



2025년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

노호영·지선우·남호진·윤성욱·김명은·변지현·정세미

한국농촌경제연구원



감 수 김용렬 선임연구위원 061-820-2362 kimyl@krei.re.kr
내 용 문 의 노호영 전문위원 061-820-2341 rhy81@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.

KREI 농정포커스 제231호

2025년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)
발 행 2025. 11.
발 행 인 한두봉
발 행 처 한국농촌경제연구원
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500
인 쇄 처 (주)에이치에이엔컴퍼니
I S S N 2672-0159

※ 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.



2025년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

노호영·지선우·남호진·윤성욱·김명은·변지현·정세미

요약

2025년 김장 의향은 전년 대비 소폭 감소, 김치 소비량 감소와 상품김치 구매 증가

- 전년 대비 소비자의 김장 의향은 '비슷'이 68.7%로 가장 높았고, 다음으로 '감소' 16.3%, '증가' 15.0% 순으로 조사됨.
- 김장 수요 감소 이유로는 '가정 내 김치 소비량이 줄어서(49.0%)', '상품김치 구매가 편해서(18.4%)', '가정 내 남아있는 김치가 많아서(16.3%)' 등의 순임.

김치를 가장 많이 담그는 시기는 11월 중순~12월 상순이며, 12월 중순 대부분 마무리

- 본격 김장철인 11월 중순~12월 상순에 김치를 담그겠다는 비율은 73.1%로 전년(72.4%)보다 높았으며, 전체적인 김장은 12월 중순 대부분 마무리될 것으로 전망됨.
- 지역별로는 수도권(서울·경기·강원)과 충청은 11월 중순~11월 하순, 영남과 호남·제주는 11월 하순~12월 상순의 비중이 상대적으로 높은 것으로 조사됨.

2025년 김장배추 형태별 구매 비율은 절임배추가 58.9%로 절반 이상 차지

- 소비자의 김장배추 형태별 구매 비율은 '절임배추(58.9%)', '신선배추(38.7%)' '신선배추+절임배추(2.4%)' 순임.
- 절임배추를 사용하는 이유로는 '절임과정이 번거로워서(55.8%)'가 가장 많으며, 다음으로 '김치 담그는 시간이 절약되어서(32.5%)', '구입하기 편리해서(11.2%)', 기타(0.5%) 순임.

2025년 김장 비용은 전년 대비 감소 전망

- 주요 김장 원재료인 배추, 무 등의 생산량이 전년 대비 증가하고, 김장철 공급이 원활할 것으로 전망됨에 따라 올해 김장철 소비자 물가 부담은 적을 것으로 예상됨.
- 정부는 김장철 수급 안정을 위해 김장 원재료 공급을 확대하고, 소비 촉진을 위한 할인 지원 사업을 추진하는 등의 대책을 실시할 필요가 있음.

01



설문조사 개요 및 조사 대상 특성

1.1. 설문조사 개요

조사 개요

- 본 조사는 2025년 소비자들의 김장 의향을 파악하고, 김치 주재료인 배추·무·마늘·건고추의 구매 행태를 분석하여 향후 농산물 수급 안정 대책 수립을 위한 기초자료로 활용하고자 수행되었음.
 - 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 수행하고 있는 '2025년 농식품 소비정보 분석사업'의 이슈 분석의 일환으로 실시됨.
- 조사 대상은 (주)엠브레인리서치가 보유한 소비자패널 1,000명이며, 전국 17개 시도의 20대 이상 김치를 직접 제조하거나 구매하는 가구를 대상으로 수행함.
- 조사 방법은 웹 설문을 통한 온라인 조사로, 조사 기간은 2025년 10월 2일에서 13일까지 약 12일간 진행됨.

표 1 2025년 김장 의향 및 김치 재료 구매 행태 설문조사 개요

구분	내용
조사 품목	배추, 무, 마늘, 건고추
조사 대상	전국 17개 시도별 20대 이상 김치를 제조하거나 구매하는 1,000명(가구)
표본추출	국가데이터처, 「장래가구추계」(2025, 가구주의 연령/가구원 수별 추계 가구) 기반으로 설계
조사 기간	2025년 10월 2일~10월 13일(12일간)
조사 방법	구조화된 웹 설문을 이용한 온라인 조사
조사업체	(주)엠브레인리서치

자료: 저자 작성.

주요 설문조사 내용

- 이번 조사는 김장철을 맞아 김치와 주요 재료의 소비 행태 및 의향을 종합적으로 파악하기 위해 추진되었음. 조사 내용에는 김장김치 마련 방식, 주재료별 구입·사용량, 전년 대비 제조 계획(양·시기 등), 재료별 구입 형태 및 사용 용도, 김치 및 김장에 대한 인식이 포함됨.
 - 김장김치 마련 방식부터 재료 구입 및 사용 행태, 제조 계획, 인식까지 전 과정을 포괄적으로 조사하여 소비자들의 김장 참여 변화와 김치 소비 트렌드를 종합적으로 파악하고자 하였음.

표 2 김장 관련 소비자 조사 주요 내용

구분	주요 조사 내용
김치 마련 방식	직접 제조, 지인 구매·무료 조달, 상품김치 구매 비중(평년, 2024년, 2025년 비교)
주재료 구입/사용량	배추, 무, 고추, 마늘 등 주요 재료의 구입·사용량(평년, 2024년, 2025년)
김치 제조 계획	제조 예상량 및 증감 이유, 종류별 비중, 김장 시기, 소비 정도
재료 구입 형태 및 사용 용도	배추 구입 형태, 무·고추·마늘 사용 용도 및 원산지 비중 등
김치 양념 및 상품김치 구매	양념·상품김치 구매 여부, 구입처, 구매 이유, 중국산 김치 구매 여부 등
김치 및 김장 인식	김장 참여·제조 가능성, 축제 참여, 상품김치 인식 등(5점 척도)

자료: 저자 작성.

1.2. 조사 대상 특성

- 조사 표본은 성별, 가구원 수, 가구주 연령, 거주 지역, 가구 월평균 소득을 기준으로 집단별 분포를 고려하여 설계하였음. 또한 국가데이터처 「장래가구추계」의 비율을 준용하여 '가구원 수×가구주 연령'별 표본을 설정하고, 지역·소득 등 인구통계학적 특성을 반영함.

표 3 '가구원 수×가구주 연령' 표본 설계

구분	가구원 수	가구원 수			
		1인	2인	3인 이상	합계
가구주 연령	30대 이하	155	52	61	268
	40대	55	37	128	220
	50대	66	72	126	264
	60대 이상	80	101	67	248
	합계	356	262	382	1,000

자료: 저자 작성.

- 조사 대상(응답자)의 성별은 남성(41.2%)보다 여성(58.8%) 비중이 다소 높았으며, 가구주의 연령은 30대 이하 26.8%, 50대 26.4%, 60대 이상 24.8%, 40대 22.0%로 비교적 고르게 분포하였음. 가구원 수는 3인 이상 가구(38.2%)가 가장 많았고, 거주 지역은 경기/인천/강원권(30.2%)이 가장 높은 비중을 차지하였음. 월평균 소득은 300만~800만 원 미만 가구가 전체의 절반 이상을 차지해 중간 소득층의 비중이 상대적으로 높았음.

표 4 조사 대상의 인구·사회학적 특성

구분	특성	표본 수(명)	비중(%)
성별	남성	412	41.2
	여성	588	58.8
가구주 연령	30대 이하	268	26.8
	40대	220	22.0
	50대	264	26.4
	60대 이상	248	24.8
가구원 수	1인 가구	356	35.6
	2인 가구	262	26.2
	3인 가구 이상	382	38.2
거주 지역	서울	218	21.8
	경기/인천/강원권	302	30.2
	충청권	116	11.6
	호남권	129	12.9
	경북권	90	9.0
	경남권	145	14.5
가구 월평균 소득	300만 원 미만	259	25.9
	300만~500만 원 미만	312	31.2
	500만~800만 원 미만	281	28.1
	800만 원 이상	148	14.8

자료: 저자 작성.

02



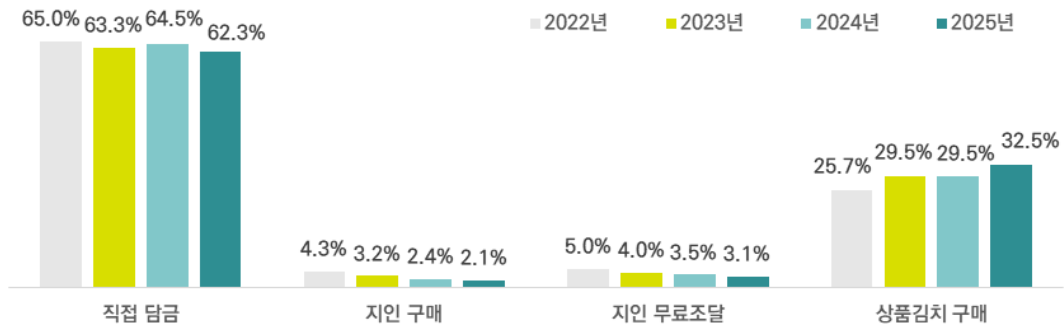
2025년 소비자 김장 의향

2.1. 2025년 김치 조달 행태

가정 내 김치 조달 행태는 '직접 담금(62.3%)' 감소하고 '상품김치 구매(32.5%)' 증가

- 김치를 직접 담그는 비율은 62.3%로 전년(64.5%)보다 감소, 상품김치 구매 비율은 32.5%로 전년(29.5%)보다 증가하였으며, 2022년 이후 꾸준히 증가하고 있음.
- 지인으로부터 구매 및 무료 조달 비율은 2023년 이후 각 4% 이하로, 소비자의 김치 조달 행태는 '직접 담금'과 '상품김치 구매'로 양분됨.

그림 1 가정 내 김치 조달 방식 변화

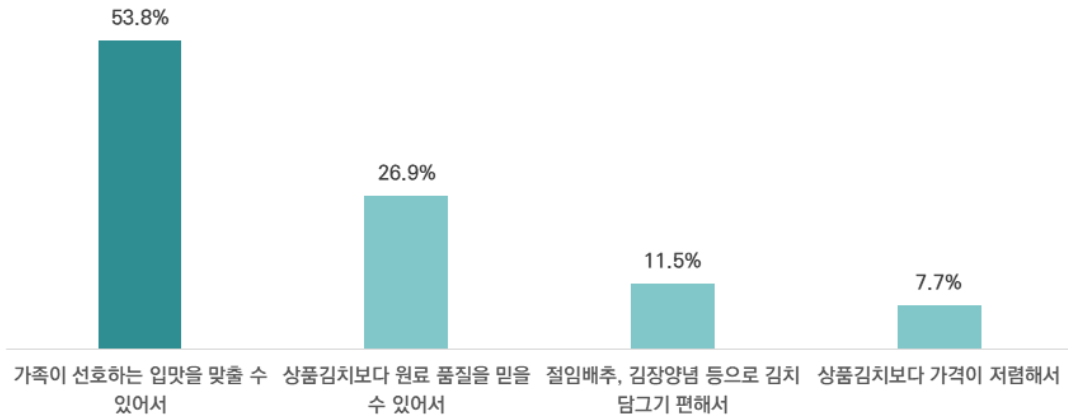


자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김치를 직접 담그는 주된 이유는 '가족의 입맛'과 '원료에 대한 신뢰성' 등이 주요 요인

- 김치를 직접 담그는 이유로는 '가족이 선호하는 입맛을 맞출 수가 있어서(53.8%)', '상품김치보다 원료 품질을 믿을 수 있어서(26.9%)', '절임배추, 김치양념 등으로 김치 담그기 편해서(11.5%)' 순임.

그림 2 김치를 직접 담그는 이유

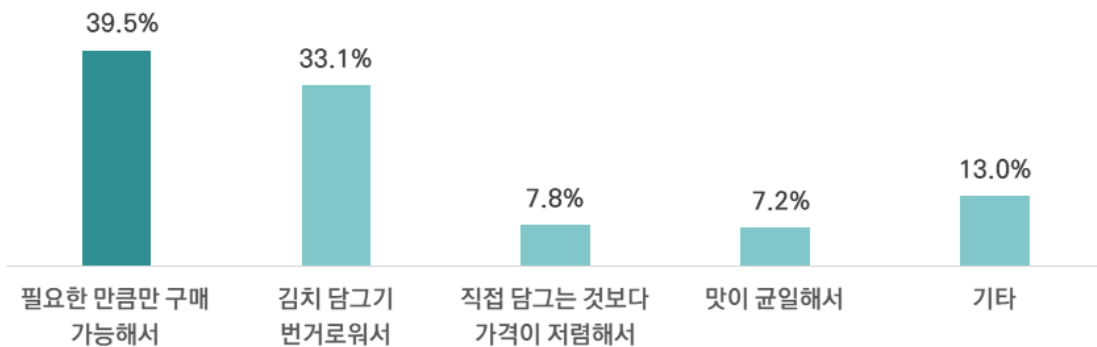


자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

필요한 물량만큼 구매 가능과 김장의 번거로움 해소 등으로 상품김치 구매 증가

- 2025년 상품김치 구매 비율은 32.5%로 전년(29.5%) 대비 증가하였는데, ‘필요한 만큼만 구매 가능해서 (39.5%)’, ‘김치 담그기 번거로워서(33.1%)’가 주요 요인으로 조사됨.

그림 3 상품김치를 구매하는 이유



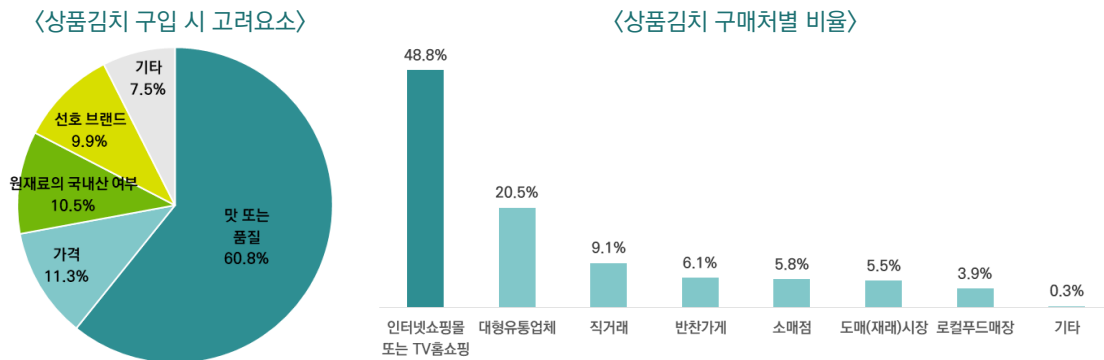
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

상품김치 구매 시 주로 맛(품질)과 가격을 고려

- 소비자는 상품김치 구입 시 ‘맛 또는 품질(60.8%)’, ‘가격(11.3%)’, ‘원재료의 국내산 여부(10.5%)’, ‘선호 브랜드(9.9%)’ 등을 고려하는 것으로 조사됨.
- 상품김치 주요 구매처로는 ‘인터넷쇼핑몰 또는 TV홈쇼핑(48.8%)’ 응답 비율이 가장 높았으며, 다음으로 ‘대형 유통업체(20.5%)’, ‘직거래(9.1%)’, ‘반찬가게(6.1%)’, ‘소매점(5.8%)’ 등의 순임.

- 상품김치는 대부분 국내산을 구매하고 있으나 소비자의 일부(20.0%)는 중국산 상품김치 구매 경험이 있는 것으로 조사되었으며, 구매 비율은 전년(7.4%) 대비 소폭 증가함.

그림 4 상품김치 구입 시 고려요소 및 구매처별 비율



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

2.2. 2025년 김장 수요 전망

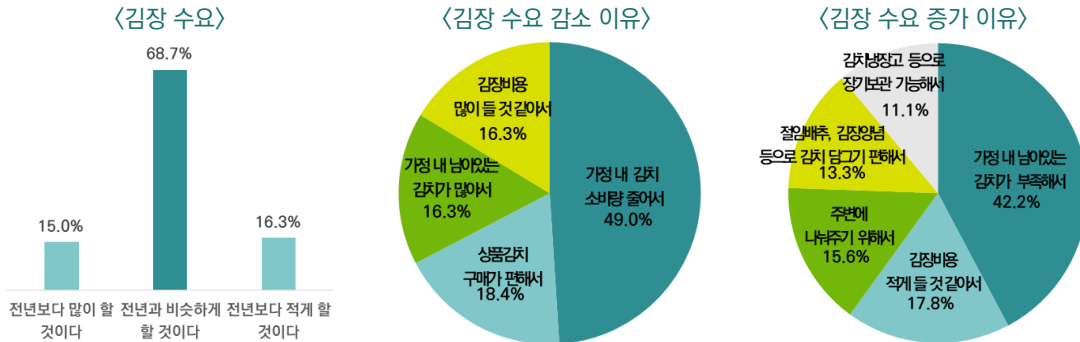
2025년 김장 수요 전년 대비 다소 감소

- 소비자의 김장 의향은 '전년과 비슷하게 할 것이다' 68.7%, '전년보다 적게 할 것이다' 16.3%, '전년보다 많이 할 것이다' 15.0% 순으로 조사되어, 김장 의향이 전년 대비 감소한 것으로 나타남.

가정 내 김치 소비 감소, 상품김치 구매 편리성 등이 김장 수요 감소의 주요 이유

- 김장 수요 감소 이유로는 '가정 내 김치 소비량이 줄어서(49.0%)', '상품김치 구매가 편해서(18.4%)', '가정 내 남아있는 김치가 많아서(16.3%)' 등의 순임.
- 한편, 김장 수요 증가 이유로는 '가정 내 남아있는 김치가 부족해서(42.2%)', '김장비용 적게 들 것 같아서(17.8%)', '주변에 나눠주기 위해서(15.6%)', '절임배추, 김치양념 등으로 김치 담그기 편해서(13.3%)' 등의 순임.

그림 5 소비자의 김장 수요 및 증감 이유

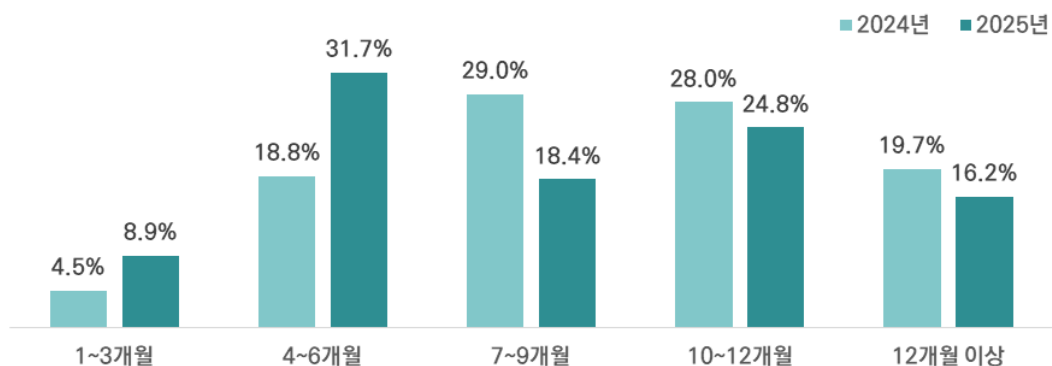


자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김장김치는 주로 4~6개월 또는 10~12개월 사이 소진

- 김장김치 예상 소진 기간은 ‘1~3개월’ 8.9%, ‘4~6개월’ 31.7%, ‘7~9개월’ 18.4%, ‘10~12개월’ 24.8%, ‘12개월 이상’ 16.2%로 대부분 4~6개월 사이 김장김치를 소진하는 것으로 조사됨.
- 7개월 이상 상대적으로 소진 기간이 긴 구간의 응답 비율은 전년 대비 감소하였으나, 7개월 미만 응답 비율은 전년 대비 증가하여 김장김치 소진 기간이 다소 짧아진 것으로 판단됨.
- 지인들이 모여 함께 김치를 담그는 경우, 김장 모임 참여 가구 수 평균 2.1가구, 평균 인원수 5.1명으로 전년과 비슷한 것으로 조사됨.

그림 6 김장김치 소진 기간

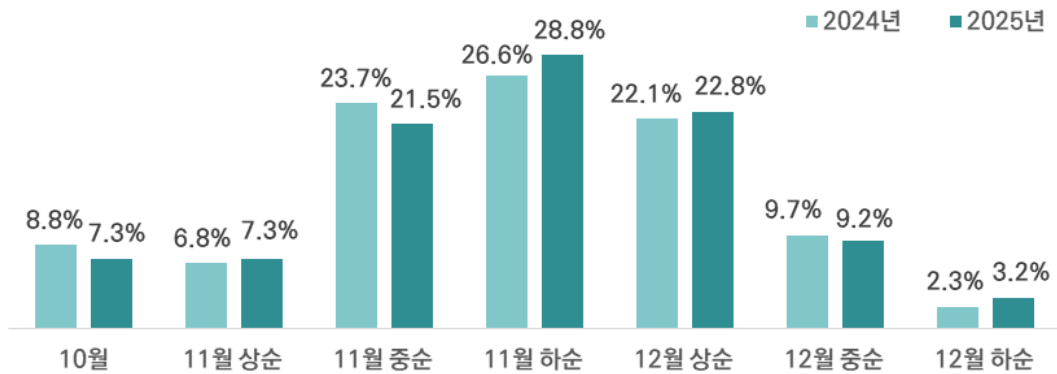


자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김장은 전년과 비슷한 12월 상순에 대부분 마무리

- 11월 하순 이후 김치를 담그겠다는 응답률은 전년 대비 증가하였고, 11월 중순 이전 응답률은 감소한 것으로 조사됨.
- 이 중 본격 김장철인 11월 중순~12월 상순에 김치를 담그겠다는 비율은 73.1%로 전년(72.4%)보다 높았으며, 전체적인 김장은 12월 중순 대부분 마무리되는 것으로 조사됨.

그림 7 시기별 김장 비율



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

표 5 시기별·지역별 김장 비율

구분	10월	11월 상순	11월 중순	11월 하순	12월 상순	12월 중순	12월 하순
전국	7.3% (8.8%)	7.3% (6.8%)	21.5% (23.7%)	28.8% (26.6%)	22.8% (22.1%)	9.2% (9.7%)	3.2% (2.3%)
서울·경기·강원	10.2% (12.4%)	8.9% (7.2%)	24.2% (28.8%)	28.7% (27.5%)	17.2% (15.0%)	8.9% (7.8%)	1.9% (1.3%)
충청	2.5% (5.0%)	10.0% (12.5%)	25.0% (30.0%)	40.0% (27.5%)	15.0% (17.5%)	5.0% (5.0%)	2.5% (2.5%)
영남	7.7% (8.1%)	6.4% (6.8%)	16.7% (13.5%)	17.9% (21.6%)	33.3% (33.8%)	12.8% (12.2%)	5.1% (4.1%)
호남·제주	0.0% (0.0%)	0.0% (0.0%)	17.1% (17.1%)	39.0% (31.7%)	31.7% (31.7%)	7.3% (17.1%)	4.9% (2.4%)

주: 괄호()는 2024년 비율임.

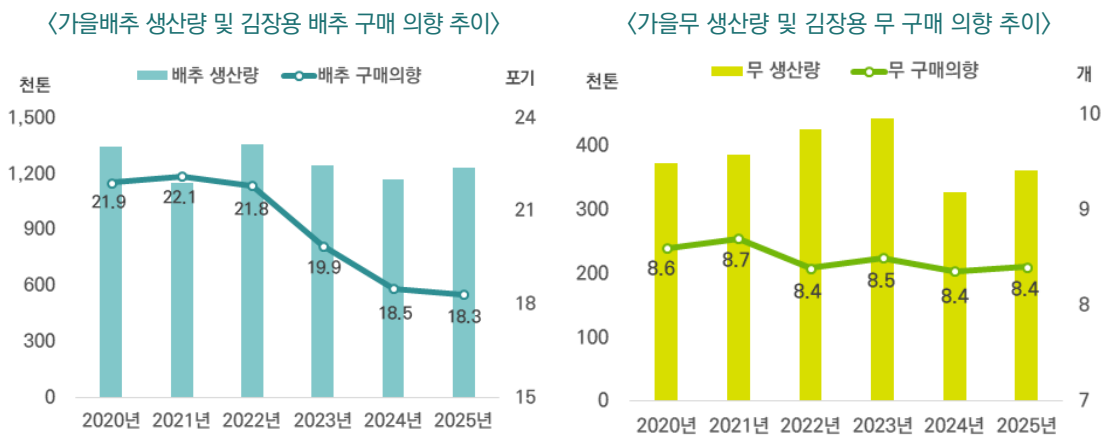
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

2.3. 2025년 김장재료 구매 행태

2025년 김장용 배추는 4인 가족 기준 18.3포기(전년 18.5포기)로 전년 대비 감소

- 가정 내 김치 소비량 감소 및 상품김치 구매 등의 영향으로 배추 구매량은 전년 대비 감소함.
 - 가구당 김장용 배추 구매량은 18.3포기로 전년(18.5포기) 및 평년(21.2포기) 대비 각 1.1%, 13.6% 감소함.
 - 가구당 무 구매량은 8.4개로 전년(8.4개)과 비슷하나 평년(8.5개) 대비 1.1% 감소함.
- 가정 내 김치 소비량 감소와 상품김치 구매량 증가 등으로 김장배추 구매량은 전반적으로 감소 추세를 보임.

그림 8 가을배추·무 생산량 및 김장용 배추·무 구매량 추이

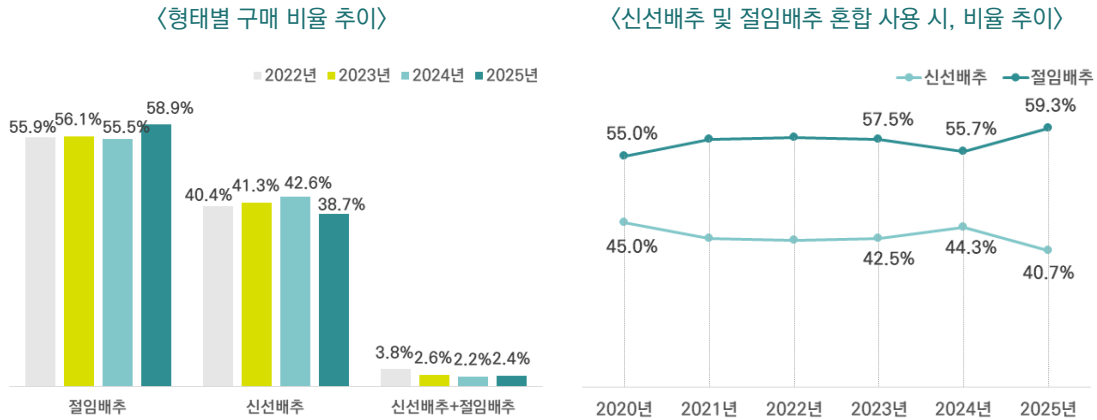


자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김장 시 구매하는 배추 형태는 절임배추가 58.9%를 차지하며, 증가세 유지

- 김치를 직접 담그는 소비자가 구매하는 김장배추 형태는 '절임배추(58.9%)', '신선배추(38.7%)', '신선배추+절임배추(2.4%)' 순임.
 - 절임배추 구매는 2022년 55.9%에서 비교적 증가 추세를 보이고 있으며, 신선배추는 2025년을 기점으로 구매 비율이 크게 감소함.
- 신선배추와 절임배추를 같이 구매하는 경우에도 절임배추 사용 비율(59.3%)이 높은 편임.
 - 최근 5개년 기준, 신선배추와 절임배추 혼합 비율의 변화는 크지 않으나, 절임배추 비율은 증가하고 신선배추는 감소 추세를 보임.

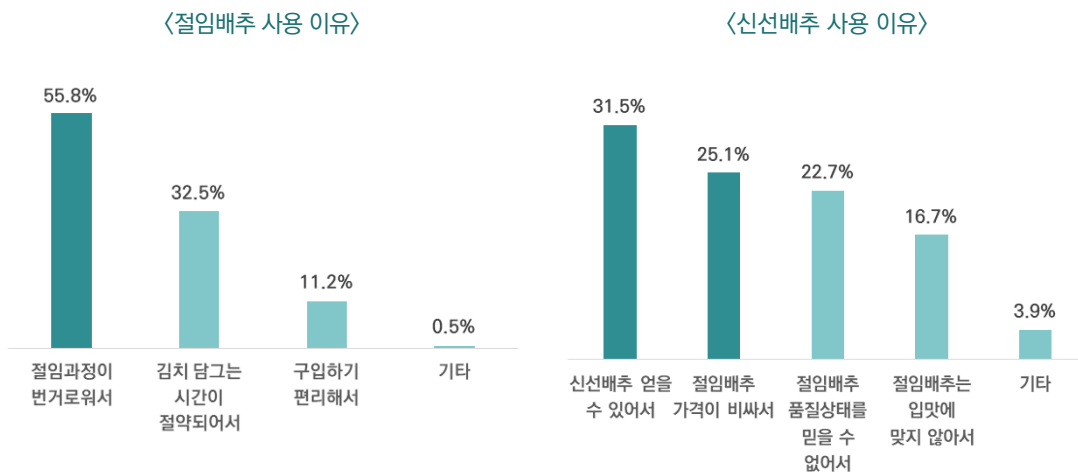
그림 9 김장배추 형태별 구매 비율 변화



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

- 김장배추 구매 시 절임배추를 사용하는 이유로는 ‘절임과정이 번거로워서(55.8%)’가 가장 많으며, 다음으로 ‘김치 담그는 시간이 절약되어서(32.5%)’, ‘구입하기 편리해서(11.2%)’, 기타(0.5%) 순임.
- 신선배추를 사용하는 이유로는 ‘신선배추를 얻을 수 있어서(31.5%)’가 가장 많으며, 다음으로 ‘절임배추 가격이 비싸서(25.1%)’, ‘절임배추 품질을 믿을 수 없어서(22.7%)’, ‘절임배추는 입맛에 맞지 않아서(16.7%)’, ‘기타(3.9%)’ 순임.

그림 10 김장배추 구매 시 절임배추 및 신선배추 사용 이유



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

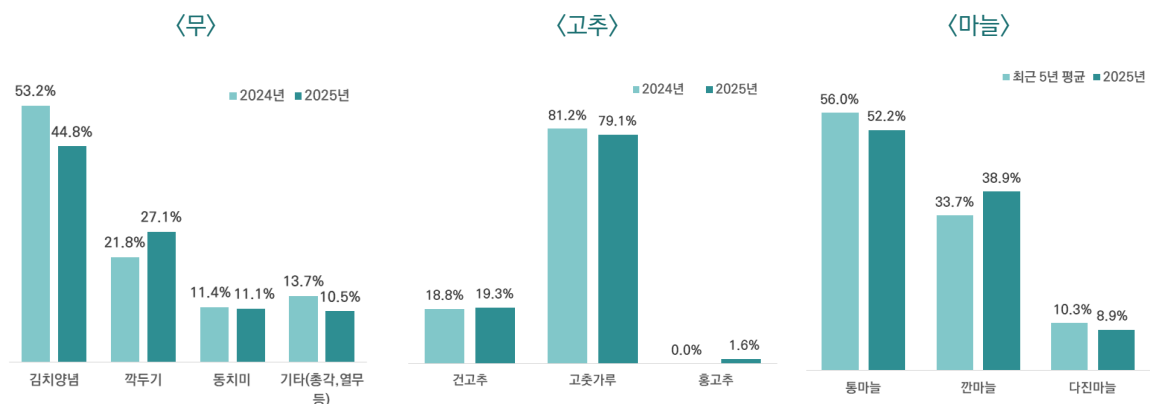
김장용 고추·마늘 구매량 전년 대비 감소

- 가구당 고추 구매량은 가정 내 전년산 보유량 증가 등으로 전년 대비 1.1% 감소함.
- 가구당 마늘 구매량은 가정 내 마늘 재고 보유(다진마늘 등의 형태로 냉동보관) 등으로 전년 대비 0.5% 감소함.
 - 일부 소비자는 마늘을 김장 시기에 맞춰 대량으로 구매하기보다 필요한 시기에 필요한 만큼 구매하려는 것으로 조사됨.

김장용 무, 고추, 마늘의 구매 용도 및 형태는 각각 양념용 김칫소, 고춧가루, 통마늘 구매가 절반 이상

- 무는 '김치양념(김칫소)'으로 사용하는 비율이 44.8%로 가장 많고, '깍두기(27.1%)', '동치미(11.1%)', '기타(총각, 열무 등)(10.5%)' 순으로 조사됨.
- 고추는 '고춧가루(79.1%)' 형태 비율이 가장 높고, 다음으로 '건고추(19.3%)', '홍고추(1.6%)' 순임.
 - 고춧가루 형태 비율은 전년(81.2%)보다 감소한 79.1%로 나타남.
 - 고추 구매 시기별 비율은 8월 7.0%, 9월 19.0%, 10월 44.3%, 11월 25.3%로 고추 성출하기인 10월이 가장 높았으며, 전년보다 10월에 구매하는 비율이 2.1%p 증가함.
- 마늘은 '통마늘(52.2%)' 형태의 구매 의향이 가장 높고, 다음으로 '깍마늘(38.9%)', '다진마늘(8.9%)' 순임.
 - 깍마늘과 다진마늘 구매 의향은 최근 5년 평균(44.0%) 대비 3.8%p 증가한 반면, 원물 형태인 통마늘 구매 의향은 5년 평균(56.0%)보다 감소하여 1·2차 가공 상품에 대한 소비자 선호가 증가하는 추세임 (깍마늘·다진마늘 구매 의향: '21년 42.3% → '23년 47.2% → '25년 47.8%).

그림 11 김장용 무, 고추, 마늘 형태별 구매 비율 변화



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

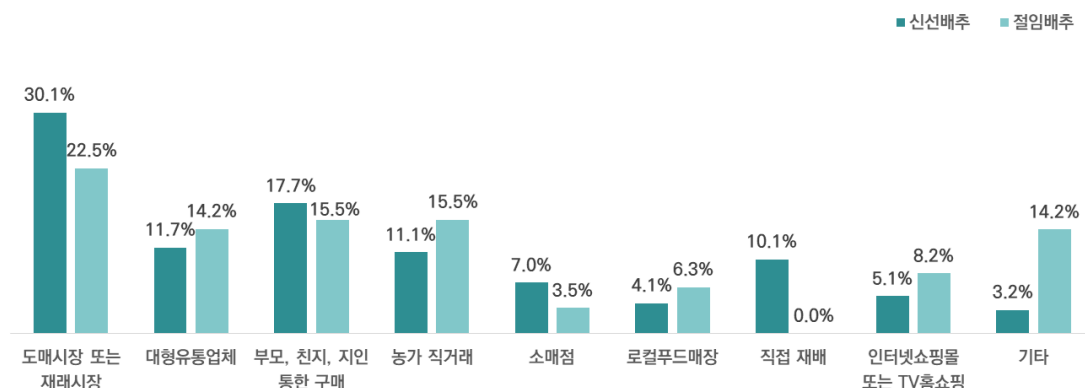
김치양념(김치소)은 대부분 가정에서 직접 제조

- 가정에서 무, 고춧가루, 마늘 등을 구매하여 김치양념(김치소)을 직접 만드는 비율이 85.8%로 대부분을 차지하나, 전년(96.5%) 대비 직접 만드는 비율은 감소함.
 - 김치양념(김치소)을 직접 만드는 이유는 ‘가족 입맛에 맞추기 위해서(54.3%)’, ‘김치양념의 재료, 위생, 포장 등의 상태를 믿을 수 없어서(40.0%)’, ‘김치양념을 구매하는 것보다 가격이 저렴해서(5.7%)’ 순임.
 - 김치양념(김치소)을 구매하는 소비자는 ‘만드는 시간이 절약되어서(68.9%)’, ‘만드는 방법을 몰라서(13.3%)’, ‘구매가 편리해서(11.1%)’, ‘입맛에 맞아서(6.7%)’의 이유로 구매하고 있음.
 - 김치양념(김치소) 구매처는 ‘도매시장 또는 재래시장(44.4%)’, ‘절임배추 구매처에서 구입(35.6%)’이 대부분을 차지하며, 다음으로 ‘직거래 또는 로컬푸드매장(8.9%)’, ‘인터넷쇼핑몰 또는 TV홈쇼핑(5.1%)’ 등의 순임.

배추·무·고추·마늘 모든 품목에서 ‘도매시장 또는 재래시장’에서의 구매를 선호

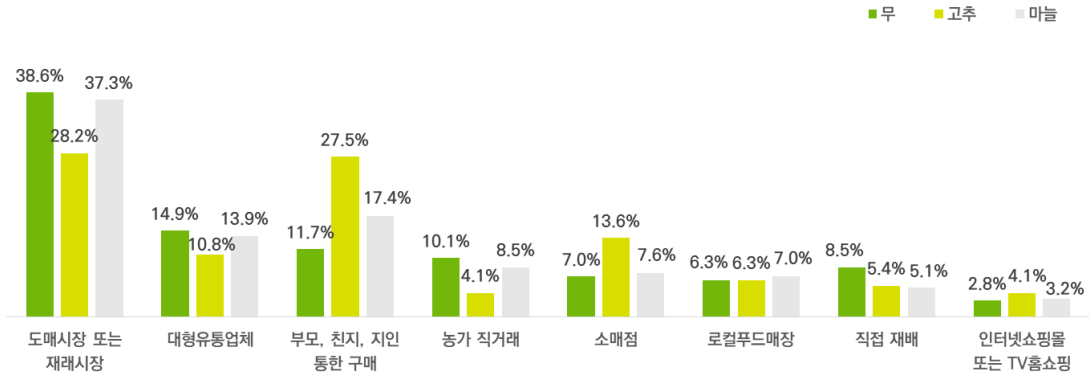
- 신선배추 구매처로는 ‘도매시장 또는 재래시장(30.1%)’, ‘부모, 친지, 지인을 통한 구매(17.7%)’, ‘대형유통업체(11.7%)’ 등의 비율이 높고, 절임배추는 ‘도매시장 또는 재래시장(22.5%)’, ‘부모, 친지, 지인을 통한 구매(15.5%)’, ‘농가직거래(15.5%)’ 등의 순임.
- 무는 ‘도매시장 또는 재래시장(38.6%)’, ‘대형유통업체(14.9%)’, ‘부모, 친지, 지인 통한 구매(11.7%)’ 등의 순임.
- 고추는 ‘도매시장 또는 재래시장(28.2%)’, ‘부모, 친지, 지인 통한 구매(27.5%)’, ‘농가 직거래(13.6%)’ 등의 순임.
- 마늘은 ‘도매시장 또는 재래시장(37.3%)’, ‘부모, 친지, 지인 통한 구매(17.4%)’, ‘대형유통업체(13.9%)’ 등의 순임. 도매 또는 재래시장에서의 구매는 전년(38.6%) 대비 감소한 반면, 대형유통업체(13.0%)는 증가함.

그림 12 신선배추, 절임배추 구매처별 비율



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

그림 13 무, 고추, 마늘 구매처별 비율

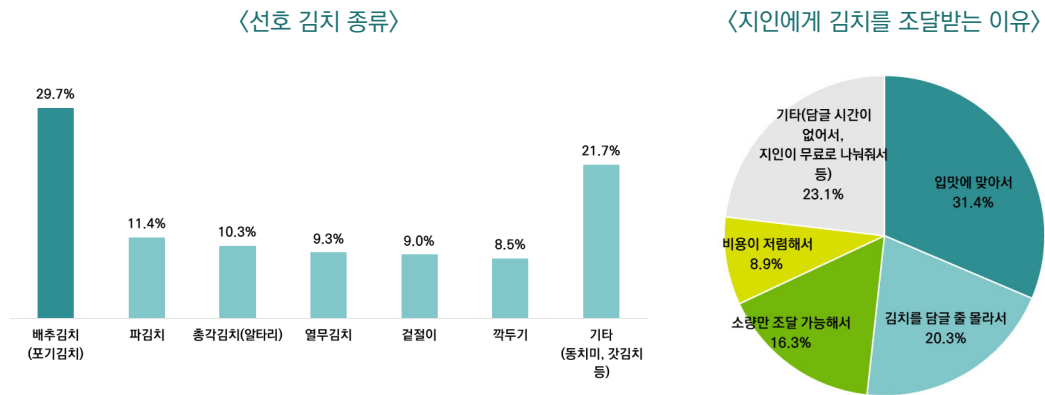


자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

지인에게 김장김치를 조달받는 경우 배추김치, 파김치, 총각김치 등을 선호

- 지인들에게 김장김치를 조달받는 경우 선호하는 종류는 ‘배추김치(포기김치)(29.7%)’, ‘파김치(11.4%)’, ‘총각김치(알타리)(10.3%)’, ‘열무김치(9.3%)’, ‘겉절이(9.0%)’ 등의 순임.
- 지인들에게 김장김치를 조달받는 이유는 ‘입맛에 맞아서(31.4%)’, ‘김치를 담글 줄 몰라서(20.3%)’, ‘소량만 조달 가능해서(16.3%)’, ‘비용이 저렴해서(8.9%)’ 등의 순임.

그림 14 지인에게 조달받는 경우 선호 김치 종류 및 조달 이유



자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·(주)엠브레인리서치, 10월 2일~13일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

03



2025년 김장용 주요 채소류 공급 전망 및 시사점

3.1. 김장철 배추·무 생산 전망

김장철(11~12월) 배추와 무 생산량은 전년 대비 증가하나 평년 대비 감소 전망

- 가을배추 생산량은 전년 대비 3.2% 증가, 평년 대비 3.8% 감소한 120만 톤 내외로 전망됨.
 - 재배면적은 전년도 출하기(11~12월) 가격 상승 등의 영향으로 전년 대비 2.5% 증가하고 평년과 비슷할 것으로 전망
 - 단수는 이상고온 및 집중호우 등으로 작황이 매우 부진했던 전년 대비 소폭 증가하나, 정식기 고온 영향으로 뿌리 활착이 지연되어 평년 대비 3.5% 감소
- 가을무 생산량은 전년 대비 7.2% 증가, 평년 대비 11.2% 감소한 35만 톤 내외로 전망됨.
 - 재배면적은 전년도 출하기(11~12월) 가격 상승 등의 영향으로 전년 대비 7.4% 증가하나, 가을무 재배면적 감소 추세로 평년 대비 5.8% 감소
 - 단수는 생육기 잦은 비로 병해(무름병 등)가 발생하여 조기 출하 등으로 단수가 크게 줄었던 전년 수준, 평년 대비 5.7% 감소

표 6 김장철(11~12월) 가을배추, 가을무 출하량 전년 대비 증감

단위: ha, kg/10a, 톤

구분	가을배추			가을무			
	재배면적	단수	생산량	재배면적	단수	생산량	
2025년	13,403	8,959	1,200,717	4,643	7,545	350,317	
2024년	13,076	8,902	1,163,995	4,322	7,561	326,808	
평년	13,450	9,284	1,248,715	4,930	8,000	394,390	
증감률 (%)	전년비	2.5	0.6	3.2	7.4	-0.2	7.2
	평년비	-0.4	-3.5	-3.8	-5.8	-5.7	-11.2

자료: 국가데이터처(<http://kosis.kr/index/index.do>), 검색일: 2025. 10. 30.; 한국농촌경제연구원 농업관측센터(2025), 엽근채소 관측월보, 2025년 11월호.

3.2. 건고추·마늘 생산 및 재고 전망

2025년 김장철 출하되는 건고추 생산량은 전년 대비 감소, 마늘 재고량은 증가 전망

- 2025년산 건고추 생산량은 전년 및 평년 대비 각 0.8%, 1.0% 감소한 6만 1천 톤임.
 - 작황 양호로 단수는 전년 대비 1.7% 증가하였으나, 재배면적 감소로 생산량은 전년 대비 0.8% 감소
- 2025년산 난지형 마늘 재고량(10월 말 기준)은 전년 및 평년 대비 각 2.6%, 3.0% 증가한 7만 8천 톤임.
 - 난지형 마늘 입고량은 2024년산 저장 출하기 가격 상승 및 금년산 생산 증가로 전년 대비 2.8% 증가한 9만 6천 톤으로 전망

표 7 건고추 생산량, 마늘 재고량 전망

단위: ha, kg/10a, 천 톤

구분	건고추			마늘			
	재배면적	단수	생산량	입고량	출고량	재고량	
2025년산	25,759	236	60.7	96.0	14.4	78.1	
2024년산	26,430	232	61.2	93.4	13.9	76.1	
평년	29,349	209	61.4	96.3	16.8	75.8	
증감률 (%)	전년비	-2.5	1.7	-0.8	2.8	4.1	2.6
	평년비	-12.2	12.9	-1.0	-0.3	-14.0	3.0

주: 건고추 생산량 및 마늘 재고량은 10월 20일 표본 농가 및 저장·가공업체 조사 기준임. 마늘은 (입고량-출고량)에 감모율을 적용한 국내산 기준이며, 국내산 정부 비축 물량이 포함된 수치임.

자료: 국가데이터처(<http://kosis.kr/index/index.do>), 검색일: 2025. 10. 30.; 한국농촌경제연구원 농업관측센터(2025), 양념채소 관측월보, 2025년 11월호.

3.3. 시사점

김장철 주요 원재료 공급량 증가로 김장비용은 전년 대비 감소 전망

- 최근 가정 내 김치 소비 감소와 상품김치 수요 증가 등으로 김장 수요가 줄어드는 추세이며, 2025년 김장 의향도 작년보다 감소함.
- 그러나 올해 주요 김장 원재료인 배추, 무 등의 생산량이 전년보다 증가하여 김장철 공급이 원활할 것으로 전망됨.
- 따라서 올해 전체 김장 비용은 작년보다 줄어들 것으로 예상되며, 소비자 김장철 물가 부담은 적을 것으로 예상됨.

올해 김장 수요를 늘리기 위한 소비 촉진, 공급 확대 등의 노력 필요

- 김장철 주요 원재료 가격이 안정적인 것으로 전망됨에 따라, 주요 구매처인 도매시장 또는 재래시장 등을 통한 소비 촉진 및 홍보 강화가 필요함.

- 적극적인 김장 관련 행사 개최와 지자체 등과의 협력을 통해 지역사회에 공급하는 김장 물량을 확대함으로써, 소비자의 실제 김장 소비량을 늘리는 노력이 필요함. 장기적으로는 김장 문화와 지역 경제와 연계한 정책적 대안 마련도 고려해 볼 수 있음.

지속적인 절임배추 구매 비중 증가에 따른 안정적인 절임배추 생산 및 유통 체계 구축 마련 필요

- 절임배추 생산 과정에서 절임이나 세척 등의 1차 가공에 대한 안전성을 높이는 노력을 통해 품질 및 위생에 대한 관리가 필요하며, 이를 위해 농가 단위보다 체계적이고 규모화된 생산 시스템이 마련되어야 함.
- 택배 형태의 비중이 높은 절임배추 유통 특성을 고려하여 포장 등의 유통시스템을 개선함으로써 절임배추에 대한 소비자의 신뢰도를 높일 필요가 있음.

부록

관계부처 합동 2025년 김장재료 수급안정 대책 발표(11. 4.)¹⁾



정부는 김장재료의 공급 확대와 할인 지원 등 소비자 부담 완화와 원활한 김장 소비를 위해 ‘2025년 김장재료 수급안정 대책’을 마련하고 다음과 같이 추진하기로 하였음.

- **(공급안정)** 김장 성수기(11~12월) 수급 안정화를 위해 유사시 정부 가용물량(배추 8,500톤, 무 2,000톤) 적기 공급 및 출하시기 조정 추진
 - 수매비축 및 출하조절 물량을 활용하여 시장 상황에 따라 탄력적 공급
 - 기상악화 또는 병해충 확산 등 생산 차질 시 겨울작형 조기출하(12월 하순 → 12월 상·중순) 병행
- **(생산안정)** 배추·무의 안정적인 생산을 위해 관계기관 합동 생육 관리 협의체 운영
 - 기상재해 및 병충해 발생에 대비한 생육 모니터링, 지역 여건에 맞춘 맞춤형 재배 기술 교육 지원
 - 약제·비료 등 필수 농자재 지원 강화를 통해 작황 편차 최소화
- **(소비 활성화)** 김장 의향 감소에 따른 수요 위축을 완화하고 장바구니 물가 부담 완화를 위해 역대 최대 규모(김장철 기준) 농식품 할인 지원 추진
 - 대형마트, 온라인쇼핑몰 등을 활용한 김장 주재료 할인 행사 집중 지원

1) 농림축산식품부 보도자료(2025. 11. 4.), “2025년 김장재료 수급안정 대책”.



참고문헌

국가데이터처(2025), 장래가구추계.

한국농촌경제연구원 농업관측센터(2025), 양념채소 관측월보, 2025년 11월호.

_____(2025), 엽근채소 관측월보, 2025년 11월호.

농림축산식품부 보도자료(2025. 11. 4.), “2025년 김장재료 수급안정 대책”.

국가데이터처(<http://kosis.kr/index/index.do>), 검색일: 2025. 10. 30.



한국농촌경제연구원