



2023년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

정민국·김원태·박영구·박지원·남호진·노수정·김다정

한국농촌경제연구원



감 수 국승용 선임연구위원 061-820-2275 gouksy@krei.re.kr
내 용 문 의 김원태 전문위원 061-820-2245 wtkim@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 제218호

2023년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)
발 행 2023. 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.



2023년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

정민국·김원태·박영구·박지원·남호진·노수정·김다정

요 약

2023년 김장철 가구당 배추 구입량 전년보다 감소 전망

- 한국농촌경제연구원(KREI) 가구 소비자 패널의 김장 의향 조사 결과, 2023년 김치를 직접 담그는 비율은 63.3%로 전년(65.0%) 대비 감소함.
- 4인 가족 기준, 김장용 배추 구매 의향량은 19.9포기로 전년 대비 8.9%(1.9포기) 감소, 무는 8.5개로 1.2%(0.1개) 증가함.
- 김장 의향 감소로 핵심 부재료인 건고추 구매량도 전년 대비 4.6% 감소, 반면, 마늘은 가격 약세에 따른 김장 이외의 가정 내 저장 수요 늘면서 3.1% 증가함.

김장 의향 감소의 주요 요인은 김치 소비량 감소와 시판김치의 편리성 때문

- 김장 의향 감소의 주된 요인은 김치 소비 감소(45.6%), 시판김치 구매의 편리성(23.1%), 가정 내 재고 보유(13.6%) 등임.
- 시판김치 구매 이유는 필요량 만큼 구매가 가능(54.5%)하고 김장의 번거로움 해소(32.8%) 순임.

2023년 김장배추 형태별 구매 비율은 절임배추(56.1%)가 절반 이상

- 김장배추 형태별 구매 비율은 절임배추 56.1%, 신선배추 41.3%, 신선배추와 절임배추 같이 구매 2.6%임.
- 절임배추는 구매 비율 증가 추세에 있으며, 신선배추와 같이 구매하는 경우에도 절임배추 사용 비율이 증가함.

11월 중순 이후부터 출하 지역 확대되어 김장철 배추 출하량 평년 수준 근접

- 가을배추는 10월 하순부터 시작되며 출하 지역이 점차 확대되어 본격 김장 시기인 11월에 전국 출하함.
- 배추 11월 출하량은 상순까지 평년보다 적을 것으로 보이나 중·하순에는 출하 지역이 확대되면서 평년과 비슷할 전망이다.

01



2023년 소비자 김장 의향

1.1. 조사 개요

전국 가구 소비자 600명 대상으로 2023년 10월 4~13일 온라인 조사 실시

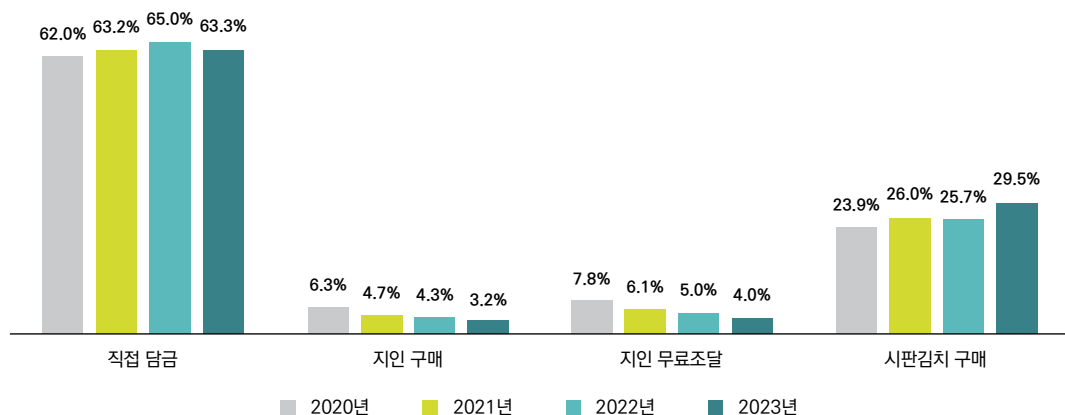
- 한국농촌경제연구원(KREI) 농업관측센터의 가구 소비자 패널 600명을 대상으로 2023년 김장철 소비자 중심의 김장 수요, 김장김치 조달행태, 김장채소류 구매 행태 등을 조사 분석함.

1.2. 2023년 김장김치 조달 행태

가정 내 김치 조달 행태는 '직접 담금(63.3%)' 비율이 감소하고 '시판김치 구매(29.5%)'는 증가

- 김치를 직접 담그는 비율은 63.3%로 전년(65.0%)보다 감소, 시판김치 구매 비율은 29.5%로 전년(25.7%)보다 증가하였으며, 2020년 이후 꾸준히 증가하고 있음.
- 지인으로부터 구매 및 무료 조달 비율은 각각 5% 미만으로, 소비자의 김장김치 조달 행태는 '직접 담금'과 '시판김치 구매'로 집중되는 추세임.

그림 1 가정 내 김치 조달 방식 변화

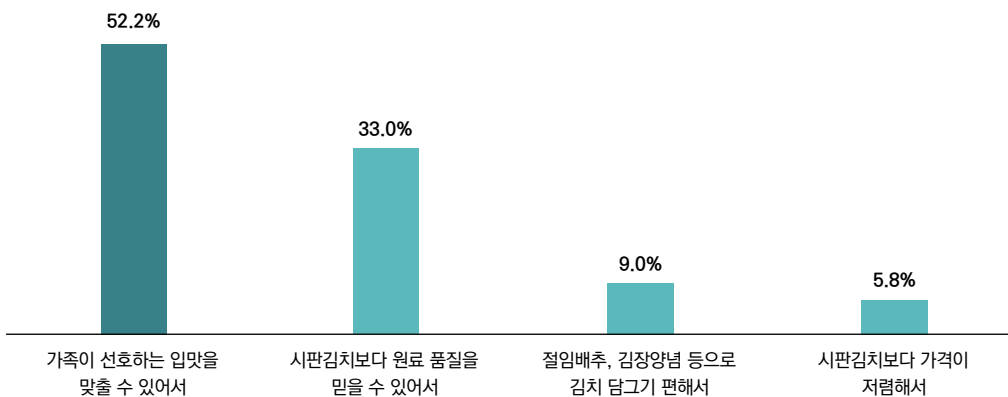


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

가족의 입맛과 원료에 대한 신뢰성 등이 김장김치를 직접 담그는 주된 이유로 나타나

- 김장김치를 직접 담그는 이유로는 ‘가족이 선호하는 입맛을 맞출 수가 있어서(52.2%)’, ‘시판김치보다 원료 품질을 믿을 수가 있어서(33.0%)’, ‘절임배추·김장양념 등으로 김치 담그기 편해서(9.0%)’ 순임.

그림 2 김장김치를 직접 담그는 이유

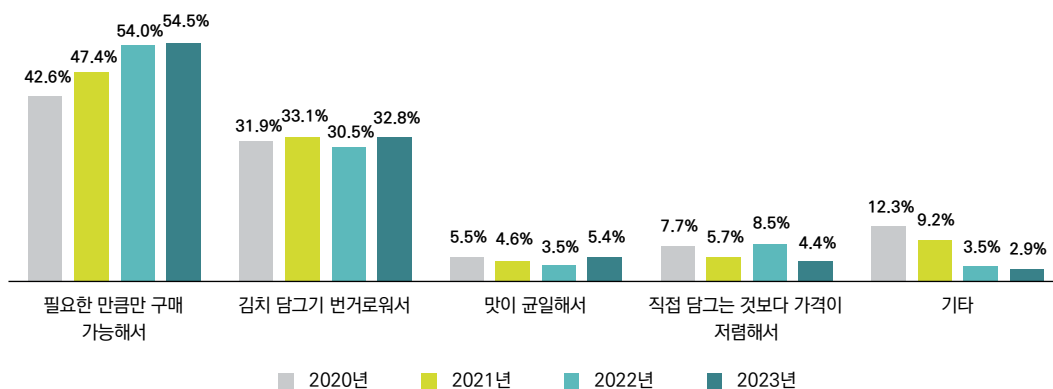


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

시판김치 구매가 증가한 것은 필요한 물량 만큼 구매가 가능하고 김장의 번거로움도 해소되기 때문

- 2023년 시판김치 구매 비율은 29.5%로 전년(25.7%) 대비 증가하였는데, 구매 이유로는 ‘필요한 시기에 필요한 만큼만 구매 가능해서(54.5%)’, ‘김치 담그기 번거로워서(32.8%)’가 대부분을 차지함.

그림 3 시판김치를 구매하는 이유

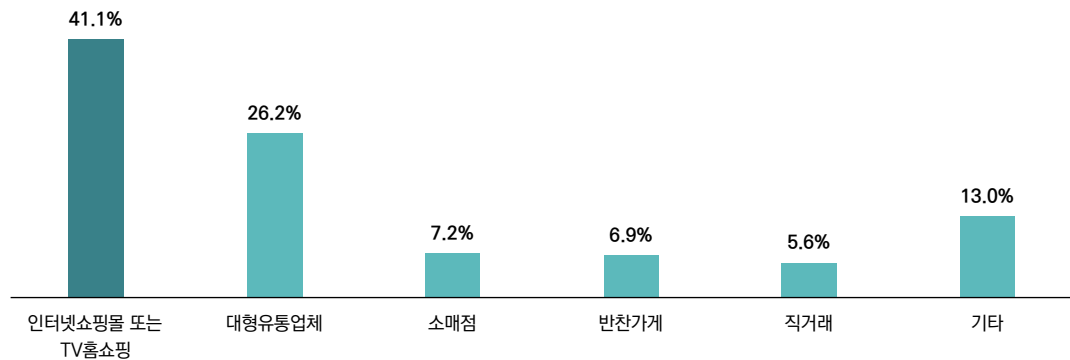


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

시판김치 구매 시 맛(품질)과 브랜드를 고려하는 비율이 매우 높아

- 소비자의 시판김치 구입 시 고려사항은 ‘맛 또는 품질(52.1%)’, ‘선호 브랜드(23.2%)’, ‘원재료의 국내산 여부(15.6%)’, ‘인증마크 또는 원산지(4.2%)’ 등의 순임.
- 시판김치 주요 구매처로는 ‘인터넷쇼핑몰 또는 TV홈쇼핑(41.1%)’ 응답 비율이 가장 높았으며, 다음으로 ‘대형 유통업체(26.2%)’, ‘소매점(7.2%)’, ‘반찬가게(6.9%)’ 등의 순임.
- 시판김치는 대부분 국내산을 구매하고 있으나 소비자의 일부(9.2%)는 중국산 시판김치 구매 경험이 있는 것으로 조사되었으며, 구매 비율은 전년(8.5%) 대비 소폭 증가함.

그림 4 시판김치 구매처별 비율



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

1.3. 2023년 김장 수요 전망

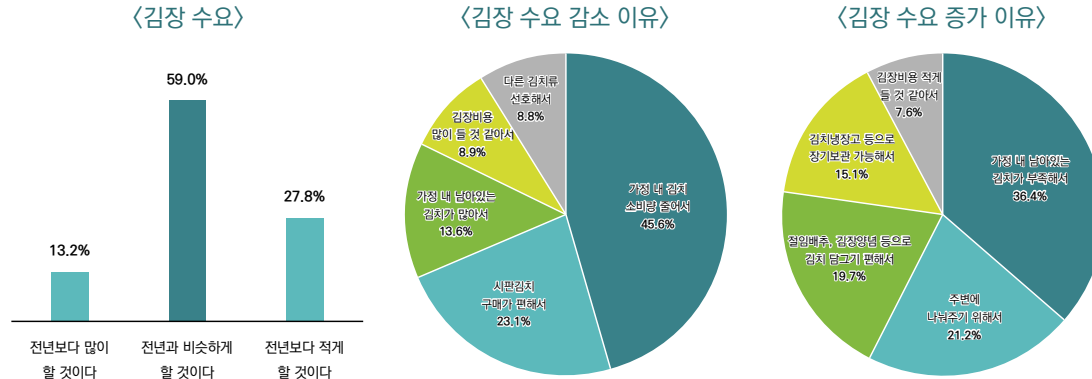
2023년 김장 수요 전년 대비 다소 감소

- 소비자의 전년 대비 김장 의향은 ‘비슷’ 59.0%, ‘감소’ 27.8%, ‘증가’ 13.2% 순으로 조사되었음. 김장 의향이 감소한 가구의 비율이 증가한 비율을 상회함.

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

- 김장 수요 감소 이유로는 ‘가정 내 김치 소비량이 줄어서(45.6%)’, ‘시판김치 구매가 편해서(23.1%)’, ‘가정 내 남아있는 김치가 많아서(13.6%)’ 등의 순임.
- 한편, 김장 수요 증가 이유로는 ‘가정 내 남아있는 김치가 부족해서(36.4%)’, ‘주변에 나눠주기 위해서(21.2%)’, ‘절임배추, 김장양념 등으로 김치 담그기 편해서(19.7%)’ 등의 순임.

그림 5 소비자의 전년 대비 김장 수요 및 증감 이유

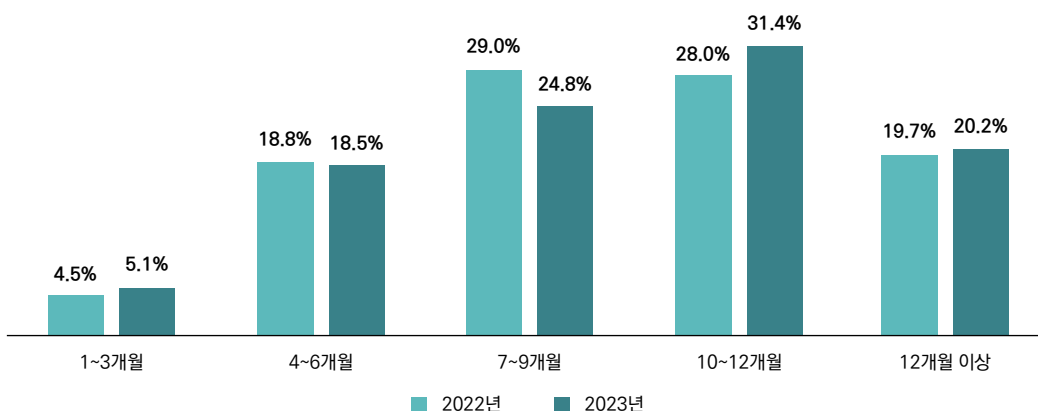


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

김장김치는 대부분 7~12개월 사이 소진

- 김장김치 예상 소진 기간은 ‘1~3개월’ 5.1%, ‘4~6개월’ 18.5%, ‘7~9개월’ 24.8%, ‘10~12개월’ 31.4%, ‘12개월 이상’ 20.2%로 대부분 7~12개월 사이 김장김치를 소진하는 것으로 조사되었음.
- 소진 기간 ‘7~9개월’ 비율은 전년(29.0%) 대비 작아졌으나, 10개월 이상 비율은 전년(47.7%) 대비 커져 김장 김치 소진 기간이 다소 길어진 것으로 판단됨.
- 지인들이 모여 함께 김치를 담그는 경우, 김장 모임 참여 가구수는 평균 1.8가구, 평균 인원수는 4.9명으로 전년과 비슷한 것으로 조사됨.

그림 6 김장김치 소진 기간

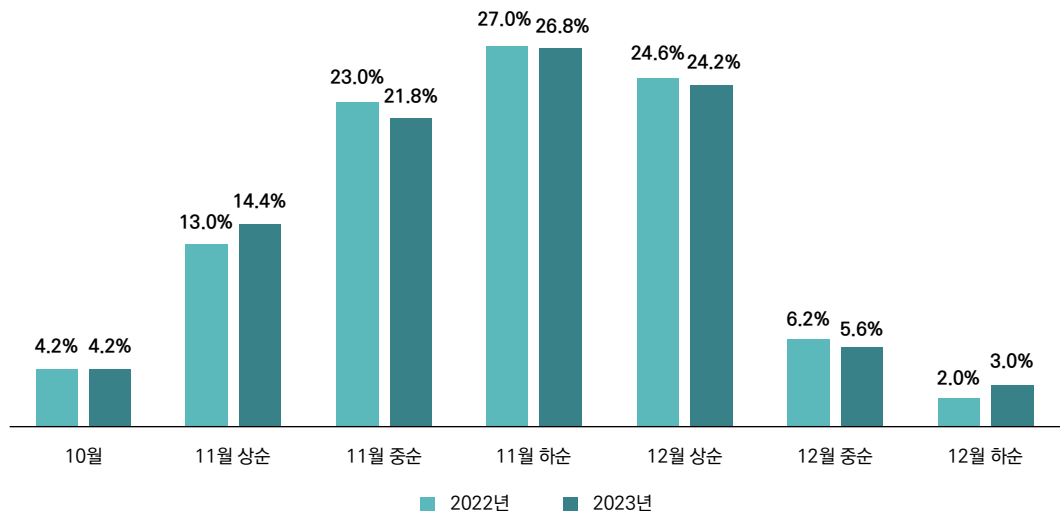


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

김장 시기 전년과 비슷한 12월 상순 대부분 마무리

- 소비자의 순별 및 월별 김장 시기 조사 결과, 김장 시기가 '전년과 비슷하다'는 응답이 90.7%로 대부분이며 '전년 대비 느림'이 6.5%, '전년 대비 빠름'이 2.8%로 나타남.
- 이 중 본격 김장철인 11월 중순~12월 상순에 김치를 담그겠다는 비율은 72.8%로 전년(74.6%)보다 낮았으며 전체적인 김장은 12월 상순 대부분 마무리될 전망이다.
- 김장 시기가 전년 대비 늦은 이유로는 "날씨가 따뜻하여 추워질 때까지 연기하겠다"라는 응답이 많았으나, 이는 조사 시작 직전이었던 추석 전까지 체감온도가 다소 높았던 영향으로 판단됨.

그림 7 시기별 김장 비율



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

표 1 시기별, 지역별 김장 비율

구분	10월	11월 상순	11월 중순	11월 하순	12월 상순	12월 중순	12월 하순
전국	4.2% (4.2%)	14.4% (13.0%)	21.8% (23.0%)	26.8% (27.0%)	24.2% (24.6%)	5.6% (6.2%)	3.0% (2.0%)
서울·경기·강원	5.4% (4.4%)	15.9% (17.0%)	27.3% (28.1%)	31.4% (28.7%)	15.9% (17.5%)	2.2% (3.2%)	1.9% (1.2%)
충청	6.5% (7.7%)	35.5% (12.8%)	25.8% (28.2%)	12.9% (28.2%)	19.3% (17.9%)	0.0% (2.6%)	0.0% (2.6%)
영남	1.7% (2.4%)	7.6% (4.9%)	11.9% (11.4%)	21.2% (23.6%)	38.1% (41.5%)	13.6% (12.2%)	5.9% (4.0%)
호남·제주	0.0% (4.5%)	5.5% (4.6%)	2.8% (11.4%)	16.7% (22.7%)	55.6% (38.6%)	13.9% (15.9%)	5.5% (2.3%)

주: 괄호 안은 전년 수치임.

자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

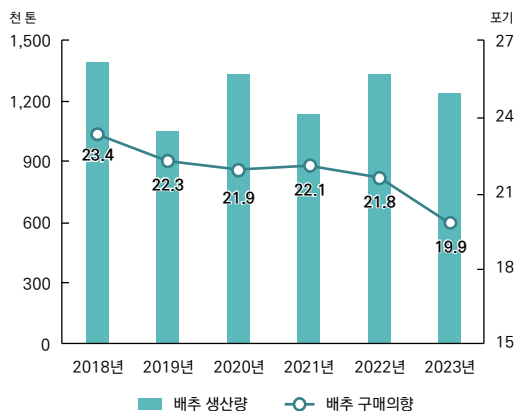
1.4. 2023년 김장재료 구매 행태

4인 가족 기준, 2023년 김장용 배추 구매 포기 수는 19.9포기(전년 21.8포기)로 전년 대비 감소

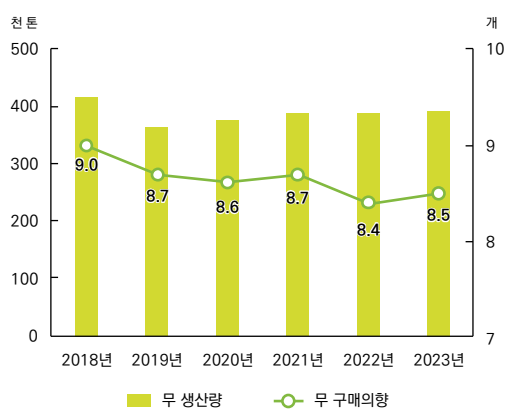
- 김장 의향이 다소 감소하여 배추 구매 의향량도 전년 대비 감소함.
 - 가구당 김장용 배추 구매 의향량은 19.9포기로 전년(21.8포기) 및 평년(22.1포기) 대비 각각 8.9%, 10.1% 감소함.
 - 무 구매 의향량은 8.5개로 전년(8.4개)보다 1.2% 증가했으나 평년(8.7개)보다는 1.2% 감소함.
- 김장용 배추 및 무 구매 의향량은 생산량의 증감 여부와 관계없이 전반적인 감소 추세임.

그림 8 가을배추, 무 생산량 및 김장용 구매 의향량 추이

〈가을배추 생산량 및 김장용 배추 구매 의향 추이〉



〈가을무 생산량 및 김장용 무 구매 의향 추이〉

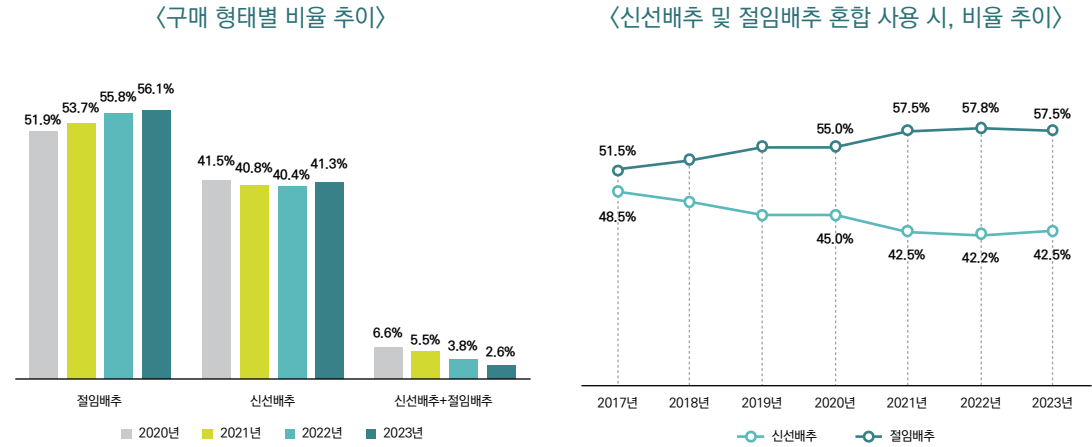


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

김장배추 형태별 구매 비율은 절임배추가 절반 이상

- 김장김치를 담그는 소비자의 김장배추 형태별 구매 비율은 '절임배추(56.1%)', '신선배추(41.3%)', '신선배추와 절임배추 같이 구매(2.6%)' 순임.
 - 절임배추 구매 비율은 2020년 51.9%에서 꾸준히 증가 추세를 보이고 있으며, 신선배추 구매 비율은 큰 변화를 보이지 않음.
- 신선배추와 절임배추를 같이 구매하는 경우에도 절임배추 사용 비율(57.5%)이 높은 편임.
 - 최근 3개년 기준, 신선배추 및 절임배추 혼합 비율은 큰 변화가 없으나, 2020년 대비 절임배추 비율은 증가, 신선배추는 감소함.

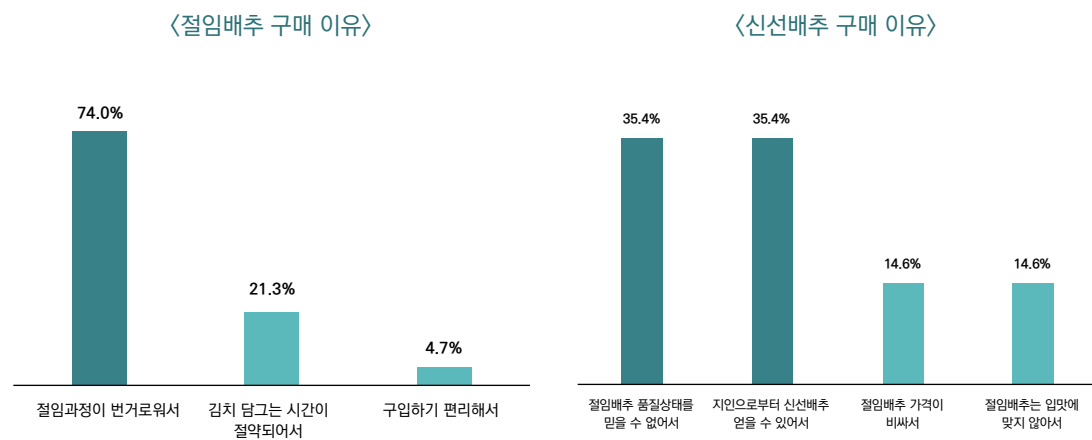
그림 9 김장배추 구매 형태별 비율 변화



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

- 한편, 김장배추 구매 시 절임배추를 사용하는 이유로는 ‘절임과정이 번거로워서(74.0%)’가 대부분이며, 다음으로 ‘김치 담그는 시간이 절약되어서(21.3%)’, ‘구입하기 편리해서(4.7%)’ 순임.
- 신선배추를 사용하는 이유로는 ‘절임배추 품질을 믿을 수 없어서’와 ‘지인으로부터 신선배추를 얻을 수 있어서’가 각각 35.4%로 나타났고, 다음으로 ‘절임배추 가격이 비싸서’와 ‘절임배추는 입맛에 맞지 않아서’라는 응답이 각각 14.6%로 조사됨.

그림 10 김장배추 구매 시 절임배추 및 신선배추 사용 이유



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

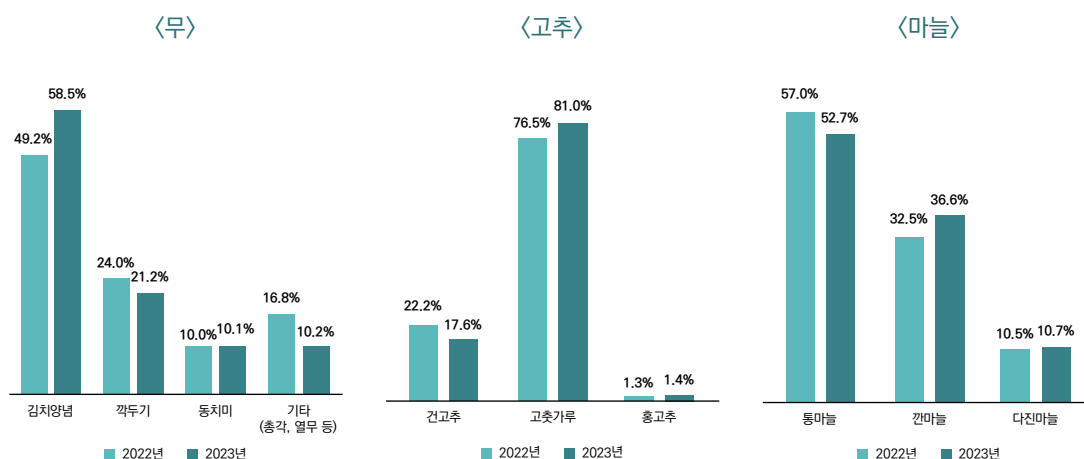
고추 구매 의향량 전년 대비 감소, 마늘은 증가

- 가구당 고추 구매 의향량은 김장 의향 감소와 묵초(남은 고춧가루) 등 재고 보유, 고춧가루 가격 상승 등으로 전년 대비 4.6% 감소함.
- 가구당 마늘 구매 의향량은 2023년산 마늘 가격 하락에 따른 김장 이외 가정 내 재고 수요 증가로 전년 대비 3.1% 증가함.
 - 2023년산 마늘 가격이 전년 대비 낮게 형성되면서 김장용 이외에 가정 내 저장용 마늘(다진마늘 등의 형태로 냉동보관)을 함께 구매한 소비자가 많은 것으로 조사됨.

무, 고추, 마늘의 구매 행태는 각각 양념용 김치소, 고춧가루, 통마늘 구매가 절반 이상

- 김장용 무를 구매하는 소비자는 '김치양념(김치소)'으로 사용하는 비율이 58.5%로 가장 많고, '깍두기(21.2%)', '동치미(10.1%)', '총각김치, 열무김치 등 기타 무김치(10.2%)' 등의 원료로도 사용함.
- 고추는 고춧가루 형태로 구매하는 비율이 81.0%로 가장 크며, 건고추(17.6%), 홍고추(1.4%) 순임.
 - 고춧가루 형태 구매 의향은 전년(76.5%) 대비 증가하였으나, 건고추 구매 의향(22.2%)은 감소함.
 - 고추 구매 시기별 비율은 8월 10.4%, 9월 36.6%, 10월 35.2% 등으로 고추 수확이 한창인 9월이 가장 많았음. 구매한 고추의 원산지는 국내산 95.5%, 수입산이 4.5%로 여전히 국내산 선호가 높은 것으로 조사됨.
- 마늘은 통마늘 형태의 구매 의향이 52.7%로 가장 높으며, 깐마늘(36.6%), 다진마늘(10.7%) 순임.
 - 깐마늘 형태 구매 의향은 전년(32.5%) 대비 4.1%p 증가, 다진마늘(10.5%)은 0.2%p 증가한 반면, 원물 형태인 통마늘 구매 비율은 전년(57.0%) 대비 4.3%p 감소하여 1·2차 가공 상품에 대한 소비자 선호가 높게 나타남.

그림 11 김장용 무, 고추, 마늘 구매 형태별 비율 변화



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

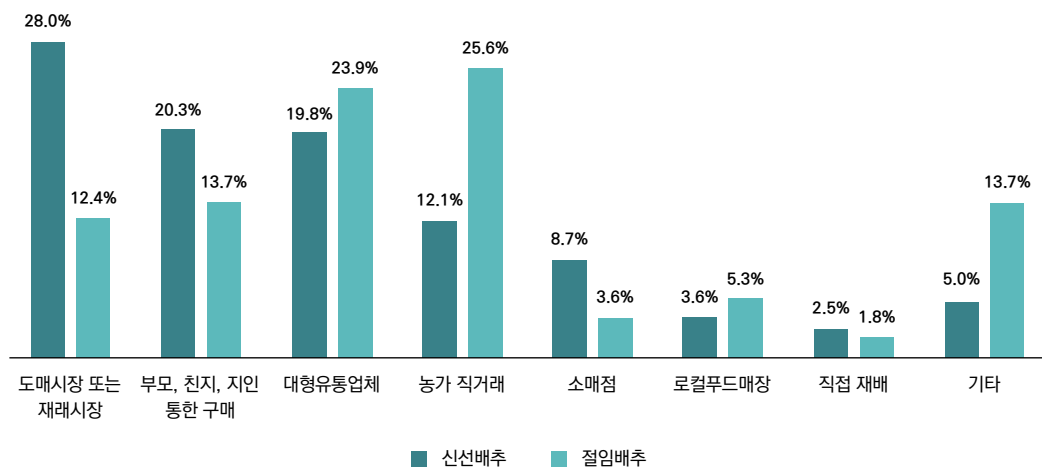
김치양념은 가정에서 직접 제조

- 소비자 대부분(94.7%)은 무, 고춧가루, 마늘 등을 구매하여 김치양념(김치소)을 가정에서 직접 만들어 사용하고 있으나, 전년(95.9%) 대비 직접 만드는 비율은 소폭 감소함.
 - 김치양념(김치소)을 직접 만드는 이유로는 ‘가족 입맛에 맞추기 위해서(54.0%)’, ‘김치양념의 재료, 위생, 포장 등의 상태를 믿을 수 없어서(40.6%)’가 대부분임.
 - 김치양념(김치소)을 구매하는 소비자는 ‘만드는 시간이 절약되어서(71.1%)’, ‘입맛에 맞아서(18.4%)’, ‘구매가 편리해서(7.9%)’의 이유로 구매하고 있음.
 - 김치양념(김치소) 구매처는 ‘절임배추와 같은 곳에서 구입(45.7%)’이 절반 정도를 차지하며 다음으로 ‘도매시장 또는 재래시장(17.1%)’, ‘인터넷쇼핑몰 또는 TV홈쇼핑(14.3%)’ 등의 순임.

신선배추·무·마늘은 ‘도매시장 또는 재래시장’, 절임배추는 ‘농가 직거래’, 고추는 ‘지인을 통한 구매’ 선호

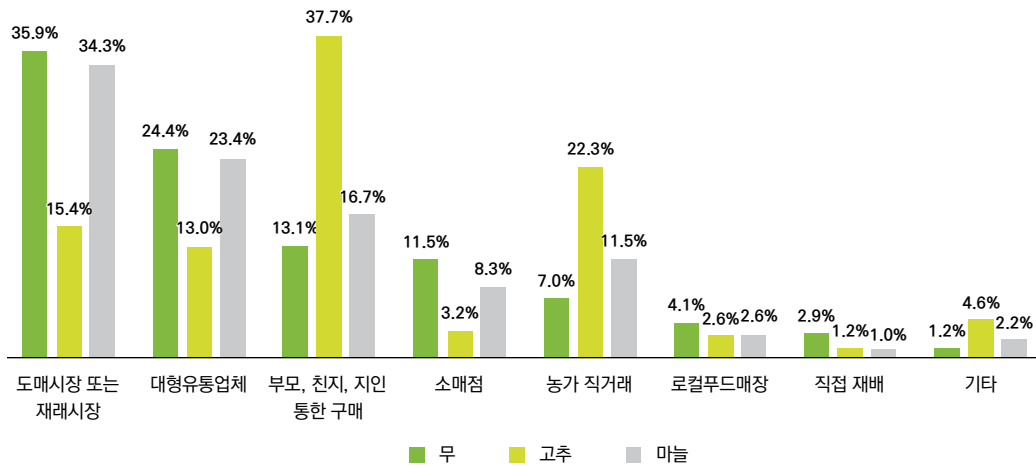
- 신선배추 구매처로는 ‘도매시장 또는 재래시장(28.0%)’, ‘지인을 통한 구매(20.3%)’, ‘대형유통업체(19.8%)’ 등의 비율이 높으며, 절임배추는 ‘농가 직거래(25.6%)’, ‘대형유통업체(23.9%)’, ‘지인을 통한 구매(13.7%)’ 등의 순임.
- 무는 ‘도매시장 또는 재래시장(35.9%)’, ‘대형유통업체(24.4%)’, ‘지인을 통한 구매(13.1%)’ 등의 순임.
- 고추는 ‘지인을 통한 구매(37.7%)’, ‘농가 직거래(22.3%)’, ‘도매시장 또는 재래시장(15.4%)’ 등의 순임.
- 마늘은 ‘도매시장 또는 재래시장(34.3%)’, ‘대형유통업체(23.4%)’, ‘지인을 통한 구매(16.7%)’ 등의 순임.

그림 12 신선배추, 절임배추 구매처별 비율



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

그림 13 무, 고추, 마늘 구매처별 비율

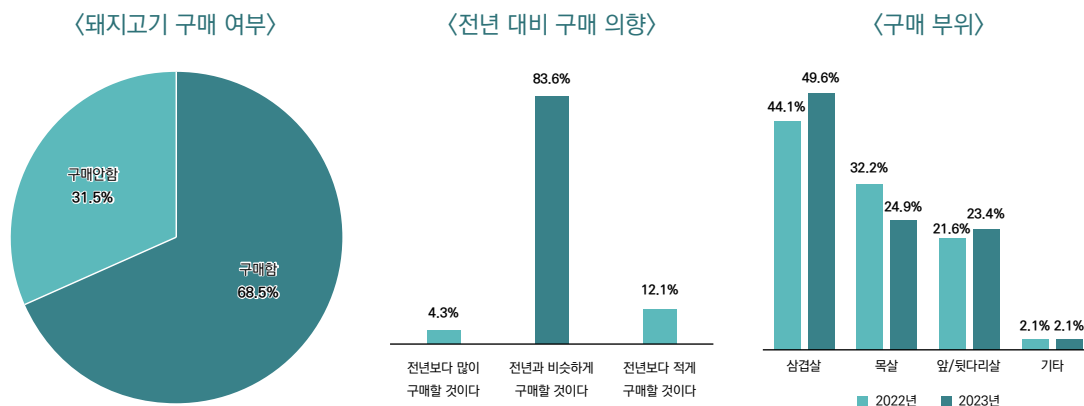


자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

김장 시 수육용 돼지고기 구매 의향 전년과 비슷

- 김장 시 수육용 돼지고기를 구매하는 소비자는 68.5%로 절반 이상의 가정에서 김장 시 돼지고기를 구매함.
 - 김장하지 않고 시판김치를 구매하는 소비자도 돼지고기를 구매(29.6%)하는 것으로 나타남.
- 소비자의 전년 대비 수육용 돼지고기 구매 의향은 '비슷' 83.6%, '감소' 12.1%, '증가' 4.3% 순으로 조사되었음. 구매 의향 '감소' 비율이 '증가' 비율을 상회함.
- 돼지고기 구매 시 선호하는 부위는 '삼겹살' 49.6%, '목살' 24.9%, '앞/뒷다리살' 23.4% 순임.
 - 전년 대비 목살 비율은 7.3%p 감소하였으나, 삼겹살과 앞/뒷다리살은 증가함.

그림 14 소비자의 수육용 돼지고기 구매 행태(2023)



자료: KREI 농업관측센터 가구 소비자 패널 조사 결과.

02



2023년 김장용 주요 채소류 공급 전망 및 시사점

2.1. 김장철 배추·무 출하 전망

김장철(11~12월) 배추 출하량 11월 중순 이후부터는 주산지 확대되어 평년 수준 근접, 12월은 평년 대비 증가 전망, 무는 11~12월 모두 전년과 평년 대비 증가 전망

- 가을배추, 무 출하는 10월 하순부터 시작되며 출하 지역 점차 확대되어 본격 김장 시기인 11월 전국 출하함.
- 배추 출하량은 11월 상순까지 평년보다 낮을 것으로 보이나 중·하순에는 출하 지역이 확대되면서 평년과 비슷하고, 12월에는 평년보다 높을 전망이다.
- 가을무는 재배면적 증가의 영향으로 11~12월 출하량 전년 및 평년 대비 증가할 전망이다.

표 2 김장철(11~12월) 가을배추, 무 출하량 전년 대비 증감률

단위: %

가을배추		가을무	
11월	12월	11월	12월
-9.6(-3.1)	-2.1(3.4)	2.1(1.7)	1.6(2.8)

주: 괄호 안은 평년 대비 증감률임.

자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터(2023), 《엽근채소 관측월보》 2023년 11월호.

2.2. 고추·마늘 생산 및 재고 전망

2023년 김장철 출하되는 건고추 생산량 전년 대비 감소, 마늘 재고량은 증가 전망

- 2023년산 건고추 생산량은 전년 및 평년 대비 각각 4.6%, 15.4% 적은 6만 톤임.
 - 2023년산 건고추 재배면적은 경영비 상승으로 전년 및 평년 대비 각각 8.9%, 12.1% 감소, 단수는 가뭄이 심했던 전년 대비 4.8% 증가, 장마철 많은 비로 평년 대비 3.8% 감소함.
- 2023년산 난지형 마늘 재고량은 전년 및 평년 대비 각각 10.7%, 4.6% 많은 8만 톤
 - 난지형 마늘 입고량은 생산량 증가로 전년 대비 9.2% 증가한 9만 9천 톤임.

표 3 건고추 생산량, 마늘 재고량 전망

단위: ha, kg/10a, 천 톤

구분		건고추			마늘		
		재배면적	단수	생산량	입고량	출고량	재고량
2023년산		27,129	221	60.0	99.1	15.5	79.8
2022년산		29,770	211	62.9	90.8	15.7	72.1
평년		30,853	230	71.0	99.4	19.4	76.3
증감률 (%)	전년비	-8.9	4.8	-4.6	9.2	-1.1	10.7
	평년비	-12.1	-3.8	-15.4	-0.3	-20.3	4.6

주: 건고추 생산량 및 마늘 재고량은 10월 20일 표본농가 및 저장·가공업체 조사 기준. 마늘은 (입고량-출고량)에 감모율을 적용한 국내산 기준이며, 국내산 정부 비축물량이 포함된 수치임.

자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터(2023), 《양념채소 관측월보》 2023년 11월호; 통계청 홈페이지(<http://kosis.kr/index/index.do>), 검색일: 2023. 10. 30.

2.3. 시사점

2023년 김장 의향 감소 예상, 본격 김장 시즌(11월 중순 이후) 배추, 무 등의 공급은 안정세

- KREI 소비자 패널 조사 결과, 2023년 김장의향은 김치소비량 감소와 시판김치 구매의 편리성으로 인해 전년 보다 감소 전망임.
- 김장의 핵심 원료인 배추는 주산지인 호남권의 작황이 양호하여 김장 비수기인 11월 상순 출하 물량이 다소 부족할 뿐 본격 김장 시기인 11월 중순 이후부터는 평년과 비슷한 수준의 출하량이 유지될 것으로 전망됨.
 - 무, 마늘 등도 2023년 생산량 및 저장량 증가로 김장철 출하량은 전년보다 많을 것으로 전망됨.

김장용 배추 구매 시기를 다소 늦추는 것이 김장 비용을 줄일 수 있을 것으로 전망

- 김장용 배추(가을배추) 출하 분석 결과, 11월 상순을 제외하면 전반적으로 배추 가격은 평년 수준에 근접할 것으로 전망됨. 따라서 소비자의 배추 구매 시기를 다소 늦추도록 하는 홍보 전략이 필요함.
- 또한 여름철 전반적인 배추 가격 약세인 가운데 고랭지 배추 종료시점(10월)의 일시적인 가격 상승을 김장배추 가격 상승 우려로 연결하는 언론보도가 많아지고 있으며, 이는 수급 상황에 대한 정보를 왜곡시켜 김장 수요를 감소시키는 부작용을 일으킬 수 있음.
- 여름배추와 가을배추의 작형 및 출하에 대한 이해의 차이에서 발생하는 것으로 판단되기 때문에 김장에 이용 하는 가을배추에 대한 대안론 이해도 제고를 위한 노력도 필요함.

부록



관계부처 합동 2023년 김장재료 수급안정 대책 발표(11. 2.)¹⁾

2023년 정부는 소비자 김장 부담을 전년보다 낮추기 위해서 ‘2023년 김장재료 수급안정 대책’을 마련하고 다음과 같이 추진하기로 하였음.

- **(공급 확대)** 김장 주재료인 배추, 무와 공급 감소가 우려되는 건고추, 대파 등 정부비축물량(약 1.1만 톤) 최대 방출. 천일염은 역대 최고 수준인 1만 톤을 전통시장, 마트 등에 시중가격 대비 1/3수준으로 공급
- **(할인지원 예산 증액)** ‘농수산물 할인지원’ 예산을 전년(138억 원) 대비 대폭 증가한 245억 원 편성. 이와 별도로 김장 주재료인 배추, 대파, 생강 등은 농협 등과 협조하여 대형마트 공급가격 인하 지원
- **(농산물 안전성 확보 및 김장 정보 수시 제공)** 김장재료 잔류농약 검사 등 안전성 관리에 만전을 기하고, 김장 관련 정보도 수시로 제공하여 소비자들이 합리적인 소비를 할 수 있도록 지원

1) 농림축산식품부 보도자료(2023. 11. 2.), “2023년 김장재료 수급안정 대책”.



참고문헌

한국농촌경제연구원 농업관측센터(2023), 《엽근채소 관측월보》 2023년 11월호.
한국농촌경제연구원 농업관측센터(2023), 《양념채소 관측월보》 2023년 11월호.
농림축산식품부 보도자료(2023. 11. 2.), “2023년 김장재료 수급안정 대책”.
통계청(<http://kosis.kr/index/index.do>), 검색일: 2023. 10. 30.



2023년

- 제218호 2023년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망(정민국, 김원태, 박영구, 박지원, 남호진, 노수정, 김다정)
- 제217호 2018~2022년 농가경제 변화 실태와 시사점(김태후, 민선형, 임준형, 유찬희)
- 제216호 RCEP 발효 1년, 농식품 수출입 영향과 시사점(남경수, 최미라, 채상현, 김경호)
- 제215호 새 시대 농어업인 삶의질향상정책 개선 방향(송미령, 심재현, 권인혜)
- 제214호 2022년 농업·농촌 국민의식 조사(김동훈, 박혜진)

2022년

- 제213호 2023년 10대 농정이슈(국승용 외)
- 제212호 2022 지역발전지수(RDI)(송미령, 성주인, 심재현, 민경찬, 김민석, 손경민, 유서영, 이진)
- 제211호 고향사랑기부제 활성화 방안(국승용, 김창호)
- 제210호 농촌 노인의 '지역사회 계속 거주(Aging in Place)'를 위한 장기요양 재가서비스 개선 과제(김수린, 조승연, 김정승)
- 제209호 원재료 수입가격 상승의 가공식품 물가 영향(김상호, 김종진, 주준형)
- 제208호 농산어촌 관계인구 현황과 의의(성주인, 송미령, 한이철, 정학성)
- 제207호 한·미 FTA 10년, 농식품 교역 변화(김경필, 이현근, 곽혜선, 명수환, 구혜민, 박서윤)
- 제206호 신 균형발전 전략과 과제: 도농상생을 위한 농촌 활성화(송미령, 성주인, 심재현, 한이철, 권인혜)
- 제205호 우크라이나 사태의 국제곡물 시장 영향 분석(김종진, 김지연, 정대희, 박성진, 김범석, 윤성주)
- 제204호 WTO 농업협상 최근 논의 동향 및 전망(김상현, 정대희, 이두영)
- 제203호 2021년 농업·농촌 국민의식 조사(정도채, 박혜진)
- 제202호 2022년 10대 농정이슈(이명기 외)

2021년

- 제201호 최근 농산물 가격 변동 실태와 시사점(국승용, 서홍석, 서동주, 권상욱, 김경진)
- 제200호 2020년 귀농·귀촌 동향과 시사점(송미령, 성주인, 심재현, 한이철, 민경찬)
- 제199호 탄소중립, 농촌 태양광의 이슈와 과제(김연중, 서대석, 허정희, 이정민)
- 제198호 취약계층 대상 농식품바우처 지원사업 추진 현황과 당면과제(김상호, 이계임, 유기환)
- 제197호 '지역재생잠재력지수'의 의의와 시사점(송미령, 성주인, 심재현, 서형주)
- 제196호 2021년 10대 농정이슈(이명기 외)

2020년

- 제195호 2020년 농업·농촌 국민의식 조사(우병준, 박혜진)
- 제194호 귀농·귀촌 인구이동 동향과 시사점-2019년 귀농어·귀촌인 통계를 중심으로(송미령, 성주인, 김광선, 정도채, 한이철)
- 제193호 코로나19 사태와 북한의 식량수급 동향과 전망(최용호)
- 제192호 환경 변화를 반영한 2020년 농업부문 수정 전망(서홍석, 김충현, 김준호)
- 제191호 2020년 추석 성수기 주요 농축산물의 출하 및 가격 전망(국승용, 이형우, 윤종열, 김종인, 한은수, 은종호, 서강철)
- 제190호 대체식품 현황과 대응과제(박미성, 박시현, 이용선)
- 제189호 코로나19 확산에 따른 농업부문 영향분석(서홍석, 순병민, 김충현)
- 제188호 코로나19와 농업 고용노동력(엄진영)



한국농촌경제연구원