

그래프로 보는 일본의 김치 소비동향



aT 한국농수산물유통공사
오사카 aT센터

사전 공지 사항 : 데이터 통계 관련

본 조사 내용 중 유통업체(양판점) 소비동향 통계 데이터는 K업체가 제공하는 POS데이터를 기준으로 작성되었으며, 해당 POS데이터는 **일본 전국의 150개 유통업체 884점포**의 판매 데이터를 기준으로 하고 있음

데이터 수집 대상 유통매장의 비중은 **전국의 5% 규모**로서 5% 이상이면 통계적 데이터로서 신뢰성이 있다고 할 수 있음

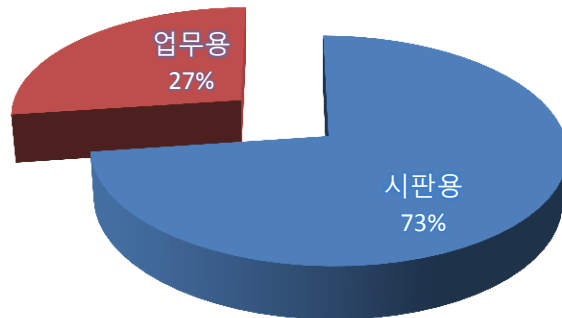
그럼에도 불구하고, **지역별** 판매력이 강한 유통업체의 데이터 수집이 누락된 경우에는 **데이터 상 다소의 차이 발생 가능성**이 있으므로, 본 데이터는 참고적인 통계로서만 활용하시기 바람

순서

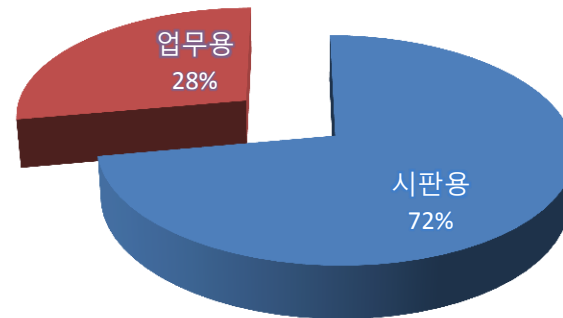
1. 김치의 용도별 판매동향
2. 시판용 김치의 채널별 판매동향
3. 양판점의 김치 판매동향
4. 양판점의 원산국별 김치 점유율
5. 양판점의 원산국별 김치 제품 수
6. 양판점의 원산국별 김치 평균단가
7. 일본 내 지역별 김치 매출규모
8. 2014.1~8월 원산국별 판매수량 추이
9. 2014.1~8월 원산국별 제품 수 및 단가
10. 2013~2014.8월 월별 한국산 매출 동향
11. 2013~2014.8월 월별 원산국별 매출 동향
12. 시사점

김치의 용도별 판매동향[금액기준]

2012년



2013년(P)



(단위 : 백만엔)

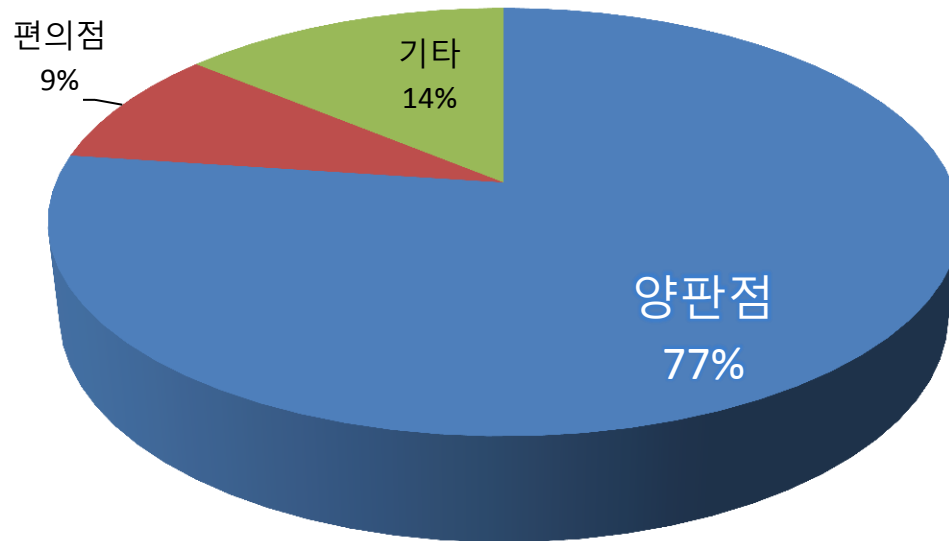
구분	2012년	2013년(P)
시판용	53,100	51,600
업무용	19,800	19,900

자료 : 일본 민간 경제연구소

김치 소비가 감소하는 가운데 업무용 비중은 증가 추세

시판용 김치의 채널별 판매동향(금액기준)

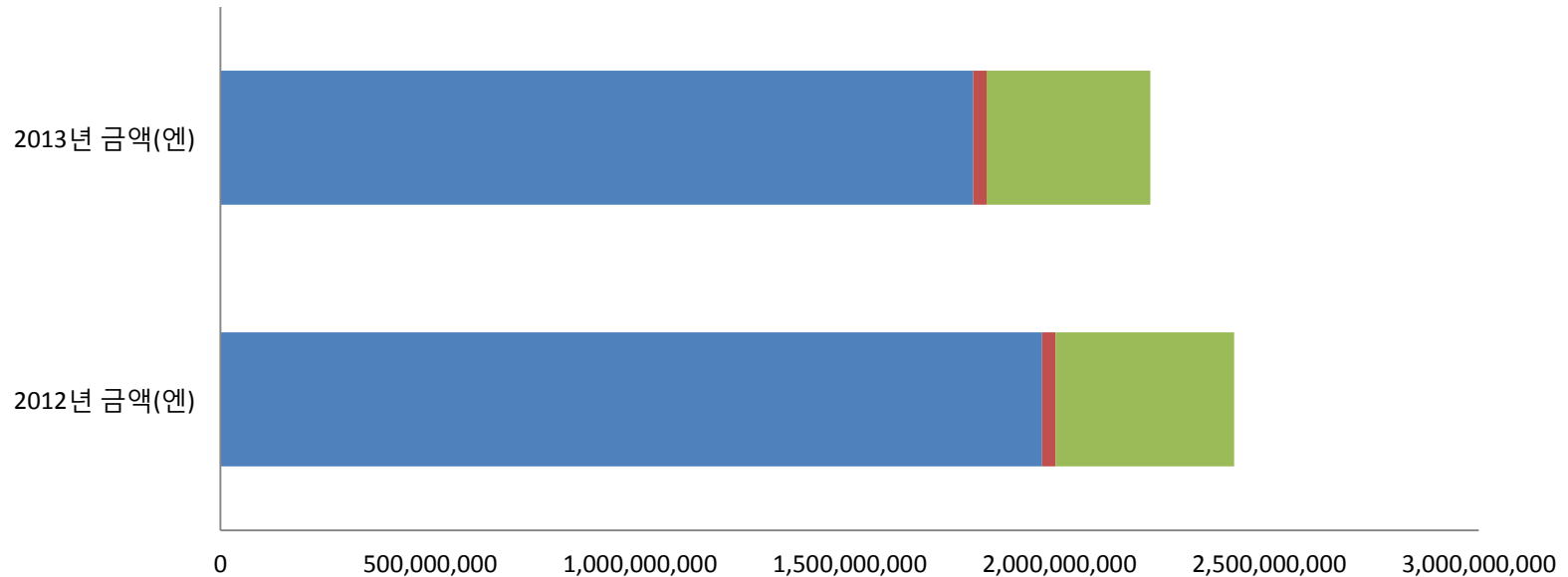
2013년(P)



자료 : 일본 민간 H경제연구소

양판점 소비가 가장 많으므로, 양판점에 대한 소비 분석 필요

양판점의 김치 판매동향[금액기준]

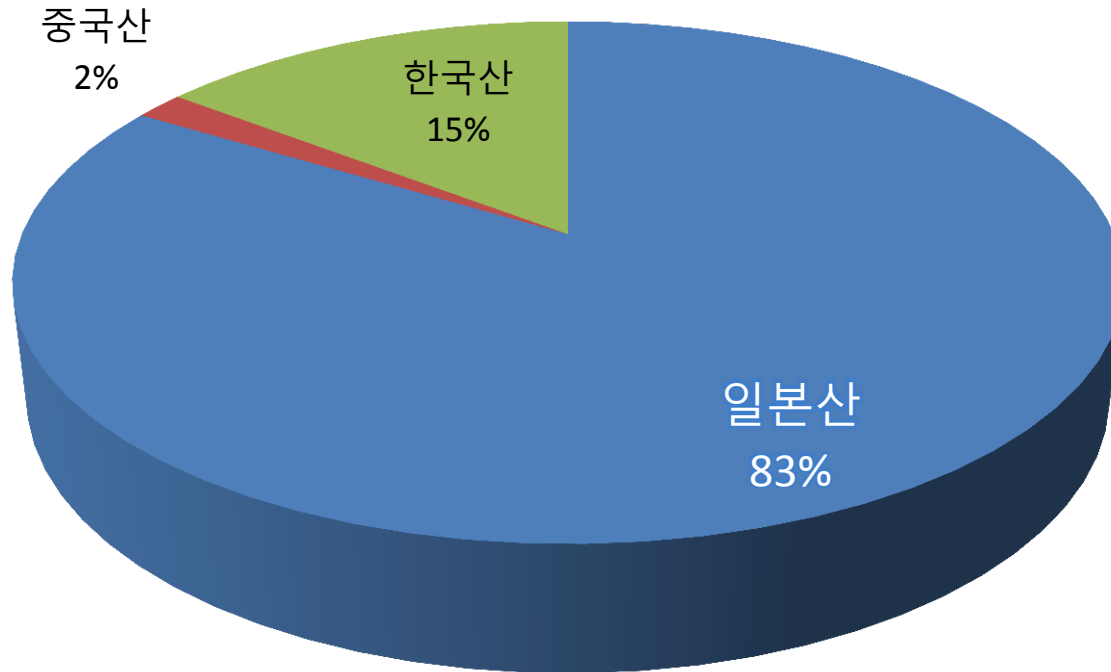


	2012년 금액(엔)	2013년 금액(엔)
■ 일본산	1,958,463,403	1,794,605,095
■ 중국산	33,082,295	32,063,658
■ 한국산	424,880,845	390,008,563

자료 : K사 POS데이터

2013년 김치 소비는 전년대비 약8% 감소

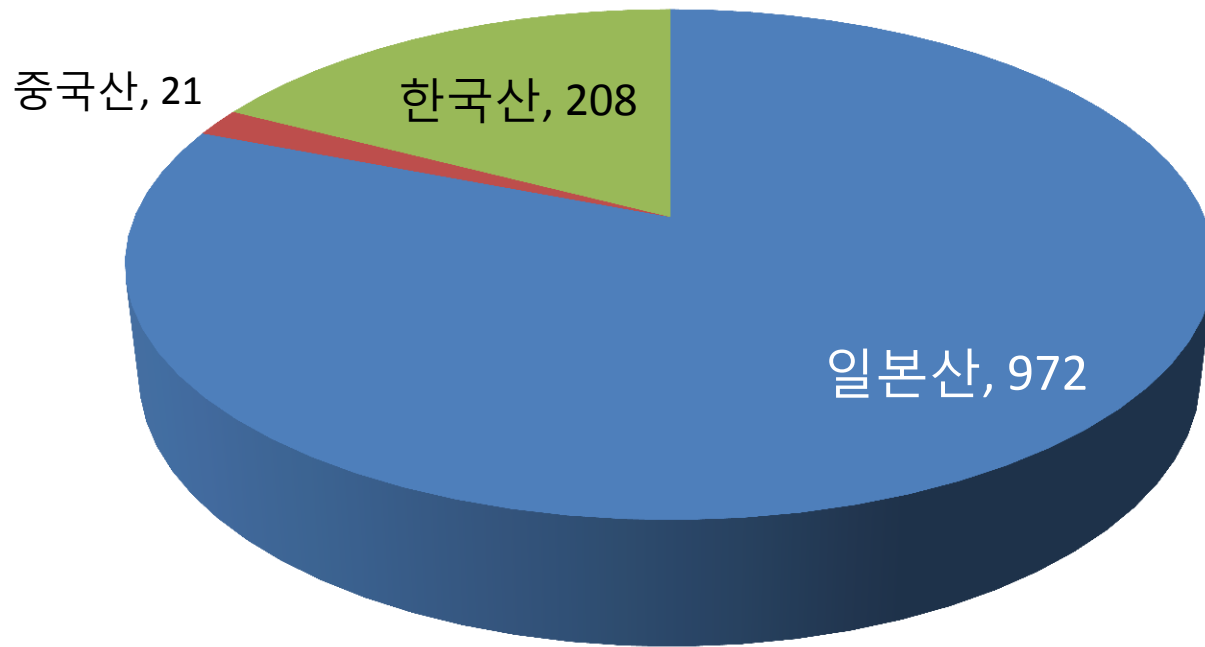
양판점의 원산국별 김치 점유율(2013년 수량기준)



자료 : K사 POS데이터

최근 한국산의 점유율은 꾸준히 15% 수준에 머물고 있음

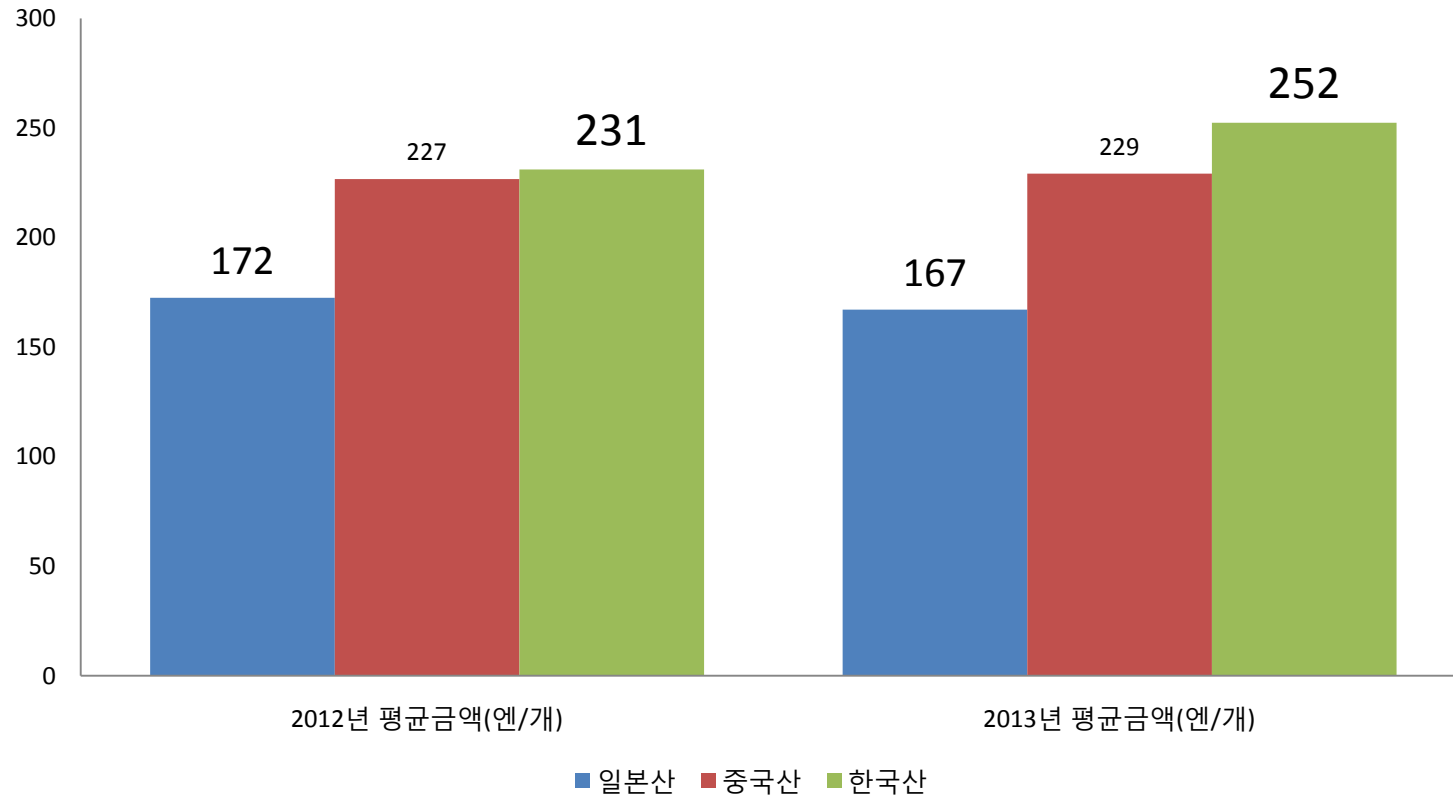
양판점의 원산국별 김치 제품 수(2013년 수량기준)



자료 : K사 POS데이터

제품 수에 있어서는 한국산이 약 17%를 차지함

양판점의 원산국별 김치 평균단가[엔/개]



자료 : K사 POS데이터

한국산의 가격은 오르고, 일본산은 오히려 내림 (중국산은 평균 용량이 500g~1kg)

일본 내 지역별 김치 매출규모(금액기준)

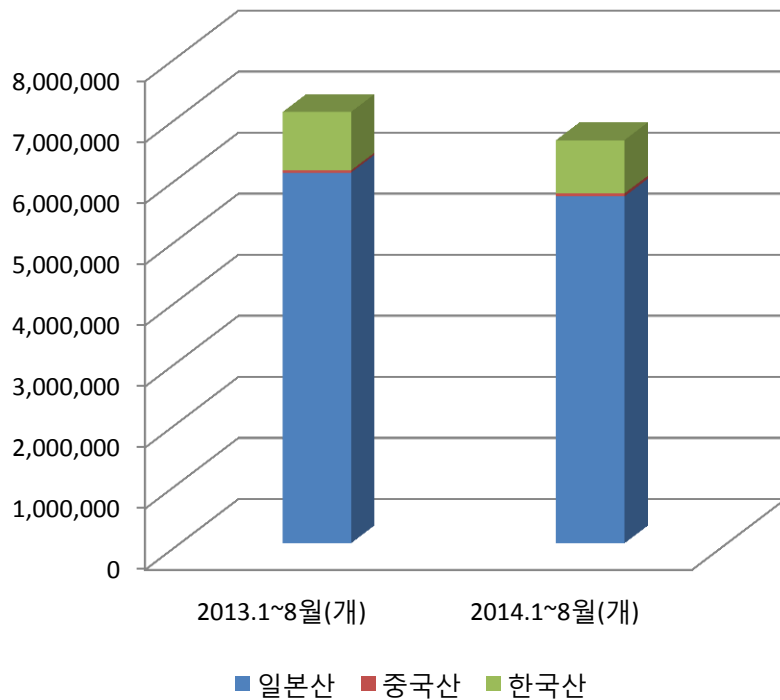


자료 : K사 POS데이터

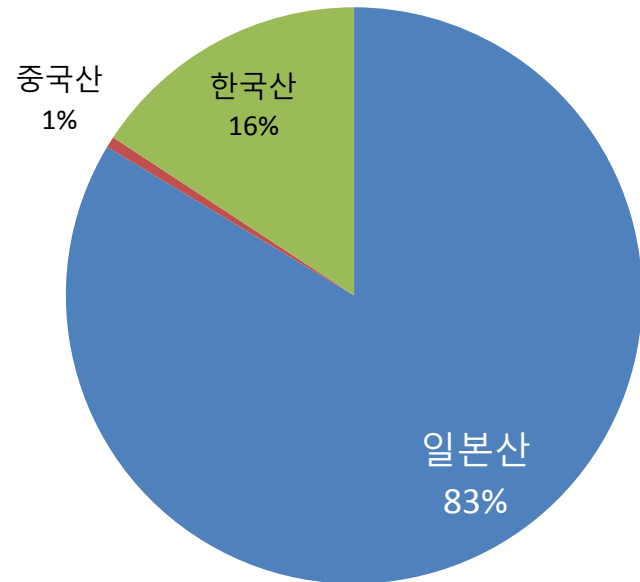
한국산이 미약한 시코쿠에서의 소비가 가장 적게 나타남

2014.1~8월 원산국별 판매 수량 추이_(전년대비)

[판매수량]



[원산국별 점유율]

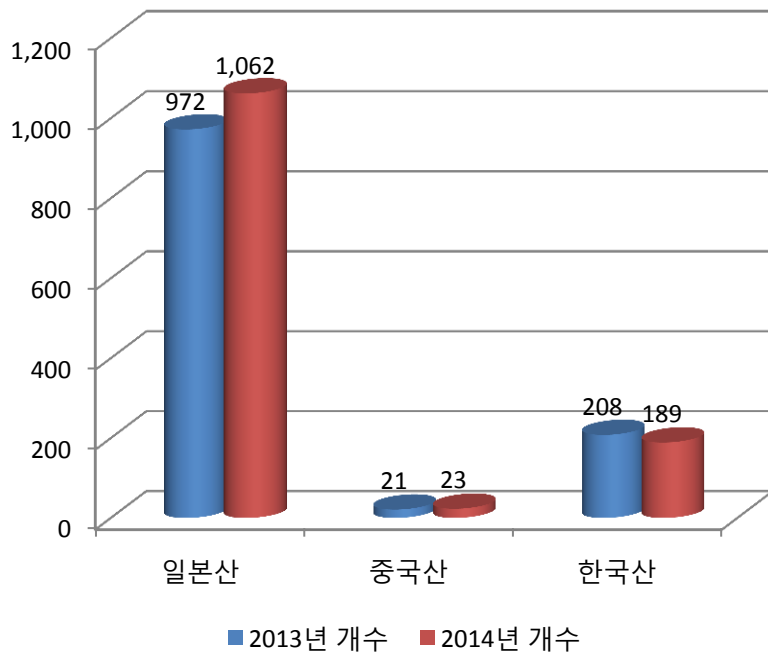


자료 : K사 POS데이터

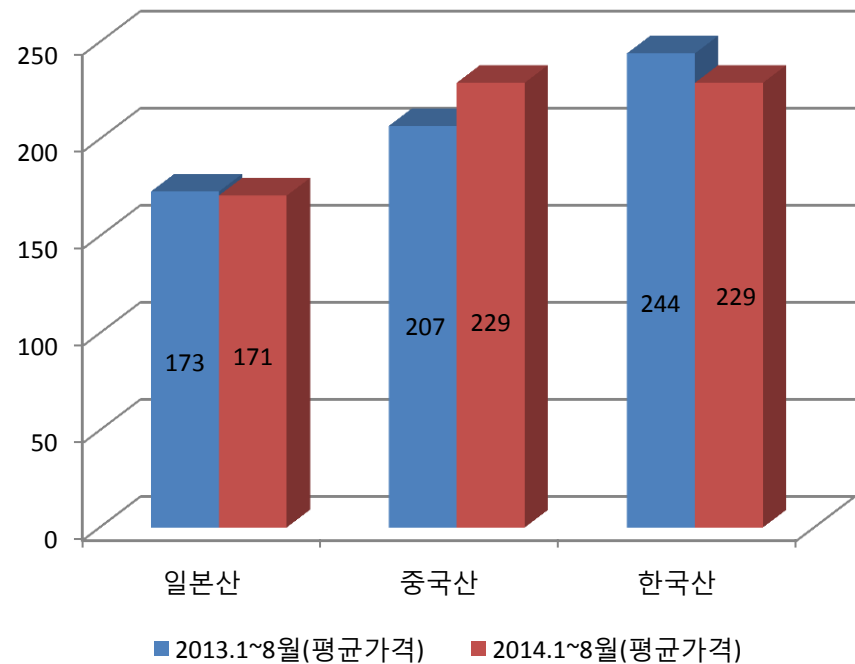
2014년에도 김치 소비는 감소세이나, 한국산 점유율은 소폭상승

2014.1~8월 원산국별 제품 수 및 단가(전년대비)

[제품 수]



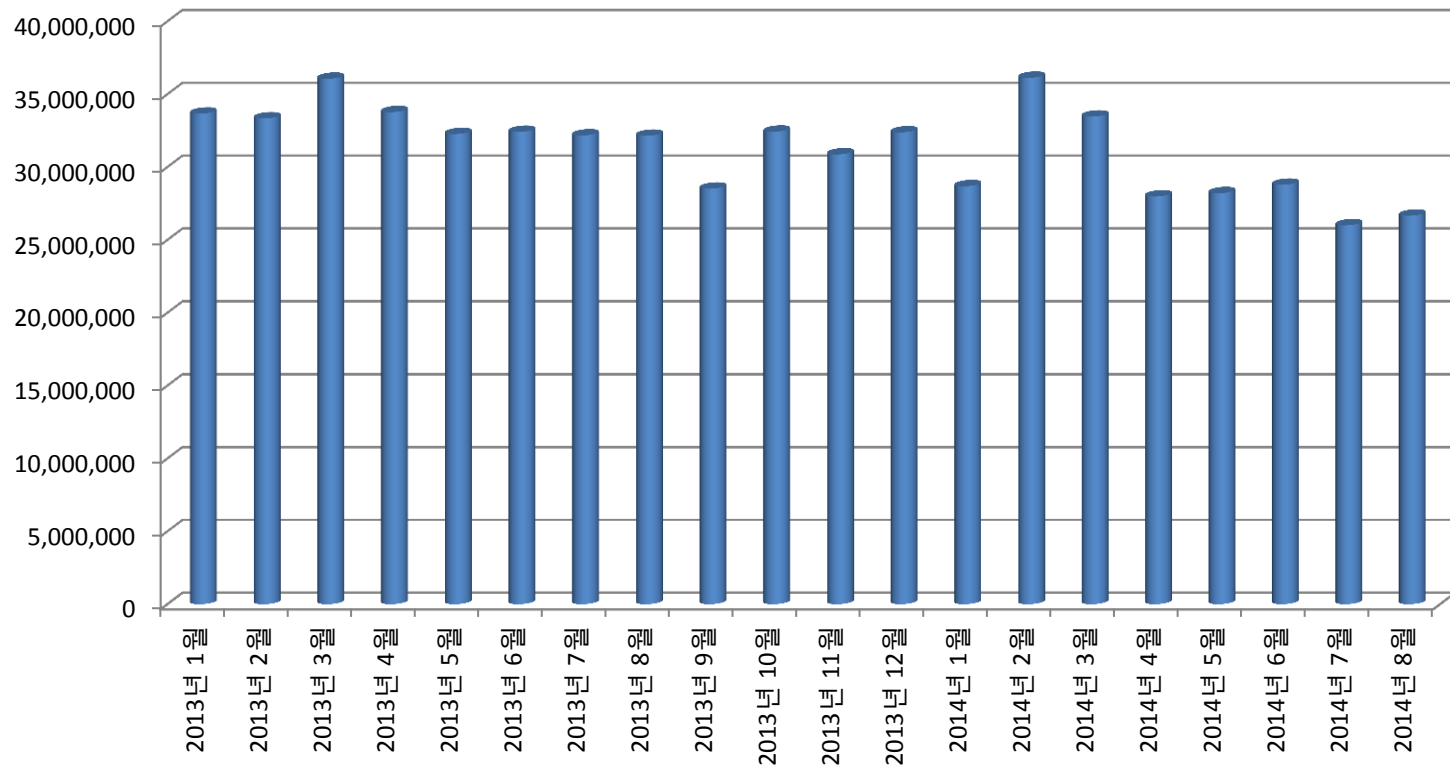
[판매 단가(엔/개)]



자료 : K사 POS데이터

일본산은 다양한 신제품 출하 / 반면, 한국산은 제품 수가 감소

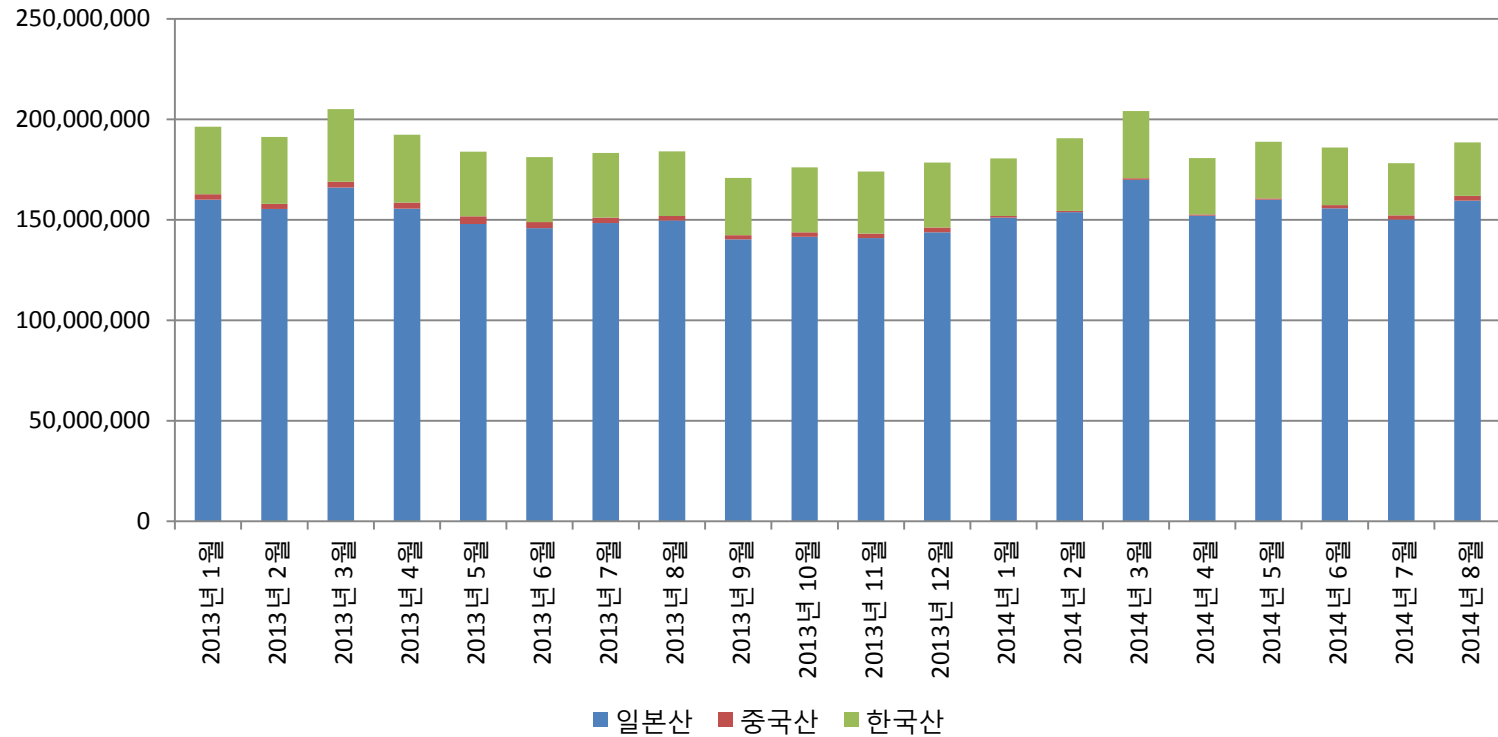
2013~2014.8월 월별 한국산 매출동향(금액기준)



자료 : K사 POS데이터

한국산 김치의 단가하락에도 매출은 전년대비 급격히 감소

2013~2014.8월 월별 원산국별 매출동향(금액기준)



자료 : K사 POS데이터

2014년도 여름은 일본산의 약진으로 한국산 매출 감소

시사점 및 대일 수출 시 개선 필요 사항

업무용 김치시장 확대에 따른 대책 강구 ... **업무용 냉동김치 개발**

일본 내 연구소를 통한 위탁 연구를 통해 한국산 발효김치의 우수성 재 검증

현지 기관을 통해 재 검증한 김치의 우수성, 효능 등에 대해 재차 홍보 확대

대기업을 압도하는 지역별 지역밀착 유통업체에서의 판촉 확대노력

용량, 용기, 디자인 등 제품의 다양화를 통한 다양한 고객층 확보 노력

한국산은 분명히 다르다는 것에 대한 소비자 인지도 확대 노력 필요