

## 2022년 김장 의향 및 김장 배추·무 공급 전망

김원태·정민국·박영구·박지원·남호진·노수정·김다정

### 요약

#### 2022년 가구 소비자 중 김장을 직접 담그는 비율은 증가하나 가구당 배추 구입량은 감소 전망

- KREI 소비자 패널의 김장 의향 조사결과, 금년 김장을 직접 담그는 비율은 65.1%로 전년(63.3%) 대비 증가
- 한편, 4인 가족 기준, 김장용 배추 구매 의향량은 21.8포기로 전년 대비 1.4% 감소, 무는 8.4개로 전년 대비 3.4% 감소
- 김장 의향 감소와 채소 가격 강세로 건고추 및 마늘의 가구당 구매 의향량은 전년 대비 각각 2.9%, 5.2% 감소

#### 2022년 김장은 10월에 일부 시작, 11월 중순~12월 상순 김장 비율이 74.6%로 집중. 금년 김장 다소 지연 전망

- 11월 상순까지 김장 비율 17.2%로 전년(20.6%) 대비 낮고, 이후 12월 상순까지의 비율은 전년(72.9%) 대비 높은 74.6%
- 김장 비용이 안정화될 때까지 기다렸다가 김장하겠다는 소비자 의향 높아 김장 시기 전년 대비 지연 전망

#### 2022년 김장배추 구매 형태별 비율은 절임배추(55.9%)가 절반 이상

- 절임배추 구매 비율 55.9%, 신선배추 40.4%, 신선배추와 절임배추 같이 구매하는 비율 3.8%
- 2019년 이후 신선배추는 구매 변화가 거의 없는 반면 절임배추는 증가 추세, 동시 구매 소비자도 절임배추 비율은 증가

#### 2022년 김장철(11~12월)에 출하되는 가을배추·무 생산량은 전년 대비 증가 전망

- 2022년 가을배추 생산량은 전년 대비 10.4% 증가, 평년 수준인 126만 7천 톤, 가을무는 전년 수준, 평년 대비 1.8% 감소한 38만 5천 톤 전망
- 가을배추 재배면적은 전년 가을배추 출하기 가격 및 금년 여름배추 가격이 높아 전년 및 평년 대비 각각 2.0%, 1.3% 증가, 단수는 무름병 등 병해 발생으로 작황이 부진하였던 전년 대비 8.2% 증가
- 가을무 재배면적은 전년 및 평년 대비 각각 0.9%, 2.1% 증가, 단수는 부리혹병 등 병해 발생으로 전년 대비 1.2% 감소

※ 참고: 관계부처합동 2022년 김장재료 수급안정 대책 발표(10.28) 요약 안내(12p 참조)

## 01

## 2022년 소비자 김장 의향

## 1.1. 조사개요

전국 가구 소비자 620명을 대상으로 2022년 10월 17~19일 온라인 조사 실시

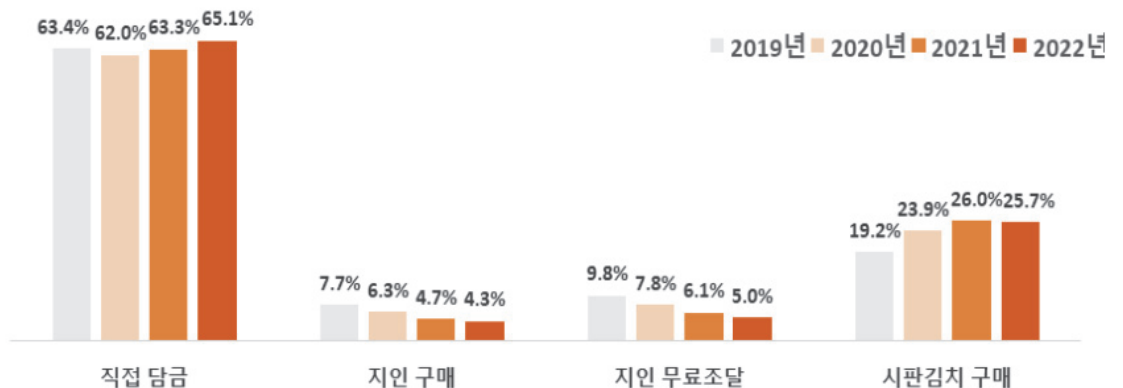
한국농촌경제연구원 농업관측센터의 도시 가구 소비자패널 620명을 대상으로 2022년 김장철(10~12월) 가정 내 소비자 중심의 김장 수요, 김장김치 조달행태, 김장 원·부재료 구매 행태 등을 조사

## 1.2. 2022년 김장김치 조달 행태

가정 내 김치 조달 행태는 '직접 담금(65.1%)' 비율 높으나 '시판김치 구매(25.7%)'도 꾸준히 증가

- 김치를 직접 담그는 비율은 2020년 62.0%에서 2022년 65.1%로 증가, 시판김치 구매 비율은 동기간 23.9%에서 25.7%로 증가하였음. 지인으로부터 구매 및 무료 조달 비율은 5% 미만이며, 지속적인 감소 추세임.
- 소비자의 김장김치 조달 행태는 '직접 담금'과 '시판김치 구매'로 이원화되고 있음.

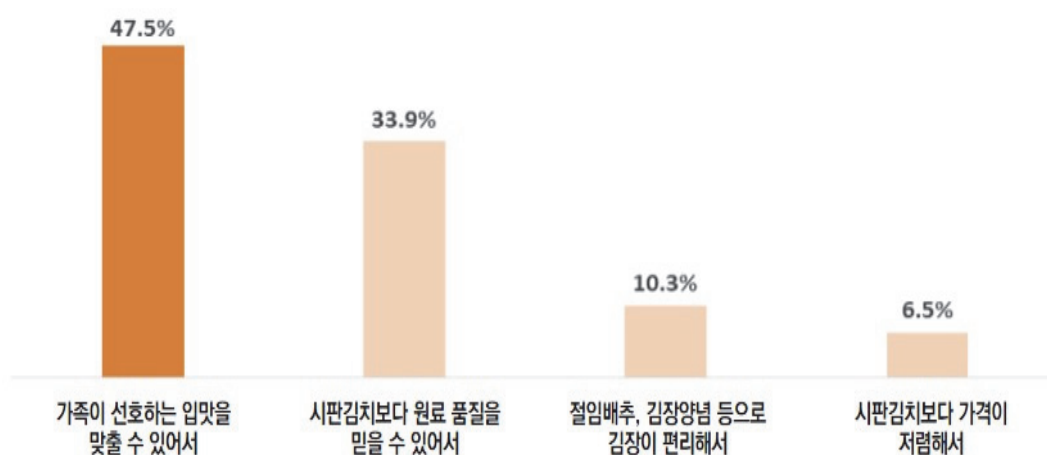
〈그림 1〉 가정 내 김치 조달 방식 변화



### 가족의 입맛과 원료에 대한 신뢰성 등이 김장을 직접 담그는 이유

- 김장김치를 직접 담그는 이유는 ‘가족이 선호하는 입맛을 맞출 수가 있어서(47.5%)’, ‘시판김치보다 원료 품질을 믿을 수가 있어서(33.9%)’, ‘절임배추·김장양념 등으로 김장이 편리해서(10.3%)’ 순임.

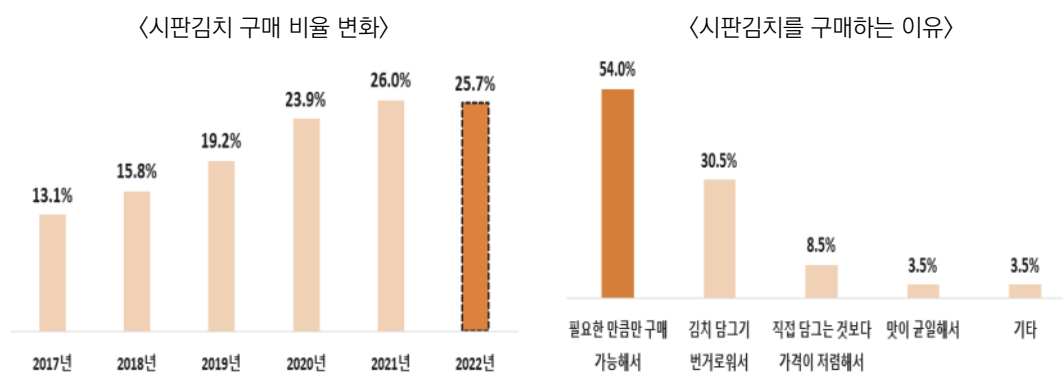
〈그림 2〉 김장을 직접 담그는 이유(2022)



### 시판(포장)김치 구매 비율 전년과 비슷하나 비율 자체는 증가 추세

- 2022년 시판김치 구매 비율은 전년과 비슷한 가운데 구매 비율은 2017년 13%에서 2022년 26%로 증가하였음.
- 시판김치를 구매하는 이유는 ‘필요한 시기에 필요한 만큼만 구매 가능해서(54.0%)’, ‘김치 담그기 번거로워서(30.5%)’, ‘직접 담그는 것보다 가격이 저렴해서(8.5%)’ 순임.

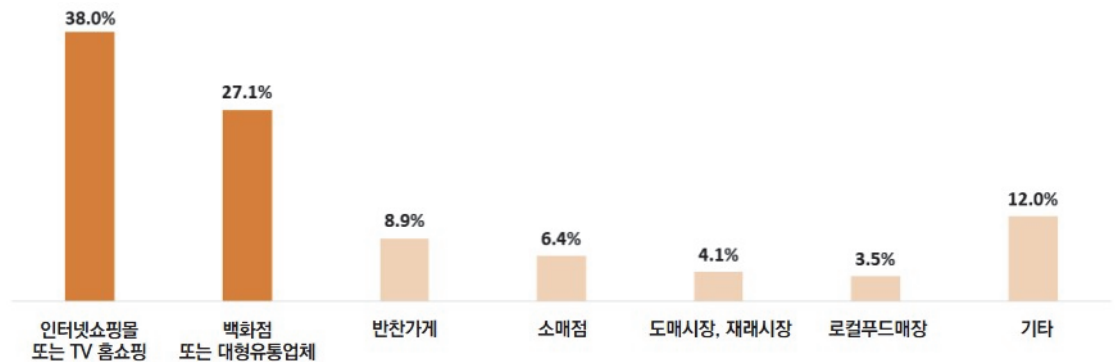
〈그림 3〉 시판김치 구매 비율 변화 및 시판김치를 구매하는 이유



### 시판(포장)김치는 맛(품질)과 브랜드를 고려하며, 대부분 국내산 구매

- 소비자의 시판김치 구입 시 고려사항은 ‘맛 또는 품질(55.1%)’, ‘선호 브랜드(19.8%)’, ‘원재료의 국내산 여부(14.5%)’ 등의 순임.
- 시판김치는 대부분 국내산을 구매하고 있으며, 가구 소비자 중 일부(8.5%)는 가격이 상대적으로 저렴한 중국산 시판김치 구매 경험이 있는 것으로 조사됨.
- 시판김치 주요 구매처는 ‘인터넷쇼핑몰 또는 TV 홈쇼핑(38.0%)’, ‘백화점 또는 대형유통업체(27.1%)’이며, 다음으로 ‘반찬가게(8.9%)’, ‘소매점(6.4%)’ 등의 순임.

〈그림 4〉 시판김치 구매처별 비율(2022)



## 1.3. 2022년 김장 수요 전망

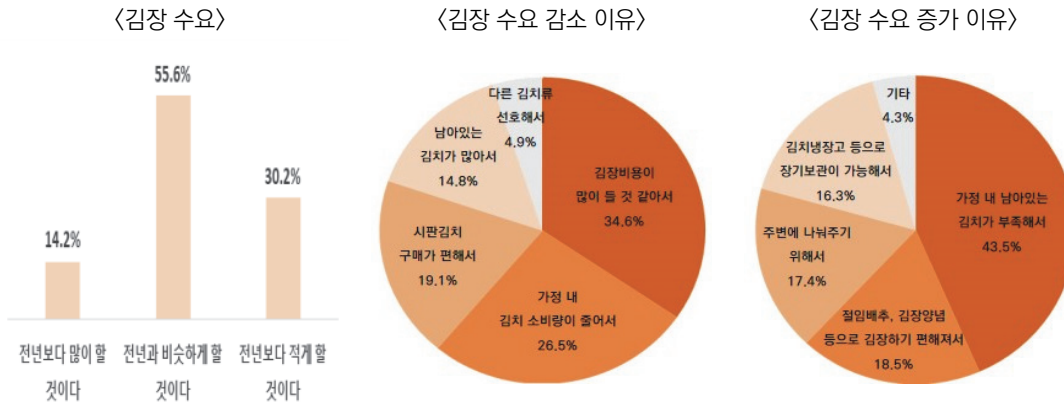
### 2022년 김장 수요 전년 대비 다소 감소

- 2022년 가구 소비자의 전년 대비 김장 수요량은 ‘비슷’ 55.6%, ‘감소’ 30.2%, ‘증가’ 14.2% 순으로 조사되었음.
- 전년과 비슷한 소비자를 제외하면 ‘감소’ 비율이 ‘증가’ 비율을 상회하여 전반적으로는 김장 의향이 다소 위축된 것으로 나타남.

### 비용 부담 및 김치 소비량 감소 등이 김장 수요 감소의 이유

- 김장 수요 감소 이유로는 ‘김장비용이 많이 들 것 같아서(34.6%)’, ‘가정 내 김치 소비량이 줄어서(26.5%)’, ‘시판김치 구매가 편해서(19.1%)’, ‘남아있는 김치가 많아서(14.8%)’ 순임.

〈그림 5〉 소비자의 전년 대비 김장 수요(2022)

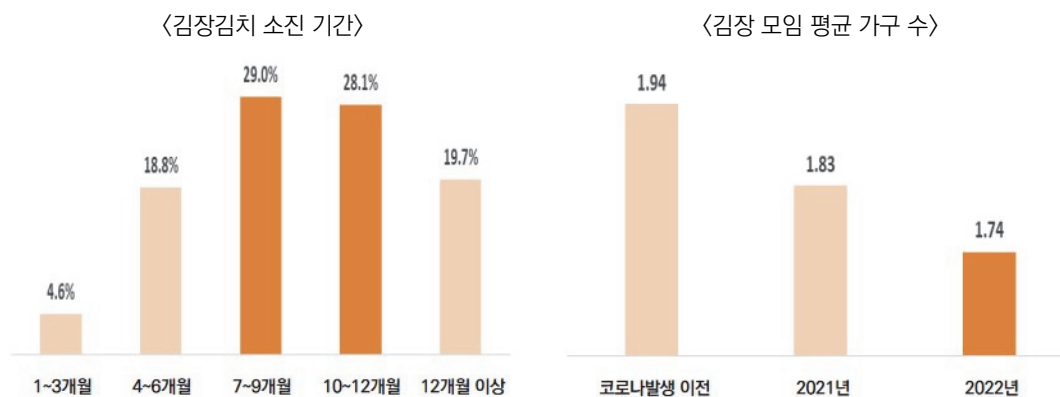


- 김장 수요 증가 이유로는 ‘남아있는 김치가 부족해서(43.5%)’, ‘절임배추, 김장 양념 등으로 김장하기 편리해져서(18.5%)’, ‘주변에 나눠주기 위해서(17.4%)’, ‘김치냉장고 등으로 장기보관이 가능해서(16.3%)’ 등임.

김장김치는 대부분 7~12개월에 소진 예상

- 김장김치 예상 소진 기간은 ‘1~3개월’ 4.6%, ‘4~6개월’ 18.8%, ‘7~9개월’ 29.0%, ‘10~12개월’ 28.1%, ‘12개월 이상’ 19.7%로 대부분 7~12개월 사이 김장김치를 소진하는 것으로 조사되었음.
- 김장 모임 평균 가구 수는 1.7가구로 전년(1.8가구) 대비 0.1가구 감소

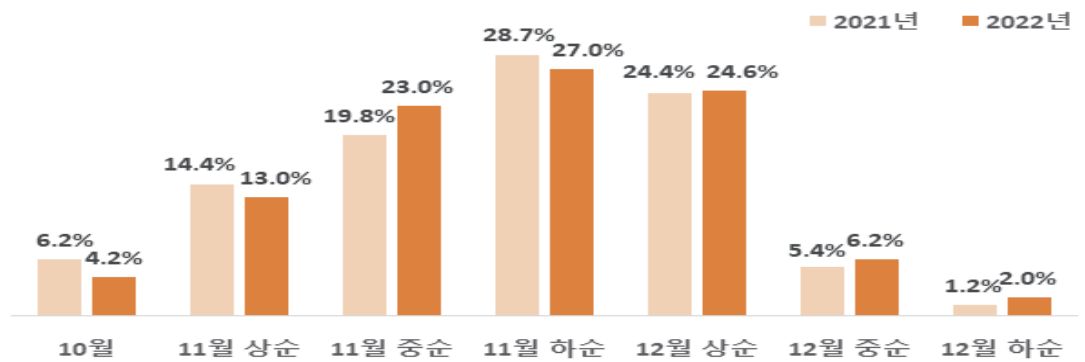
〈그림 6〉 김장김치 소진 기간 및 김장 모임 평균 가구 수(2022)



### 김장 시기가 전년보다 늦어지고 12월 상순이면 대부분 마무리

- 소비자의 월별·순별 김장 의향 조사 결과, 10월~11월 상순으로 응답한 비율이 17.2%로 전년(20.6%)보다 낮고, 11월 중순~12월 상순을 택한 비율이 전년(72.9%)보다 높은 74.6%로 나타남.
  - 또한 김장 시기에 대한 조사에서는 '전년과 비슷'의 응답이 88.6%, '전년 대비 느림'은 8.8%, '전년 대비 빠름'은 2.5%로 조사되었음.
  - 김장 시기가 전년 대비 늦은 이유로는 응답자의 대부분이 김장 비용이 안정화될 때까지 기다렸다가 김장하기 위해서라고 응답
  - 따라서 금년 김장 시기는 전년보다 늦어질 것으로 전망됨.

〈그림 7〉 시기별(10~12월) 김장 비율 변화



- 소비자의 김장 마무리 시기는 대부분 12월 상순이 될 것으로 조사됨.
  - 12월 상순까지 서울·경기·강원지역 김장은 95.6%, 충청은 94.9%, 영남 83.7%, 호남·제주 81.8%로 지역별 순차적으로 김장이 진행될 예정

〈표 1〉 2022년 시기별(10~12월) 김장 비율

구분	10월	11월 상순	11월 중순	11월 하순	12월 상순	12월 중순	12월 하순
전국	4.2% (6.2%)	13.0% (14.4%)	<b>23.0%</b> (19.8%)	27.0% (28.7%)	24.6% (24.4%)	6.2% (5.4%)	2.0% (1.2%)
서울·경기·강원	4.4% (7.1%)	17.0% (17.3%)	<b>28.1%</b> (27.2%)	<b>28.7%</b> (27.8%)	<b>17.5%</b> (17.6%)	3.2% (2.5%)	1.2% (0.6%)
충청	7.7% (12.5%)	12.8% (17.5%)	<b>28.2%</b> (20.0%)	<b>28.2%</b> (32.5%)	<b>17.9%</b> (12.5%)	2.6% (5.0%)	2.6% (0.0%)
영남	2.4% (1.7%)	4.9% (9.5%)	11.4% (5.2%)	<b>23.6%</b> (30.2%)	<b>41.5%</b> (39.7%)	12.2% (11.2%)	4.1% (2.6%)
호남·제주	4.5% (5.0%)	4.5% (2.5%)	11.4% (2.5%)	<b>22.7%</b> (27.5%)	<b>38.6%</b> (47.5%)	15.9% (12.5%)	2.3% (2.5%)

주: ( )는 전년 수치임.

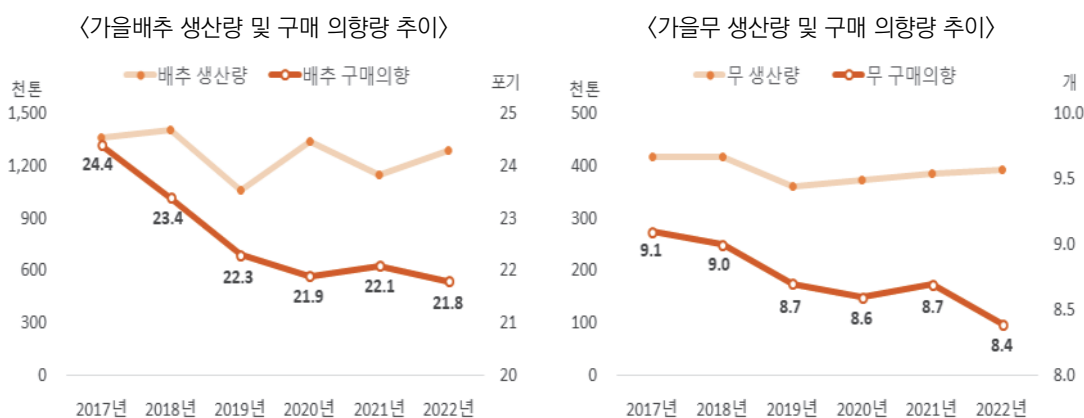
### 1.4. 2022년 김장 원·부재료 구매 행태

#### 4인 가족 기준, 김장용 배추 구매 포기 수는 21.8포기(전년 22.1), 무는 8.4개(전년 8.7)

- 최근 주요 김장 원료 가격 강세로 2022년 배추, 무 구매 의향량이 전년 대비 감소하였음.
  - 4인 가족 기준, 김장용 배추 구매 의향량은 21.8포기로 전년과 평년 대비 각각 각각 1.5%, 3.7% 감소하였으며 지속적인 감소 추세
  - 김장용 무 구매 의향은 평균 8.4개로 전년 및 평년 대비 각각 3.5%, 4.6% 감소하였으며 무 역시 배추와 마찬가지로 감소 추세
- 김장용 가을배추 및 가을무의 구매 의향량은 생산량의 증감 여부와 관계없이 전반적인 감소 패턴을 유지하고 있음.

〈그림 8〉 가을배추, 무 연도별 생산량 및 구매 의향량 추이

단위: 천 톤, 포기, 개



#### 건고추 및 마늘 구매 의향량 전년 대비 감소

- 가구당 김장채소 구매의향 감소와 채소가격 강세로 건고추 및 마늘에 대한 가구당 구매 의향량도 전년 대비 감소하였음.
  - 남은 고춧가루(묵초)와 냉동 다진 마늘 등 가정용 재고가 있어 건고추 구매 의향량은 전년 대비 2.9%, 마늘은 5.2% 감소할 것으로 조사됨.

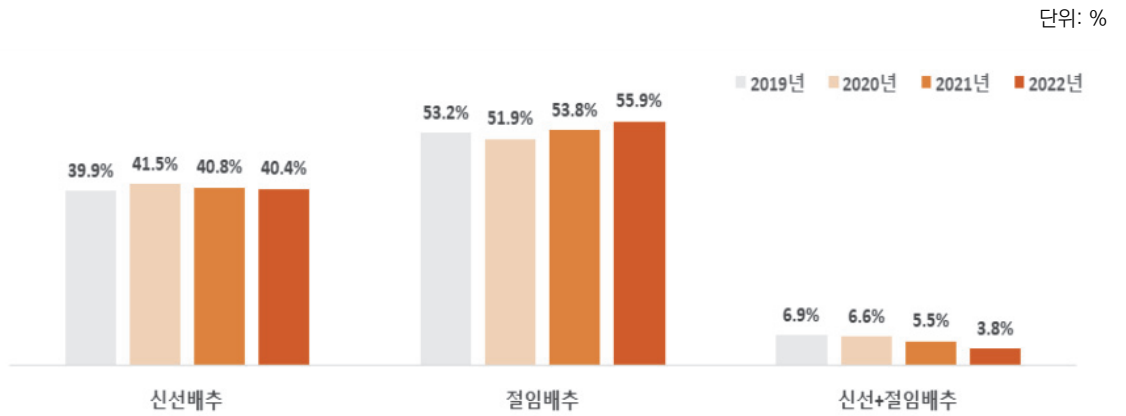
#### 2022년 가구 소비자의 절임배추 구매 비율 절반 이상

김장을 담그는 소비자의 김장배추 형태별 구매 비율은 절임배추(55.9%)가 신선배추(40.4%) 대비 높고, 신선 배추와 절임배추를 모두 구매하는 비율은 3.8%임.

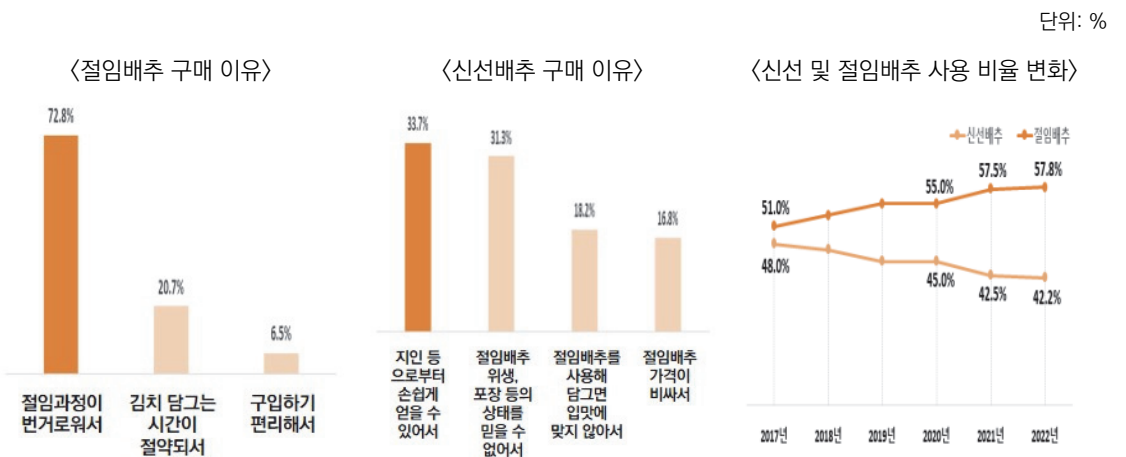
2022년 김장 의향 및 김장 배추·무 공급 전망

- 가구 소비자의 50% 이상이 김장용 배추로 절임배추를 구매하며, 신선배추와 절임배추를 함께 사용하는 경우에도 절임배추 사용 비율이 증가
- 2019년 이후 신선배추 구매 비율은 보합세를 보이고 있으며 절임배추 구매 비율은 다소 증가 추세임.
- 절임배추를 구매하는 이유로는 ‘절임과정이 번거로워서(72.8%)’, ‘김치 담그는 시간이 절약돼서(20.7%)’가 대부분임.
- 신선배추를 구매하는 이유로는 ‘지인 등으로부터 손쉽게 얻을 수 있어서(33.7%)’, ‘절임배추 위생, 포장 등의 상태를 믿을 수 없어서(31.3%)’, ‘절임배추를 사용해 담그면 입맛에 맞지 않아서(18.2%)’ 등

<그림 9> 김장배추의 구매 형태별 비율 변화



<그림 10> 절임배추 및 신선배추 구매 이유(2022), 신선 및 절임배추 사용 비율 변화



무, 고추, 마늘의 부재료 형태는 각각 양념용 김치소, 고춧가루, 통마늘 형태의 구매 의향이 높음

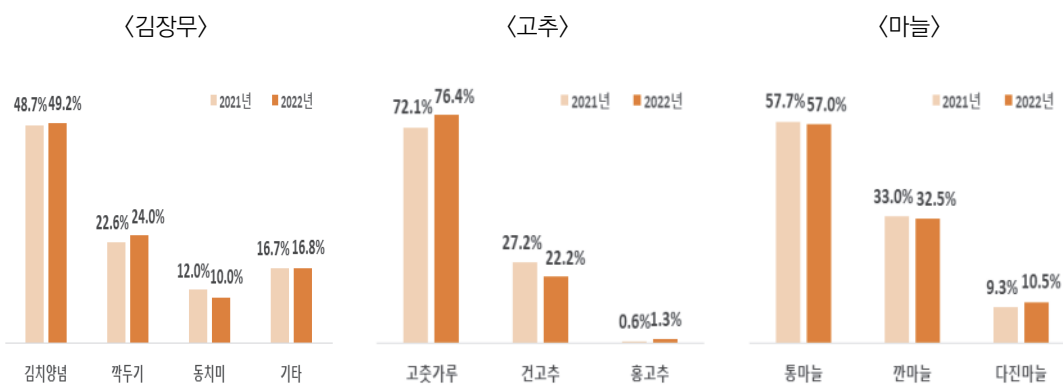
- 김장 무를 구매하는 소비자는 김치양념(김치소)으로 사용하는 비율이 49.2%로 가장 높고, 깍두기(24.0%), 총각김치(10.6%), 동치미(10.0%), 열무김치(2.4%) 등의 원료로도 사용함.



- 고추는 고춧가루 형태로 구매하는 비율이 76.4%로 가장 높으며, 건고추(22.2%), 홍고추(1.3%)의 순임.
  - 고춧가루 형태 구매 의향은 전년(72.1%) 대비 4.3%p 증가하여 역대 최고 수준이며, 매년 증가 추세임. 반면 가공이 필요한 건고추 구매 비율은 감소
  - 고추 구매 시기별 비율은 8월 9.2%, 9월 38.5%, 10월 34.5%로 대부분(82.3%) 본격 김장철인 11월 이전에 구매가 완료됨. 구매한 고추의 원산지는 국내산 97.7%, 국내산과 수입산 혼합이 2.3%로 여전히 국내산 선호가 월등히 높은 것으로 조사됨.
- 마늘은 통마늘 형태의 구매 의향이 57.0%로 가장 높으며, 깎마늘 32.5%, 다진마늘 10.5% 순으로 조사됨. 다진마늘 구매 의향은 전년(9.3%) 대비 1.2%p 증가하였음.

〈그림 11〉 김장무, 고추, 마늘 구매 형태별 비율 변화

단위: %



### 김치양념은 가정에서 직접 제조

- 소비자 대부분(95.9%)은 무, 고춧가루, 마늘 등을 구매하여 김치양념(김치소)을 가정에서 직접 만들고 있으며, 일부는 시간 절약 및 편리성 등의 이유로 김치양념(김치소)을 구매하여 사용함.
  - 김치양념(김치소)을 직접 만드는 이유는 ‘가족 입맛에 맞추기 위해서(56.2%)’, ‘김치소의 원재료, 위생, 포장 등의 상태를 믿을 수 없어서(38.1%)’가 대부분임.
  - 김치양념(김치소)를 구매하는 이유는 ‘만드는 시간이 절약되어서(67.6%)’, ‘입맛에 맞아서(20.6%)’ 등임.
- 김치양념(김치소)을 구매하는 소비자의 절반 정도가 ‘절임배추와 같은 곳에서 구입(45.7%)’ 하며, 다음으로 ‘도매시장 또는 재래시장(17.1%)’, ‘인터넷쇼핑몰 또는 TV 홈쇼핑(14.3%)’ 순임.

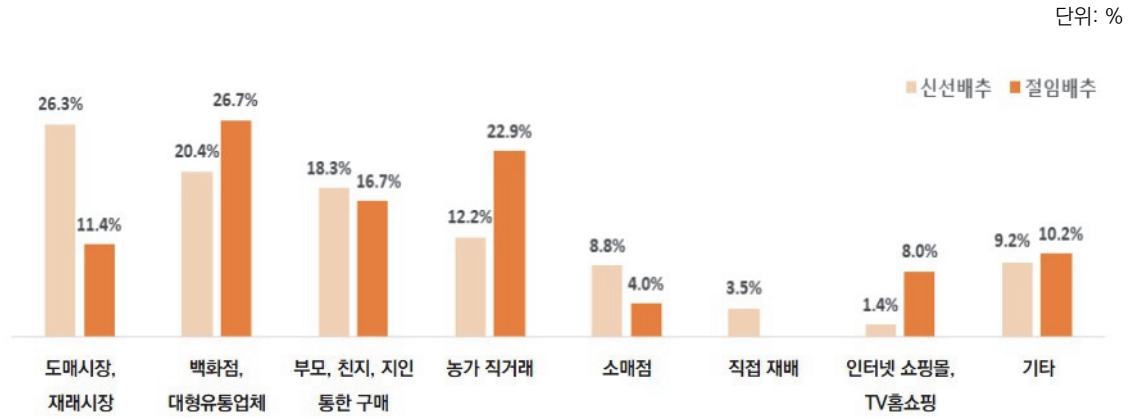
### 신선배추·무·마늘은 ‘도매시장 또는 재래시장’, 절임배추는 ‘백화점 또는 대형유통업체’, 고추는 ‘지인을 통한 구매’ 선호

- 배추 구매처는 ‘도매시장 또는 재래시장(26.3%)’과 ‘백화점 또는 대형유통업체(20.4%)’ 비율이 높으며, 절임배추는 ‘백화점 또는 대형유통업체(26.7%)’, ‘농가 직거래(22.9%)’ 등의 순임.

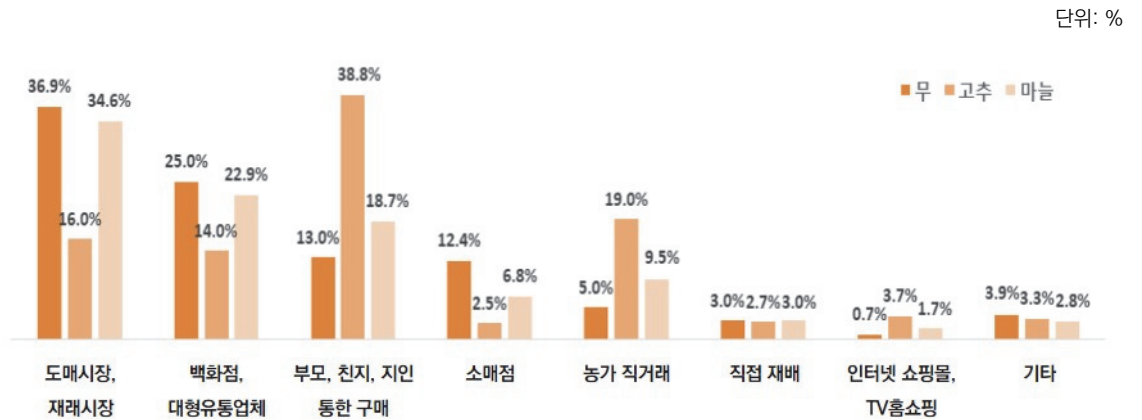
2022년 김장 의향 및 김장 배추·무 공급 전망

- 무는 ‘도매시장 또는 재래시장(36.9%)’, ‘백화점 또는 대형유통업체(25.0%)’, ‘부모, 친지, 지인을 통한 구매(13.0%)’ 등의 순임.
- 고추는 ‘부모, 친지, 지인을 통한 구매’ 비율이 38.8%로 가장 높았으며, ‘농가 직거래(19.0%)’, ‘도매 또는 재래시장(16.0%)’ 순임.
- 마늘은 ‘도매시장 또는 재래시장(34.6%)’, ‘백화점 또는 대형유통업체(22.9%)’, ‘부모, 친지, 지인을 통한 구매(18.7%)’ 등의 순임.

<그림 12> 신선·절임배추 구매처별 비율(2022)



<그림 13> 무, 고추, 마늘 구매처별 비율(2022)



## 02

## 2022년 김장용 배추, 무 공급 전망 및 시사점

## 2.1. 공급 전망

## 2022년 김장철(11~12월) 출하되는 가을배추·무 생산량 전년 대비 증가 전망

2022년 가을배추 생산량은 전년 대비 10.4% 증가, 평년 수준인 126만 7천 톤, 가을무는 전년 수준, 평년 대비 1.8% 감소한 38만 5천 톤

- 2022년 가을배추 재배면적은 전년 가을배추 출하기 가격 및 금년 여름배추 가격이 높아 전년 및 평년 대비 각각 2.0%, 1.3% 증가, 단수는 무름병 등 병해 발생으로 작황이 부진하였던 전년 대비 8.2% 증가
- 가을무 재배면적은 전년 및 평년 대비 각각 0.9%, 2.1% 증가, 단수는 뿌리혹병 등 병해 발생으로 전년 대비 1.2% 감소

〈표 2〉 가을배추·무 생산량 전망

구분	가을배추			가을무			
	재배면적(ha)	단수(kg/10a)	생산량(천 톤)	재배면적(ha)	단수(kg/10a)	생산량(천 톤)	
2022년	13,617	9,302	1,267	4,973	7,734	385	
2021년	13,345	8,598	1,147	4,930	7,829	386	
평년	13,444	9,545	1,283	4,869	8,045	392	
증감률(%)	전년비	2.0	8.2	10.4	0.9	-1.2	-0.3
	평년비	1.3	-2.5	-1.3	2.1	-3.9	-1.8

주: 2022년은 농업관측센터 전망치.

자료: 통계청, 농업관측센터.

김장철 배추 출하량 전년 대비 11.8% 증가, 무는 전년 수준

- 10월 하순부터 가을배추·무 출하 시작, 출하지는 계속 확대되어 본격 김장 시기인 11월에는 전국 출하
- 초기 생육기(9월) 기상여건 악화로 생육 지연된 가을배추의 본격 출하로 11~12월 배추 출하량 증가, 무는 전년 수준

〈표 3〉 김장철(11~12월) 배추·무 출하량 전망

단위: %

배추		무	
11월	12월	11월	12월
11.8(-1.3)	11.9(2.3)	-0.1(-1.6)	-0.1(-0.7)

주: ( )는 평년 대비 증감률  
 자료: 농업관측센터.

## 2.2. 시사점

### 최근 물가 이슈와 맞물려 김장 소비 감소 예상, 실질적인 김장 시즌인 11~12월에는 채소류 수급 안정세

- 여름철부터 9월까지의 배추, 무, 건고추, 마늘 등 김장채소류 가격 상승으로 소비자 김장 의향이 전년 대비 위축, 김장 시기 역시 지난해보다 다소 지연
- 본격적인 김장 시기인 11~12월의 배추 생산량은 전년보다 많고 평년과는 비슷할 것으로 전망
  - 본격적 김장 시즌인 11~12월의 김장 채소류 가격은 점차 안정세를 찾아갈 전망

### 김장 채소 구매시기에 대한 홍보 필요

- 김장 재료인 가을배추는 초기 생육이 지연되어 10월 출하량이 적었으나 10월에 적절한 강우 등이 동반되면서 11월부터 출하될 물량은 전년보다 많고 품질이 양호할 것으로 예상
- 따라서 소비시기를 늦출수 있도록 적극 홍보할 필요가 있으며 정부가 계획하고 있는 단계적 일상회복에 맞춰 방역 수칙을 준수하는 김장모임 추진 장려
- 또한 여름철에 높았던 채소가격을 김장 시즌까지 연결하는 언론 보도는 김장 의향을 다시 축소시킬 가능성이 있으므로 가을작형에 대한 이해도 제고에 대한 대언론 홍보 필요

### 〈참고: 관계부처합동 2022년 김장재료 수급안정 대책 발표(10.28)〉

금년 정부 김장 채소 수급안정 대책은 수급불안 품목 중심으로 공급 확대를 적극 추진하여 김장 비용을 전년보다 낮게 유지하고, 주요 품목에 대한 할인 지원 등을 통한 소비자 체감 물가 경감을 기본방향으로 제시

- (공급안정) 배추·무는 산지기동반(KREI) 점검 및 작황예측협의회(농진청) 등을 통해 작황 변화를 상시 점검하고 농진청을 중심으로 현장기술지원단을 구성하여 농가 기술지도를 상시 강화할 계획. 고추·마늘·양파 등 양념류는 김장철 수요에 대응하여 정부 비축물량을 시장에 공급할 계획
- (소비자 부담 완화) 김장채소류와 관련 '농축산물 할인지원 사업'을 통해 대형마트는 20%, 재래시장은 30%를 할인하여 판매하고 할인 한도 역시 3만 원으로 평시(1만 원) 대비 증액할 계획. 또한 농협 특판행사를 통해 전국 농협 하나로마트 및 온라인몰에서 김장 채소류를 5~40%까지 할인 판매할 계획도 포함되어 있음.
- (홍보 및 소비자 보호) 농산물 유통정보(KAMIS) 홈페이지 내 알뜰장보기 등 김장 관련 정보를 제공하고 11월 22일을 김치의 날로 지정하여 기념행사 등을 추진할 계획. 한편 김장채소류 부정유통에 대한 단속 및 안전성 관리 강화 체계도 구축 예정

---

## 참고문헌

통계청(KOSIS 국가통계포털)(<http://kosis.kr/index/index.do>). 검색일: 2022. 10. 25.  
관계부처합동. (2022. 10. 28.) “2022년 김장재료 수급안정 대책”

# KREI 현안분석

감 수	국승용 선임연구위원	061-820-2275	gouksy@krei.re.kr
내 용 문 의	김원태 전문위원	061-820-2245	wtkim@krei.re.kr
발간물문의	유정인 선임전문원	061-820-2282	edela@krei.re.kr

※ 「KREI 현안분석」은 농업·농촌의 주요 동향 및 정책 이슈를 분석하여 간략하게 정리한 것입니다.

※ 이 자료는 우리 연구원 홈페이지([www.krei.re.kr](http://www.krei.re.kr))에서도 보실 수 있습니다.

KREI 현안분석 제94호

## 2022년 김장 의향 및 김장 배추·무 공급 전망

등 록	제6-0007호(1979. 5. 25.)
발 행	2022. 11.
발 행 인	김홍상
발 행 처	한국농촌경제연구원 우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601 대표전화 1833-5500
인 쇄 처	(주)에이치에이엔컴퍼니
I S S N	2672-1147

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.