

**특집 I : 한국 전통식품의 세계화 전략**

**김치류의 세계화전략**

황 중 현

충주대학교 식품생명공학부

**The Technical and Administrative Strategy for the Globalization of Kimchi**

Hyun Jong Hwang

*Division of Food and Biotechnology, Chungju National University, Chungbuk 368-701, Korea*

**서 론**

작년에 불어 닥친 김치파동으로 인하여 김치제조업 및 유통업에 종사하는 관계자들은 커다란 혼란을 치룬 바 있다. 이러한 일련의 사태를 겪으면서 우리는 언론에 비쳐지는 각계의 입장 차이를 들여다 볼 수가 있었고, 심지어 심야토론에서는 각각의 입장을 대변한다고 하는 대표자들이 난상토론을 벌이는 광경을 목격한 바 있다. 그런데 어느덧 해가 바뀌고 시간이 흐른 이 시점에 와서는 그때의 심각했던 상황이 수면 아래로 가라앉고 있는 느낌이 든다. 그 당시의 사건들로 인하여 우리에게 얻어진 것은 무엇이고 우리에게 어떠한 과제가 남겨져 있는 것인지 우리 스스로가 세계 최고의 식품이라고 자부하는 '김치'에 대해 어떻게 해야하는 것인지 아무런 해답을 얻을 수가 없다. 다만 당시의 파동으로 인해 김치산업에 관련한 기업체에는 피부로 와 닿을 만큼 심각한 피해를 입고, 김치제조업체와 김치유통업체에 대한 불신은 더욱 커진 것이 사실이다.

이러한 과정을 겪으면서 각 업체의 관계자들과 대화를 해보고 김치관련업체의 현장을 다녀보면서 본인은 착잡한 심정을 느끼지 않을 수 없었다. '김치'가 과연 정치적인 흥정거리가 될 정도로 중대한 사안이었는지, 오히려 '침소봉대'하여 현실을 왜곡하고 있는 부분은 없었는지, '사후약방문'처럼 규제와 제재를 가하면서 현실성도 없는 정책을 강요하고 있는 것은 아닌지, 김치시장의 현실과 김치산업체가 겪고 있는 어려운 현실을 정부관계자나 학계와 연구계 그리고 국민들은 얼마나 이해하고 있는지 되묻고 싶다. 겉으로 드러나는 부분은 모두 다 국민을 위한 것이고 국민의 건강을 위해 최선을 다하고 있는 것처럼 보여지지만, 업계의 현실을 바라보고 정책의 모순점을 발견하면서

세계 최고의 식품이라고 자부하고 있는 우리의 '김치'에 대하여 책임있는 자세로 적절한 예의를 갖추고 있는 것인지 반성해 볼 일이다.

김치의 세계화를 위한 전략에 대하여 언급한다는 것은 정말 어렵고 힘든 일임에 틀림이 없다. 김치의 세계화란 관점을 어느 측면에서 바라보느냐에 따라 전략은 전혀 다르게 바뀔 수 있기 때문이다. 정부의 관점, 기업의 관점에서, 그리고 학계의 관점이 서로 다를 것이고, 김치시장에 대한 초점을 내수시장의 관점에서 보는가, 수출시장의 관점에서 보는가에 따라 또한 다를 것이다. 이와 같이 김치의 세계화전략에 대하여는 관점의 차이에서 발생하는 각계의 이론(異論)이 예상되지만, 본 발표를 통하여 국내외 김치시장의 현황을 살펴보고, 현재 발생되고 있는 문제점에 대한 고찰과 함께 향후 예상되는 시장의 변화에 따라 해결해야 할 각계에서의 전략에 대하여, 그동안 많은 관련업체와 교류하면서 경험하고 연구개발을 통해 느껴왔던 내용을 바탕으로 피력해 보고자 하였다. 국가적인 주요 과제이면서도 늘 공전하고 있다는 느낌을 받고 있는 것은 본인만이 아닐 것으로 생각된다. 향후 김치산업의 발전과 세계화를 위해 많은 일들이 가시적인 성과를 거두길 바라며, 바로 지금이 우리 김치의 세계화를 위해 현실적인 대안이 필요한 시점이 아닐까 싶다.

**국내김치산업의 현황**

**김치 소비의 변화**

부식류의 양적증가와 국민 식생활의 서구화 진행 및 젊은 층의 식성변화에 따라 1일 1인당 김치 소비량은 감소하는 경향을 보이고 있으며('92) 95.79 g → ('98) 95.94 g → ('99) 93.88 g → (2001) 91.11 g(표 1)), 맛별이 가정의

증가와 식생활의 간편화 추세, 레저 및 의식산업의 증가에 따라 가사노동 시간의 감소 경향 등 다양한 생활 패턴의 변화에 따라 가정에서 담그는 김치 수량은 점차 줄어들고 공장에서 생산되는 김치 수요가 점차 증가하고 있다(표 2). 향후 1인당 김치 소비량은 점차 줄어들 것으로 생각되지만 인구 증감의 요인과 전통식품에 대한 인식의 변화와 건강 기능을 강조하는 김치산업의 발전 여부에 따라 소비량의 변화가 예상된다.

**업체 현황**

**제조업체 수:** 김치 제조업체는 일부 대기업 및 수출관련 대형 중소기업을 제외하고는 대부분 개인경영에 의존하는 영세·소규모 업체가 대부분으로 단무지, 절임식품 등 복합가공업체가 절반 정도를 차지하고 있는 실정이다. ('92) 207개소 → ('99) 546개소 → ('00) 600개소 → ('01) 630개소 → ('05추정) 700개소

**공장김치 생산규모:** 공장김치생산량은 국민 전체수요를 150만톤 가량으로 추정할 경우, 1997년을 기준으로 그 이후부터 공장생산량은 크게 증가하기 시작하여 2001년에는 전체소비량의 1/3에 해당되는 50만톤(즉석김치 10만톤 포함)규모의 김치가 공장에서 생산되고 있다. 공장에서 생산되는 김치는 종래의 백화점, 수퍼, 재래시장뿐만 아니라 대형할인점, 홈쇼핑, 택배 등 다양한 유통경로를 형성하고 있으며, 포장의 형태도 Al-pouch, plastic tray, plastic bottle, plastic box, vinyl pouch 등 다양하게 변화하고 있다. 공장김치의 주요 수요처는 내수시장에서 일반

**표 1. 김치수요량 변화**

연도별	1일 1인당 소비량(g)	1인당 연간소비량(kg)	인구수(천명)	연간김치 총소비량(천톤)
1992	95.79	34.96	43,640	1,526
1994	85.88	31.35	44,318	1,389
1997	91.07	33.24	45,258	1,504
1998	90.00	32.85	45,556	1,510
2001	91.11	33.26	46,384	1,543

자료출처: 식품연감

**표 2. 연도별 공장김치 소비비율** (단위: 천톤)

연도	김치 총 수요량(A)	공장김치 소비량(B)	점유율(B/A)
1992	1,526	115	7.5
1994	1,389	172	12.4
1997	1,504	417	27.7
1998	1,595	455	28.5
2000	1,556	487	31.3
2001	1,543	508	32.9

자료출처: 식품연감

**표 3. 연도별 공장김치 소비형태** (단위: 천톤)

구분	계	일반시판	단체급식	군납	수출
1997	417	269	90	47	12
1998	455	297	94	48	16
1999	473	303	96	50	25
2000	487	312	96	52	27
2001	507	328	96	54	30
2001년(점유비%)	507,792(100)	328,033(65)	96,380(19)	53,660(10)	29,719(6)

자료출처: 식품연감

가정용, 단체급식, 외식시장 및 군납용 등이며, 해외 시장으로는 일본수출용이 대부분을 차지하고 있다(표 3).

**수출입시장 동향**

**수출 실적**

김치수출은 일본시장에 편중되어 있으며 일본 내 김치 소비가 일반화하면서 1999년~2000년에 급신장한 이후 안정화추세에 있다. 일본을 제외하고는 미국 및 대만, 홍콩 등 아시아지역으로 점차 수출 경로가 확대되고 있다(표 4).

**수입실적**

중국으로부터 절임배추의 수입과 함께 일부분 완제품

**표 4. 국가별 수출 실적**

국가별	구분	1996	1998	2000	2002	2004
일본	수량(ton)	9,759	15,229	22,260	27,097	32,428
	금액(천불)	36,662	42,235	76,463	74,125	96,911
대만	수량(ton)				365	446
	금액(천불)				969	968
미국	수량(ton)	89	164	235	768	515
	금액(천불)	297	439	580	1,909	1,196
영국	수량(ton)				73	71
	금액(천불)				186	187
터키	수량(ton)					95
	금액(천불)					186
중국	수량(ton)			231		
	금액(천불)					
북마리아	수량(ton)	194	114	186		
	금액(천불)					
홍콩	수량(ton)	77	70	139		
	금액(천불)					
합계	수량(ton)	10,699	15,938	23,433	29,212	34,827
	금액(천불)	39,138	43,743	78,847	79,318	102,726

자료출처: 농수산물 유통공사

표 5. 국가별 수입실적

국가별	구분	1996	1998	2000	2002	2004
중국	수량(ton)	13.5	10	467	1,042	72,605
	금액(천불)	14.6	4.9	177	468	29,472
일본	수량(ton)	5.7		6		
	금액(천불)	26.7		25		
타일랜드	수량(ton)				0.1	0.2
	금액(천불)				0.5	0.4
기타국	수량(ton)				9	
	금액(천불)				6	
합계	수량(ton)	19	10	473	1,051	72,605
	금액(천불)	41.2	4.9	202	474	29,472

자료출처: 농수산물 유통공사

으로 수입되어 왔던 김치는 시장의 요구에 따라 2003년 이후부터는 완제품의 김치가 급격하게 증가하여 수출량과 역전되는 상황을 맞이하게 되었다(표 5). 이와 같이 중국산 김치가 급증하게 된 것은 주로 단체급식 및 식당 등에서 이용되는 저가김치가 국내 생산으로는 타산성이 맞지 않고, 국내 생산자 또는 전문 수입업자가 중국 현지에서 직접 생산시설을 확보하여 김치를 생산하고 국내에 손쉽게 반입하여 유통할 수 있는 이점이 있기 때문이다. 중국산 수입김치가 급증하기 이전에는 대부분 김치의 생산 원가를 낮추기 위하여 중국산 '다대기'(고춧가루와 기타 양념의 혼합된 페이스트 형태)를 이용하여 국내 생산하였으나, 배추원료의 수급 불안정과 인건비 상승 등 제반 경영여건의 악화로 국내 생산업자 또는 김치를 전문으로 수입 유통하는 업자가 공장 임대료와 원재료, 인건비 등이 저렴한 중국에서 김치를 손쉽게 생산하게 되어 '김치파동' 이후 잠잠했던 중국산 김치의 수요는 앞으로도 더욱 증가할 전망이다.

**일본의 김치, 절임류 시장동향**

일본의 김치시장은 절임식품류 전체 시장이 정체하고 있는데 비하여 점차 증가하여 표 6에서와 같이 1996년에 절임류 시장의 10%가 채 안되는 상황에서 불과 5년만인 2001년에는 절임류 전체 시장의 30%를 차지하게 되었다. 이와 같이 김치시장의 증가는 김치가 일본의 전통식품인 '나또(Natto)'에 이어 두번째로 중요한 건강식품으로 인식되어 있을 뿐만 아니라 절임식품업체가 앞 다투어 경쟁적으로 김치를 개발 생산함으로써 국민들의 기호성을 자극하여 새로운 소비를 창출해가고 있기 때문으로 생각된다. 그러나 표 7에서 살펴 보면 일본 내 김치소비의 증가는 일본산 김치와 한국으로부터 수입한 한국산 김치와 비교

표 6. 일본의 절임류 및 일본산 김치 생산 비교

(단위: 천톤)

구분	1996	1997	1998	1999	2000	2001
절임류 전체	1,119	1,088	1,113	1,135	1,176	1,184
일본산 김치 (%)	100 (9.0)	121 (11.1)	180 (16.2)	249 (22.0)	320 (27.2)	353 (29.8)

자료출처: (사)식품수급연구센터

표 7. 일본 김치시장의 규모 비교(일본산 VS 한국산)

(단위: 톤)

구분	1995	1997	1998	1999	2000	2001	점유율 (%)
일본산	93,305	120,560	180,147	249,292	320,048	352,580	94.1
한국산	9,471	11,226	15,229	23,816	22,260	22,197	5.9
계	102,776	131,786	195,376	273,108	342,308	374,777	100

자료출처: (사)식품수급연구센터

하여 볼 때, 1995년에 한국산 김치의 비율이 김치 전체 소비량의 10%수준에 달하였지만, 불과 5년만인 2001년에는 일본산 김치가 크게 증가하여 4배 가량 증가한데 비하여 한국산 김치는 겨우 2배 남짓 증가하여 오히려 점유비는 5.9%로 떨어지는 결과를 보여주고 있다. 이와 같은 결과는 일본산 김치가 안정적으로 증가하는데 비하여 저가의 중국산 김치가 점차 증가하여 한국산 김치의 위협요인이 되고 있는 것으로 생각된다.

**김치세계화의 장애요인**

**생산업체의 문제점**

**중소업체의 시장진입 한계:** 대기업이 체계화된 생산 설비를 이용하여 위생적인 생산관리를 함으로써 대형 할인점 및 일반 유통시장에서 포장김치를 선점하고 있는 반면에, 상대적으로 인적구성과 설비가 부족한 중소기업체는 공급단가가 낮은 단체급식업체와 유통업체와의 거대로 수익성의 어려움을 겪고 있어 국내 김치업체의 균형발전에 애로사항이 발생하였다.

**중소업체의 경쟁력 약화요인:** 국내 중소기업체의 경우 전문 인력의 부족으로 품질관리 및 위생관리상의 애로를 겪고 있으며, 중소기업체에 대한 소비자들의 불신으로 품질 및 가격에 대한 경쟁력을 확보하고 있는 업체의 경우에도 경쟁에서 밀리는 현실적 어려움과 더불어, 단체급식업체 및 일반식당 등 별크시장에서 요구되고 있는 김치의 공급 단가는 현실적으로 수익성이 낮아 중국산 김치에 경쟁력을 잃고 있는 어려움이 상존하고 있다.

**원료 수급의 문제점**

(1) 김치제조업의 특성상 농산물 원료가격에 따라 수익

성에 직접적인 영향을 미치지 않지만 농산물 유통체계상 김치 생산자가 안정된 가격으로 원료공급을 받을 수 없어 원료 공급의 불안정에 따른 지속적인 계획생산, 판매에 어려움이 있다. 100여개 김치생산업체를 대상으로 조사한 배추의 구매경로를 보면 계약 재배가 29.5%, 조합 이용이 17.9%, 도매시장 및 기타 경로를 이용하는 경우가 52.6%로 절반 이상이 시장의 가격형성에 따라 대응하고 있다고 한다. 실제로 계약재배를 통하여 재배자와 구매자간에 상호간 신뢰를 가지고 공급을 하게 되면 수익성이 좋아질 것으로 예상되는데 현실적으로 유통상인들과 서로 이해관계가 얽혀 있어 쉽지 않은 상황이다.

(2) 소비자의 국내산 원료에 대한 욕구는 크고, 수입농산물에 대한 불신이 팽배하여 있지만, 상품 유형 및 가격에 따라서 국내산 농산물로 수지타산을 맞추기 어려운 현실이다. 실제로 상당량의 김치 양념재료인 고춧가루, 젓갈, 마늘, 생강 등은 수입산이 사용되고 있으며 농산물에 대하여 점차 경쟁력을 잃어가고 있어 향후에도 증가추세는 지속될 전망이다.

#### 수입김치의 문제점

(1) 김치파동을 겪으면서 수입김치에 대한 국내의 법적 규제사항이 취약함을 드러내고 있어 안전한 품질의 김치가 수입될 수 있도록 법적, 행정적 보완이 필요하다.

(2) 규제 일변도의 정책은 정부 인적자원과 관리상의 한계를 야기하므로 수입업자에 대한 제도적 안전장치 기능을 대신할 수 있는 전문 실무교육 의무이수 및 위반사항에 대한 법적 제재조치의 강화가 필요하다.

(3) 수입업자에 대한 자격요건이 특별하게 부여되고 있지 않아 수입김치의 안전성에 대하여 보완할 수 있는 대안이 없으므로 전문인력 고용에 의한 자격 강화 등 일반식품제조업체의 품질, 위생관리 기준에 준한 관리능력이 필요하다.

### 김치세계화를 위한 전략

#### 제조업체의 경쟁력 강화

**위생관리 시스템 정비** : 국가적으로 가장 중요한 식품이면서도 대부분이 중소기업인 업종의 특성을 감안할 때, 일반식품업체에 준하여 시행되고 있는 HACCP기준의 위생관리 기준은 현실적으로 불가하고 대기업과 필요에 의하여 투자여력이 있는 일부 중소기업에 국한될 수밖에 없다. 그러나 국민의 식생활과 가장 가깝고 직결되어있는 대부분의 중소김치업체는 투자여력이 없으며 현실적으로 HACCP 운영시스템을 운용할 수 있는 인적자원을 구성하기 어렵다. 따라서 식품제조업체의 위생관리 기준에 준하여 현실적으로 반드시 지키고 운용해야 할 관리 기준을

단계별로 설정하여 적극적인 참여와 의식 고취에 의하여 일정 수준의 위생관리 능력을 필수적으로 확보할 수 있도록 위생관리체계를 현실화하지 않으면 향후 우리나라의 김치산업 발전은 물론 세계화를 위한 기반은 결코 다져질 수 없다. 한편 중소기업의 경우, 김치제조업은 비교적 커다란 법적 제약 없이 손쉽게 할 수 있다는 의식수준 때문에 위생관리를 소홀히 하는 경향이 있을 수 있으므로 전문인력에 의해 위생관리시스템이 운영될 수 있도록 가이드라인 및 교육기회를 제공하고 관리 불가 업체는 영업, 판매활동에 제한을 받는 관리제도 도입 필요하다.

#### 품질관리 시스템 정비

○ 김치의 생산, 유통, 개발 및 품질관리에 관한 전반적인 기반기술을 습득하여 내수뿐만 아니라 수출 경쟁력을 갖출 수 있도록 전문연구기관 또는 기술 자문 그룹을 구성 활용할 수 있도록 장려책을 강구할 필요가 있다. 실제로 업체를 방문하여 현상을 진단하여 보면 연구개발이 가능하고 전문 인력을 확보하고 있는 일부업체를 제외하고는 김치 생산에 관한 과학적 품질관리나 기술적인 활용도는 지극히 열악한 것을 알 수 있다. 즉 일정한 품질을 유지하고 품질의 문제점을 개선해나가는 과정에서 분석적 능력이나 전문지식의 부족으로 해결 능력이 뒤떨어지는 사례가 많다.

○ '김치파동'의 후속대책으로 나온 정부의 기생충란 검사와 같은 검사강화방법은 비현실적일 뿐만 아니라 김치업체의 현실을 외면한 대표적인 사례로 지적하고 싶다. 우리나라의 김치를 산업으로써 뿌리 내리게 하고 세계화를 위해 임시방편적인 규제보다는 현실적으로 이를 수 있는 시스템을 도입하여 정착시키는 일이 무엇보다 중요하다.

#### 김치산업과 관련한 기관의 상호관계 증진

○ 김치절임협동조합, 김치협회 등이 기관의 설립목적에 따라 김치산업의 세계화에 기여할 수 있는 정책설정과 운영의 합리화가 필요하며, 이에 대한 국가적지원을 배려하여 실제로 김치산업의 세계화를 지향할 수 있는 정책의 유도가 필요하다.

○ 전통식품인증제의 현실화: 국산원료의 중요성을 고려한 정책적 배려보다는 전통식품을 생산하기 위해 필요한 위생, 품질관리의 수준을 향상시키고 업체마다 고유 특성화된 전통김치를 생산할 수 있도록 장려하여, 전통식품인증은 품질보증을 할 수 있는 수준으로의 규격, 관리 강화가 필요하다.

#### 세계화를 위한 역할 분담 강화

##### 정부의 지원정책

○ 전문 정보 사이트 운영: 농수산물 유통공사에서 운영하

고 있는 해외 시장에 관한 정보도 중요하지만, 수출을 확대하고 현지에서의 김치사업 강화를 위해서는 장기적으로 시장전망이 좋은 중국, 아시아, 유럽, 미국 등 현지의 판매 동향, 상품 트렌드, 업체 동향 등 시장 상황에 대한 각종 유용 정보를 수집 제공할 수 있는 정보사이트의 운영이 필요하다. 정보 수집을 위해 현지 공관원, 교포, 기업인 등 다양한 루트의 모니터를 활용할 수 있도록 정보채널을 구성하고, 수집된 정보는 김치의 세계화를 위해 전략적 사업의 수행과 기술, 상품의 개발에 참여하게 되는 관련 업체, 연구기관, 학계 등이 회원으로 적극 참여할 수 있도록 구성된 컨소시엄에서 장기적으로 운용할 수 있는 체계의 확보가 필요하다.

- 법적 규제의 완화 및 장려정책 도입: 전통적인 김치 상품 외에 장기적 유통이 가능한 상품김치 또는 가공식품에 대하여 광범위한 개발이 가능하도록 장려정책이 필요하다. 개발 용도에 따라 식품위생법 및 국제식품규격에의 안전성 여부에 대하여 검토하고, 정책적 연구를 통하여 개발 범위가 가능한 분야에 대하여 가이드라인 제공 등 적극적 지원이 필요하다.
- 한국의 식문화와 김치의 홍보: 일본 등 유망 시장 또는 각종 국제식품 전시회 등에서 김치와 관련한 한국의 식문화와 김치의 식품학적, 상품적 우수성을 홍보할 수 있는 홍보물 제작과 대형 스크린등을 통한 영상 홍보의 장기적 지원이 필요하다. 일본과 같은 거대 시장에서는 한국 김치와 일본 '기무치'의 차이점과 발효과학의 우수성을 홍보할 수 있는 한국 김치의 차별화 컨셉의 홍보가 필요하다.

**산업계의 역할**

- 글로벌 김치 개발경쟁력 강화: 국가별 식문화 특성에 적합한 다양한 종류의 상품개발과 포장, 디자인의 추세 적용에 의한 경쟁력의 강화가 필요하다. 상품 및 포장의 다양성 측면에서 보면 외국 현지의 경쟁사에 비하여 뒤처질 뿐만 아니라 수년간 변하지 않는 모델의 포장형태는 외국인의 시각으로는 시대의 흐름에 부응하지 못한다는 인식이 가능할 것으로 판단된다.
- 관련업계 상품 다양화: 김치를 응용할 수 있는 범위를 전통김치에 국한하지 않고 다양한 형태로 가공 가능한 아이템 개발이 필요하다. 일본의 경우 안주류, 인스턴트 찌개류, 스낵류, 요리용 김치 등 식생활에 밀접한 다양한 상품 개발이 이루어지고 있어 우리나라에서 손쉽게 해먹을 수 있는 요리도 상품으로 개발이 가능하다는 적극적인 자세가 필요하다. 아울러 소비계층의 변화(젊은 소비자층과 기호성의 다양화 등)와 일반소비자로부터 집객업소로 확대 증가하는 유통경로를 감안한 제품의 개발 전략도 필요할 것으로 판단된다.

**학계, 연구계의 역할**

- 국책연구과제의 활용도 제고: 과거에 수행된 국책 연구과제의 기술 및 개발 상품에 대하여 가치와 효용성을 적극 홍보하고, 기술의 적용과 상품화를 통하여 가시적인 성과를 경제적 가치로 부각시키고, 성공기술에 대한 사후 지원을 강화할 수 있는 정책적 지원이 필요하다.
- 기반기술의 체계화 및 교육지원: 김치의 세계화를 위해 국내적으로는 관련업체에서 요구되는 제조공정, 위생 및 품질관리 등에 관한 기반기술 체계의 정립과 함께 기술교육 및 자문 지도를 통하여 산업체의 경쟁력을 높일 수 있는 국책사업의 수행이 필요하며 국제적으로는 해외현지사업에서 요구되는 전통김치의 제조 및 품질관리기술에 대한 지원을 위하여 해외자문단의 구성이 필요하다.
- 상품화 기반기술 개발: 김치의 장기적 유통 문제점을 해결하기 위한 기반기술을 개발하고 상품화에 수반되는 품질개선 및 안전성 평가 등 산업체의 상품화를 위한 제반 지원기술의 개발이 필요하다.
- 김치의 우수성에 관한 지속적 연구: 세계적인 질병에 대한 저항성 등 김치의 다양한 건강 기능적 우수성에 대하여 지속적 연구와 입증을 통해 새로운 건강 기능식품의 개발을 선도하고, 세계적인 마케팅활동에 유효한 홍보자료의 제공 기회를 확대하여야 한다.

**국산김치의 보호, 관리 정책 강화**

**중국산 김치에 대한 대책:** 김치의 관세 인상 및 수입검역 강화와 같은 행정적 규제에 의한 보호정책도 가능하지만, 수요증가에 의한 수입김치의 대세를 무리하게 억제하는 것보다 적극적인 방법으로 일본과 같이 수입유통업자의 자격강화 및 교육, 전문인력의 고용으로 스스로의 자질과 품질경쟁력을 확보하지 못하면 국내유통이 불가능하도록 정책적 대안이 필요하다. 장기적으로는 중국 현지의 생산업체에 대한 사전 심사제도(수입업체의 전문 생산관리인)를 통하여 자격요건, 생산관리자의 교육이수, 생산관리 의무기록 등 다양한 강화 정책을 통하여 오히려 국민이 안전하게 먹을 수 있는 최소한의 안전장치 강구가 필요하다.

**원산지고지의무제 도입:** 수입산 김치에 대하여는 이용하는 집객업소 및 급식사업장 등에서도 원산지 증명을 통해 고객에게 고지할 수 있는 의무제를 시행하도록 정책강화가 필요하다. 작년의 '김치파동'같은 사태는 한국의 김치산업발전과 세계화에 도움이 되는 것이 아니라 오히려 우리나라의 김치에 대한 오해를 불러일으키고 산업의 침체를 조장하는 결과를 초래하였다.

**농산물 이력관리제 도입:** 국산 농산물에 대한 안전성에도 동일한 위험성이 잠재하고 있는 상황에서 김치생산

업체가 농산물의 안전성을 책임지는 것보다는 유통 단계에서 농산물의 이력에 대한 자발적인 표시를 유도하고 이를 장려할 수 있는 정책적 지원이 필요하다.

#### 한국김치의 현지화 전략

**현지 투자에 의한 생산:** 글로벌화에 따라 김치의 수출국 수도 점차 증가하여 2005년도의 국가별 수출실적에 의하면 36개국에 대상국으로 되어있다. 일본시장의 경우에는 한국의 김치에 대한 인식이 어느 정도 부각되어 있으나, 일본의 기무치와 경쟁하기 위해서는 유통과정에서 발생하는 품질저하, 식품시장의 변화에 따른 상품정보의 부족, 포장 및 디자인 등의 주요 상품 컨셉의 부진 등 여러 조건에서 경쟁력이 약화되는 것이 현실이며, 이와 같은 상황을 극복하기 위하여 현지에서 전략적 제휴 또는 투자에 의하여 다양한 상품형태로 한국김치의 세계화를 추진할 수 있을 것으로 생각된다.

**기술 및 전문 인력의 해외 지원:** 현지 생산업체와 제휴하여 생산기술과 상품개발력을 지원하고 현지인에게 한국의 식문화와 함께 김치의 우수성을 홍보하여 사업을 확대함과 동시에, 현지의 식문화와 융합할 수 있는 다양한 제품을 지속적으로 개발하여 시장을 개척할 수 있는 방안이 필요하다. 김치에 대해 상당한 경험이 있는 일본인의 경우에도 한국의 다양한 김치 종류와 지역별 또는 원료에 따라 색다른 맛이 나는 것을 경험하게 되면 김치에 대한 다양성을 이해하게 됨을 알 수 있다. 물론 일본의 경우는 같은 동양의 절임식품 문화를 공유하고 있고 한국 김치의 식문화에 대한 이해가 비교적 오래된 경우이지만, 다른 외국의 경우에도 한국의 식문화를 이해하고 김치의 우수성과 전통김치의 다양한 맛을 경험하게 되면 전 세계적으로 소비의 증가와 함께 김치의 세계화가 가능할 것으로 생각된다.