

KREI

한국농촌경제연구원

보도자료

■ 제공일: 2024년 10월 18일

■ 제공자: 노호영 전문위원
전화: 061-820-2341

■ 배포부서: KREI 홍보팀
전화: 061-820-2354

다시 도약하는 대한민국
함께 잘사는 국민의 나라

■ 매수: 7매

바로 보도하여 주시기 바랍니다.

“올해 김장의향 소비자 조사결과,

직접 담금 비중은 전년보다 증가하나, 김장 규모는 감소”

- 한국농촌경제연구원 농업관측센터, 2024년 김장의향 소비자 조사 결과 -

- 한국농촌경제연구원(KREI, 원장 한두봉) 농업관측센터(이하 관측센터)는 가구 소비자 550명을 대상으로 2024년 김장의향 조사를 실시하였다.(조사 시기: 10.10~10.14)
- (김장 의향) 2024년 김장 의향은 ‘전년과 비슷하게 할 것이다’라는 응답이 54.0%로 가장 큰 비중을 차지하였다. ‘전년보다 증가’ (10.0%)보다 ‘전년보다 감소’ (35.6%) 비중이 높았는데, 이는 김장 의향이 감소하는 장기 추세를 반영하고 있다.
 - (김치 조달 형태) 직접 담그는 비중은 68.1%로 작년(63.3%) 대비 증가하였고, 시판김치 구매 비중은 27.0%로 작년(29.5%)보다 감소하였다. 직접 담금 이유로는 ‘가족이 선호하는 입맛 고려’ (53.0%), ‘시판 김치보다 원료 신뢰 높음’ (29.6%)이 80% 이상을 차지하였다.
 - (김장 규모) 4인 가구 기준 배추 김장 규모는 18.5포기로 전년(19.9포기) 및 평년(21.9포기) 대비 감소하였다. 김장의향 감소 이유로는 ‘김장비용 부담’ (42.1%), ‘가정 내 김치 소비량 감소’ (29.8%), ‘시판김치 구매 편리성’ (15.2%), ‘배추김치 외 다른 김치류 선호’ (7.0%) 순으로 나타났다.
 - (배추 구입 형태) 김장 시 배추 구입은 절임배추가 55.5%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 다음으로 신선배추(42.3%), 신선 및 절임배추 혼합(2.2%) 순이었다. 절임배추 구입 장소는 백화점 또는 대형유통업체 25.6%, 농가 직거래 22.4%, 부모·친지·지인 통한 구매 13.3%로 나타났다.

- (김장 시기) 김장 시기는 11월 상순에 본격 시작되며, 11월 하순에서 12월 상순이 51%로 김장이 집중되는 시기로 조사되었다. 11월 하순 이후 김장 의향은 62.3%로 작년(59.6%)보다 증가하여 김장을 늦추려는 의향이 있는 것으로 나타났다.
 - (중국산 신선배추 구매의향) 중국산 신선배추 구매 의향은 ‘없음’ 이 96%, ‘있음’ 이 4%로 국내산 배추에 대한 구매의향이 큰 것으로 조사되었다.
- 보다 자세한 내용은 11월 상순에 한국농촌경제연구원 홈페이지(<https://www.krei.re.kr>)에 게시될 예정인 농정포커스『2024년 김장 의향 및 김장철 주요 채소류 수급 전망』에서 확인할 수 있다.

붙임

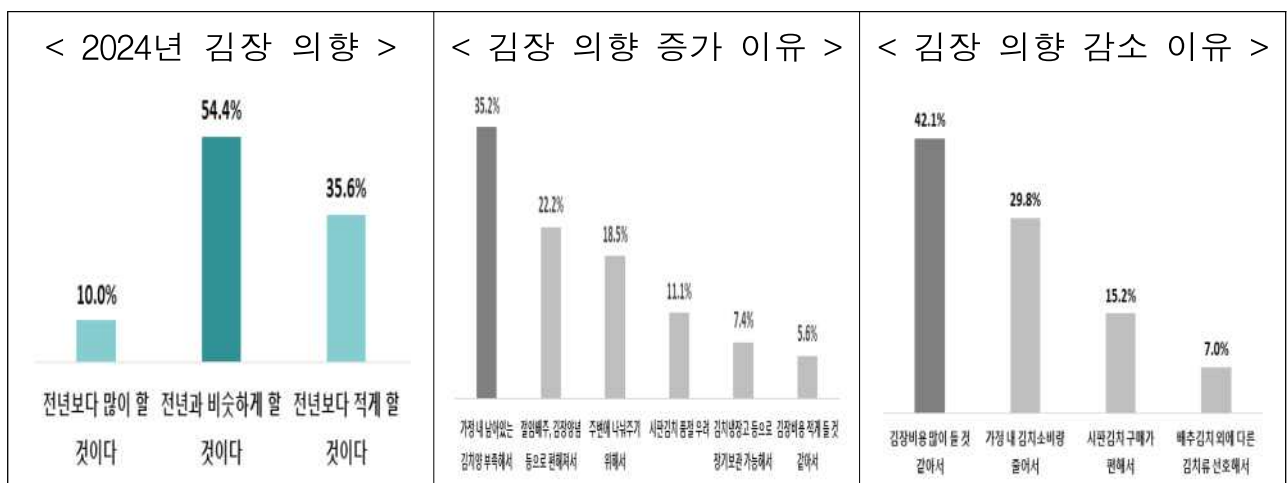
2024년 김장의향 소비자조사 결과

○ 패널가구 특성

- 지역: 서울·경기(60.2%), 강원(2.9%), 충청(7.6%), 영남(22.2%), 호남·제주(7.1%)
- 연령: 30대(0.4%), 40대(14.1%), 50대(43.6%), 60대 이상(42.0%)
- 직업: 주부(54.2%), 사무직(17.3%), 관리/전문직(10.2%), 시간근로제(5.3%), 자영업(5.3%), 서비스직(2.9%), 판매직(2.4%), 농/임/어업(0.4%), 기타(2.2%)
- 가구원수: 1명(0.9%), 2명(9.9%), 3명(25.9%), 4명(50.7%), 5명 이상(12.6%)
- 가구소득: 100만원미만(1.0%), 100~199만원(3.8%), 200~299만원(12.9%), 300~399만원(23.1%), 400~499만원(31.5%), 500~599만원(17.8%), 600~799만원(9.1%), 800만원 이상(0.7%)

○ (김장 의향) 2024년 김장 의향은 절반 이상이 '전년과 비슷하게 할 것이다'(54.0%)라고 응답하였으나, '전년보다 증가'(10.0%)보다는 '전년보다 감소'(35.6%) 비중 높음

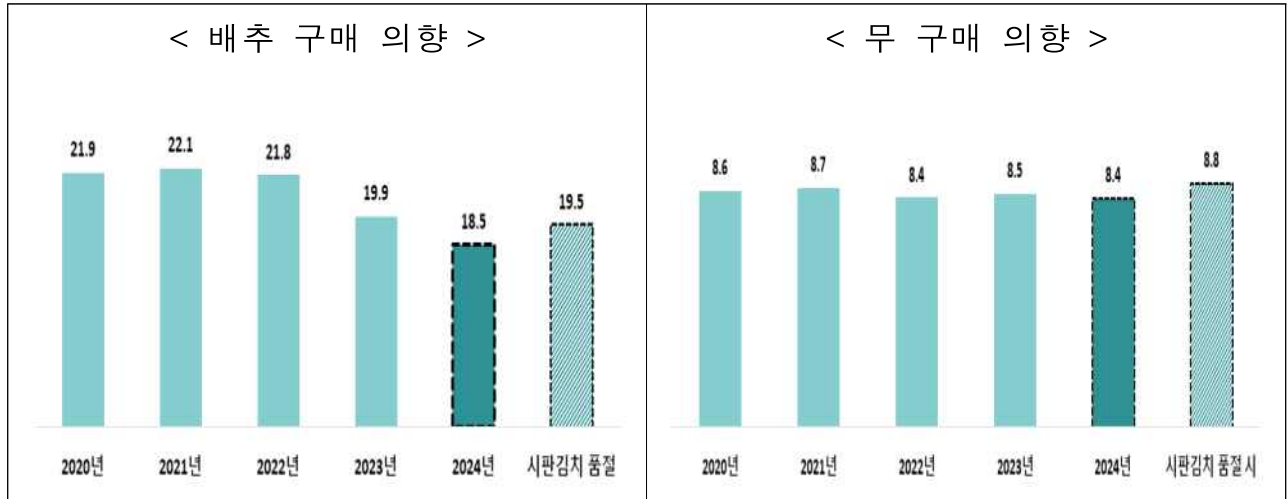
- * 김장의향 감소 이유로는 '김장비용 부담'(42.1%), '가정 내 김치 소비량 감소'(29.8%), '시판김치 구매 편리성'(15.2%), '배추김치 외 다른 김치류 선호'(7.0%) 순으로 응답



○ (김장 규모) 4인 가구 기준 배추 김장 규모는 **18.5포기***로 전년(19.9포기) 및 평년(21.9포기) 대비 감소

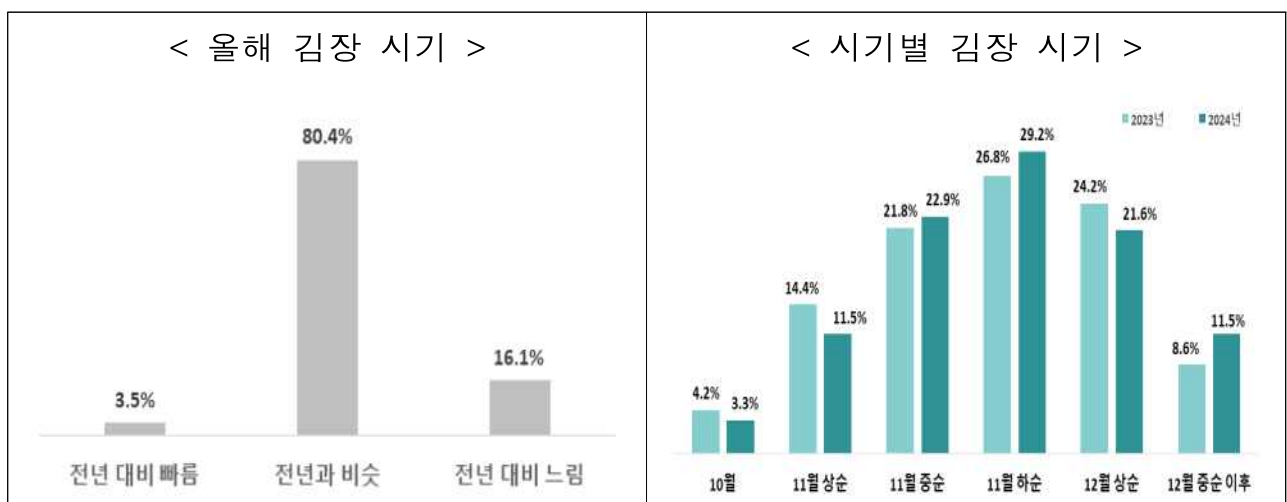
- 무는 8.4개로 전년(8.5개) 및 평년(8.6개) 대비 소폭 감소

* 시판김치 품질되어 추가로 김장을 할 경우, 배추 김장 규모는 19.5포기, 무는 8.8개



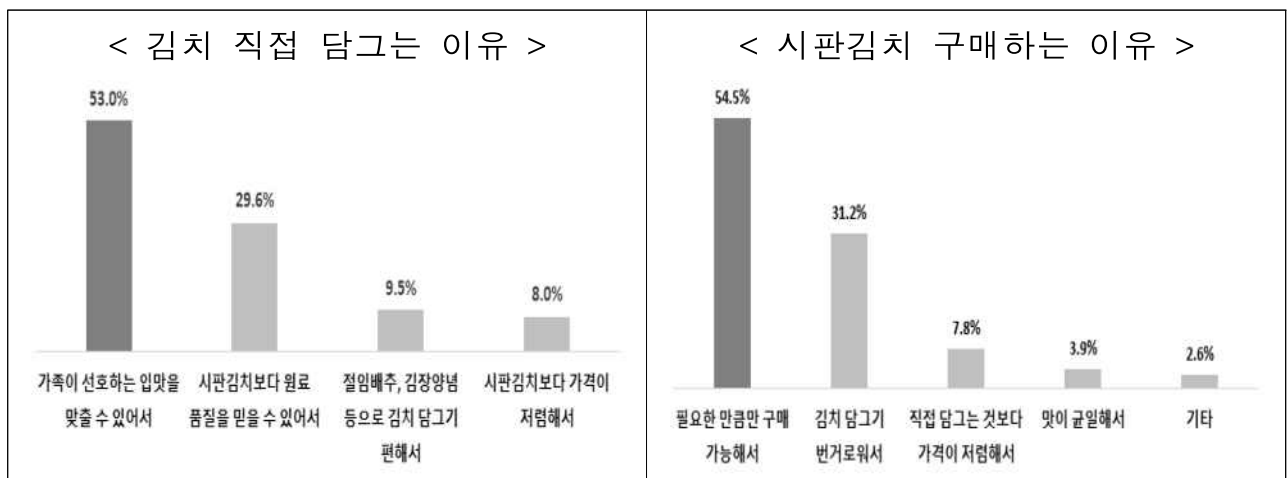
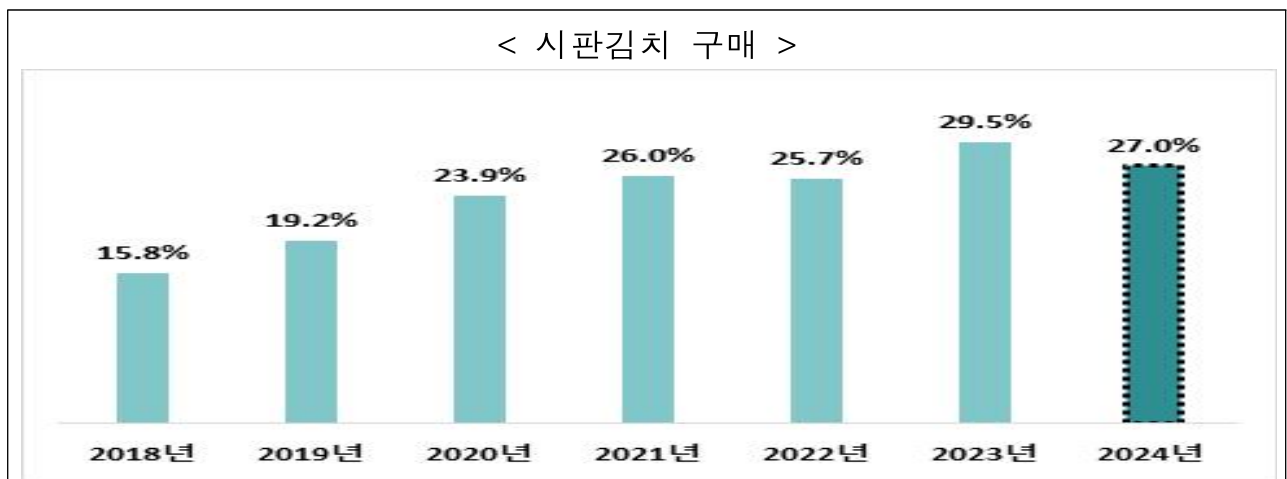
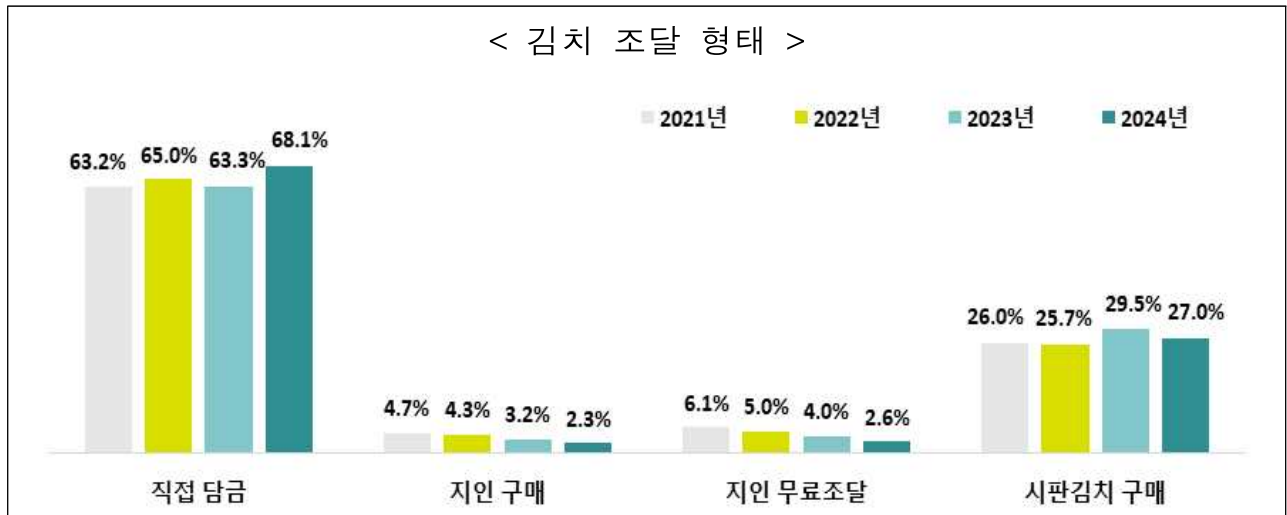
○ (김장 시기) 김장 시기는 11월 상순 시작, 11월 하순에서 12월 상순 사이 집중되나, 배추 가격 높아 12월 중순 이후 김장 의향 증가

* 서울/경기/강원지역 12월 상순까지 92%, 영남지역 80%, 호남/제주지역 74%



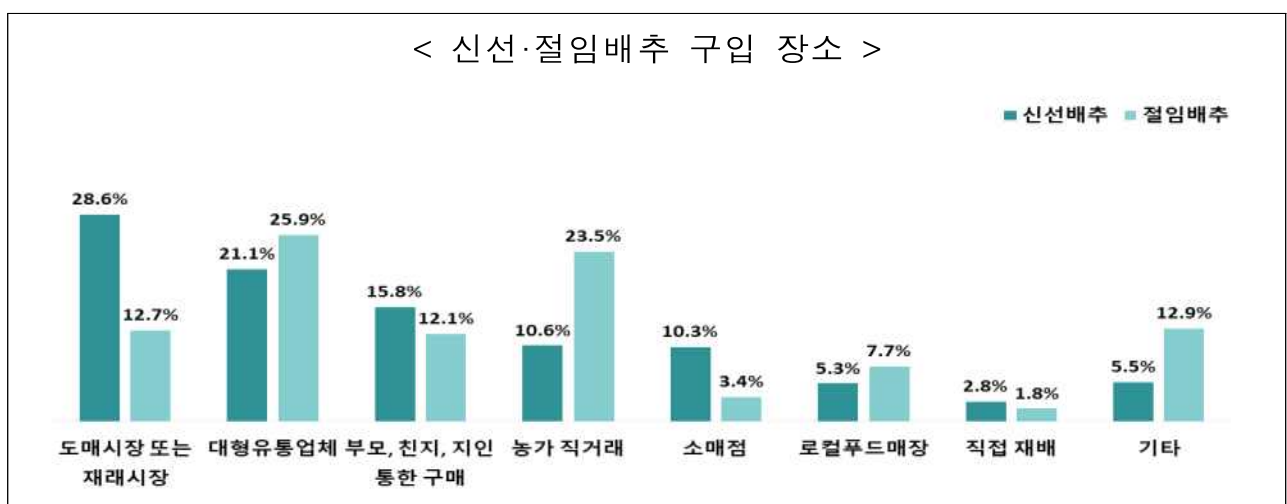
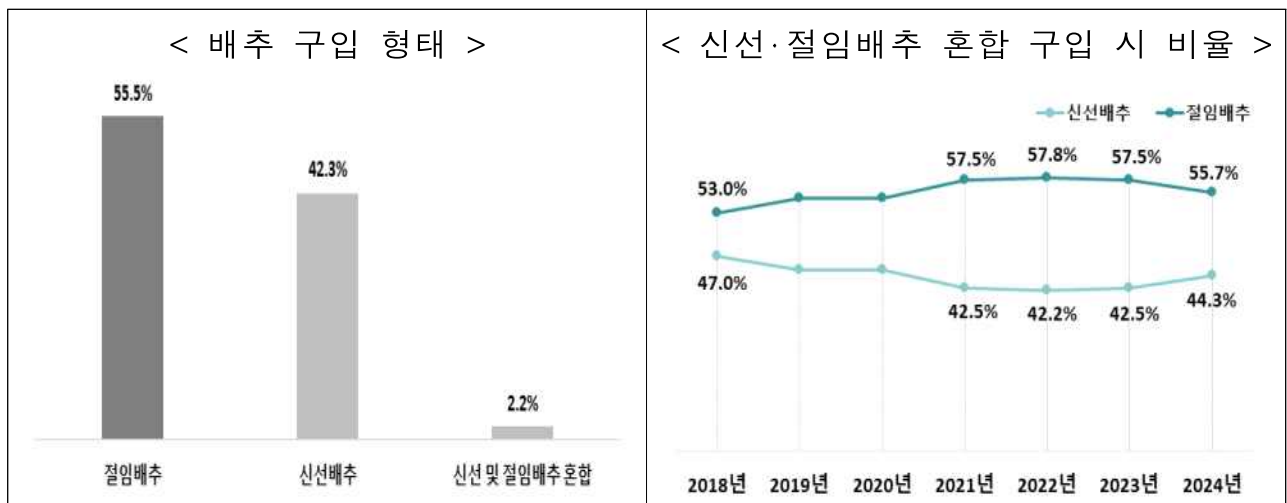
○ (김치 조달 형태) 직접 담그는 비중은 전년 대비 증가('23 63.3% → '24 68.1%),
시판김치 구매는 감소('23 26.0% → '24 27.0%)

* 직접 담금 이유로는 '가족이 선호하는 입맛 고려'(53.0%), '시판 김치보다
원료 신뢰 높음'(29.6%)이 80% 이상 차지



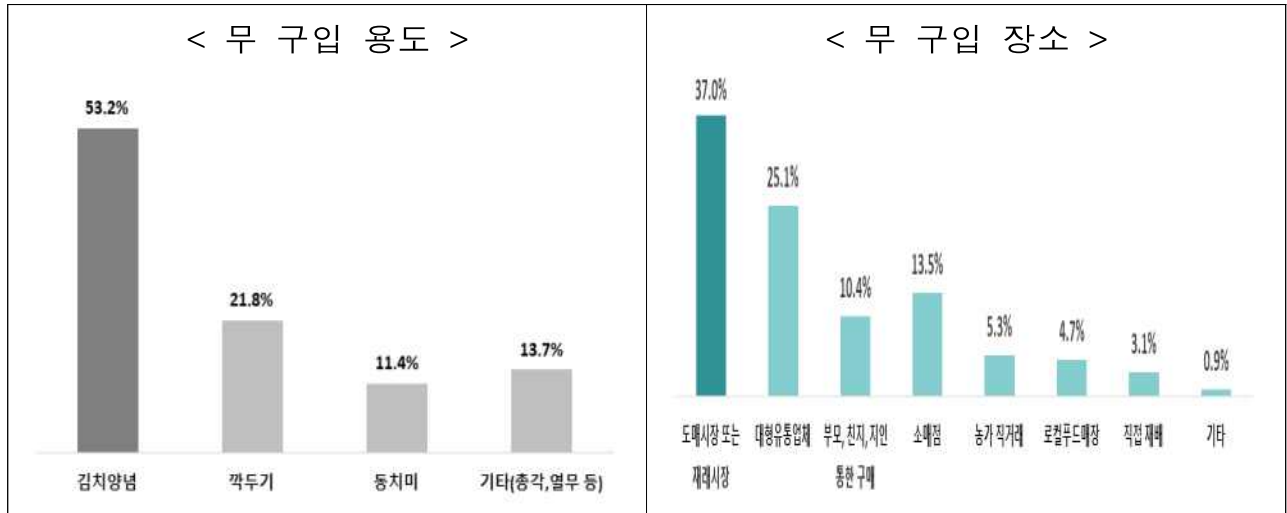
○ (배추 구입 형태) 김장 시 배추 구입은 절임배추(55.5%)가 절반 이상 차지, 다음으로 신선배추(42.3%), 신선 및 절임배추 혼합(2.2%) 순

- * 신선 및 절임배추 혼합 사용하는 경우, 절임배추(55.7%) 사용 비중 높음
- * 절임배추 구입 장소: 백화점 또는 대형유통업체 25.6%, 농가 직거래 22.4%, 부모·친지·지인 통한 구매 13.3%
- * 신선배추 구입 장소: 도매시장 또는 재래시장 28.6%, 백화점 또는 대형유통업체 21.1%, 부모·친지·지인 통한 구매 15.8%
- * 절임배추 사용 이유로는 ‘절임과정 번거로워’(72.8%), ‘시간 절약되어’(20.7%), ‘구입 편리해서’(6.5%) 순
- * 신선배추 사용 이유로는 ‘지인에게 신선배추 조달 가능해서’(33.7%), ‘절임배추 품질 믿을 수 없어서’(31.3%), ‘절임배추가 입맛에 맞지 않아서’(18.2%) 순



○ (무 구입 용도) 김장 시 무는 ‘김치양념’(53.2%)으로 주로 사용, 김치용은 ‘깍두기’(21.8%) 비중 가장 높음

* 무 구입 장소: 도매시장 또는 재래시장 37.0%, 백화점 또는 대형유통업체 25.1%, 소매점 13.5%



○ (중국산 신선배추 구매의향) 중국산 신선배추 구매 의향은 ‘없음’이 96%, ‘있음’이 4%로 구매의향은 높지 않음

* 중국산 신선배추 구매 이유는 ‘저렴한 가격’(88.2%), ‘지인 권유’(11.8%)
 * 중국산 신선배추 사용처는 김장용(포기김치, 겉절이 등) 88.2%, 조리용(국, 반찬) 26.5%

