

특집 제1회 김치의 과학과 산업화 심포지움

김치산업의 문제점과 발전방향

정 우 섭

두산식품(주) 황성공장

I. 서 론

김치의 종주국인 우리나라는 오랜 김치 제조역사를 자랑하고 있으나 공장에서 제조하는 상품김치로서의 역사는 아직 시작단계라고 할 수 있다.

김치가 가정단위의 제조형태에서 기업적으로 생산되기 시작한 것은 1970년대 부터이며, 급속한 경제성장과 국민소득의 증가, 산업구조 및 생활환경의 변화에 의하여 다른 전통식품들과 마찬가지로 이들 변화에 맞추어 상품화의 진척속도는 한층 빨라지고 있어 일반 가정소비용으로 소포장 상품김치가 출시되기 시작한 80년대 이후 90년대 접어들면서 소비자의 상품김치에 대한 인식이 개선되기 시작, 96년도의 상품김치수요를 294천톤, 김치수출은 13천톤 까지 전망하기에 이르렀다.

우리나라 김치 제조업체 현황을 보면 업체수는 190개소, 일일생산능력은 561톤으로서 업체당 생산능력은 2.9톤/일에 불과하며, 가동율은 44%로 저조한 실정에 있다. 또한, 원부재료의 수급불안정과 생산기반의 취약으로 인하여 배추가격이 년중 평균 200% 이상의 가격 차이가 있으며, 가격이 높을수록 수율은 하락하여 제조 원가상승의 원인이 되고 있으므로 원재료의 가격이 최우선적으로 해결되어야 하겠으며, 임금인상과 환율의 불안정으로 수출경쟁력이 약화되고 있으므로 이에 대한 대책이 시급한 실정에 있다.

그리고 내수 및 수출을 위한 shelf life의 연장과 편리성을 추구한 포장개발로 상품김치 시장이 확대되도록 노력하여야 한다.

김치가 세계인에게 알려지기 시작하면서 특히, 우리와 유사한 식생활 문화를 가진 일본의 경우 김치시장이 급속도로 성장하면서 80년대까지만 하더라도 거의 한국으로부터 수입하던 김치를 이제는 거의 모든 절임식품업체에서 자체적으로 생산·판매하게 되어 일본내 김치산업이 급속도로 성장하여가고 있다.

국내에서 뿐만 아니라 외국에서도 성장하고 있는 김치산업이 안정적인 성장의 기반을 갖추기 위하여 현재 시점

에서 국내 김치산업이 안정적인 성장의 기반을 갖추기 위하여 현재 시점에서 국내 김치산업이 안고있는 문제점을 부분적으로나마 살펴보고 이에 대한 해결방안을 모색하고자 한다.

II. 김치산업과 관련한 경제환경

상품김치 시장이 성장하게 되는 요인으로는 서론에서도 언급하였듯이 산업의 발전과 국민소득의 증가, 주거 및 식생활의 변화 및 여성들의 사회활동 참여에 의한 가사노동시간의 감소 등의 시각으로 볼 수 있겠으나, 김치 산업 즉 김치제조 및 판매업의 성장요인으로서 시장성장의 요인외에도 원료의 품질과 가격동향, 국민소득과 소비자물가동향 그리고 김치 수출환경으로서 국가 경쟁력 등이 중요한 요인으로 등장하고 있다. 그러면 김치산업 및 영업과 관련한 경제환경을 조사 정리해 보기로 한다.

1. 김치의 제조원가 구성

김치의 직접 제조원가 구성 가운데서 원재료비가 50~70%를 차지하고 있으며 원재료비의 변동이 김치산업의 성공여부에 직접적으로 큰 영향을 주고 있다.

2. 물가지수

우리나라의 국민소득은 년평균 10% 이상씩 증가하여

표 1. 김치의 제조원가 구성 (단위 : kg당 구성비 %)

계 정 과 목	구성비	비 고
원 료 비	50~70%	배추·고추가격, 수 율 Loss, 재고효율
-재 료 비	50~60%	
-포 장 재 비	10~20%	
인 건 비	20~30%	가동율, 생산성 가동율, 월단위
경 비	10~20%	
제 조 원 가 계	100%	
판 매 관 리 비		
영 업 외 비 용		
전 체 계		

95년말에는 1만달러를 돌파하였다. 그러나 국민소득이 증가하는 것과 같은 형태로 소비자 물가지수 또한 상승하고 있음을 볼 수 있다. 여기에 반하여 일본의 경우 도매 및 소비자 물가는 오히려 90년도를 기준시 마이너스로 떨어지고 있다.

경제활동 안정에 기본이 되는 물가가 한자리수로 안정되어가고 있지만 수출과 관련하여 일본과는 상당한 차이가 있음을 알 수 있으며, 소비자 물가 상승은 제조원가의 상승에 영향을 미치는 큰 요인이 되고 있다.

표 2. 경쟁국과의 물가지수 비교 (전년대비)

구 분	년 도 별	한 국	일 본	미 국	비 고
도 매 물 가	'90.	0.0	0.0	0.0	
	'91.	4.7	-1.2	0.2	
	'92.	2.3	-1.5	0.6	
	'93.	1.6	-3.2	1.0	
	'94.	3.0	-2.0		
	'95.		-1.0		
	'88~93변동	2.79	-0.10	2.14	
소 비 자 물 가	'90.	0.0	0.0	0.0	
	'91.	9.3	2.8	4.2	
	'92.	6.9	1.6	3.2	
	'93.	5.5	1.2	3.2	
	'94.	7.6	0.7		
	'95.		-0.1		
	'88~93변동	6.90	2.31	4.09	

자료 : 통계청 경제지표 95. 8. 발행

* Inflation율(85~93년) : 한국 6.6%, 일본 1.4%, 미국 : 3.5%

3. 인건비의 지속적 상승

우리가 피부로도 느끼고 있는 사항이지만 김치 제조원가의 약 20~30%를 차지하고 있는 인건비의 상승율이 90년도 이후 매년 약 14% 이상씩 오르고 있다.

이것은 물론, 국내 소비자 물가 상승 등을 반영하여 상승되는 인건비이긴 하나, 기업경영의 측면에서는 상당한 원가부담을 안게됨을 뜻한다.

4. 환율의 변동

94~95년에는 \$: ₩의 비율이 최대 90₩까지 떨어졌으므로 엔화대금 결제시 상당한 환차익을 가져왔으나 현재는 105₩내외로 ₩화 약세로 인하여 수출에 비상이 걸리게 되었으며 이러한 현상은 당분간 지속될 것으로 보여진다.

일본은 엔고를 극복하기 위하여 자사내의 원가절감 등 꾸준히 노력하였으며, 소비자의 구매력 감소는 소비자 가격에도 영향을 미쳐 판매가격의 파급현상으로 나타나게 되었다.

표 3. 주요 3국의 제조업 근로자 평균 임금 변동

(전년대비)

구 분	년도별	한국 천원/월	일본 천¥/월	미국 US\$/Hr	A사 천원/월
임금수준	'90년임금	591.0	352.0	10.83	335.0
	'85.	-54%	-15%	-12%	
	'91.	16.8%	4.5%	3.2%	12.0%
	'92.	18.4%	1.3%	2.6%	13.0%
	'93.	14.6%	-0.3%	2.6%	9.5%
	'94.				10.0%
	'95.				7.0%
	'96.				12.0%
주간근무Hr	'93.	49	39	40	

자료 : 통계청 경제지표 95. 8. 발행

표 4. US달러대비 엔화의 변동

구 분	'93.	'94.	'95.	'96. 4.	비 고
엔(¥)	111	102	94	104	¥/US\$

Ⅲ. 김치산업의 문제점 및 발전방향

1. 원부재료 확보의 불안정과 김치수급

1) 한국과 일본의 배추생산 및 가격비교

표 5. 년도별, 월별 배추가격 현황(일본)

(단위 : 천톤, 원/kg)

년도별	한 국		일 본		
	수확량	도매가격	수확량	도매가¥	원화환산
1988	2,503	145	1,302	63	491
1989	2,796	132	1,334	51	398
1990	3,373	206	1,220	70	546
1991	2,732	173	1,154	98	764
1992	2,406	142	1,205	53	413
1993	3,730	170	1,185	61	479
1994	2,689	231			
1995	2,885	319			

2) 국내의 배추시세

국내 배추시세의 변동을 파종면적, 기후, 작황, 배추수요 등에 따라 움직이지만 그 방향은 예측하기가 대단히 어렵다. 전반적인 경향을 보면 고랭지 배추가 생산되는 7~9월 중의 가격이 가장 높으며 평균 가격의 2배에 가까운 수준으로 오르는데 반하여 수율은 오히려 가장 낮은 시기로서 김치생산에 있어 가장 어려운 시기이다.

3) 고랭지 배추현황

배추가격 상승에 따라 김치소비량이 증가함을 알 수 있고, 계절에 따라 소비량의 차이가 커서 공장생산의 어려움

표 6. 국내의 배추시세

(단위 : 원/kg(도매))

월 별	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	평균	증가%
92년	151	155	140	140	140	135	137	142	140	139	140	140	142	
93년	157	168	171	234	160	147	179	169	170	160	155	165	170	19.7
94년	159	161	163	195	188	195	327	412	458	193	160	160	231	35.9
95년	203	211	225	194	155	125	273	580	967	316	212	352	319	38.1
평 균	168	174	175	191	161	151	232	326	434	202	167	204	216	
평균대비	78	81	81	88	75	70	107	151	201	94	77	94		
예상수율(%)	50	45	40	40	45	45	40	35	35	40	50	50		
수율대비 가 격	336	387	438	478	358	336	580	931	1240	505	334	408		

표 7. 고랭지 배추현황

(단위 : ha, 천톤)

구 분	91년	92년	93년	94년	95년	비 고
지배면적	8,163	8,957	9,841	8,619	8,742	
생산량	311	270	364	268	312	
단보당생산 (ton)	3.8	3.0	3.7	3.1	3.6	
강원도지역 생산량	233	186	277	202		강원도에서 약 75% 생산

이 있으며, 배추가격이 너무 비싸면 오히려 김치 판매가 감소하는 경우도 있다.

6) 원재료의 확보와 가격안정을 위한 발전방향

(1) 안정공급기반 조성

가. 농협, 원협, 영농조합법인과 장기 공급계약 체결과 책임공급

나. 시중시세가격과 공급계약가격 차이에 대하여 제도적으로 흡수 또는 시장 구매하여 공급토록 유도(차액보상

또는 보증보험의 활용)

다. 가공업자에게도 계약구매 할 수 있도록 정책자금 지원

(2) 원료 품질 및 유통의 개선

가. 가공용 품종개발 보급

나. 원재료 보관시설 확충 및 보관방법 개발

다. 냉장 수송수단 지원(동절기, 하절기)

라. 원료의 규격출하로 공장작업의 효율성 도모

마. 절임가공 공급전용 공장 운영

4) 고추시세현황

표 8. 고추시세 현황

(단위 : 백만원/톤)

월 별	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	평균
92년	-	-	-	6.5	-	-	7.5	6.7	6.3	6.2	6.8	6.8	6.7
93년	6.5	6.5	-	-	-	-	-	-	7.0	6.1	5.7	5.7	6.2
94년	5.5	-	5.3	-	-	5.4	-	-	5.0	5.7	5.8	-	6.2
95년	4.8	-	5.1	6.3	-	6.2	6.3	4.9	4.7	5.4	5.4	5.4	5.0
평 균	5.6	6.5	5.2	6.4	6.4	5.8	6.9	5.8	5.8	5.9	5.9	6.0	6.0

5) 배추시세와 상품출하추세 비교

표 9. 상품김치의 월별 소비지수

(단위 : 지수%, 4개년 평균)

월 별	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	평균
국내배추가격	75	80	80	90	75	70	110	150	200	95	75	95	100
제품출하	70	80	100	110	120	100	120	140	130	100	100	90	100
일본김치 생산월지수	75	90	110	100	95	100	95	120	115	105	95	110	100

서는 수출 주력상품인 맛김치병포장 뿐만 아니라 파우치, Tray 등 새로운 포장제품의 수출도 점차 증가하고 있어 김치의 수출시장은 지속적으로 확대될 전망이다.

그러나 91년 이후 수출실적은 일본시장에 70% 이상으로 편중되고 있어 수출의 대일 의존도가 높은 것은 극복해야 할 문제이다.

표 10. 김치 수출현황 (단위 : 톤, 천 \$)

년	도	88년	92년	93년	94년	95년
계	물량	6,124	7,192	9,314	11,090	12,622
	금액	13,231	23,089	34,204	44,191	51,352
일본	물량	3,682	5,116	6,993	8,723	9,470
	금액	10,152	18,923	28,739	37,726	43,301
중동	물량	777	124	82	126	291
	금액	810	229	129	177	547
기타	물량	1,665	1,952	2,239	2,241	2,861
	금액	2,269	3,937	5,336	6,288	7,504

자료 : 대한무역진흥공사 통관 자료

2) 수출단가의 하락

김치 수출물량과 총액은 증가하고 있으나 주수출대상국인 일본 국내의 소비자 물가 하락과 가격파괴의 영향은 수출상품에도 영향을 주고 있어, 수출김치의 단위당 가격도 92년을 고비로 2~6%씩 점차 하락하고 있다.

이러한 수출단가의 하락은 앞에서 언급한 바 있는 최근의 엔화약세와 국내 김치 제조원가 상승 등의 3중고에 의하여 국내 김치제조업체의 어려움은 가중되고 있으며, 특히 수출전업의 업체일수록 그 타격은 심하다하겠다.

3) 김치 수출경쟁력 회복을 위한 방안

수출물량은 증가하고 있으나 이익은 오히려 감소하고 있는 김치 수출업체가 수출시장에서 경쟁력을 회복하는 것은 무엇보다 우선되는 과제라 하겠다.

원료비, 인건비 등 김치생산 요소에 소요되는 자금은

대체로 현금지급이 관행인 반면 수출대금은 그렇지 못하며, 이자율이 높은 국내 자금시장 환경은 다음과 같은 각종 지원과 저리의 정책자금이 절실히 요청되고 있다.

가. 수출용 원자재 100% 농안기금 등 정책자금 지원
나. 수입 농산물가운데 김치생산원료에 해당되는 품목을 업체에 우선 배정

다. 관세 환급제도 개선

라. 배추·고추생산 설비자금의 저리융자

마. 일정한 범위를 유지하는 수출장려금 보조 고려

또한, 국내 수출업체간 과당경쟁에 의한 수출가격 하락을 방지하고 수출상품의 질을 높이기 위한 업체간의 긴밀한 협력이 필요하며, 그럼으로써 상호이익과 국가이익을 확보하도록 노력하여야 할 것이다.

3. 생산기술공정의 불안정

1) 원재료 품질

공장단위에서 제품생산공정은 원료 처리 기술에서 비롯되며, 원료 처리 기술에 있어 가장 선결되는 조건은 원료의 정형화이며 일정한 물성을 나타내는 것이라 할 수 있겠다. 김치제조 원료는 야채가 주종으로서 기계적으로 다루기가 기본적으로 어려운 물성을 지니고 있다. 더구나, 우리나라에서 생산되는 야채의 품질이 계절적으로 생육환경적으로 상당한 차이가 있어 이에 대응하여 생산되는 제품의 품질을 일정하게 유지하기 위한 생산기술의 개발과 원재료 규격화 생산 및 유통관리가 시급한 입장에 있다.

2) 생산공정

김치제조공정은 혼합과 포장공장의 일부를 제외하면 거의 수작업으로 이루어지고 있다. 주된 이유로서는 원료가 ① 비정형적인 야채이며, ② 세척, 가공과정에서 야채의 불가식부위와 이물질이 존재하며, ③ 배추의 속에 양념을 고르게 처리하는데, 현재까지 가장 효과적인 것은 사람의 손이며, 또한 이러한 이유로 해서 손끝에서 맛이 우러나오

표 11. 한국산 김치의 일본수입 및 판매현황

(단위 : 톤, CNE천엔)

년	도	수	량	금	액	수입단가	일본국생산	수입비율
'86		1,012		351,907		319	56,395	2.0%
'87		3,435		1,163,016		339	64,915	5.3%
'88		3,840		1,461,090		380	59,346	6.5%
'89		3,721		1,603,453		431	67,057	5.5%
'90		3,500		1,643,279		469	83,474	4.2%
'91		4,394		2,073,359		472	85,024	5.2%
'92		5,357		2,568,501		479	73,721	7.3%
'93		6,959		3,266,601		469	75,195	9.3%
'94		8,733		3,820,894		438	93,229	9.4%
'95		9,635		3,970,938		412	93,304	10.3%

자료 : (일)대장성무역통계 : 한국김치수입실적

는 것으로 인식되고 있다.

그러나, 기업규모의 제품생산에 있어 생산성은 가장 중요한 관리요소로서 작업 효율화나 기계화 개선을 계속해야하며, 손끝에서 나오는 맛의 보존과 함께 최상의 생산성을 구현하는 것은 김치산업에서의 끝없는 과제라 하겠다.

4. 유통관리와 Shelf-life의 연장

1) 일반유통 관리

유통과정을 경과하는 동안 김치의 맛과 성상은 계속 변하게 된다. 최상의 맛을 유지하는 상태에서 소비자에게 제공하기 위하여 공장 출하시의 숙성 정도를 역으로 산출하여 짙은 맛, 덜익은 맛 등으로 구분하여 출하하는 방법을 포장김치 출시 초기인 87년 부터 시도하였으나 우리나라 유통현실의 벽에 부딪혀 효과를 못 본 경험이 있다. 그러나 김치의 고유한 품미는 위생적인 제조과정과 정갈한 양념, 그리고 “숙성”에서 비롯되는 만큼 유통과정은 또하나의 숙성과정으로서 의미가 깊다.

조사에 의하면, 국내 김치 소비자의 57.5%가 약간 익은

표 15. 김치가 최적의 맛을 내기위한 숙성조건

(단위 : 숙성정도(유기산%))

온도조건	최적 기간	최적 산도	비 고
+4도	10~20일	0.5~0.7%	가정냉장고, 숙성온도, 깊은 품미
+8도	4~6일	0.5~0.7%	판매진열대, 품미양호
10도 이상	4일이내	0.7%	강한산미, 품미감소

* 자료 : 천연양념만으로 제조된 500g 포장(무보존료, 무화학조미료)의 경우임

김치를 선호하고, 35.4%가 갓담근 김치를, 6.6%의 소비자만이 완전히 익은 김치를 선호하고 있다 하였다.

위의 조사를 참고로하여 약간 익은 맛을 기준으로 하였을 때의 숙성(보관)온도별 최적 기간을 조사하여 보았다.

표 16. 우리나라 유통온도(소매점) 현황

온도조건	최적 기간	쇼케이스	비 고
+5~+8도	5~10일	Open, 냉장	백화점, 대형슈퍼, 할인점
+8~+15도	5일 이내	Open, 냉장	중·소형슈퍼

표 12. 계절적 배추의 품질 차이

시 기 별	주 산 지	주 품 종	당 도(Brix)	포 기 중 량	계 품 수 율
봄 (4~6월)	남부, 전국	하우스배추	4.5~5.0	2.0~3.5	45~50%
여름(7~9월)	강원고냉지	고냉지배추	3.3~4.0	1.5~2.5	35~40%
가을(10~12월)	전 국		5.0~5.6	2.5~4.0	50~55%
겨울(1~3월)	전남, 제주		↑	↑	↑

표 13. 주요 원료의 품질상의 문제점과 개선방향

구 분	문 제 점	대 책
배 추	계절적 당도, 조직감, 포기중량차이	제조 Recipe의 순용 절임방법의 변화 저장기술(CA, 절임 등) 고추품종 개선 매운맛 수준관리 천연색소의 적용 젓갈산업 위생관리 대체원료사용 표준화 야채별 QC표준 설정
고 추	수확시기와 작황별 색도, 매운맛 차이	
젓 갈 류 기 타 야 채	숙성도·순도(아미노태질소), 험잡물 계절적 수급상황변동이 심하며 품질차이도 심하게 발생.	

표 14. 김치 제조공정 개선방향

정선·절임	1) 산지 정선후 규격화 원료 입고하여 공정의 안정을 도모 2) 산지절임후 공장입고함으로서 성력화·전문화 유도 3) 자동 절임장치 개발 보급 4) 염수 재사용방법 기술개발
세 척	5) 이물분리 및 살균 세척기 개발
양 념 가 공	6) 양념 저장기술 개발과 김치양념 전문화 생산 공급
포 장 · 출 하	7) 자동계량충진 포장기 개발
제 품 관 리	8) 생산시점에서의 제품산도 안정 9) 김치저장용 저온창고의 개발

위 표에 의하면, 유통온도가 과거 보다 상당히 개선되고는 있으나, 유통 중의 김치를 최적의 익은 맛을 내는 식점에서 소비자가 구입할 수 있도록 관리하기에는 유통형태, 계절별, 운영방식마다 온도가 다른 점 때문에 쉽지 않음을 말해주고 있다.

수출김치의 경우 일본 등 유통선진국은 매장온도 뿐만 아니라 매장제고·발주관리 시스템이 확립되어 있으나, 우리나라의 상황에서는 표 17과 같이 유통품질관리의 개선이 시급하다 하겠다.

표 17. 포장김치 유통관리 개선방안

- 1) 제품 보관장고 확보 및 보관방법 개발
- 2) 운반 판매용 보냉계의 개발과 효과적 활용방안 개발
- 3) 유통조건 개선
 - 공장-대리점-소매점
 - 공장-직배(택배)
- 4) 김치전용 냉장고의 공동보급

2) Shelf-life의 연장

김치의 유통기한은 보관온도에 따라 차이가 상당히 크다. 저온에서 숙성한 김치가 깊은 맛이 있고 또한 가식기간이 오래 유지된다는 사실로 보아 유통기한 연장에 있어 가장 중요한 것이 온도관리라 할 수 있겠다. 그리고, 유통현실에 대응하고 제품의 맛을 일정하게 유지하도록 하는 기술개발은 김치영업활동에 있어 숙원의 과제로서 인식하고 있으며, 이에 대한 학계 및 업계에서의 연구가 계속되고 있으나, 아직까지는 제품의 맛과, 보존성을 함께 살려주는 실용적이면서 무해한 기술이 개발되지 않고 있는 실정이다.

김치의 Shelf-life 연장 기술개발은 다음과 같은 영역에서 실용화하는 노력이 있어야 할 것으로 본다.

- 가. 천연첨가물을 이용한 보존성 연장
- 나. 연부방지를 위한 기술개발 보급
- 다. 발효억제 미생물 활용기술 개발
- 라. 유통개선에 의한 보존성 연장

5. 김치관련 신제품 개발 및 소비 다양화 유도

1) 품목과 포장단위의 다양화

우리 조상이 개발한 김치의 종류가 수백가지에 달하고 있으나 현재까지 상품화된 김치는 십수종에 지나지 않다. 또한 이 가운데 판매되는 제품을 보면 배추 김치가 주류를 이루고 있어 거의 대부분의 업체에서는 포기김치, 맛김치, 깍두기 등 3~5종류가 고작인 경우가 많다.

김치산업의 매력은 수많은 김치 메뉴를 상품화함으로써 소비자로부터 관심을 이끌어 식탁을 풍성하고 다양하게 하는데 있을 것이다.

표 18. 김치의 종류와 상품화 추세

주재료별	종류	국내 생산제품
배추김치류	34종	포기김치, 맛김치, 보쌈김치, 백김치
무김치류	33종	깍두기, 총각김치
오이김치류	8종	오이소박이
나물김치류	31종	얼무김치, 갓김치, 부추김치 기타
물김치류	25종	나박김치
기 타		

김치의 포장개발분야는 아직 미개척분야라 하여도 과언이 아니다. 선도업체에서 알루미늄 파우치 진공포장과 가스흡수제 등을 개발하여 시장에 적용하고 있으나 김치의 소비가 점차 소량화, 간편화하는 등 다양하게 변화하는 추세에 따라서 김치의 성장과 품질특성을 감안하여 다양하게 개발하여 실용화하는 것은 김치의 소비층 확대 등 시장 확대에도 중요한 역할을 할 것이다.

2) 김치 연관제품 개발

다양한 야채와 어패류를 원료로하는 김치와 연관된 제품을 현대인의 식생활 패턴과 연관하여 찾아보면 의외로 적지 않을 것이다. 이미 업계에서 개발한 바 있는 김치젓, 김치찌개 및 찌개용 소스, 동결건조김치·건조양념 등은 새로운 포장을 적용하고 맛과 품질을 개선하여 소비자에 홍보활동을 강화함으로써 또 하나의 시장 카테고리를 형성할 수 있을 것으로 본다.

3) 소비계층 다양화

현대는 소비계층을 경제적인 기준 외에도 다양하게 층별화하는 시장 전략시대로서, 특히 김치의 경우에는 연령별, 건강 상태별, 성별, 지역별로 그 선호도가 다양하게 분포되어 있으므로 이러한 소비계층을 구분지을 수 있는 특성을 가지는 맛의 개발분야에도 노력하여야 하겠다.

6. 김치산업 발전을 위한 방향

이상으로, 김치산업의 현황에 대한 문제점과 개선방향을 검토하여 보았으며, 김치산업의 전반적인 문제점은 관련 정책과 학계 및 업계에서의 노력 여하에 따라 정착, 발전할 수 있을 것으로 생각된다. 이에 따라 김치산업의 발전을 위하여 전반적인 분야에서 해결해야 할 과제를 다음과 같이 정리할 수 있겠다.

1) 국가적 홍보활동 전개

- 한국김치의 영양학적, 기능성 식품으로서의 우월성을 Internet 등을 통한 홍보
- 해외 전문 학회지 투고 등을 통한 홍보
- 국내 관광업계 및 해외 식품관련 잡지 등에 김치에

대한 홍보

2) 김치관련 연구기능 강화

- 중장기적 계획에 의한 국책연구기관의 김치 연구와 성과의 업체적용 배려 [원료처리, 생산공정기술 및 기계화, 포장개발, 제품개발등의 분야]
- 대학에 연구개발기금 조성 지원
- 야채육종 연구기관에 김치원료 품종 및 재배기술 개발 지원

3) 국제 식품규격의 조기 제정

4) 김치산업 중사업체에 대한 각종 지원 검토

- 정책자금 융자 및 원재료 구매 지원자금 배정
- 해외인력의 활용과 해외연수를 통한 정보입수 기회 부여
- 5) 동종업계간 과도한 경쟁방지로 수출가격의 안정화 유도를 위한 관련업계의 긴밀한 협조와 공동 협의체제 설치운영