

김치산업 현황과 전망

서혜영
세계김치연구소

I. 서 언

김치는 배추 등 채소류를 주원료로 하여 소금 절임하고, 고춧가루, 마늘, 젓갈 등의 양념을 혼합하여 그대로 또는 발효시켜 먹는 우리나라 대표적인 전통발효식품이다. 이러한 김치는 쌀을 주식으로 하는 한국인의 식생활에 있어서 핵심이라고 할 수 있는데, 대체식 출현에 의한 쌀 소비량 감소, 식사량 감소 등으로 김치 소비량이 지속적으로 줄어들고 있어 김치산업이 위기에 처한 상황이다. 자가 제조 및 상품김치로 구성된 국내 김치시장 규모는 2조 4천억원 수준으로 최근 증가속도가 둔화된 상태이며, 김치 생산량은 120만톤으로 꾸준히 감소하는 추세이다. 더욱이 식생활의 서구화로 외식이 증가하면서 저가 중국산 김치의 수입이 증가하여 상품김치 생산량의 감소로 이어지고 있다. 또한 중국산 김치가 가격 경쟁력을 무기로 미국, 일본 등으로 수출되는 실정인바 김치 중주국으로의 위상이 흔들리고 있으며, 엔저현상에 따른 한국산 김치의 가격 경쟁력 저하로 주요 수출국으로의 수출물량 및 금액도 감소하여 김치산업은 이중고에 시달리고 있다. 그러나 최근 김장문화의 유네스코 인류무형문화유산 목록 등재에 따른 김치에 대한 국제적 인식이 높아지고 있어 이러한 기회를 활용하여 김치산업의 위

기를 극복하기 위한 관련분야 모두의 노력이 수반된다면 김치산업의 미래는 담보될 수 있을 것으로 생각된다.

이에 본고에서는 김치 생산규모, 수출입 현황 등 김치산업 현황을 확인하고, 현재 김치산업이 겪고 있는 생산, 소비 및 정책 환경 변화와 이에 따른 김치산업 전망에 대하여 살펴보고 새로운 환경변화에 대응한 김치산업의 발전전략을 모색하기 위한 기초 자료로 활용하고자 한다.

II. 본 론

가. 김치산업 현황

1) 국내 김치산업 현황

가) 시장규모

국내 김치시장은 가정 제조와 상품김치 시장으로 구분할 수 있다. 2013년 국내 김치시장 규모는 2조 4천억원 수준으로 추정하고 있으며, 상품김치 시장의 증가로 꾸준히 증가하였으나 최근 증가속도가 둔화된 상태이다. 김치의 생산량은 120만톤으로 상품김치 시장의 증가에도 불구하고 가정 내 취식량 감소에 따른 가정 제조 시장의 생산량 감소로 꾸준히 감소하는 추세이다. 국내 김치산업에서 상품김

치 시장이 차지하는 비율은 전체 시장규모의 50.9%(생산량 기준, 42.0%)로 식생활 간편화, 1인 가족 증가, 외식 및 단체급식 증가 등으로 인해 전체 시장에서 상품김치의 비중이 지속적으로 증가할 것으로 예상된다.

나) 업체

식품의약품통계연보에 따르면 2012년 기준 김치류 제조·가공업체 수는 930개소이며, 이중 김치를 지속적으로 생산하는 업체는 600여개소로 추정하고 있다. 취급품목별로는 김치 전문, 김치 및 절임식품

표 1. 김치 시장규모 및 생산량

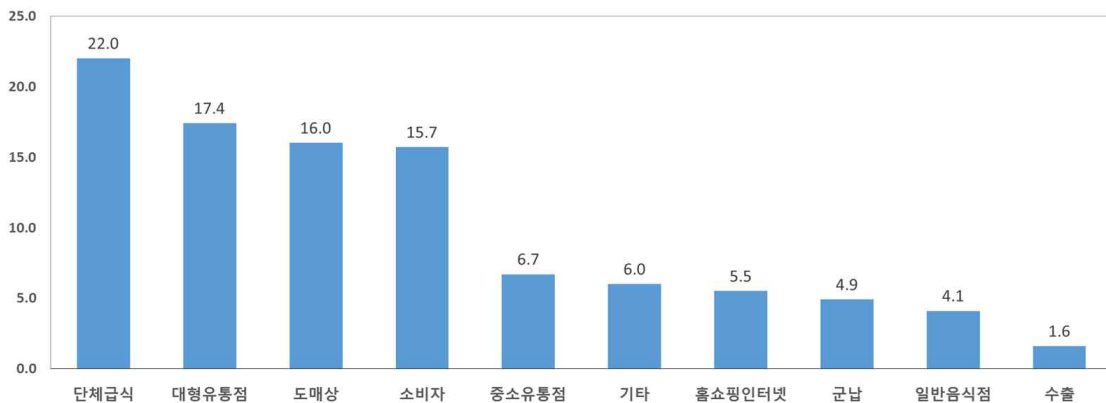
구 분		'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년
시장규모 (억원)	전체 김치시장	22,806	22,681	23,321	23,806	23,987	24,170
	- 가정 제조	12,065	11,914	12,082	12,124	12,055	11,876
	- 상품김치 시장	10,741	10,767	11,239	11,682	11,932	12,295
	(상품화 비중/%)	(47.1)	(47.5)	(48.2)	(49.1)	(49.7)	(50.9)
생산량 (천톤)	전체 김치시장	1,315	1,276	1,238	1,231	1,210	1,204
	- 가정 제조	832	789	750	744	718	699
	- 상품김치 시장	483	487	487	488	493	506
	(상품화 비중/%)	(36.7)	(38.2)	(39.3)	(39.6)	(40.7)	(42.0)

출처 : 식품유통연감 2013 및 2014, 식품저널

표 2. 김치류 제조·가공업체 수

구분	서울/ 인천/ 경기	강원	대전/ 세종/ 충남	충북	광주/ 전남	전북	부산/ 울산/ 경남	대구/ 경북	제주	총계
업체수	347	57	65	70	153	65	97	61	15	930

출처 : 2013 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처



출처 : 식품유통연감 2014, 식품저널

그림 1. 제조업체의 유통채널별 판매비중.

그리고 김치, 절임식품 및 반찬류 등의 형태로 운영되고 있다. 김치류 제조·가공업체수의 37.3%가 서울/인천/경기 지역에 위치하고 있으며, 광주/전남 지역에 약 16.5%가 위치하고 있다. 2014년 12월까지 배추김치 HACCP 의무적용으로 상당수 영세업체의 구조조정이 예상된다.

다) 유통

국내 시판김치의 유통경로는 직판장의 영업소, 대리점 및 직판 등이 있으며, TV홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑 등의 장외 경로의 비중이 증가하는 추세이다. 김치 소비나 구매가 지속적으로 감소하여 매장 내 경쟁이 치열해지면서 경쟁업체 간의 증정이나 할인 수위가 지속적으로 높아지고 있어 이를 극복해 나가기 위해 유통채널을 다양화하는 노력을 기울이고 있다.

2) 수출입 현황

가) 수출

2013년 김치 수출량은 25.6천톤으로 전년 대비

7.3% 감소한 수준이었으며, 수출액은 89.3백만불로 전년대비 16.3% 감소하였다. 이는 주요 수출국인 일본 시장에서 자체 생산하는 김치 및 중국산 제품과의 가격경쟁력에서 뒤쳐져 판매물량이 하락하고 있고, 엔저로 인한 가격 경쟁력 저하 등으로 나타난 결과라고 할 수 있다. 김치 수출대상국은 2008년 48개국에서 2013년 60개국으로 다변화가 지속되고 있으며, 2013년 주요수출국은 금액기준으로 일본(73.8%), 미국(5.5%), 홍콩(4.0%), 대만(2.7%) 등이었다. 영국, 네덜란드 등 유럽국가의 김치에 대한 관심이 높아지고 있는 것을 알 수 있으며, 대기업의 미국 유통업체 입점 등으로 미국으로 수출물량이 증가하는 것으로 나타났다(표 3).

나) 수입

우리나라로 수입되는 김치의 대부분이 중국에서 수입된다. 김치의 수입은 1996년 19톤을 시작으로 지속적으로 증가하였으며, 2004년부터 수출물량을 상회하여 2008년 222천톤까지 급증하였다. 2009년에는 2008년 시행된 ‘배추김치 원산지 표시 의무화’

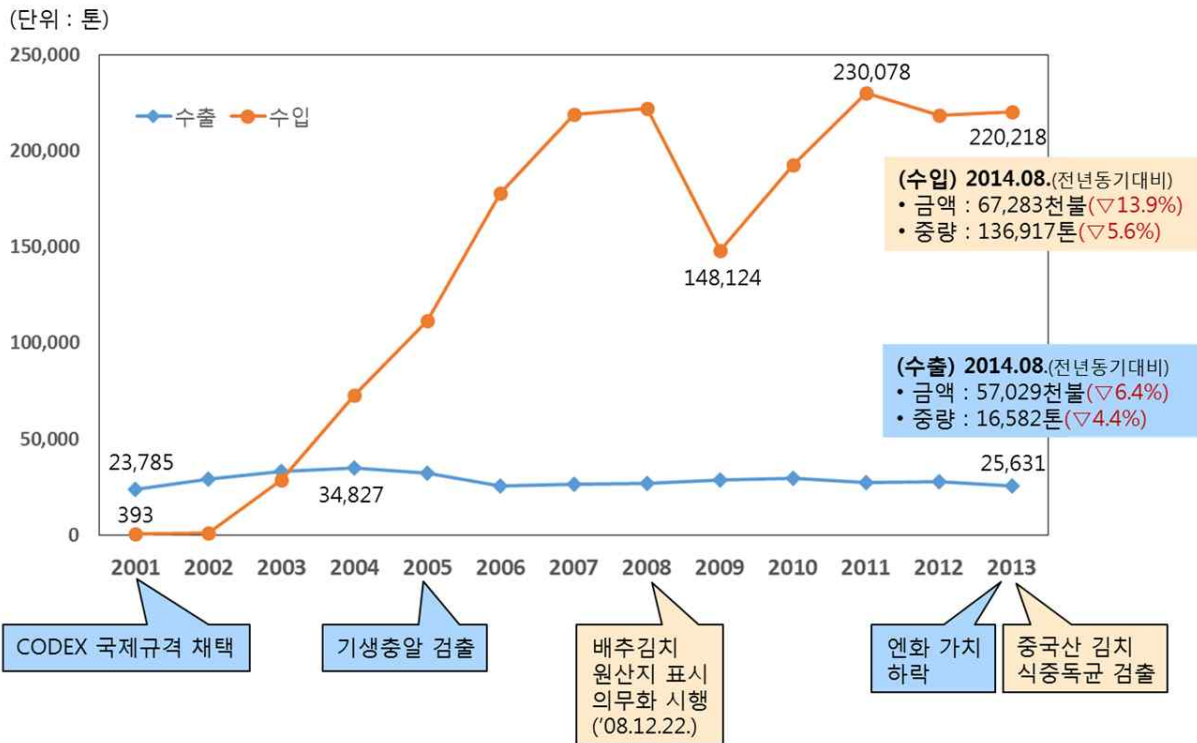
표 3. 김치 주요 수출대상국별 수출 현황

국 가 명	2012		2013		연간전년대비	
	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	물량(%)	금액(%)
전 체	27,664	106,608	25,631	89,277	-7.3	-16.3
일 본	21,449	84,588	19,211	65,851	-10.4	-22.2
미 국	1,046	3,873	1,206	4,946	15.3	27.7
홍 콩	902	3,286	937	3,567	3.9	8.6
대 만	1,020	2,747	877	2,427	-14.0	-11.6
호 주	413	1,451	461	1,651	11.6	13.8
영 국	368	1,306	380	1,422	3.3	8.9
캐 나 다	325	1,264	313	1,272	-3.7	0.6
싱가포르	219	976	251	1,164	14.6	19.3
네덜란드	182	627	242	859	33.0	37.0
뉴질랜드	256	715	277	795	8.2	11.2
기타국	1,478	5,777	1,476	5,323	-0.1	-7.9

출처 : 한국무역협회(www.kita.net), KHS 2005.99.1000

등으로 전년대비 수입물량이 66% 감소하였으나, 2010년 배추가격 급등으로 증가 추세로 반전하여 그 수준을 유지하고 있다. 2013년 김치 수입 규모는 전년대비 5.9% 증가한 117백만불이었으며, 물량은 전년대비 0.6% 증가한 220천톤을 기록하였다. 2014년 8월 현재 수입 금액은 전년대비 13.9% 하락한 67백만불 이었으며, 중량은 5.6% 하락한 136천톤으로 2013년에 발생한 ‘중국산 김치 식중독균 검출’ 사건 및 김치 소비량 감소에 따른 것으로 생각된다.

출이 감소하는 현상이 나타나 업체의 손실로 이어지고 있다. 배추 등 원재료의 공급 불안정은 2010년 이후 더 심화되었으며, 여름철 고온, 태풍과 집중호우, 가을철 저온, 겨울철 한파 등으로 고랭지, 가을, 겨울철 배추의 단수 변동성으로 가격 등락폭이 증가하기 때문이다. 또한 기온상승에 따라 고랭지 배추의 재배 면적이 감소하고 있고, 수입 김치의 증가, 김치 취식량 감소, 김치 냉장고 보급에 따른 김치 저장기간 연장 등 여러 가지 이유로 매년 배추의



출처 : 한국무역협회(www.kita.net), KHS 2005.90.1000(~2006), 2005.99.1000(2007~)

그림 2. 김치 수출입 추이.

나. 김치산업 환경 변화

1) 생산

최근 김치산업에서 겪는 어려움은 기후 변화에 따른 원재료 공급 불안정으로 경영수지 악화가 반복되고 있다는 것이다. 특히 원재료 값이 비쌀 때 상품김치의 매출이 증가하고 원재료 값이 쌀 때 매

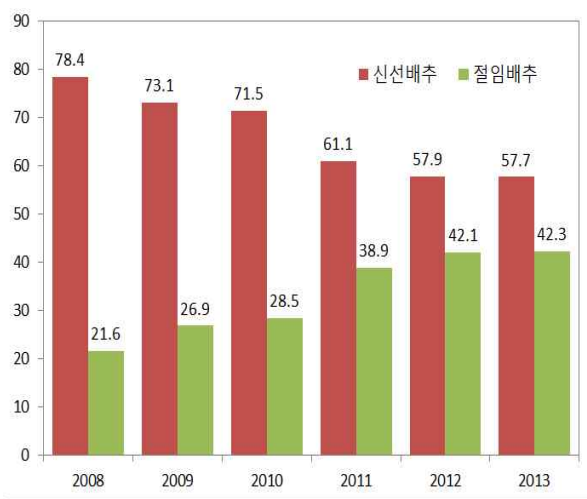
경작 면적은 감소하고 있다.

김치의 생산, 즉 제조 측면에서의 변화는 김치 원료에서 유래되는 젖산균에 의한 자연발효에서 김치 제조시에 젖산균을 첨가하는 중균발효로의 패러다임 변화이다. 이미 대기업에서는 오래 전부터 미생물 첨가제로 젖산균을 사용하고 있었으며, 최근엔

는 중소기업에서도 종근적용 기술에 대한 인식이 높아져 우수한 종근 개발 및 보급을 요구하고 있다. 김치산업 실태조사 결과, 김치 구입 시 고려사항으로 ‘맛(47.6%)’, ‘가격(18.9%)’, ‘위생/안전성(15.8%)’ 순으로 나타나 김치의 맛에 대한 소비자 요구를 충족시키기 위해 김치제조방식의 변화는 필연적이라고 할 수 있다. 특히 소비자는 구입 김치의 맛이 균일하기를 원하고 있고, 맛있는 발효정도가 오래 유지될 수 있기를 바라고 때문에 맛이 좋은 김치의 품질을 오랫동안 유지할 수 있는 종근의 개발이 시급할 것이다.

2) 소비

김치는 쌀을 주식으로 하는 한국인의 식생활에서



출처 : 농업전망 2013-2014 : 엽근채소 수급 동향과 전망
그림 3. 김장철 배추 형태별 구매의향.

표 4. 김치 소비량 변화

구분	'07	'08	'09	'10	'11	'12
1인당 1일소비량(g)	80.7	79.0	79.5	71.4	68.6	60.7
남성(g)	95.6	95.6	96.0	87.9	85.3	77.4
여성(g)	65.8	63.1	62.9	54.9	51.9	44.1

출처 : 국민영양건강조사(보건복지부), 김치/배추김치 기준

핵심이기 때문에 소비자들의 건강에 대한 니즈가 증가하고 편의성을 추구하는 소비자의 트렌드에 따라 상품김치의 형태가 달라지고 있다. 특히 정부의 나트륨 저감화 정책의 영향으로 저나트륨 김치에 대한 관심이 증가하는 등 소비환경이 변화하여 외식산업에서 제공되는 김치뿐만 아니라 저나트륨의 상품김치가 출시되고 있다.

또한 여성의 사회진출, 고령화로 인해 상품김치, 간편 김장세트(절임배추, 완성된 양념소 포함) 등 편의성에 대한 소비자 니즈 증가하고 있다. 이에 따라 절임배추 시장이 크게 성장하였으며, 2013년 김장철 배추로 절임배추를 구매하는 경우가 42.3%를 차지하였다. 절임배추를 선호하는 이유는 배추절임 과정이 힘들어서가 73.0%로 가장 많았으며, 시간 절약을 위해서 23.5%, 구입이 편리해서 2.6% 순이었다.

김치의 소비 측면에서 가장 큰 변화는 소비량의 감소이다. 서구식 식생활, 아침결식 및 대용반찬 증가 등의 식생활 변화로 김치 소비량이 지속적으로 감소하고 있으며 여성들은 소식·간편식 등을 선호하여 소비량이 더 적게 나타나고 있다. 우리나라 국민의 연간 1인당 김치 소비량은 2012년에 22.1 kg이었으며 이는 2007년(29.5 kg/인/년)과 비교하여 약 25% 감소한 수치이다(표 4).

3) 정책

농림축산식품부에서는 전통식품 산업화 일환으로 김치산업을 지원하고 있어 김치제조시설 현대화, 시스템화 등의 추진이 가능하다고 할 수 있다. 현재

전통식품업체의 안정적인 원료농산물 조달을 위해 구매지원 사업을 추진 중에 있으며, 김치 자조금을 활용하여 김치업체의 국산 원료 농산물 수급안정을 위한 저온저장 기자재 임대 지원 등을 실시하고 있다. 또한 2013년 천일염 공동구매를 시작으로 단계적으로 공동구매 품목을 배추, 무, 고추, 마늘 등으로 확대 지원할 예정이다. 2014년 12월까지 배추김치 HACCP 의무적용에 따라 시설 개보수 등을 위한 자금지원(2013년 363억원)도 지원되고 있다. ‘김치산업 진흥법’에 따라 2012년부터 김치 품평회를 개최하여 입상품에 대한 홍보를 지원하고 있으며, 세계김치연구소에서 소비자 품평회를 현재까지 진행해 오고 있다. 김치 수출지원사업의 일환으로 중국 내 김치 등 전통식품 홍보 프로모션도 실시하는 등 김치의 세계화를 위한 정부의 지원이 활발하게 추진되고 있다.



그림 3. 김치 품평회 소비자 품질 평가 현장.

식품의약품안전처에서는 2012년 가공식품의 자율적 ‘나트륨 저감화 사업’을 실시하여 김치류에서 약 19.2% 저감화 효과를 확인한 바 있다. 또한 L-글루타민산나트륨, 사카린나트륨 등 식품첨가물에 대한 안전 홍보를 통해 국민들의 이해를 높이고 올바른 사용정보를 알리기 위한 많은 작업들이 진행되고 있어 김치제조업체의 원재료 단가 안정화에 기

여할 수 있을 것으로 기대된다.

다. 김치산업 전망

전체 김치시장에서 상품김치 생산량이 차지하는 비율은 42.0%로 서서히 증가(최근 5년간 3.9% 증가)하고 있어 앞으로 상품김치의 시장은 성장할 것으로 기대된다. 현재까지 상품김치 시장은 업소용이 주도하고 있으나, 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 저나트륨 제품, 유기농 제품 등 고급김치가 판매되고 있고, 캠핑 등 야외활동의 증가로 소단량 제품의 판매가 증가되는 등 김치시장의 변화가 나타나 가정용 시장의 성장이 예측된다. 김치산업의 확대를 위해서, 업소용 시장은 중국산 김치의 대응전략으로 재료비 절감을 위한 원재료의 안정적 공급과 인건비 절감을 위한 제조기술의 혁신이 필요하며, 가정용 시장은 피자, 스파게티 등 대체식단에 어울리는 김치의 개발, 어린이들 입맛에 맞는 어린이용 김치 개발 등 맞춤형 김치의 개발로 누구나 즐길 수 있는 김치의 형태가 출현한다면 상품김치 시장의 성장은 담보될 수 있을 것이다. 또한 최근 한국의 ‘김장문화’가 유네스코 인류무형문화유산 목록으로 등재되면서 국내외적으로 김치에 대한 관심이 높아지고 있어 잠재된 수출국 현지인 중심의 제품 개발, 원거리 수출을 위한 유통기한 연장 및 포장용기 개선 기술 개발 등 김치산업 확장을 위한 산학연의 노력과 수출국 위생기준 개선, 마케팅 활동지원 등 정부의 노력이 동반된다면 김치산업 발전은 물론 김치 중주국으로서의 위상 회복으로 국가 경쟁력 제고에 이바지 할 것이다.

III. 결 론

김치는 우리나라 대표적인 전통발효식품으로 가장 보편적인 반찬이면서도 문화이고, 국가 브랜드

로서 키워나가야 할 한식의 대표주자이다. 현재는 김치의 소비량 감소로 김치산업이 침체되어 있지만, 내수시장을 기반으로 수출시장을 확대해 나간다면 국가의 위생제고는 물론 경쟁력을 강화할 수 있는 강력한 무기가 될 수 있을 것이다. 이에 기후변화에 따른 원료수급 불안정을 해소하고, 건강과 안전에 대한 소비자 욕구를 충족시킬 수 있으며, 김치에 대한 국제적 인식에 맞는 고품질의 김치 제품을 제공할 수 있도록 원료생산에서 김치의 제조, 포장, 유통에 이르기까지 김치산업 전 과정에 이르는 각 영역별 발전전략을 수립하여 대응한다면 우리 김치산업의 미래는 밝아질 것이다.

2. 식품저널 편집부. 2014. 식품유통연감 2014, 제 14장 김치. 321-340
3. 식품의약품안전처. 2013. 2013 식품의약품통계 연보. 66-67
4. 한국무역협회(www.kita.net). KHS 2005.90.1000 (~2006), 2005.99.1000(2007~)
5. 세계김치연구소. 2012. 2011 김치산업 실태조사
6. 한국농촌경제연구원. 2013. 농업전망 2013 : 제9 장 엽근채소 수급 동향과 전망. 329-383
7. 한국농촌경제연구원. 2014. 농업전망 2014 : 제 10장 엽근채소 수급 동향과 전망. 363-424
8. 보건복지부. 2013. 2012 국민건강통계

IV. 참고 문헌

1. 식품저널 편집부. 2013. 식품유통연감 2013, 제 14장 김치. 298-315