

# 일본의 김치시장과 한국산 경쟁력 분석

1. 농수산물 시장개황
2. 식료품 시장동향
3. 절임류시장
4. 일본의 김치시장 분석
5. 한국김치의 경쟁력 분석
6. 향후전망 및 종합의견

참고자료

일본시장의 김치제품 종류



### 1. 농산물시장 개황

#### □ 시장동향

구분	종전	현재	비 고
구매요인	품질, 가격	안전성, 건강	· 생산이력 관심 증가 · 중국산 위반사례 보도
정부정책	수입중심	공격적인 수출 병행 ('13년 1조엔 목표)	· 농산물 수출대책 발표 ('07.5월)
거래방식	도매시장 경유	유통매장, 소비자 직접 거래	· 회원제 회사 증가 · 인터넷판매 등장

#### □ 농식품 수출입 현황('06년도)

○ 수입 : 54,845백만불

품목별	신선농림축산물 : 돼지고기 3,298, 옥수수 2,586, 과일 2,006, 쇠고기 1,945, 대두 1,282, 냉동야채 1,000 등
	가공농식품 : 담배 3,429, 목재가공품 3,032, 소맥 1,280, 계육조제품 1,139, 합판 2,082, 패스트푸드 777 등
국가별	미국 13,048, 중국 7,235, EU 6,868, 호주 4,112, 캐나다 3,797, 말레이시아 1,722, 타이 2,716, 한국 627 등

○ 수출 : 2,106백만불

품목별	신선농림축산물 : 사과 49, 참마 15, 쌀 10, 배 5 등
	가공농식품 : 담배 214, 알콜음료120, 소맥분 68, 돼지껍질 65, 청량음료 59, 사료 55, 초콜렛과자 40 등
국가별	대만 484, 미국 422, 홍콩 285, 한국 208, 중국 191, EU 132, 타이 66 등

## 2. 식료품 시장동향

### □ 개 요

- 일본은 최근 인구감소, 저출산율, 중식시장의 등장, 쌀 섭취 횟수 감소 등 식문화가 변화고 있으며 식품시장 또한 지속적으로 위축되고 있음
- 1세대당 소비 지출금액에서 차지하는 식료품 지출 비율은 전국적으로 22~24%로 큰 차이가 없으며, '03년 이후 금액, 비율 모두 감소 추세임
- 식료품 지출액이 가장 많은 곳은 관동으로 833,487엔(24.1%)이며, 소비지출액 대비 식료품 비율이 가장 높은 곳은 긴키지방으로 24.7%(794,527엔)로 나타남
- 연령대별 연간소비량(식료품, 교육비 등 포함)은 중년층, 저년층, 고령층 순이며, 식료품 소비는 35-50세 세대, 34세 이하 세대, 60세 이상 세대 순임
- 연령대별 식품지출의 특징은 34세 이하 세대는 외식, 도시락, 스낵류 등이 많으며, 35-59세 세대(중고년 세대)는 조리식품, 술, 빵이 많으며, 60세 이상 세대에서는 식료품 전체 지출액이 제일 적었음

### □ 품목별 식료품 지출동향

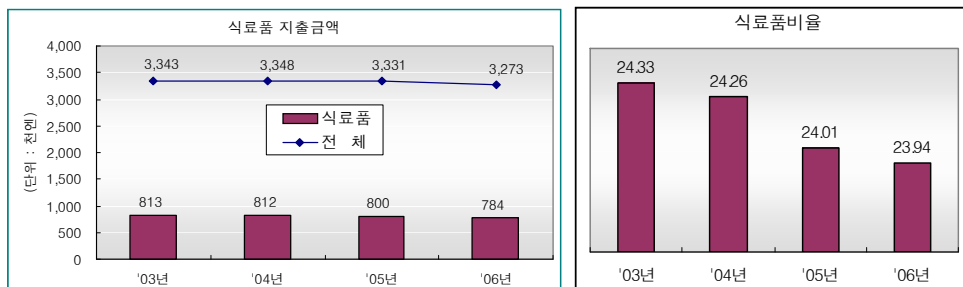
- 식료품 지출동향

(단위 : 엔)

년 도	2003	2004	2005	2006
전 체(a)	3,342,752	3,347,933	3,330,864	3,272,639
식료품(b)	813,349	812,367	799,817	783,561
식료비율(b/a)	24.33%	24.26%	24.01%	23.94%

자료 : 총무성 통계국

- 식료품 지출추이



□ 연도별 식료품 지출규모

<일본의 지역별·품목별 1세대당 소비 지출액>

(단위 : 엔)

구 분	전국	홋카이도	동북	관동	토우카이	긴키	츄고쿠	시코쿠	큐슈·오키나와
소비지출(a)	3,272,639	2,845,119	3,156,998	3,458,950	3,371,610	3,219,107	3,281,795	3,144,809	2,896,640
식료(b)	783,561	631,527	738,190	833,487	821,787	794,527	740,859	732,940	700,953
식료비율(b/a)	23.9%	22.2%	23.4%	24.1%	24.4%	24.7%	22.6%	23.3%	24.2%
○ 곡류	65,121	57,848	58,216	65,548	72,246	69,097	63,613	62,710	57,874
○ 쌀	59,096	50,643	50,997	54,146	61,097	59,066	55,413	55,166	54,076
○ 쌀 이외	6,025	7,205	7,219	11,402	11,149	10,031	8,200	7,544	3,798
○ 면류	19,994	11,072	13,773	19,999	11,049	19,999	19,999	19,999	11,000
○ 콩류	74,000	71,000	81,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000	60,000
○ 콩 이외	66,606	64,000	69,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
○ 기타	50,000	48,000	57,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	40,000
○ 어패류	74,000	71,000	81,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000	60,000
○ 어류	66,606	64,000	69,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
○ 기타	8,394	7,000	12,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	0,000
○ 신선야채	52,516	46,912	51,023	57,199	49,823	54,989	46,242	41,631	46,100
*우메보시	1,214	1,468	1,083	1,382	1,091	1,334	1,009	1,404	846
*무절임	927	802	860	885	1,325	889	878	914	800
*배추절임	607	319	434	660	763	639	628	691	417
*기타야채 절임	5,313	4,428	5,430	6,283	4,646	6,006	4,077	3,340	3,560
○ 과일	32,088	31,189	36,601	32,900	31,637	30,880	32,020	34,788	28,267
○ 조미료	27,874	22,709	28,796	27,561	28,309	28,824	29,600	27,980	27,104
○ 과자류	64,088	55,050	65,402	67,124	69,412	63,793	60,404	60,640	55,199
○ 조리식품	71,000	69,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
○ 기타	67,000	65,000	65,000	67,000	67,000	67,000	67,000	67,000	67,000
○ 기타	100,000	110,000	120,000	130,000	140,000	150,000	160,000	170,000	180,000
									141,233

자료 : 총무성 통계국

□ 소비자 물가동향

- 일본 전세대 지역별 물가지수는 전체평균을 100으로 산정하였을 경우 관동지방이 102.5로 가장 높으며, 오키나와지역이 92.3으로 가장 낮음
- 식료부분은 관동지방이 102.1로 가장 높으며, 큐슈지방이 95.5로 가장 낮음
- 신선식품의 물가지수는 킨키지방이 105.4로 가장 높으며, 큐슈지방이 93.0으로 가장 낮음

<쫄세대 지역별 물가지수>

구분	종합	종합 (신선식품제외)	식료	신선식품
전국평균	100.0	100.0	100.0	100.0
홋카이도	99.8	99.9	97.8	97.3
동북지방	97.8	97.9	98.1	96.8
관동지방	102.5	102.5	102.1	101.4
키타리쿠지방	98.6	98.5	101.0	99.7
동해지방	98.2	98.2	99.7	98.6
킨키지방	101.1	100.8	101.1	105.4
중국지방	98.0	98.0	97.5	99.4
시코쿠지방	96.9	97.0	97.2	96.1
큐슈지방	96.5	96.7	95.5	93.0
오키나와지방	92.3	91.7	97.2	103.8

자료 : 총무성 통계국

3. 절임류(츠케모노) 시장

□ 시장동향

- 일본에서 김치는 절임류(츠케모노)로 분류하고 있음

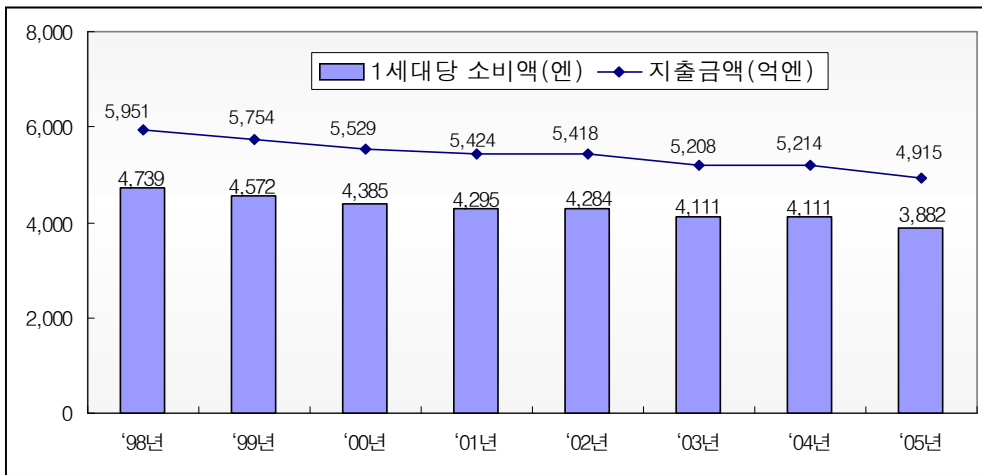
<절임(漬物류 분류)>

塩漬類(염장절임 : 우메보시, 매실절임 등), 酢漬類(초절임 : 락교절임, 생강절임 등), 淺漬類(겉절이), 糠漬類(쌀겨절임), 醬油漬類(간장절임 : 후쿠진(福神)절임, 김치 등), 粕漬類(술지게미절임 : 나라(奈良)절임, 와사비절임 등), 味噌漬類(된장절임)

- 절임류 전체 지출액은 1998년이 연간 5,951억엔으로 가장 많았으며, 2005년은 4,915억엔으로 1998년 대비 17.4% 감소함
- 1세대당 소비액은 1998년이 4,739엔 이었으며, 2005년은 3,882엔으로 1998년 대비 18.1% 감소함
- 절임류 전체 시장규모는 1998년부터 연평균 2.7%가량 감소추세를 보이고 있음
- 절임류 지출금액 추이

구 분	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
지출금액(억엔)	5,951	5,754	5,529	5,424	5,418	5,208	5,214	4,915
1세대당 소비액(엔)	4,739	4,572	4,385	4,295	4,284	4,111	4,111	3,882

자료 : 총무성 통계국



□ 생산동향

- 일본의 절임류 생산동향은 '01년 118만톤을 정점으로 이후 지속적인 감소세를 보이고 있으며, '06년은 97만톤으로 '01년 대비 17.8% 감소
- 절임류 전체의 25%가량을 차지하는 김치가 '05년 기생충알 사건 이후 한국산, 중국산, 일본산 김치 수요 부진이 주된 원인임
- 또한, 일본인 식생활에 있어서 염분을 과다하게 섭취하고 있다는 자료가 발표되면서 절임류가 그 주범으로 인식되면서 절임류 소비에 영향을 미침

<절임류 생산동향>

(단위 : 톤)

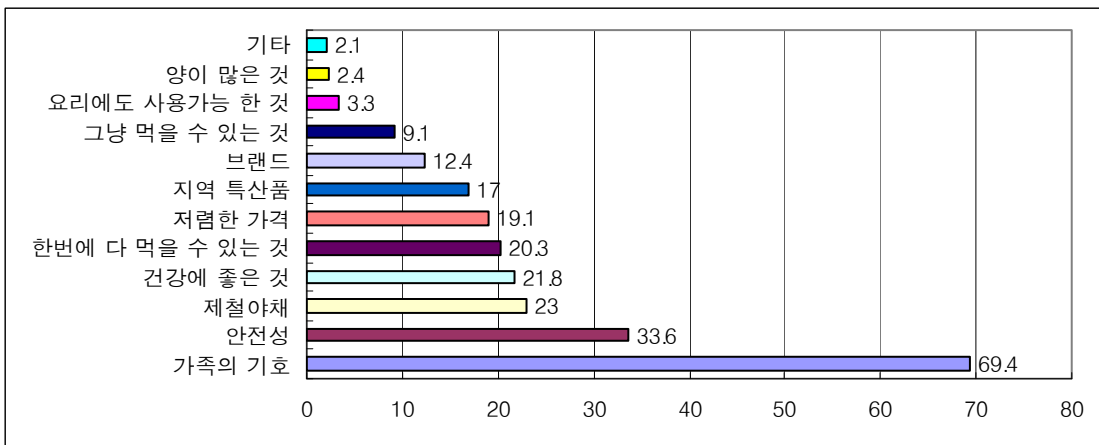
구 분	2001	2002	2003	2004	2005	2006
계	1,185,843	1,183,594	1,131,925	1,032,873	972,920	974,740
醬油漬類	539,482	570,810	560,439	496,492	466,031	433,303
一夜漬	218,307	190,638	164,723	148,032	149,082	154,471
塩漬類	168,047	166,949	149,348	149,449	129,280	146,758
酢漬類	106,540	108,022	107,756	105,370	94,334	102,449
糠漬類	93,164	86,524	89,791	74,439	73,538	80,236
기 타	228,182	60,651	59,868	59,091	60,655	57,523

자료 : 식품수급연구센터

□ 소비동향

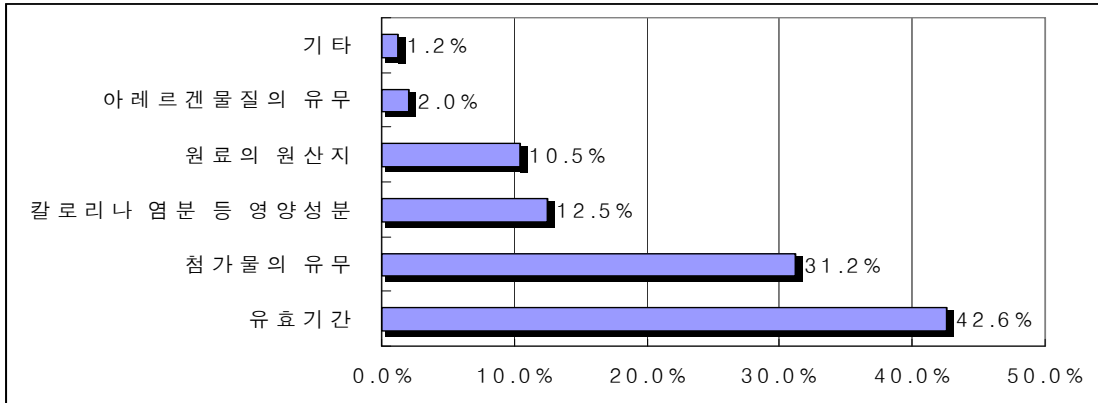
- 일본식량신문이 일반소비자 330명을 대상으로 실시한 절임류(즈케모노)에 대한 앙케이트 조사결과에 따르면 수입산 원료나 수입산 제품에 대한 불신감이 여전히 강하며, 건강·안전·안심에 대한 요구도 높아져 산지나 가공공정에서 보다 자세한 표시를 원하는 대답이 많음
- 앙케이트 조사 결과(자료 : 일본식량신문)

Q 1. 절임류를 구입시 어떤 기준으로 선택하는가?

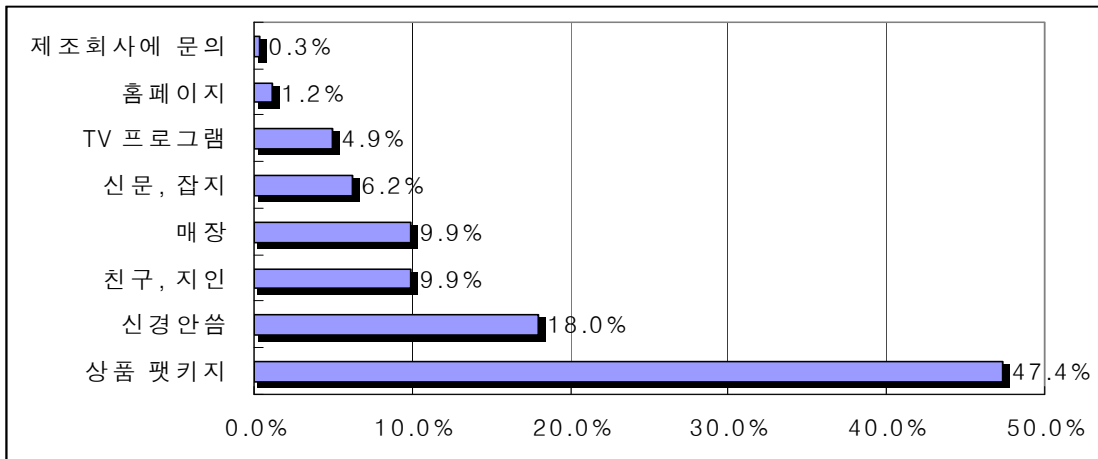




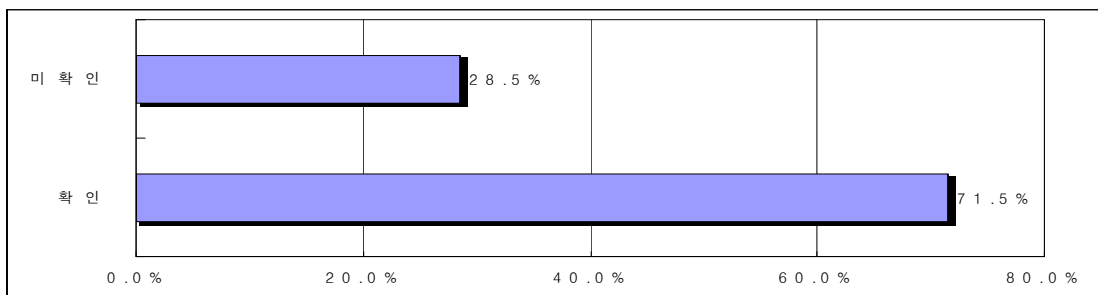
Q 2. 절임류를 구입시 가장 관심을 갖는 표시는?



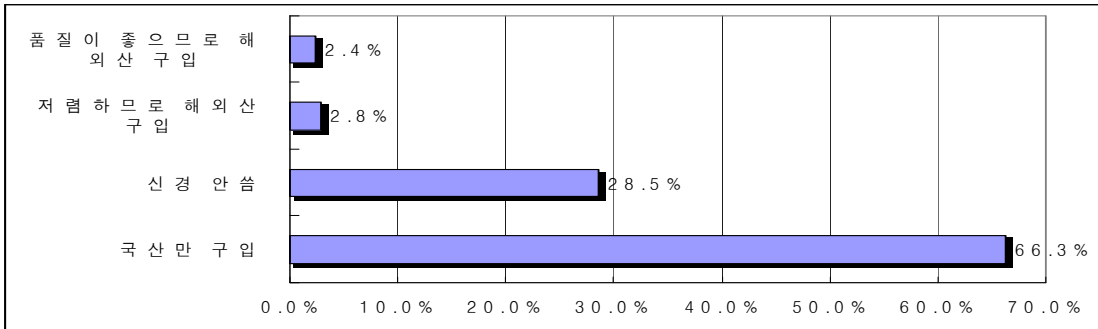
Q 3. 절임류에 대한 정보(건강효과 등)는 주로 어디에서 얻는가?



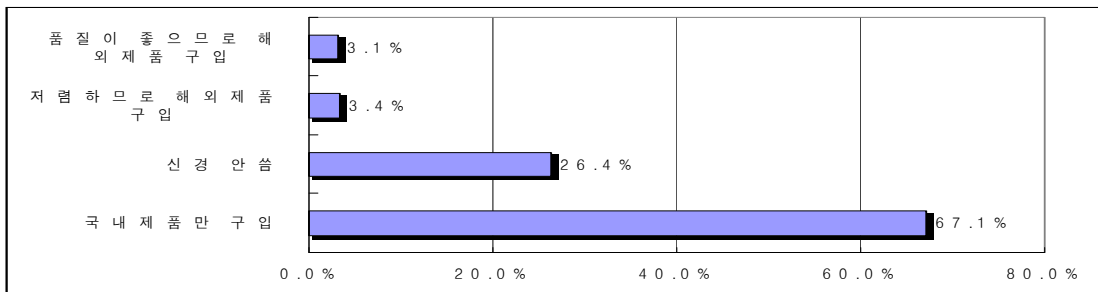
Q 4. 절임류 원료 원산지 표시 확인 여부



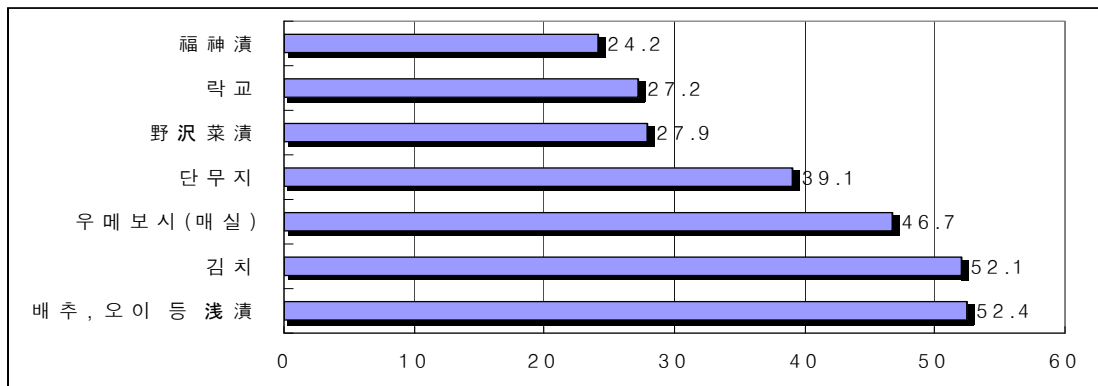
Q 5. 해외산 재료를 사용한 절임류를 구입하고 있는지



Q 6. 중국 등 제품화한 수입품이 증가하고 있는데 수입제품 구매하고 있는지



Q 7. 자주 구입하는 주요 절임류(복수응답 가능)



## 4. 일본 김치시장 분석

### □ 시장개요

- 김치는 한국요리에 빠질 수 없는 존재로 업소용 수요를 중심으로 시장을 형성하였으며 통계자료에는 츠케모노(절임류)로 분류됨
- '90년대 후반에 캡사이신·고춧가루의 건강성이 알려지기 시작하고 가정에서의 야키니쿠(やきにく : 불고기, 구운 고기) 붐이 확산되면서 '98년부터 2년 연속으로 두 자리 성장을 이루었으며, 한·일 월드컵이 공동 개최된 '02년까지 지속적으로 확대됨
- '03년은 비발효상품이 거의 100%로 일본인의 입맛을 겨냥한 일본산 김치의 실적이 감소한 반면, 유산발효의 한국산 김치가 새로운 평가를 얻었으며, 저가격을 무기로 한 중국산 김치 또한 서서히 존재감을 높이게 됨
- '05년 전반은 전년과 비슷한 시장상황이었으나 10월에 김치 기생충알이 검출되면서 중국산 및 한국산 김치가 시장에서 철거되는 등 김치시장은 큰 타격을 받음
- 수입김치는 10월 이후 전년의 40~60%, 일본산 김치는 전년의 80~90%로 소비가 감소하였으며 특히 '06년 상반기는 전년도에 영향을 크게 미쳤으나 중반에는 일본산이 전년대비 90% 정도, 수입품이 70~80%정도까지 회복됨
- 한국산 김치 취급업체 중 자사 한국공장을 갖고 있는 미야마, 동사에 위탁생산하고 있는 푸드레벨 등은 한국산의 안전성을 적극 어필하여 회복이 빨랐으며, 일본산에서는 東海츠케모노 「코쿠우마」등이 수입품에서 대체수요를 흡수하여 호조를 보임

### □ 판매동향

- 김치 판매량은 증가추세를 보이다가 한일 월드컵이 공동 개최된 2002년을 정점으로 감소추세임
- '05년 기생충알 검출사건 이후 급격히 감소하였으나, 일본 대규모 식품기업의 적극적인 상품개발 및 프로모션 등으로 회복기미
- 식품업계에서 김치가 차지하는 매출액 등 비중이 커서 최근 김치시장에 진출한 에바라식품, 전농 등이 김치시장에 신규 진출하였으며, 이로 인해 시장경쟁이 더욱 치열해질 전망

○ 전체 판매동향

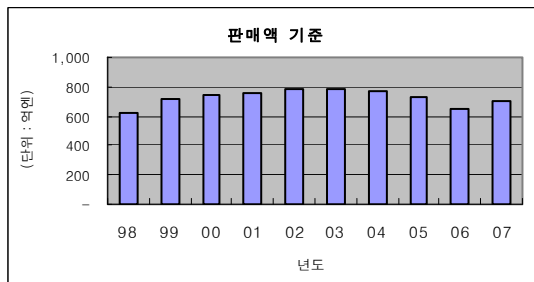
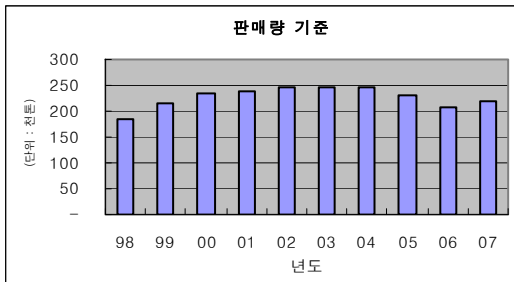
(단위 : 톤, 백만엔, %)

년도	판매량	전년대비	신장율	판매액	전년대비	신장율
1998	182,700	-	100	62,000	-	100
1999	215,000	117.7	111.7	71,000	114.5	114.5
2000	234,000	108.8	128.1	75,000	105.6	121
2001	240,000	102.6	131.4	76,300	101.7	123.1
2002	247,400	103.1	135.4	78,200	102.5	126.1
2003	247,300	100.0	135.4	78,000	99.7	125.8
2004	245,300	99.2	134.3	77,300	99.1	124.7
2005	232,000	94.6	127	73,400	95	118.4
2006	206,000	88.8	112.8	65,300	89	105.3
2007(전망)	220,000	106.8	120.4	70,000	107.2	112.9

자료 : (주)후지경제

○ 전체 판매규모 추이

(단위 : 백만엔)



○ 국내외별 판매동향

- 東海漬物の “고쿠우마 김치” 등 일본산 원료 사용을 강조한 일본에서 생산한 김치의 시장점유율이 매년 증가하고 있음
- 한국산 김치는 안전성에 대한 공격적인 마케팅으로 시장회복 추세
- 중국산 김치는 안전성에 대한 부정적인 이미지로 인해 업소용으로 일부 수입되고 있으며 현재까지 판매량 증가에 대한 요인 없음

(단위 : 백만엔)

구분	2003		2004		2005		2006	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비

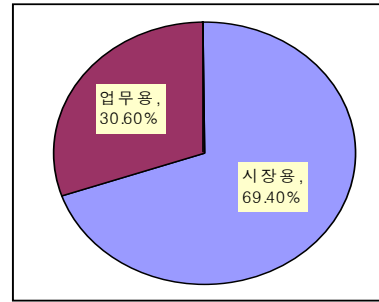
자료 : (주)후지경제

○ 용도별 판매동향

- 밥 반찬으로 소비되었기 때문에 시판용 구성비율이 높았지만, 2005년 이후는 김치 기생충알 사건의 영향으로 감소하고 있음
- 업소용은 야키니쿠점이나 이자카야 등에서 안정된 수요가 있어 김치소동의 영향이 다소 있지만 시판용과 달리 큰 피해가 없어 구성비율은 상승하고 있음

(단위 : 백만엔)

구분	2005		2006	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시판용	52,000	70.8	45,300	69.4
업소용	21,400	29.2	20,000	30.6
가공용	-	-	-	-
합계	73,400	100	65,300	100



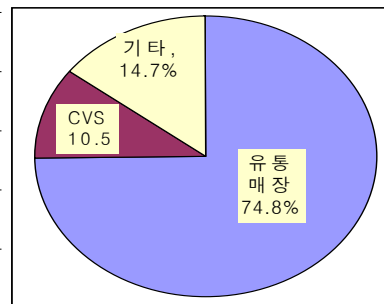
자료 : (주)후지경제

○ 유통경로별 판매동향('06년)

- 슈퍼 및 유통매장에서는 절임류의 정체에도 불구하고 성장을 계속 이루어 온 김치매장을 확대하려는 움직임이 있어 구성비율이 높지만 김치사건에 직접적인 영향을 받아 당분간 고전이 예상됨
- 수입김치를 고집해 온 슈퍼 및 유통매장에서는 회복도 빨리 되고 있지만, 매장에서 일시적으로 퇴출시켰던 슈퍼 및 유통매장에서는 수입품에 대한 소비자의 불안을 일으켜 회복이 늦은 경우도 있음
- CVS는 상품진열은 한정적이지만 고정 고객에 의해 판매되고 있음

(단위 : 백만엔)

구분	판매액	구성비
수퍼, 유통매장	33,900	74.8
CVS	4,750	10.5
기타	6,650	14.7
계	45,300	100.0

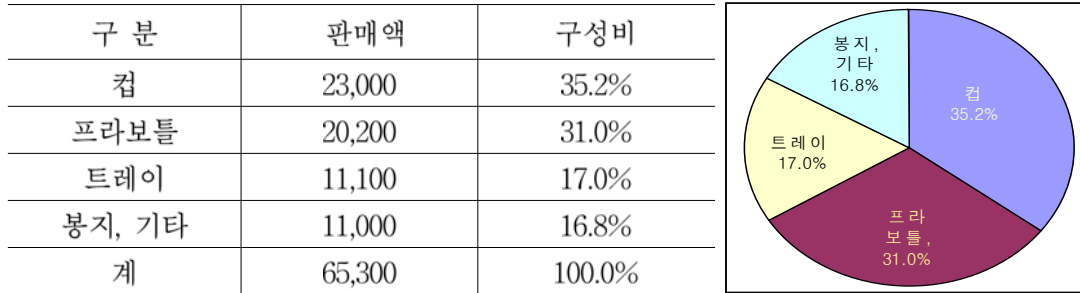


자료 : (주)후지경제

○ 포장(팩키지) 동향('06년)

- 대용량 제품은 컵 형태를 많이 하고 있음
- 스크류 캡이 붙어 있는 플라보틀은 보존성에 우수한 수입상품이 많지만 그만큼 김치 소동의 영향을 가장 많이 받은 용기라고 할 수 있음
- 국산상품에서 많이 사용되고 있는 트레이나 봉지는 감소하고 있으며, 특히 봉지는 용기 코스트가 낮음에도 사용상의 불편함이 마이너스 요인임

(단위 : 백만엔)



자료 : (주)후지경제

□ 업계동향

○ 판매규모 및 시장점유 현황

구 분	2005		2006		2007	
	판매액	점유율	판매액	점유율	판매액	점유율
빙고츠크모노	5,400	7.4	4,300	6.6	4,500	6.4
미야마	3,800	5.2	3,400	5.2	3,800	5.4
아키모토식품	3,000	4.1	2,700	4.1	3,000	4.3
푸드레벨	2,800	3.8	2,900	4.4	3,300	4.7
나카가와식품	2,450	3.3	2,400	3.7	2,500	3.6
피클스코포레이션	2,100	2.9	1,900	2.9	2,000	2.9
마루코시	2,000	2.7	1,900	2.9	2,000	2.9
기타	51,850	70.6	45,800	70.1	48,900	69.9
합 계	73,400	100	65,300	100	70,000	100

자료 : (주)후지경제

- 빙고츠크모노는 '06년 가을에 「熟김치」, 「熟成熟김치」(각 300g)을 발표하는 등 라인업 확충에 의한 확대를 노렸지만, 김치 기생충알 파동의 영향을 받아 2005년에는 전년대비 95%였으며, 국산상품인 「和風김치」, 「야키니구야상 김치」로 병용하고

- 있던 중국산 원료를 완전 국산원료로 전환하는 등 고전을 겪고 있음
- 눈에 띄는 성장을 계속해온 미야마(美山)는 김치 기생충알 사건으로 '06년 초까지 어려움을 겪었으나, 자사공장의 안전성을 추구하는 방향으로 사업을 전개하여 유통관계자 및 소비자에게 신용을 얻고, 중반이후는 한국산이 주원료인 「윤가김치」 및 중국산인 「好好김치」(500g, 1kgPET)가 호조를 보임
  - 아키토모(秋本)식품은 「왕도김치」, 「어머니의 極旨김치」, 「양반김치」등을 전개하는 한편, CVS 등의 반찬코너에 대응한 상품도 전개하고 있으며 '05년 10월 이후 마이너스를 기록하고 있지만, 자세제조의 「왕도김치」는 착실한 성장을 기록하고 있음
  - 푸드레벨은 「牛角김치」등 유산발효 시킨 한국산 본격 김치를 주력으로 전개하고 있으며 한국공장의 철저한 품질관리체제를 어필하여 김치소동의 한가운데 있었던 매장에서 철거된 경우는 거의 없었으며, 고정 고객의 확보에 성공한 이후 조기회복을 이루었을 뿐 만 아니라 「벵타라de김치」가 3월 이후 플러스로 전환하였고 6월에 관서에서 발매한 「辛口김치」도 전국에서 재차 성공궤도에 올라 점차 시장점유율이 높아질 것으로 전망됨
  - 나카가와(中川)식품은 주력인 「본격김치」를 시장으로 국산으로 특화하고 있어 비교적 경미한 영향에 그쳐 '06년 후반은 마이너스 성장에서 벗어남
  - 피클스코포레이션은 CVS나 유통매장(슈퍼)의 벤더로 성장해 왔지만, 최근 몇년은 자사 브랜드 육성에도 주력하여 '05년 겨울에 「배추김치」를 투입했으나 직후 김치소동으로 인해 마이너스 성장을 했으며 '06년에 「조조엔김치」를 발매하여 전환을 꾀하고 있음

○ 주요 소매업체 매출액 베스트 김치 3

구 분	베스트 김치 3	
	브랜드명	제조회사
코프코베	① (PB)코프스 숙성우마아지 김치 ② 熟우마辛김치 ③ 오사카鶴橋배추김치	토우카이츠케모노 마이즈루
코프넷 사업연합	① 한국직수입 배추김치 ② 본격배추김치 ③ 고쿠우마김치	무라타식품 會津天寶 토우카이츠케모노
사미트	① 熟우마辛김치 ② 본격김치 ③ 우각김치	토우카이츠케모노 나카가와식품 푸드레벨

구 분	베스트 김치 3	
	브랜드명	제조회사
관서 슈퍼마켓	① 高鶴배추기미 ② 오사카鶴橋김치 ③ 한국산 컵김치	高鶴酒類 고려식품 세이효
유모데이다	① 熟우마辛김치 ② 우각한국김치 ③ 본격마일드김치	토우카이츠케모노 CI푸즈 岩下식품
전일본식품	① 激우마辛김치 ② 슈퍼極上김치 ③ 尹家자만김치	토우카이츠케모노 北日本푸드 미야마
마루큐	① 和風김치 ② 旨味김치 ③ 고쿠우마김치	빙고츠케모노 빙고츠케모노 토우카이츠케모노
유스	① 오리지날 한국김치 ② 앓사리김치 ③ 델리셔스김치	중부유통 후쿠이츠케모노 후쿠이츠케모노
마루나카	① 和風생김치 ② 한국산김치 ③ 美味카김치	빙고츠케모노 대광농산 마루큐

자료 : 일본식품신문

○ 김치취급업체 매출액 순위(절임류 기업 기준 : '06년)

(단위 : 억엔)

순위	회사명	소재지	매출액	비 고
1	東海츠케모노	아이치	146	
2	피클스코퍼레이션	사이타마	143	
3	아키모토식품	가나가와	128	
4	마루코시	아이치	109	
5	신신	도쿄	106	절임류만 계산
7	빙고츠케모노	히로시마	75	절임류만 계산
14	나카가와식품	도쿄	46	
17	사이카	도쿄	42	
24	미야마	치바	38	
26	도쿄니아타카야	도쿄	36	
29	아이즈天寶양조	후쿠시마	35	
30	手柄식품	효코	34	
31	北일본푸드	홋카이도	33	
43	菅野츠케모노	후쿠시마	26	
43	아사다	아이치	26	
65	전국츠케모노	도쿄	18	
65	시타라	군마	18	
76	산키	가나가와	16	

자료 : 일본식품신문



### 5. 한국김치 경쟁력 분석

#### □ 수급동향

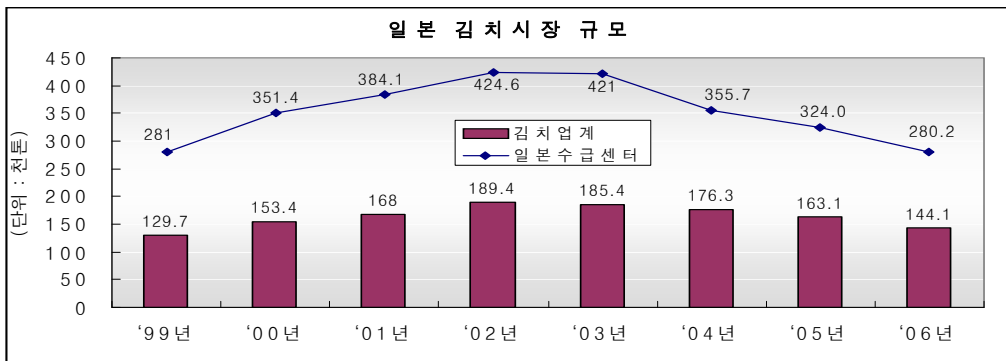
##### ○ 일본시장 수급동향

(단위 : 천톤)

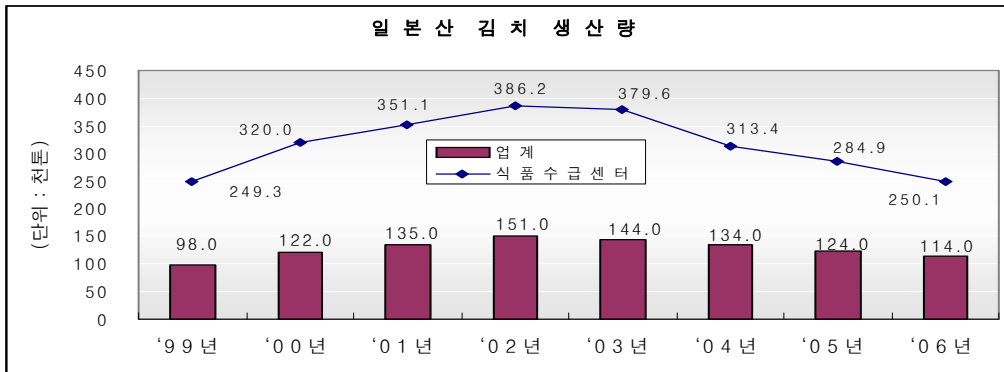
구 분		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
일본산	일본산(a) (식품수급센터)	249.3	320.0	351.1	386.2	379.6	313.4	284.9	250.1
	일본산 (업계)	98.0	122.0	135.0	151.0	144.0	134.0	124.0	114.0
수입산	한국산(b)	23.8	22.3	22.2	27.1	30.6	32.4	29.7	22.8
	중국산(c)	7.9	9.1	10.8	11.3	10.8	9.9	9.4	7.3
합계(a+b+c)		281.0	351.4	384.1	424.6	421.0	355.7	324.0	280.2

자료 : 일본수급센터, KATI, 김치업계

- 일본 김치시장은 한일 월드컵이 개최된 '02년을 정점으로 '03년부터 감소세를 보이다가 '05년 김치 기생충알 사건이후 감소세가 두드러짐



- 일본산 김치 생산량은 일본수급센터 자료에 의하면 '06년 250천톤으로 '02년 386천톤 대비 35.2%, '05년 285천톤 대비 12.2% 감소함
  - 한편, 김치업계에서는 일본내 김치 원료인 배추의 용도별 사용량 등을 고려할 때 일본수급센터의 생산량 통계자료가 과대하다고 평가하고 있으며 대략 15만톤 정도가 생산되는 것으로 간주하고 있음

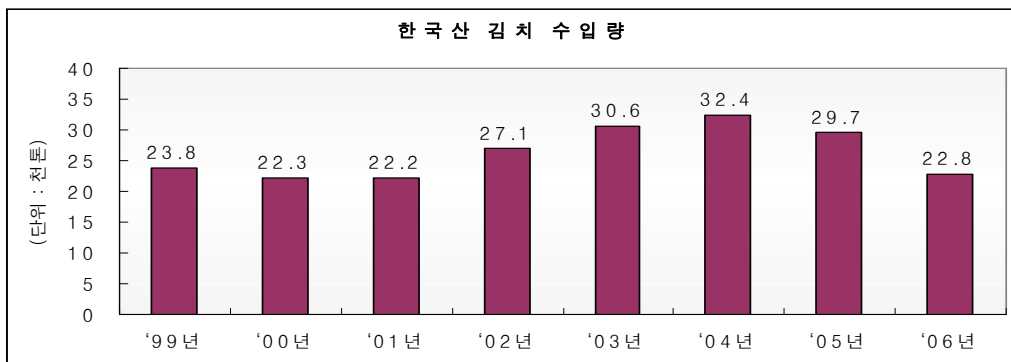


- 東海식품 등 절임류 대형회사의 높은 지명도를 활용한 일본산 김치생산이 증가하고 있으며 최근에는 인지도가 높은 전농(JA)에서 김치시장에 진출

<주요 일본산 김치>

회사명	브랜드명	비고
東海식품	코쿠우마김치, 푸치코쿠우마김치	판매량 1위
빙고츠케모노	和風김치, 야키니쿠야김치	
나카가와식품	本格김치, 서울김치	타파웨어식 포장용기
마루코시	오이시이 김치	
아키토식품	왕도김치	
피클스	조조엔김치	

- 한국산 김치는 일본 김치시장의 변화와 같은 움직임을 보였으며 특히 '05년 기생충 알 검출의 직접적인 영향으로 소비가 대폭으로 감소함
  - '06년 한국산 김치 수입규모는 23천톤으로 전년 30천톤 대비 23.2% 감소하였으며 '04년 32천톤 대비 29.6% 감소함



- 소비자보다는 매장의 입점 결정권한을 갖고 있는 바이어의 신뢰회복이 매우 낮은 상태이나 최근 적극적인 마케팅 홍보활동으로 점차 회복 추세

<한국산 김치 취급업체>

구 분	업 체 명
한국계기업	대상재팬, 롯데물산, 진로, 동원, 농협무역, 한울농산 등
일본기업	동해츠케모노, 아키토식품, 나카가와식품, 빙고츠케모노 등
수입업체	산키, 사이카, 마루큐, 미야마, 푸드레벨, 구라시모아 등

- 일본에서 중국산 김치에 대한 통계자료는 발표되고 있지 않으나 업계관계자에 의하면 7~11천톤 규모로 추정하고 있으며 대부분 업소용 위주임
  - 중국산 식품의 위생 및 안전에 대한 부정적인 이미지로 인해 시장확대가 어려운 상황으로 중국산 김치 취급업체 중 일본산으로 전환하는 업체 증가
- 일본산과 한국산 김치 단계별 분석

• 한국산 김치 •

구 분	기 간	원 인 분 석
성장·숙성기	1999 2002 2003 2004	한국김치 특집 TV방송 등에 의한 신장 한일 월드컵 공동개최에 의한 소비확대 한류(한국드라마) 영향으로 증가 일본 국내 기회여건 악화 영향으로 국산에서 한국산 김치로 판매 이동
감소요인	2005~	한국과 중국간의 “김치분쟁” ※ 기생충알 검출문제로 큰폭으로 하락

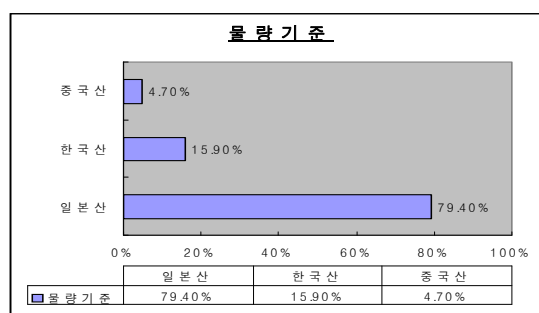
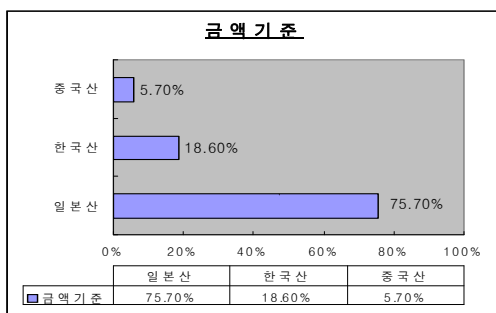
● 일본산 김치 ●

구분	기간	원인 분석
성장기	~ 2000	김치 붐 등에 의한 생산량 확대
성숙기	~ 2003	02년 한일 월드컵, 한류붐의 영향 ※ 일본산 김치의 Level Up!
감소요인	~ 2004	국내의 태풍피해 영향이 심해 배추 수확량이 줄어 생산량 감소
	~ 2005	한국과 중국의 “김치분쟁”의 영향으로 국산 김치의 소비 및 생산량도 감소

| 국가별 시장점유

구분	시장규모	경쟁국별 시장점유율(톤, %)				비고
		일본산	한국산	중국산	기타	
금액 점유율	금액(억엔)	700	530	130	40	-
	점유율	100%	75.7%	18.6%	5.7%	-
물량 점유율	물량(만톤)	14.36	11.4	2.28	0.68	
	점유율	100%	79.4%	15.9%	4.7%	
참고-1	물량(만톤)	14.5	11.4	2.37	0.73	-
	점유율	100%	78.6%	16.3%	5.0%	-
참고-2	물량(만톤)	28.1	25.2	2.27	0.68	
	점유율	100%	90.0%	8.4%	2.6%	

□ 국가별 시장점유율 현황



□ 추정근거

- 세부 산출근거
  - 금액점유율 : 일본식품신문 자료 등
  - 물량점유율 : 일본산(업계추정), 한국산(KATI), 중국산은 추정치
  - 참고-1 : 김치업계 제공 데이터
  - 참고-2 : 일본식품수급센터(일본산, 한국산), 중국산은 추정치
- 김치업계에서는 일본식품수급센터의 일본산 김치생산량(25.2만톤) 통계에 대해 김치 외에 기타 절임류가 포함된 것으로 보고 신뢰하지 않으며, 실제 일본산 김치 생산량은 10-15만톤 수준으로 추정
- 중국산 김치는 절임류 포함하여 11.15만톤(일본식품수급센터 통계)이나 김치업계에서는 한국산 김치의 30% 수준, 일본산·한국산·중국산 김치의 시장점유율은 75:20:5라는 인식이 일반적

□ 주요 유통업체 원산지별 김치 점유율

업체명	계	일본산	한국산	중국산
코프코베	100%	81%	13%	-%
코프넷 사업연합	100%	63%	36%	-%
사미트	100%	70%	30%	-%
관서 수퍼마켓	100%	71%	29%	-%
유모데이다	100%	59%	6%	5%
전일본식품	100%	40%	60%	-%
마루큐	100%	-%	-%	-%
유스	100%	60%	30%	10%
마루나카	100%	70%	30%	-%

자료 : 일본식품신문

□ 경쟁현황

- '05년 김치기생충알 사건 이후 일본산은 이전 수준에 가깝게 회복하였으며 한국산은 70~80% 수준 회복
  - 김치는 타 품목보다 이익이 많이 발생하는 품목으로 중요도가 높아 유통매장에서 소비회복에 많은 관심을 갖고 있음

- 400g 위주로 판매되고 있으며, 최근에는 용기개선을 통해 가격 및 용량 변화
  - 평균 판매가격(400g) : 일본산·한국산 398엔 / 중국산 298엔
  - 동해식품 고쿠우마김치 : 320g, 358엔 / 中川 本格김치 : 380g, 498엔
- 중국산은 업소용 및 지방의 소형매장 위주로 판매되고 있으나 식품위생 및 안전에 대한 나쁜 이미지로 패밀리 레스토랑, 대형 이자카야 체인점 등의 납품에 애로

< 대형유통업체 중국산 김치 판매가격 >

업 체 명	상 품 명	용 량	가 격
다 이 에	이상김치	150g	158엔
세 이 우	왕궁김치	400g	298엔
마루에츠	호호김치	500g	298엔
이나게야	이가명품배추김치	400g	298엔
베이시아	THIRFTY	400g	198엔
	매일김치	1kg	398엔
에 코스	호호김치	500g	188엔
	코벳트김치	150g	138엔
토부스토아	이가명품배추김치	400g	208엔
베 루 크	이상김치	400g	348엔

- 대형유통매장 다이에에서 중국산 김치 판매를 최근 개시하였으나 판매부진으로 조만간 중단 전망
- 일본산 및 한국산은 대형유통마트 및 슈퍼마켓 등 소비자 접촉이 많은 곳에서 주로 소비됨
- 일본산 김치는 생산이력을 활용한 고품질·고안전에 대한 적극적인 마케팅 전략으로 소비자에 큰 호응
- 한국산 김치가 일본시장 진출이후 병모양의 디자인을 고집한 반면, 일본은 디자인 개선 등을 통해 이미지 제고에 노력

□ 유통매장별 김치 동향 (자료 : 도쿄 aT 전단지 조사/'06년)

- 개 요
  - 최근 1년의 동향을 보면 5월경부터 전단지 게재횟수가 증가하여 '05년 기생충알 검출사건 이후 처음으로 예년 수준 회복

- 한국산 김치 게재가 가장 많은 시기는 7~8월로 일본산을 포함한 김치 전체가 같은 상황으로 여름이 많고 다음으로 11월이 게재수가 많음
- 가장 수요가 많은 12월은 크리스마스나 연말 오세치(정월요리) 관련 상품 게재가 많기 때문에 12월 20일 이후는 거의 게재되지 않음
- 전단지 1,105매 가운데 김치 게재는 361점(게재율 32%)이며 한국산 90점(게재율 8%), 일본산 188점(게재율 17%), 중국산 35점(게재율 3%), 카테고리 46점(게재율 4%) 순임

<게재횟수 베스트 10위 김치>

No.	구분	회사명	브랜드명	규격(g)	횟수
1	일본산	東海츠케모노	고쿠우마熱우마辛김치	320	61
2	한국산	우각	우각김치	400	38
3	중국산	마루야오리지날	李상家노김치	400	29
4	일본산	일본푸드수퍼	극상김치	350	16
5	일본산	나카가와	마일드본격김치	380	9
6	한국산	미야마	비전노아지	400	8
		사이카	배추김치	400	
		한울	배추김치	400	
10	일본산	빙고츠케모노	와풍김치	650	6
한국산	한울	포기김치	390		
계	한국산 5品, 일본산 4品, 중국산 1品				

○ 한국산김치

- 한국산 김치는 수퍼의 거래처 정책으로 상품진열이 고정되어 있으며 전단지 게재 역시 거의 결정되어 있음
- 우각은 자스코를 제외한 거의 전 수퍼에서 게재(19사중 15사 게재)
- 우각에서 여름시기 한정 辛口김치 400g 신제품에 대한 전단지 3회 게재

<한국산 김치 게재횟수 베스트 10위>

No.	회사명	브랜드명	규격(g)	횟수
1	우각	우각김치	400	38
2	미야마	비전노아지	400	8
	사이카	배추김치		
	한울	배추김치		
5	한울	포기김치	390	6
6	마루큐	종가김치	400	4
7	우각	辛口김치	400	3
	동원	양반김치	400	
	빙고츠케모노	한국김치	400	

○ 일본산 김치

- 일본산 김치는 東海츠크모노의 고쿠우마 熱우마辛김치 320g이 압도적으로 강세이며 거의 대부분의 슈퍼에서 판매되고 있으며 게재 빈도 또한 높음
- 미야마 브랜드는 종래의 이온그룹을 중심으로 판매되고 있으며 '06년 가을부터 세이유에서 판매를 개시하여 도큐스토아, 에르코프 등에서 신규로 등장

○ 중국산 김치

- 중국산 김치는 슈퍼마루야가 압도적으로 많으며 다이에, 요쿠마트 각 2회, 이나게야 1회와 4사가 전단지 게재
- 다이에가 오리지날 세빙구 김치 400g(278엔)을 9월 21일에 발매하였으나 전단지 게재는 전무

<중국산 김치 전단지 게재 슈퍼>

- 마루야 오리지날 李상家노김치의 배추 김치 400g(178엔, 2개 300엔, 1kg 298엔) 30회
- 다이에 빙고츠크모노 이상노김치 150g 98엔 2회
- 요쿠마트픽클수 배추김치 400g(178엔 2개 300엔) 2회
- 이나게야 및 고쇼 이가명품 배추김치 400g(198엔) 1회

○ 가 격

구분	규격	중심가격	최저가격	최고가격	기타김치
한국산	400g	37회 298엔	2회 198엔	1 회 398엔	500g 198엔, 1kg 598엔
일본산 (東海고쿠우마)	320g	34회 298엔	1 회 239엔	2 회 378엔	-
일본산 (北日本極上)	350g	5 회 378엔	3 회 298엔	4 회 398엔	-
중국산	400g	26회 2개 300엔	26회 2개 300엔	1 회 198엔	1kg 298엔, 150g 98엔

○ 규 격

- 한국산 및 중국산은 400g이 대부분
- 일본산은 300g대가 중심으로 전체의 61% 차지하며, 300g미만은 29품 16%, 400g 이상 39품 21%



구분	최대 횟수	대표 상품	제2위	대표 상품	제3위	대표 상품	제4위	대표 상품	규격
한국산	400g 81회	牛角 김치	390g 7회	한울 포기김치	500g 1회	카네야마 한국김치	300g 1회	롯데 한국김치	300g~ 500g
일본산	320g 61회	東海 코쿠우마	350g 19회	北日本 수퍼 극상김치	300g 19회	天寶 전주김치	650g 14회	빙고漬物 야키니구 야상김치	70g~ 700g
중국산	400g 29회	李家 명품김치	1kg 4회	마루야 오리지널 추상노김치	150g 2회	피클스 배추김치	-	-	150g~ 1kg

○ 조사대상 슈퍼 : 수도권 20사 1,617점포

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
슈퍼명										
점포수 (수도권)	63	114	77	151	32	191	87	100	91	58
조사 개시월	2月	4月	5月	5月	4月	2月	5月	5月	2月	2月

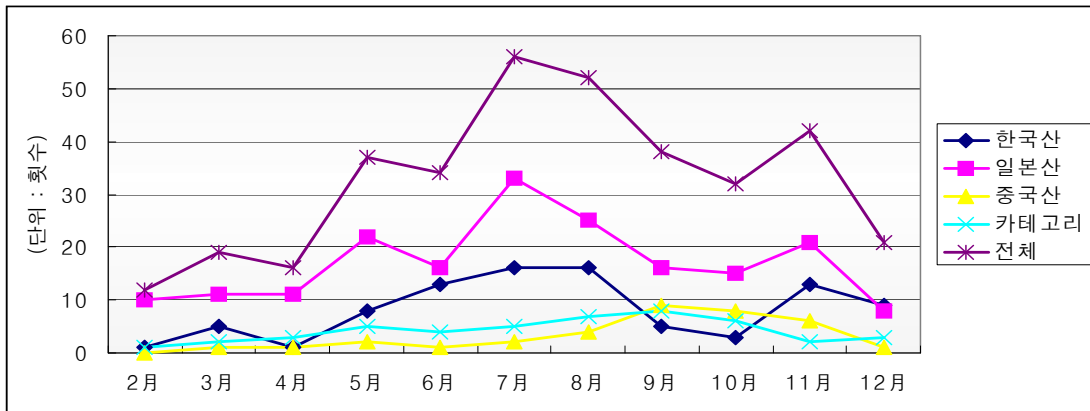
NO	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
슈퍼명										
점포수 (수도권)	19	129	103	18	28	75	21	92	119	49
조사 개시월	2月	2月	5月	5月	2月	2月	2月	6月	7月	7月

○ '06년 월별 전단지 게재 품목수

<개 요>

- 김치 전단지 게재가 증가한 것은 5월 이후로 4월까지의 전년의 기생충알 문제의 영향으로 게재수가 적었으며 6월부터 회복 기미
- 전단지 게재가 많은 시기는 여름의 7월, 8월이며 이어서 11월임
- 7~8월의 여름시기와 여름 수요전의 5-6월에 김치관측 실시가 효과적

- 전 전단지 32%에 김치가 게재되었으며 한국산 김치의 게재율은 일본산의 절반 수준인 8%



- 게재횟수가 많은 김치는 일본산에서는 東海츠케모노의 旨熱김치(320g)로 61회 게재되었으며 한국산은 우각김치(400g)로 38회 게재됨
- 12월은 한국김치가 일본산보다 게재횟수가 많았으며 한국산 김치가 겨울철에 맞는다는 평가 때문으로 사료됨

<월별게재횟수>

월	게재횟수					전단지 매수	전단지 게재율	조사 수퍼	한국 1위 牛尾김치	일본 1위 東海
	한국산	일본산	중국산	카테고리 합인	전체					
2월	1	10	0	0	11	11	100%	10	10	10
3월	5	11	1	1	18	18	100%	11	11	11
4월	2	11	1	2	16	16	100%	11	11	11
5월	8	22	2	4	37	37	100%	22	22	22
6월	13	16	1	4	34	34	100%	16	16	16
7월	16	33	2	5	55	55	100%	33	33	33
8월	16	25	4	8	52	52	100%	25	25	25
9월	5	16	9	8	38	38	100%	16	16	16
10월	3	15	8	5	31	31	100%	15	15	15
11월	13	21	6	4	44	44	100%	21	21	21
12월	8	8	1	2	19	19	100%	8	8	8

<국별 구성비>

- 한국산 계재는 일본산의 약 50% 수준이며 중국산은 슈퍼마루야의 전단지 투입이 많아 마루야를 제외하고는 1% 정도로 낮음

국명		한국산		일본산		중국산		합계	
계재점수	계재율	90	29%	188	60%	35	11%	313	100%

○ 슈퍼별 전단지 계재 분석

<개 요>

- 김치 전단지 계재율 및 빈도가 높은 슈퍼(계재율 35%, 20점 이상) : 6사
  - 요쿠마트, 라이후, 베이시아, 치바생협, 카스미, 마루에츠
- 김치 전단지 계재빈도가 적은 슈퍼(계재율 25%, 10점 이하) : 3사
  - 사미트, 다이에, 퀸즈이세탄
- 한국산 김치의 계재율 및 빈도가 높은 슈퍼(계재율 10%이상, 5점 이상) : 4사
  - 막스발류, 도큐스토아, 카스미, 이토요카도
- 한국산 김치의 계재율 및 빈도가 낮은 슈퍼(계재율 5%, 2점 이하) : 7사
  - 마루야, 이나게야, 사미트, 라이후, 퀸즈이세탄, 자스코, 베이시아

<슈퍼별 전단지 계재 특징>

슈퍼명	전단지 계재 특징	매수	전단지 계재수				
			한국산	중국산	일본산	카테고리	계
자스코	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정규 상품으로 한국산 김치 상품진열이 많은 것에 비하면 전단지 계재는 매우 적음</li> <li>• 미야마 브랜드 중심이며 이외에 롯데 김치 취급</li> <li>• 東海츠키모노 7, 北日本 2 등 계재</li> </ul>	64	2	0	11	0	13
이토요카도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전단지 23회 계재등 횟수가 많음(한국산 8회 계재)</li> <li>• 우각김치 횟수가 많으며, 일본산은 東海츠키모노 3, 빙고 츠키모노 4회, 조조엔 2회 등 폭넓게 전개</li> </ul>	71	8	0	14	1	23
다이에	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 김치 계재가 적으며 3회이상 계재된 김치가 없음</li> <li>• 한국산, 중국산, 일본산 골고루 계재하나 메인 김치 파악 지난</li> </ul>	53	3	2	4	0	9

슈퍼명	전단지 게재 특징	매주	전단지 게재수				
			한국산	중국산	일본산	카테고리	계
세이우	<ul style="list-style-type: none"> <li>김치게재가 적으나 가을 이후에 미야마 브랜드 중심으로 게재가 증가</li> <li>메인 김치 파악 지난</li> </ul>	31	4	0	5	0	9
유니	<ul style="list-style-type: none"> <li>김치 게재가 약간 적으나 東海 4, 우각 3 등 게재 김치가 고정</li> </ul>	28	4	0	6	1	11
마루에즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>전단지 게재가 24회로 많으며 東海 9, 한국산 사이카 7, 우각 3 등 3품목으로 게재가 고정되어 있음</li> </ul>	64	10	0	14	0	24
라이후	<ul style="list-style-type: none"> <li>전단지 게재가 26회로 많으나 한국산은 2회로 적음</li> <li>會津天寶 7, 東海 5, 빙고 3, 北日本 2의 순위로 지역브랜딩인 會津天寶가 많음</li> </ul>	54	2	0	21	3	26
도큐스토아	<ul style="list-style-type: none"> <li>게재횟수는 많지 않으며 일본산 게재가 적은 것이 특징</li> <li>한국산의 정규 상품진열 및 게재율이 높은 것도 특징</li> </ul>	56	6	0	2	3	11
야오코	<ul style="list-style-type: none"> <li>게재횟수가 26회로 많으며, 한국산, 일본산 균형있게 게재</li> <li>東海 7, 우각 4, 北日本 2회 게재했으며 우각의 여름철 출시한 辛口김치를 2회 게재</li> </ul>	76	7	0	13	6	26
요쿠마트	<ul style="list-style-type: none"> <li>53회로 가장 많이 게재한 슈퍼</li> <li>이중 카테고리 할인이 26회로 절반 비율</li> <li>1일 행사로 김치 40% 할인행사 16회 실시</li> <li>마루야와 함께 저가격을 내세우는 특징</li> </ul>	116	7	2	18	26	53
막스발류	<ul style="list-style-type: none"> <li>우각과 미야마 김치 게재가 많으며 이온그룹의 특징과 전개방법 비슷함</li> </ul>	62	10	0	6	0	16
아니게야	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본산 김치 게재가 많은 슈퍼.</li> <li>오리지널 식탁용원 김치와 나카가와 본격김치를 각 9회 게재했으나 10월이후 전단지 게재 없음</li> </ul>	70	1	1	21	0	23
사미트	<ul style="list-style-type: none"> <li>김치 게재가 적은 것이 특징</li> <li>관계자의 한국공장 견학 후 게재 증가</li> </ul>	34	1	0	2	0	3
퀸즈伊勢丹	<ul style="list-style-type: none"> <li>게재가 적은 슈퍼로 오리지널 수작업 김치를 5회 게재</li> <li>전단지 상품이 순 일본산과 유럽산 상품을 중심으로 하는 고급 슈퍼임</li> </ul>	35	1	0	7	0	8
차바생협(어트코프)	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본산 중심의 게재가 많으며 쿠이신 김치 9회를 중심으로 東海 5회, 빙고, 北日本 각 3회 게재품목이 한정</li> </ul>	58	3	0	19	0	22

슈퍼명	전단지 게재 특징	매주	전단지 게재수				
			한국산	중국산	일본산	카네고리	계
마루야	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국산 김치인 코쇼 이가명품김치, 마루야 오리지날이 상가김치 판매</li> <li>12월은 처음으로 전단지 게재가 없음</li> </ul>	133	1	30	1	0	32
요쿠 베니알	<ul style="list-style-type: none"> <li>인터넷으로 전단지르 발표하고 있고 자료입수 지난</li> </ul>	14	1	0	2	2	5
베이 시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본산 김치, 저가격 게재가 중심</li> <li>東海즈케모노 7, 舟木식품 와후김치 중심으로 중국산은 없으며, 한국산은 1회 있음</li> </ul>	30	1	0	14	0	15
카스미	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국산 김치 게재횟수가 가장 많은 슈퍼</li> <li>한국산 한울 배추김치와 포기김치 14회 게재</li> </ul>	30	15	0	10	4	29
富士 시티오	<ul style="list-style-type: none"> <li>전단지 게재가 적은 슈퍼로 일본산 김치는 게재 안함</li> <li>한국산은 동원양반김치가 메인상품</li> </ul>	26	3	0	0	0	3
합 계		1,105	90	35	190	46	361

□ 한국산과 일본산 김치의 포장용기 비교

한국산	일본산
<ul style="list-style-type: none"> <li>각사 용기형태가 비슷함</li> <li>팩키지 디자인은 빨간색을 기본으로 한 것이 많음</li> <li>400g 사이즈가 기본</li> <li>산미기간 약 45일</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>포장용기가 볼륨감이 있고 투명하게 보이는 면)이 넓음</li> <li>고객이 구입할 때 내용물이 보기 쉽고 투명하고 선도감이 있음</li> <li>산미기간 약 15일</li> </ul>

6. 향후전망 및 종합의견

□ 향후전망

- 김치시장은 회복단계에 있으며, '05년도의 80% 수준까지 회복될 것으로 예상
  - 일본의 절임류 시장위축으로 '05년 수준까지 회복은 지난 전망
- 향후 한국산 김치를 위협하는 것은 중국산 김치라는 인식이 있으나, 일본산 김치가 더 큰 위협요인으로 작용될 것으로 예상
- 한국산 김치는 원화강세 및 제품개발 노력 미흡으로 시장확대에 애로
- 일본산 김치는 한국의 숙성김치 맛에 최대한 근접하기 위한 꾸준한 노력과 포장용기 개선 등으로 시장점유율 확대가 예상

- 저가의 중국산 김치는 식품위생에 대한 좋지 않은 이미지와 장기간 지속되고 있는 일본의 절임류 가격동결로 큰 메리트가 없어 당분간 시장점유율 확대 지남
- 최근 중국산 김치는 일본시장을 겨냥하여 정책적으로 배추 등 모든 원재료에 생산 이력을 추진하고 있다고 하며 향후 일본산 및 한국산 김치를 크게 위협할 것으로 예상

□ 종합의견(업체의 건의사항 포함)

- 김치 재료에 대한 생산이력시스템의 신속한 구축
  - 일본 식품시장은 고품질·고안전에 대한 의식이 높아지고 있어 원재료의 원산지 표기 및 생산농가 등 생산이력관리에 대한 관심이 높음
  - 최근 김치캐릭터를 부착한 김치는 한국산 김치라는 의식이 소비자에게 인식되고 있으나, 바이어 및 유통매장 관계자는 원료가 한국산인지 여부에 대한 강한 의문을 갖고 있어 이에 대한 불신 해소 필요
  - 중국은 현재 김치생산에 전면적인 생산이력관리시스템을 추진하고 있어 향후 일본내 강력한 김치 경쟁국으로 부상이 예상됨에 따라 대책 마련 필요
- 원화강세에 대한 지원책 마련 필요
  - 최근 몇 년간 지속된 원화강세로 수입단가 상승이 불가피하나, 일본내 절임류 가격상승 요인이 없어 한국산 수출업체의 고전이 예상
- 김치캐릭터 부착기준 강화
  - 현행 수출되는 김치(수출물류비 지원대상)는 전부 김치캐릭터 부착이 가능하나, 품질 등을 고려한 부착기준 강화를 통해 한국산 김치의 고품질 이미지 제고
- 일본시장 공략에 대한 마케팅 노력 강화
  - 포장용기가 과거부터 병모양 등으로 한정되어있어 일본 소비자가 식상해 하는 경우가 있으므로 용기 디자인 개선 및 숙성기간 연장을 위한 연구개발 노력 필요
  - 전통 한국김치의 맛 유지도 중요하나 한국산 김치재료 중 일부는 일본인이 저항감을 갖고 있어 일본인 입맛을 고려한 김치생산 필요
- 중국의 수출지원제도 조사 필요
  - 중국은 일본 김치시장 공략을 위해 수출업체에 관세를 지원한다는 업계의 전언이 있어 이에 대한 조사와 대책수립 필요

- 정부차원에서 배추 생산이력제도를 운영한다는 일본 김치 수입업체의 의견이 있어 현지확인 및 한국에서의 도입여부 검토 필요
- 일본내 전문조사기관을 통한 심층조사 추진
  - 한국산 김치의 수출확대를 위해서는 후지경제 등 전문조사 기관에 조사를 의뢰하여 심도 있는 정보자료 습득이 필요
- 한국산 김치의 차별화 및 다양화 전략추진
  - 맛과 포장 등의 개선을 통한 고급·고가의 마케팅 전략 전개
  - 일본의 싱글족 증가에 따른 소포장 제품 개발(찌게용, 볶음용, 반찬용 등 세분화)

**【참고자료】**

일본시장의 김치상품 종류



원산지	일본	원산지	일본
상품명	한국배추김치	상품명	우마에비김치
수입판매자	고라이식품(주)	제조자	빙고츠키모노
내용량	380g	내용량	450g
판매가	348엔	판매가	399엔
판매처	세이유	판매처	세이유



원산지	일본	원산지	한국
상품명	한국배추김치	상품명	いか入り배추포기김치
제조자	고라이식품(주)	수입판매자	(주)미야마(美山)
내용량	140g	내용량	250g
판매가	207엔	판매가	468엔
판매처	세이유 / 자스코	판매처	세이유 / 자스코





원산지	일본	원산지	일본
상품명	한국포기김치	상품명	고쿠우마 2팩
제조사	(주)덕산물산	제조사	동해츠케모노(주)
내용량	300g	내용량	100g
판매가	258엔	판매가	198엔
판매처	세이유	판매처	세이유



원산지	일본	원산지	한국
상품명	우각오리지날깍두기	상품명	윤가자랑의 김치
제조사	(주)푸드레벨	수입판매자	(주)미야마
내용량	250g	내용량	400g
판매가	312엔	판매가	399엔
판매처	세이유	판매처	세이유

			
원산지	한국	원산지	중국
상품명	우각	상품명	王將の藏 김치
수입판매자	(유)레드피클스	수입판매원	(주)산쇼(三商)
내용량	400g	내용량	400g
판매가	378엔	판매가	278엔
판매처	세이유 / 자스코	판매처	세이유

			
원산지	일본	원산지	한국
상품명	고쿠우마	상품명	무침가배추포기김치
제조사	동해스케모노(주)	수입판매자	(주)미야마(美山)
내용량	320g	내용량	250g
판매가	417엔	판매가	358엔
판매처	세이유/자스코/라이프	판매처	세이유, 자스코



원산지	일본	원산지	중국, 일본
상품명	배추김치	상품명	우각 무김치(깍두기)
제조사	(주)덕산물산	수입판매자	(주)푸드레벨
내용량	300g	내용량	250g
판매가	312엔	판매가	298엔
판매처	세이유 / 자스코	판매처	자스코



원산지	일본	원산지	한국
상품명	美味かキムチ	상품명	おいしいキムチ
제조사	(주)香味小夜子	수입판매자	(주)쓰리에프즈
내용량	200g	내용량	250g
판매가	298엔	판매가	398엔
판매처	자스코	판매처	자스코



원산지	일본	원산지	한국
상품명	黄さんの手造りキムチ	상품명	윤가 비전 김치
제조사	코리아식품	수입판매자	(주)미야마(美山)
내용량	500g	내용량	400g
판매가	338엔	판매가	298엔
판매처	자스코	판매처	자스코



원산지	일본	원산지	한국
상품명	黄さんの手造りキムチ (깍두기)	상품명	종가김치
제조사	코리아식품	수입판매자	(주)마르큐
내용량	200g	내용량	400g
판매가	398엔	판매가	398엔
판매처	자스코	판매처	자스코



원산지	한국	원산지	일본
상품명	배추김치	상품명	배추김치極
수입판매자	(주)산키(三輝)	제조사	이조원(주)
내용량	400g	내용량	300g
판매가	498엔	판매가	298엔
판매처	라이프	판매처	라이프



원산지	일본	원산지	일본
상품명	黄さんの手造りキムチ	상품명	배추김치
제조사	(유)고려식품	제조사	(주)味彩
내용량	350g	내용량	300g
판매가	298엔	판매가	258엔
판매처	라이프	판매처	라이프



원산지	일본
상품명	メチャウマキムチ
제조사	(유)고려식품
내용량	350g
판매가	298엔
판매처	라이프

원산지	일본
상품명	배추김치
제조사	(유)고려식품
내용량	270g
판매가	298엔
판매처	라이프



원산지	일본
상품명	배추김치
제조사	이조원(주)
내용량	150g
판매가	168엔
판매처	라이프