

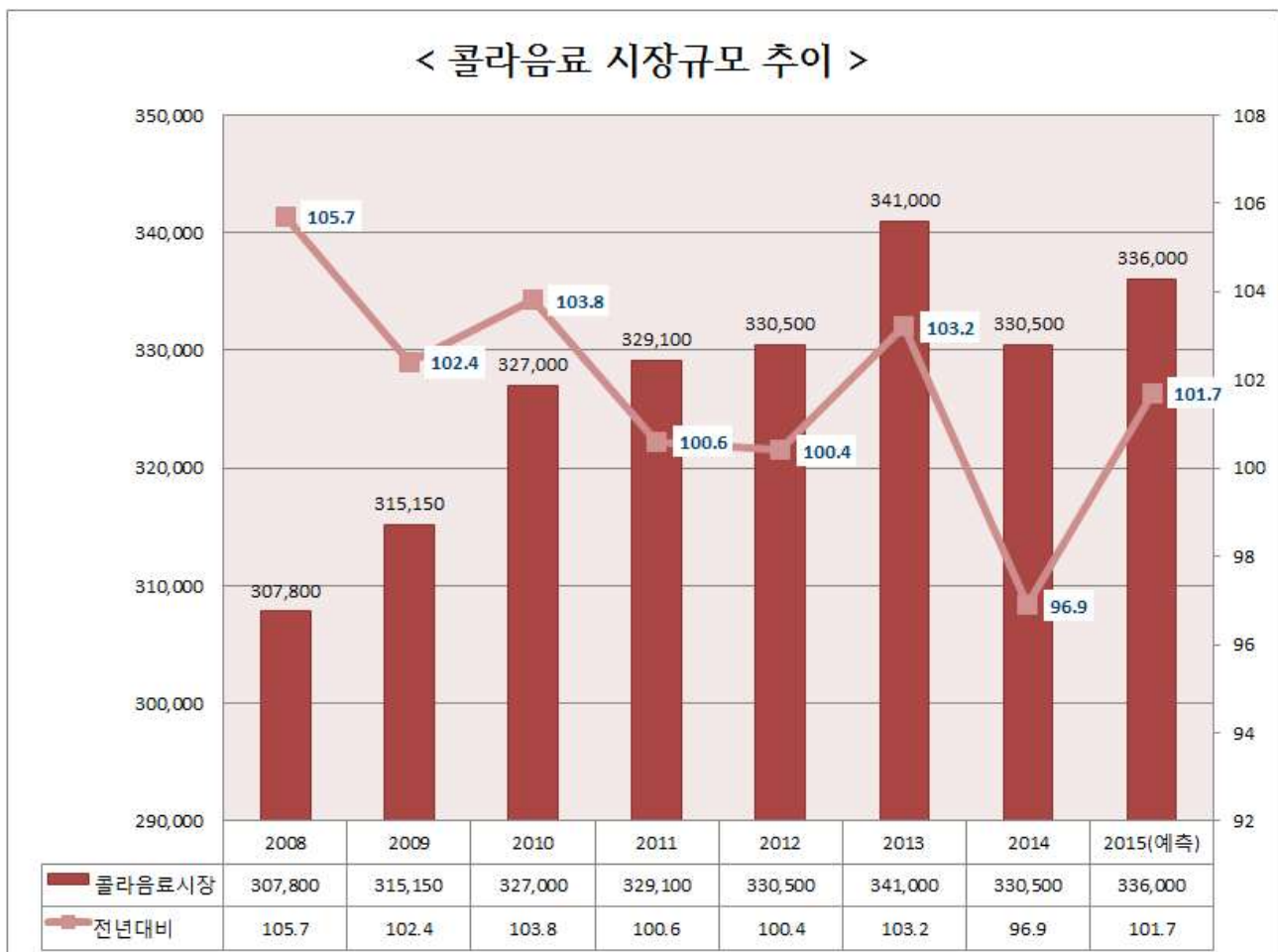
2015년 일본 탄산음료 시장동향

오사카지사 자체기획 단신 49호 (2015.12.02.)

탄산음료 시장동향

- 탄산음료의 생산량은 전년대비 100.8%의 3,669,401kl로 콜라음료가 동 95.5%의 1,352,000kl로 축소했으나 기타 탄산음료가 동 104.1%의 2,317,400kl로 증가했음.
- 2013년도까지 7년 연속 확대되고 있었던 콜라음료시장이지만 2014년도는 전년대비 96.9%인 3,305억엔으로 8년 만에 시장이 축소되었음.

(단위:백만엔, %)



(출처:야노경제연구소)

- 탄산음료시장은 제로 콜라 판매이후 건강의식이 높은 30대 이상 남성을 중심으로 콜라음료로의 회귀가 일어나 계속 성장해왔음. 그러나 2014년도에는 여름철의 기후가 불안정하였던 것이 영향을 미쳤음.

전성기인 7~9월의 저온이나 장마 때문에 소비자의 콜라음료를 포함한 탄산음료의 음용의욕이 떨어졌다고 판단됨.

- ‘과당 콜라’, ‘제로 콜라’에 다음가는 제 3의 기축으로써 기대된 ‘토쿠호콜라’는 기린에서 판매된 ‘메츠콜라’의 필요표기에 문제가 있어 약 한달 동안 판매를 중지한 것으로 기세를 잃었음.



- 코카콜라는 ‘스티비아’를 사용한 식물유래의 단맛으로 칼로리오프 신 브랜드 ‘코카콜라 라이프’를 판매, 또 세븐이레븐 한정상품으로 ‘코카콜라 레몬’, ‘코카콜라 오렌지’를 판매하여 기존 탄산음료 + 과일향 상품이 판매되고 있음.

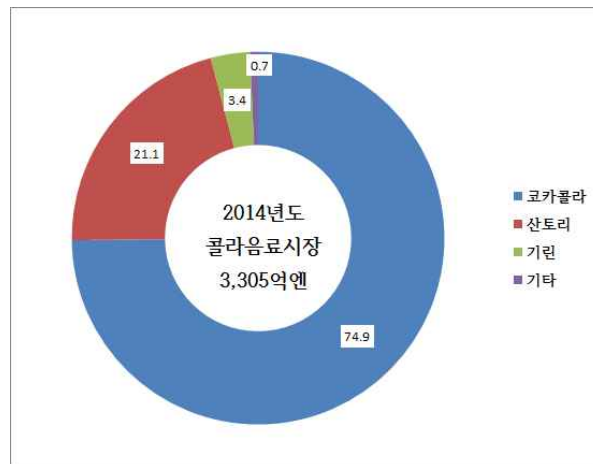


콜라시장 메이커 점유율

- 콜라음료 주요 제조업체는 코카콜라, 산토리, 기린의 3사임. 점유율 1위는 코카콜라 74.9% 2위는 산토리 21.1%로 제로칼로리 콜라 ‘펩시넥스’와 토쿠호콜라 ‘펩시 스페셜’을 중심으로 전개했음. 3위의 기린은 3.4%로 ‘메츠콜라’가 토쿠호콜라로서 시장에 정착했다고 보였으나 판매중지 등의 영향으로 고전했음.

< 콜라음료시장 메이커 점유율 >

(단위:%)



(출처:야노경제연구소)

< 콜라음료 메이커 별 매출액 추이 >

회사명	2012년		2013년		2014년		
	판매금액 (백만엔)	점유율	판매금액 (백만엔)	점유율	판매금액 (백만엔)	점유율	전년대비
코카콜라	245,000	74.1%	252,500	74.0%	247,400	74.9%	98.0%
산토리	67,900	20.5%	70,700	20.7%	69,600	21.1%	98.4%
기린	15,000	-	15,100	4.4%	11,250	3.4%	74.5%
기타	2,600	0.8%	2,700	0.8%	2,250	0.7%	83.3%
합계	330,500	100.0%	341,000	100.0%	330,500	100.0%	96.9%

(출처:야노경제연구소)

기타 탄산음료 시장동향

- 2014년도의 기타 탄산음료 시장규모는 전년대비 99.3%인 3,330억엔으로 콜라음료와 마찬가지로 여름철의 기후불순 영향을 크게 받아 것으로 조금 줄어들었음. 2014년도는 시장이 축소되었으나 최근 성장하는 카테고리 중 하나임.

(단위:백만엔, %)

< 기타 탄산음료 시장규모 추이 >



(출처:야노경제연구소)

- 제로 × 기능성 × 그리움 = 어른 전용 탄산

최근의 성장드라이버는 종래 젊은 층을 타깃으로 한 상품이 아닌 30대 이상 층을 타깃으로 한 ‘어른 전용 탄산’임. 제로 칼로리 상품을 필두로 단맛을 억제한 시원한 맛 상품 등 종래 탄산음료가 경원시되는 요소를 고려한 것으로 이전 탄산음료 음용자들의 회귀를 보일 수 있으며 지금까지 탄산음료를 안 마셨던 층에게도 침투했음.

				
어른의 기린레몬 (기린)	메츠 와일드 차지 (기린)	드라이 스파클링 (아사히음료)	그린 콜라 (아사히음료)	다카라 (산토리)

- 기호음료인 탄산음료에 건강·기능성을 부여한 토쿠호탄산도 탄산유저의 음용층을 끌어올리고 있으며 그것에 맞게끔 포장디자인, TV광고를 중심으로 한 마케팅에 있어서도 어른을 의식한 것이 많아짐.
- 탄산수 수요가 확대되고 있다는 것도 큰 변화임. 종래는 다른 음료나 알코올과 섞어서 마시는 스타일이 많았으나 직접음용 용도로의 이용이 증가하고 있음. 시장 확대를 배경으로 미네랄워터브랜드도 탄산수를 발매하고 있는 등 활성화 되고 있음.

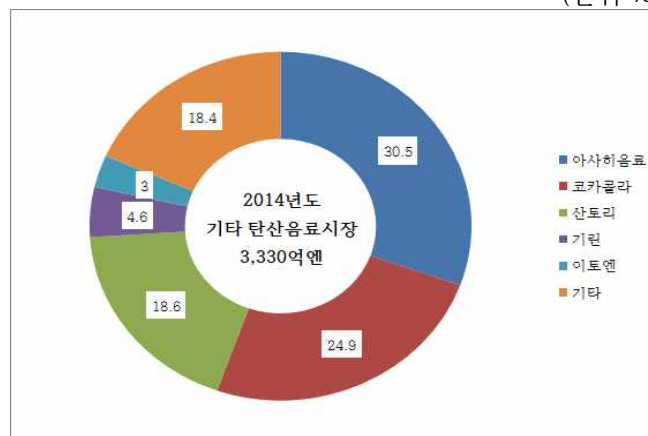
			
남알프스 천연수 스파클링 (산토리)	이로하수 스파클링 (코카콜라)	세계의 Kitchen에서 스파클링 워터 (기린)	그린샤워 (롯데쇼핑)

기타 탄산음료시장 메이커 점유율

- 기타 탄산음료시장 제조업체 점유율은 아사히음료가 1위로 점유율을 확대했음. 아사히음료는 ‘미츠야사이다’, ‘윌킨슨’, ‘칼피스소다’ 등 강력 브랜드를 가지고 있음. 점유율 2위는 ‘환타’, ‘캐나다드라이’ 등을 판매하는 코카콜라, 3위는 ‘오란지나’로 약진한 산토리로 이어짐.

< 기타 탄산음료시장 메이커 점유율 >

(단위:%)



(출처:야노경제연구소)

< 기타 탄산음료 메이커 별 매출액 추이 >

회사명	2012년		2013년		2014년		
	판매금액 (백만엔)	점유율	판매금액 (백만엔)	점유율	판매금액 (백만엔)	점유율	전년대비
아사히음료	79,900	25.4%	101,300	30.2%	101,700	30.5%	100.4%
코카콜라	84,000	26.7%	84,700	25.3%	82,800	24.9%	97.8%
산토리	58,000	18.4%	61,600	18.4%	61,800	18.6%	100.3%
기린	12,000	3.8%	14,000	4.2%	15,250	4.6%	108.9%
이토엔	9,579	3.0%	11,588	3.5%	10,080	3.0%	87
칼피스	10,700	3.4%	-	-	-	-	-
기타	60,821	19.3%	62,012	18.5%	61,370	18.4%	99.%
합계	315,000	100.0%	335,200	100.0%	333,000	100.0%	99.3%

(출처:야노경제연구소)

시사점

- 일본에서는 건강·기능성을 부여한 탄산수 등 다양한 종류의 탄산수가 확대되고 있으므로, 일본 탄산음료시장에 대응할 수 있도록 기능성분을 포함한 제품 개발 필요.
- 진세노사이드 성분을 함유한 에너지 드링크가 시장에서 판매되기도 하였으나, 해당 성분에 따른 기능성 표시가 가능해진다면 시장 확대에 도움이 될 것으로 판단됨.