

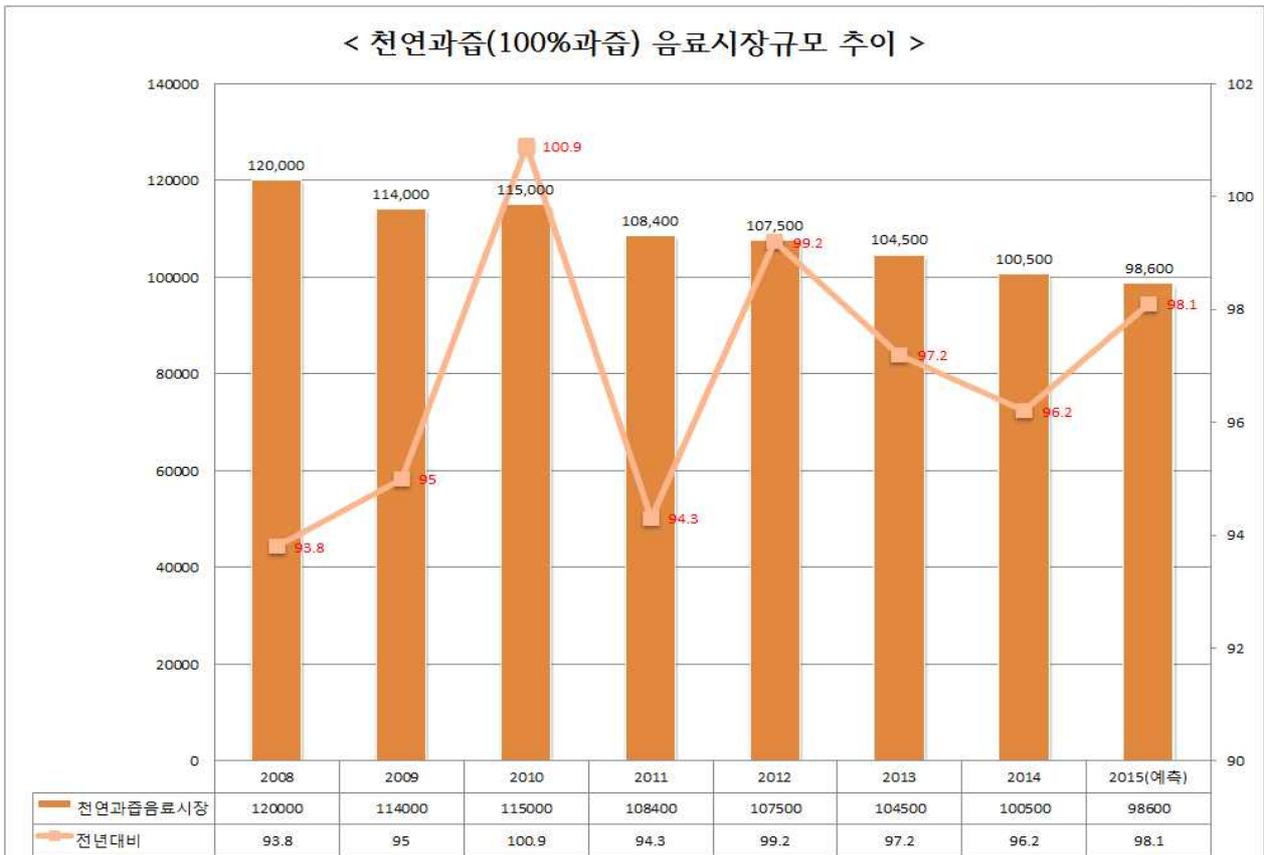
2015년 일본 과즙음료 시장동향

오사카지사 자체기획 단신 48호 (2015.11.30)

과즙 100%음료 시장규모

- 2014년도 천연과즙(100% 과즙)음료의 시장규모는 전년대비 96.2%의 1,005억엔으로 감소 추세를 보이고 있음.
- 100% 과즙음료는 야채음료, 두유 등 건강소구 카테고리와 경합하는 가운데 명확한 강점을 발휘 못 하는 것으로 매장 축소경향에 있음.
- 소비자의 건강지향이 높아짐에 따라 토크호, 기능성을 부가한 음료 등 타 카테고리로 수요가 흘러나가는 것으로 자연소재인 과즙을 100% 사용하여 그대로 건강음료가 될 수 있는 해당시장 가치가 하락해버림.

(단위:백만엔, %)

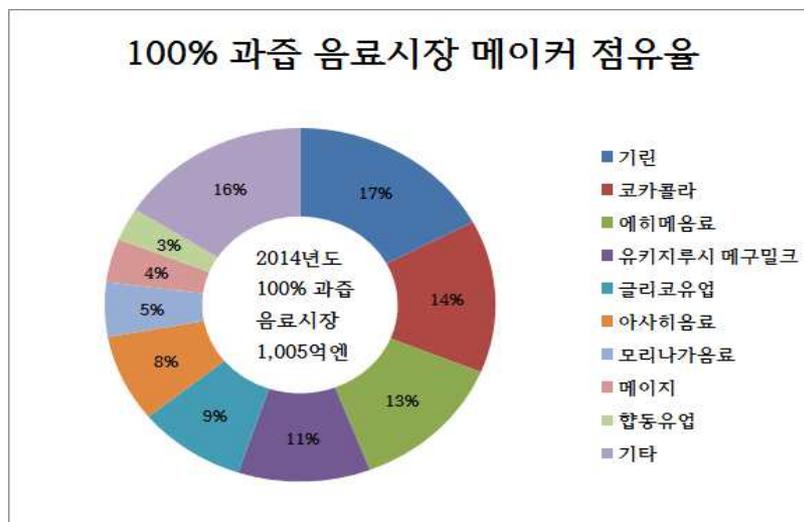


(출처:야노경제연구소)

- 또한 최근에는 같은 과즙류 음료인데도 플레이버워터, 과즙류 탄산 등이 인기를 끌고 있으며 더더욱 100% 과즙음료의 수요를 빼앗고 있음.
- 가격 면에서 양극화가 진행되는 경향에 있어 원료가격 급등으로 가격을 인상한 제조업체가 있는 것으로 NB, PB상품이 약간 판매단가가 올라감.
- 과즙시장은 명확한 차별화가 어려워 건강소구에 있어서 토쿠호음료나 타카테고리에 못 미치는 존재감을 나타내는 것에 고심하고 있어 시장가치 전체가 저하하고 있음.
- 해당시장을 확대하기 위해서 과즙이 가지고 있는 건강가치를 다시 소비자에게 소구해 나가는 것이 필요함. 또 영양밸런스가 깨지기 쉬운 아침식으로 확대해나가는 대처도 필요. 건강지향과 함께 소비자의 자연지향도 높아지므로 각사 제안에 따라 시장이 확대로 전환될 가능성이 있을 것이라 예측됨.

100% 과즙 음료시장 메이커 점유율

- 100% 과즙 음료 점유율 1위는 기린, 2위는 미닛메이드를 전개하는 코카콜라, 3위는 과즙음료 분야가 강점인 에히메음료, 4위는 냉장제품을 판매하는 유키지루시 메구밀크로 이어짐.



(출처:야노경제연구소)

< 100% 과즙음료 메이커 별 매출액 추이 >

회사명	2012년		2013년		2013년		
	판매금액 (백만원)	점유율	판매금액 (백만원)	점유율	판매금액 (백만원)	점유율	전년대비
기린	18,400	17.1%	17,000	16.3%	17,400	17.3%	102.4%
코카콜라	17,500	16.3%	16,500	15.8%	14,000	13.9%	84.8%
에히메음료	13,500	12.6%	14,400	13.8%	13,500	13.4%	93.8%
유키지루시 메구밀크	12,900	12.0%	12,510	12.0%	11,010	11.0%	88.0%
글리코유업	8,730	8.1%	8,900	8.5%	8,730	8.7%	98.1%
아사히음료	2,800	2.6%	8,660	8.3%	8,590	8.5%	99.2%
모리나가유업	4,200	3.9%	3,900	3.7%	4,900	4.9%	125.6%
메이지	4,000	3.7%	3,650	3.5%	4,000	4.0%	109.6%
협동유업	2,700	2.5%	2,800	2.7%	2,840	2.8%	101.4%
기타	22,770	21.2%	16,180	15.5%	15,530	15.5%	96.0%
합계	107,500	100.0%	104,500	100.0%	100,500	100.0%	96.2%

(출처:야노경제연구소)

● 주요 메이커 동향

메이커명	상품명	가격	상품설명
기린	Tropicana 100%	140엔 (330ml)	'태양 빛을 받아 자란 과실을 통째로 잔 맛'을 맛볼 수 있는 100% 주스
에히메음료	폰주스	345엔 (1L)	주력상품인 '폰주스'는 늘 잘 팔리는 상품으로서의 확보와 판촉실시로 매출액은 증가했으나 증세, 여름철 영향이 크게 남아 종합적으로는 감소추세
유키지루시 메구밀크	Dole	210엔 (1L)	* 양판점채널은 경합품과의 경쟁 격화로 인해 어려운 상황 * 메구밀크에서 판매되는 과즙음료는 언저와 수요 압박으로 인해 원료과즙의 가격이 급등하는 가운데 어려운 상황이 계속 될 것으로 예상
아사히음료	Welch's	380엔 (800g)	주력상품인 '포도100'은 800g PET병이 양판점을 중심으로 계속 호조경향

과즙 100%미만 음료 시장규모

- 2014년도 과즙 100%미만 음료시장규모는 전년대비 92.3%의 1,625억엔으로 감소추세를 보이고 있음.

(단위:백만엔, %)



(출처:야노경제연구소)

- 저 과즙음료는 주로 아이들, 가족이 음용하여 종래는 20~30대 음용이 적은 경향에 있었으나 20~30대에 맞게끔 상품 제안하여 유저 확보에 힘쓰는 것으로 재확대하고 있음. 그러나 2014년도는 여름철의 일기불순으로 전체적인 움직임이 둔했으며 해당시장은 100% 과즙이나 야채음료에 비해 건강이미지가 적은 것, 과즙류 탄산음료, 미네랄워터 브랜드인 플레이버워터로부터 수요를 빼앗겨버리는 등 이유로 축소했음.

- 최근 플레이버워터가 미네랄워터시장을 견인하는 것과 마찬가지로 해당시장에 있어서도 니어워터류 상품이 인기를 끌고 있음.

	
남알프스 천연수 & 요구리나 (산토리)	복숭아 천연수 (1996~2015/9)

- 여름철 열사병대책으로 ‘과염’상품도 기간한정상품을 포함하여 많이 출시되고 있음.

	
솔티 라이치 (기린)	소금의 꿀 레몬 (산토리)

- 과즙음료에 있어서도 기능성을 가진 철분, 식물섬유 등 영양소를 전면으로 소구한 상품도 여성을 중심으로 지지를 얻고 있어 최근에는 아사이, 석류, 카시스, 코코넛 등의 새로운 소재 즉 슈퍼과일이라고 불리는 맛 종류 상품이 출시되고 있으며 슈퍼과일이 일정한 지지를 얻을 수 있게 되면서 해당시장의 확대가 기대됨.

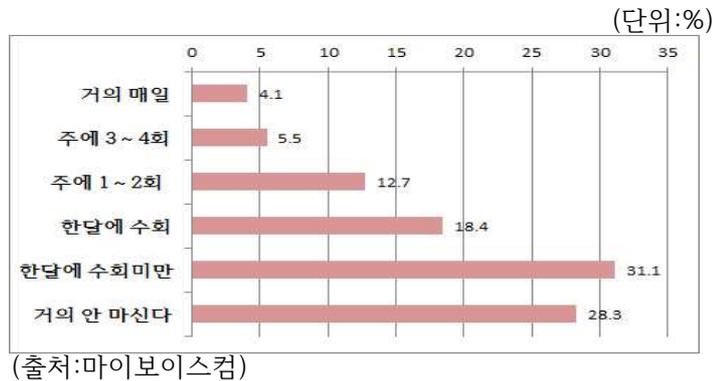
	
아사이 (메이지)	코코넛워터 (기린)

과즙음료에 관한 소비동향

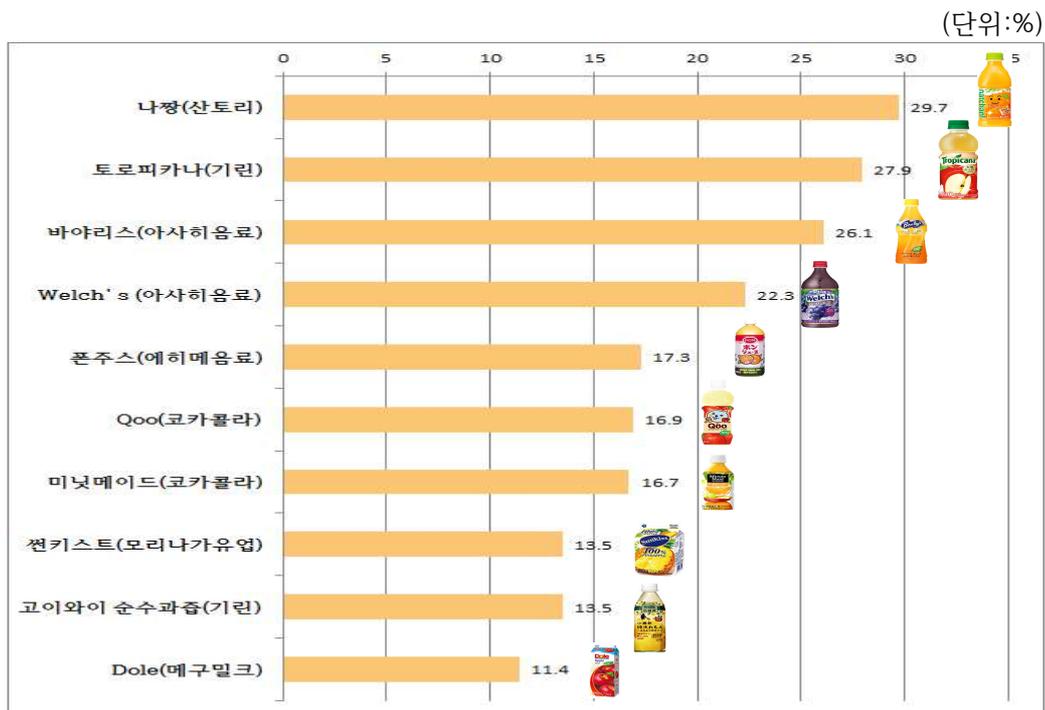
● 소비자 대상 과즙음료 관련 설문조사

- 과즙음료를 음용하는 빈도는 주 1회 이상이 약 30%, 최근 1년간으로 음용한 브랜드는 ‘나짱’, ‘토로피카나’, ‘바야리스’가 많았음. 음용장면은 ‘목이 말랐을 때’, ‘간식을 먹을 때’, ‘아침을 먹을 때’ 등이었으며, 과즙음료 선택 시 고려하는 점은 ‘맛’, ‘가격’, ‘들어간 있는 과일 종류’, ‘과즙의 농도’, 과즙음료 음용자의 기대는 ‘건강에 좋다’, ‘과즙 100%’, ‘비타민 등 영양소가 섭취 가능하다’ 등 결과가 나왔음.

< 과즙음료의 음용빈도 >



< 최근 1년간으로 음용한 과즙음료 >



시사점

● 최근 일본에서 기능성, 건강을 의식한 과즙음료가 많이 팔리는 것으로 일본의 기능성표시식품제도를 활용하여 일본 음료시장에 접근해나갈 필요가 있음.

⇒ 예를 들어, 홍삼에 대한 기억인지 기능성 입증을 위해 수험생이나 어린이가 쉽게 접할 수 있는 음료제품 개발도 하나의 방법이 될 수 있음.

[문의 : 오사카지사 마츠오나나 / matsuo@atcenter.or.jp]