

발 간 등 록 번 호

11-1543000-002892-01

OPEN

출처표시

상업영금지

변경금지

공공누리

공공 저작물 자유이용허락

2019 가공식품 세분시장 현황

배추김치 시장 (절임배추 포함)



© 2019. **at** 한국농수산물유통공사
All rights reserved.

이 책의 저작권은 한국농수산물유통공사에 있으므로 무단으로 전재 또는 복제할 수 없으며,
영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

2019 가공식품 세분시장 현황

배추김치 시장 (절임배추 포함)



목차

배추김치 시장 요약	1
제 1 장 조사 개요	
제 1 절 조사 배경 및 목적	8
제 2 절 조사 대상 및 방법	9
1. 조사 대상	9
2. 조사 방법	9
제 3 절 배추김치 시장 개요	12
1. 배추김치의 정의	12
2. 배추김치의 종류	13
3. 배추김치 주요 제품	22
4. 배추김치 관련 인증 및 제도	23
5. 배추김치 담금법	29
제 2 장 배추김치 원료 현황	
제 1 절 배추김치 주요 원료	34
제 2 절 주요 원료별 생산현황	35
1. 배추	36
2. 무	45
3. 건고추	49
4. 절임배추	54
제 3 장 생산 및 수출입 현황	
제 1 절 가공기준 및 규격	56
제 2 절 국내 생산 현황	59
1. 생산 및 출하 현황	59
2. 주요 제조업체 현황	60
제 3 절 수출입 현황	65
1. 김치 수출입 현황	65
2. 김치 수출 현황	67
3. 김치 수입 현황	69



제 4 장 유통 및 판매 현황

제 1 절 유통 구조72

제 2 절 소비시장 규모73

 1. 김치 전체 시장 규모 추정73

 2. 배추김치 소매시장 규모74

제 3 절 김치의 소비자물가지수81

제 5 장 소비자 동향

제 1 절 빅데이터 조사 개요84

 1. 빅데이터 조사 개요84

 2. 빅데이터 분석 범위84

 3. 빅데이터 분석 내용85

제 2 절 소비자 특성86

제 6 장 해외 시장 동향

제 1 절 국가별 배추김치 시장 동향97

 1. 일본97

 2. 미국102

 3. 중국107

부록 1. 절임배추 시장 현황114

목차

[표 1-1] 빅데이터 조사 개요	11
[표 1-2] 품목별 사용 데이터의 양	11
[표 1-3] 전통식품 표준규격 기준 김치류	14
[표 1-4] 지역별 김치종류	20
[표 1-5] 주요 원료별 김치 분류	20
[표 1-6] 배추김치 주요 제품	22
[표 1-7] 김치 식품명인	24
[표 1-8] 김치류 유기 가공식품 인증 생산자	25
[표 1-9] 김치류 가공식품표준화(KS) 인증 생산자	27
[표 1-10] 김치산업진흥 종합계획 포함 사항	28
[표 1-11] 김치산업 활성화 촉진 방안	28
[표 1-12] 배추김치의 주요 재료	30
[표 1-13] 배추김치 김장 방법	31
[표 2-1] 2017년 기준 배추김치 원료 사용 비중	34
[표 2-2] 연도별 배추김치 주요 원료 국내 생산실적	35
[표 2-3] 계절별(출하시기) 배추 유형 및 특징	36
[표 2-4] 국내 생산 배추 유형 및 특징	37
[표 2-5] 종류별 배추 생산량	40
[표 2-6] 2018년 기준 지역별 배추 재배 면적	41
[표 2-7] 종류별 무 생산실적	45
[표 2-8] 2018년 기준 지역별 무 재배 면적	46
[표 2-9] 건고추 및 고춧가루 공급현황	49
[표 2-10] 건고추 생산실적	50
[표 2-11] 건고추 및 고춧가루 수입 현황	51
[표 2-12] 2018년 기준 지역별 건고추 재배 면적	51
[표 3-1] 김치류의 제조·가공기준 및 규격	56
[표 3-2] 전통식품 품질인증제도 김치류의 기준 및 규격	57
[표 3-3] 배추김치 생산 및 출하현황	60
[표 3-4] 김치 주요 제조업체 현황	64
[표 3-5] 김치 수출입 HS코드	65
[표 3-6] 주요 국가별 김치 수출 현황	68
[표 3-7] 분기별 김치 수출 현황	68
[표 3-8] 주요 국가별 김치 수입 현황	69
[표 3-9] 분기별 김치 수입 현황	70



[표 4-1] 배추김치 포장 용량별 소매시장 규모	77
[표 4-2] 배추김치 판매 채널별 소매시장 규모	78
[표 4-3] 김치 제조사별 소매시장 규모	80
[표 5-1] 배추김치의 기대요인	86
[표 5-2] 배추김치의 기대 요인 세부언급 키워드	87
[표 5-3] 배추김치의 우려 요인	88
[표 5-4] 배추김치의 우려 요인 세부언급 키워드	89
[표 5-5] 배추김치의 구매고려요인	90
[표 5-6] 배추김치의 구매고려요인 세부언급 키워드	91
[표 5-7] 배추김치 구입장소	92
[표 5-8] 배추김치를 필요로 하는 상황	92
[표 5-9] 함께 언급된 김치의 종류	93
[표 5-10] 배추김치 제조 시 사용하는 속재료	94
[표 5-11] 배추김치 제조 시 사용하는 속재료 세부 언급 키워드	94
[표 5-12] 배추김치를 활용한 요리	95
[표 6-1] 일본 주요 김치 제조사	99
[표 6-2] 일본에서 판매중인 김치	100
[표 6-3] 미국 주요 김치 제조사	103
[표 6-4] 미국에서 판매중인 김치	104
[표 6-5] 중국으로의 김치 수출 규모	107
[표 6-6] 중국 주요 김치 제조사	109
[표 6-7] 중국에서 판매중인 김치	110
[표 6-8] 중국인 대상 김치 인식 및 기호도	112

목차

[그림 1-1] 조사 대상	9
[그림 1-2] 지역별 배추김치	16
[그림 2-1] 배추 유통·소비 흐름도	42
[그림 2-2] 배추 유통가격 동향	44
[그림 2-3] 무 유통가격 동향	48
[그림 2-4] 건고추(화건) 유통가격 동향	53
[그림 3-1] 김치 수출입 현황	65
[그림 4-1] 상품으로 판매되는 배추김치 유통 구조	72
[그림 4-2] 국내 김치 소비량(추정)	73
[그림 4-3] 배추김치 소매시장 규모	74
[그림 4-4] 배추김치 분기별 판매 현황	76
[그림 4-5] 김치 소비자물가지수 추이	81
[그림 5-1] 일본산·한국산 김치 공급량 추이	98

2019 가공식품 세분시장 현황

배추김치 시장





배추김치 시장 요약

1. 배추김치 개요

- 식품공전에는 ‘배추김치’의 별도의 정의는 명시되어 있지 않음. 다만 ‘절임류 또는 조림류’의 하위 품목으로 ‘김치류’가 있으며, 배추김치는 김치류에 포함되어 있음
 - 식품공전 기준 김치류는 배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합공정을 거쳐 그대로 또는 발효시켜 가공한 김치와 김치를 제조하기 위해 사용하는 김칫속을 말함
 - 그 중 배추김치가 포함된 김치는 배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 그대로 또는 발효시킨 것이거나 이를 가공한 것을 말함

2. 배추김치 생산 및 수출입 현황

1) 생산 현황

- (배추김치 생산 소폭 증가세 유지) 배추김치 생산량은 2013년 341,376톤에서 2017년 334,986톤으로 1.9% 감소하였고, 같은 기간 출하량은 298,271톤에서 310,352톤으로 4.1% 증가함
 - 배추김치 원료 가격의 상승으로 김장하는 가구가 줄어 김치 구매에 대한 수요가 증가하였고, 직접 김장을 하기보다 구매하여 섭취하고자 하는 편리성을 중요시 여기는 소비 트렌드의 변화가 배추김치 출하량의 증가로 이어진 것으로 분석됨
- 2016년 배추김치 생산량은 336,896톤에서 334,115톤으로 0.8% 감소한 데에 비해, 생산액은 698,775백만 원에서 767,859백만 원으로 9.9% 상승하였음
 - 2016년 배추 가격이 폭등한 것이 생산액 증가에 영향을 미친 것으로 분석됨. 같은 기간 출하량은 311,512톤에서 306,343톤으로 1.7% 감소한 반면 출하액은 747,652백만 원에서 807,278백만 원으로 8.0% 증가함



2) 수출입 현황

- 배추김치만의 수출입 규모를 따로 구분하여 파악하기 어려워 김치의 수출입 규모를 파악함
- (수출은 2016년을 기점으로 꾸준한 증가세) 김치 수출 규모는 수출량을 기준으로 2014년 24,742톤에서 2018년 28,197톤으로 14.0% 증가하였음. 같은 기간 수출액은 84,033천 달러에서 97,456천 달러로 16.0% 증가함
 - 우리나라 김치 수출 1위인 일본으로의 김치 수출량이 감소하면서 전반적인 김치 수출량이 감소하는 듯하였으나, 일본 이외의 국가로 수출이 다변화되면서 수출액과 물량 증가로 이어진 것으로 분석됨
- (B2B 시장 유통을 중심으로 김치 수입량 증가) 김치 수입량은 2014년 212,938톤에서 2018년 290,742톤으로 36.5% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 104,396천 달러에서 138,215천 달러로 32.4% 증가하며 꾸준한 증가세를 보이고 있음
 - 국내에 수입된 김치는 대부분 중국산이며 주로 B2B 시장에 유통되는 것으로 추정됨. 2017년 추정된 중국산 김치의 평균단가는 817원으로 국내산 김치 평균단가인 2,739원의 약 30% 수준으로 가격 경쟁력 면에서 우위를 차지하고 있음

3. 판매 및 시장 특성

1) 유통 구조 및 김치 전체 시장 규모 추정

- (상품 김치 B2C 비중 20%) 상품으로 판매되는 김치는 외식이나 급식업체로 가는 B2B 비중이 80%이며, 오프라인 소매채널 및 반찬가게, 온라인 등의 B2C 비중이 20% 정도임
- (국내 김치 시장규모 1조 4,473억 원) 국내 김치(배추김치와 기타 김치) 시장 규모는 1조 4,473억 원으로 전년도 1조 3,220억 원에 비해 9.5% 증가한 것으로 추정됨



2) 오프라인 소매채널 규모

- **(판매 규모는 5년간 꾸준한 증가세)** 2018년 기준 배추김치 소매시장 규모는 2,037억 원으로, 2014년 1,128억 원 대비 80.5% 증가하며, 5년간 꾸준한 증가 추세를 보임
 - 상품김치의 편리성, 가공식품에 대한 인식 개선이 배추김치 시장규모 증가로 이어진 것으로 보임. 또한 배추 수급 불안정 등 원재료 가격 상승으로 인한 김장 비용 증가로 인해 김장을 하지 않는 가구가 많아지면서 상품김치에 대한 수요가 꾸준히 증가한 것으로 분석됨

3) 소비자 특성

- **(편리한 섭취 방법이 기대요인으로 작용)** 비닐, 캔 등 포장형태가 다양해지면서 혼자 생활하는 자취생이나 1인 가구, 캠핑족도 '편리하게 취식할 수 있는 김치'에 대한 수요가 있는 것으로 나타남
- **(김치 보관방법, 위생적인 포장패키지 선호)** 가정에서의 김치 구매 증가에 따라 위생적으로 김치를 보관하기 위한 방법, 위생적인 포장김치 고르는 방법에 대한 관심도가 높아짐
 - 대형 제조업체에서 출시하는 배추김치 뿐만 아니라, 제조자 이름을 걸고 판매하는 개인사업자, 직판 형태의 사업장이 늘어나면서 소비자들은 보다 믿을만한 업체, 안전한 김치를 선택하기 위한 방법으로 HACCP과 같은 위생 관련 인증 획득 여부를 확인하는 경향을 보임
 - 또한, 구매에 앞서 양념이 새지 않으며 냄새가 나지 않는 밀봉 기술이 더해진 김치의 포장상태에 대한 수요가 있는 것으로 파악됨
- **(대용량 제품에 대한 수요 점차 증가)** 기존 포장김치 판매는 1인 가구 위주로 소용량 제품의 수요가 높았으나, 최근에는 김장을 포기하고 기존 김장으로 충당했던 김치 소비량을 대용량 구매로 대체하는 기성세대 및 가구가 늘어나면서 대용량 제품에 대한 수요 또한 발생하고 있음



- **(별미김치에 대한 수요 및 판매 증가)** 전통적으로 우리나라 국민 1인당 연간 김치 소비량 중에는 배추김치가 차지하는 비율이 월등히 높았으나 최근에는 갓김치와 총각김치와 같은 별미 김치의 수요가 증가하여 취향에 따라 다양한 종류의 김치를 섭취하고 있는 것으로 나타남
 - 이러한 수요 증가에 발맞추어 배추김치를 판매하는 주요 제조사 및 반찬가게 등에서는 배추김치 구매시 갓김치, 총각김치를 증정하는 프로모션 등을 진행하며 별미김치 판매를 위한 마케팅을 강화하고 있음
- **(다양한 요리에 활용)** 배추김치를 활용한 요리로 국, 탕, 찌개와 같은 국물요리에 대한 언급 비중이 가장 높게 나타났으며, 이 외에도 배추김치는 찜류, 면/만두, 볶음류, 무침요리, 비빔밥/볶음밥/덮밥, 전/부침류, 조림류와 같이 다양하게 활용되는 것으로 나타남

4. 해외 시장 동향

1) 일본

- **(일본 내 김치 시장 성장세)** 일본 식품신문에서 추정한 2018년 일본의 김치 시장 규모는 700억엔(64,064만 달러¹⁾)로 일본 절임 식품 시장 전체의 20%를 점유하고 있는 것으로 파악됨
 - 일본 식품신문 추정 김치 시장 규모 64,064만 달러는 야노경제연구소에서 발표한 2015년 김치시장 규모 55,942만 달러에 비해 14.5% 성장한 규모이며, 일본 김치시장은 일본 자국에서의 김치 생산으로 대부분을 충당하고 있어 수입 의존도가 낮은 편임
- **(맵지 않은 김치, 발효를 강조)** ‘맵지 않은 김치’ 라는 문구로 일본인의 입맛에 맞춘 맛을 강조하는 상품이 대부분임. 또한 김치 홍보 문구에는 ‘발효’ 라는 단어를 강조한 제품들이 판매되고 있음
- **(500g 이하의 소포장 제품 선호)** 일본의 김치는 500g 이하의 소포장으로 작은 플라스틱 일회용 용기에 판매하는 제품이 대부분임

1) 100엔=0.92달러(작성시점 2019.08.01 환율 기준)



- 일본은 1인 가구의 비율이 전체 가구의 35%에 해당하기 때문에 1인 가구를 위한 소포장 식품이 인기임²⁾. 김치의 경우 100g의 소포장 제품을 찾는 소비자가 많고, 대부분 500g 이하의 용량으로 판매되고 있음

2) 미국

- **(미국 내 김치의 시장규모는 꾸준히 증가)** 2016년 기준 미국의 온라인 김치 시장 규모는 약 3,730억 달러를 기록하여, 전년 대비 10% 증가함
- **(단맛, 매운맛보다 ‘건강’, ‘비건’, ‘발효’ 강조)** 밀레니얼 세대의 소비가 증가하면서 식품의 원재료와 제조과정에 대한 관심이 높아짐
 - 미국 김치의 경우에는 ‘비건’ 을 강조하여 액젓(생선소스)를 넣지 않는 상품도 있으며, 미국 소비자들은 식품을 선택하는 기준으로 유기농과 Non-GMO 재료 사용여부를 중요하게 여김

3) 중국

- **(연간 약 30만 톤의 한국식 김치를 생산하는 것으로 추정)** 중국 내 김치 생산 업체들은 한국 독자기업, 한중합자기업, 교포기업 등의 형태가 있으며, 최근 김치 소비 증가에 따라 중국 식품기업들도 한국식 김치 생산에 참여하고 있는 추세임
- **(중국으로의 김치 수출량 증가세)** 우리나라에서 중국으로의 김치 수출량은 2014년 대비 2018년 3톤에서 121톤으로 3933.3% 증가하였고, 수출액은 16천 달러에서 419천 달러로 2518.8% 증가하였음
- **(중국 내 지역별 선호하는 맛에 차이 존재)** 중국의 북방은 생야채에 익숙한 입맛으로 생김치를 주로 선호하고, 남방은 생야채를 잘 섭취하지 않는 문화로 인해 생김치와 더불어 적당히 익은 김치를 선호하는 것으로 나타남
 - 우리나라 제조사는 중국인의 입맛에 맞는 김치를 제조하기 위해 마늘향과 젓갈을 줄이고, 신맛을 줄인 김치를 개발하는 등 김치맛을 현지화 해나가고 있음

2) 일본, 소포장 쌀 바람...새 유통·판매 방식 ‘날갯짓’, 농민신문, 2018.10.22

제 1 장 조사 개요

제 1 절
조사 배경 및 목적

제 2 절
조사 대상 및 방법

제 3 절
시장 개요





제 1 절 조사 배경 및 목적

- 2010년 이래로 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사 주관하에 가공식품 품목별 세분시장 현황조사 보고서를 매년 발간하고 있음
 - 품목별 가공식품 세분시장 현황조사의 목적은 식품기업·학계·정부·유관기관 등에 심층적인 정보를 제공하여 식품산업 발전을 도모하는 데 있음
- 가공식품 시장이 꾸준히 성장하면서 소비자 라이프 스타일 변화에 따라 시장 환경이 다양해지고 빠르게 변화하고 있음. 기업들은 이러한 시장 속에서 기회를 발견하고 환경에 맞는 전략 수립으로 생존을 유지해갈 필요가 있음
- 이에 본 조사는 가공식품 산업 구조를 고려한 자료 수집 및 분석을 통해 식품산업 관련 이해관계자들에게 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 데이터를 기반으로 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적이고 가치 있는 정보를 제공하는 것이 목적임
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공하고자 함
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 본 조사를 시행함



제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 2019년 가공식품 세분시장의 조사대상은 간편식, 음료류, 커피류, 두부류·묵류, 과자류 등을 포함한 총 10개의 품목으로 구성되어 있으며, 이번 품목군은 ‘배추김치(절임배추 포함)’ 임

[그림 1-1] 조사 대상



2. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌 조사와 빅데이터 조사로 이루어짐

1) 문헌 조사

- 주요 국내 문헌 자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 관세청 수출입 무역통계, 식품산업통계정보(FIS)임
- 배추김치 정의와 분류는 식품의약품안전처의 식품공전 기준을 활용하였으며, 국내 생산 및 출하실적은 식품 및 식품첨가물 생산 데이터를 활용함



- 수출입은 관세청 수출입 무역통계 실적을 바탕으로 분석하였으며, 소매유통은 식품 산업통계정보(FIS)의 소매점 매출액, 소비는 언론 리포트/기사와 소셜네트워크 서비스(SNS) 자료를 추출하여 빅데이터 분석을 진행함. 그 외 확인이 어려운 부분은 전문가 인터뷰를 활용함
- 해외동향은 일본, 미국, 중국 등의 오픈된 소비 시장 자료 외에 KATI, KOTRA 등의 자료도 활용하여 분석함

2) 빅데이터 조사

- SNS는 실시간 의사소통과 정보 공유가 가능한 플랫폼으로 소비자의 생각과 언어가 기록되어 있음. 소비자 언어 기반의 SNS 자료를 수집하여 소비자 특성에 대해 분석하였음
 - 분석 대상 채널은 다른 SNS에 비해 제품 후기부터 일상생활까지 다양한 정보가 기록되어 있는 네이버 블로그로 선정하였음
 - 분석 기간은 최근 트렌드를 반영하기 위하여 2018년 7월 1일부터 2019년 7월 30일인 1년 1개월 자료를 수집하여 분석함
 - 분석에 사용한 데이터의 양은 약 1만 5천 건이며, 데이터 추출에 사용된 키워드는 [표 1-1]에서 확인 가능함. 품목별로 사용한 데이터의 양은 [표 1-2]와 같음
- 빅데이터 분석 방법은 다음과 같은 단계로 진행됨
 - 1단계 데이터 수집 : 분석 대상 채널에서 관련 키워드를 포함한 문서들을 수집 엔진으로 수집함
 - 2단계 데이터 정제 및 언어처리 : 수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거하고, 비정형화된 자료들을 정형화하기 위해 작업하는 일련의 과정을 거쳐 신뢰성 높은 데이터를 확보함
 - 3단계 데이터 정형화 및 분석 : 정제된 데이터를 정형화하고, 그 결과물을 조사 목적에 맞게 분석함
- 본 보고서는 빅데이터 분석 시, 품목별 키워드를 통해 자료를 수집하였고, 브랜드 및 제품을 언급한 문서들만 추출하여 배추김치로 정의하였음



[표 1-1] 빅데이터 조사 개요

추출 키워드	<ul style="list-style-type: none"> ○ 총 2 건 - 배추김치 1건 - 절임배추 1건
가공식품 정의	○ 각 품목별로 가공식품 주요 브랜드 및 제품을 언급한 문서만 추출하여 가공식품 시장으로 정의함
수집 시기	○ 2018년 7월 1일 ~ 2019년 7월 30일 (1년 1개월)
수집 채널	○ 네이버 블로그
총 언급량	○ 약 1만 5천 건

[표 1-2] 품목별 사용 데이터의 양

(단위:건)

품목	데이터의 양
배추김치	11,632
절임배추	3,588
합계	15,220



제 3 절 배추김치 시장 개요

1. 배추김치의 정의

- 배추김치의 일반적인 정의는 배추와 고춧가루로 담근 김치를 의미하는데, 여러 문헌 자료에 기록되어 있는 배추김치의 정의를 살펴보면 다음과 같음
 - 두산백과 : 배추를 주재료로 하여 소금에 절여 행군 뒤 기호에 따라 여러 가지 양념을 넣고 담그는 김치를 말함³⁾
 - 전통향토음식 용어사전 : 배추를 소금에 절여 무채 등의 채소와 고춧가루 양념을 버무려 만든 김치임⁴⁾
 - 식품과학기술대사전 : 배추를 통째로 갈라서 절여 잎 사이에 무채 양념을 채운 포기김치로 우리나라 김치 중 가장 대표적이며, 겨울철 김장김치로 주로 많이 담금. 소에 배, 밤 등의 과실을 넣기도 함⁵⁾
 - 한식진흥원 : 배추를 소금에 절인 다음 잎 사이사이에 무채, 고춧가루, 다진 마늘, 젓갈 등을 버무린 소를 넣어 담그는 김치를 말함⁶⁾
- 위의 정의 외에 식품공전에는 ‘배추김치’의 별도의 정의는 명시되어 있지 않지만 ‘절임류 또는 조림류’의 하위 품목으로 ‘김치류’가 있음
 - 식품공전 기준 김치류는 배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합공정을 거쳐 그대로 또는 발효시켜 가공한 김치와 김치를 제조하기 위해 사용하는 김칫속을 말함
 - 그 중 배추김치가 포함된 김치는 배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 그대로 또는 발효시킨 것이거나 이를 가공한 것을 말함
- 국제식품규격위원회(CODEX)는 김치에 대한 세 가지 요건으로 기준을 정하고 있음⁷⁾

3) 두산백과(doopedia), 두산

4) 전통향토음식 용어사전, 교문사, 농촌진흥청 국립농업과학원, 2010

5) 식품과학기술대사전, 광일문화사, 한국식품과학회, 2004

6) 한식진흥원(www.hansik.or.kr)

7) 김치정보서비스시스템(wkiss.wikim.re.kr)



- 첫째, 다양한 배추(Brassica pekinensis Rupr)로 조제된 것으로 배추는 뚜렷한 결점이 없어야하고 배추의 비가식 부분을 제거하여 소금에 절인 다음 신선한 물로 세척한 후 탈수하여 불필요한 수분을 제거한 배추를 그대로 사용하거나 적당한 크기로 절단한 것임. 둘째, 고춧가루(Capsicum annuum L), 마늘, 생강, 파 및 무 등으로 구성된 혼합 양념으로 버무리는 것으로 이러한 재료는 다지거나 채썰거나 잘게 잘라서 사용할 수 있음. 마지막으로 저온에서의 젖산 생성에 의한 제품의 적절한 숙성과 보존성을 확보하기 위해 적합한 용기에 넣는데, 넣기 전후에 발효된 것임
- 추가적으로 김치의 형태는 전형의 배추, 종으로 반할된 배추, 종으로 사분할 된 배추, 배추 잎을 1~6cm 길이와 폭으로 절단한 배추와 같이 네 가지 중 하나의 형태이어야 한다고 규정하고 있음

2. 배추김치의 종류

- 배추김치는 원료, 제조공정 등이 다양하기 때문에 분류하는 방식도 여러 가지가 있음. 각종, 문헌, 보고서, 연구소 등의 자료를 바탕으로 전통식품 표준규격 기준의 배추김치와 지역별 배추김치 등으로 나누어 살펴봄

1) 전통식품 표준규격 기준 배추김치⁸⁾

- 국립농산물품질관리원의 전통식품 표준규격에서는 김치류의 종류를 37가지로 나누었으며, 이 중 포기김치, 막김치, 보쌈김치, 백김치, 묵은지, 겉절이가 배추김치의 종류에 해당하는 것으로 보임
- 포기김치란 통배추 혹은 절단배추(2절 또는 4절)를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념 및 부원료를 혼합하여 만든 소를 배추 속에 넣고 발효·숙성한 것을 말함
- 막김치란 배추를 적당한 크기로 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하고 발효·숙성한 것을 말하며 ‘맛김치’ 라고도 함

8) 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원 (2017년 10월 07일 고시 기준)



- 보쌈김치란 통배추 혹은 절단배추를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 배추 속에 넣고 가로로 절단하여 가지런히 모은 후, 윗면에 어패류, 과일류, 육류 등을 더 첨가하고 절인 배춧잎으로 감싸서 발효·숙성한 것을 말함
- 백김치란 통배추 혹은 절단배추를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 고춧가루를 제외한 양념을 배추 속에 넣고 물을 넣어 발효·숙성한 것을 말함
- 묵은지란 통배추 혹은 절단배추(2절 또는 4절)를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 배추 속에 넣고 6개월 이상 발효·숙성한 것을 말함
- 겉절이란 배추를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려서 만든 것을 말함

[표 1-3] 전통식품 표준규격 기준 김치류

김치류 종류	정의
포기김치	통배추 혹은 절단배추(2절 또는 4절)를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념 및 부원료를 혼합하여 만든 소를 배추 속에 넣고 발효, 숙성한 것을 말함
막김치	배추를 적절한 크기로 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하고 발효, 숙성한 것을 말하며 ‘맛김치’ 라고도 함
보쌈김치	통배추 혹은 절단배추를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 배추 속에 넣고 가로로 절단하여 가지런히 모은 후, 윗면에 어패류, 과일류, 육류 등을 더 첨가하고 절인 배춧잎으로 감싸서 발효·숙성한 것을 말함
백김치	통배추 혹은 절단배추를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 고춧가루를 제외한 양념을 배추 속에 넣고 물을 넣어 발효, 숙성한 것을 말함
묵은지	통배추 혹은 절단배추(2절 또는 4절)를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 배추 속에 넣고 6개월 이상 발효, 숙성한 것을 말함
겉절이	배추를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려서 만든 것을 말함
섞박지	배추무를 넓적하게 절단하여 염수나 소금으로 절인 후, 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합한 것 또는 이를 섞어 발효, 숙성한 것을 말함
총각김치	총각무를 통째로 혹은 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 그대로 혹은 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
열무김치	열무를 통째로 혹은 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 그대로 혹은 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
깍두기	무를 적절한 크기의 육면체로 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
갓김치	갓을 통째로 혹은 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
순무김치	순무를 절단하여 염수나 소금으로 절인 후 그대로 혹은 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
고들빼기김치	고들빼기를 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 다음, 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함



김치류 종류	정의
파김치	쪽파를 주원료로 하여 염수 또는 멸치젓국으로 절인 후, 양념을 혼합하여 한데 묶어 발효, 숙성한 것을 말함
동치미	무를 통째로 혹은 절단하여 소금으로 절인 후, 양념을 넣고 여기에 소금물을 부어서 발효, 숙성한 것을 말함
나박김치	무를 알파하고 네모지게 썰어서 염수나 소금으로 절인 후 물로 씻고 탈수시킨 후 고춧가루로 빨갱게 물들인 다음 양념을 넣고 여기에 염수를 부어 발효, 숙성한 것을 말함
깻잎김치	고춧가루 등을 이용하여 제조한 양념을 소금에 절인 깻잎 사이사이에 넣고 발효, 숙성한 것을 말함
고구마김치	고구마 혹은 고구마줄기를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
부추김치	절인 부추를 고춧가루, 마늘 생강 등 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
오이김치	절인 오이를 길게 잘라 칼집을 내어 안에 양념을 넣고 발효, 숙성한 것을 말함
양파김치	절인 양파를 주원료로 하여 양념을 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
민들레김치	민들레를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
더덕김치	통 더덕에 칼집을 넣고 그 안에 소를 넣어 발효, 숙성한 것을 말함
마늘김치	마늘 혹은 마늘잎을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
달래김치	절인 달래를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
두릅김치	절인 두릅을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
인삼김치	절인 인삼을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
죽순김치	절인 죽순을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
호박김치	절인 호박을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
미나리김치	미나리를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
냉이김치	절인 냉이를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
시금치김치	시금치를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함
콩나물김치	데친 콩나물을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
썩갓김치	썩갓을 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
가지김치	가지를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
도라지김치	도라지를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 발효, 숙성한 것을 말함
고수김치	절인 고수를 주원료로 하여 양념과 혼합하여 버무려 만든 것을 말함

* 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원 (2017년 10월 17일 고시 기준)

2) 지역별 배추김치⁹⁾

- 우리나라는 남북의 기온차가 크고 남쪽에서 북쪽으로 갈수록 겨울이 긴 것이 특징임. 이러한 기후 현상은 채소 재배와 수산물 등에 영향을 미쳐 지역별 특색 있는 김치를 발달시킴. 이에 따라 지역별 김치의 특징 및 배추김치를 살펴보면 다음과 같음

9) 2018 Kimchi Q&A, 세계김치연구소
김치박물관(www.kimchimuseum.com)
지역별 김치의 종류, 두산백과(doopedia), 두산



가. 서울·경기도

- 서울과 경기 지역의 김치는 짜거나 싱겁지 않은 적당한 맛과 담백한 젓국을 사용하는 것이 특징임
- 서울은 자체에서 나는 산물보다 전국에서 생산된 재료가 수도인 서울로 모여 재료를 다양하게 사용함. 김치 맛은 짜지도 않고 싱겁지도 않은 적당한 간을 지니고 있음. 젓갈은 새우젓, 조기젓, 황석어젓 등 담백한 젓국을 주로 사용하며 멸치젓은 1930년대부터 전라도와 경상도 외 지역까지 유통되기 시작하면서 사용함
- 경기도는 동쪽 산간지방의 산채와 서해안의 풍부한 해산물의 영향을 받아 김치 종류가 다양함. 서울과 비슷하게 간을 하며 김치 속에 생새우, 생갈치, 생태 등을 넣어 감칠맛을 낸
- 서울, 경기 지역의 대표적인 배추김치로는 배추김치, 개성식 보쌈김치, 장김치, 숙김치 등이 있음

[그림 1-2] 지역별 배추김치



* 韓國傳統김치의 起源과 그 變遷, 경주대학교, 권계향, 2004.12



나. 강원도

- 강원도는 동해안과 접해있어 싱싱한 해산물을 쉽게 구할 수 있다는 지역적 특성이 김치 제조법에 반영되어 있음
 - 근처 바다에서 많이 잡히는 생선을 재료로 하는 김치가 많으며, 생태, 오징어채, 말린 생태살을 젓국으로 버무려 간을 맞추고 멸치를 달여서 국물로 이용함
 - 강원도의 해산물을 사용한 김치로는 가자미식해, 해물김치, 북어배추김치, 아가미(서거리)깍두기 등이 있으며 배추김치로는 북어배추김치, 콩치김치 등이 있음

다. 충청도

- 충청도의 김치는 서울을 비롯한 중부지방과 비슷하게 조기젓, 황석어젓, 새우젓 등을 많이 사용하며, 중간정도의 간으로 소박한 맛을 내는 것이 특징임
 - 젓갈을 많이 사용하지 않고 소금만을 사용하는 것이 특징이며 갯, 미나리, 파, 삭힌 풋고추, 청갯 등을 많이 사용함. 표고버섯이나 배, 밤 등의 재료를 넣어 은근한 맛이 우러나오도록 김치를 담그기도 함
 - 충청도의 배추김치로는 배추고갱이김치, 배추짬지 등이 있음

라. 전라도

- 전라도 김치는 따뜻한 날씨로 쉽게 시어지는 것을 방지하기 위해 고추와 젓갈을 많이 넣어 김치가 맵고 짭짤하며 진한 맛과 감칠맛이 나는 것이 특징임
 - 전라도는 비옥한 평야와 서해안이 있어 곡식, 산채, 해산물이 풍부하며 김치의 종류도 다양함. 고추를 갈아 젓갈을 섞어 만든 고추 양념을 사용하여 칼칼한 맛을 내며, 시원한 맛을 위해 찹쌀풀이나 여러 채소를 부재료로 넣기도 함. 멸치젓을 가장 많이 이용하며, 이외에도 조기젓, 새우젓 등을 이용함
 - 특히 고춧가루보다는 마른 고추를 물에 다시 불려서 갈아 걸쭉하게 만든 젓국을 많이 사용하는 것이 특징임
 - 전라도의 배추김치로는 배추김장김치, 전라반지 등이 있음



마. 경상도

- 경상도의 김치는 부패를 방지하고 지방 성분의 산태를 막기 위해 마늘과 고춧가루를 많이 사용하고, 소금과 젓갈을 많이 넣어 매운 맛이 강하고 간이 썸
- 경상도는 따뜻한 기후의 영향으로 다른 지역보다 늦은 12월에 김장을 함. 저장성을 높이고 김치가 쉽게 시어지는 것을 방지하기 위해 소금, 고춧가루를 많이 넣고 국물을 적게 만드는 것이 특징임. 매운 맛과 간이 세다는 점에서 전라도 김치와 비슷하나, 경상도 김치는 멸치젓을 달여 국물만 이용하고, 갈치속젓을 넣기도 함
- 경상도의 배추김치로는 꽃감배추김치, 생멸치배추김치 등이 있음

바. 제주도

- 제주도는 사시사철 기후가 따뜻하여 다른 지역에 비해 김장의 필요성이 적은 지역이기 때문에 김치의 종류가 비교적 적고 단순함
- 제주도는 식재료가 귀하어 만드는 방법이 간단하고 양념을 적게 사용해서 재료가 가진 본연의 맛을 살리는 김치를 만드는 것이 특징이며, 제주 지역의 해산물을 넣는 김치가 발달함. 한겨울에도 날씨가 따뜻하여 싱싱한 채소를 구할 수 있기 때문에 김장을 많이 하지 않고 재래종 배추의 줄기나 꽃봉오리로 김치를 담가 먹기도 함
- 제주도의 배추김치로는 꽃대김치, 퍼데기김치¹⁰⁾ 등이 있음

사. 황해도

- 황해도는 기후가 서울과 비슷하여 중부지방의 김치와 비슷하나 분디, 고수 등 독특한 맛을 내는 향신 채소를 사용하는 것이 특징임
- 김치에 향신채를 사용하는 황해도에서는 대표적으로 호박김치에 분디를 넣고 배추김치에 고수를 넣는 특징이 있음. 젓갈은 새우젓, 조기젓, 감동젓(잔새우젓) 등을 많이 쓰며, 중간 정도의 간으로 국물도 적당히 넣음
- 황해도의 배추김치로는 보쌈김치, 고수를 넣은 배추김치 등이 있음

10) 제주도의 퍼데기배추로 만든 김치임. 퍼데기배추란 집 울타리 또는 노지에서 추위를 이겨낸 배추로, 진한 초록색을 띠며, 질긴 것이 특징임 / 농업기술포털 농사로(www.nongsaro.go.kr)



아. 평안도

- 평안도 지방은 습기 때문에 김치의 간이 세지 않으며 국물이 많은 편이고, 다른 지역보다 젓갈을 적게 넣어 담백하고 깔끔한 맛을 내는 것이 특징임
- 배추김치에 넣는 채소는 무채, 마늘, 생강, 고춧가루, 실고추 등이 있으며 비교적 적은 양의 채소를 넣는 편임. 김치의 모양보다는 먹을 때 푸짐하게 담아내는 것을 중요시하고 새우, 토하, 갈치 등의 생선이 많아 김치에 생갈치, 생새우, 갈치젓, 조기젓, 새우젓 등을 넣음. 쇠고기 육수를 이용하여 시원하고 감칠맛을 냄
- 주로 배추와 무를 함께 통으로 담그고 국물을 많이 잡아 습습하게 간을 하여 익히는 게 특징임
- 평안도의 배추김치로는 평안도 통배추무김치, 백김치 등이 있음

자. 함경도

- 함경도는 추운 기후 탓에 젓갈문화가 발달하지 않아 젓갈보다는 생선을 그대로 사용하는 경우가 많으며, 젓갈 보다는 소금으로 간을 맞추는 것이 특징임
- 동태나 가자미, 대구를 썰어 깎두기, 배추김치 포기 사이에 넣고 김칫국물을 넉넉하게 넣어 김치를 담금. 동치미 국물로 냉면을 말아먹는 등 김칫국물을 사용함. 젓갈 사용은 적게 하며 배추김치의 경우 젓갈 보다 소금을 사용하여 간을 맞추어 김장함
- 함경도의 배추김치로는 배추가자미김치, 동태배추김치 등이 있음

[표 1-4] 지역별 김치종류

지역	종류
서울	장김치, 숙깍두기, 동치미, 풋고추겉절이, 풋고추김치, 가을배추겉절이, 나박김치, 통배추김치, 통배추백김치, 총각무동치미, 오이소박이, 감동젓무김치, 섞박지, 보쌈김치, 총각김치, 깎두기
경기도	배추김치, 총각김치, 백김치, 미나리김치, 장김치, 파상치절이지, 용인외지, 순무짬지, 순무김치, 꿩김치, 고구마줄기김치, 숙김치, 개성보쌈김치, 수삼나박김치, 호박김치, 순무섞박지, 무비늘김치, 게걸무김치, 오이소박이, 오이물김치, 즉석김치, 씨도리김치
강원도	창란젓깍두기, 채김치, 동치미, 해물김치, 서서리김치, 새치김치, 콩치김치, 북어배추김치, 북어무김치, 배추고갱이김치, 봄원추리김치, 돌나물김치, 오징어김치, 무청김치, 해초김치, 콩나물김치, 참나물김치, 산갓김치, 대구깍두기
충청도	오이지, 콩나물짬지, 열무물김치, 가지김치, 박김치, 시금치김치, 보쌈김치, 새우젓깍두기, 호박계국지, 깻잎김치, 쪽파젓김치, 총각김치, 순무밴댕이김치, 동치미, 신건지, 나박김치, 비늘김치, 굴깍두기, 고춧잎김치, 배추고갱이김치, 공주깍두기



경상도	고추겉절이, 숙음배추겉절이, 전복김치, 속세김치, 콩잎김치, 우엉김치, 부추김치, 산갓김치, 골곰짜지, 돌나물김치, 더덕김치, 곤달비김치, 들깨잎김치, 깻잎김치, 고추잎김치, 부추김치, 도라지김치, 고구마줄기김치, 콩밭열무김치, 박김치, 멸치젓통김치, 가지김치, 통대구소박이, 알타리막동치미, 모젓깍두기, 백김치, 파김치, 고추김치, 비지미(깍두기), 멸치젓섞박지, 방울무김치, 배추김치, 나박김치, 곤지김치
전라도	갓쌈지, 고들빼기김치(구례), 흥갓김치(구례), 흥어김치(나주), 경종배추(결구배추)김치(나주), 생조기를 넣은 반동치미(나주), 배추포기김치, 검들김치, 굴깍두기, 반지(백지), 파김치, 돌산갓김치, 우엉김치, 양파김치, 동치미, 파래김치, 고구마김치, 고추잎김치, 가지김치, 나주동치미, 해남감김치, 꼬막김치(보성), 꼬막오이소박이(보성), 전복김치(완도), 툷김치(완도), 돼지고기김치(보길도), 파래김치(보길도), 감태지(완도)
제주도	갓김치, 동지김치, 무김치, 달래김치, 막김치, 방풍잎김치(깻잎나물김치), 배추김치, 퍼대기김치, 부추김치(세우리집치), 열무김치, 전복김치, 나박김치, 해물김치, 평마농김치(달래김치), 남뽕김치(무김치), 봄동김치, 꽃대김치, 갓물김치, 툷김치, 청각김치, 즉석김치, 물김치, 실파김치, 숙음배추김치
황해도	동치미, 호박김치, 갓김치, 고수김치, 석박지, 보쌈김치, 풋고추김치, 파김치, 배추김치, 나박김치, 풋김치
평안도	가지김치, 영변김장김치, 김치오가리, 분디물김치, 지름섞박지, 백김치, 콩나물김치, 호박김치, 빨간무소박이, 나박김치, 평양 진남포 통김치, 나복동치미
함경도	참나물김치, 썩갓김치, 함경도대구깍두기, 채갈김치, 봄김치, 가자미식해, 콩나물김치, 무말랭이김치, 산갓김치, 배추김치, 썩갓김치, 무청김치

* 이효지. 한국의 음식문화, 김치. 교문사(2015)

3) 주요 재료별 김치의 종류¹¹⁾

- 한국과학기술한림원에서 발행한 ‘발효식품 과학과 산업의 종합발전 방향’에서는 김치류를 주요 원료에 따라 분류했음. 배추김치류에는 배추김치, 통배추김치, 양배추김치, 속대김치, 보쌈김치, 백김치, 씨도리김치, 열갈이김치, 봄동겉절이김치, 배추 겉절이김치 등이 있음
- 속대김치는 배추속대와 젓갈, 생선, 갓은 양념을 사용해 맛과 풍미를 진하게 만든 김치임. 특히 배추속대에는 섬유질이 풍부하게 들어있어 변비에 효과가 있음
- 열갈이김치는 열갈이배추에 미나리, 실파, 붉은 고추, 고춧가루, 밀가루풀 등을 넣어 담그는 김치임. 푹푹하고 상큼한 맛을 즐길 수 있어 봄부터 여름까지 많이 담가 먹음
- 씨도리김치는 씨도리배추에 마늘, 생강, 마른 고추, 배 등을 넣어 맑게 담근 물김치임. 씨도리배추란 잎의 푸른 부분이 많고 속이 잘 여물지 않은 배추이며, 맛이 고소하고 담백하여 예전부터 김치재료로 사용해 옴. 가을 김장철에 담가 설 무렵까지 먹음

11) 발효식품 과학과 산업의 종합발전 방향, 한국과학기술한림원, 2015.03



[표 1-5] 주요 원료별 김치 분류

분류	종류	
김치류	배추김치류	배추김치, 통배추김치, 양배추김치, 속대김치, 보쌈김치, 백김치, 씨도리김치, 얼갈이김치, 봄동겉절이김치, 배추겉절이김치
	무김치류	총각김치, 알타리김치, 빨간 무김치, 숙김치, 서거리김치, 채김치, 비늘김치, 무청김치, 나박김치, 애무김치, 단무지, 열무감자김치, 비지미, 무푹음김치, 무백김치, 무명대김치, 무국화김치, 무배김치, 무오거리김치, 무말랭이김치, 무말랭이
	나물김치류	호박김치, 깻잎김치, 미나리김치, 냉이김치, 시금치김치, 콩나물김치, 고들빼기김치, 박김치, 죽순김치, 썩갓김치, 고구마줄거리김치, 고춧잎김치, 가지김치, 달래김치, 메밀순김치, 도라지김치, 두릅김치, 부추김치, 고수김치, 풋마늘김치
	석박지	멸치젓석박지, 동아석박지, 배추석박지, 무석박지, 대구석박지, 고춧잎석박지
	파김치	실파김치, 쪽파김치, 오징어 파김치, 전라도 파김치, 황해도 파김치
	어패류 및 육류김치	굴김치, 콩치김치, 새치김치, 대구김치, 북어김치, 오징어김치, 전복김치, 닭김치, 꿩김치, 제육김치
	해조류김치	파래김치, 미역김치, 청각김치, 톳김치
	물김치류	시금치물김치, 인삼오이물김치, 청각물김치, 가지물김치, 분디물김치, 알타리국물김치, 열무물김치, 돌나물물김치, 콩나물국물김치, 더덕물김치, 갓물김치, 오이물김치, 열무오이물김치, 연배추물김치, 배추물김치, 평안도 통배추국물김치, 풋배추물김치, 숙음배추물김치, 달랭이물김치
	기타김치류	갓지, 석류김치, 어리김치, 골림김치, 곤지김치, 고추김치, 장김치, 울장김치, 원추리김치, 하루나김치, 냉면김치, 찌개김치
깍두기류	알깍두기, 굴깍두기, 아가미깍두기, 명태깍두기, 썩갓깍두기, 우엉깍두기, 숙깍두기, 대구깍두기, 대구알깍두기, 즉석용 흰깍두기, 열무오이깍두기, 오이깍두기, 풋고추깍두기, 풋고추알깍두기, 삶은무깍두기, 북어깍두기, 오징어깍두기, 채깍두기, 창란젓깍두기, 곤쟁이젓깍두기, 멸치젓깍두기	
동치미	동치미, 서울동치미, 나복동치미, 실파동치미, 무청동치미, 갓동치미, 총각무동치미, 알타리동치미, 궁중식 동치미	
겉절이류	상치겉절이김치, 얼절이김치, 배추겉절이김치, 배추시래기김치, 실파겉절이김치, 무겉절이김치, 오이겉절이김치, 깻잎-양파겉절이김치, 열무겉절이김치, 부추겉절이김치	
생채류	도라지생채, 노각생채, 파생채, 오이생채, 오징어생채, 더덕생채, 무생채, 제육생채	
식해류	가자미식해, 마른 고기식해	
장아찌류	마늘장아찌, 마늘쫑장아찌, 달래장아찌, 고춧잎장아찌, 풋고추장아찌, 배추꽃이장아찌, 배추잎장아찌, 무채장아찌, 무숙장아찌, 연무장아찌, 무청장아찌, 무말랭이젓장아찌, 배추무말랭이장아찌, 배추짠지, 파짠지, 파강회짠지, 무채짠지, 삭힌고추짠지, 무배추고추잎짠지, 고갱이짠지, 열무짠지, 골곰짠지	

* 발효식품 과학과 산업의 종합발전 방향, 한국과학기술한림원, 2015.03



3. 배추김치 주요 제품

- 배추김치의 주요 제품은 전통식품 표준규격 분류에 따라 배추김치에 해당하는 포기김치, 막김치(맛김치), 보쌈김치, 백김치, 목은지, 겉절이로 구분하여 살펴봄
 - 시중에 판매중인 상품들을 인기순, 판매량 순으로 살펴본 결과, 비닐포장된 형태가 대부분으로 포기김치와 목은지는 5kg 또는 10kg 단위 제품, 막김치(맛김치)와 보쌈김치, 백김치는 5kg 이하 제품, 겉절이는 1~2kg 단위 제품이 다수임

【표 1-6】 배추김치 주요 제품

전통식품 표준규격 분류	제품명(제조사/판매원)	이미지	식품공전 기준
포기김치	종가집 포기김치(대상 FNF) 비비고 포기 배추김치 (씨제이 제일제당) 하선정 포기김치 (씨제이 제일제당)		김치
막김치 (맛김치)	종가집 맛김치 (대상 FNF) 피코크 조선호텔 맛김치(신세계조선호텔김치/이마트) 하선정 맛김치 (씨제이 제일제당)		
보쌈김치	비비고 보쌈김치(씨제이 제일제당) 한성 궁중식 보쌈김치 (한성식품/태웅물산) 연안 보쌈김치 (연안식품/남촌F&B)		
백김치	종가집 백김치 (대상 FNF) 비비고 백김치 (씨제이 제일제당) 마음심은 이종임 백김치 (호텔리어쿡/강가의나무)		
목은지	종가집 목은지 (대상 FNF) 비비고 목은지 (씨제이 제일제당) 피코크 해남 목은지 (화원농협김치가공공장/이마트)		
겉절이	자연이 만든 해뜰 겉절이 김치 (해뜰종합식품/잇츠푸드) 연안김치 겉절이 (연안식품/남촌F&B) 평창에 겉절이 (농업회사법인 평창후레쉬푸드/수아인터내셔널)		

* 이마트(www.ssg.com), 롯데마트(www.lottemart.com), 홈플러스(www.homeplus.co.kr), 네이버쇼핑(shopping.naver.com) 홈페이지



4. 배추김치 관련 인증 및 제도

- 김치는 한국의 전통식품으로, 김치에 관련한 각종 제도가 마련되어 있음. 배추김치는 김치의 한 종류이므로, 김치 관련 제도를 통해 배추김치 관련 인증 및 제도를 살펴봄

1) 인증제도

가. 전통식품품질 인증제도¹²⁾

- 전통식품품질 인증제이란 국내산 농수산물을 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도임. 생산자에게는 고품질의 제품 생산을 유도하고, 소비자에게는 우수한 품질의 우리 전통식품을 공급하는 데 목적이 있음



- 전통식품의 품목 지정은 농림축산식품부 장관이 전통식품산업의 지원과 육성을 위해 국산농산물을 주원료로 제조·가공되고 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛·향 및 색깔을 내는 전통식품의 개발과 그 계승·발전을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 전통식품으로 직접 지정하거나, 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 이를 지정하여 고시함
- 한과류, 메주, 청국장 등 85개의 인증 품목이 있으며, 김치류는 규격번호 T020으로 인증 품목에 포함됨¹³⁾
- 2017년 10월 전통식품 표준규격 품목의 일부 제정 및 폐지가 있었으며, 김치류의 표준규격이 일부 개정되어 현재까지 시행되고 있음
- 전통식품 표준규격 개정을 통해 김치류 품목은 품질관리의 용이성, 생산의 효율성을 증대하고 환경보호 등 절임배추 사용에 따른 다양한 장점 및 대중화를 반영하기 위해 절임배추 사용을 허용, 이에 대한 관리방안을 마련하기로 함. 또한 김치의 매운맛 등급제 표시제를 권고사항으로 개정하였음

12) 국립농산물품질관리원 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr/goodfood/portal/index.jsp)

전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원 (2018년 12월 26일 고시 기준)

13) 전통식품 품질인증 대상품목, 농림축산식품부고시 제 2018-85호 (2017.10.15.고시 기준)



나. 대한민국 식품명인 제도¹⁴⁾

- 대한민국식품명인 제도는 우수한 식품의 계승 발전을 위해 식품 제조·가공·조리 등의 분야(전통식품명인 및 일반식품명인)에서 명인을 지정하여 육성하기 위한 취지로 마련됨
 - 지자체 및 민간단체에서 ‘명인’이라는 용어를 널리 사용하며 국가 지정의 ‘식품명인’ 과 혼동되어 이를 개선하고자 2019년 7월 농림축산식품부는 전통식품명인의 명칭을 ‘식품명인’ 에서 ‘전통식품’ 명인으로 용어 개정을 실시함
 - 식품명인은 엄격한 심사기준에 따라 선정되는데, ‘20년 이상 한 분야의 식품에 정진한 자’ 이거나 ‘전통방식을 원형대로 보존하고 이를 실현할 수 있는 자’ , 또는 ‘명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년 이상 이수 받고 10년 이상 그 업에 종사한 자’ 여야 함
- 2019년 1월 기준, 77명이 지정되어 있으며, 식품 52명, 주류 25명의 식품명인이 있음
 - 식품분야의 명인 중 김치 품목의 식품명인은 총 6명이며, 지정 품목은 모두 배추김치 종류임. 2007년 29호 김순자 명인, 2010년 38호 유정임 명인, 2014년 57호 강순의 명인, 58호 이하연 명인, 2015년 66호 윤미월 명인, 2018년 76호 오숙자 명인이 김치 품목의 식품명인으로 지정됨



[표 1-7] 김치 식품명인

지정 번호	지정일	명인	지정품목	이미지
29호	2007.05.04	김순자 명인	배추김치	
38호	2010.01.04	유정임 명인	포기김치	
57호	2014.12.23	강순의 명인	백김치	
58호	2014.12.23	이하연 명인	해물섞박지	

14) (사)전통식품명인협회(<http://www.kfgm.co.kr/>)



지정 번호	지정일	명인	지정품목	이미지
66호	2015.09.23	윤미월 명인	배추통김치	
76호	2018.11.30	오숙자 명인	반지/김치류	

* (사)전통식품명인협회(<http://www.kfgm.co.kr/>)

다. 유기가공식품 인증제도¹⁵⁾

□ 유기가공식품 인증제도는 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용원료와 제조공정을 심사하여, 관리체계가 법의 기준에 부합한다는 것을 보증하는 제품만 인증로고와 유기(또는 유기농) 명칭을 사용할 수 있게 하는 제도임. 참고로 유기가공식품이란 유기농·축산물을 원료 또는 재료로 하여 제조 및 가공한 식품임



- 유기가공식품 인증제도는 유기 표시의 신뢰도를 높여 소비자와 생산자를 모두 보호하고, 고품질의 유기식품을 공급하는 것을 장려하기 위함임
- 대표품목을 김치류로 인증을 받은 유기가공식품 생산자는 농업회사법인 미강식품 주식회사, 순천농협 남도식품, 농업회사법인 주식회사 담채원, 생기들녘 영농조합법인, 대상(주), (주)상희유통 빛고을 종가집김치, 참식품(주)가 있음

[표 1-8] 김치류 유기가공식품 인증 생산자

인증분류	대표품목	인증번호	생산자
유기가공식품	김치류	16800007	농업회사법인 미강식품 주식회사
유기가공식품	김치류	15800005	순천농협 남도식품
유기가공식품	김치류	2-8-177	농업회사법인 주식회사 담채원
유기가공식품	김치류	28-8-6	생기들녘 영농조합법인
유기가공식품	김치류	2-8-235	대상(주)
유기가공식품	김치류	42-8-3	(주)상희유통 빛고을 종가집김치
유기가공식품	김치류	60-8-19	참식품(주)

* 친환경인증관리정보시스템(www.enviagro.go.kr), 작성일 2019. 9. 30. 기준

15) 국립농산물품질관리원(<http://www.naqs.go.kr/>)



라. HACCP¹⁶⁾

□ HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)이란 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 자율적이며 체계적이고 효율적인 관리로 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리체계임



도축장, 집유장, 농장



그 밖에 HACCP 적용작업장/업소

- HACCP 의무적용 대상 식품은 2003년에 지정된 기존의 어묵류, 냉동식품(피자류·만두류·면류), 냉동수산물(어류·연체류·조미가공품), 빙과류, 비가열음료, 레토르트 식품, **배추김치**에서 2014년 5월 과자·캔디류, 빵류·떡류, 초콜릿류, 어육소시지, 음료류, 즉석섭취식품, 국수·유당면류, 특수용도식품로 확대되었으며, 2016년에는 순대, 떡볶이떡(떡류), 알가공품의 세 가지 품목이 추가로 지정됨
- 2019년 8월 31일 기준 김치(류)(배추김치)로 식품안전관리인증제를 받은 업체는 총 90개임

마. 가공식품표준화¹⁷⁾

□ 가공식품 표준화(KS)란 합리적인 식품 및 관련 서비스의 표준을 제정, 보급함으로써 가공식품의 품질 고도화 및 관련 서비스의 향상, 생산기술 혁신을 기함. 또한 거래의 단순, 공정화 및 소비의 합리화를 통하여 식품산업 경쟁력을 향상시키고 국민 경제발전에 이바지하고자 하는 제도임



- 2019년 7월 기준 농축산 136개, 수산 30개 품목이 심사기준 항목에 있으며, 이 중 김치류는 심사기준번호 KS H 2169로 1991년 제정됨

16) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)
식품 및 축산물 안전관리인증기준 전문고시. 제2017-49호. 2019.03.04
17) 한국식품연구원(www.kfri.re.kr)



- 가공식품 표준화 인증에 해당하는 김치류의 종류로는 포기김치, 보쌈김치, 막김치, 백김치, 총각김치, 열무김치, 갓김치, 깍두기가 있음
- 2019년 10월 8일 기준으로 배추김치 품목으로 가공식품 표준화(KS) 인증을 받은 업체는 12개임

[표 1-9] 김치류 가공식품표준화(KS) 인증 생산자

인증분류	식품군	생산자
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	농업회사법인 유한회사 일품김치
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치, 절임배추	미성식품㈜
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	선화식품㈜
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치, 절임배추	세광식품㈜ 제1공장
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	세광식품㈜ 제2공장
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치, 김치속	㈜그린3공장
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	㈜동진푸드
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	㈜봄내
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치, 절임배추	주식회사 디아이
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치, 김치속	㈜임진강김치
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	㈜한백냉장
가공식품표준화(KS)	배추김치, 기타김치	㈜한일코리아

* 우수식품정보시스템(<http://www.naqs.go.kr/goodfood>), 2019.10.08.기준

2) 김치 산업 관련 제도

가. 김치산업진흥법¹⁸⁾

- 김치산업진흥법은 김치의 품질 향상과 김치문화의 계승, 발전 등 김치산업의 진흥에 필요한 사항을 정하여 김치산업의 경쟁력을 강화하고 김치의 세계화를 촉진하며, 농어업의 부가가치를 높여 농어업인의 소득 증대와 국가경제 발전에 이바지함을 목적으로 함
- 김치산업의 진흥과 김치문화의 계승과 발전을 위하여 5년마다 김치산업진흥 종합계획을 수립·시행하여야 함. 종합 계획에는 김치산업의 진흥에 관한 기본방향, 관련 기술의 개발 및 보급 등에 관한 사항, 품질표준화 및 품질향상에 관한 사항, 김치 및 김치재료의 안정적 수급에 관한 사항 등 총 10가지 항목이 포함됨

18) 김치산업 진흥법, 농림축산식품부, 2018.02.21



[표 1-10] 김치산업진흥 종합계획 포함 사항

김치산업진흥 종합계획 포함 사항
김치산업의 진흥에 관한 기본방향
김치산업 관련 기술의 개발 및 보급 등에 관한 사항
김치의 품질표준화 및 품질향상에 관한 사항
김치 및 김치재료의 안정적 수급에 관한 사항
김치 관련 전문인력 육성에 관한 사항
김치산업과 농어업의 연계 강화에 관한 사항
김치의 소비촉진 및 유통지원에 관한 사항
김치문화의 계승·발전에 관한 사항
김치의 세계화를 위한 홍보에 관한 사항
그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

* 김치산업 진흥법, 농림축산식품부

- 김치산업의 활성화 촉진 방안으로는 연구 및 시험사업 추진, 교육훈련, 전문인력 양성, 세계김치연구소 설립, 김치 유통센터 지원 등이 마련되어 있음

[표 1-11] 김치산업 활성화 촉진 방안

구분	김치산업 활성화 촉진 방안
제10조	연구·시험사업 등의 추진
제11조	교육 훈련
제12조	전문 인력 양성
제13조	세계 김치연구소 설립
제14조	김치 유통센터 등의 지원
제15조	품평회 개최
제16조	전통김치의 복원과 계승 및 발전
제17조	세계화 촉진 등
제18조	사업자 단체의 설립
제19조	김치자조금의 적립지원
제20조	김치 문화의 계승 및 발전
제21조	품질인증
제22조	김치의 품질 향상
제23조	품질인증을 받은 김치의 우선구매
제24조	우수 김치재료 사용 촉진

* 김치산업 진흥법, 농림축산식품부



나. CODEX¹⁹⁾

- CODEX(코덱스)는 유엔식량농업기구(FAO)와 세계보건기구(WHO)가 공동으로 운영하는 국제식품규격위원회(CAC;Codex Alimentarius Commission)에서 식품의 국제교역 촉진과 소비자의 건강보호를 목적으로 제정되는 국제식품규격임²⁰⁾
 - 1995년 세계무역기구(World Trade Organization, WTO) 출범과 함께 '위생식물검역조치 적용에 관한 협정(Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures, SPS 협정)' 및 'WTO 무역에 관한 기술 장벽 협정(Agreement on Technical Barriers to Trade, TBT 협정)'이 발효됨에 따라 CODEX의 기준 및 규격은 식품분야의 유일한 국제 규격으로 인정되어 국가 간 무역 분쟁 및 통상 마찰시 국제 참고기준으로 활용되고 있음
 - 한국은 1995년부터 김치에 대한 CODEX 규격화를 제안해 2001년 7월 초 국제식품규격위원회로부터 'kimchi' 로 국제 규격식품 공인을 받으며, 다른 전통식품에 대해서도 국제규격화를 추진할 수 있는 바탕을 마련함
 - CODEX 기준에 의하면 김치의 규격번호는 'CODEX STAN 223-2001'이며, 주원료인 배추와 기타 다른 채소들을 이용하여 정선, 절단, 절임, 그리고 발효 전에 양념하여 제조된 것으로서 김치로 알려진 제품에 대해 적용한다고 규정하고 있음

5. 배추김치 담금법²¹⁾

- 김치정보시스템(WKISS)의 '명인의 비법-포기김치' 를 기준으로 일반적인 배추김치 김장 재료와 방법을 소개함. 다만, 지역별, 가정별로 배추김치 김장법이 다양하기 때문에 아래의 김장법은 참고용으로 볼 것을 권장함

1) 재료

- 배추김치의 주요 재료는 배추, 무, 소금, 고춧가루, 쪽파, 갓, 미나리, 젓갈, 찹쌀풀, 마늘, 생강 등이 있음. 이 외에 대파, 황태육수, 배즙, 꿀, 새우가루 등을 사용하기도 하며, 배추김치의 주요 재료 및 재료 준비 방법은 아래와 같음

19) 김치정보서비스시스템(wkiss.wikim.re.kr)

20) 시사상식사전, 박문각

21) 명인의 비법-포기김치, 김치정보시스템(wkiss.wikim.re.kr)



[표 1-12] 배추김치의 주요 재료

주요 재료	재료 준비 방법
배추	- 2.5kg~3kg 크기로 푸른 잎이 있고 얇은 껍질을 지녔으며, 겉구 ²²⁾ 가 80% 정도인 배추가 적당함 - 무르지 않는 김치를 만들기 위해 섬유질에 적당한 수분을 함유한 배추를 고르는 것이 중요함
무	- 무청이 모두 달리고, 잔털이 없고 둥그스름하며, 매끈하며 윤기가 나는 것으로 선택함 - 들어봤을 때 목직하게 느껴지는 약 1kg의 무가 적당함 - 약간의 매운 맛과 단맛이 느껴지며 청기가 약 3분의 1 이상인 무가 맛있음
소금	- 간수를 뺀 소금으로 국산 천일염 사용을 권장함 - 습기가 없는 소금을 사용해야 김치 맛이 떨어지지 않고 담백해짐
고춧가루	- 빛깔이 곱고 선명하며 윤기가 좋은 고추가 적당히 맵고 단맛이 남 - 고추씨에도 비타민C가 많아 같이 김치의 재료로 같이 넣기도 함
쪽파	- 잎 길이가 짧고 통통한 쪽파의 사용을 권장함
갓	- 잎이 연한 돌산갓이 김치 재료로 적합함
미나리	- 줄기가 통통한 미나리가 김치 재료로 적합함
젓갈	- 새우젓은 통통하며 흰 바탕에 붉은 빛이 섞여 있는 것이 좋음 - 멸치액젓은 달짝지근한 맛에 거무스름한 색이 나면서도 붉은 빛이 도는 것으로 선택함 - 기호에 따라 새우젓만 넣거나 멸치액젓을 조금씩 섞어서 넣기도 함
마늘	- 육쪽마늘로, 쪽파 쪽 사이의 골이 뚜렷하고 단단하며 아린 맛이 덜한 것을 선택함
생강	- 굵기가 크면서 섬유질이 적은 재래종을 선택함 - 생강은 마늘 양의 3분의 2이상 넣지 않는 것이 좋음
참쌀풀	- 불린 참쌀과 물을 1:5로 넣고 중불에서 약불로 풀을 쑼 - 숟가락으로 찼을 때 주르륵 흐를 정도로 쑨 다음 식히는 과정을 거침

* 김치정보시스템 (wkiss.wikim.re.kr)

2) 김장 방법

□ 김장 방법은 배추 다듬기, 소금물 만들기, 배추 절이기, 무채, 갓, 미나리, 쪽파, 대파 썰기, 황태육수 만들기, 양념 만들기, 김치소 버무리기, 김치소 넣기 등 8가지 과정으로 이루어져 있음

- 소규모 가족이 늘고 간편함을 중시하는 소비자의 변화로 인해 절임배추로 김장을 하는 방법이 크게 확산되고 있음. 절임과정의 번거로움과 시간 절약을 위해 절임배추를 선호하는 것으로 보이며, 1~2인 가구가 증가함에 따라 대량으로 김치를 담가야 할 일이 없어졌기 때문임²³⁾
- 아래의 방법에서는 황태 육수를 사용하였으나, 이외에 멸치 육수, 다시마 육수, 채소 육수 등 다양한 육수를 사용하는 방법이 있음

22) 채소 잎이 여러 겹으로 겹쳐서 둥글게 속이 드는 일

23) "힘든 김장 안 해" 달라진 김치 소비자, 경남도민일보, 2018.11.27



[표 1-13] 배추김치 김장 방법

구분	담그는 방법	이미지
배추 다듬기	- 배추를 2분의 1 혹은 4분의 1 크기로 자름	
소금물 만들기	- 찬물 5리터에 소금(천일염) 600g의 3분의 2를 넣고 녹임	
배추 절이기	- 소금물에 배추를 적시고 남은 소금은 배추 줄기부분에 켜켜이 뿌림 - 무거운 물건으로 배추를 눌러주면 잘 절여짐 - 3~4시간마다 한 번씩 배추를 뒤집음 - 20℃ 온도에서 6시간~8시간 정도 절이면 다 절여짐	
무채, 갓, 미나리, 쪽파, 대파 썰기	- 무는 길이 6cm~7cm, 두께 0.2cm~0.3cm 정도로 채 썰 - 갓, 미나리, 쪽파, 대파는 무보다 짧은 약 3cm~4cm 길이로 썰	
황태육수 만들기	- 무, 양파, 건표고버섯, 황태, 대파, 다시마, 건새우에 약 2L의 물을 붓고 30분간 끓인 후 식힘	
양념 만들기	- 황태육수, 고춧가루, 홍고추, 참쌀풀, 다진마늘, 다진생강, 배즙, 꿀, 젓갈, 새우가루를 넣고 버무림 - 30분~1시간 정도 양념에 비닐을 덮고 숙성 시키면 김치의 색과 맛이 더 좋음	
김치소 버무리기	- 양념에 무채를 먼저 넣고 버무림 - 무채를 다 버무리면 미나리, 갓, 쪽파, 대파도 함께 넣어 버무림 - 푸른 야채는 풋내가 나지 않도록 잘 어우러지게만 양념을 문힘	
김치소 넣기	- 절임배추를 겉잎이 위로 가도록 놓은 후, 김치소를 바르듯이 넣음 - 줄기 부분에만 켜켜이 넣고 중간 이후는 손끝에 있는 양념만 문히며 겉잎으로 감쌌	

* 김치정보시스템 (wkiss.wikim.re.kr)

제 2 장 배추김치 원료 현황

제 1 절
배추김치 주요 원료

제 2 절
주요 원료별 생산현황





제 1 절 배추김치 주요 원료

- 앞서 언급한 배추김치와 김치의 정의를 종합적으로 고려해 보았을 때, 김장의 주요 원료는 배추, 무, 건고추 등으로 파악됨
- 농림축산식품부의 한국농수산식품유통공사에서 발표한 2018 식품산업 원료소비 실태조사를 통해 배추김치 주원료 및 추가 원료 현황을 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같음
 - 2017년 기준 배추김치 원료별 사용량은 배추가 384,276톤, 무가 32,095톤으로 파악되며, 배추와 무는 모두 100% 국내산을 사용하고 있는 것으로 조사됨
 - 김장의 주요원료인 건고추 사용량은 222톤이며, 배추, 무와 마찬가지로 모두 국내산을 이용하는 것으로 나타남

[표 2-1] 2017년 기준 배추김치 원료 사용 비중

식품원료		원료별 사용량	국내산/수입산 사용량 비중		
		총 사용량(톤)	국내산(톤)	수입산(톤)	국내산 비중(%)
엽근채류	배추	384,276	384,276	0	100.0
	무	32,095	32,095	0	100.0
양념채소류	건고추	222	222	0	100.0
	마늘(간마늘포함)	4,209	4,086	123	97.1
	양파	3,695	3,695	0	100.0
	사과	7	7	0	100.0
소금/당류	천일염	12,718	12,333	385	97.0
	정제염	12,352	12,351	1	100.0
	백설탕	2,094	0	2,094	0.0
	물엿	215	4	210	2.0
기타		157	106	51	67.3
합계		452,040	449,175	2,864	-

* 2018 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

- 1) 보고서 상 주요 원료의 배추김치 사용항목을 기준으로 작성한 것으로 실제 사용 비중과는 차이가 있을 수 있음
- 2) [표 2-1]의 배추김치는 포기김치, 맛김치, 기타배추김치를 포함함



제 2 절 주요 원료별 생산현황

- 배추, 무, 건고추는 기상조건, 작황상태, 재배면적 등에 의해 생산량의 등락을 보임
 - 2014년 대비 2018년 생산량은 배추가 253만 8,804톤에서 239만 1,946톤으로 5.8% 감소하였고, 무는 127만 1,252톤에서 118만 4,238톤으로 6.8% 감소하였음
 - 2016년 배추의 생산량은 전년도 대비 16.0% 감소하였고, 무는 19.7% 가량 감소한 것으로 나타남. 2016년 고온과 가뭄으로 배추와 무의 재배 면적이 줄어들었기 때문으로 분석됨²⁴⁾
 - 건고추는 2014년 8만 5,068톤에서 2018년 7만 1,509톤으로 15.9% 감소함
 - 2017년 건고추의 생산량 감소폭이 크게 나타났는데, 이는 4~5년간 건고추 유통가격이 낮아져 재배면적이 감소하였고, 2017년 잦은 비로 인해 탄저병 등 병해가 확산된 영향으로 생산량이 감소한 것으로 보임²⁵⁾

[표 2-2] 연도별 배추김치 주요 원료 국내 생산실적

(단위: 톤)

구분	배추	무	건고추
2014	2,538,804	1,271,252	85,068
2015	2,134,976	1,220,022	97,697
2016	1,793,391	980,332	85,459
2017	2,395,686	1,118,974	55,714
2018	2,391,946	1,184,238	71,509

* 농작물생산조사, 통계청

- 1) 무 생산실적 원자료에는 가을총각무가 포함되어 있으나, 가을 총각무는 배추김치에 사용되는 무가 아니어서, 본 보고서에서는 해당 실적을 제외하고 작성한 수치임

24) 배추·무 재배면적 감소…김장값 오를 듯, 뉴시스, 2016.10.27

25) 건고추 생산 급감…수입량 지속 증가에 설 자리 잃어, 농민신문, 2017.10.27



1. 배추

1) 배추 주요 특징

가. 계절별 배추 유형 및 특징

- 하우스 재배 발달, 사계절 배추 수요 확산 등의 이유로 수확하고 출하하는 시기에 따라 다른 품종의 배추를 심으면서 출하시기에 따라 생산되는 지역과 품종, 배추별 특징이 상이하게 나타남
- 계절별 배추는 무게, 엽수, 수분 함량 부분에서 봄배추와 여름(고랭지)배추가 비슷하며, 가을배추와 겨울(월동)배추가 비슷한 특성을 보임
- 계절별 배추는 생육기간의 차이로 인해 작형별로 무게의 차이가 크게 나타나는 편임. 봄배추와 여름(고랭지)배추는 생육기간이 짧으며 엽수가 적고, 중량도 작은 특징을 가짐. 반면, 가을배추와 겨울(월동)배추의 경우, 배추의 엽수가 많고 무게가 많이 나가는 특징을 가지고 있음

[표 2-3] 계절별(출하시기) 배추 유형 및 특징

계절	봄	여름(고랭지)	가을	겨울(월동)
재배작형				
출하시기	4월~6월	7월~10월	11월~1월	1월~3월
저장기간	단기보관	저장 불가	단기저장	장기저장
출하지역	김해, 창녕, 해남, 나주	평창, 홍천, 태백, 정선	영양, 청송, 문경, 김천	해남, 진도, 무안
주요 품종	봄배추, 매력배추, 노랑배추, 춘광 등	관동배추, 춘광, 여름맛배추, 노랑여름배추	춘광, 추광, 샛노랑배추	설왕배추, 남도배추, 월동장군, 동풍배추
특징	-크기가 작고 엽 두께가 얇으며, 엽수가 적어 엽간의 간격이 넓음. 이에 엽수 침투가 쉽게 이루어지며 수분함량이 높고 조직 내 용출이 많아 상대적으로 빨리 절여지는 편임 -10~12%의 염수농도로 14~18시간 정도 절여야 함		-엽수가 많고, 무게가 많이 나감. 이에 엽수 침투가 상대적으로 오래 걸리며, 수분함량이 낮아 상대적으로 늦게 절여지는 편임 -12~14%의 염수농도로 14~18시간 정도 절여야 함	

* 안 먹어본 사람이 없는 국민채소 '배추'의 모든 것, 조선일보, 2014.01.08.(원출처: 한국농수산식품유통공사), KIMCHI FAQ, 세계김치연구소, 2014.12, 한국농수산식품유통공사(2017)



- 당도와 환원당 함량을 살펴보면, 봄/여름배추보다 가을/겨울배추의 당도가 높은 편임. 수분 함량은 여름(고랭지)배추 > 봄배추 > 가을배추 > 겨울(월동)배추 순으로 다량 함유하고 있는 것으로 나타남

나. 품종별 배추 유형 및 특징²⁶⁾

- 배추 품종은 속이 차는 것에 따라 결구장원형, 반결구장원형, 결구원추형, 반결구원추형, 결구타원형, 반결구타원형, 결구구형, 불결구형으로 나뉘며, 크게는 결구성(結球形, 채소잎이 겹쳐 속이 구를 형성하는 형태)을 기준으로 '결구형' 과 '불결구형' 으로 구분함
- 결구형은 밀동 부분만 결구하는 '반결구중' 과 완전히 결구하는 '결구중' 으로 나뉘지며, 이 중 '결구중' 은 결구상태에 따라 '포합형(외엽의 끝이 겹치지 않는 배추)', '포피형(외엽의 선단부가 겹치는 배추)' 과 '권심형' 으로 나뉘질 수 있음
- 현재 수확·유통되는 배추는 속이 짙아있는 '결구형' 이 주를 이루며, '반결구형' 은 거의 재배되지 않음. 결구형 배추의 종류는 원산지, 특징 등에 따라 다양하게 분류되나, 국내에서 재배·판매되는 배추를 기준으로 하되 배추생산업체가 등록한 주요 품종을 계절별로 살펴보면 다음과 같음

[표 2-4] 국내 생산 배추 유형 및 특징

봄	여름	가을	겨울
[노랑봄배추(홍농)] -결구 내부색이 노랑색으로 맛이 좋음 -추대가 안정된 엽수형 봄배추임 -수확기를 넘기면 중륵이 두꺼워지고 결구 내 노랑색이 연해지는 편임	[노랑여름배추(홍농)] -결구내엽색이 노랑색으로 맛이 우수하며, 외엽색은 진한 녹색색임 -추대가 안정된 엽수형 배추임 -파종 적기보다 늦게 파종하면 바이러스병이 발생할 우려가 있음	[노랑김장배추(홍농)] -결구내엽색이 노랑색으로 맛이 좋고, 외엽색은 진 녹색색임 -재배가 용이한 엽수형 배추로 수분함량이 적음	[동풍배추(홍농)] -포피 원통형배추로 내한성이 비교적 강한 편임 -중륵이 얇고 맛이 좋아 시장성이 높음 -만생종으로 저온 결구력이 강함 -과습한 저습지나 척박한 토양에서는 재배를 피해야 함
[햇봄배추(한농)] -생육초기에 반개장성이지만, 결구가 시작되면 입성으로 되어 결구가 빨라짐 -추대가 안정되어 하우스 재배에서 터널조숙 재배까지	[고랭지여름배추(중앙)] -저온기는 추대가 늦고 고온기는 내서력이 강해 결구가 잘되므로 하우스 재배부터 고랭지 초여름 재배까지 안전하게 재배가능함 -엽수가 많아 맛이 좋고	[가락산1호배추(중앙)] -속잎이 장미형태로 솟아 시장성이 높음 -중륵이 얇고 물이 적어 김장시 고소한 맛이 강해 되어 맛이 좋은 배추로 유명함	[설봉배추(중앙)] -내한성이 강하며 엽색이 짙은 포피형으로 저온결구력이 강한 월동배추임 -추대가 안정되어 있으며 엽수가 많아 품질이 우수함 -생육후기에 기온이 높고

26) 농업정보, 서울특별시 농업기술센터/ 배추 재배기술, 흥농씨앗, 중앙씨앗



봄	여름	가을	겨울
<p>안전하게 재배 가능함 -반포피형으로 결구하며 원통형으로 밀통이 넓고 모양이 균일해 상품성 높음</p>	<p>결구력이 강하여 수송 중 외엽이 잘 벗겨지지 않아 시장성이 우수함</p>	<p>-수송성, 저장성이 높음 -내한성이 강하여 동해 피해가 적은 편임</p>	<p>강우가 많거나 월동 전 완전결구시킬 시 연부병 발생 위험이 있음</p>
<p>[여름대형가락배추(중앙)] -엽육이 얇은 엽수형 품종으로 뿌리가 강하고, 고랭지 늦갈이 재배에 적합함 -고온기 결구력이 강함</p>	<p>[신촌1호배추(한농)] -저온결구력이 뛰어나고 추대가 안정되어 있으며, 뿌리가 강하여 안전하게 재배할 수 있는 품종임 -파종 후 65~70일 정도면 수확이 가능하며, 구경 15~17cm의 포함형 배추임</p>	<p>[금빛배추(한농)] -결구 속잎이 노랗고 외엽 색이 진녹색임 -포피의 원통형으로 구형이 우수한 편임 -숙기는 중생으로 파종 후 65~70일 정도에 수확이 가능함</p>	<p>[실왕배추(농우)] -추세가 강하고 구형이 좋은 중생종임 -내한성이 강하여 저온에서도 결구가 잘되는 월동 재배용 품종임 -추대가 늦고 결구형태는 반포피형으로 내병성이 강해 재배하기 쉬움</p>
<p>[명가봄(서울)] -추대가 안정되어 있고 결구력이 강해 재배 폭이 넓음 -구가 크고 구중이 많이 나가 하우스 재배시 높은 수익성이 보장됨 -육묘시 야간온도가 10도 이하로 내려가지 않도록 보온장화가 필요함</p>	<p>[큰여름배추(서울)] -엽색이 녹색이며 바이러스, 무름병, 딱딱병에 강함 -파종 후 65일경이면 결구된 배추를 수확할 수 있음 -외엽은 물기가 적고 단단하며 수확작업시 잘 부서지지 않아 수송성이 좋음 -파종 적기보다 조기에 파종하면 불시추대 및 석회결핍에 의한 피해를 입을 수 있음</p>	<p>[맛나배추(서울)] -초세가 강하며 노균병, 백반병에 내병성 품종으로 재배하기 쉬움 -생육일수는 65일 정도인 중생종임 -구중 3,000~3,500g 정도로 모양이 소담함 -흰줄기가 얇고 수분이 적당하며 맛이 고소하여 김장용으로 가장 적합함</p>	
<p>[매력배추(농우)] -결구내부색이 노랗고 수분 함량이 적당하고 맛이 고소한 편임 -추대가 안정적이고, 석회 결핍증 등에 비교적 둔감해 재배가 용이함 -저온 약광선 하에서도 결구력이 우수하여 숙기가 빠름 -저온에 의한 꽃눈 발생 방지를 위해 육묘온도 13도 이상 유지가 필요함</p>	<p>[정상배추(농우)] -외엽이 적은 엽수형 품종임 -추대가 안정되어 있으며 저온, 약광선 하에서도 단단하게 결구함 -내병성이 비교적 강하여 재배가 쉬운 편임 -밭이 너무 건조하거나 습하면 결구가 늦어져 비료 흡수장애가 생기므로 관배수에 유의하여야 함</p>	<p>[셋노랑배추(농우)] -엽색은 녹색으로 결구 내부색이 노랗고 수분 함량이 적당하여 맛이 고소함 -내병성 및 내한성이 비교적 강하여 재배가 용이함 -토양 수분을 적당히 유지시켜 양·수분 흡수가 잘 되도록 하여 석회결핍 증 등이 발생하지 않게 함</p>	
<p>[청송봄배추(청원)] -조생 만추대계 포함형의 1.8~2.2kg 소형 배추로, 외엽수가 적고 엽크기가 작아 밀식재배에 적합함 -결구 후에 재포기간이 길어 내엽이 휘지 않아 상품성이</p>	<p>[청원여름배추(청원)] -잎은 녹색이며 내병성이 강하고 후기 생육이 좋음 -초자는 입성이며 포함원통형으로 단단하게 결구하는 조생종임 -일장이나 온도에 둔감하여</p>	<p>[청원1호배추(청원)] -파종 후 70일 경이면 구폭 19~23cm의 결구배추로 수확기를 연장하여도 상품성이 우수함 -엽수가 많고 외관이 좋은 반포피형 밀통이 넓은 배추로</p>	



봄	여름	가을	겨울
오래 유지됨 -외염수가 적고 무성하지 않아 출하시 발생하는 쓰레기 처리가 간편한 도시형 배추임	추대가 안정된 품종임 -고온 결구력이 강하여 한여름 고랭지 재배에서 품질이 우수한 배추를 수확할 수 있음	바이러스에 비교적 강함 -대면적 영리재배에 우수한 품종으로 상품성이 뛰어나 가을 김장배추로 적합함	
[동해봄배추(농진)] -반포피 원통형으로 결구하는 하우스 재배형 품종임 -하우스 재배시 파종후 90일 이면 만추대성 봄재배형 품종임 -밀통이 넓고 구형태가 양호하여 시장성이 좋음	[유명여름배추(농진)] -초자는 반입성이며 반포피형으로 결구하는 중생종 품종임 -저온 및 고온 장일에 둔감하여 추대가 안정된 품종임 -내병성이 있어 재배가 용이하며 장거리 수송에 유리한 품종임	[귀공자배추(청원)] -장미포합형 엽수형 결구배추로 엽색이 진하고 외관 및 품질이 좋아 시장기호성이 좋으며 토양적응성이 넓은 품종임 -파종후 65일경이면 출하가 가능하며 70일경이면 완전 결구되는 중생종 배추임	
		[황제배추(농진)] -파종 후 65일부터 수확 출하가 가능한 중생종 가을 김장배추임 -파종 70일에 구경 17~21cm 정도의 밀통이 넓은 원통형 배추임	

* 농업정보, 서울특별시 농업기술센터, 2015

2) 종류별 생산량

- 배추 생산량은 2014년 253만 8,804톤에서 2018년 239만 1,946톤으로 5.8% 감소함
 - 노지배추는 2014년 242만 2,704톤에서 2018년 232만 206톤으로 4.2%, 같은기간 시설 배추는 11만 6,100톤에서 7만 1,740톤으로 38.2% 감소하며 배추의 생산량은 전반적으로 감소추세를 보임
- 노지배추는 2016년에 전년도 생산량 204만 4,390톤에서 170만 7,324톤으로 16.5%하여 특히 높은 감소세를 보임
 - 2016년 노지배추 생산량 감소는 배추 가격 하락으로 인한 재배면적 감소와 정식기²⁷⁾에 해당하는 8월 하순에서 9월 중순 사이 고온 및 가뭄의 영향으로 작황이 부진한 것이 원인으로 분석됨

27) 온상에서 기른 모종을 밭에 내어다 제대로 심는 일. 아주심기



- 반면, 노지배추 중 노지봄배추는 2014년 43만 1,513톤에서 2018년 55만 7,555톤으로 29.2% 증가하였는데, 이는 노지봄배추의 재배면적 증가와 기상여건 호조로 인한 영향으로 파악됨²⁸⁾
- 시설 배추의 생산량은 대체로 감소하는 추세를 보임. 특히 2016년은 2014년에 비해 11만 6,100톤에서 8만 6,067톤으로 25.9% 감소하였는데, 이는 시설배추의 재배 면적 및 농가 감소로 인한 것으로 보임²⁹⁾

[표 2-5] 종류별 배추 생산량

(단위: 톤)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
노지배추	2,422,704	2,044,390	1,707,324	2,286,004	2,320,206
노지봄배추	431,513	346,392	321,649	574,440	557,555
일반봄배추	248,226	196,785	180,410	319,179	279,172
고랭지배추	183,287	149,607	141,239	255,261	278,383
노지가을배추	1,698,463	1,436,075	1,128,121	1,362,621	1,404,150
노지겨울배추	292,728	261,923	257,554	348,943	358,501
시설배추	116,100	90,586	86,067	109,682	71,740
합계	2,538,804	2,134,976	1,793,391	2,395,686	2,391,946

* 농작물생산조사, 통계청

1) 합계는 노지배추와 시설배추 생산량의 합임

28) aT, 생산과잉 우려 '봄배추' 2천톤 긴급 수매, 식품저널인터넷식품신문, 2017.04.27

29) 농업경영관리길잡이® 배추경영관리, 농촌진흥청, 2016.11



3) 지역별 배추 재배 면적³⁰⁾

- 2018년 통계청 농작물 생산조사 기준 국내 배추 재배 면적은 3만 1,143 ha임
 - 시도별 배추 재배면적 상위 3개 지역은 **전라남도 9,558 ha(30.7%)**, **강원도 6,945 ha(22.3%)**, **경상북도가 4,100 ha(13.2%)**이며, 세 지역의 합은 전체 면적의 66.2%를 차지함
 - 전라남도는 전남 나주에서 봄배추를 생산하며, 흔히 ‘김장배추’ 라고도 하는 가을배추를 나주, 영암에서 대단위로 재배하고 있음. 또한 제주도와 더불어 전라남도 해안지역에서 겨울배추를 재배할 수 있는 지역으로, 겨울배추 품질이 우수한 것으로 인정받고 있음
 - 호냉성 작물인 배추는 여름철에는 높고 서늘한 지역인 고랭지 지역에서 생육하기 적합한 특징을 보임. 이와 같은 생육조건과 알맞은 기후의 특징을 보이는 강원도는 고랭지배추의 주요 산지로, 대표적 고랭지 배추 재배 지역은 영월, 강릉, 평창, 태백, 정선 등이 있음

[표 2-6] 2018년 기준 지역별 배추 재배 면적

(단위: ha, %)

시도별	면적	비율
전라남도	9,558	30.7
강원도	6,945	22.3
경상북도	4,100	13.2
충청북도	2,685	8.6
전라북도	2,209	7.1
경기도	2,036	6.5
충청남도	1,740	5.6
경상남도	843	2.7
제주도	264	0.8
대구광역시	239	0.8
인천광역시	131	0.4
울산광역시	111	0.4
광주광역시	91	0.3
부산광역시	71	0.2
세종특별자치시	61	0.2
대전광역시	56	0.2
서울특별시	6	0.0
계	31,143	100.0

* 농작물생산조사, 통계청(2018년 기준)

30) 배추생산동향, 농사로



4) 배추 유통 구조 및 유통 가격

가. 유통 구조

- 2018년 식품산업 원료소비 실태조사 내용을 토대로 배추의 유통 및 소비의 흐름을 구입처, 투입품목, 판매처 별로 나누어 살펴봄
- 배추의 주 구입처는 산지직구매(63.9%), 도매 및 농수산물 유통센터(24.6%), 중간도매/벤더업체(8.5%) 등의 순으로 높은 점유율을 차지하는 것으로 확인됨
- 배추가 투입되는 품목으로는 김치가 97.2%로 가장 높았으며, 이어 즉석식품류가 1.4%로 확인됨
- 배추 주요 판매처는 외식/급식업체(29.1%), 대리점(15.1%), 기타(13.8%), 제조업체(11.6%) 등의 순으로 나타남

[그림 2-1] 배추 유통·소비 흐름도



* 2018 식품산업원료소비 실태조사, 농림축산식품부, aT한국농수산물유통공사
* 배추 구입처별 유통 비중과 가공식품시장 내 배추 유통 비중은 전체 시장의 구매금액 대비로 작성한 것이며, 가공된 배추를 판매하는 판매처별 유통(판매) 비중은 전체 매출액 대비로 작성함



나. 유통 가격

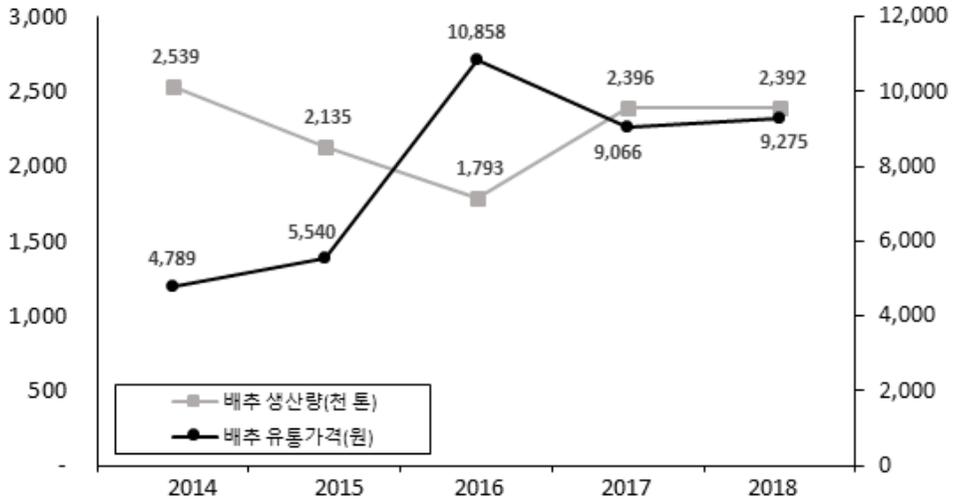
- 2018년 배추(상품 등급)의 연평균 도매 유통가격은 10kg당 9,275원이며, 2014년 4,789원에 비해 93.7% 상승하였음
 - 특히 2015년 대비 2016년 10kg당 유통가격은 5,540원에서 10,858원으로 96.0% 상승하며 높은 증가세를 나타냄
 - 배추의 유통시세는 작기별 생산량에 따라 계절성을 가지고 있으며, 작기별 배추 생육기와 출하기 기후 요인에 의한 생산량 변동에 따른 영향을 받음
 - 2016년 고온 및 가뭄 피해로 인한 기상악화와 더불어 전년도 대비 배추의 재배면적이 27,174 ha에서 24,902 ha로 8.4% 줄어들면서 당해 배추 생산량이 16.0% 감소한 것이 유통가격 상승에 영향을 미친 것으로 보임³¹⁾
- 배추의 생산량과 연평균 유통가격의 추이는 대체로 반비례하는 경향을 보임
 - 2014년 대비 2016년 생산량은 2,539천 톤에서 1,793천 톤으로 29.4% 감소하였고, 같은 기간 유통가격은 10kg당 4,789원에서 10,858원으로 126.7% 증가함
 - 2015년 배추 생산량은 2,135천 톤이었으며 배추 유통가격은 10kg당 5,540원이었음. 2017년 배추 생산량은 2,396천 톤으로 2015년보다 261천 톤 가량 많으나 배추 유통가격은 9,066원으로 2015년보다 63.7% 높은 가격임
 - 이는 2016년 겨울 배추 작황의 부진으로 가격이 상승한 것이 2017년 1월과 2월에도 영향을 미쳐 2017년 연평균 배추 유통가격이 높아진 원인으로 파악됨
- 대체로 매년 8월 및 9월의 배추 유통가격은 연평균 유통가격보다 높음을 알 수 있음. 특히, 2016년부터 8월, 9월 배추 유통가격이 급격히 상승했는데 전년도에 비해 9월 배추 유통가격이 6,110원에서 21,042원으로 244.4% 상승하였음
 - 2016년 여름 배추 유통가격 상승은 여름 폭염과 가뭄으로 인해 작물 재배에 피해를 미쳤을 뿐 아니라, 병충해가 번진 것의 영향으로 배추 생산량이 감소했기 때문으로 분석됨³²⁾

31) 가을배추·무 생산량, 전년 比 20% 이상 감소, 뉴시스, 2016.12.22

32) 배춧값 폭등, 올 김장에도 영향 미칠까?, 경북일보, 2016.09.25



[그림 2-2] 배추 유통가격 동향



(단위: 원/10kg)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
1월	4,623	3,800	5,520	10,110	6,828
2월	4,074	4,153	8,228	10,065	9,109
3월	3,604	4,850	12,005	9,468	8,733
4월	3,564	4,991	15,079	7,775	8,176
5월	3,369	8,978	11,430	4,297	6,406
6월	3,907	7,468	6,248	4,895	5,728
7월	6,010	6,448	7,505	8,459	10,402
8월	7,684	6,670	15,236	15,211	18,682
9월	8,042	6,110	21,042	17,419	15,165
10월	4,970	4,424	10,630	7,251	8,468
11월	4,172	4,445	8,473	6,074	7,468
12월	3,838	4,333	9,305	6,497	6,168
연평균	4,789	5,540	10,858	9,066	9,275

* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr)

1) 배추 등급 상품. 10kg 당 도매가격 기준으로 작성



2. 무33)

1) 종류별 생산량

- 무 생산량은 2014년 127만 1,252톤에서 2018년 118만 4,239톤으로 6.8% 감소하였음. 2016년에는 전년도 122만 21톤에서 98만 333톤으로 19.7% 감소하다가 2017년에 111만 8,974톤으로 2016년 대비 14.1% 증가한 추이를 보임
 - 2016년에는 가을 일반무가 전년도 48만 9,872톤에서 36만 8,857톤으로 24.7% 감소함. 무는 서늘한 기후에 재배하는 것이 기본적인 작형으로 무의 재배는 중부지역을 기준으로 7월 하순에서 8월 중순까지 파종기에 해당하는데, 2016년 여름 시기의 극심한 폭염과 가뭄이 영향을 미친 것으로 보임
 - 같은 기간 노지 겨울무는 36만 9,698톤에서 26만 3,976톤으로 28.6% 감소함. 월동 무로도 불리는 겨울무의 주 생산지 중 하나인 서귀포의 2016년 작황을 살펴보면 겨울철 이상 고온과 잦은 강우로 인한 생육부진과, 병해의 발생으로 무 생산량이 감소한 것으로 파악됨³⁴⁾

[표 2-7] 종류별 무 생산실적

(단위: 톤)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
노지무	1,227,094	1,177,207	947,402	1,083,573	1,144,394
노지봄무	341,814	317,637	314,569	374,116	337,108
일반봄무	263,054	259,150	226,349	275,686	241,534
고랭지무	78,760	58,487	88,220	98,430	95,574
가을일반무	456,520	489,872	368,857	417,747	416,782
노지겨울무	428,760	369,698	263,976	291,710	390,504
시설무	44,158	42,814	32,931	35,401	39,845
합계	1,271,252	1,220,021	980,333	1,118,974	1,184,239

* 농작물생산조사, 통계청

- 1) 합계는 노지무와 시설무 생산량의 합임. 노지무는 노지봄무, 가을일반무, 노지겨울무의 합임
- 2) 무 생산실적 원데이터에는 가을총각무가 포함되어 있으나, 가을 총각무는 배추김치에 사용되는 무가 아니어서, 본 보고서에서는 해당 실적을 제외하고 작성함

33) 작목기술정보, 농사로

34) [르포] "무 전체가 썩어가고 있다... 어떻게 살라고", 제주도민일보, 2016.01.13



2) 지역별 국내 생산실적³⁵⁾

- 2018년 통계청 농작물 생산조사 기준 국내 무 재배면적은 23,406 ha임
 - 무 재배면적 상위 3개 지역은 제주도(33.1%), 강원도(15.4%), 경기도(10.2%)이며, 세 지역의 합은 전국 무 재배면적의 58.7%를 차지함
 - 무는 일반적으로 서늘한 기후에서 생육하기 적합하나, 추위와 더위에는 약한 특징을 보임. 이와 같은 생육조건과 알맞은 기후의 특징을 보이는 제주도는 월동무의 주요 산지임. 겨울무는 당분이 많고 조직이 단단하여 동치미를 만들기에 적합함
 - 강원도의 무 재배면적은 3,598 ha로 국내에서 무 재배면적 2위를 차지하고 있는 지역임. 강원도 고랭지무는 주로 7월에서 9월에 출하되며, 여름무는 겨울무에 비해 조직이 연하여 상대적으로 단맛이 덜하기 때문에 조리 시 단맛을 보충하여 섭취하는 편임

[표 2-8] 2018년 기준 지역별 무 재배 면적

(단위: ha, %)

시도별	면적	비율
제주도	7,746	33.1
강원도	3,598	15.4
경기도	2,387	10.2
전라북도	2,158	9.2
충청남도	1,932	8.3
전라남도	1,847	7.9
경상북도	1,670	7.1
충청북도	881	3.8
경상남도	727	3.1
인천광역시	105	0.4
대구광역시	97	0.4
광주광역시	96	0.4
울산광역시	68	0.3
부산광역시	44	0.2
대전광역시	23	0.1
세종특별자치시	22	0.1
서울특별시	4	0.0
계	23,406	100.0%

* 농작물생산조사, 통계청(2018년 기준)

35) 기상청 주산지 기상정보

밀착 포커스! 제철 농수산물, 한국농수산물유통공사, 2018.05.18



3) 유통 가격

- 2018년 연평균 무 유통가격은 상품 등급 기준 20kg당 16,892원이며, 2014년 9,692원에 비해 74.3% 증가함
 - 농식품부의 분석에 따르면 2018년에는 전년도 대비 무 재배면적 감소와, 폭염의 영향으로 무름병 등의 병해와 생육 저하로 인한 출하량 감소를 유통가격 증가의 원인으로 보고 있음³⁶⁾
- 무도 배추와 마찬가지로 생산량과 연평균 유통가격이 반비례하는 양상을 보임
 - 2014년 대비 2016년 무 생산량은 1,271천 톤에서 980천 톤으로 22.9% 감소하였고, 같은 기간 무 유통가격은 20kg당 9,692원에서 17,420원으로 79.7% 증가하였음
 - 앞서 언급한 바와 같이 2016년 폭염 및 가뭄의 영향으로 무 생산량이 감소하면서 무 유통가격이 급격히 상승한 것으로 분석됨. 특히 무는 타 작물에 비해 날씨의 영향을 많이 받아 장기 저장이 곤란하여 생산량 변동에 따른 심한 가격 등락을 보이는 것으로 파악됨³⁷⁾
- 대체로 매년 7월부터 10월까지 무 유통가격이 연평균 유통가격보다 높은 것으로 파악됨
 - 5월 중순~5월 말 월동무 사용기 및 5월 하순~6월 중순 봄무 출하기 종료 후 무 주산지인 고령지 지역으로 이동함에 따라 포전거래 단가 및 관리비 상승으로 생산 단가가 높아지는 경향을 보임. 이로 인해 7월부터 10월 무 유통가격 상승하는 것으로 분석됨³⁸⁾
 - 또한 10월 중순부터 11월 하순 가을무가 출하되는 시기에 무 출하량 증가로 인해 유통가격이 점차 하락하는 경향을 보임
- 2016년 12월(25,429원)과 2017년 1월(21,416원)은 다른 해 동월에 비해 무의 도매 유통 가격이 높음
 - 2016년 겨울무 생육기인 10~11월 평균 일조시간이 평년(186시간)보다 크게 적은 107시간에 불과했기 때문에 일조량 부족으로 뿌리가 제대로 크지 못해 무의 작황이 부진했던 점이 무 가격 상승에 영향을 미친 것으로 보임³⁹⁾

36) 폭염에 무 28%, 배추 44% 가격 상승, 경향신문, 2018.07.23

37) 농업경영관리길잡이 ⑧무 경영관리, 농촌진흥청, 2016.11

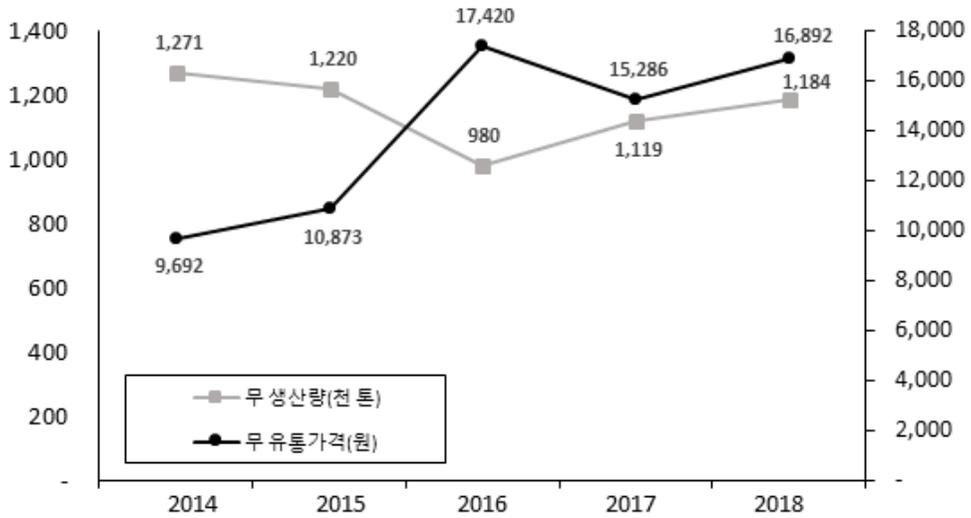
38) 업계 전문가 인터뷰

39) 겨울배추·무·당근·양배추 산지 작황 및 가격 전망, 농민신문, 2017.01.09



□ 2018년 3월(18,638원), 4월(20,267원), 5월(23,170원)은 다른 해의 같은 기간에 비해 이례적으로 무 유통가격이 높게 나타났는데, 이는 3월 출하되는 월동무의 주 생산지인 제주에 2월 폭설과 한파로 인해 무 재배에 피해를 입은 영향으로 겨울무 출하량이 감소했기 때문으로 보임⁴⁰⁾

[그림 2-3] 무 유통가격 동향



(단위: 원/20kg)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
1월	8,650	8,805	10,580	21,416	9,225
2월	8,158	9,671	13,633	18,950	16,594
3월	8,448	9,755	15,118	16,755	18,638
4월	9,293	9,727	19,190	15,810	20,267
5월	9,806	10,500	17,720	15,695	23,170
6월	9,780	13,670	11,433	12,276	13,473
7월	10,245	18,043	12,476	14,410	17,415
8월	10,853	13,369	15,782	21,623	27,236
9월	11,589	9,115	23,737	17,371	25,847
10월	10,949	8,614	26,560	9,628	14,843
11월	9,380	9,060	17,814	8,764	8,918
12월	9,384	9,190	25,429	9,282	8,105
연평균	9,692	10,873	17,420	15,286	16,892

* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr)

1) 무 등급 상품, 20kg 당 도매가격 기준으로 작성

40) “무값 강세, 피해농가 맘 더 쓰려”, 제주매일, 2018.04.01



3. 건고추

1) 공급 현황

- 건고추 공급현황은 국내 생산 현황과 수입 현황으로 나누어 살펴봄. 참고로 수입산의 경우 건고추와 고춧가루가 각각 수입되고 있음
- 건고추 및 고춧가루 공급량은 2014년 90,310톤에서 2018년 75,487톤으로 16.4% 감소함

[표 2-9] 건고추 및 고춧가루 공급현황

(단위: 톤)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
국내산 건고추	85,068	97,697	85,459	55,714	71,509
수입산	5,242	6,160	4,094	3,361	3,978
건고추	2,681	3,058	2,691	2,312	2,906
고춧가루	2,561	3,102	1,403	1,049	1,072
합계	90,310	103,857	89,553	59,075	75,487

* 농작물생산조사(통계청), 수출입무역통계(관세청)

- 1) 합계는 국내산 건고추 생산량과 건고추 및 고춧가루 수입량의 합임
- 2) 수입산 건고추 및 고춧가루는 HS코드 0904.21.0000(고추류[캡시컴(Capsicum)속]의 열매나 피멘타(Pimenta)속의 열매 - 건조한 것(부수지도 잘게 부수지도 않은 것)), HS코드 0904.22.0000(고추류[캡시컴(Capsicum)속]의 열매나 피멘타(Pimenta)속의 열매 - 부수거나 잘게 부순 것)의 값이며, 이들의 합이 수입산의 값임
- 3) 톤 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

가. 국내 생산 현황

- 건고추 생산량은 2014년 85,068톤에서 2018년 71,509톤으로 15.9% 감소함
 - 건고추 생산량 감소 추세의 원인은 고추류 수입량의 증가, 국내산 건고추 소비량 감소와 국내산 이월 재고량 증가로 인한 것으로 보임⁴¹⁾
- 2017년 건고추 생산량은 55,714톤으로 전년도 85,459톤 대비 34.8% 감소하면서 두드러지게 낮은 생산량을 보였음

41) 위기의 건고추산업 원인 및 시사점, 한국농촌경제연구원, 2017.03.21



- 건고추 생산시에는 지속적인 장마나 흐린 날과 같은 기상조건이 불리하게 작용하는데⁴²⁾, 2017년에는 불규칙한 기상 조건과 칼라병⁴³⁾의 확산으로 건고추의 생산량이 크게 하락한 것으로 분석됨⁴⁴⁾

[표 2-10] 건고추 생산실적

(단위: 톤)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
건고추	85,068	97,697	85,459	55,714	71,509

* 농작물생산조사, 통계청

나. 수입 현황

- 건고추와 고춧가루 수입량의 합계는 2014년 5,242톤에서 2018년 3,978톤으로 24.1% 감소하였으며, 같은 기간 수입액의 합은 12,806천 달러에서 11,015천 달러로 14.0% 감소함
- 이는 관세가 270%인 고춧가루의 대체품목으로 상대적으로 관세가 27%로 낮은 냉동고추를 수입하여 고춧가루로 제조하여 유통하는 방법으로 인해 고춧가루 수입량이 감소하였기 때문으로 분석됨. 또한 고춧가루의 다른 대체 품목으로 관세가 44.5%인 고춧가루 혼합조미료 수입이 증가한 것도 영향을 미친 것으로 보임⁴⁵⁾
- 냉동고추 수입 물량은 2013년 16만 7,836톤에서 2017년 22만 4,655톤으로 33.9% 가량 증가한 것으로 파악됨⁴⁶⁾
- 건고추 수입량은 2014년 2,681톤에서 2018년 2,906톤으로 8.4% 상승하며 약소한 증가를 보였으나, 같은 기간 고춧가루는 2,561톤에서 1,072톤으로 58.1% 대폭 감소하는 추이를 보임

42) 작목기술정보, 농사로

43) 토마토반점위조바이러스병, 열매가 붉게 착색되지 않고 병반 중심으로 얼룩이 형성됨. 병에 걸리면 열매가 상품성이 저하될 뿐만 아니라 식물체 세력이 약해지거나 병든 잎이 낙엽지고 줄기가 과사하여 고사하게 되므로 수량도 현저히 감소함

44) [영농정보] 2018 고추 품종 추천, 한국농업신문, 2018.01.25

45) 업계 전문가 인터뷰

46) 냉동 고추 수입 폭증으로 시장 교란 염청나, 한국탐사보도저널리즘, 2018.10.05



- 건고추 수입량은 소스 면, 간편식 등의 가공식품에 첨가되는 고추절편, 링홍고추, 고추후레이크 등에 사용되기 때문에 고춧가루에 비해 저관세 품목으로 대체하기 어렵고, 가공식품 수요가 높아져 수입량이 증가한 것으로 보임⁴⁷⁾

[표 2-11] 건고추 및 고춧가루 수입 현황

(단위 : 톤, 천\$)

구분	수입량					수입액				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
건고추	2,681	3,058	2,691	2,312	2,906	7,569	8,682	7,289	6,470	7,568
고춧가루	2,561	3,102	1,403	1,049	1,072	5,237	6,039	3,722	3,193	3,447
합계	5,242	6,160	4,094	3,361	3,978	12,806	14,721	11,011	9,663	11,015

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 0904.21.0000(고추류[캡시컴(Capsicum)속]의 열매나 피멘타(Pimenta)속의 열매 - 건조한 것(부수지도 잘게 부수지도 않은 것)), HS코드 0904.22.0000(고추류[캡시컴(Capsicum)속]의 열매나 피멘타(Pimenta)속의 열매 - 부수거나 잘게 부순 것)의 값임
- 2) 1톤 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 지역별 국내 생산실적⁴⁸⁾

□ 2018년 통계청 농작물 생산조사 기준 국내 건고추 재배면적은 2만 8,824 ha임

- 건고추 재배 면적은 경상북도(23.5%), 전라남도(15.5%), 전라북도(14.1%) 순으로 높으며, 상위 3개 지역의 재배 면적은 1만 5,302ha로 전체의 53.1%에 해당함
- 경상북도는 주요 고추 생산지이며, 2015년 고추 주산지시군 재배면적에 따르면 안동, 영양, 봉화, 의성이 전국에서 재배면적이 높은 상위 4개 시군에 속함. 특히 경상북도 농업기술원은 2018년 가뭄대응 시범사업으로 자동관수관비장치를 고추재배농가에 보급하며 고추 폭염피해를 방지를 위한 노력을 기울임⁴⁹⁾
- 전라도의 고창, 해남, 신안은 2015년 기준 전국에서 고추 재배면적이 높은 5위, 6위, 7위 시군에 해당함. 전라남도는 고추 생산농가의 소득안정을 위해 건고추 계약재배를 확대하며 고추 재배 지원이 활발하였음⁵⁰⁾

47) 업계 전문가 인터뷰

48) 고추 주산지시군 재배면적, 통계청

49) 경북도, 자동관수관비장치, 고추 폭염피해 방지 효과 탁월, 대경일보, 2018.08.08

50) 전남농협 "건고추 계약재배 확대", 광남일보, 2018.01.17



[표 2-12] 2018년 기준 지역별 건고추 재배 면적

(단위: ha, %)

시도별	면적	비율
경상북도	6,768	23.5
전라남도	4,456	15.5
전라북도	4,078	14.1
충청남도	2,938	10.2
충청북도	2,826	9.8
경기도	2,555	8.9
강원도	2,113	7.3
경상남도	2,024	7.0
인천광역시	356	1.2
울산광역시	183	0.6
세종특별자치시	142	0.5
광주광역시	104	0.4
대구광역시	81	0.3
대전광역시	73	0.3
부산광역시	69	0.2
제주도	51	0.2
서울특별시	7	0.0
계	28,824	100.0

* 농작물생산조사, 통계청(2018년 기준)

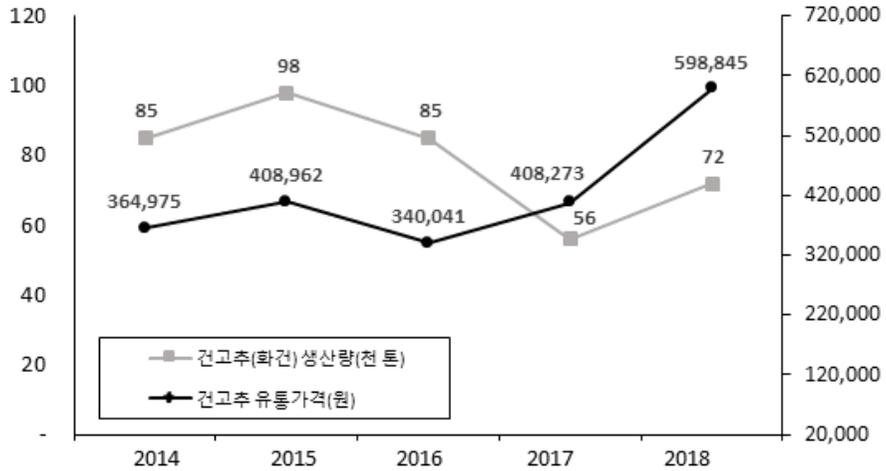
3) 유통 가격

- 2018년 기준 건고추(상품)의 30kg당 도매가격은 연평균 598,845원이며 이는 2014년 364,975원에 비해 64.1% 상승한 가격임
- 2014년부터 2017년 8월까지의 30kg당 최저 275,316원에서 최고 443,667원 사이의 유통가격을 보였으나, 이후 유통가격이 상승하여 2017년 9월부터 2018년 12월까지의 기간 동안 30kg당 최저 575,000원, 최고 702,906원 사이에서 유통가격이 형성되었음
- 앞서 언급하였듯이 2017년 여름 기간 폭염과 가뭄으로 인한 기상악화로 고추 생산량이 감소하였고, 이로 인해 2017년 9월 건고추 값이 상승하였음
- 2018년에는 전년도와 비슷하게 가뭄과 폭염과 같은 기상악화가 건고추 생산량에 영향을 미쳤으며, 2017년 건고추 가격 상승이 2018년 건고추 조기구매로 이어지면서 유통가격이 대폭 상승한 것으로 보임⁵¹⁾

51) 건고추, 생산량 ‘뚝’ · 조기구매 ‘쑥’ …몸값 당분간 고공행진, 농민신문, 2018.08.24



[그림 2-4] 건고추(화건) 유통가격 동향



(단위: 원/30kg)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
1월	340,000	411,905	390,400	285,500	590,000
2월	333,000	410,000	390,000	280,000	586,944
3월	326,667	410,000	386,727	284,545	571,667
4월	323,182	410,000	369,150	281,750	575,000
5월	320,000	410,000	356,000	275,316	575,000
6월	327,368	410,000	355,000	286,738	597,537
7월	340,957	410,000	344,524	323,238	596,891
8월	347,632	403,875	301,818	346,355	601,591
9월	443,667	416,500	321,842	628,571	702,906
10월	433,524	410,619	294,600	696,875	616,576
11월	430,000	404,905	290,182	648,864	589,409
12월	420,095	399,952	290,000	616,842	600,474
연평균	364,975	408,962	340,041	408,273	598,845

* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr)

1) 건고추 등급 상품, 30kg 당 도매가격 기준으로 작성



4. 절임배추

- 과거에는 대부분 집에서 직접 배추를 소금에 절인 후 김치속을 넣어 김장을 하였으나, 최근에는 핵가족화, 소비 편의성 추구 등 여러 사회적 변화에 따라 절임배추를 구입하는 가정이 늘어나고 있음. 이에 농산물인 배추, 무 외에 반가공품 형태로 생산되고 있는 절임배추 시장 현황을 [부록 I]을 통해 살펴봄

제 3 장

생산 및 수출입 현황

제 1 절
가공기준 및 규격

제 2 절
국내 생산 현황

제 3 절
수출입 현황





제 1 절 가공기준 및 규격

1) 식품공전 기준

- 배추김치는 김치의 종류에 속하므로 식품공전 기준 김치류의 가공기준 및 성분규격을 통해 배추김치의 가공기준 및 성분규격을 미루어 파악함

[표 3-1] 김치류의 제조·가공기준 및 규격

김치류의 제조·가공기준 및 규격
<p>1. 제조·가공기준</p> <p>(1) 원료로 사용되는 채소류는 이물이 제거될 수 있도록 충분히 세척하여야 한다.</p> <p>2. 규격</p> <p>(1) 납(mg/kg) : 0.3 이하 (2) 카드뮴(mg/kg) : 0.2 이하 (3) 타르색소 : 검출되어서는 아니 된다. (4) 보존료 : 검출되어서는 아니 된다. (5) 대장균군 : n=5, c=1, m=0, M=10(살균제품에 한한다)</p> <p>3. 시험방법</p> <p>(1) 납 및 카드뮴 : 제8. 일반시험법 9.1 중금속시험에 따라 시험한다. (2) 타르색소 : 제8. 일반시험법 3.4 착색료에 따라 시험한다. (3) 보존료 : 제8. 일반시험법 3.1 보존료에 따라 시험한다. (4) 대장균군 : 제8. 일반시험법 4. 미생물시험법 4.7 대장균군에 따라 시험한다.</p>

* 식품공전, 식품의약품안전처(www.foodsafetykorea.go.kr) (2019년 3월 8일 고시 기준)

2) 전통식품 품질인증제도 기준

- 「제1장 배추김치 시장조사 개요」에서 소개했듯이, 김치는 전통식품 품질인증제도에 포함되는 항목임. 따라서 전통식품 품질인증제도에서 제시하는 김치의 품질 기준과 자재기준, 주요 공정기준, 포장 및 표시 규격 등을 살펴보면 배추김치의 해당 기준을 미루어 파악함
- 2017년 10월 17일 전통식품 품질인증제도 재개정 이후 김치류의 자재기준 ‘(5) 포기김치, 막김치, 보쌈김치 등의 제품 제조 시 절임배추를 구매하여 제조하여서는 아니 된다.’ 항목이 삭제됨



- 품질관리의 용이성, 생산의 효율성 증대 및 환경보호 등 절임배추 사용에 따른 다양한 장점 및 대중화를 반영하여 절임배추 사용을 허용하되, 이와 관련한 관리방안을 마련하기로 함
- 또한 김치의 매운맛 등급제 표시제가 권고사항으로 개정되었음

[표 3-2] 전통식품 품질인증제도 김치류의 기준 및 규격

김치류의 기준 및 규격	
1. 품질기준	
1.1 성상	고유의 색택, 향미, 조직감 및 외관을 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.
1.2 산도(% w/v)	1.0 이하 (젓산으로서) (단, 백김치는 0.8 이하, 갓김치 및 고들빼김치는 1.2 이하, 묵은지는 1.0 이상) (단, 숙성하지 않은 제품은 제외함)
1.3 pH	3.8 이상(단, 묵은지는 3.4 이상)
1.4 이외의 요구사항	「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.
2. 자재기준	
2.1 원료 및 자재	
(1) 주원료	국내산을 사용하여야 한다. 또한, 부원료라 하더라도 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우에는 국내산을 사용하여야 한다.
(2) 사용할 원료	적정한 구매기준을 정하여 그 기준에 적합한 것을 사용하여야 한다. 다만, 배추, 무, 열무, 갓, 고들빼기 등의 주원료는 구입 시 국내산임을 증명할 수 있는 서류(단, 자가생산의 경우 제외)를 구비하고, 잔류농약 등에 대한 검사성적서도 가능한 한 구비하여야 한다.
(3) 양념에 사용되는 원료들	「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합한 것을 사용하고, 고춧가루의 경우 가능한 색택 및 캡사이신 등에 대한 품질검사를 실시하여 최종제품의 균일성을 최대한 유지할 수 있도록 한다.
(4) 포기김치 용도로 제조하여 포장한 제품	은 출고한 후 재반입하여 묵은지로 생산할 수 없다.
2.2 식품첨가물	「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 하며 타르색소, 인공감미료 및 보존료를 사용하여서는 아니 된다.
2.3 용수	「먹는 물 관리법」의 먹는 물 수질기준에 적합하여야 하며, 수돗물이 아닌 물을 음용수로 사용할 경우에는 공공 시험기관에서 1년마다 음용 적합 시험을 받아야 한다. 지하수를 사용하는 경우에는 적합한 수질을 얻기 위해 필요한 경우 정수시설을 설치·운용하여야 하며, 정수 필터 등은 주기적으로 교체하고, 청소 등을 실시하여야 한다.
2.4 기구 및 용기	「식품위생법」의 기구 및 용기·포장의 기준·규격에 적합하고, 원료와 직접 접촉하는 기구 및 용기류는 세척이 용이한 내부식성 재질이어야 하며, 작업 전후에 위생적으로 세척 또는 살균하여야 한다.
3. 주요 공정 기준	
3.1 원료의 선별 및 정선	
(1) 부패 및 변질 등으로 제품의 품질에 영향을 미칠 수 있는 부위	는 제거하고 사용하여야 한다.
(2) 흙이 묻어 있는 원료의 경우	는 걸임과 뿌리를 제거하고 사용하여야 한다.
3.2 절임	
(1) 염투입량(절임수의 농도), 절임시간 및 절임온도	는 동절기와 하절기로 구분하여 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
(2) 절임에 사용하는 소금	은 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 하며, 이를 증명할 수 있는 근거 서류를 구비하여야 한다.
(3) 배추의 경우	는 잎과 줄기의 염도 차이를 최소화하도록 하여야 한다.



김치류의 기준 및 규격

(4) 절임수를 재사용할 경우에는 오염·변질 등으로 인한 이취가 없어야 하며 일정한 염도가 유지될 수 있도록 관리하여야 한다. 또한, 최종제품에서의 미생물학적 안전성을 보장할 수 있도록 기준을 정하여 관리하여야 한다.

3.3 세척

(1) 배추를 주원료로 사용한 제품의 경우에는 최종 제품에 이물이 없도록 세척수에서 충분히 흔들어 제거하여야 한다.

(2) 자동세척기를 이용할 경우에는 가능한 한 3단 이상의 세척이 이루어질 수 있도록 하고, 최종 세척 시는 흐르는 물로 세척하여야 한다.

3.4 탈수 : 선도, 갈변 및 이취 등을 최소화하기 위해 저온에서 적절한 시간을 설정하고 관리하여야 한다.

3.5 버무림 및 소넣기 : 양념 제조 시 양념의 물성 및 제품의 생산성 등을 향상시키기 위해 일정시간 숙성시킨 후 제품에 고르게 버무려질 수 있도록 하여야 한다.

3.6 포장 : 이물이 혼입되지 않도록 하여야 하며, 포장재의 파손여부 및 밀봉상태를 관리하여야 한다.

3.7 숙성 : 10℃ 이하에서 숙성시간 등을 설정하고 관리하여야 한다.

3.8 기타 : 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으며, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하고, 이에 따라 실시하여야 한다.

4. 포장 및 내용량

4.1 포장재 : 내용물을 충분히 보호할 수 있는 포장재를 사용하여야 하며, 포장상태가 양호하여야 한다. 포장재는 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합한 것을 사용하여야 한다.

4.2 단위포장 내용량 : 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

5. 표시

5.1 표시사항 : T010(전통식품의 일반표시기준)에 따라 표시하여야 한다.

5.2 기타 표시기준

(1) 목은지의 '제조연월일'은 「식품위생법」에 준하여 표시하되, 숙성기간과 포장일을 추가로 표시하여야 하며 숙성기간은 '○○개월 이상'과 같이 개월 단위로 표시한다.

(2) T010(전통식품의 일반표시기준)에 요구하는 '종류 및 등급'을 표시할 때 4.2(막김치)는 '맛김치'로 표시할 수 있다.

(3) 매운맛 정도 표시도표(관고사항) : 4.1(포기김치) 및 4.2(막김치)의 매운맛 정도를 표시하고자 하는 경우, 6.4(매운 성분)에 따라 시험하여 구한 매운 성분(mg/kg)이 4.0 미만일 경우 '1 단계(순한맛)', 4.0 이상 12.0 미만일 경우 '2 단계(보통매운맛)', 12.0 이상일 경우 '3 단계(매운맛)'으로 구분하여 해당 단계의 도표를 주표시면과 일괄표시면에 각각 표시하여야 한다. 단, 김치 제품의 특성을 감안하여 표시된 매운맛 각 단계별 범위의 5% ~ 10% 이하 허용오차를 인정한다. 즉, '1 단계(순한맛)'은 4.4 미만까지, '2 단계(보통매운맛)'은 3.6 ~ 12.6 까지, '3 단계(매운맛)'은 11.4 이상을 인정한다. 단, 제품 최소 판매단위별 용기·포장의 일괄표시면 면적이 적어 표시가 어려운 제품의 경우, 인증기관의 사전승인에 따라 주표시면의 표시도표만을 표시하거나 또는 기타 표시면에 표시할 수 있다.

* 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원 (2017년 10월 17일 고시 기준)



제 2 절 국내 생산 현황

1. 생산 및 출하 현황

- 배추김치 생산량은 2013년 341,376톤에서 2017년 334,986톤으로 1.9% 감소하였고, 같은 기간 출하량은 298,271톤에서 310,352톤으로 4.1% 증가함
 - 배추김치 원료 가격의 상승으로 김장하는 가구가 줄어 김치 구매에 대한 수요가 증가하였고, 직접 김장을 하기보다 구매하여 섭취하고자 하는 편리성을 중요시 여기는 소비 트렌드의 변화가 배추김치 출하량의 증가로 이어진 것으로 분석됨
- 2014년 배추김치 생산량은 전년도에 비해 341,376톤에서 323,298톤으로 5.3% 감소, 출하량은 298,271톤에서 276,521톤으로 7.3% 감소한 것으로 나타남
- 배추의 작황이 좋지 못한 해는 작물의 수급 불안정이 배추의 가격 상승으로 이어지기 때문에 배추김치 출하액은 배추 생산량에 영향을 받는 편임. 작물 수급이 불안정한 시기에는 김장을 하기보다는 상품 김치를 구매하거나 지인이 만든 김치를 얻어서 섭취함. 반대로 배추의 작황이 좋아 수급이 안정적이면 상품김치를 구입하기보다는 직접 김장을 하여 배추김치를 섭취하는 경우가 많아짐⁵²⁾
- 2016년 배추김치 생산량은 전년도 336,896톤에서 334,115톤으로 0.8% 감소한 데에 비해, 생산액은 698,775백만 원에서 767,859백만 원으로 9.9% 상승하였음
 - 2016년 배추 가격이 폭등한 것이 생산액 증가에 영향을 미친 것으로 분석됨. 같은 기간 출하량은 311,512톤에서 306,343톤으로 1.7% 감소한 반면 출하액은 747,652백만 원에서 807,278백만 원으로 8.0% 증가함

52) 업계 전문가 인터뷰



[표 3-3] 배추김치 생산 및 출하현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	생산		출하	
	생산량	생산액	출하량	출하액
2013	341,376	749,686	298,271	739,175
2014	323,298	677,481	276,521	677,478
2015	336,896	698,775	311,512	747,652
2016	334,115	767,859	306,343	807,278
2017	334,986	751,458	310,352	843,153

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2. 주요 제조업체 현황

□ 김치 제조업체는 배추김치도 함께 생산하고 있으므로, 본 보고서의 배추김치 주요 제조업체 현황은 김치 주요 업체를 통해 알아봄. 주요 업체는 **대상, CJ제일제당, 한울, 동원 F&B, 한성식품, 아워홈, 농협임**

- 대상은 김치 브랜드인 종가집을 비롯하여 고추장, 된장, 조미료, 가공식품 등 다양한 제품을 제조, 판매하는 종합식품기업으로 2006년 두산으로부터 종가집을 인수하여 김치 사업과 냉장 사업을 강화함. 업계 최초로 로하스(LOHAS)⁵³⁾, 할랄(HALAL)⁵⁴⁾, 코셔(KOSHER)⁵⁵⁾ 인증을 획득했으며, ‘한국식 신선연구소’ 설립으로 한식 및 유산균 연구를 진행하고 있음
- CJ제일제당은 소계식품, 가공식품 등을 제조, 생산, 판매하는 종합식품기업으로 2006년 하성정 종합식품을 인수하며 김치 시장에 진출함. 또한 한식 브랜드인 비비고를 통해 2016년부터 비비고 김치를 출시하기 시작했으며 ‘비비고 포기배추김치’, ‘비비고 썰은 배추김치’ 등 포장김치를 판매함
- 한울은 국산김치 자율표시 지정 업소인 김치찌개 전문점 ‘김치도가’를 운영하고 있는 업체로 포장김치 가공과 더불어 식자재 유통, 급식운영 컨설팅을 진행하기도 함. 콜드체인 시스템으로 직접유통, 식품의 신선도유지를 전략으로 마케팅 활동을 하고 있음

53) 21세기 모두가 더불어 잘 사는 늘 푸른 사회·건강 사회·행복 사회를 만들기 위하여 로하스(LOHAS) 정의에 따라 노력하고 성과를 보인 기업 및 단체의 제품, 서비스, 공간에 대하여 한국표준협회가 인증하는 제도임

54) 이슬람교도인 무슬림이 먹고 쓸 수 있는 제품을 총칭하며, 아랍어로 '허용된 것'이라는 뜻임

55) 유대교의 식사 관련 율법인 카샤룻(kashrut)에 의하여 먹기에 합당한 음식으로 결정된 것을 의미함. 카샤룻에서 먹기에 합당한 음식을 가르켜 ‘코셔’라고 함



- 동원 F&B는 동원산업의 식품사업부문이 분리 독립하여 2000년 탄생한 종합식품회사로 주요 김치 브랜드는 양반김치임. 캔김치가 있어 주로 여행용으로 많이 판매되고 있으며 2011년에는 양반김치로 로하스 인증을 획득하기도 함
- 한성식품은 국내 김치 명인 1호 김순자 명인이 설립한 식품기업으로 김치 외에 반찬류, 계장류 등도 생산, 판매하고 있음. 한국에서 개최된 아시안게임, 올림픽 등 대형 국제대회에 김치 공급을 맡기도 했으며, 각종 김치 관련 인증 및 특허 등으로 위생적인 환경에 힘쓰고 있음
- 아워홈은 식품, 외식, 식자재, 푸드서비스 사업을 영위하는 국내 종합식품기업으로 B2C와 B2B 사업을 동시에 운영하고 있음. 특히 헬스케어 시설(병원, 요양원)의 급식 사업을 진행하기도 하며, 이에 맞춘 ‘나트륨을 반으로 줄인 포기김치’가 있음. 최근 투명파우치형 김치, 소용량 김치 등 다양한 김치 제품을 출시함
- 농협은 국산원재료를 사용한 식품 브랜드인 아롬찬을 보유하고 있음. 아롬찬의 제품으로는 김치, 고춧가루, 장류, 전통기름, 두부 등이 있으며, 김치 양념을 판매하기도 함. 최근 경기농협식품이 공급하는 김치 26종이 말레이시아 이슬람개발부 (JAKIM)의 할랄 인증 심사를 통과함

[표 3-4] 김치 주요 제조업체 현황

기업명	내용	
대상	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1956년 설립된 발효전문기업 및 종합식품 회사로, 2006년 두산으로부터 종가집을 인수함. 종가집 김치로 김치 업계 최초 로하스(LOHAS), 할랄(HALAL), 코셔(KOSHER) 등 각종 인증을 획득했으며, 40여 개 국가에 종가집 김치를 수출하고 있음 - 최근 대상의 통합 온라인몰 정원e샵에서 종가집 맞춤형 김치 서비스인 ‘나만의 김치’를 선보임. 양념, 용량 등을 소비자가 직접 선택하여 개인의 입맛에 맞는 김치를 즐길 수 있도록 하는 서비스임
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 2006. 두산그룹에서 종가집 인수 및 대상 FNF 설립 - 2007. 김치 업계 최초 로하스(LOHAS) 인증 취득 - 러시아 연방우주청의 우주인 김치 공식 인증 - 2010. 김치 업계 최초 할랄(HALAL)인증 취득 - 2014. 김치 업계 최초 코셔인증표지(유대인정결식품인증) 획득 - 저염김치 ‘매일매일 건강한 김치’ 출시 - 2015. 식품안전의약처 나트륨 줄이기 실천 우수기업 선정
	주요 브랜드	- 종가집, 종가반상, 종부비법, 아침에온ON
	주요 제품	- 볶음 김치, 어린이 김치, 건강한 포기·맛김치, 백김치, 묵은지, 태양초 포기김치, 맛김치, 포기김치, 전라도 포기·맛김치
CJ제일제당	주요 특징	- 소재식품, 가공식품 등을 제조, 생산, 판매하는 종합식품기업으로 2006년 (주) 하선정 종합식품을 인수하며 김치 시장에 진출함



기업명		내용
		- CJ제일제당의 한식 브랜드 비비고는 2013년 국내 제품을 출시를 시작으로 다양한 한식 제품을 출시하고 있으며, 판매되는 주요 배추김치 제품으로는 '비비고 포기배추김치', '비비고 썰은배추김치' 등이 있음
	연혁	- 2006. (주) 하선정 종합식품 인수 김치 부문 HACCP 지정 - 2011. CJ제일제당, (주) 하선정 종합식품 합병 비비고 미국 진출 - 2013. 비비고 국내에 제품 출시 - 2014. 김치추출유산균 'CJLP133' 특허 출원 - 2016. 비비고 김치 출시
	주요 브랜드	- 하선정 김치, 비비고
	주요 제품	- 포기배추김치, 썰은배추김치, 궁중배추김치 등
한울	주요 특징	- 포장김치 가공업체 - 김치찌개 전문점 '김치도가' 에서 운영하여 국산김치 자율표시 위원회로부터 국산김치 자율표시 업소 지정서 획득 - 40개 사업장 일 4만식 이상 단체 급식 위탁운영, 식자재유통, 급식운영 컨설팅 - 소포장 김치인 꼬마한울김치의 유통채널은 편의점 위주임 - HACCP, LOHAS, 스타팜, 전통식품인증 - 콜드체인 시스템으로 직접유통, 식품의 신선도유지로 마케팅
	연혁	- 1988. 한울김치 출범 - 1992. 꼬마김치(소포장김치) 출범 - 2014. 한울김치 홍콩시장 진출 - 2015. 농업회사법인 주식회사 한울 사명 변경 - 2016. 중국 한울김치 수출 - 2017. 명가선찬 반찬 브랜드 론칭(아워홈, 씨제이프레시웨이 공급개시)
	주요 브랜드	- 한울김치, 꼬마한울, 김치도가
	주요 제품	- 원조 꼬마맛김치, 원조 꼬마열무김치, 한울 원조볶음김치, 스팸볶음김치, 참치볶음김치, 한울 원조볶음깍두기
동원 F&B	주요 특징	- 동원산업의 식품사업부문이 분리 독립하여 2000년 11월 1일에 탄생한 종합식품회사 - 캔김치가 있어 여행용으로 많이 판매됨 - 양반김치로 로하스 인증 획득(2011년)
	연혁	- 1969. 동원산업주식회사 설립 - 1996. 진천공장 준공, 김치생산 개시 - 1996. '양반김치' 대통령 상 수상 - 2004. 김치부문 HACCP인증 획득, '양반백김치' 대통령상 수상 - 2017. 동원F&B자회사 동원홈푸드에서 HMR업체 '더반찬' 흡수합병
	주요 브랜드	- 양반김치
	주요 제품	- (양반) 아삭김치, 캔김치, 아삭묵은지, 명품 인삼 백김치, 명품 갓김치, 열무김치, 갓김치, 깍두기, 총각김치, 백김치, 맛김치, 포기김치, 미니독김치



기업명		내용
한성식품	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1986년 설립된 한성기업은 김치 명인 1호 김순자 명장에 의해 설립됨 - 86년 아시안게임, 88년 서울 올림픽, 2002부산 아시안게임, 대구 유니버시아드, 2014 인천 아시안게임 등 국제적인 행사의 김치 공급을 맡아옴 - 200여 개의 김치 제품을 생산하고 있으며, 25개의 김치 관련 국내외 특허 및 각종 인증 획득으로 위생과 안정성 확보에 중점을 두고 있음
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1986. ㈜한성식품 창업 - 86 아시안게임 김치 공급업체 선정 - 2004. 전통식품 품질인증 - 2006. 서산공장 HACCP 적용 업소 지정 - 2014. 인천 아시안게임 김치 공급 - 2015. 로하스(LOHAS) 인증 - 2016. 대한민국 우수문화상품 선정(문화체육 관광부) 식품의약품안전처장 표창(나트륨저감화 사업 우수기업) - 2018. 평창동계올림픽 공식 김치공급업체 지정 - 2019. 강원도 농수특산물 인증
	주요 제품	포기김치, 백김치, 맛김치, 묵은지 인삼포기김치, 망고스틴 포기김치 등
아워홈	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 식품, 식자재, 외식, 푸드 서비스 사업을 영위하는 국내 식품기업임. 특히 요양원, 어린이집 맞춤 브랜드인 '행복한맛남 케어플러스' 에서 식염과 당을 최소화한 제품을 생산하기도 하며, 대표적으로 '나트륨을 반으로 줄인 포기김치', '나트륨을 반으로 줄인 맛김치' 등이 있음 - 2017년 강남 유명 설령탕 맛집의 석박지 맛을 재현한 '손수 아삭김치 석박지' 와 더불어 투명 파우치형 포장 김치, 소용량 김치 등 다양한 김치 신제품을 선보임
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 2002. 구내식당에서 김치 판매 시작 - 2007. 종합식품 브랜드 손수 런칭 - 2012. 농림수산식품과학기술대상 농식품부 장관상 수상(100일 김치) - 2014. 감초 김치 출시 할랄(HALAL) 인증 획득 - 2017. 소용량김치 '김치세끼' 출시 투명 파우치형 아삭김치 출시 '손수 아삭김치 석박지' 출시
	주요 브랜드	- 아삭김치, 김치세끼 등
	주요 제품	- 포기김치, 청잎김치, 맛김치, 석박지, 볶음김치 등
아협	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 농협은 1961년 설립되었으며, 2011년 100% 국산원재료 식품 브랜드인 '아름찬' 을 선보였으며, 2013 농협식품 설립을 계기로 식품사업에 본격적으로 진출함 - 아름찬에서 생산 및 판매하는 제품으로는 김치, 고춧가루, 장류, 전통기름, 두부 등이 있으며, 김치의 경우 중국, 일본, 미국 등 세계 각국으로 수출하고 있음 - 2016년 경기농협식품이 공급하는 김치 26종 전 품목이 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)의 할랄 인증 심사를 통과함



기업명		내용
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1961. 종합농협 발족(구 농협과 농업은행 통합) - 1971. 전국 최초 농산물집하장 개장(충북 옥산) - 1989. '우리 농산물 애용운동(신토불이 운동)전개 - 1996. 농협김치 '96 아틀란타 올림픽 공식 식품으로 선정 - 2013. 농협식품 설립 - 2016. 경기농협식품 김치 할랄 인증 심사 통과 - 2017. 농협식품 자회사 출범
	주요 브랜드	- 아람찬
	주요 제품	- 포기김치, 배추김치, 묵은지, 김장양념 등

* 각 사 홈페이지 및 언론사 보도자료 참고



제 3 절 수출입 현황⁵⁶⁾

- 배추김치만의 수출입 규모를 따로 구분하여 파악하기 어려워 김치의 수출입 규모를 알아보기로 함. 김치의 수출입 HS코드는 2005.99.1000임

[표 3-5] 김치 수출입 HS코드

품목번호		품명	
2005		조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)	
	9	그 밖의 채소와 채소의 혼합물	
	91	0000	죽순
	99		기타
		1000	김치(Kim-chi®)
		2000	사우어크라우트(sauerkraut)
		4000	고려엉겅퀴(곤드레)
		9000	기타

* 관세법령정보포털, 관세청

1. 김치 수출입 현황

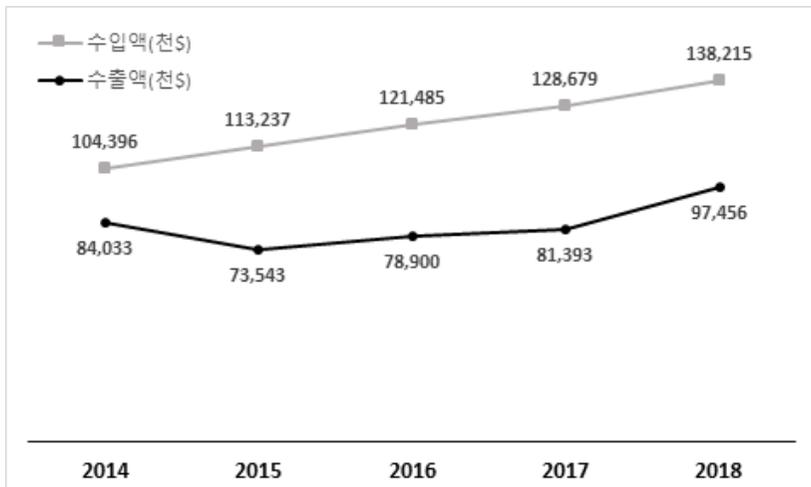
- 김치 수출 규모는 수출량을 기준으로 2014년 24,742톤에서 2018년 28,197톤으로 14.0% 증가하였음. 같은 기간 수출액은 84,033천 달러에서 97,456천 달러로 16.0% 증가함
 - 우리나라 김치 수출 1위인 일본으로의 김치 수출량이 감소하면서 전반적인 김치 수출량이 감소하는 듯하였으나, 일본 이외의 국가로 수출이 다변화되면서 수출액과 물량 증가로 이어진 것으로 분석됨
- 김치 수입량은 2014년 212,938톤에서 2018년 290,742톤으로 36.5% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 104,396천 달러에서 138,215천 달러로 32.4% 증가하며 꾸준한 증가세를 보이고 있음
 - 2018년을 기준으로 최근 5년 동안 김치 무역 수지는 적자를 기록하고 있으며 2014년 20,363천 달러에서 2018년 40,759천 달러로 적자액이 100.2% 증가함

56) 2017년 김치산업동향, 세계김치연구소, 2018.08



- 국내에 수입된 김치는 대부분 중국산이며 주로 B2B 시장에 유통되는 것으로 추정됨. 2017년 추정된 중국산 김치의 평균단가는 817원으로 국내산 김치 평균단가인 2,739원의 약 30% 수준으로 가격 경쟁력 면에서 우위를 차지하고 있음

[그림 3-1] 김치 수출입 현황



구분	수출 규모		수입 규모		무역 수지 (천\$)	수출입 단가	
	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)		수출 단가 (\$/kg)	수입 단가 (\$/kg)
2014	24,742	84,033	212,938	104,396	-20,363	3.40	0.49
2015	23,111	73,543	224,124	113,237	-39,694	3.18	0.51
2016	23,490	78,900	253,432	121,485	-42,585	3.36	0.48
2017	24,311	81,393	275,631	128,679	-47,286	3.35	0.47
2018	28,197	97,456	290,742	138,215	-40,759	3.46	0.48

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2005.99.1000(김치)의 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2. 김치 수출 현황

1) 국가별 수출 규모

- 2018년 김치 수출량이 많은 순으로 상위 3개국은 일본(58.0%), 미국(9.1%), 대만(5.6%) 순서임. 상위 3개국은 전체 중 72.7%의 수출량을 차지함
 - 일본으로의 김치 수출 규모는 수출액을 기준으로 2017년 45,567천 달러에서 2018년 56,104천 달러로 23.1% 가량 증가하였음. 이는 일본 NHK에서 한국 김치의 건강기능성을 소개하는 방송에 의해 유산균을 가지고 있는 발효 김치에 대한 선호가 높아지면서, 기존 절임 식품인 일본산 김치와 달리 자연발효식 김치인 한국 김치에 대한 수요가 증가했기 때문으로 보임⁵⁷⁾
 - 수출이 증가한 주요국은 미국, 대만, 호주이며, 기존에는 해외의 한인마트를 중심으로 유통되었으나 최근 현지인을 대상으로 하는 로컬마트 등으로 유통채널이 다양화되었음
 - 한편, 김치 주요 제조사 중 CJ제일제당은 시장 규모가 큰 일본과 중국, 베트남에 현지 공장을 설립하여 해외시장 자체에서 생산을 하는 방식으로 판매가 이루어지고 있으며⁵⁸⁾, 대상 FNF는 국내 업체 최초로 미국에 김치공장을 설립할 예정임.⁵⁹⁾ 이와 같이 해외시장에서 직접 생산기반을 갖추는 방식이 생겨남으로 인해 관세청에 집계되지 않는 해외 시장 판매 이익이 있을 것으로 추정됨
- 2018년에는 김치 수출을 위한 우리나라 정부의 지원이 활발하였음. 코리아 김치 페스티벌을 개최해 10월에서 11월 기간동안 세계 주요도시에서 김치와 관련된 행사를 열었으며, 해외 식품박람회 참가를 지원하는 정책적 지원이 김치 수출 증가로 이어진 것으로 보임

57) 일본의 유산균 김치, KATI, 2018.12.17

58) 탄력 받는 미국 김치 수출... 수출액 23% ↑, 해럴드경제, 2019.07.05

59) “김치 중주국 알린다” ...식품업계 美시장 눈독. 이뉴스투데이, 2019.08.27



[표 3-6] 주요 국가별 김치 수출 현황

(단위: 톤, 천\$)

국가	수출량					수출액				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
일본	16,968	14,820	14,045	13,681	16,343	56,615	44,548	47,076	45,567	56,104
미국	1,296	1,464	1,805	2,206	2,570	4,936	5,340	6,248	7,246	8,969
대만	1,114	1,221	1,377	1,472	1,587	3,028	3,540	3,832	4,440	5,099
홍콩	1,229	1,199	1,242	1,286	1,280	4,691	4,543	4,285	4,346	4,489
호주	598	704	667	782	936	2,051	2,273	2,059	2,547	3,113
기타	3,537	3,705	4,354	4,886	5,480	12,712	13,299	15,400	17,247	19,682
합계	24,742	23,111	23,490	24,311	28,197	84,033	73,543	78,900	81,393	97,456

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2005.99.1000(김치)의 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 최근 김치 수출 현황

- 김치는 분기별 뚜렷한 등락을 보이는 식품은 아니지만 날씨가 추운 1분기, 4분기에 수출 규모가 비교적 높게 나타나는 경향을 보임
 - 2018년 4분기 김치 수출량은 7,886톤으로 2016년 4분기 5,957톤에 비해 32.4% 증가하였고, 같은 기간 수출액은 19,933톤에서 27,095톤으로 35.9% 증가하였음. 전반적으로 2018년의 김치 수출량이 2016년에 비해 증가함

[표 3-7] 분기별 김치 수출 현황

(단위: 톤, 천\$)

구분	2016				2017				2018				2019	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기
수출량	6,031	5,877	5,626	5,957	5,858	6,073	6,362	6,019	7,019	6,616	6,676	7,886	7,232	7,484
수출액	19,374	19,808	19,785	19,933	19,161	20,329	21,678	20,227	24,146	23,180	23,034	27,095	25,350	26,458

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2005.99.1000(김치)의 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



3. 김치 수입 현황

1) 국가별 수입 규모

- 2018년 기준 우리나라의 김치 수입은 주로 중국에서 수입되며 전체 수입량 중 100.0%에 가까운 수입량을 보임. 2018년 중국에서의 김치 수입량은 290,739톤, 수입액은 138,207천 달러임
- 중국에서 수입되는 김치는 완제품으로, 주로 B2B로 유통되며 국내산 김치보다 저렴한 단가로 가격경쟁력을 내세워 판매되고 있음. 중국 내 영세한 김치 공장은 대부분 사라지고 한국인, 조선족, 한족을 주체로 일정한 규모를 갖춘 업체들이 영업 중임. 김치공장은 산둥성, 랴오닝성, 지린성을 중심으로 100개 이상 있는 것으로 파악됨
- 중국산 김치가 국내로 들어오는 기간은 이르면 일주일에서 최대 보름임. 일반적으로 도매업자가 현지 생산 공장에 발주하면 즉시 생산하는데 이는 수요가 꾸준한 만큼 배추 등 김치 재료를 항상 준비하고 있기 때문임⁶³⁾

[표 3-8] 주요 국가별 김치 수입 현황

(단위: 톤, 천\$)

국가	수입량					수입액				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
중국	212,938	224,124	253,432	275,631	290,739	104,395	113,236	121,483	128,677	138,207
기타	0	0	0	0	2	1	1	2	2	8
합계	212,938	224,124	253,432	275,631	290,742	104,396	113,237	121,485	128,679	138,215

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2005.99.1000(김치)의 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 최근 김치 수입 현황

- 김치는 분기별 수입 규모 또한 뚜렷한 등락을 보이는 편은 아니지만, 1,2,3분기에 비해 4분기의 수입 규모가 다소 높게 나타남
- 매 4분기는 포장김치의 극성수기에 해당하는 시기로 수요가 크게 증가하여 이에 따라 수입량도 증가하는 시기임. 4분기 김장철에 기존 저장된 김치가 3분기부터 소진되며 김장 전 포장김치의 구매 물량이 늘어나는 것으로 분석됨⁶⁴⁾

63) 업계 전문가 인터뷰

64) 업계 전문가 인터뷰



- 2016년 4분기에는 같은 해 3분기에 비해 수입량이 60,828톤에서 73,490톤으로 20.8% 증가하였음. 2018년 4분기에는 같은 해 3분기에 비해 71,118톤에서 79,873톤으로 12.3% 증가하여 2016년과 유사한 김치 수입 추이를 보임

[표 3-9] 분기별 김치 수입 현황

(단위: 톤, 천\$)

구분	2016				2017				2018				2019	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기
수입량	58,533	60,581	60,828	73,490	68,678	67,655	69,027	70,271	70,022	69,728	71,118	79,873	75,220	72,227
수입액	30,803	28,795	27,336	34,551	33,563	30,007	33,771	31,338	30,356	33,891	37,686	36,283	29,790	30,328

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2005.99.1000(김치)의 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

제 4 장

유통 및 판매 현황

제 1 절
유통 구조

제 2 절
소비시장 규모

제 3 절
김치의 소비자물가지수

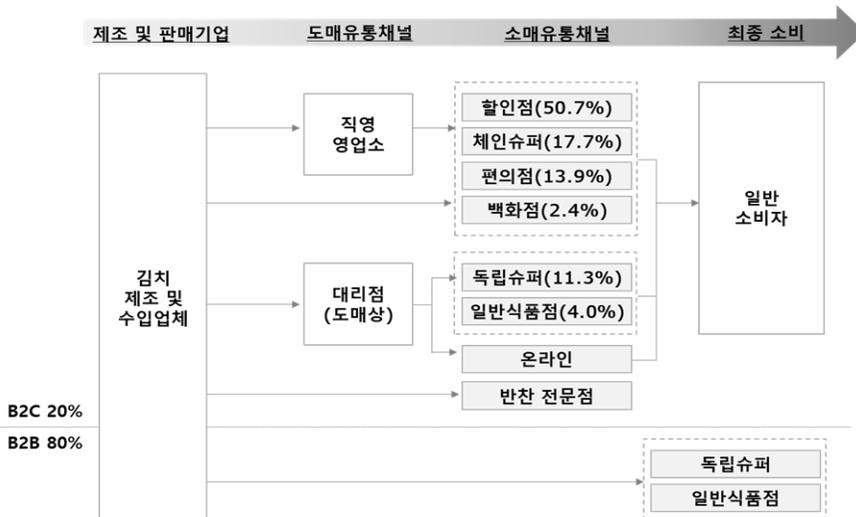




제 1 절 유통 구조

- 상품으로 판매되는 김치는 외식이나 급식업체로 가는 B2B 비중이 80%이며, 오프라인 소매채널 및 반찬가게, 온라인 등의 B2C 비중이 20% 정도를 보여짐⁶⁵⁾
 - 업계 전문가 의견에 의하면, B2C 시장에서 판매되는 상품김치 비중은 꾸준히 증가하며 현재 20% 정도 차지하고 있는 것으로 보고 있음. 이는 오프라인 소매채널이나 온라인에서 판매되는 포장김치 외에도 반찬가게 등에서 판매하는 비포장김치(덜어서 포장해서 파는 김치)의 비중까지 합친 비중임. 상품김치에 대한 소비자들의 인식 전환, 편리성 및 편의성을 추구하는 소비성향 확대 등의 영향으로 B2C 시장 비중은 꾸준히 증가할 것으로 전망하고 있음
 - B2B 시장은 큰 폭의 성장 없이 유지 또는 소폭의 둔화세를 나타내며, 시장에서의 차지 비중이 현재보다 낮아질 것으로 보고 있음. 인구 감소, 경기 둔화 등으로 인해 외식 소비 비중이 줄고, 가정 간편식이 더욱 늘어나면서 가정 내 포장 김치 수요가 늘어나는 것이 B2B 시장 감소에 영향을 줄 것으로 예상됨

[그림 4-1] 상품으로 판매되는 배추김치 유통 구조



* 업계 전문가 인터뷰
식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액(2018년 매출액 기준으로 점유율 작성)

65) 업계 전문가 인터뷰

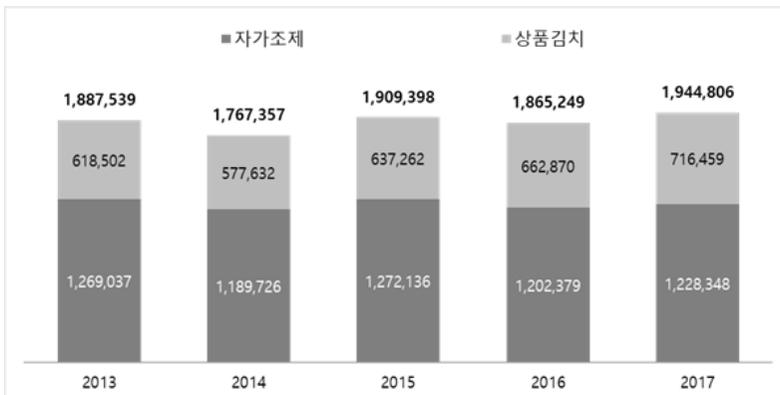


제 2 절 소비시장 규모

1. 김치 전체 시장 규모 추정

- 2017년도 세계김치연구소의 김치산업동향에 따르면, 국내 김치(배추김치와 기타 김치) 시장 규모는 1조 4,473억 원으로 전년도 1조 3,220억 원에 비해 9.5% 증가한 것으로 추정됨
- 자가조제 김치의 소비량은 2013년 127만 톤에서 2017년 123만 톤으로 감소하는 추세를 보인 반면, 같은기간 상품김치는 62만 톤에서 72만 톤으로 증가하며 김치 소비량 자체의 하락에도 상품 김치 시장이 꾸준히 성장하고 있음을 보여줌
- 서구화된 식습관의 영향으로 1인당 김치 섭취량은 감소하고 있으나, 1인 가구의 증가 및 핵가족화로 김장 대신 포장김치를 사먹는 문화가 일반화 되면서 담금김치의 소비 비중 하락에 영향을 미친 것으로 보임

[그림 4-2] 국내 김치 소비량(추정)



(단위: 톤, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017(f)
자가조제	1,269,037 (67.2)	1,189,726 (67.3)	1,272,136 (66.6)	1,202,379 (64.5)	1,228,348 (63.2)
상품김치	618,502 (32.8)	577,632 (32.7)	637,262 (33.4)	662,870 (35.5)	716,459 (36.8)
합계	1,887,539	1,767,357	1,909,398	1,865,249	1,944,806

1) 2017년 자료는 추정치임

2) (단위: 톤) 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2. 배추김치 소매시장 규모⁶⁶⁾

- 2018년 기준 배추김치 소매시장 규모는 2,037억 원으로, 2014년 1,128억 원 대비 80.5% 증가하며, 5년간 꾸준한 증가 추세를 보임
 - 상품김치의 편리성, 가공식품에 대한 인식 개선이 배추김치 시장규모의 증가로 이어진 것으로 보임. 또한 배추 수급 불안정 등 원재료 가격 상승으로 인한 김장 비용 증가로 인해 김장을 하지 않는 가구가 많아지면서 상품김치에 대한 수요가 꾸준히 증가한 것으로 분석됨⁶⁷⁾
 - 2018년 배추 유통가격은 10kg당 9,275원으로 2014년 4,789원 대비 93.7%, 무 유통가격은 20kg당 16,892원으로 2014년 대비 74.3%, 건고추 유통가격은 30kg당 598,845원으로 2014년 대비 64.1% 상승함
 - 2018년 한국농수산식품유통공사는 김치지수(4인 가구의 20포기 김장에 드는 비용)를 26만원으로 예상하였음. 평년 김치지수인 23만 6,630원임에 비해 3만원 가량 높은 가격임
 - 반면, 시판 포장김치의 20포기에 해당하는 52kg을 기준으로 가격을 살펴보았을 때, 약 28만 9,500원으로 추정되어 김장 비용에 비해 2만 9,500원으로 11.3% 높은 가격이지만 김장 비용과 더불어 노동력이 들기 때문에 간편한 포장김치 구매를 찾는 소비자가 증가한 것으로 분석됨
- 1인 가구의 증가로 김치 소비량 증가하고, 김장을 하지 않는 가구가 증가함⁶⁸⁾
 - 1인 가구는 4인 가구에 비해 김치 소비량이 16kg 가량 높은데, 이는 가구 구성원 수가 많을수록 식단이 다양해져 김치가 차지하는 비중이 감소하기 때문임
 - 「가구 특성에 따른 김치 소비량 차이에 관한 연구」에 따르면 1인 가구는 4인 가구에 비해 김장 가능성이 82.5% 가량 낮은 것으로 나타남

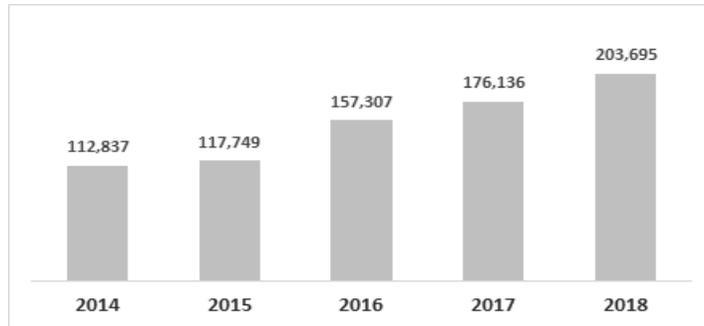
66) 소매시장 규모는 공식적인 소매점 매출액 확인이 가능한 오프라인 소매채널을 중심으로 살펴봄

67) [팩트체크K] 4인 가족 김장 비용 26만 원...포장김치가 싸다?, KBS 뉴스. 2018.11.06.

68) 가구 특성에 따른 김치 소비량 차이에 관한 연구, 박성훈
김치, 1인 가구소비량 4인가구보다 16kg 많아, 식약일보, 2019.06.10



[그림 4-3] 배추김치 소매시장 규모



(단위: 백만 원)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
소매시장 규모	112,837	117,749	157,307	176,136	203,695

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액

1) 오프라인 소매채널 데이터 기준임

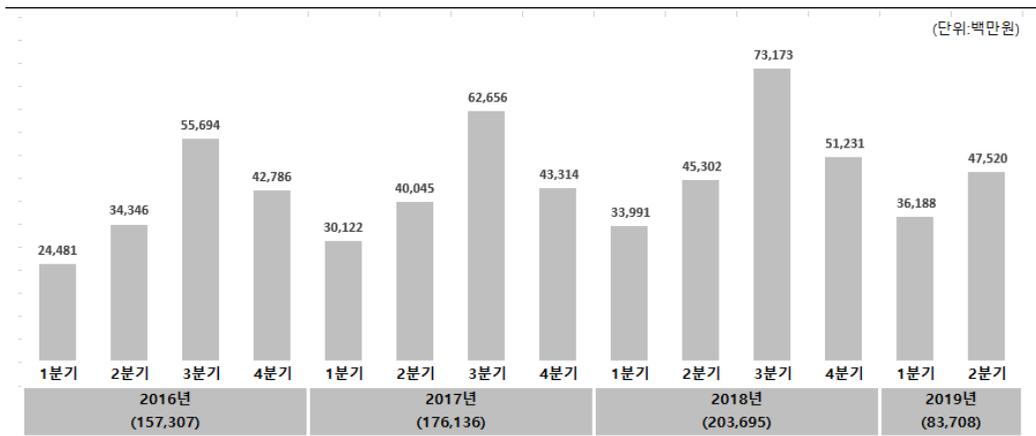
2) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



1) 분기별 판매 현황

- 배추김치는 매년 3분기에 가장 판매량이 높은 것으로 나타남. 2016년 3분기에는 557억 원에서 2018년 3분기에는 732억 원으로 31.4% 증가하였으며, 최근 3년 동안 3분기 배추김치 판매량이 증가해온 것을 알 수 있음
- 3/4분기의 판매가 높게 나타나는 이유는 이 시기에 배춧값이 상승하기 때문임. 매년 3분기에 해당하는 8월 및 9월 배추 상품의 1kg당 도매 유통 가격은 연평균 가격보다 높게 나타나는 데 이는 여름철 고온, 집중 호우, 태풍, 장마 등 채소 재배에 적합하지 않은 기상 조건이 배추 작황에 영향을 주어 가격이 상승한 것으로 분석됨. 이러한 영향으로 3분기에는 배추를 구매하여 직접 담그기보다는 포장김치를 구매하는 비중이 높아지는 경향을 보임

[그림 4-4] 배추김치 분기별 판매 현황



* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2) 포장 용량별 소매시장 규모

- 배추김치 포장 용량별 소매시장 규모는 2018년 판매액을 기준으로 3kg 이상 제품이 32.9%로 가장 높으며, 200g 이하(29.4%), 1.001kg~3kg 미만(22.5%), 201g~1kg 이하 제품이 15.2%를 차지함
- 3kg 이상 제품의 시장 규모는 2016년 383억 원에서 2018년 671억 원으로 74.9% 성장하며, 2016년에는 1.001kg~3kg 미만 제품이 가장 판매액이 높았으나 2017년부터 3kg 이상 제품이 가장 판매액이 높은 것으로 나타남
 - 기존 배추김치 판매는 1인 가구 위주로 소용량 판매가 되었으나, 최근에는 김장을 포기하고 기존 김장으로 충당했던 김치 소비량을 대용량 구매로 대체하는 가구가 늘어나면서 3kg 이상 제품의 대용량 구매가 증가한 것으로 추정됨⁶⁹⁾
 - 이에 따라 기존에 김장을 하던 가구나 김치를 조달해 먹던 가구 또한 포장김치를 구매하여 먹는 소비 트렌드 변화로 3kg 이상 김치의 판매 규모가 증가한 것으로 보임⁷⁰⁾

[표 4-1] 배추김치 포장 용량별 소매시장 규모

(단위: 백만 원, %)

구분	2016					2017					2018					2019	
	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	1분기	2분기
200g 이하	9,150 (37.4)	11,106 (32.3)	14,361 (25.8)	12,303 (28.8)	46,920 (29.8)	10,519 (34.9)	12,561 (31.4)	15,859 (25.3)	13,605 (31.4)	52,544 (29.8)	12,222 (36.0)	14,407 (31.8)	18,125 (24.8)	15,078 (29.4)	59,832 (29.4)	12,746 (35.2)	14,668 (30.9)
201g~1kg 이하	3,226 (13.2)	4,837 (14.1)	8,410 (15.1)	5,930 (13.9)	22,403 (14.2)	4,807 (16.0)	6,714 (16.8)	9,850 (15.7)	6,412 (14.8)	27,783 (15.8)	5,336 (15.7)	7,110 (15.1)	11,050 (15.1)	7,391 (14.4)	30,887 (15.2)	5,870 (16.2)	7,563 (15.9)
1.001kg~3kg 미만	8,219 (33.6)	11,923 (34.7)	18,234 (32.7)	11,277 (26.4)	49,653 (31.6)	7,449 (24.7)	9,828 (24.5)	15,503 (24.7)	9,650 (22.3)	42,430 (24.1)	7,322 (21.5)	10,123 (22.3)	17,592 (24.0)	10,883 (21.2)	45,920 (22.5)	6,737 (18.6)	9,970 (21.0)
3kg 이상	3,886 (15.9)	6,480 (18.9)	14,689 (26.4)	13,276 (31.0)	38,331 (24.4)	7,347 (24.4)	10,942 (27.3)	21,444 (34.2)	13,647 (31.5)	53,380 (30.3)	9,111 (26.8)	13,662 (30.2)	26,406 (36.1)	17,879 (34.9)	67,058 (32.9)	10,835 (29.9)	15,319 (32.2)
합계	24,481	34,346	55,694	42,786	157,307	30,122	40,045	62,656	43,314	176,136	33,991	45,302	73,173	51,231	203,695	36,188	47,520

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

69) 업계 전문가 인터뷰

70) 업계 전문가 인터뷰



3) 판매 채널별 소매시장 규모

- 배추김치 채널별 소매시장 규모는 2018년 판매액 기준 할인점이 50.7%로 전체 소매시장 판매액의 절반 가량을 차지하는 것으로 나타났으며, 뒤이어 체인 슈퍼 (17.7%), 편의점 (13.9%), 독립슈퍼 (11.3%), 일반식품점 (4.0%), 백화점 (2.4%) 순으로 나타남
- 할인점에서의 배추김치 판매는 2016년 743억 원에서 2018년 1,033억 원으로 39.1% 증가하였으며, 전체 소매시장 중 판매액 점유율은 3.5%p 증가하여 최근 3년 동안 꾸준히 증가한 것으로 나타남
- 할인점의 김치 판매는 다른 판매 채널에 비해 매대가 넓고, 80g에서 3kg대까지 다양한 중량대의 배추김치 판매가 이루어진다는 특징이 있어, 다양한 취식상황과 가구 특성에 따른 구매를 하기 편리한 판매 채널임. 특히, 할인점의 특성상 판매 단가가 높은 대용량 제품의 할인행사가 주기적으로 진행되어, 3~4인 가구 소비층의 구매가 많을 것으로 예상됨. 이러한 대용량 제품의 판매가 할인점의 판매량 증가에 영향을 미친 것으로 추정됨

[표 4-2] 배추김치 판매 채널별 소매시장 규모

(단위: 백만 원, %)

구분	2016					합계	2017					합계	2018					합계	2019	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기		2분기	3분기	4분기	1분기	2분기		3분기	4분기	1분기	2분기				
할인점	10,570 (43.2)	15,287 (44.5)	27,675 (49.7)	20,743 (48.5)	74,275 (47.2)	13,969 (46.4)	19,172 (47.9)	33,020 (52.7)	21,119 (48.8)	87,280 (49.6)	16,356 (48.1)	22,400 (49.4)	38,909 (53.2)	25,629 (50.0)	103,294 (50.7)	17,763 (49.1)	24,286 (51.1)			
체인 슈퍼	3,820 (15.6)	6,159 (17.9)	11,158 (20.0)	7,601 (17.8)	28,738 (18.3)	4,867 (16.2)	7,358 (18.4)	12,116 (19.3)	7,645 (17.7)	31,986 (18.2)	5,152 (15.2)	7,776 (17.2)	14,036 (19.2)	9,058 (17.7)	36,022 (17.7)	5,779 (16.0)	8,565 (18.0)			
편의점	4,776 (19.5)	5,661 (16.5)	6,654 (11.9)	6,389 (14.9)	23,480 (14.9)	5,346 (17.7)	5,963 (14.9)	6,972 (11.1)	6,661 (15.4)	24,942 (14.2)	6,003 (17.7)	6,750 (14.9)	7,771 (10.6)	7,692 (15.0)	28,216 (13.9)	6,437 (17.8)	6,796 (14.3)			
독립 슈퍼	3,009 (12.3)	4,402 (12.8)	6,508 (11.7)	5,070 (11.8)	18,989 (12.1)	3,622 (11.7)	4,712 (11.8)	6,862 (11.0)	4,986 (11.5)	20,182 (11.5)	4,001 (11.8)	5,348 (11.8)	8,051 (11.0)	5,619 (11.3)	23,019 (11.3)	4,048 (11.2)	5,237 (11.0)			
일반 식품점	1,425 (5.8)	1,755 (5.1)	2,123 (3.8)	1,756 (4.1)	7,059 (4.5)	1,449 (4.8)	1,802 (4.5)	2,048 (3.3)	1,735 (4.0)	7,034 (4.0)	1,609 (4.7)	1,974 (4.4)	2,664 (3.6)	1,945 (3.8)	8,192 (4.0)	1,322 (3.7)	1,583 (3.3)			
백화점	880 (3.6)	1,079 (3.1)	1,580 (2.8)	1,228 (2.9)	4,767 (3.0)	869 (2.9)	1,037 (2.6)	1,639 (2.6)	1,167 (2.7)	4,712 (2.7)	868 (2.6)	1,055 (2.3)	1,741 (2.4)	1,287 (2.5)	4,951 (2.4)	841 (2.3)	1,056 (2.2)			
합계	24,481	34,346	55,694	42,786	157,307	30,122	40,045	62,656	43,314	176,136	33,991	45,302	73,173	51,231	203,695	36,188	47,520			

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



4) 제조사별 소매시장 규모

- 제조사별 소매시장 규모는 배추김치만을 파악하기 어려워 배추김치를 포함한 김치의 제조사별 소매시장 규모를 파악하여 봄
 - 김치 소매시장의 판매액 1위 제조사는 대상 FNF로 1,180억 원으로 전체 김치 소매시장 판매액의 46.7%를 차지하였고, 뒤이어 CJ제일제당이 872억 원으로 34.5%를 점유하였음. 상위 2개 제조사의 판매액 합은 전체의 81.2%를 차지하는 것으로 나타남
 - 대상 FNF는 ‘종가집’이라는 김치 브랜드가 대표적이며, 2004년 김치 업계 최초로 전 공장이 HACCP 인증을 받았으며, 미주, 유럽, 대만 등 세계 42개국에 김치를 수출하고 있음.⁷¹⁾ CJ제일제당의 김치 소매시장 점유율이 커짐에 따라 대상 FNF의 김치 소매시장 점유율은 감소하였으나 판매액으로는 2016년 1,028억 원에서 2018년 1,180억 원으로 14.7% 증가하였음
 - CJ제일제당은 2016년 366억 원에서 2018년 872억 원으로 138.2% 증가하였으며, 판매액 점유율은 14.6%p 증가한 것으로 나타남. CJ제일제당은 ‘비비고’, ‘하선정’이라는 브랜드로 김치를 판매하고 있는데, 이 중에서도 2016년 ‘비비고 김치’를 출시하면서 판매 규모가 커진 것으로 보임
 - PB 제품은 전체 김치 소매시장에서 6.2%를 차지하는 것으로 나타남. 대표적으로 이마트는 제조원이 (주)농업회사법인 내일식품인 ‘노브랜드 별미 포기김치’, 제조원이 (주)신세계조선호텔김치인 ‘특제육수 조선호텔 포기김치’를 내놓으며 김치 PB제품을 판매하고 있음

71) [특집-김치]대상FNF ‘종가집 김치’, 식품음료신문, 2007.11.08.

[농식품 수출 사례들] 대상FNF, 조선일보, 2014.11.20



[표 4-3] 김치 제조사별 소매시장 규모

(단위: 백만 원, %)

구분	2016					합계	2017					합계	2018					합계	2019	
	1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기
대상	17,495	23,543	36,070	25,733	102,841	17,997	24,121	37,711	24,584	104,413	19,390	27,355	44,025	27,178	117,948	19,535	26,271			
FNF	(60.3)	(57.9)	(54.9)	(52.5)	(55.8)	(50.6)	(50.0)	(50.0)	(48.2)	(49.7)	(46.5)	(48.0)	(47.6)	(44.3)	(46.7)	(42.9)	(42.7)			
CJ	3,835	6,627	14,693	11,469	36,624	9,120	13,140	21,951	15,001	59,212	12,586	18,342	33,231	23,066	87,225	17,608	25,370			
제일제당	(13.2)	(16.3)	(22.4)	(23.4)	(19.9)	(25.7)	(27.2)	(29.1)	(29.4)	(28.2)	(30.2)	(32.2)	(35.9)	(37.6)	(34.5)	(38.7)	(41.3)			
PB	2,577	3,914	6,395	5,397	18,283	3,610	4,857	6,643	4,451	19,561	3,941	3,341	4,744	3,549	15,575	2,723	2,918			
	(8.9)	(9.6)	(9.7)	(11.0)	(9.9)	(10.2)	(10.1)	(8.8)	(8.7)	(9.3)	(9.5)	(5.9)	(5.1)	(5.8)	(6.2)	(6.0)	(4.7)			
한올	1,267	1,406	1,628	1,443	5,744	1,164	1,284	1,420	1,395	5,263	1,342	1,258	1,252	1,250	5,102	935	902			
농산	(4.4)	(3.5)	(2.5)	(2.9)	(3.1)	(3.3)	(2.7)	(1.9)	(2.7)	(2.5)	(3.2)	(2.2)	(1.4)	(2.0)	(2.0)	(2.1)	(1.5)			
동원	883	1,215	1,584	1,183	4,865	813	1,023	1,504	987	4,327	865	996	1,318	902	4,081	780	844			
F&B	(3.0)	(3.0)	(2.4)	(2.4)	(2.6)	(2.3)	(2.1)	(2.0)	(1.9)	(2.1)	(2.1)	(1.7)	(1.4)	(1.5)	(1.6)	(1.7)	(1.4)			
기타	2,964	3,941	5,307	3,767	15,979	2,836	3,859	6,220	4,558	17,473	3,573	5,642	7,988	5,421	22,624	3,945	5,184			
	(10.2)	(9.7)	(8.1)	(7.7)	(8.7)	(8.0)	(8.0)	(8.2)	(8.9)	(8.3)	(8.6)	(9.9)	(8.6)	(8.8)	(9.0)	(8.7)	(8.4)			
합계	29,021	40,646	65,677	48,992	184,336	35,540	48,284	75,449	50,976	210,249	41,697	56,934	92,558	61,366	252,555	45,526	61,489			

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액

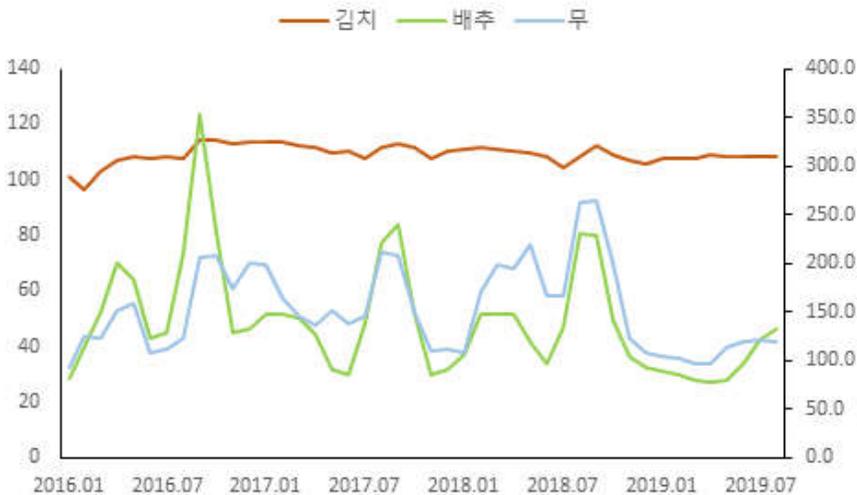
- 1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
- 2) 배추김치류, 무김치류, 기타김치류를 모두 포함한 소매시장 규모임



제 3 절 김치의 소비자물가지수

- 김치⁷²⁾의 소비자 물가지수(2015=100 기준)는 2016년 1월 101.44에서 2019년 8월 108.42로 6.9% 증가함
 - 배추의 물가지수가 가장 높게 상승한 2016년 9월 김치의 물가지수는 114.43으로 최근 3년 중 가장 높게 나타남. 2016년 상반기 배추가격이 큰 폭으로 상승하면서 당해 9월 배추의 소비자 물가지수는 352.49로 높게 나타났으며, 김치 소비자물가지수 상승에도 영향을 미친 것으로 파악됨
- 김치의 소비자물가지수는 김치의 원재료인 배추 및 무와 연관이 있으나, 원재료의 소비자물가지수 대비 등락 폭이 적음 편임
 - 김치의 소비자물가지수 상승 폭은 김치의 경우 소비자의 인식 상 ‘제조 상품’으로 여겨져 원물 가격의 변동에 따라 소비자가 쉽게 변동할 수 없는 구조로 인해 김치의 소비자물가지수의 변동 폭은 원재료에 비해 크지 않음⁷³⁾

[그림 4-5] 김치 소비자물가지수 추이



72) 국내산 포기김치, 비닐포장 또는 덜어서 파는 것을 조사함

73) 업계 전문가 인터뷰



2019 가공식품 세분시장 현황
배추김치 시장

시점	김치	전월대비(%)	배추	무
2016.01	101.44	10.50	82.19	93.37
2016.02	96.25	-5.12	113.37	124.63
2016.03	103.31	7.34	148.42	123.39
2016.04	107.08	3.65	200.14	151.02
2016.05	108.13	0.98	183.44	159.01
2016.06	107.66	-0.43	123.60	107.32
2016.07	108.31	0.60	127.86	111.68
2016.08	107.69	-0.57	209.98	122.89
2016.09	114.43	6.26	352.49	206.25
2016.10	114.21	-0.19	232.78	208.46
2016.11	112.90	-1.15	129.21	173.41
2016.12	113.86	0.85	131.94	199.88
2017.01	113.88	0.02	147.29	198.98
2017.02	113.42	-0.40	146.93	163.95
2017.03	112.34	-0.95	143.52	145.05
2017.04	112.01	-0.29	126.51	136.88
2017.05	109.51	-2.23	91.38	150.58
2017.06	110.09	0.53	84.41	137.83
2017.07	107.75	-2.13	138.67	144.75
2017.08	111.61	3.58	221.17	210.95
2017.09	112.72	0.99	239.26	208.68
2017.10	111.98	-0.66	147.39	149.47
2017.11	107.60	-3.91	85.25	109.17
2017.12	110.31	2.52	90.63	111.49
2018.01	111.09	0.71	106.34	108.30
2018.02	111.47	0.34	146.97	169.32
2018.03	110.85	-0.56	147.84	199.01
2018.04	110.68	-0.15	147.50	193.74
2018.05	109.68	-0.90	119.62	219.19
2018.06	108.42	-1.15	96.18	165.88
2018.07	104.64	-3.49	134.41	166.44
2018.08	108.11	3.32	229.73	261.96
2018.09	112.32	3.89	228.23	264.81
2018.10	108.79	-3.14	140.85	200.88
2018.11	106.99	-1.65	104.37	123.35
2018.12	105.89	-1.03	91.76	107.90
2019.01	107.89	1.89	87.93	103.21
2019.02	107.47	-0.39	84.48	102.20
2019.03	107.74	0.25	79.19	97.34
2019.04	109.34	1.49	78.01	96.77
2019.05	108.52	-0.75	79.82	112.86
2019.06	108.65	0.12	96.24	118.11
2019.07	108.37	-0.26	121.19	120.64
2019.08	108.42	0.05	132.95	119.57

* 국가통계포털(kosis.kr), 김치, 배추, 무 소비자물가지수(2015=100 기준임)

제 5 장 소비자 동향

제 1 절
빅데이터 조사 개요

제 2 절
소비자 특성





제 1 절 빅데이터 조사 개요

1. 빅데이터 조사 개요

- 인터넷·스마트폰 보급, SNS 활성화 등으로 인해 대규모 데이터가 빠르게 생성되고 있음
 - 개인의 일상 및 생각에서부터 사용 제품에 대한 불만 사항 혹은 기대 사항까지 자신의 의견을 언제 어디서나 실시간으로 기록하고 공유 가능해짐
- IT·산업 발전 등으로 SNS 등의 대용량 데이터를 수집 및 처리할 수 있게 되었고, 통계 연구 활성화로 신뢰성 높은 데이터를 확보할 수 있게 되었음. 여러 산업 분야에서 기업·공공기관의 혁신과 경쟁력 강화를 위한 빅데이터 분석을 광범위하게 적용하고 있음
- 식품산업의 경우, 대기업 중심으로 재료 트렌드를 파악하여 새로운 맛 종류를 개발하거나 소비자 라이프 스타일을 파악하여 혁신 제품을 만드는 데 주력하는 추세임. 이러한 추세에 발맞춰 본보고서에서도 빅데이터 분석을 통해, 보다 활용 가능한 정보를 제공하고자 함

2. 빅데이터 분석 범위

- 분석 대상 채널은 네이버 블로그로 선정하였음
 - 네이버 블로그는 블로그 채널 중 가장 활성화된 채널이며, 글자 수의 제한이 없어 소비자의 의견, 자신만의 레시피 소개, 제품에 대한 정보 등 다양한 의견을 기록할 수 있음
- 데이터 수집 기간은 가장 최근 자료인 2018년 7월 1일부터 2019년 7월 31일까지인 1년 1개월임
- 배추김치와 절임배추의 품목별로 사용된 데이터의 양은 각각 11,632건, 3,588건으로 총 15,220건임



3. 빅데이터 분석 내용

- 본 보고서는 배추김치(절임배추 포함) 보고서로 각 품목을 나누어 설명하고자 함. 분석 내용은 아래와 같으며, 절임배추에 대한 분석내용은 [부록]에서 다루기로 함.
- 현 배추김치(절임배추 포함) 소비 시장 흐름을 이해하기 위해 소비 행태에 대해 추정함. 소비 행태에서 제품을 구입하는 데에 결정적인 영향을 미치는 구매 고려요인과 함께 구입장소 그리고 함께 언급한 품목을 파악함
- 배추김치(절임배추 포함) 현 제품에 대한 개선과 소비자 니즈를 충족할 수 있도록 기대 요인과 우려 요인에 대한 정보를 제공하고자 함
- 제조사가 신제품 개발에 참고할 수 있도록 구입용도(목적), 주로 활용하거나 곁들이는 요리 종류에 대해 정보를 제공하고자 함



제 2 절 소비자 특성

1) 기대 혹은 우려 요인

- 가정 내에서 김치를 직접 담가먹는 가정과 포장김치를 구입하여 섭취하는 가정이 증가하면서 맛있게 김치를 담그기 위한 레시피, 건강한 김치 고르기 등 김치 섭취를 위한 소비자의 기대요인은 더 다양해지고 확대되어 가고 있음. 이에 배추김치의 섭취를 통해 소비자가 실제로 기대하는 요인과 우려하는 요인은 무엇인지 키워드 언급량을 통해 살펴봄
- 배추김치를 통해 기대하는 주된 요인의 언급으로 ‘맛’, ‘건강’, ‘편의성’ 순으로 높게 나타남
 - ‘맛’의 경우 배추김치 고유의 김치 맛 자체에 대한 기대요인과 다른 음식과 곁들여 김치를 섭취하며 맛의 어울림을 기대하기도 하며, 무, 배추를 섞어 만든 김치를 ‘맛김치’라고 부르고 선호함에 따라 이에 대한 언급비중이 높게 나타난 것으로 분석됨

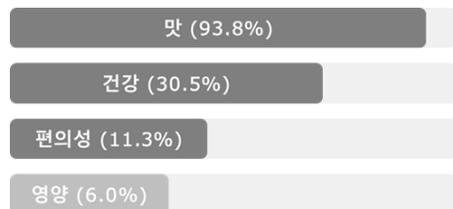
74) “저희 집 김치는 표고버섯가루와 다시마를 이용해서 맛을 내서 그런지 깔끔한 맛이 인상적이에요”

“겨우내 김장김치만 먹었더니 너무 물려서 맛김치를 담가봤어요.”

[표 5-1] 배추김치의 기대요인

(단위: %)

기대요인	전체언급
맛	93.8
건강관리	30.5
편의성	11.3
영양	6.0



74) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



- 기대요인을 살펴보면, 배추김치 고유의 ‘맛’ 이외에 체내 섭취를 통한 건강 증진, 편리한 섭취에 대한 언급 내용이 상대적으로 높게 나타남
 - 집밥, 반찬을 만드는 요리 프로그램 편성이 늘어나면서 가정 내에서 더 건강하고 맛있는 음식을 만들기 위한 레시피와 더불어 원재료에 대한 건강과 효능을 함께 소개하고 이에 대한 관심도가 점차 높아짐
 - 잘 익은 김치 1g에는 유산균이 1억 마리 이상 존재하여 장 건강, 다이어트, 항암효과, 면역력 증진에 좋다는 정보가 언론 등을 통해 노출되면서 소비자들은 김치 섭취를 통해 자연스럽게 다양한 건강 증진 효과를 기대하며, 이는 건강, 요리 프로그램 시청 후기와 같은 방법으로 정보공유가 이루어지기도 함
- 또한, 비닐, 캔 등 포장형태가 다양해지면서 혼자 생활하는 자취생이나 1인 가구, 캠핑족도 ‘편리하게 취식할 수 있는 김치’에 대한 수요가 있는 것으로 나타남

75) “소포장 된 김치는 식구가 적은 집이나 1인 가구에서 먹기도 좋고, 캠핑에 가져가기에도 좋아요”

“캔김치는 밀폐 포장되어 있어서 놀러가거나 캠핑에 가져가기에도 편리해요”

[표 5-2] 배추김치의 기대 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
맛	93.8	• 맛있는	100.0
건강관리	30.5	• 장 건강 • 다이어트 • 항암효과 • 면역력 증진 • 콜레스테롤 • 성인병 예방 • 항산화 효과 • 비만예방	48.0 39.5 17.0 9.8 8.3 6.1 5.4 2.9
편의성	11.3	• 편리한	100.0
영양	6.0	• 영양	100.0

75) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



□ 우려요인에 대한 언급은 위생, 우려성분 순으로 나타남

- 가정에서의 김치 구매 증가에 따라 위생적으로 김치를 보관하기 위한 방법, 위생적인 포장김치 고르는 방법에 대한 관심도가 높아짐에 따라 나타난 현상으로 분석됨
- 대형 제조업체에서 출시하는 배추김치 뿐만 아니라, 제조자 이름을 걸고 판매하는 개인사업자, 직판 형태의 사업장이 늘어나면서 소비자들은 보다 믿을만한 업체, 안전한 김치를 선택하기 위한 방법으로 HACCP과 같은 위생 관련 인증 획득 여부를 확인하는 것으로 나타남

76) “김치통에 옮겨 담고 위생 비닐을 밀착시켜 덮어 주면 김치를 더욱 잘 보관할 수 있어요.”

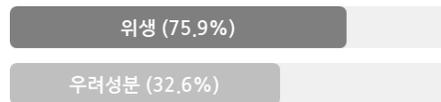
“OO김치는 HACCP인증을 받는데다가 방부제나 향신료, 색소를 사용하지 않아 위생과 건강문제에 있어 믿을만 해요.”

“색소, 화학조미료, 합성첨가물 등 아무것도 들어가지 않은 건강한 김치를 고르는게 중요해요”

[표 5-3] 배추김치의 우려 요인

(단위: %)

우려요인	전체언급
위생	75.9
우려성분	32.6



□ 우려요인을 살펴보면, 위생적 측면에서 세척, 이물질에 대한 언급이 주를 이루었으며, 색소, 방부제, 첨가물 등 성분에 대한 요인 또한 언급됨

- 위생에 대한 언급은 소비자가 직접 구입하는 포장김치 완제품에서 육안으로 보이는 청결상태와 더불어 김치를 직접 담가서 섭취하는 가정의 경우 원재료인 배추를 꼼꼼하게 세척하고 이물질을 제거하는 방법에 대한 관심도가 높기 때문인 것으로 분석됨
- 대부분 시중에 판매되고 있는 김치는 무방부제, 무색소, 무화학조미료라는 문구가 제시되어 있으며 소비자들은 현명한 제품 구입을 위해 해당 문구를 꼼꼼하게 따져보는 행태를 보이는 것으로 나타남

76) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



[표 5-4] 배추김치의 우려 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
위생	75.9	<ul style="list-style-type: none"> • 위생 • 세척 • 이물질 	81.0 22.7 4.0
우려성분	32.6	<ul style="list-style-type: none"> • 색소 • 방부제 • 첨가물 • 감미료 • 향료 	100.0 52.6 39.2 6.8 4.1

2) 구매고려요인 및 구입장소

- 배추김치 구입 결정에 앞서 중요하게 고려하는 요인은 ‘주위평판’, ‘배송’, ‘재료원산지’, ‘가격’ 순으로 나타남
- 앞서 언급했듯이, 배추김치 완제품을 판매하는 제조사와 판매형태가 다양해지면서 소비자들은 보다 폭넓은 구매 선택의 폭을 지니게 됨. 이에 따라 제품 구입에 앞서 주위의 평판에 대한 중요도가 높게 작용하는 것으로 나타나며, 신선한 제품을 받아보기 위한 배송, 재료의 원산지에 대한 관심도 또한 높은 것으로 나타남

77) “김치를 담가먹는 건 손이 많이 가서 주기적으로 구매해서 먹는 편이에요. 브랜드 김치는 자주 먹기에 가격이 부담되어서 중소브랜드 제품 중 평판이 좋은 제품을 찾아보고 있어요.”

“특히 더운 여름철에는 김치를 배송시키면서 꼼꼼한 배송, 소요일을 중요시 여기는 편인데, 요즘 새벽 배송이 되는 곳들이 늘면서 덕분에 신선하게 김치를 배송받아서 먹고 있어요”

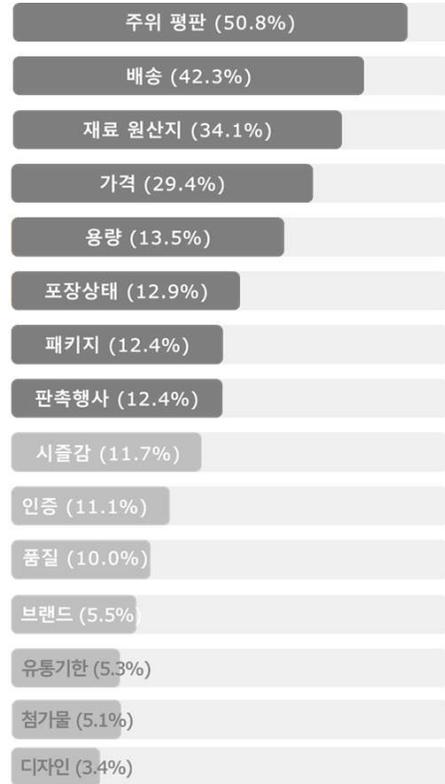
77) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



[표 5-5] 배추김치의 구매고려요인

(단위: %)

구매고려요인	전체연급
주위평판	50.8
배송	42.3
재료원산지	34.1
가격	29.4
용량	13.5
포장상태	12.9
패키지/포장단위	12.4
판촉행사(이벤트/덤)	12.4
시즐감	11.7
인증	11.1
품질	10.0
브랜드/제조사	5.5
유통기한	5.3
첨가물	5.1
외관 디자인	3.4



- 기존 포장김치 판매는 1인 가구 위주로 소용량 제품의 수요가 높았으나, 최근에는 김장을 포기하고 기존 김장으로 충당했던 김치 소비량을 대용량 구매로 대체하는 기성세대 및 가구가 늘어나면서 대용량 제품에 대한 수요 또한 발생하고 있음
- 구매에 앞서 양념이 새지 않으며, 냄새가 나지 않는 밀봉 기술이 더해진 포장김치에 대한 수요가 있는 것으로 나타남



[표 5-6] 배추김치의 구매고려요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
주위평판	50.8	• 추천	65.1
		• 후기/리뷰	54.7
		• 소문	5.5
배송	42.3	• 배송	100.0
재료원산지	34.1	• 국내산	86.9
		• 중국산	12.2
		• 원산지	11.7
		• 기타수입산	6.2
가격	29.4	• 가격	100.0
용량	13.5	• 대용량	35.3
		• 소용량	30.9
포장상태	12.9	• 포장상태	100.0
패키지/포장단위	12.4	• 묶음포장	82.2
		• 개별포장	24.4
판촉행사(이벤트/덤)	12.4	• 할인	59.1
		• 이벤트	42.7
		• 증정/덤	15.9
		• 프로모션	5.3
시즐감	11.7	• 시즐감(아삭함 등)	84.0
		• 윤기	18.9
인증	11.1	• 인증표지	93.8
		• 보증/보증서	4.4
품질	10.0	• 프리미엄	80.2
브랜드/제조사	5.5	• 브랜드	96.2
		• 제조사	4.0
유통기한	5.3	• 유통기한	72.3
		• 제조일자	34.0
첨가물	5.1	• 색소	100.0
		• 방부제	52.6
		• 첨가물	39.2
		• 감미료	6.8
		• 향료	6.8
외관 디자인	3.4	• 브랜드/제조사	100.0

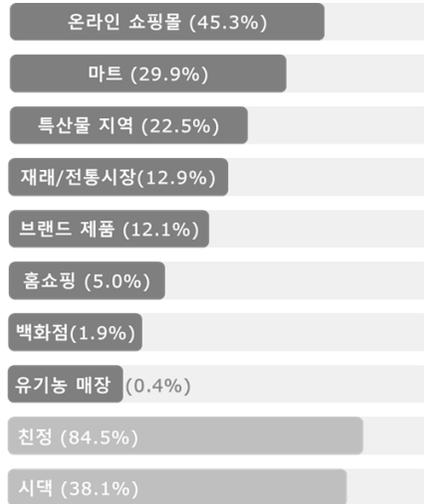


- 배추김치 완제품을 구입하는 경우 온라인쇼핑몰, 마트, 특산물 지역, 재래/전통시장 채널을 이용하는 빈도가 높으며, 구입하지 않는 경우 친정이나 시댁과 같이 가족을 통해 김치를 얻어서 섭취하는 행태를 보임

[표 5-7] 배추김치 구입장소

(단위: %)

구입장소		전체언급
구입	온라인쇼핑몰	45.3
	마트	29.9
	특산물지역	22.5
	재래/전통시장	12.9
	브랜드	12.1
	홈쇼핑	5.0
	백화점	1.9
	유기농 매장	0.4
비구입	친정	84.5
	시댁	38.1



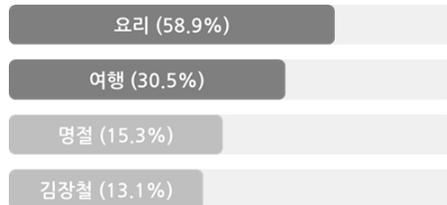
4) 필요로 하는 상황 및 함께 언급된 김치의 종류

- 배추김치를 필요로 하는 주된 상황은 ‘요리’, ‘여행’, ‘명절’, ‘김장철’로 나누어짐

[표 5-8] 배추김치를 필요로 하는 상황

(단위: %)

필요로 하는 상황	전체언급
요리	58.9
여행	30.5
명절	15.3
김장철	13.1





□ 김치류 중 배추김치와 함께 언급된 김치의 종류는 다음과 같음

- 전통적으로 우리나라 국민 1인당 연간 김치 소비량 중에는 배추김치가 차지하는 비율이 월등히 높았으나 최근에는 갓김치와 총각김치와 같은 별미 김치의 수요가 증가하여 취향에 따라 다양한 종류의 김치를 섭취하고 있는 것으로 나타남⁷⁸⁾
- 이러한 수요 증가에 발맞추어 배추김치를 판매하는 주요 제조사 및 반찬가게 등에서는 배추김치 구매시 갓김치, 총각김치를 증정하는 프로모션 등을 진행하며 별미김치 판매를 위한 마케팅을 강화하고 있음

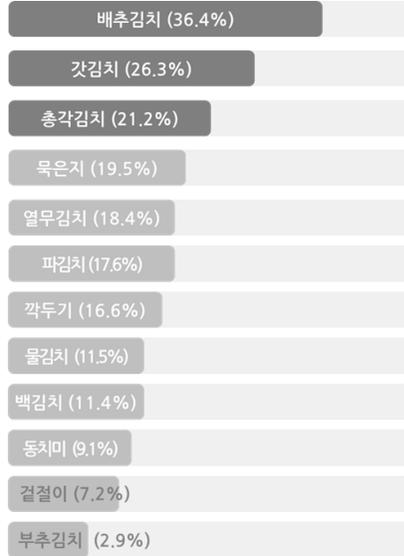
79) “알싸하면서 맛이 중독적인 갓김치를 특산지역에서 뿐만 아니라 포장김치로 손쉽게 구매 먹을 수 있어서 좋아요”

“요즘 포장김치로 배추김치 이외에 갓김치, 총각김치, 묵은지 등 여러 가지 별미 김치가 시중에 판매되어서 골라먹는 재미가 있어요”

[표 5-9] 함께 언급된 김치의 종류

(단위: %)

김치종류	전체언급
배추김치	36.4
갓김치	26.3
총각김치	21.2
묵은지	19.5
열무김치	18.4
파김치	17.6
깍두기	16.6
물김치	11.5
백김치	11.4
동치미	9.1
겉절이	7.2
부추김치	2.9



78) 소비자 기호 반영한 김치 관련 제품 잇따라 인기, 서울경제, 2018.10.25

79) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



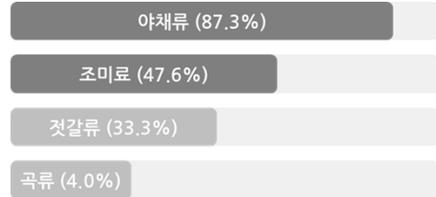
5) 배추김치 제조 시 사용하는 속재료

□ 배추를 직접 담그는 과정을 통해 만드는 배추김치에는 주된 속재료로 야채류, 조미료, 젓갈류, 곡류가 쓰이는 것으로 나타남

[표 5-10] 배추김치 제조 시 사용하는 속재료

(단위: %)

속재료	전체언급
야채류	87.3
조미료	47.6
젓갈류	33.3
곡류	4.0



[표 5-11] 배추김치 제조 시 사용하는 속재료 세부 언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
야채류	87.3	• 배추	43.5
		• 마늘	33.4
		• 고추	32.9
		• 파	29.1
		• 양파	28.5
		• 무	25.4
		• 생강	13.9
		• 쪽파	9.7
		• 매실	2.4
		조미료	47.6
• 소금	51.7		
• 설탕	28.9		
젓갈류	33.3	• 젓갈	58.5
		• 새우젓	40.4
		• 액젓	25.9
		• 멸치젓	16.0
		• 갈치젓	1.2
		• 조기젓	0.7
곡류	4.0	• 참깨	35.9
		• 참쌀	34.1
		• 들깨	32.6



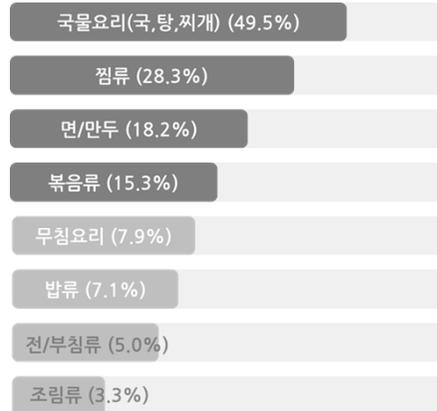
6) 활용요리 및 연관재료

- 배추김치를 활용한 요리로 국, 탕, 찌개와 같은 국물요리에 대한 언급 비중이 가장 높게 나타났으며, 이 외에도 배추김치는 찜류, 면/만두, 볶음류, 무침요리, 비빔밥/볶음밥/덮밥, 전/부침류, 조림류와 같이 다양하게 활용되는 것으로 나타남

[표 5-12] 배추김치를 활용한 요리

활용요리	전체언급
국물요리(국탕찌개)	49.5
찜류	28.3
면/만두	18.2
볶음류	15.3
무침요리	7.9
비빔밥/볶음밥/덮밥	7.1
전/부침류	5.0
조림류	3.3

(단위: %)



제 6 장

해외 시장 동향

제 1 절

국가별 배추김치 시장동향





제 1 절 국가별 배추김치 시장 동향

- 김치는 우리나라 전통 식품으로 세계 시장규모를 파악하기 어렵고, 김치와 배추김치를 분리하여 시장을 분석하기에는 어려움이 있음. 따라서 본 보고서에서는 주요 김치 수출국인 **일본, 미국**과 주요 김치 수입국인 **중국**을 중심으로 살펴봄

1. 일본

1) 시장 규모

- 일본 식품신문에서 추정된 2018년 일본의 김치 시장 규모는 700억엔(64,064만 달러⁸⁰⁾)로 일본 절임 식품 시장 전체의 20%를 점유하는 것으로 보고 있음⁸¹⁾
 - 이는 일본 야노경제연구소에서 발표한 2015년 김치시장 규모 55,942만 달러⁸²⁾에 비해 14.5% 성장한 규모임. 2018년에는 배추 부족으로 판매에 제동이 걸렸고, 여름 무더위로 인한 생육 부진으로 다시 배추 가격이 급등했었지만, 전체적으로 일본에서의 김치 시장은 꾸준한 성장세를 보이고 있음
 - 2018년 9월 하순, 일본의 한 TV 프로그램에서 김치가 지닌 유산균과 건강효과에 대해 소개한 후, 김치 주문량이 일시적으로 급증하는 현상을 보임. 건강에 관심이 많은 일본 소비자의 특성이 당시 김치 소비량 증가로 이어진 것으로 분석됨
 - 일본 김치시장은 일본산 제품이 대부분을 차지하고 있는 가운데, 한국산 김치의 일본 수출량은 2010년도에서 2015도까지 지속적으로 하락하는 추이를 보임. 환율의 영향에 따른 가격경쟁력 저하와 함께 일본의 업체가 자국 소비자의 입맛에 맞춘 김치 라인업을 강화하면서 한국산 김치의 공급 비중이 점차 낮아지게 됨. 한편, 2017년에는 일본산 배추의 연초 흉작으로 인해 김치 전체에서 차지하는 한국산 김치의 비율이 전년도 7.5%에서 8.3%로 0.8%p 증가하는 현상을 보임

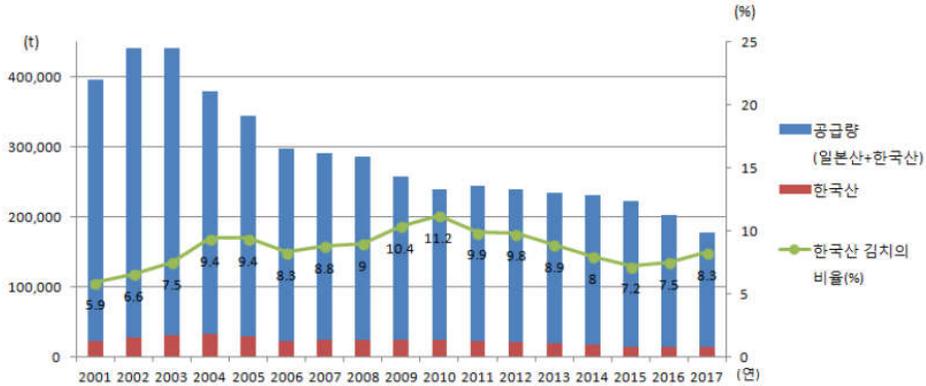
80) 100엔=0.92달러(작성시점 2019.08.01 환율 기준)

81) 일본, 김치 「건강」 이미지로 판매 호조. 생산량 및 소매가격 오름세, KATI, 2019.01.31

82) 야노경제연구소 추계 / 일본식품시장소비트렌드, 한국농수산물유통공사 오사카지사, 2016 - 100엔=0.83달러(2015년 평균 환율 기준, KEB하나은행)



[그림 5-1] 일본산·한국산 김치 공급량 추이



* 일본, 김치 시장 동향, 농식품수출정보(www.kati.net), 2018.07.11

2) 주요 제조사

□ 한국농수산식품유통공사에서 발간한 2016 일본 김치 해외시장보고서와 온라인 판매 상품의 인기순, 판매량 순위를 종합적으로 고려했을 때, 토카이 츠케모노(東海漬物), 피클스 코퍼레이션(ピクルスコーポレーション), 푸드레벨(フードレベル), 미야마(キムチの美山)가 일본의 주요 김치 제조사로 확인됨

- 토카이 츠케모노(東海漬物)는 1941년 일본 나고야에서 설립된 절임식품기업으로 오이, 무, 매실, 생강을 절인 장아찌와, 단무지, 김치 등을 판매하고 있음. 회사에 연구소를 보유하여 자체적으로 절임식품에 대한 연구도 진행하고 있음. 토카이 츠케모노 코쿠우마김치(東海漬物 こくうま 熟うま辛キムチ)가 대표 김치상품이며, 이 외에도 식물성 유산균 김치, 슈퍼 발효 김치 등 배추김치의 유산균을 강조하는 상품들도 판매하고 있음
- 피클스 코퍼레이션(ピクルスコーポレーション)은 1977년 일본에 설립된 식품기업으로 김치, 장아찌 등의 절임식품과 더불어 소스류 등을 판매하고 있음. 2009년 김치 제품인 고향가스스무김치(ご飯がガスムキムチ)를 출시했으며, 깍두기, 매운김치, 4종의 근채류(무,당근,우엉,연근)를 이용한 김치 등이 있음. 또한 불고기 전문점 조조엔(叙々苑)의 김치맛을 재현한 제품을 판매하기도 함
- 푸드레벨(フードレベル)은 일본 사이타마 현에 위치한 기업으로 2004년 닛케이 POS 데이터 ‘기타 식품 부문’에서 1위를 차지한 이력이 있으며, 주로 소포장 김치를 판매하고 있음. 김치 이 외 간장, 향신료, 드레싱 등의 소스류를 판매하기도 함



- 미야마(美山)는 일본 지바현에 위치한 김치기업으로 2001년부터는 일본뿐 아니라 한국과 중국에도 자사의 김치 공장을 운영하며 김치를 생산하고 있음. 이치오시 김치(イチオシキムチ)가 대표 제품이며, 이 외에 매콤달콤한 맛의 김치, 유산균을 첨가한 김치 등이 있음. 또한 우리나라 김치 명인 윤미월 명인의 한식당인 윤가(尹家)의 김치를 판매하는 것이 특징임

[표 6-1] 일본 주요 김치 제조사

제조사	주요 특징	기업 로고
토카이 츠케모노 (東海漬物)	토카이 츠케모노(東海漬物)는 1941년 일본 나고야에서 설립된 절임 식품기업으로 오이, 무, 매실, 생강을 절인 장아찌와, 단무지, 김치 등을 판매하고 있음. 회사에 연구소를 보유하여 자체적으로 절임식품에 대한 연구도 진행하고 있음. 토카이츠키모노 코쿠우미김치(東海漬物 こくうま 熟うま辛キムチ)가 대표 김치상품이며, 이 외에도 식물성 유산균 김치, 슈퍼 발효 김치 등 배추김치의 유산균을 강조하는 상품들도 판매하고 있음	
피클스 코퍼레이션 (ピクルスコーポレーション)	1977년 설립되었으며, 절임식품 및 소스류 등을 판매하는 식품기업임. 오미야, 치바, 쇼난, 나가 공장 등이 HACCP인증을 받았으며, 2009년 고힥가스스무김치(ご飯がススムキムチ)를 출시함. 깍두기, 매운김치, 근채류 김치 등 다양한 김치 제품을 판매하고 있음	
푸드레벨 (フードレベル)	2003년 식품회사와의 공동 출자형태로 설립되었으며, 2004년에는 일본 전역의 슈퍼마켓, 편의점, 약국 등 약 1,500여 개 점포에서 수집한 판매실적 DB를 일컫는 닛케이 POS 데이터 '기타 식품 부문' 에서 1위를 차지함. 주로 소포장 김치를 판매하고 있으며, 김치 이 외 간장, 향신료, 드레싱 등의 소스류를 판매하기도 함	
미야마 (美山)	1977년부터 피클을 판매하기 시작했으며, 2001년 일본 뿐 아니라 한국, 중국에서도 자사의 김치를 생산하기 시작함. 2007년 경남 밀양에도 새로운 공장을 설립했으며 공장 수를 꾸준히 늘려가고 있음. 윤미월 명인의 한식당인 윤가(尹家)의 김치를 판매하는 것이 특징임	

* 각 사 홈페이지 및 언론 기사 참고

3) 주요 제품

- 일본 온라인 쇼핑몰에서는 배추김치, 열무김치, 파김치 등 다양한 종류의 김치 제품이 판매되고 있음
- 배추김치 종류가 주로 판매되고 있으며, 깍두기 등 무를 주재료로 하는 김치 제품이 있음. 한국산 김치 제품들 중에서는 파김치, 갓김치 등 일본에서 흔히 접할 수 없었던 김치도 판매되고 있음
- 온라인 종합 쇼핑몰에서는 대상의 중가집 제품이 주를 이루고 있으며 이 외에 CJ제일제당, 농협, 수제김치 등이 판매되고 있음



- 일본에서 판매되는 김치는 ‘맵지 않은 김치’, ‘발효’ 를 강조함
 - ‘맵지 않은 김치’ 라는 문구로 일본인의 입맛에 맞춘 맛을 강조하는 상품이 대부분임. 또한 김치 홍보 문구에는 ‘발효’ 라는 단어를 강조한 제품들이 판매되고 있음
- 한국, 일본에서 생산한 김치 뿐 아니라, 중국산 김치도 판매되고 있음
 - 중국산 김치는 주로 10kg 단위의 박스 포장으로 판매되고 있으며 제품명에 ‘業務用(업무용)’ 이라는 단어가 붙어 있음. 이를 통해 중국산 대용량 김치는 개인보다는 회사나 단체에서 대용량으로 구매된다는 것을 알 수 있음

[표 6-2] 일본에서 판매중인 김치

한국 생산				
	대상 종가집 포기김치	대상 종가집 열무김치	대상 종가집 백김치	대상 종가집 파 김치
				
	대상 종가집 갓김치	대상 종가집 깍두기	씨제이 제일제당 비비고 배추김치	농협 풍산김치
일본 생산				
	도카이츠크모노 고쿠우마 김치	픽크루스스코포레이션 고탄가 스스무	기타니훈푸드 슈퍼 고쿠쵸 김치	푸드레벨 규카쿠 한국 직송 김치
				
	미야마 이치오시김치	CGC재팬 한국김치	빈고쓰케모노 와후 김치	빈고쓰케모노 요시노야 배추김치
중국 생산				
	玉 純農園 白菜キムチ (옥 순농장 배추김치)		中国産業務用キムチ (정 중국산 업무용 김치)	

* 세이유(<https://www.seiyu.co.jp>), 아마존 재팬 (www.amazon.co.jp), CGC재팬 (<http://www.cgcjapan.co.jp>), 야후쇼핑(shopping.yahoo.co.jp), 서울시장(www.seoul-ichiba.com), 한토시(www.hantosi.com), Kfoods(www.kfoods.jp) 홈페이지



4) 시장 및 소비자 특성

- 일본 시장의 김치는 매운맛과 신맛이 덜하고, 단맛과 감칠맛을 가진 겉절이 타입의 상품이 인기를 끌고 있음
 - 우리나라에서 김치가 반찬 이외에 찌개, 볶음, 전 등 다양하게 활용되는 데 비해, 일본에서 김치는 밥과 함께 그대로 먹는 반찬으로의 용도가 강함. 때문에 밥반찬에 어울리도록 신맛을 줄인 형태이며, 신맛과 매운맛보다는 단맛을 높인 형태로 발달함⁸³⁾
 - 일본 온라인에서 판매중인 김치 상품을 살펴보았을 때 재료로 가스오부시 추출물을 포함하는 김치 상품을 많이 볼 수 있는데, 이는 일본인에게 친숙한 감칠맛을 내기 위해 첨가하는 것으로 나타남
- 일본의 김치는 500g 이하의 소포장으로 작은 플라스틱 일회용 용기에 판매하는 제품이 대부분임
 - 일본은 1인 가구의 비율이 전체 가구의 35%에 해당하기 때문에 1인 가구를 위한 소포장 식품이 인기임⁸⁴⁾. 김치의 경우 100g의 소포장 제품을 찾는 소비자가 많고, 대부분 500g 이하의 용량으로 판매되고 있음
- 김치가 건강 측면에서 각광받고 있으며, ‘유산균’ 성분과 ‘발효’에 대한 일본 소비자의 관심이 높음⁸⁵⁾
 - 기존 일본 김치 제품은 신맛을 선호하지 않는 일본 소비자의 입맛에 맞추어 발효된 것보다는 겉절이에 가까운 김치 제품이 주를 이룸. 그러나 최근에는 김치의 발효 과정을 통해 생산되는 유산균을 강조한 제품들이 판매되고 있음
 - 2018년 9월 25일에는 「하야시 이사무의 지금이지! 강좌」라는 일본 방송매체에서 유산균의 대장암 예방 효과, 소화촉진 효과에 대해 소개하였음⁸⁶⁾. 또한 2017년에는 일본 언론에서 김치의 건강효과, 미용효과를 호평하였고, 발효식품이 건강의 비결로 떠오르며 소비자의 관심을 끌었음⁸⁷⁾



가스오부시 추출물을 포함한 '종가집 배추김치'



유산균을 강조한 '植物性乳酸菌 匠乃キムチ (식물성 유산균 타쿠미노 김치)

83) 2014 일본 김치소스 시장조사, 한국농수산물유통공사, 2014
 84) 일본, 소포장 쌀 바람...새 유통·판매 방식 '날갯짓', 농민신문, 2018.10.22
 85) 일본의 유산균 김치, KATI, 2018.12.17
 86) 일본, 김치 「건강」 이미지로 판매 호조. 생산량 및 소매가격 오름세, KATI, 2019.01.31
 87) 일본에서도 한국산 김치가 뜬다, 리얼푸드, 2017.04.12.
 日, '100세 시대' 뜨면서 발효식품 인기, 리얼푸드, 2017.10.31



2. 미국

1) 시장 규모⁸⁸⁾

- 미국의 김치 시장 규모에 대한 공식적인 통계는 없으나, 미국의 조사기관 Forrester Research에 의하면 2016년 미국의 온라인 김치 시장 규모는 약 3,730억 달러를 기록하여, 전년 대비 10% 증가함
 - 해당 조사기관에서는 미국의 온라인 김치 시장 규모가 해마다 비슷한 성장세를 유지하여 2020년에는 5,300억 달러 규모로 증가할 것이라고 전망하였으며, 이는 2016년 대비 42% 증가한 시장 규모 수치로, 5년 사이 4배 가량 성장하는 셈임
- 오프라인 김치 시장으로써는 로스앤젤레스가 높은 성장잠재력을 가진 도시로 인식됨
 - 로스앤젤레스에는 미국 최대의 한인타운이 형성되어 있으며 매년 한인 거주 비중이 증가하고 있음. 한인타운 내 한인마트는 한국 식료품만 취급하는 것이 아니라 마트마다 자체적으로 김치를 제조·판매하고 있으며 한국산 김치는 물론 미국산 김치까지 다양한 품목을 취급하고 있음

2) 주요 제조사

- 한국농수산식품공사에서 발표한 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사와 미국 내 온라인 쇼핑물 판매 순위를 종합적으로 고려했을 때, 미국의 김치 주요 제조사는 King' s Asian Gourmet, Wildbrine, MILKimchi Inc, Lucky Foods LLC 등이 있음
 - King' s Asian Gourmet는 1966년 미국으로 건너온 한국 이민자들이 김치를 알리고자 설립한 기업임. 김치의 맛을 살리기 위해 유리병에 김치를 포장하고, 배추는 직접 재배하는 등의 노력을 기울이고 있음. 또한, 홈페이지에서 김치 요리 레시피를 게시하며 김치에 대한 다양한 홍보를 진행하고 있음
 - Wildbrine은 2011년 설립된 미국의 기업으로 다양한 절임식품을 취급하며, '자연 그대로의 문화' 라는 문구를 통해 원재료의 맛을 살렸음을 표현함. 김치를 비롯하여, 코울슬로, 사우어크라우트(절인 양배추) 등 다양한 나라의 절임식품을 판매하고 있음

88) 세계의 상품김치, 세계김치연구소, 2017.7.



- MILKimchi Inc는 미국에 최초로 김치, 고추장 등의 한식 발효식품을 소개한 회사임. 2009년 미국 캘리포니아 주의 개인 레스토랑인 Mother-in-Law's House에서 김치 판매를 시작한 이래 사업을 지속적으로 확장하여 김치, 액상 김치, 고추장 등을 제조 및 판매하는 한식 발효식품 전문기업으로 성장함. 재료의 선별, 손질, 포장까지의 전 제조과정을 모두 수작업으로 진행하고 있음. 또한 김치를 직접 제조해볼 수 있는 DIY Kimchi Kit를 아마존에서 판매하기도 함. 주요 배추김치 제품으로는 Kimchi House Napa Cabbage가 있음
- 또한 Vegan Kimchi Table Cut Napa Cabbage, Kimchi Vegan White Napa Cabbage & Daikon Radish 등 채식주의자를 위한 제품이 별도로 마련되어 있는 것이 특징임
- Lucky Foods LLC는 1980년대부터 채식주의자들을 위한 글루텐 프리 및 GMO 무첨가 아시아 식품을 판매하기 시작한 기업으로 주로 아마존과 홀푸드 마켓 등의 대형 온라인 스토어를 통해 김치를 판매하고 있음



[표 6-3] 미국 주요 김치 제조사

제조사	주요 특징	기업 로고
King' s asian gourmet	1966년 설립된 미국의 기업으로 미국으로 건너온 한국 이민자들이 김치를 알리고자 설립한 기업임. 김치의 맛을 살리기 위해 유리병에 김치를 포장하고, 배추는 직접 재배하는 등의 노력을 기울이고 있음. 홈페이지에서 김치 요리 레시피를 게시하며 김치에 대한 다양한 홍보를 진행하고 있음	
Wildbrine	2011년 설립된 미국의 기업으로 다양한 절임식품을 취급하며, '자연 그대로의 문화' 라는 문구를 통해 원재료의 맛을 살렸음을 표현함. 김치를 비롯하여, 코울슬로, 사우어크라우트(절인 양배추) 등 다양한 나라의 절임식품을 판매하고 있음	
MILKimchi Inc	2009년에 설립된 한식 발효식품 전문회사임. 브랜드명으로 Mother In Law's를 사용하여 제품을 판매하고 있음. Mother In Law's 김치 제품은 월마트와 아마존 등의 대형 온라인 스토어와 자체 홈페이지를 통해 판매됨. 날개 판매 대신 주로 3~12개 묶음으로 판매하고 있음	
Lucky Foods LLC	1980년대부터 미국에서 채식주의자들을 위한 글루텐 프리 및 GMO 무첨가 아시아 식품을 판매하기 시작했음. 판매중인 김치 제품의 브랜드 명은 Seoul Kimchi임. 주로 아마존과 홀푸드 마켓 등의 대형 온라인 스토어를 통해 판매되고 있으며, 28 온스(0.8 kg) 및 56 온스(1.6 kg) 제품을 각각 15달러와 29달러에 판매중임	

* 각 사 홈페이지 및 언론 기사 참고



3) 주요 제품

- 미국 온라인 쇼핑몰에서 주로 판매되는 김치 종류는 배추를 주 재료로 하는 배추김치와 맛김치가 대부분임
 - 미국 생산 김치의 경우 매운맛(Spicy)과 보통맛(Original) 제품을 구분하여 판매하고 있음
- 미국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 한국 김치는 주로 대상과 동원의 제품들이며 이 외에도 삼진지에프 등 기타 제조사의 제품도 판매되고 있음
 - 한국산 김치 제품은 대체로 300g 이하의 소용량으로 판매되고 있으며, 알루미늄 캔 및 플라스틱 통, 파우치 등 간편하게 사용할 수 있는 용기를 사용하고 있음
 - 온라인 종합 쇼핑몰에서는 대상의 증가집 제품이 주를 이루고 있으며, 배추김치, 맛김치 뿐만 아니라 묵은지, 갓김치 등 다양한 김치 상품을 파우치, 플라스틱통 등의 포장으로 판매하고 있음
 - 맛김치의 경우 한국산 맛김치가 미국산보다 비싼 것으로 나타남. 이는 한국산이 미국 생산 제품에 비해 수입·유통 과정에서 발생하는 비용이 높기 때문임
- 한국 생산 김치는 알루미늄, 비닐 형태의 진공포장 제품이 많으며, 미국 생산 김치는 주로 유리병이나 플라스틱병 포장임
- 미국 김치 상품의 경우 단맛이나 매운맛보다 ‘건강’, ‘비건’, ‘발효’ 를 강조함
 - 미국 김치의 경우에는 ‘비건’ 을 강조하여 액젓(생선소스)를 넣지 않는 상품도 있으며, GMO, 글루텐, 방부제가 첨가되지 않은 상품이라고 명시하는 상품도 다수임

[표 6-4] 미국에서 판매중인 김치

한국 생산				
	동원 양반 김치 캔	씨제이 제일제당 비비고 김치볶음	삼진지에프 왕김치 캔	대상 증가집 맛김치
				
	대상 증가집 백김치	대상 증가집 총각김치	대상 증가집 묵은지	대상 증가집 돌산 갓김치



미국 생산				
	Choi's Kimchi Company Napa Kimchi	Mother in Law Kimchi Vegan Napa cabbage Kimchi	Madge's Vegan Kimchi	Mother in Law Kimchi Vegan White Napa Cabbage Kimchi
				
	Eden Foods Sauerkraut Kimchi	Fermented & Probiotic Kimchi	Jayone Napa cabbage Kimchi	Lucky Foods LLC Seoul Kimchi Original

* 아마존 (www.amazon.com), H마트(nj.hmart.com), Meijer(www.meijer.com) 홈페이지

4) 시장 및 소비자 특성

- 밀레니얼 세대의 소비가 증가하면서 식품의 원재료와 제조과정에 대한 관심이 높아짐. 이에 식품을 선택하는 기준으로 유기농과 Non-GMO 재료 사용여부가 중요하게 여겨지고 있음
- 미국 USDA(농무성)에서 유기농 인증 표지를 발행하고 있으며, 유기농 성분 함량에 따라 서로 다른 인증 표지를 사용할 수 있도록 함. 한편, 우리나라 농림수산식품부의 유기농 인증은 유기가공식품 상호 동등성 협정을 맺어 수출입시 별도로 상대국 규정에 따른 인증을 획득할 필요 없이 ‘유기’ 로 표시하여 수출입이 가능하도록 함⁸⁹⁾
- 홀푸드마켓은 USDA 인증뿐만 아니라 인공 첨가제 포함 여부 등의 기준으로 유기농 식품만을 전문으로 판매하는 슈퍼마켓 체인임. 홀 푸드 마켓에서 다양한 브랜드의 김치가 판매되고 있으며 대표적으로는 Mother in law와 Mama O’ s에서 제조한 김치가 있음
- 미국 식품 시장에서는 발효식품에 포함된 유산균과 비타민 등 건강 성분에 대해 알려지면서 다양한 발효식품이 인기를 얻음에 따라 천연 발효식품이자 건강식으로 인식하고 있는 김치의 인기도 높아짐⁹⁰⁾

89) 유기농 시장 세계 1위 미국! USDA 유기농 인증 제도, 한국농수산물유통공사, 2017.12.21

90) 미국 김치 시장동향, KATI, 2017.12.08



- 미국에서 발효식품으로 인기를 끌고 있는 제품에는 발효차인 콤투차, 요거트 음료 캐피어, 그리고 김치가 있음
- 김치를 이용한 제품 중 유기농 식품 제조사인 Gold Mine에서는 ‘유기농 배추김치 주스’ 를 판매하고 있음. 유기농과 발효된 제품임을 강조하여 판매하고 있으며 한화로 약 2만원인 이 제품은 2017년에 품절된 시기가 있었을 정도로 인기가 많았음



Amazon에서 판매중인 유기농 배추김치 주스

□ 2019년 미국 식품 시장의 소비 트렌드 중 하나로 유산균, Plant-based 식단이 꼽힘⁹¹⁾

- 2018년 미국 식품시장은 비건(Vegan, 채식) 열풍이었으며 이와 비슷한 개념인 Plant-based 식단이 올해에도 지속적인 트렌드로 자리잡음

- 미국시장에서 판매하는 풀무원 김치는 제조원료에서 젓갈을 빼 일종의 ‘비건푸드’ 로 인식되어 판매되고 있음



미국시장에서 판매되는 풀무원 김치

□ 미국 현지인이 선호하는 김치의 맛을 내기 위해 마늘의 양을 줄이고, 상대적으로 냄새가 적게 나는 젓갈인 피쉬소스를 이용하며, 미국인들에게 익숙한 양배추를 활용하기도 함⁹²⁾

□ 미국 내 유통되는 김치제품의 경우 규정상 제품명은 영문 ‘Kimchi’ 를 사용하고, 이를 반드시 주 표시 면에 표기해야 하는 등 몇 가지 규정이 정해져 있음

- ‘썰(sliced)’, ‘썰지 않은(unsliced)’, ‘반으로 잘라진(halves)’ 등의 가공 형태를 명시해야 함. 포장 용기의 글씨크기는 가장 큰 글씨의 절반 이상으로 적는 것이 규정되어 있음. 통상 맛김치라 불리는 썰려진 김치는 ‘Sliced Kimchi’ 가 적합하며 ‘Mat Kimchi’ 는 규정에 적합하지 않을 수 있음⁹³⁾
- 또한 2017년 7월 26일부터 개정된 미국의 식품표기법의 시행규칙에 따라 식품영양성분을 표시하도록 의무화됨⁹⁴⁾

91) 2019년 미국 식품 트렌드 전망, KOTRA, 2018.11.25.

美, 2019년에도 주목받을 ‘Plant-based’ 트렌드, KOTRA, 2018.12.15

92) 세계의 상품김치, 세계김치연구소, 2017.07

93) 김치 수출 라벨링 가이드북_미국편, 김치정보서비스시스템, 2015.07.06

94) 미국 수출 김치 영양성분 표시 지원, 식품음료신문, 2017.10.27



3. 중국

1) 시장 규모

- 중국은 연간 약 30만 톤의 한국식 김치를 생산하는 것으로 추정되는데, 이 중 24만톤은 수출용이며 6~7만 톤은 내수용으로 소비하고 있는 것으로 보임⁹⁵⁾
 - 한국식 김치 생산업체는 중국 전역에 100여개 정도로 추산됨. 산둥성 지역에 70% 이상이 밀집되어 있어 연간 20만 톤이 산둥에서 생산되며, 동북에서 10만톤 정도 생산되고 있음
 - 중국 내 김치 생산 업체들은 한국 독자기업, 한중합자기업, 교포기업 등의 형태가 있으며, 최근 김치 소비 증가에 따라 중국 식품기업들도 한국식 김치 생산에 참여하고 있는 추세임
- 우리나라에서 중국으로의 김치 수출량은 2014년 대비 2018년 3톤에서 121톤으로 3933.3% 증가하였고, 수출액은 16천 달러에서 419천 달러로 2518.8% 증가하였음
 - 이는 중국의 김치류에 대한 수입 위생 기준이 2015년 11월 개정되었기 때문으로 보임. 기존 중국의 김치 위생기준에 의하면 대장균군이 100g당 30마리 이하가 검출되어야 했음. 김치의 경우 자연 발효식이기 때문에 해당 위생기준을 통과할 수 없었으나⁹⁶⁾, 개정 이후 김치를 대장균 기준 적용에서 제외하면서 위생 기준이 완화됨⁹⁷⁾

[표 6-5] 중국으로의 김치 수출 규모

(단위: 톤, 천\$)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
수출량	3	25	111	79	121
수출액	16	101	441	298	419

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2005.99.1000(김치)의 값임

95) 중국 김치거래 동향 및 수출증대방안, KATI, 2016

96) 중국 김치시장 현황 및 한국산 수출확대 방안, 한국농수산물유통공사

97) 한국 김치, 지난해 중국 수출 역대 최대 규모 달성, 한국외식신문, 2017.02.06



2) 주요 제조사

- 각종 문헌 및 중국 온라인 쇼핑몰 판매 순위를 종합적으로 검토한 결과, 푸바바(富爸爸), 산커우식품유한공사(三口食品有限公司), 칭다오경복궁한식요리유한공사(靑島景福宮韓食料理有限公司)가 중국 내 주요 김치 제조사로 파악됨
- 푸바바(富爸爸)는 2011년 설립된 한식 전문 식품회사로써, 김치 및 한국 간식, 유제품, 액젓, 고춧가루 등의 제품을 취급하고 있음. 중국 내 화북 지역, 화동 지역, 화남 지역, 서북 지역에 물류창고를 두고 해당 지역권의 도시에 제품을 조달하고 있는데, 제품의 신선도를 위해 스티로폼 박스와 종이 박스로 이중 포장 후 얼음 팩을 넣어 유통함. 중국인의 입맛을 고려하여 매운맛과 맵지 않은 맛으로 구분하고 매운맛은 3단계로 분화하여 소비자가 매운 정도를 선택할 수 있도록 함
- 산커우식품유한공사(三口食品有限公司)는 2006년 중국 산둥성 칭다오에 설립된 김치 전문 식품회사임. 한국 생산설비를 사용하고 GMP, SSOP, HACCP 등 각종 기준을 준수하여 제품을 생산하고 있는 가운데, 제조 공정에서 방부제, 식품첨가물, 화학색소를 첨가하지 않은 식품임을 강조함. 김치 제품인 ‘산커우이핀(三口一品)’은 중국 내 20여개의 성 및 자치구 소매채널에서 판매되고 있으며 한국, 일본, 말레이시아, 호주 등으로 수출하기도 함. 배추김치, 무김치, 도라지 김치, 오이소박이 등 다양한 김치를 선보이고 있음
- 칭다오경복궁한식요리유한공사(靑島景福宮韓食料理有限公司)는 1995년 칭다오에 설립된 이후 2001년부터 정식으로 김치 제품을 대량 생산하기 시작했으며, 업계 최초로 공장 직배송 물류 시스템을 도입함. 2002년에는 자오차이현 정부와 토지 임대계약을 맺어 배추와 무를 비롯해 김치 생산에 쓰이는 각종 채소를 재배하고 있으며, 일반적인 김치제품 외에도 두부김치 제품을 출시하기도 함



[표 6-6] 중국 주요 김치 제조사

제조사	주요 특징	기업 로고
푸바바 (富爸爸)	2011년 설립된 한식 전문 식품회사이며 징둥 등의 대형 온라인 쇼핑몰과 자체 체인점을 통해서 김치 제품을 판매하고 있음. 낱개 제품 대신 세트 상품을 주로 판매하며, 종류가 다른 두 개 이상의 김치 제품으로 구성된 것이 특징임. 대형 물류창고 4곳을 이용하여 유통에 주의를 기울이고 있음	
산커우식품유한공사 (三口食品有限公司)	2006년 중국 산둥성 칭다오에 설립된 김치 전문 식품회사임. 제조과정에서 식품 위생과 친환경을 강조하여 소비자의 신뢰를 얻고 있음. 중국인의 입맛에 맞춘 다양한 식재료를 사용하는 것도 주된 특징임	
칭다오경복궁한식요리유한공사 (青岛景福宫韩食料理有限公司)	1995년 설립되었고 2001년부터 대량 생산을 시작한 김치 전문 식품회사임. 공장 직배송 시스템과 원재료의 직접 재배 방식으로 소비자에게 신선한 김치제품을 제공하고 있음. 김치제품과 함께 곁들여 먹을 수 있는 두부제품을 별도로 판매하고 있으며, 진공팩 포장의 두부김치 제품을 출시하기도 함	

* 각 사 홈페이지 및 언론 기사 참고

3) 주요 제품

- 중국에서 판매되는 김치는 중국 제조사의 김치가 다수이며, 일부 한국 김치 상품은 대상FNF(중가집)이 대부분인 것으로 확인됨
 - 판매중인 김치의 종류는 배추와 깍두기가 많은 비중을 차지하고 있으며, 백김치와 같은 매운 양념이 아닌 종류의 김치는 거의 판매되지 않는 것으로 나타남
 - 중국의 김치 판매 마케팅은 매운맛을 좋아하는 중국인의 입맛 특성에 맞게 ‘매운맛’ 을 강조하는 것이 특징임
 - 매운맛을 선호하는 중국인 기호에 맞추어 배추나 무가 아닌 양배추를 매운 양념에 버무린 양배추 김치를 판매하기도 함



[표 6-7] 중국에서 판매중인 김치

중국 브랜드				
	三口食品有限公司 三口一品 白菜泡菜 (산커우식품유한공사 산커우이핀 배추김치)	三口食品有限公司 三口一品 辣白菜泡菜 (산커우식품유한공사 산커우이핀 매운 배추김치)	景福宫韩食料理有限公司 萝卜条泡菜 (경복궁한식요리유한공사 총각김치)	韩村天和 韩国泡菜辣白菜 (한춘텐허 맛김치 배추김치)
중국 브랜드				
	富爸爸 切件白菜泡菜 (푸버바 슬라이스 배추김치)	富爸爸 切件泡菜 (푸버바 슬라이스 맛김치)	锦喜顺 韩式泡菜 (진시순 한식 배추김치)	朴家泡菜 韩国正宗辣白菜泡菜 (박가김치 한국 오리지널 배추김치)
한국 브랜드				
	대상 종가집 슬라이스 맛김치	대상 종가집 깍두기	대상 종가집 대용량 배추김치	대상 종가집 도라지김치

* 티엔마오(www.tmall.com) 및 각 사 홈페이지



4) 시장 및 소비자 특성⁹⁸⁾

- 중국에서 2003년 사스(SARs, 중증호흡기질환증후군)가 유행할 당시 김치가 이를 예방하는 데 효과가 있다는 속설로 인해 중국에서 김치 섭취가 증가한 전례가 있음. 또한 2014년을 전후로 중국에서 한류가 크게 인기를 끌며 한국의 드라마, 방송 등에 한식과 김치가 노출되면서 젊은 층을 중심으로 김치 소비시장이 확대되었음
 - 중국의 김치 섭취는 조리해서 먹기보다는 생김치 형태를 가장 선호하며, 한국과 마찬가지로 밥이나 면류, 죽 등의 주식류와 함께 반찬의 형태로 먹음
- 중국은 지역별 입맛 차이가 있어 김치 소비도 지역별 차이를 보임. 중국의 북방은 생야채에 익숙한 입맛으로 생김치를 주로 선호하고, 남방은 생야채를 잘 섭취하지 않는 문화로 인해 생김치와 더불어 적당히 익은 김치를 선호하는 것으로 나타남
 - 화북지역은 생김치 소비가 크고 특히 포장보다는 맛과 질량을 중요시 여김. 김치의 냄새로 인한 불편과 장기간 보관에 익숙하지 않고, 김치의 숙성된 맛을 선호하지 않아 소용량 제품 구매를 선호하는 것으로 보임⁹⁹⁾
 - 화동지역은 생김치와 적당히 익은 김치의 선호가 비슷하게 나타나며, 단맛이 강한 일본식 깍두기를 선호하는 특성을 보임. 이로 인해 일본김치나 대만김치의 구입 비중이 타 지역에 비해 높은 편임
- 2016년 세계김치연구소에서 실시한 중국인(북경, 상해) 대상 김치 인식 및 기호도 조사에 따르면 중국인들이 우리나라에서 생산된 숙성김치 맛을 선호하는 것으로 밝혀짐¹⁰⁰⁾
 - 중국 현지인들은 우리나라에서 생산된 숙성김치의 맛이 가장 조화롭다고 평가하였지만, 매운맛과 단맛을 더 높였을 때 가장 선호도가 높은 것으로 나타남
 - 중국인이 선호하는 김치 맛은 산도 0.6%, 염도 1.6% 내외, 캡사이신 함량 2.5mg/kg 내외의 매운맛, 유리당 함량 약 4.5%의 단맛을 선호하는 것으로 밝혀짐. 전반적으로 우리나라 소비자에 비해 조금 더 맵고 단 맛의 김치를 선호하는 것으로 나타났으며, 북경보다 상해지역이 매운맛을 더 선호함

98) 2015 중화권 김치시장 심층조사자료, 한국농수산물유통공사, 2015.12

99) 한국산 김치 중국 소비자 판매반응 및 성향조사, 한국농수산물유통공사, 2015.12.30

100) 중국인 취향 저격, 김치 수출확대 노린다!, 세계김치연구소, 2017.02.23



- 반면 신 맛이 강한 신김치나 묵은지와 같은 김치 종류는 상한 것으로 오해하는 경향이 있고, 이를 활용하는 요리법 또한 잘 알려지지 않았음¹⁰¹⁾
- 우리나라 제조사는 중국인의 입맛에 맞는 김치를 제조하기 위해 마늘향과 젓갈을 줄이고, 신맛을 줄인 김치를 개발하는 등 김치맛을 현지화 해나가고 있음

[표 6-8] 중국인 대상 김치 인식 및 기호도

구분	주요내용	
맛 선호	산도	0.6%
	염도	1.6%
	캡사이신 함량	2.5mg/kg 내외
	유리당 함량	약 4.5%
김치 인식 경로	영화, TV, 마트	
김치 구매 시 고려사항	좋은 원료, 건강	
패키지 선호	항아리 > 병 > 파우치	

101) 김치 종주국?... ‘중국 김치’ 수입 연간 22만t, 수출은 3만t, 한겨레신문, 2015.09.15

부록 I

절임배추 시장 현황

절임배추 시장 요약

1. 절임배추 시장 개요
2. 생산 및 판매 규모
3. 소비자 동향





절임배추 시장 요약

1. 절임배추 개요

1) 절임배추 정의 및 주요 판매 제품

- 절임배추에 관련하여 별도의 정의는 없으며, 일반적으로 **배추를 식염에 절여 소비자가 씻어서 김치 제조의 원료로 사용하도록 만든 제품을 절임배추**로 부르고 있음
 - 절임배추는 절임이라는 단순 가공을 거쳐 “농산물”에 해당됨. 참고로 절임배추와 절이는 방법이나 형태가 비슷한 보쌈용 절임김치처럼 소비자가 곧바로 섭취할 수 있도록 제조한 것은 식품공전 기준 ‘절임류’에 해당됨
- 절임배추 주요 제품은 크게 대형유통업체에서 판매되고 있는 대기업 제품과 NH농협, 중소기업 및 영농조합 등 자체 온라인몰을 주 유통채널로 하는 업체의 제품으로 구분됨
 - 절임배추 생산 및 유통 판매는 대기업 위주의 포기김치와 달리 배추 재배지에서 작목반이 협동하여 영농조합을 설립, 영농조합 위주로 산업이 이루어지고 있음. 생산한 배추를 수확하여 절임, 세척 등의 단순가공 공정을 거쳐 제조 공급하여 1차적 원료인 신선배추보다 높은 부가가치를 지님

2) 절임배추 생산 주요 지원 사업

- 절임배추를 지역 주요 상품으로 판매하고 있는 전남 해남, 충북 괴산, 강원도 영월 지역에서 실시하고 있는 절임배추 생산·유통·판매 등과 관련한 주요 지원 사업을 살펴봄
 - **(해남은 농산물 가공사업 육성 추진)** 전라남도 해남군은 배추/절임배추를 가장 많이 생산하고 있는 전라남도 대표 생산지임. 해남군청은 해남에서 생산된 절임배추가 특산품임을 표시하는 것을 일컫는 ‘지리적표시등록 제 11호’에 등록하였으며, 군청에서 직영으로 운영하는 온라인 쇼핑몰을 개설하여 절임배추를 비롯한 여러 가지 농수산물과 특산물을 판매하고 있음. 또한, 농산물 수급조절, 가격안정 등을 도모하여 지역 농산물의 부가가치를 제고하고자 가공시설과 장비를 지원하는 농산물 가공사업 육성을 추진하여, 농산물가공시설 및 직판장 수를 꾸준히 늘려가고 있음



- **(영월군은 농산물 명품화와 판로확대를 위한 적극적인 지원)** 강원도 영월군은 쌀, 채소류(토마토, 버섯 등), 과일류(포도, 사과), 임산물류(더덕, 취나물, 황기 등) 등 총 34개 품목을 주요 농특산물로 생산·유통·판매하고 있으며, 영월군 절임배추는 2008년부터 영월 대표 특산물로 지정되었음. 2018년에는 농산물 명품화와 판로확대를 위한 사업의 일환으로 절임배추 생산을 위한 포장재, 절임장비, 천일염 등의 공급지원을 하였을 뿐만 아니라, 간이 육지염전시설을 지원하는 등 절임배추 생산 전반에 적극적인 지원을 하고 있으며, 2019년 SNS 홍보 마케터 지원사업을 처음으로 도입하면서 영월군의 농업인들이 모여 만든 농특산물 공동브랜드 동강앓 인터넷 쇼핑몰의 실적이 전년 상반기 대비 30%가량 증가하는 성과를 보임
- **(괴산은 지역 내 절임배추를 홍보하기 위한 활동에 주력)** 괴산은 배추사업이 활성화되어 있는 지역으로, 각 지역마다 다수의 생산농가, 절임배추 작목반 등이 존재함. 절임배추 사업 활성화를 위해 괴산시골 절임배추 영농조합법인 총회가 만든 대표 브랜드 ‘자연한포기(前괴산시골절임 배추)’를 운영하고 있음. 2017년에는 절임배추의 공장형 생산을 위해 시설현대화사업을 추진하여 노동력 절감과 생산성 향상으로 절임배추의 고급화를 도모하였으며, 2018년에는 ‘소금랜드’ 설립을 통해 절임배추를 관광문화자원으로 발전시키려는 움직임을 보임. 한편, 괴산군에서는 군 내 농특산물과 절임배추를 알리기 위해 농특산물 홍보단을 출범하여 수도권 지역에 판매처를 확보하고 대형유통업체와 계약재배를 맺는 등의 성과를 보임

3) 절임배추 출하 및 판매 현황

- 식품의약품안전처에 따르면, 2017년 기준 절임배추의 생산량은 9,598톤, 같은 기간 출하량은 12,065톤으로 파악됨
- 2016년까지 국내 절임배추 생산 규모에 대한 공식적인 통계가 없어 생산 규모에 대한 연간 추이 분석은 어려우나, 2017년 출하액은 13,750백만 원으로 전년도 대비 67.4% 하락한 수치인 것으로 파악됨



4) 소비자 동향

- **(편리한 김장을 위한 건강한 식재료로 인식)** 절임배추는 버무리는 김칫속과 양념의 투입 정도에 따라 개인이 선호하는 김치를 보다 간편하게 만들 수 있음
 - 절임배추 원재료를 이용하여 직접 김치를 담가먹는 형태이기 때문에, 시중에 판매하는 포장 김치보다 상대적으로 건강한 식품이라는 인식이 작용한 것으로 보임
 - 단순히 절임배추에 대한 필요를 넘어서서 유기농 절임배추, 고랭지절임배추와 같이 보다 건강한 환경에서 재배된 배추 구입에 대한 선호도가 증가하고 있음
- **(세척, 절여지는 과정의 위생 우려 존재)** 1차적으로 절임, 가공하여 제공받은 절임배추를 주재료로 하여 여러 포기의 김치를 담그는 형태이다 보니 세척, 절여지는 과정 상에서의 위생에 대한 우려도가 높게 존재하고 있음
 - 잔류 농약, 대장균 기준 초과 검출 등 식품위생법에 위반되는 절임배추 제조업체 관련 뉴스가 이슈화 되면서, 소비자들 사이에서 이에 대한 문제 인식이 확산되어 절임배추 위생에 대한 우려가 높아진 것으로 파악됨
- **(신선한 상태가 유지된 절임배추 수령 선호)** 한 번 절여진 배추의 특성상 신선한 상태에서 전달받는 과정이 중요하기 때문에 신속한 배송에 대한 중요도가 높게 작용한 것으로 나타남
 - 김장철과 같이 수요가 포화상태인 시기에 구매에 앞서 안전한 배송이 가능한지 여부를 꼼꼼하게 따져보는 소비자 행태가 반영된 결과로 파악됨
- **(다양한 채널을 통해 절임배추를 구입/이용)** 절임배추를 구입하는 경우 특산물 지역(직거래 등), 마트, 온라인 쇼핑몰, 재래/전통시장 채널을 이용하는 빈도가 높으며, 구입하지 않는 경우 친정이나 시택과 같이 가족을 통해 절임배추를 얻어서 활용하는 행태를 보임



1. 절임배추 시장 개요

1) 절임배추 정의 및 주요 판매 제품

- 절임배추에 관련하여 별도의 정의는 없으며, 일반적으로 **배추를 식염에 절여 소비자가 씻어서 김치 제조의 원료로 사용하도록 만든 제품을 절임배추**로 부르고 있음
 - 절임배추는 절임이라는 단순 가공을 거쳐 “농산물”에 해당됨. 참고로 절임배추와 절이는 방법이나 형태가 비슷한 보쌈용 절임김치처럼 소비자가 곧바로 섭취할 수 있도록 제조한 것은 식품공전 기준 ‘절임류’에 해당됨.¹⁰²⁾ 절임류는 미생물 기준규격이 규정되어 있으나 농산물은 미생물 관련 기준규격이 없음¹⁰³⁾
- 절임배추 주요 제품은 크게 대형유통업체에서 판매되고 있는 대기업 제품과 NH농협, 중소기업 및 영농조합 등 자체 온라인몰을 주 유통채널로 하는 업체의 제품으로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 절임배추 생산 및 유통 판매는 대기업 위주의 포기김치와 달리 배추 재배지에서 작목반이 협동하여 영농조합을 설립, 영농조합 위주로 산업이 이루어지고 있음. 생산한 배추를 수확하여 절임, 세척 등의 단순가공 공정을 거쳐 제조 공급하여 1차적 원료인 신선배추보다 높은 부가가치를 지님
 - 대상의 경우 시기에 상관 없이 절임배추를 판매하는 것으로 보임. 그러나 풀무원과 아워홈의 절임배추 판매는 주로 김장시기에만 자사의 공식온라인 몰을 통해 사전예약 및 판매를 진행하는 것으로 나타났고, 2018년에는 절임배추와 함께 양념속을 함께 판매하기도 했음. 대기업 제조업체의 경우 1kg 당 가격은 2,190원에서 3,850원 사이에서 형성되고 있음
 - 판로 개척이 어려운 영농조합의 경우, 각 지역에 있는 NH농협을 통해 유통 판매하고 있음. 농협 절임배추는 HACCP 인증을 획득한 가공시설에서 생산되는 것이 특징임¹⁰⁴⁾. 김장 시기에 상관없이 농협 공식온라인 몰을 통해 구매가 가능하나 김장시기에는 사전예약 판매도 진행함. 2018년 기준 1kg당 가격은 2,390원에서 2,900원 사이인 것으로 파악됨
 - 영농조합 및 지자체직영 절임배추는 주로 지자체의 공식온라인 몰과 그 외의 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되고 있음. 1kg당 가격은 2,000원에서 2,500원으로 파악됨

102) 식품위생법 질의답변집, 식품의약품안전처, 2014.12

103) 절임배추, 위생 및 표시 관리·감독 강화 필요, 한국소비자원, 2018.12.02

104) “절임배추, 믿을 수 있는 농협에서 구입하세요”, 농민신문, 2018.10.29



[절임배추 주요 제품]

유통판매업체	제품 정보					
대기업 제조업체						
	종가집 절임배추 5kg [대상 종가집]		유기농 절임배추 10kg [폴무원 울가홀푸드]		절임배추 10kg [아워홈]	
	원산지	국내산	원산지	국내산	원산지	국내산
	가격 (1kg당 가격)	16,900원 (3,380원)	가격 (1kg당 가격)	35,800원 (3,580원)	가격 (1kg당 가격)	21,900원 (2,190원)
NH농협						
	대관령 절임배추 10kg [대관령 원예농협]		서안동농협 풍산 절임배추 10kg [서안동농협]		이맑은 절임배추 10kg [해남화원농협]	
	원산지	국내산	원산지	국내산	원산지	국내산
	가격 (1kg당 가격)	26,000원 (2,600원)	가격 (1kg당 가격)	23,900원 (2,390원)	가격 (1kg당 가격)	29,000원 (2,900원)
영농조합 및 지자체 직영						
	절임배추 10kg [영농조합법인 성진]		김채 절임배추 10kg [농업회사법인 김채]		홍천 바회마을 절임배추 20kg [괘석영농조합]	
	원산지	국내산	원산지	국내산	원산지	국내산
	가격 (1kg당 가격)	20,000원 (2,000원)	가격 (1kg당 가격)	25,000원 (2,500원)	가격 (1kg당 가격)	40,000원 (2,000원)

* 네이버 쇼핑, 농협몰, 강원마트 등 참고

1) 작성시점 2019.07.25. 기준으로 조사된 가격임

2) 폴무원 울가홀푸드, 아워홈은 현재 판매중이 아닌 상품으로 2018년 가격을 기준으로 작성되었음



2) 절임배추 관련 인증 제도

가. 전통식품품질인증

- 전통식품품질인증에서는 배추를 원료로 하여 정선, 절단 후 염수 혹은 식염으로 절인 다음 세척, 탈수하여 만든 절임배추에 대하여 규정함
 - 2018년 12월 26일 국립농산물품질관리원에서는 전통식품품질인증 품목에 절임배추를 포함하여 절임류, 고구마말랭이, 썩차, 두유류를 새롭게 포함하는 것으로 개정함
 - 절임배추의 주요 원료, 품질기준, 주요 공정기준의 내용은 다음과 같음

[절임배추의 전통식품 표준규격]

규격명	주요 내용			
절임배추	적용범위	○ 이 규격은 배추를 원료로 하여 정선, 절단 후 염수 혹은 식염으로 절인 다음 세척, 탈수하여 만든 절임배추에 대하여 규정한다.		
	원료	○ 주원료: 배추, 식염		
	품질기준	성상	고유의 색택과 향미를 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.	
		식염(% , w/w)	2.0 이하	
		pH	5.5 이상	
		대장균	음성	
품질기준	바실러스 세레우스 (CFU/g)	1.0 × 10 ³ 이하		
주요 공정기준	○ 원료의 선별 및 정선, 절임, 세척, 탈수, 포장 관련 공정별 요구사항 기술			

*전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원

나. 경기도 G표지

- 경기도 G표지는 2000년부터 경기도 농특산물의 부가가치 창조를 위해 만든 명품 브랜드로 G표지의 'G'는 도지사(Governor)가 품질을 보증(Guaranteed)하고, 우수하며(Good), 환경친화적(Green)인 농산물이라는 의미를 가지고 있음¹⁰⁵⁾



경기도 G표지

105) 경기농정(farm.gg.go.kr)



- 도내에서 생산한 농산물·축산물·수산물·임산물 및 농·축·수·임산물을 원료로 하여 제조·가공한 가공식품·전통식품으로서 안전하게 생산한 우수 농특산물임을 도 지사가 인증한 것임
- 경기도 G표지 인증절차로는 경영체가 시군에 인증신청을 요청하여 현장안전성 등을 확인한 후, 시군의 추천을 통해 경기도의 인증 적격 심사를 받게 됨. 이후 도 공무원과 소비자단체 회원이 현장실태 확인, 안정성 검사 등을 실시하여 적격 식품에 대해 G표지 인증을 받게 됨

[경기도 G표지 인증절차]



*경기농정 (farm.gg.go.kr)

- 사후에 발생하는 문제 해결을 위한 G표지 시스템으로는 농산물 리콜제와 농산물 보험제도가 있음

[사후 문제해결을 위한 G표지 시스템]

G표지 시스템	설명
농산물리콜제	G표지가 부착된 농특산물의 품질에 문제가 있을 시에 구입 후 2일 이내에 즉시 반품 및 교환이 가능한 제도
농산물 보험제도	G표지를 부착한 농특산물에 의하여 심각한 문제 또는 사고가 발생하였을 경우에는 보험에 가입 대인 1인당 1억, 사고당 10억원까지 보상하여 소비자의 권익을 보호하는 제도



- 2019년 7월 25일 기준, 농수산물 인증 208개 업체, 전통식품 인증 81개 업체, 농수산물과 전통식품 모두 인증을 받은 업체 4개로 총 293개 업체가 인증을 받음. **절임배추로 인증을 받은 업체는 총 3개로**, 절임배추와 배추김치, 깍두기 등 김치류 제품을 함께 판매하고 있는 특징이 있음

[G표지 인증을 받은 절임배추 생산업체]

NO	시군	경영체명	인증품목	인증현황	인증기간
1	파주시	경기농협식품 조합공동사업법인 파주	절임배추 포함 김치류 19종	HACCP	18.01.01~ 19.12.31
2	파주시	농업회사법인 유한회사 일품김치	절임배추 포함 김치류 등 107종	전통식품품질인증	18.01.01~ 19.12.31
3	파주시	(주)연안식품	절임배추 포함 김치류 26종	전통식품품질인증, HACCP	19.07.01~ 21.06.30

*경기농정(farm.gg.go.kr)

다. 전라남도지사 품질 인증¹⁰⁶⁾

- 전라남도지사 품질 인증은 도내 우수 농수특산물에 대해 도지사가 품질을 인증해주는 제도로, 소비자 신뢰 확보를 통한 판매촉진으로 농어가 소득증대에 기여하기 위한 목표를 가지고 있음

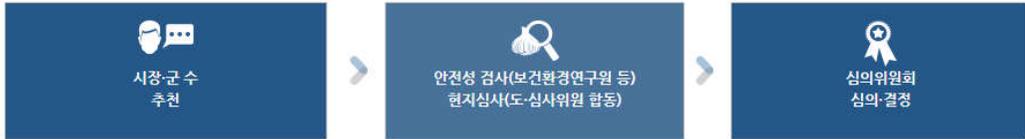


- 대상품목은 전라남도에서 생산한 농·축·수·임산물과 가공식품 총 473개로, 상반기, 하반기 연 2회 업체별로 심사를 거쳐 제품 인증을 진행함. 인증절차는 크게 3단계로, (1)안전성 검사(보건환경연구원 등에 검사 의뢰, 품목당 2점 이상 시료채취검사), (2)현지심사(생산여건, 소비자 인지도, 성장 가능성, 안전성 등 종합 판단), (3)통합상표심의위원회 심의(생산, 유통, 소비 등 전문가 20명이 통합상표 사용허가 및 취소에 대한 심의, 조사, 검토, 자문 등을 이행함)로 구분함

106) 전라남도청(www.jeonnam.go.kr)



[전라남도지사 품질 인증 절차 및 심사과정]



* 전라남도청(www.jeonnam.go.kr)

- 2018년 12월 기준으로 280개 업체, 1,050개 제품이 도지사품질인증을 받았으며, 농축특산물은 177업체에서 676개 제품, 수산물은 77개 업체에서 274개 제품, 임산물은 26개 업체에서 65개 제품이 인증 받음. 이 중 절임배추로 품질인증을 받은 업체는 2곳임. 절임배추로 품질인증을 받은 제조업체는 주로 배추김치, 깍두기 등 김치류에도 품질인증을 받았으며, 마늘쫑, 무말랭이, 연근 등 채소를 이용한 절임류 등으로 인증을 받은 업체도 있음

[전라남도지사 품질 인증을 받은 절임배추 생산업체]

NO	시·군	법인(단체명)	대상품목	사용기간(3년)
1	순천시	순천농협남도식품	절임배추 외 김치류, 절임류, 젓갈류 등 14종	17.07.01 ~ 20.06.30
2	해남시	화원농협	절임배추 외 김치류 9종, 절임류 1종, 배추김치용 양념, 다진마늘	16.01.01~ 18.12.31

* 도지사 품질인증, 전라남도청

- 전라남도의 우수 농수축산물의 판매 촉진 및 브랜드 인지도 제고를 위해 식품공동브랜드인 ‘남도미향’이라는 인증을 사용하고 있음. 선정 품목은 도내에서 생산한 농·축·수·임산물 가공식품 및 1차 농산물이 대상임



- 도내 우수 농수특산물 생산업체가 시군에 브랜드 사용 신청을 접수하고, 심의위원, 도, 시군의 현장 평가를 통해 브랜드 사용을 허가함



[남도미향 브랜드 사용 제품 선정 기준]

구분	내 용		
선정기준	①친환경 농식품·유기농식품·도지사 품질인증제품 등 가공업체 ②도지사품질인증, GAP, 친환경농산물, 농촌융복합인증 경영체 등 1차 농식품 생산업체 ③도내 생산 농수산물(70% 이상)을 사용하는 매출액 1억원 이상 업체 ※ 브랜드 사용 신청업체 현장 평가 60점 이하 선정 제외		
선정과정	기존신규업체 브랜드 사용 신청	신청업체 현지 조사	브랜드 사용 심의
	업체 → 시군 → 도	심의위원, 도, 시군	
평가항목	①경영전략의 수립 및 활용 ②대상기업의 재무건전성 ③생산제품 품질관리 ④대상기업의 마케팅 ⑤대상기업의 인적자원 및 회계관리 ⑥남도미향 참여도 및 이해도 ⑦수상 및 추천사항		

* 2019년 남도미향 브랜드 사용 제품 선정 추진계획

2. 생산 및 판매 규모

1) 절임배추 위생관리 가이드라인¹⁰⁷⁾

- 식품의약품안전처가 발간한 「절임배추 위생관리 가이드라인」에 따르면, 절임배추 생산관리를 위한 점검표 예시안이 제시되어 있음. 위생관리 가이드라인을 확인할 수 있는 절임배추 생산관리 점검표(예시)는 일반위생관리, 세척공정, 작업장 온도관리, 제조시설 세척·소독관리 점검표 4가지로 구성되어있음

가. 일반위생관리 및 공정점검표

- 일반위생관리 및 공정점검표의 점검내용으로는 주기별(일일, 주간, 월별, 분기별, 연간)로 작업장 및 작업 종업원, 시설 등의 관리상태 현황을 살펴보는 것임

107) 절임배추 위생관리 가이드라인, 식품의약품안전처, 2016.10



[일반위생관리 및 공정점검표]

주기	관리	점검내용
일일 (작업전)	개인 위생	위생복장과 외출복장이 구분하여 보관되고 있는가?
		종업원의 건강상태는 양호하고 개인장신구 등을 소지하지 않으며, 청결한 위생복장을 착용하고 작업하고 있는가?
		위생설비(손세척·소독기 등) 중 이상이 있는 것이 있는가?
	방충방서	작업장은 밀폐가 잘 이루어지고 있으며, 방충시설에는 이상이 없는가?
	이물 입고 보관	파손되거나 고장난 제조설비가 있는가?
		절임배추 입고 시 배송차량온도 및 품온은 적절한가?
원부재료 입고 시 시험성적서를 수령하거나, 육안검사를 실시하고 있는가?		
일일 (작업중)	공정 관리	냉장창고의 온도가 적절히 관리되고 있는가?
		(구획이 되지 않은 작업장의 경우) 청결구역작업과 일반구역작업이 시간차를 두고 이루어지고 있는가?
		배추 정선 시 이물이 포함되지는 않았는가?
		절임 공정이 적절히 관리되고 있는가?
		절임배추 세척수의 위생상태는 양호한가?
		절임배추 탈수장의 청소·소독 상태는 양호한가?
일일 (작업후)	방충방서	작업장 주변의 음식물폐기물은 잘 정리되어 보관되어지고 있고, 주기적으로 반출되고 있는가?
	세척소독	작업장 바닥, 배수로, 위생시설, 제조설비(식품과 직접 닿는 부분)의 청소·소독 상태는 양호한가?
	점검	주요 점검표를 작성 주기에 맞게 작성하고, 한계기준 이탈시 적절히 개선조치 하였는가?
주간 (금요일)	세척 소독	냉장창고 내부 청소 상태는 양호한가?
		작업장 벽, 제조설비(제품과 직접 닿지 않는 부분)에 대한 청소·소독 상태는 양호한가?
		위생복 세탁은 실시하였는가?
월별	세척	작업장 전체 청소 상태는 양호한가?
	교육	종업원 위생교육을 실시하였는가?
	검사	완제품에 대한 검사를 실시하였는가?
	검증	주요점검표를 작성하였는가?
분기별	세척소독	용수탱크의 청소·소독은 실시하였는가?
연간	점검	수량계 및 냉장고의 온도계는 검교정하였는가?
	검사	용수검사(지하수의 경우)를 실시하였는가?

나. 절임배추 세척공정 점검표

- 절임배추 세척공정 점검표는 절임배추 세척공정 시에 세척시간, 원료투입량, 세척수량, 단계별 세척시간, 세척수 교체여부 등을 점검하는 것임
- 일반적으로 절임배추를 세척할 때에 기본 조건인 **(1)각 단계별로 절임배추 3배 이상의 세척수 사용, (2)누적세척시간 120분 초과한 경우 세척수 전체 교체, (3)세척 단계별로 30초 이상(수동세척 각 단계별 10초 이상)/ 총 세척시간 2분 이상, 총 3가지 기준을 지켜야 함**



[절임배추 세척공정 점검표]

작성일자	점검자			
기준	-각 단계별로 절임배추 3배 이상의 세척수 사용 -누적세척시간 120분 초과한 경우 세척수 전체 교체 -세척 단계별로 30초 이상/총 세척시간 2분 이상			
세척시간 및 세척종료 시간	1batch당 원료투입량	세척 수량	단계별 세척시간	누적세척시간 세척수 교체 여부
시작: 종료: 총세척시간: ()분	() kg () 쪽	1단: ()L 2단: ()L 3단: ()L 4단: ()L	1단: ()초 2단: ()초 3단: ()초 4단: ()초	누적시간: ()분 교체여부: O / X
시작: 종료: 총세척시간: ()분	() kg () 쪽	1단: ()L 2단: ()L 3단: ()L 4단: ()L	1단: ()초 2단: ()초 3단: ()초 4단: ()초	누적시간: ()분 교체여부: O / X
시작: 종료: 총세척시간: ()분	() kg () 쪽	1단: ()L 2단: ()L 3단: ()L 4단: ()L	1단: ()초 2단: ()초 3단: ()초 4단: ()초	누적시간: ()분 교체여부: O / X
시작: 종료: 총세척시간: ()분	() kg () 쪽	1단: ()L 2단: ()L 3단: ()L 4단: ()L	1단: ()초 2단: ()초 3단: ()초 4단: ()초	누적시간: ()분 교체여부: O / X

개선조치 방법	-작업을 중단하고 온도를 기준으로 재조정 한 뒤 다시 작업을 실시한다. -작업이 완료되면 해당 제품 중 샘플을 선택하여 제품상태를 확인하고 이상 없을 경우 작업을 진행 하고, 품질이 저하된 경우 해당 제품을 폐기한다. -세척수 교체 주기를 이탈한 경우 세척기준에 맞추어 재세척을 실시한다.		
기준 이탈내용	개선조치 및 결과	조치자	서명

다. 절임배추 작업장 온도관리 점검표

- 수확 혹은 공급받은 배추를 절임, 세척하는 공정 중에 있어 작업장의 온도가 중요함. 일정 온도를 유지해야 배추가 상하거나 얼지 않기 때문임. 절임배추 작업장 온도관리 점검표 내용은 다음과 같음

[절임배추 작업장 온도관리 점검표]

작성일자	점검자	
기준	탈수장	저장실
	18℃	10℃ 이하
주기	작업시작 전/ 작업 중 2시간 마다	
방법	온도계 이용 온도 측정	



장소	측정시각	온도	기준 판정	서명	측정시각	온도	기준 판정	서명
염장실	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
세척실	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
탈수장	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
저장실	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	
	:	℃	O / X		:	℃	O / X	

개선조치 방법	-작업을 중단하고 온도를 기준으로 재조정된 뒤 다시 작업을 실시한다. -작업이 완료되면 해당 제품 중 샘플을 선택하여 제품상태를 확인하고 이상 없을 경우 작업을 진행하고, 품질이 저하된 경우 해당 제품을 폐기한다.		
기준 이탈내용	개선조치 및 결과	조치자	서명

라. 절임배추 제조시설 세척 및 소독관리 점검표

- 절임배추 제조시설에서 구역(장소)에 따라 세척 및 소독관리가 필요한 곳과 점검내용, 점검주기 및 횟수 등을 기록하여 관리함. 절임배추 제조시설 세척 및 소독관리 점검표 내용은 다음과 같음

[절임배추 제조시설 세척 및 소독관리 점검표]

작성일자		점검자	
대상	부위	점검내용	주기
작업장	바닥/벽/ 천장/ 환기시설/ 조명시설	빗자루나 진공청소기로 찌꺼기, 이물 등을 제거하였는가?	바닥: 1회/ 벽 : 1회/ 이외: 1회/ 일 주 월
		세제를 사용하여 세척 후 헹구었는가?(조명시설 제외)	
		세척 후의 설비를 건조하였는가?(조명시설 제외)	
		소독제를 사용하여 분무, 소독하였는가?(조명시설 제외)	
		파손되거나 고정난 제조설비가 있는가?	
제조 설비 및 도구	제품 접촉면/ 내부/외부	면포로 찌꺼기, 이물 등을 제거하였는가?	제품접촉면: 1회/ 일 내부 및 외부: 1회/ 주
		세제를 이용해 세척하였는가?	
		세척 후의 설비를 건조하였는가?	
		식품이 접촉하는 부분은 소독제를 사용하여 분무, 소독하였는가?	
		파손되거나 고정난 제조설비가 있는가?	
냉장	내부/	빗자루로 성애, 이물 등을 제거하였는가?	내부: 1회/ 주



참고	생각기	세제를 이용해 세척하였는가?	생각기:1회/ 년
		세척 후의 설비를 건조하였는가?	
		소독제를 사용하여 분무, 소독하였는가?	
		파손되거나 고장난 제조설비가 있는가?	
특이사항	개선조치 및 결과	조치자	서명

2) 절임배추 생산 주요 지원 사업

- 지역별 배추 재배면적에 따르면, 전라남도, 강원도, 경상북도, 경기도, 충청남도, 충청북도 순으로 높은 것으로 나타남. 이 중 절임배추를 지역 주요 상품으로 판매하고 있는 전남 해남, 충북 괴산, 강원도 영월의 절임배추 생산·유통·판매 등을 위한 주요 지원 사업을 살펴봄
 - 각 지역별 지자체의 절임배추 산업에 대한 지원은 크게 시설 및 자원 등 인프라 지원과 산업 육성을 위한 단기·중기·장기적 지원으로 분류됨

가. 전라남도 해남군 생산 지원사항¹⁰⁸⁾

- 전라남도 해남군은 배추/절임배추를 가장 많이 생산하고 있는 전라남도 대표 생산지로, 쌀, 감, 고구마와 함께 대표 농수산물로 절임배추를 판매하고 있음. 주로 겨울(월동)배추를 판매하고 있음
 - 전라남도 해남의 ‘해남 겨울배추’는 2005년 12월 26일자로 국립농산물품질관리원에서 ‘지리적 표시등록 제11호’로 등록되었음. 지리적표시는 농수산물 또는 농수산 가공품의 명성·품질 기타 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 그 특정지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 것을 말함
- 행정구역상 전라남도 해남군 일원에서 생산되는 해남 겨울배추는 재배지가 소백산맥과 노령산맥이 끝나는 한반도의 서남쪽 모서리에 위치하여 난류성 해양과 접하는 해양성 기후를 띄고 있으며, 게르마늄 성분이 많은 황토질 토양으로 겨울배추 재배 적지임. 또한 단맛과 식이섬유 함량이 높고 수분함량이 낮아 김치를 만드는데 최적의 겨울배추임을 인정받아 지리적표시 농산물로 선정됨¹⁰⁹⁾



108) 해남군 홈페이지(www.haenam.go.kr)

109) 국립농산물품질관리원(<http://www.naqs.go.kr>)



- 해남군청에 등록된 해남 겨울배추 생산업체는 총 11곳으로, 화산농협, 북평농협, 황산농협, 산이농협, 문내농협, 화원농협, 녹색유통, 대명유통, 신진유통, 무진영농, 이레유통이 있음
- ‘해남미소’는 해남군청이 직영으로 운영하는 온라인 쇼핑몰로 절임배추를 포함한 해남쌀, 전복, 김, 고구마 등 지역의 농수산물과 특산물을 판매함. 해남미소에서 판매하는 절임배추의 경우 HACCP 기준을 일부 적용하는데, 절임통과 세척통의 경우 스테인레스 용기 사용, 배추절단과 세척, 절임단계의 구분, 바닥의 청결성과 코팅여부의 기준을 지키는 업체로 선정함
- 해남군청에 등록되어 있는 절임배추 생산업체는 총 14곳으로, 해남읍, 삼산면, 화산면, 현산면, 송지면, 북평면, 북일면, 옥천면, 계곡면, 마산면, 황산면, 산이면, 문내면, 화원면에서 각각 절임배추협회의회를 구성하여 생산하고 있음. 각 지역 절임배추협회의회에서 생산된 절임배추는 해남미소에서 판매함. 여러 지역에 분포되어 있는 다수의 생산자를 통해 해남 절임배추가 생산·유통되고 있기 때문에 생산 규모가 일정하여, 산업 및 시장의 가격등락폭과 상관없이 안정적으로 원료 조달이 가능하며, 소비자들의 접근이 쉬운 특징이 있음
- 해남군청은 농산물 수급조절, 가격안정 등을 도모하여 지역 농산물의 부가가치를 제고하고자 가공시설과 장비를 지원하는 농산물 가공사업 육성을 추진하고 있음. 2018년 기준, 해남군청에 등록된 농산물가공시설 및 직판장은 총 1,039개소로, 절임시설(소규모 포함) 941개소, 김치가공공장 11개소 등을 보유하고 있음

[농산물가공시설 및 직판장 수]

(단위: 개소)

시설	절임시설 (소규모포함)	김치류 가공공장	장류 가공공장	직판장 대도시	직판장 관내도로변	기타	합계
개소	941	11	6	-	6	75	1,039

* 해남군청 홈페이지 참고

- 김장철을 앞둔 시기에는 자체 온라인몰 뿐만 아니라, 롯데슈퍼, GS 슈퍼마켓 등과 같은 할인점 및 체인슈퍼로의 유통 경로를 확장하여 소비자들의 구매 편리성을 도모하고 농협고양유통센터에서 특판전을 개최하며 다양한 지역으로 판매하고 있음
- 롯데슈퍼, GS슈퍼마켓, 홈플러스, 온라인쇼핑몰 티몬에서는 해남 절임배추 예약 판매를 실시하며 신선한 배추 배송 서비스를 통한 유통판매가 활발히 이루어지고 있음



나. 강원도 영월군 생산 지원사항¹¹⁰⁾

- 강원도 영월군은 쌀, 채소류(토마토, 버섯 등), 과일류(포도, 사과), 임산물류(더덕, 취나물, 황기 등) 등 총 34개 품목을 주요 농특산물로 생산·유통·판매하고 있음. 이 중 영월군 절임배추는 2008년부터 영월 대표 특산물로 지정되었음
 - 영월 절임배추는 태백산맥 기슭에서 재배된 고랭지 배추를 사용하여 속이 알차고 고소한 맛이 강함. 쉽게 무르지 않는 고랭지 배추에 미네랄 성분이 풍부한 천일염을 사용하여 절임배추를 생산함
 - 농특산물 공동브랜드 ‘동강爰’는 영월군의 농업인들이 모여 만든 전자 상거래 영농조합법인으로 인터넷쇼핑몰을 운영하며 영월군의 농특산물을 판매하고 있음. 절임배추를 포함하여 감자, 토마토, 곤드레 등 영월군의 72개 농가에서 생산된 특산물을 판매하고 있으며, 매월 출하되는 농특산물 달력을 제시하여, 월별 특산물 판매를 촉진하고 있음

[영월군 동강爰 농산물 출하달력]

1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
메주	고로쇠	곰취	명이 나물/ 개두릅	곤드레	토마토	감자/ 옥수수	고추	사과 (홍로)/ 포도/ 오미자/ 다래	절임배추	잡곡	건강즙

*동강爰 홈페이지 (<http://www.ywdga.co.kr>)

- 강원도경제진흥원에서는 영월몰, 강원마트, 원주몰, 홍천몰, 인제몰 총 5개의 온라인몰을 운영하여 우수한 제품을 생산하지만 홍보 부족으로 인해 판로 확보에 어려움을 겪는 각 지역의 농특산물을 판매하고 있음. 이 중 영월몰에서 절임배추 등 영월군의 우수상품을 판매하고 있음¹¹¹⁾
 - 강원도경제진흥원에서 운영하는 온라인몰의 입점 농수산물은 강원도내 소재기업이 직접 제조·가공한 것이며, 11번가, 네이버 팝스토어, 쿠팡 등 외부 쇼핑몰과 연동되어 해당 쇼핑몰에서도 검색, 구매가 가능한 판매 방식을 지원하고 있음
- 2017년 영월군은 절임배추 소득화지원사업을 추진하였고, 2018년에는 농산물 영월 절임배추 명품화를 위한 지원사업을 하였음
 - 2017년 영월군에서 진행한 절임배추 소득화지원사업은 절임배추의 포장재, 속비닐(포장재), 김장깎개(비닐), 천일염, 절임장비 등을 지원하는 사업임¹¹²⁾

110) 영월군 홈페이지(www.yw.go.kr)

111) 강원마트(<http://gwmart.com>)

112) 영월군, 2017년 절임배추 소득화지원사업 추진, 국제뉴스, 2017.06.10



- 2018년 농산물 명품화와 판로확대를 위한 사업의 일환으로 영월 절임배추의 포장재, 절임장비, 천일염 공급지원을 하였을 뿐만 아니라 절임배추 생산으로 인한 폐 소금물을 군에서 직영으로 운영하는 간이 육지염전시설을 통해 처리하며 생산 전반에 대한 지원을 아끼지 않았음¹¹³⁾
- 영월군은 2019년 SNS 홍보 마케터 지원 사업을 처음 실시하였는데, 이로 인해 동강애 인터넷쇼핑몰의 실적이 전년 상반기 대비 30% 가량 증가하였음. SNS 홍보 마케터 지원 사업은 동강애 입점 농가를 대상으로 전문 마케터가 동강애 블로그 운영, 사진 및 요리법 동영상 제작하여 네이버 스마트스토어 동강애 농부마켓과 네이버TV 채널에 게시하는 방법으로 홍보를 진행함¹¹⁴⁾

다. 충청북도 괴산 생산 지원사항¹¹⁵⁾

- 충청북도 괴산에서 생산되는 배추는 청정지역인 준고랭지에서 90일 동안 재배하여 파란 잎은 적고 노란 속잎이 단단하게 차있기 때문에 일반 배추에 비해 고소함과 단맛이 많은 장점이 있음. 이에 배추사업이 활성화되어 있으며, 각 지역마다 다수의 생산농가, 절임배추 작목반 등이 존재함
- 괴산군 명품 특산물로는 고추, 옥수수, 절임배추 등이 있으며, 특히 절임배추는 괴산시골절임배추 영농조합법인 총회가 만든 절임배추 대표 브랜드 ‘자연한포기(前괴산시골절임 배추)’를 통해 사업을 활성화 및 관리하고 있음. ‘자연한포기’는 배추 포기마다 자연 그대로를 담아낸 프리미엄 배추라는 뜻으로, 절임배추 산업 일반화에 따른 타 지자체와의 경쟁이 심화되자 2012년에 브랜드명을 변경하면서 차별화 전략을 추진함
- 괴산군에서는 절임배추 생산 농가의 시설포장재기자재 지원, 인력 보충을 위한 외국인 계절근로자 지원 제도를 도입함
- 절임배추 생산기간에는 부족한 인력을 보충하기 위해 농가에 외국인 계절근로자를 고용하여 지원하고 있는데, 외국인 계절근로자 제도는 농·어번기의 고질적 일손부족 현상을 해결하기 위해 단기간 동안 외국인을 합법적으로 고용할 수 있는 제도임



113) [영월]농산물 명품화·판로확대 영월 26억여원 투입 지원, 강원일보, 2018.01.11
 114) 영월 동강애 쇼핑몰 전년비 30% 성장, 강원도민일보, 2019.07.30
 115) 괴산군청(www.goesan.go.kr)/ 자연한포기 홈페이지(www.jayeonhanpogi.co.kr)



- 해당 제도 관련하여, 2006년 자매결연을 맺은 중국 지린성 지안시, 2017년 업무협약을 맺은 캄보디아의 계절근로자를 고용한 바 있음¹¹⁶⁾
- 2017년에는 절임배추의 공장형 생산을 위해 시설현대화사업을 추진하여, 노동력 절감과 생산성 향상으로 절임배추의 고급화를 도모함. 이와 더불어 피산 절임배추 상품의 포장재 다양화로 지명도와 인식이 떨어지는 문제를 해결하기 위해 군의 지원을 통해 포장재를 동일화하였으며, 일정한 품질 제고를 위해 절임배추에 사용되는 소금 등의 기자재를 지원함¹¹⁷⁾
- 2018년에는 ‘소금랜드’를 설립하여 염전체험 및 교육공간을 조성하고 절임배추를 관광문화자원으로 발전시키려는 움직임을 보임
 - 피산 농업기술센터에 위치한 ‘소금랜드’는 절임배추 생산 과정에서 발생하는 폐 소금물을 사용한 생태 교육공간 및 공원으로, 국내 유일의 내륙 염전체험과 소금문화 체험, 교육이 가능함. 또한 농업기술센터 내의 염전에서 생산된 재생소금은 제초 및 제설작업 용도의 소금으로 무료 분양하고 있음
- 피산군의 절임배추 판매·유통은 군 직영 온라인 쇼핑몰 ‘피산장터’와 자매결연 지역 판매, 대형유통업체와의 계약재배 형태로 이루어짐
 - 피산군에서 직영으로 운영하는 농산물 온라인 쇼핑몰 ‘피산장터’를 통해 피산군에서 생산된 절임배추를 포함하여 농특산물 및 가공품을 판매하고 있음
 - 2018년에는 피산 절임배추를 알리기 위해 농특산물 홍보단을 출범하여 서울 강남구, 관악구, 인천 중구 등 자매결연 지역에 판매처를 확보하였으며, 이 외에도 현대백화점, 한화, 이마트 등 대형유통업체와도 계약재배를 맺어 절임배추를 유통하였음¹¹⁸⁾



116) 피산군, 상반기 외국인 계절근로자 67명 입국, 뉴스1코리아, 2019.05.31

117) 피산군, 시골절임배추 경쟁력·생산성 향상에 총력, 뉴스1코리아, 2017.09.16

118) 피산군, 명품농산물 '피산시골절임배추' 판로 확대 안간힘, 뉴시스, 2018.07.27



3) 절임배추 출하 규모

가. 국내 절임배추 출하 규모

- 식품의약품안전처에 따르면, 2017년 기준 절임배추의 생산량은 9,598톤, 같은 기간 출하량은 12,065톤으로 파악됨
- 2016년까지 국내 절임배추 생산 규모에 대한 공식적인 통계가 없어 생산 규모에 대한 연간 추이 분석은 어려우나, 2017년 출하액은 13,750백만 원으로 전년도 대비 67.4% 하락한 수치임

[절임배추 생산 및 출하현황]

(단위: 톤, 백만 원)

구분	생산		출하	
	생산량(톤)	생산액(백만 원)	출하량(톤)	출하액(백만 원)
2016	-	-	-	42,224
2017	9,598	11,381	12,065	13,750

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

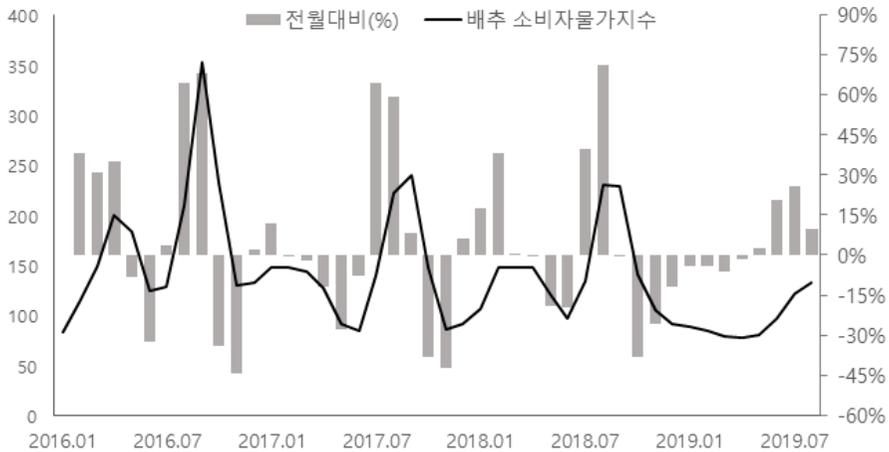
나. 소비자물가지수 추이

- 절임배추의 별도 물가지수가 없어, 절임배추의 원료인 배추의 소비자물가지수를 대신 살펴봄
- 2016년 1월 대비 2019년 8월 배추의 소비자물가지수는 61.8% 증가함. 배추의 소비자물가지수는 매 년 8월과 9월에 높아지는 것으로 나타났으며, 특히 2016년 9월 소비자물가지수는 352.49로 3년 중 가장 높은 수치를 기록함
- 배추의 소비자물가지수는 폭우, 폭염, 태풍, 병충해 등 자연재해에 따라 배추의 수요공급 변화에 영향을 받아 변동폭이 크게 나타남. 2016년에는 폭염, 늦은 장마에 따라 품질이 떨어지는 채소가 많아져 공급량이 감소한 것이 소비자물가지수 상승에 영향을 미친 것으로 보임
- 여름 기간 배추는 수요에 비해 공급량이 적어 배추 출하시기인 10월 전까지 상승하는 경향을 보임.¹¹⁹⁾ 이로 인해 매년 8월에서 9월에 배추 소비자물가지수가 높아지는 것으로 분석됨

119) 주요 채소 가격의 변동 패턴 및 요인 분석, 한국농촌경제연구원. 2012.06



[배추 월별 소비자물가지수 추이]



품목별	배추	
	소비자물가지수	전월대비(%)
2016.01	82.19	19.57
2016.02	113.37	37.94
2016.03	148.42	30.92
2016.04	200.14	34.85
2016.05	183.44	-8.34
2016.06	123.6	-32.62
2016.07	127.86	3.45
2016.08	209.98	64.23
2016.09	352.49	67.87
2016.10	232.78	-33.96
2016.11	129.21	-44.49
2016.12	131.94	2.11
2017.01	147.29	11.63
2017.02	146.93	-0.24
2017.03	143.52	-2.32
2017.04	126.51	-11.85
2017.05	91.38	-27.77
2017.06	84.41	-7.63
2017.07	138.67	64.28
2017.08	221.17	59.49
2017.09	239.26	8.18
2017.10	147.39	-38.40
2017.11	85.25	-42.16
2017.12	90.63	6.31
2018.01	106.34	17.33
2018.02	146.97	38.21



2019 가공식품 세분시장 현황
배추김치 시장

품목별	배추	
	소비자물가지수	전월대비(%)
2018.03	147.84	0.59
2018.04	147.5	-0.23
2018.05	119.62	-18.90
2018.06	96.18	-19.60
2018.07	134.41	39.75
2018.08	229.73	70.92
2018.09	228.23	-0.65
2018.10	140.85	-38.29
2018.11	104.37	-25.90
2018.12	91.76	-12.08
2019.01	87.93	-4.17
2019.02	84.48	-3.92
2019.03	79.19	-6.26
2019.04	78.01	-1.49
2019.05	79.82	2.32
2019.06	96.24	20.57
2019.07	121.19	25.92
2019.08	132.95	9.70

*국가통계 포털(kosis.kr)

배추 소비자물가지수(신선식품지수)(2015=100 기준임)



3. 소비자 동향

1) 기대 혹은 우려 요인

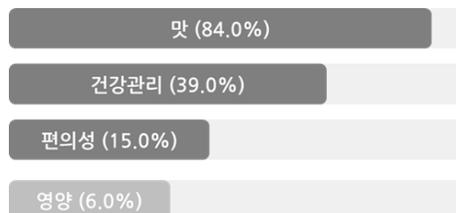
- 김장을 하지 않는 소비자가 늘어나면서 포장김치에 대한 선호가 높아졌으나, 지역별, 가정별 김치 맛에 대한 호불호가 다양하고 김장의 소규모화, 편리화를 추구하게 되면서 김장 방식이 변화함에 따라 절임배추를 찾는 소비자가 늘어가고 있음. 이에 절임배추의 구입을 통해 소비자가 실제로 기대하는 요인과 우려하는 요인은 무엇인지 키워드 언급량을 통해 살펴봄
- 절임배추 구입을 통해 기대하는 주된 요인의 언급으로 ‘맛’, ‘건강’, ‘편의성’ 순으로 높게 나타남
 - 절임배추는 버무리는 김칫속과 양념의 투입 정도에 따라 개인이 선호하는 김치를 보다 간편하게 만들 수 있어 편리한 방법으로 보다 맛있는 배추를 만들고자 하는 수요가 반영된 것으로 나타남
 - 또한, 절임배추 원재료를 이용하여 직접 김치를 담가먹는 형태이기 때문에, 시중에 판매하는 포장 김치보다 상대적으로 건강한 식품이라는 인식이 작용한 것으로 보임

- 120) “절임배추는 절임 과정 없이 김치를 담글 수 있어서 편리할 뿐만 아니라 맛있게 절여진 배추를 재료로 하기 때문에 더 맛있는 김치를 만들 수 있을 것 같아요”
- “절임배추로 김치를 직접 담그면 뭔가 더 담백하고 시원한 맛이 날 것 같은 느낌이 들어요”

[절임배추의 기대요인]

(단위: %)

기대요인	전체언급
맛	84.0
건강관리	39.0
편의성	15.0
영양	6.0



120) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



- 기대요인을 살펴보면, 절임배추에 대한 ‘맛’ 이외에 체내 섭취를 통한 건강 증진, 편리한 섭취에 대한 언급 내용이 상대적으로 높게 나타남
 - 무농약, 친환경 제품에 대한 소비자 수요가 증가함에 따라 친환경적으로 재배된 절임배추의 인기가 높아지고 있는데, 이는 원료에서부터 꼼꼼하게 친환경적으로 재배되고 친환경적인 부가 재료가 사용되었는지에 대한 관심이 높아졌기 때문임
 - 단순히 절임배추에 대한 필요를 넘어서서 유기농 절임배추, 고랭지절임배추와 같이 보다 건강한 환경에서 재배된 배추 구입에 대한 선호도가 증가하고 있음

121) “유기농 절임배추인 데다가 소량만 생산해서 직접 판매하는 곳이라 더 믿음이 가요”

“일교차가 뚜렷한 고지대에서 생산된 배추의 신선도와 품질이 좋다고 들었어요”

[절임배추의 기대 요인 세부언급 키워드]

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
맛	84.0	• 맛있는	100.0
건강관리	39.0	• 다이어트 • 항암효과 • 면역력 증진 • 콜레스테롤 • 성인병 예방 • 항산화 효과 • 비만	33.0 29.0 10.0 9.0 8.0 6.0 4.0
편의성	15.0	• 편리한	100.0
영양	6.0	• 영양	100.0

121) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



□ 우려요인에 대한 언급은 위생, 우려성분 순으로 나타남

- 위생에 대한 언급 비중이 높게 나타났는데, 1차적으로 절임, 가공하여 제공받은 절임배추를 주재료로 하여 여러 포기의 김치를 담그는 형태이다 보니 세척, 절여지는 과정 상에서의 위생에 대한 우려도가 높게 존재하는 것으로 보여짐
- 또한, 잔류 농약, 대장균 기준 초과 검출 등 식품위생법을 위반한 절임배추 제조업체에 대한 뉴스가 이슈화 되면서, 소비자들 사이에서 이에 대한 문제 인식이 확산되어 절임배추 위생에 대한 우려가 높아진 것으로 파악됨

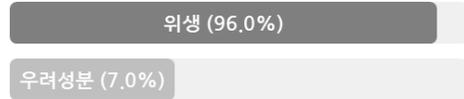
122) “농약이 묻어나진 않았지 우려되어서 저농약, 무농약, 유기농 절임배추 여부를 확인하는 편이에요”

“절임배추를 배송하는 업체가 너무 많다보니, 저농약, 깨끗한 환경에서 자란 배추가 맞는지 꼼꼼히 확인해야 해요”

[절임배추의 우려 요인]

(단위: %)

우려요인	전체 언급
위생	96.0
우려성분	7.0



[절임배추의 우려 요인 세부 언급 키워드]

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
위생	96.0	• 세척	72.0
		• 위생	46.0
		• 이물질	3.0
우려성분	7.0	• 방부제	49.0
		• 색소	35.0
		• 첨가물	34.0
		• 감미료	25.0
		• 향료	14.0

122) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



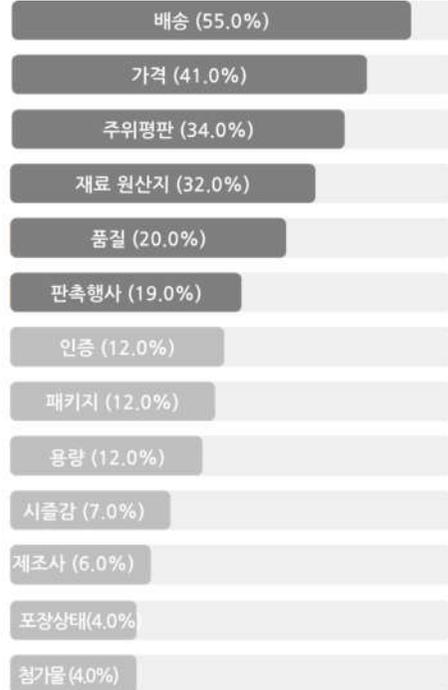
2) 구매고려요인 및 구입장소

- 절임배추 구입 결정에 앞서 중요하게 고려하는 요인은 ‘배송’, ‘가격’, ‘주위평판’, ‘재료 원산지’ 순으로 나타남
- 한 번 절여진 배추의 특성상 신선한 상태에서 전달 받는 과정이 중요하기 때문에 신속한 배송에 대한 중요도가 높게 작용한 것으로 나타남. 또한, 김장철과 같이 수요가 포화상태인 시기에 구매에 앞서 안전한 배송이 가능한지 여부를 꼼꼼하게 따져보는 소비자 행태가 반영된 결과로 분석됨

[절임배추의 구매고려요인]

(단위: %)

구매고려요인	전체연급
배송	55.0
가격	41.0
주위평판	34.0
재료 원산지	32.0
품질	20.0
판촉행사	19.0
인증	12.0
패키지	12.0
용량	12.0
시즐감	7.0
제조사	6.0
포장상태	4.0
첨가물	4.0





[절임배추의 구매고려요인 세부언급 키워드]

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
배송	55.0	• 배송	100.0
가격	41.0	• 가격	100.0
주위평판	34.0	• 추천 • 후기 • 리뷰 • 소문	66.0 30.0 15.0 14.0
재료 원산지	32.0	• 국내산 • 중국산 • 원산지 • 기타 수입산	81.0 14.0 13.0 10.0
품질	20.0	• 품질 • 프리미엄	90.0 14.0
판촉행사	19.0	• 이벤트/덤	100.0
인증	12.0	• 인증 • 표지	93.0 9.0
패키지	12.0	• 묶음포장 • 개별포장	82.0 28.0
용량	12.0	• 용량 • 대용량 • 소용량	50.0 33.0 31.0
시즐감	7.0	• 시즐감 • 윤기	68.0 38.0
제조사	6.0	• 브랜드 • 제조사	95.0 5.0
포장상태	4.0	• 포장상태	100.0
첨가물	4.0	• 색소 • 방부제 • 첨가물 • 감미료 • 향료	26.0 18.0 18.0 13.0 7.0

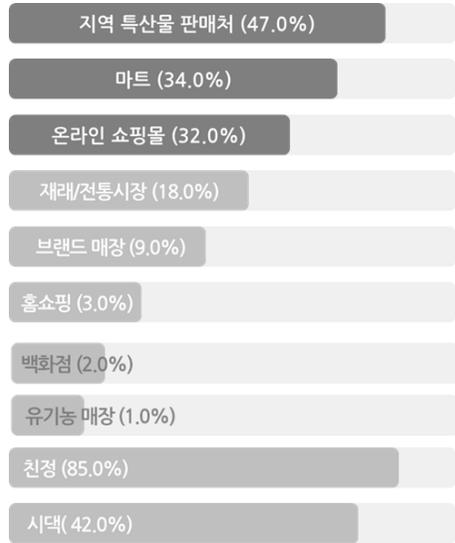


- 절임배추를 구입하는 경우 지역 특산물 판매처, 마트, 온라인 쇼핑몰, 재래/전통시장 채널을 이용하는 빈도가 높으며, 구입하지 않는 경우 친정이나 시댁과 같이 가족을 통해 절임배추를 얻어서 활용하는 행태를 보임

[절임배추 구입장소]

구입장소		전체언급
구입	지역 특산물 판매처	47.0
	마트	34.0
	온라인 쇼핑몰	32.0
	재래/전통시장	18.0
	브랜드 매장	9.0
	홈쇼핑	3.0
	백화점	2.0
	유기농 매장	1.0
	비구입	친정
시댁		42.0

(단위: %)



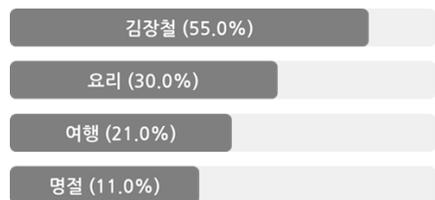
4) 필요로 하는 상황 및 선호하는 원산지

- 절임배추를 필요로 하는 주된 상황은 ‘김장철’, ‘요리’, ‘여행’, ‘명절’ 로 나누어짐

[절임배추를 필요로 하는 상황]

필요로 하는 상황	전체언급
김장철	55.0
요리	30.0
여행	21.0
명절	11.0

(단위: %)



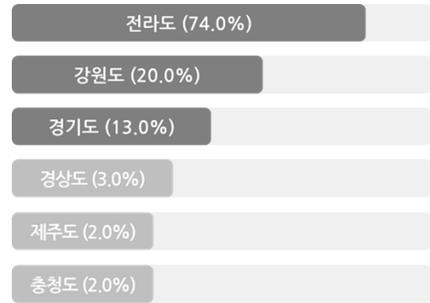


- 절임배추에 대한 관심도가 높은 원산지로 언급된 지역 비중은 다음과 같음
 - 절임배추 원산지에 대해 관심이 높은 지역은 전라도, 강원도, 경기도, 경상도, 제주도, 충청도 순으로 나타남

[원산지 관심도]

(단위: %)

원산지 관심도	전체언급
전라도	74.0
강원도	20.0
경기도	13.0
경상도	3.0
제주도	2.0
충청도	2.0



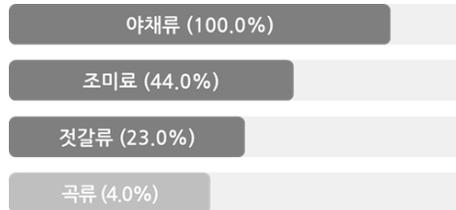
5) 절임배추와 함께 사용하는 속재료

- 절임배추를 이용하여 김치를 만드는 과정에서 쓰이는 주된 속재료는 야채류, 조미료, 젓갈류, 곡류 순으로 나타남

[절임배추와 함께 사용하는 속재료]

(단위: %)

속재료	전체언급
야채류	100.0
조미료	44.0
젓갈류	23.0
곡류	4.0





[절임배추와 함께 사용하는 속재료 세부 언급 키워드]

(단위: %)

언급 유형	전체 언급	세부 언급 키워드	언급 비중
야채류	100.0	• 배추	95.0
		• 마늘	24.0
		• 무	20.0
		• 고추	19.0
		• 양파	18.0
		• 생강	13.0
		• 파	12.0
		• 쪽파	11.0
		• 매실	1.0
		조미료	44.0
• 고춧가루	47.0		
• 설탕	14.0		
젓갈류	23.0	• 새우젓	70.0
		• 젓갈	40.0
		• 액젓	29.0
		• 멸치젓	19.0
		• 갈치젓	1.0
곡류	4.0	• 찹쌀	39.0
		• 들깨	38.0
		• 참깨	37.0



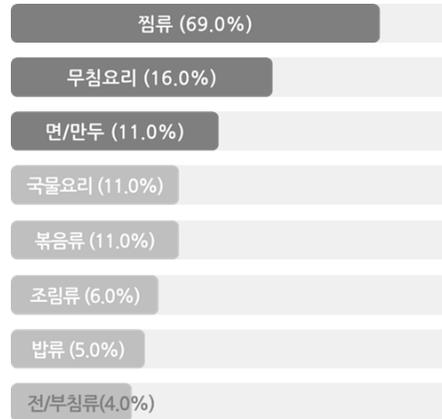
6) 활용요리 및 연관재료

- 절임배추를 활용한 요리로 찜류에 대한 언급 비중이 가장 높게 나타났으며, 이외에 무침요리, 면/만두, 국물요리, 볶음류 등의 요리에 활용하는 것으로 나타남

[절임배추를 활용한 요리]

(단위: %)

활용요리	전체언급
찜류	69.0
무침요리	16.0
면/만두	11.0
국물요리(국, 탕, 찌개)	11.0
볶음류	11.0
조림류	6.0
비빔밥/볶음밥/덮밥	5.0
전/부침류	4.0



2019 가공식품 세분시장 현황

2019년 11월 인쇄

2019년 11월 발행

편저 · 발행



전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL : (061) 931-1114 FAX : (061) 931-1299

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품정보부 (061-931-0742)로

문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템 (www.aTFIS.or.kr)을 통해

다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산물유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.
또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위,
판매 등 상업적 이용을 금합니다.

[공공누리 제4유형] 개별이용조건



공공누리



출처표시



상업적금지



변경금지

공공 저작물 자유이용허락



출처표시

저작물의 출처를 표시해야 합니다.

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.
ex) "본 저작물은 'OOO(기관명)'에서 'OO년' 작성하여 공공누리 제4유형으로 개방한 '저작물명(작성자:OOO)'을 이용하였으며, 해당 저작물은 'OOO(기관명), OOO(홈페이지 주소)에서 무료로 다운받으실 수 있습니다."
* 위 내용은 예시이므로 작성연도 및 해당 기관명과 홈페이지 주소, 작성자명 기입
온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.
이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.



상업적 이용금지

비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다.
다만, 별도의 이용허락을 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.



변경금지

저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공저작물의 변경이 금지됩니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편곡·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지대상 행위에 포함됩니다.

2019 가공식품 세분시장 현황 | 배추김치 시장

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행한 [가공식품 세분시장 현황]의 보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 인용할 때에는 반드시 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행하여 분석한 [가공식품 세분시장 현황] 보고서의 내용임을 밝혀야 합니다.
3. 이 보고서는 식품산업통계정보시스템(<http://www.atfis.or.kr>)에서도 보실 수 있습니다.