

# 광주·전남지역 김치산업의 육성과 수출활성화 방안에 관한 연구\*

A Study on the Methods for Promoting Gwangju-Jeonnam Region Kimchi Industry and  
Stimulating the Export of Kimchi

정철기(Chul-Gi Jung)

광주대학교 부동산금융학과 교수

## 목 차

- |                        |          |
|------------------------|----------|
| I. 서 론                 | V. 결 론   |
| II. 김치산업의 현황과 위상       | 참고문헌     |
| III. 김치산업의 지역경제 과급효과   | Abstract |
| IV. 김치산업 육성 및 수출활성화 방안 |          |

## Abstract

This study shed light on the status of Korean Kimchi industry in overseas markets and presented methods for promoting Kimchi industry of Gwangju-Jeonnam metropolitan city and stimulating the export of Kimchi produced in Gwangju-Jeonnam, a city that has come to the fore as the center of Kimchi industry, which aimed to explore the ways of ratcheting up competitiveness of Kimchi industry in the global market as Kimchi has become more likely to be globalized amid the recent "Korea Trend" boom and the growing consumption of fermented food.

Therefore, methods for promoting Kimchi industry and stimulating the export of Kimchi should be explored to ensure the promotion of Kimchi industry and the stimulation of the export of Kimchi, ultimately restoring the status of Korea as the home of Kimchi, in consideration of the great spillover effect on the regional economy, through a series of measures such as the clusterization of Kimchi industry, expansion of cultural experience projects related to Kimchi for the globalization and the increased consumption of Kimchi, government support to increase Kimchi companies in size and achieve the modernization of Kimchi companies, introduction of Kimchi KS audit system and quality certification system, development of new product targeting global market and making Kimchi a high-end product, expansion of export, support of export market diversification, assurance of safety and price competitiveness of Kimchi, differentiated production and marketing strategy by means of technological research, and others.

Key Words : kimchi industry, global market, regional economy, export market.

\* 이 연구는 2009년도 광주대학교 대학연구비의 지원을 받아 수행되었음.

## I. 서 론

우리나라는 2009년 5월 세계농식품시장을 겨냥한 민관합동의 ‘한식 세계화 추진단’을 공식 출범하였다. 이는 한식의 산업화, 세계화를 위한 전략으로 우리고유 음식인 김치, 비빔밥, 전통주 등을 한식세계화를 위한 중점 품목으로 선정하였다. 그 중에서 김치는 떡, 민속주와 함께 광주광역시의 신성장동력 산업화 추진 품목으로 고용유발효과가 큰 농수산물산업이다. 광주광역시의 전략품목인 김치산업은 2006년 현재 17개 업체에 567명이 고용되어 있으며 매출 신장 시 고용유발 효과가 클 것으로 예상되고 있다. 또한 김치는 2001년 김치(KIMCHI)의 Codex 국제규격 채택 및 2006년 세계 5대 건강식품으로 선정되었다. 그리고 최근에는 세계 김치연구소를 유치하여 김치 본고장으로서의 위상을 회복하고 지역경제 성장에 기여하고자 각종 지원방안을 내놓고 있다.<sup>1)</sup> 따라서 본 연구에서는 우리나라의 김치산업의 국내외 현황과 김치산업의 지역경제에 미치는 파급효과를 분석해보고 김치산업의 발전방안 및 수출 활성화 방안을 제시하고자 한다.

이와 같이 김치산업의 육성에 관한 선행연구로는 이계임 외(2000), 전창곤 외(2006), 전창곤 외(2008), 김순자(2005), 서종석 외(2009)등의 연구가 있다. 이계임 외(2000)는 시계열·횡단면 자료와 설문조사를 통해 김치의 소비 변화를 파악하고 소비자의 선호를 규명한 후, 향후 김치의 수요구조 및 가공수출 정책 방향을 제시하였으며, 전창곤 외(2006)는 김치시장 현황, 김치수입 및 물류실태와 유통실태, 그리고 국내김치산업 발전방안을 제시하였다. 또한 전창곤 외(2008)는 11개의 김치공장을 운영하는 농협의 컨설팅 보고서에서 김치산업의 경쟁력 제고 및 활성화를 위한 방향전환 및 활로모색에 대한 전략을 수립하였으며, 김순자(2005)는 김치산업의 경영자 입장에서 김치의 산업화, 김치산업의 현대화를 위한 핵심문제로 원료의 품질개선과 수급의 안정, 절임과 숙성공정의 과학적인 지침, 제조공정의 자동화, 보존성 증진, 김치산업체들 간의 공조체제 확립, 정부의 적극적 지원 등을 제시하였다. 서종석 외(2009)는 김치산업의 육성 발전을 위해서는 세계김치연구소등을 광주광역시에 유치하여 김치산업을 클러스터화 함으로써 시너지 효과를 극대화하는 방안과 세부적인 발전 전략을 제시하였다.

본 연구에서는 한류의 확대와 세계적인 발효식품의 소비확대 추세에 따라 김치산업의 세계화 가능성이 커지고 있는 시점에서 김치산업의 경쟁력 확보를 위한 세계화 방안을 모색하기 위해 우리나라 김치산업의 현황과 위상을 살펴보고 김치산업의 중심지로 떠오르고 있는 광주광역시의 김치산업의 발전방안을 제시하고자 한다. 이를 위해 먼저 국내외 김치시장의

1) 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009. pp11-20.

현황과 향후 추이를 살펴보았으며, 다음으로 김치산업이 광주광역시의 지역경제에 미치는 파급효과를 분석하였다. 분석방법으로는 산업연관분석을 통해 김치산업의 성장이 광주광역시 지역경제에 미치는 파급효과를 분석하였으며 분석결과를 바탕으로 광주·전남지역 김치산업의 육성 방안 및 수출활성화 방안을 제시하고자 한다.

## II. 김치산업의 현황과 위상

### 1. 국내 김치산업 현황

#### 1) 규모

국내 김치산업의 시장규모는 <표 1>과 같이 약 7천 500억 원 수준이며 생산액 기준으로 2004년 약 6천 800억 원에서 2007년 약 7천 500억 원으로 꾸준한 증가 추세에 있다. 또한 사업체 당 생산액은 꾸준히 증가하고 있는 추세를 보이고 있어 어느 정도 규모화가 이루어지고 있다. 그러나 기생충 알 파동이 있었던 2005년 이후에 김치생산업체 수가 급격히 감소하였으며 상당수의 영세업체가 도산하였다. 상품화된 포장김치 시장의 규모는 약 2천억 원에서 2천 100억 원 수준으로 추정되며 2005년부터 꾸준한 상승세에 있다.

<표 1> 국내김치산업 규모 추이

(단위: 개, 백만원)

2004		2005		2006		2007	
사업체	생산액	사업체	생산액	사업체	생산액	사업체	생산액
395	688,240	398	737,872	381	776,532	239	754,143

자료 : 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009.

#### 2) 국내 생산 현황

연간 국내 김치 생산량은 추정기관에 따라 약간의 차이가 있지만 배추생산량을 기준으로 추정되며 <표 2>에서와 같이 약 150만 톤 내외 수준으로 추정된다. 또한 배추의 수율을 0.75

로 계산하였을 경우 2007년 배추김치의 총생산량은 약 93.9만 톤이며 총 김치 생산량은 약 134만 톤으로 추정된다.

<표 2> 연도별 김치 생산량 추정치

(단위: 톤)

구분	김치용 배추 공급							배추김치 생산량	김치 생산량
	봄	고랭지	가을	월등	시설	순수입	계		
2000	247,226	87,715	552,848	127,439	83,959	3,250	1,102,437	1,469,917	2,099,881
2001	142,798	91,006	494,922	156,349	70,668	-828	954,916	1,273,221	1,818,887
2002	88,819	68,933	369,093	152,440	53,214	335	732,833	977,111	1,395,873
2003	137,523	76,331	395,575	165,966	65,541	2,828	843,764	1,125,019	1,607,169
2004	137,315	71,301	483,985	151,426	63,748	-994	906,781	1,209,042	1,727,202
2005	136,724	57,932	381,269	114,005	42,895	-601	732,223	976,298	1,394,711
2006	112,146	64,156	486,275	160,378	54,978	911	878,844	1,171,792	1,673,989
2007	122,218	57,715	389,455	92,203	42,940	261	704,791	939,722	1,342,459

자료 : 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009.

다음으로 생산주체별 김치생산비율은 <표 3>과 같이 국내에서 생산되는 김치의 55.5%는 가정집에서 51.6%가 생산되고 요식업소에서 3.9%가 직접 생산이 이루어지고 있다. 공장제조에 의한 시판용 김치는 공장김치 30.9%, 즉석김치 6.6%, 수입 7.3%로 구성되며 공급량은 총생산량의 44.5%로 추정된다.

<표 3> 생산주체별 김치 생산 비율

(단위 : %)

합계 (공급량)	일반가정 생산	요식업소 생산	시판용 김치			
			공장김치	즉석김치	수입김치	계
100%	51.6	3.9	30.9	6.6	7.3	44.5

자료 : 김경필 외, “김치계열화 수출전문조직 수직계열화 운영모델 및 메뉴얼”, 수탁연구과제, 한국농촌경제연구원, 2008.

### 3) 국내 소비 현황

최근 국내의 김치 소비추이를 <표 4>에서 살펴보면 식생활의 서구화의 진전에 따라 향후 약간씩 감소하는 추세가 지속될 것으로 예상된다. 그러나 가정생산의 감소에 따라 시판김치 시장은 확대될 것으로 전망된다. 가정생산 공급비중은 2005년 50%에서 2017년 20%~25%로 감소한 반면 공장생산 비중은 2005년 기준 약 40% 수준이었던 것이 2012년에 45%~50%로, 2017년도에 50~60% 수준으로 증가하여 64~81만 톤 규모로 확대될 것으로 전망된다.<sup>2)</sup>

또한 수입김치에 대한 의존도는 2005년도 10% 수준에서 2012년에 총공급량의 15%, 2017년에 20%~25%수준으로 증가하여 약 27만~33만 톤 규모로 확대될 것으로 전망된다.

<표 4> 김치시장 전망치

단위 : 천 톤(%)

구분	총수요량	총공급량		
		공장생산	가정생산	수입
2005	1,350	570(40%)	659(50%)	111(10%)
2012	1,338	611~701(45~50%)	441~516(35~40%)	196~211(15%)
2017	1,325	642~813(50~60%)	247~354(20~25%)	265~328(20~25%)

자료 : 전창곤 외, “수입김치 국내유통 실태조사연구”, 한국농촌경제연구원, 2006.

## 2. 해외 김치시장 현황

### 1) 일본

2006년 기준 일본의 김치시장규모는 <표 5>와 같이 약 700억 엔, 물량기준으로는 약 14.4만 톤 수준이다. 경쟁국별 금액 기준으로는 일본산이 75.7%, 한국산이 18.6%, 중국산이 5.7%를 점유하고 있어 한국산이 수입산 중에서는 가장 높은 점유율을 나타내고 있으며, 판매가격은 일본산과 한국산이 비슷한 수준을 보이고 있는 반면 중국산은 400g 당 약 100엔 정도 낮은 수준으로 거래되고 있다.

2) 전창곤 외, “수입김치 국내유통실태조사 연구”, 한국농촌경제연구원, 2006. pp5-15.

〈표 5〉 일본의 김치 시장

구 분		시장규모	경쟁국별 시장점유율			
			일본산	한국산	중국산	기타
금 액 점유율	금액(억엔)	700	530	130	40	-
	점유율(%)	100%	75.7%	18.6%	5.7%	-
물 량 점유율	물량(만톤)	14.36	11.4	2.28	0.68	-
	점유율(%)	100%	79.4%	15.9%	4.7%	-
판매가격(400g기준)			398엔	398엔	298엔	

자료 : 김경필 외, “김치계열화 수출전문조직 수직계열화 운영모델 및 메뉴얼”, 수탁연구과제, 한국농촌경제연구원, 2008.

일본의 김치시장은 한류열풍 등으로 상승세를 지속해오다가 2003년부터 절임류 시장의 위축 등으로 감소추세를 보이다가 2005년 기생충알 김치 사건이후 큰 폭으로 감소하고 있는 추세이다. 일본에서는 주로 400g 위주로 판매되고 있으며 최근에는 용기개선을 통해 가격 및 용량을 변화시켰으며 400g 기준 평균 판매가격은 일본산은 358엔에서 498엔의 가격을 받고 있다. 또한 일본산 김치는 생산이력제를 활용한 고품질, 고안전에 대한 적극적인 마케팅 전략으로 소비자에 큰 호응을 얻고 있으며, 한국의 숙성김치 맛에 최대한 근접하기 위한 꾸준한 노력과 포장용기 개선 등으로 시장 점유율의 확대가 예상되고 있다.

## 2) 중국

중국의 김치시장규모는 <표 6>에서 보는바와 같이 2007년 기준 약 3억 8천만 달러 수준으로 파악되고 있으며 증가하는 추세이다. 최근에는 소비의 증가에 따라 생산도 급속하게 증가하고 있는 경향을 보이고 있으며 생산수준이 중국내 소비수준을 초과하여 김치를 수출하고 있다. 중국의 주요 김치 수출 대상국은 일본과 한국으로 특히 한국으로의 김치수출이 크게 증가하는 경향을 보이고 있다. 한국김치는 90년대까지 자가소비 형태였으나 2003년 SARS발생 이후 상업성이 부각되면서 공장형 생산이 증가하였으며 중국 내수시장 개척 및 수출을 위한 한국식품 대기업의 현지공장 설립이 증가하였다.<sup>3)</sup> 특히, 산동성 지역을 중심으로는 한국으로 김치를 수출하기 위한 중소규모의 김치공장이 우수죽순처럼 세워지다가 2005년 김치 기생충 파동 이후 업체구조조정으로 기생충 파동직후 220여 업체에서 40여개로 줄었으며 현

3) 북경 지역에는 종가집 김치 ('04년)와 하선정 김치('05년)가 진출하여 있다.

재는 120여개로 회복하여 생산하고 있는 실정이다.

특히, 중국은 지역이 광활하여 음식 문화에 큰 차이가 있으며 중국 소비자가 한국 김치를 받아들이는 데는 서로 음식문화가 상이하여 어려움이 예상되며, 한국 김치의 주요 소비지역은 한국과 교류가 잦은 북경, 청도, 동북3성, 상해 등이 주요 소비지이다. 중국내 김치의 유통은 까르푸, 징커롱 등 현지 유통 매장과 한양마트와 같은 한국식품 잡화점에서 김치가 판매되고 있으나 한국산 수입품은 없는 실정이다. 판매가격은 100g당 1.5원에서 2.9원사이에 거래되고 있다. 그러나 한국산 김치의 중국으로 수출은 한류와 월드컵효과, 사스 면역력 홍보로 한국에서 수입한 김치의 소비가 일시적으로 크게 증가한 적이 있었으나 최근에는 현지 생산 김치와 차별성 부각이 어렵고 가격이 비싸 수입 실적이 거의 없는 상태이다. 또한 중국 전통음식 중 김치와 비슷한 음식이 없어 중국 음식과의 경쟁은 없으며 중국에서의 한국김치 시장경쟁은 주로 중국업체와 한국투자업체간의 경쟁관계에 있다.

<표 6> 중국의 김치시장

(단위: 천톤)

연도	생산 규모 (a+b)	소비현황(a)				수출현황(b)		
		계 (c+d)	내수생산 (c)	수입(d)		계	수출대상국	
				한국	북한		한국	일본
2005	437,550	253,848	253,798	50		183,702	51,312 (111천톤)	132,390 (108천톤)
2006	525,027	288,782	288,755	27		236,245	87,936 (178천톤)	148,309 (116천톤)
2007	637,500	377,630	377,630	-		259,870	105,523 (214천톤)	177,971 (139천톤)

자료 : 증가집김치 중국현지법인 내수조사자료, 농수산물무역정보(KATI).

### 3) 미국

2006년 기준 미국의 김치시장 규모는 <표 7>과 같이 1억 달러 수준으로 파악되고 있으며 미국현지에서 생산되는 김치가 95%수준을 점유하고 있으며 한국에서 수입되는 김치는 약 5%수준에 머무르고 있는 상태이다. 김치의 판매는 슈퍼마켓별 자사브랜드(PB)제품과 각 지역 현지제조업체의 브랜드로 판매되고 있으며, 한국산 수입제품은 증가집과 농협 제품 등이 유통되고 있다. 특히, 동부지역은 H.A.R. Mathpeth Corp, 빙그레 김치, 순자김치, 한국식당인

금강산에서 자체 김치제조 회사인 “독도”김치를 생산 판매하고 있으며, 서부지역은 교민 중심의 영세 사업자에 의해 생산 및 판매되고 있다.

가격은 한국산 수입김치, 미국지역 제조업체 김치, 마켓자체 김치 순이며, 한국산 수입김치는 다른 제품보다 30% 수준 비싼 가격에 판매되고 있는 실정이다.

〈표 7〉 미국의 김치시장

(단위 : 천불, 톤, %)

구 분		시장규모	경쟁국별 시장점유율		
			미국산	한국산	기타
금 액 점유율	금 액	105,289	99,879	5,410	-
	점유율	100%	94.9%	5.1%	-
물 량 점유율	물 량	15,907	15,366	541	-
	점유율	100%	96.6%	3.4%	-
판매가격(1kg기준)			\$6.5	\$10.0	-

자료 : 농수산물유통공사 자체조사 보고서, 2007.

#### 4) 대만

2006년 기준 대만의 김치시장은 <표 8>과 같이 2006년 기준 7백 5십만 달러 수준으로 크지 않으며 금액기준으로는 대만산이 78.2%, 한국산이 21.8% 수준을 점유하고 있는 것으로 파악되고 있다. 그러나 물량기준으로는 한국산이 9%에 그치고 있으며 대만내에 생산규모를 갖춘 현지 생산업체는 전국적으로 10곳으로 추정되며, 최근 한류의 영향으로 김치에 대한 선호도 및 인지도가 상승하고 있으며, 김치를 먹는 인구 또한 지속적으로 증가하고 있다. 그러나 현지 한식당에서는 대부분이 현지생산 김치를 사용하며 가격은 한국산의 1/3 이하에 판매되고 있다.

〈표 8〉 대만의 김치시장

(단위 : 천불, 톤, %)

구 분		시장규모	경쟁국별 시장점유율		
			대만산	한국산	기타
금 액 점유율	금 액	7,470	5,840	1,630	-
	점유율	100%	78.2%	21.8%	-
물 량 점유율	물 량	8,024	7,300	724	-
	점유율	100%	91.0%	9.0%	-
판매가격(500g기준)			90NT\$ (₩2,500)	270NT\$ (₩7,500)	-

자료 : 농수산물유통공사 자체조사 보고서, 2007.

### 3. 수출입 현황

#### 1) 수출입의 변화

우리나라의 연도별 김치수출은 <표 9>와 같이 1990년대 초반 시작되어 지속적인 증가추세를 나타내며 2004년에 약 1억 달러 수준으로 최고조에 달하였으나, 2005년도에는 기생충 알 파동으로 전년 대비 7.2%, 2006년도에는 20.8% 감소하였으며 2008년 현재 약 8천 5백만 달러를 기록하였다. 이러한 이유는 2005년도의 기생충 알 파동으로 일본에 대한 수출량이 급감하였기 때문으로 분석된다.

〈표 9〉 연도별 김치수출입

년도	수출			수입		
	물량(톤)	천달러	단가(달러/kg)	물량(톤)	천달러	단가(달러/kg)
2000	23,433	78,847	3.4	473	202	0.4
2001	23,785	68,731	2.9	393	199	0.5
2002	29,213	79,318	2.7	1,051	474	0.5
2003	33,064	93,195	2.8	28,707	10,315	0.4
2004	34,827	102,726	2.9	72,605	29,473	0.4
2005	32,307	92,965	2.9	111,459	51,340	0.5
2006	25,600	70,328	2.7	177,959	87,955	0.5

2007	26,470	75,309	2.8	220,306	110,842	0.5
2008	26,897	85,295	3.2	222,370	112,715	0.5

자료 : 전창곤 외, “수입김치 국내유통 실태조사연구”, 한국농촌경제연구원, 2006.

그러나 우리나라는 2003년까지만 해도 김치 수출물량이 수입물량보다 많은 김치 순수출국이었으나 2004년부터는 김치 수입물량이 72,605톤으로 수출물량 34,827톤보다 많아져 순수입국으로 전락하였다. 이러한 이유는 2005년도외 기생충알 파동으로 일본에 대한 수출량이 급감하였으며, 중국 산동성 일대에 들어서기 시작한 김치공장들이 對한국 수출물량을 크게 증가하였기 때문이다.

물량면에서도 2008년 우리나라가 수입한 김치는 총 22만 2천 370톤으로 2007년에 22만톤보다 0.9% 증가하면서 사상최고치를 기록하였으며, 수입물량의 대부분이 중국으로부터 수입이며 국내소비량이 130만 톤으로 가정했을 경우 총소비량의 약 17%에 해당하는 물량이다. 국내 배추생산량의 60%이상 고추생산량의 30%이상 이 김치생산에 투입되는 점을 감안하면 이러한 중국산 김치의 수입증가 추세는 국내 고추 및 배추 생산 농가에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다.

## 2) 수출시장의 변화

국내 김치의 주요 수출시장은 <표 10>과 같이 일본으로의 수출이 90% 내외를 차지하고 있으며, 일본 김치시장은 2002년 한일 월드컵 개최를 정점을 이루었으나 2003년 이후 시장규모가 감소하는 추세이며 특히 2005년 기생충알 사건이후 크게 감소하고 있다.

<표 10> 일본 김치시장의 수급동향

(단위 : 천톤)

구 분	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
일본산	249.3	320.0	351.1	386.2	379.6	313.4	284.9	250.1
한국산	23.8	22.3	22.2	27.1	30.6	32.4	29.7	22.8
중국산	7.9	9.1	10.8	11.3	10.8	9.9	9.4	7.3
합 계	281.0	351.4	384.1	424.6	421.0	355.7	324.0	280.2

자료: 일본수급센터, 농수산물무역정보(KATI).

일본의 김치시장은 1999년 28만 톤 수준에서 2002년 42만 톤 수준까지 확대되었으나 그 후 감소하는 추세를 보이다가 2006년에는 28만 톤 수준까지 하락하였다. 한국산 김치는 일본 김치시장의 변화와 기본적으로 비슷한 움직임을 보이고 있으며 2005년 기생충알 검출의 영향으로 소비가 대폭 감소하여 2006년 한국산 김치의 수입규모는 약 23천 톤 수준으로 2005년 30천 톤 대비 23.2% 감소하였으며 2004년 32천 톤 대비 29.6% 감소하였다.

### 3) 수입시장의 변화

한국 내에 수입되는 김치의 99%는 <표 11>과 같이 거의 대부분인 저가의 중국산으로 중국으로부터의 수입은 2007년 현재 22만 톤으로 2003년에 비해 약 9.75배 증가하였다. 물량으로 보면 2003년에 중국으로부터의 수입물량은 28.7천 톤이었던 것이 급격히 증가하여 2007년에는 220.3천 톤 수준에 이르고 있으며 연평균 10%이상의 성장률을 기록하고 있어 한국산 김치생산업체에 커다란 위협이 되고 있다.

<표 11> 중국산의 비중 및 증가 추세

(단위 : 천톤, 천달러, %)

구 분	2003		2004		2005		2006		2007		수입액 증감률 (07/03)
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
중 국	28.7	10,288	72.6	29,472	111.4	51,312	177.9	87,936	220.3	110,809	975

자료 : 최지현 외, “중국산 수입 농식품의 안전성 확보방안”, 연구보고, 한국농촌경제연구원, 2005.

또한 중국의 대외 김치수출은 <표 12>와 같이 2000년 6만 톤이었으나, 2004년 16만 3천 톤, 2008년 26만 7천 톤으로 크게 증가하고 있으며, 주된 수출대상국은 한국, 일본이지만 최근 對한국 수출물량이 크게 증가하여 전체의 80%를 차지하고 있다. 이러한 이유는 가격경쟁력이 높은데다 품질도 향상되어 한국 내 급식업체 등을 중심으로 수요가 확대되고 있기 때문이다.

〈표 12〉 중국의 김치 주요 수출대상국

(단위: 톤, 천달러, %)

구분		2000	2004	2008	증감률	
					2000년 대비	2004년 대비
전체	물량	60,126	163,271	267,403	344.7	63.8
	금액	43,075	102,242	165,228	283.6	61.6
한국	물량	1,457	64,119	213,482	14,552.2	232.9
	금액	515	24,664	100,473	19,408.3	307.4
일본	물량	34,563	71,435	30,507	11.7	57.3
	금액	32,256	65,160	43,473	34.8	33.3
기타	물량	24,106	27,717	23,414	2.9	15.5
	금액	10,304	12,418	21,282	106.5	71.4

자료 : 김경필 외, “김치계열화 수출전문조직 수직계열화 운영모델 및 메뉴얼”, 수탁연구과제, 한국농촌경제연구원, 2008.

#### 4. 광주·전남지역의 김치산업 현황

##### 1) 김치 생산

광주·전남지역의 김치산업 현황을 보면 광주·전남지역의 5인 이상 김치사업체의 경우 <표 13>과 같이 광주·전남은 전국대비 7%수준의 점유율을 보이고 있으며 생산액으로는 약 4.5% 수준의 점유율을 보이고 있다. 5인 이상 사업체의 수는 2004년에서 2006년 동안 27개에서 28개 수준을 유지하였으나 일본에 대한 수출 감소 중국으로부터의 김치수입의 증가 등 대외시장연건의 변화에 따라 2007년 17개로 급감하였다.

또한, 광주·전남의 업체당 김치 생산액은 2007년 기준 18억원 수준으로 같은 기간 동안의 전국평균 업체당 생산액인 31억 원에 비해 약 58% 수준으로 광주·전남의 김치생산업체들은 전국에 비해 상대적으로 영세한 것으로 나타났다. 이러한 현상은 전남지역의 경우 높은 배추의 전국대비 생산량 수준 및 전통적인 발효식품 발생지인 광주·전남의 위상에 비하면 김치 생산실적은 매우 부진한 것으로 나타나 김치산업의 육성정책이 필요할 것으로 판단된다.

〈표 13〉 광주·전남 김치산업 현황

(단위: 5인 이상, 백만원)

구 분	2004		2005		2006		2007	
	사업체	생산액	사업체	생산액	사업체	생산액	사업체	생산액
전국	395	688,240	398	737,872	381	776,532	239	754,143
광주/전남	27	30,630	27	33,328	28	35,463	17	30,868
비중	6.8%	4.5%	6.8%	4.5%	7.3%	4.6%	7.1%	4.1%

자료 : 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009.

〈표 14〉 업체당 생산액

(단위: 백만원)

구 분	2004	2005	2006	2007
전 국	1,742	1,854	2,038	3,155
광주/전남	1,134	1,234	1,266	1,815
비 율	65%	67%	62%	58%

자료 : 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009.

## 2) 김치 수출

광주·전남의 김치 수출실적을 <표 15>에서 보면 김치수출실적은 약 2004년 4백 9십만 달러, 2005년 4백 1십만 달러 수준을 유지하였으나 ‘기생충 파동’ 이후 일본으로의 수출이 급감 2006년에 약 3만 달러 수준을 기록했으나 이후 다시 상승하는 추세를 보여 2008년에는 약 2백 9십만 달러 수준을 나타내고 있다.

〈표 15〉 광주·전남의 김치 수출실적

(단위 : 천불)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	'09.3월말
합 계	4,961	4,106	29	2,771	2,879	893
광 주	243	180	29	0	14	2
전 남	4,718	3,926	0	2,771	2,865	891

자료 : 광주무역협회 통계자료, 2009.

### Ⅲ. 김치산업의 지역경제 파급효과

#### 1. 분석방법 및 모형

생산 활동을 통해 이루어지는 산업 간의 상호연관관계를 수량적으로 파악하고자 하는 분석기법으로 가장 널리 쓰이고 있는 산업연관분석은 국민경제내에서 생산되는 모든 재화와 서비스의 산업간 거래관계를 체계적으로 기록한 통계표인 산업연관표의 작성으로부터 출발한다. 산업연관표는 '중간투입'과 '노동·자본투입'을 나타내는 '부가가치'로 나누어지며 합계를 총 투입액이라 한다. 가로방향(行)은 각 산업 생산물이 어떤 부문에 얼마나 팔렸는가하는 배분구조를 나타내는 것으로 중간재로 판매되는 '중간수요'와 소비재·자본재·수출상품 등으로 판매되는 '최종수요'의 두 부분으로 나누어진다.<sup>4)</sup> 그리고 중간수요와 최종수요를 합한 것을 총수요액이라 하고 여기서 수입을 뺀 것을 총산출액이라 한다. 이때 각 산업부문의 총산출액과 이에 대응되는 총투입액은 항상 일치하는 데, 이를 일련의 방정식 체계로 표시하여 각 산업부문의 원재료 투입구성비를 나타내는 투입계수를 산출하고, 행렬식으로의 전환을 통해 생산유발계수와 같은 경제적 유발계수를 산출할 수 있다.<sup>5)</sup>

경제적 연쇄효과(Linkage Effects)의 개념을 제시한 Hirshman(1985)은 유관 산업 간 균형 성장(Equilibrium Growth)은 불균형적인 투자 정책을 통해 달성할 수 있다고 주장하였고, Sue and Chang(1997)은 이를 기반으로 전방연쇄효과(Forward Linkage Effects)와 후방연쇄효과(Backward Linkage Effects) 개념을 소개하였는데, 전자를 타 산업에 투입(Input)되는 특정 산업의 산출 정도로, 후자는 중간재로 활용하기 위해 특정 산업의 생산을 유발하는 정도로 정의하였다. 즉, 석유정제 등과 같이 그 제품이 각 산업부문에 중간재로 널리 사용되는 산업일수록 전방연쇄효과가 크며, 철강, 전기, 전자 등과 같이 제품을 완성하기 위해 다양한 분야의 중간재를 사용하는 산업일수록 후방연쇄효과가 큼을 알 수 있다.

본 연구에서는 광주광역시 김치산업 육성 및 활성화에 따른 경제적 파급효과를 분석하는 방법으로 지역내 산업간의 연관성에 근거한 투입산출분석(Input-Output Analysis)이 일반적으로 많이 사용된다. 문제는 이러한 산업연관분석에 따른 경제적 파급효과는 엄밀하게 따지면 비용편익분석에서 말하는 사회적 편익으로 포함시키지는 않는다. 그러나 비록 사회적 비용편익분석에 포함시키지는 않더라도 투입산출분석에 따른 파급효과는 김치산업 육성 사업

4) 한국은행 경제통계국, 「2007년 산업연관분석 해설편」, 한국은행, 2007. pp102-110.

5) Leontief, W, "Environmental repercussions and the economic structure: an input-output approach," Review of Economics and Statistics, 67, 3, 1970, pp262-271.

에 의해 촉발될 수 있는 생산, 부가가치, 고용유발 등 경제적 파급효과를 보여준다. 이러한 경제적 파급효과는 김치산업 육성사업의 실행과정에서 행해지는 투자에 의한 직접 파급효과와 사업이 실행되었을 때 발생하는 매출증대와 같은 간접 효과로 나눌 수 있다.<sup>6)</sup>

그러나 전국투입산출계수표(Input-Output Table)를 광주광역시 지역경제 단위에 적용하여 경제적 파급효과를 파악하는 것은 쉽지 않다. 가장 큰 문제는 자료의 획득이다. 지역에 대한 산업별 투입산출관계를 파악해야 하지만 실제로 각 세부 지역에 대한 산업간 연관관계를 파악하는 것은 힘들다.<sup>7)</sup>

따라서 본 연구에서는 전국단위의 투입산출표를 지역투입산출표로 작성하기 위해 일반적으로 사용하는 방법인 각 지역의 입지상(Location Quotient)을 이용하여 지역의 투입산출계수표를 작성하는 것이다. 입지상은 L 지역 총생산량(또는 고용자) 중에서 i 산업의 생산량(또는 고용자)  $X_i^L$ 이 차지하는 비중과 전국 총생산량(또는 고용자)중에서 i 산업의 생산량(또는 고용자)  $X_i^N$ 이 차지하는 비중과의 비율을 의미하며 계산식은 다음과 같다.

$$LQ_i^L = (X_i^L / \sum_{i=1}^n X_i^L) / (X_i^N / \sum_{i=1}^n X_i^N)$$

다음으로 전국적인 산업연관표를 입지상을 이용하여 수정하면 지역단위의 산업연관표를 작성할 수 있다. 한국은행이 발행하는 2003년 산업연관표를 구한 뒤, 광주광역시 산업별 입지상을 이용하여 산업별 입지상 지역산업연관표를 작성하였다. 계산식은 다음과 같다.<sup>8)</sup>

$$a_{ij}^L = \begin{cases} a_{ij}^N & \text{if } LQ_i^L \geq 1 \\ LQ_i^L a_{ij}^N & \text{if } LQ_i^L < 1 \end{cases}$$

이와 같은 방법으로 지역단위의 산업연관표가 작성되면 최종수요의 증가에 따른 지역경제 파급효과를 파악할 수 있다. 이들 지역투입산출계수들의 집합을 투입산출계수행렬  $A^L$ 로 표기하고 한 지역에서의 산업별 생산량과 관련 타산업의 모든 중간투입재와 가계부문의 최종수요량(D)라고 하면 각 산업에서 생산하여야 할 생산량은  $(I - A^L)^{-1}D$  이다

6) 이재홍, “산업연관분석을 이용한 제조업 수출의 생산파급효과 분석”, 「산업경제연구」, 제20권 제5호, 한국산업경제학회, 2007. pp1803-1820.  
 7) 김안호, 기성래, “자동차산업의 경제적 효과 분석”, 「산업경제연구」, 제17권 제4호, 한국산업경제학회, 2004. pp1059-1065.  
 8) 정영호, 서정석, “보건의료서비스산업의 산업연관분석: 경로분석을 중심으로”, 「산업경제연구」, 제18권 제5호, 2005. p2041-2065

여기서  $(I - A')^{-1}D$  을 레온티에프 역행렬(Leontief inverse matrix) 또는 승수행렬(multiplier matrix)이라 한다. 투입산출계수와 기술행렬을 구한 뒤에, 여기에 최종수요의 증가를 곱하면 김치산업 육성사업에 따른 광주광역시 지역경제에 미치는 다음과 같은 파급효과를 분석할 수 있다.

첫째, 산업별 생산유발계수는 어떤 산업의 최종수요(소비, 투자, 수출 등)가 1단위 증가하였을 때 해당산업에서 최종수요를 충족시키기 위해 전산업(해당산업 및 타산업)에 요구되는 생산액의 크기를 의미하며 본 연구에서 산업별 생산유발계수는 국산생산유발계수  $(I-A')^{-1}$ 의 해당 산업 열합계를 의미한다. 본 연구에서 사용된 최종수요의 발생에 따른 생산유발계수의 도출식은 다음과 같다.

$$(I-A')^{-1}D$$

단,  $A'$ 는 국산거래표의 투입계수행렬,  $(I-A')^{-1}$ 는 생산유발계수행렬,  $D$ 는 국내최종수요(소비, 투자, 수출)벡터임.

둘째, 산업별 부가가치유발계수는 어떤 산업의 최종수요(소비, 투자, 수출 등)가 1단위 증가하였을 때, 최종수요를 충족시키기 위해 전산업에 유발되는 부가가치효과 크기를 의미하며, 상품에 대한 최종수요의 증가가 국내생산을 유발하고 이러한 생산활동에 의해서 부가가치가 창출되므로 최종수요의 발생은 부가가치 창출의 원천이라고 할 수 있다. 본 연구에서 최종수요의 발생에 따른 부가가치유발계수의 도출식은 다음과 같다

$$A'(I-A')^{-1}D$$

단,  $A'$ 는 부가가치투입계수 대각행렬,  $A'$ 는 국산거래표의 투입계수행렬,  $(I-A')^{-1}$ 는 생산유발계수행렬,  $D$ 는 국내최종수요(소비, 투자, 수출)벡터임.

셋째, 노동계수란 일정기간 동안 생산활동에 투입된 노동량을 총산출액으로 나눈 계수로서 한 단위(산출액 10억원)의 생산에 직접 필요한 노동량을 의미하며, 노동생산성과 역수관계에 있다. 고용계수는 노동량에 피용자(임금근로자)만 포함한 계수를 말한다. 고용계수를 수식으로 나타내면  $l_e = L_e/X$  이다. 여기서  $L_e$ 는 피용자수,  $X$ 는 산출액을 의미한다.

## 2. 김치산업의 육성에 따른 경제적 파급효과

광주광역시의 김치산업 육성 보고서에 따르면 전략사업으로 제시된 세계김치연구소 및 김치종합센터의 연구 및 홍보기능 확대에 의한 지역의 김치산업 매출증가에 따른 경제적 파급효과를 추정할 수 있다. 추정방법으로는 김치산업 육성을 위한 경제적 파급효과는 지역 김치관련업체의 매출증가액에 광주광역시의 음식료품업 및 농수산식품업 유발계수를 곱하여 추정한다.<sup>9)</sup> 추정된 유발계수는 <표 16>과 같다.

<표 16> 김치산업 유발계수

구 분	생산유발계수	부가가치유발계수	고용유발계수
농림수산식품	1.5284	1.3166	12.5
음식료품	1.7714	2.1829	1.7

이와 같이 투자 및 육성 사업을 통해 단기적으로 광주광역시 지역에 파급될 지역별 파급효과는 <표 17>,<표 18>과 같다. 김치산업관련 매출액이 1,012억 증가시 산업별 생산유발효과는 약 3,318억원, 부가가치유발효과는 약 3,506억원에 달하며, 고용창출효과는 약 1만 4천 명에 달할 것으로 예측되었다. 또한 김치산업관련 매출액이 1,612억 증가시 산업별 생산유발효과는 약 5,297억원, 부가가치유발효과는 약 5,614억원에 달하며, 고용창출효과는 약 2만 3천명에 달할 것으로 예측되었다.

산업별로는 유발효과가 가장 큰 산업은 음식료품업이 가장 크고, 다음으로 농림수산식품업, 부동산 및 사업서비스업, 도소매업, 화학제품업, 운수 및 보관업 순으로 나타났다.

<표 17> 김치산업관련 매출액 1,012억 증가시

(단위 : 억원, 명)

구 분	생산유발효과	부가가치유발효과	고용유발효과
음식료품업	1,771.4	2,182.9	1,717.6
농수산식품업	1,546.7	1,323.3	12,741
합 계	3,318.1	3,506.2	14,458.6

9) 2007년 현재 시판김치시장 규모는 1조원으로 추정되며 그 중 수입액은 33%인 3,300억원, 국내 시판액은 67%인 6,700 억원으로 추정된다. 여기에 광주·전남의 목표 시장점유율을 지역 배추생산량 수준인 30%를 가정하여 2,100억원을 목표 매출액으로 설정하여 추정하였다.

〈표 18〉 김치산업관련 매출액 1,612억 증가시

(단위 : 억원, 명)

구 분	생산유발효과	부가가치유발효과	고용유발효과
음식료품업	2,834.2	3,492.6	2,748.1
농수산물업	2,463.7	2,122.3	20,296
합 계	5,297.9	5,614.9	23,044.1

경제적 파급효과의 분석결과에서 보듯이 광주광역시의 김치산업 육성에 따른 김치관련 매출액의 증가시 지역경제에 미치는 파급효과가 큰 만큼 김치산업 육성에 따른 파급효과를 극대화하고 김치산업을 수출산업화 하기위한 정책적인 지원책이 필요할 것으로 판단된다. 최근 광주광역시가 2010년까지 발효조절 기술 등을 연구할 세계김치연구소를 설립해 김치·젓갈·천일염 등 발효음식과 전통주를 세계인의 입맛에 맞도록 개발하기 위한 지원책들은 매우 바람직한 것으로 평가된다.<sup>10)</sup> 또한 전국 배추생산량의 26.3%를 차지하는 전남지역의 안정된 공급조건을 바탕으로 세계 5대 건강식품중 하나인 김치를 향후 주요 국제적인 행사에서 공식식품으로써 한국을 대표하는 상품으로 육성시켜야 할 것이다.<sup>11)</sup>

#### IV. 김치산업 육성 및 수출활성화 방안

우리나라 김치산업은 2008년 기준 세계김치시장의 60%를 차지하고 있다.<sup>12)</sup> 그러나 김치중 주국의 위상에 맞지 않는 낮은 점유율이다. 따라서 최근 한류와 세계건강식품으로 인정받은 점들을 활용하여 김치 수요의 증가가능성이 높은 일본, 중국, 동남아시아 시장에 대한 수출 활성화 정책이 고려되어야 할 것이다. 특히 광주·전남지역의 경우 전국 배추생산량의 약30%를 차지한 반면 지역내 김치가공업체는 대부분 중소기업으로 영세하여 신제품 및 신기술개발에 대한 투자가 힘들어 연구개발능력 부족과 새로운 시장 개척에 대한 마케팅 능력이 떨어져 김치생산량은 전국의 4% 수준에 머무르고 있어 전략적인 지원이 필요한 실정이다. 따

10) 120조 원 규모의 세계 절임류 시장을 공략하기 위해 발효조절 및 저장기술 등을 연구하는 세계김치연구소는 2010년에 설계를 마치고 설립을 2012년 완공을 목표로 추진하고 있다.

11) 광주·전남지역 김치생산업체는 2006년 현재 17개 업체, 고용인원은 567명, 매출액은 약 415억 원으로 추정되며 향후 연구소 유치로 활성화가 기대된다.

12) 다음으로 중국 25%, 일본이 15%를 차지하고 있다.

라서 광주전남지역의 김치산업 육성 및 수출활성화를 위해서는 김치관련 연구개발의 촉진을 위한 김치산업의 클러스터화, 한국김치의 세계화를 위한 김치 관련 문화체험사업 확대, 김치업체의 규모화 및 현대화를 위한 지원, 김치 KS 심사제도와 품질인증제 도입, 김치명품화 및 제품 개발, 수출확대 지원 및 수출시장 다변화, 김치의 안정성 확보 및 가격경쟁력 확보, 기술연구를 통한 차별화된 생산 및 마케팅 전략수립 등과 같은 활성화 정책이 필요할 것이다.<sup>13)</sup>

## 1. 김치산업의 클러스터화 및 문화체험사업 확대

세계김치연구소를 중심으로 김치산업 클러스터 조성하고 세계김치연구소를 광주에 유치함으로써 연구소를 중심으로 기술교류를 활성화하고 산업체의 현장애로기술을 해결함으로써 김치 산업 발전을 도모하는 김치 클러스터를 조성하여 원부재료 관리, 생산, 상품화, 판매를 연관시킬 수 있는 시스템을 확보한다. 또한 한국식품연구원, 농업진흥청 등과 연구기술 및 정보교류의 확대로 김치연구의 컨트롤타워 기능을 수행하고, 일본, 미국 등 해외국가와의 교류를 통해서 김치의 세계화를 촉진한다. 김치산업 클러스터는 크게 과학기술체계와 산업생산체계 그리고 기업지원체계 등 세 부분으로 구성하되 상호 유기적인 결합 형태를 취하도록 하며, 과학기술체계는 대학과 연구기관을 비롯해 이들 기관에 소재한 각종 응용연구시설의 집합체가 되도록 한다. 산업생산체계는 전략산업과 전후방 연관산업이 중층적으로 기업간 네트워크를 형성하고 있는 기업들의 집합체로, 기업지원체계는 공공 및 민간부문의 기술지원, 마케팅, 유통 등 다양한 생산지원 기관 및 서비스 기업들의 집합체로 형성되고 유기적으로 결합하도록 지원해야 할 것이다.

다음으로 현재 광주지역에서 실시하고 있는 김치축제를 국가단위의 세계적인 축제로 발전시켜 해외관광객의 유치를 촉진하며, 김치담그기 체험, 김치시식, 김치교육, 김치홍보 등으로 패키지화하여 볼거리, 즐길거리, 먹을거리가 풍부한 행사로 기획 발전시키도록 한다. 이를 위한 문화축제 및 관광과 연계된 김치산업 육성 전략을 마련해야 한다.

## 2. 김치업체의 규모화 및 현대화를 위한 지원

김치공장의 시설현대화와 김치원료 및 제조공정의 안전성을 확보할 수 있는 추가적인 설

13) 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009. pp41-59.

비나 HACCP(식품위해요소중점관리기준) 등과 같은 새로운 제도 도입이 필요하다. 그러나 제도 도입에 따른 시설투자에서 발생하는 투자비용이나 시스템 관리 등에 대한 부담이 어려운 영세한 중소기업이 대부분을 차지하고 있는 것이 현실이므로 정부지원이 이루어지도록 해야 할 것이다. 특히 HACCP 인증을 받기 위해서는 기존 시설에서 평균 약 2억 원 이상의 추가 설비투자가 필요한 것으로 나타나고 있으며, 건평 약 300평 정도의 HACCP 설비를 갖춘 신규공장 설립에 약 15억 원의 자금이 소요되는 것으로 추정되고 있어 영세업체에는 큰 부담이 되고 있다.<sup>14)</sup>

김치업체의 영세성을 극복하기 위해서는 지역적 공장 분포나 생산제품의 특성을 고려하여 지역의 영농조합법인이나 단위농협 중심의 중소 생산자단체의 김치공장을 우선적으로 통합하거나 규모화를 통하여 최신식 위생관리 시스템을 갖춘 대규모 브랜드 김치공장으로 확대하기 위한 규모화 및 현대화를 위한 정책적인 자금지원이 필요하다.

### 3. 품질인증제 도입과 김치명품화 및 제품 개발

광주·전남지역 김치의 안전성 확보를 위해 전통식품 품질인증제 도입과 KS 심사제도 도입을 검토해야하며, 품질인증제는 민간인증제보다는 공공기관 품질인증제를 우선 도입하여 소비자의 신뢰성 확보가 필요하다. 또한 광주·전남지역의 김치브랜드 명성을 높이기 위한 명품 브랜드 관리 작업이 필요하다. 김치의 경우 시판되는 전통김치의 맛과 품질이 가정 생산 김치에 비해 낮게 평가되므로 전반적인 맛과 품질에 대한 신뢰를 제고시키는 방향으로 제품을 개선해야 할 필요가 있다. 숙성도, 짠맛, 매운맛 등에 대한 세계적인 소비자 선호를 바탕으로 김치의 맛을 제고시키고, 소비자에게 맛과 품질에 관한 정보 제공을 확대해야 하며, 포장용기를 개선하여 맛의 손실이 발생하지 않고 편리하게 소비할 수 있도록 제품 개발해야 한다. 또한 김치의 영양학적 우수성을 활용한 관련 제품의 개발 촉진책도 필요하다.

### 4. 수출확대 지원 및 수출시장 다변화

세계김치연구소의 연구개발 성과를 활용하여 명품김치를 생산하고, 특히 일본, 중국, 동남아시아 등 해외 소비자의 입맛에 맞는 김치를 생산하여 수출로 연계시키는 방안 강구해야 한다. 특히, 규모화표준화차별화된 공동브랜드 중심의 수출체계 확립은 수출주체가 개별

14) 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009. pp41-59.

생산업체 위주의 분산적인 수출주체에서 통합적인 유통전략 수립이 필요하다.

그리고 기존의 일본시장 중심의 수출시장을 최근 세계적인 전통발효 건강식품으로 인정된 점과 한류 영향을 바탕으로 중국, 동남아시아, 미주지역, 유럽지역 등으로 다변화함으로써 안정적인 수출시장의 확보가 필요하다. 특히 광주전남지역 김치의 고품질 명품브랜드화와 세계적인 입맛에 맞는 제품의 다양화 전략 추진으로 국제 김치시장에서 주요 경쟁국가인 중국과의 경쟁력 우위를 확보하는 노력이 필요할 것으로 판단된다.

## 5. 김치의 안정성 확보 및 차별화된 생산전략수립

2005년도에 발생한 ‘기생충 알 사태’에서 알 수 있듯이 식품안전성 확보는 김치수출에 필수적인 사항으로 무엇보다도 원부재료부터 관리할 수 있는 시스템 확보가 시급하다. 또한 대량생산체제의 구축을 통한 가격경쟁력 확보를 통해 중국산 김치와 세계시장에서 경쟁하기 위해서는 대량생산체제를 구축하여 규모의 경제 효과를 확보할 필요가 있다. 저가의 중국산 김치와의 경쟁을 위해서는 비용절감 만으로는 경쟁력을 확보가 쉽지 않을 것으로 예상된다. 따라서 우리나라가 전통적인 발효식품의 하나인 김치 종주국으로서의 위상을 되찾기 위해서는 기능성 균주 개발과 발효기술 개발을 통해 고급화와 차별화가 이루어야 할 것으로 판단된다. 그리고 이를 위한 연구시설, 생산시설, 마케팅시설의 집적화로 외부경제 효과를 통한 김치산업을 수출주도형 산업으로 창출시키기 위한 국가적 차원의 전략적 지원이 필요하다.

## V. 결 론

본 연구는 최근 한류의 확대와 발효식품의 소비확대에 따라 김치산업의 세계화 가능성이 커지고 있는 시점에서 김치산업의 경쟁력 확보를 위한 세계화 방안을 모색하기 위해 우리나라 김치산업의 현황과 해외시장에서의 위상을 살펴보고 김치산업의 중심지로 떠오르고 있는 광주전남지역의 김치산업 육성 및 수출활성화 방안을 제시하였다. 먼저 국내의 김치산업 현황을 보면 연간 국내 김치 생산량은 추정기관에 따라 약간의 차이가 있지만 배추생산량을 기준으로 약 150만 톤 내외 수준으로 추정된다. 배추의 수율을 0.75로 계산하였을 경우 2007년 배추김치의 총생산량은 약 93.9만 톤이며 총 김치 생산량은 약 134만 톤으로 추정된다.

또한 연도별 김치수출 상황은 1990년대 초반이후 지속적인 증가로 2004년에 약 1억 달러

수준으로 최고조에 달하였으나, 2005년도에는 기생충파동으로 전년대비 7.2%, 2006년도에는 20.8% 감소하였으며 2008년 현재 약 8천 5백만 달러를 기록하였다. 이러한 이유는 2005년도의 기생충알 파동으로 일본에 대한 수출량이 급감하였기 때문으로 분석된다.

국내 김치의 주요 수출시장은 일본으로의 수출이 90% 내외를 차지하고 있으며, 일본 김치 시장은 2002년 한일 월드컵 개최를 계기로 정점을 이루었으나 2003년 이후 시장규모가 감소하는 추세이며 특히 2005년 기생충알 사건이후 크게 감소하고 있다. 한편 국내에 수입되는 김치의 99%가 저가의 중국산으로 중국으로부터의 수입은 2007년 현재 22만 톤으로 2003년에 비해 약 9.75배 증가하였다. 중국으로부터의 수입물량은 28.7천 톤이었던 것이 급격히 증가하여 2007년에는 220.3천 톤 수준에 이르고 있으며 연평균 10%이상의 성장률을 기록하고 있어 한국산 김치생산업체에 커다란 위협이 되고 있다.

둘째, 광주·전남지역의 김치산업 현황을 보면 광주·전남지역의 5인 이상 김치사업체의 경우 전국대비 7%수준의 점유율을 보이고 있으며 생산액으로는 약 4%수준의 점유율을 보이고 있다. 또한, 광주·전남의 업체당 김치 생산액은 2007년 기준 18억원 수준으로 같은 기간 동안의 전국평균 업체당 생산액인 31억 원에 비해 약 58% 수준으로 광주·전남의 김치생산업체들은 전국에 비해 상대적으로 영세한 것으로 나타났다. 이러한 현상은 전남지역의 경우 높은 배추의 전국대비 생산량 수준 및 전통적인 발효식품 발생지인 광주·전남의 위상에 비하면 김치생산실적은 매우 저조한 것으로 나타나 김치산업의 육성정책이 필요할 것으로 판단된다.

셋째, 김치산업이 지역경제 미치는 파급효과는 김치산업의 육성 및 수출활성화정책 등으로 김치관련업체의 관련 매출액이 1,012억 증가시 산업별 생산유발효과는 약 3,318억원, 부가가치유발효과는 약 3,506억원에 달하며, 고용창출효과는 약 1만 4천명에 달할 것으로 예측되었다. 또한 김치산업관련 매출액이 1,612억 증가시 산업별 생산유발효과는 약 5,297억원, 부가가치유발효과는 약 5,614억원에 달하며, 고용창출효과는 약 2만 3천명에 달할 것으로 예측되었다.

넷째, 이처럼 김치중주국으로서의 위상을 회복하고 지역경제에 미치는 파급효과를 고려하여 김치산업의 육성 및 수출 활성화를 위해서는 김치산업의 클러스터화, 한국김치의 세계화와 소비증진을 위한 김치 관련 문화체험사업의 확대, 김치업체의 규모화 및 현대화를 위한 정부지원, 김치 KS 심사제도와 품질인증제 도입, 김치 명품화 및 세계시장을 겨냥한 신제품 개발, 수출확대 지원 및 수출시장의 다변화 지원, 김치의 안정성 확보 및 가격경쟁력 확보, 기술연구를 통한 차별화된 생산 및 마케팅 전략수립 등과 같은 김치산업의 육성 및 수출 활

성화 방안들이 강구되어야 할 것이다.

본 연구는 광주·전남지역을 바탕으로 김치산업의 현황과 지역경제에 미치는 파급효과를 분석하였으며, 이를 바탕으로 우리나라 김치산업의 육성방안과 수출활성화 방안을 제시하였다. 그러나 광주·전남지역의 김치산업을 바탕으로 우리나라 전체 김치산업의 발전방안 및 수출활성화 방안을 제시함으로써 다소 논리의 비약이 존재한다는 한계를 가지고 있음을 밝히며 전국적인 규모의 김치산업에 관한 연구는 다음 연구자에게 넘기고자 한다.

## 참 고 문 헌

- 과학기술정책연구원, “혁신클러스터 육성을 통한 지역발전 전략”, 전북과학기술포럼, 2004.
- 김경필 외, “김치계열화 수출전문조직 수직계열화 운영모델 및 메뉴얼”, 수탁연구과제, 한국농촌경제연구원, 2008.
- 김순자, “김치산업의 현대화를 위한 현장애로”, NuriMedia Co. Ltd, 2005.
- 김안호, 기성래, “자동차산업의 경제적 효과 분석”, 「산업경제연구」, 제17권 제4호, 한국산업경제학회, 2004.
- 서종석 외, “김치산업 클러스터 조성 기본구상”, 연구보고서, 광주광역시, 2009.
- 이계임 외, “김치수요의 변화와 전망”. 연구보고서 R415, 한국농촌경제연구원, 2000.
- 이재홍, “산업연관분석을 이용한 제조업 수출의 생산파급효과 분석”, 「산업경제연구」, 제20권 제5호, 한국산업경제학회, 2007.
- 전창곤 외, “수입 김치 국내유통 실태조사 연구”, 연구보고서, 한국농촌경제연구원, 2006.
- 정영호, 서정석, “보건의료서비스산업의 산업연관분석: 경로분석을 중심으로”, 「산업경제연구」, 제18권 제5호, 2005.
- 최지현 외, “중국산 수입 농식품의 안전성 확보방안”, 연구보고, 한국농촌경제연구원, 2005.
- 허향진, “제주지역 식품산업클러스터 구축방안”, JDI OPINION 제87호, 2005.
- 한국은행 경제통계국 투입산출팀, 「2003년 산업연관표(실측표) 개요」, 한국은행, 2007.
- 한국은행 경제통계국, 「2007년 산업연관분석 해설편」, 한국은행, 2007.
- Hirshman, A. O, The Strategy of Economic Development, New Haven: Yale University Press, 1985.

Leontief, W, “Environmental repercussions and the economic structure: an input-output approach,” *Review of Economics and Statistics*, 67, 3, 1970.

Machado, G, R Schaeffer, and E Worrel, Energy and Carbon Embodied in the International Trade of Brazil : An Input-Output Approach. *Ecological Economics*, 39, 2001.

Miller RE and PD Blair, 「Input-Output Analysis」 : Foundations and Extensions, New Jersey, Prentice-Hall, 1985.

Sue JL and YF Chang, “Linkage Effects and Environmental Impacts from Oil Consumption Industries in Taiwan,” *Journal of Environmental Management*, 49, 1997.

<http://www.KATI.net>.

<http://www.at.or.kr>.

<http://www.globalwindow.org>.