

김 치

복우근 · 농수산물유통공사 해외조사부 과장

1. 개 요

■ HSK Code : 2005-90-1000

■ 관세율 : 없음

■ 김치의 정의

○ 김치는 주원료인 절임 배추에 여러 가지 양념류(고춧가루, 마늘, 생강, 파 및 무 등)를 혼합하여 제품의 보존성과 숙성도를 확보하

기 위하여 저온에서 젖산생성을 통해 발효된 제품.

2. 생산 및 수출 동향

가. 생산동향

○ 국내 김치 생산량은 연간 150만톤 정도로 추정되며, 이중 배추김치가 약 70%인 105만톤수준이고, 총각김치 · 오이김치 등 기타 김치가 나머지를 차지하고 있음.

〈 국내 김치시장 공급구조 〉

(단위 : 천톤)

합 계	가정생산 김 치	시 판 김 치						요식업체 생산김치
		계	공 장 김 치				즉석 김치	
			소 계	가정용	대량 수요처	수 출		
1,500	890	500	400	131	240	29	100	110

자료) 한국식품개발연구원

주) 공장김치중 대량수요처용은 단체급식, 군납, 요식업체 등의 수요임

- 우리나라의 국민 1인당 1일 김치 소비량은 90g 정도이며 매년 감소추세를 보이고 있으나 젊은 여성의 사회진출에 따른 맛별이 주부 증가와 식생활의 편의 경향 추구로 인해 공장 김치 생산량이 큰폭으로 증가추세임.

나. 수출동향

- 우리나라 최대의 김치 수출시장은 일본으로서 일본시장을 중심으로 살펴보면 김치 수출은 88서울올림픽을 계기로 김치가 세계적으로 알려지면서 수출이 본격적으로 늘기 시작했으며 '88년 당시 13백만달러에 불과하던 수출이 '93년 34백만달러로 늘었고, '95년에는 51백만달러로 증가했으며, '99년

과 2000년에 수출이 대폭적으로 늘어 각각 79백만달러 수준을 기록.

- '01년에는 주 수출시장인 일본의 엔화약세에 따른 수출단가 하락 및 광우병 발생으로 야키니쿠점(불고기집) 등의 영업용 수요감소 등으로 인해 물량은 소폭 증가하였으나 수출금액은 대폭 감소하였음.

- '02년 들어 한일 월드컵 특수와 업체들의 적극적인 홍보로 인하여 재차 '00년 수준을 회복하였으며 '03년 들어서는 외식업체의 영업용 수요회복과 소포장 제품을 중심의 소비 증가로 수출 증가세가 계속되고 있음.

〈 국내 공장김치 생산현황 〉

(단위 : 만톤, 개소)

구 분	1995	1997	1999	2000	2001(추정)
김치 생산량	140	150	157	155	154
공장김치생산량	22	41	45	46	50
김치 생산업체	200	460	550	600	650

자료) 농림부

〈 김치 국가별 수출동향 〉

(단위 : 천톤, 천불)

구 분	2000		2001		2002		2003.11	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전 체	15.9	78,847	23.8	68,731	29.2	79,318	30.2	84,646
일 본	15.2	76,463	22.2	65,028	27.1	74,126	27.9	79,034
미 국	0.2	579	0.6	1,518	0.8	1,909	0.7	1,931
대 만	-	132	0.1	334	0.4	969	0.4	857
홍 콩	0.1	343	0.1	355	0.2	394	0.2	490
기 타	0.4	1,330	0.8	1,496	0.7	1,920	1.0	2,334

자료) 농수산물유통공사, KATI

3. 일본시장 김치 수출여건

가. 시장특성

- 일본의 김치시장 규모는 '02년 기준 약 40만 톤 수준
 - 자체 생산량 35만톤, 수입 3만톤[한국산 2만 7천톤, 중국산 3천톤(추정)], 즉석김치(백화점 및 한국식품점 제조 판매) 등 약 2만톤
- 일본 김치시장 성장 배경
 - 서울올림픽 이후 한국 방문객 급증으로 한국 식문화 급속 전파 보급
 - 일본 전통 절임류 소비감소에 따른 일본 절임업체의 적극적인 시장 참여
 - 한국김치의 지속적인 공급확대 및 홍보 등 정책적 지원
 - 매스컴의 김치 미용, 건강효과 소개 및 젊은 층 호응
- 금후 시장전망
 - 일본 소비자의 김치 이용폭 확대에 따른 수요증가(생식 중심에서 점차 요리재료로서 이용확대 추세, 김치찌개, 김치볶음, 비빔밥 등)
 - 요식업소의 김치메뉴 개발확대에 따른 영업용 수요 증가
 - 김치 이용용도 확대에 따른 정통 한국 발효 김치 수요 증가
 - 중국산 절임배추 수입증가와 더불어 향후 완제품 수입확대 가능성 내재

나. 시장 동향

- 일본의 김치시장은 서울올림픽 이후 서서히 확대되기 시작하여 1990년대 후반 한국식품 붐과 더불어 매년 20~50%의 급격한 신장세를 보였으며 1997년 이후 5년 사이에 3배 가까운 증가세를 보였고 2000년 이후 경기침체 및 소비지출 감소 영향으로 확대 규모는 둔화되는 추세에 있음.
- '90년대 일본식 마일드 김치 생산 중심에서 최근 들어서는 김치찌개 등 소비자들의 김치 이용폭 확대 및 한국풍 김치 선호 경향에 맞춰 젓갈류를 첨가한 한국풍 김치의 생산이 증가추세에 있으며 유통업체의 가격경쟁에 대응하기 위하여 중국산 원료수입 및 중국 현지생산 기업들이 늘고 있음.
- 2000년이후 이자카야, 가라오케 등의 적극적인 김치메뉴 개발 등으로 인해 영업용 수요는 증가추세인 반면, 일반 가정용 소비는 둔화되는 추세이며 경기침체로 유통업체의 가격경쟁 심화에 따른 판매단가의 하락경향이 지속되고 있음.
- 일본의 김치 생산량은 1991년의 85천톤을 정점으로 이후 감소 추세를 보이다가 1994년 이후 급격히 증가하여 2002년에는 386만톤에 달하였으며 전체 절임류중 김치가 차지하는 비중도 '02년 약 33%까지 확대되어 김치가 일본의 절임류 시장을 석권하는

〈 일본의 김치 시장규모 〉

(단위 : 천톤, %)

구 분	2000		2001		2002		전 년 동 기 대 비			
							2002, 9		2003, 9	
	물량	점유율	물량	점유율	물량	점유율	물량	점유율	물량	점유율
절임류 계	1,176.0	100.0	1,185.8	100.0	1,183.6	100.0	882.1	100.0	851.5	100.0
김 치 계	342.3	(29.1)	373.3	(31.5)	413.6	(34.9)	303.5	(34.4)	306.9	(36.0)
일 본 산	320.0	93.5	351.1	94.1	386.2	93.4	283.5	93.4	283.9	92.5
한 국 산	22.3	6.5	22.2	5.9	27.4	6.6	20.0	6.6	23.0	7.5

자료) (사)식품수급연구센터
주) 2003년 실적은 속보치임

양상을 보이고 있음.

추세에 있음.

- 최근 한국산 김치는 일본 외식업체(불고기 집)의 수요 회복 및 본고장 김치에 대한 현지 소비자 인식 제고 등으로 소비가 늘고 있는 추세로 일본내 시장점유율은 '03.9월말 현재 전체 시장의 7.5%를 차지해, 전년동기 6.6%에 비해 0.9% 상승하고 있음

- 포장용량은 병김치의 경우 400g이 주종을 이루고 있으나 최근 80g 소포장이 편의점을 중심으로 판매호조를 보이고 있으며 업무용도 늘어 전체 김치수입의 30%정도로 추정됨

다. 수입동향

- 일본의 한국산 김치수입은 1988년 서울올림픽 이후 꾸준히 증가하기 시작하여 한국 식품 붐과 함께 1990년대말 급속한 증가세를 보였으나 일본기업들의 시장참여 확대 및 수요둔화 등의 영향으로 2000년 이후 증가세가 둔화된 상태임.
- 한국산 김치의 수입단가는 일본 유통업체의 가격경쟁 심화로 하락 추세가 지속되고 있으며 이전에는 소매용이 대부분 수입되었으나 최근들어 업무용 수요가 점차 늘어나는

- 중국산 김치의 수입실적은 현재로서는 정확한 통계 집계가 어려운 상태이나, 중국산 김치를 생산하는 공장의 생산규모, 대형매장에서의 중국김치 판매상황, 김치관련 수출입회사 및 가공업체들의 의견을 종합해 볼 때 연간 약 2,500톤~3,000톤 수준이 될 것으로 추정됨
- 중국산 김치의 경우 작년까지만 하더라도 JUSCO 등 일본의 대형유통업체들이 낮은 가격 고마진의 장점으로 인해 취급을 하기도 하였으나, 중국산 농산물에 대한 소비자의 불안심리와 이물질 혼입으로 잦은 클레임 발생 등 안전성 문제로 인해 대형 매장에서 판매는 거의 중단된 상태임

〈 연도별 한국산 김치 수입실적 〉

(단위 : 톤, 백만엔, %, 엔/kg)

구 분	수입실적(한국산)				수입단가
	수입량	증가율(%)	금액	증가율	
1996	10,034	4.1	4,125	38.8	411
1997	10,826	7.9	4,580	11.0	423
1998	15,015	38.7	5,576	21.7	371
1999	23,905	59.2	8,931	60.2	374
2000	22,260	▲6.9	8,410	▲5.8	378
2001	22,197	▲0.3	8,092	▲3.8	365
2002	27,351	23.2	9,486	17.2	347
2002. 9	19,978	▲0.3	6,985	▲4.6	350
2003. 9	23,033	15.3	7,744	10.9	336

자료) 일본 재무성 무역통계

- 그러나 일반 서민들을 상대로 하는 싼 가격을 추구하는 일본내 중·소 슈퍼에서는 중국산 김치가 일부 판매되고 있음.
- 완제품 중국김치의 포장형태는 PET(페트)가 많으며 중량은 400g를 중심으로 1kg, 300g, 150g 등 비교적 다양한 형태의 김치가 수입되고 있음.
- 한편, 일본 국내의 김치생산량 증가와 더불어 중국산 원료용 절임배추 수입이 '00년 이후 급증하는 추세로 주로 일본산 배추와 혼합 사용하는 형태가 일반적임.
- 중국산 절임배추는 금후 일본의 생산량 증가와 맞물려 수입량의 지속적인 증가가 예상되며 완제품도 현지 시장점유 확대 가능성 내재.

- 일본산 김치의 경우 기존 절임업체를 중심으로 시장잠입이 이루어져 유통경로에 있어서도 절임류 유통체계와 대동소이한 양상을 보임.

일본산 김치의 유통경로

- ① 생산업체 → 절임 전문도매점 → 소매점
→ 소비자(점유율 : 55~60%)
- ② 생산업체 → 슈퍼마켓 → 소비자(점유율 : 15~20%)
- ③ 생산업체 → 외식업체등(점유율 : 20~20%)

- 한국산의 경우 총대리점을 통해 수입 유통되는 경우와 일반 바이어를 통해 수입 유통되는 경우로 대별되는데, 일반적으로 자사 브랜드 상품의 경우 총대리점(지사 또는 수입상)을 통해 유통되는 것이 일반적임.

한국산 김치의 유통경로

- ① 수출처 → 총대리점 → 특약점(도매상)

라. 유통현황

〈 중국김치 수출업체의 중국공장의 생산능력 및 판매량 추정 〉

(단위 : 톤)

구 분	공장 최대생산량(추정)		판매량 추정	
	월 최대생산량	연간 최대생산량	월판매량	연간 판매량
(株)美山	300	3,600	40	480
(株)光商	200	2,400	40	480
備後漬物(有)	조사불가능		40	480
(有)아스리드	-	-	16	192
(株)谷野	-	-	10	120
합 계	500	6,000	146	1,752

자료) 농수산물유통공사 오사카농업무역관 조사

주) 판매량 추정은 대형매장을 중심으로 각 유통업체의 판매량을 추적하여 개략적으로 추정한 것으로 정확한 판매량 집계는 수입업체의 경계심 및 유통업체의 정보공개 회피로 불가능한 상황

〈 일본의 대중국 절임배추(김치포함) 수입동향(추정치) 〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	1999	2000	2001	2002	2002.8	2003.8	2003.8/2002.8 증가율
물 량	4,814	14,279	23,484	36,722	21,071	30,881	46.6
금 액	7,755	12,925	22,290	33,769	21,091	26,917	27.6

자료) 일본 재무성 무역통계

주) 일본에서는 김치품목에 대해 별도 HS 코드가 없으므로 중국산 김치(완제품)실적 산정이 어려워 일본 수입통계와 중국 수출통계를 대비하여 추정한 수치임.

- 양관점,소매점(소매상) → 소비자
- ② 수출처 → 총대리점 → 소비자
- ③ 수출처 → 대형슈퍼 → 소비자
- ④ 수출처 → 수입상 → 도매상 → 소매상 → 소비자
- 김치의 유통단계별 마진율은 도매단계에서 10%, 소매단계에서 30% 정도이며, 생산업체에서 바로 대형 슈퍼마켓으로 유통될 경우 마진율은 40% 정도임.
- 일반 소매점포에서는 한국산과 일본산을 함께 취급하는 경우가 대부분이며 일본식 마일드 김치와 젓갈을 함유한 한국산 또는 한국풍

〈 김치의 유통 마진율 (400g병 포장기준) 〉

(단위 : 엔)

구 분	제조원가	통관가격	유통업체 납품가격	소비자 판매가격	유통업체 마진율
한국산	120	140~150	중소업체 : 180 브랜드업체 : 230	400엔	74%~122%
중국산	60	80	130엔	300엔	130%

주) 제조원가는 연간 평균 생산가격 기준. 소비자 판매가격은 정상품매 가격 기준

〈 주요 대형슈퍼의 김치 품목구성 〉

(단위 : 엔)

업체명	한국산	일본산	중국산	계
이토요카도	3	6	0	9
자스코	3	10	1	14
다이에	4	8	1	13
세이유	4	13	0	17

자료) 농수산물유통공사 도교농업무역관 조사('02년)

- 김치로 구분하여 판매하는 형태가 일반적임.
- 대부분의 슈퍼가 한국산과 일본산을 병용하여 판매하고 있으며 품목수는 일본산이 한국산의 2~3배를 차지하고 있음.
- 포장용기는 한국산은 400g이 중심을 이루나 일본산은 250g, 500g, 700g 등으로 다양한 용량으로 판매되고 있음.
- 원산지별 판매가격은 400g을 기준으로 한국산은 400~500엔, 중국산 300엔, 일본산 400엔대의 판매가격 설정이 일반적임.
- 주요 상위 대형유통업체의 김치 판매실태를 보면 최근 1년간 판매한 64개 품목중 지속적으로 판매된 제품은 24개 품목에 불과하여 유통업체의 가격경쟁 심화로 김치의 상품수명이 갈수록 짧아지는 경향을 보이고 있음.

4. 수출확대 및 경쟁력 강화 방안

가. 품질 위주의 경쟁력 확보 및 수출업체 간 과당경쟁 방지

- 현재 우리나라의 최대 김치 수출시장인 일본에서는 국내 수출업체의 과당경쟁 뿐 아

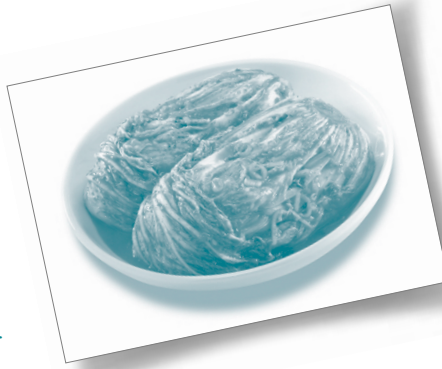
〈 소매점의 원산국별 김치 가격설정 기준 〉

(단위 : g)

내용량	한국산			일본산			중국산		
	표준	최저	최고	표준	최저	최고	표준	최저	최고
80	150	150	158	-	-	-	-	-	-
150	298	-	-	298	208	298	100	-	-
180	288	-	-	298	-	-	-	-	-
250	-	278	398	388	278	398	-	-	-
400	398 498	279	578	398	-	-	298	150	-
500	458	-	-	-	298	840	-	-	-
700	-	-	-	458	378	498	498	-	-

자료) 농수산물유통공사 도교농업무역관 조사('02년)

나라 중국산 김치의
수입 등으로 인한 시
장 난립 현상 발생



추 · 고추 값 변동 등으로 공
급이 불안정해서는 안될
것임

나. 한국 김치의 브랜드 이미지 확산 및 지속 적인 홍보

- 김치의 원재료만을 가지고 볼 때 중국산과 한국산이 별로 차이가 없지만 김치의 중주국은 한국인만큼 차별화된 이미지를 소비자들에게 지속적으로 인식시킬 필요가 있음

다. 고품질의 김치 시장을 집중 공략

- 물량 위주의 밀어내기식 수출 형태보다는 고품질 위주의 내실있는 수출정책이 필요한 것으로 사료됨

라. 한국의 전통적인 발효김치 맛을 강화

- 일본사람들의 경우 처음 김치를 접하게 될 때에는 한국산 수입김치의 강한 맛에 적응하기 힘들어 일본식 김치를 먹는 사람들이 많으나 나중에 느끼한 맛에 질리게 되면 한국산 전통김치를 다시 찾게되는 경향이 있음

마. 안정적인 공급

- 수출의 기본적인 조건이 안정적 공급이라는 것은 너무나 당연한 이야기이며 국내 배

바. 업무용 수요의 개발

- 일본의 김치시장에서 가정용으로 소비되는 김치의 양은 최근 별로 늘지 않는 반면 외식업체들이 필요로 하는 김치수요는 점점 확대되고 있는 추세임
- 외식업체들이 필요로 하는 김치의 경우 저가 납품을 원하고 있기 때문에 일본산 김치와의 가격 경쟁력에서 약한 면이 있으나 한국인이 운영하는 식당의 경우 한국의 김치 맛을 잘 알기 때문에 한국 김치를 사용하려는 경향이 있으므로 이를 잘 활용하여 외식업체의 김치 수요를 개발 하는 것이 중요함

사. 연예계 · 운동계 스타를 이용한 마케팅 전개

- 최근 몇 년동안 농업메신저, 김치 명예홍보대사 임명 등을 통해 김치 홍보 활동을 펼쳤으나 이는 선정된 사람들이 김치의 소비계층과 유행을 선도하는 층과 다소 괴리감이 있었던 것으로 생각됨.
- 따라서 좀더 김치를 많이 소비하고 유행을 선도할 수 있는 젊은 세대들에게 어필 할 수 있는 연예계 및 운동 스타를 적극 발굴하여 활용하는 것도 한 방법임. 