제240호(2026. 11. 6.)

www.krei.re.kr

KREI 농정포커스

2026년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

노호영·지선우·윤성욱·임효빈·김명은·오병무·정세미

한국농촌경제연구원



감　　수　김용렬 선임연구위원　061-820-2363　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 제240호
2026년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

등　　록　제6-0007호(1979. 5. 25.)
발　　행　2026. 11.
발 행 인　박준기
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.

www.krei.re.kr
KREI 농정포커스
제240호(2026. 11. 6.)

2026년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망

노호영·지선우·윤성욱·임효빈·김명은·오병무·정세미

요 약

2026년 김장 의향은 전년 대비 비슷하거나 소폭 감소, 김치 소비량 감소가 주요 원인

- 전년 대비 소비자의 김장 의향은 '비슷'이 67.8%로 가장 높았고, 다음으로 '감소' 16.1%, '증가' 13.8% 순으로 조사됨.
- 김장 수요 감소 이유로는 '가정 내 김치 소비량이 줄어서(42.9%)', '가정 내 남아있는 김치가 많아서(16.3%)', '상품 김치 구매가 편해서(14.3%)' 등의 순임.

김치를 가장 많이 담그는 시기는 11월 중순~12월 상순에 집중

- 본격 김장철인 11월 중순~12월 상순에 김치를 담그겠다는 비율은 69.3%로 전년보다 1.5%p 증가, 전체적인 김장은 12월 중순 대부분 마무리될 것으로 조사됨.
- 지역별로는 서울·경기·강원과 충청은 11월 중순, 영남은 11월 하순, 호남·제주는 12월 상순의 비중이 상대적으로 높게 나타남.

가정 내 김치 조달 행태는 '직접 담금 및 지인 조달' 감소하고, '상품 김치 구매' 증가

- 2026년 소비자의 김치 조달 방식 중 직접 담금 및 지인 조달 비중은 58.6%로 전년(64.1%) 대비 5.5%p 감소하나, 상품 김치 구매 비중은 41.4%로 전년(35.9%) 대비 증가할 것으로 조사됨.
- 직접 김장을 담그는 주요 이유는 가족 입맛과 원료 품질에 대한 신뢰 때문이며, 상품 김치 구매는 편의성과 김장의 번거로움 해소가 주요 요인으로 나타남. 상품 김치의 온라인 구매 비중은 상품 김치 구매 응답자의 60%로 가장 높게 조사됨.

2026년 전체 김장 비용은 김장 원재료 공급량 증가가 전망되어 전년보다 줄어들 것으로 예상

- 주요 김장 원재료인 가을배추, 무 생산량이 전년 대비 증가하면서, 11~12월 가격이 하락할 것으로 전망되며, 10월 하순 기준, 실제 전체 김장 비용(한국농수산식품유통공사 조사치)도 전년 및 평년보다 각각 4%, 5% 내외 감소할 것으로 조사됨.
- 정부는 작년에 이어 김장철 수급 대책을 발표하여(2026. 11. 3.), 공급 물량 확대와 온라인 및 오프라인 할인 행사 등을 실시할 계획임.

01



설문조사 개요 및 조사 대상 특성

1.1. 설문조사 개요

조사 배경 및 개요

- 김장철을 앞두고 가구의 김장 의향과 김치 마련 방식, 주요 김장재료(배추·무·마늘·건고추) 구매 계획 등을 조사하여 김장철 소비 규모와 변화 방향을 파악하고, 수급 안정 대책 수립을 위한 기초자료로 활용하고자 함.
  - 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 수행하고 있는 '2026년 농식품 소비정보 분석사업' 이슈 분석의 일환으로 수행함.
- 조사 대상은 전국 17개 시도에 거주하는 20대 이상 1,000가구이며, 가구 내 김치 마련 및 김장재료 구매에 주로 관여하는 가구원을 대상으로 함. 조사는 ㈜엠브레인리서치의 소비자 패널을 활용하여 2026년 10월 2일부터 12일까지 11일간 구조화된 웹 설문 방식으로 실시함.

표 1 **2026년 김장 의향 및 김장재료 구매 행태 설문조사 개요**

구분	내용
조사 품목	배추, 무, 마늘, 건고추
조사 대상	전국 17개 시도별 20대 이상 김치를 제조하거나 구매하는 1,000가구
표본 설계	국가데이터처, 「장래가구추계」(2026, 가구주 연령 및 가구원 수별 추계 가구) 기반으로 설계
조사 기간	2026년 10월 2일~10월 12일(11일간)
조사 방법	구조화된 웹 설문을 이용한 온라인 조사
조사 업체	㈜엠브레인리서치

자료: 저자 작성.

주요 설문조사 내용

- 본 조사의 주요 설문 내용은 가구의 김장 참여 및 김치 마련 방식, 주요 김장재료의 구매·사용 행태, 2026년 김장 계획 등을 중심으로 구성됨.
  - 김치 마련 방식과 재료별 구입·사용량의 과거 실적 및 올해 계획을 비교하고, 김장 시기와 제조량 변화, 상품 김치 구매 행태 및 김장에 대한 인식 등을 조사하여 김장철 소비 변화와 주요 특징을 파악하고자 함.

표 2 김장 관련 소비자 조사 주요 내용

구분	주요 조사 내용
김치 마련 방식	직접 제조, 지인 구매·무상 조달, 상품 김치 구매 비중 및 변화
주요 재료 구입·사용량	배추, 무, 건고추, 마늘 등 주요 재료의 구입·사용량 및 변화
김치 제조 계획	2026년 김장 예상량 및 증감 이유, 김치 종류별 비중, 김장 시기 및 소비 정도
재료 구입 형태 및 사용 용도	배추 구입 형태, 무·고추·마늘 사용 용도 및 원산지 비중 등
김치 양념 및 상품 김치 구매	양념·상품 김치 구매 여부, 구입처 및 구매 이유, 중국산 김치 구매 여부 등
김치 및 김장 인식	김장 참여·제조 의향, 김장 축제 참여 의향, 상품 김치에 대한 인식 등

자료: 저자 작성.

1.2. 조사 대상 특성

- 조사 표본은 국가데이터처 「장래가구추계」의 2026년 가구주 연령 및 가구원 수별 추계 가구 분포를 기준으로 총 1,000가구를 배분함.
  - 가구주 연령과 가구원 수를 주요 표본 설계 기준으로 활용하고, 실제 조사는 가구 내 김치 마련 및 김장 재료 구매에 주로 관여하는 20대 이상 가구원이 응답하도록 하여 가구의 김장 관련 구매·소비 행태가 보다 정확하게 반영될 수 있도록 함.

표 3 '가구원 수×가구주 연령' 표본 설계

구분		가구원 수			
		1인	2인	3인 이상	합계
가구주 연령	30대 이하	157	52	59	268
	40대	55	37	124	216
	50대	67	73	124	264
	60대 이상	83	103	66	252
	합계	362	265	373	1,000

자료: 저자 작성.

- 조사 대상(응답자)의 성별은 여성이 57.5%, 남성이 42.5%로 나타남. 가구주 연령대별로는 30대 이하가 26.8%로 가장 많았으며, 50대(26.4%), 60대 이상(25.2%), 40대(21.6%) 순으로 나타남. 가구원 수별로는 3인 이상 가구가 37.3%로 가장 많았으며, 1인 가구 36.2%, 2인 가구 26.5% 순임. 거주 지역은 경기·인천·강원권(29.5%)과 서울(20.6%)이 전체의 50.1%를 차지함. 가구 월평균 소득은 300만~800만 원 미만이 전체 조사 대상의 57.9%를 차지함.

표 4 조사 대상의 인구·사회학적 특성

구분	특성	표본 수(명)	비중(%)
응답자 성별	남성	425	42.5
	여성	575	57.5
가구주 연령	30대 이하	268	26.8
	40대	216	21.6
	50대	264	26.4
	60대 이상	252	25.2
가구원 수	1인 가구	362	36.2
	2인 가구	265	26.5
	3인 이상 가구	373	37.3
거주 지역	서울	206	20.6
	경기·인천·강원권	295	29.5
	충청권	103	10.3
	호남권	116	11.6
	경북권	115	11.5
	경남권	165	16.5
가구 월평균 소득	300만 원 미만	252	25.2
	300만~500만 원 미만	309	30.9
	500만~800만 원 미만	270	27.0
	800만 원 이상	169	16.9

자료: 저자 작성.

02

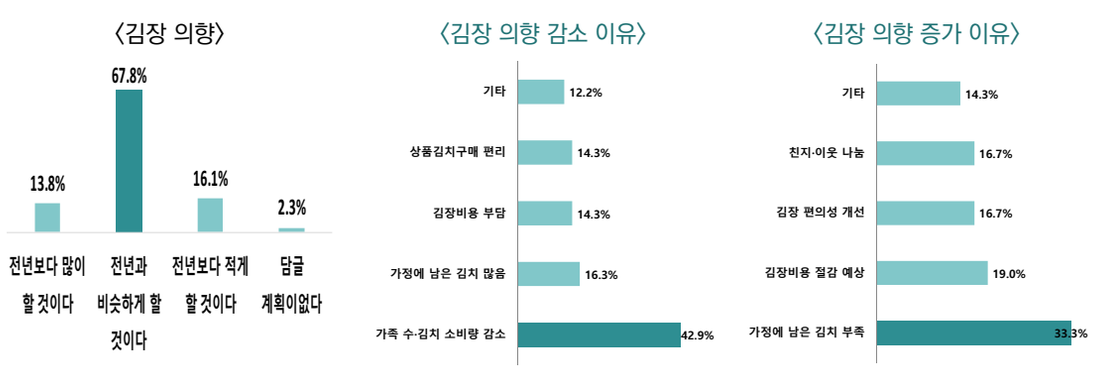
2026년 소비자 김장 의향

2.1. 2026년 김장 의향 전망

2026년 김장 의향은 전년 대비 비슷하거나 다소 감소 전망, 김치 소비량 감소가 주요 원인

- 조사 응답자의 김장 의향은 '전년과 비슷하게 담글 계획(67.8%)'이 가장 높았으며, '전년보다 적게 담글 계획(16.1%)'이 '전년보다 많이 담글 계획(13.8%)'보다 높게 나타남.
- 김장 의향 감소 이유는 '가족 수·김치 소비량 감소(42.9%)', '가정에 남은 김치 많음(16.3%)', '김장비용 부담', '상품 김치 구매 편리'(각각 14.3%) 등의 순으로 조사됨.
- 김장 의향 증가 이유는 '가정에 남은 김치 부족(33.3%)'이 가장 높았으며, '김장비용 절감 예상(19.0%)', '김장 편의성 개선(16.7%)', '친지·이웃 나눔(16.7%)' 등의 순으로 나타남.

그림 1 전년 대비 김장 의향 및 증감 이유



주: '김장 의향'은 2025년 김장을 담갔거나, 2026년 김장 계획이 있는 응답자 기준(n=304).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

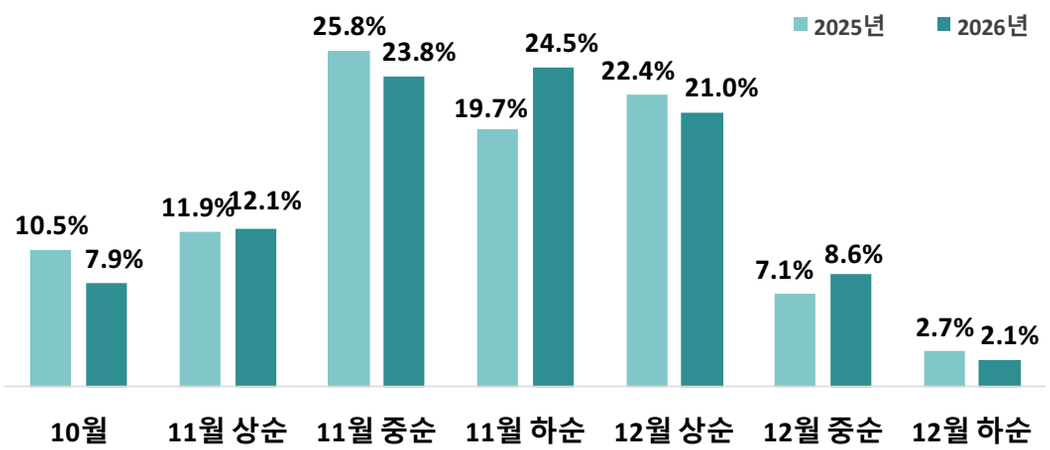
2026년 김장은 전년과 비슷하게 11월 중순~12월 상순에 집중될 전망

- 2026년 김장 예정 시기는 11월 하순(24.5%), 11월 중순(23.8%), 12월 상순(21.0%) 순으로 나타났으며, 11월 중순~12월 상순에 김장을 계획한 비중은 69.3%로 전년(67.9%) 대비 1.4%p 증가한 것으로 조사됨.
  - 서울·경기·강원권(28.9%)과 충청권(42.9%)은 11월 중순 김장 예정 비중이 가장 높았으며, 영남권

(26.4%)은 11월 하순, 호남·제주권(30.0%)은 12월 상순이 가장 높게 나타남.

- 11월 하순 이후 김장 예정 비중은 호남·제주권(70.0%), 영남권(68.9%)에서 높게 나타났으며, 서울·경기·강원권(47.4%)과 충청권(39.3%)은 상대적으로 낮은 수준임.

그림 2 2026년 시기별 김장을 담그는 비중 변화



주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장 시기를 응답한 가구 기준(2025년 n=294, 2026년 n=290).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

표 5 2026년 시기별·지역별 김장을 담그는 비중

구분	10월	11월 상순	11월 중순	11월 하순	12월 상순	12월 중순	12월 하순
전국	7.9% (10.5%)	12.1% (11.9%)	23.8% (25.8%)	**24.5%** **(19.7%)**	21.0% (22.4%)	8.6% (7.1%)	2.1% (2.7%)
서울·경기·강원	8.1% (8.8%)	15.6% (17.5%)	**28.9%** **(31.4%)**	25.2% (20.4%)	17.8% (18.2%)	3.7% (2.9%)	0.7% (0.7%)
충청	10.7% (13.8%)	7.1% (3.4%)	**42.9%** **(44.8%)**	21.4% (17.2%)	10.7% (17.2%)	7.1% (3.4%)	0.0% (0.0%)
호남·제주	5.0% (8.1%)	7.5% (5.4%)	17.5% (21.6%)	20.0% (13.5%)	**30.0%** **(32.4%)**	15.0% (10.8%)	5.0% (8.1%)
영남	8.0% (13.2%)	11.5% (8.8%)	11.5% (12.1%)	**26.4%** **(22.0%)**	25.3% (26.4%)	13.8% (13.2%)	3.4% (4.4%)

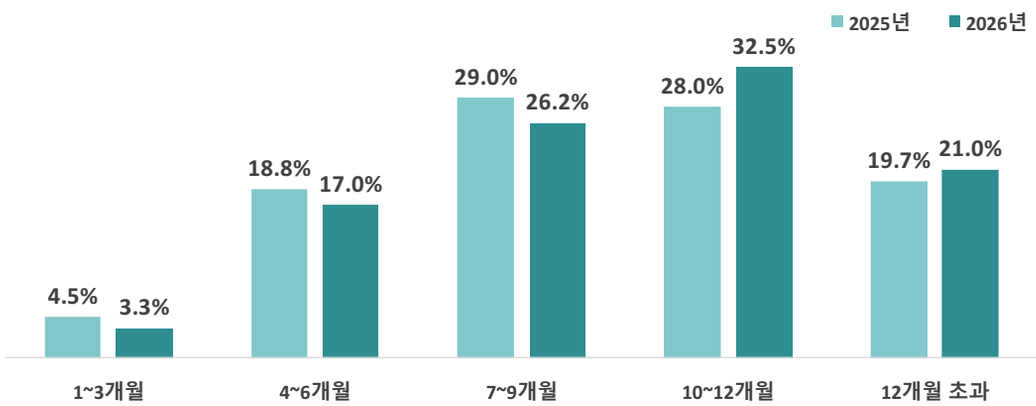
주 1) '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장 시기를 응답한 가구 기준(2025년 n=294, 2026년 n=290).
2) 괄호( )는 2025년 비율임.
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

2026년 김장김치 예상 소진 기간은 전년 대비 길어질 전망

- 2026년 김장김치 예상 소진 기간은 '10~12개월(32.5%)'이 가장 높았으며, '7~9개월(26.2%)', '12개월 초과(21.0%)', '4~6개월(17.0%)', '1~3개월(3.3%)' 순으로 조사됨.
  - 10개월 이상 소진할 것으로 예상하는 비중은 53.5%로 전년(47.7%) 대비 5.8%p 증가한 반면, 6개월 이내 소진 비중은 20.3%로 전년(23.3%) 대비 3.0%p 감소함. 전년 대비 단기간 소진 비중은 비슷한 수준

이나, 10개월 이상 장기간 소진 비중이 증가하여 김장김치 소진 기간이 다소 길어질 것으로 예상됨.

그림 3 2026년 김장김치 예상 소진 기간 변화



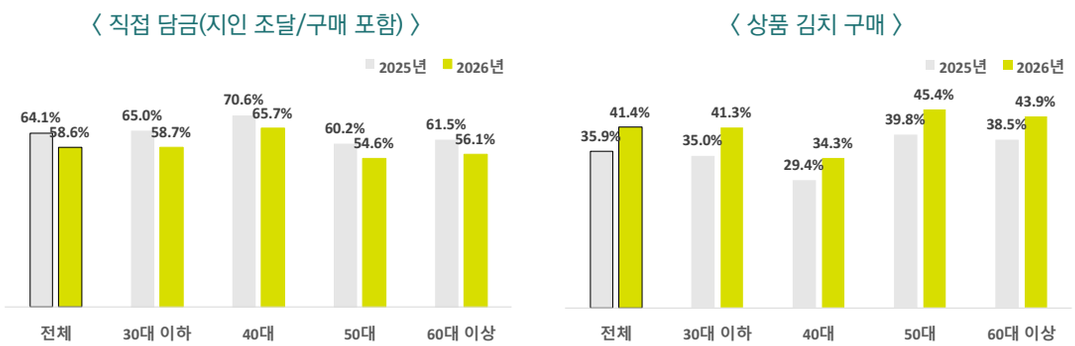
주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장김치 예상 소진 기간을 응답한 가구 기준(2025년 n=314, 2026년 n=305).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

2.2. 2026년 김치 조달 행태

가정 내 김치 조달 행태는 '직접 담금 및 지인 조달(58.6%)' 감소하고, '상품 김치 구매(41.4%)' 증가

- 2026년 소비자의 김치 조달 방식 중 직접 담금 및 지인 조달 비중은 58.6%로 전년(64.1%) 대비 5.5%p 감소한 반면, 상품 김치 구매 비중은 41.4%로 전년(35.9%) 대비 증가
- 연령대별로는 모든 연령층에서 직접 담금(지인 조달 포함) 비중이 축소되었으며, 특히 30대 이하(6.3%p)의 감소폭이 가장 크게 나타남. 40대와 50대는 각각 4.9%p, 5.6%p, 60대 이상은 5.4%p 감소
  - 직접 김장 의향은 30대 이하 17.9%, 40대 22.9%, 50대 29.4%, 60대 이상 37.1%로 연령이 높을수록 증가하는 것으로 나타남.
  - 반면, 가족·지인에게 김장김치를 구매 혹은 무료로 조달받는 비중은 30대 이하 40.8%, 40대 42.7%로 50대 25.2%, 60대 이상 18.9%보다 상대적으로 높게 나타나 연령별 김장김치 조달 방식에 차이가 있는 것으로 조사됨.

그림 4 2026년 가정 내 김치 조달 방식 변화

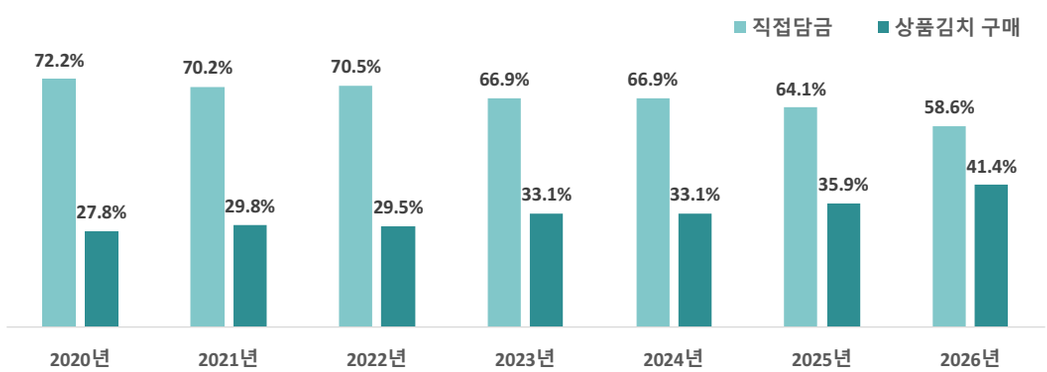


주: 김치 조달 방식을 응답한 가구 기준(2025년 n=991, 2026년 n=967).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

가정 내 김치 직접 담그는 비중(지인 조달 포함)은 감소하고, 상품 김치 구매 비중은 증가 추세

- 2020년 이후 가정 내 김치 조달 방식은 직접 담금(지인 조달 포함) 비중이 전반적으로 감소하는 반면, 상품 김치 구매 비중은 증가하는 추세를 보임.
  - 직접 담금(지인 조달 포함) 비중은 2020년 72.2%에서 2026년 58.6%로 13.6%p 감소한 반면, 상품 김치 구매 비중은 같은 기간 27.8%에서 41.4%로 13.6%p 증가함.

그림 5 연도별 김치 조달 방식 변화 추이

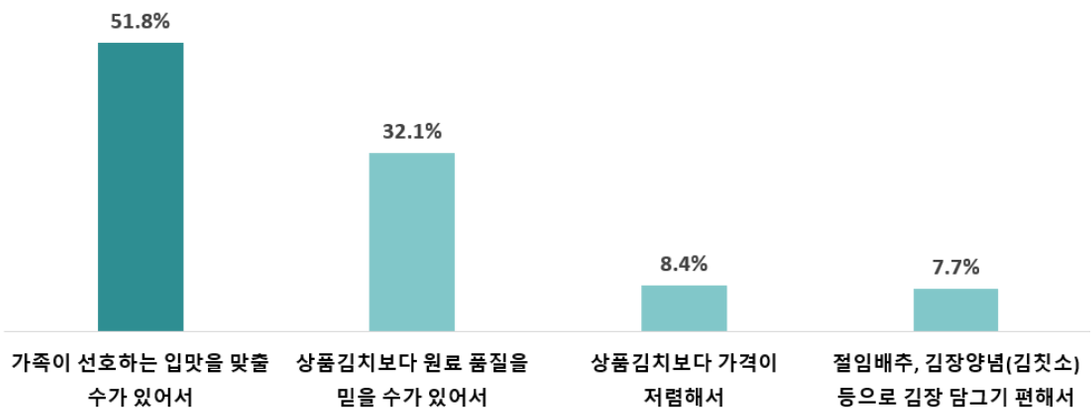


주: 2025년에 조사 표본이 변경됨에 따라 과거 직접 담금과 상품 김치 비중은 실제 발표치와 차이가 있음.
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

직접 김장은 가족의 입맛과 원료 품질에 대한 신뢰가 주요 요인

- 김치를 직접 담그는 이유는 '가족이 선호하는 입맛을 맞출 수가 있어서(51.8%)'가 가장 높았으며, '상품 김치보다 원료 품질을 믿을 수가 있어서(32.1%)'가 뒤를 이음.

그림 6 김치를 직접 담그는 이유

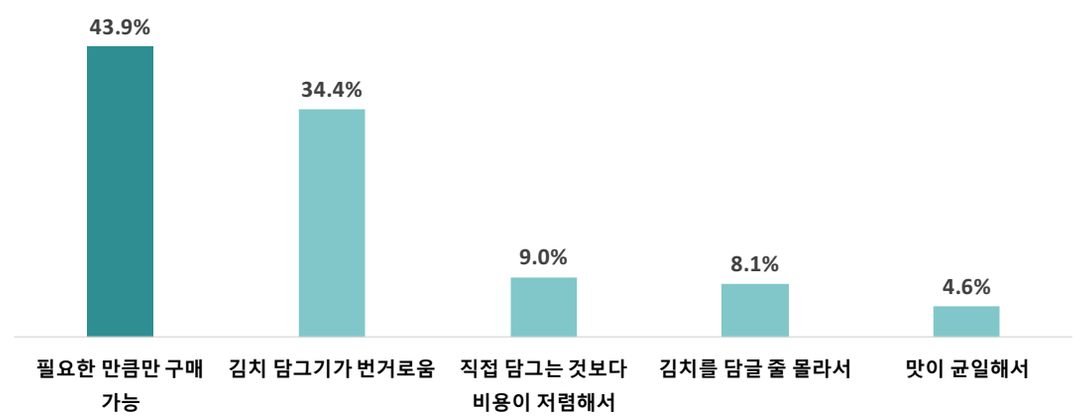


주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김치를 직접 담그는 이유 문항에 응답한 가구 기준(n=299).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

상품 김치는 필요한 만큼 구매할 수 있는 편의성과 김장의 번거로움 해소가 주요 요인

- 반면, 상품 김치를 구매하는 이유는 '필요한 만큼 구입할 수 있어서(43.9%)', '김치 담그기가 번거로워(34.4%)' 순으로 나타남.

그림 7 상품 김치를 구매하는 이유



주: '상품 김치를 구입'하는 응답자(2025년 n=554, 2026년 n=580) 가운데 상품 김치를 구매하는 이유 문항에 응답한 가구 기준(n=433).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

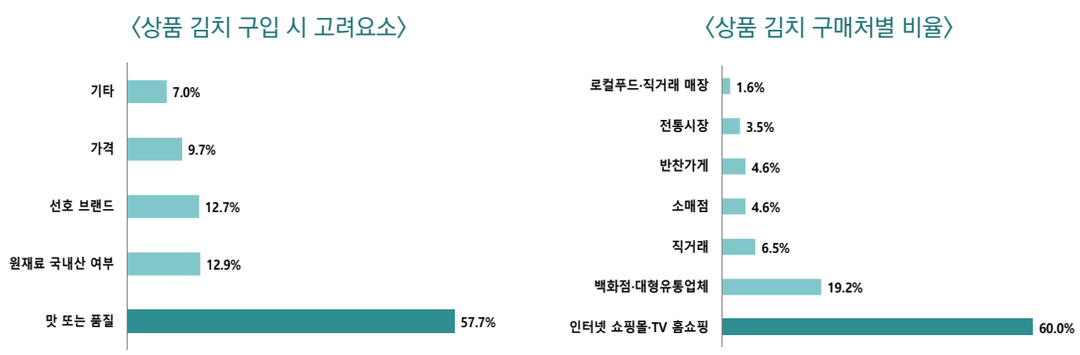
상품 김치 구매 시 맛·품질을 가장 중시하며, 온라인 구매 비중이 높아

- 소비자들의 상품 김치 구입 시 주요 고려 요소는 '맛 또는 품질(57.7%)'이 가장 높았으며, '원재료의 국내산 여부(12.9%'), '선호하는 브랜드(12.7%)', '가격(9.7%)' 순으로 나타남.
- 상품 김치 주요 구매처는 '인터넷 쇼핑몰·TV 홈쇼핑(60.0%)'이 가장 높은 비중을 차지하였으며, 전년(62.2%)

대비 소폭 감소. 반면, '백화점·대형유통업체(19.2%)'와 '반찬가게(4.6%)'는 전년 대비 각각 1.4%p, 1.5%p 증가함.

- 상품 김치는 대부분 국내산을 구매하고 있으며, 중국산 상품 김치 구매 경험이 있는 소비자는 18.6%로 전년(20.0%)과 유사한 수준으로 조사됨.

그림 8 상품 김치 구입 시 고려 요소 및 구매처별 비율



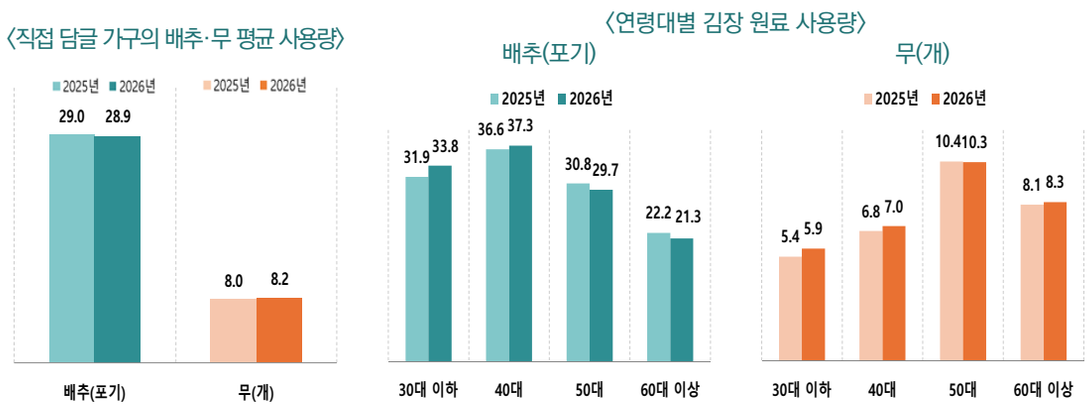
주: '상품 김치를 구입'하는 응답자(2025년 n=554, 2026년 n=580) 가운데 상품 김치 구입 시 고려 요소 및 상품 김치 구매처 문항에 응답한 가구 기준(n=433).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

2.3. 2026년 김장 원재료 구매 행태

2026년 김장 배추·무 사용 예상량은 전년과 유사하나, 연령대별로 차이

- 2026년 김장 참여 가구의 배추·무 평균 사용 예상량은 전년과 비슷할 것으로 조사됨.
  - 가구당 배추 평균 사용 예상량은 28.9포기로 전년(29.0포기) 수준, 무는 8.2개로 전년(8.0개) 대비 소폭 증가함.
- 연령대별 30~40대의 배추·무 사용 예상량이 증가한 반면, 50대에서는 감소할 것으로 나타남.
  - 배추 사용 예상량은 30대 이하와 40대에서 전년 대비 각각 6.0%, 1.9% 증가하였으나, 50대와 60대 이상에서는 각각 3.5%, 4.3% 감소하였음. 무도 30대 이하와 40대, 60대 이상에서 각각 9.3%, 2.9%, 2.5% 증가한 반면, 50대에서는 소폭 감소함.

그림 9 2026년 김장용 배추·무 구매 사용 예상량 변화

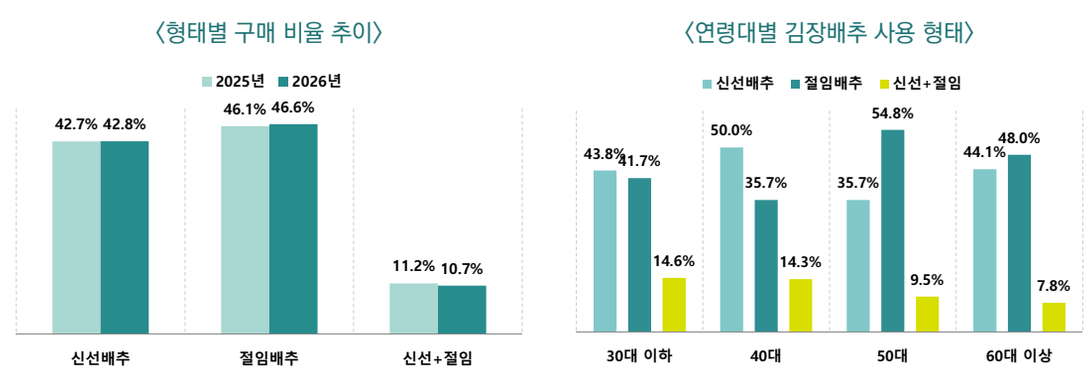


주 1) 2025년에 조사 표본이 변경됨에 따라 배추 포기 수와 무 개수는 과거 발표치와 차이가 있음.
2) '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장용 배추·무 구매 사용량 문항에 응답한 가구 기준(2025년 n=295, 2026년 n=290).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김장배추 사용 형태는 전년과 유사하며, 50대 이상에서 절임배추 사용 비중이 상대적으로 높아

- 2026년 김장배추 사용 형태는 절임배추가 46.6%로 가장 높았으며, 전년과 유사한 수준으로 조사됨.
  - 절임배추 사용 비중은 46.6%로 전년(46.1%) 대비 0.5%p 증가하였으며, 신선배추는 42.8%, 신선배추와 절임배추를 함께 사용하는 경우는 10.7%로 나타남.
- 연령대별로는 30~40대에서 신선배추, 50대 이상에서는 절임배추 사용 비중이 상대적으로 높게 나타남.
  - 40대의 신선배추 사용 비중은 50.0%로 가장 높았으며, 50대와 60대 이상의 절임배추 사용 비중은 각각 54.8%, 48.0%로 조사됨.

그림 10 2026년 김장배추 형태별 사용 비율 및 연령대별 차이 변화



주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장배추 형태별 사용 비율 문항에 응답한 가구 기준(2025년 n=295, 2026년 n=290).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

• 신선배추 선택 이유는 연령대별로 차이를 보였으며, 절임배추는 절임 과정의 번거로움이 주요 선택 요인으로 조사됨.

- 신선배추를 사용하는 30대 이하는 절임배추 가격 부담(28.6%), 40대는 부모·친지·지인으로부터 쉽게 구할 수 있다는 응답(38.2%)이 가장 높았음.
- 50대와 60대 이상은 절임배추의 위생·포장 상태에 대한 신뢰 부족 응답(각각 39.5%, 26.9%)이 가장 높았으며, 지인으로부터 신선배추를 조달받는다는 응답(각각 15.8%, 23.1%) 등의 순으로 나타남.

• 절임배추는 30대 이하에서 시간 절약, 40대 이상에서는 절임 과정의 번거로움이 가장 큰 선택 이유로 나타남.

- 30대 이하에서는 김치 담그는 시간 절약(44.8%)이 가장 높았으며, 40대·50대·60대 이상에서는 절임 과정의 번거로움이 각각 57.1%, 62.7%, 65.6%로 조사됨.

표 6 **연령대별 신선배추·절임배추 주요 선택 이유**

구분	신선배추 사용 이유		절임배추 사용 이유	
	1순위	2순위	1순위	2순위
30대 이하	절임배추 가격 부담 (28.6%)	위생·포장 신뢰 부족 (25.7%)	시간 절약 (44.8%)	절임 과정 번거로움 (41.4%)
40대	가족·지인 통한 조달 (38.2%)	위생·포장 신뢰 부족 (23.5%)	절임 과정 번거로움 (57.1%)	시간 절약 (39.3%)
50대	위생·포장 신뢰 부족 (39.5%)	가격 부담·지인 조달 (각 15.8%)	절임 과정 번거로움 (62.7%)	시간 절약 (21.6%)
60대 이상	위생·포장 신뢰 부족 (26.9%)	절임배추 입맛, 지인 조달 (각 23.1%)	절임 과정 번거로움 (65.6%)	시간 절약 (21.3%)

주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장 배추 형태별 선택 이유 문항에 응답한 가구 기준(신선배추 n=159, 절임배추 n=169).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김장용 고추·마늘 사용 예상량 전년 대비 감소

• 가구당 고추·마늘 사용 예상량은 전년 대비 각각 3.5%, 1.6% 감소함.

- 금년 고추 평균 사용 예상량은 5.9근으로 전년(6.1근) 대비 감소, 마늘도 10.6kg으로 전년(10.8kg) 대비 감소할 것으로 조사됨.

김장용 무는 김칫소용 사용 비중이 가장 높고, 고추, 마늘은 각각 고춧가루, '가공마늘' 구매가 절반 이상

• 2026년 김장용 무는 김치 양념(김칫소)으로 사용하는 비율이 47.2%로 가장 높게 나타남.

- 김치 양념용 비율은 47.2%로 2025년 조사 결과(44.8%)보다 2.4%p 높았으며, 깍두기는 24.5%로 지난해 조사 결과(27.1%)보다 2.6%p 낮게 나타남.
- 동치미는 10.7%, 총각김치는 10.3%, 열무김치는 6.2% 순으로 조사됨.

• 고추는 '고춧가루(81.3%)' 형태 비율이 가장 높고, 다음으로 '건고추(17.0%)', '홍고추(1.6%)' 순임.

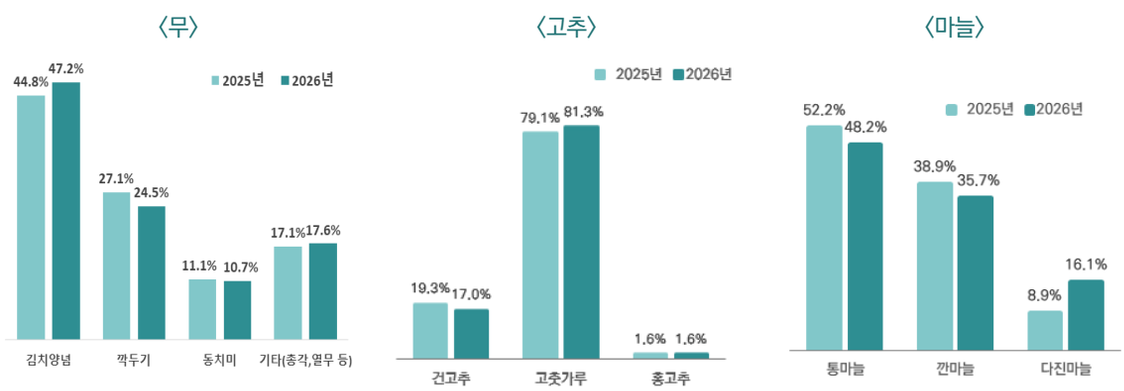
- 고춧가루 형태 비율은 전년(79.1%)보다 증가한 81.3%로 나타남.

- 고추 구매 시기별 비율은 8월 8.3%, 9월 21.0%, 10월 46.9%, 11월 20.7%로 10월 구매하는 비중이 가장 높게 나타났으며, 전년보다 2.5%p 증가함.

• 마늘은 '통마늘(48.2%)' 형태의 구매 의향이 가장 높고, 다음으로 '깐마늘(35.7%)', '다진마늘(16.1%)' 순임.

- 깐마늘과 다진마늘 구매 의향은 전년(47.8%) 대비 4.0%p 증가한 반면, 원물 형태인 통마늘 구매 의향은 전년(52.2%)보다 4.0%p 감소함. 편의성 추구에 따라 깐마늘과 다진마늘 형태의 구매 의향이 꾸준히 증가하는 추세임(깐마늘·다진마늘 구매 의향: '21년 42.3% → '23년 47.2%→ '26년 51.8%).

그림 11 2026년 김장용 무, 고추, 마늘 형태별 구매 비율 변화



주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장용 무, 고추, 마늘 형태별 구매 비율 문항에 응답한 가구 기준(무 n=281, 고추 n=305, 마늘 n=305).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

김치 양념(김칫소)은 가정에서 직접 만드는 비율이 85.2%로 대부분을 차지

• 2026년 김치 양념(김칫소)을 직접 만드는 비율은 85.2%로 대부분을 차지하였으나, 2025년 조사 결과(96.5%)보다 낮게 나타남.

- 김칫소를 직접 만드는 이유는 '가족 입맛에 맞추기 위해서(61.8%)', '원재료·위생·포장 상태를 믿기 어려워서(37.5%)' 순으로 조사됨.

- 김칫소를 구매하는 이유는 '만드는 시간 절약 및 편리성(55.6%)', '구입한 양념이 입맛에 맞아서(26.7%)', '만드는 방법을 몰라서(11.1%)' 등의 순임.

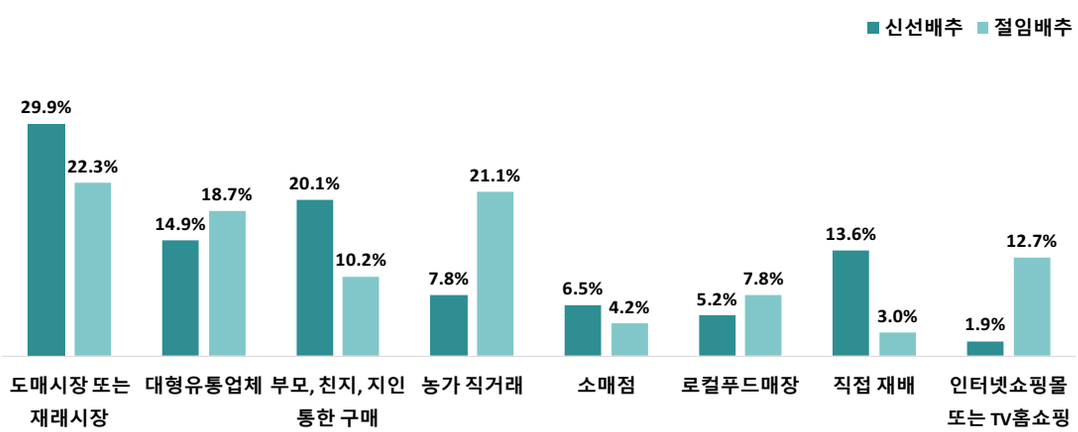
• 김칫소 구매처는 도매시장 또는 재래시장이 42.2%로 가장 높은 비중을 차지함.

- 다음으로 '절임배추 구매처(26.7%)', '백화점·대형유통업체(15.6%)', '인터넷쇼핑몰·TV홈쇼핑(13.3%)' 등의 순으로 나타남.

김장용 배추·무·건고추·마늘 모두 도매시장 또는 재래시장에서 구매하는 비율이 가장 높아

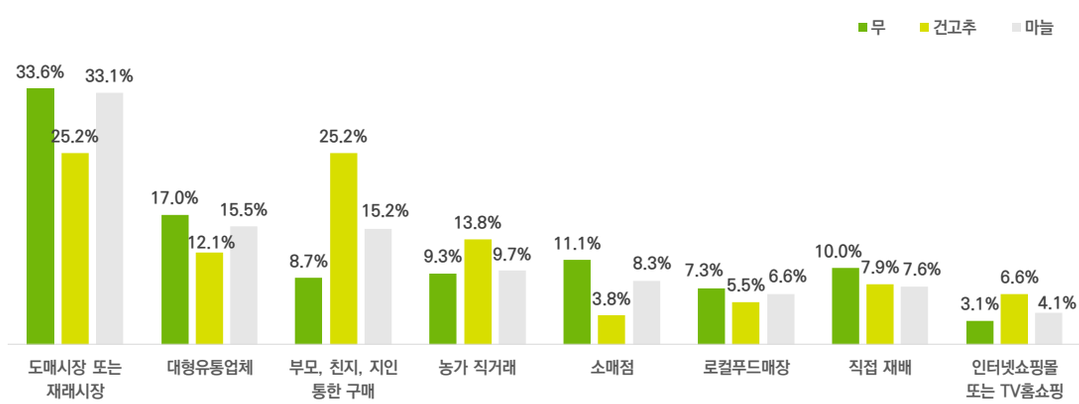
- 신선배추는 '도매시장 또는 재래시장(29.9%)', '부모, 친지, 지인을 통한 구매(20.1%)', '대형유통업체(14.9%)' 순이며, 절임배추는 '도매시장 또는 재래시장(22.3%)', '농가직거래(21.1%)', '대형유통업체(18.7%)' 순으로 조사됨.
- 무는 도매시장 또는 재래시장 구매 비율이 33.6%로 가장 높았으며, 대형유통업체(17.0%), 소매점(11.1%) 등의 순임.
- 건고추는 '도매시장 또는 재래시장(25.2%)', '부모, 친지, 지인 통한 구매(25.2%)', '농가 직거래(13.8%)' 등의 순이며, 마늘은 '도매시장 또는 재래시장(33.1%)', '대형유통업체(15.5%)', '부모, 친지, 지인 통한 구매(15.2%)' 등의 순임.

그림 12 신선배추, 절임배추 구매처별 비율



주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 김장 배추 형태별 구매처 문항에 응답한 가구 기준(신선배추 n=155, 절임배추 n=166).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

그림 13 무, 고추, 마늘 구매처별 비율



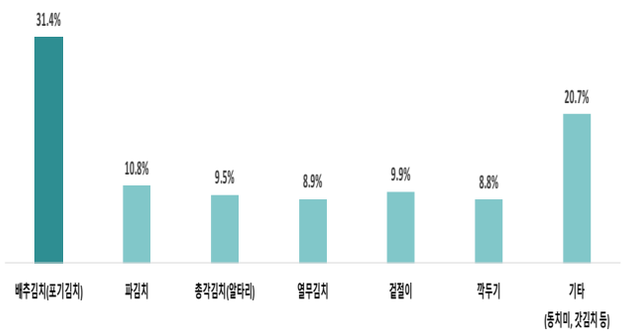
주: '직접 김장을 담그는' 응답자(2025년 n=390, 2026년 n=383) 가운데 무, 고추, 마늘 구매처 문항에 응답한 가구 기준(n=290).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

지인에게 조달받는 김치는 배추김치가 가장 많고, 주요 조달 이유는 입맛에 맞기 때문

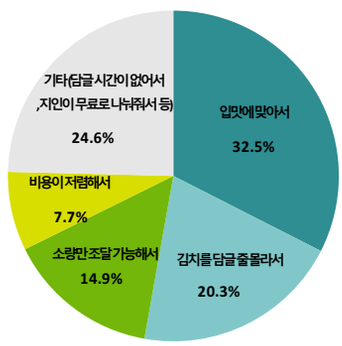
- 지인에게 김장김치를 조달받는 경우 배추김치(포기김치)가 31.4%로 가장 높은 비중을 차지함.
  - 다음으로 파김치(10.8%), 겉절이(9.9%), 총각김치(알타리)(9.5%), 열무김치(8.9%) 등의 순으로 조사됨.
- 지인에게 김장김치를 조달받는 이유는 가족·지인이 담근 김치가 입맛에 맞아서(32.5%)가 가장 높게 나타남.
  - 다음으로 김치를 담글 줄 몰라서(20.3%), 소량만 조달 가능해서(14.9%), 비용이 저렴해서(7.7%) 등의 순으로 조사됨.

그림 14 지인에게 조달받는 경우 선호 김치 종류 및 조달 이유

〈선호 김치 종류〉



〈지인에게 김치를 조달받는 이유〉



주: 지인에게 김치를 조달받는 응답자 기준(중복응답 포함, n=353).
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터·㈜엠브레인리서치, 10월 2일~12일 전국 소비자패널(1,000명) 온라인 조사 결과.

03

2026년 김장용 주요 채소류 공급 전망 및 시사점

3.1. 김장철 배추·무 생산 전망

김장철(11~12월) 가을배추, 무 생산량 전년 대비 증가 전망

- 가을배추 생산량은 전년 및 평년 대비 각각 18.5%, 2.5% 증가한 121만 4천 톤 내외로 전망됨.
  - 재배면적은 배추 시세 약세 및 정식기 기상 악화 영향으로 전년 및 평년 대비 각각 1.7%, 2.1% 감소할 것으로 전망
  - 단수는 정식 이후 기상 여건이 양호하여 고온다습한 기후로 병해 확산되어 작황 매우 부진했던 전년 및 평년 대비 각각 20.6%, 4.6% 증가
- 가을무 생산량은 전년 대비 11.1% 증가, 평년 대비 2.6% 감소한 37만 2천 톤 내외로 전망됨.
  - 전년도 출하기 가격이 상대적으로 높았던 김장용 다발무 중심으로 재배면적이 증가하였으나, 외대무 재배면적 감소 영향으로 전체 면적은 전년 대비 소폭, 평년 대비 1.9% 감소 전망
  - 단수는 기상악화로 인한 병해(무름병 등) 발생으로 단수가 크게 줄었던 전년 대비 12.3% 증가하나, 가을무 파종기 고온 및 가뭄과 집중호우 피해로 평년 대비 0.8% 감소

표 7 2026년 김장철(11~12월) 가을배추, 가을무 생산량 전망

단위: ha, kg/10a, 톤

구분		가을배추			가을무		
		재배면적	단수	생산량	재배면적	단수	생산량
2026년		12,955	9,370	1,213,838	4,963	7,491	371,757
2025년		13,182	7,768	1,023,931	5,019	6,670	334,758
평년		13,226	8,957	1,184,623	5,058	7,549	381,830
증감률 (%)	전년비	-1.7	20.6	18.5	-1.1	12.3	11.1
	평년비	-2.1	4.6	2.5	-1.9	-0.8	-2.6

자료: 국가데이터처(http://kosis.kr/index/index.do), 검색일: 2026. 11. 3.; 한국농촌경제연구원 농업관측센터(2026), 엽근채소 관측월보, 2026년 11월호.

3.2. 건고추 생산 및 마늘 재고 전망

2026년 김장철 출하되는 건고추 생산량은 전년과 비슷, 마늘 재고량은 전년 대비 감소 전망

- 2026년산 건고추 생산량은 전년 대비 0.4% 증가하고, 평년 대비 1.1% 감소한 6만 1천 톤임.
  - 재배면적은 전년 대비 1.4% 감소하였으나, 작황이 양호함에 따라 단수가 1.8% 증가하여 생산량은 전년과 비슷한 약 6만 1천 톤 전망
- 2026년산 난지형 마늘 재고량(10월 말 기준)은 전년 및 평년 대비 각 8.3%, 6.4% 감소한 약 7만 2천 톤임.
  - 난지형 마늘 입고량은 품위 저하 및 생산량 감소에 따른 높은 산지 가격으로 전년 대비 7.3% 감소한 8만 9천 톤으로 추정

표 8 2026년산 건고추 생산량 및 마늘 재고량 전망

단위: ha, kg/10a, 톤

구분		건고추			마늘		
		재배면적	단수	생산량	입고량	출고량	재고량
2026년산		25,376	240	60,991	89,017	13,923	71,645
2025년산		25,743	236	60,753	96,015	14,433	78,101
평년		27,777	230	61,647	95,283	15,189	76,575
증감률 (%)	전년비	-1.4	1.8	0.4	-7.3	-3.5	-8.3
	평년비	-8.6	4.5	-1.1	-6.6	-8.3	-6.4

주: 건고추 생산량 및 마늘 재고량은 10월 19일 표본 농가 및 저장·가공업체 조사 기준이며, 마늘 재고량은 (입고량-출고량)에 감모율을 적용한 국내산 기준임.
자료: 국가데이터처(http://kosis.kr/index/index.do), 검색일: 2026. 11. 3.; 한국농촌경제연구원 농업관측센터(2026), 양념채소 관측월보, 2026년 11월호.

3.3. 시사점

김장철 주요 원재료의 안정적 공급 전망이나 김장 예상 비용 등에 대한 적극적 홍보를 통한 소비 촉진 필요

- 소비자 조사 결과, 올해 김장 의향은 전년과 비슷하거나 소폭 감소할 것으로 나타남. 반면, 올해 가을배추, 가을무 등 주요 김장 원재료의 공급 여건이 양호하여 배추·무 가격도 안정적일 것으로 전망되어 소비자의 김장재료 구매 부담을 완화할 것으로 예상됨.
  - 실제 10월 하순 기준, 한국농수산식품유통공사에서 조사한 김장비용(4인 가구 기준)은 전년 및 평년보다 각각 4%, 5% 내외 감소한 것으로 나타남.
  - 마늘은 재고 감소로 가격 상승이 전망되나, 농축산물 할인 지원, 정부 비축물량 공급 확대 등을 통해 소비자의 부재료 구매 부담은 완화될 것으로 예상됨.

- 따라서 김장 원재료 가격 안정이나 김장비용 감소에 대한 홍보를 강화하고, 추가 구매 혜택 및 할인 판매, 지역 김치 축제 확대 등을 연계한 소비 촉진 방안 마련이 필요함.
  - 특히 이번 조사 결과에서 김장 의향 증가의 주요 이유는 비용 감소 예상, 가족·지인과의 김치 나눔 등으로 나타남. 이에 따라 가족·지인과 김치를 나누어 먹는 기존 김장 가구를 대상으로 평소보다 한두 포기 더 담그도록 유도하는 등 가구 간 김치 나눔을 활용한 소비 확대를 검토할 필요가 있음.
  - 매년 개최되는 지역 김장 축제는 소비자에게 김장 체험과 지역 고유의 특산 김치를 탐색할 기회를 제공함으로써, 지속적으로 감소하는 김치 소비의 저변을 확대하는 데 기여할 수 있음.
  - 아울러 김장김치의 발효식품으로서의 기능성과 영양학적 가치를 적극 홍보하여 김장 참여를 유도하고, 장기적으로는 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 김장 문화의 계승·확산을 도모할 필요가 있음.

연령대별 김장 참여 및 원재료 구매 특성이 다르게 나타나 차별화된 대책이나 전략 마련 필요

- 소비자 조사 결과, 30~40대는 직접 김장 참여율이 상대적으로 낮고 가족·지인을 통한 조달 비중이 높은 반면, 50대 이상은 직접 김장 참여 비중이 높아 연령별 김장 소비 행태에 차이가 나타남.
  - 다만 직접 김장에 참여하는 30~40대 가구의 김장 원재료 사용량은 전년보다 소폭 증가하는 양상을 보여, 직접 김장 참여율이 낮다는 사실만으로 해당 연령층의 김장 수요가 전반적으로 감소한다고 판단하기는 어려움.
  - 또한 김장 참여 가구 중 30~40대는 신선배추, 50대 이상은 절임배추 선호가 상대적으로 높아 원재료 구매 형태에서도 차이가 나타남.
- 연령대별 김장 참여 특성과 구매 형태를 고려하여 차별화된 정책적 방안 마련이 필요함.
  - 직접 김장 참여율이 낮은 30~40대에는 배추·무 가격 안정에 따른 소비를 확대할 수 있는 내용을 제공하고, 직접 김장에 참여하는 가구에는 신선배추 등 선호하는 원재료의 구매 정보를 제공할 필요가 있음.
  - 직접 김장 참여율이 높은 50대 이상에는 절임배추 등 주요 김장재료의 가격 안정 및 추가 구매 혜택을 적극적으로 안내하여 기존 김장 수요 유지와 추가 원재료 구매를 유도할 필요가 있음.

부록

관계부처 합동 2026년 김장재료 수급안정 대책 발표(11. 3.)[1)]

1. 김장 붐 조성

(한 포기 더하기 확산) '더하고 나누는 김장, 한 포기 더의 행복'을 핵심 메시지로, 전 국민 김장 한 포기 더하기 분위기 확산

- 지방정부·농협 등과 함께 김치 담그기 행사 및 나눔 캠페인 확대
  - 농림축산식품부·농협중앙회 공동주관 김장 더하기 행사, 각 지역본부 및 지방 정부별 별도 행사 추진
- 농촌 관광자원 등을 활용한 소비자 참여형 김장 행사 전국적 추진
- 민간기업·공공기관·김치협회 등과 협력하여 국산 김치 선물하기 확산

(홍보 강화) 김장재료 수급·가격 동향을 언론·SNS·유튜브 등을 통해 김장 부담이 감소하였음을 적극 홍보

- 인플루언서 협업, 〈새농이 추천 알뜰밥상〉 AI 숏폼 시리즈 등 자체 콘텐츠 제작 확대

2. 공급 안정

(주재료) 가을 배추·무 안정생산 지원 및 비상시 대비 강화

- (안정생산) 관계기관 합동 생육관리협의체 운영을 통해 재배기술 지도를 강화하고, 필요시 약제·비료 등 지원 병행
- (공급안정) 정부·농협 가용물량(배추 46.5천 톤, 무 9천 톤)을 확보하여 시장 상황에 따라 분산 공급

(부재료) 정부 비축물량 공급 확대

- (건고추) 500톤(국내 300톤, 수입 200톤)을 고춧가루로 가공 후 시장에 공급할 수 있도록 가공업체에 조기 공급
- (마늘·양파) 저장량 감소 상황을 고려하여 방출 물량 확대

1) 농림축산식품부 보도자료(2026. 11. 3.), "2026년 김장재료 수급안정 대책" 내용 일부를 발췌하여 정리하였음.

3. 소비자 부담 완화

(농축산물) 김장철 기준 역대 최대 규모인 440억 원을 투입, 할인 지원을 추진하여 김장재료 소비 확대 및 소비자 부담 경감

- 김장철 할인 규모: ('23) 120억 원 → ('24) 120억 원 → ('25) 300억 원 → ('26) 440억 원
- (온·오프라인 유통채널) 코리아 그랜드 페스티벌과 연계하여 5주간(10. 29.~ 12. 2.) 최대 40%(정부 20%+업체별 최대 20%) 할인(예산 400억 원)
  - (대상 품목) 김장재료(10개 품목), 가격 하락 등으로 소비 확대가 필요하거나 소비량이 증가하는 품목: 배추(절임배추 포함), 무, 고춧가루, 마늘, 양파, 대파, 쪽파, 생강, 갓, 배, 돼지고기(수육용), 쌀, 오이, 애호박, 파프리카, 토마토, 포도(샤인머스캣)
  - (대상업체) 대형 마트, 중·소형 마트, 온라인몰 등 전국 4천여 개소
- (농할 상품권) 200억 원 규모 국내산 농축산물 전용 모바일 상품권을 발행하여 액면가의 20% 선할인 판매(예산 40억 원)

4. 정보 제공 및 소비자 보호

(정보 제공) 전년 대비 낮을 것으로 전망되는 김장비용 조사 결과를 주기적으로 제공하여 김장 더하기 분위기 확산

- 김장재료(13개 품목) 가격 조사(23개 지역, 53개소)를 통해 김장비용 산출, 보도자료 배포, 카드뉴스 등을 통해 정보 제공
- 소비자가 저렴한 가격으로 김장재료를 구매할 수 있도록 김장철 유통업체 할인 정보, 최적 구매처 추천(알뜰소비앱) 등 제공

(소비자 보호) 김장 채소류 부정 유통 단속 및 안전성 관리 강화

- 수입농산물 유통 이력 정보를 활용하여 수입 김치, 양념채소 등의 원산지 거짓 표시 등 부정 유통 단속 강화(10. 27.~12. 5.)
- 김장재료 등 채소류 대상 안전성 특별 조사 실시(10. 12.~11. 30., 800건)

참고문헌

국가데이터처(2026), 장래가구추계.
한국농촌경제연구원 농업관측센터(2026), 양념채소 관측월보, 2026년 11월호.
_____(2026), 엽근채소 관측월보, 2026년 11월호.
농림축산식품부 보도자료(2026. 11. 3.), “2026년 김장재료 수급안정 대책”.
국가데이터처(http://kosis.kr/index/index.do), 검색일: 2026. 11. 3.



한국농촌경제연구원