

KREI 농정보커스

제1호 (2011.11.22)

2011년 김장시장 분석과 전망

이 용 선 서 대 석



한국농촌경제연구원 www.krei.re.kr
서울특별시 동대문구 회기동 4-102 우 | 130-710
Tel 02-3299-4000 Fax 02-965-6950

제1호(2011.11.22)

2011년 김장시장 분석과 전망

이 용 선 서 대 석

1. 김치 소비 패턴의 변화	3
2. 시판김치 시장 동향	7
3. 소비자의 금년 김장계획과 구입 의향	10
4. 김장채소 공급 동향과 전망	14
5. 시사점과 과제	17

한국농촌경제연구원

내용 문의: **이용선** 연구위원 02-3299-4320 yslee@krei.re.kr
자료 문의: **원동환** 전문원 02-3299-4274 wondh@krei.re.kr

- 「KREI 농정포커스」는 농업·농촌의 주요 동향 및 정책 이슈를 분석하여 간략하게 정리한 것입니다.
- 이 자료는 우리 연구원 홈페이지(www.krei.re.kr)에서도 보실 수 있습니다.

◇ 요약 ◇

김치는 한국인이 쌀 다음으로 많이 소비하는 채소가공품. 김치 소비량은 여성과 저연령층에서 상대적으로 감소 추세가 나타나고 있음. 계절별로는 겨울철 김치 소비가 조금 많지만, 김치냉장고의 보급으로 연중 소비되는 경향임. 최근에 시판김치 구입 가구가 증가하고 있으며, 김치를 직접 담그더라도 절임배추를 선호하는 등 소비자는 간편성을 추구하는 경향임.

시판김치 생산액은 약 1조원(소매시장 1.3조원) 규모로 최근 빠르게 성장하고 있으며, 시판김치의 용도별 시장규모는 외식업소용 57.2%, 가정소비용 36.9% 순임. 김치제조업은 중소기업체간 경쟁이 심하지만, 가정용 포장김치 시장은 4대 기업(CR4)이 총 매출액의 약 70%를 차지하는 과점 상태임.

소비자조사 결과, 금년은 김장 의향이 증가하고 시판김치 구입 의향은 감소하는 것으로 나타남. 시판김치 가격이 작년과 비슷하면 구입량도 비슷하게 유지될 것으로 보임. 소비자들의 김치 선호도는 김치 종류와 맛·숙성도 등으로 선택 폭이 다양해졌으며, 간편한 절임배추의 구입 의향도 증가하였음. 소비자는 시판김치 구입시 ‘제조사·브랜드명’과 ‘원산지’를 확인하고 ‘맛’과 ‘안전성’을 중시하며, 프리미엄 김치 제품에 대해서는 일반 제품보다 평균 22%의 높은 가격을 지불할 수 있다고 응답.

금년 가을배추와 가을무 출하량이 작년보다 40% 가량 증가함으로써 김장철 가격은 평년보다 20% 정도 낮을 것으로 전망됨. 고추는 금년 작황이 부진하지만 비축물량을 고려할 때 10월 하순의 약보합세가 유지될 전망. 전반적으로 양념채소 가격은 높지만 배추와 무 등 주재료 가격은 약세로 전망되며, 이에 따라 금년 김장비용은 작년보다 15~20% 가량 덜 소요될 전망.

단기 정책으로, 엽근채소 가을작형의 생산량 과잉에 따른 시장격리 방안을 마련해야 하며, 수요가 증가하는 절임배추 공급 능력도 확대해야 함. 가정의 김장 수요를 촉진할 수 있는 대책도 강구할 필요가 있으며, 소비자의 식품안전성 우려를 해소하기 위해 김치 및 절임배추의 위생안전관리 체계를 강화해야 함. 김치제조업체는 소비자 기호의 다양성을 반영하여 그룹별로 목표시장을 설정하고, 그에 적합한 제품개발 등 마케팅 전략을 강화해야 함.

1. 김치 소비 패턴의 변화

□ 김치는 한국인이 쌀 다음으로 많이 소비하는 채소가공품

- 김치는 한국인의 식단에서 빠질 수 없는 식품이며, 주곡인 쌀 다음으로 많이 소비되는 품목. 2009년 1인 1일당 섭취량은 백미 182.3g, 김치 79.5g, 우유 78.9g, 돼지고기 34.1g, 사과 32.4g, 굴 30.5g, 쇠고기 26.0g 등임
- 김치는 배추, 무 등 엽근채소와 고추(고춧가루), 마늘 등 양념채소를 이용한 최대의 가공품으로 채소가공액의 80% 수준을 차지. 김치의 주재료인 배추는 생산량의 92%가 김치 원료로 사용

□ 남성보다 여성, 장년층보다 저연령층에서 김치 소비가 감소 추세

- 국민 1인당 연간 소비량은 2000년 전후 36kg에서 최근 30kg 수준으로 20% 정도 감소. 여성 1인 1일당 김치 섭취량은 63g이며, 남성 96g의 66% 수준으로 크게 감소
 - 저연령층은 장년층에 비하여 김치 등 채소 섭취인구 비율이나 섭취량이 적은 경향

표 1. 국민 1인당 김치 소비량과 섭취량 추이(1998~2010년)

단위: kg, g

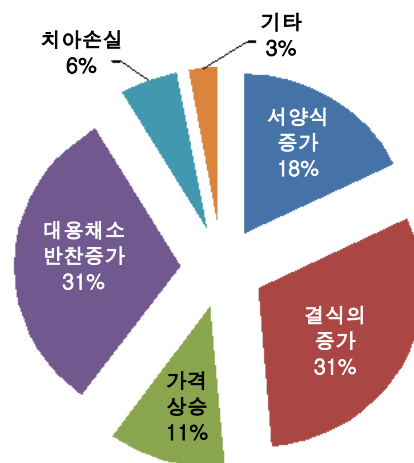
구분	1998	2001	2005	2007	2008	2009	2010
소비량(연간)	35.2	36.3	27.9	29.0	33.3	31.2	28.0
섭취량(1일)	121.7	103.7	90.3	80.7	79.4	79.5	-
남자	-	115.5	104.0	95.6	95.6	96.0	-
여자	-	101.5	76.1	65.8	63.1	62.9	-

1) 소비량은 공급량 기준

자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터, 보건복지부 국민건강통계(국민건강영양조사)

- 김치소비량이 감소하는 것은 대용반찬의 증가(31.4%), 결식 증가(30.8%), 서양식 등 밥대용식의 증가(17.9%) 등 주로 식습관 변화에 기인한다. 한편 고령화에 의한 치아손실(5.7%)도 김치소비를 감소시키는 것으로 보임¹

그림 2. 김치 소비량이 감소하는 이유(2011년)

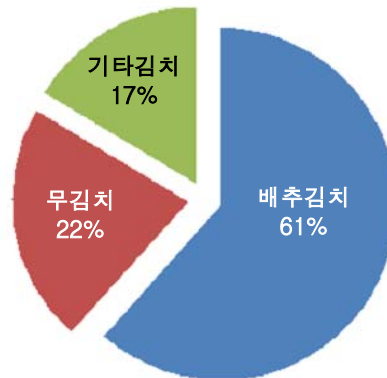


□ 배추김치가 중심이지만 도시에서는 무김치도 많이 소비

- 김치 종류별 소비량은 배추김치 61.5%, 무김치 22.0%, 기타김치 16.5% 순으로 배추김치가 가장 많음. 배추김치를 제외하면 도시지역은 상대적으로 무김치 소비비중이 높고, 농어촌지역은 기타김치 소비비중이 큼

¹ 농림수산물식품부와 농수산물유통공사의 의뢰로 한국농촌경제연구원이 수행한 「소비자 김치소비실태조사」 결과의 일부를 활용. 이 조사는 전국에서 지역별로 층화추출한 2,700가구에 대해 2011년 9월 하순에서 10월 상순사이 웹기반 및 전화 설문방식에 의해 실시되었으며 세계김치연구소가 공동으로 참여. 이후 별도의 표기가 없는 표나 그림은 이 자료를 바탕으로 작성

그림 3. 연간 김치 종류별 소비량 비중(2011년)



□ 계절별 김치 소비는 겨울이 조금 많으나 연중 소비되는 경향

- 계절별 배추김치 소비량은 겨울 38.2%로 가장 많고, 그 외 계절은 봄 22.0%, 가을 21.3%, 여름 18.5% 등으로 비슷하도록 연중 소비됨
 - 도시지역이 연중 고르게 소비하는 반면, 농어촌지역은 겨울과 타 계절 간의 편차가 심함
- 김치소비가 연중 가능하게 된 것은 김치냉장고 덕분이다. 가구의 김치 보관 장소는 김치냉장고 73.7%, 일반냉장고 25.8% 등이며, 최근 소인가구가 증가하여 도시지역의 일반냉장고 보관 비율도 28%를 차지함
 - 도시지역 가구가 농어촌 가구에 비해 연중 김치 소비가 고르지만, 김치냉장고 보급 비율이 오히려 낮은 것은 1~2인 가구가 친지조달하거나 시판김치를 구입하기 때문

표 2. 평소 김치 보관 장소(2011년)

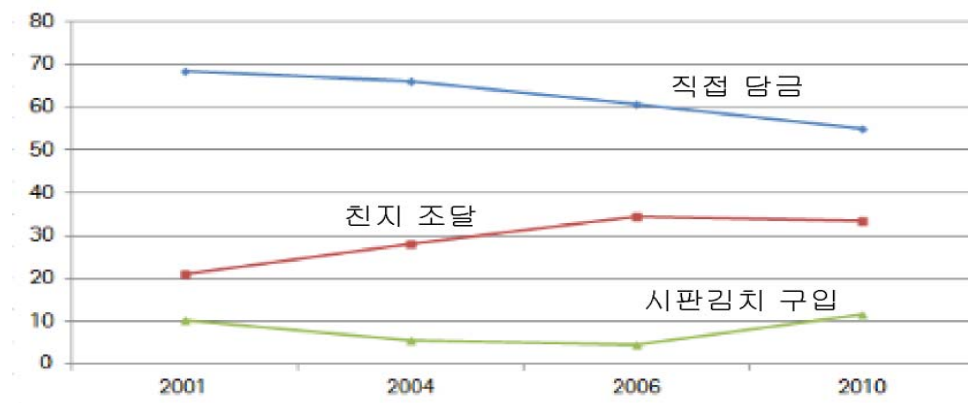
단위: %

		김치냉장고	일반냉장고	실외	기타
전 체		73.7	25.8	0.4	0.1
지역특성	도시	71.3	28.3	0.3	0.0
	농어촌	83.7	14.9	0.9	0.5

□ 시판김치를 구입하거나 절임배추를 선호하는 등 간편성 추구

- 가정에서 김치를 직접 담그는 가구는 2001년 전체 가구수의 68.5%에서 2010년 54.5%로 14%p 감소한 반면, 친지에게서 조달하거나 시판김치를 구입하는 가구는 각각 33.8%, 11.8%로 증가

그림 4. 김장김치 조달방식별 비율



- 1) 2006년까지는 농수산물유통공사 조사자료이며, 가구수 기준
- 2) 2010년은 중량비율 고려

- 김장김치를 직접 담그지 않고 친지에게 조달하거나 시판김치를 구입하는 공통적인 이유로 가장 많이 응답한 것은 ‘번거롭고 바빠서’임
 - 김치를 친지에게 조달하는 주된 이유는 ‘맛(29.5%)’과 ‘번거롭고 바빠서(21.8%)’임
 - 시판김치를 구입하는 주된 이유로는 ‘번거롭고 바빠서(38.5%)’가 가장 많지만, ‘저렴한 비용(20.8%),’ ‘보관상의 어려움(19.4%),’ ‘담금줄 몰라서’ 등 1~2인 가구 또는 20~30대의 연령층의 응답도 많음

표 3. 김치를 친지로부터 조달하거나 시판김치를 구입하는 이유(2011년)

단위: %

	맛	위생상	저렴한 비용	원료·건강	담금줄 몰라서	번거롭고 바빠서	보관상 문제
친 지 조 달	29.5	6.6	6.4	8.9	15.5	21.8	11.2
시판김치 구입	7.6	1.3	20.8	1.0	11.4	38.5	19.4

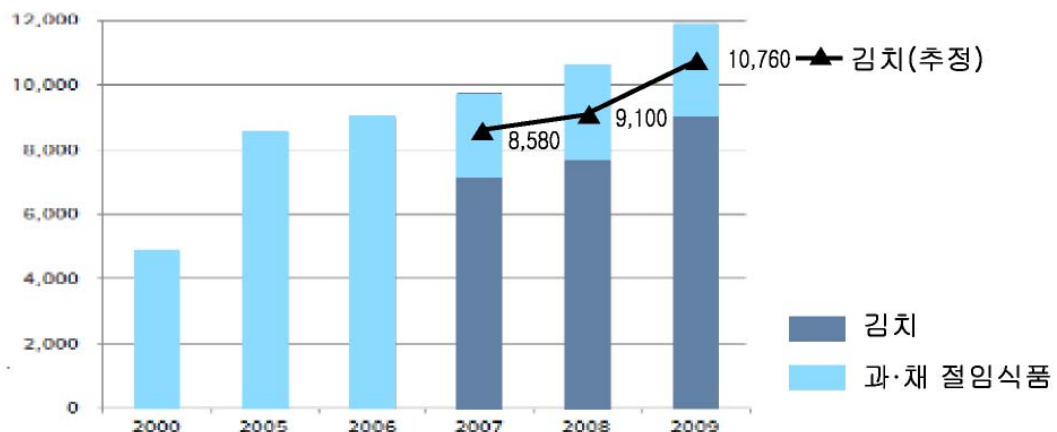
2. 시판김치 시장 동향

□ 시판김치 생산액은 약 1조원 규모(소매시장 1.3조원)으로 추정되며, 빠르게 성장하는 추세

○ 시판김치 생산액은 10인 이상 사업체를 대상으로 한 통계청의 「광업·제조업조사」 상의 통계를 1인 이상 전체 사업체를 대상으로 추정하면 2007년 8,582억 원, 2008년 9,096억 원, 2009년 1조 760억 원이며, 연간 10% 내외 증가²

- 김치 제조업 생산액은 김치 등 절임식품 제조업 생산액의 80% 수준
- 김치 시장규모는 2009년 기준 1조 3,235억 원으로 추정³

그림 5. 김치 및 절임식품 제조업 생산액 추이(2000~2009년)



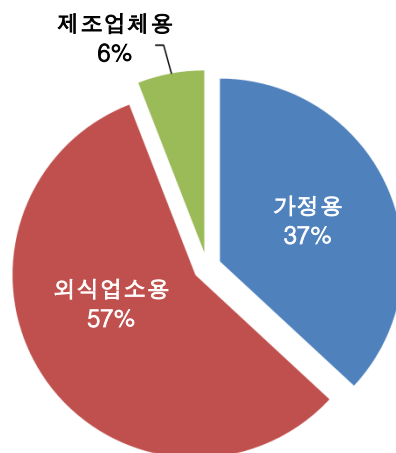
- 1) 10인 이상 사업체 기준
 - 2) 김치는 김치제조업을, 과·채 절임식품은 과일 및 채소 절임식품 제조업을 각각 나타냄
 - 3) 김치(추정)은 김치 제조업의 1인 이상 전체 사업체 대상 생산액 추정치
- 자료: 통계청(www.kosis.kr) 「광업·제조업 조사」 및 경제통계국 산업통계과

- 2 식품의약품안전청의 「식품 및 식품첨가물 생산실적」의 2008-09년에 이용가능한 김치류 종업 원규모별 매출액 자료를 사용하여 1~9인의 평균 매출 비중을 산출하였으며, 여기서 산출된 비중을 적용하여 전체 김치제조업 생산액을 추정
- 3 세계김치연구소(2011)의 김치제조업체 조사결과 소매가가 출고가에 비해 평균 23% 높은 것으로 나타났으므로 이를 유통마진으로 적용하여 산출

□ 시판김치의 용도별 시장 규모는 외식업소용, 가정소비용 순

- 국내생산 시판김치의 용도별 판매 비중은 가정소비용 36.9%, 외식업소용 57.2%, 제조업체가공용 5.9% 등으로 외식업소용이 가장 많은 비중을 차지
 - 최근 가정소비용 상품김치가 크게 증가하고, 외식업소용은 주로 단체급식업소(체)와 식당에 판매

그림 6. 김치 판매처 용도별 판매 비중(2009년)



자료: 농림수산식품부 · 농수산물유통공사(2011). 식품산업 분야별 실태조사 원자료

□ 중소기업간 경쟁이 치열하지만 가정용 포장김치 시장은 과점 상태

- 김치산업의 상위기업 시장점유율은 1위 기업 9.2%, 3위 기업까지 14.9%, 10위 기업까지 29.1% 등으로 대기업에 대한 집중도가 그다지 높지 않음⁴
 - 김치시장의 전체적인 집중도는 높지 않지만, 가정소비용 포장김치 시장의 집중도는 높은 것으로 추정⁵

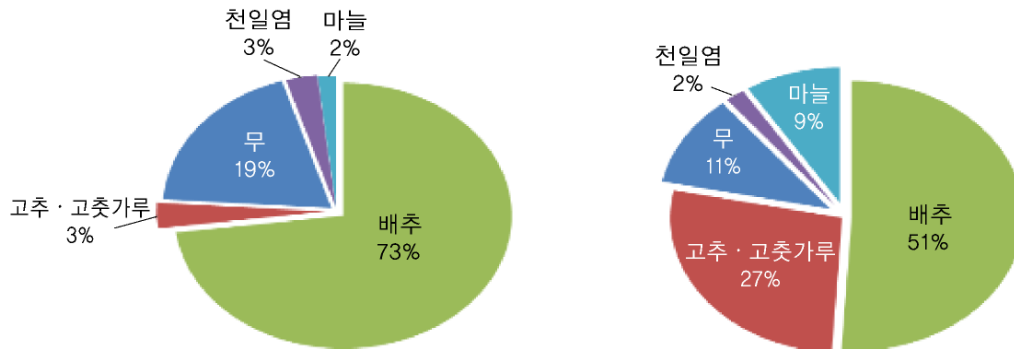
4 시장점유율이 높은 기업은 2009년 출하액 기준으로 대상, 한성식품, 한울, 놀부, 원앤원 등의 순으로 대상을 제외하면 김치전문의 중견기업인 한성식품과 한울, 한식체인기업인 놀부와 원앤원이 상위기업으로 포함됨

5 닐슨코리아의 소비자패널 조사자료에 의하면 시장은 대상, 풀무원, CJ, 동원 등 4개 대기업이 포장김치 시장의 약 70%를 차지하고 있으며 특히 최상위기업인 대상의 점유율이 50% 이상을 차지하는 것으로 추정

□ 원재료비 비중이 높아 원료가격 변동에 따라 산업성과도 좌우

- 김치 원재료의 배합 구성은 물량 기준으로 배추, 무, 고추·고춧가루 등이며, 금액 기준으로 배추, 고추(고춧가루), 무, 마늘 등의 순

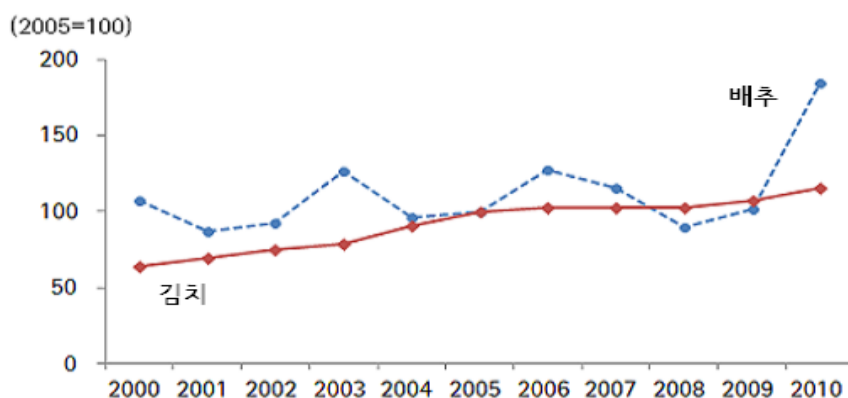
그림 7. 원재료 구성. 물량 기준(좌), 금액기준(우)



자료: 농림수산식품부·농수산물유통공사(2011). 식품산업 분야별 실태조사 원자료

- 배추, 고추(고춧가루) 등 주요 원료채소의 가격 변동은 심하지만 김치제품의 가격은 완만하게 계속 상승하고 있어 김치산업의 성과(김치업체의 수익성 등)가 원료채소 가격 변동에 의해 좌우되는 경향을 나타냄⁶

그림 8. 배추와 김치의 소비자물가 변동 추이



자료: 통계청

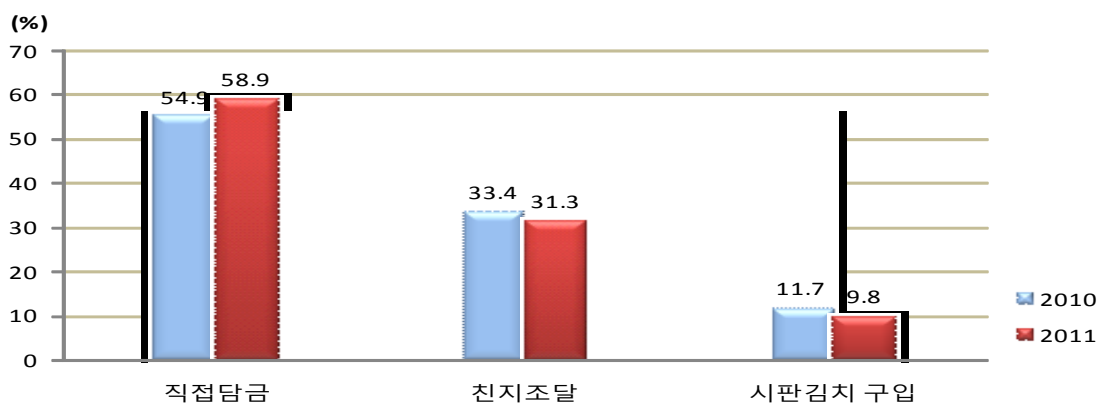
6 김치제조업체의 총생산원가 중 원(재)료비 점유비중이 56~57%로 높은 편

3. 소비자의 금년 김장계획과 구입 의향

□ 금년은 김장담그기 의향이 증가, 시판김치 구입 의향은 감소

- 2011년 김장김치를 직접 담그겠다는 응답은 58.9%로 2010년 54.5%(중량 기준)에 비해 소폭 증가한 반면, 시판김치 구입 의향은 11.8%에서 9.8%로 소폭 감소

그림 9. 김치 구입 시 우선 확인사항(2011년)



1) 가구수 기준이며 2010년은 중량비율 고려

□ 가격이 작년과 비슷하면 시판김치 구입량도 비슷하게 유지될 듯

- 김치 가격이 작년과 비슷하다면 김치 구입을 늘리겠다는 가구(구입경험자)가 줄이겠다는 가구보다 조금 많고, 가격이 작년보다 10% 상승한다면 줄이겠다는 가구가 늘리겠다는 가구보다 훨씬 많음

표 4. 향후 6개월간 시판김치 가격이 작년과 비슷할 때 구입의향(2011)

단위: %

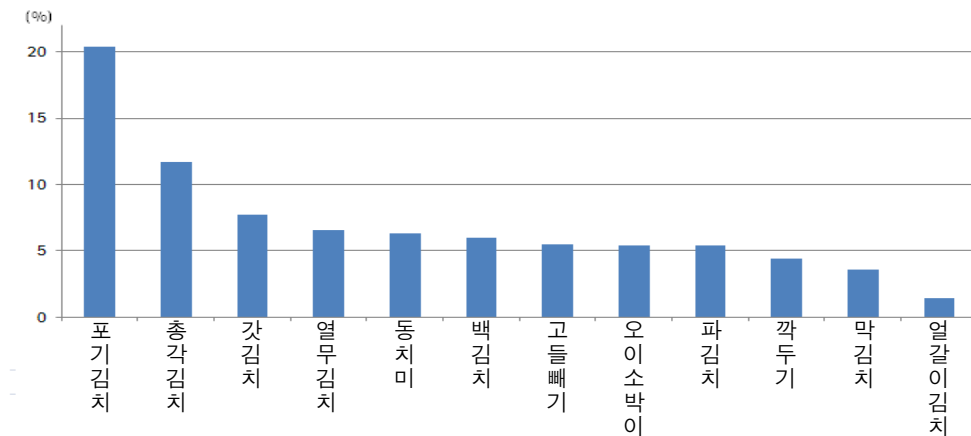
	20%~ 줄임	10~19% 줄임	5~9% 줄임	작년과 비슷	5~9% 늘림	10~19% 늘림	20%~ 늘림	비구입
작년과 비슷할때	3.5	2.1	1.6	68.6	4.3	3.5	3.6	12.8
작년보다 10%상승시	12.1	12.8	11.2	39.3	1.6	0.5	0.6	21.9

1) 김치 구입경험자를 대상으로 2011년 10월 ~ 2011년 3월 기간에 대해 설문

□ 소비를 늘리려는 김치 종류와 맛·숙성도의 선호가 다양

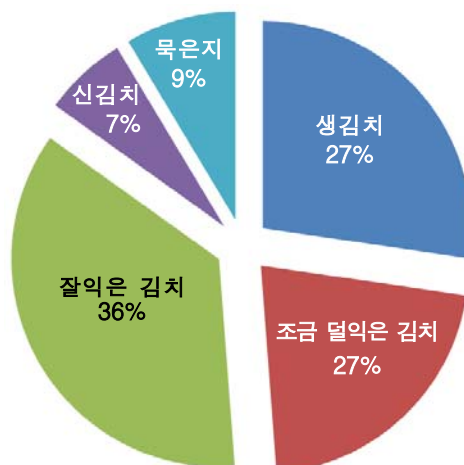
- 향후 소비를 늘리고 싶은 의향이 있는 김치 종류로 포기김치(20.4%) 외에 총각김치(11.7%), 갓김치(7.7%), 동치미/나박김치(6.3%), 백김치(6.0%), 고들빼기(5.5%), 파김치(5.4%) 등 다양하게 나타남

그림 10. 소비증대 의향 김치 종류



- 배추김치 숙성상태별 맛에 대한 선호도는 잘 익은 김치, 생김치, 조금 덜 익은 김치 등 다양하게 나타남

그림 11. 배추김치 숙성상태별 선호도



□ 향후 절임배추 구입은 증가할 전망

- 향후 절임배추에 대한 구입의향은 ‘새로 구입하거나 이전보다 늘릴 것’이 전체의 10.7%로 완만히 증가할 전망

표 5. 절임배추 구입 의향

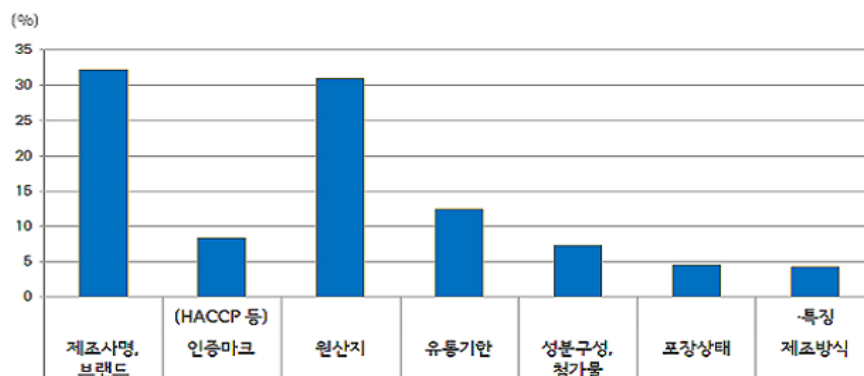
단위: %

		새로 구입해보거나 이전보다 늘릴 것	이전과 비슷하게 유지	이전보다 줄일 것	구입하지 않을 것
전 체		10.7	30.1	3.5	55.7
지역 특성	도시	11.8	34.8	4.1	49.3
	농어촌	6.1	10.3	1.1	82.5

□ 소비자는 시판김치 구입시 ‘제조사·브랜드명’과 ‘원산지’를 확인

- 일반가구에서 김치 구입 시 우선적으로 확인하는 사항은 제조사(브랜드)와 원산지이며, 이 외 유통기한도 관심있게 확인하는 것으로 나타남.⁷ 따라서 가구에서 주로 구입하는 포장김치의 맛과 위생성 등에 대해 제조사(브랜드)와 원산지 등을 기준으로 판단하는 것으로 추정

그림 12. 김치 구입 시 우선 확인사항(2011년)

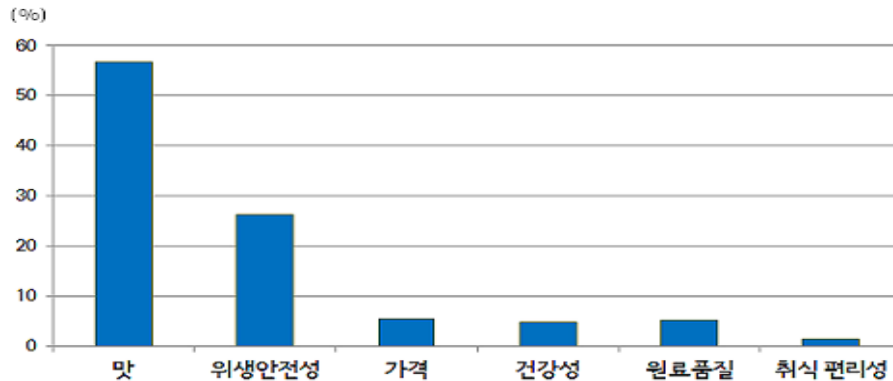


7 김치제품은 제조사별 브랜드가 거의 한가지이므로 별도로 구분하지 않았다.

□ 시판김치 선택 기준으로 ‘맛’과 ‘안전성’ 중시

- 소비자가 시판김치 구입 시에 고려하는 속성으로 맛(56.7%), 위생안전성(26.2%) 등이 중요한 것으로 나타남

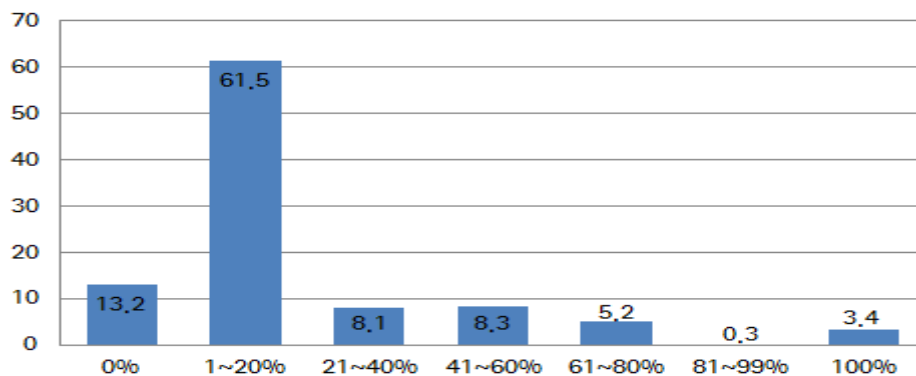
그림 13. 김치 구입 시 중시하는 속성



□ 프리미엄 김치에 대한 지불의사는 일반제품보다 평균 22% 높아

- 확학조미료 무첨가제품, 저염제품 등 건강에 유익한 원료나 성분이 사용된 김치제품에 대한 소비자의 지불의향 프리미엄 수준은 평균 22.0%로 나타남. 20% 이하로 응답한 가구가 전체의 61.5%이며, 21~100%로 응답한 가구는 25.3%를 차지

그림 14. 프리미엄 김치제품에 대한 추가지불의향 수준별 응답가구비중

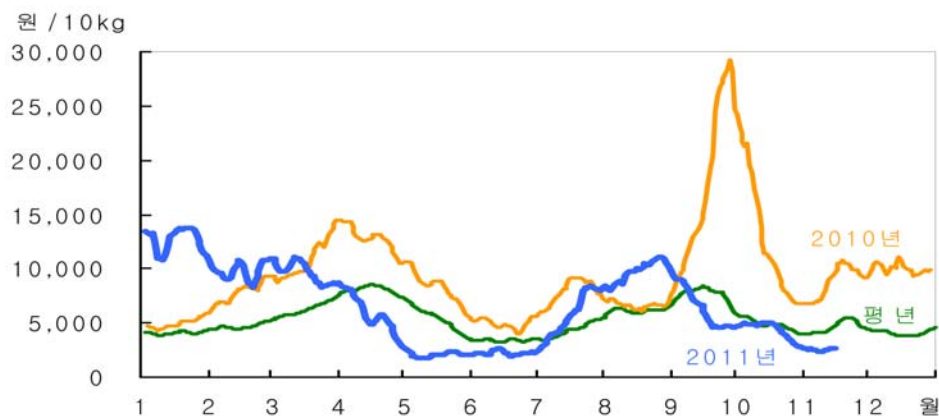


4. 김장채소 공급 동향과 전망

□ 금년 가을배추 출하량은 작년보다 40% 정도 증가, 가격은 약세 전망

- 금년 가을배추 생산량은 작황이 나빠 생산량이 적었던 작년과 평년보다 각각 41%, 22% 많을 것으로 전망. 재배면적이 작년보다 28%, 평년보다 23% 증가한데다, 작황도 작년보다 10% 좋은 것으로 조사됨
- 가을배추 생산량이 증가함에 따라 11월 가을배추 출하량은 작년보다 39% 증가할 것으로 전망되고, 12월 가을배추 출하량은 작년보다 42% 증가할 것으로 전망
- 11월 가락시장 평균 도매가격은 지난 10월 평균가격보다 30~40%, 평년 동월보다 34~44% 낮은 10kg(3포기)를 기준으로 상품은 2,600~3,100원 중품은 1,800~2,300원으로 전망. 12월 가락시장 평균 도매가격도 평년보다 20% 이상 낮아 11월 전망가격 수준의 보합세가 될 것으로 전망

그림 15. 배추 도매가격 동향



주: 일별 가격은 5일 이동평균치임. 평년 가격은 2006~2010년의 일별 가격 중 최대, 최소를 뺀 평균임

자료: 서울특별시 농수산물공사

- 겨울배추 주산지인 전남과 제주 지역의 1월 기온이 평년보다 낮을 것으로 전망. 이에 따라 금년 겨울배추 생산량은 작황이 크게 부진했던 작년보다 21% 증가하나, 평년보다 12% 감소할 것으로 전망

□ 가을무 공급량도 작년보다 40% 이상 증가

- 금년 가을무 생산량은 작년과 평년보다 각각 44%, 15% 많을 것으로 전망. 재배면적이 작년보다 30%, 평년보다 21% 증가하였고, 작황은 작년보다 10% 좋으나, 평년에 비해서는 5% 감소할 것으로 조사됨
- 가을무 생산량이 증가함에 따라 11월 가을무 출하량은 작년보다 42% 증가할 것으로 전망되고, 12월 가을무 출하량은 작년보다 46% 많을 것으로 전망. 제주도 월동무 중 일부가 11월 중순 이후 출하가 가능할 것으로 조사되어 김장철 무 출하량은 작년보다 40% 이상 많을 것으로 전망
- 11월 가락시장 평균 도매가격은 외대무의 경우 18kg 상품을 기준으로 5,000~6,000원, 중품은 3,000~4,500원이고, 다발무는 5톤트럭 상품을 기준으로 230~270만원, kg으로 환산할 경우 290~350원으로 전망되어, 작년이나 평년 같은 시기에 비해 약세가 될 것으로 전망

□ 대파 공급량은 작년보다 10% 이상 증가할 전망

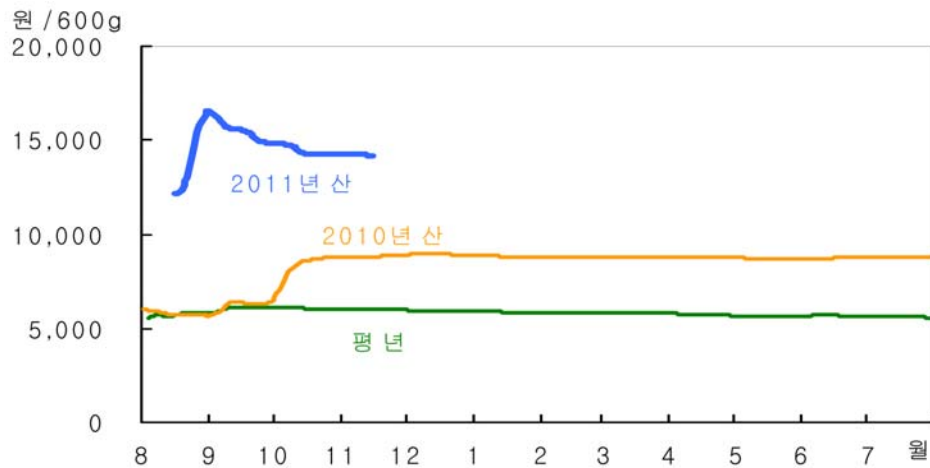
- 11월 대파 출하량은 작년보다 21% 증가할 것으로 전망되고, 12월 겨울 대파(전남, 부산·경남) 출하예상면적은 작년보다 12% 증가할 전망
- 김장철 대파가격은 생산량 증가에 따른 출하량 증가로 작년이나 평년가격보다 크게 낮은 약세가 될 것으로 전망

□ 김장철 고추 가격은 10월 하순 수준의 약보합세 전망

- 금년산 고추 생산량은 작년보다 10% 내외 적은 8만 2,600~8만 6천 톤이 될 것으로 전망

- 국내 생산량 감소로 국내 가격이 높아 2011년산 건고추 민간 수입은 지난해 같은 기간보다 8% 많은 10만 8천톤으로 추정
- 건고추 김장철 도매가격은 상품 600g을 기준으로 10월 하순 가격인 14,300원 수준의 약보합세가 될 것으로 전망

그림 16. 건고추 도매가격 동향



주: 일별 가격은 5일 이동평균치임. 평년 가격은 2006년 8월~2011년 7월의 일별 가격 중 최대, 최소를 뺀 평균임. 8월 가격은 햇건고추 가격 기준임.

자료: 서울특별시 농수산물공사.

□ 김장철 마늘 가격은 공급여력 많아 보합세 전망

- 10월 중순 현재 국내산 마늘 재고량은 작년 같은 시기보다 9% 적은 수준이나, 민간 수입량이 작년보다 10% 많고, 정부 비축물량은 8,730톤으로 작년 같은 시기보다 많은 것으로 조사됨
- 김장철 마늘 가격은 국내산 재고량이 적으나, 민간수입량 증가하고, 특히 정부 비축물량도 지속적으로 방출되어 난지형 마늘 상품 kg을 기준한 전국 5대 도매시장 평균가격은 10월 가격인 3,570원 수준이 될 것으로 전망

5. 시사점과 과제

- 금년 김장 채소류 중에서 고추와 마늘 등 양념채소 가격은 높은 편이나, 주재료인 배추와 무 등 엽근채소 가격은 약세로 전망. 김장을 앞두고 언론 등에서 제기한 높은 고추 가격에 따른 김장 비용 상승 요인을 감안 하더라도 전체 김장 비용은 작년보다 15~20% 감소할 것으로 예상
- 2011년 김장시장을 종합적으로 점검하면서 향후 김장채소 수급 안정과 김치산업 발전을 위해서는 다음과 같은 정책적 시사점을 정리할 수 있음
- 배추, 무, 대파 등 엽근채소 가을 작형의 생산량 과잉에 따른 시장 격리 대책이 필요
 - 겨울철 한파, 동해 피해에 따른 월동작형 출하량 감소에 대비한 공공 비축량을 늘려야 함. 일정 물량을 김치로 담가 비축 후 수급 불안정기에 공공부문에 공급하는 방안도 마련해야 함
- 절임배추의 공급 능력을 확대해야 함
 - 주거형태 변화로 배추 절임과정이 용이치 않고, 시간과 자원을 절약할 수 있어 절임배추에 대한 수요는 빠르게 증가하는 추세
 - 농협 등 생산자단체의 절임시설과 유통과정 중 변질 등을 방지하기 위해 냉장시설을 갖춘 물류 시스템이 필요
 - 김장철에 한시적으로 소비지 인근에 공동 절임배추 가공 시설을 운영하여 소비자들이 원할 경우 직접 배추를 절이거나 김치를 담글 수 있는 공간을 확보하여 제공하는 방안도 검토 필요
- 시판김치에 대한 위생안전관리 체계를 강화해야 함
 - 소비자의 김치 또는 절임배추 구입시 위생안전성에 대한 우려가 큰 것으로 나타나 이를 해소하기 위한 대응이 요구
 - 배추김치 제조·가공업소의 위생관리를 위해 식품위해요소 중점관리 기준(HACCP·해썹) 도입을 2014년까지 모든 업소에 대해 단계적으로 의무화. 2010년까지 전체 업소의 15%가 도입하였으나 향후 소규

모 업체가 모두 도입하기 위해서는 정부가 ‘소규모업소용 HACCP 표준관리기준서’를 조속히 개발·보급해야 하며 시설도입을 일부 지원해야 함

- 김치 공장뿐 아니라 절임배추 가공에 대해서도 HACCP 도입이 촉진될 수 있도록 제도를 개선해야 함

○ 김치제조업체는 소비자그룹별 목표시장을 설정하고 제품 개발 등 마케팅 전략을 강화해야 함

- 소비자가 선호하는 김치 종류는 포기김치 외에 총각김치, 갓김치, 동치미·나박김치, 백김치, 고들빼기, 파김치 등 원료나 담금 방식에 따라 다양화됨
- 화학조미료 무첨가제품, 저염제품 등은 부가가치를 제고할 수 있는 제품유형으로 개발 및 홍보가 효과적임

○ 가정의 김장 수요를 유발·촉진할 수 있는 대책이 요구됨

- 가정에서 김장량을 늘릴 수 있도록 김치의 건강기능성에 대한 적극적인 홍보, ‘김장 한포기 더 담그기’ 장려, ‘사랑의 김치 나누기’ 행사 확대 등을 추진할 필요가 있음
- 상대적으로 가격이 비싼 고추(고춧가루)를 덜 사용하는 김치종류(백김치, 동치미, 나박김치 등)에 대한 홍보를 강화해야 함

○ 김치 소비를 늘리고 가정의 식생활 개선을 유도하기 위한 중장기 대책이 필요함

- 지자체의 학교급식에 대한 지원이 확대되고 있음. 학교 식생활교육을 통해 어린이와 청소년들이 김치에 대한 영양학적 우수성과 문화적 긍지를 가질 수 있도록 장려해야 함
- 여러 지방에 산재한 특색 있는 김치를 발굴하여 보급함으로써 다양화되는 소비자의 요구에 적극적으로 대응할 필요가 있음
- 서양식 등 밥 대용식에도 대응할 수 있는 김치 개발을 촉진함으로써 식생활 개선과 해외시장 개척에도 도움이 될 수 있음