



첨단재생의료
임상시험 29%↓
규제 완화 시급
04



Life

TOP 10 OF 2023

이탈리아 와인
명예회복
세계 1위 부상
L7



정통성에 특허기술 버무려 한국인의 김치 넘어 '세계인의 김치'로

메가히트 브랜드 탄생스토리

대상 '종가 김치'

김치에 대한 전문성과 정통성을 이어가며 시대가 요구하는 다양한 입맛과 상황을 고려해 새로운 변화를 시도해 나가는 브랜드가 있다. 식품회사 대상의 김치 브랜드 종가(JONGGA)는 최초의 포장 김치를 개발한 정통성과 김치 시장 1위의 전문성을 바탕으로 국내를 넘어 해외 소비자들에게도 사랑받는 김치 브랜드로 이름을 떨치고 있다.

1980년대 정부는 '88서울올림픽'을 앞두고 우리나라 고유의 음식인 김치를 알리기 위해 상품화를 추진했다. 이에 인간문화재 38호이자 조선 궁중음식 전수자인 고헌혜성 고문 등 김치 장인들이 모여 표준화된 조리법을 개발했으며, 김치 포장과 김치를 맛있게 발효시키는 데에 필요한 유산균·종균 개발을 위해 각 분야 전문가들이 힘을 모았다. 그 결과 표준화된 맛의 한국 최초의 포장 김치 '종가집 김치'가 탄생하게 됐다.

대상은 지난해 10월, '종가집'과 '종가'로 나뉘어 있던 국내의 브랜드 이름을 '종가'로 통일하고 한국을 넘어 글로벌 시장 확장을 선언했다. 종가 김치는 현재 미주와 유럽, 대만과 홍콩 등 아시아를 포함한 전 세계 40여 개 국가에 진출해있다. 일본 수출 물량 90%, 홍콩·대만·싱가포르 등 아시아권에 수출되는 물량 80% 이상을 현지인이 소비하는 등 그 인기가 점차 뜨거워지고 있으며, 미주와 유럽 등 서구권에서도 김치를 찾는 현지인이 증가하는 추세다.

수출액은 2016년 2900만달러(약 384억원)에서 지난해 7100만달러(약 941억원)로 2.4배 이상 증가하며 사상 최고치를 달성했다. 지난해 국내 총 김치 수출액 중 대상 종가 김치의 비중은 50%에 달한다.

종가는 국내 포장 김치 1위 자리 또한 확고히 지키고 있다. 지난해 기준 시장 점유율은 약 40%로 연간 매출액은 2000억~3000억원 안팎인 것으로 알려졌다.

종가는 100% 국내산 재료를 사용해 김치를 담근다는 원칙을 출시 이후부터 지금까지 고수하고 있다.

연간 국산 배추 사용량은 약 6만에 달한다. 생육시기별로 품질이 다르고 계절적인 영향을 많이 받는 배추의 특성을 고려해 시기와 지역별 특성을 고려한 최고 품질의 배추를 사전 구매해 비축, 사용한다. 오랜 기간 동안 배추를 비축할 수 있는 저장기술을 개발해 비축량을 확대함으로써



포장김치 최초로 개발한 '포장김치 1위'
국내 김치 수출액 중 50% 비중 차지해

출시부터 100% 국내산 재료 원칙 그대로
유산균 연구로 좋은 맛 유지, 유통기한 ↑
배추 비축 저장기술 개발해 안정적 수급

40여 개 국가에 수출... 인기 점점 커져
지난해 美 현지 대규모 공장서 생산 시작



해외 소비자가 종가 김치를 맛보고 있다.



종가가 지난해 미국 현지에 대규모 김치공장을 완공하고 본격적인 생산에 돌입했다. /대상

써 안정적인 수급을 가능케 했다. 배추 외에도 고추, 마늘, 양파 등 김치에 들어가는 원재료들도 산지 직송을 통해 공급받는다.

종가는 포장과 유산균 배양 기술을 통해 맛있는 김치를 생산할 수 있었다.

처음 김치를 상품화할 때 가장 큰 난관은 탄산가스를 잡는 것이었다. 김치는 발효와 숙성 과정에서 탄산가스가 발생하는데, 진공 포장을 하면 포장재가 부풀어 오르는 경우가 생겼기 때문이다.

종가는 1989년 탄산가스를 붙잡아두는 '가스흡수제'를 김치 포장 안에 넣는 기술을 개발해 특허를 받았다. 김치 고유의 맛과 품질에 영향을 주지 않으면서도 포장 형태를 유지하고, 유통 과정에서 파손을 막을 수 있었다.

종가는 이 기술로 특허를 출원, 1991년 업계 최초로 KS마크를 획득했다. 이어 1995년 전통식품 인증마크를 획득하며 세계일류화상품으로 선정됐다.

이와 함께 김치 유산균 연구에 주력했다. 2005년 종가는 '류코노스톡 DRC0211' 김치 유산균 배양에 성공했다. 가장 맛이 좋은 김치에서 500여 종의 유산균을 분리해 좋은 맛을 내면서도 빨리 시지 않는 독특한 유산균을 찾아내 상품화했다.

지난 2011년 국산 배추를 발효해 개발한 '식물성 유산균 발효액 ENT'는 식품의 유통 기한을 최소 50% 이상 연장시켜주고, 합성 첨가료 대체 상품 역할까지 할 수 있다.

종가 김치는 해외에서도 큰 사랑을 받고 있다.

지난해에는 국내 식품업계 최초로 미국 현지에 대규모 김치 공장을 완공하고 본격적인 생산을 시작했다. 미국 캘리포니아주 LA 인근 시티 오브 인더스트리에 위치한 LA 공장은 총 대지 면적 1만㎡(3000평) 규모다. 현재까지 약 200억원을 투입해 연간 2000t의 김치 생산이 가능한 제조라인과 원료창고 등 기반시설을 갖췄다. 대상은 자동화 설비 및 시설을 확충해 2025년까지 미국 현지 식품사업 연간 매출액 1000억원 달성을 목표로 하고 있다.

유럽 현지에도 공장을 설립하기 위한 작업에 착수했다. 폴란드 기업과 합작법인을 설립한 후 현지 기업의 생산시설과 유통망을 활용해 종가 김치를 유럽 시장에 우선 공급하고, 2024년 폴란드 신규 공장을 준공해 본격적으로 김치 생산에 나설 계획이다. 폴란드 공장 완공까지 약 150억원을 투입해 2030년까지 연간 3000t 이상의 김치를 생산한다는 방침이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲삼성 오승환, 은퇴는 없다...현역 연장 가닥 /사진 뉴시스
▲K리그 별들, '음주운전 교통사고 피해' 유연수 위해 뭉친다

▲손흥민, 또 무관에 그치나...토틀넘, EPL 우승 확률 0.3%?
▲우리카드, 최하위 KB손해보험 상대로 3연승 도전



▲김시우·이경훈 등 PGA 투어 마지막 대회 출격 /사진 뉴시스
▲IOC 올림픽박물관에 태권도 동상... "영원한 동행·굳건한 위상"