

일본의 김치생산 및 소비실태

최 태 동

식품경제연구부

한국산 김치의 주수출국인 일본의 김치생산 및 소비실태와 한국산 수출김치의 일본내에서의 유통실태를 파악하고자 93년 10월 18일부터 10월 27일까지 일본내 김치생산업체, 판매점 및 관계기관을 방문조사하여 수집한 자료를 정리·소개하고자 한다.

1. 일본의 김치생산 실태

일본에서의 김치(조센쓰께)는 다양한 쓰께모노(漬物) 전체에서 차지하는 비중이 아직도 미미한 실정이지만 생산량의 증가율은 쓰께모노 전체 평균보다 훨씬 높은 편이다. 1992년 현재 일본의 쓰께모노 전체생산량은 1,116천톤이며 그중 김치생산량은 74천톤으로 전체의 6.6%에 지나지 않고 있다. 그러나 1973년~92년간 생산량 증가를 보면 쓰께모노 전체로서는 1.3배에 불과하지만 김치의 경우 2.6배로 크게 증가하였다.

일본에서 김치의 생산은 종전에는 겨울철에 집중되는 등 계절에 따른 생산량 차이를 보였으나 근래에 와서는 평준화되어 연중 지속적인 생산체제로 전환되고 있다.

김치제조업자들은 전년도 실적이나 판매처별 수주상태 등을 고려하여 월별로 김치생산량을 책정하고 있다.

주원료인 무, 배추 등의 조달은 인근 청과물 도

표 1. 일본의 연도별 김치생산량 추이

단위 : 톤

연도별	漬物전체(A)	김치(조선 漬)(B)	B/A(%)
1973	850,243	28,271	3.3
1975	856,018	26,487	3.1
1980	952,178	34,059	3.6
1985	1,043,705	45,636	4.5
1990	1,180,166	83,474	7.1
1991	1,200,412	85,024	7.1
1992	1,116,475	73,721	6.6
'92/'73	1.3	2.6	-

자료 : 식품수급연구센터「식품산업동태총합조사」,1993

매시장을 이용하는 업체가 많으며 농협 또는 생산농가와 계약구매를 하는 경우도 있다.

도매시장에서 조달할 경우는 산지의 지역별 풍흉에 관계없이 가장 좋은 원료를 골라 확보할 수 있으나 가격이 비싼 편이다.

농협이나 생산농가와 계약에 의한 경우에는

표 2. 연중 월별 김치생산 현황

월별	1991년		1992년	
	전체漬物	김 치	전체漬物	김 치
1월	94,818 (7.9)	14,148 (16.6)	86,893 (7.4)	5,469 (7.4)
2월	75,084 (6.3)	13,216 (15.5)	78,846 (7.1)	7,080 (9.6)
3월	96,033 (8.0)	12,628 (14.9)	91,742 (8.2)	6,341 (8.6)
4월	101,321 (8.4)	12,330 (14.5)	101,862 (9.1)	6,802 (9.2)
5월	81,647 (6.8)	3,661 (4.3)	92,099 (8.2)	6,069 (8.2)
6월	77,201 (6.4)	3,640 (4.3)	87,998 (7.9)	6,167 (8.4)
7월	85,636 (7.1)	3,940 (4.6)	99,029 (8.9)	6,127 (8.3)
8월	96,189 (8.0)	3,686 (4.3)	95,978 (8.6)	6,106 (8.3)
9월	110,096 (9.2)	3,597 (4.2)	99,803 (8.9)	5,701 (7.7)
10월	130,547 (10.9)	4,475 (5.3)	108,850 (9.7)	6,055 (8.2)
11월	114,927 (9.6)	4,462 (5.2)	87,034 (7.8)	5,530 (7.5)
12월	136,910 (11.4)	5,241 (6.2)	86,341 (7.7)	6,274 (8.5)
계	1,200,412(100.0)	85,024(100.0)	1,116,745(100.0)	73,721(100.0)

자료 : 식품수급연구센터, 「식품산업동태총합조사」, 1993

안정된 가격으로 원하는 양을 안정적으로 공급받을 수 있으나 당해지역에 병충해나 기상악화 등으로 원료의 품질이 떨어져 제품품질저하 문제가 발생될 소지가 크다.

조미액(다래)은 독특한 제조방법으로 대부분 자가제조하고 있으나 소규모 업체는 대량 생산된 조미액을 구입하여 김치제조에 이용하는 업체가 대부분이다.

2. 일본의 김치유통실태

포장용기로는 주로 다음 다섯가지가 이용되고 있다.

- (1) 폴리에틸렌대
- (2) 투명폴리에틸렌 성형용기
- (3) 발포 스티로폼용기+PVC
- (4) 병
- (5) 진공포장(장거리수송용)

포장단위는 100g에서부터 770g 들이까지 있으며 병포장은 400g들이이다. 판매량에서 보면 180g~250g 단위가 중심을 이루고 있으며 일반가정용으로는

소량 포장단위가 업소용으로는 400g 이상의 포장 단위가 각각 주종을 이루고 있다.

원료는 신선도가 높아야 하므로 원료저장은 하지 않고 바로 제품화하고 있으며 제품도 발효진행 때문에 가능한 한 빨리 출하하고 있는데 원료를 구입해서 완제품으로 출하하기까지는 늦어도 2~3일이면 완료된다.

김치의 유통경로를 보면 제조업체에서 쓰꺼모노 전문도매점을 거쳐 소매점-소비자로 연결되는 경로와 생산업체-수퍼마켓-소비자 또는 생산업체-소매점-소비자 및 생산업체-외식업체 등 4가지로 크게 대별되고 있다.

유통단계별 유통마진은 도매단계에서 10%, 소매단계에서 30%정도이며 생산업체에서 바로 수퍼마켓으로 유통되는 경우 마진은 40%정도이다.

제품의 배송방법은 수퍼마켓, 체인스토어, 쓰꺼모노 도매점 등의 물류센타가 일괄 납품을 받아서 센타 전속배송업자가 각점포까지 배송하는 체계를 유지하고 있다.

수송시에는 냉장차에 의해 0°C~5°C의 냉온상태로 수송되며 생산업체 소유 냉장차를 이용하거나

배송전문업체에 위탁하는 경우도 있으며 반복사용이 가능한 플라스틱 상자나 발포스티로폼 상자에 넣어서 수송되고 있다.

김치는 보관 또는 유통중에 10°C이하의 온도를 유지하도록 위생규범에 규정되어 있기 때문에 판매시에는 5°C정도의 냉장오픈쇼케이스에 진열 판매되고 있으며 생산후 1주일 이내에 판매되도록 하고 적어도 10일을 넘기지 않도록 하고 있다.

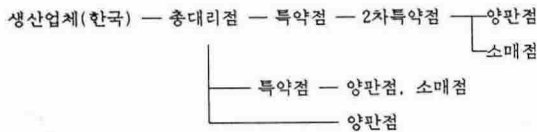
김치는 발효식품으로 유통기간이 비교적 짧고 완전밀폐할 경우 품질문제가 야기되는 등 취급상 어려움이 많아서 생산업체의 공급대상지역은 주변 지역 또는 근거리지역으로 한정되고 있다. 따라서 전국 규모의 초대기업 몇개소를 제외하고는 대부분 소비지생산 및 생산지소비의 형태를 취하고 있다.

3. 한국산 수출김치의 유통실태

우리나라 김치의 일본 수출현황을 보면 '92년 현재 5,116톤으로서 이는 당해년도 일본국내 김치 생산량 73,721톤의 약 7%에 불과한 실정이다.

한국산 수출김치는 대부분 400g 단위의 병포장으로 수출되고 있는데 이는 소포장(150g~250g)을 선호하는 일반가정용으로 판매되기에는 다소 큰 포장단위이다.

한국산 수출김치의 유통경로를 보면 다음과 같으며 가장 일반적인 유통경로는 총대리점-특약점-양판점, 소매점 형태이다.



여기서 총대리점은 물류센타이고 특약점은 도매상이 되며 양판점(수퍼)과 소매점은 바로 소비자와 연결되는 소매상이다.

한국산 수출김치의 유통마진을 보면 수출가격이 190g 1병에 140엔, 400g 1병에 220엔인데 일본에서의 최종소비자 판매가격은 각각 385엔과 698엔으로 수출가격의 약 3배에 달하고 있다.

일본 현지에서 교포들이 생산하는 김치는 kg당 700~1,000엔(폴리에틸렌대)이며 일본 쓰게모노 공장에서 생산된 일본김치는 250g 투명폴리에틸렌 성형용기 포장에 398엔(kg당 1,572엔)이고 한국산 수출김치 소비자판매가격은 kg당 약 2,000엔으로서 가격경쟁면에서 수출김치가 가장 뒤떨어지고 있는 실정이다.

수출김치의 유통·판매에서 발생하는 문제점으로는 위생문제, 적기공급문제, 포장문제 및 냉장고 설비문제 등이며 특히 위생문제에서 원료배추 자체에 들어있는 이물질(벌레 등), 용기(병)에서 나오는 이물질(유리가루 등), 제조과정에서 들어가는 이물질(머리카락, 종이조각 등) 등을 깨끗이 제거하는 문제가 크게 지적되고 있다.

4. 일본인의 김치에 대한 식기호

일본에서 김치를 포함한 쓰게모노를 즐겨 먹는 연령층은 40대 이상이며 20대와 30대 연령층은 그다지 즐기지 않고 있는 실정이다. 그러나 최근 젊은 연령층을 중심으로 “매운것 먹기 붐”(激辛붐)이 일어나고 있으므로 앞으로 김치에 대한 수요는 늘어갈 전망이다.

일본의 식문화는 이제 외식이 완전한 정착단계에 와 있기 때문에 특히 부식부문에서 가공식품의 일본수출여지는 매우 크다고 하겠다.

일본인은 맛과 냄새가 강한 한국산 김치에 대해 아직은 그렇게 익숙하지는 않고 있으나 김치가 식육증진 건강식품으로 그 인기는 점점 높아가고 있다.

특히 한국요리인 불고기의 보급확대에 따라 김치소비인구가 급증해가고 있으며 한국식품점 또는 교포김치전문점에서 김치를 구입해가는 일본인이 늘어나고 있는 경향이다.

쓰게모노가 40대 이상의 연령층에서 많이 소비되고 있으나 일본고유식이 건강식으로 인식되면서 쓰게모노의 소비가 젊은층까지 확대되는 경향에 있어 젊은층의 쓰게모노 소비가 증가해가면 김치에 대한 관심도 자연히 높아질 것으로 전망된다.

대체적으로 일본인은 단맛을 좋아하는 식성을 가지고 있으나 차츰 건강지향으로 되어 신맛과 매운맛에 대한 기호도가 높아가고 있다.

5. 김치수출 확대방안

우리나라에서 일본으로 수출되는 김치의 양은 아직도 일본 전체 김치소비량의 10%에도 못미치지만 거의 모든 부식류를 구입해서 소비하는 일본의 식문화에 비추어 볼 때 앞으로 우리의 김치수출 여지는 매우 크다고 하겠다.

다만 수출확대를 위해서는 다음 사항들이 특별히 고려되어야 할 것으로 여겨진다.

첫째, 일본내에서의 유통마진을 줄일 수 있는 방안을 적극 강구해나가야 한다.

우선 가격경쟁력 측면에서 일본내에서 소비되고 있는 김치 가운데 일본쓰케모노공장 김치나 교포들이 제조한 김치에 비해 한국산 수출김치의 소비자판매가격이 가장 비싸게 나타남으로써 경쟁력이 저위에 있음을 알 수 있다. 따라서 일본내의 독자적인 유통체계구축도 적극 강구함으로써 일본 소비자들이 한국산 김치에 익숙해질 때까지는 저렴한 소비자가격으로의 집중적인 공략이 절실하다.

둘째, 포장단위를 소량화해야 한다.

외식업소용을 제외하고는 일반가정용 포장단위는 일본 소비자의 특성상 작을수록 좋다고 본다. 현재 주종을 이루고 있는 400g 단위 수출용 포장용 절반정도 또는 1/3정도로 줄이는 방안이 강구되어야 할 것이다.

셋째, 다양한 맛의 김치를 제조해 수출함으로써 소비자의 기호에 잘 부응해나가야 한다.

소비자의 입맛은 너무나 다양하므로 매운맛, 덜 매운맛, 맵고 단맛, 약간신맛, 약간단맛 등 여러가지로 제품을 다양화해야 할 것이다.

넷째, 일본소비자는 냄새에 민감한 경향이 있는데 가능한 한 신선하고 좋은 냄새가 나는 제품이 소비자에게 도달할 수 있도록 해야한다. 예를들면 멸치젓갈을 넣은 김치는 일본소비자가 싫어하는 경향이 강하므로 젓갈을 쓸 경우에는 새우젓을 넣는 것이 좋을 것이다.

다섯째, 위생적인 제품생산을 위해 노력해야 한다.

원료조달에서부터 제품출하에 이르기까지 전과정에서 이물질이 들어가는 일이 없도록 세심한 주의를 기울여야만 최종소비자에게 좋은 반응을 기대할 수 있다.

여섯째, 유통마진 축소와 아울러 제품의 생산원가 절감 노력도 경주해야 한다. 예를 들어 일본의 쓰케모노 회사에서는 김치제조에 필요한 조미액(다래)을 대량 생산하여 도매상에 공급해주면 도매상은 절임배추에 이를 섞어서 포장하여 김치를 제조·판매하듯이 우리도 양념 전문제조회사에서는 다양한 양념을 대량 생산하여 이를 김치생산회사에 싸게 공급함으로써 김치의 생산원가를 절감하는 방안도 고려해 볼 만하다.

이상에서 몇가지 방안을 지적했지만 세계최대의 식품수입·소비국인 일본의 소비자들에게 우리의 김치가 건강식품으로 널리 인식되고 본고장(한국) 제품에 대한 인기가 높아져서 일본 쓰케모노 시장에서 한국산 수출김치가 차지하는 비중이 날로 높아갈 것을 기대하면서 글을 맺는다.