지 70% 달성('17, 61%)
중점 추진과제	
① 품질·안전 차별화	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (품질향상) '김치 R&D로드맵 수립', 종균 기능향상, 발효기작 규명 및 맛·유통기간 연장 ▶ (품질표시) 맛, 숙성도 표시제 도입 ▶ (원료표준화) 젓갈, 소금 등 김치원료 표준화 ▶ (유해균 관리) 학교급식 김치에 대한 위해요소 관리 강화 ▶ (위생공정) 김치류 생산업체에 대한 HACCP 확대
② 시장 확대	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (내수 확대) 군납, 학교·단체급식 확대(푸드플랜 연계) ▶ (신시장 개척) 내수·해외 프리미엄 시장 개척
③ 유통·관리 강화	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (표시인증) 김치원료 소금 원산지 표시 및 '원산지자율표시제' 확대 ▶ (원산지단속) 통신판매 김치 등에 대한 원산지단속 강화 ▶ (유통조사) 소비자단체 합동 추적조사(정기 tracking)
④ 김치원료 안정적 공급	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (계약재배) 김치협회 및 산지조합간 계약재배 지원 ▶ (시설지원) 김치업체에 대한 저온유통시설 지원 ▶ (공동구매) 김치원료 공동구매 및 구매보증 지원
⑤ 소비·수출 확대	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (수출지원) 통관, 물류, 마케팅 및 시장개척 지원 ▶ (국가인증) 상표도용 방지를 위해 '국가명 지리적표시제' 도입 ▶ (홍보 강화) 김치의날 제정, 어린이·외국인 대상 김치문화 홍보
⑥ 기업간 협업체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> ▶ (공동연구) 생산자동화 및 종균개발 기술 공동개발 추진 ▶ (연계지원) 중소기업 DB구축, 대·중·소기업 연계사업 지원

〈표 2-1〉 '19년 김치산업육성방안의 세부 추진 일정

대과제	세부과제	일정	담당부서	비고
품질위생 차별화	1. 우수 종균을 활용한 품질향상			
	- 김치 R&D 로드맵 세부추진계획 수립	'19.하	세계김치연구소	
	- 우수종균 보급사업 추진	'19.상	"	
	- 우수종균 업체 현장기술 지도	'19.상	"	
	2. 우수 종균을 활용한 품질유지기간 연장			
	- 김치품질향상 종균 개발	'20	세계김치연구소	
	- 김치 포장기술 및 허들기술 개발	'20	"	
	3. 김치 맛, 품질표시제 도입			
	- 김치 맛 등급화 빅데이터 축적	'19	세계김치연구소	
	- 김치 맛 등급 및 숙성도 표시제 도입	'20	식품산업진흥과	
	4. 김치 파생상품 및 기능성김치 개발			
	- 김치 파생상품 및 기능성김치 시장조사	'19	세계김치연구소	
	- 김치 파생상품 개발	'20	"	
	5. 학교급식용 김치 표준 마련			
- 학교급식용 김치표준 연구용역	'19.상	식품산업진흥과		
- 학교급식 김치 협의회 구성	'19.하	"		

대과제	세부과제	일정	담당부서	비고
	- 학교급식용 김치표준모델 시범운영	' 20.상	"	
	6. 생물학적 위해요소 관리 강화			
	- 소규모 김치업체 HACCP 컨설팅	' 19.상	식품산업진흥과	
	- 절임배추 생산시설 안전관리 지침마련	' 19.하	"	
	- 절임배추 위생시설 지원 및 HACCP 적용	' 21	"	
	7. 김치원료 표준화			
	- 주요 김치원료(절갈, 소금) 표준 설정	' 19.하	식품산업진흥과	
- 김치원료 표준 법령 개정	' 20.상	"		
시장 차별화	1. 군납, 학교 단체급식에 국산김치 확대			
	- 농식품부 도로공사 MOU체결	' 19.상	식품산업진흥과	
	- 고속도로 휴게소 국산김치사용인증	' 19.상	김치협회	
	- 군납 기준 개정(군납 물자규격 개정)	' 19.하	국방부(협조)	
	- 국산김치 군납확대(공군 교육사령부 시범공급)	' 19.상	국방부(협조)	
	2. 내수 및 해외 프리미엄 시장 개척			
	- 김치 할랄 등 국제식품인증 지원	' 19	수출진흥과	
- 물류비 지원 및 김치 해외시장 개척 지원	' 19	"		
김치 유통관리 강화	1. 김치 원산지표시 개정			
	- 김치원료 소금 원산지표시	' 20.상	식품산업진흥과	
	- 김치 원산지자율표시제 등급화	' 19.상	"	
	- 원산지표시 인증제 시행	' 20	"	
	2. 수입김치 판매조사 및 원산지 단속			
	- 통신판매 업체 원산지표시 집중단속	' 19.상	농관원	
	3. 수입김치 안전성조사 및 성분분석			
- 수입김치 합동 유통조사	' 19.하	식품산업진흥과		
- 수입김치 성분, 위생실태 분석	' 19.상	세계김치연구소		
안정적인 원료공급	1. 김치업체에 안정적인 원료공급			
	- 산지조직을 통한 배추 계약재배 추진	' 19.상	김치협회	
	- 김치업체 계약재배 자금 지원	' 19.상	원예산업과	
	- 김치원료 공동구매 지원	' 19.상	외식산업진흥과	
	2. 김치업체 시설 지원 확대			
	- 김치업체에 저온유통시설 지원 확대	' 20	원예경영과	
	- 김치업체 고춧가루 가공시설지원 확대	' 20	식품산업진흥과	
3. 김치원료 구매지원 확대				
- 국산원료 구매 우수업체 금리 우대	' 19	식품산업진흥과		
- 식재료 공동구매 조직화 지원	' 19	외식산업진흥과		
국산김치 소비확대	1. 국산김치 수출확대			
	- 국가명 지리적표시제 도입 공청회	' 20	식품산업진흥과	
	- 국가명지리적표시제 도입 관련법령 개정	' 19.상	식생활소비정책과	
	- 김치 수출 공동마케팅 지원	' 19	수출진흥과	
	- 통관자문, 라벨링 제작 및 상표출원 지원	' 19	"	
	2. 국산김치 우수성 홍보			
	- 어린이 대상 김치체험 지원	' 19	김치협회	
- 김치의날 제정 관련법령 개정	' 19	식품산업진흥과		
- 김치 및 김장문화축제 개최 지원	' 19	"		

대과제	세부과제	일정	담당부서	비고
생산기반 구축	1. 대중소기업간 협업 - 기업간 협업사업 패키지 지원	'20	식품산업진흥과	
	2. 대중소기업 연계사업 지원 - 중소기업 DB구축	'20	aT(기업지원센터)	
	3. 김치 일관생산시스템 구축 - 김치 일관생산시스템 설계 및 시범운영	'20	세계김치연구소	

〈표 2-2〉 '19년 김치산업육성방안의 주요 사업별 예산안

주요 과제 및 사업명	연차별 소요 예산(억 원)						비고
	합계	'19	'20	'21	'22	'23	
합계	5,698	1,135	1,135	1,137	1,139	1,139	
보조	748	163	145	147	149	149	
용자	4,950	990	990	990	990	990	
■ 품질차별화	229	37	48	48	48	48	신규
중균보급사업(자조급)	1	1	-	-	-	-	R&D
우수 중균개발(김치연)	52	11	11	10	10	10	R&D
스마트 공정시스템 개발(김치연)	40	-	10	10	10	10	R&D
김치 기능성 규명(김치연)	123	23	25	25	25	25	R&D
중균도입 현장기술 지도(김치연)	13	2	2	3	3	3	R&D
■ 위생안전성 차별화	52	12	10	10	10	10	
학교급식관리체계구축	1	1	-	-	-	-	신규
HACCP 컨설팅 지원	50	10	10	10	10	10	
절임배추HACCP매뉴얼 마련	1	1	-	-	-	-	신규
■ 시장 차별화	4,690	936	936	938	940	940	
가공원료 매입자금	4,450	890	890	890	890	890	
수출물류비 지원	90	18	18	18	18	18	
기능성평가 지원	140	26	26	28	30	30	
수출상품 현지화 지원	10	2	2	2	2	2	
■ 김치 유통관리 강화	55	7	12	12	12	12	
소비자합동 유통실태조사	8	-	2	2	2	2	신규
위해요소 분석	47	7	10	10	10	10	R&D
■ 김치원료 안정적 공급	549	138.5	102.5	102.5	102.5	102.5	
계약재배(노지채소수급안정사업)	500	100	100	100	100	100	
저온유통시설 지원	36	36	-	-	-	-	
국산 식재료 공동구매 조직화 지원	12.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	
■ 기업 간 협업 및 생산기반 구축	123	22	23	26	26	26	
식품소재반가공 지원	105	21	21	21	21	21	
중소기업DB구축	0.5	0.5	-	-	-	-	신규
자동생산시스템 구축(김치연)	17	-	2	5	5	5	R&D

자료: 식품유통신문(2019. 11. 11)

2. 제2차 종합계획 과제별 성과와 한계

2.1. 성과지표에 의한 성과평가

- 제2차 종합계획 목표에 대한 성과지표는 1)김치응용상품 시장규모(억원), 2)국산김치의 상품김치시장 점유율(%), 3)김치무역수지(백만불)로 설정되어 있음.

- '21년 기준 김치응용상품시장 시장규모 추정치는 약 4,036억원으로 목표 대비 달성률은 115%로 나타나, 우수한 성과를 보임. 다만, 이 수치는 대략적인 추정치이므로, 향후 관련 항목에 관한 통계조사 및 성과지표 개선이 필요함.
 - 김치응용상품시장 시장규모는 절임배추와 김치응용 HMR(Home Meal Replacement·가정간편식) 시장규모를 합친 규모로 규정하였는데, 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물 생산실적' 자료에서 2017년 이후 절임배추 생산액을 더 이상 발표하지 않고 있어서, 관련 통계자료를 수집하는데 한계가 있음. 또한 HMR 시장규모에서 세부적으로 김치관련 HMR 생산액 실적을 공표하고 있지 않아서 김치응용 HMR 통계를 집계할 수 없음. 따라서 본 연구는 2020년 김치산업실태조사의 관련 통계와 식약처의 '식품 및 식품첨가물생산실적'의 즉석식품류 생산액 통계를 활용하여 '21년 절임배추 생산액과 김치응용HMR 생산액을 <표2-3>과 같은 과정을 통해서 추정하였음.

〈표 2-3〉 2021년 김치응용상품시장 시장규모 추정치

구분	관련 항목	통계값
절임배추 시장규모	김치업체 절임배추 사용량(kg)	199,214,000
	가구의 김장용 배추김치 담그는 양(kg)	72,903
	가구평균 김장철 이외 배추김치 담그는 양(kg)	30,425
	가구평균 배추김치 담그는 양(kg)	103,328
	가구평균 절임배추 사용 비중(%)	27.6
	가구평균 절임배추 사용량(kg)	28,501
	김치업체와 소비가구의 절임배추 사용량(kg)	199,242,501
	절임배추 평균가격(원/kg)	2,000
	절임배추 판매액(억원)	3,985
김치응용HMR 시장규모	즉석조리식품(국) 생산액(억원)	711
	즉석조리식품(탕) 생산액(억원)	1,591
	즉석조리식품(국, 탕) 생산액(억원)	2,302
	식품제조업 대비 김치업체 생산액 비중	0.02
	김치응용HMR추정액(억원)	51.61
김치응용상품시장규모(억원)(추정치)		4,036

주: 김치업체 절임배추 사용량과 소비가구의 절임배추 사용량 관련 통계자료는 「2020 김치산업 실태 조사」 (농식품부·한국농수산물유통공사) 활용
 김치응용HMR 시장규모 통계자료는 「식품및식품첨가물생산실적」 (식품의약품안전처) 활용

○ 국산김치의 시장점유율(%)은 국내 유통 상품김치 총량(국내산 상품김치와 수입산 상품김치량의 합)에서 국내산 상품김치량이 차지하는 비중을 의미함. 최근 5년간 국산김치의 상품김치시장 점유율은 평균 60%대에서 답보상태에 있으며, '21년에는 59.2%로 다소 하락하였음. 따라서 '22년에 70%까지 올린다는 성과목표를 아직 달성하지 못하였음.

- 이상저온현상과 자연재해 등으로 인한 농작물 피해로 원료 수급의 불안정성, 인건비 상승과 경제불황으로 인한 내수부진, 중국산 김치의 시장 잠식 등으로 국산 상품김치의 시장 점유율은 정체·하락 상태인 것으로 보임.

〈표 2-4〉 제2차 종합계획 성과지표

성과지표	측정산식 (또는 측정방법)	목표 대비 달성률	'17년	'21년
(1) 김치응용상품시장규모	절임배추 시장규모+ 김치응용HMR 시장규모 (억원)	목표	1,900	3,500
		실적	1,900	4,036(추정)
		달성률(%)	100	115
(2) 국산김치 시장점유율	국산김치의 상품김치 시장 점유율(물량기준, %)	목표	65.0	70.0
		실적	60.2	59.2
		달성률(%)	92.6	84.6
(3) 김치 무역수지	김치 총수입과 총수출간의 차이(백만불) (관세청자료)	목표	47	0
		실적	47	△19
		달성률(%)	100	119

주: (1)김치응용상품시장규모는 절임배추 생산액과 김치응용 HMR 생산액을 합친 값

(2)국내에서 유통되는 상품김치는 국내에서 제조된 상품김치와 수입산 상품김치로 구분되며, 국산김치 시장점유율은 국내 유통 상품김치 총량에서 국내산 상품김치량이 차지하는 비중을 의미함.

자료: 2017~2018년 김치산업동향(세계김치연구소), 2019~2020년 김치산업실태조사(농식품부·한국농수산유통공사)

○ 김치 수출호조에 따른 김치무역수지는 크게 개선되어, '21년 목표 대비 100% 이상의 성과를 달성하였음. 최근 5년간 김치 수출은 연평균 18%씩 증가할 정도로 증가세가 두드러졌으며, 수출 대상 국가도 2011년 61개국에서 10년간 89개국으로 확대되고 있음. 특히, 2021년도 김치 수출액이 159.9백만 불로 역대 최고 실적을 달성하였고, 이에 힘입어 김치 무역수지도 19.2백만 불 흑자로 2009년 이후 12년 만에 흑자를 기록하였음.

- 김치 무역수지 개선 성과는 케이팝(K-pop) 등 한류 열풍으로 대표적인 전통 발효식품인 김치에 대한 국제적 인지도가 높아진 것과 함께 함께 코로나 19 이후 김치가 면역에 좋은 건강기능성 식품으로 인식되면서 세계 각지에서 김치 수요가 확대되었기 때문임.

2.2. 중점과제별 성과평가

- 제2차 종합계획의 6대 추진전략의 중점과제별 최근 5년간 추진실적 및 관련 통계자료에 근거하여, 정량 및 정성적 성과평가를 하고자 함.

가. 김치 식품소재 및 반가공 산업 육성

- '절임배추 산업 육성 및 안전관리 강화'에 대한 세부과제 '절임배추 산업육성'과 '절임배추 안전관리'에 대한 성과는 양호한 것으로 판단됨. 다만, 절임배추 안전관리사업은 식품의약품안전처(이하, 식약처)에서 주도적으로 추진하고 있으므로, 농식품부 사업 성과평가에는 한계가 있음.
 - '17년 이후 절임배추 시장규모(생산액)에 관한 통계 부재로 절임배추 생산액을 정확하게 추산하기 어려우나, '21년 김치제조업체와 소비가구의 절임배추 사용량 등을 통해서 추산한 시장규모를 과거와 비교하면 관련 산업은 지속적으로 성장하고 있음. 또한 김치원료공급단지 구축(290억원)으로 대량의 배추 절임시설(1일 300~400톤)을 확보할 수 있어서, 향후 절임배추 물량은 더욱 증가할 것으로 예상됨.
 - 절임배추 안전관리를 위해 '16년 식약처에서 '절임배추 위생관리 가이드라인'을 제시하였고, 소규모 절임배추 생산시설에 '절임배추 안전관리 지침'을 보급하였음. '19년 김치산업육성방안에도 절임배추 위해관리지침 마련이 포함되어 있음.
 - '식품소재 및 반가공산업 육성사업'('22년 3,360백만원, 국비 30%)으로 반가공산업인 절임배추산업 관련 시설 및 장비구축 지원하고 있음.
 - '식품외식종합자금'('22년 116,800백만원, 융자 80%)의 농식품시설현대화자금으로 절임배추시설 HACCP 인증신규 취득 또는 갱신을 위한 위생·환경 개선비용을 지원하고 있음.

〈그림 2-3〉 절임배추 제조를 위한 공정별 관리방안 가이드라인



구 성

1 절임배추의 특성	2
2 위생적인 절임배추 생산을 위한 관리방안	4
● 원료 관리	5
● 공정 중 위생관리	10
● 작업환경 관리	19
● 작업자 관리	23
3 절임배추 생산관리 10대 중점 요령	30
4 부록_절임배추 생산관리 점검표 예시	32
● 일반위생관리 및 공정점검표	33
● 세척공정 점검표	34
● 작업장 온도관리 점검표	35
● 계조시설 세척·소독관리 점검표	36
5 참고자료	38

자료: 식품의약품안전처 홈페이지(www.mfds.go.kr)

○ ‘김치소스 및 김치 HMR산업 육성’의 세부과제인 ‘양념소스산업 육성’과 ‘김치응용산업육성’에 대한 시장전망은 밝으나, 아직까지 관련 시장규모는 미미한 수준임. 다만, 관련 통계자료의 부재로 성과평가에 한계가 있으므로, 향후 정확한 성과평가를 위해서는 김치응용상품에 대한 별도의 통계조사가 필요할 것임.

- 식품소재 및 반가공산업육성사업에서 양념소스 등 김치소재산업이 차지하는 비중은 아직 미미한 수준임.
- 최근 1인 가구 증가, 코로나 19시대 가정내 식사 증가 등으로 국내 HMR 시장은 급성장하고 있으며, '22년 시장규모는 5조로 추정됨. 현재 김치응용 HMR은 김치찌개, 김치짬, 김치볶음 등이 대부분이나, 동결건조 김치블록 등 다양한 유형의 상품이 개발되고 있어서 전체 HMR 시장규모 확대와 함께 김치응용 HMR 시장도 꾸준히 성장할 것으로 예상됨.

〈그림 2-4〉 김치 응용 HMR 제품



나. 국산김치의 품질경쟁력 제고

○ '품질 표준화 및 품질관리 강화'에 대한 세부과제인 '맛, 표준화, 품질 등급화'와 '우수종균 보급'에 대한 성과는 아직 미흡한 수준임.

- 2013년 한국산업표준 '김치표시'규격 개정으로 김치제품의 3단계 매운맛 등급 표시제가 신설·도입되어서 매운맛 등급 표시는 가능해졌으나, 숙성도, 나트륨 함량 등과 같은 품질표시제는 아직 시행되지 않고 있음. '19년 김치산업육성방안에서 '20년 김치맛 등급 및 숙성도에 의한 김치품질 표시제 도입 목표를 설정한 바 있으나, 아직까지 시행되지 않고 있음.

〈표 2-5〉 전통식품 표준규격(KS H 2169)상의 김치류 표시사항

구분		개념	
표시사항		T010(전통식품의 일반표시기준)에 따라 표시	
기타		묵은지의 '제조연월일'은 「식품위생법」에 준하여 표시하되, 숙성기간과 포장일을 추가로 표시하여야하며 숙성기간은 '00개월 이상'과 같이 개월 단위로 표시	
표시기준		T010(전통식품의 일반표시기준)에 요구하는 '종류 및 등급'을 표시할 때 4.2(막김치)는 '맛김치'로 표시 가능	
매운맛 정도 표 시 도표	권고사 항	<ul style="list-style-type: none"> 4.1(포기김치) 및 4.2(막김치)의 매운맛 정도를 표시하는 경우, 6.4(매운성분)에 따라 시험하여 구한 매운 성분(mg/kg)이 4.0미만일 경우 '1단계(순한맛)', 4.0이상 12.0미만일 경우 '2단계(보통매운맛)', 12.0 이상일 경우 '3단계(매운맛)'으로 구분하여 해당 단계 도표를 주표시면과 일괄표시면에 각각 표시 	
	표시예 시	[주표시면]	[일괄표시면]
			가로형(국·영문혼합형)
	기타	<ul style="list-style-type: none"> 매운맛 정도 표시도표는 인쇄된 스티커를 사용할 수 있으나, 떨어지지 아니하게 부착 	

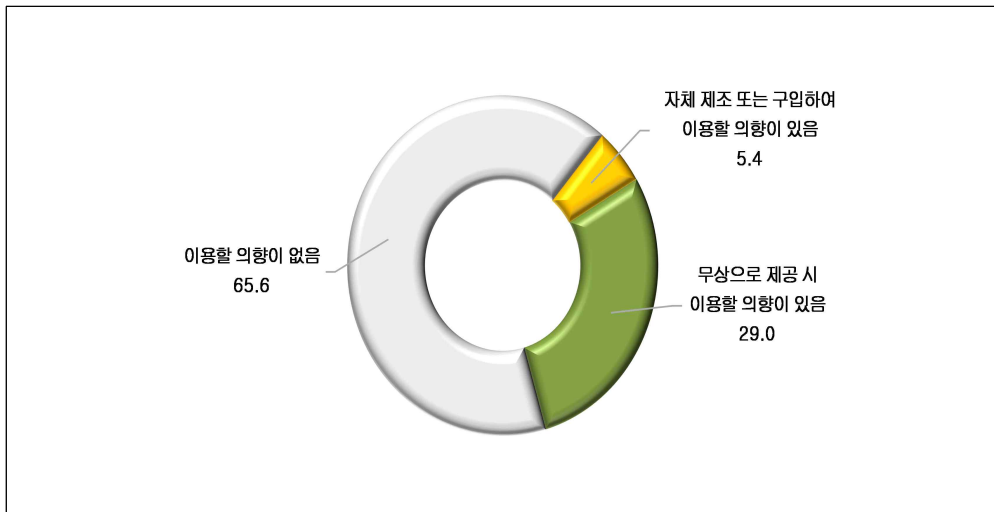
자료: 김치정보서비스시스템 웹페이지(<https://wkiss.wikim.re.kr>)

○ 김치종균보급체계구축사업(농식품부, aT)을 추진하여, 우수종균을 김치업체에 '20년 23개소 2톤, '21년 16개소 4톤, '22년 8톤을 보급하였고, 김치종균의 대량생산 및 보급을 위한 세계김치연구소의 제1호 연구소기업인 (주)뉴트리셀을 설립하였음.

- 그러나 종균을 사용하고 있는 김치업체의 수가 아직 미미하며, 중소김치업체의 종균 도입의향도 낮은 상황임. 반면, 김치 판매액 100억 원 초과업체의 종균 이용 의향 비중은 76.0%로 높게 나타남.
- 한편, 업체 규모와 관계없이 자체 제조 또는 구입하여 이용할 의향이 있는 비중은 5% 이하로 매우 낮게 나타남.

〈그림 2-5〉 김치 제조업체의 향후 김치 종균 이용 의향

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ '국산김치자율표시제 도입 확대'의 세부과제인 '홍보강화'와 '국가명 지리적 표시제'의 성과는 추진실적 측면에서 우수하다고 판단됨.

– 국산김치자율표시제³⁾의 홍보강화로, 이 표시제 도입업체는 '16~'20년 1,220개소에서 '21년 10,883개소로 792% 급증하였음. '20년 국산김치자율표시제 인증현황은 프랜차이즈 1,050개소, 일반식당 97개소, 고속도로휴게소 73개소 등으로 나타남.

– '국가명지리적표시제' 도입 추진을 위해서 (사)김치협회를 중심으로 그동안 많은 노력을 기울였음. 김치국가명지리적표시제 도입방안 연구용역(2018, KREI)을 시작으로, 김치국가명지리적표시 도입의 근거 마련을 위해 김치산업진흥법을 개정(2020.2)하였고, 관련 사업 추진을 위해서 김치협회 정관 개정을 완료('21.1.20)하였음. 김치제조업체와 김치식재료 생산자간의 논의결과, 국산재료 활용정도에 따라 국내원료 95%

3) 100% 국산 재료로 만든 김치를 생산업체로부터 공급받거나, 100% 국산 재료를 이용해 직접 만들어 사용하는 음식점 등을 (사)김치협회 국산김치자율표시위원회에서 지정·인증하는 제도

이상 사용시 ‘국내제조’, ‘국내산 100%’로 2단계로 구분한 원산지자율표시제 차등화를 시행할 예정이다.

〈표 2-6〉 김치 국가명 지리적표시 등록제의 주요 내용(안)

항목	주요 내용
김치원료의 원산지 기준	<ul style="list-style-type: none"> •주원료: 배추, 무, 파, 생강, 마늘 등의 채소류, 고추(고춧가루, 실고추, 생고추), 식염 •주원료는 국내산을 사용하여야 한다. <p>단, 수출용김치의 경우 주원료를 ‘김치산업진흥법’ 제2조에서 정의한 주원료(최종제품에 혼합된 비율이 높은 순서로 3개 이내 원료)로 한다. 한국산 원료를 모두 사용하는 김치는 용기포장 등에 ‘프리미엄 김치’로 표시할 수 있다.</p>
등록대상 김치종류	<ul style="list-style-type: none"> •수출량이 많은 배추김치(포기김치, 막김치) 우선 등록
품질기준	<ul style="list-style-type: none"> •전통식품 품질인증제 품질기준을 적용 <p>전통식품 품질인증의 설탕, 향미, 색상, 산도, pH 등 기준적용</p>
제조공정 및 위생기준	<ul style="list-style-type: none"> •제조공정기준은 전통식품 품질인증기준을, 위생기준은 HACCP기준 적용

자료: 대한민국김치협회 내부자료

○ ‘국산김치시장 확대’의 세부과제인 ‘신시장 개척’과 ‘우수기업 인센티브’의 성과는 아직 미흡하다고 판단됨.

- 최근 5년간 국산김치의 상품김치 시장점유율(물량기준, %)은 60%내외에서 정체·하락하고 있어, '22년까지 국산김치 점유율 70%를 달성하지 못한 상황임: ('17)60.2%→('18)57.8%→('19)59.8%→('20)59.2%
- 그러나 국산김치 시장 확대를 위해서 군납, 학교 및 단체급식, 고속도로 휴게소에 국산김치 사용 확대('19년 농식품부-도로공사 업무협약 체결) 등 신시장 개척을 위해서 다양한 노력을 추진하였음.
- 국산김치 급식사용 우수 대기업에 대해 동반성장지수 가점을 부여하는 등 관련 인센티브 제도를 마련하였음.

농식품부-도로공사 업무협약 체결 및 '국산김치자율표시 업소' 지정 현판식 개최

- 일시 및 장소: '19. 5.31.(금) 11:50~12:10, 전북 여산휴게소(순천방향)
- 협약내용: 고속도로 휴게소의 국산김치 사용 확대 협력, 국산김치 사용 휴게소 '국산김치 사용업소' 지정 및 납품김치에 대한 품질관리
- 고속도로 휴게소 최초로 여산휴게소를 '국산김치자율표시 업소'로 지정



다. 수입김치 대응 및 수출 확대

○ '수입김치 원산지 단속 강화'의 세부과제인 '유통정보관리'와 '원산지단속 강화'을 위한 제도는 한층 강화되고 있으나, 수입김치의 안전성에 관한 이슈는 끊임없이 제기되고 있음. 또한 온라인, 반찬가게 등 신유통채널을 통해서 판매되는 수입김치를 관리하는데는 한계가 있음.

- '19년 김치산업육성방안에서 수입김치 대응책으로 1) 김치원료 소금 원산지 표시 및 '원산지자율표시제' 확대, 2) 통신판매 김치 등에 대한 원산지 단속 강화, 3) 소비자단체 합동 추적조사(정기 tracking) 등이 마련되었음.

- 중국산 절임배추 동영상 보도 이후 높아진 국민 불안감을 해소하고 수입김치의 위생 관리를 강화하기 위해, '21년 4월 식약처는 제조·통관·유통 단계별 3중 안전관리 강화 및 국민 안심 정보 제공 등의 내용을 담은 '수입김치 안전·안심 대책'을 발표하였음.

- 주요 내용은 1) 모든 해외 김치제조업체 현지실사 추진, 2) HACCP 적용을 위한 「수입식품법」 시행규칙 등 하위규정 신속 정비, 3) 영업자 대상 수입김치 검사명령제 시행 강화, 4) 소비자 참여 수입김치 안전관리 추진, 5) 온라인 세계지도 기반 수입김치 공장 정보 제공 등이 포함되어서 수입김치 원산지 단속을 한층 강화하고 있음.
- '21년 9월 식약처는 수입김치 해외제조업소의 수입식품안전관리인증기준적용업소 인증에 대해 수출국 정부와 협의한 기준, 인증절차 및 조사평가 등에 관한 세부적인 사항을 정하기 위해서, 「수입김치 안전관리인증기준 운영 규정」 제정고시하였음.

〈그림 2-6〉 수입김치 안전·안심 대책, 2021년



자료: 식품의약품안전처

○ '국산김치 B2B 시장 가격경쟁력 제고'의 세부과제인 '생산자동화'와 '공동사업화'에 대한 성과는 아직 미흡한 편임.

- 저가 수입김치에 대응하는 국산김치 제조공정 개선은 국산김치의 원가 절감을 위해서 필요한 사업이나, 대다수 영세김치업체의 시설 장비의 자

동화 수준은 낮은 편임. 세계김치연구소를 중심으로 수작업 중심 김치의 제조공정 자동화 연구 및 상용화, 포기김치·막김치 생산 자동화 설비 개발 및 상용화 연구개발사업이 추진되고 있으나, 관련 기술의 확산은 아직 미흡한 수준임.

- 김치업체에 대한 '농식품시설현대화 자금'⁴⁾ 지원비중은 2019년 15.3%, 2020년 37%이었으나, 다른 연도에는 지원 내역이 없음.

〈표 2-7〉 김치업체에 대한 농식품시설현대화자금 지원 내역, 2017~2021년

단위: 백만원

구분	총 지원내역 (B)		김치업체 지원내역 (A)		김치업체 지원 비중(%) (A/B)	
	업체수	지원액	업체수	지원액	업체수	지원액
2017	4	3,247	0	0	0.0%	0.0%
2018	3	5,176	0	0	0.0%	0.0%
2019	6	4,159	1	635	16.7%	15.3%
2020	7	9,722	1	3,600	14.3%	37.0%
2021	4	2,748	0	0	0.0%	0.0%

자료: 농식품부 내부자료

- 김치업체 공동브랜드 사업 추진 사례로 '22년 농협 통합 김치브랜드 '한국농협김치'를 들 수 있음. 경기도 연천, 파주, 화성, 충북 충주(수안보농협), 충남 보령(천북농협), 전북 익산(부귀농협), 전남 순천, 경남 창원(웅천농협) 등 8곳 김치공장을 통합하여 단일 브랜드로 판매 추진 중

4) 농식품 제조·가공업체의 품질향상 및 안전성 확보를 위한 시설현대화 및 개보수 등 지원하는 사업으로, 지원대상은 HACCP, GMP, ISO22000 등 공인된 식품안전인증 및 전통식품품질인증, 술품질인증, 유기농식품인증 등 농식품 인증을 받은 업체 또는 신규 취득하고자하는 업체이며, 시설현대화 계획이 있는 농식품 제조·가공업체로 주원료의 국내산 원료 농산물 구매액 비율이 30% 이상인 업체임. 지원 용도는 저장·가공·부대시설의 건축·확보·증설·개보수 및 물류장비 증 구입비(부지매입비 제외 등 시설투자 비용과 제품생산 관련 원부자재 매입 및 저장·가공·운송 등 운영소요비용임.

〈참고자료〉 전국 지역농협 통합 김치 브랜드 ‘한국농협김치’

농협이 별도 법인으로 나뉘어 있던 김치공장을 하나의 법인으로 합쳐 통합 김치 브랜드 ‘한국농협김치’를 출범한다. 공장 통합을 통해 생산 원가를 낮추고 품질 관리도 효율화해서 김치 종주국으로서 김치 산업 경쟁력도 높이기 위한 취지다.

그동안 농협 산하 김치공장들은 경기도 연천, 파주, 화성, 충북 충주(수안보농협), 충남 보령(천북농협), 전북 익산(부귀농협), 전남 순천, 경남 창원(웅천농협) 등 8곳에서 각각 별도 법인으로 운영돼왔는데 이를 통합한 것이다. 김치공장 통합은 중국산 김치의 비위생적 절임 과정 논란과 중국의 김치 종주국 주장 등에 대응하기 위해 농협이 지난해부터 추진해온 프로젝트다.



자료: 농민신문(2022.4.25.)

○ '수출 확대'의 세부과제인 '수출전략', '수출제품개발', '해외홍보', '상품개발지원', '현지화 지원', '수출인프라 확대' 등에 대한 성과는 수출 증대 실적으로 판단할 때, 전반적으로 우수하다고 판단됨.

- 최근 5년간 수출액 증가세: ('17년) 81백만불 → ('18) 98 → ('19) 105 → ('20) 145 → ('21) 159.9

- '21년 김치 무역수지 흑자 전환: ('17년) - 47백만불 → ('18) -40 → ('19) -25 → ('20) -7 → ('21) 19.2

- 김치 콘텐츠 해외 홍보 강화(뉴욕타임즈 지면광고('21) 등), 김치 감각소리(ASMR) 영상 제작, SNS 홍보 등 적극적인 해외 홍보 활동 추진

- 김치의 효능, 조리법 등이 담긴 김치 QR코드를 제작하여 일본, 미국 등 16개 주요 수출국에서 활용 중

- 젓갈을 뺀 비건김치, 유통·보관이 용이한 김치 밀키트, 매운맛과 나트륨 함량을 줄인 김치 등의 수출용 김치 출시 등의 해외 현지화 전략 추진
- 코로나 19로 인한 물류통관의 어려움 속에서도 농식품 전용 선복 쿼터 확보를 통한 미국, 호주에 김치 수출 추진
- 수출용 김치제품의 포장 디자인 개선, 해외 인증 취득 지원 등의 현지 맞춤형 전략 추진

라. 김치 인식개선 및 우수성 홍보

○ '소비자 인식개선'의 세부과제 '건강기능성 홍보', '맞춤형 홍보', '홍보컨텐츠 제작' 등 다양한 홍보전략을 통한 김치 소비 확대를 위한 사업은 꾸준히 추진되고 있으나, 김치 소비량은 감소 추세에 있어서 실질적인 성과를 거두지는 못하고 있음.

- 어린이 김치교실 등을 통해 저연령세대의 김치에 대한 거부감 해소를 위해서 '학교급식용 표준김치 납품가이드' 마련
- 어린이용·고령자용 김치 개발 및 수출상품 개발에 필요한 특허 및 마케팅 비용 등 지원(50백만원 한도)

〈참고자료〉 학교 급식용 표준김치 납품가이드

학생들이 선호하는 김치의 맛과 품질의 김치를 안정적으로 공급하기 위해서는 김치의 납품기준(숙성도, 짠맛, 포장단위 등) 선정과 학교급식김치 납품과 배식기준 등의 개선이 필요하여 김치의 숙성단계 가이드와 납품기준 개선 가이드를 마련함.



○ '김장문화 및 김치 우수성 홍보'의 세부과제 '김치문화 저변확대', '김치·김장문화 보급', '김치의 날 제정·홍보' 등과 관련하여, 김치의 날(11월 22일) 제정⁵⁾, 김치문화프로그램 확대 등의 김치문화 홍보 기반은 잘 구축되어 있으나, 김치·김장문화 보급에 대한 성과는 아직 미흡한 편임.

- 김치분야 대한민국식품명인 5인 지정(2022.3.15.기준), 김치의 날 제정 및 김치홍보대사 지정 등 김치·김장문화 보급사업 추진

- '국가명지리적표시제'도입 추진 등으로 김치종주국으로서의 위상 제고 노력 추진

- 지역별 복지·문화공간을 활용한 김치·김장문화 보급사업은 코로나 19로 인한 사업추진의 어려움, 홍보부족 등으로 관련 성과 미흡

마. 거버넌스 구축

○ '정책협의회 구축', '협의회 역할' 등을 위한 거버넌스 구축은 되어 있으나 기업간 협업체계, 협의회 역할 등에 관해서는 아직 개선할 사항이 있음.

- 김치관련 정책 협력 및 현장의견 수렴을 위해서 김치산업정책포럼' 구성, '19년 3월 6일 '김치산업육성방안' 발표

- 김치업체 역량 강화, 판로개척 및 우수 협력사업 발굴, 기업 애로 해소 및 사업 연계·지원 분야 협력 등의 다양한 사업 추진을 위해서는 (사)김치협회 자조금 확대가 필요한 상황임.

⁵⁾ 김치의 가치와 우수성을 알리기 위해 제정된 법정기념일로, 11월 22일이다. 이는 김치 소재 하나하나(11월)가 모여 22가지(22일)의 효능을 나타낸다는 의미를 담고 있다.

바. 원료의 안정적 공급 지원

○ '원료수급조절 강화', '원료공급 안정화'에 대한 정책적 노력은 지속적으로 기울이고 있으나, 그 성과는 아직 미흡한 수준임. 다만, 현재 추진중에 있는 김치원료공급단지 조성사업이 향후 원료수급조절 및 안정화에 기여할 것으로 예상됨.

- 국산 농축산물 구매이행 보증보험료 지원사업⁶⁾이 추진되고 있으나, 김치제조업체에 대한 식품가공원료매입자금 지원 비중은 2018년 이후 감소 추세에 있음.
- 쌀, 소금, 양파, 김치 등의 식재료를 외식업체들이 함께 구입할 수 있도록 조직화에 필요한 비용 및 운영비를 지원하는 '국산식재료 공동구매 조직화 사업'이 있음. 비록 이 사업은 외식업체 지원사업이나 국산김치 공동구매를 지원한다는 측면에서 김치산업진흥에 기여할 수 있음.

〈표 2-8〉 김치업체에 대한 식품가공원료매입자금⁷⁾ 지원 내역, 2017~2021년

단위: 백만원

구분	총 지원내역(B)		김치업체 지원내역(A)		김치업체 지원 비중(A/B)	
	업체수	지원액	업체수	지원액	업체수	지원액
2017년	119	66,584	19	6,247	16.0%	9.4%
2018년	183	99,853	26	12,454	14.2%	12.5%
2019년	211	104,891	26	11,140	12.3%	10.6%
2020년	267	127,080	27	11,248	10.1%	8.9%

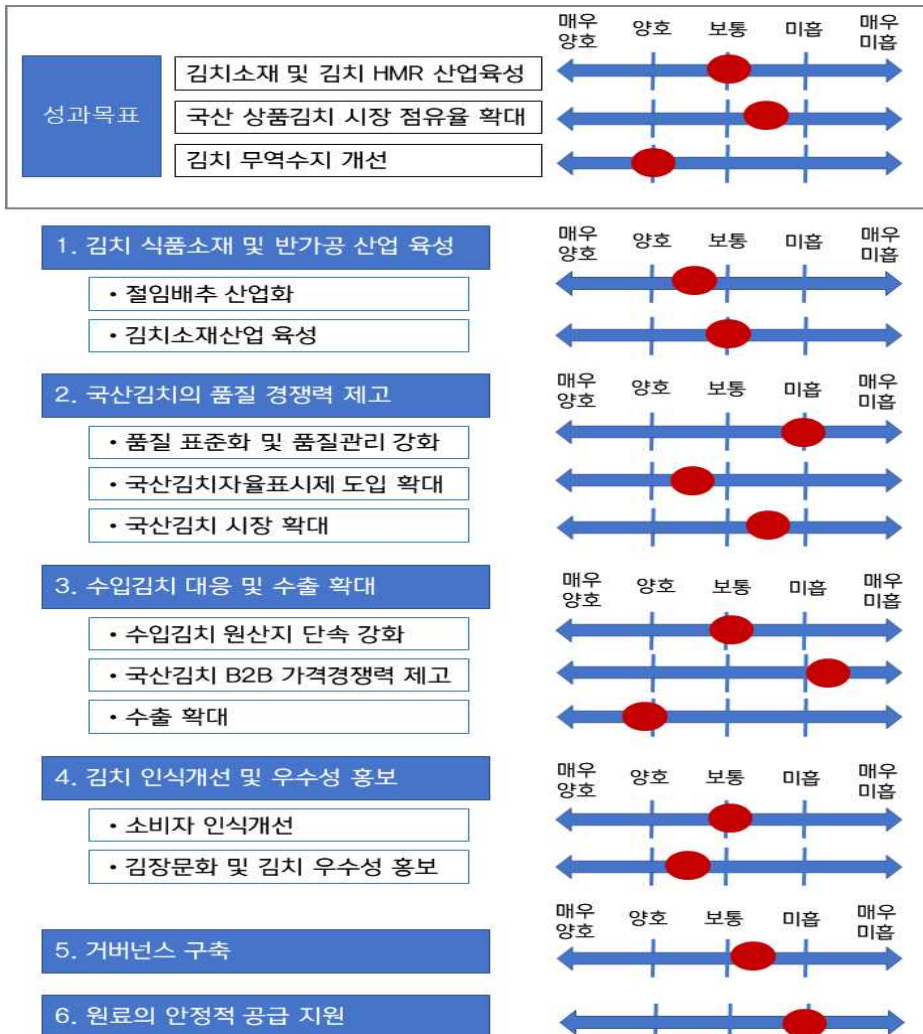
자료: 농식품부 내부자료

- 6) 중소식품제조, 식자재업체의 국산 농축산물 공급업체(국산 농축산물 생산자단체 및 국산 농축산물 유통업체)와의 신용거래를 위한 국산 농축산물 구매이행 보증보험 가입 시 보험료의 80%를 정부에서 지원하는 사업으로 보증금액은 최대 1억원, 보증기간은 1년 이내, 보험요율은 0.733~4.299%, 보험사는 (주)서울보증보험임.
- 7) 농식품 제조·가공업체의 국산 원료 농산물 구매를 위한 자금 지원사업으로, 지원대상은 식품 공장을 보유·임차하고 국산 원료 농산물을 매입하여 식품을 생산하는 농식품 제조·가공업체(전통주류 포함) 및 전처리업체임.

3. 종합평가

- 제2차 종합계획 대부분이 계획대로 추진되고 있으며, 일정 수준 성과도 있었음.
그러나, 절임배추 산업화, 국산김치자율표시제 도입 확대, 수출확대, 김장문화 및 김치 우수성 홍보 등의 세부과제를 제외하고는 다른 과제의 성과는 아직 미흡한 상황임.

〈제2차 종합계획 성과평가 결과〉



○ 김치산업진흥법 제정, 김치산업실태조사 추진, 김치의 날 제정 등의 김치산업진흥을 위한 기반조성에 관한 성과는 우수하다고 판단됨.

- 농식품부의 김치산업육성 예산은 '21년에 비해 '22년 41.1% 증액되었으며, 특히, 김치의날 행사추진과 김치홍보비, 김치원료공급단지 지원 예산이 신규로 편성되었음.

〈표 2-9〉 농식품부의 김치산업육성 예산 내역

사업명	21년 예산(A)	22년 예산(B)	증 감		비고
			(B-A)	%	
■ 김치산업육성	2,350	3,315	965	41.1%	
- 김치자조금	500	500	-		
- 김치품평회 및 페스티벌 개최	300	300	-		
· 김치품평회	200	200	-		
· 김치페스티벌	100	100	-		
- 김치산업통계조사	350	350	-		
- 김치종교보급체계구축	1,200	820	△380		
- 김치의날 행사 추진	-	100	100		
- 김치홍보비	-	85	85		
- 김치원료공급단지 지원	-	1,160	1,160		

자료: 농식품부 내부자료

○ 원료수급조절 및 원료공급의 안정화는 김치업계의 가장 큰 숙원사항이었으나, 그동안은 식품외식종합자금 지원사업에 의존하였고 김치업체만을 대상으로 한 관련 사업이 부재하였음. 그러나 '25년 완공을 목표로 '22년에 김치원료공급단지 조성사업이 착수하면서 김치업체 대상 원료공급 안정화를 위한 사업이 추진되었다는 점에서 향후 원료 확보 부문의 성과를 기대할 수 있게 되었음.

○ 김치업체와 연계된 대규모 김치원료 공급단지를 조성하여, 김치산업의 안정적인 원료확보를 지원한 정책은 우수한 성과로 평가됨. 특히 김치 원료 수급 조절 등에 관한 사업은 그동안 노지채소수급안정지원, 식품외식종합자금지원의 일환으로 시행되었으나, '22년 김치원료공급단지 조성사업은 김치산업을 위한 독자적이고 차별화된 정책사업으로 평가됨.

- 향후 이 사업목표를 '22~'25년 기간동안 단계별 김치원료공급단지의 공정률로 수립하고 목표 대비 달성률을 평가할 필요가 있으며, 이후에는 김치원료공급단지에서 처리하는 물량 및 김치제조업체 원재료 확보율 등을 성과지표로 설정할 수 있음.

〈표 2-10〉 김치산업진흥 관련 농식품사업 현황

분류	사업명	지원대상	지원자격 및 내용	'22년 국비 예산 (백만원)	국비 보조율 (%)
노지채소	채소가격안정 지원	농업인, 지역농협, 품목농협, 영농조합법인 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) (농협) 당해연도 계약 재배 사업대상자이고 해당 품목 주산지 협의체에 참여한 농업인, 지역농협 등 •(유통인) 최근 5년간 평균 계통출하 실적이 300억원 이상으로 사업 참여자의 출하관리가 가능한 한국 신선채소조합원 •(지원내용) 면적조절 등 수급의무이행을 전제로 도매시장 평년가격의 80% 수준 소득보전 *(대상품목)배추, 무, 마늘, 양파, 고추, 겨울대파, 감자(시범) 	45,145	30

자료: 2022년 농림축산식품사업 안내서, 농림축산식품부.

〈표 2-10〉 김치산업진흥 관련 농식품사업 현황(계속)

분류	사업명	지원대상	지원자격 및 내용	'22년 국비 예산 (백만원)	국비 보조율 (%)
수급조절	노지채소수급 안정지원	<ul style="list-style-type: none"> •(농협) 지역·품목농협, 조합공동사업법인 •(일반법인) 농협경제지주 관리 이외의 조직으로 영농조합법인·농업회사법인·상법상 법인·산자유통 법인(이하 법인), 협동조합, 지방공사 등 	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) (농협) 지역 및 품목농협, 조합공동 사업법인 (aT) 농협경제지주 관리 이외의 조직으로 영농조합법인, 농업회사 법인, 상법상 법인, 산자유통법인, 협동조합, 지방공사 •(지원내용) 농협·법안등이 농업인과 계약재배를 하기 위한 자금(품대 등)을 용자 지원 	236,718	용자 80
	저온유통체계 구축 (채소류 출하조절시설 지원)	영농조합법인, 농업회사법인, 농업협동조합, 조합공동사업법인, 김치가공업체 등(컨소시엄 가능)	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) (품목) 배추, 무, 건고추, 마늘, 양파, (자격) 계약재배를 하고 있고, 전년도 취급물량이 일정 수준 이상이면서 향후 3년 이내 취급물량 확대 계획이 있는 법인 * 영농조합법인, 농업회사법인, 농업협동조합, 조합공동사업법인, 김치가공업체 등(컨소시엄 가능) •(지원내용) 산지에서 상시 출하를 조절할 수 있는 저온저장시설 및 가공시설 설치 지원하고, 출하조절시설 물량에 수급의무를 부여하여 수급불안 시 시장 방출 	8,000	40
	자조금지원 (단체)	자조금 단체(20개소), 자조금통합지원센터	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 자조금 단체 및 자조금통합지원 센터 •(지원내용) 수급조절, 소비촉진, 시장개척 등 지원 	12,420	50~100
식품 기반 구축 시설·장비	식품소재및반 가공산업육성(식품소재및반 가공산업육성)	「농업 농촌· 및 식품산업 기본법 시행령」 제4호(생산자단체의 범위) 제1호 및 제5호에 해당하는 단체 및 식품제조업 등록을 마친 식품기업	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 「농업·농촌 및 식품산업 기본법 시행령」 제4호(생산자단체의 범위) 제1호 및 제5호에 해당하는 단체 및 식품제조업 등록을 마친 식품기업 •(지원내용) 식품소재 및 반가공산업 관련 시설 및 장비구축 지원 	3,360	30

자료: 2022년 농림축산식품사업 안내서, 농림축산식품부.

〈표 2-10〉 김치산업진흥 관련 농식품사업 현황(계속)

분류	사업명	지원대상	지원자격 및 내용	'22년 국비 예산 (백만원)	국비 보조율 (%)
식품산업 기반	식품외식종합 자금	식품제조가공업체 및 외식업체 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 식품제조가공업체 및 외식업체 등 •(지원내용) 국산 농산물 가공원료 매입, 시설 확보·개보수 자금(시설 현대화자금) 등 	116,800	용자 80
	식품표준화 사업 추진비	사업 수행에 적합한 인력, 시설 등을 갖춘 기관	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 사업 수행에 적합 인력 시설 등을 갖춘 기관 •(지원내용) 가공식품 KS 및 국제 표준 대응, 가공식품 KS 및 원산지 인증 운영, 홍보 지원, 고령친화식품산업 활성화 지원 등 	2,384	100
	식품기능성 평가 지원	국산 농산물 유래 기능성, 식품 소재에 대한 기능성, 안전성 등 근거 자료를 구비하고 있는 식품기업, 농업법인 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 국산 농산물 유래 기능성식품 소재에 대한 기능성, 안전성 등 근거자료를 구비하고 있는 식품기업, 농업법인 등 •(지원내용) 인체적용前시험, 인체적용시험 비용 등 	1,846	50 60
	식품 기술거래 이전 지원	대학 우수식품 기술을 이전 받을 중소기업 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 평가를 통한 지원기업 및 대상자 선정 •(지원내용) 기술이전 및 사업화 컨설팅 시제품 개발 등 지원 	1,000	100
	농업과 기업 간 연계강화(지자체)	농식품제조가공업·식품소분판매업·축산물가공업 등, 학교급식전자조달시스템(eaT) 등록 학교급식 공급업체	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 농식품제조가공업·식품소분판매업·축산물가공업 등, 학교급식전자조달시스템(eaT) 등록 학교급식공급업체 •(지원내용) <ul style="list-style-type: none"> - 연계지원 : - 농업 식품기업의 가공용 농산물 생산·이용 및 연계 활동을 지원 - 연계관리 : 농업과 기업 간 상생협력 활성화 지원 및 우수사례 발굴 확산, 중소기업체가 국산 농축산물 이용을 활성화할 수 있도록 신용거래를 위한 구매이행 보증보험료 지원 	2,600	25 80

자료: 2022년 농림축산식품사업 안내서, 농림축산식품부.

〈표 2-10〉 김치산업진흥 관련 농식품사업 현황(계속)

분류	사업명	지원대상	지원자격 및 내용	'22년 국비 예산 (백만원)	국비 보조율 (%)
식품산업	식품품질위생 역량제고	국산원료를 사용하는 중소기업	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 국산원료를 사용하는 중소기업 •(지원내용) 위생안전 품질개선 분야 중 1개 분야 컨설팅 	1,000	50~60
	식품판로지원	농공상용합형중소기업 지정업체 국산농산물 원료 사용 식품기업 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 농공상용합형 중소기업 지정업체 등 •(지원내용) 농공상기업으로 지정된 업체의 판로개척 지원(전용 판매관 입점 등) 	2,193	100
식품소비 촉진	농식품바우처 실증연구	지방자치단체: 10~11 개소	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 전국 시·군·자치구 •(지원내용) 저소득 취약계층에 국산 농산물 구매 전용 '농식품바우처' 카드 지원 	8,200	50
농식품 수출지원	농식품글로벌 육성지원자금(용자)	농식품 수출사업자	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 농식품 수출실적이 있거나 수출계획이 있는 업체 •(지원내용) 농식품 수출업체의 원료구매 등 운영자금 및 시설현대화에 필요한 자금지원(용자) 	402,882	운영 80~90, 시설 90
	온라인모바일 마케팅	국내 농식품 중소기업(수출) 업체	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 해외 온라인몰 입점을 희망하는 농식품 중소기업(수출) 업체 •(지원내용) 해외 B2C, B2B 온라인 플랫폼 입점지원 및 입점 관련 교육·컨설팅 	2,362	80~100
	농식품 시장 개척	농식품 수출농가 및 업체, 수출업체 현지법인, 해외 바이어 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 농식품 수출농가 및 업체, 수출업체 현지법인, 해외 바이어 등 •(지원내용) 신규시장 개척을 통한 농식품 수출시장 다변화 및 수출 확대를 위해 '시장개척 플랫폼 구축·운영', '수출전략형 제품 인큐베이팅' 및 '해외식품인증지원센터' 지정·운영 	6,544	50~100

자료: 2022년 농림축산식품사업 안내서, 농림축산식품부.

〈표 2-10〉 김치산업진흥 관련 농식품사업 현황(계속)

분류	사업명	지원대상	지원자격 및 내용	'22년 국비 예산 (백만원)	국비 보조율 (%)
해외판로	농식품글로벌 경쟁력 강화	농식품 수출농가 및 수출업체 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 농식품 수출농가 및 업체 등 •(지원내용) 수출농산물의 안정적 공급을 위한 수출단지 조직화 교육 및 안전성 관리, 농산물 수출에 필요한 수입국 검역관 초청 등 지원 	85,438	50~100
	농식품산업 해외진출지원	수출 농가 및 농식품 수출업체, 한국 농식품을 취급하는 해외 바이어 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 수출 농가 및 농식품 수출업체, 한국 농식품을 취급하는 해외 바이어 등 •(지원내용) 해외정보조사 우수농식품 콜드체인 구축, 우수농식품 판로 개척, 검역해소품목 및 전략품목 육성, 민관합동수출협의회 운영, 외식산업 수출지원 등 	44,635	50~100
	농식품산업 해외진출지원(용자)	해외농업자원개발 사업자 중 시설 설치 및 농산물재배 등을 위한 토지를 임차, 매입 등의 방법으로 확보하였거나 현지 기업 지분참여 등이 확정된 자 등	<ul style="list-style-type: none"> •(지원자격) 해외농업자원개발 사업자 중 시설 설치 및 농산물재배 등을 위한 토지를 임차 매입, 등의 방법으로 확보하였거나 현지기업 지분참여 등이 확정된 자 등 •(지원내용) 해외농업자원개발에 필요한 토지 구입 및 임차시설 설치, 영농비 등 일부 지원 	6,870	용자 50~70

자료: 2022년 농림축산식품사업 안내서, 농림축산식품부.

- 시설/설비 현대화 및 자동화, 김치품질표시제, 신시장 개척, 교육훈련 등과 관련한 성과는 아직 미흡한 편임.
 - 김치제조업체는 김치제조단계에서 가장 필요한 지원 항목으로 ‘시설/설비 자동화·현대화’를 제기하였으나, 중소기업의 시설·설비 자동화 수준은 여전히 낮은 상황임.
 - 맛, 나트륨, 숙성도 등을 등급화하여 표시하는 김치품질표시제는 연구개발 중이며, 아직 상용화되고 있지 않음.
 - 김치제조업체의 평균 구매 의향이 5% 이하로 나타나, 김치중간사업 효과 검증 및 홍보 강화가 필요함.
 - 소비자 맞춤형 김치응용 HMR, 다양한 김치가공제품 등에 대한 연구개발을 통해 김치응용 시장규모 확대가 필요함.
 - 현재 김치 관련 교육훈련은 전통식품 전반에 관한 프로그램이 대다수이며, 김치 자체의 교육훈련 프로그램과 전문인력양성 프로그램 마련은 미흡한 편임.

3

김치산업 현황과 전망

1. 김치산업 현황

1.1. 국내 김치산업 구조

○ 2015~2018년, '김치산업 동향'(세계김치연구소), 2019년과 2020년은 '김치산업실태조사'(농림축산식품부·한국농수산식품유통공사) 결과를 종합하여, 2015~2020년 기간동안의 김치 생산과 소비 흐름을 수치로 표시하면, <표 3-1>과 같음.

- 조사방법, 표본 수의 차이 등으로 가구의 상품김치 구매량이 이전에 비해 2020년에 절반 정도 하락한 것으로 나타났는데, 이는 조사방법 및 표본 수 등의 차이로 볼 수 있음.

〈표 3-1〉 국내 김치산업 구조, 2015~2020년

단위: 천 톤

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
생산	A. 상품김치(총량): 제조업	436	433	441	428	486	449
	a1. 수출	23	24	24	28	30	41
	B. 자가 제조: 가구	871	918	824	816	747	771
	C. 자가 제조: 외·급식(c1+c2)	113	247	399	319	368	315
	c1. 외식업					358	287
	c2. 학교급식('20년은 급식기관)					10	28
	D. 상품김치_국내산(A-a1)	413	409	417	400	456	408
E. 상품김치_수입산	224	253	276	291	306	281	
F. [소계] 상품김치 공급량(D+E)		637	662	693	691	762	689
G. [소계] 자가제조 공급량(B+C)		984	1,165	1,223	1,135	1,115	1,086
H. 총공급량 (F+G)		1,621	1,827	1,916	1,826	1,877	1,775
총공급량 대비 가구 자가제조 비율(B/H)(%)		53.7	50.2	43.0	44.7	39.8	43.4
총공급량 대비 외·급식 자가제조 비율(C/H)(%)		7.0	13.5	20.8	17.5	19.6	17.7
상품 김치 구매	I. 가구	321	397	519	406	320	166
	J. 외·급식(i1+i2+i3+i4+i5+i6)	296	288	312	350	432	523
K. [소계] 상품김치 구매량(I+J)		617	685	831	756	752	689
상품김치 공급량 대비 구매량 비율(K/F)(%)		97	104	120	109	99	100
총 소비량	L. 가구(B+I)	1,192	1,315	1,343	1,222	1,067	937
	M. 외·급식(C+J), 기타('20년부터 조사)	409	535	711	669	800	838
[전체] 총소비량		1,601	1,850	2,054	1,891	1,867	1,775

자료: 2015~2018년은 「김치산업 동향」(세계김치연구소), 2019년과 2020년은 「김치산업 실태조사」(농림축산식품부·한국농수산식품유통공사)

주: 1) '자가제조'는 가구 또는 외급식업체에서 직접 담가 소비한 김치의 양

2) 김치수요는 '19년까지 소비자가구, 외급식업으로 구분하여 조사하였으나, '20년부터 외식업체, 급식기관, 소비자가구, 기타로 구분하여 조사됨.

○ 2020년 기준 국내에 유통된 김치의 총 공급량(상품김치+자가 제조용+수입 김치)은 177만 5천톤으로 추정됨. 이중 외식업체·급식기관·소비자 가구가 직접 제조(담근)한 김치가 108만 6천톤(61.2%), 국산 상품김치 국내 유통량 40만 8천톤(23.0%), 수입 김치 28만 천톤(15.8%)으로 추정됨.

○ 2020년 기준 김치제조업체가 생산한 김치 가운데, 수출을 제외한 국내 유통량은 40만 7,734톤⁸⁾이고, 이중 외식업체의 국산 상품김치 총 구입량은 16만 1,861톤(37.9%), 소비자 가구의 총 구입량은 15만 7,916톤(38.7%), 급식기관 총 구입량은 6만 2,603톤(15.4%), 기타는 2만 5,355톤(6.2%)으로 추정됨.

〈표 3-2〉 국산 상품김치의 국내 유통량 추정(2020년 기준)

단위: 톤, %

구분	국산 상품김치 국내 유통량					해외 상품김치 유통량 (수출량)
	외식업체 구입량	급식기관 구입량	소비자 가구 구입량	기타 구입량		
상품김치 유통량	407,734 (100.0)	161,861 (39.7)	62,603 (15.4)	157,916 (38.7)	25,355 (6.2)	41,055

주: () 내는 계에 대한 각각의 구성비

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 2020년 기준 외식업체·급식기관·소비자 가구에서 직접 제조(담근)한 국산 김치의 물량은 총 108만 6,054톤으로 집계됨. 이중 소비자 가구의 김치 제조(담근)량은 77만 986톤(71.0%), 외식업체 제조량은 28만 6,658톤(26.4%), 급식기관 제조량은 2만 8,409톤(2.6%)으로 추정됨.

〈표 3-3〉 국산 김치의 직접 제조(담근) 물량 추정(2020년 기준)

단위: 톤, %

구분	외식업체 제조량	급식기관 제조량	소비자 가구 제조량	계
직접 제조(담근) 유통량	286,658 (26.4)	28,409 (2.6)	770,986 (71.0)	1,086,054 (100.0)

주: () 내는 계에 대한 각각의 구성비

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

⁸⁾ 식품의약품안전처의 자료에 의하면, 김치의 2020년 국내 판매량은 42만 5,233톤으로, 「2020 김치산업 실태조사」에서의 추정치보다 1만 7천 톤 정도 많은 것으로 나타남.

○ 2020년 기준 수입김치 국내 유통량은 28만 천톤이며, 이중 외식업체 구입량이 14만 3천톤(35.0%), 기타 구입량이 12만 8천톤(31.4%), 소비자 가구의 구입량이 8천톤(2.0%), 급식기관 구입량이 2천톤(0.5%)으로 추정됨.

- 기타는 김치류가 함유된 식품(레토르트 제품 등)을 제조하는 업체, 도시락 제조 납품업체, 일부 소규모 마트 등에서 구입한 양을 의미함.

〈표 3-4〉 수입 김치의 국내 유통량 추정(2020년 기준)

단위: 톤, %

구분	수입 김치 국내 유통량	구입처			
		외식업체 구입량	급식기관 구입량	소비자 가구 구입량	기타
수입 김치 유통량	281,187 (100.0)	142,782 (35.0)	2,217 (0.5)	7,979 (2.0)	128,209 (31.4)

주 1) 수입 김치 국내 유통량은 2020년 김치 수입량 기준(무역협회)

2) () 내는 계에 대한 각각의 구성비임.

자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 2020년 기준 국내 김치 총 수요량은 177만 4,975톤이며, 이 중에서 소비자 가구의 수요량이 93만 6,881톤(52.8%), 외식업체의 수요량이 59만 1,301톤(33.3%), 급식기관 수요량이 9만 3,229톤(5.3%), 기타가 15만 3,564톤(8.7%)으로 추정됨.

〈표 3-5〉 김치의 국내 총 공급량 및 총 수요량 추정(2020년 기준)

단위: 톤, %

구분	김치 국내 총 수요량	공급처			
		외식업체 수요량	급식기관 수요량	소비자 가구 수요량	기타 수요량
김치 수요량	1,774,975 (100.0)	591,301 (33.3)	93,229 (5.3)	936,881 (52.8)	153,564 (8.7)

주 () 내는 각각의 계에 대한 구성비

자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

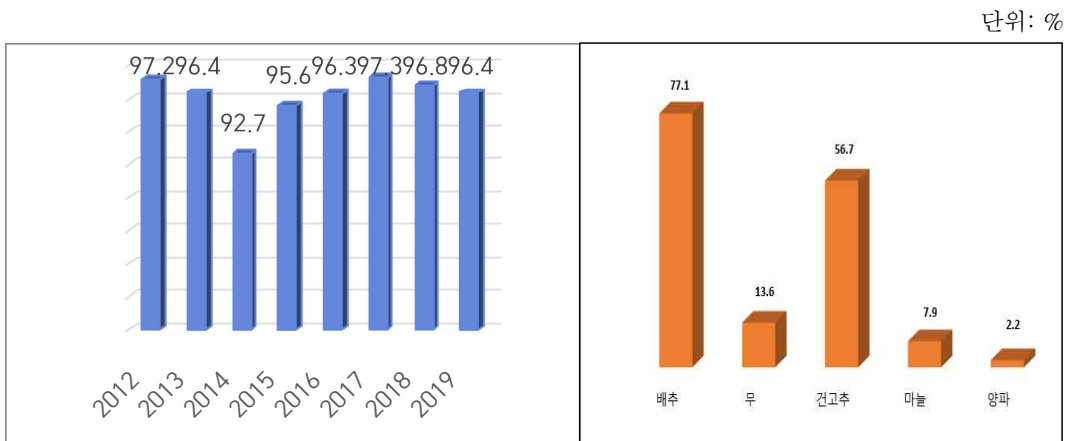
1.2. 김치산업 실태 및 특징

1.2.1. 공급측면

▣ 김치는 국내 농산물의 주요한 수요처 역할 담당

- 김치재료는 배추, 무 등을 포함하여 대부분 주요 농산물이며, 특히, 배추는 전체 생산량의 77%, 건고추는 57%가 김치 제조에 사용되고 있음('20년 기준).
- 국내 김치제조업체는 원재료의 대부분을 국산 농산물로 사용하고 있어서, 김치의 국산 이용률은 95% 이상으로 매우 높음.

〈그림 3-1〉 김치원료의 국산사용 비중과 김치의 원료별 생산량 대비 사용량 비중('20년)



자료: 한국농수산식품유통공사, 「식품산업원료소비실태조사」, 농식품부-한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

■ 국산 상품김치의 시장점유율 정체상태

○ 연도별 국산 상품김치의 시장점유율은 이용하는 통계자료에 따라 그 수치가 조금씩 달라지기는 하나, 2015년에 비해 2020년에 그 점유율이 다소 하락하였고, 대체로 60% 내외로 정체상태임.

– 국내 김치제조업체에서 생산하는 상품김치는 거의 국산 원재료를 사용하여 제조되고 있으므로 국산 상품김치으로 명하면, 국산 상품김치 시장점유율(%)은 국내 유통 상품김치 총량(국산 상품김치와 수입산 상품김치 물량의 합)에서 국산 상품김치가 차지하는 비중으로 정의됨.

○ 중국산 저가김치의 수입량 증가에 따라 국산김치 시장점유율은 60%내외로 정체되어 있으며, 17년 이후부터는 조금씩 감소하고 있음. 이는 국내산 김치용 채소의 공급량 및 가격 불안정, 인건비 인상 등에 의한 제조 원가 상승과 외식업과 가공업의 성장에 따라 외식·가공업체에서 구입하는 수입산 김치의 양도 함께 증가한 것이 원인이 될 수 있음.

〈표 3-6〉 (식품의약품안전처 통계 활용) 국산 상품김치 시장 점유율 변화 추이

단위: 천톤, %

연도	국내 유통 상품김치 물량(천 톤)			국산 상품김치 시장점유율 (%)(a/c)
	국산 상품김치(a)	수입산 상품김치(b)	합계(c)	
2015	441	224	665	66.3
2016	442	253	695	63.6
2017	450	276	726	62.0
2018	471	291	762	61.8
2019	476	306	782	60.9
2020	469	281	750	62.5

주: 국산 상품김치 국내 유통량은 국내 제조 상품김치 총량에서 수출량 제외한 값

수입 김치 국내 유통량은 2020년 김치 수입량 기준(무역협회)

자료: 식품의약품안전처, 「식품 등의 생산실적」, 각 연도.

〈표 3-7〉 (김치산업실태조사 통계 활용) 국산 상품김치 시장 점유율 변화 추이

단위: 천톤, %

연도	국내 유통 상품김치 물량(천 톤)			국산 상품김치 시장점유율 (%)(a/c)
	국산 상품김치(a)	수입산 상품김치(b)	합계(c)	
2015	413	224	637	64.8
2016	409	253	662	61.8
2017	417	276	693	60.2
2018	399	291	690	57.8
2019	456	306	762	59.8
2020	408	281	689	59.2

주: 국산 상품김치 국내 유통량은 국내 제조 상품김치 총량에서 수출량 제외한 값
수입 김치 국내 유통량은 2020년 김치 수입량 기준(무역협회)
자료: 식품의약품안전처, 「식품 등의 생산실적」, 각 연도.

▣ 김치 수출 증가 추세, '21년 무역수지 흑자 전환

○ 김치 수출량은 2000년 3만 14톤에서 2020년 3만 9,748톤으로 증가하였으며, 2021년에는 2020년 대비 7.0% 늘어난 4만 2,544톤으로 증가세가 이어지면서 사상 처음 4만 톤 이상이 수출되었음.

〈표 3-8〉 김치 수출입 실적

단위: 톤, 천 달러

구분	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
수출	물량 (A)	30,014	32,307	29,672	23,111	23,490	24,311	28,197	29,628	39,748	42,544
	금액 (B)	78,846	92,965	98,360	73,543	78,900	81,393	97,456	104,992	144,511	159,915
수입	물량 (C)	473	111,459	192,936	224,124	253,432	275,631	290,742	306,049	281,187	240,606
	금액 (D)	201	51,340	102,019	113,237	121,485	128,679	138,215	130,911	152,426	140,742
무역수지	물량 (A-C)	29,541	-79,152	-163,264	-201,013	-229,942	-251,320	-262,545	-276,421	-241,439	-198,062
	금액 (B-D)	78,645	41,625	-3,659	-39,694	-42,585	-47,286	-40,759	-25,919	-7,915	19,173

자료: 한국농수산식품유통공사 농식품수출정보(<https://www.kati.net/>).

- 코로나 19로 인한 국제 물동량 감소 및 외식 수요 감소, 비위생적 중국 절임배추 영상 파문 등으로 2021년 김치 수입액이 줄면서 근래 들어 처음으로 금액 기준의 무역수지가 흑자를 기록하게 되었음.

■ 김치제조업체의 양극화 심화

○ 2020년 김치산업실태조사에 의하면, 김치제조업체의 판매액 규모별로는 10억 원 이하가 전체의 58.2% 비중으로 과반 이상이며, 김치 판매액이 30억 원 이하인 업체 비중이 83.1%에 달함. 한편, 30억 원 초과~100억 원 이하의 비중은 12.3%이며, 100억 원을 초과하는 업체는 4.6% 정도인 것으로 나타남.

〈표 3-9〉 판매실적별 김치제조업체 비중 분포

구분		업체 수	비중(%)
전체		538	100.0
김치 판매실적	10억 원 이하	313	58.2
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	24.9
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	12.3
	100억 원 초과	25	4.6

주: 김치 판매실적은 국내 판매액과 수출액의 총합을 의미함.

자료: 농식품부·한국농수산물통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ '19년 식품의약품안전처의 김치업체 943개소에 대한 전수조사 결과, 김치 생산량이 500톤 미만인 업체 비중이 56.7%로 60%에 육박하고 있으나, 비교적 규모가 큰 1,000톤 이상 비중은 22.7%에 그치고 있음. 김치제조업체 중 상위 10개 업체의 시장점유율이 35.2%에 달하는 등 소수의 규모가 큰 업체들을 제외하면 대다수는 규모가 영세한 구조를 보임.

〈표 3-10〉 김치판매 상위업체 집중도

단위 : 백만 원, %

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
국내 판매액	803,434	898,491	942,239	1,014,427	929,578	1,029,590	1,104,398	1,235,865	1,237,955
상위 5업체	194,622	196,431	191,172	271,252	177,807	254,413	276,441	327,736	336,700
CR ₅ (%)	24.2	21.9	20.3	21.4	19.1	24.7	25.0	26.5	27.2
상위 10업체	264,127	268,816	268,380	299,998	249,540	342,185	370,134	440,377	435,660
CR ₁₀ (%)	32.9	29.9	28.5	29.6	26.8	33.2	33.5	35.6	35.2

- 주 1) 2010~2012년은 국내 출하액, 2013~2017년은 국내 판매액 자료를 이용하였음.
 2) 2018년부터는 김치류를 별도로 분리하지 않고 절임류 또는 조림류에 포함시켜 발표하고 있어 2018년 수치는 식품저널의 「2020 식품유통연감」을 참고하였음.
 3) 2018년 상위 업체 판매액 및 집중도는 백만 원에서 반올림한 수치를 이용하였음.
 자료: 식품의약품안전처(각 연도). 「식품 및 식품첨가물 생산실적」; 식품저널(2020: 249). 「2020 식품유통연감」.

▣ 상품김치 생산액과 판매액 증가 추세

○ 식료품제조업에서 김치제조업의 비중은 적으나, 식료품제조업 사업체 수의 2016~2019년간 연평균 증가율이 1.7%인 반면, 김치제조업은 13.2%로 상대적으로 높은 성장세를 보이고 있음.

- 김치제조업 사업체 수는 같은 기간 860개에서 1,248개로 13.2%의 높은 성장세를 기록하였고, 10인 이상의 김치제조업의 매출액도 전체 식료품제조업보다 증가율이 0.2% 높은 상황임.

○ 김치제조업 사업체 수의 연평균 증가율은 13.2%의 높은 성장률을 나타낸 반면, 종사자 수 증가율은 3.2%에 그치고 있어서 영세 사업체가 상대적으로 증가한 것으로 보임.

〈표 3-11〉 김치류 제조업과 식료품제조업의 사업체 수·종사자 수 비교

단위: 개, 명, %

구분		2016	2017	2018	2019	연평균 증가율
사업체수	식료품제조업	57,734 (100.0)	58,653 (100.0)	60,071 (100.0)	60,715 (100.0)	1.7
	과일, 채소가공 및 저장처리업	3,620 (6.3)	3,900 (6.6)	4,396 (7.3)	4,780 (7.9)	9.7
	김치류 제조업	860 (1.5)	970 (1.7)	1,150 (1.9)	1,248 (2.1)	13.2
종사자수	식료품제조업	324,392 (100.0)	327,381 (100.0)	342,089 (100.0)	353,949 (100.0)	2.9
	과일, 채소가공 및 저장처리업	26,745 (8.2)	27,905 (8.5)	29,999 (8.8)	31,416 (8.9)	5.5
	김치류 제조업	9,415 (2.9)	9,445 (2.9)	10,171 (3.0)	10,336 (2.9)	3.2

주: 1) 통계청 전국사업체조사에서 김치류 제조업을 분리하여 발표한 것은 2016년부터임.

2) 제조업(1라벨)-식료품제조업(2레벨)-과실, 채소가공 및 저장 처리업(3레벨, 4레벨)-김치류 제조업(5레벨)으로 분류되고 있음.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」

○ 상품김치 생산액은 2010년 8,356억 원에서 2020년에 1조 2,188억 원으로 증가 추세를 보이며, 2010~2020년간 연평균 3.8%의 증가율을 나타냄.

- 김치 생산량은 2020년 코로나19로 인한 사회적 거리 두기 영향으로 급식과 외식 등의 수요가 줄면서 2019년보다 1.5% 감소함. 2020년 생산량 감소에도 불구하고 생산 단가 상승으로 인해 생산액은 증가함.

〈표 3-12〉 김치업체의 김치 생산량 및 생산액

단위: 톤, %, 억 원

구분	2010	2013	2015	2016	2017	2018	2019	2020
생산능력	897,829	2,905,525	2,339,899	3,971,346	3,363,524	3,626,891	3,612,941	4,178,309
생산량	411,644 (45.8)	447,628 (15.4)	440,754 (18.8)	442,392 (11.1)	449,545 (13.4)	471,093 (13.0)	476,013 (13.2)	468,909 (10.9)
생산액	8,356	9,878	9,284	10,334	10,324	11,196	11,789	12,188

주: () 은 가동률((생산량÷생산능력)×100)을 의미함.

자료: 식품의약품안전처, 「식품 등의 생산실적」, 각 연도.

○ 김치의 국내 판매액은 2010년 8,034억 원에서 2020년에 1조 3,413억 원으로 계속 증가하는 추세임. 2010~2020년간 김치 국내 판매액은 연평균 5.3%의 증가율을 나타냄.

- 김치의 판매단가는 kg당 2010~2015년에 2,300~2,500원대 수준이었으나, 2020년에는 kg당 3,154원으로 처음 3천 원대에 진입하였음.

〈표 3-13〉 김치업체의 김치 국내 판매액 및 판매 단가

단위: 억 원, 원/kg

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
판매액	8,034	8,985	9,422	10,144	9,296	10,296	11,044	12,359	12,380	12,780	13,413
판매단가	2,285	2,492	2,525	2,538	2,533	2,475	2,678	2,928	2,877	2,355	3,154

자료: 식품의약품안전처, 「식품 등의 생산실적」, 각 연도.

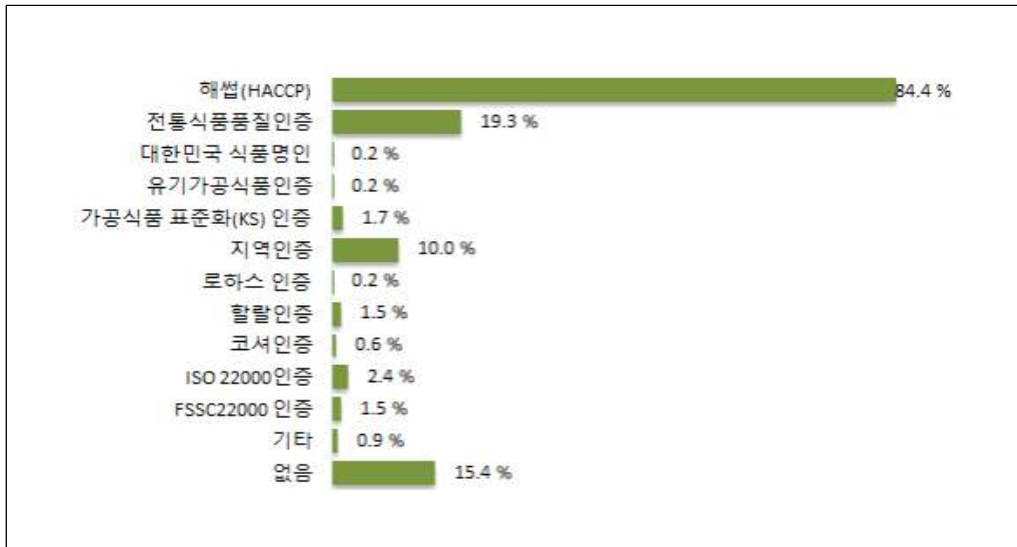
■ 대다수 김치제조업체의 위생설비 기반 구축(높은 HACCP 인증율)

○ 2020년 기준 해썬(HACCP)을 보유하고 있는 김치제조업체 비중은 84.4%이며, 전통식품품질인증 보유 비중 19.3%, 지역인증 10.0%, ISO22000인증 2.4% 등의 순으로 나타남.

- 10억 원 이하인 김치 제조업체는 해썬(HACCP) 인증 비중이 73.5%인데 비해 100억 원을 초과하는 업체는 100%, 10억 원 이하인 김치 제조업체는 해썬(HACCP) 인증 비중은 73.5%로 나타남.

- 관련 인증을 하나도 보유하고 있지 않는 비중은 판매액이 10억 원 이하인 업체의 경우 26.5%이나, 10억 원 초과 업체들의 경우 미보유 업체가 거의 없으며, 특히 100억 원 초과 업체는 관련 인증을 모두 보유하고 있음.

〈그림 3-2〉 김치제조업체의 관련 인증별 보유 비중



주 1) 지역인증은 경기도 G마크, 전라남도지사 품질인증 등 국가인증과 달리 지자체별로 독립적으로 부여하는 인증을 의미함.

2) ISO22000인증은 국제표준기구(ISO)에서 개발한 식품안전경영시스템으로 식품 생산 및 제조의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 효과적으로 관리하기 위한 인증 제도임.

3) FSSC22000인증은 국제식품안전기구(GFSI)에서 승인한 국제표준규격으로 식품안전경영시스템(ISO22000)에 추가 요구사항이 더해진 인증 제도임.

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

〈표 3-14〉 김치제조업체의 관련 인증 보유 현황

단위: 개소, %

구분	업체 수	해썬(HACCP)	전통 식품 품질 인증	대한민국 식품명인	유기 가공 식품 인증	가공 식품 표준화(KS) 인증	지역 인증	로하스 인증	할랄 인증	코셔 인증	ISO 22000 인증	FSSC 22000 인증	기타	없음	
전체	538	84.4	19.3	0.2	0.2	1.7	10.0	0.2	1.5	0.6	2.4	1.5	0.9	15.4	
김치 판매 실적	10억 원 이하	313	73.5	7.3	0.0	0.0	0.3	3.8	0.0	0.3	0.0	1.0	0.3	26.5	
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	100.0	29.9	0.0	0.0	3.0	16.4	0.0	0.7	0.0	3.7	1.5	2.2	0.0
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	98.5	40.9	1.5	0.0	3.0	13.6	0.0	1.5	0.0	4.5	1.5	1.5	1.5
	100억 원 초과	25	100.0	56.0	0.0	4.0	4.0	32.0	4.0	20.0	12.0	8.0	16.0	4.0	0.0

주: 복수 응답 기준이며, 결과를 100%로 환산하여 재산정한 수치임.

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

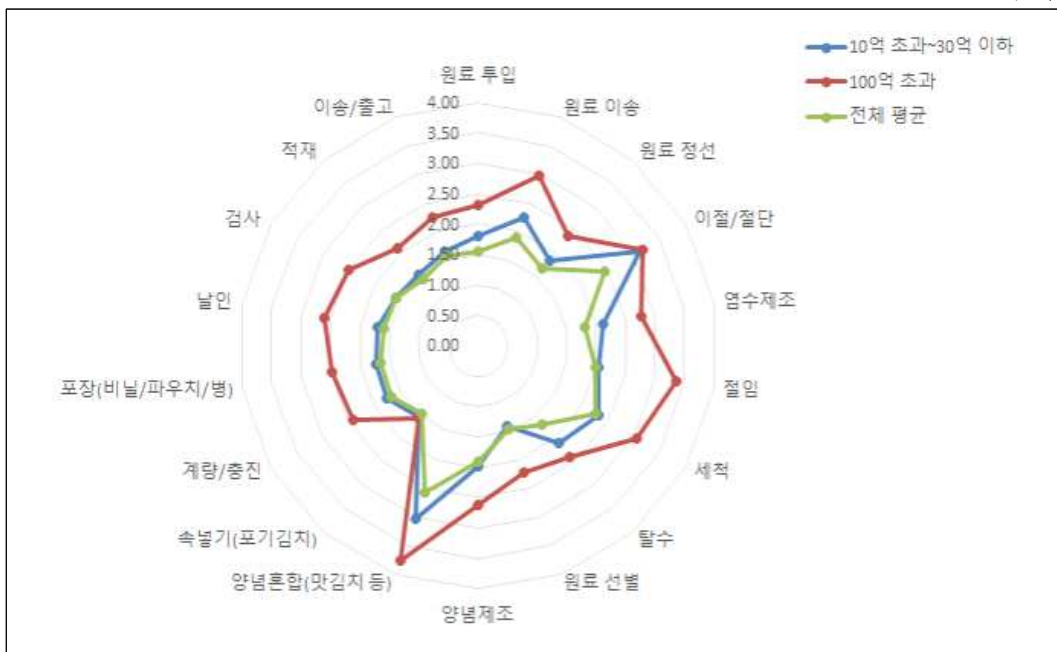
▣ 중소 김치제조업체 시설·설비의 낮은 자동화 수준(높은 수작업 의존도)

○ 김치제조업체의 공정별 시설·설비의 자동화 수준을 조사한 결과, 대부분의 공정에서 보통(3점) 이하 수준으로 나타나 대부분의 제조공정에서 수작업에 의존하는 것으로 조사됨.

- 김치 판매액이 클수록 자동화 수준이 높아지는 경향을 보이나, 공통적으로 자동화가 미흡한 공정은 절단된 재료의 이물 등을 제거하는 원료 선별공정(1.46점)과 포기김치의 속냉기 공정(1.45점) 등으로 나타남.
- 한편, 양념혼합(맛김치)(2.58점), 이절/절단(2.43점), 세척(2.26점) 공정은 자동화 수준이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 3-3〉 김치제조업체의 제조공정별 시설·설비 자동화 수준(5점 척도 기준)

단위: 점



주: 5점 척도로 설문조사하였으며, 1='전혀 안되어 있음(수작업)', 3='보통(반자동화)', 5='매우 잘되어 있음(자동화)'임.

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 김치 제조업체의 회계정보 관리시스템(ERP) 도입 비율은 23.8%이며, 생산관리시스템(MES) 도입은 10.2%에 불과한 것으로 나타남. 김치 판매액이 클수록 자동화 도입률은 높아지고 있으나, 이중 생산관리시스템의 경우 판매액이 100억 원 초과인 업체도 도입률이 32.0%에 그치고 있음.

〈그림 3-4〉 김치제조업체의 자동화 프로그램 도입 여부



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

■ 김치산업 종사자의 고령화

○ 김치제조업체의 상시근무자 수는 2020년 기준 8,440명으로 집계되며, 연령별로는 50대가 3,301명, 60세 이상은 2,435명으로 50대 이상이 68.0%를 차지하고 있음.

- 상시근무자의 업체당 연령별 평균 종사자 수는 50대가 6.2명으로 가장 많으며, 60세 이상 4.5명, 40대 3.2명의 순임.
- 판매액이 증가할수록 50대와 60대 이상의 평균 종사자 수가 크게 증가하고 있음.

〈표 3-15〉 김치제조업체의 연령별 상시근무자 수

단위: 개소, 명

구분		20대 이하	30대	40대	50대	60세 이상	계
전체		332	640	1,732	3,301	2,435	8,440
김치 판매 실적	10억 원 이하	30	98	314	603	554	1,599
	10억 원 초과~30억 원 이하	75	189	438	773	564	2,039
	30억 원 초과~100억 원 이하	86	173	449	852	678	2,238
	100억 원 초과	141	180	531	1,073	639	2,564

주: 상시근로자는 상용근로자, 자영업자, 무급가족 종사자, 기타 종사자를 포함함.

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

〈표 3-16〉 김치제조업체의 업체당 연령별 평균 상시근무자 수

단위: 개소, 명

구분	업체 수	전체	연령별 평균 종사자 수					
			20대 이하	30대	40대	50대	60세 이상	
전체		538	15.7	0.6	1.2	3.2	6.2	4.5
김치 판매 실적	10억 원 이하	313	5.1	0.1	0.3	1.0	1.9	1.8
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	15.2	0.6	1.4	3.3	5.8	4.2
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	33.9	1.3	2.6	6.8	12.9	10.3
	100억 원 초과	25	106.8	5.9	7.5	22.1	44.7	26.6

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

1.2.2. 수요측면

▣ 김치 총소비량 감소 추세

○ 1인 가구의 지속적인 증가와 함께 식생활의 서구화, 저염 식품에 대한 선호도 증가, 편의성 중시 등의 소비패턴 변화로 김치 총소비량은 감소 추세임.

– 1인 가구의 비중은 2000년 15.5%에서 2020년은 30.3%로 증가하였으며, 2045년에는 37.1% 등 40%에 육박할 것으로 전망됨.

○ 김치 총소비량은 2010년 202만 톤에서 2018년 182만 톤으로 감소하였으며, 1인 1일 김치 섭취량도 2010년 108.1g에서 2019년 86.4g으로 크게 줄어 2010~2019년간 연평균 2.5%의 감소율을 보임.

〈표 3-17〉 김치 총소비량 및 섭취량 변화

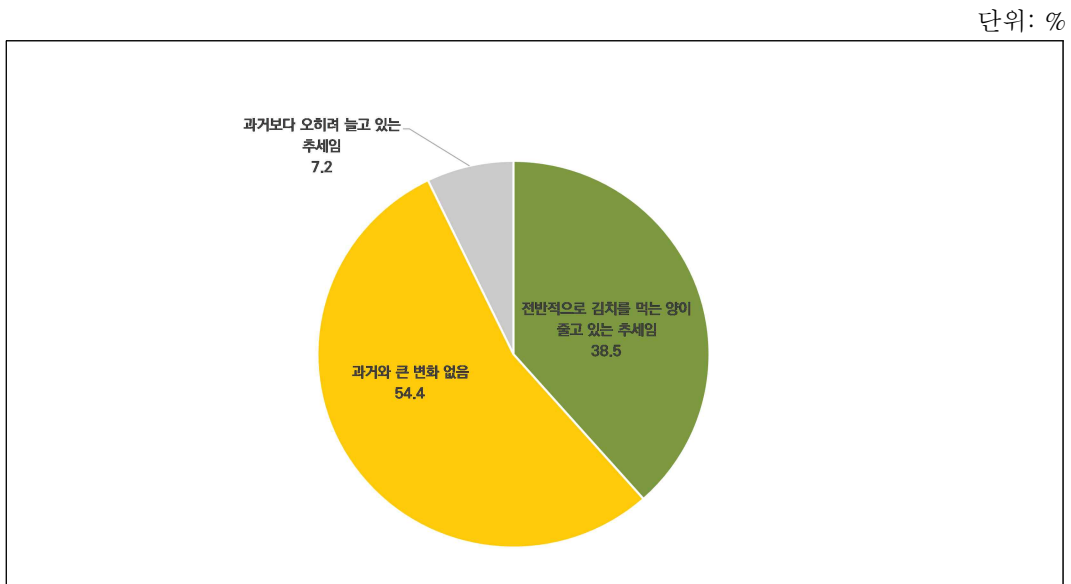
단위: 톤, g

구분	2010	2015	2016	2017	2018	2019
총소비량 추정	2,015,096	1,909,398	1,865,249	2,015,476	1,815,548	n.a.
1인 1일 섭취량	108.1	95.2	91.3	96.3	89.2	86.4

자료: 세계김치연구소, 「김치산업동향」, 2019; 한국보건산업진흥원 국민영양통계 웹페이지 (<https://www.khidi.or.kr/nutristat>).

○ 가정 내 김치 섭취량은 과거와 큰 변화 없는 비중 54.4%, 김치를 먹는 양이 줄고 있는 비중 38.5%, 늘고 있는 비중은 1.7%로, 가정 내 김치 소비량은 감소하는 것으로 추정됨.

〈그림 3-5〉 소비자 가구의 가정 내 김치 소비량 변화



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

▣ 가구의 김치 자가제조 감소, 상품김치 소비 증가 추세

○ 1인 가구 증가, 식생활 변화, 외식 증가, 김치 담글 수 있는 사람 수 감소 등의 영향으로 소비자 가구의 김치 자가 제조량은 감소 추세를 나타냄.

- '15년 대비 '20년 가구의 김치 자가 제조량은 11.5% 감소

〈표 3-18〉 김치 자가 제조량 변화 추이, 2015~2020년

연도	김치 자가제조량(톤)		
	소비자 가구	외·급식업	합계
2015	871,000	113,400	984,400
2016	918,000	247,000	1,165,000
2017	824,000	399,000	1,223,000
2018	816,000	319,000	1,135,000
2019	746,952	367,823	1,114,775
2020	770,986	315,067	1,086,053

자료: 2015~2018년은 '김치산업 동향'(세계김치연구소), 2019년과 2020년은 「2020 김치산업 실태조사」(농림축산식품부·한국농수산물유통공사)

〈표 3-19〉 김장철 김장 가구 비중 추이

단위: %

구분	2017	2018	2019	2020
김장철 김장 가구 비중(%)	37.3	36.7	36.4	31.4

자료: 2017~2018년은 세계김치연구소, 「김치산업 동향」; 2019년은 한국농수산물유통공사·세계김치연구소, 「2019 김치산업 실태조사」 2020년은 「2020 김치산업 실태조사」 결과.

○ 김치를 가정에서 직접 담는 가구는 2017년 56.3%에서 2020년 23.6%로 지속적인 감소세를 나타낸 반면, 상품김치를 구입하여 조달하는 가구 비중은 2017년 10.5%에서 2020년 31.3%로 3배 이상 증가한 것으로 나타남.

〈표 3-20〉 소비자 가구의 김치 조달 방법 비교

단위: %

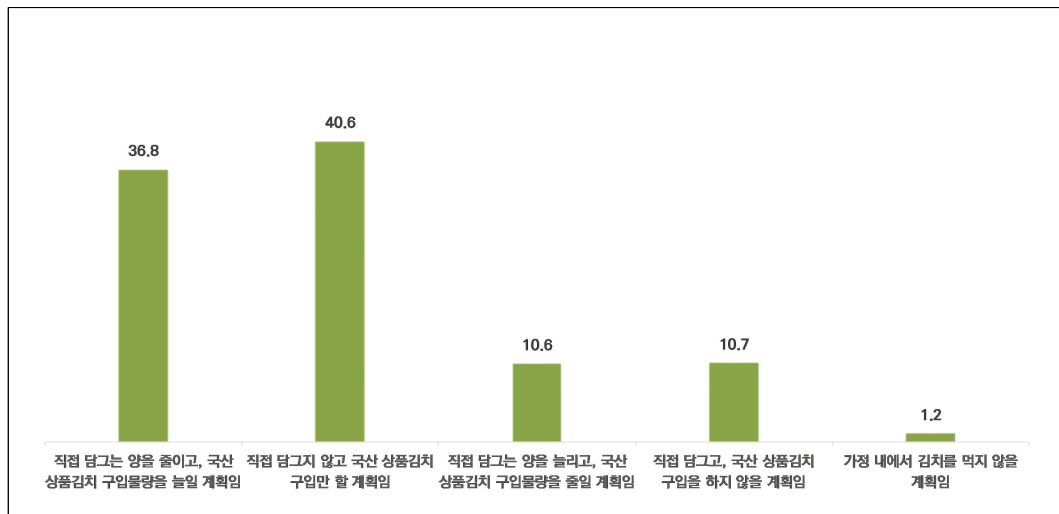
구분	2017	2018	2019	2020
김치를 직접 담금	56.3	51.3	41.7	23.6
김치를 직접 담지 않음	43.7	48.7	58.3	75.0
- 가족/친척/지인으로부터 얻음	14.7	15.7	19.1	43.7
- 상품김치 구입	10.5	12.2	15.4	31.3
집에서 김치를 먹지 않음	-	-	-	1.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2017~2018년은 세계김치연구소, 「김치산업 동향」; 2019년은 「2019 김치산업 실태조사」, 2020년은 「2020 김치산업 실태조사」 결과.

○ 향후 김치를 직접 담지 않고 국산 상품김치를 구입할 계획인 소비자 비중이 40.6%로 가장 높으며, 직접 담는 양을 줄이고 국산 상품김치 구입물량을 늘릴 계획은 36.8%로 나타남.

〈그림 3-6〉 소비자 가구의 향후 국산 상품김치 구입 비중 확대 여부

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

▣ 수입김치의 주 수요처는 외식업체와 가공업체

○ '20년 기준 김치 수입량의 35.0%를 외식업체가, 31.4%를 김치제품 가공업체가 구입한 것으로 나타남.

〈표 3-21〉 수입 김치의 국내 유통량 추정(2020년 기준)

단위: 톤, %

구분	수입 김치 국내 유통량				
	외식업체 구입량	급식기관 구입량	소비자 가구 구입량	기타	
수입 김치 유통량	281,187 (100.0)	142,782 (35.0)	2,217 (0.5)	7,979 (2.0)	128,209 (31.4)

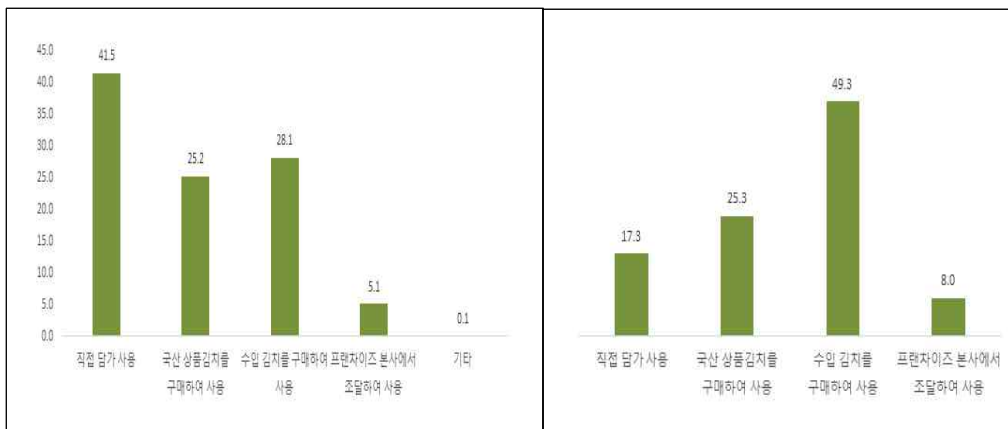
주: () 내는 계에 대한 각각의 구성비

자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 반찬 제공용 김치는 직접 담가 사용하는 외식업체 비중이 41.5%로 가장 높고, 수입 김치를 구매하여 사용하는 비중은 28.1%로 파악됨. 한편, 외식업체는 메뉴 조리에 사용되는 김치의 경우 수입 김치를 구매하여 사용하는 비중이 49.3%로 거의 과반에 육박하고 있음.

〈그림 3-7〉 외식업체의 김치 조달 방법(반찬 제공용 김치, 메뉴 조리용 김치)

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 외식업체가 국산 상품김치보다 수입 김치를 구매하는 주요 이유는 ‘가격이 저렴해서’가 과반 이상인 54.1%를 점유하고 있으며, 다음이 ‘가격 변동이 적어 안정적이어서’가 22.3%로 이 두가지 이유가 전체의 76.4%를 차지함.

〈그림 3-8〉 외식업체의 수입 김치 구입 이유

단위: %



주: 수입 김치를 구입한 외식업체를 대상으로 산정한 수치임.

자료: 농식품부·한국농수산물통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

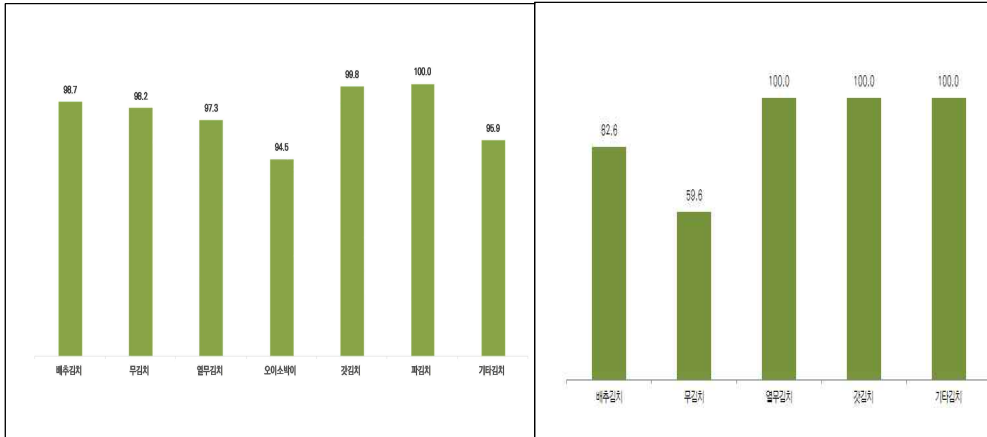
▣ 가구 및 급식기관 대부분 국산 김치 소비

○ 급식기관에서 구입하는 상품김치의 국산 비중은 배추김치 94.0%, 기타 김치 98~100%로 국산 김치 비중이 매우 높음. 특히, 학교와 어린이집 및 유치원은 반찬용과 메뉴 조리용 김치를 모두 국산으로 구입하고 있음.

- 정부·지방 및 공공기관 급식소는 국산 구입 비중이 94~96%이고, 사회복지시설은 93~99% 내외로 조사됨.
- 산업체 급식소는 국산만을 사용하는 파김치를 제외하고 상품김치 종류별로 국산 비중이 92~99%로, 일부 수입 상품김치를 이용하는 것으로 조사됨.

〈그림 3-9〉 급식기관의 반찬 제공용과 메뉴 조리용 구입 김치 평균 국산 비중

단위: %



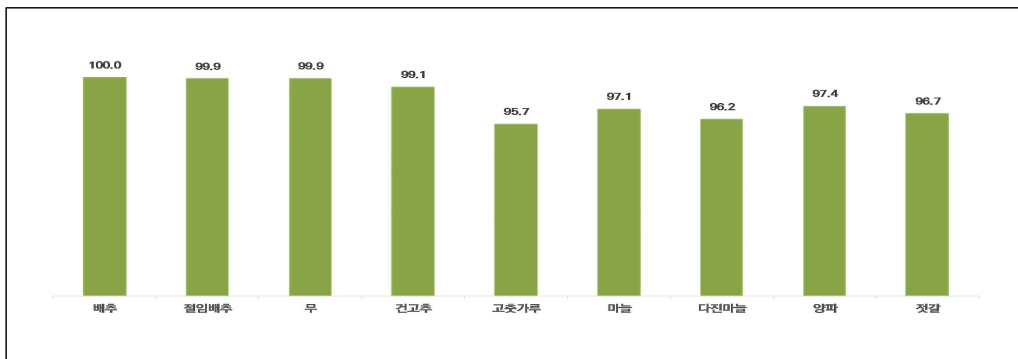
자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

■ 소비자 가구의 국산 김치 재료에 대한 절대적 선호

○ 가정에서 직접 김치를 담글 때 사용하는 김치 원료의 국산 비중은 배추의 경우 100.0%이며, 절임배추와 무는 각각 99.9%, 건고추 99.1%, 양파 97.4%, 마늘 97.1%, 젓갈 96.7%, 다진 마늘과 고춧가루가 각각 96.2%, 95.7%로 나타나, 김치재료에 대한 국산 사용률이 매우 높은 수준임.

〈그림 3-10〉 소비자 가구의 김치 직접 제조 시 원료 국산 비중

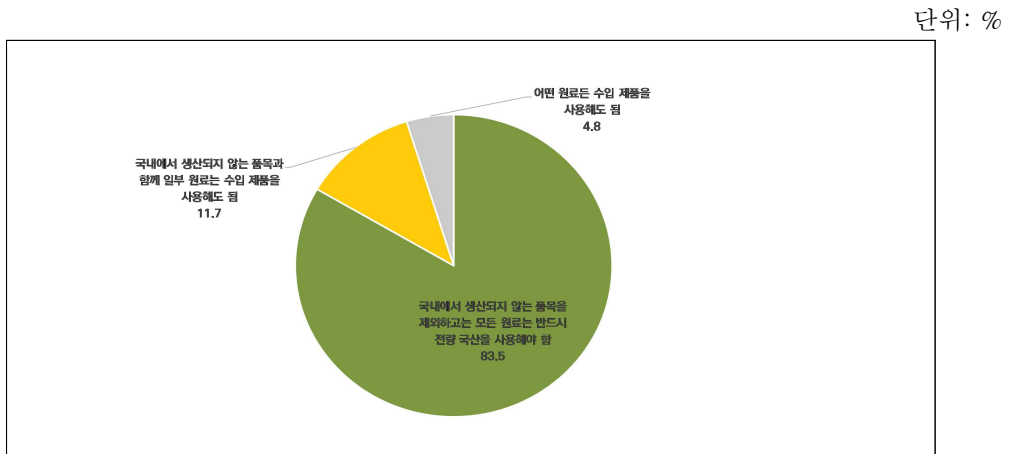
단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

- 현재 국산 상품김치 원료의 원산지는 거의 대부분 국산인데, 이에 대한 소비자의향으로는 ‘국내에서 생산되지 않는 품목을 제외하고는 모든 원료는 반드시 전량 국산을 사용해야 한다’는 비중이 83.5%로 매우 높게 나타남.

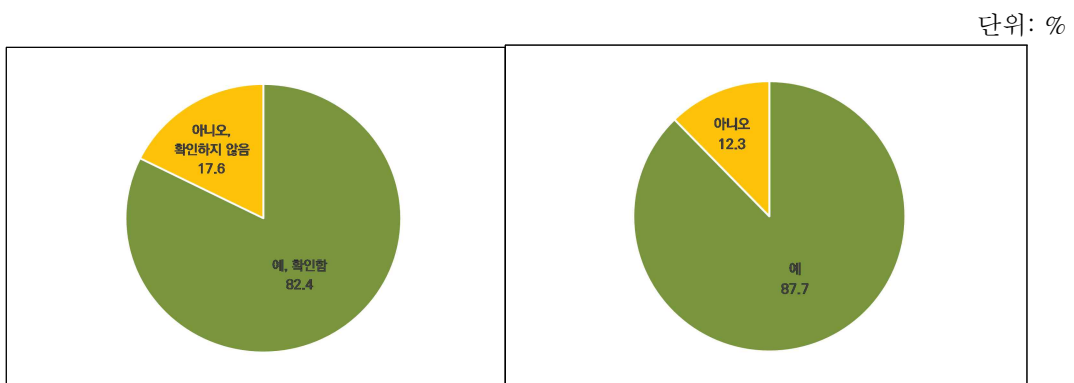
〈그림 3-11〉 소비자 가구의 김치 원료 국산 사용 의향



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

- 2020년 기준 상품김치 구입 시 사용된 김치 원료 원산지를 확인하는 소비자 응답 비중은 전체의 82.4%, 외식이나 급식에서 제공하는 김치를 먹을 때 김치 원료의 원산지 표시를 확인하는 소비자는 69.8%로 매우 높음.

〈그림 3-12〉 소비자 가구의 상품김치와 외식·급식 제공용 김치에 대한 원료 원산지 확인 여부



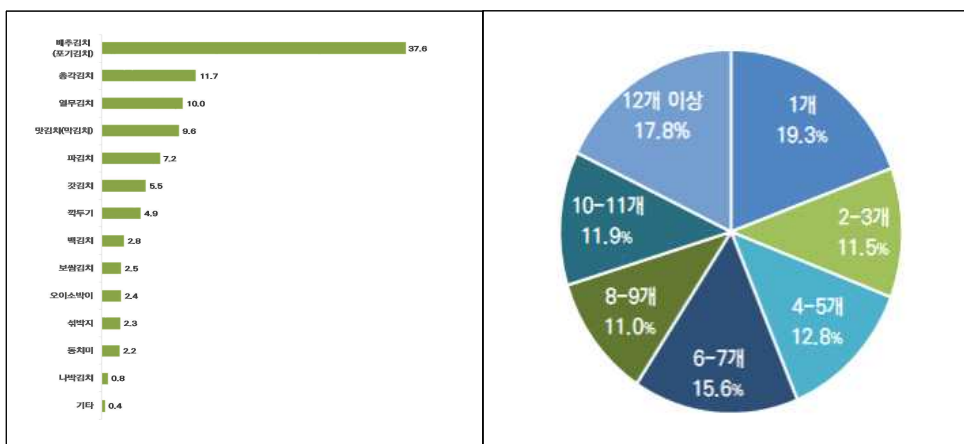
자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

▣ 상품김치의 종류 다양화, 배추김치 비중 점차 감소세

- 김치재료의 계절성 및 다양성, 다양한 맛 선호, 연령대별 김치 선호도 등으로 소비하는 김치 종류가 다양화되면서, 배추김치의 소비 비중이 점차 감소하고 있음. 이러한 소비트렌드에 맞춰서 김치제조업체도 여러 종류의 상품김치를 생산하는 추세임.
- 2019년 동안 소비한 김치 종류별 비중을 살펴보면, 배추김치(포기김치, 맛김치 등)가 72.0%로 가장 많았으며, 2020년에는 직접 담근 김치 종류로 배추김치(포기김치)가 전체의 26.7%, 깍두기(11.6%), 총각김치(11.0%), 열무김치(10.7%), 파김치(8.7%), 오이소박이(6.9%), 동치미(6.2%) 등의 순으로 나타남.
- 2020년 기준 단일 품목을 생산하는 김치 제조업체는 전체의 19.3%이며, 2~3개 품목을 생산하는 업체는 11.5%, 4~5개 12.8%, 6~7개 15.6%, 8~9개 11.0%, 10~11개 11.9%, 12개 이상의 품목은 17.8%로 나타남.

〈그림 3-13〉 소비자 가구의 구입한 상품김치 종류와 김치 제조업체의 생산 김치 종류 수

단위: %



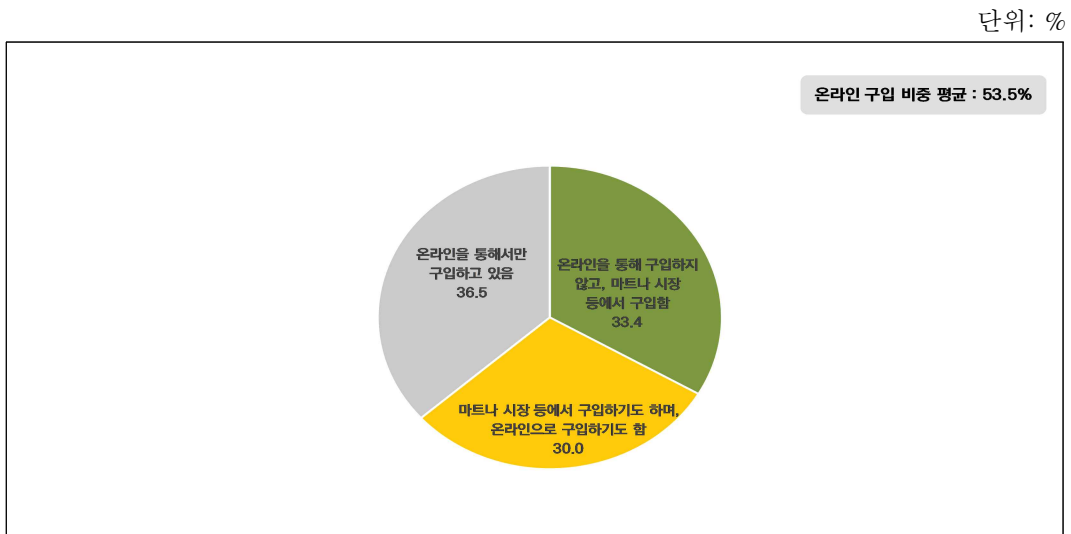
자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

▣ 국산 상품김치 온라인 구매 증가 추세

○ 2020년 기준 소비자가 국산 상품김치 구매 시 온라인을 통해 구입하는 비중은 평균 53.5%로 과반 이상을 점유하고 있음(2019년 온라인 구입 37.8%). 이는 최근 인터넷, 스마트폰 등 디지털 기술 발전과 함께 코로나 19로 인한 비대면 거래가 확대되고 있는 가운데 상품김치도 온라인 판매가 증가하고 있는 추세를 보여주고 있음.

- ‘온라인을 통해서만 구입’하는 응답 비중은 36.5%, ‘온라인을 통해 구입하지 않고 마트나 시장 등에서 구입’ 33.4%, ‘마트나 시장 등에서 구입하기도 하며 온라인을 통해서도 구입’하는 비중은 30.0%로 조사됨.
- 1인 가구(46.0%)보다는 2인 이상 가구(56.1%)의 평균 온라인 구입 비중이 더 높으며, 소득이 많을수록 김치의 온라인 구입 비중이 높아지는 경향을 보이고 있음.

〈그림 3-14〉 소비자 가구의 국산 상품김치 구입 시 온·오프라인 비중



주: 상품김치를 구입한 소비자 가구를 대상으로 산정한 수치임.
 자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

2. 김치산업 SWOT 분석

- 국내 김치산업은 내외부적, 구조적 문제에 직면하면서 국내외 상품김치 수요 증가와 시장의 확대에도 불구하고 경쟁력 있는 산업으로서 발전하지 못하고 있음.
- 국내 상품김치는 원료 수급 불안정과 낮은 가격 경쟁력, 값싼 중국산 김치 수입 확대로 시장경쟁력이 저하되고 있음. 그러나 최근 중국산 김치 수입이 지속되고 있으나 상품김치 수출 증가로 무역수지 흑자 현상을 나타내고 있음.
- 국내 김치산업은 영세·중소업체가 산업의 다수를 점하는 영세한 산업구조를 나타내고 있음. 김치산업의 경쟁력 강화를 위해서는 김치산업의 전반적 발전을 위해 영세·중소업체의 동반 성장이 이루어져야 할 것임.
- 인구사회학적 변화, 식생활 다양화 등으로 국민들의 김치 소비량이 지속적으로 감소하고 있다는 점도 위협요인임. 최근 식생활을 둘러싼 여건·환경 변화와 함께 김치를 사서 먹는 소비자들이 증가하면서 국내 상품김치 시장이 성장하고 있음. 그러나 국민들의 김치 소비량이 지속적으로 감소할 경우 장기적으로 상품김치 시장의 성장도 한계에 직면할 수 있음.
- 국내 김치산업이 국내 농산물의 수요처로서의 역할을 충분히 수행하기 위해서는 김치산업이 내외부적으로 직면한 문제들을 해결하고, 변화하는 시장여건 및 환경에 대응하면서 기존 시장을 확장하고, 새로운 수요를 창출함으로써 경쟁력 있는 산업으로 발전할 수 있을 것임.

〈그림 3-15〉 김치산업 SWOT 분석결과 및 추진 전략

	(S)강점 요인	(W)약점 요인
<p>(O)기회 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> 건강기능성 식품으로 세계 인지도 향상 식품안전성에 대한 관심 고조 국산농식품에 대한 높은 선호도 HMR 시장 규모 확대 수입김치 안전성 논란으로 국산 관심 확산 K팝, K드라마 등 세계적인 한류 열풍 김장문화 계승발전에 대한 공감대 형성 	<p>(S)강점 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> 김치종주국 한국김치에 대한 높은 인지도 김치산업진흥법, 기본계획 수립 등으로 관련 산업육성에 대한 법적 제도적 근거 확보 세계김치연구소를 통한 연구개발 기반 구축 HACCP 의무화로 위생설비 기반 구축 김치자조금 형성으로 업체중심 활동기반 구축 <p>SO전략 : 우선수행과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 국가명지리적표시제 도입 현지맞춤형 제품개발, 건강기능성 홍보 강화 자조금 확대, 국산 상품김치 홍보 강화 김치응용 HMR 등 신시장 개척 고안전성·고품질 프리미엄 김치 개발 김장문화보존기금 설치 추진 	<p>(W)약점 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> 대다수 영세업체, 소수 대기업간 경영 양극화 R&D, 환경개선 등의 투자여력 부족 김치제조공정의 높은 수작업 의존도 대부분 시설·설비의 낮은 자동화 수준 노동인력 수급 문제, 산업인력의 고령화 원재료의 불안정한 수급문제, 국산재료 사용에 대한 비용부담 <p>WO전략 : 우선보완과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 김치원료공급단지 조기 조성 및 안정적 운영 제조시설·설비 자동화 기술 및 장비 확충 지원 중소업체를 중심으로 저온저장시설 확충 지원 수출전문기업육성, 김치 마케팅보도 육성 김치수출단지 조성, 김치(수출)유통센터 설치 기능성 김치종균 개발 및 보급 확대
<p>(T)위협 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> 쌀소비 감소, 서구화된 식단, 저염식품 선호 핵가족화, 1인가구 증가 김치 기능자 감소, 김장문화 점차 소멸 수입김치 가격 및 품질경쟁력 상승 김치국적 논란 원재료 안전성 논란 고조 폐수, 쓰레기 처리 등 환경적 규제 강화 	<p>ST전략 : 리스크 해결과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 맛, 숙성도 등 등급표시, 김치품질표시제 개선 비건김치, 특수김치 등 다양한 유형, 다양한 채소 활용 김치 개발 품질유지기한 연장 기술 및 포장기술 개발 원재료 및 제조공정 안전성 강화(김치이력추적) 후계세대 김치소비 촉진 사업 추진 김치체험관 운영 	<p>WT전략 : 장기보완과제</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트공장 및 스마트HACCP 보급 확대 대기업·중소업체, 김치제조업체·외식업체간 상생협력과제 발굴 공동 구매, 공동판매 플랫폼 개발 절염염수 재사용 및 친환경처리기술 개발 전문인력 양성, 교육훈련 강화 김치자조금의 의무자조금화 ESG 경영 추진으로 지속가능한 김치산업 성장

3. 김치산업 전망

○ 2014년부터 2020년까지 김치생산량은 연평균 1.7% 증가하였으나, 김치 생산액은 김치 수출 증가로 5.3%로 더 크게 증가하였음. 김치 수출액은 코로나 19로 인해 김치가 면역력 증진식품으로 각광받으면서 연평균 15.2% 증가하였음.

○ 2029년까지 김치 생산량은 54.1만톤까지 증가하고, 수출량은 89.7만톤까지 증가할 것으로 예상됨.

〈표 3-22〉 2029년 김치생산실적 추정

단위: 톤, 십억원, 백만불

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	연평균 증감률	2029년
생산 현황	생산량	419,077	437,944	439,203	443,920	466,837	471,698	464,165	1.7%	541,054
	생산액	878	918	1,021	1,017	1,102	1,161	1,199	5.3%	1,915
매출 현황	국내 판매량	364,694	413,138	409,438	416,517	426,343	538,519	421,084	2.4%	522,431
	국내 판매액	917	1017	1089	1218	1216	1256	1319	6.2%	2,275
	수출량	20,064	22,453	22,824	23,032	26,389	28,942	36,521	10.5%	89,687
	수출액	59	68	73	80	92	108	137	15.1%	486

○ 향후 김치산업 변화에 대해 김치제조업체는 상품김치 시장 성장 전망에 대해 긍정적으로 인식하고 있었음. 특히 ‘향후 외식·급식용 국내산 상품김치 시장은 계속 성장할 것이다’(5점 척도 기준 평균 4.12점), ‘김치 수출은 계

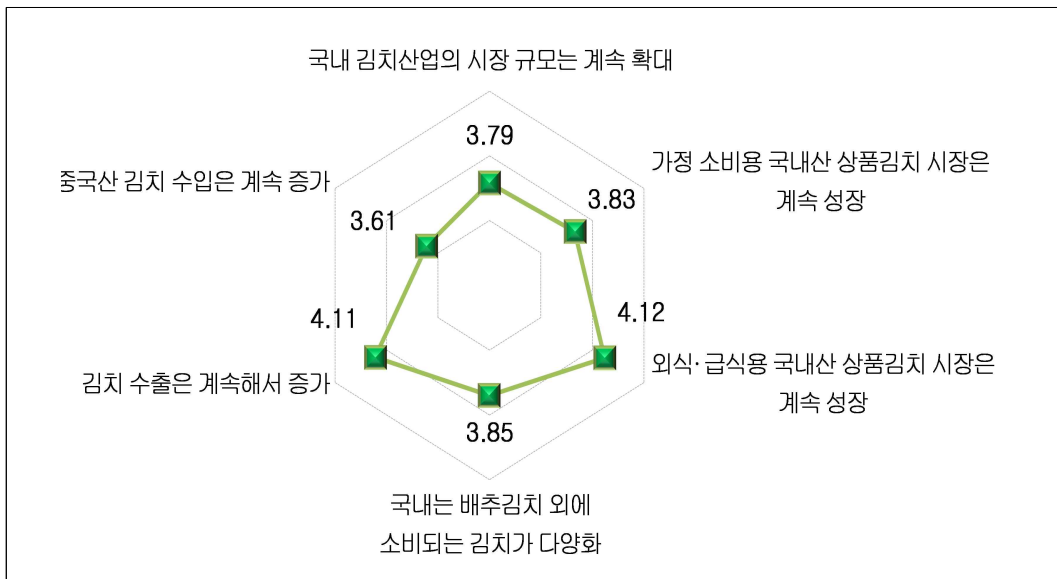
속해서 증가할 것이다’(4.11점)의 경우 4점 이상으로 평가하여 김치 제조업체가 외식·급식용 국내산 상품김치 시장과 국내 상품김치의 해외 수출에 대해서 상당히 긍정적으로 전망하고 있음.

- ‘중국산 김치 수입이 계속 증가할 것이다’(3.61점)에 대해서는 타 항목과 비교해 상대적으로 낮게 평가하였으나, 여전히 중국산 김치 수입이 어느 정도 증가할 것으로 내다보고 있는 것으로 조사됨.

- 이밖에 ‘가정 소비용 국내산 상품김치 시장은 계속 성장할 것이다’는 3.83점, ‘국내 김치산업의 시장 규모는 계속 확대될 것이다’는 3.79점으로 평가하여 가정 소비용 국내산 상품김치 시장과 국내 김치산업의 시장 규모가 어느 정도 확대될 것으로 전망하고 있음.

〈그림 3-16〉 김치 제조업체의 향후 김치산업 전망(5점 척도 기준)

단위: 점



주: 5점 척도로 설문조사하였으며, 1=‘전혀 그렇지 않음’, 3=‘보통’, 5=‘매우 그러함’임.

자료: 2020년 김치 제조업체 실태조사 결과.

가. 소비자가구의 상품김치 수요 증가

- 인구 규모 축소, 서구화된 식단 등으로 김치의 총소비량은 감소 추세이지만, 가정 내 자가 제조하는 가구 비중이 줄어드는 대신에 김치를 구매하는 소비자는 증가하고 있음. 김치를 구매하는 가구 비중은 2017년 10.5%에서 2018년 12.2%로 증가하였으며, 2019년에는 15.4%로 계속 늘어나고 있어 판매용 상품김치의 수요는 확대하고 있음.
 - 통계청 가계동향조사에서도 김치의 가구당 김치 월평균 지출액은 2000년 1,006원에서 2020년 3,357원으로 3배 이상 증가한 것으로 나타남.
- 향후 김치를 직접 담지 않거나 직접 담는 양을 줄이고 국산 상품김치를 구입할 계획인 소비자는 77%로 높게 나타나, 향후에 김치를 담는 가정은 감소하는 대신에 국산 상품김치 구입을 늘리는 가정은 더욱 증가할 것으로 예상됨.
- 이처럼 상품김치 수요가 확대되면서 김치 판매액은 2015년 1조 296억 원에서 2020년 1조 3,413억 원으로 연평균 5.4%의 신장률을 나타내면서 시장 규모가 매년 확대되고 있음. 향후에도 상품김치의 시장 규모는 소비패턴 변화 등으로 계속 성장세를 보일 것으로 전망됨.
- 소비자 가구가 김치 조달 방법을 '직접 담금'에서 '상품김치 구입'으로 전환하고 있는 것은 동거 가족수 감소, 가정내 식사 감소, 쌀밥 섭취량 감소 등에 따라 과거와 같이 주기적으로 많은 양의 김치를 담그고 장기 저장하는 것보다 수시로 시장에서 소량의 김치를 구입하는 것이 더 경제적이고 편리하기 때문임. 핵가족화 및 1인 가구의 증가, 여성의 사회활동 시간 증가, 김치 담금방법 대물림 기회의 감소 등에 따라 이러한 트렌드는 앞으로 더욱 가속화될 것으로 보임.

나. 국산김치 시장점유율 증가

○ 수입산 김치 수요는 외식업체 중심으로 확대될 가능성이 높은 가운데, 일반 소비자의 대부분(90.1%)은 수입 김치를 구입할 의향이 없는 것으로 조사되어, 수입산 김치에 대한 가정용 수요의 급속한 증가 요인은 나타나지 않고 있음. 즉, 국산 중심의 가정용 상품김치 시장 구조는 당분간 지속될 것으로 전망됨.

- 외식이나 급식에서 제공하는 김치를 먹을 때 김치 주요 원료의 원산지 표시를 확인하는 소비자는 69.8%로 확인하지 않는 소비자 30.2%에 비해 2배 이상 높게 나타남. 상품김치 원료의 원산지에 대한 소비자 의향은 ‘국내에서 생산되지 않는 품목을 제외하고는 모든 원료는 반드시 전량 국산을 사용해야 한다’는 비중이 83.5%로 대부분을 점유함.

○ 국산 김치 자율표시제를 도입할 의향이 있는 외식업체는 45.9%, 급식기관 비중은 72.4%로 나타나, 국산 김치 자율표시제 인증업체 확대를 통한 국산 김치 시장점유율이 증가할 것으로 예상됨.

다. 김치 수출 확대

○ 코로나19 발생 이후 면역력을 강화하려는 전 세계적인 노력들이 이어졌고, 그 과정에서 한국의 김치가 건강 기능성 식품이라는 인식이 확산되었음. 여기에 K-Pop, K-Culture가 대세로 자리 잡아 가면서 K-Food의 관심도 커졌으며, 대표적인 식품인 김치의 세계 인지도가 크게 향상되었음.

○ 이로 인해 김치 수출이 급증하게 되어 2020년 김치 수출량은 3만 9,748톤으로 4만 톤에 육박하는 등 2019년 대비 34.2%나 증가하였음. 이러한 김치 수출 증가세는 2021년에도 이어져 2020년보다 7.0% 증가하였으며,

2019년에 비하면 무려 43.6%나 신장되는 등 사상 처음으로 4만 톤을 넘어선 4만 2,544톤이 수출되었음.

- 이처럼 김치가 세계적으로 인지도가 높아지면서 수출이 크게 증가하고 있어 김치산업을 수출성장산업으로 육성할 호기를 맞이하고 있음. 김치 총 소비량이 식생활 변화 등으로 줄고 있지만, 대신 상품김치 수요는 증가하는 추세이며, 여기에 수출까지 지속적으로 증가한다면 김치산업이 지금보다 한층 더 성장할 것으로 전망됨.

4

「제3차 김치산업진흥종합계획」 정책 수요조사

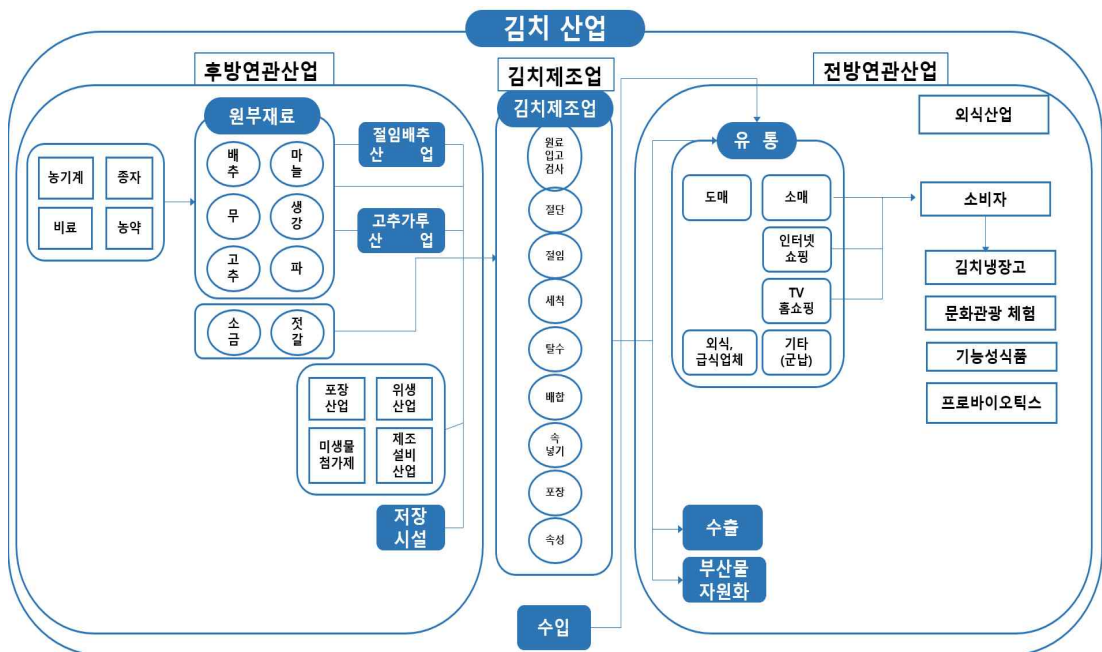
1. 제3차 종합계획의 주안점

- 김치산업진흥법 제1장 제2조(정의)에 따르면, “김치산업”이란 김치를 생산, 가공, 제조, 조리, 포장, 보관, 수송 또는 판매하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 것을 의미함. 따라서 제3차 종합계획에서 제시할 과제 범위도 김치 생산, 가공·제조, 유통·판매(수출입 포함) 등의 김치산업 벨류체인 범위가 될 것임.
- 제1차, 2차 기본계획과 김치산업육성방안(‘19년)의 세부과제 중 일정 수준 성과가 있었던 사업들은 사업규모를 확대하고, 성과가 저조한 사업들은 사업보완 및 개편하는 방향으로 제3차 기본계획을 수립할 것임.
- 김치산업진흥법에 근거한 추진과제를 발굴 및 검토하여, 기존에 시행되었던 사업들과 향후 필요한 사업들을 구분하고, 필요 사업들을 중심으로 신규 과제 도출할 것임.

- 2020년 김치산업실태조사를 활용하여, 김치사업자(제조업체), 김치수요자(외식업체, 급식업체, 소비자 가구)의 김치산업 실태 및 특성을 파악하고 향후 정책수요를 분석하여, 기존 사업의 평가 및 필요한 신규과제를 도출할 것임.
 - 김치제조업체는 대기업, 중소기업으로 구분하여 규모에 따른 정책수요를 조사
 - 김치수요자는 외식업체, 급식업체, 소비자가구로 구분하여 각 계층에 필요한 정책과제를 조사

- 김치산업 관계자들을 대상으로 한 FGI를 통해서 산업계의 애로사항 및 정책 수요에 대한 의견을 수렴하여 제3차 기본계획의 세부과제를 도출하고, 과제 추진체계를 제시할 것임.

〈그림 4-1〉 김치산업의 범위와 개념



2. 김치산업진흥법에 근거한 과제 발굴

- 「김치산업진흥법」 법조항에 근거한 과제 중에서 현재 추진하고 있는 사업과 향후 필요한 사업을 구분하여 정리한 결과는 <표4-1>과 같음.

- (제6조 김치업체 경영개선 지원) 김치재료 확보, 시설개선, 시장개척 또는 전문적 상담 등 관련 사업 추진을 위한 신규사업으로 1)김치공장 시설현대화·자동화 설비 지원(스마트팩토리사업), 2)공동브랜드, 공동판매사업, 3)ESG 경영 추진 등을 제안함.

- (제7조 농어업과의 연계 강화) 김치재료로 사용되는 농수산물의 안정적인 공급과 소비촉진을 위한 수급계획 수립·추진, 김치재료의 안정적 확보를 위한 신규사업으로 1)공동구매, 계약재배 확대, 2)김치원료공급단지 조성 및 운영 내실화 방안 등을 제안함.

- (제8조 제조기술 등의 연구개발) 김치의 품질향상, 포장, 저장, 제조기술 및 제조기기 등(이하 제조기술등)에 관한 연구개발, 제조기술등의 산업화 촉진 등을 위한 신규사업으로 1)스마트 제조공정 기술개발(무인 김치공장 등), 2)다양한 김치종류 개발, 3)김치응용 HMR 개발, 4)(수출용)김치포장재 개발 등을 제안함.

- (제9조 통계조사) 김치산업 관련된 생산·유통·소비 등에 관한 통계조사 실시 관련 신규사업으로, 통계활용 경진대회, 학술대회 등 통계조사의 활용도 제고 방안을 제안함.

- (제10조 연구·시험사업 등의 추진) 김치재료용 작물의 품종개발과 김치의

품질개선 등을 위한 연구·시험사업, 전통김치의 복원, 김치재료 생산 농어업인 및 제조 관련 종사자의 교육훈련 실시, 경영에 대한 전문적 상담 등 관련 신규사업으로 1)기후변화 대응 수요자 선호 반영 김치재료용 작물의 품종(종자) 개발(농촌진흥청 협업), 2)김치체험관(박물관) 건립 등을 검토할 수 있음.

- (제11조 교육훈련) 소비자 또는 관련 종사자를 대상으로 제조기술 등을 보급·전수하기 위한 교육훈련 실시, 교육훈련기관의 지정·운영 관련 신규사업으로 정규대학의 김치학과, 김치전공 신설 등을 검토할 수 있음.
- (제12조 전문인력 양성) 제조기술 등과 김치식문화 보급을 위한 전문인력 양성, 전문인력 양성기관 지정·관리 관련 신규사업으로 대학, 연구소 등을 전문양성교육기관으로 지정하는 방안을 검토할 수 있음.
- (제14조 김치유통센터 등의 지원) 김치의 포장·규격출하 및 홍보·판매 등을 촉진하기 위한 김치유통센터 또는 전문판매점 설치 운영 지원을 위한 신규사업으로 1)김치유통센터, 김치전문판매점 설치에 대한 수요 및 경제성 검토, 2)온라인 거점물류센터(플랫폼) 설립, 3)김치수출유통(물류)센터 설립 등을 발굴함.
- (제15조 품평회 개최) 김치대표상품 선정·육성을 위한 김치 품평회 개최 관련 신규사업으로 국민참여 품평회 개최 추진 등을 검토할 수 있음.
- (제16조 전통김치의 복원과 계승·발전) 전통김치의 제조기술을 복원 또는 계승하는 개인 또는 단체 지원, 전통김치 규격화의 기준과 표시방법 관련 신규사업으로 1)김치재료의 표준화, 2)100% 국산재료 사용 김치에 대한 ‘프리미엄 김치’ 인증제 도입 및 인센티브 제공 등을 검토할 수 있음.

- (제17조 세계화 촉진 등) 김치의 수출 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화 지원, 김치의 국제규격화 등 관련 신규사업으로 1)해외 현지에서 기능성표시식품으로 등록될 수 있도록 과학적 근거 확보 등 지원(관여성분 분석, 2)현지 바이어와 행정절차 준비 및 박람회 기능성표시식품 홍보관 참가 등), 3)수출용 김치에 기능성 표시 허용 추진(고부가가치 김치제조 유도), 4) 특수김치, 수출용 김치 개발 추진 등을 제안함.
- (제19조 김치자조금의 적립지원) 사업자단체가 자조금을 조성·운영하는 경우 농산물가격안정기금에서 보조금 지급 관련 신규사업으로 자조금 확대 방안, 의무자조금 전환방안 등을 검토할 수 있음.
- (제20조 김치문화의 계승·발전) 김치문화의 계승·발전을 위한 노력, 김치문화의 계승·발전 활동 수행 단체 지원 관련 신규사업으로 김장문화보존기금 조성 추진을 제안함.
- (제21조 품질인증) 「식품산업진흥법」 제22조에 따라 김치에 대한 품질인증 관련 신규사업으로 김치품질표시제 개정 추진을 제안함.
- (제22조 김치의 품질향상) 우수한 김치의 생산 촉진에 필요한 정책 및 기술개발, 김치의 수출경쟁력 향상과 수출국가의 기준에 적합한 제조공정 등의 연구·조사, 유통되는 김치(수입김치)에 대한 모니터링, 그밖에 김치의 품질관리 방법에 관하여 필요한 사항 관련 신규사업으로, 1)김치종균 만족도 평가 및 기능성 효과 검증 대내외적 홍보, 2)김치종균 활용 기능성제품 개발, 3)수입김치 HACCP 전면 의무화(수출량 1,000톤이상), 4)스마트 HACCP 적용기준 마련 및 적용 등을 제안함.

- (제23조 품질인증을 받은 김치의 우선구매) 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관이 김치를 구매하고자 할 때는 품질인증을 받은 김치를 우선적으로 구매 관련 신규사업으로, 관공서 기념품, 고향사랑기부제⁹⁾ 답례품, 명절선물 등으로 김치 선물하기 캠페인 추진 등을 제안함.
- (제24조 우수 김치재료 사용 촉진) 고품질 김치의 안정적 공급 확대를 위하여 우수관리인증농산물, 품질인증품, 지리적표시의 등록을 받은 제품, 무농약농산물·무농약원료가공식품 및 무항생제수산물등 인증을 받은 제품, 국가인증제도에 따라 인증을 받은 제품 등의 김치재료 사용을 촉진하는 시책 관련 신규사업으로, 1)친환경 및 유기농 재료 사용 업체에 정책자금 인센티브 제공, 2)우수 재료 사용 김치에 대한 ‘프리미엄 김치’ 인증제 도입 등을 제안함.
- (제24조의2 한국김치 등의 표시(2020.2 신설)) 김치와 그 용기·포장 등에 “한국김치” 또는 “대한민국김치” 등 한국 또는 대한민국이 들어가는 용어를 표시하고자 하는 자는 ‘농수산물품질관리법’에 따라 지리적표시의 등록을 하여야 한다는 조항을 실현하기 위해서 김치국가명지리적표시제 등록 추진 및 적극적 홍보사업 추진이 필요함.

⁹⁾ 개인이 지방자치단체에 기부하면 금액에 따라 일정 비율을 세액공제하는 제도로 고향사랑기부금에 관한 법률이 2021년10월 제정되어 2023년1월1일부터 시행된다.

〈표 4-1〉 「김치산업진흥법」에 규정된 과제 검토 결과

분야	법조문	「김치산업진흥법」 법조항	현재 추진 과제	향후 필요한 과제
경영	제6조 김치업체 경영개선 지원	<ul style="list-style-type: none"> •김치재료 확보, 시설개선, 시장개척 또는 전문적 상담 등 	<ul style="list-style-type: none"> •‘식품외식종합자금’ ‘시설현대화 자금 지원 •‘김치원료공급단지’ 조성(2022년~2025년) 	<ul style="list-style-type: none"> •김치공장 시설현대화자 동화 설비 지원(스마트팩토리사업) •공동브랜드, 공동판매사업 •ESG 경영 추진
재료	제7조 농어업과의 연계 강화	<ul style="list-style-type: none"> •김치재료로 사용되는 농수산물의 안정적인 공급과 소비촉진을 위한 수급계획 수립·추진 •김치재료의 안정적 확보를 위하여 공동구매, 계약재배 등 지원 	<ul style="list-style-type: none"> •김치협회와 산지유통조직 및 농가 간 계약재배 및 수매자금 지원(노지채소수급안정자금 100억 원까지) •김치업체에 원료매입자금 지원을 890억 원까지 확대 •신선채소조합과 김치협회의 연계를 통한 국산 김치원료 공동구매 및 구매보증보험 지원(2억5천만원까지) •국산김치 매출액 등을 평가해 김치업체에 대한 저온유통시설을 위한 물류, 인건비, 시설자금 등 지원 •김치원료공급단지 조성 중 	<ul style="list-style-type: none"> •김치원료공급단지 조성 및 운영 내실화 방안
R&D	제8조 제조기술 등의 연구개발	<ul style="list-style-type: none"> •김치의 품질향상, 포장, 저장, 제조기술 및 제조기기 등(이하 제조기술등)에 관한 연구개발 •제조기술등의 산업화 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> •세계김치연구소 R&D 사업 추진 	<ul style="list-style-type: none"> •스마트 제조공정 기술개발(무인 김치공장 등) •다양한 김치종류 개발 •김치응용 HMR 개발 •(수출용)김치포장재 개발
통계	제9조 통계조사	<ul style="list-style-type: none"> •김치산업 관련된 생산유통·소비 등에 관한 통계조사 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •김치산업실태조사 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •통계조사의 활용도 제고

자료: 저자 작성

〈표 4-1〉 「김치산업진흥법」에 규정된 과제 검토 결과(계속)

분야	법조문	「김치산업진흥법」 법조항	현재 추진 과제	향후 필요한 과제
R&D	제10조 연구 시험사업 등의 추진	<ul style="list-style-type: none"> ●김치재료용 작물의 품종 개발과 김치의 품질개선 등을 위한 연구·시험사업 ●전통김치의 복원 ●김치재료 생산 농어업인 및 제조 관련 종사자의 교육훈련 실시 ●경영에 대한 전문적 상담 	<ul style="list-style-type: none"> ●김치품질표시제(맛, 숙성도) 연구·시험사업 ●교육훈련기관 지정, 전문인력양성기관 지정 ●세계김치연구소 현장애로기술지원 	<ul style="list-style-type: none"> ●기후변화 대응 수요자 선호 반영 김치재료용 작물의 품종(종자) 개발 (농촌진흥청) ●김치체험관(박물관) 건립 검토 (수도권 인근)
인력	제11조 교육 훈련	<ul style="list-style-type: none"> ●소비자 또는 관련 종사자를 대상으로 제조기술 등을 보급·전수하기 위한 교육훈련 실시 ●교육훈련기관의 지정·운영 	<ul style="list-style-type: none"> ●(‘21)교육훈련기관 지정 현황(20개소) 	<ul style="list-style-type: none"> ●대학 김치학과, 김치전공 신설 검토
인력	제12조 전문인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> ●제조기술 등과 김치식문화 보급을 위한 전문인력 양성 ●전문인력 양성기관 지정·관리 	<ul style="list-style-type: none"> ●(‘21)전문인력 양성기관 지정 현황(4개소) 	<ul style="list-style-type: none"> ●양성기관으로 전문교육기관 지정
R&D	제13조 세계 김치연구소	<ul style="list-style-type: none"> ●김치연구소의 설립과 효율적인 운영·관리 지원 	세계김치연구소 지원	
유통	제14조 김치 유통센터 등의 지원	<ul style="list-style-type: none"> ●김치의 포장·규격출하 및 홍보·판매 등을 촉진하기 위한 김치유통센터 또는 전문판매점 설치 운영 지원 	-	<ul style="list-style-type: none"> ●김치유통센터, 김치전문판매점 설치에 대한 수요 및 경제성 검토 ●온라인 거점물류센터(플랫폼) 설립 ●김치수출유통(물류)센터 검토
소비 홍보	제15조 품평회 개최	<ul style="list-style-type: none"> ●김치대표상품 선정·육성을 위한 김치 품평회 개최 	<ul style="list-style-type: none"> ●배추김치 및 무김치 대상 품평회 개최(농림축산식품부, 한국농수산물유통공사 주최, (사)한국소비자단체협의회 주관) 	<ul style="list-style-type: none"> ●국민참여 품평회 개최

자료: 저자 작성

〈표 4-1〉 「김치산업진흥법」에 규정된 과제 검토 결과(계속)

분야	법조문	「김치산업진흥법」 법조항	현재 추진 과제	향후 필요한 과제
소비 홍보	제16조 전통 김치의 복원 과 계승·발전	<ul style="list-style-type: none"> •전통김치의 제조기술을 복원 또는 계승하는 개인 또는 단체 지원 •전통김치 규격화의 기준과 표시방법 	<ul style="list-style-type: none"> •(사)대한민국김치협회 지원 •전통식품품질인증 기준 준용 •김치식품영양성분 표시제(‘식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행규칙 개정공포(‘21.5) 	<ul style="list-style-type: none"> •김치재료의 표준화, 100% 국산재료 사용 김치에 대한 ‘프리미엄 김치’ 인증제 도입, 인센티브 제공
수출	제17조 세계 화 촉진 등	<ul style="list-style-type: none"> •김치의 수출 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화 지원 •김치의 국제규격화 	<ul style="list-style-type: none"> •‘01년 국제식품규격 코덱스 규격화 	<ul style="list-style-type: none"> •해외 현지에서 기능성표시식품으로 등록될 수 있도록 과학적 근거 확보 등 지원(관여성분 분석, 현지 바이어와 행정절차 준비 및 박람회 기능성표시식품 홍보관 참가 등) •수출용 김치에 기능성 표시 허용 추진(고부가가치 김치제조 유도) •특수김치, 수출용 김치 개발 노력
거버 넌스	제18조 사업 자단체의 설 립	<ul style="list-style-type: none"> •사업자단체(법인) 설립, 단체의 정관 및 지도·감독·운영지원 	(사)대한민국김치협회 설립(2012.1.11.) -회원수 111개소(‘22.5)	
거버 넌스	제19조 김치 자조금의 적 립지원	<ul style="list-style-type: none"> •사업자단체가 자조금을 조성·운영하는 경우 농산물가격안정기금에서 보조금 지급 	(사)대한민국김치협회의 김치자조금사업 운영(‘20)5억원→(‘22)10억원	<ul style="list-style-type: none"> •자조금 확대 방안
문화	제20조 김치 문화의 계승 발전	<ul style="list-style-type: none"> •김치문화의 계승·발전을 위한 노력 •김치문화의 계승·발전 활동 수행 단체 지원 	<ul style="list-style-type: none"> •김치의 수출 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화 •김치의 국제규격화 	<ul style="list-style-type: none"> •김장문화보존기금 조성
홍보	제20조의2 김치의 날 (2020.2 신 설)	<ul style="list-style-type: none"> •매년 11월 22일을 ‘김치의 날’로 제정 •김치의날 취지에 맞는 행사와 교육 및 홍보 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •김치의 날 행사(기념식 및 김장대전 등) 	<ul style="list-style-type: none"> •오프라인/온라인 병행 •세계적 행사 추진
품질	제21조 품질 인증	<ul style="list-style-type: none"> •「식품산업진흥법」제22조에 따라 김치에 대한 품질인증 	<ul style="list-style-type: none"> •김치품질표시제 연구개발 및 개정 추진 	<ul style="list-style-type: none"> •김치품질표시제 개정 추진

자료: 저자 작성

〈표 4-1〉 「김치산업진흥법」에 규정된 과제 검토 결과(계속)

분야	법조문	「김치산업진흥법」 법조항	현재 추진 과제	향후 필요한 과제
품질 기술	제22조 김치의 품질향상	<ul style="list-style-type: none"> •우수한 김치의 생산 촉진에 필요한 정책 및 기술개발 •김치의 수출경쟁력 향상과 수출국가의 기준에 적합한 제조공정 등의 연구조사 •유통되는 김치(수입김치)에 대한 모니터링 •그밖에 김치의 품질관리 방법에 관하여 필요한 사항 	<ul style="list-style-type: none"> •우수 김치종균 보급사업, 김치종균생산시설 구축 •김치에 사용되는 소금 원산지 표시 의무화('20) 	<ul style="list-style-type: none"> •김치종균 만족도 평가 및 효과 검증 대내외적 홍보 •김치종균 활용 기능성제품 개발 •수입김치 HACCP 전면 의무화(수출량 1,000톤 이상) •스마트 HACCP 적용기준 마련 및 적용
품질 홍보	제23조 품질인증을 받은 김치의 우선 구매	「공공기관의 운영에 관한 법률」제4조에 따른 공공기관이 김치를 구매하고자 할 때는 품질인증을 받은 김치를 우선적으로 구매	•군납, 학교, 공공급식 우선 구매	•관공서 기념품, 고향사랑기부제 답례품, 관공서 명절선물로 김치 선물 캠페인 추진
재료	제24조 우수 김치재료 사용 촉진	<ul style="list-style-type: none"> •고품질 김치의 안정적 공급 확대를 위하여 우수관리인증산물, 품질인증품, 지리적표시의 등록을 받은 제품, 무농약농산물·무농약원료가공식품 및 무항생제수산물등 인증을 받은 제품, 국가인증제도에 따라 인증을 받은 제품 등의 김치재료 사용을 촉진하는 시책 추진 	<ul style="list-style-type: none"> •국산김치원료 구매업체에 2억5천만원까지 구매보증보험 지원 •품평회에서 대표상품으로 선정된 김치사업자 및 우수 김치재료를 사용하는 김치사업자 등에게 경영개선에 필요한 김치재료 확보, 시설 개선, 판로 개척 등에 필요한 자금 지원 •주원료가 100% 국산인 경우 농식품 수출물류비 지원 	<ul style="list-style-type: none"> •친환경 재료 사용 업체에 정책 인센티브 •우수 재료 사용 김치에 대한 '프리미엄 김치' 인증제
문화	제24조의2 한국김치 등의 표시 (2020.2 신설)	김치와 그 용기·포장 등에 “한국김치” 또는 “대한민국김치” 등 한국 또는 대한민국이 들어가는 용어를 표시하고자 하는 자는 ‘농수산물품질관리법’에 따라 지리적표시의 등록을 하여야 한다	•김치국가명지리적표시제 추진중	•김치국가명지리적표시제 추진, 홍보

자료: 저자 작성

3. 「김치산업실태조사」 분석을 통한 정책수요 도출

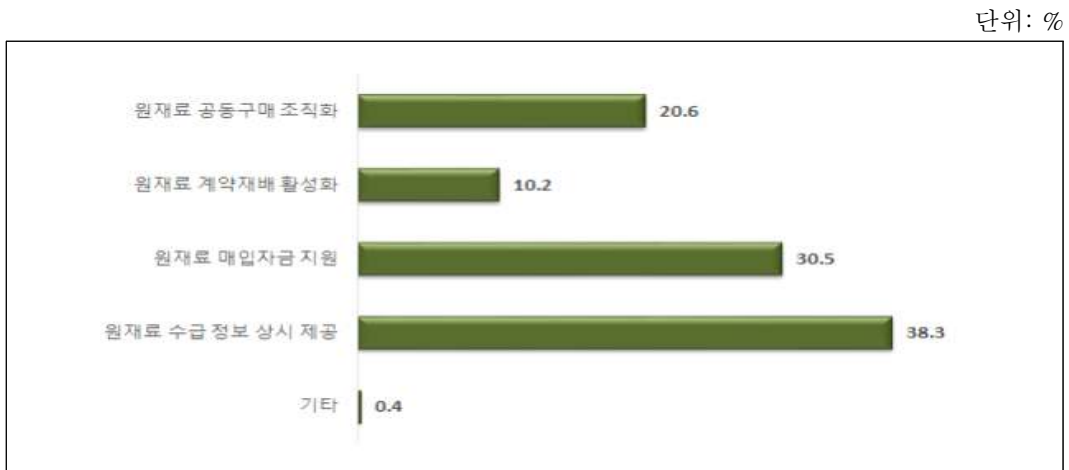
3.1. 공급부문의 정책수요

1) 품질이 보장된 원재료의 안정적인 조달시스템 구축

○ 김치 제조업체가 김치 원재료 조달 단계에서 가장 필요하다고 인식하는 지원 항목은 ‘원재료 수급 정보 상시 제공’(38.3%)이며, 다음으로 ‘원재료 매입자금 지원’(30.5%), ‘원재료 공동구매 조직화’(20.6%), ‘원재료 계약재배 활성화’(10.2%) 등의 순으로 나타남.

○ ‘원재료 매입 자금 지원’에 대한 수요는 김치 판매액이 30억 원 이하의 업체에서 그 이상의 업체에 비해 높은 비중을 나타내며, ‘원재료 수급 정보 상시 제공’은 100억 원 초과 업체의 비중이 가장 높음.

〈그림 4-2〉 김치제조업체의 김치 원재료 조달 단계 필요 지원 항목



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

〈표 4-2〉 판매액 규모별 김치제조업체의 김치 원재료 조달 단계에서 정부 지원 필요 항목

단위: 개소, %

구분	업체 수	원재료 공동구매 조직화	원재료 계약재배 활성화	원재료 매입자금 지원	원재료 수급 정보 상시 제공	기타	계	
전체	538	20.6	10.2	30.5	38.3	0.4	100	
김치 판매 실적	10억 원 이하	313	20.4	8.6	28.8	41.9	0.3	100
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	20.1	9.7	43.3	26.1	0.7	100
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	22.7	21.2	18.2	37.9	0.0	100
	100억 원 초과	25	20.0	4.0	16.0	60.0	0.0	100

자료: 2021년 김치 제조업체 실태조사 결과.

○ 김치제조업체의 애로사항 조사에서 가장 큰 어려움은 ‘원재료 가격 불안정’(43.8%), ‘원재료 안정적 물량 확보’(25.0%), ‘생산인력 확보’(11.8%), ‘원재료 품질 일관성’(8.8%) 등의 순으로 나타남.

– 김치 판매액 규모와 상관없이 원재료 가격 불안정과 원재료의 안정적 물량 확보는 가장 큰 어려움으로 지적되고 있음.

〈그림 4-3〉 김치제조업체의 김치제조 시 애로사항

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

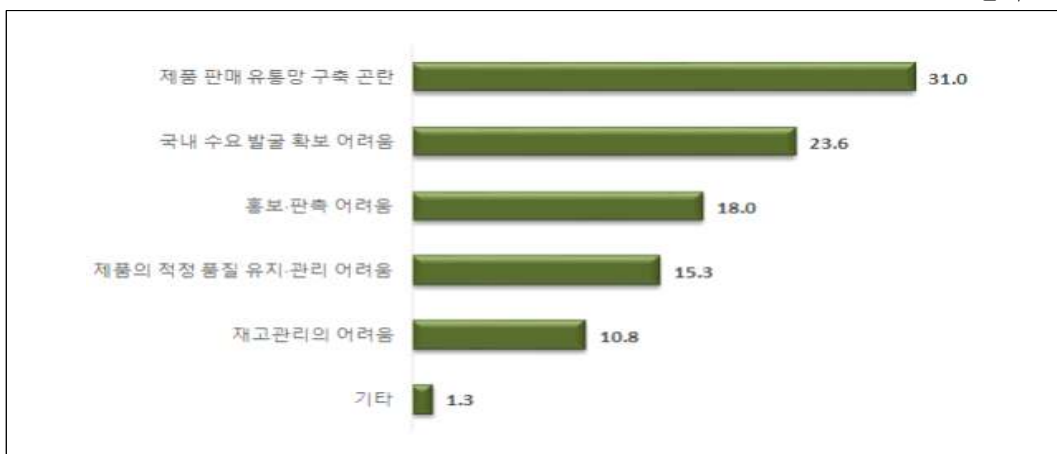
- 김치제조업체의 원재료별 조달 경로를 살펴보면, 배추의 경우 산지 농가나 영농조합법인 등과 직거래를 통해 조달하는 비중이 50.0%, 농수산물 도매시장은 31.7%, 개인 도매상 6.2% 등의 순으로, 직거래 비중이 절반정도 차지하고 있음.
- 그러나 가격변동과 상관없이 안정적인 원재료 물량을 조달하기 위해서는 계약재배에 의한 직거래 물량을 70~8%까지 확대할 필요가 있으며, 확보된 원재료 물량이 김치제조업체에게 안정적으로 조달될 수 있는 공급체인 시스템 구축이 필요함.

2) 김치 판매 유통망 확대 전략(김치 판매 전용 온라인 플랫폼 구축)

- 김치 제조업체가 국내 판매 과정에서 직면하고 있는 가장 큰 어려움은 제품 판매 유통망 구축(31.0%), 국내 수요 발굴(23.6%), 홍보·관측(18.0%), 제품 품질 유지·관리(15.3%), 재고관리(10.8%) 등의 순으로 나타남.
 - 특히, 100억원 이상 업체에 비해서 중소규모 업체에서 제품판매 유통망 구축의 어려움을 더 많이 호소하고 있음.

〈그림 4-4〉 김치제조업체의 김치 국내 판매 시 애로사항

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

- 온라인 채널을 통한 김치판매가 증가하고 있는 시점에서 온라인 김치 판매 유통망 구축에 대한 수요도 증가하고 있음. 따라서 김치판매 전용 온라인 플랫폼 구축에 대해서 검토할 필요가 있음.

3) 김치유통센터 건립을 통한 김치의 적정 품질유지·관리 방안 강구

- 김치 판매액이 100억 원을 초과하는 업체의 경우 ‘제품 판매 유통망 구축 곤란’(18.4%)보다는 ‘제품의 적정 품질 유지·관리의 어려움(30.6%)’과 ‘국내 수요 발굴의 어려움(24.5%)’이 크다고 응답함.
- 대기업을 중심으로 유통단계에서 김치 완제품에 대한 품질유지·관리를 위한 김치유통센터에 대한 수요가 있음. 따라서 김치 맞춤형 유통시스템 기반 구축의 일환으로 김치유통센터 건립을 검토할 필요가 있음.

〈표 4-3〉 판매액 규모별 김치제조업체의 김치 국내 판매 과정상 애로사항

단위: 개소, %

구분	업체 수	제품 판매 유통망 구축 곤란	국내 수요 발굴 확보 어려움	홍보·판촉 어려움	제품의 적정 품질 유지·관리 어려움	재고 관리 어려움	기타	계	
전체	538	31.0	23.6	18.0	15.3	10.8	1.3	100	
김치 판매 실적	10억 원 이하	313	31.5	21.2	19.6	16.3	10.7	0.9	100
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	30.0	26.0	18.0	11.2	13.2	1.6	100
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	35.8	30.1	11.4	13.0	9.8	0.0	100
	100억 원 초과	25	18.4	24.5	16.3	30.6	2.0	8.2	100

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

4) 김치재료 저장 및 제품 보관을 위한 저온저장시설 확충 지원

○ 평균적으로 김치제조업체가 보유하고 있는 저온저장고 면적의 62%는 원재료 보관용으로, 38%은 제품 보관용으로 사용하고 있음. 원재료 보관용 저온저장고의 업체당 평균 보유 면적은 256.7㎡(77.7평)이며, 자가로 보유하고 있는 업체는 전체의 79%임.

- 김치 판매액 규모가 클수록 원재료 보관용 저온저장고의 자가 보유율이 높고 평균 면적이 커지는 경향이 뚜렷하며, 영세업체와 대기업간 격차가 큼.

○ 제품 보관용 저온저장고의 경우 업체당 평균 보유 면적이 164.2㎡(49.7평)로 원재료 보관용에 비해 상대적으로 작은 편이며, 김치 판매액 규모가 클수록 면적이 커지는 경향이 뚜렷함.

〈표 4-4〉 김치제조업체의 저온저장고 용도별 면적 현황

단위: 개소, ㎡

구분	총 면적			업체당 평균 면적								
				원재료 보관용						제품 보관용		
	원재료 보관용	제품 보관용	계	자가		임대		계		업체 수	면적	
				업체 수	면적	업체 수	면적	업체 수	면적			
전체	123,204.6	75,871.1	199,075.7	426	262.0	60	193.1	480	256.7	462	164.2	
김치 판매실적	10억 원 이하	30,142.0	24,051.4	54,193.4	226	103.1	40	170.8	263	114.6	246	97.8
	10억 원 초과~ 30억 원 이하	33,507.4	16,603.1	50,110.5	114	262.1	15	241.8	127	263.8	127	130.7
	30억 원 초과~ 100억 원 이하	31,528.3	18,339.4	49,867.7	63	485.1	4	240.9	66	477.7	64	286.6
	100억 원 초과	28,026.9	16,877.2	44,904.1	23	1,211.4	1	165.0	24	1,167.8	25	675.1

주: 원재료 보관용의 경우 자가 소유와 임대 두 가지 모두 보유한 경우가 있어 복수 응답 기준임.

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

5) 김치 제조시설·설비 자동화 사업 추진 및 지원

- 김치 제조단계에서 가장 필요한 지원 항목으로는 ‘시설/설비 자동화·현대화’(34.7%), ‘제품/포장/기술 등 연구 및 개발 지원’(26.7%), ‘공동 원재료 저장 시설 구축’(23.5%) 등의 순으로 조사됨.
- ‘시설/설비 자동화·현대화’는 김치 판매액 규모에 상관없이 정책적 수요가 높으며, ‘제품/포장/기술 등 연구 및 개발지원’은 100억 원 초과 업체에서 응답 비중이 42.0%로 가장 높음. ‘공동 원재료 저장시설 구축’은 10억 원 이하의 소규모 업체가 26.2%로 다른 규모에 비해 높은 편임.
- 김치 판매액이 클수록 제조공정별 시설·설비의 자동화율이 높아지는 경향을 보이나, 판매액 규모와 상관없이 자동화가 미흡한 공정은 절단된 재료의 이물 등을 제거하는 원료 선별공정과 포기김치의 속냉기 공정으로 나타남.

〈그림 4-5〉 김치제조업체의 김치제조 단계 필요 지원 항목

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

〈표 4-5〉 판매액 규모별 김치제조 단계에서 정부 지원 필요 항목

단위: 개소, %

구분	업체 수	시설/설비 자동화·현대화	공동원재료 저장 시설 구축	제품/포장/기술 등 연구 개발 지원	경영 지도 및 컨설팅	기술 지도 및 컨설팅	위생 관리 지도 및 컨설팅	생산 및 연구 개발 인력 양성	기타	
전체	538	34.7	23.5	26.7	4.0	5.0	2.5	3.6	0.1	
김치 판매 실적	10억 원 이하	313	31.6	26.2	26.7	4.7	4.9	3.2	2.5	0.2
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	41.3	18.3	22.2	2.0	7.1	1.6	7.5	0.0
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	36.2	23.1	29.2	4.6	2.3	2.3	2.3	0.0
	100억 원 초과	25	34.0	18.0	42.0	4.0	2.0	0.0	0.0	0.0

자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

6) 수출전담 조직 육성 및 해외현지화 전략 추진

- 김치 수출단계에서 가장 필요한 지원 항목은 ‘해외 홍보·판촉’(26.9%), ‘해외 공동마케팅’(24.1%), ‘전문 수출업체 육성’(15.7%), ‘수출용 제품/포장/기술 등 연구 및 개발 지원’(10.2%), ‘수출 브랜드화’(8.8%) 등의 순임.

〈그림 4-6〉 김치제조업체의 김치 해외 수출 단계 필요 지원 항목

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

〈표 4-6〉 판매액 규모별 김치제조업체의 김치 해외 수출 단계에서 정부 지원 필요 항목

단위: 개소, %

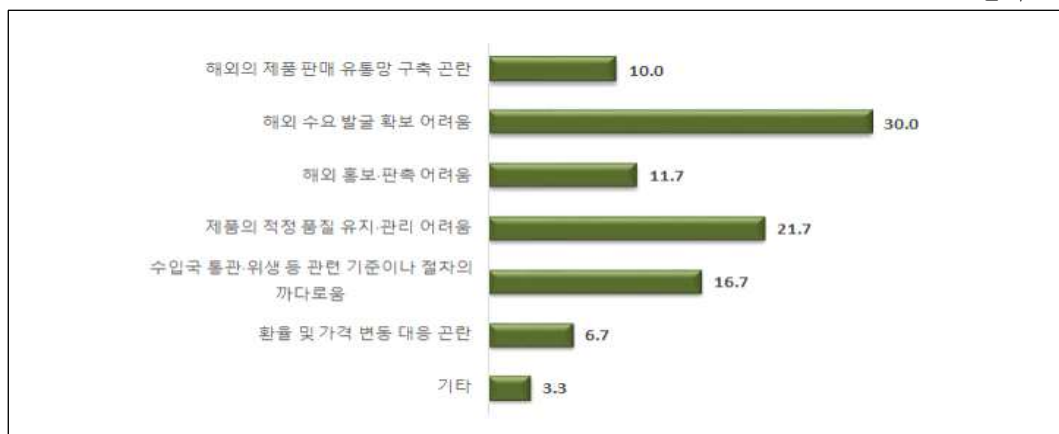
구분	업체 수	해외 공동 마케팅	전문 수출 업체 육성	검역·통관 자문	해외 홍보·판촉	수출 브랜드화	해외 온라인 플랫폼 구축	수출 대상국 소비자 선호도 조사	수출용 제품/포장 기술 등 연구·개발 지원	기타	
전체	538	24.1	15.7	5.5	26.9	8.8	2.9	5.5	10.2	0.4	
김치 판매 실적	10억 원 이하	313	23.5	17.2	6.2	25.3	10.8	3.0	6.0	7.7	0.3
	10억 원 초과~30억 원 이하	134	24.1	14.9	2.4	30.5	6.4	3.2	5.2	12.9	0.4
	30억 원 초과~100억 원 이하	66	29.9	11.8	6.3	29.1	3.9	2.4	2.4	13.4	0.8
	100억 원 초과	25	16.3	12.2	10.2	22.4	8.2	2.0	8.2	20.4	0.0

자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 김치제조업체 가운데 수출 실적이 있는 업체가 판단하는 수출 과정상 가장 큰 애로사항으로는 ‘해외 수요 발굴 확보 어려움’(30.0%), ‘제품의 적정 품질 유지·관리 어려움(21.7%)’, ‘수입국 통관·위생 등 관련 기준이나 절차의 까다로움(16.7%)’ 등의 순임. 특히, 100억 원 초과 업체는 ‘해외의 판매 유통망 구축’에 대한 정책적 수요가 높은 편임.

〈그림 4-7〉 김치제조업체의 김치 수출 시 애로사항

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산물유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

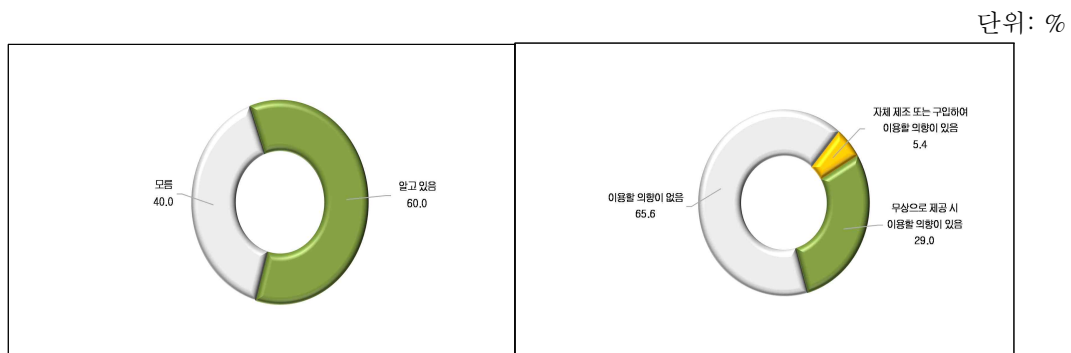
7) 김치종균 효과 검증 및 홍보 확대

○ 김치의 맛을 향상시키거나 김치 품질 유지기한을 연장하는 등의 기능을 갖는 김치 종균에 대해 알고 있다고 응답한 김치 제조업체의 비중은 60.0%로, 비교적 김치 종균의 인지도는 높은 편임.

○ 그러나 김치 제조업체 가운데 향후 김치 종균을 이용할 의향이 없는 업체는 전체의 65.6%로 절반이상의 업체들이 김치 종균 사용의 필요성을 체감하고 있지 못하고 있음.

- 김치 종균의 향후 이용 의향은 김치 판매액이 많을수록 높는데, 100억 원 초과 업체의 이용 의향 비중은 76.0%에 달함.

〈그림 4-8〉 김치 제조업체의 김치 종균 인지 여부와 향후 김치 종균 이용 의향



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 김치 맛 향상, 품질 유지기한 연장, 품질 균일화 등의 기능성을 강화한 김치 종균 개발이 필요하며, 김치제조업체의 종균 사용의 효과를 체감할 수 있도록 연구개발 및 검증을 강화하며 적극적인 홍보 전략이 필요함.

3.2. 수요부문의 정책수요

1) '국산 김치 자율표시제' 인증업체에 대한 인센티브 제공

- 외식업체 가운데 국산 김치 자율표시제를 인지하고 있는 업체 비중은 34.5%, 미 인지는 65.5%로 나타나 아직은 인지도가 높지 않은 편임.

〈그림 4-9〉 조사 대상 외식업체의 국산 김치 자율표시제 인지 여부 및 도입 의향

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

- 국산 김치 자율표시제를 도입할 의향이 있는 외식업체는 45.9%로 과반에 미치지 못하고 있음.
 - 100~299명 이하의 대규모 업체의 국산 김치 자율표시제 도입 의향이 40.0%로 가장 낮음. 또한 독립 운영 업체의 제도 도입 의향 비중이 47.3%로 나타나 프랜차이즈 본사 직영 43.0%, 프랜차이즈 가맹점 41.0%에 비해 상대적으로 다소 높은 수준임.
- 국산 김치 자율표시제도의 확산을 통한 국산 김치 시장규모 확대를 위해서는 특히 대규모업체와 프랜차이즈 가맹점을 대상으로 국산 김치 자율표시제도 집중 홍보 강화 및 인증에 따른 인센티브 제도 마련 필요함.

2) 온라인 판매처, 반찬가게 등 신유통채널의 원산지 단속 강화

- 국립농산물품질관리원의 품목별 원산지 표시 위반 적발 실적에서 배추김치의 거짓표시와 미표시가 가장 많이 적발되고 있는 상황에서 국산 김치에 대한 소비자 신뢰 확보를 위해서는 김치 원산지 단속을 강화할 필요가 있음.

〈표 4-7〉 품목별 원산지 표시 위반 적발 실적(135품목 2,055건, 2021년 상반기(1~6월))

순위	품명	적발건수			물량(톤)			건수비율(%)
		계	거짓표시	미표시	계	거짓표시	미표시	
1	배추김치	420	278	142	148.1	138.9	9.2	20.4
2	돼지고기	290	158	132	368.0	348.3	19.7	14.1
3	쇠고기	198	100	98	78.5	78.0	0.5	9.7
4	화훼류	109	8	101	1.5	0.2	1.3	5.3
5	콩	101	51	50	44.9	44.7	0.2	4.9
6	쌀	90	33	57	17.6	14.9	2.7	4.4
7	닭고기	65	21	44	52.8	51.7	1.1	3.2
8	두부류	57	18	39	669.0	643.8	25.2	2.8
9	떡류	52	29	23	3,061.6	3043.1	18.5	2.5
10	땅콩	48	7	41	2.3	1.7	0.6	2.3
	기타	625	145	480	6,699.1	888.9	5810.2	30.4
합계	135 품목	2,055	848	1,207	11,143.4	5,254.2	5,889.2	100

자료: 국립농산물품질관리원 홈페이지(www.naqs.go.kr)

- 소비자가 온라인에서 국산 상품김치를 구매할 때 주로 이용하는 구입처는 ‘온라인 종합쇼핑몰’이 37.8%、‘온라인 대형마트몰’ 31.3%、‘김치 제조업체 운영 온라인쇼핑몰’ 17.8% 등으로 이들 구입처가 전체의 86.9%를 점유하며, 수입김치의 구입처로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 38.1%로 가장 큰 비중을 보임.
- 소비자가 마트나 시장에서 국산 상품김치를 구매할 때 주로 구입하는 장소는 ‘대형유통업체’가 37.5%、‘반찬전문점(반찬가게)’이 13.3%로, 반찬가게는 국산 상품김치 구매 장소로 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있음.

○ 김치 원산지 관리의 필요성에 대한 공감대가 형성되고 있는 가운데 최근 김치 판매가 증가하고 있는 온라인 판매처와 반찬가게 등 신유통 채널에 대한 원산지 단속 강화가 필요함. 철저한 원산지 단속을 통해서 국산 김치 안전성에 대한 신뢰 확보 및 지속가능한 한국김치 브랜드 위상을 제고할 필요가 있음.

- 반찬가게 영업자는 김치·절임식품과 같은 농림축산식품부장관이 원산지를 표시하도록 정한 농·수산물의 가공품을 판매하거나 가공하는 해당 농수산물 및 그 가공품의 원료에 대해 원산지를 표시해야 함.

〈참고자료〉 농수산가공품의 원산지 표시 관련 법령

농수산가공품의 원산지 표시

다음의 농수산물 또는 그 가공품을 수입하는 자, 생산·가공하여 출하하거나 판매(통신판매 포함) 또는 판매할 목적으로 보관·진열하는 자는 "① 농수산물 또는 ② 농수산물 가공품(국내에서 가공한 가공품은 제외), ③ 농수산물 가공품(국내에서 가공한 가공품에 한정함)의 원료"에 대해서 원산지를 표시해야 한다.

- ① 「농림축산식품부」 농수산물의 원산지표시 요령」 제2조에 따른 농수산물 또는 그 가공품
- ② 「대외무역법」 제33조에 따라 산업통상자원부장관이 공고한 수입 농수산물 또는 그 가공품(다만, 「대외무역법 시행령」 제56조제2항에 따라 원산지 표시를 생략할 수 있는 수입 농수산물 또는 그 가공품은 제외)

원산지 관련 거짓 표시 등의 금지

농수산물이나 그 가공품을 조리하여 판매·제공하는 사람은 다음의 행위를 해서는 안된다.

- ① 원산지 표시를 거짓으로 하거나 이를 혼동하게 할 우려가 있는 표시를 하는 행위
- ② 원산지를 위장하여 조리·판매·제공하거나, 조리하여 판매·제공할 목적으로 농수산물이나 그 가공품의 원산지 표시를 손상·변경하여 보관·진열하는 행위
- ③ 원산지 표시를 한 농수산물이나 그 가공품에 원산지가 다른 동일 농수산물이나 그 가공품을 혼합하여 조리·판매·제공하는 행위

3) 소포장 상품김치에 대한 선호 증가

○ 1인가구 증가, 핵가족화 등 가족구조 변화, 김장 대신 상품김치 소비 증가 등으로 상품김치 구입 빈도가 잦아지면서 소포장 상품김치에 대한 선호도가 높아지고 있음. 특히 코로나 19 확산으로 인한 비대면 배달/테이크아웃 음식 소비가 증가하면서 소포장 반찬용 김치에 대한 수요도 증가하고 있는 상황임.

○ 상품김치 맛과 품질 유지기한, 새벽배송 등 구매의 수월성 등으로 많은 양의 김치를 한번에 구매할 필요성이 없어진 상황에서 소포장 상품김치에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 전망됨.

- '20년 기준 소비자가 상품김치 구입 시 많이 구입하는 김치 중량은 '2~3kg 미만'이 15.1%, '1~2kg 미만' 13.7% 등의 순으로, 가구에서도 3kg 미만 상품김치 구매율이 높은 것으로 나타남.

4) 수입김치 원산지 단속 강화

○ 수입 김치를 구입할 의향이 있는 소비자는 전체의 9.9%에 불과하며, 대부분인 90.1%는 수입 김치를 구입할 의향이 없는 것으로 조사됨. 소비자가 수입 김치를 구입할 의향이 없는 이유로는 '국산 상품김치보다 위생 등 안전하지 않을 것 같아서'가 74.4%의 비중으로 가장 높게 나타났음.

○ 수입 김치를 먹어본 경험이 있는 소비자는 수입 김치가 국산 김치에 비해 맛, 색, 양념, 보관성에 대해 부정적 평가가 더 많은 것으로 파악됨. 특히, 김치의 특성 가운데 수입 김치의 저장성에 대해 소비자의 부정적 인식이 가장 강한 것으로 분석됨.

〈표 4-8〉 소비자 가구의 국산 상품김치 대비 수입 김치 평가

단위: %, 점

구분	응답 수	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	동일하다	조금 그렇다	매우 그렇다	계	5점 평균
맛이 좋다	1,278	25.7	39.6	21.0	11.7	2.0	100.0	2.2
색이 좋다	1,278	19.8	34.1	28.1	14.9	3.1	100.0	2.5
양념이 잘 배어 있다	1,278	20.0	38.9	26.4	11.7	2.9	100.0	2.4
오래 두고 먹을 수 있다	1,278	36.6	35.4	18.4	7.7	2.0	100.0	2.0

자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

- 전반적으로 수입김치에 대한 부정적 인식이 형성되어 있는 상황에서 상당수의 소비자(70%)가 김치원료 원산지 표시를 확인한다는 조사결과에 근거하여, 국산 재료를 사용한 국산 상품김치에 대한 안전성을 증명할 수 있는 제도가 강화될 필요가 있음.
- 현재 대부분의 김치제조업체가 HACCP 인증을 보유하고 있으나, 김치 원재료의 안전성 사고가 종종 발생하는 상황에서 원재료 입고부터 완제품이 출하될때 까지 전 제조공정의 위생성 및 안전성을 입증할 수 있는 제도 마련 필요함. 예를 들어, 김치공장의 전 제조공정을 (실시간) 동영상으로 확인할 수 있는 시스템('투명한 공장'(가칭)(QR코드) 구축 등을 검토할 수 있음.

5) 누구나 먹을 수 있는/누구나 먹고 싶은 김치 개발

- 김치 소비량이 감소하는 추세속에서 소비측면에서 국내외 김치소비 확대가 가장 어려운 문제로 지적되고 있음. 국산 상품김치 생산액이 증가하고 있으나 소비자 가구의 김치 소비량 정체로 국산 김치 점유율은 정체상태에 머물러 있음.
- 소비자 가구의 김치 소비 확대를 위해서는 김치를 먹지 않는 가구원까지 먹을 수 있는 또는 먹고 싶은 김치를 개발할 필요가 있음. 김치를 먹지 않는 원인을 파악하여 수요자 맞춤형 김치를 개발하여 국산 김치 소비를 확대시킬 필요가 있음.
- '20년 김치산업실태조사 결과, 가정 내에서 김치를 전혀 먹지 않는 가족은 '자녀'가 32.3%, '본인'이 24.4%, '배우자' 17.4%, '본인 또는 배우자의 부모' 4.9%, '기타 동거인(형제, 자매 등)' 3.2%으로 나타났음. 또한 가정 내에서 김치를 먹지 않는 가족이 있다면 그 이유는 '매운 음식을 먹지 못해서'가 33.0%로 가장 많음. 다음으로 '김치가 맛이 없어서'가 18.3%, '염분(나

트륨)이 많을 것 같아서' 17.3%, '집에서 식사를 하지 않고 외식(급식)만 하기 때문에' 15.0%, '김치 냄새를 싫어해서' 10.0%, '알레르기, 고혈압 등 질병으로 인해' 2.4%로 나타남.

- 따라서 안 매운 김치, 저염 김치, 냄새 안나는 김치, 환자용 특수 김치 등의 소비자 맞춤형 김치 개발을 위한 연구개발이 추진될 필요가 있음.

6) 국산 상품김치 품질표시제 개선(매운맛, 숙성도, 나트륨 함량 등급 표시)

- 국산 상품김치에 매운맛 등급 표시제도를 도입하는 것이 필요하다고 생각하는 소비자는 전체의 85.6%로, 필요하지 않다고 응답한 소비자 14.4%보다 4배 이상 높은 것으로 나타남.

- 30대 이하(77.4~78.2%)보다 50대 이상(90.8~91.4%)에서, 1인 가구보다는 2인 이상 가구에서 매운맛 등급 표시제도 도입에 긍정적이었음.

- 국산 상품김치에 숙성 정도를 표시하는 제도를 도입하는 것이 필요하다는 응답 비중이 전체의 90.5%로 대부분을 차지함.

- 상품김치의 숙성 정도 표시제도가 필요하다는 소비자는 남성보다 여성, 1인 가구보다는 2인 이상 가구, 연령이 많을수록 비중이 높은 편임.

- 국산 상품김치에 나트륨 함량을 표시하는 제도의 도입 필요성에 대해 필요하다는 응답 비중이 89.3%로, 필요하지 않다(10.7%)는 비중보다 크게 높음.

- 상품김치의 나트륨 함량 표시제도에 찬성하는 소비자는 여성과 2인 이상 가구의 비중이 남성과 1인 가구보다 상대적으로 다소 높게 나타남.

7) 김치 관련 인증제도에 대한 소비자 홍보 강화

- 국산 상품김치에 영양성분을 표시하는 제도를 도입해야 한다고 응답한 소비자 비중은 83.6%로, 필요하지 않다는 16.4% 대비 5배 정도 높음.
- 대한민국 김치 지리적표제를 도입해야 한다고 응답한 소비자 비중은 85.5%로 필요 없다는 비중 14.5%에 비해 큰 폭으로 높게 나타남.
- 전통식품품질인증, 대한민국 식품명인, 유기가공식품인증, 해썬(HACCP) 등 김치 관련 인증제도에 대한 인지도는 상대적으로 높지 않으나, 이러한 인증제품에 대한 구매 의향은 높게 나타남. 즉, 김치 관련 인증제품에 대한 적극적인 홍보를 통해서 우수 농산물 재료를 사용한 국산 김치의 구매 확대를 견인할 수 있음.
 - 전통식품품질인증에 대한 소비자 인지도는 58.6%이나, 인증 김치의 구입의향은 80.9%, 구매 결정에 미치는 영향은 79.7%가 긍정적 답변을 하고 있음.
 - 대한민국 식품명인 제도의 소비자 인지도는 53.6%인데 반해, 인증 김치의 구입의향은 78.5%, 구매 결정에 미치는 영향은 77.8%로 높은 비중을 나타냄.
 - 유기가공식품인증의 소비자 인지도는 67.0%로 높으며, 인증 김치의 구입의향은 81.2%, 구매 결정에 미치는 영향은 80.3%로 긍정적 응답이 높음.
 - 해썬(HACCP)의 소비자 인지도, 구입 경험, 구입 의향, 구입에 미치는 영향 모두 87~89% 수준의 비중으로 매우 높은 것으로 조사됨.
 - 가공식품표준화 KS인증의 소비자 인지도, 구입 경험, 구입 의향, 구입에 미치는 영향 비중은 81~90% 내외로 높게 나타남.

8) 김치 밀키트제품, 김치소스제품 등 김치응용 신제품 개발

- 김치 소비 확대를 위한 방안으로 김치를 활용한 HMR 또는 밀키트 제품, 인스턴트 김치블럭, 김치소스 등의 개발을 통해서 누구나 쉽게 먹을 수 있는 김치 소비 문화 정착이 필요할 것임. 이러한 신시장 규모 확대를 통해서 국산 김치 시장 점유율을 높일 수 있음.
 - 김치 밀키트 제품의 소비자 인지도는 52.4%, 구입 경험은 과반에 못미치는 48.7%이며, 향후 구입 의향은 50.0% 정도로 나타남.
 - 판매하는 김치속 제품을 알고 있는 소비자는 56.0%의 비중을 보이고 있으나, 향후 구입 의향은 50.2%로 인지도보다 다소 낮음.
 - 김치 소스 제품의 소비자 인지도는 40.2%의 비중으로 높지 않으며, 구입 경험(47.7%)과 향후 구입 의향(36.3%) 모두 과반 이하로 높지 않은 것으로 파악됨.
 - 종균 이용 상품김치에 대한 소비자 인지도는 45.7%, 구입 경험은 32.9%로 낮으나, 향후 구입 의향은 49.2%로 과반에 육박하는 것으로 조사됨.

4. 신규과제 발굴

- ‘김치산업실태조사’ 원자료 분석과 관계자 FGI¹⁰⁾를 통해서 향후 김치 공급 부문과 수요부문의 정책수요를 조사한 결과를 정리하면 <표 4-9>와 같음.

10) 부록 참조

〈표 4-9〉 향후 김치산업진흥에 관한 정책 수요조사 결과

향후 김치산업진흥에 관한 정책 수요조사 결과		
구분	공급측면	수요측면
'김치산업 실태조사' 원자료 분석결과	<ul style="list-style-type: none"> ■ 품질이 보장된 원재료의 안정적인 조달시스템 구축 ■ 김치 판매 유통망 확대 전략(김치 판매 전용 온라인 플랫폼 구축 등) ■ 김치유통센터 건립 등을 통한 김치의 적정 품질 유지·관리 방안 강구 ■ 김치재료 저장 및 제품 보관을 위한 중소기업의 저온저장시설 확충 지원 ■ 김치 제조시설·설비 자동화 사업 추진 및 지원 ■ 수출전담 조직 육성 및 해외현지화 전략 추진 ■ 김치종교 효과 검증 및 홍보 확대 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국산김치자율표시제 인증 업체 인센티브 제공 ■ 온라인 판매처, 반찬가게 등 신유통채널의 원산지 단속 강화 ■ 소포장 상품김치에 대한 선호 증가 ■ 수입김치 원산지 단속 강화 ■ 누구나 먹을 수 있는/누구나 먹고 싶은 김치 개발 ■ 국산 상품김치 품질표시제 개선 필요 ■ 김치 관련 인증제도에 대한 홍보 강화 ■ 김치 밀키트제품, 김치숙제품, 김치소스제품 등 김치응용 신제품 개발
관계자 FGI 결과	<ul style="list-style-type: none"> ■ 노지채소 수급 안정화를 위한 정부의 배추 구매·매입비축 시기 및 물량 조정 요구(김치업체와의 협의 요청) ■ 기후변화에 따른 작기별 배추 품질의 차이에 대한 대책 마련 필요(기후변화 대응 배추 종자개발 등) ■ 해외농업개발을 통한 김치원료 수급 안정화 방안 검토 ■ 식약처의 영양성분표시제, 해수부의 처일염이력제 등 타 부처의 제도 및 규제 완화 요구 ■ 해외수출 활성화를 위한 일반식품 기능성 표시제 필요 ■ 중국 OEM 김치에 대한 원산지 단속 및 안전성 강화 방안 ■ 100% 국산원료 김치에 대한 인증제, 인센티브 마련 ■ 김치자조금 확대를 위한 노력 필요 ■ 지속적인 김치 수출물류비 지원사업 필요 ■ 김치원료뿐만 아니라 완제품 저장기술 개발 필요 ■ 중소기업의 생산비 절감을 위한 시설 설비의 자동화 지원 필요, 스마트공장 도입 지원 ■ 김치쓰레기, 염수재처리시설 등을 위한 설비 지원 필요 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 김치제조업체가 사용하는 김치원재료의 품질 보증 및 안전성 강화 ■ 절임배추의 품질 및 위생·안전성 보증 필요 ■ 1인가구 증가, 핵가족화로 소포장 단위 상품김치 선호도 반영한 김치포장 단위 다양화 필요 ■ 상품김치 포장재로 친환경 포장재 사용, 건강 및 환경친화성을 추구하는 소비자 선호 반영 필요 ■ 김치 숙성도 선호에 따른 김치 구매 가능하도록 김치김치의 숙성도를 포장지에 표시 ■ 반찬가게 판매 김치, 온라인 주문 김치의 위생 점검 강화 ■ 가구내 세대간 김장문화 전수를 위한 지원(김장식재료 지원, 김치담그는 세대 지원 등) ■ 어린이, 외국인, 환자 등도 먹을 수 있는 저염김치, 안매운 김치, 비건김치 등 개발 ■ 배추 이외 다양한 재료의 김치 개발(피클김치, 비트김치 등) ■ 반찬으로서가 아닌 음식으로서 김치 음식 개발·홍보, 김치요리의 고급화 추구 ■ 가정내 김치 담그는 번거로움을 해결해 줄수 있도록 아파트내(동네별) 공동작업장 마련 검토 ■ 김치의 건강기능성 측면의 우수성 홍보 강화 ■ 후계세대에 대한 김치, 김장문화 교육 및 체험을 위한 박물관, 체험관 건립 필요

자료: 저자 작성

○ 김치산업의 공급 및 수요측면의 다양한 정책수요를 원료 생산·조달, 제조, 유통, 판매, 소비, 수출 등 김치산업 가치사슬별 추진 전략 및 세부 과제를 정리하면 <표 4-10>과 같음.

<표 4-10> 신규과제 선정결과

추진전략	중점과제	세부과제
안정적 고품질 원료확보	<ul style="list-style-type: none"> ■ 원료의 안정적 공급 ■ 원료의 안전성 확보 	<ul style="list-style-type: none"> ● 김치원료공급단지 조성 ● 계약재배, 공동구매 지원 ● 우수 김치재료 사용 촉진 사업 ● 김치원료, 제조공정 실시간 공개
산업 경쟁력 제고	<ul style="list-style-type: none"> ■ 가격경쟁력 확보 ■ 품질경쟁력 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ● 시설·설비 자동화 지원(스마트팩토리 시범사업) ● 스마트 경영관리체계 지원 ● 기능성 김치종균 개발·보급 ● 김치품질표시제 개선
유통·관리 강화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 김치 맞춤형 물류시스템 확충 ■ 신유통채널의 원산지 단속 강화 ■ 수입김치 안전성 관리 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ● 완제품 저온유통시설 확충 ● 김치(수출)유통센터, 거점물류센터(플랫폼) ● 김치판매전용 온라인 플랫폼 ● 온라인 채널, 반찬가게 등 원산지 단속 강화 ● 수입산 김치 관리 강화(식약처와 협업)
시장 확대	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국산김치 소비 확대 ■ 신시장 확대 	<ul style="list-style-type: none"> ● 김치체험문화사업 확대 ● 김치 식생활교육 지원 ● 국산 김치사용 외식업체 지원 ● 다양한 김치종류, 김치응용HMR, 밀키트 개발
수출 확대	<ul style="list-style-type: none"> ■ 김치 위상 제고 ■ 수출지원 	<ul style="list-style-type: none"> ● 국가명지리적표시제 추진 ● 김치마케팅보드 지원 ● 해외현지화 전략 지원
상생협력	<ul style="list-style-type: none"> ■ 업체간 협업체계 구축 ■ ESG 경영 확립 ■ 김장문화 계승발전 	<ul style="list-style-type: none"> ● 김치자조금 확대 ● ESG 경영에 대한 인센티브 제공 ● 김장문화보존기금 조성 추진

자료: 저자 작성

5

「제3차 김치산업진흥종합계획」 기본방향 및 추진과제

1. 비전 및 목표

○ 최근 식품산업의 주요 관심사항은 ‘건강기능식품’, ‘가정간편식’, ‘푸드테크’이며, 이에 제3차 김치산업진흥종합계획의 주요 키워드를 ‘깨끗한 김치’, ‘맞춤형 김치’, ‘건강한 김치’, ‘신선한 김치’, ‘대한민국(국산) 김치’, ‘스마트 김치공장’, ‘보이는 공장’, ‘온라인 판매’, ‘김장문화 계승’ 등으로 제시함.

〈그림 5-1〉 최근 식품산업의 주요 키워드



주: 식품산업 주요 키워드 빅데이터 언급빈도 분석결과(2018.1~2019.5)
자료: 한국농촌경제연구원, '2019 식품산업정보분석 전문기관 사업보고서'

〈그림 5-2〉 제3차 김치산업진흥종합계획의 주요 키워드



자료: 저자 작성

- 최근 김치산업을 둘러싼 기회는 국산김치에 대한 높은 인지도 및 선호도와 김치의 수출 증가세이며, 위기로인은 원료수급의 불안정성, 저가 수입산 김치의 시장 공세, 김치소비 감소세, 김치제조업체의 영세성 및 양극화 등임.
- 제3차 종합계획의 전략은 김치산업을 둘러싼 기회를 발판삼아 당면한 위기를 타개하고 김치산업을 고부가가치산업으로 육성시키기 위한 가치사슬별 전략과제를 추진하는 것임.
 - 김치산업 가치사슬별 추진과제로 고품질 원료의 안정적 확보, 국산김치의 가격 및 품질 경쟁력 제고, 맞춤형 물류관리 및 안전 판매체계 구축, 국내외 시장 확대, 김장문화 계승 및 홍보강화 등을 제시할 수 있음.

〈그림 5-3〉 제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27)」의 비전 및 목표

기회	국산김치에 대한 높은 인지도 및 선호도, 김치의 수출 증가세				
위기	원료수급의 불안정성	저가 수입산 김치 시장 공세	김치 소비 감소세	김치제조업 영세성·양극화	
비전	김치산업 고도화를 통한 김치 종주국의 위상 제고				
목표	<국산 상품김치 시장 점유율 확대> 국산김치 시장점유율(물량기준): (‘21) 59% → (‘27) 70% (연평균 3% ↑) <김치 무역수지 개선> 김치무역수지(금액기준): (‘21) △19 → (‘27) △23 (연평균 3% ↑)				
전략	당면한 위기를 타개하고 고부가가치 산업으로 성장하기 위한 김치산업 가치사슬별 전략과제 추진				
대상	원료	제조	유통·판매	소비·수출	문화·홍보
추진 과제	고품질 원료의 안정적 확보	국산김치의 품질 경쟁력 제고	맞춤형 물류관리 및 안전 판매체계 구축	국내외 시장 확대	김장문화 계승 및 홍보 강화
	• 원료 안전성 확보 • 원료 안정적 공급	• 가격경쟁력 제고 • 품질경쟁력 강화	• 신선물류시스템 구축 • 판매 원산지 단속강화	• 신시장 확대 • 해외현지화 전략	• 김장문화보존기금 • 김치자조금 확대

〈그림 5-4〉「제3차 김치산업진흥종합계획(‘23~’27)」 추진전략 및 중점과제

추진전략 및 중점 추진과제		
든든한 김치원료 수급체계	고품질 원료의 안정적 확보	> 김치 원료의 안정적 조달체계 구축 > 김치원료 조달 지원사업 확대 > 우수 김치재료 사용 촉진 사업 > 김치제조공정 공개 지원사업
튼튼한 김치산업 경쟁력	국산김치 품질 경쟁력 제고	> 스마트공장 보급·확산 지원 > 기능성 김치종균 개발·보급 > 김치품질표시제 개선 > ESG 경영지원 사업
탄탄한 김치유통시스템	맞춤형 물류관리 및 안전 판매체계 구축	> 저온시설 확충 지원 > 김치판매전용 온라인 플랫폼 조성사업 > 신유통채널의 원산지 단속 강화 > 수입산 김치 안전성 관리 강화
단단한 김치소비 시장	국내외 시장 확대	> 김치응용HMR 개발 지원 > 국산김치 사용업소 식자재비 지원 > 대형 수요처 발굴 및 상생협력 추진 > 김치마케팅보드 지원 > 해외 현지화 전략 지원
당당한 김장문화 계승발전	김장문화 계승 및 홍보 강화	> 국가명지리적표시제 등록 추진 > 김장문화보존기금 조성사업 > 김치체험문화사업 지원 및 홍보 사업 > 김치자조금 확대 지원

2. 과제 추진방안

추진과제1	고품질 원료의 안정적 확보
-------	----------------

1-1. 김치 원료의 안정적 조달체계 구축

▣ 사업 추진배경

○ 김치원료의 안정적 조달은 국내 상품김치의 안정적 생산과 김치산업 발전에 필수요건이나, 배추, 무 등의 노지채소 수급의 불안정성이 반복되면서 원료 조달문제는 김치업체의 가장 큰 애로사항으로 제기되고 있음.

- ‘20년 실태조사에서 김치의 제조 과정에서 김치제조업체가 직면하는 가장 큰 어려움은 ‘원재료 가격 불안정’(43.8%), ‘원재료 안정적 물량 확보’(25.0%), ‘생산 인력 확보’(11.8%), ‘원재료 품질 일관성’(8.8%) 등의 순으로 나타남.

- 김성훈 외(2022)김치업체의 운영상 애로사항을 조사한 결과 1순위로는 원료 농산물의 공급 불안 문제(40.0%), 인력의 확보 문제(27.5%), 원료 농산물의 구매 자금 문제(12.5%) 등으로 나타남.

- 황윤재 외(2020)의 김치제조업체 조사결과에서도 김치산업 발전을 위해 필요한 정부 지원 분야로 ‘원재료의 가격 안정화’(46.2%), ‘원재료의 연중 안정적 물량 확보’(24.7%)를 가장 우선적으로 제시하였음.

○ 최근 전 세계적으로 기상이변이 빈번하여 농작물 수급에 문제가 발생하고

있음. 특히, 여름철 고랭지 지역의 잦은 기상변화로 고랭지 배추의 공급에 주기적으로 애로를 겪고 있으며, 이로 인해 시판용 김치 생산에 차질을 빚는 경우도 발생하고 있음. 더욱이 기후 온난화 등으로 인해 여름철 고랭지 배추 재배 적지가 급격히 감소할 것으로 전망되어서, 향후 김치 생산을 위한 주요 원료 농산물의 원활한 공급체계 구축을 위한 대책 마련이 시급한 실정임.

- 김치의 주요 원료 농산물(배추, 무, 고추, 마늘, 양파 등) 재배면적은 지속적인 감소세가 전망되는 가운데, 중장기적으로 연평균 0.5%씩 경지면적이 감소할 것으로 예상됨(한국농촌경제연구원, 2020).

〈표 5-1〉 김치 주요 원료 농산물의 중장기 재배면적 전망

구분		2020년	2024년	2029년
경지면적(천ha)		1,579	1,548	1,516
엽채류(ha)	배추	29,245	26,663	24,691
	무	21,177	20,306	19,526
양념채소(ha)	건고추	30,220	29,065	27,027
	마늘	25,055	22,252	19,203
	양파	17,247	20,482	21,544

자료: 한국농촌경제연구원, '농업전망 2020'.

○ 중소영세 김치업체의 원재료 보관 및 저장시설은 부족한 상황이므로, 공동 저장 시설 구축에 대한 수요가 높음. 김치업체가 원료 농산물을 확보하여 저장하는 과정에서 경험하는 애로사항을 조사한 결과, 가격 급등시의 원물 확보 문제(36.4%)와 함께 저장공간의 부족 문제(18.2%) 등으로 나타나, 원료 농산물의 저장공간 확대 필요성이 확인되었음.

- '20년 실태조사에 의하면 원재료 보관용 저온저장고의 업체당 평균 보유 면적은 256.7㎡(77.7평)이며, 김치 판매실적 10억 원 이하 업체의 평균 면적은 114.6㎡(34.7평)인 반면, 100억원 초과 업체의 평균 면적은 1,167.8㎡(353.3평)로 조사됨.

○ 그동안 배추 계약재배 확대, 원료 저장시설 확충 등의 사업을 추진하여 김치업체들이 지속적으로 제기하고 있는 원료 농산물의 불안정한 공급 문제를 최소화하기 위해 노력하였으나, 관련 사업의 대상이 김치업체뿐만 아니라 전체 식품제조업체이므로 김치원료 수급 안정화에 기여하는 데는 여전히 한계가 있음.

○ 기후변화에 따른 기상이변으로 인해 농작물의 재배지 변화, 품질 저하, 병해충 피해 등이 빈번하게 발생하고 있는 상황에서, 향후 고랭지배추 수급 불안정이 심화되고 있음.

- '22년 여름 기상악화로 9월 중순(9월 11~19일) 서울 가락시장 기준 배추(상품) 1포기의 도매가격이 8,992원까지 올랐는데, 이는 상순(9월 1~10일) 가격보다 283%, 평년보다 약 120% 각각 높은 수준임.

○ 2022년 5~6월 가뭄과 이상 고온 및 7~8월 잦은 강우로 인한 병해충 발생으로 여름(고랭지)배추 생산량이 전년 및 평년 대비 각각 8.3%, 3.4% 감소할 것으로 전망됨.

〈표 5-2〉 여름(고랭지)배추 생산량 전망

구분	재배면적	단수(kg/10a)	생산량(톤)
2022년	5,316	7,721	410,480
2021년	5,551	8,060	447,411
평년	5,331	7,970	424,840
전년 대비(%)	-4.2	-4.2	-8.3
평년 대비(%)	-0.3	-3.0	-3.4

주: 2022년은 농업관측센터 전망치

자료: 통계청, 농업관측센터

- 기후변화에 따른 평균 기온 상승은 날씨 민감도가 높은 고랭지 배추면적 감소¹¹⁾에 직접적인 영향을 줄 것으로 예상되어, 기후변화에 대응한 안정적인 김치원료 조달을 위해서는 기후변화 대응 배추종자 개발 및 고랭지 채소단지 조성사업을 추진할 필요가 있음.

▣ 주요 사업내용

가. 김치원료 공급단지 운영 안정화

- 농식품부는 김치원료의 안정적 공급을 통한 김치산업의 경쟁력 제고를 위해 ‘김치원료 공급단지구축사업’을 추진하고 있음. 김치원료 공급단지 조성 사업은 2022년부터 2025년의 기간 동안 580억 원의 예산을 투입하여 전국에 2개소를 설립하는 것으로 목표로 함.

– 공급단지는 배추 등 원료 농산물의 저온저장시설과 절임배추 생산시설을 갖

11) 고랭지배추는 기상 영향을 많이 받는 작형으로 정식기 기온과 강수량, 생육시기 장마 및 태풍의 영향이 크며, 집중 호우의 경우 포전 자체 유실 경우도 많음. 고랭지배추는 서늘한 기후에서 재배되는 저온성 채소로서 생육 초기에는 고온에 잘 견디는 편이나, 결구기에는 내고온성이 약해 바이러스에 취약함. 고랭지배추의 생육기간은 정식으로부터 60일 내외로 해발 400~600m인 준고랭지, 600m 이상의 완전고랭지배추로 구분됨.

추어 김치업체가 필요로 하는 원료를 원활하게 공급할 수 있도록 운영
 - '22년 사업자로 충북 괴산군과 전남 해남군이 최종 선정되었음.

〈참고자료〉 김치원료 공급단지 구축사업

- (사업 필요성) 김치원료 공급단지 조성을 통해 김치원료 수급 안정 및 수출 경쟁력 확보로 국내 김치산업 육성 및 세계화 추진
- (사업량) 중부남부 권역에 각각 1개소(총 2개소)
- (사업내용) ① 김치원료 수급 안정을 위한 원료 저온저장 시설 및 ② 절임배추 생산시설 조성을 통해 김치업체의 안정적 원료 조달 지원
- (예산) 총 사업비 580억원(개소당 290억) / 국비 40%, 지방비 60%
- (시설규모) [저온시설, 220억] 16,000m², [절임시설, 70억] 5,000m²
 * (저온시설 동시수용량) 배추기준 1만톤, (절임시설 1일 처리 물량) 약 300~400톤
- (운영 자금) '노지채소 수급안정 자금' 등을 활용해 지원 추진(운영비 자체 조달)
- (운영 방향) 김치업체와 연계된 대규모 김치원료 공급단지를 조성하여, 김치산업의 안정적 원료확보 지원 및 수출 활성화 유도
 - 운영계획 수립시 김치업체와 연계한 사업계획 수립 유도
 - 취급 물량은 전량 계약재배로 운영을 추진하고, 특히 일부 물량은 장기(3~5년) 계약재배로 운영하여 김치 원료 수급의 안정성 제고

〈김치원료공급단지 연차별 예산 소요액(1개소 기준)〉

(단위: 백만원)

구분	1년차	2년차	3년차	4년차	합계
국비	580	2,900	3,480	4,640	11,600
지방비	870	4,350	5,220	6,960	17,400
합계	1,450	7,250	8,700	11,600	29,000

자료: 농식품부 내부자료

○ 김치원료공급단지 운영의 안정화를 위해서는 (사)김치자조금 등의 유관 조직과의 협업 사업을 공급단지가 주도하여 추진할 필요가 있음. 김치자조금으로 다양한 원료 수급 관련 사업을 진행하고 있는데, 해당 사업을 공급단지와 같이 진행하는 방안을 검토할 수 있음.

- 임의자조금 형태로 운영되고 있는 김치자조금은 2021년 10억 원의 사업비를 운영하고 있는데, 자조금 사업 중 수급 안정 및 유통구조 개선 사업비로 2021년 4억여 원을 집행하였는데, 자조금의 세부 사업 중 가장 큰 규모를 차지함.

- 김치자조금 사업의 지원을 받는 회원 업체들을 대상으로 공급단지의 원료 및 절임배추 공급사업을 우선적으로 진행하고, 공급단지와 김치자조금과의 신규 협업 사업을 발굴하여 추진 가능

○ 배추·무 산지유통인들의 연합조직인 (사)한국농업유통법인 중앙연합회와의 협업사업 추진도 필요함. (사)한국농업유통법인 중앙연합회의 회원들이 우리나라 배추와 무 산지 유통의 70% 이상을 담당하고 있는 상황에서, 이들을 활용한 원료 확보 체계를 갖추면 공급단지의 안정적인 원료 확보가 가능할 것임.

- 과거 김치원료의 안정적인 공급을 위한 농산물유통사업단 사업을 aT와 함께 시범적으로 진행한 경험이 있어 공급단지와의 원료 공급을 위한 협업 사업 추진 가능

〈표 5-3〉 김치원료공급단지 구축사업 내용

항목	주요 내용
사업 기간	4년 (2022년 ~ 2025년)
사업비	580억 원(개소당 290억 원)
사업 내용	김치 원료 수급 안정을 위한 원료 저온저장 센터 및 절임배추 생산시설 건립
시설 규모	저온시설: 16,000m ² , 절임시설: 4,000m ²

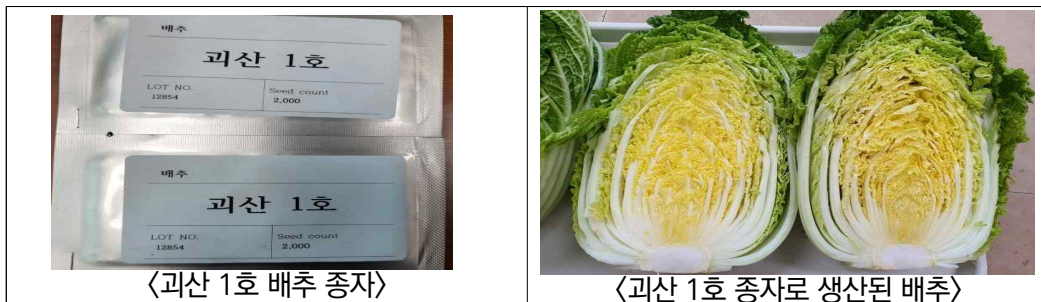
자료: 농림축산식품부 내부자료

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치원료공급단지 구축 사업	김치원료공급단지 공정율('22 ~ '25년)	목표 공정률 대비 달성률	결과보고
	김치원료공급단지의 배추공급량 비중(%)	(김치원료공급단지 연간 배추취급량/김치제조업체의 배추사용량) X 100	결과보고
	김치원료공급단지의 절임배추공급량 비중(%)	(김치원료공급단지 연간 절임배추취급량/김치제조업체의 절임배추사용량) X 100	결과보고

나. 기후변화 대응 배추종자 개발

- 농촌진흥청과 세계김치연구소의 공동연구로 기후변화 대응 내고온성 배추 종자 개발 및 공급 확대 사업 지원을 통해서 장기적으로 안정적인 배추 원료 확보 전략을 수립할 수 있음.
- 신품종 배추에 대한 시험포 재배를 통해서 검증된 품종에 대한 농가 보급 확대를 위한 기술지도, 컨설팅 지원 등 추진
 - 충북 괴산군 농업기술센터는 ‘괴산1호’ 배추 종자¹²⁾를 개발하여 공급 확대를 추진하고 있음. 이 종자의 주요 특성으로는 수확적기는 95~100일로 만기숙 성형 배추이고 당도가 높고 조직이 단단해 아삭한 식감으로 맛이 좋고 김치로 담글 시 숙성이 천천히 이루어져 ‘처음처럼 끝까지’ 맛있는 김치를 먹을 수 있다는 장점이 있음.



▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
기후변화 대응 김치원료 조달 기반 구축	저활용농지 이용 고랭지 채소단지 조성	해당 채소단지 조성면적(ha)	결과보고
	기후변화 대응 배추종자 개발	배추종자 R&D 투자액(원)	결과보고

12) 신품종 배추 ‘괴산1호’는 2018년부터 농촌진흥청과 함께 배추 신품종 공동개발 MOU협약을 체결하고, 기후변화 대응과 농업인의 소득향상을 위해 최종 선발된 품종으로, 잎과 통이 크고 줄기가 길며 높은 단 맛이 특징임.

1-2. 김치원료 조달 지원사업 확대

▣ 사업 추진배경

- ‘20년 김치제조업체의 원재료별 조달 경로를 살펴보면, 배추의 경우 산지 농가나 영농조합법인 등과 직거래를 통해 조달하는 비중이 50.0%, 농수산물 도매시장은 31.7%, 개인 도매상 6.2% 등의 순으로 나타나, 직거래 비중이 절반정도 수준이고, 이중 계약재배 비중은 산지조달 물량의 30~40% 수준임.
 - 특히, 소규모 업체는 산지조달과 계약재배에 어려움을 겪고 있는데, 실제 조사결과에서도 김치 판매량이 1,000톤 이상인 김치제조업체는 산지조달 비중이 65.5%인데 비해 100톤 이하의 소규모 업체의 산지조달은 24.6%에 그침(황윤재 외, 2020).
- 현행 농식품분야 지원사업 중 김치원료 조달 지원사업으로 ‘노지채소수급안정자금’, ‘식품가공원료매입자금’ 등이 있으나, 아직까지 김치원료 조달 안정화에 크게 기여하지 못한 것으로 평가됨.
- 현재 노지채소수급안정자금 용자사업의 일환으로 김치원료(배추) 생산자와 김치업체간 계약재배 구매자금(품대)을 지원하고 있으나, 사업대상자간 갈등, 담보능력 한계 등으로 큰 실효성을 거두지 못하고 있는 실정임.
 - 노지채소수급안정자금 계약대상자는 한국신선채소협동조합의 추천을 받은 조합원(농가, 작목반, 생산자단체, 산지유통인 및 농업법인 등)으로 되어 있어서, 김치제조업체가 자유롭게 선택할 수 없는 한계가 있음.

- '19년 김치제조업체에 원자재인 배추수매자금 100억 원을 무이자 대출 지원을 해주었으나, 실질적으로 김치협회 회원사들이 사용한 금액은 28억 원에 그쳤음. 총 75억 원을 신청했지만 영세한 김치제조업체들은 담보능력이 부족해서 결국 지원금을 다 소진하지 못한 것으로 조사됨.

○ 정부는 김치업체에 원료매입자금 지원을 확대하면서 산지와 계약재배하는 김치업체에 원료구매자금을 지원하고 있음. 국산 농축산물 구매이행 보증보험료 지원사업이 추진되고 있으나, 김치제조업체에 대한 식품가공원료매입자금 지원 비중은 2018년 이후 감소 추세에 있어서 큰 실효성을 거두지 못하고 있는 실정임.

○ 공동구매는 원료의 대량 구매를 통해 규모의 경제를 실현할 수 있다는 점에서 특히 원료 구매 물량이 상대적으로 적은 영세업체에 도움을 줄 수 있는 제도임. 그러나 김치산업의 대부분을 점하는 영세·중소업체들은 규모의 영세성으로 인한 담보 부족, 관련 실적 미흡, 협상력 부족 등으로 계약재배, 공동구매 추진에 어려움이 있음.

- 설문조사 결과에서도 김치 제조업체의 공동구매 경험은 배추 3.1%, 무 3.0% 등 대부분 5% 미만으로 매우 낮은 것으로 나타남.

〈표 5-4〉 농식품사업 중 김치원료 매입자금 지원사업

구분	노지채소수급안정사업 (김치원료계약거래 자금 지원)	식품가공원료매입자금
사업대상	<ul style="list-style-type: none"> •용자대상자: 대한민국김치협회의 추천을 받은 김치제조업체 •계약대상자: 한국신선채소협동조합의 추천을 받은 조합원 	식품 공장을 보유·임차하고 국산 원료 농산물을 매입하여 식품을 생산하는 농식품 제조·가공업체(전통주류 포함) 및 전처리업체
사업내용	생산자와 계약재배를 통한 수매자금(품대 등) 용자지원	국산 원료 농산물 구매 비용 용자지원
재원	농산물가격안정기금	농산물가격안정기금

지원조건	<ul style="list-style-type: none"> •대출금리: 무이자 •대출한도: 무배추 20억원, 마늘·양파 30억원 (채권잔액기준) •대출기간: 5년 •사업의무: 대출이후 1년 단위로 사업의무 이행 점검 - 무·배추: 대출액의 220% 이상 계약재배 수매 - 마늘·양파: 대출액의 125%이상 계약재배 수매 •출하조절의무 : aT의 출하지시가 있을 경우 사업자는 매월 출하계획량의 30%에 대해 출하조절의무 이행 	<ul style="list-style-type: none"> •대출금리 - 고정금리 : 농업경영체 연 2.5% / 비농업인 (일반업체 등) 연 3.0% - 변동금리 : 농협은행의 매월 정책자금 변동금리(6개월 단위 변동) •대출비율: 총사업액의 80% 이내 •대출한도: 50억원 이내 •대출기간: 1년(전통주류 2년) •사업의무: 대출액의 125%이상 운용 국산 원료 농산물 구매 •배정기준: 직전 회계연도 기준 국산 원료 농산물 구매액
------	--	---

자료: 농림축산식품부, 농림사업시행지침(2022)

■ 주요 사업내용

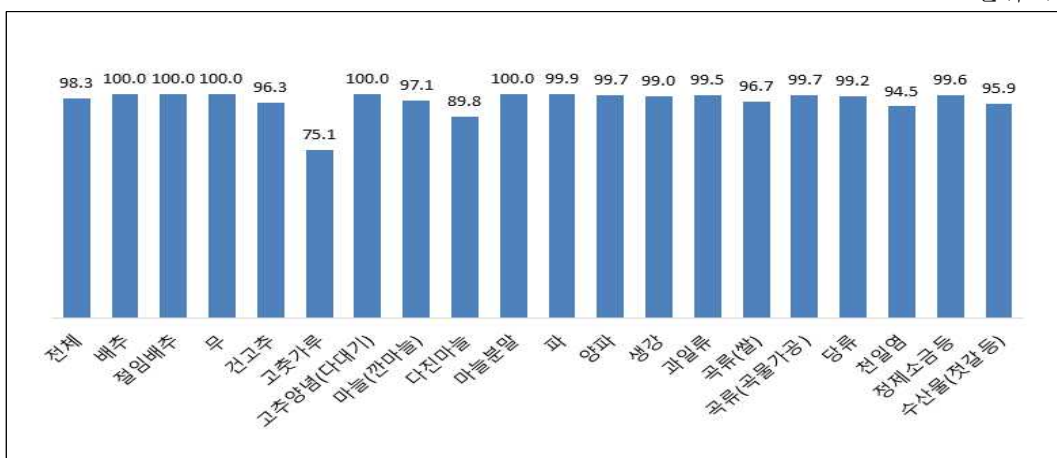
- 한국신선채소협동조합 등의 산지 유통조직과 김치협회간 협의체를 구성하고 공식적인 협약을 통해서 김치제조업체의 수요 및 요구사항이 보다 적극적으로 반영될 수 있도록 하여, 지원사업의 자금신청 비중을 확대하는 방안을 강구할 필요가 있음.
- 현재는 김치업체의 대부분이 신선 배추를 사용하고 일부 절임 배추를 활용하고 있으나, 인건비 상승 등으로 배추를 절이는 과정에서 발생하는 비용과 절임배추 사용의 편리성 등을 감안할 때 향후 절임 배추 사용 비중이 확대될 가능성이 높음. 따라서 각 산지에 분포되어 있는 절임배추영농조합법인이나 제조업체와 김치제조업체간 계약을 통해 필요 물량을 사전에 확보하는 방안을 마련한 필요가 있음.
 - 절임배추 관련 각 법인의 연합회와 해당 지역 지자체, 김치협회가 주체가 되어 계약생산을 추진할 필요가 있음.
 - 김치협회는 소속 김치업체로부터 필요 물량을 사전에 접수하며, 절임배추 관련 조직 또는 연합회는 물량을 할당하여 생산한 후 납품하도록 하는

데, 이 과정에서 해당 지역 지자체는 구매보증을 하는 역할을 하도록 함.

- 김치업체 식품가공원료매입자금 대출조건 완화 등을 통해서 국산 김치원료 매입을 확대할 수 있도록 관련 사업 담당부처(부서)와 협의가 필요함.
 - 현행 지원조건은 농업경영체 연 2.5%, 비농업인(일반업체 등) 연 3.0%로 되어 있는데, 김치업체의 국산 김치원료 매입 촉진을 위해 일반업체의 금리 인하를 통해 농업경영체 금리조건과 동일하게 적용하는 방안 검토 필요
- 김치원재료 가운데 대부분 업체에서 배추와 절임배추, 무는 100% 국산을 사용하고 있으나, 고춧가루의 국산 사용 비중은 75.1%로 타 품목에 비해 상대적으로 낮음('20년 실태조사 결과). 이는 국산 건고추 가격이 높을 뿐만 아니라 물량 확보도 원활하지 않기 때문임. 이 때문에 원료매입자금 지원은 배추 등에 비해 단가가 상당히 높은 건고추 계약재배에 우선 할당함으로써 김치업체의 고춧가루 국산 사용 비중을 최대한 높일 수 있도록 하는 방안을 검토할 수 있음.

〈그림 5-5〉 김치제조업체의 김치 원재료별 국산 사용 비중

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 현재는 외식업체간 협력을 통한 식재료 공동구매로 경영비 절감 및 국산농산물 직거래 활성화를 위한 '외식업체 국산 식재료 공동구매 조직화 사업'이 시행되고 있으나, 이 사업대상을 김치업체까지 확대하여 김치업체간 조직화를 통한 김치원료 공동구매 지원사업을 지원할 필요가 있음.

- (사)김치협회 등이 원료 공동구매의 컨트롤 타워가 되어서, 업체 수요 파악과 업체 간 협력 체계 구축, 업체와 산지 간 원료 수요와 공급 매칭 지원 등의 역할을 수행할 수 있음.

▣ 성과지표 및 측정

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치원료 조달 지원사업 확대	김치업체의 계약재배 비중(%)	$\frac{\text{노지채소수급안정사업 지원 김치업체 수}}{\text{노지채소수급안정사업 전체 지원업체 수}} \times 100$	결과보고
	김치업체의 식품가공원료매입자금 수혜 비중(%)	$\frac{\text{식품가공원료매입자금 지원 김치업체 수}}{\text{식품가공원료매입자금 전체 지원업체 수}} \times 100$	결과보고
	김치원료 공동구매 비중(%)	김치업체의 김치원료 구매액 중 공동구매액이 차지하는 비중	결과보고

〈참고자료〉 김치원료(배추) 계약거래 자금 지원사업

■ 개요

○ 출하약정 거래를 통한 김치원료(배추)의 안정적 공급으로 김치업체의 원가 변동성을 완화하고 산지유통인의 생산, 유통 안정화 도모

■ 사업대상

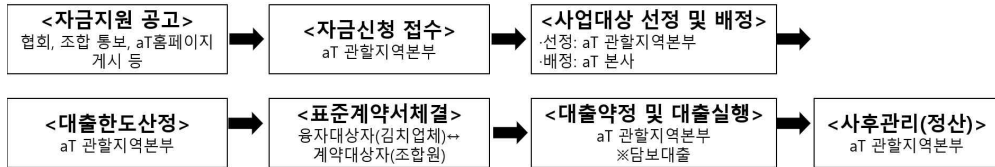
- 용자대상자: 대한민국김치협회의 추천을 받은 김치제조업체
- 계약대상자: 한국신선채소협동조합의 추천을 받은 조합원
- * 조합원은 농가, 작목반, 생산단체, 산지유통(법)인 및 농업법인(신청품목을 직접 경작하는 영농조합법인 및 농업회사법인) 중 하나에 해당되어야 함
- 용자대상자는 계약대상자와 "김치원료(배추) 계약거래 표준계약서"에 따라 파종, 정식기에 약정을 체결하고 계약금을 지급하여야 함
- 동일 사업실적으로 타 정부정책자금(노지채소수급안정자금, 식품가공원료매입자금, 산지유통활성화자금 등) 중복지원, 정산 불가
- * 농협경제지주 관리사업과 유통공사 사업간 중복지원 불가

■ 지원조건

- 재원 : 농산물가격안정기금
- 용도 : 계약대상자와 계약거래를 통한 배추 수매자금(품대)
- 대출금리 및 대출기간 : 무이자, 5년만기 일시상환
 - * 대출이후 1년 단위로 사업의무 부과 및 이행여부 확인 후 대출액 회수 가능
- 대출한도 : 품목당 20억원
 - * 배정 후 여유자금이 있는 경우 품목당 40억원까지 배정 가능
- 출하조절 의무
 - 용자대상자는 공급과잉으로 정부 및 aT의 지시가 있을 경우 매월 출하계획량 30%(자금지원액의 30%)에 대해 해당 작기 수매 계획량 이상 추가 수매, 묵은지 등 가공용, 저장용으로 일정기간 시장 격리
- 사업의무 이행점검
 - 실시주기: 대출이후 1년 단위로 사업의무 이행 점검
 - 사업의무: 대출액의 220% 이상 계약거래 이행

■ 신청절차

- 자금지원 절차도



■ 제출서류

- ① 사업지원신청서(aT양식)
- ② 사업자등록증 사본, 법인등기부등본
- ③ 공장등록증 사본 또는 영업허가(등록신고)증 사본
- ④ (사)김치협회 추천서

〈참고자료〉 배추, 무 등 노지채소수급안정자금 용자사업

■ 개요

- 노지채소 계약재배 지원을 통한 농업인의 수익증대 및 경영안정 기여
 - * 계약재배 : 품목별 파종정식기에 계약재배 약정체결 및 계약금을 지급하고, 수확기에 수매
- 계약재배 활성화를 통한 생산기반 안정화로 노지채소 수급 및 가격안정 도모

■ 지원대상

- 노지채소 대상품목(무, 배추, 마늘, 양파) 계약재배 실적이 있거나 계획이 있는 농업경영체 및 일반법인
 - * 사업에 참여하기 위해서는 '20년도 대상품목별 수매실적이 1억원 이상이어야 함
 - '21년 신설 법인의 경우 법인 설립 전 해당 사업자 또는 회원의 '20년 수매 실적을 인정하며, 김치 제조 등 무·배추 가공업체는 개인사업자도 가능
 - * 사업대상자는 계약대상자1)와 “(표준)농작물계약재배 약정서”2)를 준용하여 품목별 파종정식기에 계약재배 약정을 체결하고 계약보증금3)을 지급하여야 함
 - 1) 계약대상자 : 농가, 작목반, 생산자단체, 산지유통(법)인 및 농업법인(신청품목을 직접 경작하는 영농조합법인 및 농업회사법인) 중 하나임. 단, 동 자금을 지원받는 산지유통법인과 계약한 실적은 불인정

2) (표준)농작물계약재배약정서 : 경작토지 현황(위치, 면적), 품목·품종, 물량, 계약단가, 계약금액, 공급계획 물량, 공급시기, 계약보증금, 중도금, 잔금 지급시기 등에 관한 사항 포함

3) 계약보증금 : 계약금액의 10% 이상을 계약보증금으로 지급하였으면 계약금액 전액을 실적으로 인정하고, 계약금액의 10% 미만을 계약보증금으로 지급하였으면 계약보증금 지급액의 10배를 계약금액으로 인정

■ 지원조건

- 재원 : 농산물가격안정기금
- 용도 : 생산자와 계약재배를 통한 무배추·마늘·양파 구매자금(품대)
- 대출금리 및 대출기간 : 무이자 / 5년
- 대출한도 : 무배추 20억원, 마늘·양파 30억원 (채권잔액기준)
- 사업의무 : 대출이후 1년 단위로 사업의무 이행 점검
 - 무·배추 : 대출액의 220% 이상 계약재배 구매
 - 마늘·양파 : 대출액의 125% 이상 계약재배 구매
- 출하조절의무 : aT의 출하지시가 있을 경우 사업자는 매월 출하계획량의 30%에 대해 출하조절의무 이행

■ 신청 관련 제출서류

- ① (양식)용자신청서 및 증빙서류 ② 사업자등록증 사본
- ③ 김치제조업체 등 제조업체 : 공장등록증 사본 또는 영업허가(등록신고)증 사본
- ④ (양식)사업실적 및 계획 증빙자료 ⑤ (양식) 개인(신용)정보조회 동의서

〈참고자료〉 식품가공원료매입자금 지원사업

■ 개요

- 농식품 제조·가공업체의 국산 원료 농산물 구매를 위한 자금

■ 사업대상

○ 식품 공장을 보유·임차하고 국산 원료 농산물을 매입하여 식품을 생산하는 농식품 제조·가공업체(전통주류 포함) 및 전처리업체

※ 농식품 제조·가공·전처리업체 : 통계청 고시 한국표준산업분류 상 음식료품 제조업체 속하는 업체 (다만 수산물, 사료는 사업대상에 포함되지 않음)

※ 신청제외 : 지역농협, 공정거래위원회 지정 상호출자제한기업, '농식품글로벌육성자금' 대출업체

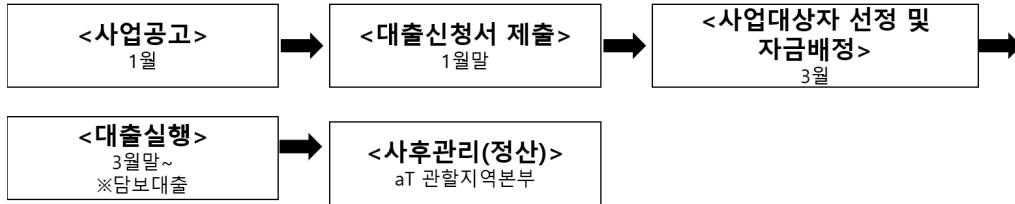
■ 지원조건

- 재원 : 농산물가격안정기금
- 용도 : 국산 원료 농산물 구매 비용
- 대출금리
 - 고정금리 : 농업경영체 연 2.5% / 비농업인(일반업체 등) 연 3.0%
 - (단, 지원업체 평가결과 1%p 금리인하)
 - 변동금리 : 농협은행의 매월 정책자금 변동금리(6개월 단위 변동)
- ※ 대출시점에서 사업자가 선택한 금리방식은 해당 대출금이 완료될 때까지 변경 불가
- 대출비율 : 총사업액의 80% 이내
- 대출한도 : 50억원 이내
- 대출기간 : 1년(전통주류 2년)
- 사업의무 : 대출액의 125%이상 운용 국산 원료 농산물 구매

○ 배정기준 : 직전 회계연도 기준 국산 원료 농산물 구매액

■ 신청절차

○ 자금지원 절차도



■ 제출서류

- ① (양식) 대출 신청서
- ② 사업자등록증 사본
- ③ 국세, 지방세 납세증명서 (증명서 유효기간 내 / 법인인 경우 대표이사 포함)
- ④ 공장등록증명서 사본 / (임차 공장인 경우) 공장 임대차계약서 사본
- ⑤ (전처리업체로서 공장등록이 안되는 경우) 영업등록증 사본
- ⑥ 주류제조면허증 사본 (전통주류제조업체의 경우)
- ⑦ 국가식품클러스터 입주계약서 사본 (입주(예정)기업인 경우)
- ⑧ 식품품질인증서 사본
- ⑨ (양식) 개인(신용)정보 조회 동의서(대표)
- ⑩ (양식) 국산 원료 농산물 구매실적 확인서 및 증빙서류(2019 회계연도 내 구매)

〈참고자료〉 국산 농축산물 구매이행 보증보험 지원사업

■ 개요

○ 중소식품 제조·식자재업체의 국산 농축산물 공급업체와의 신용거래를 위한 '국산 농축산물 구매이행 보증보험' 가입시 보험료의 80%를 정부에서 지원

■ 지원대상

- 국내에서 생산되는 농산물·임산물·축산물을 거래하는 업체
 - 농식품제조가공업, 식품첨가물제조업, 즉석판매제조가공업, 식품소분판매업 등
 - 축산물가공업, 식육포장처리업, 건강기능성 식품제조업 등
- 학교급식전자조달시스템(eaT) 등록 학교급식공급업체 중 '20년부터 거래실적이 있는 업체

■ 지원조건

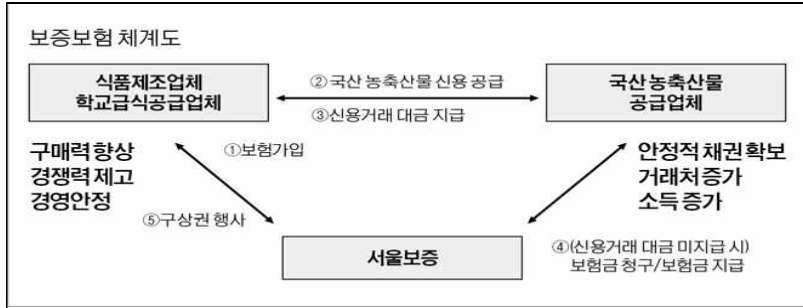
- 보증금액: 최대 2억원
 - 보증기간: 1년 이내
 - 보험요율: 0.733~4.299%
 - 보험사: (주)서울보증보험
- ※ 보증금액 및 보험요율은 신청업체의 신용도에 따라 다르게 적용

■ 국산 농축산물 공급업체(피보험자)

- 국산 농축산물 생산자단체 및 국산 농축산물 유통업체

■ 접수: www.foodbiz.or.kr(식품기업지원관리시스템 온라인 접수)

〈국산 농축산물 구매이행 보증보험료 지원 체계〉



■ 제출서류

- ① 사업자등록증사본, 영업등록증 또는 영업허가증 사본
- ② 매출확인서
- ③ 국산 농축산물 공급업체 사업자등록증 사본
- ④ 공급업체와의 거래계약서 사본
- ⑤ 온라인접수: 식품기업지원관리시스템 회원가입 후 온라인 접수신청

※ 문의: 한국농수산식품유통공사 식품외식지원부

〈참고자료〉 국산 식재료 공동구매 조직화 사업

■ 모집개요

- 모집대상: 공동구매에 참여하는 복수의 외식업소로 구성된 단체·조직(조직화 예정 단체·조직 포함)
 - * 공동구매 지속성 및 사업 효과를 위해 전년 지원업체 지원 가능 (평가 동일)
- 선정규모: 50개 조직 내외(전국)

■ 사업의무

- 지원금액의 200% 이상 식재료 공동구매
- 해당 지자체에 중간점검으로 운영현황 등 반기별 실적 제출
- 사업 완료 후 공동구매 실적 제출 (참여업체, 구매 품목 및 금액 등)

■ 지원내용

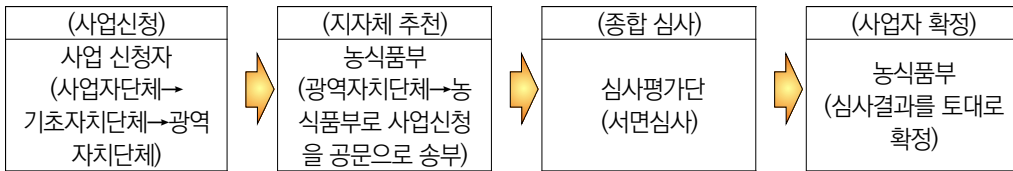
- 지원항목: 식재료 공동구매 사업추진 및 조직화에 필요한 제반 경비
 - 지원금액: 조직당 실 집행금액 100% (최대 10백만원 한도)
- ※ 국비 5백만원, 지방비 5백만원

지원 항목	세부 내용
인건비	사업 실무 담당자 1인 지정으로 인건비 지원 *총 집행금액의 30% 지원 (300만원 한도)
물류비	산지(생산업체)에서 외식업소까지의 물류비(운송비, 택배비 등)
창고임차비	공동구매한 식재료 보관에 필요한 (저온)창고임차비 지원 *보증금 지원 불가
교육·컨설팅비	공동구매 관련 전문가 초빙 및 강의료 지원
현장점검비	산지(생산업체) 계약, 품목 점검 등 현장 방문비(유류비 등) 지원
기타운영비	공동구매 품목 선정 등 회원사 간 회의비 등 *총 집행금액의 5% 지원 (50만원 한도)

* 공동구매 관련 그 외 항목 지원은 농식품부와 사전 협의 후 추진

■ 신청방법

- 모집기간 내에 신청서 및 첨부 서류 제출(공문)



- 사업 신청자는 해당 기초자치단체에 신청서 제출, 광역자치단체에서 사업신청서 취합후 농식품부에 제출
- 심사평가단의 심사를 거쳐 농식품부에서 사업자 확정

■ 제출서류

① 신청서

- 세부사업계획서 (조직 현황 및 담당자 지정, 계획품목, 예산집행계획 등)

② 기타 제출 자료

- 조직 사업자등록증 (조직화되지 않은 단체의 경우 대표 사업자등록증)

- 신규 통장사본 (조직명의, 보조금 집행 및 관리용)

* 조직명의 신규 통장 개설이 어려운 경우, 대표자 혹은 담당자 개인 별도통장 사용

- 식재료 공동구매 실적 (과거 공동구매 실적이 있는 경우)

1-3. 우수 김치재료 사용 촉진 사업

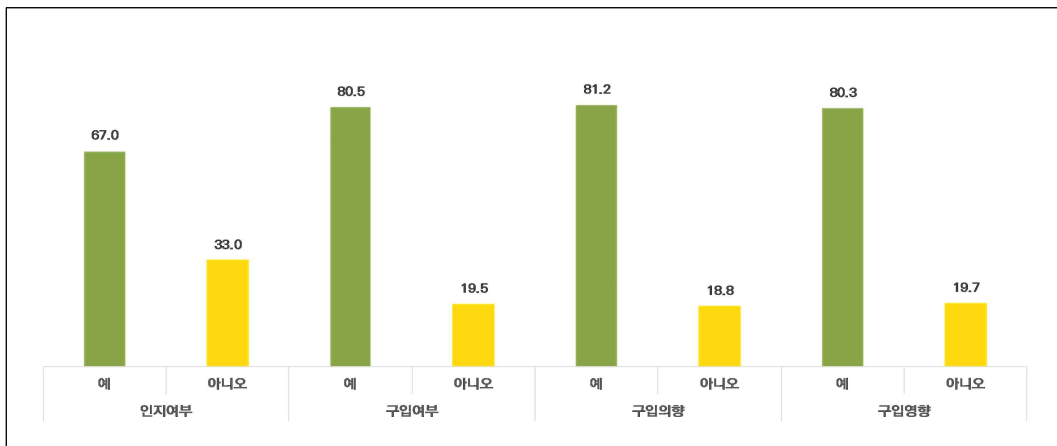
■ 사업 추진배경

- 최근 건강과 식품안전성에 대한 관심이 높아지고 가치소비 트렌드가 확산되면서, 김치원료 측면에서 국산 재료뿐만 아니라 우수농산물, 친환경 농산물, 저탄소 농산물 등의 한층 고급화된 재료를 사용한 프리미엄 김치에 대한 선호도 증가하고 있음. 즉, 고품질, 고안전성 김치재료를 사용한 상품김치 대한 소비자의 수요가 증가함에 따라 안전하고 우수한 김치재료 사용 촉진을 위한 방안 마련이 필요함.
- 그동안 농식품부에서는 식품산업진흥법 제33조(우수 식재료 사용촉진)에 따라 전통식품, 유기가공식품, GAP인증품, 친환경농산물인증품 등 우수 식재료 사용 촉진을 위한 정책을 추진하고 있으나, 김치재료에 대한 관련 사업은 아직 추진되고 있지 않음.
 - 국립농산물품질관리원에서는 '12년에 학교급식 등에 우수식재료 사용을 촉진하여 어린이 건강을 보호하고 학부모의 걱정을 해소하는 등 소비자의 수요에 부응하고자 『농식품 식자재 우수관리업체 지정』 사업을 추진하고 있음.
- '20년 실태조사에서 상품김치의 유기가공식품인증에 대한 소비자 인지도는 67.0%로 높으며, 인증김치의 구입의향은 81.2%, 구매결정에 미치는 영향은 80.3% 등으로 나타나, 소비자의 유기가공식품인증 상품김치에 대한 인식 및 구매의향은 매우 높은 것으로 나타남.

- 특히, 연령대가 젊을수록 유기가공식품인증에 대한 인지도와 구입의향이 높게 나타났으며, 소득이 높을수록 관련 김치 구입의향이 높게 나타남. 따라서 고소득층, 젊은 계층을 겨냥한 프리미엄 김치 시장 확대가 가능할 것으로 보임.

〈그림 5-6〉 소비자 가구의 유기가공식품인증 관련 의향

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

■ 주요 사업내용

○ 김치산업진흥법 제24조에 우수 김치재료 사용 촉진을 위한 지원 근거에 의해서, 우수관리인증(GAP) 농산물, 품질인증품, 지리적표시 제품, 친환경 인증 농산물, 그밖에 국가인증제도에 따라 인증을 받은 제품 등 우수 국산 김치재료를 사용하는 김치업체에게 관련 정책 인센티브를 부여하여, 다른 업체들에게도 우수 김치재료 사용을 촉진시킬 수 있음.

- 계약거래 자금 지원사업 선정 우선권 배정, 식품가공원료매입자금 대출 금리 우대, 대출비율 및 대출한도 완화 등의 혜택, 공동구매조직화 사업 서면평가 가점(각 10점, 최대 20점) 부여, 시설현대화 사업 선정 우선권

등의 관련 정책 인센티브 부여

- 우수 김치재료(전통식품, 유기가공식품, GAP인증품, 친환경농산물인증품 등 국가인증농식품 등)를 사용한 김치제품에 “프리미엄 김치”를 표시하는 인증제 실시(국립농산물품질관리원의 ‘식재료 우수관리업체’ 지정 사업 벤치마킹)
 - 우수 김치재료를 사용하여 제조한 김치에 프리미엄 인증을 받고자 하는 업체는 관계기관에 신청서를 제출하면 서류·현장심사 및 전문가들의 심의회를 거쳐 지정여부가 결정
 - 인증업체에게는 우수 식재료 구입비 지원, 교육부(교육청), 학교급식지원센터 등 우수식재료 수요기관과의 매칭 및 협업지원, 인증업체에 대한 언론 홍보, 인증업체 중 모범업체에 대한 표창 추천 등의 각종 혜택 부여
 - 우수 식재료 구입비 지원액은 예산규모에 따라 매년 결정

〈참고자료〉 김치산업진흥법 제24조(우수 김치재료 사용 촉진)

- ① 농림축산식품부장관은 고품질 김치의 안정적 공급을 확대하기 위하여 김치사업자에게 다음 각 호의 김치재료 사용을 촉진하는 시책을 추진할 수 있다. <개정 2011.7.21, 2012.6.1, 2013.3.23, 2019.8.27, 2020.3.24>
 1. 「농수산물 품질관리법」 제6조에 따른 우수관리인증농산물
 2. 「농수산물 품질관리법」 제14조제3항에 따른 품질인증품
 3. 식제 <2012.6.1>
 4. 「농수산물 품질관리법」 제32조에 따라 지리적표시의 등록을 받은 제품
 5. 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제19조제1항에 따라 유기식품등 인증을 받은 제품 및 제34조제1항에 따라 무농약농산물·무농약원료가공식품 및 무항생제수산물등 인증을 받은 제품
 6. 그 밖에 대통령령으로 정하는 국가인증제도에 따라 인증을 받은 제품
- ② 제1항에 따른 우수 김치재료 사용 촉진을 위한 시책의 지원 대상과 기준, 절차 및 방법, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- ③ 국가는 제1항에 따른 우수 김치재료 사용 촉진 시책에 사용되는 경비의 전부 또는 일부를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

〈참고자료〉 식재료 우수관리업체 지정사업

1. 추진배경

- 영세한 농식품 식자재 유통업체의 난립으로 비위생적 관리, 원산지 위반, 잔류농약 검출, 품질저하 등 문제발생
- 유통업체의 검수·관리능력 한계 극복 및 우수식자재 유통체계 정착을 위해서는 우수업체 지정·육성 등 관리시스템 구축 필요

2. 추진경과

- 농관원 전남지원에서 창의실용과제로「식자재 우수업체」지정 추진('11)
 - 3개소 지정: 전남 3
- 식자재 우수관리업체 지정·관리 시범사업(4개 지원) 추진('12)
 - 7개소 지정: 경기 3, 충남 1, 전남 1, 경북 2
- 식재료 우수관리업체* 지정·관리사업 사업 지침 마련('12.12)
 - * 집단급식소 식품판매업체 중 위생, 원산지, 안전성, 품질 등 관리가 우수한 업체 지정(유효기간 2년)
 - * 지정업체에 대해서는 안전성조사 지원 및 원산지표시 지도 점검 등 품질관리
- 식재료 우수관리업체 지정심의회 구성 및 운영지침 마련('13)
 - 심의위원 12명(내부 2, 외부 10)
 - * 외부위원 : 농식품부, 교육부, 대한영양사협회, 소비자시민모임, aT, 환경농업단체연합회 등

3. 지정실적

- 식재료 우수관리업체 지정·관리사업 본격 추진('13~)
 - 연도별 상·하반기 지정신청을 받아서 전문가 심의회 결정에 따라 지정
 - 지정업체 수 : 65개 업체('21.5월 기준)

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
우수 김치재료 사용 촉진 사업	우수 김치재료 사용 비중(%)	전체 식재료 중 GAP농산물, 친환경농산물, 저탄소 농산물 사용 비중(%) *전체 김치업체 평균비중	결과보고
	프리미엄 김치 인증업체	(프리미엄 김치 인증업체 수/전체 업체 수) × 100	결과보고

1-4. 김치제조과정 공개 지원사업(가칭, '보이는 공장' 사업)

■ 사업 추진배경

- 2022년 2월 “썩은 김치” 논란이 발생하면서 상품김치 원재료에 대한 불신과 안전성에 대한 우려가 높아졌음. 이러한 김치재료 안전성 문제는 상품김치 소비 감소로 이어져서 김치산업 기반을 위협하는 요인이 될 수 있음.
- 국내산 및 우수 김치재료 사용 촉진사업과 별도로 소비자의 상품김치에 대한 신뢰성 확보를 위해서는 제조과정 전과정에 걸쳐 철저한 위생 및 품질관리 전략이 필요함.
- HACCP 인증을 통해서 식품 원재료부터 제조·가공·보존·유통·조리단계까지 식품 안전성을 확보하고 있으나, 이런 제도가 있음에도 불량 재료를 사용한 김치 등과 같은 식품사고로 인해 김치원료에 대한 소비자 불신이 팽배해지고 있음. 따라서 소비자들의 상품김치의 안전성에 대한 신뢰도 및 만족도 제고를 위해서 김치제조 전공정을 온라인 또는 오프라인 경로를 통해서 공개하는 사업 추진이 필요함.
- 김치업체의 원료의 안정성 확보 및 위생 보증을 위한 '보이는 공장'(가칭) 사업 추진(초기 시범사업으로 추진)을 통한 김치업체의 식품제조 안전성의식 고취 및 소비자의 신뢰 확보 등으로 김치소비 촉진에 기여할 수 있음.
- 최근 외식업체를 중심으로 업체의 위생 및 품질관리에 대한 소비자의 신뢰도를 증진시키기 위해서 제조(또는 조리) 전과정을 소비자에게 직접 보여

주는 사업전략을 추진하고 있음.

- 동원홈푸드의 가정간편식 전문 온라인몰 '더반찬 LIVE(라이브)'에서는 공장에 설치된 CCTV를 통해 재료 손질부터 조리, 포장에 이르는 모든 과정을 소비자가 더반찬 홈페이지와 앱을 통해 직접 영상으로 볼 수 있음.
- 60계 치킨은 앱을 통해 가맹점 주방의 CCTV 화면을 실시간으로 공개하여, 음식점 주방내부에서 진행되는 조리과정을 고객이 테이블에 앉아 볼 수 있도록 함.
- 맥도날드는 '주방 공개의 날' 행사를 통해서 전국 매장의 주방에서 원재료 보관 및 관리 과정, 주방 내부의 위생관리 및 조리과정 공개함.

〈그림 5-7〉 외식업계의 식품제조(조리) 전 과정 공개 사례



■ 주요 사업내용

- 김치공장에 원료 입고부터 단계별 제조공정, 제품 출하까지의 전 과정을 CCTV를 통해 실시간 영상으로 공개하거나 유튜브에서 검색할 수 있는 시스템 구축(가칭, '보이는 공장'사업)
 - 제조공장에 설치된 CCTV를 통해 실시간 방송 제공(홈페이지를 통해 접속)
 - 김치제품 QR코드 검색을 통해서 업체의 홈페이지 또는 영상에 접속 가능

- '보이는 공장' 사업을 추진하고자 하는 업체를 선정하여 CCTV 설치 비용, 앱 개발 비용 등 지원(용자지원사업)
 - 해당 기초자치단체에 신청서 제출, 광역자치단체에서 사업신청서 취합후 농식품부에 제출, 심사평가단 심사를 거쳐 농식품부에서 사업자 확정
 - 스마트공장 보급·확산사업과 연계하여 추진 가능

- 김치제조 전 공정을 볼 수 있도록 김치공장 방문객에게 공장을 훤히 공개하는 사업 지원
 - 원하는 김치공장에 방문신청(개인 또는 단체)을 하면, 김치공장이 신청자들과 일정을 협의하여 김치공장 소개 또는 김치공장 '공개'의 날' 지정하여 김치공장 제조과정 공개
 - 공장 공개를 위한 필요한 시설 리모델링 사업비 등의 관련 소요비용에 대한 용자지원, 시설현대화사업 등과 연계하여 추진 가능

- 온-오프라인 방법에 의한 김치공장 공개사업은 제조공정의 위생 및 청결 증명이 가능하며, 청결하고 믿을 수 있는 제조공정을 소비자들에게 투명하게 공개해 신뢰감을 높일 수 있음.

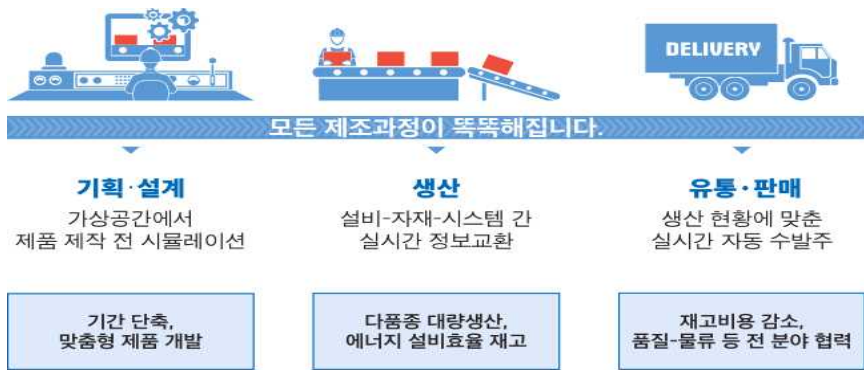
▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치제조과정 공개 지원사업	김치공장 공개사업 추진업체 수	해당사업에 선정된 김치제조업체 수	결과보고
	상품김치에 대한 소비자 신뢰도 향상	상품김치에 대한 소비자 신뢰도 변화 (5점척도)	소비자설문조사결과

2-1. 스마트 김치공장 보급·확산 지원사업(김치제조업체의 시설·설비 자동화 지원)

■ 사업 추진배경

- 4차산업혁명이 도래하면서 전 산업분야에서 디지털 경제로의 전환이 가속화되고 있는 상황에서, 김치제조공정에도 디지털 기술 보급·확산을 통한 생산성 향상을 도모할 필요가 있음.
- 중소벤처기업부는 ICT 4차산업 기술 등을 적용하여 공장 운영의 효율성을 높이기 위해서 제조공장의 스마트화를 위한 지원사업을 추진하고 있음.
 - 스마트공장은 설계·개발, 제조, 유통·물류 등 생산 전체 과정에 디지털 자동화 솔루션이 결합된 선진적 ICT를 적용하여 생산성, 품질, 고객만족도를 향상시키는 지능형 유연공장을 말함¹³⁾



자료: 스마트제조혁신추진단 스마트공장사업관리시스템 홈페이지

¹³⁾ 산업통자원부(2017), “4차산업혁명시대 스마트공장 확산을 위한 핵심 분야별 정책방안 연구”.

○ 정보통신기술(ICT) 융합 스마트공장 보급·확산 지원사업의 주요 내용으로
 1)스마트공장 구축 및 고도화, 2)대중소상생형, 3)업종별 특화지원, 4)K-스마트등대공장, 5)디지털클러스터(일반형) 등이 있음.

- 2022년 수준별 스마트공장 구축을 위해 총 2,475억원 지원, '22년말까지 3만개 보급 추진

〈표 5-5〉 중소벤처기업부의 스마트공장 보급·확산 지원사업 개요

지원유형		지원내용	정부지원 (기업당, 최대)	지원 비율	지원 기간
기초		제품설계·생산공정 개선 등을 위한 IoT, 5G, 빅데이터, AR·VR, AI, 클라우드 등 첨단기술을 적용한 스마트공장 솔루션 구축 및 구축에 필요한(솔루션 연동) 자동화 장비, 제어기, 센서 등 지원	0.5억 원	50%	6개월
고도화1			2억 원	50%	9개월
고도화2		인공지능 솔루션을 적용하여 스마트공장의 활용도, 수준 향상을 위한 구축 지원	4억 원	50%	12개월
대중소 상생형	기초	주관기관(대기업 등)이 중소중견기업과 협력하여 스마트 공장을 구축할 경우 정부가 비용 일부 지원 * (지원비율) 정부 30%, 주관기관 30% 이상, 도입기업 30% 이내	0.42억 원	30%	6개월
	고도화1		1.2억 원	30%	9개월
	고도화2		2.4억 원	30%	12개월
업종별 특화	기초	제조공정(업종별) 특화 솔루션 및 솔루션 연동 자동화장비·제어기·센서 등 구축 지원	0.5억 원	50%	6개월
	고도화1		2.0억 원	50%	9개월
K-스마트등대공장		제조업의 AI 스마트공장 전환 촉진을 위해 정밀진단부터 전략 수립 및 첨단 스마트 솔루션 구축을 패키지로 지원	4억 원/년	50%	3년
디지털 클러스터 (일반형)	기초	벤처스타트업 등 혁신기업 중심으로 공통목적 및 이해관계를 갖는 업종, 산단 입주기업 등의 협업체에 대해 지원	0.5억 원	50%	1년
	고도화1		2억 원	50%	
	고도화2		4억 원	50%	

자료 : 중소벤처기업부

○ 스마트 HACCP 지원사업은 HACCP이 의무적용되는 업체를 대상으로 ICT 4차산업 기술 접목을 지원하는 사업으로 스마트 공장 전환 김치제조업체의 생산효율성을 높이는 데 활용될 수 있을 것임.

○ 스마트 HACCP은 식품 특화 스마트 팩토리 시스템으로 식품의 안전관리를 위해 중요하게 관리되는 공정의 관리상황을 자동으로 기록·관리하여 데이터의 위·변조를 방지하는 효과가 있음.

- 스마트 HACCP의 효과는 1) 실시간 중요관리공정(CCP) 모니터링 자동화, 2) 각종 기록문서 디지털화, 3) HACCP 데이터 수집·관리·분석
- 한국식품안전관리인증원에 따르면, 일반식품 및 축산물 생산과정에 스마트 HACCP을 도입한 결과, 식품안전사고가 30% 이상, 공정 불량률과 완제품 불량률이 50% 이상 감소한 것으로 나타남.

〈표 5-6〉 스마트 HACCP 지원사업 개요

구분	세부내용	
지원 대상	HACCP 의무적용 소규모 인증업체 중 한국식품안전관리인증원에서 개발한 스마트 HACCP 표준 모듈을 적용하여 스마트 HACCP를 등록하는 업체 HACCP 의무적용 식품 중 표준 모듈 중요관리점(CCP)이 개발된 과자, 캔디류, 빵류를 생산하는 소규모 업체 우선 지원 * 신청업소수 미달 시 의무 대상 소규모 식품 및 축산물 제조가공업체로 확대 지원	
사업 규모	총 8억 원(개소당 최대 4천만 원) / 지원비율 : 국비 50%, 자부담 50%	
지원 범위	자동화 설비 등	HACCP 시스템 표준 모듈(솔루션)과 연동이 가능한 자동화(Auto sensing) 설비 등(금속검출기, 가열기, 자동 온도장치 등) * CCP 설비에서 생성되는 데이터를 디지털화하여 다양한 통신(유무선)을 통해 실시간 한계기준 이탈 알림 등이 가능한 범용 솔루션(한국식품안전관리인증원 개발)
	데이터 전송 장비 등	가열, 세척소독, 금속 검출 등에 필요한 기존 설비에 데이터 수집을 위해 별도 부착한 센서 및 수집된 데이터를 저장하기 위해 클라우드 등으로 전송할 수 있는 장비(온도센터, 유속센터, 유·무선 통신 네트워크, 서버)
	기능 최적화 등	스마트 HACCP 표준 모듈과 설비의 연결(커스터마이징) 및 현장에 맞게 표준모듈 최적화(추가, 수정 등)에 필요한 비용

스마트 HACCP 개념도



자료 : 한국식품안전관리인증원, 2022년 스마트 HACCP 구축·보급지원 사업계획 공고

○ 스마트공장 구축기업은 평균적으로 생산성 28.5% 증가, 품질 42.5% 향상, 원가 15.5% 감소 등의 긍정적 효과가 나타났으며, 기업당 배출 7.4% 향상을 비롯해 고용 2.6명 증가, 산업재해 6.2% 감소 등 기업 성장과 좋은 일자리 창출로 이어졌음(산업연구원, 2020년)¹⁴⁾

■ 주요 사업내용

○ 상대적으로 저렴한 수입김치에 대응하기 위해서는 김치제조 원가절감 및 생산성 향상을 통한 가격경쟁력 확보가 최우선 과제임. 따라서 생산성향상, 원가절감 효과와 함께 인력부족 해소, 품질관리 고도화를 위한 스마트공장 전환 사업비와 스마트 HACCP 도입 지원사업 추진이 필요함.

- 중기부 스마트공장 보급·확산 지원사업과 연계 협업 추진, 김치제조업체가 중기부의 ‘스마트공장 보급·확산사업’에 적극적으로 참여할 수 있도록 인센티브 방안 마련

14) 스마트공장 도입기업(‘14~’18년 7,903개사) 성과분석

- 벤치마킹이 가능한 “스마트 김치공장” 실증모델을 제시하여 스마트 김치 공장 도입에 대한 청사진 제시

○ 업체 맞춤형 스마트공장 전환 사업비 지원

- 완전 자동화 시설 구축이 어려운 소규모 업체를 위해 반자동화 설비(예: 양념속냉기의 자동화 지원 등) 지원(용자지원사업)

- 완전 자동화 시설구축을 희망하는 업체를 위해서 중기부의 고도화사업 신청 컨설팅 지원(제품설계·생산공정 개선 등을 위한 IoT, 5G, 빅데이터, AR·VR, AI, 클라우드 등 첨단기술을 적용한 스마트공장 솔루션 구축 및 구축에 필요한(솔루션 연동) 자동화 장비, 제어기, 센서 등 지원)

○ 중소 스마트공장에 대한 생산기술 표준화, 스마트 HACCP 적용을 지원하기 위해서, 컨설팅, 교육·훈련 지원 등을 통한 스마트공장 구축·운영 역량 강화 사업 추진

○ 김치제조업체 품질·안전관리 시스템 고도화를 위한 스마트 HACCP 도입 지원(스마트공장 사업 연계 추진)

○ 스마트공장 구축사업과 함께 제조실행시스템(MES), 공급관리시스템(SCM) 등 스마트 경영관리체계 구축 지원

- (제조실행시스템, MES) 생산 및 품질, 설비, 물류관리 등 공장운영 최적화 지원 시스템

- (공급관리시스템, SCM) 수요예측, 생산계획, 공장운영 스케줄링 등

기계손 '포기김치' 나온다.. 양념속넣기의 자동화

(아시아경제, 2020.8.28.)

과학기술정보통신부 산하 세계김치연구소가 김치의 양념 속 넣기 자동화 장치를 개발했다고 밝혔다. 연구소는 김치 제조 공정 자동화의 난제로 꼽혔던 양념 속 넣기를 자동화 하는데 성공했다. 회전식 경사로에 절임배추를 넣으면 배추가 구르면서 잎이 벌어지는데 그 사이에 양념을 공급하는 방식의 장치다. 연구소는 수작업 대비 양념 혼합의 완성도가 90% 수준에 달한다고 밝혔다. 이 장치를 활용하면 균일한 품질의 김치를 생산할 수 있다. 김치 생산량도 크게 늘릴 수 있다. 연구소는 기존 수작업으로 김치를 생산할 경우 시간당 280kg을 처리할 수 있었지만, 이 장치를 이용하면 2500kg을 생산할 수 있어 생산성을 약 9배 높일 수 있다고 설명했다. 김치 생산에 필요한 인력도 줄일 수 있다. 김치 10톤을 생산할 때 양념 혼합 공정에 필요한 인력은 16명이다. 이 장치를 활용하면 3~4명 수준이면 완성도 높은 김치를 생산할 수 있다.

배추김치 '양념 속 넣기' 자동화 했더니 생산량 5배...전남도 "생산비 절감"

(경향신문, 2022.2.21.)

배추김치를 담글 때 가장 많은 노동력이 필요한 일이 '양념 속 넣기'다. 전남도가 이를 자동화 할 수 있는 장비를 김치 제조 공장에 보급키로 했다. 이 장비를 사용하면 김치 생산량을 5배 가까이 늘릴 수 있다. 1시간 기준 노동자 4명이 평균 280kg의 배추김치를 생산했다. 하지만 양념 속 넣기 설비를 이용하면 같은 조건에서 생산량이 시간당 1500kg으로 5배 이상 늘었다.



▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
스마트 김치공장 보급·확산지원사업	스마트공장 전환 업체 수	해당사업에 선정된 김치제조업체 수	결과보고
	스마트 경영관리체계 도입 업체 수	해당사업 도입 김치제조업체 수	결과보고

2-2. 기능성 김치종균 개발·보급사업

■ 사업 추진배경

- 김치종균은 김치발효를 주도하는 우수 유산균으로 김치의 맛을 향상시키고 품질을 균일하게 유지하며 품질기한을 연장하는 등 김치의 품질을 향상시키는 역할을 함. 즉, 담그는 사람에 따라, 지역에 따라, 시기에 따라 맛이 달라질 수 있는 김치 품질을 일정하게 조율해 줌. 김치종균은 김치 품질 유지를 위해 가장 중요한 요소이자, 맛을 일정하게 유지할 필요성이 있는 수출에도 중요한 역할을 함.

- 대기업의 경우는 자체적으로 종균을 개발해 김치 제조시 사용을 하고 있지만, 중소기업에서는 균주 구매비용 및 전문 인력 부족등으로 자체 종균 확보가 불가능하여, 대부분 자연발효 방식에 의존하고 있음. 이에 세계김치연구구소에서는 종균보급사업을 통해서 중소기업체에 종균 무상보급사업을 점차 확대하고 있음.
 - 세계김치연구구소에서는 2013년부터 전국 지역별 종류별 김치로부터 유산균을 수집해 약 35,000종의 김치 유산균을 확보해 이중 총 27종의 김치종균을 개발하였음.

- 그러나 중소기업체의 김치종균 도입에 대한 의향은 낮은 상황임. ‘20년 김치산업실태조사에서 김치종균 이용 의향 없는 김치제조업체 비중이 65.6%로 나타났으며, 특히 김치판매실적 10억원 이하 업체에서 김치종균 이용 의향이 없는 비중은 70.3%로 가장 높았음.

○ 한편, 소비자의 기능성 종균 프리미엄 김치에 대한 수요는 높은 것으로 나타나, 향후 기능성 프리미엄 김치 시장규모는 확대될 것으로 보임.

- 황윤재 외(2021)의 소비자 설문조사 결과, 고품질·기능성 상품김치에 대한 소비자 수요가 존재하는 것으로 조사되었음. 국내 소비자의 61.7%가 맛이나 품질 유지 기간을 연장하고, 건강기능성을 부여하는 종균을 개발하여 만든 배추김치를 27.5% 정도 추가적으로 구매할 의향이 있었으며, 소비자의 61.2%는 3,313원(9.5%)을 추가적으로 지불할 의향이 있는 것으로 나타났음.

○ 일본의 경우에도, 기능성식품 표시제도가 2015년에 도입된 이후 다양한 기능성 표시 식품이 개발되고 시장이 확대되고 있으며, 일본 내 김치 제조업체가 이러한 제도 도입과 함께 유산균 등을 접목한 기능성 표시 김치 제품 등 다양한 기능성 표시 김치제품을 개발·판매하고 있음(황윤재 외, 2021).

〈그림 5-8〉 일본 기능성 표시 상품김치 제품 사례

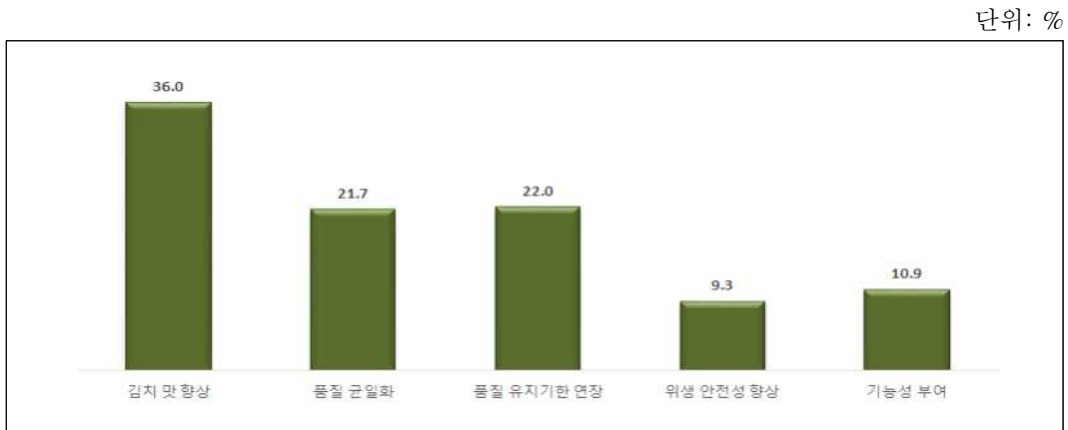


자료: 한국농수산물유통공사 농식품 수출정보 웹페이지

■ 주요 사업내용

- 김치업체와 소비자 선호도 반영한 기능성 김치종균 개발 및 보급 사업 추진
 - 코로나 19 이후 소비자는 간편식, 기능성식품, 대체식품, 유기가공식품 등 신성장식품 구입의향이 높고, 신식품에 대한 소비자의 중시 요소는 영양(기능)과 안전성이며, 가격민감도는 상대적으로 낮은 편임¹⁵⁾.
- 맛 향상, 품질 유지기한 연장, 건강기능성 함유 등의 기능성 김치종균을 개발·보급하여 고품질 김치생산 및 수출용 김치에 활용 가능
 - 김치 종균 이용 의향이 있는 김치 제조업체를 대상으로 김치 종균의 기능 중 제품에 부여하고 싶은 종균 기능을 질문한 결과, ‘김치 맛 향상’이 36.0%의 비중을 차지하였으며, 다음으로 ‘품질 유지기한 연장’(22.0%), ‘품질 균일화’(21.7%) 등의 순으로 나타남.

〈그림 5-9〉 김치 제조업체의 김치 종균 부여 희망 특성



주 1) 향후 김치 종균을 이용할 의향이 있는 김치 제조업체만을 대상으로 산정함 수치임.

2) 복수 응답 결과를 100%로 환산하여 재산정한 수치임.

자료: 2020년 김치 제조업체 실태조사 결과.

¹⁵⁾ 한국농촌경제연구원(2021), “2021년 식품사업 정보분석 전문기관 사업보고서”, P.108-109.

- 김치제조업체의 김치종균 활용 촉진 및 소비자의 기능성 식품에 대한 선호도에 부응하기 위해서, 기능성 김치종균을 활용한 ‘프리미엄 김치’ 개발 및 관련 인증제 시행
 - 기능성 김치종균을 활용한 유아·어린이 이육식 김치, 병원 환자식 맞춤형 김치 개발
 - 다이어트식 저염김치, 항암김치 등 기능성 김치 개발

- 김치 제조업체 가운데 향후 김치 종균을 김치 제조 시 무상으로 제공한다면 이용할 의향이 있는 비중이 29.0%, 자체 제조 또는 구입하여 이용할 의향이 있는 업체는 5.4%로 나타나, 김치종균 보급사업 초기단계에서는 무상보급을 통해서 저변을 확대하는 전략이 필요함.
 - 기능성 종균 보급 업체 대상 현장기술 지도, 성과 관리 등 철저한 사후관리 병행
 - 김치종균의 효과성을 검증하고 홍보하는 사업 추진

▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
기능성 김치종균 개발·보급	김치종균 (무상 또는 유상) 보급 업체 수 증가율	(해당연도 업체수-전년도 업체수)/전년도 업체수 X 100	결과보고
	기능성 김치종균 사용 프리미엄 김치 개발 및 출시 건수	프리미엄 상품김치 출시 건수	결과보고

2-3. 김치품질표시제 개선

■ 사업 추진배경

- 최근 시판용 김치 제품을 차별화하고, 다양하고 구체적인 정보를 소비자에게 전달하기 위해 기존의 인증·표시제도 이외에 매운맛, 숙성도, 나트륨 함량, 영양, 지리적 표시 등 다양한 정보를 전달하는 표시제 도입을 추진하고 있음.
- 수요자 중심의 표시제도 도입은 국내외 소비자의 국내산(한국산) 상품김치 구매 유인을 제공할 것임. 국내 소비자의 71.5%가 이 제도 도입시 시판용 배추김치를 현재보다 29.0% 추가적으로 구매할 의향이 있다고 응답하였음(황윤재 외., 2020).
 - 국가별로 소비자들이 선호하는 표시제도는 차이가 있는 것으로 나타나서, 국가별 소비자의 선호를 고려한 표시제도 도입이 필요함. 한국 소비자는 짠맛 등급, 숙성도 등의 표시에 대한 도입 필요성과 구매의향이 높은 편임. 반면, 일본 소비자는 매운맛 등급과 숙성도 표시, 대만 소비자는 짠맛 등급과 영양 표시가 상품김치 구매에 상대적으로 영향을 주는 것으로 조사됨.
- CJ 제일제당은 김치 숙성도 인디케이터 포장재를 개발하여 '22년 대한민국 패키징대전에서 산업통상자원부장관상을 수상한 바 있음.
 - 기술적 특징으로 김치 발효과정에 대응한 다색 변화 잉크 개발 및 적용, 김치 발효가스에 반응할 수 있는 인디케이터 포장기술에 관한 특허 확보
 - 김치는 숙성됨에 따라 발효가스가 생성되며 이를 활용한 지능형 포장을 개발함에 따라 김치에 새로운 가치와 소비자 편의성 창출

- 김치의 숙성도 변화를 색으로 표현한 인디케이터 포장재는 1)김치의 맛을 색으로 표현하여 소비자에게 맛정보를 전달하였는데, 초록색은 신선한 맛, 노란색은 시원한 맛, 주황색은 잘 익은 맛을 나타내며, 2)발효가스에 대한 직접 측정 기술을 적용하여 유동적 환경에서도 정확한 김치 숙성도를 표현하고, 3)유통기한이 아닌 새로운 맛, 숙성도 정보를 제공함으로써 폐기물 감소에 이점 가짐.

〈그림 5-10〉 김치의 숙성도와 맛을 나타내는 포장재 사례



자료: '22년 대한민국패키징대전 정부포상, 한국생산기술연구원.

▣ 주요 사업내용

○ 김치 맛·숙성도 등 김치품질표시제 도입 추진

- 김치맛 표준지표 분석법 확립 및 등급화를 위한 빅데이터 축적
- 짠맛(나트륨 함량, 1.6-2.2%) 및 매운맛(캡사이시노이드 함량, 150-1,000 mg/kg) 기준 설정을 위해 등급별 소비자기호도 조사 및 데이터 분석
- 김치맛 등급 및 숙성도를 표시, 관련 포장기술 개발 지원

- 김치제조 수단계에서의 품질·안전관리를 위해 원료 표준화를 추진('19년 김치산업육성방안의 해당사업 계속 추진)
 - 김치 원료용 짓갈·고춧가루 등의 성분 및 최소기준을 설정, 김치 품질의 균일성 향상
 - 「김치산업진흥법」 및 관련법령을 개정, 김치 주원료 표준 설정 추진

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치품질표시제 개선	김치품질표시제 개선을 위한 연구 개발비	김치품질표시제 R&D 투자액	결과보고
	개선된 김치품질표시제 만족도	개선된 김치품질표시제 소비자 만족도 (5점 척도)	소비자설문조사

2-4. ESG 경영 지원사업

■ 사업 추진배경

- 과거 기업의 가치는 재무제표와 같은 단기적이고 정량적인 지표에 의해 주로 평가되었는데, 최근에는 전 세계적인 기후변화 위기와 코로나 19 팬데믹에 직면하여 ESG와 같은 비재무적 가치의 중요성이 더욱 증가되고 있음.
- ESG 이슈가 등장한 이후 전 세계적인 관심이 고조되면서 제도적 규제강화와 투자(공적투자, 민간투자)기관의 ESG 정보공개에 대한 수요가 급증하였으며, 이에 각 기업들의 ESG 대응 노력도 확대되고 있음.

〈표 5-7〉 ESG 관련 국내외 동향

구분		규정
제도적 측면		기업의 ESG 정보공개 의무화, 협력사 등 공급망에 대한 실사 의무화 등 ESG 관련 규제 강화
투자	연기금	글로벌 연기금의 ESG 투자원칙에 따른 책임투자가 보편화
	자산운용사	글로벌 3대 자산운용사 등 주요 투자기관에서 ESG 요소를 반영한 투자 결정 및 의결권 행사를 이행
	신용평가사	글로벌 신용평가사에서 ESG 평가결과를 기업 신용등급에 반영하고 평가기준을 지속적으로 강화
민간	평가기관	기업들의 ESG 대응과 신뢰성 있는 평가를 위해서 민간 차원의 평가 기관이 급증하며, 특히 공급망 관련 ESG 평가 시장이 확대되는 추세
	이니셔티브	(공공) UN을 중심으로 ESG 분야 원칙, 목표 등을 제시 (민간) 전자, 자동차 등 주요 산업별로 산업 특성을 감안한 이니셔티브 조성하여 ESG 적극 대응

자료: 산업통산자원부, 「K-ESG 가이드라인 v1.0」

- 최근 전세계적으로 ESG의 중요성에 대한 인식과 실천이 확산되면서, 김치 제조업계에서도 ESG경영은 선택이 아닌 기업의 생존과 성장의 핵심적인 요소로 부상하고 있음.

■ 주요 사업내용

가. 중소기업대상 ESG 경영 지원

- ESG 기업문화 확산, 지속가능경영 글로벌 규제 도입, 지속가능한 소비 확대 등의 환경 변화에 대응하여 직접적인 영향을 받는 대기업은 자체적으로 대응을 하고 있지만, 중소기업의 경우 대기업에 비해 ESG에 대한 인식이 부족하고 대비가 되어 있지 않기 때문에 향후 ESG 확산에 따른 리스크 증대가 우려됨.
- 급변하는 ESG 환경속에서 중소규모의 김치제조업체의 ESG 경영을 선제적으로 지원할 필요가 있으며, 이를 위해 ① 가이드 라인 제공 ② ESG 교육 및 인식 확대 ③ ESG 위험 발생 상황을 위한 긴급 지원 등과 같은 정책적 지원이 필요함.
 - (가이드라인 제공) 김치제조업체의 ESG 경영 및 관리방안에 대한 가이드라인 제공
 - (ESG 인식 확대 지원) ESG에 대한 정보 부족으로 시업 기회를 상실하거나 시장 접근이 차단되는 경우가 발생하지 않도록 김치제조업체 대상 ESG 경영 교육 및 관련 세미나 등 추진 지원
 - (긴급 지원) ESG 평가를 근거로 공급망 상에서 불이익을 당한 경우, 대응할 수 있는 제도적 절차 마련

나. 글로벌 regulation 대응을 위한 지원

- 21년 EU 수입규정 강화로 액젓, 동물성 원료 사용시 EU수출작업장등록 인증 의무화에 따라 해당 인증을 완료한 업체의 액젓을 원료로 사용해야 김치 수출이 가능해짐. '21년 대한민국김치협회와 세계김치연구소가 해당업체의 액젓을 공급받을 수 있게 조치가 되었으나, 현재 가격이 높아 수출에 따른 여러 애로사항이 발생되고 있음.
- 국제기준 변동시 대응을 위한 인증 가이드 제공, 인증 비용 지원, 신속한 인증 등의 정책지원을 통한 김치산업 전반의 경쟁력 향상 추진

다. 타부처 사업 연계 지원

- 한국환경공단과 환경부, 산업통상자원부, 중소기업벤처부가 함께 지원하는 '스마트 생태공장 구축사업' 활용한 김치제조업체의 ESG 경영 촉진
 - 이 사업은 오염 배출원 중 제조공장을 대상으로 에너지·자원 효율 제고, 오염물질 및 온실가스 배출량 저감 등을 종합적으로 도모할 수 있도록 컨설팅과 설비 설치·개선 등의 과정을 지원하는 사업
 - 이 사업은 국내 제조공장을 소유한 중소 혹은 중견기업이라면 누구나 지원 가능하며, 선정될 경우 스마트 생태공장 구축에 필요한 컨설팅, 설비의 설치·개선 자금을 지원
 - 지원 분야는 ① 오염물질 저감, ② 자원 순환, ③ 온실가스 저감, ④ 에너지절감(생산공정외), ⑤ 스마트시설(생산공정 외), ⑥ 악취 저감, ⑦ 소음·진동 저감, ⑧ 기타 친환경시설, ⑨ 스마트시스템(협업-스마트공장), ⑩ 공정-에너지(협업-클린팩토리) 등 총 10개로, ①~⑧ 중 3개 이상은 반드시 선택해 신청해야 함.
 - 해당 사업을 통해 총 60개 사에게 기업당 최대 10억원의 지원금을 지급하며,

기업구분에 따라 정부지원 및 민간지원의 사업비 구성 비율이 다를 수 있음.

라. 우수한 ESG 경영 사례 홍보

- 염수재처리방안: ‘규조토 여과와 오존 고도처리 시스템’ 설계 반영
 - 절임배추시설에 ‘규조토 여과와 오존 고도처리 시스템’ 설계 반영
 - 절임염수의 각종 유기물과 탁도 색도를 제거하고, 염수에 잔류하는 대장균 일반세균을 살균 처리하여 폐수로 버려지는 절임염수를 재활용함. 이를 통해 용수와 소금 소요량을 절감하여 최종 방류되는 폐수의 양을 저
 - 염수재활용을 통해 김치생산원가 절감 추진(인건비 및 생산원가 절감, 소금원가 65% 절감, 용수 30톤/일 이상 절감, 염수방류 감소로 환경보호, 안전한 절임배추 생산 등)

- 배추 부산물 처리방안: 우거지 및 배추폐기물 건조장치를 통한 사료화
 - 배추 부산물에 염분이 섞이지 않도록 철저한 작업장 동선 관리 추진
 - 배추 곱잎은 우거지 가공용으로 판매하고, 배추 폐기물은 건조장치 설치를 통한 사료화
 - 배추 폐기물 건조장치는 건조된 배추부산물을 짚겨와 섞어 수분함량 65% 정도의 사료로 만든 후 발효해 급여하면, 배합사료의 20~30%를 대체할 수 있어 사료비 절감과 환경오염 예방
 - 관련 기술로는 배추·무 부산물을 이용한 사료 개발기술, 배추·무 부산물을 이용한 퇴비화 기술, 배추·무 부산물의 식이섬유 분리·정제기술 등

〈그림 5-11〉 김치제조업체의 ESG 경영 사례



〈참고자료〉 농업회사법인 씨엔에프, 영주시에 우거지 제조 공장 신설

건강식 산업이 확대되고 있는 현재 상황에 발맞춰 2022년 연내에 절임배추 부산물을 이용한 냉동우거지를 상품화해 새로운 부가가치를 창출한다는 계획이다.

특히 절임배추 생산단계에서 발생한 양질의 배추 부산물은 대부분 폐기 처분돼 처리 비용도 만만찮아 이번 우거지 제조 공장 신설은 일석이조의 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대하고 있다. "오는 2025년까지 32억원 투자로 우거지 공장 신설, 소분 포장 라인 구축 등을 완료해 가속화되고 있는 가정간편식 시장의 성장에 대응하겠다"는 포부를 밝혔다.

자료: 안동MBC (2021. 12. 16)

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
ESG 경영 지원사업	김치제조업체 평균 ESG 등급	김치제조업체의 평균 등급	(한국ESG기준원 등 관련기관) 결과보고
	ESG 경영 김치제조업체 수	관련 업체 수	결과보고

3-1. 저온시설 확충 지원

■ 사업 추진배경

- '20년 김치산업실태조사에 의하면 김치 제조단계에서 가장 필요한 지원에 대해서, 업체의 23.5%가 공동 원재료 저장시설 구축을 지적하였음. 특히 10억 원 이하의 소규모 업체의 공동 원재료 저장시설 구축에 대한 수요가 높은 편임.
- '20년 김치산업실태조사에 의하면 김치 제조업체가 국내 판매 과정에서 직면하고 있는 가장 큰 어려움은 제품 판매 유통망 구축(31.0%), 국내 수요 발굴 확보(23.6%), 홍보·판촉(18.0%), 제품의 적정 품질 유지·관리(15.3%), 재고관리(10.8%) 등의 순으로 나타남.
- 농식품부(원예경영과)의 '저온유통체계구축사업'을 통해서 김치가공업체¹⁶⁾는 사업대상자 선정 심의를 거쳐서 김치원료품목(배추, 무)의 산지저온시설(예냉설비·저온저장고·저온선별장)의 신규 설치 및 개보수와 원예농산물 수송용 냉장탑차(일반 및 PCM 축냉식) 등의 저온수송차량 신규 구입 및 개조 자금을 지원받을 수 있음(국고보조 30%, 지방비 30%, 자부담 40%).

¹⁶⁾ 김치가공업체의 지원자격 및 요건은 농가와 직접 계약재배를 통해 5천만원 이상 원료(배추, 무)를 사용한 농업법인(산지유통인과의 계약재배 실적은 불포함)

- 김치 완제품의 경우, 대기업 김치업체는 자체적으로 제품 보관용 저온저장고를 보유하고 있으나, 중소기업체는 원재료 보관용 저온시설도 갖추기 어려운 상황에서 완제품 저온시설은 매우 부족한 실정임.
- 농산물의 경우 산지유통시설 지원사업을 통해서 농산물 저온저장고 및 집하선별장 신규 설치 자금¹⁷⁾을 지원하고 있으나, 상품성 향상을 위해 저온유통시설이 필요한 김치의 유통시설 국고보조사업은 부재한 상황임.
 - 농식품 제조·가공업체의 제조·가공시설 현대화를 위한 자금(농식품시설 현대화자금) 지원사업은 있으나 융자지원사업으로, 담보가 부족한 영세 김치업체가 이 자금지원을 신청하는데는 한계가 있음.

▣ 주요 사업내용

- 김치재료 보관을 위한 저온시설 확충 지원뿐만 아니라, 판매 유통과정에서 품질 저하를 방지하여 상품성 향상을 통한 김치 완제품용 저온시설 확충 지원을 통한 김치 유통시설 기반 구축 지원
 - 생산 및 가격 변동이 심한 배추, 무 등의 김치원료 대해 저온저장 시설 등의 지원을 통한 수급 및 가격안정에 기여
 - 예냉(豫冷) 등 저온설비를 갖춘 완제품 보관시설 확충 지원을 통해 김치의 신선도를 유지하고 유통 기간 연장으로 판매시기 조절 및 수익성 개선
- 김치제조업체의 원료보관용과 완제품보관용 저온시설 지원은 신규설치와 개보수사업으로 구분하여 지원하며, 국고보조, 지방비, 자부담은 산지유통시설 지원사업 등을 참조하여 설정할 수 있음.

17) 지원대상은 농협, 농업법인(영농조합법인, 농업회사법인)이며, 지원단가는 (저온저장고) 1,300천원/㎡, (집하선별장) 500천원/㎡, 국고보조 30%, 지방비 30%, 자부담 40%(신규는 40, 30, 30)

- 개보수 사업은 노후 된 중대형 저온저장고에 대한 지원으로 반드시 건축 후 10년 경과, 66m²(20평)이상 저온저장고에 대하여 접수

○ 저온시설 지원 대상자는 전년도 판매물량, 판매금액 규모, 사업부지확보 여부 (근저당 설정여부 등 확인), 자부담 능력, 국산김치재료 사용 인증, 우수 김치재료 사용 인증, 관련 교육이수 여부 등을 반영한 점수로 대상자 선정

■ 성과지표 및 측정방법

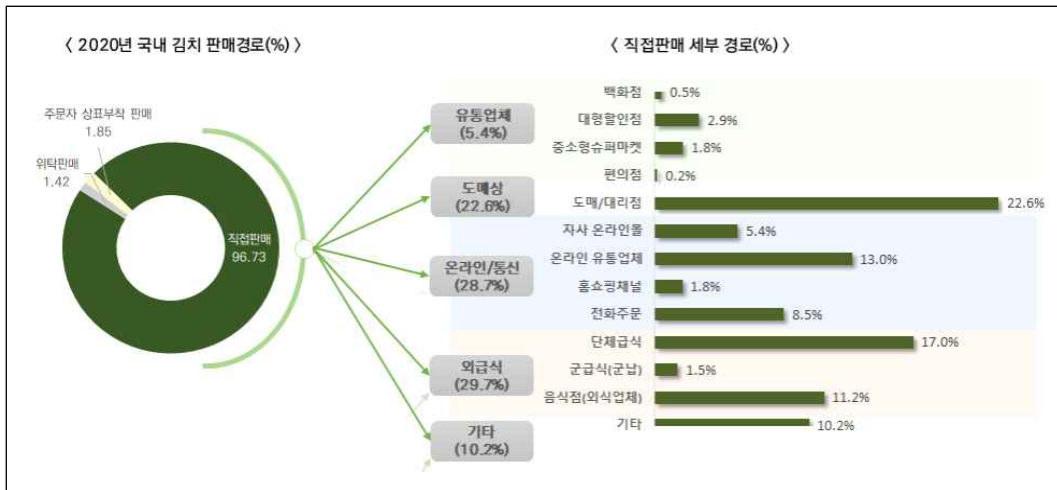
사업명	성과지표	측정산식	출처
저온시설 확충 지원	신규 지원 업체 수	관련 업체 수	결과보고
	개보수 지원 업체 수	관련 업체 수	결과보고

3-2. 김치판매전용 온라인 플랫폼 조성사업

▣ 사업 추진배경

○ '20년 김치 제조업체가 김치를 직접 판매하는 비중이 96.7%로 대부분을 차지하며, 직접 판매 유통경로에서는 온라인 유통업체(13.0%)나 자사 온라인몰(5.4%), 전화주문(8.5%), 홈쇼핑채널(1.8%) 등 온라인/통신 판매 비중이 28.7%로 외식·급식시설 판매 비중(29.7%) 다음으로 높은 비중을 차지하고 있음.

〈그림 5-12〉 김치 제조업체의 김치 국내 판매방식 및 직접 판매 세부 유통경로



- 주 1) 유통경로 비중은 업체별 생산 및 취급 규모를 고려하지 않은 단순 평균값임.
- 2) 대형할인점은 이마트, 홈플러스, 롯데마트 등이며, 중소형 슈퍼마켓은 동네마트, SSM 등을 말함.
- 3) 온라인 유통업체는 쿠팡, G마켓, 네이버, 우체국 쇼핑 등이며, 통신판매는 전화, 팩스 주문 등을 의미함.
- 4) 단체 급식은 회사, 학교 등이 해당됨.
- 5) 위탁 판매는 제품의 판매를 대행 기관에 위탁하고, 그에 대한 보수로 매출액의 일정 비율의 수수료를 대행 기관에 지급하는 방식을 말함.
- 6) 주문자 상표 부착 판매(OEM, PB 등)는 주문자 상표 부착을 의뢰받아 제품생산후 납품하는 방식임.

자료: 자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

○ 과거부터 김치를 제조해 왔던 업체의 경우 단체급식이나 군납 등의 판매 비중이 높아 대량 수요처를 확보하고 있지만, 신규진입 업체와 생산량이 소규모인 업체일수록 고정 수요처 확보가 곤란하여 온라인 유통 채널을 활용하는 비중이 높은 것으로 나타남. 황윤재 외(2021)의 김치업체 조사결과에서도 제품 판매·유통망 구축의 어려움을 김치 판매 시 가장 큰 애로사항으로 지적하고 있으며, 특히 신규진입 김치업체일수록 더 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남.

〈표 5-8〉 김치제조업체의 상품김치 국내 판매 시 애로사항

단위: %

구분		제품 판매망 구축 어려움	국내 수요 발굴 /확보 곤란	홍보·판촉 어려움	제품의 적정 품질 유지· 관리 곤란	기타	계
전체		34.6	29.8	26.3	8.3	1.0	100.0
김치 생산 시작 연도	2004년 이전	33.7	27.9	25.6	11.6	1.2	100.0
	2005~2014년	34.6	31.6	25.7	6.6	1.5	100.0
	2015년 이후	35.8	28.4	28.4	7.5	0.0	100.0
영업형태	식품 제조업체	31.3	34.9	24.1	8.4	1.2	100.0
	김치 전문 제조업체	35.9	27.7	27.2	8.3	1.0	100.0
2019년 김치 생산량	100톤 미만	37.0	29.6	27.2	6.2	0.0	100.0
	100톤~500톤 미만	36.6	23.2	28.0	9.8	2.4	100.0
	500톤~1,000톤 미만	36.9	29.2	29.2	4.6	0.0	100.0
	1,000톤 이상	26.2	39.3	19.7	13.1	1.6	100.0

주: 복수응답 결과를 100%로 환산한 결과임.

자료: 황윤재 외(2021), 2020년 김치 제조업체 설문조사 결과.

○ 최근 김치판매 경로로서 그 위상과 역할이 증가하고 있는 온라인 유통의 접근 수월성과 투명성을 도모하기 위해서, 김치판매 전용 온라인 플랫폼을 구축할 필요가 있음. 신속, 간편, 정확한 맞춤형 배송시스템을 갖춘 온라인 유통혁신을 통한 김치의 고부가가치화를 추구할 수 있음.

〈참고자료〉 온라인 플랫폼 개념 및 사례

■ “플랫폼(platform)”은 다수의 수요자와 공급자가 참여하여 이들의 거래를 통해 가치의 교환과 창출이 가능하게 설계된 가상적 공간 또는 환경을 의미함. 온라인 플랫폼은 정보체계와 정보의 연계, 활용이 중요한 서비스로서, 데이터를 활용하여 이용자 간 거래와 상호작용을 최적화하는 것임.

■ 온라인 플랫폼은 플랫폼 이용자의 활동 및 이용자 간 상호작용 자료를 수집, 분석, 가공하고, 수익 창출을 위해 정보재 및 서비스 상품을 만들어 냄. 플랫폼을 기반으로 충분한 데이터의 수집을 통한 정보체계의 구축은 산지에서 구매자의 요구에 따라 예약생산, 주문생산, 맞춤형생산 등 시장지향적 생산을 가능케 함. 또한, 거래비용을 절감시켜 기존의 유통 기능보다 효율적으로 발전시키는 유통서비스 제공을 가능토록 함.

■ 온라인 B2C 쇼핑물은 인터넷이나 모바일 등을 활용하여 상품 및 서비스 판매가 가능한 가상의 상점을 의미함. 온라인 쇼핑물은 온라인을 통하여 제공된 정보를 기반으로 소비자는 상품 주문 및 결제 과정을 통해 상품을 희망하는 장소로 배송하는 시스템으로 운영됨. 최근 농식품은 온라인 쇼핑물을 통한 판매가 증가하고 있으며, 농식품을 판매하는 온라인 쇼핑물 유형은 점점 다양해지고 있음.

■ 농식품을 판매하고 있는 쇼핑물 유형은 온라인 종합쇼핑물(쿠팡, 롯데닷컴, G마켓, 현대H몰 등), 온라인 식품 전문몰(마켓컬리, 더반찬, 헬로네이처 등 식품만 판매하는 식품 전문몰), 대형 할인점 온라인 매장(e-하나로마트, 이마트몰, 롯데마트몰 등), 친환경 전문점 온라인 매장(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등), 온라인 특산물 매장(농협, 지자체, 우체국, 생산자단체 등) 등이 있음.

〈농산물 온라인 B2C 유형〉

1 온라인 종합쇼핑몰



2 온라인 식품 전문몰



3 대형 할인점 온라인 매장



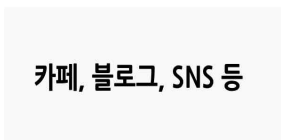
4 친환경 전문점 온라인 매장



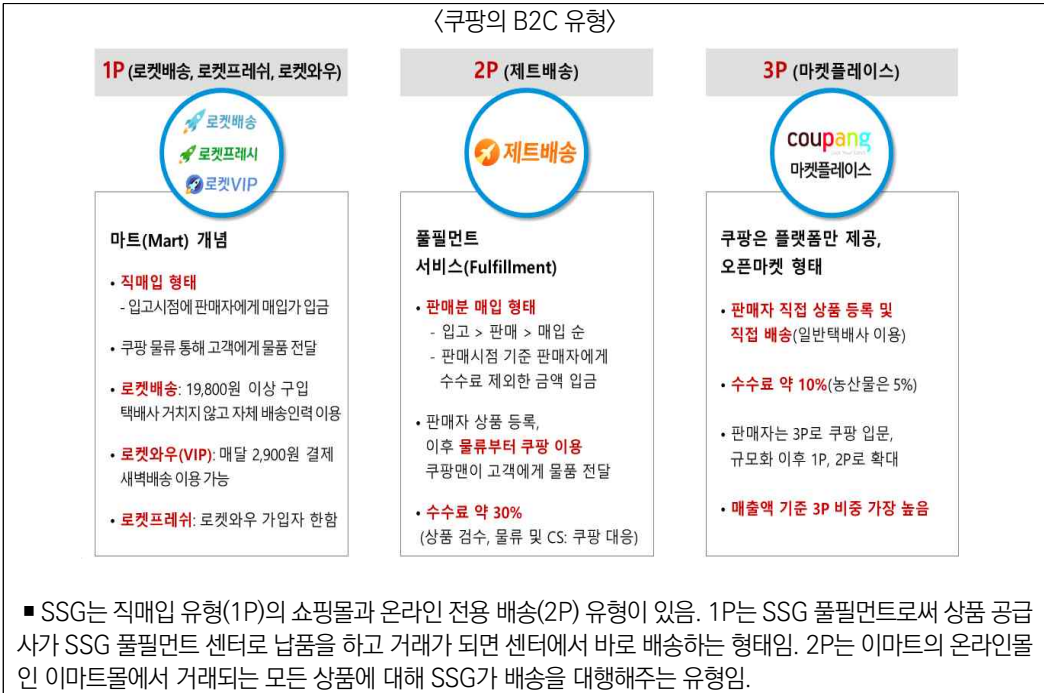
5 온라인 식품 전문몰



6 공동구매 및 독립몰



■ 쿠팡은 크게 3가지(1P, 2P, 3P)의 카테고리 쇼핑물이 있음. 1Part는 ‘직매입 로켓배송’이라고 하며, 마트형태로 쿠팡에서 상품을 직접 매입한 후 판매하고 쿠팡 물류를 이용함. 2P는 쿠팡의 풀필먼트(fulfillment) 서비스로 상품이 쿠팡의 플랫폼에서 거래되는 순간 쿠팡의 소유가 되며, 판매된 이후 배송, 고객응대(CS) 등의 모든 책임은 쿠팡이 갖게 됨. 3P는 오픈마켓 형태로 판매자가 쿠팡 플랫폼에 직접 상품을 등록하고 일반 택배사를 이용해서 직접 배송까지 하는 구조임.



○ 최근 4차 산업혁명기술의 유통산업과 물류 부분 적용으로 유통 부문은 유통 4.0 시대에 진입하였으며 무인쇼핑, 빅데이터 기반 맞춤형 서비스, 실감형 제품추적 기능(블록체인), O2O 서비스, VR 스토어 등 유통산업에 확대 적용되고 있음. 또한 코로나19 확산으로 비대면 생활이 확대됨에 따라 오프라인 유통 중심의 기존 농식품 시장이 온라인 B2B, B2C 유통채널로 다양화되어 판매채널이 오프라인과 온라인 유통의 이원화된 시장으로 발전하고 있음.

○ 소매업태별 판매액의 최근 5년간 추이를 분석한 결과, 코로나19가 확산된 이후 무점포 판매액(온라인 거래)이 더욱 증가한 것으로 나타나, 향후 온라인으로부터 구매하는 농식품 비중은 증가할 것으로 예상됨. 이러한 4차 산업혁명의 디지털화, 코로나19로 인한 유통환경 변화에 대응하기 위해 김치 중소기업체에 대한 김치 판매 전용 온라인 플랫폼 지원을 강화해야 함.

■ 주요 사업내용

- 온·오프라인 전용판매관 입점 지원 및 신규 판매채널 구축
 - 네이버쇼핑, 쿠팡, 오아시스마켓 등 온라인몰 입점 지원
 - 주요 요충지 연계 오프라인 팝업숍 운영

- 우수 중소 김치제조업체의 강소 기업화 지원을 위한 주요 온라인몰, 대형포털 등 온라인 유통채널 입점을 위한 제품 리뉴얼, 포장디자인 규격화 등 컨설팅 지원

- 대기업의 온라인 플랫폼 형태(1P, 2P, 3P)를 검토하여 김치 판매 온라인 플랫폼을 구상할 필요가 있으며, 배송 및 물류 지원은 영국 온라인 플랫폼인 테스코 사례를 벤치마킹할 수 있음.
 - 테스코는 Home delivery보다는 고객들이 식료품을 집에서 주문하고 가까운 점포에서 직접 찾아가는 방식(Click-and-Collect)도 제공하여 배송비를 절감하고, 소비자에게는 배송과 함께 다양한 옵션을 제공하고 있음. 김치의 경우 농협 하나로마트 등과 같은 인근 마트와의 연계를 고려할 수 있음.

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치판매전용 온라인 플랫폼 조성사업	사업 예산액	사업 예산액(원)	결과보고
	김치제조업체와 소비자 만족도	설문조사로 조사된 만족도(5점척도)	결과보고

3-3. 신유통채널의 원산지 단속 강화

■ 사업 추진배경

- ‘20년 김치산업실태조사에서 소비자가 국산 상품김치 구매 시 온라인을 통해 구입하는 비중은 평균 53.5%로 과반 이상을 차지하는 것으로 나타남. ‘온라인을 통해서만 구입’하는 응답 비중도 36.5%를 차지할 정도로, 김치의 온라인 구매가 증가하고 있음. 또한 수입 김치의 구입처로도 ‘온라인 쇼핑몰’이 38.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음.
- 소비자가 국산 상품김치를 구입하는 오프라인 구매처로 ‘대형유통업체’(37.5%) 다음으로 ‘반찬전문점(반찬가게)’(13.3%) 비중이 높게 나타나, 상품김치 구매처로서 반찬전문점을 주목할 필요가 있음.
- 최근 온라인, 반찬전문점 등과 같은 신유통채널로부터 김치를 구입하는 비중이 높아지면서, 신유통채널의 원산지 단속 강화의 필요성이 제기되고 있음. 기존 상품김치의 원산지 단속이 주로 수입경로단계에 집중되었던 반면 국내의 유통채널별 원산지 단속은 상대적으로 소홀한 편이었음.
 - 대부분의 외식업체는 수입 김치 판매 시 원재료 원산지를 하고 있어 수입된 김치의 유통 과정을 추적하고, 관리하는 데 비교적 큰 문제는 없을 것으로 판단되나, 식재료 전문 유통업체로 유통된 수입 김치는 어떤 경로를 통해 최종 소비처로 판매되는지, 원산지는 정확히 표기하는지, 위생관리는 철저한지 등에 대한 추적관리는 쉽지 않은 문제가 있음.

- 상품김치 구입 시 사용된 김치 원료 원산지를 확인하는 소비자 응답 비중은 전체의 82.4%로 대부분의 소비자가 원료의 원산지를 확인하는 것으로 조사되어, 신유통에서 판매되는 상품김치의 원산지 단속 강화는 소비자의 국산김치에 대한 신뢰도 확보차원에서 필요한 사업임.

■ 주요 사업내용

- 소비자 전문 명예감시원을 중심으로 온라인 거래, 반찬가게 등 신유통채널의 원산지 관리 강화
- 온라인 판매사이트 운영자와 반찬가게 영업자 등에 대한 원산지 관리 책임 강화, 거짓 및 부정 원산지 적발시 법률 위반 행위로 고발 조치
- 반찬가게에 대한 원산지 및 위생지도·점검 수시 실시
 - ‘즉석판매제조가공업 영업자를 위한 원산지 및 위생관리 매뉴얼’ 배부
 - 무허가 또는 무표시 식품 취급 여부, 유통기한경과 식품 판매·사용 보관여부, 원산지 표시 여부 등 점검

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
신유통채널의 원산지 단속 강화	신유통채널 점검횟수(또는 관련 예산액)	점검 횟수(또는 관련 예산액)	결과보고
	신유통채널의 원산지 표시 신뢰도	소비자 신뢰도 조사	소비자설문조사

3-4. 수입산 김치 안전성 관리 강화

■ 사업 추진배경

- 최근 건강과 안전성에 대한 소비자 관심이 높아지면서, 수입산 김치에 대한 안전성 관리에 대한 관심도 높아지고 있음.
- 식품의약품안전처는 2024년부터 해외 수입 김치 제조업체의 HACCP 의무화 정책 도입을 국내 수입량에 따라 단계적으로 적용할 것으로 예고하였음에도 이를 알지 못하는 김치 수입업체 비중이 과반에 가까운 47.6%로 나타났다(황윤재 외, 2021).
 - 제도 도입 시 수입업체의 46.5%는 수입 규모에 영향을 미치지 않을 것으로 판단하고 있지만, 수입 김치에 대한 안전성이 확보되었다는 인식의 확산으로 인해 수입이 증가할 것으로 보는 업체도 25.6%에 달하였음.
- 이처럼 소비자의 농식품에 대한 안전성 관심은 큰데 반해 여전히 수입 김치의 도입 단계에서의 안전관리는 철저히 이루어지지 않는 실정임.

■ 주요 사업내용

- 제2차 종합계획의 생산-통관-유통 단계별 수입김치 원산지 단속 강화 지속 추진
 - 수입김치 및 김치원료의 유통정보 관리 강화
 - 관세청 통관자료 및 휴대 반입 농산물수집상 등을 통해 정보수집, 수입김치

및 김치원료의 수입·유통단계 추적조사(수입 냉동고추로 제조 후 국산김치 표시 등 단속)

- 김장철 수입 배추김치 원산지표시 특별단속 추진
- 관계기관 협력을 강화, 체계적인 김치 원산지 단속 추진
- 관세청 수입 이력관리 정보를 활용한 유통단계 추적조사 실시(수입물품 이력관리, 농축산물유통관리시스템의 통관·검역정보 등 활용)
- 소비자 전문 명예감시원을 중심으로 전통시장 등 취약지역 관리 강화(소비자 명예감시원 중 권역별 전담인력을 지정하여 전통시장 관리)

○ 식약처의 ‘수입김치 안전·안심 대책’(2021.4.15.) 공동 추진

- (제조) 모든 해외 김치제조업소 현지실사 추진
- HACCP 적용을 위한 「수입식품법」 시행규칙 등 하위규정 신속 정비
- (통관) 영업자 대상 수입김치 검사명령제 시행 강화
- (유통) 소비자 참여 수입김치 안전관리 추진
- 온라인 세계지도 기반 수입김치 공장 정보제공

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
수입산 김치 안전성 관리 강화	수입산 김치 안전성 관리에 대한 신뢰도	김치수요자 신뢰도 조사	외급식업체, 소비자 설문조사
	소비자 전문 명예감시원 수	임명된 감시원 수	결과보고

4-1. 김치응용 HMR 개발 지원

■ 사업 추진배경

- 국민 소득 증가, 식생활 행태 변화 등으로 식품 소비의 다양화, 소형화, 간편화 경향이 나타나고 있는 상황에서, 김치 소비 확대 및 김치산업 외연 확대를 위해서 김치를 ‘생산산업’에서 ‘김치활용’ 산업으로 패러다임 변화 필요
- 김치 생산산업 성장 한계로 김치 활용산업 발굴 및 관련 산업 육성이 필요한 상황에서, 최근 코로나 19이후 비대면 생활 트렌드와 함께 시장이 확대되고 있는 HMR 산업¹⁸⁾을 김치산업과 연계 지원할 필요가 있음.
 - HMR 시장 규모는 ‘17년 2조 7,421억원으로, 3년(‘15~’17)동안 63% 성장하였으며, ‘18년에는 약 3조 2천억원, ’22년에는 약 5조원에 이를 것으로 전망됨(KREI).
- HMR이 시장에 출시된 초기에는 소비자들이 주로 간편함을 목적으로 해당 식품을 이용하다가 코로나19 이후로 섭취 빈도도 높아지고, 신선하고 건강한 느낌에 요리에 대한 즐거움까지 가미된 가정간편식에 대한 수요가 증가하고 있음.

18) 간편식(HMR, Home Meal Replacement)은 일정 공정을 거쳐 조리가 된 요리로서 가열 등 간단한 조리 과정을 거치면 먹을 수 있도록 반조리 형태 또는 별도의 조리과정 없이 바로 섭취 가능한 완조리 형태의 음식임.

〈표 5-9〉 가정간편식의 범위

품목 분류	정 의	주요 품목
즉석섭취·편의식품류	별도의 조리과정 없이 그대로 또는 단순조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 제조·가공·포장한 식품	
즉석섭취식품	동·식물성 원료를 식품이나 식품첨가물을 가하여 제조·가공한 것으로서 더 이상의 가열·조리과정 없이 그대로 섭취할 수 있는 식품	도시락, 김밥, 샌드위치 등
즉석조리식품	동·식물성 원료를 식품이나 식품첨가물을 가하여 제조·가공한 것으로서 단순 가열 등의 조리과정을 거치거나 이와 동등한 방법을 거쳐 섭취할 수 있는 식품	가공밥, 국, 탕, 스프, 순대 등
신선편의식품	농·임산물을 세척, 박피, 절단 또는 세절 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 그대로 섭취할 수 있는 식품	샐러드, 간편 과일 등

자료: 식품의 기준 및 규격, 식품의약품안전처(www.foodsafetykorea.go.kr) (2019년 3월 8일 고시 기준)

○ 현재 HMR 시장은 지역성·유명 맛집과의 연계를 통해 다양한 상품을 출시하며 그 시장규모를 더 확장시키는 추세에 있음. 코로나 19로 촉발된 비대면 문화가 확산되면서 요리사(쉐프) 협업 또는 주도의 밀키트 등 가정간편식 제품 개발과 다양한 형태의 판매경로 등을 통해서 HMR 시장은 더욱 확대될 것으로 예상됨.

■ 주요 사업내용

- HMR 시장 확대 대응에 따른 김치 HMR 신상품 개발 및 포장재 개발 지원
 - 세계김치연구소의 김치 R&D 사업계획에 포함하여 관련 사업 지원
- 지역 유명 맛집과의 연계를 통한 김치 HMR 제품 개발 지원
 - 외식산업진흥사업과 연계하여 사업 추진 가능
 - (예시) 지역 향토음식과 연계한 김치 밀키트 제품 개발

○ 김치 제조원료인 김치 양념소스 산업 육성

- 김치재료 활용 김치 양념소스 생산시설 및 장비 지원
- 식품소재·반가공품 생산·유통·상품화연구 등을 위한 시설 및 장비 지원을 위한 ‘식품소재및반가공산업육성사업’과 연계 추진

○ 국산김치를 재료로 사용한 김치 HMR 제조업체 지원사업

- 가정간편식 생산기업의 총 생산원료 사용량(약 17만 4천톤)중 약 11만 7천톤(67.1%)은 국내산 원료이며, 약 5만 천톤(32.9%)은 수입원료(김경필 외. 2020)
- 계약거래 활성화 및 벤더업체 기능 강화

○ 김치 글로벌 푸드 개발업체, 김치 밀키트 개발업체 등의 수출지원

○ 김치 HMR 우수 상품 선정 홍보 강화, SNS 등 다양한 채널을 통한 홍보 강화

〈참고자료〉 식품소재및반가공산업육성

세부사업명	농산물산지유통시설지원	세목	자치단체 자본보조
내역사업명	식품소재및반가공산업육성(자치단체)		예산 (백만원) 2,940
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> ■ 식품소재·반가공산업육성을 통해 농업과 식품산업의 연계를 강화하여 국산 농산물의 수요확대, 수급조절 및 농가소득 증대 도모 		
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농업·농촌 및 식품산업기본법 제21조(식품산업의 육성) ■ 식품산업진흥법 제19조의2(농수산물 가공산업 육성 시책의 마련) 및 제19조의3(농산물 가공품 생산 등의 지원) 		
사업 주요내용	<ul style="list-style-type: none"> ■ 식품소재·반가공품 생산·유통·상품화연구 등을 위한 시설 및 장비 지원 		
지원자격 및 요건	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농업·농촌 및 식품산업 기본법 시행령」 제4조(생산자단체의 범위) 제1호 및 제5호에 해당하는 단체 및 식품제조업 등록을 마친 식품기업 ■ 「농림축산식품분야 재정사업관리 기본규정」 별표6에 따른 농업법인 지원요건 준수 		

지원내용	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국고 30%, 지방비 30%, 자부담 40% - 지원내용 : 식품소재 및 반가공산업 관련 시설 및 장비구축 지원 ■ 지원금액 - 지원기준 : 개소당 총사업비 700백만원(국고기준 210백만원) - 지원한도 : 개소당 총사업비 1,500백만원(국고기준 450백만원) 							
사업 신청	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업신청서에 증빙서류 첨부하여 관할 시·군에 제출 ■ 신청시기·방법 : 정기(전년도 2분기), 방문·우편신청 							
지원대상 선정	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지원대상 선정 절차(서면평가, 현장확인 및 발표평가)에 따라 심사·평가하여 사업대상자 선정 							
재원구성 (%)	국고	30%	지방비	30%	융자	-	자부담	40%
연도별 재정투입 현황	(단위 : 백만원)							
	구 분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년		
	합 계	6,650	7,000	7,000	9,800	9,800		
	국 고	1,995	2,100	2,100	2,940	2,940		
	지방비	1,995	2,100	2,100	2,940	2,940		
	자부담	2,660	2,800	2,800	3,920	3,920		

□ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치응용 HMR 개발 지원	김치응용 HMR 성장률	(해당연도 생산액-전년도 생산액)/전년도 생산액 X 100	결과보고
	김치응용 HMR R&D 투자액	관련 R&D 투자액(원)	결과보고

4-2. 국산김치 사용업소 식자재비 지원

■ 사업 추진배경

- 여성의 사회 진출로 인한 맞벌이 부부 증가, 1인가구 증가 등으로 외식 지출은 지속적으로 증가하고 있는 상황에서, 집에서 보다 음식업 또는 단체급식에서 반찬 또는 단품요리로서 김치를 먹는 경우가 더 많아지고 있음.
 - 2020년 기준 국내 김치 총 수요량은 177만 4,975톤이며, 이 중에서 소비자 가구의 수요량이 52.8%, 외식업체의 수요량이 33.3%, 급식기관 수요량이 5.3%, 기타가 8.7%를 점유하는 것으로 추정됨('20년 김치산업실태조사).

- 수입 상품김치를 반찬용으로 사용하는 외식업체는 전체에서 28%를 차지하고, 외식업체에서 구매한 배추김치의 경우 국산 비중은 65.0%로, 소비가구, 급식업체 등 보다 국산김치 사용율이 낮은 상황임.
 - '20년 김치산업실태조사에 의하면, 반찬 제공용 김치는 직접 담가 사용하는 외식업체 비중이 41.5%, 수입 김치를 구매하여 사용하는 비중은 28.1%, 국산 상품김치를 구매하여 사용하는 비중이 25.2%, 프랜차이즈 본사에서 조달하여 사용하는 외식업체는 5.1%로 조사됨.

- 가정에서 소비하는 김치는 90% 이상이 자가제조 또는 상품김치 모두 국산김치이므로, 국산김치 시장점유율을 높이는 방안으로 소비자 가구 다음으로 김치를 많이 소비하는 외식업체의 국산김치 소비를 증대시키는 전략 마련이 필요함.

- 외식업체가 국산 상품김치보다 수입 김치를 구매하는 주요 이유는 ‘가격이 저렴해서’가 과반 이상인 54.1%를 점유하고 있으며, 다음이 ‘가격 변동이 적어 안정적이어서’가 22.3%로 이 두 가지 이유가 전체의 76.4%를 차지함.
- 따라서 국산 김치 사용 촉진을 위해서 영세외식업체를 중심으로 국산김치와 수입김치의 가격차이를 어느 정도 보전해 줄 수 있는 지원사업이 필요함. 현재 일부 지자체에서 관련 사업을 시행하고 있는바, 지자체 협력사업으로 관련사업을 타지자체에도 확대 보급할 수 있음.
 - 전라남도에서는 수입산 김치보다 3배가량 비싼 국산김치를 사용하는 음식점의 부담 경감 및 지역농수산물 소비촉진으로 지역경제 활성화를 도모하고자 ‘국산김치 사용 업소 식자재 구입비 지원사업’을 추진하고 있음 (전남도 유통지원과).

▣ 주요 사업내용

- 외식업체의 국산김치 구매 촉진을 위해서 ‘국산김치 사용업소 식자재 구입비 지원사업’을 전국적으로 보급·확산 추진
 - 식자재 구입비를 바우처 형식으로 지급하고 지정된 장터에서 국산 김치 재료를 구입하도록 하여, 외식업체의 국산김치 구매 촉진 효과뿐만 아니라 국산 농산물 소비 증진에 기여
- (지원대상) 식품위생법 시행령에 따른 휴게음식점, 일반음식점 중 국산김치 자율표시위원회로부터 국산김치 사용지정을 받은 음식점(예산규모에 따라 업체규모별 지원대상자 선정 가능)

○ (사업내용) 국산김치 제조에 필요한 식재료(농수산물) 또는 김치완제품 구입비 지원

- 과거에 구입했던 구입품목을 지원하는 것이 아닌 현재 필요한 식재료를 국산김치재료판매장터(예: 지차체 운영 식자재 판매몰 등) 식자재 제품 목록에서 지원

- 연 1회만 신청 가능, 식재료는 신청한 그 다음 달 중순부터 배송이 시작

○ 지원단가는 예산규모에 따라 조정, 업체규모별 차등 지급 가능(예: 250천원(연 1회), 지원단가를 초과 시 자부담 추가 부담하여 구입

○ 신청서류는 신청서, 사업자등록증, 이행확인서 등

○ 유의사항

- 현재 국산김치 자율표시제 지정업소에 대한 국산김치 식자재 구입비 1차 지원금은 이행기준 사실확인 후 지원

- 추후 국산김치 자율표시제 취소 및 요건 미충족 적발 시 보조금 환수조치

〈그림 5-13〉 ‘국산김치 사용업소 식자재 구입비 지원 신청서’ 예시

신청인	업소명		주소				
	대표자		주민등록번호		-		
	휴대폰		업체연락처				
지정내역	지정일자		지정번호				
	지정품목						
	지정유효기간	20 . . . ~ 20 . . .					
구입품목	상품번호	식자재명	포장규격	단가(원)	수량	배송비	금액(원)
	계	사용가능한 장터의 식자재 제품목록 중 선택					
	예시) 5	고춧가루	1kg	33,700	7		235,900

개인정보 제공 동의사항	정보를 제공받는 기관	○○시, ○○○도, (주)○○커머스					
	정보의 수집·이용 목적	국산김치 사용업소 식자재 구입비 지원대상자 확정 및 관리					
	개인정보의 항목	주소, 전화번호, 성명, 업체명,					
	개인정보 보유 및 이용기간	2022. 1. ~ 2022. 12. <보유기간 경과시 파기>					
보조금 위임	보조금에 대한 청구 및 수 령권한을 다음과 같이 위임 함을 동의합니다.	【위임받은 사람】 【위임자】 ◦성명 (서명 또는 인)					
<p>신청인은 상기내용이 사실과 틀림없음을 확인하며, 기재 내용이 허위인 경우 지원금 전액 회수 등 불이익을 감수하겠으며, 「개인정보보호법」제15조 및 제17조, 제18조, 제23조, 제24조에 따라 위와 같이 개인정보의 조회·이용 등 활용에 대하여 동의합니다.</p> <p>위와 같이 2022년도 국산김치 사용업소 식자재 구입비 지급을 신청합니다.</p> <p style="text-align: center;">2022. . . .</p> <p style="text-align: center;">업체명 : 업체주소 : 대표자(성명) : (서명 또는 인)</p> <p>○○시장 귀하</p> <p>※ 구비서류 : 1. 지정서 사본 1부(시청에서 지정여부 확인이 가능한 경우 생략) 2. 신청자의 사업자등록증 사본 1부.</p>							

(예시) 국산김치 자율표시제 이행 확인서

“외식업소의 부담 경감 및 지역농수산물 소비촉진”을 위해 추진하는「국산김치 사용업소 식자재 구입비 지원사업」을 신청하며 국산김치 자율표시제 지정 받은 외식업소에서 이행해야 될 아래 내용에 대하여 정직하고 성실하게 준수할 것을 서약합니다. 또한, 아래 내용을 이행하지 않거나 국산김치 자율표시제가 취소 될 경우 보조금은 환수처리 될 수 있음을 확인합니다.

- ① 100% 국산재료를 사용한 김치생산업체에서 제조한 김치를 공급받아 판매
- ② 100% 국산재료로 직접 김치를 제조하여 판매

년 월 일

업체명 :
대표자 성명 : (날인 또는 서명)

○○시장 귀하

〈참고자료〉 전남도, 국산김치 사용업소 식자재비 지원

전라남도는 올해 ‘국산김치 사용 인증업체 표시제’를 지난해보다 1천여 개소가 많은 6천 개소로 확대하고, 인증을 마친 일반음식점 4천800개소에 식자재 구입비 12억 원을 지원한다고 밝혔다.

지원 대상은 식품위생법 시행령에 따른 휴게음식점, 일반음식점 중 국산김치자율표시위원회로부터 국산김치 사용 인증업체 표시제 지정을 받은 업소다. 지원을 바라는 인증 외식업소는 시군 농업부서나 읍면동 주민센터로 신청하면 된다. 사업 대상으로 확정되면 25만 원 한도에서 국산김치 제조에 필요한 배추, 절임배추, 고춧가루, 소금 등 재료 또는 김치 완제품을 전남도가 운영하는 온라인 쇼핑몰 남도장터(jnmall.kr)에서 구매할 수 있다. (자료: 전남일보(2022.2.17))



▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
국산김치 사용업소 식자재비 지원	지원 업체수	사업지원 업체 수	결과보고
	외식업체의 국산김치 사용 비중	외식업체 사용 국산 상품김치/외식업체 사용 전체 상품김치 X 100	결과보고

4-3. 대형 수요처 발굴 및 상생협력 추진

■ 사업 추진배경

- 핵가족화, 서구화된 식단 등으로 소비가구의 김치소비 확대에는 한계가 있는 상황에서, 김치 소비 확대를 위한 효율적인 방안은 기업간 상생협력을 통한 김치 대형 수요처를 발굴하는 노력을 지속적으로 추진해야 할 것임.
- 상품김치의 대량 수요처인 외식업체 및 급식시설 규모가 지속적으로 확대되고 있는 상황에서, 대량 수요처의 용도별 수요와 김치유형 선호 등을 감안한 차별적 대응 전략이 마련될 필요가 있음.

■ 주요 사업내용

- (내수확대) 군납, 학교급식 및 단체급식, 외식업체 등의 국산김치 확대
 - 급식업체 상생협력을 통한 대형 수요처(군·학교·단체급식) 확보
 - 국산김치를 사용하는 외식업체에 인센티브 제공 등에 관해서 외식협회와 협의
 - 대표 맛집 선정 시 국산김치 사용 인센티브 부여
 - 지역별 향토음식과 연계하여 김치 홍보 방안 마련
- (기업협업) 김치제조업체와 대기업 단체급식 상생 협력 추진
 - 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, CJ프레시웨이, 신세계 푸드 등 대

기업의 단체급식에 중소기업체 김치 납품 권장 및 지원(물류비 지원 등)

- 대기업 ESG 경영사례 또는 동반성장 사례로 홍보

○ (캠페인) 지자체 또는 대기업의 ‘국산김치 사용 음식점 이용하는 날’ 지정·운영 권장, 국산김치 촉진 캠페인을 시행하는 지자체 또는 기업의 정부지원 사업 선정 시 가점 부여, ESG 경영 또는 동반성장 사례로 언론 홍보 등

○ (사례품, 기념품 판매 촉진) 대기업, 공공·유관기관 기념품 또는 사례품으로 국산김치 판매

- 공공 및 유관기관 기념품으로 국산김치 지정 독려

- 농식품 바우처, 임산부 꾸러미 등 정부정책사업 지원품목으로 국산김치 포함 추진

- 고향세 답례품으로 국산김치 지정 독려 등

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
대형 수요처 발굴 및 상생협력 추진	상품김치소비량 변화율	(해당연도 상품김치소비량-전년도 상품김치소비량)/전년도 상품김치소비량 X 100	결과보고
	국산김치 소비촉진 캠페인을 추진하는 지자체 또는 기업 수	관련 지자체 및 업체 수	결과보고

4-4. 김치마케팅보드 지원

■ 사업 추진배경

- 수출 물류비지원금 폐지(2023년 말) 이후 김치 수출의 지속성을 강화하기 위해서는 김치 수출기업들이 참여한 통합조직을 통한 간접지원 방식으로의 전환이 불가피하며, 수출의 지속적인 성장을 위해선 시장개척 초기 교민 중심의 수출에서 탈피하여, 현지 소비자를 타겟으로 한 현지화 전략이 수립·추진되어야 함.
- 그동안 김치 수출업체에게 직접 지급되었던 물류비지원금이 폐지(WTO 농업협정의 개도국 우대조치 유예기간의 종료)¹⁹⁾됨에 따라, 통합조직을 통한 간접적인 수출지원으로 전환이 불가피한 상황임. 따라서, 김치 통합조직(가칭, 김치 제조업체와 수출업체 참여)을 중심으로 ‘농식품 수출지원체계의 개편(전체 수출품목을 포함하는 한국농림식품수출입조합을 결성해 간접적인 지원방식 포함)’에 대비해야 함.
- 김치 수출확대 및 다양한 글로벌 사업모델 구축을 위해선 김치 통합조직이 중소기업체들의 수출단일창구가 되어야 하여, 마케팅보드와 같은 기능을 담당할 수 있게끔 단계적으로 역량을 강화해 나가야 함.
 - 선진국의 경우, 마케팅보드는 생산자를 포함한 다양한 경제주체들이 조성한 자조금과 정부지원금을 기반으로 연구개발, 소비촉진, 글로벌 마케팅 활동을 추진하고 있음.

¹⁹⁾ 2015년 케냐 나이로비 WTO 제10차 각료회의에서 수출 직접보조 철폐가 합의됨. 선진국은 즉시 철폐, 우리나라를 포함한 개도국은 수출 마케팅이나 물류비 용도에 한정하는 조건으로 2023년 말까지 수출보조금을 지급할 수 있는 유예기간(5년)을 부여받았음.

■ 주요 사업내용

- (사업내용) 김치 마케팅보드가 수행할 수 있는 사업은 성장단계별로 시장조사, 자문 및 판촉 서비스에서 출하량 조절, 판매 및 수출까지 다양할 수 있음.
 - 김치 마케팅보드의 초기 단계(기본역량 강화)에서는 기존의 수출물류비 지원과 유사한 효과를 낼 수 있는 사업메뉴를 마련할 필요가 있음.
 - ‘공동물류시스템 활용’ 사업메뉴는 김치 마케팅보드와 특정 전문 물류업체가 계약을 맺어 규모화와 물류채널 단일화를 통한 물류비용 절감을 도모할 수 있으며,²⁰⁾ 개별업체에게는 기존의 물류비 지원과 유사한 지원혜택을 부여할 수 있음(수출실적당 물류비 절감 혜택을 업체별로 배분 가능).
 - 김치 상품의 특성상, 김치 수출확대를 위해선 신선한 품질을 유지할 수 있는 해외 운송·물류시스템 구축이 필요함.
 - 개별 기업들이 수행하기 어렵지만 마케팅보드 차원에서는 추진할 수 있는 해외 시장조사, 글로벌 마케팅, 수출 전용 포장재 및 디자인 개발, 현지시장 맞춤형 김치제품 출시 등을 초기 사업메뉴로 선정할 수 있음.

20) 주요 수출시장별로 국내외 물류 네트워크를 보유하고 있으며 현지 사정에 밝은 물류대행업체를 선정하여 김치 마케팅보드에 참여한 수출업체들의 물량을 공동으로 운송하게 함으로써 물류효율성 제고(규모화로 물류비 인하, 현지물류프로세스 대응 용이, 블록체인기술 적용 시 개별 수출업체의 거래정보 보호 가능) 도모

〈표 5-10〉 김치 마케팅보드의 단계별 지원사업(예시)

단계	사업메뉴	주요 지원 내용
기본역량 강화	공동물류시스템 활용	물류업체와 계약을 통한 물류비용 절감 및 물류 효율화 도모
	김치 수출확대를 위한 컨설팅	글로벌역량 제고를 위한 외부기관 컨설팅
	맛 표준화 및 품질 개선 연구	김치 맛의 표준화와 품질 개선을 위한 연구, 기술개발 용역
	국내외 원료수급 안정화	배추 등 안정적인 원료수급을 위한 계약생산, 공동구매
	글로벌 시장조사	글로벌시장 소비자선호 및 유통실태 조사 글로벌시장들의 특성, 바이어 등 정보습득을 위한 위탁조사
	지적재산권 출원	특허/디자인/상표의 해외 출원
	해외인증 등록	김치 관련 해외인증 취득
글로벌 시장개척	샘플 운송통관	전략품목의 샘플 운송, 통관, 검사 지원
	포장디자인 개발	김치 특성 및 글로벌시장 맞춤형 제품의 용기 및 디자인 개발
	현지유통시장 개척	법률 자문, 마케팅 컨설팅, 관계자 협의회 등 현지 유통시장 개척을 위한 지원
	전략시장 바이어 초청	글로벌시장 거래선 확보를 위한 유력 바이어 초청
	유통업체 및 온라인 판촉	글로벌시장 대형유통매장 및 온라인몰과 연계한 판촉홍보
경쟁력 제고 및 수출확대	소비자 체험홍보	글로벌시장 오프라인 소비자 대상 체험홍보
	바이어 상담홍보	글로벌시장 오프라인 바이어 대상 홍보 및 상담회
	전략시장 홍보물 개발	글로벌시장 상품 및 브랜드 홍보 위한 홍보물 개발
	전략시장 미디어 홍보	글로벌시장 매스미디어, 온라인매체 등을 활용한 홍보
	비관세조치 대응 워크숍	김치 관련 비관세조치 개선을 위한 현지 워크숍 지원
	품질·안전성 강화 생산기반 도입	바이어들의 실수요(품질·안전성 강화 등)에 대응하기 위해 필요한 기존 생산시설의 전환, 개선, 증설 지원

○ (예산) 김치 수출물류비 지원금, 김치 자조금, 김치 마케팅보드 지원금 등 연간 국비 50억 원에서 100억 원까지 상향조정(김치 수출업체 자부담 규모와 비례하여 증액)

- (운영 방향) 장기적으로 김치 수출통합조직을 김치 마케팅보드로 전환하도록 유도하고, 마케팅보드가 주도하여 글로벌 시장개척 단계, 경쟁력 강화 및 수출확대 단계로 사업메뉴를 확대해 나가야 하며, 김치 수출업체 간 과당경쟁으로 인한 수출가격 인하, 저급품 유통 등 해외시장에서의 이미지 훼손을 방지하고 이를 규제할 수 있는 권한도 확보해야 함.

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치마케팅보드 지원	김치 마케팅보드 참여업체 수 또는 수출실적	참여업체 수 또는 수출실적	결과보고
	김치 수출 공동물류시스템 참여업체 수 또는 수출실적	참여업체 수 또는 수출실적	결과보고

4-5. 해외 현지화 전략 지원

■ 사업 추진배경

- 김치 수출의 지속적인 성장을 위해선 시장개척 초기 교민 중심의 수출에서 탈피하여, 현지 소비자를 타겟으로 한 수출전략 수립이 중요함.
 - 이를 위해서는 해외 소비자의 식문화와 선호 음식에 대한 정보 획득과 다양한 형태의 조사·분석이 필요하며, 반찬으로 섭취되는 김치의 속성을 살펴 현지 전통음식과 콜라보 가능성, 김치를 이용한 퓨전요리 등에 대한 연구·실사 등을 적극 지원해야 함.
 - 또한, 해외 소비자의 김치에 대한 인지도 제고를 위해 기존의 홍보·관측 활동도 디지털 환경에 적합하도록 업그레이드해야 하며, 점차 증가하는 가치소비 트렌드에 부합하는 다양한 김치제품 출시에 대한 지원도 강화해야 함.

- 추진근거는 「김치산업진흥법」 제13조(세계 김치연구소), 제17조(세계화 촉진), 제18조(사업자단체의 설립), 제19조(김치자조금의 적립지원) 등

■ 주요 사업내용

- (김치 글로벌 친구 찾기) 반찬으로 섭취되는 김치의 속성을 살펴 현지 전통음식과 콜라보 가능성, 김치를 이용한 퓨전요리 등에 대한 조사·연구·실사 지원
 - 이외에도 해외시장 직접조사, 농식품 월드서포터즈, 국내 거주·체류 중인 외국인 대상 조사 등을 정기적으로 실시해 주요 수출시장별 김치 관련 식품소비 동향, 식문화, 법·제도, 통관 등의 정보를 조사·분석

- 김치제품 관련 현지 소비자 피드백 지속 제공. 현지 소비자 기호에 맞는 김치 제품 개발에 도움이 되는 정보 및 성공사례 발굴
- 한국산 김치의 현지시장 경쟁력, 구매의향, 지불금액 등을 파악해 목표시장별 수출 주력상품 출시에도 활용

○ (해외소비자 인지도 제고) 한류 콘텐츠(K-POP, K-무비·드라마 등) PPL(김치의 드라마·영화 간접광고), 온라인 인플루언서 활용, 여행사·항공사와 연계한 홍보 등을 통해 김치에 대한 해외소비자의 인지도 제고 도모

- 한류와 연계하여 김치를 포함한 한식, 식문화, 한류 등을 체험할 수 있는 O2O 공간 구성·운영(온라인 고객 유치, 오프라인 서비스 제공), 메타버스를 활용한 김치 수출 상담 및 박람회 기능도 가능

- 일정한 장소·시간에서의 지속적인 기획형 홍보·관측 활동이 1회성 행사보다 효과적이므로, 현지 언론·미디어 및 지역사회와 연계하여 한국산 김치와 음식문화를 지속적으로 홍보(예: 현지 유명 셰프를 섭외하여 김치를 포함한 한식 요리 시연, 현지 스타일로 구성된 한식점 탐방 등 방송 프로그램 기획 등)

- 김치 마케팅보드가 주도하여 김치 전용 온라인 B2B, B2C 플랫폼을 구축하여 김치 관련 디지털 콘텐츠 제작 및 온라인 홍보, 수출 계약, 결제, 배송, 수출신고, 무역보험, 빅데이터 분석 등의 기능 탑재(aT의 케이푸드트레이드 사업과 연계, 김치 수출업체의 디지털기술 활용도를 높이기 위한 교육·컨설팅 등 병행 지원)

○ (해외시장의 가치소비 트렌드에 부응) 면역, 다이어트, 채식, 친환경·저탄소 음식 선호, 할랄·코셔 등 수출시장별 현지 소비자의 다양한 수요에 맞는 김치제품 출시와 인증제도 활용 지원

- 국가별 선도업체 대상 현지시장 맞춤형 상품 개발·개선, 마켓테스트, 시장개척 등을 원스톱(one-stop) 지원
 - 검증된 김치의 효능인 항산화·항바이러스 기능, 김치 유산균의 항코로나바이러스 효능 등을 해외소비자에게 적극적으로 홍보
 - 코로나19 증상 완화 등 면역력 제고 관련 기능성 김치제품 개발 촉진
 - 김치 수출업체 대상 ESG 경영 컨설팅 및 해외소비자 대상 모범 사례 발굴·홍보 지원
- 김치 관련 비관세장벽(검역·통관·식품제도)을 포함하여 김치제품의 현지화(라벨링, 인증, 검사·등록)에 필요한 비용 및 컨설팅(전문 통번역 서비스 포함) 지원 강화로 해외시장에서 한국산 김치의 경쟁력 제고 견인
- 검역협상, FTA 이행위원회 등을 통해 김치 관련 수출시장별 비관세장벽에 신속하게 대응
- (예산) 현지화 관련 수출지원금 활용(김치 수출업체 지원규모 반영)하고 김치 세계화 관련 예산 증액하여 국비로 연간 100억 원에서 200억 원까지 상향조정(김치 수출실적에 따라 점진적으로 증액)
- (운영 방향) 김치 독자적인 현지화 수출전략을 추진하기 위해선 기존 aT의 현지화 지원사업이나 수출마우처 지원사업 등과 조정 필요
- 김치 종주국으로서의 위상을 감안하고 해외시장에서의 경쟁력 제고 및 수출 지속성 강화를 위해선 김치만의 독자적인 현지화 전략 추진 필요

"포크사용 편한 '썸 김치' 수출 비중 90% 이상 늘려"

아시아경제(2021.11.28.)

수출 김치는 외국인들이 포크로 찌어 먹을 수 있는 썸 김치 위주로 하고 포기 김치 비중은 줄이며, 수출 비중 90%를 차지하는 북미 시장을 공략하기 위해 썸 김치 수출 비중을 90% 이상으로 늘릴 예정이다.

수출용 썸 김치에 젓갈을 넣는 대신 뚜껑 안에 숯을 넣어 냄새를 최소화하는 전략을 짰 것이 대표적이다. 현지 비건(채식주의자)들을 공략하기 위해서다. 원료인 마늘, 생강, 야채류 등은 국산으로, 품질을 높였다.

업계에 따르면 맛, 저장성 등에서 포기 김치가 압도적인 우위를 점하고 있지만, 수출 확대를 위해선 썸은 김치·소스류 등 다양성과 편리성 등을 반드시 확보해야 한다는 목소리가 나온다.

"썸 김치, 포기 김치 모두 주원료인 배추에 들어가는 양념 등이 같기 때문에 영양은 같고, 맛은 포기 김치가 조금 더 낫다고 본다"면서도 "포크로 편하게 찌어 먹을 수 있는 썸 김치의 특징을 고려하면, 포기 김치보다 차라리 빵에 썸 김치 또는 소스류를 올려놓은 그림을 그래픽화해 홍보하는 게 (현지인에게) 효과가 더 클 것"이라고 전망했다.



〈전라북도 익산시 왕궁면 국가식품클러스터의 첨단 글로벌 김치공장에서 만든 수출용 김치〉

▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
해외현지화 전략 지원	김치 글로벌 친구 찾기 실적	김치 친구 설정국가 대상 수출 실적	결과보고
	해외소비자 인지도 제고 실적	B2B, B2C 김치 수출실적	결과보고
	해외시장의 가치소비 트렌드 부응 실적	가치소비 신상품 수출실적	결과보고
	김치 관련 비관세장벽 대응 건수	비관세장벽 대응 (해소) 건수	결과보고

5-1. 국가명지리적표시제 등록 추진

▣ 사업 추진배경

- 해외시장에서 김치종주국으로서의 위상을 공고히 하고, 외국 김치의 원산지 둔갑과 같은 불법행위를 근절할 수 있는 대책 마련이 중요함. 이를 위해서, 대한민국에서 재배된 주원료를 사용하여 전통적인 레시피로 제조한 대한민국 김치임을 대한민국 정부가 인증하는 김치만의 고유한 보호제도 도입이 필요함.
 - WTO TRIPs 협정(1994)은 지리적표시를 지식재산권으로 인정하여 회원국의 고유한 지리적 특산품을 보호하도록 규정하고 있으며, 우리나라도 「농수산물품질관리법」의 지리적표시 등록제도(1999)와 「상표법」의 지리적표시 단체 표장제도(2004)를 운영 중
- 국가명지리적표시제 등록을 위한 다양한 노력이 시행되었으며, 그 추진경과는 다음과 같음.
 - 제2차 종합계획(2018~2022년)에 따라 ‘국가명 지리적표시’ 도입 검토를 위한 연구용역 수행(2018)
 - 근거법인 「김치산업진흥법」 개정(2020.2), 제24조의2(한국김치 등의 표시) 신설
 - 등록권자인 김치협회의 정관 개정(2021.1)

- 농수산물품질관리법」 시행령 개정(2021.12)
- 공청회 개최(2022.4) 등 의견수렴 추진

■ 주요 사업내용

- (사업내용) ① 김치 수출기업과 원료 생산자를 포함한 이해관계자 의견수렴을 통한 쟁점별 합의 도출 ② 국가명 지리적표시 등록신청서 제출 ③ 지리적표시 시행 후 해외시장에서 모니터링 체계 구축 및 사후관리 강화
 - 국가명 지리적표시제 등록 주체는 ‘대한민국김치협회’(농식품부는 법·제도 개정 및 등록 준비, 제도 시행 후 해외시장 홍보와 사후관리 등을 지원)
 - 수출량이 절대적인 배추김치(포기김치, 막김치) 우선 등록하고, 추후 수출 상황을 보아가면서 다른 종류를 추가 등록, 지리적표시 등록 후 필요 시 ‘지리적표시 단체표장’ 등록도 추진
- (쟁점사항) 비용 측면에서 중국산 고춧가루를 사용할 수밖에 없는 대다수 김치 수출업체들의 여건을 감안하여, ‘수출용’ 김치에 한해서는 고춧가루를 원료의 범위에서 제외하고 지리적표시 등록을 할 수 있는 방안 강구
 - 이를 위해 「김치산업진흥법」 제2조의 ‘주원료’ 정의(최종 제품에 혼합된 비율이 높은 순서로 3개 이내의 원료)를 준용하는 방안을 논의 중
- (예산) 김치협회 등록 관련 지원, 등록 후 해외시장 홍보 및 모니터링, 사후관리 예산 소요

〈표 5-11〉 김치의 국가명 지리적표시 등록 관련 쟁점 사항

쟁점	주요 내용
김치원료의 원산지 기준	일반적으로 김치의 주원료는 배추, 무, 파, 생강, 마늘 등의 채소류, 고추(고춧가루, 실고추, 생고추), 식염 등임. 「농수산물품질관리법」상 지리적표시 제품은 등록 대상지역의 범위에서 생산된 '주원료'를 사용하도록 규정하고 있으나, '주원료'의 정의나 범위를 명시하지 않음. 이는 지리적표시 등록심의분과위원회에서 판단 따라서, 「김치산업진흥법」상 '주원료'의 정의(제2조)를 근거로 '김치(최종 제품)에 혼합된 비율이 높은 순서로 3개 이내의 원료'만을 수출용 김치의 원료 범위로 설정하는 방안이 수출업체의 수용성이 높을 수 있음. 이는 대부분의 김치 제조업체들이 중국산 고춧가루를 사용할 수밖에 없는 현실을 반영하기 위함(고춧가루를 3순위 바깥으로 제외 가능 여부도 검토해야 함). 다만, 국산 원료를 모두 사용하는 김치는 용기·포장 등에 '대한민국 프리미엄 김치'로 표기하여 차별화
등록대상 김치종류	수출량이 절대적인 배추김치(포기김치, 막김치) 우선 등록하고, 추후 수출 상황을 보아가면서 다른 종류를 추가 등록
품질기준	전통식품 품질인증 기준(색택, 향미, 성상, 산도, pH 등) 및 KS 규격 적용 Codex 기준은 배추김치 중심으로 설정되어 있고, 식품공전은 김치의 품질기준이 아닌 유해성분을 규정하고 있음.
제조공정 및 위생 기준	별도의 기준을 마련하는 대신, 제조공정 기준은 전통식품 품질인증 기준을, 위생 기준은 HACCP 기준을 적용

- (운영 방향) 등록 절차는 김치협회가 주도하고 농식품부는 간접 지원, 등록 후 해외시장 홍보 및 모니터링, 사후관리는 별도의 추진계획 수립하여 실행
 - 기체결 FTA와 향후 체결할 FTA에서 한국 김치가 지리적표시로 보호받을 수 있도록 협상 추진
 - FTA 미체결국의 경우, 해당국의 지리적표시 등록 고려(대만의 산지단체상표에 고려홍삼과 고려삼 등록 사례 참조, 2013.3)
 - 김치의 국가명 지리적표시에 대한 해외 온오프라인 홍보를 강화해 해외 소비자들이 '대한민국 김치'에 대한 인지도를 제고하고, 현지 및 제3국 기업의 위반사례를 최소화하도록 해당국 관계당국과의 협력 확대
 - 해외시장에서 모니터링 체계 구축 및 실질적인 제재수단 강구

▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
국가명지리적표시제 등록 추진	김치 국가명 지리적표시 등록 지원	지리적표시 등록 여부	결과보고
	기체결 FTA에 김치 지리적 표시 반영 및 해외시장 홍보	FTA 협정문에 김치 지리적표시 반영 건수	결과보고
	해외시장 모니터링 및 사후관리 강화	해외시장 위반사례(3국 김치) 적발 건수	결과보고

5-2. 김장문화보존기금 조성사업

■ 사업 추진배경

- 우리나라의 김장은 김치를 담그면서 협동과 나눔이라는 공동체 정신을 다지는 문화이며, 역사적으로도 오랫동안 이어져 내려오는 전통문화임. 김장문화는 2013년 세계유네스코 인류무형문화유산으로 등재되었고, '20년에는 김장문화가 영국국립도서관 '웹 아카이브'에 공식 등재 등 세계적으로 보존해야 할 역사적 가치를 인정받고 있음.

〈표 5-12〉 세계유네스코 무형문화유산 등재 식품 및 음식문화

문화유산	국가	등재연도
프랑스의 미식(美食) 문화	프랑스	2010년
멕시코 전통 요리	멕시코	2010년
케슈케크, 터키의 전통 의식 요리	터키	2011년
지중해식 식문화	키프로스, 크로아티아, 스페인, 그리스, 이탈리아, 모로코, 포르투갈	2013년
김장, 김치를 담그고 나누는 문화	대한민국	2013년
와쇼쿠(和食), 특히 신년 축하를 위한 일본의 전통 식문화	일본	2013년
터키식 커피 문화와 전통	터키	2013년
고대 조지아의 전통 크베브리 와인 양조법	조지아	2013년
오시 팔라프, 타지키스탄의 전통 요리와 사회·문화적 맥락	타지키스탄	2013년
너그러움의 상징 '아랍 커피'	아랍에미리트연합국, 사우디아라비아, 오만, 카타르	2015년
벨기에의 맥주 문화	벨기에	2016년

팔로브 문화와 전통	우즈베키스탄	2016년
플랫브레드를 만들어 나누어 먹는 문화 : 라바시, 카티르 마, 주프카, 유프카	아제르바이잔, 이란, 카자흐스탄, 키 르기스탄, 터키	2016년
피자이올로, 나폴리피자 요리 기술	이탈리아	2017년
은시마, 말라위의 전통 요리	말라위	2017년
싱가포르의 호커 문화, 다문화 도시환경에서의 공동체 식 사와 식문화	싱가포르	2020년
쿠스쿠스의 생산 및 소비와 관련된 지식, 노하우와 관습	알제리, 모리타니, 모로코, 튀니지	2020년
일 프티라, 몰타의 납작한 사워도우 빵 요리법과 문화	몰타	2020년
나르바이라미, 전통적 석류 축제와 문화	아제르바이잔	2020년

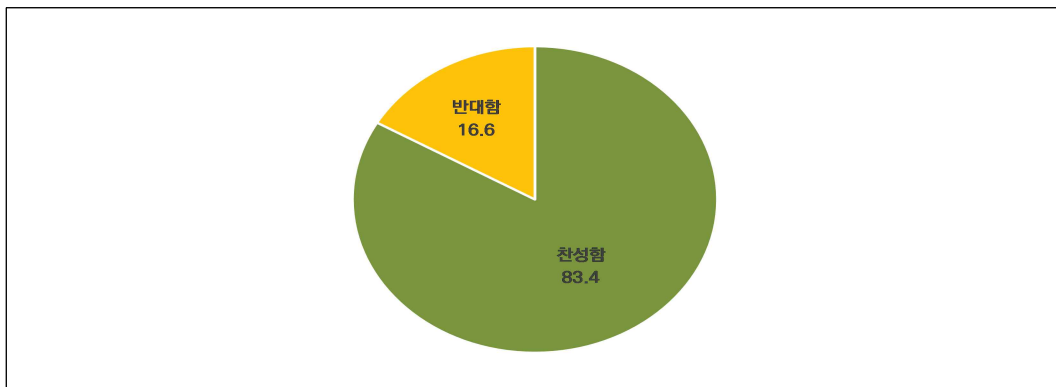
자료: 유네스코와 유산(<https://heritage.unesco.or.kr/>)

○ 그러나 김치를 담글줄 아는 인구가 감소하고 김장을 담그는 가구수도 점차 감소하고 있는 추세속에서 지속적으로 김장문화를 계승·발전시킬 수 있는 기반 마련이 필요한 상황임.

○ 김장문화의 역사적·전통적 가치를 보존하기 위한 ‘김장문화 보존기금’ 조성에 대해 소비자는 전체의 83.4%가 찬성한다고 응답하였음.

〈그림 5-14〉 소비자 가구의 김장문화보존기금 조성 의향

단위: %



자료: 농식품부·한국농수산유통공사, 「2020 김치산업 실태조사」

■ 주요 사업내용

- ‘김장문화보존위원회’(가칭)를 설립을 통해서 김장문화 보존기금을 조성하는 방안을 검토할 필요가 있음. 이 위원회는 농식품부 산하 위원회로 설립할 수도 있고, 김치협회 산하 위원회로 운영될 수 있음(‘한국문화예술위원회’ 운영사례 참조).
 - 김치산업진흥법 법조항 신설을 통해서 기금 및 기금운영안 법적 근거 마련
- 기금의 재원은 정부의 출연금, 개인 또는 법인으로부터의 기부금품, 기금운용으로 생기는 수익금, 기타 대통령령으로 정하는 수입금(다른 기금으로부터의 전입금, 기타 농식품부장관이 인정하는 수입금) 등으로 구성
- 기금사업은 전통김장 문화보존·계승 및 발전 지원, 해외교류지원, 김장문화 발굴, 체험, 김치진흥을 목적으로 하는 사업이나 문화활동, 김장문화제 지원, 김치와 김장문화 확산을 위한 민간단체 발굴과 체계적인 지원 활동 등이 있음.

〈참고자료〉 한국문화예술위원회 기금

- 한국문화예술위원회는 현장 문화예술인들로 구성된 위원들이 중심이 되는 합의제 의사결정기구
- 기금명: 문화예술진흥기금
- 기금설치근거: 문화예술진흥법 제16조
- 기금의 재원
 - 정부의 출연금, 개인 또는 법인으로부터의 기부금품, 기금운용으로 생기는 수익금, 기타 대통령령으로 정하는 수입금(다른기금으로부터의 전입금, 기타 문화관광부장관이 인정하는 수입금)
- 기금 사용처:
 - 문화예술의 창작과 보급, 민족전통문화의 보존계승 및 발전, 남북 문화예술교류, 국제 문화예술교류, 문화예술인의 후생복지증진을 위한 사업, 지방문화예술진흥기금에의 출연, 한국문화예술위원회의 운영에 필요한 경비, 기타 문화예술의 진흥을 목적으로 하는 사업이나 활동

▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김장문화보존기금 조성사업	기금(적립금) 조성액	총액(원)	결과보고

5-3. 김치체험문화사업 지원 및 홍보 강화

■ 사업 추진배경

- 김치소비 확대 및 국산김치 시장점유율 증대를 위해서는 김치 소비의 중요성과 김치가 가지는 다양한 가치에 대한 국내 소비자 인식을 제고시킬 필요가 있음.
 - 황윤재 외(2021)의 설문조사 결과에서 국내 소비자의 76.0%가 김치에 관한 교육·체험을 통해 김치에 대한 인식 제고 등 김치 문화를 조성할 필요가 있다고 응답하였음.
- 상품김치 해외 수출 확대도 홍보·교육·체험을 통해 해외 소비자의 김치의 다양한 식문화·식생활 가치에 대한 인지 수준과 인식을 제고함으로써 보다 효과적으로 달성될 수 있음.
 - 해외 소비자의 한국산 김치 구매 결정 요인을 분석한 결과, 일본과 대만 소비자의 김치 담그는 체험 참여 여부 또는 향후 참여 의향이 한국산 배추김치 구매 결정에 영향을 미치는 것으로 나타났음.

■ 주요 사업내용

가. 김치체험문화사업 발굴 및 지원

- 각 지역의 김치체험관, 김치박물관 등을 산업관광지로 육성 지원
- 각 지역의 공공 또는 민관에서 운영하고 김치박물관, 김치체험관, 김치타운 등의 방문객을 위한 해설사 보강, 체험 상품 다양화 등 김치관련 시설을 관광지로 육성하는 사업 지원
 - 김치 가공공장 견학, 김치 만들기 체험 등 관광객들이 견학 및 체험 할 수

있는 산업관광 지원

○ 김치체험 시설물 인프라 보강 및 확충 지원

- 각 지역의 김치체험 시설물 개보수 지원
- 김치박물관 등에 첨단기술 활용 실감 전시 콘텐츠 리뉴얼 등
- 김치 캐릭터 개발 지원

▣ 연령대 맞춤형 김치 홍보 콘텐츠 개발 및 강화

○ 유아, 청소년, 성인 등 다양한 연령대 체험 및 교육 프로그램 개발

- 어린이집, 유치원, 초·중·고등학생, 성인, 노년 대상 체험 및 지속 프로그램 확충

○ (어린이 콘텐츠) 연령 맞춤형 김치 콘텐츠 및 체험프로그램 개발

- 어린이 김치 담그기, 김치 게임, 김치 뮤지컬 등 다양한 프로그램 개발

○ (청소년 콘텐츠) 과학 체험 프로그램 개발 및 각종 대회 유치

- 과학 및 기술, 요리 경연대회 등 각종 경진대회 유치 및 개최를 통해 학교, 학부모, 학생 참여 유도
- (예시) 종균 및 발효과학 등 청소년 “과학체험” 프로그램 개최

○ (중년층 콘텐츠) 김치 전문가 과정 및 강좌 개설, 김치산업 관련 창업 지원 프로그램 개설

- 김치 전문가 과정 운영으로 전문가 육성
- 김치산업 관련 창업 지원 프로그램 개설(예: 김치푸드스타일링, 김치음식 등)

- (노년층 콘텐츠) 은퇴 노인층을 위한 평생교육 프로그램 개발 및 운영
 - 기능성 김치 및 반찬 만들기 강좌, 요리 자격증, 김치체험지도사 등 은퇴노인을 위한 평생교육 프로그램 운영
- 김치제조업체또는 김치명인과 연계한 청년창업 지원
- 청년창업 지원사업과 각 지역 김치명인을 연계하여 맞춤형 프리미엄 김치 생산·판매 기반 구축
- 프리미엄 김치제조 청년창업을 통한 일자리 창출에 기여

나. 김치 홍보 강화

- 글로벌 김치문화 홍보 및 김치 수출
 - 해외 김치시즌 행사와 김치축제 연계 국산김치 홍보
 - 한식세계화 협회 및 한인협회 등 연계 현지마트, 행사장에 대한민국 김치 홍보 강화
- 김치 문화 콘텐츠를 활용한 김치 우수성 홍보 강화
 - 김치축제, 김장대전 등 전통김장문화 행사와 다양한 문화·관광 행사과 접목하여 김치문화 콘텐츠 발굴 및 홍보
 - 언택트 시대 대비 온라인 활용 다양한 김치 문화 프로그램 개발
- 각 지역교육청이 김치명인 연계하여 초등학교 방과후 프로그램 운영
 - 어린이·청소년을 대상으로 하는 김치와 관련한 식생활·식문화 교육은 기존에 실시되고 있는 학교 교육 과정 또는 체험학습, 방과 후 수업 등 다양한 교육이

외의 과정, 학교를 벗어난 지역, 농업·농촌 등에서 실시하는 다양한 오프라인 체험·교육과 온라인 매체를 통한 식생활·식문화 관련한 정보 제공, 교육 등과 연계하여 추진

■ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치체험문화사업 지원 및 홍보 강화	국내소비자의 국산김치에 대한 인식 제고	국내소비자의 인식개선을 조사	소비자 설문조사 결과
	해외 소비자의 국산김치에 대한 인식 제고	해외소비자의 인식개선을 조사	해외소비자 설문조사 결과

5-4. 김치자조금 확대 지원

■ 사업 추진배경

- 국내 자조금 제도는 WTO 등 국제시장 개방에 대응하기 위해 생산자가 자율적으로 자조금을 조성하여, 농산물의 품질향상, 소비촉진 등을 통해 품목의 경쟁력을 제고할 목적으로 도입됨.
 - 농·축산물의 수입자유화가 확대될수록 정부의 직접 보조를 통한 시장 개입은 한계가 있으므로, 생산자의 자율적인 대응 능력이 중요해지고 있음.
 - 자조금 제도의 특징은 산업의 발전과 세계화에 따라 정부의 역할과 기능을 축소하면서, 생산자들이 스스로 시장 대응 능력을 강화하는 것임. 즉, 품목별로 산업의 문제를 생산자가 주도적으로 해결하고 발전을 도모하는 자구적 성격의 정책임.
- 농축산물 생산과 유통 시스템이 선진화되어 있는 미국 및 유럽과 같이 생산자 중심의 품목별 자조금 조직이 해당 품목의 대표성을 가지고 생산, 유통, 가공, 마케팅, 수출입, 수급 분야에서 해당 산업 주체가 모두 참여하여 공공의 이익에 적합한 의사결정을 하기 위해서는 자조금 조직의 역량확보가 요구됨.
- 김치자조금은 김치산업 발전을 위해 시행되고 있으며, 소비촉진, 판로확대, 수급조절 및 가격안정사업 등을 추진하고 있음.
- 현재 김치자조금의 경우 자조금 도입 초기 단계이므로, 현황 분석을 통해 기반조성과 자조금 업무 역량 강화를 위한 방향 정립이 필요한 실정임.

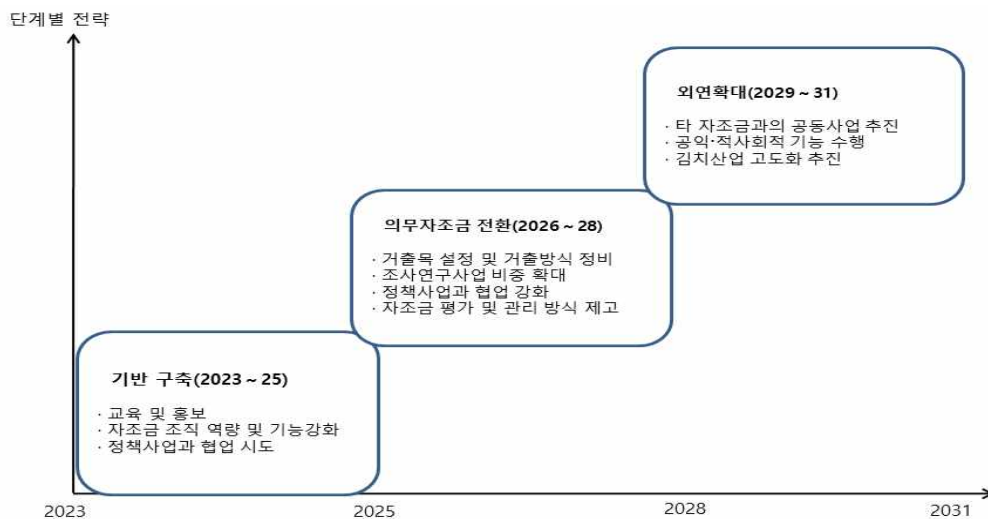
〈표 5-13〉 김치자조금 개요

사업목적	시대적 배경	운영 주체
소비촉진, 판로확대, 수급조절 및 가격 안정사업 등을 추진함으로 김치산업 발전 도모	중국산 김치 수입 증가에 대응하고, 김치의 세계화 및 김치산업진흥을 위하여 자발적인 지원체계 구축 필요	김치협회

■ 주요 사업내용

- 현재 김치자조금은 임의자조금으로서 향후 의무자조금으로 전환을 위한 기반조성이 시급하며 지속 가능한 발전을 위해서는 중장기 전략에 기반한 체계적인 사업 추진이 필요함. 김치자조금의 외연확대와 기능강화를 위해서는 상당한 시간이 소요될 것이므로 2031년을 목표연도로 설정하고 기반구축단계(2023~2025), 의무자조금전환단계(2026~2028), 외연확대단계(2029~2031) 등 3단계로 나누어 단계적으로 접근하는 것이 바람직함.

〈그림 5-15〉 김치자조금 단계별 로드맵



가. 기반 구축 단계

■ 회원확대를 위한 지속적인 교육 및 홍보

- 김치자조금의 조성 확대를 위해서는 김치제조업체의 참여 확대가 우선 되어야 하며, 단계적으로 해당 업체의 50%가 회원으로 가입할 수 있도록 지속적인 교육 및 홍보가 필요함.
 - 회원 수 확대를 위해 자조금의 사업계획 수립 시 자조금 이해를 위한 지역 또는 권역별 교육 프로그램을 반드시 수립하도록 하여 자조금 사업에 대한 공감대가 확대되도록 유도함.
 - 자조금 사업 초기에는 일정규모 이상(종업수 10인 이상)의 김치제조업체를 중심으로 회원 수 확대를 위한 교육 프로그램 운영하는 것이 효율적임.
 - 10인 이상의 김치류 제조업체 229개소를 대상으로 지역별 순회교육을 우선적으로 추진하고, 이후 단계적으로 김치류 제조업체 전체로 확대함.

■ 자조금 조직의 역량 및 기능 강화

- 김치자조금의 회원 업체 수가 우리나라 전체 김치업체의 16.5%에 그치고 자조금 단체의 실무 인원이 3명에 불과하여 실질적인 자조금 사업 추진에 어려움을 겪고 있는 상황임.
- 전문분야별 적정인력을 배치하고, 체계적인 관리체계를 구축함으로써 해당 식품의 소비촉진 및 경쟁력 강화에 기여할 수 있도록 해야 함.
 - 전문인력을 배치하기 위해서는 필요 인력에 대한 적절한 급여체계 구축이 선행되어야 하는데, 이를 위해서는 식품자조금의 운영경비 관련 규정을 명확하게 하여 안정적인 인건비 확보 체계를 마련하여야 함.
 - 김치자조금의 경우 총사업비의 15%를 운영경비로 사용하고 있으나 총 사업

비 규모가 작아 적정 인건비 확보에 어려움을 겪고 있는 상황임.

- 식품자조금은 자조금 총 사업비 중 운영경비 비중이 없기에, 향후 식품자조금 법 제정 시 「농수산물자조금법」을 준용하여 총 사업비가 10억 원 이상인 경우 20% 이내로 운영경비 사용할 수 있도록 규정 도입 필요

○ 협회 사업과 자조금 사업의 분리가 필요하며 각각의 사업에 대한 재원과 사업 관리의 독립성이 강화되어야 함. 이를 위해서는 관련 규정 정비 및 인력 확충, 회원 정비 등이 선행되어야 할 것임.

- 김치협회 내부 자조금 관리규정에는 자조금이 타 회계와 분리되어 운영되어야 한다고 규정되어 있지만, 김치협회 정관에는 김치협회 재정이 자조금이라고 명시되어 있어 사업 재원에 대한 혼선이 발생하고 있어 해당 규정에 대한 정비 필요

- 김치자조금 담당 인력들이 김치협회 사무도 같이 담당하고 있어 추후 예산이 확보되면 조직을 분리하여 운영 필요

■ 정책사업과 협업 시도

○ 자조금 회원 확대를 위해서는 기존 자조금 사업만으로는 한계가 있기 때문에 김치업체의 사업 수요를 일정 부분 충족하고 정부 정책에 기여하는 목적으로 관련 정책사업 일부에 참여하는 방안의 검토가 가능함.

- 보다 구체적으로는 정책 사업의 원활한 시행과 업체 참여율을 높이기 위해 지원사업 신청 등의 현장 일선 업무 일부를 자조금 단체가 대행하는 방안

- 정부 지원사업에 대한 정보를 회원사에게 제공하고, 희망하는 회원사의 지원사업 신청 컨설팅 서비스를 제공하는 사업을 진행하도록 함. 보다 구체적으로는 김치산업과 연관된 농림사업 및 중소기업지원사업에 대한 사업 내용과 신청 자격·방법 등에 관한 내용을 정리하여 관련 내용을 주기적으로 회원사에

제공하고, 수요업체에게 사업 신청을 위한 컨설팅 서비스를 제공

- 농식품부가 aT 등을 통해 비축하고 있는 건고추, 배추 등의 원료 농산물을 김치자조금에서 수요 김치업체를 선정하여 공급하는 역할 수행에 대한 검토 가능

나. 의무자조금전환단계

■ 거출 방식 정비

- 김치자조금은 식품의약품안전처 식품 및 식품첨가물 생산실적에 의해 김치제조업체의 판매액 또는 판매량을 기준으로 거출금의 산정기준 및 한도를 설정하고, 자조금 거출금의 하한액(최소 1백만 원)과 상한액(최대 10백만 원)을 설정하여 운영하는 것이 필요함.
 - 김치제조업체의 판매액 기준으로 설정하는 경우 판매액 기준으로 거출금을 산정하는 것이 효율적인 데 반해, 판매가격 변동에 의한 거출금 변동 가능성 존재
 - 판매량 기준으로 설정하는 경우에는 물량 기준으로 판매가격 대비 변동성이 적으나, 판매 형태에 따라 판매량 기준 설정에 어려움 발생
- 2017년 식품의약품안전처의 식품 및 식품첨가물 생산실적(배추김치와 기타김치)에 근거하여 김치자조금 조성 규모를 추정하여 보면, 판매액의 0.1% 적용 시에는 26억 원으로 예상되고, 0.5% 적용 시 130억 원까지 조성될 수 있는 것으로 나타남.
- 현실적인 방안으로 회원사의 판매액을 기준으로 차등 구간을 설정하고, 하한액 1백만 원, 상한액 10백만 원으로 설정하여 판매액의 0.1%를 기준으로 자조금의 조성 규모를 추정하는 경우에는 약 23억 원의 자조금이 조성될 수 있는 것으로 도출됨.

■ 거출목 설정

- 자조금 거출 대상의 확정을 위해서는 식품 제조업체의 정확한 개소수와 매출 등의 실적자료가 필요한데, 이를 위한 공식 자료로 식품제조업체가 의무적으로 매년 실적을 등록하는 식품의약품안전처의 생산실적보고 데이터(raw-data)를 식품자조금 단체가 활용하도록 함.
 - 통계청에서 매년 실시되는 광업제조업조사는 10인 이상의 사업체를 대상으로 조사를 함에 따라 10인 미만의 사업체수 및 판매액은 제공되지 않는 문제점 내포
 - 농식품부에서 2019년 김치산업 실태조사를 실시하고 있으나, 해당 자료는 한국농수산식품유통공사 및 세계김치연구소에서 보유한 김치류 제조업체에 대한 표본조사 결과로 전수 자료가 아닌 한계

■ 조사·연구사업 비중 확대

- 자조금 주요 선진국은 시장 환경변화에 대비하여 조사·연구사업의 비중을 확대하는 추세임. 국내 자조금도 국내외 시장변화에 대응하고 자조금 조직의 역량을 강화하기 위해 조사·연구 사업 확대를 유도할 필요가 있음
 - 호주 자조금의 경우 정부 보조금을 연구·개발에만 사용할 수 있도록 규정하고 있으며, 첨단기술 분야 연구에 집중하고 있음. 미국 자조금의 경우는 홍보프로모션 위주의 사업에서 품질·안전성 관련 연구사업으로 중심이 이동하고 있음.
 - 국내 농축산업은 농산물 소비 감소, 메가 FTA(RCEP, CPTPP 포함)로 인한 농축산물 수입 확대, 식량자급률 하락, 병해충 및 가축 질병, 농업인구 고령화 등 부정적인 이슈에 직면하고 있음.
 - 이 같은 이슈에 대응하고 품목경쟁력을 강화하기 위해 자조금 조직의 조사·연구사업의 비중이 강화되어야 할 필요가 있음. 그러나 현재 조사·연구사업 비

중은 5% 미만으로, 사업 내역 중 가장 낮은 수준임.

- 조사·연구사업에는 정부 지원금을 100% 사용하는 방안과 총 사업비의 일정 비율(예: 10%)은 조사·연구 사업을 추진하도록 개선할 필요가 있음.

○ 김치 관련 R&BD 사업은 김치산업의 경쟁력을 높이기 위한 연구·개발 사업으로 기존의 연구 용역사업에서 나아가 김치의 품질 및 가격 경쟁력을 높이기 위해 보다 적극적인 R&BD를 주도하도록 함.

- 김치관련 R&BD 과제를 농림식품기술기획평가원(IPET) 사업 등에 포함되도록 하여 김치 산업 발전을 위한 연구·개발이 보다 활성화되도록 할 뿐만 아니라, 공모사업에 직접 참여하여 사업 주도
- 김치자조금이 일정 규모 이상으로 조성되면, 관련 연구사업을 직접 공모하여 필요한 R&BD를 진행할 수 있음

■ 정책 사업과 협업 강화

○ 기반 구축이 완료후 김치자조금을 의무자조금으로 전환하면 정부 사업의 적극 참여를 통한 정책 파트너 역할 강화 등을 중점적으로 진행할 필요가 있음.

○ 정부의 신규 지원사업 발굴 및 지자체 정책연계 강화 업무를 수행하여 보다 주도적인 역할을 담당할 수 있도록 함.

- 김치자조금 단체가 회원사의 현장 애로사항을 주기적으로 수집 및 정리하여 정책 개선을 위한 건의 사항 제출하고, 김치 업체를 대상으로 하는 지원 사업의 일선 업무를 일정 부문 대행하는 방안 검토

■ 자조금 평가 및 관리 방식 제고

○ 자조금 조직에 대한 지도·감독 권한 규정을 보완할 필요가 있음.

- 정부는 자조금에 관한 업무·회계 및 재산 등에 대하여 필요사항을 보고하게 하거나 서류제출을 하게 할 수 있고, 이를 위해 소속 공무원이 장부·서류를 검사할 수 있으나(「농수산물자조금법」 제32조, 「축산물자조금법」 제31조), 지도·감독 결과에 따른 행정지도나 필요한 조치를 취할 수 있는 근거는 미흡함.
- 따라서, 지도·감독 결과에 따라 필요할 경우 개선권고 및 시정명령 등 필요한 조치를 취할 수 있도록 관련 규정을 보완할 필요가 있음.

○ 자조금 평가 및 관리체계의 지속적인 개선이 필요함. 김치 특성을 고려한 평가지표의 보완이 지속되어야 함.

- 평가지표 자체에 대한 지속적인 평가와 피드백이 필요함. 평가체계 운영과정에서 발생하는 문제점, 지적사항 등에 대해 농식품부, 자조금 조직, 전문가 간 지속적으로 논의하여야 함.

다. 외연확대 단계

■ 타 자조금과의 공동사업 추진

- 김치자조금의 조직과 사업이 성숙단계에 진입하게 되면 김치자조금이 원료 농산물의 수급 및 김치 공급의 중심적인 기능을 하게 됨. 자조금 조직이 내수 및 수출 유통분에도 영향력을 발휘하기 위해서는 식품 원료를 공급하는 농축산물자조금 또는 식품자조금 단체와의 공동사업을 추진하는 방안도 검토할 수 있음. 이는 산업 간 협업을 통한 시너지 효과(synergy effect)를 창출하고, 식품산업과 농업의 상생 발전 등을 도모할 수 있음.
- 관련 사례로 우유자조금관리위원회와 (사)인삼협회가 2019년 3월에 소비촉진 활성화 MOU체결을 통한 공동 홍보체계 구축 사업을 볼 수 있는데, 이는 농산물과 축산물이 협업하는 최초의 사례로 매년 방송과 언론, 오프라인 행사에서 우유와 인삼을 활용한 요리를 소개하고 있음.

■ 공익적·사회적 역할 수행

- 지금까지 자조금의 역할이 수요 확대, 소비자 인식 개선, 마케팅에 집중되었으나, 앞으로 식품 안전성, 환경보호 등의 공익적·사회적 역할을 수행할 수 있어야 함.

■ 김치산업 고도화 추진

- 김치산업의 외연 확대를 위해서는 김치의 추가적인 신규 시장 개척 및 김치산업의 고도화를 위한 사업 추진이 요구됨.
 - 해외시장 확대는 김치수출협의회 등이 진행하고 있는 사업을 포함하여 보다 다양한 김치 해외시장 개척사업을 주도적으로 진행하도록 하고, 고부가가치 상품 개발 및 출시는 이전 단계에서 추진된 R&BD 사업의 결과물을 상용화하여 김치산업의 부가가치를 증진시키도록 함.
 - 김치산업의 고도화는 김치산업의 전후방 산업까지 사업을 확장하고 보다 다양한 추가 성장 동력을 발굴하여 김치가 명실상부한 우리나라 대표 음식이자 식품산업의 주력 품목이 될 수 있도록 함.

▣ 성과지표 및 측정방법

사업명	성과지표	측정산식	출처
김치자조금 확대	자조금 조성액	총액(원)	결과보고

부록. 김치제조업체 FGI 결과

■ 제3차 김치산업진흥 종합계획수립을 위한 관계자 간담회1

- 회의 일시: 2022. 06. 21
- 참석자: 농식품부 식품산업진흥과장외 2인, 종가집(이정성 소장), CJ(안현구 수석부장, 신수진), 아워홈(오지영 원장, 박기범 팀장), 풀무원(조상우 박사), 김치협회(한승록 실장), 전남대학교 농업경제학과팀
- 회의 주제: 김치제조업체 대상 김치산업진흥을 위한 의견 청취
- 회의 주요 키워드: ① 김치 원료 수급, ② 김치산업 관련 제도 및 규제 개선, ③ 김치 수출 및 유통, ④ 김치 자조금 활용

- 김치산업은 김치원료 확보 정도가 매출액과 직결되는 산업으로 김치 업체는 안정적인 원료 수급 확보가 제일 중요한 이슈임.
 - 김치의 주원료인 배추는 작기별로 생산량 차이가 크고 작황별로 수급의 불안정성이 높고 가격 변동성이 큰 농산물임.
 - 김치업체에서는 이를 극복하기 위해 배추 수급이 어려운 시기를 대비해 6~7월에 배추를 수매해 저장하고 있음.

- 김치업체들의 배추 수매시기와 aT의 가격안정화를 위한 배추 매입비축시기가 비슷하여 업체들의 원료 수급에 어려움이 발생함.
 - 이에 김치업체들은 aT의 배추 매입비축시기를 김치업체들의 배추 수매 시기와 겹치지 않게 기간 차이를 두길 바라며, 배추의 작기별 생산량 차이가 크므로 작황을 고려하여 매입량을 조절해 줄것을 건의함(업체가 6~7월초까지 비축하고 aT는 그 다음에 비축하길 바람. 현재는 aT가 6월 18일부터 수매하고 있음)

- 기후변화에 따른 배추 재배면적 변화나 작기별 배추 품질 차이 등의 문제로 국산 원료 수급 불안정성이 높아질 경우를 대비해 정부에서 제도적 차원에서 관리가 필요함.
 - 봄 하우스, 노지, 터널 배추 작황이 가뭄으로 좋지 않음.
 - 배추는 1년 중 9번 작기가 있으며 1~2번 망가질 경우 수급에 문제가 있음.
 - 농업관측센터 관측월보에 따라 원료 수급(국내 배추 가격 상승시)이 어려울 경우에도 제도적으로 수입이 가능하도록 고려할 필요가 있음(수입 배추 제품화 하는데 전혀 어려움 없음).
 - 원료 수급조절을 위한 총체적인 관리시스템 및 담당 기관이 필요함(종가집 이점성).

- 일본의 경우 식품 원료의 안정적인 수급을 위해 해외농업개발을 통해 원료 수급 안정성을 확보하고 있음.
 - 국내에서도 정부 차원에서 수출용 김치에 한해서라도 해외농업 산지 개발을 진행해 안정적인 수급 확보를 건의함(폴무원).

- aT의 가격안정화를 위한 배추 매입비축이 김치업체에 악영향을 줌.
 - 정부의 원료(배추)비축이 가격안정화를 목적으로 진행하기 때문에 원료 저장 방식이 가공용과는 차이가 큼.
 - 따라서, 정부 차원의 배추 매입비축 시 가격안정화용과 가공용 비축으로 분류해서 비축할 것을 건의함(아워홈).
 - 효과적인 저장기술이 반영된 정부 원료 매입비축이 필요하며 현행 aT의 저장 품질을 향상시킬것을 건의함(대상 종가집)

- 배추 종자연구를 통해 배추 수급 안정성을 높일 필요가 있음.

- 기후변화에 따라 배추재배면적 변화가 큼에 따라 추가적인 배추 종자 연구가 필요함.
- 종자 개발 시 현행 내병성, 다수확성, 내한성의 생산(농업인) 중심에서 추가로 소비자의 기호를 충족할 수 있는 맛(가공업체)을 고려한 종자 개발이 이루어지길 희망함(아워홈).

○ 농식품부 외 타 부처의 제도 및 규제로 인해 김치산업이 영향을 받는 경우가 있음(아워홈, 풀무원).

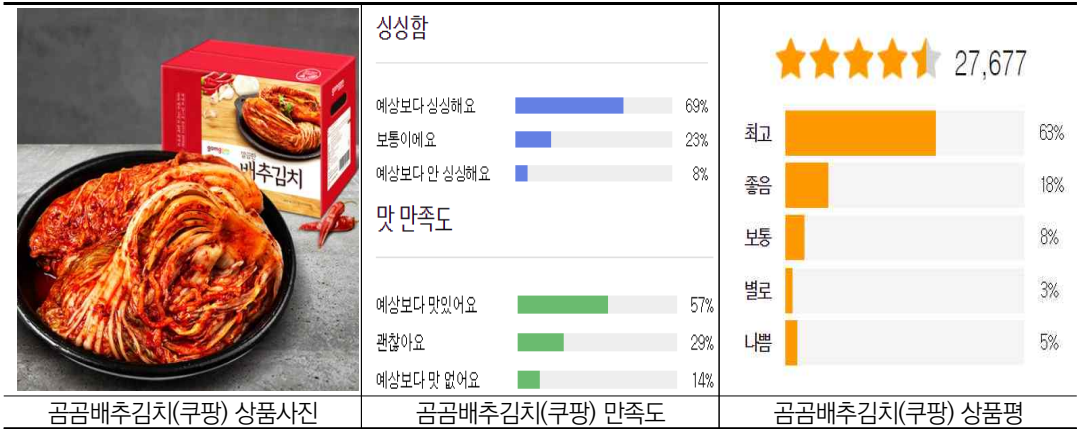
- 식약처 「영양성분표시제」의 경우 배추의 작기에 따라 품질 및 성분 차이로 인해 표준화된 김치생산이 어려워 표시제의 허용오차범위를 넘길 수 있는 문제점이 있음.
- 해수부 「천일염이력제」의 경우에도 천일염과 여타 소금을 혼용해 사용해 배추를 절이는 경우 문제점이 발생함.
- 이와 같은 타 부처의 제도 및 규제로 인해 김치산업의 성장이 제약된다고 판단하며 이를 개선 및 보완하기를 건의함.
- 「영양성분표시제」의 경우, 허용오차범위를 늘리거나 유해성분 표시정도로 제도를 완화(소금, 콜레스테롤 정도만 표시)시켜 제도 시행 취지에는 부합하되, 김치산업 내 기업들의 입장을 고려한 제도 운영방안 개선을 건의함(풀무원)

※ 세계김치연구소 연구 결과 $\pm 30\%$ 오차 허용 가능해서 식약처 건의했지만 회의적 반응

○ 김치의 해외수출 활성화를 위해 일반식품 기능성 표시제도를 통해 적극적으로 표시할 필요가 있음.

- 식약처 기능성 표시제는 전통식품의 경우 기능성을 규명할 수 있는 특정 성분 규정하지 못하면 기능성 표시 못함. 발효를 통한 복합 활성물의 경우 어려움 있음. 이러한 사정으로 한국김치가 일본에서 기능성 김치 인증 받았음. 저렴한 수입김치에 대응할 수 있는 유일한 방법이 기능성 표시이며, 이에 대한 연구 개발 투자가 필요함.
 - 이는 김치산업 내 R&D 투자를 늘려 고부가가치 상품을 만들기 위한 동기부여로 작용할 수 있음.
 - 그러나, 시민단체에서는 ‘김치’에 대해 이미 널리 알려진 사항을 굳이 기능성 표시제를 운영할 필요가 있는지에 대한 의견이 있으나, 국내시장 이외에 수출 시장을 고려할 경우 필요한 제도로 사료됨(아워홈).
- 쿠팡(곰곰김치)의 경우, 중국 현지 OEM 방식으로 해외(중국)에서 생산해 국내 소비자에게 직접적으로 판매를 하고 있음(CJ 비비고).
- 곰곰김치는 국내 김치산업 내에 B2B 형태로 유통되던 중국산 김치를 B2C로 전환하게된 사례로 국내 김치업체의 상품에 비해 압도적인 가격우위를 가지고 있음.
 - 곰곰김치의 경우, 국산 김치에 비해 약 5배 저렴하며 가격 차이 대비 맛, 품질 차이가 크지 않아 국내 김치업체에 비해 가격경쟁력이 높음.
 - 이에 따라, 국산 김치를 보호할 필요가 있으며 관세와 같은 제도적 규제를 건의함.

<쿠팡 곰곰 배추김치 현황>



자료: 쿠팡(coupang.com)

○ 100% 국산 원료 김치에 대해서 정부 차원의 인센티브 제공이나 프리미엄을 입증할 제도가 필요함(폴무원).

- 100% 국산 김치를 이용하는 음식업체에 대해서도 수입산 김치가격과 국산 김치가격 차이만큼의 인센티브 부여해 국산 김치 활용도를 높이는 방안을 건의함.
- 수출용의 경우 원료 원산지 규제 완화가 필요하며, 수출용 김치에 대한 국가명 지리적 표시제 완화 규정 필요

<EU와 한국의 현행 지리적 표시제도>

구분	EU	한국
PDO	Protected Designation of Origin 조건: 생산 및 가공 과정(원료 생산부터 최종상품의 준비까지) 전부 특정한 지역에서 이루어져야 한다.	지리적 표시제 조건: 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농수산물 또는 농수산물가공품이 그 특정 지역에서 생산·제조 및 가공되어야 한다.
PGI	Protected Geographical Indication 조건: 생산 및 가공 과정 중 적어도 한 단계가 특정한 지역에서 이루어져야 한다.	지리적표시단체표장 조건: 생산 및 가공 과정 중 적어도 한 단계가 특정한 지역(국내)에서 이루어져야 한다.

자료: European Commission, Quality schemes explained. 농수산물품질관리법. 특허청, 지리적 표시제도.

- 김치 수출 확대를 위해선 안정적인 원료 수급과 물류 수송에 대한 지원이 필요함.
 - 수출용 김치의 경우, 가격경쟁력 확보와 안정적인 원료 수급을 위해 해외 수입 원료 사용을 정부 차원에서 검토해주길 건의함(대상 종가집).
 - 또한, 김치의 특성상 맛의 표준화가 어렵고, 장기간 물류 수송으로 인해 신선한 품질을 유지하는 것이 한계가 있어 이에 대한 정부 차원의 지원 필요

- 세계화와 관련해서 국내 물량은 내수용으로 놔두고 수출 물량에 대해서는 수입 배추 사용을 허용할 것을 건의함.
 - 수출용 물류 시스템 업체 공유 플랫폼 필요
 - 해외수출(미국, 유럽, 동남아) 거점 저장 시스템 또는 원료수급거점센터 필요 (업체 공유)

- 김치 자조금을 활용한 사업 확대를 위해서 자조금 규모 확대가 필요함.
 - 현재 김치산업 규모 대비 자조금 규모는 매우 열악한 상황이며, 자조금 규모가 50~100억 정도 형성되어야 함(한돈 등과 비교시 전체 산업규모를 고려할 경우 최소 50억은 되어야함(업체 25억 + 정부보조 25억)).
 - 한돈자조금처럼 김치도 광고나 인증사업을 통해 김치의 가치를 향상시켜 나갈 수 있고 자조금을 통해 원료 공동저장시설 확충 등의 사업을 통해 김치산업 전체에 긍정적인 영향을 줄 것으로 판단됨.

- 국내 김치 사용 업체 인센티브가 필요하며, 관련 시범 사업이 필요함.

■ 제3차 김치산업진흥 종합계획수립을 위한 관계자 간담회2

- 회의 일시: 2022. 07. 05
- 참석자: 농식품부 식품산업진흥과장외 2인, 김치협회(이하연 회장, 이상집), 한국농림식품수출입조합(차우진 전무), 대상(우은경 차장, 박용운 팀장), 삼진글로벌넷(정용준, 이정윤), 건식무역(윤용철), (주)이킴, (주)모아, 한국농촌경제연구원(박기환 박사), 세계김치연구소(서혜영 박사), 전남대학교 농업경제학과팀
- 회의 주제: 김치 수출업체 대상 김치산업진흥을 위한 의견 청취
- 회의 주요 키워드: ① 김치 원료 수급, ② 김치 수출 및 유통, ③ 국가명 지리적 표시제

○ 김치업체들의 배추 구매시기와 aT의 가격안정화를 위한 배추 매입비축시기가 비슷하여 업체들의 원료 수급에 어려움이 발생함.

- 이에 김치 업체들은 aT의 배추 매입비축시기를 김치업체들의 배추 구매 시기와 겹치지 않게 기간 차이를 두어 진행하길 바라며 배추의 작기별 생산량 차이가 크므로 작황을 고려한 매입량을 조절할 것을 건의함(업체가 6~7월초까지 비축하고 aT는 그 다음에 비축하길 바람. 현재 aT 6월 18일부터 구매하고 있음).

○ aT의 가격안정화를 위한 배추 매입비축이 김치업체에 피해를 주고 있어서 aT 비축 물량 중 김치업체 대상으로 물량을 방출할 수 있는지에 대해서 문의함. 농식품부에서는 aT 비축사업은 물가 안정과 관련된 부분이고 주관부서가 식품산업진흥과가 아닌 타 부서여서 부서 간 협의가 필요하다고 함(식품산업진흥과에서는 가공업체를 대상으로 정책을 추진하고 있으나, 주관부서는 가락시장을 대상으로 해서 조정이 쉽지 않을 것임).

○ 현재 ‘농식품 수출물류비 지원사업’으로 수출업체는 약 5% 수준의 표준물류비를 지원받고 있음.

- 수출물류비 지원사업은 2023년부터 폐지되는데, 수출업체 측에서는 현재 원재료, 운송비, 저장비 등 관련 비용이 많이 증가하고 있는 상황에서 물류비 지원사업이 폐지되면 그에 상응하는 새로운 지원책이 필요하다고 함.

- 수출물류비 지원사업은 WTO 개도국 특혜를 받아 지원하고 있던 사업으로 더 이상의 직접적인 지원은 불가함. 이에 따라 다른 간접적인 지원방안을 고려하고 있음(농식품부, 한국농림식품수출입조합)

<2022년 농식품 수출물류비(중앙정부) 지원사업 공고>

기준	내용
지원품목	국내산 신선 농축산물 및 신선 농축산물이 주원료인 가공식품 - 대상부류: 과일류, 채소류, 버섯류, 김치류, 전통주 등 13개 부류 - 김치, 인삼제품, 전통주(막걸리제외), 녹차, 유지제품 및 축산가공품은 품목 특성을 고려하여 주원료가 100% 국산인 경우에 한해 지원
지원기준	최근 1년 이내 단일부류 수출액이 FOB 기준 US10만불 이상인 수출자
지원내용	수출물량(kg) × 표준물류비의 5%이내

○ 저장 기술의 문제

- 저장기술의 문제는 김치산업의 공통적인 문제로, 원재료 보관뿐만 아니라 완제품을 장기간 보관하는데 문제가 있음. 기술적인 문제로 인한 감모율도 20~30%로 크게 나타남((주)모아). 따라서 저장기술 개발이 필요한데 이는 일반 기업체에서 진행하기는 어려워 이 부분에 대한 정부 차원의 지원이 필요함.

- ‘질소 냉장고’를 설치하면 저장기간을 6개월~1년 정도 늘릴 수 있지만 비용이 일반 저온저장고에 비해 3배 정도 더 소요되기 때문에 질소 냉장고 도입에 관

한 지원도 고려해주길 바람(건식무역), 이와 관련해 김치협회에서도 정부의 도움을 요청함.

- 정부에서는 저장 시스템 관련해서 이전 회의에서도 언급했듯이 “김치원료공급 단지” 조성 등 지원 예정이며 단지 내 저온저장고 시설을 수출업체가 이용할 수 있게 구성할 생각도 있음.
- 최근 에틸렌 가스²¹⁾ 배출 억제 관련 연구를 세계김치연구소와 농촌진흥청에서 공동으로 진행하여 시험하였으며 실제 저장기간이 5개월 정도 늘어난 것으로 확인됨(업체 측에서도 이 연구를 알고는 있으나 실제 적용하기가 힘들다고 함). 그 외 효모제어기술도 개발 중에 있다고 함(효모를 곰팡이 종류로 보는 국가가 있어 위 기술은 수출용 김치를 대상으로 개발 중임).

○ 김치 주원료의 국산화 정도에 대한 논의

- 김치 국가명 지리적 표시제를 시행할 시 김치의 원료를 100% 국산 원료를 사용할 수 없다는 것이 수출업체의 기본 입장
- 정부와 김치협회에서도 이 부분에 대해서는 현실적으로 힘들다는 것을 인지하고 있으며, 수출용 김치는 주 원료 중 3가지 원료만 국산 원료를 사용하는 것을 목표로 제도를 정비할 계획임.
- 김치협회의 경우 주원료의 예시로 배추, 무, 찹쌀풀, 육수, 고춧가루 등을 제시하였는데, 배추, 무의 경우는 수출업체도 국산 원료를 사용하는데 문제가 되지 않지만, 찹쌀풀, 육수 등은 업체마다 레시피가 달라 적용이 어렵다고 함. 특히 고춧가루 같은 경우에는 김치산업에서 사용하는 물량을 국내 생산 물량이 전부 감당할 수 없으며, 가격 면에서도 수입고춧가루를 사용할 수 밖

²¹⁾ 식물의 노화/성숙을 돕는 호르몬으로 작용하여 과채류 같은 경우 더 빨리 익게 만들어 부패에 영향을 끼침.

에 없다고 함.

-주원료를 무엇으로 선정할 것인지에 대한 문제는 지리적 표시제 분과위원회에서 최종 판단할 것임.

■ 제3차 김치산업진흥 종합계획수립을 위한 관계자 간담회3

- 회의 일시: 2022. 07. 22
- 회의장소: 장 소 : 김치협회 사무국 (aT센터 1202호실)(서울 서초구 강남대로 27)
- 참석자: 농식품부 식품산업진흥과장외 2인, 김치설비업체, 김치제조업체, 컨설팅업체, 세계김치연구소, 전남대, 김치협회 등

분야	소속	참석자
김치공장 장비, 설비	이그린테크	조용태 대표
김치공장 장비, 설비	김치라인	이영수 대표
김치공장 HACCP 컨설팅	푸드원택(주)	권오근 사장
스마트팩토리	가이온	김한석 대표
김치 속냉기 기계	농가식품	김치은 대표
김치업체(화성소재)	선농종합식품	전기성 대표
김치업체(광주광역시)	옐로우푸드	전건수 대표

- 회의 주제: 김치공장의 제조공정, 시설, 장비 등 개선, 자동화 기술개발 관련 의견 청취
- 회의 주요 키워드: ① 김치 원료 수급, ② 김치 수출 및 유통, ③ 국가명 지리적 표시제

○ 현재 대기업에서 김치를 검수할 때 김치나 절임배추 염도를 2% 미만으로 설정 (예전엔 3.8%가표준, 20년 사이에 1.8% 하락)하고 있는데, 이는 소비자의 입맛이 저염화되고 있음을 반증함. 그러나 요즘 김치업체는 기후변화로 인해 추위와 더위에 강한 배추 종자 청담(배추하고 갓하고 접붙여 계량한 종자)을 많이 사용하고 있음. 이 배추종자의 특성상 일반 배추에 비해 절임이 잘 안되서 양념을 과다 투입하게 되어 완제품 품질 하락의 원인이 되고 있음. 따라서 자동화 설비 중 절임 관련 자동화 기술개발이 어려운 부분임.

- 배추 신제품 맞춤 절임 고도화 기술 개발, 자동절임시스템(자동순환절임기계)필요함. 그리고 효율적 자원이용 측면에서 절임 염수재활용시스템 기술개발도 필요함.

○ 김치제조업체가 직면한 가장 어려운 문제는 원재료 확보와 인력 문제임. 원재료인 배추나 무 양파 마늘 대파 생강 고추, 소금 등의 안정적 확보를 위해서 저장을 하고 있는데, 저장 기술이 아직은 미흡한 수준임. 원재료 저장을 4~5개월 하게 되면 원재료 가격파동 문제가 어느 정도 완화될 것 같은데, 현재는 한 2~3개월 정도만 저장 가능함.

- 저온창고지원사업은 확대되어야 하는데, 정부지원에 의해서 저장시설을 확충해도 저장 기술이 문제임. 김치공장도 한국농식품유통품질관리협회, 수확후관리협회와 같이 농산물 수확이 끝나면 저장 관리해주는 기술, 즉, 김치 원재료 저장 관련 연구에 대한 관심을 기울여야 함. 원물 저장을 잘 해서 폐기율을 줄이면 그만큼 원재료 비용이 절감될 것임.

○ 대기업의 경우 자동화 설비가 많이 갖추어져 있으나, 중소기업들은 여전히 수작업이 많고, 반자동화 시설이 대부분임. 따라서 생산비 절감을 위한 자동화 설비 지원이 필요함. 즉, 업체 규모에 따라 자동화 기술 수요 차이 발생함.

- 원재료가 들어오면 로봇이 박스를 뒤집어서 배추를 꺼내고, 세척, 절단 등의 자동화 기술은 보편화되어 있음.

- 염수재활용설비도 많이 보급되어 있으나 여전히 이러한 설비에 대한 지원은 필요할 것임.

- 김치 충전은 여전히 반자동화 또는 수작업을 대부분 하고 있으므로, 이에 대한 설비 지원이 필요함.

- 작업자의 노령화로, 첨단 장비를 사용하는데 어려움이 있음.
 - 김치공장 가면 거의 다 50대 후반 60대 이런 분들이고, 좀 젊다는 사람은 외국인 근로자들이라서, 좋은 장비를 보급을 해도 사용하는데 어려움을 겪고 있음.
- 김치제조과정에서 나오는 쓰레기 처리도 문제임. 쓰레기를 유기물로 분해할 수 있는 장비들이 시중에 나와 있는데, 이런 설비가 고가라서 중소기업에서 구입이 어려운 상황임. 따라서 쓰레기 처리 설비를 시설현대화 사업하고 맞물려서 지원해 주면 좋을 것임.
 - 국산재료 사용 김치제조업체를 중심으로 자동화 설비 지원사업 추진 필요
- 김치원료공급단지 조성뿐만 아니라 개별업체의 저장시설 지원이 필요하다는 의견에 대해서, 농식품부 관계자는 개별업체에 대한 자동화 설비 지원, 저장시설 구축 지원 등의 사업에 관해서도 다른 부처와 협의하고 있다고 설명함.
- 해외에 소재하는 김치공장에 대해서도 세계김치연구소에서 기술 지원을 해주었으면 함. 환경부의 생태독성관리제도 확대시행에 따른 김치업계의 공동대응 필요(김치제조가 수질환경에 미치는 영향 분석 등의 연구 필요).
- 절임 기술이 김치의 80%를 좌우하는데, 절임 기계화가 잘 안되어 있고 절임 매뉴얼도 없는 상황임. 또한 김치 품질을 좌우하는 중요한 요소는 배추 품질임. 염도까지 맞추는 자동화 설비 필요함.
- 현재 나온 가장 획기적인 장비가 충전기(사람이 비빌 때보다 7~8배 처리)인데, 규모의 경제를 생각하면 소수의 대규모 업체(군납, 급식, 홈쇼핑 등 물량이 충분하거나 정기적으로 계속 생산할 수 있는 업체)만 가능(전남의 경우 3~4군데만

운용 가능)

- 수작업으로 가장 힘든 공정이 양념 만들기인데, 업체마다 배합비율이 다르지만, 사실 공정이나 절차는 동일하므로 자동설비 가능할 것임. 로봇 활용해 식재료 씻어서 트레이에 갖다 놓으면 로봇 팔이 알아서 입력된 제어장치로 배합비율대로 비비고, 혼합하는 것이 가능할 것 같음.
- 김치 포장할 때 제일 많은 게 벌크 포장이고 제일 많이 쓰는 게 케이블타이임. 그런데 이 케이블타이를 쓰면 손목마다 아프고 불편하고 노동력이 많이 들어감. 현재는 이것을 대체할 수 있는 대안이 없는 상황임. 케이블타이를 자동으로 묶어주는 결속기라는 기계가 있긴 한데 대당 1,800만 원인인데다, 고장도 많아 거의 사용하지 않고 있음.
- 수출용 김치에 대한 포장재(포장용기) 개발이 시급함. 현재는 파우치, 플라스틱, 패트병 등의 포장재를 사용하고 있는데, 그 외에는 포장법 개발이 필요함. 포장용기 또는 포장재 개발 사항의 핵심은 소작업으로도 효율성 있는 용기나 장비 개발이며, 김치 품질유지 기능이 있어야함.
- 소금 재생산, 염수재처리시설 지원이 필요함. 개별업체가 설치하기에는 비용이 너무 많이 들어서 어려움이 있음. 또한 택배 포장 시 얼음팩 재활용에 관한 방안도 연구가 필요가 있음
 - 얼음팩 하나에 120원 130원 했는데, 최근 환경세로 250원 270원으로 상승하여, 업계의 부담으로 작용함.
- 김치제조에서 가장 중요한 요소는 원재료의 안정적 공급과 인력문제 해결임. 김치원료는 거의 국내 농산물이며, 신선채소와 저장채소가 있는데 배추 등 원재료

값이 최근 50% 이상 올랐음. 원재료의 안정적인 공급 방안이 필요함.

- 제조인력은 최저임금 상승하고 코로나로 인해 외국 근로자들이 줄어들면서 심각한 상황임. 김치제조공정에서 인력이 많이 필요로 하는 공정은 절임과 김치 속 넣기이고, 원료 전처리에든 물론 인력이 많이 들어감. 대기업(대상, CJ 등)은 관련 인력비용을 줄이기 위해서 전처리 원료를 구입하여 사용하고 있음(예를 들면 마늘도 깎 마늘 대파도 깎 대파를 아웃소싱함).
- 중소기업체들은 스마트 공장을 하고 싶어도 비용부담 때문에 하지 못하는 실정이므로, 중소기업체들에게는 고가의 완전 자동화 설비보다는 보급형 반자동화 설비 보급이 더욱 현실적일 것임.
- 스마트 공장 설비와 함께 이를 통해 축적된 데이터를 활용하는 시스템이 필요함. 데이터를 활용하여 최적의 절임공정, 맞춤형 김치 개발 등 소비자 맞춤형 제조공정과 제품 개발에 활용할 수 있음.

참고문헌

- 김경필 외. 2020. 『가정간편식(HMR) 산업의 국내산 원료 사용 실태와 개선 방안』 . 한국농촌경제연구원.
- 김성훈 외. 2022. 『김치원료 공급단지사업 기초연구조사 연구』 . 충남대학교 산학협력단.
- 김성훈 외. 2022. 『식품자조금 운영관리 방안 연구』 . 한국농업경제학회.
- 김소희·양지영·강순아·전혜경·박건영. 2007. “한국김치산업의 현황과 발전방안.” 『식품산업과 영양』 12(2): 7-13. 한국식품영양과학회.
- 농림축산식품부. 2018. 『2018~2022 김치산업진흥 종합계획(안)』 .
- 농림축산식품부. 2022. 『2022년 농림축산식품사업 안내서』 .
- 농림축산식품부·한국농수산유통공사. 2019. 『2019 가공식품 세분시장 현황』 .
- 농림축산식품부·한국농수산유통공사·세계김치연구소. 2021. 『2019 김치산업 실태조사』 .
- 민승기·조정은·서혜영. 2021. “김치의 세계화를 위한 지리적 표시제 발전방향”. 세계김치연구소.
- 박기환 외. 2022. 『2022 김치산업 실태조사(분석보고서)』 . 농림축산식품부·한국농수산유통공사.
- 박기환·이계임·주준형. 2022. “김치산업 현황과 최근 동향”. 한국농촌경제연구원.
- 박성훈·정선화. 2019. 『2018년도 김치산업동향』 . 세계김치연구소.
- 산업통상자원부. 2017. 『4차산업혁명시대 스마트공장 확산을 위한 핵심 분야별 정책방안 연구』 .
- 이계임 외. 2019. 『2019년 식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서』 . 한국농촌경제연구원·서울대학교.
- 이계임 외. 2021. 『2021년 식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서』 . 한국농촌경제연구원·서울대학교.
- 이용선·박규은. 2011. 『김치산업의 중장기 발전 전략 - 농어업 부가가치의 새로운 창출을 위한 식품산업의 중장기 발전 전략(3/5차연도)』 . 한국농촌경제연구원.
- 임현숙 외. 2019. 『2019 김치산업론』 . 세계김치연구소.
- 중소벤처기업부. 2020. 『중소기업 육성 종합계획(2020~2022년)』 .
- 최병욱 외. 2021. 『자조금 현황 분석을 통한 제도개선 및 발전방안 연구』 . 한국농촌경제연구원.
- 황윤재·박기환·박시현. 2020. 『국내 농산물 수요 확대를 위한 김치산업 경쟁력 강화 방안』 . 한국농촌경제연구원.