

발간등록번호

11-1541000-000730-01

가공식품 세분화 시장 현황조사

김치

농림수산물자료실



0000107

제 출 문

농수산물유통공사 사장 귀하

본 보고서를 『가공식품 세분화 시장 현황조사 : 김치시장편』의
보고서로 제출합니다.

- 연구기관: 한국식품공업협회
중양대학교 산학협력단
- 연구책임자: 이정희 (중양대학교)
- 연구원: 황성혁 (세종대학교)
조영상 (중양대학교)
- 연구보조원: 주아름 (중양대학교)
인규리 (중양대학교)
전병학 (한국식품공업협회)
장현석 (한국식품공업협회)

목 차

머리말	1
일러두기	3
제1절 김치의 정의 및 분류	7
1. 김치시장 정의와 종류	7
2. 김치시장의 주요 기업과 브랜드	9
3. 김치의 구성 및 성상	10
제2절 국민생활과 김치	13
1. 김치 섭취량	13
2. 김치 주요 소비자	15
3. 소비자의 포장 김치 구매	18
4. 가구 구성 변화	19
제3절 김치시장 개요	21
1. 김치 시장 규모	21
2. 김치시장의 특성	26
3. 김치의 생산 공정	27
제4절 원료와 상품가격	29
1. 주요 원료	29
2. 원재료 시세	32
제5절 판매와 유통	33
1. 유통과정	33
2. 주요유통 채널	34
제6절 포장김치 시장 동향	35
1. 포장김치 생산 상위기업 주요 현황	35
2. 제품 동향	38
3. 해외시장에서의 위상과 경쟁력	43
4. 주요기업 인터뷰 결과	45
제7절 요약 및 시사점	47
1. 요약	47
2. 시사점 및 전망	49
< 부록 >	52

표 목 차

〈표 1〉 김치의 종류	7
〈표 2〉 김치 생산액 상위 기업	10
〈표 3〉 주요 제품별 구성 및 성장(1)	11
〈표 4〉 주요 제품별 구성 및 성장(2)	12
〈표 5〉 김치의 영양성분	13
〈표 6〉 연령별 1인 평균 김치섭취빈도	16
〈표 7〉 연령대별 직접 담금 비중	18
〈표 8〉 2008년 김장계획이 없는 이유	19
〈표 9〉 1인 가구 및 평균 가구원 수	21
〈표 10〉 국내 김치시장 규모 추이	23
〈표 12〉 국가별 김치 수입 추이	25
〈표 13〉 국내 김치 제조업체 수 추이	26
〈표 14〉 김치 생산 공정(1)	27
〈표 15〉 김치 생산공정(2)	28
〈표 16〉 원료 주요 원산지	29
〈표 17〉 원료별 원산지	29
〈표 18〉 포장김치 제조업체의 원료구매 방법	31
〈표 19〉 업체별 김치 생산량	37
〈표 20〉 주요기업 공장현황	37
〈표 21〉 선도기업 마케팅비 및 R&D 투자현황	38
〈표 22〉 선도기업 김치 관련 연구소	38
〈표 23〉 포장김치 주요 기업 제품 출시 현황	39
〈표 24〉 김치의 종류별 생산비중	39
〈표 25〉 김치 주요 수출국 및 비중	44
〈표 26〉 기업 애로사항	46
〈표 27〉 김치시장 동향 요약	48

그림 목 차

<그림 1> 김치시장의 분류	8
<그림 2> 포장김치 주요기업과 브랜드	9
<그림 3> 국민 1인 1일 김치 섭취량 추이	14
<그림 4> 성별 1인 1일 평균 김치 섭취량	15
<그림 5> 1인 1주 평균 김치 섭취빈도	16
<그림 6> 연령별 1인 배추, 무 섭취빈도	17
<그림 7> 김장 담금 비중	18
<그림 8> 가구원수별 가구 수 추이	20
<그림 9> 수도권 1인 가구 비중	21
<그림 10> 김치시장 규모	22
<그림 11> 김치 수입 추이	24
<그림 12> 배추, 무 도매가격 추이	33
<그림 13> 김치의 일반적 유통 경로	34
<그림 14> 포장김치 제조기업의 유통경로 별 비중	34
<그림 15> 포장김치 시장 점유율	35
<그림 17> 전년 동월 대비 생산량 증감률 추이	36
<그림 18> 엽근채 구입 시 선택 기준	41
<그림 19> 김치수출 추이	44

머리말

- 「식품 및 식품첨가물 생산실적」(2005~2009)에 의하면 식품제조업의 전년대비 출하액 증감률이 2006년 8.4%, 2007년 5.7%, 2008년 3.3%로 성장이 둔화되고 있음.
 - 2004년 대비 2008년 식품제조업의 품목수, 업소수, 출하액이 각각 28.3%, 23.0%, 16.4% 성장하여 품목수 및 업소수 대비 출하액 성장이 다소 낮은 것으로 나타나 식품기업 간 경쟁이 치열할 것으로 보임.
- 식품시장의 성장 둔화와 기업 간 치열한 경쟁과 맞물려 소비자의 식품에 대한 안전성 요구, 웰빙 추구, 편의성, 가치추구가 증대하고 식품소비의 다양성을 추구함에 따라 제품의 수명주기가 단축되었음. 이처럼 급변하는 시장 상황에서 기업이 경쟁력을 갖추기 위해서는 기업의 대내외 환경과 소비자 수요에 즉각적이고 능동적인 대응을 해야 함.
- 이를 위해 합리적인 의사결정을 통해 경영 및 마케팅 활동에 반영해야 하는데, 이때 식품관련 시장 동향, 소비자 트렌드 변화 등에 대한 정보를 취득하여 활용할 수 있어야 함. 그러나 기업의 식품 관련 정보를 취득하는데 한계가 있음.
- 2010년 7월 식품 기업 실무진의 인터뷰¹⁾에 의하면 현재 기업이 식품 정보를 취득하는데 정보의 다양성 측면, 시의 적절성, 시장의 잠재성을 알기 어렵다는 한계가 있음.
 - 식품기업은 주로 통계청 식품관련 통계, 식약청“식품 및 식품첨가물 생산실적”, AC닐슨, 한국식품연감 등을 사용하고 있음.
 - 그러나 정보의 다양성이 부족하고 기업이 이용하는 대부분의 정보는 1년 단위로 생산되고 1~2년 후 공표되기 때문에 시의성이 떨어져 활용

1) 2010년 7월 14일 오후 3시 한국식품공업협회에서 한국식품공업협회 3명, 식품기업 실무자 10여 명, 연구원 및 연구보조원 2명이 참석하여 간담회를 진행함.

가치가 현저히 떨어짐. 국가통계(통계청, 식약청 통계치)는 생산 중심의 통계치이기 때문에 식품 시장과 소비자 트렌드, 시장의 잠재적인 성장을 잘 설명해주지 못함.

- 또한 식품기업이 원하는 정보는 생산정보 만큼이나 소비동향과 트렌드에 대한 조사를 원하고 있음.
- 정부 역시 식품시장에 대한 정보가 부족하여 시장의 규모, 생산동향, 애로사항 등을 파악하여 기업의 정책수요를 정책에 반영해야 함에도 불구하고 정책의 기초자료가 부족한 상황임.
- 따라서 식품기업 측면에서는 경영활동에 활용할 수 있는 식품시장의 생산 및 유통동향, 소비 트렌드 정보를 제공하여 기업의 의사활동에 활용할 수 있는 정보와 정부 측면에서는 생산동향 및 기업의 애로사항을 파악하여 정책에 반영할 수 있는 정책 기초자료로서의 정보가 필요한 것으로 보임.
- 본 보고서의 목적은 국내 주요 가공식품의 품목별 세부 시장정보를 제공함으로써 연중 급변하는 식품시장과 소비자 수요 변화에 식품업계가 전략적으로 대응하고 식품 기업의 애로사항을 조사함으로써 정부정책 수립을 위한 기초자료를 생성하는데 있음.

일러두기

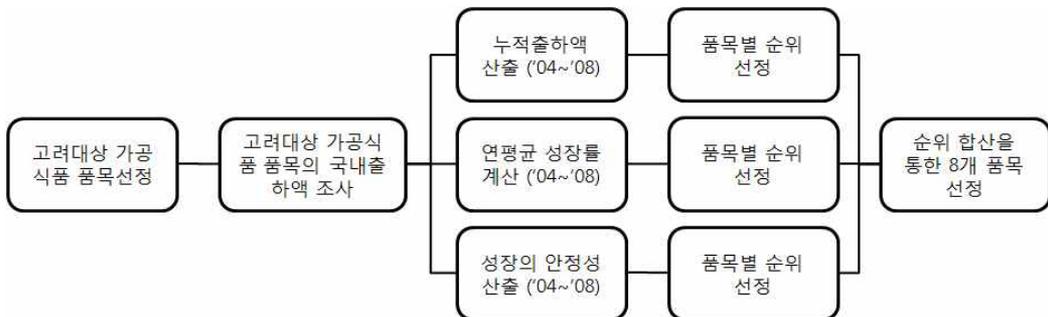
1. 연구 추진 단계

1.1 연구 추진 단계

추진 단계		연구 추진 내용
1 단계	조사 설계	<ul style="list-style-type: none"> • 조사의 기본 방향 설정 • 조사 대상 가공식품 품목 선정 <ul style="list-style-type: none"> - 시장의 규모, 성장성, 안정성 등을 종합적으로 고려하여 선정 • 조사 항목 및 분석 내용 선정 • 관련 분야의 전문가 자문회의를 통해 조사 대상 품목 및 조사 항목 내용 확정
2 단계	조사 실시	<ul style="list-style-type: none"> • 선정된 품목의 시장현황 조사를 위해 문헌, 설문조사, 그리고 면접조사 실시 • 설문조사는 관련 기관의 실무적 협조를 통해 해당 기업 자료 요청 • 면접조사는 해당 품목의 주요 식품기업을 방문하여 조사
3 단계	분석	<ul style="list-style-type: none"> • 선정된 품목의 생산업체 실태 조사 자료를 가지고 가공식품 시장의 품목별 시장 현황 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 현황, 유통현황 • 선정된 품목의 생산업체 면접 조사 자료를 가지고 가공식품 시장의 품목별 심층 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 시장 전망, 정책적 시사점 도출 • 분석결과에 대한 전문가 자문 회의
4 단계	보고서 작성	<ul style="list-style-type: none"> • 가공식품 세분화시장별 현황조사 및 분석 보고서 발간

1.2 조사 대상 품목 선정

- 조사 대상 품목은 시장의 크기, 성장성, 안정성을 고려하여 후보 품목 군을 선정하고 식품기업 간담회¹⁾ 및 회의를 통해 업계, 농수산물유통공사의 의견을 반영하여 3/4분기 보고서 품목으로 라면, 김치, 탄산음료가 최종 선정됨.



1) 2010년 7월 14일 한국식품공업협회에서 식품기업 실무진 10여명, 협회 3명, 연구진 2명이 참석한 가운데 진행함.



김치시장 동향

제1절 김치의 정의 및 분류

1. 김치시장 정의와 종류

1.1 김치의 정의와 종류

- 김치는 배추, 무 등의 주재료에 양념류, 젓갈류 등을 가미한 일종의 채소발효 식품이자 복합발효식품이라 할 수 있는데 식약청은 김치를 “배추 등 배추류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합공정을 거쳐 그대로 발효시킨 것이거나 이를 가공한 것”으로 정의하고 있음.
- 김치의 종류는 100여 가지 이상으로, 주재료별로 배추류, 무류, 썬박지류, 엽채류, 과채류, 파/마늘류 등으로 나눌 수 있음.

<표 1> 김치의 종류

주재료	대표 김치	제조 방법
배추류	배추통 김치	• 배추를 소금에 절였다가 씻어 건지고 속을 버무려 앞의 사이사이에 고루 끼워 담은 월동용 김장김치로 김치 속은 무채, 갓, 미나리, 파, 마늘, 생강, 고춧가루 외에 젓갈과 해물을 곁들여 넣은 김치
	백김치	• 경기지방의 대표적인 김치로 통째로 배추를 소금에 싱겁게 절였다가 앞의 사이사이마다 무채, 미나리, 잣, 배, 밤, 실고추, 석이버섯, 마늘, 생강, 굴, 새우 등으로 속을 넣고 소금물을 부어 깨끗하고 맵지 않게 담궈 익힌 김치
무류	동치미	• 작고 매운 맛이 있는 무를 씻어 소금에 굴려 향아리에 담고 제철에 절였던 오이, 통유자, 배를 함께 넣고 그 위로 마늘, 생강, 고추 저민 것, 파의 흰 줄기를 많이 넣고 얼은 소금물을 가득히 부어 잘 봉한 김치
	깍두기	• 서울, 공주 지방의 특색 있는 김치의 한 종류로서 무가 주재료이고, 고추, 마늘, 파, 소금, 새우젓이 기본재료다. 여기에 갓, 배추, 굴, 실고추, 멸치젓, 청각, 낙지, 배, 곤쟁이젓, 실백 밀가루 등을 첨가하기도 하며, 대구, 명태 등의 아가미를 넣어 담그는 경우도 있음.
썬박지류	썬박지	• 절인 배추, 무를 넓게 썰고 향신채, 소금, 고춧가루, 조기젓국으로 버무려 익힌 김치
엽채류	갓김치	• 갓을 소금에 절였다가 고춧가루, 멸치젓국, 파, 마늘, 생강 다진 것을 넣고 소금으로 간을 맞추어 버무린 것에 소금 간을 한 국물을 부어 익힌 김치
	고들빼기	• 고들빼기(썬바귀)를 냉수에 10여일 담갔다가 건져서 멸치젓국, 마늘, 생강, 고추로 버무려 담근 김치
과채류	오이지	• 날 오이 한 켠에 생강, 마늘, 고추, 부추, 흰 파 등의 양념을 한 켠씩 담고 짠 소금을 부어 익힌 김치

- 일반적으로 전체 배추생산량의 93%정도¹⁾가 배추김치 원료로 사용되고 있음.

1.2 김치시장의 분류 : 생산주체별, 용도별 분류

- 김치시장을 생산주체별로 나누면 크게 가정 혹은 외식 및 급식업체에서 직접 담그는 자체생산과 시장에서 판매되는 시판김치가 있음. 시판김치는 다시 국내 공장에서 생산하는 공장김치, 유통업체 즉석 김치, 그리고 수입김치가 있음.

<그림 1> 김치시장의 분류(생산주체별)



- 시장에서 판매되는 시판김치를 용도별로 나누면, 가정용 김치와 업소용 김치가 있음. 가정용 김치는 주로 대기업에 의해 주도되고 있으며 업소용 김치는 중소기업과 수입 김치에 의해 주도되고 있음.
- 포장 김치는 경제·사회적 변화에 따른 시장잠재력이 크고 가격을 중시하는 업소용 시장에 비해 수익성이 높고, 소포장을 위한 시설자동화에 따른 비용투자의 부담이 커 업소용 시장에 비해 시장 장벽이 높음. 따라서 자금력과 대규모 유통망을 보유한 대기업에 의해 주도되고 있음.
- 업소용 시장은 수요처인 외식 및 급식업체 등에서 가격을 중시하고 벌크

1) 배추의 용도 비중에 대한 정확한 통계치는 없으나 배추 생산자, 도매시장 중간상인, 김치가공업자 견해를 종합해 보면 배추 생산량의 93%가 김치 생산에 이용되고 있다고 함(농수축산신문(2010), 2010-2011 한국식품연감, 325p).

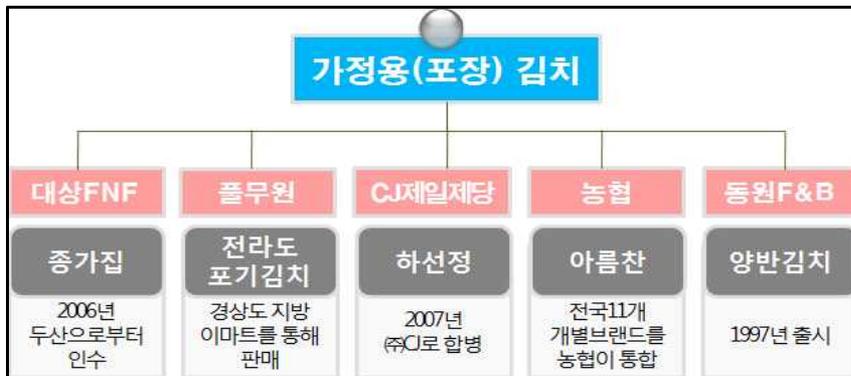
형태로 납품하여 시설자동화에 대한 부담이 적어 가정용 시장에 비해 시장
장벽이 낮음. 따라서 가격우위를 지니는 수입김치와 소규모 제조업체에
의해 시장이 주도되고 있음.

2. 김치시장의 주요 기업과 브랜드

2.1 김치 생산액 상위 기업

- 식약청에 의하면 김치 생산 상위 기업은 대상FNF(주), 한성식품(주), 한울(주),
놀부(주), 원앤원(주), 레드앤그린푸드(주), 맛샘(주), 서안동농협풍산김치공장,
씨제이제일제당(주)로 나타남.

<그림 2> 포장김치 주요기업과 브랜드



- 업소용 김치시장의 대표적인 업체로는 한성식품(주), 놀부(주) 등이 있으며
놀부(주)의 대표적인 제품은 보쌈용 포기김치와 약선김치로 각 놀부보쌈의
가맹점으로 공급되는 외식업체 자체생산 김치¹⁾이며 한성식품(주)는 주로
기업간 거래(B2B) 시장점유율 1위 업체로 국내 호텔, 관공서, 종합병원
등에 김치를 납품하고 있으며 최근 소비자판매를 확대하기 위해
신세계백화점 센텀시티점, 롯데백화점 센텀시티점, 현대백화점 무역센터점
등 전국 백화점, 대형마트 19곳에 입점하여 즉석에서 담궈 판매(유통업체
즉석 김치)하고 있음.²⁾

1) 노시스(2008.9.3), “놀부NGB, 포기김치 약선김치 전통식품 인증서 획득”

- 포장김치 시장의 주요 기업에는 대상FNF(종가집), 풀무원, CJ제일제당(하선정), 농협(아름찬), 동원F&B가 있으며 이 중 세 개의 기업을 선도기업 현황에서 다루었음.

<표 2> 김치 생산액 상위 기업

(단위 :10억 원, %)

순위	업체명	2009년	점유율
1	대상에프엔에프(주)	67	13.4
2	한성식품(주)	23.2	4.6
3	한울(주)	18.4	3.7
4	놀부(주)	17.8	3.6
5	원앤원(주)	17.1	3.4
6	레드앤그린푸드(주)	16.6	3.3
7	맛샘농업회사법인(주)	15.1	3.0
8	서안동농협풍산김치공장	13.1	2.6
9	씨제이제일제당(주)	12.1	2.4
9개 사 합계		211.4	40.0
전체		499.6	100.0

자료 : 식약청, “2009년도 식품 및 식품첨가물 생산실적”

3. 김치의 구성 및 성상

- 각 사별로 다양한 김치를 판매하고 있으며, 포기김치는 소용량에서 대용량까지, 맛김치는 주로 소용량 제품을 판매하고 있음.
 - 원재료는 대부분 국산을 사용하고 있음.
 - 시중에서 판매되는 포장김치의 유통기한은 보통 제조일로부터 28~40일 임.

2) 아주경제(2009.4.13), “한성김치, 현대백화점 무역센터점 입점”

<표 3> 주요 제품별 구성 및 성상(1)

제품명	용기재질	중량(kg)	원재료 및 함량	제품사진
종가집 포기김치	폴리에틸렌	1.0, 2.5, 4.5	절임배추68.1%[배추(국산),무(국산)],중부식김치양념[종가집멸치액젓(국산) 등	
종가집 맛김치	폴리에틸렌, PET	0.08, 0.13, 0.2, 0.5, 0.75, 1, 1.2	절임배추72.3%(국산).무(국산), 중부식김치양념[종가집멸치액젓(국산) 등	
종가집 총각김치	폴리에틸렌	1, 3, 5	절임총각무83.3%[총각무98%(국산100%),식염2%],중부식김치양념 등	
하선 정통김치	플라스틱	1.8, 2	절임배추69.4%[배추 98%(국산), 식염2%(국산)], 무(국산) 등	
하선정 맛김치	폴리에틸렌	0.08, 0.15, 1, 2.3	절임배추69.4%[배추98%(국산), 식염2%(국산)],무(국산),김치조미액젓(새우함유) 등	

<표 4> 주요 제품별 구성 및 성상(2)

제품명	용기재질	중량(kg)	원재료 및 함량	제품사진
하선정 백김치	폴리에틸렌	0.5, 1	절임배추 52.037% [배추 98% (국산), 식염 2% (국산)], 정제수, 무(국산), 배(국산) 등	
풀무원 깊고진한 전라도포기김치	폴리에틸렌	2	배추 72.3% (국산), 전라도김치 전용풀(정제수, 찹쌀가루, 고구마가루, 단호박가루), 마늘(국산), 고춧가루(국산), 무(국산) 등	
풀무원 전라도 맛김치	폴리에틸렌	0.5	맛김치-배추 74.3% (국산), 전라도김치전용풀 등	

자료 : 각 사 홈페이지 제품정보

<참고> 김치 규격

- 납(mg/kg) : 0.3 이하
- 카드뮴(mg/kg) : 0.2 이하
- 타르색소 : 검출되어서는 아니된다.
- 보존료 : 검출되어서는 아니된다.
- 대장균군 : 음성이어야 한다(살균포장제품에 한한다).

<표 5> 김치의 영양성분(100g당)

영양성분	함량	영양소 기준치(%) (1일 영양기준치에 대한 비율)
탄수화물	6g	2
식이섬유	1g	4
당류	5g	-
단백질	3g	5
지방	0g	0
포화지방	0g	0
트랜스지방	0g	-
콜레스테롤	0mg	0
나트륨	640mg	32
비타민A	48 μ g RE	7
비타민C	12mg	12
칼슘	38mg	5
철	0.5mg	3

주 : 풀무원 깊고진한 맛 전라도 포기김치 2kg 비닐 제품 기준

자료 : 풀무원 홈페이지

제2절 국민생활과 김치

1. 김치 섭취량

1.1 국민 1인당 1일 김치 섭취량 감소, 2008년 기준 79.4g

○ 국민 1인당 1일 김치 섭취량은 1998년 121.7g으로 정점을 보인 후, 점차 감소하여 2008년 79.4g으로 나타남.

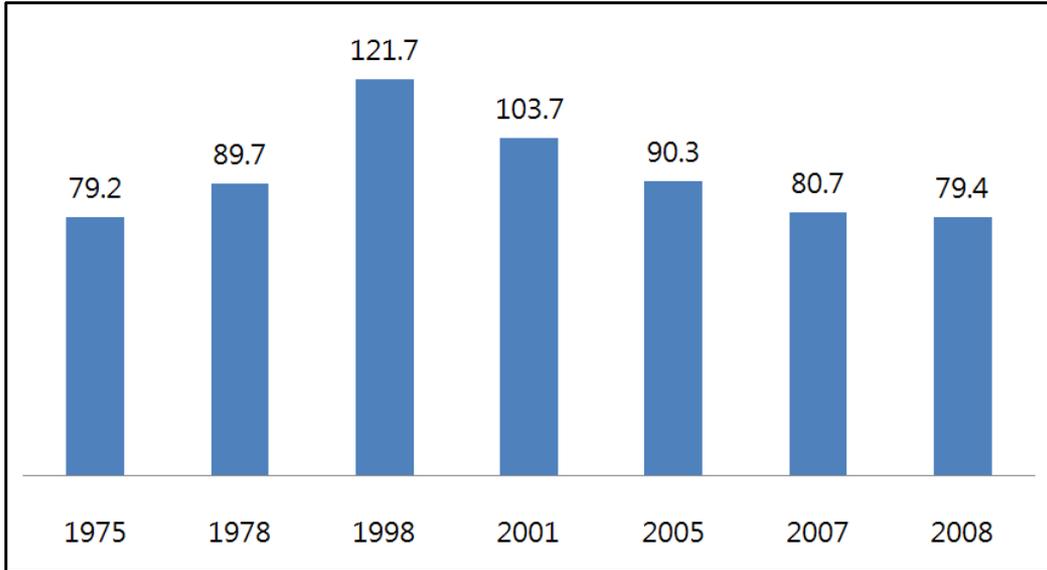
- 이를 1년으로 환산하면, 국민 1인당 김치섭취량은 2008년 21kg(79.4g*365일)으로 나타남.

- 김치는 반찬의 역할이 강하여, 1998년 이전에는 국민소득 증가에 의한 쌀섭취가 증가하여 김치섭취량도 증가한 것으로 보임.

- 1998년 이후 섭취량 감소는 쌀과 라면소비의 감소 때문으로 보임.

<그림 3> 국민 1인 1일 김치 섭취량 추이

(단위 : g)



주 : 과거에는 김치의 종류가 세부적으로 조사되었으나 2000년대 들어서는 김치, 배추김치로 통합됨. 1975~1978년 - 깍두기, 동치미, 무청김치, 열무김치, 오이지, 통김치, 1998~2001년 - 배추김치, 무김치, 물김치, 2005~2008년 - 김치, 배추김치

자료 : 보건복지부(2005, 2007, 2008), “국민건강영양조사 제3기(2005) 영양조사 1”, “2007 국민건강통계”, “2008 국민건강통계”; 보건사회부(1977, 1978), “국민영양조사보고서”; 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 1998, 2001년도국민건강영양조사

<참고> 2008년도 다소비 식품 순위

전체	섭취량 (g)	남자	섭취량 (g)	여자	섭취량 (g)
1. 백미	183.2	1. 백미	209.5	1. 백미	156.6
2. 김치,배추김치	79.4	2. 김치,배추김치	95.6	2. 우유	68.6
3. 우유	73.3	3. 우유	78.0	3. 김치, 배추김치	63.1
4. 맥주	45.1	4. 소주	68.5	4. 사과	34.7
5. 소주	38.7	5. 맥주	62.7	5. 맥주	27.3
6. 녹차	35.8	6. 돼지고기	48.7	6.쇠고기족,사골국물	25.4
7. 돼지고기	35.6	7. 녹차	48.7	7. 배	24.9
8. 사과	29.6	8.쇠고기족,사골국물	31.1	8. 꿀	24.8
9.쇠고기족,사골국물	28.3	9. 고추	29.9	9. 녹차	22.8
10. 고추	23.8	10. 양파	28.1	10. 돼지고기	22.4

자료 : 보건복지부, “2008년도 국민건강통계”

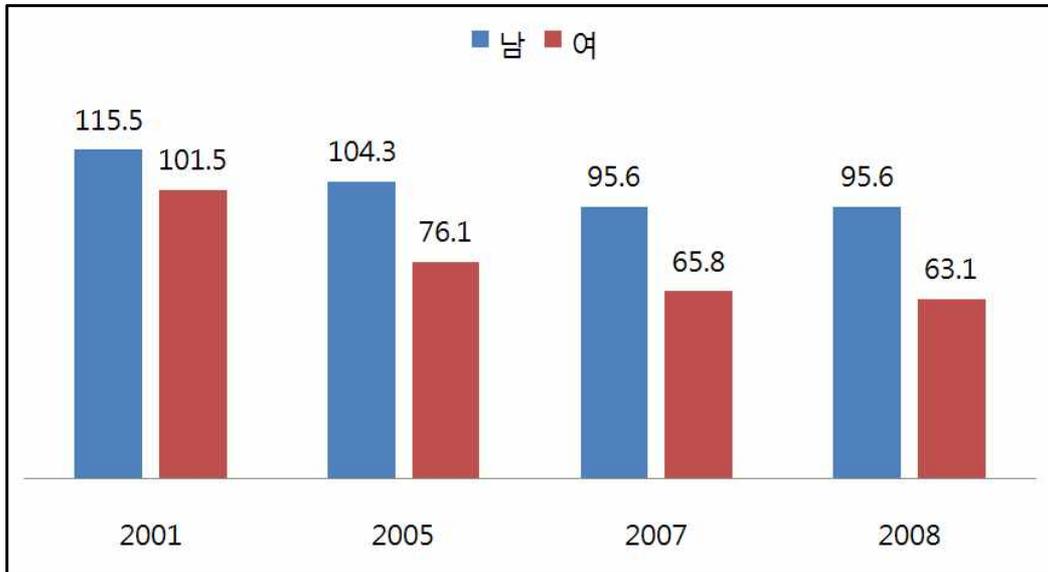
2. 김치 주요 소비자

2.1 1인 1일 평균 김치섭취량 여성보다 남성이 섭취량 높아

- 성별 김치섭취량은 2008년 여성(63.1g)보다 남성(95.6g)이 높은 것으로 나타났는데, 이는 남성의 식품섭취량이 높기 때문으로 보임.
- 2008년 다소비식품 순위를 보면, 남성은 김치가 2위, 여성은 김치가 3위로 남성의 김치소비 순위가 더 높음.

<그림 4> 성별 1인 1일 평균 김치 섭취량

(단위 : g)



주 : 2001년 남 - 배추김치, 깍두기; 여-배추김치, 깍두기, 총각김치; 2005,2007,2008 - 김치/배추김치
 주 : ()는 다소비 식품 순위, 2001년은 김치종류별로 세분화되어 있어, 배추김치의 순위를 가리킴.
 자료 : 보건복지부(2001,2005,2007,2008), “국민건강영양조사”, “국민건강통계”

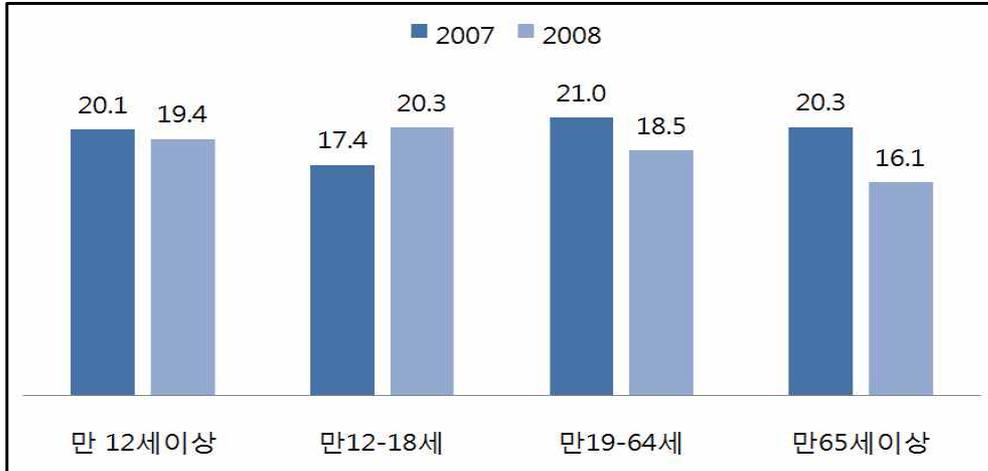
2.2 1주 평균섭취량은 청소년층(만 12-18세)이 높아

- 2008년 연령별 섭취빈도는 청소년층(만 12-18세)이 1주에 20.25회로 전년대비 2.83회 증가하였음.
- 성인층(만19-64세)이 18.52회로 전년대비 2.5회 감소하였고 노년층(만65세 이상)은 16.12회로 전년대비 가장 큰 폭(4.17회)으로

감소함.

<그림 5> 1인 1주 평균 김치 섭취빈도(연령별)

(단위 : 회/주)



자료 : 보건복지부(2007, 2008), “국민건강통계”

2.3 노년층(65세 이상)의 1일 3회 섭취빈도 비중이 가장 높아

- 노년층의 주 섭취빈도는 가장 낮았으나, 1일 3회 섭취가 65.4%로 가장 높은 것으로 나타남.

<표 6> 연령별 1인 평균 김치섭취빈도(2008년)

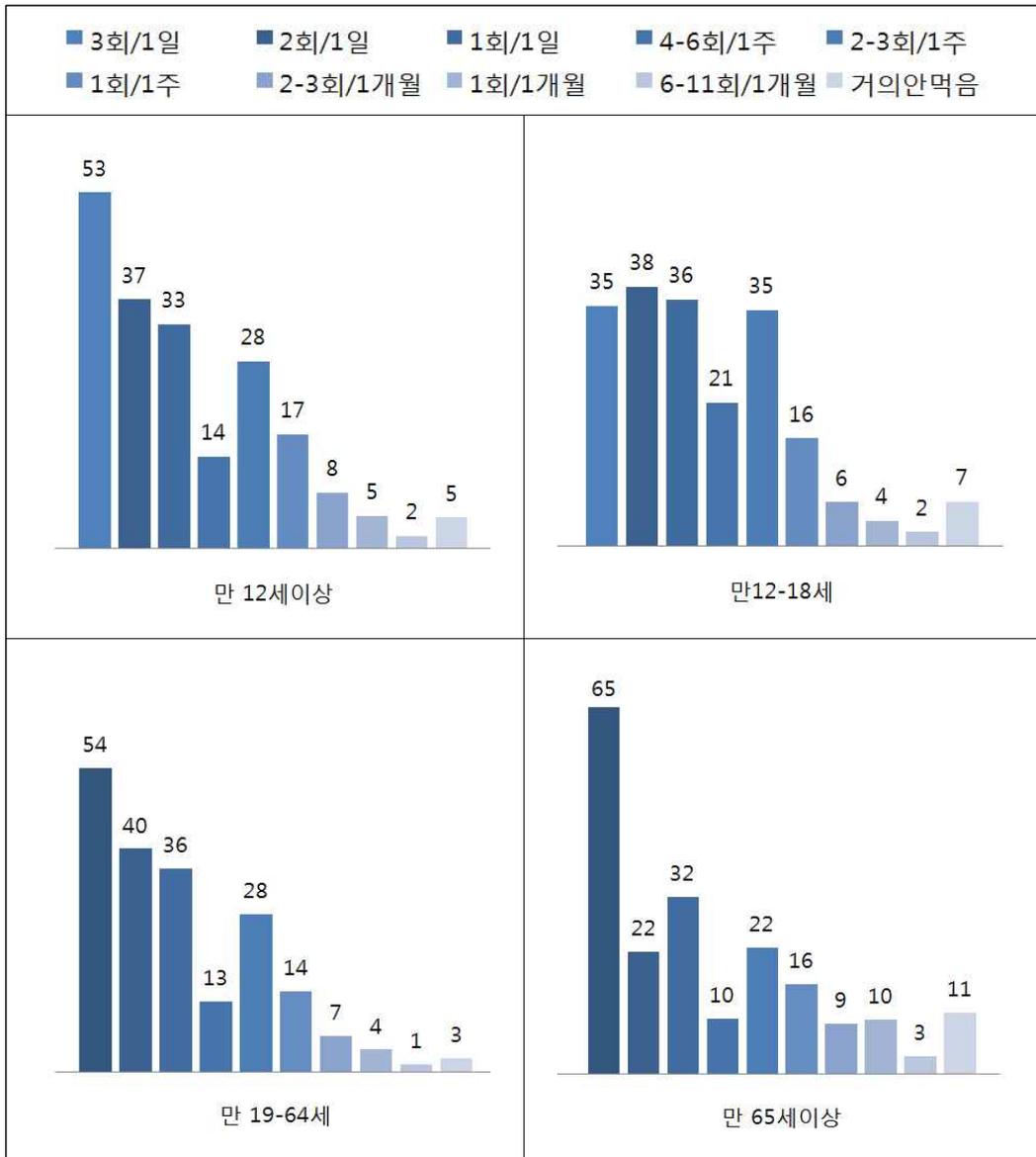
(단위 : %)

구분	1일			1주			1개월		1년	거의 안먹음
	3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회	
만 12세이상	52.6	36.8	33.1	13.5	27.7	16.9	8.2	4.9	1.8	4.6
만12-18세	35.3	38.1	36.3	21.0	34.6	15.8	6.5	3.7	2.1	6.6
만 19-64세	54.2	39.8	36.4	12.6	28.2	14.5	6.5	4.0	1.4	2.5
만 65세이상	65.4	21.8	31.7	9.8	22.5	16.1	9.0	9.7	3.2	10.9

주 : 2007년도 1인 평균 라면섭취빈도는 부록참조

자료 : 보건복지부(2008), “2008 국민건강통계”

<그림 6> 연령별 1인 배추, 무 섭취빈도



주 : 김치의 섭취빈도가 조사되지 않아서, 배추와 무의 대부분이 김치로 생산되므로 섭취빈도로 대신함.

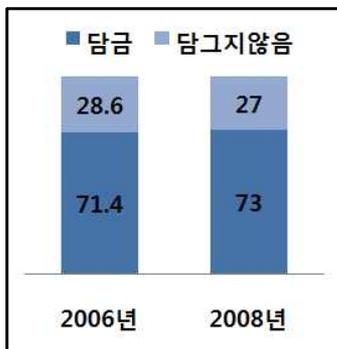
자료 : 보건복지부(2007, 2008), “국민건강통계”

3. 소비자의 포장 김치 구매

3.1 향후 소비자의 김치의 시장 구매 전환 가능성이 높아 포장김치 시장의 잠재성이 높음.

- 여성의 취업 확대, 가사 노동시간 단축, 김치 냉장고의 확대 등의 사회문화적 요인으로 가정에서 김치를 담그는 비중이 감소하고 있고 가족 및 친지로부터 조달해 먹거나 시장에서 구매하는 비중이 높아지고 있음.
- 현재 김치를 담그지 않는 20-30대 기혼자 비율이 높고 시장 구매 비율 역시 과거보다 높아져 향후 김치의 시장 구매 전환 가능성이 높을 것으로 보임.
 - 농수산물유통공사(2008)에 의하면 집에서 직접 담금 비중은 73.0%로 2006년(71.4%)과 비슷하나 담금 횟수는 연 5.2회에서 3.1회로 줄어들었고 사용되는 배추의 양도 2005년 30.3포기에서 2007년 18.2.포기로 감소한 것으로 나타났음.

<그림 7> 김장 담금 비중



<표 7> 연령대별 직접 담금 비중

구분	담금	담그지 않음	
전체	73.0	27.0	
연령별	25-29세	35.0	65.0
	30대	66.0	34.0
	40대	75.9	24.1
	50대	86.7	13.3
	60대 이상	92.9	7.1

자료 : 농수산물유통공사(2008), “2008년도 농축수산물 소비패턴”

- 그리고 김치를 사먹는 비중이 2006년 5.8%에서 2008년 14.0%로 두 배 이상 증가하였고 소매업체 즉석김치의 구매비율(31.5%) 보다 포장김치 구매비율(68.5%)이 더 높은 것으로 나타남.

<표 8> 2008년 김장계획이 없는 이유

(단위 : %)

구 분	2006년	2008년
김치를 사먹기 때문에	5.8	14.0
가족, 친지로부터 김장 김치를 가져와 먹기 때문에	90.8	84.7
겨울에도 조금씩 집에서 담그기 때문에	2.8	1.3
김치를 안 먹어서	0.6	0.0
모름/ 무응답	0.6	0.0

자료 : 농수산물유통공사(2008), “2008년도 농축수산물 소비패턴”

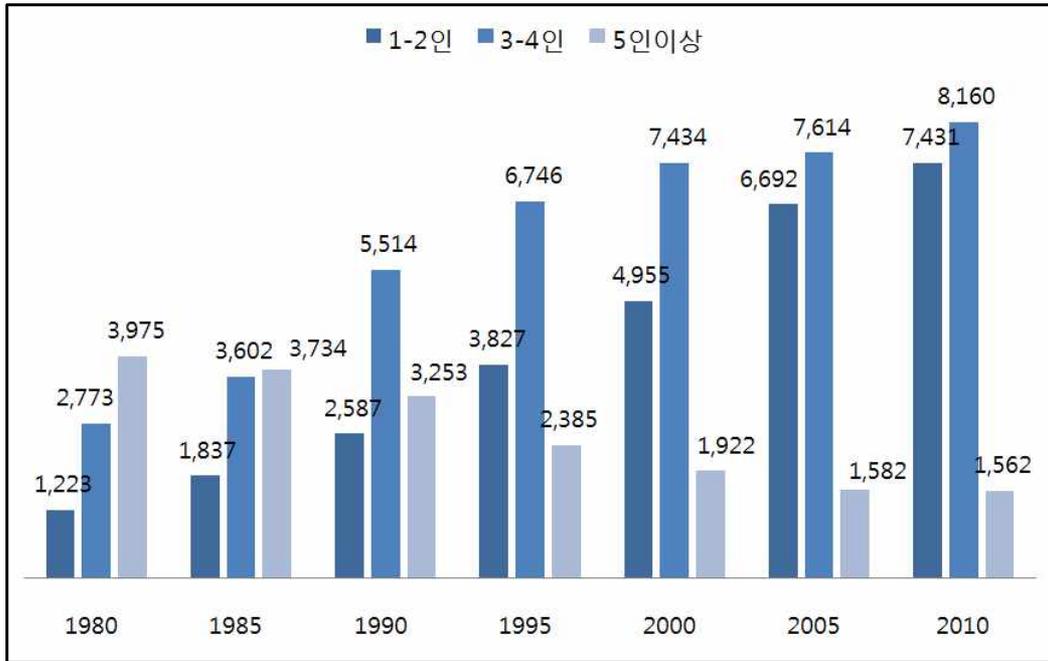
4. 가구 구성 변화

3.1 핵가족 가구 증가 대가족 감소 추세

- 인구 총 조사에 의하면, 단독 가구를 포함한 핵가족은 증가하고 대가족은 감소하는 것으로 나타남.
 - 1980년대 이후 1-2인 가구는 점차 증가추세에 있으며, 특히 1인 가구와 2인 가구의 증가세가 두드러짐. 반면, 5인 이상 가구는 1980년 이후 지속적으로 감소하여 2010년 1,562가구로 추정됨.
- 1-2인 가구 증가는 여성의 사회활동과 더불어 식품소비의 간편식, 편리성, 외식화, 가정김치의 시장구매 전환에 기여한 것으로 보임.

<그림 8> 가구원수별 가구 수 추이

(단위 : 천 가구)



자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 인구 총 조사(1980~2005년도)
 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 2010년도 추계인구·가구

3.1 가구당 평균 가구원 수 감소, 2010년 수도권 1인 가구 비중 23.3%

- 전체 인구수 대비 1인 가구가 급격히 증가하고 있으며, 가구당 평균 가구원 수는 감소하고 있음.

- 2000년 대비 2010년 전체 인구는 4.5% 증가한 4,821만 9천 명, 동기간 1인 가구는 81.6% 증가한 403만 9천 가구, 가구당 평균 가구원 수는 14.4% 감소한 2.67명으로 나타남.

<표 9> 1인 가구 및 평균 가구원 수

구분	2000(A)	2005	2010(B)	증감률(B/A)(%)
인구(천명)	46,136	47,279	48,219	4.5
1인 가구(천가구)	2,224	3,171	4,039	81.6
가구당 평균 가구원 수(명)	3.12	2.88	2.67	-14.4

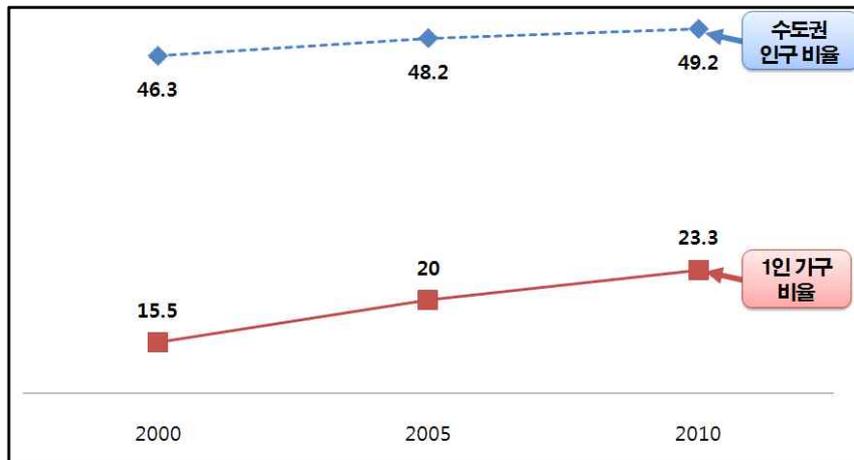
주 : 2010년은 2010 인구주택총조사 잠정치.

자료 : 한겨레(2010.12.28), “인구절반 수도권에 1인가구 400만 가구 넘어”

- 한편, 수도권 인구 중 1인 가구 비율은 2000년 15.5%에서 23.3%로 증가하였는데, 이는 개인가구의 증가로 소포장 김치 제품의 소비가 증가할 것으로 기대할 수 있음.

<그림 9> 수도권 1인 가구 비중

(단위 %)



주 : 2010년은 2010 인구주택총조사 잠정치.

자료 : 한겨레(2010.12.28), “인구절반 수도권에 1인가구 400만 가구 넘어”

제3절 김치시장 개요

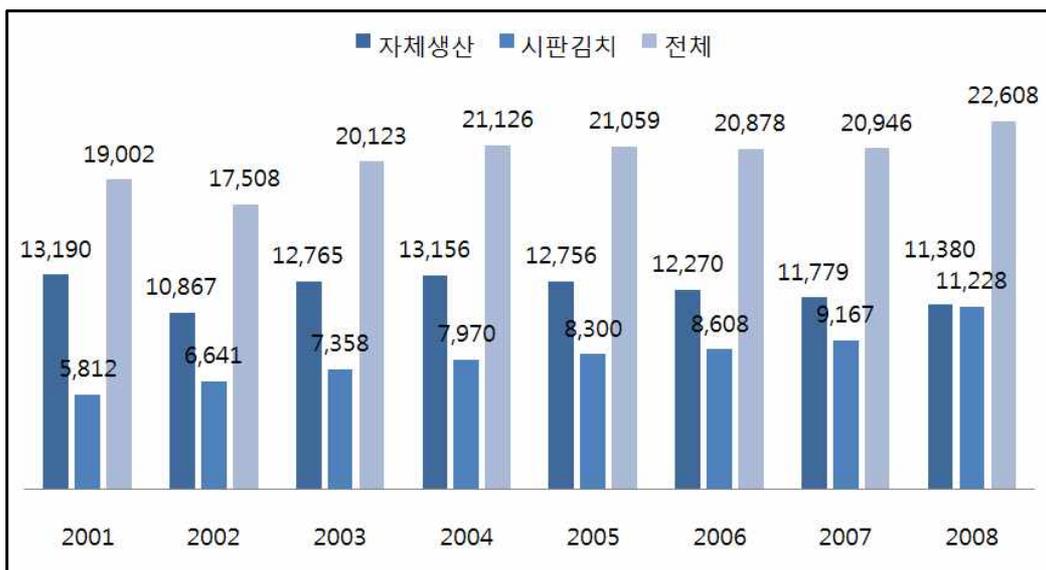
1. 김치 시장 규모

1.1 자체생산 김치는 지속적으로 감소, 시판김치는 지속적으로 성장

- 전체 김치시장은 2003년부터 성장이 정체되었으나 2008년 소폭 상승하였음. 특히 자체생산 김치는 지속적으로 감소하는 반면 시판김치는 지속적으로 성장하는 추세임.
- 2005년 중국산 김치파동 이후 김치시장이 전체적으로 위축된 양상이나 2006년 다시 소폭 상승하여 2007년 하반기 태풍으로 김치 원재료 가격 상승으로 시판김치에 대한 소비자 수요가 큰 폭으로 상승하였음.

<그림 10> 김치시장 규모

(단위 : 억 원)



자료 : 한국농촌경제연구원(2009.6)

1.2 업소용 시장의 고성장과 가정용 시장의 완만한 성장

- 시판김치에서 업소용 김치는 2001년 대비 2008년 203%로 높게 성장하였으나 가정용 김치는 동기간 21.2%로 완만히 성장함.
- 업소용 시장의 높은 성장은 외식 및 급식업체 등의 고정적 수요와 외식문화 및 학교급식의 확대에서 기인하는 것으로 보임.
- 업소용 김치의 높은 성장은 외식 및 급식업체가 이전에는 자체적으로 김치를 담갔던 것을 외부에서 조달하는 것으로 빠르게 전환하기 때문임.

- 외식 및 급식업체에서는 주재료와 부재료를 구입하고 종업원을 투입하여 김치를 자체 생산하는 것보다 수입김치 혹은 김치공장에서 구매하는 것이 가격이 저렴할 뿐 아니라 필요할 때마다 양을 조절할 수 있는 편의성이 높기 때문임.
- 그러나 업소용 김치시장은 시장 개요에서 언급한 것처럼 대부분 가격 우위를 지닌 수입김치나 소규모업체가 납품하고 있음.

○ 가정용 시장의 2001년 대비 2008년 성장률이 21.2%로 업소용 시장에 비해 완만한 것은 1인당 김치 소비량이 감소한다는 점과, 아직까지 소비자가 대부분 김치를 가정에서 담궈 먹기 때문임.

- 가정용 시장은 업소용 김치에 비해 수익성이 높고 상품화율¹⁾이 15% 수준으로 포장김치의 성장 잠재성이 높은 것으로 평가되고 있음. 더욱이 대기업에는 냉장 시스템과 유통망이 잘 갖추어져 기존 시설을 이용할 수 있어 매력적인 시장으로 보고 있음.²⁾

<표 10> 국내 김치시장 규모 추이

(단위 : 10억 원 %)

생산주체	2001	2003	2005	2007	2008	신장률 (2008/2001)	
자체생산	1,319	1,277	1,276	1,178	1,138	-13.7	
시판 김치	업소용	297	490	620	705	900	203.0
	가정용	184	246	210	211	223	21.2
	소계	581	736	830	917	1,123	93.3
전체	1,900	2,012	2,106	2,095	2,261	1,090.0	

자료 : 한국농촌경제연구원(2009)

○ 한편 시판김치를 국내 제조업체에서 제조하는 공장김치와 수입김치로 나눌 경우³⁾, 수입김치의 국내 시장 점유율(물량기준)은 2009년 27.4%로

1) 고추장의 상품화율 45%, 된장 상품화율 33%와 비교하면 성장잠재력이 큰 편임(파이낸셜 뉴스, 2010.6.4)

2) 파이낸셜 뉴스(2010.6.4), "포장김치 놓고 매운경쟁"

전년대비 10.3% 감소하였음.

<표 11> 수입김치의 국내시장 점유율 추이

(단위 : 톤, %)

구 분	2008	2009
국내 출하량(A)	366,544	392,072
수입량(B)	222,369	148,124
수입김치 점유율B/(A+B)	37.8	27.4

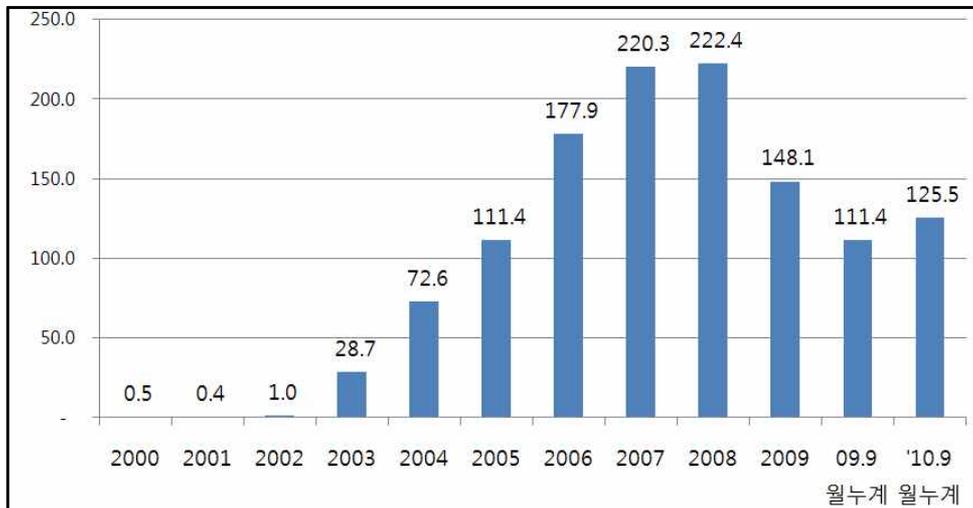
자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적” 각 호
 농수산물유통공사, KATI, www.kati.net, 품목의 국가별 수출입실적

1.3 김치 수입 추이

○ 2010년 1월부터 9월까지 김치 수입은 1억 2,500kg으로 전년 동기 대비 13% 증가하였음.

<그림 11> 김치 수입 추이

(단위 : 1천 톤)



주 : 09.9 월 누계 : 2009.1.1~2009.9.30, '10.9 월 누계 : 2010.1.1~2010.9.30

자료 : 농수산물유통공사, KATI, www.kati.net, 품목의 국가별 수출입실적

○ 김치의 주 수입 국가는 중국으로, 2004년부터 2010년 9월까지 중국의

3) 시장개요에서 시판김치를 생산주체별로 공장김치, 수입김치, 소매업체 즉석 김치로 나누었으나 소매업체 즉석김치는 통계가 없으므로 소매업체 즉석김치는 제외하고 공장김치와 수입김치를 시판김치 규모로 합함.

비중이 매우 높음.

- 2000년부터 2003년까지 중국의 비중이 99% 내외였으나 2004년부터는 거의 100%에 육박함.
- 기타 수입국에는 미국, 일본, 프랑스, 뉴질랜드, 태국이 포함됨. 과거에는 중국 이외에 주로 일본, 뉴질랜드, 태국에서 수입되었으나 최근에는 미국, 일본, 프랑스로 국가가 바뀌고 있음.

<표 12> 국가별 김치 수입 추이

(단위 : kg, %)

구분	중국	기타 국	소계	중국 비중
2000	467,353	5,899	473,252	98.8
2001	392,981	273	393,255	99.9
2002	1,041,720	9,367	1,051,087	99.1
2003	28,701,639	5,063	28,706,702	99.1
2004	72,605,018	208	72,605,226	100.0
2005	111,428,740	30,355	111,459,095	100.0
2006	177,921,691	37,100	177,958,791	100.0
2007	220,305,925	500	220,306,425	100.0
2008	222,369,001	-	222,369,001	100.0
2009	148,124,477	19	148,124,496	100.0
'09.9 월 누계	111,440,573	13	111,440,586	100.0
'10.9 월 누계	125,536,126	27	125,536,153	100.0

자료 : 농수산물유통공사, KATI, www.kati.net, 품목의 국가별 수출입실적(2010.12.15)

1.4 국내 김치 제조업체 수

○ 국내 김치 제조업체 수는 2005년 855개 소, 2009년 849개 소로 나타남. 과거 김치제조업은 업종별 제조업 허가사항이었으나 식품제조 가공업종으로 통합되어, 지금은 자율신고업으로 식품제조업체는 누구든 김치류의 생산이 가능하고 소규모생산도 가능하기 때문에 업체 수에 대한 정확한 통계치는 없는 실정임.¹⁾

- 특히 2005년 중국산 김치의 기생충알 사건 직 후 식약청에서 실시한 국내 배추김치 기생충알 검사결과 발표에 의하면 김치류 생산 신고업체는

1) 농수축산신문(2010), 「2009-2010 한국식품연감」, 370p

855개 업체였지만 실제 생산하는 업체는 502개로 나타남.¹⁾

<표 13> 국내 김치 제조업체 수 추이

(단위 : 개)

구분	1995	1997	2000	2003	2005	2008	2009
업체 수	200	459	555	650	855	818	849

주 1) 식약청의 식품 및 식품첨가물에서는 2007년까지 김치류와 절임류 제조업체수를 분리하고 있지 않음. 따라서 2008년 이후부터 식약청 자료에서 김치제조업체 수를 알 수 있으나 그 이전에는 알기 어려우므로 여러 자료를 인용함.

주 2) 1995-2003년은 농수축산신문(2010)

주 3) 2005년은 2005년 7월 중국산 김치 기생충알 사건 후 식약청 조사 자료

주 4) 2008~2009년 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적” 각 호

자료 : 농수축산신문(2010), 김소희 외(2007), 식약청

2. 김치시장의 특성

○ 노동집약적 산업

- 김치생산은 제조방법이 보편화되어 있고, 절단, 포장 등 일부 공정을 제외하고는 선별, 절임, 세척, 배합 등 대부분 생산과정에서 수작업 의존도가 높아 노동력이 많이 소요됨.

○ 높은 원재료 의존도

- 김치는 제조원가에서 원재료비가 차지하는 비중이 60% 이상으로 높아, 원재료의 안정적인 조달이 중요한 문제로 인식되고 있음.
- 그러나 배추 등 원재료는 계절별 가격 변동폭이 크고, 저장성이 약해 안정적인 조달이 어려움.
- 따라서 주재료인 배추의 경우에는 안정적인 확보를 위해 주로 농민과의 계약재배를 통해 조달하고 있으며, 무와 고추 등 양념채소류는 도매시장에서 구입하거나 농민에게서 직접 구입하는 것이 일반적임.

1) 김소희·양지영·강순아·전혜경·박건영(2007), “한국김치산업의 현황과 발전방안”, 식품산업과 영양 제 12권 2호

- 원재료 가격 변동에 의한 시장구매 전환 가능
 - 김치에서 원재료가 차지하는 비중이 60% 이상이고, 주재료인 배추와 무의 가격 변동폭이 큰 편임. 그러나 생산 가격 변동에 따라 즉각적인 가격반영이 어려워 원재료 가격 변동에 따라 수익이 좌우됨.
 - 김치가 가정제조가 보편화되어 있는 만큼, 김장가격보다 포장김치 가격이 낮으면 시장구매로 전환되는데, 이는 김치제조업체의 수익을 악화하는 구조임.

- 포장 김치와 업소용 김치시장의 양분화
 - 업소용 김치는 비교적 진입장벽이 낮아 소규모 업체의 진입이 용이함. 그러나 포장김치는 소포장 자동화 시설, 전국적인 유통망, 냉장시스템, 위생설비가 수반되어야 하므로 업소용 김치에 비해 진입장벽이 높은 편으로 대기업에게 유리한 편임.
 - 이러한 진입장벽으로 포장김치 시장은 대기업, 업소용 시장은 소규모 업체와 수입김치로 양분화 되어 있음.

3. 김치의 생산 공정

- 김치는 일반적으로 원료구매, 정선 및 절단, 절임, 세척, 탈수, 양념배합, 숙성, 포장, 저장, 출하의 순을 거치며, 세부 공정은 각 업체별로 차이가 있음.

<표 14> 김치 생산 공정(1)



자료 : 농협 아름다운 김치 홈페이지

<표 15> 김치 생산공정(2)

<p>정선/ 절단</p>		<p>배추의 곁을 제거하고 맛있는 부분을 가려냄</p>
<p>절입</p>		<p>배추의 크기, 조직, 품종에 따라 절입배추를 생산</p>
<p>세척/ 탈수</p>		<p>여러단계의 세척을 거쳐 탈수를 함</p>
<p>양념 배합</p>		<p>탈수된 절입배추에 양념을 버무려 양념이 배도록 함</p>
<p>포장/ 저장</p>		<p>포장하여 저온에서 숙성시킴</p>
<p>출하</p>	<p>-</p>	<p>사용용도에 따라 가정용/단체급식용, 국내 판매용/수출용 등으로 판매</p>

제4절 원료와 상품가격

1. 주요 원료

1.1 포장김치의 경우 대부분 국내산 원료 사용

- 국내 포장김치 사는 100% 국산원료를 사용하며 농산물별 원산지는 차이가 있음.

<표 16> 원료 주요 원산지

(단위 : %)

구분	주요 원산지	비중
배추, 무, 총각무, 파, 오이, 당근, 고추, 고춧가루, 마늘, 다진마늘, 양파, 젓갈, 소금, 기타	국산	100%

자료 : 2010년 11월 M, N사 설문조사

<표 17> 원료별 원산지

원료명	주요원산지	구매량 비중(%)
배추	해남, 평창	60.8
무	고창, 영암	22.6
총각무	영암, 화성	2.6
파	예산, 제주	0.2
오이	문경, 순천	0.2
당근	제주, 평창	0.1
고추	진안, 순천	0.0
고춧가루	안동, 영양, 정읍	1.0
마늘	신안, 제주, 서산	0.9
다진마늘	제주	0.3
양파	무안, 문경	0.5
젓갈	남해안산	0.3
소금	태안, 신안	4.3
기타	-	6.3

자료 : 2010년 11월 O사 설문조사

<참고> 식품제조업체 원산지 구매

■ 식품제조업체의 농수축산물 원산지

- 농수산물유통공사(2009)에 따르면 식품제조업체의 농축수산물 원산지는 국내산 69.4%, 수입산 30.6%로 조사됨.

<식품제조업체의 농수축산물 원산지 현황>



자료 : 농수산물유통공사(2009), “2009 식품산업분야별 현황조사 결과 보고서”

■ 식품제조업체의 원료별 평균 구매량

- 김치에는 배추, 무, 고춧가루, 마늘, 파 등 다양한 원료가 필요한데, 농수산물유통공사(2009)에 따르면 김치 제조업이 속한 과실, 채소 가공 및 저장 처리업이 취급하는 원재료 품목 수는 5-9개(49.8%)로 타 식품제조업종에 비해 높은 편으로 조사됨.
- 식품제조업체의 원료별 업체당 평균 구매규모를 보면 배추가 760톤, 마늘 118톤, 소금99톤, 고추 64톤, 파 25톤, 무 23톤, 당근 23톤, 고춧가루 23톤 순으로 나타남.

<식품제조업체의 원료별 구매규모>

구분	업체당 평균 구매량(톤, %)	업체당 평균 구매액(백만원)
배추	760(66.7)	325
무	23(2.0)	29
고추	64(5.6)	304
고춧가루	23(2.0)	175
마늘	118(10.4)	229
다진마늘	4(0.4)	13

1.2 원료 구매처

- 김치의 원료 구매는 생산시기, 저장성, 가격 등을 고려하여 여러 경로로 구매하게 되는데, 2010년 11월 포장김치 제조기업 설문조사에 의하면 주원료(배추, 무)는 산지직구매 비중(35%)이 높고 부재료는 도매시장 혹은 도매/벤더업체 비중(100%)이 비교적 높음.
- 이는 김치의 경우 원재료 비중이 60%로 높아 원재료의 안정적인 조달이 중요한 문제임. 그러나 배추 등 원재료의 가격변동 폭이 크고 저장성이 약해 안정적인 조달이 어려움. 따라서 원재료의 안정성을 확보하기 위해 농민과의 계약 재배하는 것이 일반적임.¹⁾

<표 18> 포장김치 제조업체의 원료구매 방법(2010년 11월 기준)

(단위 : %)

구분	산지직구매			중간상	
	자체생산	계약재배	산지생산자	산지조합/ 영농조합	도매/벤더 업체
주원료(배추, 무 등)	5.0	20.0	10.0	55.0	10.0
부재료(고춧가루, 마늘 등)	-	-	-	-	100.0

자료 : 2010년 11월 C, D사 설문조사

1) 한국농촌경제연구원과의 개별인터뷰를 통해 파악(2010.11.1)

<참고> 식품제조업체 원료별 구매처

○ 농수산물유통공사(2009)에 의하면 식품제조업체의 농산물 원료별 구매처는 산지직구매, 도매시장, 농수산물유통센터, 수입업체, 직수입, 도매/벤더업체, 기타를 이용하고 있음.

－ 배추, 무, 고추, 마늘은 산지직구매 비중이 높고 고춧가루, 다진마늘, 파, 당근, 소금은 도매/벤더업체 구매 비중이 높음.

<식품제조업체의 원료별 구매처 비중>

(단위 : %)

구분	산지 직구매	도매 시장	농수산물 종합유통센터	수입 업체	직수입	도매 /벤더업체	기타
배추	64.4	21.1	6.1	0.0	-	4.6	3.7
무	83.2	5.1	7.0	0.0	0.0	2.5	2.1
고추	54.7	10.3	1.7	16.9	2.6	13.8	-
고춧가루	20.8	14.3	20.7	6.8	2.5	26.7	8.2
마늘	77.2	6.5	9.0	0.6	-	4.2	2.4
다진마늘	5.6	13.2	20.6	25.8	-	29.3	5.5
파	22.3	22.2	12.7	12.4	0.4	22.4	7.5
당근	20.2	20.9	12.2	2.3	3.4	37.4	3.5
소금	5.0	27.7	20.9	8.7	-	37.3	0.5

자료 : 농수산물유통공사(2009), "2009 식품산업분야별 현황조사 결과 보고서"

2. 원재료 시세

○ 김치의 주재료인 배추와 무의 가격은 상품 품질, 지역, 날씨, 전체생산량 등 작황에 따라 가격이 변동함. 특히, 올해 폭염과 집중호우 등 기후에 따른 생산량 감소와 예년보다 수확이 비교적 늦어진 점이 김장철과 맞물려 하반기 배추가격이 급등하였음.

－ 배추와 무(상품)의 도매가격 추이를 보면, 배추는 9월 28일 3천 5백원으로 평소의 3-4배 급등하였음.

- 배추 가격이 급등하여 소비가 무로 대체됨에 따라 무 가격 역시, 배추 도매가 급등 이후 급등하였음.

<그림 12> 배추, 무 도매가격 추이(2010.1.1~2010.11.26)

(단위 : 원)



주 : 배추(상품), 무(상품) 일일 평균 도매 가격

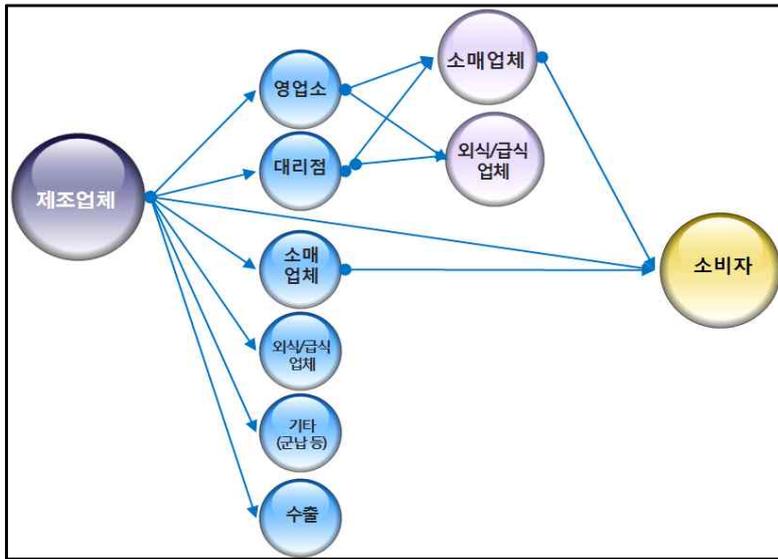
자료 : 농수산물유통정보, KAMIS, www.kamis.co.kr, 도매가격(일일가격정보)

제5절 판매와 유통

1. 유통과정

- 김치의 유통경로는 크게 영업소, 대리점, 소매업체, 외식·급식업체, 기타(군납 등), 소비자 직판, 수출로 나눌 수 있음.
 - 영업소 경로는 직판장 형태가 대부분으로 직판장에서 슈퍼로 납품하거나 소비자에게 판매하고 있음.
 - 대리점 경로는 주로 식당 및 학교 급식소 등에 납품함.
 - 소매업체는 대형마트, 백화점, 대형슈퍼 등의 대형소매점에 납품하는 형태이고 단체급식 및 외식업체, 군납 등은 대량으로 납품하는 형태임.

<그림 13> 김치의 일반적 유통 경로



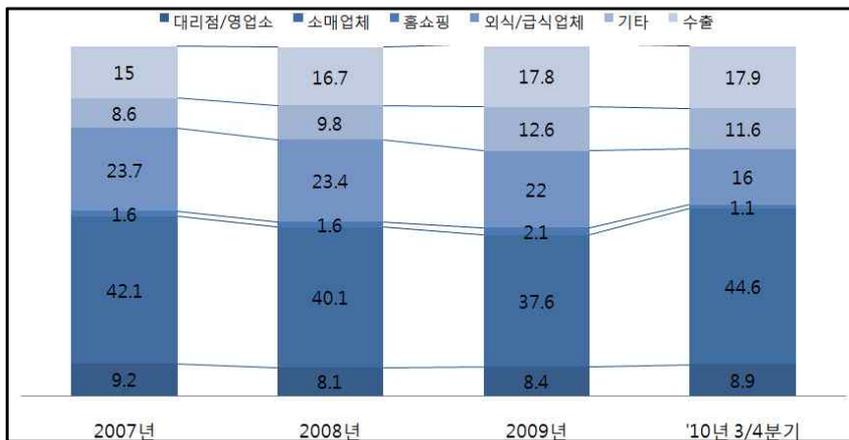
자료 : 한국농촌경제연구원(2009), “배추가공(김치, 절임) 공장 설치 타당성 검토”

2. 주요유통 채널

- 포장김치 제조기업의 유통경로는 대형마트, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점 등 소매업체로 직접 납품하는 비중이 가장 높고 다음으로 외식 및 급식업체, 수출, 기타, 대리점 순으로 나타남.

<그림 14> 포장김치 제조기업의 유통경로 별 비중

(단위 %)



주 1) 소매업체 = 대형마트, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점, 기타 = 군납 등

자료 : 2010년 11월 C, D, E사 설문조사

제6절 포장김치 시장 동향

1. 포장김치 생산 상위기업 주요 현황

1.1 포장김치 시장 대상FNF 증가집 김치가 56.2% 차지

- 2008년 기준 포장김치 시장은 2천 227억 원 규모로 닐슨코리아(2009)에 따르면 대상FNF의 증가집 김치가 56.2%를 차지하고 풀무원, 농협, 동원 등의 나머지 업체들은 한자리 수를 차지하고 있음.

<그림 15> 포장김치 시장 점유율(2008년)



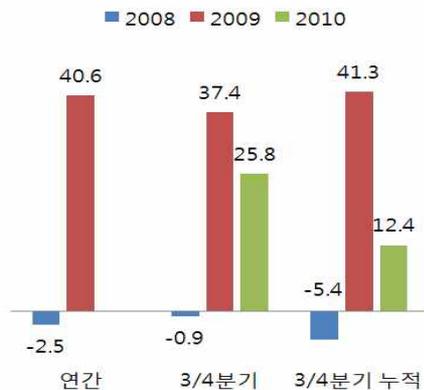
자료 : 파이낸셜뉴스(2009.6.24), 원자료 : 닐슨코리아

1.2 2010년 1~9월 누적 생산량 전년대비 12.4% 증가

- 2011년 11월 기업 설문조사에 의하면 2010년 생산량은 전년(2009년) 3/4 분기 대비 25.8% 증가하였고 1월 부터 9월까지 누적 12.4% 증가하였음.

- 2010년 전년대비 생산량 증감률은 2009년 전년(2008년) 대비 증감률 보다 낮음.

<그림 16> 전년 대비 생산량 증감률 (단위 : %)



주 1 : 조사시점이 12월 초로 12월 생산량은 집계되지 않아 연간 데이터에서 2010년 데이터는 없음.

자료 : 2010년 11월, 12월 A, B사 기업조사

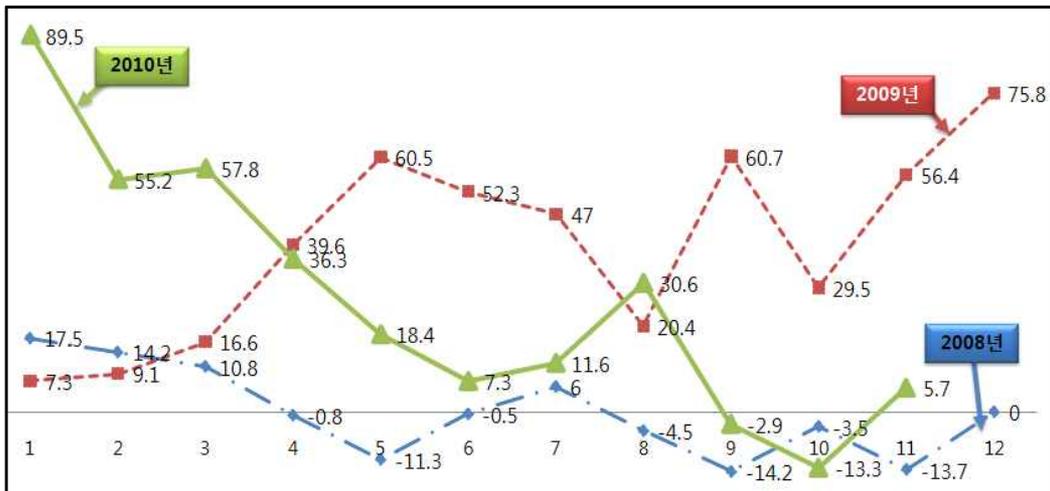
1.3 2010년 전년(2009) 동월대비 생산량 감소하다, 11월 반등

○ 2008년은 전체적으로 전년(2007년) 동월 대비 생산량 변동폭이 미미하며, 2009년 전년(2008년) 동월대비 변동폭은 비교적 높은 편인데, 이는 2008년 생산량이 저조한데 따른 기저효과로 풀이됨.

○ 2010년 1월 전년(2009) 동월 대비 생산량이 89.5%로 증가하였으나, 점차 낮아져 10월 -13.3%로 최저치를 기록하다가 11월 5.7%로 다시 반등함.
 - 11월은 배추값 상승으로 소비자들의 시장 구매율이 높아져, 전년 대비 5.7% 증가한 것으로 풀이됨.

<그림 17> 전년 동월 대비 생산량 증감률 추이

(단위 : %)



주 1 : 2008년은 2007년 동월 대비 증감률, 2009년은 2008년 동월 대비 증감률, 2010년은 2009년 전년 동월대비 증감률

주 2 : 위 수치는 2010년 11월 C, D사 생산량을 합한 수치임

자료 : 2010년 11월 C, D사 설문조사

1.4 경영현황

○ 포장김치 기업 E, F사의 경영현황을 생산량을 통해 보면, E사 생산량은 2007년부터 감소하고 F사는 증가하여 매출액 역시 E사는 감소하고 F사는 증가하였을 것으로 판단됨.

- E사는 2007년부터 2009년까지 김치 생산량이 감소했고, 2010년

1월부터 11월까지 4,860톤으로 조사됨.

- F사는 2007년부터 2010년까지 김치 생산량이 계속 증가하여 2011년 1월부터 11월까지 생산량이 8,192톤으로 조사됨.

<표 19> 업체별 김치 생산량

(단위 : 톤)

구분	2007년	2008년	2009년	2010년 (1~11월 누적)
E사	6,146	5,351	5,286	4,861
F사	2,227	2,813	6,318	8,192

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

1.5 공장 현황

- 포장김치 주요기업의 공장현황은 <표 17>과 같으며 G사는 3개 공장에서 김치제품을 생산하고 있으며, H사는 1개 공장에서 김치의 전제품을 생산하고 있음.

<표 20> 주요기업 공장현황

구분	공장 위치	생산품목
G사	강원 횡성 경남 거창 경기 성남	포기김치, 총각김치, 열무김치 외 40여 종 수출용 김치, 절임류 등 40여 종 육가공, 햄류 등 30여 종
H사	충북 진천	김치 전 제품(내수용, 수출용), 육가공품

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

1.6 투자 및 연구소 현황

- 포장김치 선도기업 2개사의 매출액 대비 마케팅 비중은 I, J사 각각 6.2%, 22%이며 매출액대비 R&D비중은 8.2%, 1.0%임.

<표 21> 선도기업 마케팅비 및 R&D 투자현황

(단위 : 10억 원, %)

구분	I사	J사
마케팅비('10년 3/4분기 누적 기준) 매출액대비 비중	11.1	2.5
	6.2	22
매출액대비 R&D투자비중 ('10년 3/4분기 누적 기준)	8.2	1.0

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

- 포장김치 상위 2개사의 연구소는 각각 경기도 이천과 성남에 1개 연구소를 운영하고 있음.

<표 22> 선도기업 김치 관련 연구소

구분	연구소 명(위치)
K사	중앙연구소(경기도 이천)
L사	식품과학연구원(경기도 성남)

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

2. 제품 동향

2.1 출시 제품

- 포장김치 주요 기업별로 배추 포기김치, 맛김치, 무김치, 깍두기, 열무김치 등 다양한 제품을 판매하고 있으며 대상FNF 증가집과 동원 양반김치는 소포장부터 대포장까지 다양한 용량의 제품을 판매하고 풀무원, CJ제일제당 하선정은 소포장 제품위주로 판매하고 있음.
 - 풀무원은 기업의 경영전략 차원에서 소포장 제품으로 틈새시장을 노리고 있음.¹⁾

1) 2010.11.16 기업인터뷰 결과

<표 23> 포장김치 주요 기업 제품 출시 현황

제조사	주요 브랜드	주 제품	포장 단위
대상FNF	종가집	배추(포기/맛)김치, 무김치, 갓김치, 열무김치, 볶음김치 등	80-5kg, 소포장 대포장 다양하게 판매
풀무원	전라도 /경상도 김치	배추(포기/맛) 김치, 총각김치 등	190g-2kg, 소포장 위주
CJ제일제당	하선정	배추(포기/백/맛)김치, 열무김치, 총각김치 등	500g-4.2kg 소포장 위주
농협	한아름	배추(포기/백)김치, 열무김치, 총각김치, 갓김치 등	-
동원	양반 김치	배추(포기/맛)김치, 무김치, 갓김치, 열무김치 등	80g-10kg, 소포장과 대포장 다양하게 판매

자료 : 각 사 홈페이지

2.2 전체 제품 중 배추김치가 70% 차지

- 일반적으로 생산비중은 배추김치 70%, 무김치 20%, 기타 김치 10%로 추정¹⁾되는데, 2010년 11월 기업 설문조사에 의하면 포장김치 제조기업의 배추김치(포기김치, 맛김치) 73%, 기타김치 27%로 비슷하게 나타남.

<표 24> 김치의 종류별 생산비중

구분	포기김치	맛김치	총각김치	열무김치	백김치	깍두기	기타
2007년	62%	14%	8%	2%	2%	6%	7%
2008년	56%	18%	8%	1%	1%	7%	9%
2009년	54%	20%	8%	2%	2%	7%	9%
2010년	55%	18%	7%	2%	1%	6%	10%

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

2.3 김치 제조 기업 별 김치의 지역적 특성 반영.

- 김치는 지역에 따른 다양한 부재료 이용과 제조 방법, 저장기간의 차이로 숙성정도가 달라 김치의 향과 조직감이 달라지는데, 이러한 지역별 특성에

1) 석문식·배민정·서현(2001), 농협김치 생산과 유통현황”(식품유통연구 제18권3호)에 의하면 농협의 경우에도 전체 김치 생산량 중 배추김치 생산이 약 75%를 차지하여 본 조사 결과와 비슷한 수준으로 나타남.

따라 경기도, 강원도, 경상도와 남부지방으로 나눌 수 있음.

- 짜지도 싱겁지도 않은 서울과 경기도 지방, 오징어와 명태 등을 이용한 강원도 김치, 남부지방의 따뜻한 기온 때문에 저장성을 고려하여 양념과 젓갈류를 많이 넣은 경상도와 전라도 김치가 있음.
- 특히 김치는 저온에서도 숙성이 되기 때문에 제조업체에서 출하시기와 유통기간을 고려하여 미숙성 상태로 출하하고 있음.¹⁾

○ 주요 김치 제조기업 중 증가집은 진한 맛의 남부식 제품 위주, 하선정은 깔끔한 중부식 제품 위주임.²⁾

2.4 소포장 제품

- 김치의 소포장화는 이미 대중화되었으며 특히 포장김치 기업 중 대상FNF 증가집, 풀무원, CJ제일제당은 주로 소포장 제품을 판매하고 있으며 페트용 용기, 미니 김장독, 소포장 팩 등 다양한 용기를 활용한 소포장 제품이 나오고 있음.
- 2009년 농협 아름찬 김치는 향후 부가가치가 높은 소포장 김치 사업 확대를 계획³⁾하고 있으며 동원 F&B는 2008년 싱글족을 타깃으로 한 양반 미니독을 출시한 바 있음.

<(왼쪽부터) 증가집, 동원F&B, 풀무원의 소포장 제품>



1) 한국농촌경제연구원(2009), “배추가공(김치, 절임) 공장 설치 타당성 검토”, 2010.9.15 A사 인터뷰

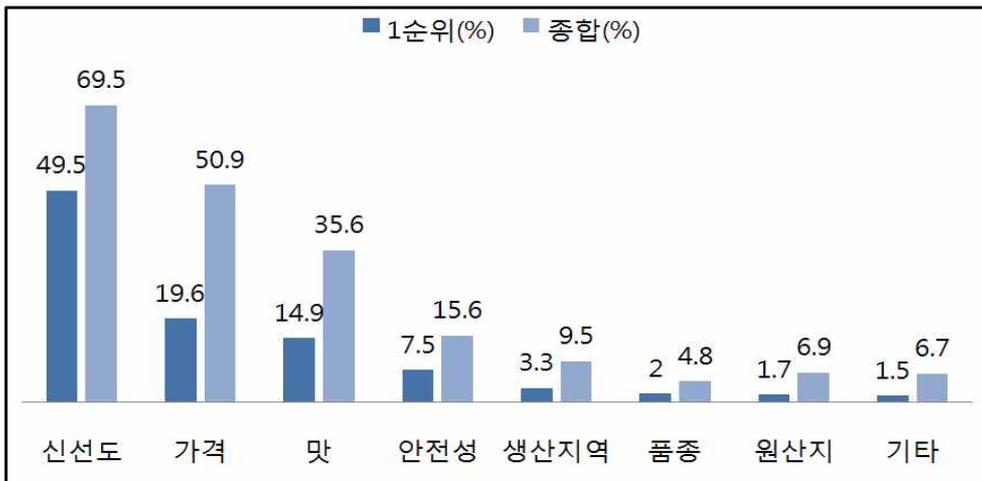
2) 2010.11.19 A사 인터뷰

3) 뉴시스(2010.6.17), “아름찬 김치 맛 표준화 고품질로 수입산 제압”

2.5 원료의 안전성 강조

- 최근 친환경 제품에 대한 소비자 선호가 증가하고 있고 포장김치 제조기업 역시 안전성을 강조한 제품이 출시되거나 포장에 반영하고 있음.
 - 안전한 농산물에 대한 관심이 높아져 절임 및 김치 시장에서 친환경 제품이 차지하는 비중이 19%¹⁾를 넘어섰음.
 - 농수산물유통공사(2008)에 따르면 소비자의 엽근채 구입 시 선택기준이 신선도, 가격, 맛, 안전성 순으로 나타났으며 안전성은 15.6%임.

<그림 18> 엽근채 구입 시 선택 기준



기타 : 끼워주기(0.9%, 3.3%), 상표/브랜드/제조사(0.3%, 0.5%), 포장단위 및 디자인(0.2%, 1.7%), 상인/직원추천(0.1%, 1.2%)

자료 : 농수산물유통공사(2008), “2008년도 농축수산물 소비패턴”

- 최근 포장김치 기업체서 출시하는 제품은 주로 100% 국내산 제품을 사용하여 소비자에게 안전성을 강조하였으며 주요 제품으로는 풀무원의 무농약 배추로 만든 포기김치, 농협의 아릅찬 프리미엄 수(秀), 동원F&B의 양반 명품김치가 있음.

1) 아주경제(2010.7.28), “풀무원, 무농약 배추로 만든 김치 출시”

<(왼쪽부터) 풀무원 무농약 제품, 아름찬 프리미엄 수, 동원F&B 양반 명품김치>



- 풀무원이 2010년 7월 선보인 무농약 배추로 만든 포기김치는 무농약 인증을 받은 배추를 기본으로 지리적 표시¹⁾ 인증을 받은 태양초 고춧가루, 의성마늘, 남해안 멸치젓 등 100% 국내산 농산물을 이용하였고 글루타민산나트륨(MSG)와 설탕을 넣지 않아 천연재료를 강조하였음.
- 농협이 2009년 6월 출시한 프리미엄 수(秀)김치는 100% 국산 원료를 사용하여 배추, 무, 고춧가루 등의 주재료는 충남 보령과 태안 지역의 친환경 농산물로 만들었으며 가격은 기존 아름찬 김치의 가격보다 높은 편으로 전국 하나로클럽과 주요 할인점 및 인터넷 쇼핑몰에서 판매되고 있음.
- 동원F&B가 2007년 출시한 양반 명품김치는 100% 국내산 원료와 기존제품보다 배, 대추, 잣, 밤 등 고명을 많이 넣었으며 2009년 제품 라인을 확장하여 명품 인삼 백김치를 출시한 바 있음. 소비자가 콜센터와 인터넷 쇼핑몰(동원몰)을 통해 주문하면 공장에서 소비자가정으로 직접 판매하여 유통과정을 단일화 시켰음.

2.6 소비자 세분화를 통한 다양한 제품 출시

- 최근 포장김치 제조 기업은 소비자를 세분화하여 다양한 제품을 출시하고 있음.

1) 지리적 표시 제도는 지역특산품에 대해 해당지역이 원산지임을 표시하는 제도로 지역명을 상표권처럼 보호해 주기 위한 것이며 국립농산물 품질관리원에서 산지 생산자의 신청을 받아 등록하고 있음.

- 특히 어린이, 노인층 등 다양한 연령층과 입맛을 고려한 제품이 출시되고 있으며 예를 들어 증가집 어린이 김치나 풀무원의 볶음김치, 소비자가 직접 입맛에 맞출 수 있는 CJ제일제당과 풀무원의 DIY 김치 세트가 있음.
 - 김치는 여름에는 수요가 증가하고 김장철인 겨울에는 수요가 줄어드는 특성이 있는데 포장김치에 대한 수요 감소를 막고 소비자의 다양한 입맛에 맞춘 제품을 담글 수 있도록 한 풀무원과 CJ제일제당 하선정은 DIY 김장세트를 내놓았음. 이를 통해 소비자의 선택권과 편의성을 높인다는 전략임.

<(왼쪽부터) 증가집 어린이 김치, 풀무원 볶음김치, 풀무원 DIY 김장세트>

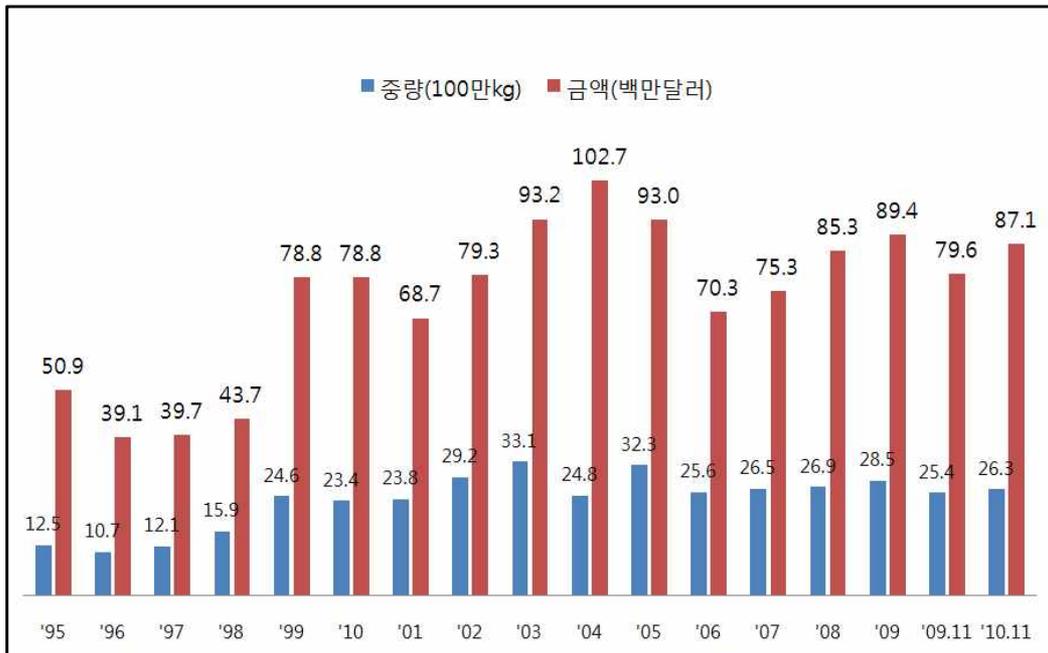


3. 해외시장에서의 위상과 경쟁력

3.1 수출현황

- 김치수출은 1995년부터 물량과 금액이 모두 증가하였음. 그러나 동기간 금액대비 물량증가 폭이 커서 단위당 가격은 감소한 것으로 나타남.
 - 1995년부터 꾸준히 증가하여, 2010년 11월 중량기준 26,300톤으로 1995년 대비 128% 증가하였음. 금액기준으로는 2010년 11월 8,713만원으로 1995년 대비 76% 증가하였음.
- 2005년, 2006년 김치수출이 2004년 대비 감소한 것은 2005년 수입김치 김치과동의 영향으로 보임.

<그림 19> 김치수출 추이



자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

- 2010년 11월, 김치 주요 수출대상국은 일본, 미국, 대만, 홍콩, 호주 순으로 나타났으며, 수출국이 다변화되고 있음.
- 2001년 일본이 93.3%에서 2010년 82.6%로 비중이 줄어들고 타국가 비중이 늘었으며, 수출국도 2001년 30개국에서 2010년 11월 54개국으로 확대됨.

<표 25> 김치 주요 수출국 및 비중

(단위 : %)

구분	1위	2위	3위	4위	5위	총 수출국
2001	일본 (93.3)	미국 (2.7)	북마리아 나(0.8)	홍콩 (0.6)	대만 (0.5)	30
2008	일본 (85.6)	대만 (2.2)	미국 (1.6)	홍콩 (1.5)	뉴질랜드 (1.5)	48
2009	일본 (85.6)	대만 (3.1)	미국 (2.4)	홍콩 (1.5)	뉴질랜드 (1.5)	54

자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

4. 주요기업 인터뷰 결과

4.1 경영 관련 애로사항

- 경영관련 애로사항으로 원재료 수급 및 가격 불안정, 제조원가 상승, 수입김치와의 경쟁으로 가격인상의 어려움, 품질관리의 어려움이 있음.
- 포장김치의 수익은 배추 등의 원재료 작황 및 수급에 따라 결정되는데 이는 경영 수익에 영향을 미침.
 - 수급불안정 : 배추를 계약 재배했다라도 생산량이 감소하면 추가로 구매를 하지만 이에 대한 한계가 있음. 최근 배추과동 때 배추의 수급이 어려워 생산에 차질을 빚기도 했음. 또 배추가격이 높을 때 소비자가 시장구매를 늘려 매출이 늘더라도 수익이 악화되기도 함.
 - 제조원가 상승 : 김치제조업은 노동집약적인 산업의 특성으로 인건비 등의 원가가 상승하지만 필수 식품으로 가격을 인상시키기 어려운 점이 있음.
 - 수입김치와의 가격경쟁으로 가격인상이 어려움 : 국내 포장김치에 비해 가격경쟁력을 갖춘 중국산 김치가 급식 및 외식업체의 대부분을 차지하고 있음. 이는 국산 김치의 시장 경쟁력을 약화시킬 수 있음.
 - 품질 관리의 어려움 : 김치는 제조 이후에도 상태가 변하는 발효식품으로 일률적인 관리가 어려워 소비자 클레임 대응의 어려움이 있음.

4.2 마케팅 관련 애로사항

- 마케팅 관련 애로사항으로는 최근 소매업체의 시식, 관측 위주 판매구조로 관측비용이 증가하는 어려움이 있음.

4.3 정책 관련 애로사항

- 정책관련 제안 및 애로사항으로는 원료 수급 안정을 위한 정책적 배려가 필요하다는 점, 식품표시의 잦은 변경으로 인한 비용 부담, 소포장 상품 김치의 부가세 부담을 꼽았음.
 - 올해 배추과동에서도 원료 수급 불안정으로 원재료 조달의 문제가 발생했듯이 농작물의 특성상 원료 수급 불안정 문제가 2-3년에 한번

씩 반복되는 어려움이 있음

- 식품표시에 대한 잦은 변경으로 1년에 2-3억의 포장재 비용이 소요됨.
- 소포장 상품김치에 대한 부가세 부담 역시 정책관련 애로사항으로 꼽았음.

<표 26> 기업 애로사항

구분	내용
경영 관련	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 원재료 수급 및 가격 불안정 ▪ 제조원가 상승 ▪ 수입김치가 많아 가격인상의 어려움 ▪ 품질관리의 어려움
마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 시식, 판촉위주 판매구조로 판촉비용 증가
정책 관련	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 원재료 수급안정을 위한 정책적 배려 필요(제안 사항) ▪ 식품표시에 대한 잦은 변경으로 인한 비용 부담 ▪ 소포장 상품김치에 대한 부가세

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

4.4 마케팅 중점사항

- 포장김치 업체의 마케팅 중점 사항은 김치 상품화율 증대를 통한 점유율 확대, 생산 및 유통의 안전성 확보, 브랜드 인지도 제고 및 충성도 확보, 김치의 세계화 및 다양화임.
- 특히 김치는 한식의 이미지가 강해 타 식품에 비해 차별적 요소가 제한적이어서 품질과 가격관리를 통한 브랜드 인지도에 중점을 두고 있음.

마케팅 중점 사항

- 김치 상품화율 증대
- 과학화, 안전성 확보
- 브랜드 인지도 제고, 브랜드 충성도 확보
- 김치의 세계화, 다양화

자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

제7절 요약 및 시사점

1. 요약

- 김치 시장은 생산과정의 수작업 의존도가 높은 노동집약적 산업이며, 원재료 의존도가 높고, 원재료 가격 상승에 의한 시장 구매 전환 가능성이 높다는 특징이 있음. 그리고 가정용 김치와 업소용 김치 시장의 각각 대기업과 수입 및 소규모 기업으로 나뉘어져 있는 상황임.
 - 가정용 김치 중, 포장김치는 수익성이 높고 성장 잠재율이 높아 대규모 유통망과 냉장시스템을 갖춘 대기업에 매력적인 시장임.
- 한편, 자체생산 김치가 지속적으로 감소하는 반면, 시판김치는 지속적으로 성장하고 있음.
 - 시판김치 중 업소용 김치의 성장이 높는데, 이는 외식시장의 성장이 크게 작용함. 업소용 김치 시장은 저가격을 경쟁력으로 한 수입김치와 소규모 기업의 비중이 높은 편임.
 - 1-2인 가구 증가, 여성의 사회진출 확대 등으로 김치의 시장 구매 전환 가능성이 높아질 것으로 보여, 포장김치 시장의 성장 잠재율이 높음.
- 포장김치 기업 조사에 따르면, 포장김치 2개사의 생산량은 전년대비 12.4% 증가하였음. 2010년 1월 이후 생산량이 지속적으로 감소하였으나, 배추가격 급등으로 소비자의 시장구매가 높아져, 11월 포장김치 생산량이 반등함.
- 1-2인 가구가 증가하고 소비자가 안전성을 중시함에 따라 소포장 제품과 안전성을 강조한 포장김치가 출시되고 있음. 제품 역시 아동과 노년층을 공략하여 시장을 보다 세분화하여 제품을 출시하고 있음.
- 포장김치 기업 조사에 의하면, 포장김치 대부분은 국내산 원료를 사용하고

주원료는 계약재배, 부재료는 산지 및 영농조합 비중이 높음.

- 원재료의 경우, 날씨 등의 영향으로 배추와 무 가격이 3-4배 급등함.

○ 제품의 유통경로는 소매업체 직접 납품 비중이 가장 높고 다음으로 외식 및 급식업체 비중이 높음.

○ 최근 수출김치의 단위당 가격이 하락하고 있고, 수출국이 다변화되고 있음.

○ 포장김치 기업조사에 의하면, 마케팅 중점사항은 김치 상품화율 증대, 생산 및 유통 등 과정의 과학화, 안전성이 확대되고 있음. 애로사항은 원재료 수급 및 가격 불안정 문제, 제조원가 상승문제, 판촉비용 증가. 잦은 식품표시 변경으로 인한 비용 증가 등이 있음.

<표 27> 김치시장 동향 요약

구분	요약
시장 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 노동집약적, 높은 원재료 의존도, 원재료 가격 변동에 의한 시장 구매 전환 가능성이 높음, 가정용 김치와 업소용 김치 시장의 양분화
시장 및 제품 동향	<ul style="list-style-type: none"> • 자체생산 김치 지속적 감소, 시판김치 지속적 성장 <ul style="list-style-type: none"> - 업소용 시장 고성장, 가정용 시장 완만한 성장 - 가정용 김치는 수익성과 포장김치의 성장 잠재율이 높음 • 김치 수입 전년 동기 대비 13% 증가 • 포장김치 기업 2개사 생산량 전년대비 12.4% 증가. 전년동월 대비 생산량 감소 하다가 11월 배추파동으로 11월 생산량 반등 • 소포장 제품 출시. 안전성 강조. 제품 세분화
(포장김치) 원료 및 유통	<ul style="list-style-type: none"> • 포장김치는 대부분 국내산 원료 사용 • 포장김치 기업. 주원료는 계약재배, 부재료는 산지 및 영농조합 비중 높음 • 올해 배추, 무 가격이 평소의 3-4배로 급등하여 기업의 원재료 수급에 차질 • 소매업체 직접 납품이 가장 높고, 외식 급식업체 비중이 두 번째
해외 시장	<ul style="list-style-type: none"> • 최근 수출김치 단위당 가격 하락 • 김치 수출국 일본, 미국, 대만, 홍콩, 호주 순으로 높고, 수출국 다변화
마케팅 및 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 마케팅 중점사항은 김치 상품화율 증대. 과학화 안전성 확대 • 애로사항은 원재료 수급 및 가격 불안정. 제조원가 상승, 판촉비용 증가. 잦은 식품표시 변경으로 인한 비용 증가 등

2. 시사점 및 전망

2.1 업소용과 가정용 시장의 양분화는 계속 유지

- 업소용 시장(급식 및 외식업체 등)은 대부분 소규모 업체나 수입김치, 자사에서 직접 조달하는 형식이 많음. 가정용 시장은 공장김치(포장김치)와 소매업체 즉석김치가 많으며 포장김치 제조기업의 조사에서도 B2B비중이 1%대로 매우 낮게 조사되었음.
- 업소용 시장은 가격을 중시하는 편이므로 국산 원재료 위주로 사용하는 포장김치 제조기업은 가격 경쟁력이 열위에 있음. 따라서 업소용 김치시장과 가정용 김치 시장을 주도하는 기업이 대기업과 소규모기업, 수입김치로 나뉘는 것은 계속 유지될 것으로 보임.

2.2 김치의 상품화는 완만히 진행

- 최근 김치를 담궈 먹는 비중이 낮고 시장에서 구매할 가능성이 있어 시장의 잠재성이 있다고 판단됨. 그러나 1인당 김치 소비량이 점차 감소하고 있다는 것은 위기로 작용할 것으로 보임. 따라서 김치의 상품화는 완만히 진행될 것으로 보임.
 - 1인당 김치소비량은 1991년 32.3kg에서 2008년 31.6kg으로 소폭 감소한 것으로 추정¹⁾됨.
 - 기업이 김치의 상품화율을 높이기 위해서는 이에 마케팅력을 기울여야 하며 더불어 선도유지, 생산의 표준화 등 과학화와 병행해야 할 것임.

2.3 포장김치 시장의 틈새로 소포장 제품, 다양한 연령층을 타겟으로 한 제품 출시

- 최근 포장김치 제조기업은 소포장 제품과 어린이와 노년층을 타겟으로 한 제품을 출시하고 있음. 농협의 경우 최근 소포장 제품 출시를 늘린다고 하였으며 풀무원의 틈새시장으로서 소포장 제품과 다양한 연령층의 제품을

1) 한국농촌경제연구원, 「농업전망」2009

출시하고 있음.

- 앞으로 1인 가구와 노년층이 증가하는 사회적으로 변화와 간편성 추구라는 문화적으로 변화를 감안한다면 포장김치의 틈새시장 제품 출시는 계속 될 것으로 보임.

2.4 가격인상은 쉽지 않음

- 올해 11월 배추과동의 원인은 폭염과 집중호우 등 기후에 따른 생산량 감소와 예년보다 수확이 비교적 늦어진 점과 김장철과 맞물렸다는 점임. 또한 배추는 생활필수품으로 소비자들이 가격에 특히 민감한 품목으로 생산량이 30% 감소한 반면 가격은 3-4배로 급격히 뛰었음.
- 배추과동 시 포장김치 제조 기업이 10월 가격을 인상하였으나 한달 후 다시 가격인하를 밝힘. 이는 소비자가 생활필수품인 김치 가격에 민감해하므로 가격인상 후 인상가격을 유지하는 것이 쉽지 않기 때문인데 앞으로도 포장김치의 가격인상은 쉽지 않을 것으로 보임.

2.5 원재료의 안정적 공급을 위한 유통 정책이 필요

- 배추 원재료의 공급 상황이 포장김치 가격에 민감하며 또한 김치시장의 안정적 성장에 큰 영향을 미치고 있음. 또한 김치 업체들은 갑작스런 배추 원재료의 가격 등락에 따른 생산원가를 소비자 가격에 즉시 반영하기가 어려움.
- 따라서, 배추 원재료의 안정적 확보를 위해 야채 농산물의 유통구조를 재편할 필요가 있음. 배추 씨앗 파종에서부터 시작되는 배추 거래의 유통구조는 배추원재료 가격의 불안을 초래하는 만큼 소비자에게 안정된 가격으로 김치를 제공하기 위하여 또한 김치업체의 건전한 성장을 위하여 정부차원의 유통 정책수립이 필요.

2.6 식품 표시기준의 정책 변화에 따른 업체에 배려정책 필요

- 김치제조업체의 영세성을 감안하면 잦은 식품 표시기준의 변경은 업체들에게 포장지 생산원가를 상승시키는 하나의 원인이 되고 있음.
- 따라서, 식품표시기준 변경에 따른 김치업체들의 제재에 대한 충분한 유예기간이 필요. 영세한 김치업체들이 생산한 포장지를 폐기 처분하기보다는 충분히 소진할 수 있도록 충분한 기간을 주는 정책실행이 필요.

2.7 국산 김치와 수입 김치의 차별화정책 강화

- 값싼 수입김치의 보급은 국산 김치의 경쟁력을 약화시키는 요인으로 포장 김치에서는 포장의 전면에 눈에 띄게 “수입산” 또는 “생산국가”가 표기되도록 수입김치에 대한 표시기준 강화 필요.

부록

- 김치 생산실적 추이
- 품목별 생산실적 추이
- 김치제조업체 상위 10개 사
- 김치 수출입 추이
- 김치수출 상위 5개 국 추이
- 배추, 무 물가지수
- 김치 섭취량과 섭취빈도
- 주요 제품별 구성 및 성상
- 주요 기업 정보
- 조사표

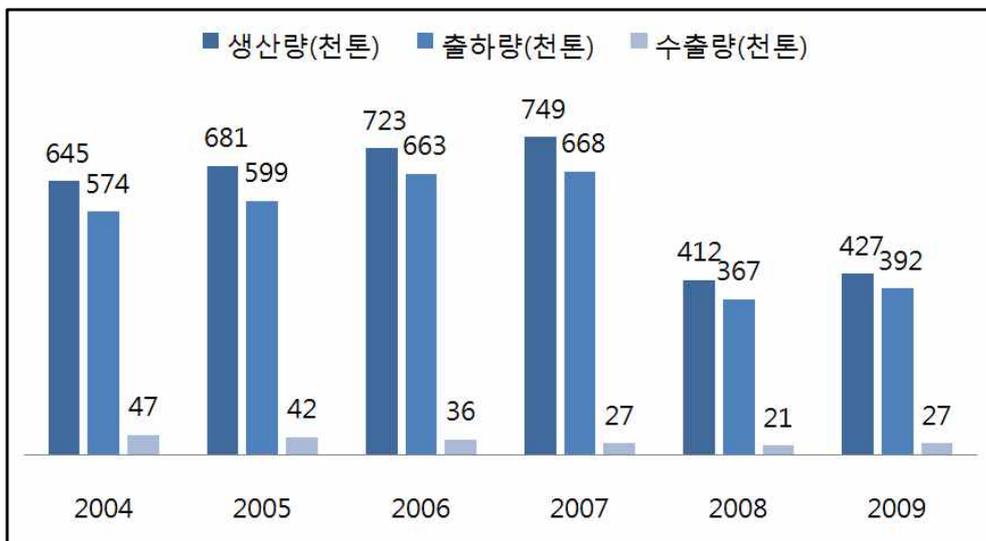
<김치 생산실적 추이>

구분	생 산 현 황		
	생산능력(톤)	생산량(톤)	생산액(천원)
2004	1,248,240	644,706	1,078,095,970
2005	1,464,202	681,235	1,087,800,453
2006	2,006,449	723,194	1,132,376,476
2007	1,503,238	749,082	1,164,951,612
2008	890,263	412,408	657,439,831
2009	1,465,828	426,834	730,233,700

구분	출 하 현 황			
	출하량(톤)	출하액(천원)	수출량(톤)	수출액(달러)
2004	574,404	965,902,299	46,900	180,047,740
2005	599,436	1,009,853,344	41,726	151,421,060
2006	662,796	1,065,453,741	36,066	148,420,569
2007	667,984	1,124,345,285	27,198	84,661,979
2008	366,544	635,731,703	21,014	76,440,165
2009	392,072	726,754,810	27,411	77,408,453

주 : 2004~2007년은 김치 및 절임류 실적, 2008~2009년은 김치류 실적
 자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2004~2009)

<김치 생산실적 추이>



자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2004~2009)

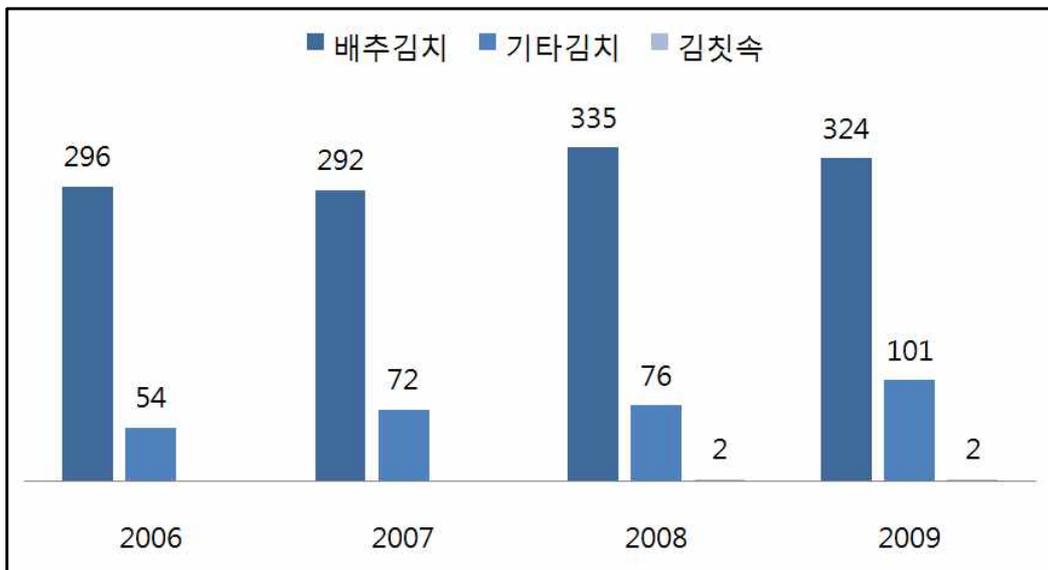
<김치 품목별 생산실적 추이>

구분	세부 품목별	생산량 (톤)	국내출하액(천원)	수출액(달러)
2004	김치류	362,235	546,012,887	98,571,914
2005	김치류	338,142	513,721,111	83,936,551
	기타김치	29,765	69,921,801	3,909,653
2006	배추김치	296,343	488,871,172	83,599,717
	기타김치	54,038	90,205,759	8,719,716
2007	배추김치	292,390	471,724,053	61,170,727
	기타김치	72,116	124,326,931	1,934,176
2008	배추김치	335,124	490,311,718	73,947,515
	기타김치	75,762	140,266,544	2,376,437
	김치속	1,522	5,153,441	116,213
2009	배추김치	324,499	499,637,811	75,307,065
	기타김치	101,075	223,862,984	2,043,111
	김치속	1,260	3,254,015	58,277

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2004~2009)

<김치 종류별 생산량 추이>

(단위 : 천 톤)



<김치제조업체 상위 10개 사>

연도	순위	업체명	출하액 (백만원)	연도	순위	업체명	출하액 (백만원)
'04	1	두산(주)	91,510,259	'05	1	두산(주)	64,768,622
	2	한성식품(주)	43,791,923		2	한성식품(주)	35,322,648
	3	하선정종합식품(주)	41,983,241		3	하선정종합식품(주)	33,729,135
	4	대두식품(주)	21,938,199		4	청산들(주)	20,967,440
	5	일미농수산(주)	18,063,868		5	대두식품(주)	20,681,991
	6	도들샘(주)	13,624,051		6	일미농수산(주)	19,217,075
	7	놀부(주)	12,708,757		7	놀부(주)	14,751,542
	8	동원에프앤비(주)	10,741,365		8	동해식품(주)	12,737,647
	9	풍산농협 김치가공공장	9,861,623		9	원앤원(주)	11,456,601
	10	한울(주)	9,186,192		10	풍산농협김치가공공장	10,910,104
'06	1	대상(주)	36,061,025	'07	1	하선정종합식품(주)	30,893,776
	2	일미농수산(주)	24,578,343		2	일미농수산(주)	28,637,310
	3	대두식품(주)(제96-3호)	23,010,302		3	한성식품(주)	25,738,473
	4	대상에프앤에프(주)거창공 장	18,383,752		4	대두식품(주)(제96-3호)	22,750,875
	5	놀부(주)	16,663,897		5	대상에프앤에프(주)	18,927,038
	6	동해식품(주)	15,684,754		6	놀부(주)	18,797,497
	7	서안동농협풍산김치공장	14,137,202		7	한울(주)	16,873,846
	8	원앤원(주)	13,645,745		8	동해식품(주)	15,626,195
	9	한성식품(주)	13,386,487		9	서안동농협풍산김치공장	13,395,000
	10	한울(주)	13,072,874		10	캡이식품(주)	12,857,607
'08	1	대상에프앤에프(주)	77,950,184	'09	1	대상에프앤에프(주)	66,971,800
	2	놀부(주)	19,561,130		2	한성식품(주)	23,218,543
	3	한성식품(주)	19,025,752		3	한울(주)	18,365,179
	4	한울(주)	16,177,636		4	놀부(주)	17,833,948
	5	레드앤그린푸드(주)	15,589,213		5	원앤원(주)	17,116,189
	6	하선정종합식품(주)	15,062,404		6	레드앤그린푸드(주)	16,632,360
	7	맛샘(주)	13,161,223		7	맛샘농업회사법인(주)	15,050,800
	8	태봉(주)	12,451,033		8	서안동농협풍산김치공장	13,094,891
	9	서안동농협풍산김치공장	12,024,596		9	씨제이제일제당(주)	12,092,476
	10	전곡농협청산김치공장	11,037,000		10	대상F&F(주)	11,011,051

주 : 2004~2007년도는 김치,절임식품, 2008~2009년도는 김치류 실적임.

자료 : 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적", (2004~2009)

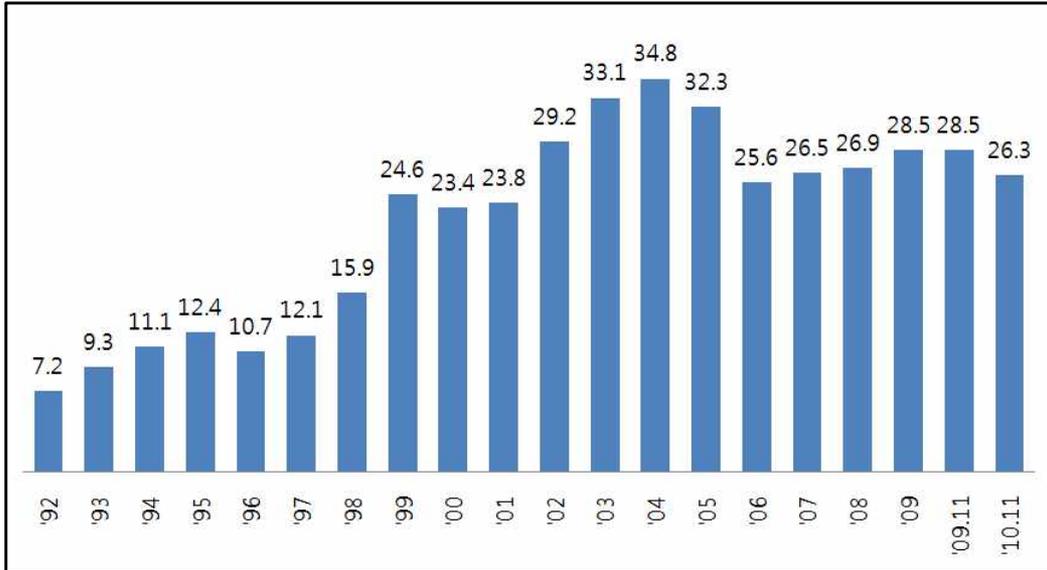
<김치 수출입 추이>

년도	수출량(kg)	수출액(달러)	수입량(kg)	수출액(달러)
1992	7,192,650	23,089,396	-	-
1993	9,313,934	34,204,583	-	-
1994	11,090,306	44,191,738	-	-
1995	12,476,068	50,909,869	1	19
1996	10,699,688	39,138,023	19,219	41,234
1997	12,080,249	39,691,969	24,164	44,985
1998	15,938,948	43,743,190	10,000	4,913
1999	24,560,523	78,839,974	92,246	39,824
2000	23,433,327	78,847,255	473,252	201,601
2001	23,784,659	68,730,769	393,255	198,540
2002	29,212,595	79,318,379	1,051,087	474,180
2003	33,064,399	93,195,274	28,706,702	10,315,103
2004	34,827,410	102,726,070	72,605,226	29,472,557
2005	32,307,296	92,964,621	111,459,095	51,340,461
2006	25,599,787	70,327,945	177,958,791	87,955,366
2007	26,469,515	75,308,896	220,305,926	110,841,632
2008	26,897,492.60	85,295,051	222,369,501	112,715,049
2009	28,505,260.90	89,385,826	148,124,495	66,335,298
'09.11누계	28,505,260.9	89,385,826	148,124,495	66,335,298

자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

<김치 수출량 추이>

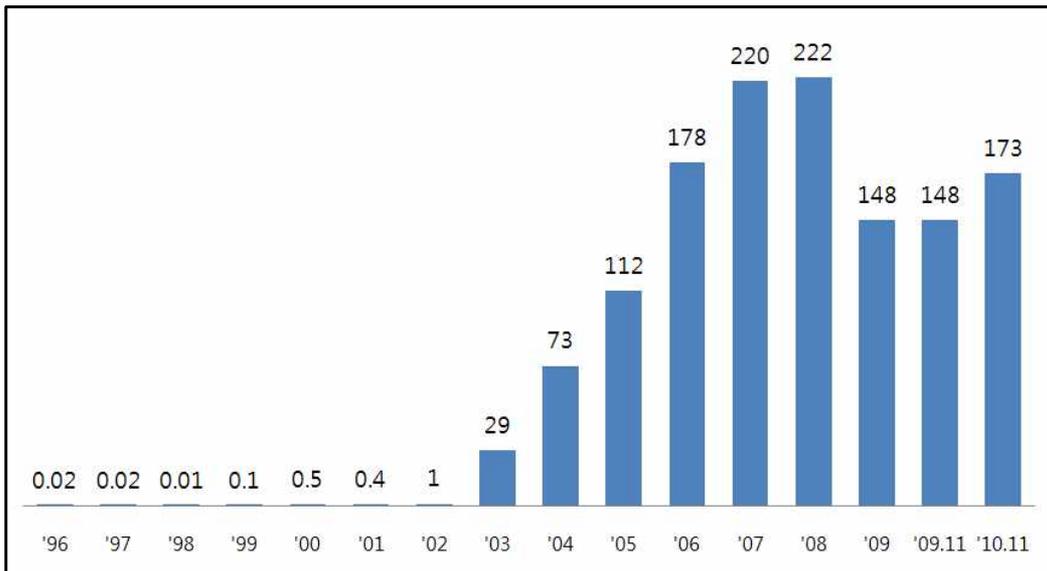
(단위 : 10억 톤)



자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

<김치 수입량 추이>

(단위 : 10억 톤)



자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

<김치수출 상위 5개국 추이(1)>

연도	순위	국가명	수출량(kg)		수출액(달러)	
				비중(%)		비중(%)
2001	1	일본	22,199,500	93.3	65,027,768	94.6
	2	미국	633,723	2.7	1,517,781	2.2
	3	북마리아나	193,190	0.8	289,596	0.4
	4	홍콩	131,889	0.6	354,829	0.5
	5	대만	121,466	0.5	334,424	0.5
2002	1	일본	27097160	92.8	74125981	93.5
	2	미국	768152	2.6	1909113	2.4
	3	대만	364501	1.2	968537	1.2
	4	북마리아나	245087	0.8	398605	0.5
	5	홍콩	155104	0.5	393811	0.5
2003	1	일본	30,583,999	92.5	87,168,671	93.5
	2	미국	753,277	2.3	2,039,039	2.2
	3	대만	446,335	1.3	951,348	1.0
	4	홍콩	214,774	0.6	540,298	0.6
	5	북마리아나	166,202	0.5	270,167	0.3
2004	1	일본	32428420	93.1	96911362	94.3
	2	미국	514593	1.5	1195655	1.2
	3	대만	445535	1.3	968188	0.9
	4	홍콩	253275	0.7	665217	0.6
	5	북마리아나	185592	0.5	307177	0.3
2005	1	일본	29663346	91.8	86427588	93.0
	2	대만	687157	2.1	1470133	1.6
	3	미국	481245	1.5	1213364	1.3

자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

<김치수출 상위 5개 국(2)>

연도	순위	국가명	수출량(kg)		수출액(달러)	
				비중(%)		비중(%)
2006	1	일본	22,792,510	89.0	62,636,574	89.1
	2	대만	724,104	2.8	1,624,968	2.3
	3	미국	541,290	2.1	1,801,305	2.6
	4	홍콩	278,760	1.1	778,747	1.1
	5	뉴질랜드	195,630	0.8	497,067	0.7
2007	1	일본	23493443	88.8	66120223	87.8
	2	대만	761437	2.9	1872323	2.5
	3	미국	639525	2.4	2374870	3.2
	4	홍콩	374858	1.4	1161884	1.5
	5	뉴질랜드	200810	0.8	554449	0.7
2008	1	일본	23524098	87.5	75051728	88.0
	2	대만	798979	3.0	1962042	2.3
	3	미국	586818	2.2	2060636	2.4
	4	홍콩	429933	1.6	1305233	1.5
	5	뉴질랜드	273651	1.0	718760	0.8
2009	1	일본	24388911	85.6	77621600	86.8
	2	대만	888260.8	3.1	1951325	2.2
	3	미국	685528.7	2.4	2268538	2.5
	4	홍콩	429605.1	1.5	1380176	1.5
	5	뉴질랜드	418157.2	1.5	945841	1.1
2010.1 1	1	일본	21728877	82.6	73841935	84.8
	2	대만	846936.6	3.2	1858059	2.1
	3	미국	811467.3	3.1	2498010	2.9

자료 : 농수산물무역정보, Kati, <http://www.kati.net>, 무역통계

<배추, 무 물가지수(2005=100)(1)>

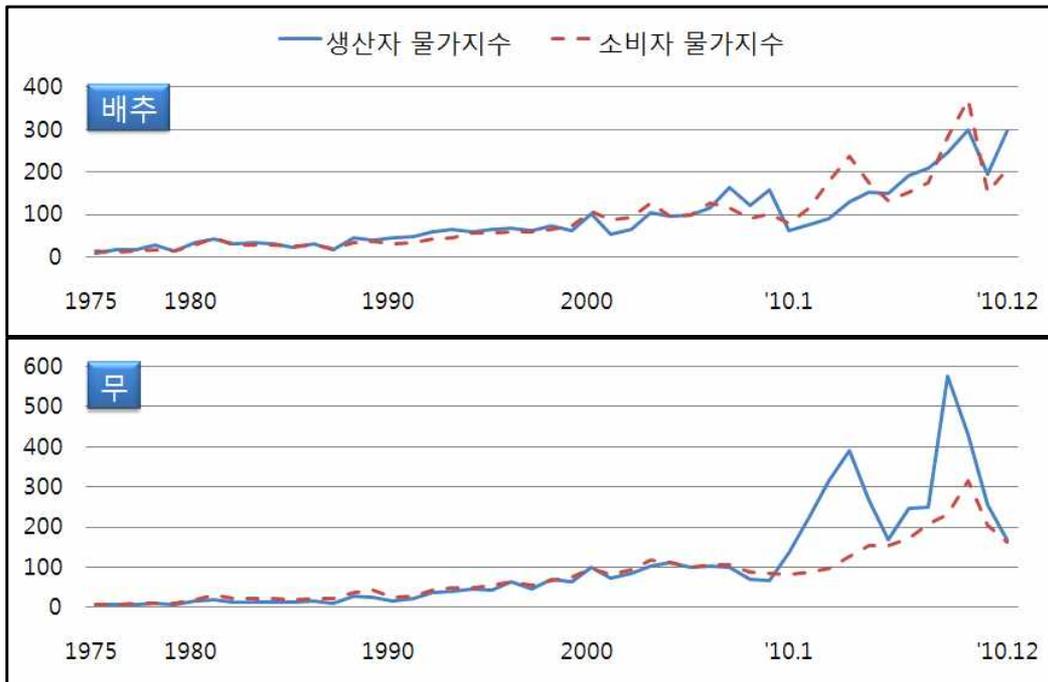
구분	생산자물가		소비자물가	
	배추	무	배추	무
1975	8.8	5.8	12.498	7.421
1976	15.9	7.5	12.353	7.385
1977	16.8	7.4	14.387	9.690
1978	29.2	9.5	17.046	10.733
1979	12.5	6.2	12.754	9.052
1980	34.2	16.1	27.547	20.509
1981	43.4	18.7	44.005	30.103
1982	30.2	12.6	28.378	23.087
1983	34.2	13.1	28.802	23.016
1984	31.9	13.4	29.142	22.450
1985	21.8	13.4	23.866	20.045
1986	30.3	17.5	28.018	20.856
1987	17.2	11.5	20.680	20.710
1988	44.5	29.0	33.518	38.304
1989	40.6	25.8	36.713	41.620
1990	46.2	15.6	31.951	25.079
1991	46.4	23.2	33.906	27.356
1992	57.7	38.3	42.218	44.345
1993	65.2	39.9	44.980	47.944
1994	57.6	44.9	55.085	48.905
1995	65.9	43.6	55.990	54.663
1996	67.6	64.2	57.884	64.211
1997	60.9	44.8	58.033	54.298
1998	73.3	68.5	64.690	65.565
1999	62.2	63.4	73.446	75.545
2000	102.3	98.7	107.449	95.618
2001	54.2	74.1	87.340	82.613
2002	65.4	84.0	92.631	93.857
2003	105.5	104.0	126.663	118.773
2004	95.8	111.0	96.213	111.402
2005	100.0	100.0	100.0	100.0
2006	116.9	104.0	127.5	105.9

<배추, 무 물가지수(2005=100)(2)>

구분	생산자물가		소비자물가	
	배추	무	배추	무
2010	296.0	164.1	184.2	169.6
2010.01	62.8	134.7	78.5	81.0
2010.02	75.2	225.9	114.6	88.6
2010.03	90.7	315.8	176.9	95.6
2010.04	129.6	391.0	236.5	127.1
2010.05	151.9	267.4	174.6	153.1
2010.06	149.1	167.8	133.9	154.5
2010.07	192.1	246.6	152.9	171.5
2010.08	208.1	249.0	175.9	206.2
2010.09	245.2	574.7	283.1	230.8
2010.10	300.2	427.9	368.7	314.8
2010.11	194.9	254.9	153.6	205.8
2010.12	295.8	169.5	206.3	161.7

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 물가지수(생산자물가지수, 소비자물가지수)

<배추, 무 물가지수 추이(2005=100)>



자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 물가지수(생산자물가지수, 소비자물가지수)

<1인 1일 평균 김치 섭취량>

(단위 : g)

구분		1975	1978	1998	2001	2005	2007	2008
전체 섭취량		79.24	89.7	121.7	103.7	90.3	80.7	79.4
성별	남자	-	-	-	115.5	104	95.6	95.6
	여자	-	-	-	101.5	76.1	65.8	63.1
지역별	대도시	83.55	84.4	115.7	96.5	91.3	-	-
	중소도시	-	-	115.5	105.5	86.6	-	-
	읍면	75.27	95.6	144.6	130.9	95	-	-

주 : '75~'78년 대도시=도시, 읍면지역=시골

자료 : 보건복지부, "국민영양조사" (1975~2008), "국민건강통계" (1975~2008)

<1인 1일 김치 평균 섭취빈도>

(단위 : %, 회/주)

구분		1일			1주			1개월		1년		평균빈도
		3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회	거의안먹음	
2007	만 12세 이상	43.47	42.55	36.58	16.58	28.89	12.82	7.7	4.67	2.15	4.59	19.38
	만12-18세	46.06	44.49	38.29	16.53	27.09	11.79	6.22	3.32	2.07	4.13	20.25
	만 19-64세	40.87	40.61	34.86	16.63	30.7	13.85	9.19	6.02	2.21	5.06	18.52
	만 65세 이상	25.57	42.32	37.82	20.75	36.76	16.67	7.7	2.66	1.8	7.95	16.12
2008	만 12세 이상	52.57	36.77	33.06	13.53	27.67	16.91	8.23	4.87	1.83	4.58	20.1
	만12-18세	35.33	38.13	36.27	21	34.61	15.83	6.46	3.74	2.07	6.56	17.42
	만 19-64세	54.17	39.84	36.35	12.55	28.23	14.46	6.5	4.04	1.37	2.5	21.02
	만 65세 이상	65.37	21.79	31.68	9.84	22.49	16.06	9.01	9.65	3.18	10.93	20.29

주 : 배추김치와 무김치를 합한 수치

주 : 이전 조사는 섭취 빈도 조사가 없음.

자료 : 보건복지부(2007, 2008), "2007 국민건강통계", "2008 국민건강통계"

<1인 배추김치 평균 섭취빈도>

(단위 : %, 회/주)

구분		1일			1주			1개월		1년		평균빈도
		3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회	거의안먹음	
2007	만 12세이상	36.98	31.71	17.04	5.36	4.96	1.51	1.03	0.48	0.25	0.68	13.81
	만12-18세	38.7	31.95	16.36	4.56	4.54	1.43	1.19	0.51	0.25	0.51	14.11
	만 19-64세	35.26	31.48	17.72	6.17	5.38	1.58	0.87	0.44	0.24	0.86	13.52
	만 65세이상	22.75	31.49	20.7	8.28	8.25	3.37	2	0.66	0.84	1.66	11.3
2008	만 12세이상	47.35	29.19	12.19	2.99	4.27	1.93	0.49	0.42	0.34	0.83	15.16
	만12-18세	32.81	30.14	18.2	7.17	5.82	2.89	1.2	0.4	0.35	1.03	12.93
	만 19-64세	47.94	30.68	11.76	2.61	3.93	1.69	0.35	0.24	0.27	0.54	15.43
	만 65세이상	58.07	18.3	9.02	1.29	4.99	2.57	0.71	1.69	0.8	2.56	15.61

주 : 이전 조사는 섭취 빈도 조사가 없음.

자료 : 보건복지부(2007, 2008), "2007 국민건강통계", "2008 국민건강통계"

<1인 무김치 평균 섭취빈도>

(단위 : %, 회/주)

구분		1일			1주			1개월		1년		평균빈도
		3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회	거의안먹음	
2007	만 12세이상	6.49	10.84	19.54	11.22	23.93	11.31	6.67	4.19	1.9	3.91	5.57
	만12-18세	7.36	12.54	21.93	11.97	22.55	10.36	5.03	2.81	1.82	3.62	6.14
	만 19-64세	5.61	9.13	17.14	10.46	25.32	12.27	8.32	5.58	1.97	4.2	5
	만 65세이상	2.82	10.83	17.12	12.47	28.51	13.3	5.7	2	0.96	6.29	4.82
2008	만 12세이상	5.22	7.58	20.87	10.54	23.4	14.98	7.74	4.45	1.49	3.75	4.94
	만12-18세	2.52	7.99	18.07	13.83	28.79	12.94	5.26	3.34	1.72	5.53	4.49
	만 19-64세	6.23	9.16	24.59	9.94	24.3	12.77	6.15	3.8	1.1	1.96	5.59

주 : 이전 조사는 섭취 빈도 조사가 없음.

자료 : 보건복지부(2007, 2008), "2007 국민건강통계", "2008 국민건강통계"

<주요 제품별 구성 및 성상(1)>

제품명	용기 타입	중량 (kg)	원재료 및 함량	제품사진
종가집포기김치	폴리에틸렌	1.0 2.5 4.5	절임배추68.1%[배추(국산),무(국산)],중부식김치양념[종가집멸치액젓(국산),종가집새우액젓(국산),종가집순한다시마베이스(국산)]고춧가루(국산),마늘(국산),생강(국산), 대파(국산),양파(국산),부추[또는 갓](국산),류코노스톡 DRC0211,종가집김치전용폴,정제염(국산)	
종가집맛김치	폴리에틸렌, PET	0.08 0.13 0.2 0.5 0.75 1.0 1.2	절임배추72.3%(국산).무(국산),중부식김치양념[종가집멸치액젓(국산),종가집새우액젓(국산),종가집순한다시마베이스(국산),고춧가루(국산),마늘(국산),생강(국산) 대파(국산),양파(국산),부추[또는 갓](국산),유산균발효액0.1%,종가집김치전용폴,꽃소금(국산)	
종가집총각김치	폴리에틸렌	1 3 5	절임총각무83.3%[총각무98%(국산100%),식염2%],중부식김치양념[종가집멸치액젓(국산),종가집새우젓(국산),종가집순한다시마베이스(국산){다시마(국산)},고춧가루(국산),마늘(국산),대파(국산),생강(국산), 류코노스톡 DRC0211,종가집김치전용폴,정제염(국산)	
하선정통김치	플라스틱	1.8 2	절임배추69.4%[배추 98%(국산), 식염 2%(국산)], 무(국산), 김치조미액젓(새우함유), 고춧가루(국산), 마늘(국산), 엽경채류(국산), 양파(국산), 대파(국산), 생강(국산), 유산균 배양액(류코노스톡시트리움/대두가수분해물 함유), 전분폴(변성전분, 구아검)	

자료 : 각 사 홈페이지

<주요 제품별 구성 및 성상(2)>

제품명	용기 타입	중량 (kg)	원재료 및 함량	제품사진
하선정맛 김치	폴리에틸렌	0.08 0.15 1 2.3	절임배추69.4%[배추98%(국산),식염2%(국산)],무(국산),김치조미액젓(새우함유),고춧가루(국산),마늘(국산),엽경채류(국산),양파(국산),대파(국산),생강(국산),유산균배양액(류코노스톡시트리움/대두가수분해물 함유),전분폴(변성전분, 구아검)	
하선정백 김치	폴리에틸렌	0.5 1.0	절임배추 52.037%[배추 98%(국산),식염 2%(국산)],정제수,무(국산),배(국산),마늘(국산),쪽파(국산),양파(국산),신선초(국산),재제소금,분말결정포도당,밤(국산),생강(국산),젓(국산),실고추(국산)	
풀무원 깊고진한 전라도포기김치	폴리에틸렌	2	배추 72.3%(국산), 전라도김치전용풀(정제수, 찹쌀가루, 고구마가루, 단호박가루), 마늘(국산), 고춧가루(국산), 무(국산), 양파(국산), 대파(국산), 멸치육젓(국산), 홍고추(국산), 황석어젓(국산), 갈치속젓(국산), 결정과당, 부추(국산), 멸치액젓(국산), 생강(국산), 밀추출분말, 참깨(국산), 재제염(국산)	
풀무원 전라도 포기김치	폴리에틸렌	0.5	맛김치-배추74.3%(국산), 전라도김치전용풀(정제수, 찹쌀가루, 고구마가루, 단호박가루), 마늘(국산), 고춧가루(국산), 무(국산), 양파(국산), 대파(국산), 멸치육젓(국산), 홍고추(국산), 황석어젓(국산), 갈치속젓(국산) 등	

자료 : 각 사 홈페이지

<주요 제품별 구성 및 성상(3)>

제품명	용기 타입	중량 (kg)	원재료 및 함량	제품사진
풀무원 전라도 맛김치	폴리에틸렌	0.5	맛김치-배추74.3%(국산), 전라도 김치전용풀(정제수, 찹쌀가루, 고구마가루, 단호박가루), 마늘(국산), 고춧가루(국산), 무(국산), 양파(국산), 대파(국산), 멸치육젓(국산), 홍고추(국산), 황석어젓(국산), 갈치속젓(국산) 등	
풀무원 전라도 돌산갓김치	폴리에틸렌	0.3	맛김치-배추74.3%(국산), 전라도 김치전용풀(정제수, 찹쌀가루, 고구마가루, 단호박가루), 마늘(국산), 고춧가루(국산), 무(국산), 양파(국산), 대파(국산), 멸치육젓(국산), 홍고추(국산), 황석어젓(국산), 갈치속젓(국산) 등	
풀무원 들기름에 볶아 고소한 볶음김치	폴리에틸렌	0.19	배추 82%(국산), 마늘(국산), 찹쌀풀, 고춧가루(국산), 정백당, 대파(국산), 미강유, 멸치액젓(국산), 치킨엑기스, 생강(국산), 참기름, 들기름 0.2%(들깨, 중국산)	
풀무원 천연양념 총각김치	폴리에틸렌	0.5	알타리무 84.0%(국산), 찹쌀풀, 고춧가루(국산), 마늘(국산), 양파(국산), 멸치액젓(국산), 새우젓(국산), 대파(국산), 생강(국산), 풀무원전용조미베이스, 산탄검, 감초매실분말, 재제염	

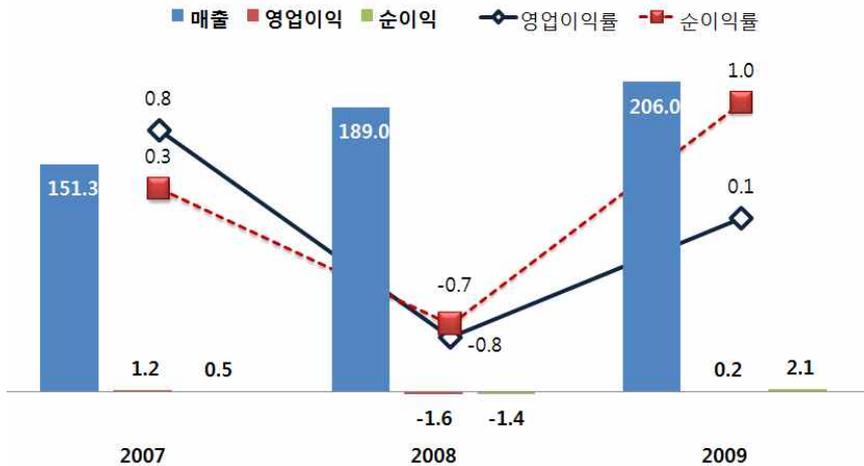
자료 : 각 사 홈페이지

<주요 제품별 구성 및 성상(4)>

제품명	용기 타입	중량 (kg)	원재료 및 함량	제품사진
풀무원 천연양념 포기김치	폴리에틸렌	0.5	배추 63.5%(국산), 무(국산), 찹쌀풀, 대파(국산), 양파(국산), 마늘(국산), 고춧가루(국산), 멸치액젓(국산), 부추(국산), 새우젓(국산), 산탄검, 생강(국산), 풀무원전용조미베이스, 감초매실분말, 재제염	
양반김치 미니독 맛김치	플라스틱	0.4	절임배추(배추국산, 정제소금), 고춧가루(국산), 무(국산), 양념(새우액젓, 멸치액젓, 참치액젓), 마늘(국산), 쌀풀(국산), 부추/갓(국산), 파(국산), 생강(국산), 유산균배양액	
양반 포기김치	폴리에틸렌	0.5, 1, 1.5, 2.5, 3, 3.5, 5, 10, 20	절임배추(배추국산, 정제소금), 무(국산), 양념(새우액젓, 멸치액젓, 참치액젓), 고춧가루(국산), 마늘(국산), 부추/갓(국산), 쌀풀(국산), 생강(국산), 양파(국산), 파(국산), 유산균배양액	
양반 맛김치	폴리에틸렌	0.08, 0.2, 0.3, 0.5, 1.5, 10, 20	절임배추(배추국산, 정제소금), 고춧가루(국산), 무(국산), 양념(새우액젓, 멸치액젓, 참치액젓), 마늘(국산), 쌀풀(국산), 부추/갓(국산), 파(국산), 생강(국산), 유산균배양액	
양반 총각김치	폴리에틸렌	0.5, 1.5, 2.5, 3, 5, 10, 20	절임알타리무(국산, 정제소금), 고춧가루(국산), 김치양념(멸치액젓, 새우액젓, 참치액젓), 마늘(국산), 쌀풀(국산), 파(국산), 생강(국산), 유산균배양액	

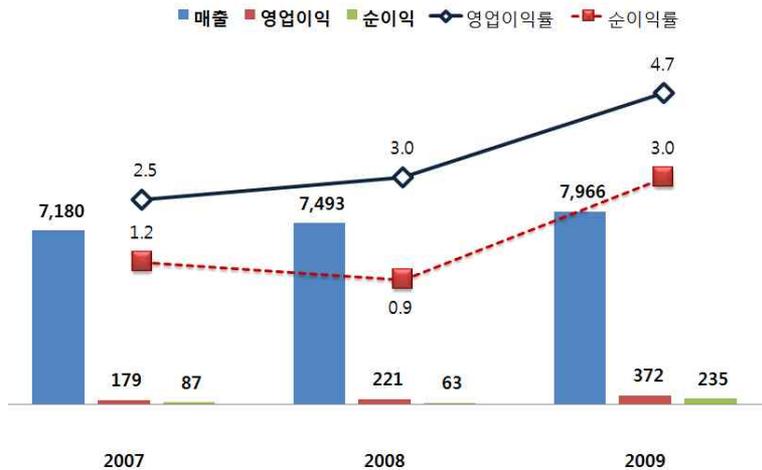
대상FNF		주요 연혁
본사	서울시 중랑구 상봉동 107-6	1987년 종가집 김치생산 시작
설립일	2006.10.26	1991년 국내 최초 김치 KS마크 획득
대표이사	이문희	1992년 바르셀로나 올림픽 김치 공식 납품
생산품목	김치(종가집), 두부, 육가공품	2000년 종가집 김치연구소 설립
		2006년 대상FNF 출범
		2007년 대상(주) 신선사업 통합

최근 매출액 현황 (단위 : 10억 원, %)



동원F&B		주요 연혁
본사	서울시 서초구 양재2동 275	2000년 동원산업(주)에서 인적분할
설립일	2000.11.1	2002년 동일냉동식품(주) 소규모 흡수합병
대표이사	김해관	2007년 조미식품 전문회사 삼조셀텍, 티에스큐 인수
생산품목	통조림, 어묵, 냉동식품, 김, 김치, 샘물, 게맛살	2007년 미국법인 설립
		2010년 일본법인 설립, 동원데어리푸드(주) 완전자회사 편입

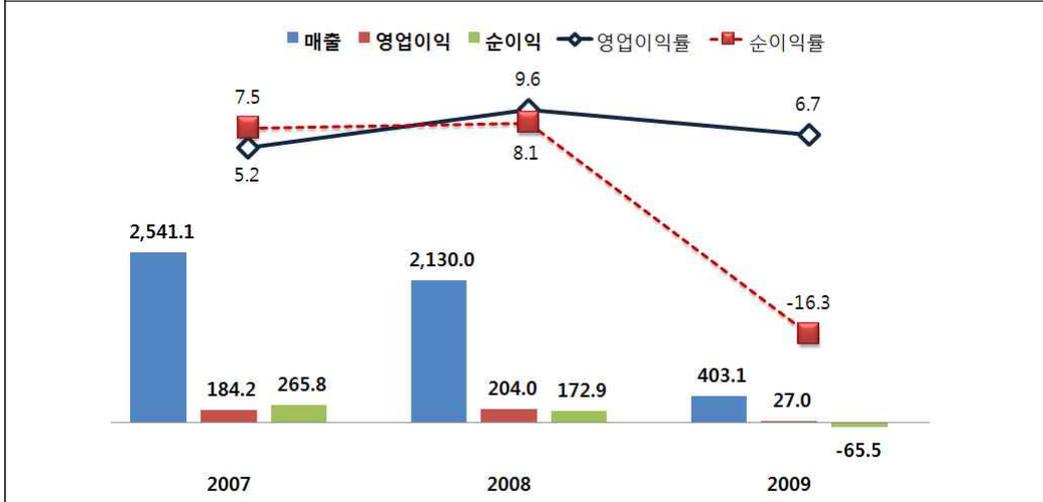
최근 매출액 현황 (단위 : 10억 원, %)



가공식품 세분화 시장 현황조사

폴무원홀딩스		주요 연혁
본사	충북 음성군 대소면 삼호리 80-1	1984년 폴무원식품 설립
설립일	1984.5.31	2000년 두부 및 콩나물 non-GMO 원료사용 선언
대표이사	남승우	2006년 완전표시제 시행
생산품목	김치, 두부, 나물, 김치	로하스 선도기업 비전 발표
		2007년 폴무원홀딩스로 변경

최근 매출액 현황 (단위 : 10억 원, %)



CJ제일제당		주요 연혁
본사	서울 중구 남대문로 5가 500번지	2007년 CJ주식회사에서 기업분할
설립일	2007.9.1	2009년 삼양유지 합병
대표이사	김진수	2010년 CJ Global Holdings Limited 인수
생산품목	식품(설탕, 밀가루, 육가공, 다시다, 김치), 사료, 기타	

최근 매출액 현황 (단위 : 10억 원, %)



가공식품 세분화 시장 현황조사

편 지 한국식품공업협회
 중앙대학교 산학협력단

발 행 농수산물유통공사

서울특별시 서초구 양재동 232 aT센터
TEL: 02)6300-1397 FAX: 02)6300-1615

본 책자의 통계자료 및 분석내용에 관한 사항은
농수산물유통공사 식품수출정보팀(02-6300-1397)으로
문의하여 주시기 바랍니다.