

일본 김치시장 점유율 조사

1. 김치 시장 규모

□ 김치 수급동향(2010년)

구 분		시장규모	경쟁국별 시장점유율(톤, %)				비고
			일본산	한국산	중국산	기타	
일본식품 금액기준	금액(억엔)	700	530	130	40	-	
	점유율	100%	75.7%	18.6%	5.7%	-	
도쿄 aT조사 물량기준	물량(톤)	235,000	183,300	44,650	7,050		
	점유율	100%	78.0%	19.0%	3.0%		
‘11년 후지경제 금액기준	금액(억엔)	735	617	118		-	
	점유율	100%	83.9%	16.1%		-	
참고	물량(톤)	222,372	191,188	24,134	7,050		
	점유율	100%	86.0%	10.9%	3.1%		

자료) 참고 : 일본식품수급센터(일본산), 한국산(KATI), 중국산은 업계추정치

- 2005년 기생충알 사건, 2010년 한국산 배추가격 폭등 등을 계기로 일본산 김치의 시장 점유율이 증가하는 추세를 보임
- 일본에서 중국산 김치에 대한 통계자료는 발표되고 있지 않으나 업계 관계자에 의하면 연간 수입규모는 7천톤 내외로 추산되고 있으나 일본소비자의 안전성 의식이 높아 감소추세에 있을 것으로 파악하고 있음
 - 그러나 가격상의 매력으로 저가격 슈퍼에서는 여전히 인기가 있다고 함
 - 중국산은 외식업체 업무용이나 할인점의 특판용으로 주로 유통되고 있음
- 도쿄 aT 자체조사 결과 취급업체에 따라 일본산 김치의 시장점유율 추정치가 70~84.5%, 한국산이 10~25%, 중국산이 2~5% 등 다소 편차를 보였으나 일본산, 한국산, 중국산 점유율이 78:19:3 이라는 의식이 보편적인 듯 함
- 리서치 전문업체인 후지경제는 일본산 점유율 84%, 외국산을 16%로 분석
 - 외국산 중 2~3%가 중국산이고 나머지 13~14%가 한국산일 것으로 업계 추정

□ 생산 및 수급동향

○ 시장규모 증감 동향

- 2002년 한일월드컵 개최를 계기로 김치수요 증가하였으나 2005년 중국산, 한국산 김치 기생충 검출 사건으로 시장규모가 감소하였음. 그러나 최근 김치의 일본 식문화 정착, 엔고현상 등으로 한국산 수출회복 추세
- 면, 빵, 육류 등 식습관의 서구화에 따른 쌀 및 야채소비 감소 현상 등에 따라 일본 전체적인 절임류 시장 규모 축소 경향을 보임
 - 절임류 생산동향 : ('04) 1,033천톤 → ('07) 957 → ('10) 910
- 전체적인 절임류 소비 침체 경향에서 김치 또한 생산량·소비량 감소 경향을 보이고는 있으나 김치는 일본 식문화에 하나의 아이템으로 정착하였음
 - 김치 생산동향(식품수급연구센터) : ('04) 313천톤 → ('07) 243 → ('10) 191
 - 김치 판매액 동향(후지경제) : ('04) 773억엔 → ('07) 669 → ('10) 735

○ 일본 내 유통 주요 김치 현황

회사명	대표 제품명	주 판매처	판매가격	기업판매액 / 점유율
東海쓰케모노	고 쿠 우 마 김 치 (320g)	이토요카도 / 전국 주요 슈퍼	통상판매 398엔 특가판매 198~298엔	9,200백만엔 (12.5%)
미야마	카와고에타츠야이 치오시김치(200g)	이온 / 전국 주요 슈퍼	통상판매 248엔	7,000백만엔 (9.5%)
피클즈	고 항가스스무 김치 (200g)/일본산	이토요카도 / 전국 주요 슈퍼	통상판매 298엔 특가판매 198엔	5,500백만엔 (7.5%)
빙고쓰케모노	和風キムチ(600g)/일본산	다이에 / 전국 주요 슈퍼	통상판매 398엔 특가판매 298엔	4,800백만엔 (6.5%)
푸드레벨	牛角한국직송김치 (400g)/한국산	전국 주요 슈퍼	통상판매 398엔 특가판매 298엔	3,300백만엔 (4.5%)

자료) 후지경제

- 東海쓰케모노는 2000년 김치사업에 참가한 후발주자였으나 2004년 발매한 고쿠우마가의 적극적인 마케팅으로 2007년 시장 톱브랜드로 성장하여 2009년까지 성장세가 지속되었으나 2010년도의 성장은 다소 둔화될 것으로 전망
- 미야마는 2009년 이온그룹 PB상품 개발, 2010년 인기 셰프 川越達也(카오고 에타츠야)를 활용한 川越達也이치오시김치가 히트하여 성장세 지속 전망

- 피클즈코포레이션은 고향가스스무 시리즈의 TV CM 등 적극적 판촉활동을 통해 매출 호조를 보이고 있으며 서서히 시장 점유율을 높이고 있음
- 푸드레벨은 2009년 타사제품의 저가격 경쟁에도 적정가격 판매를 이어가며 동북지역, 킨키지역 TV CM을 통해 판매호조를 보이고 있음. 2010년에는 한국의 일기불순으로 인한 배추가격 폭등으로 시장점유율 증가에는 미치지 못함

○ 수급동향

(단위 : 천톤)

구 분	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11. 7
일본산(a)	284.9	252.1	243.0	237.9	209.2	191.2	119.9
한국산(b)	29.7	22.8	23.5	23.5	24.4	24.1	12.9
중국산(c)	9.4	7.3	6.9	5.7	6.1	7.1	4.2
합계(a+b+c)	324.0	282.2	273.4	267.1	239.7	222.4	137.0

자료) 일본수급센터, KATI, 일본재무성 무역통계 및 김치업계

2. 유통 및 소비동향

□ 유통 현황

- 김치의 유통경로는 전국적인 유통을 위해 내셔널 벤더나 로컬 벤더를 이용하는 경우가 대부분이며 유통기한의 문제로 로컬벤더를 통한 유통 선호
- 일본산 및 한국산은 대형유통매장 및 슈퍼마켓 등 소비자 접촉이 많은 곳에서 주로 소비됨
- 최근 저가지향 추세에 따라 슈퍼마켓 PB브랜드나 특판 제품을 중심으로 도매상을 경유하지 않고 슈퍼마켓 배송센터에 직접 납품하는 형태 증가
- 중국산은 업무용 및 지방의 소형매장 위주로 판매되고 있으나 식품위생 및 안전에 대한 부정적 이미지로 패밀리 레스토랑, 대형 이자카야 체인점 등의 납품에 애로

○ 원산지별 유통경로 비교

- 일본산 김치의 유통경로

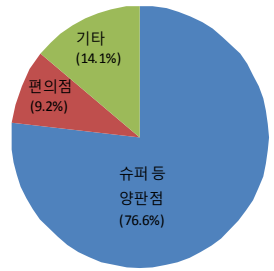
- 제조업체 → 절임류도매상 → 소매점 → 소비자(55~60%)
- 제조업체 → 슈퍼마켓(특판제품 중심) → 소비자(15~20%)
- 제조업체 → 외식도매상 → 외식업체 등 (20~30%)

- 한국산 김치의 유통경로

- 통상 수입업체 주도로 전국 및 로컬 도매상을 통해 유통하는 것이 일반적이나 현지지사를 보유한 업체는 현지 지사가 수입하여 판매대행업체를 통해 유통망 확충
- 수출업체 → 수입업체 → 도매상 → 소매점 → 소비자 (일반적 경로)
- 수출업체 → 수입업체 → 대리점 → 도매상 → 소매점 → 소비자(지사보유)
- 수출업체 → 수입업체 → 소매점 → 소비자 (PB제품)

<일본 시판김치의 채널별 판매동향>

(단위 : 백만엔,%)

구분	2009년		2010년(P)		2010년 구성비
	판매액	구성비	판매액	구성비	
슈퍼 등 양판점	38,600	76.1	40,700	76.6	
편의점	4,800	9.5	4,900	9.2	
기 타	7,300	14.4	7,500	14.1	
계	50,700	100.0	53,100	100.0	

자료) 후지경제

경쟁상황

○ 가격경쟁

- 한국산은 대부분 400g 포장제품으로 298엔~398엔의 가격대를 형성하고 있으며, 최근 출시된 CJ에바라 김치는 300g 타입으로 358엔대로 가격 설정
- 1g당 단가기준으로는 우각김치 특매가가 0.695엔으로 최저, CJ에바라가 1.19엔으로 최고치를 보임
- 일본산은 1g당 평균 1엔이란 인식이 지배적이나 빙고쓰케모노의 和風김치가 0.66엔으로 저가격 전략을 펼치고 있음
- 미야마의 중국산 김치는 1g당 0.5엔으로 한국산, 일본산과 비교하여 50%정도의 저가격으로 설정되어 있음

○ 포장형태

- 일본산 김치는 얇은 사각형 플라스틱 트레이 용기에 높이를 낮추는 대신 가로, 세로 폭이 큰 포장으로 착시효과에 따른 볼륨감과, 신선감을 강조하는 포장형태가 다수
 - 한국산 및 중국산은 수출시 파손 위험에 따라 일본산 보다 두꺼운 플라스틱 재질의 원형 PET병이 대부분으로 일본산과 비교시 볼륨감이 적은 듯한 느낌이 있음
 - 오랜 경기침체 현상으로 일본시장은 저가격 제품이 선호되고 있어 김치의 경우 실질적으로 단가차이가 크지 않음에도 볼륨감 있는 제품의 선호도가 높아 일본산 김치의 포장형태는 참고사항이 될 듯 함
- * '11년 신규출시된 미야마의 한국신선직행편極(키와미) 김치가 일본산 포장 형태를 도입, 수입시 하중에 견딜 수 있도록 굵은 종이재질로 표면 커버

○ 주요제품 판매현황(2011. 9. 15 기준)

판매처 (샘플 구입처)	원산지	제조사명	상품명	용량 (g)	가격 (엔)	단가 (1g/엔)	포장형태 (사진)
이토요카도	일본	東海漬物	코쿠우마김치	320 g	298	0.93	
이토요카도	한국	피클즈	고향가스스무김치	200 g	248	1.24	
이토요카도	한국	푸드레벨 (삼진제조)	牛角한국직송김치	400 g	278	0.695	
이토요카도	일본	푸드레벨	牛角베타라de김치	250 g	298	0.99	
이토요카도	한국	이토요카도PB (삼진제조)	7프리미엄 한국김치	300 g	258	0.86	
이토요카도	한국	에바라CJ 후레쉬	오이시김치	300 g	358	1.19	
저스코	한국	이온PB (건식제조)	토피밸류 한국김치	400 g	298	0.74	

판매처 (샘플 구입처)	원산지	제조사명	상품명	용량 (g)	가격 (엔)	단가 (1g/엔)	포장형태 (사진)
저스코	한국	미야마 (건식제조)	한국신선직행편極김치	300 g	298	0.99	
저스코	일본	미야마	川越達也이치오시김치	200 g	248	1.24	
저스코	일본	아키토식품	왕도김치	200 g	298	1.49	
신주쿠 마루에이	일본	빙고즈케모노	和風김치	600 g	398	0.66	
로손100	중국	미야마	ルーさんのこだわり김치	200 g	100	0.5	

□ 소비현황

○ 일본 김치 판매현황

순위	상 품 명	용량 (g)	판매금액 (천엔)	금액 점유율 (%)	판매개수 (개)	판매 점유율 (%)	평균 가격 (엔)	비고
1	東海 こくま 熟うま辛キムチ 白菜	320	16,860	12.6	57,048	10.1	295.5	
2	美山 川越達也イチオシキムチ	200	12,723	9.5	61,838	11.0	205.8	
3	フードレーベル 牛角 韓国直送キムチ	400	7,989	6.0	26,456	4.7	302.0	한국산
4	ピックルス ご飯がススム キムチ	200	7,584	5.7	36,993	6.6	205.0	
5	東海 プチこくま キムチ 2食パック	100	5,183	3.9	28,454	5.1	182.1	
6	エバラ おいしいキムチ ボトル	400	3,102	2.3	9,129	1.6	339.8	한국산
7	備後漬物 旨えびキムチ	450	3,046	2.3	10,727	1.9	284.0	
8	美山 韓国新鮮直行便 極 キムチ	300	3,028	2.3	9,671	1.7	313.1	한국산
9	フードレーベル 牛角 べったらdeキムチ	250	2,780	2.1	10,512	1.9	264.5	
10	北日本F スーパー極上キムチ	330	2,379	1.8	8,102	1.4	293.6	
11	香味小夜子 美味かキムチ	180	2,376	1.8	10,823	1.9	219.6	
12	秋本 王道キムチ	200	2,114	1.6	7,696	1.4	274.7	
13	高麗 黄さんの手作りキムチ 鶴橋通の味	350	1,636	1.2	5,977	1.1	273.7	
14	ピックルス ご飯がススム キムチ 辛口	200	1,410	1.1	6,965	1.2	202.5	
15	備後漬物 吉野家キムチ	200	1,363	1.0	6,473	1.2	210.5	
16	徳山 鶴橋 キムチ	400	1,256	0.9	4,411	0.8	284.7	
17	徳山 大阪鶴橋白菜キムチ	330	1,084	0.8	5,924	1.1	183.0	
18	備後漬物 和風生キムチ	650	1,081	0.8	3,282	0.6	329.4	
19	備後漬物 生活良好 熟うまキムチ	320	1,045	0.8	4,237	0.8	246.7	
20	宗家こだわりキムチ	400	1,031	0.8	2,945	0.5	350.0	한국산

자료) 日経POS데이터 / 2011년 8월

* 日経POS데이터 : 전국 주요수퍼 주요도시의 주요점포의 데이터 바탕으로 한 판매트렌드 정보

- 동해쓰케모노, 미야마, 피클스 등 일본산 김치가 상위에 랭크된 가운데 푸드 레벨의 우각(3위), 새로출시된 CJ에바라의 오이시이김치(6위), 미야마의 한국 신선직행편 키와미(8위), 종가김치(20위)가 20위권에 선정됨
- 1g당 1엔 단가를 기준으로 소비가격도 형성되어 있으나 200엔대 가격 형성 제품이 다수 랭크되어 용량보다는 합리적인 가격의 상품이 인기가 높은 것으로 나타남
- 한국식의 매운맛 김치, 신맛의 숙성김치 보다는 일본풍의 단맛이 가미된 제품들이 인기가 있음
 - 최근의 일본인은 신맛, 매운맛을 싫어하는 경향이 있으나 최근 매운음식 트렌드가 인기를 끌면서 달지만 매운맛은 인기가 있음
 - * 신맛의 일본식 매실짬아치도 최근 단맛을 강조하는 경향
 - 도쿄 aT 사내 시식결과 피클즈의 고향가스스무 김치가 단맛이 강한 제품으로 느껴졌음, 본제품은 단맛을 선호하는 초등학생을 비롯한 젊은 층을 타겟으로 TV CM 전개 중

3. 수출확대방안

□ 향후 전망

- 일본인의 미각에 맞춘 맵지않고 마일드한 맛의 김치가 인기가 있는 반면 한국산 적당히 매운 김치도 일정의 수요가 있어 양분화 경향 추세
 - 한국산은 적당히 “매운 맛”과 “본고장 한국김치”라는 이미지가, 일본산은 “맵지 않은 맛” 과 “신선도가 좋고 안전하다”는 이미지가 지속
- 일본 김치업계는 뛰어난 제품 개발력을 바탕으로 일본인의 미각에 맞춘 제품의 출시로 시장점유율을 점진적으로 늘려갈 것으로 보이며, 한국산은 보합세 또는 다소 감소할 것으로 보는 의견이 다수
 - 산미가 억제된 맵지 않고 단맛이 나는 일본산 김치의 인기를 바탕으로 당분간 일본 김치 제조업체들의 일본 시장 점유율 확대는 지속될 것으로 전망
 - 일본 김치 제조업체들은 한국의 숙성김치 맛에 최대한 근접하기 위한 꾸준한 연구와 포장용기 개선노력(소량화, 다양화)등으로 시장점유율 확대하고 있음

- 또한 일본 김치업체들이 지하철 광고, TV 광고 등에 대한 투자로 일본 소비자들에 대한 인지도는 더욱 강화될 것으로 보이며, 상대적으로 한국산 김치의 입지는 약화될 것으로 보임

□ 수출확대 방안(수입업체 의견 등)

- 다양한 김치중량 및 포장용기 개발을 통한 현지 소비트렌드 대응
 - 400g PET 병에서 탈피하여 내용물을 볼 수 있고 시각적으로 볼륨감 있어보이는 용기 개발 등으로 소비촉진 도모
 - 한국음식 수요증가에 맞춰 찌개용, 볶음용, 반찬용 등으로 다양화, 세분화된 제품을 소포장으로 출시하는 등 제품 개발 노력 필요
- 연구 및 벤치마킹을 통한 가격경쟁력 확보, 일본인 취향 등 반영한 상품개발 필요
 - 피클즈의 고향가스스무 김치의 경우 맵기를 중간매운맛, 매운맛의 2제품으로 출시하고 있는 등 매운맛을 싫어하는 일본인의 취향에 대응하고 있음
 - 일본산 김치업체가 한국산 김치의 맛에 대한 연구를 통해 시장확대 도모했듯이 한국 기업도 일본의 마케팅기법, 원가절감 기법 등의 벤치마킹을 통해 가격경쟁력과 신상품 개발로 한국김치 시장 확대를 위한 노력필요
- 한국 김치만의 특징과 한식 붐을 활용한 계절별 홍보마케팅 실시
 - 한국 본고장 김치(숙성 발효 김치) 인지도 확대를 위해 김치 전용 냉장쇼케이스 보급 지원 방안 강구 등을 통한 한국식 본고장 김치 선호 소비자층 육성
 - 봄, 여름철 전략상품으로 백김치 및 물김치에 하절기 계절메뉴인 냉면의 육수 등으로 물김치 사용 방법 홍보 등 한국요리 붐 현상을 활용, 조화되는 한국음식 연계 홍보 구사
 - 가을, 겨울상품으로 포기김치 집중홍보 및 국물요리 등 음식연계 홍보 등
- 일반소비자의 한국산 김치에 대한 확고한 인식 제고를 위해 김치캐릭터 부각시킨 마케팅 강화
 - 김치캐릭터 부착제품만이 본고장 한국 수입 김치라는 인식 확대 도모