1. 일반 정보

□ 기본 품목 정보

○ 음료는 과실채소류음료, 탄산음료 류, 기타음료 등으로 구분됨

- 과실채소류음료: 과실 또는 채소를 주원료로 하여 가공한 것으로서 농축과실즙, 농축채소즙, 농축과채 즙, 과실주스, 과채주스, 과실음료, 채소음료, 과채음료를 말하며 일반적으로 '주스'라고 불림

- 탄산음료: 탄산가스를 함유하여 마시는 것을 목적으로 하는 탄산음료, 탄산수, 착향탄산음료를 말하며 사이다, 콜라 등이 이에 해당됨

- 기타음료: 캔 커피, 캔 홍차 등의 다 류와 먹는 샘물 등은 일반적으로 음료와 동일하게 인식을 하고 있으며, 기타음료로 분류함

○ 음료업계에서는 점차 다양해지는 음료에 대해 분류가 더욱 어려워지고 있어 음료를 크게 3가지 주스음료, 탄산음료, 기타음료로 나누어 관리하고 있는 것이 일반적임

- 분류 별 품목 동향

구 분		롯데칠성	해태음료	코카콜라	동아오츠카	웅진식품
과실음료		델몬트, 콜드, 쌕쌕 등	썬키스트, 과일촌	미닛메이드, 쿠우	-	자연은, 초록매실
탄산음료		칠성사이다, 펩시콜라	써니텐, 콤비콜라	코카콜라, 암바사	데미소다, 오란씨	-
기타음료	커피	레쓰비, 칸타타	네스카페, 카푸치노	조지아, 일리커피	맥스웰 하우스	-
기타음료	기능성음료	비타파워, 2%부족할 때, 식혜, 고려홍삼	큰집식혜 녹차꿀물	-	멀티비타, 화이브미	아침햇살, 가을대추
기타음료	스포츠음료	게토레이	네버스탑	파워에이드	포카리 스웨트	-
기타음료	다류	실론티, 옥수수수염차	순백차, 까만콩차	네스티, 소켄비차	건강미인차	하늘보리, 옥수수수염차
기타음료	두유	참두	아침두유	-	진두유	-
기타음료	먹는샘물	아이시스, 에비앙	평창빼어날수 봉평샘물	순수100	-	-

출처: 공정거래위원회 (2013. 1. 18)

○ HS Code

- 과실주스(포도즙포함)와 채소주스: HS 코드 2009

- 광수, 탄산수(감미료나 향미 첨가 안 한 것): HS 코드 220110

- 설탕/기타감미료/향미를 첨가한 물(광수와 탄산수 포함, HS 코드 2009품목제외) : HS 코드 2202

□ 주요품종

○ 커피, 두유, 차, 에너지음료

- 2010년 국내 음료시장은 3조 5,000억 원 규모로 전년과 비슷하거나 소폭 신장하였으며, 전년 대비 탄산음료와 주스, 차 음료 시장이 침체기에 빠진 가운데 커피와 생수 시장이 꾸준히 증가하는 추세를 보임

○ 커피

- 2009년 약 5,371억 원 규모였던 커피 음료 시장이 2010년에는 24.7% 가량 성장해 약 6,700억 원을 기록함

- 2009년에 이어 '레쓰비'가 시장점유율 1위를 차지하며 전년과 비슷한 1,100억 원 정도의 매출을 올렸으며, 롯데칠성의 '칸타타'와 동서식품의 '맥심 티오피' 같은 NB캔(New Bottle can) 포장제품의 판매량이 급증함

- 웰빙 트렌드에 따라 매일유업은 칼로리를 줄이고 우유를 빼 커피 본연의 맛을 자랑하는

‘카페라떼 아메리카노 더치’라는 이름의 저칼로리 제품을 출시해 인기를 끔

○ 두유

- 2010년 두유 시장은 직장인들의 아침식사대용으로 인기를 얻으면서 성인용 두유시장의 확대와 프리미엄 제품들의 출시로 전년 대비 10% 증가한 약 3,300억 원을 기록함

- 정식품이 연 매출 1,410억 원으로 약 44%의 시장점유율을 차지하였으며, 삼육식품(24%)과 매일유업(13%)이 그 뒤를 이음

- 웰빙 트렌드에 따라 기존의 두유에 주스, 커피, 과즙 등을 혼합한 신개념 제품들과 더불어 녹차, 팥, 검은콩, 검은깨 등 차별화 된 원료 및 영양성분이 들어간 기능성 두유 제품도 지속적으로 출시되고 있음

○ 차

- 2010년 국내 차 음료 시장은 2,500억 원 규모로 전년과 비슷하거나 소폭 감소함

- 업계 1위 기업인 광동제약(시장 점유율 40% 이상)의 옥수수수염차는 월 1,200만 병 정도를 판매하여 연 매출을 전년 대비 5% 가량 증가시킴

- 2010년 여름 혼합 차, 녹차 시장이 어려움을 겪은 반면, 보리차의 매출이 큰 폭으로 증가하였으며, 웅진식품의 ‘하늘보리’의 경우 전년 6월 대비 45% 매출 상승이라는 기록을 세움

- 건강과 미용에 관심이 많은 소비자들을 겨냥한 마테차 제품들이 출시되고 있으며,

커피전문점에서도 마테 관련 음료를 출시하는 등 전망이 밝음

○ 에너지음료

- 경기불황으로 인한 탄산음료 등 음료시장 주력품목의 매출이 크게 하락하면서 주요 업체들이 '에너지음료'라는 신 카테고리를 선보이며, 국내에도 작게나마 에너지음료 시장이 형성되고 있는 추세임

- 롯데칠성음료의 '핫식스', 해태음료의 '에네르기', 동아오츠카의 'X cocas'등이 대표적임

○ 시장 규모

- 2009년년 국내 음료시장은 전년대비 약 1% 성장한 3조 6,000억 원 규모로 추정됨

- 경기불황으로 인해 상대적으로 가격이 저렴한 탄산음료의 수요가 늘어 매출이 소폭 상승했으며, 커피음료와 생수 매출은 증가한 반면 주스와 차 음료 시장은 위축되는 경향을 보였음

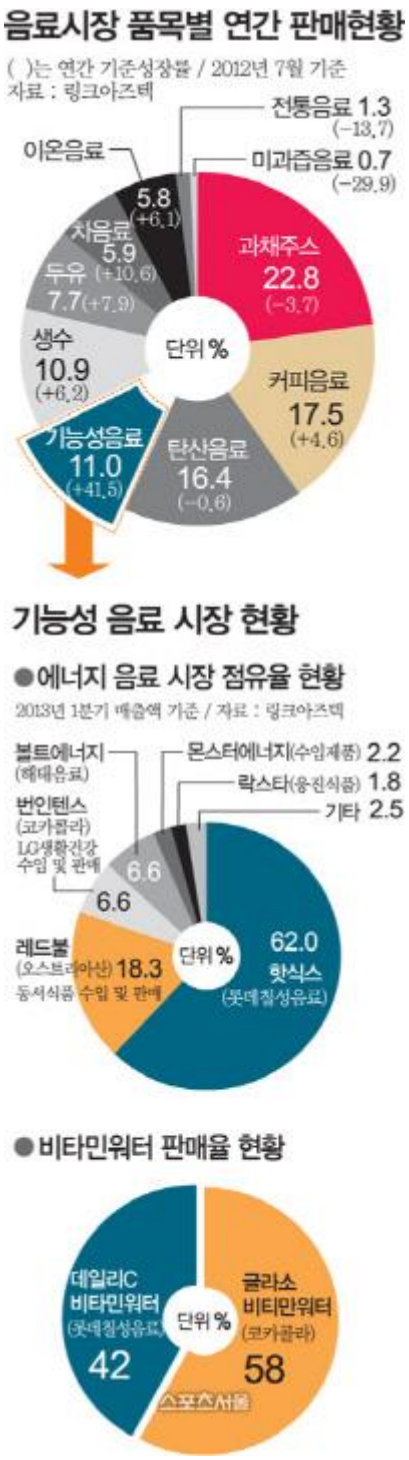
- 분류 별로 보면 과실음료시장은 약 8,100억원(2.7% 감소)으로 23.4%를 차지하고 있으며, 탄산음료시장은 1조 2천억원(9.1% 증가) 33.3%, 기타 음료시장은 1조 5,900억원(2.1% 감소)으로 44.2%를 차지하고 있음

< 한국 음료 시장 규모 >

단위: %, 억 원

구분	과실음료		탄산음료		기타음료		합계	
구분	매출액 (성장률)	비중	매출액 (성장률)	비중	매출액 (성장률)	비중	매출액	비중
2005	9,190(△9.7)	26.9	10,910(△7.3)	31.9	14,050(△2.3)	41.2	34,150	100.0
2006	8,690(△5.4)	25.9	10,210(△6.4)	30.4	14,680(4.5)	43.7	33,580	100.0
2007	8,230(△5.6)	24.4	9,620(△4.0)	28.5	15,910(8.4)	47.1	33,760	100.0
2008	8,321(1.1)	23.4	10,996(14.3)	30.9	16,242(2.1)	45.7	35,559	100.0
2009	8,100(△2.7)	22.5	12,000(9.1)	33.3	15,900(△2.1)	44.2	36,000	100.0

○ 판매 동향

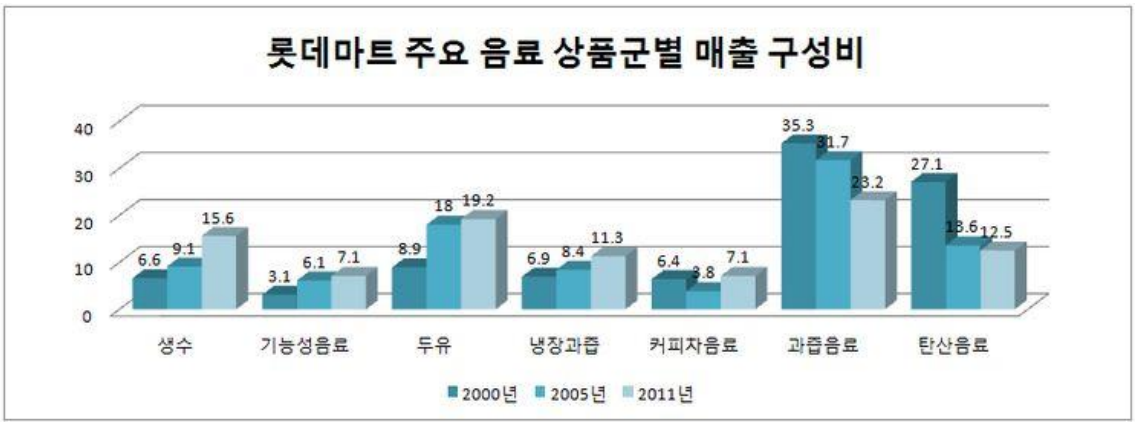


출처: 링크 아즈텍 (http://linkaztec.com/, 2013. 6. 21)

- 20012년 상반기 음료 시장의 판매 동향을 살펴보면, 과채주스와 커피음료, 탄산음료가 음료시장 성장을 주도하고 있음.

- 기능성 음료가 급속도로 성장 하고 있음

○ 유통 동향



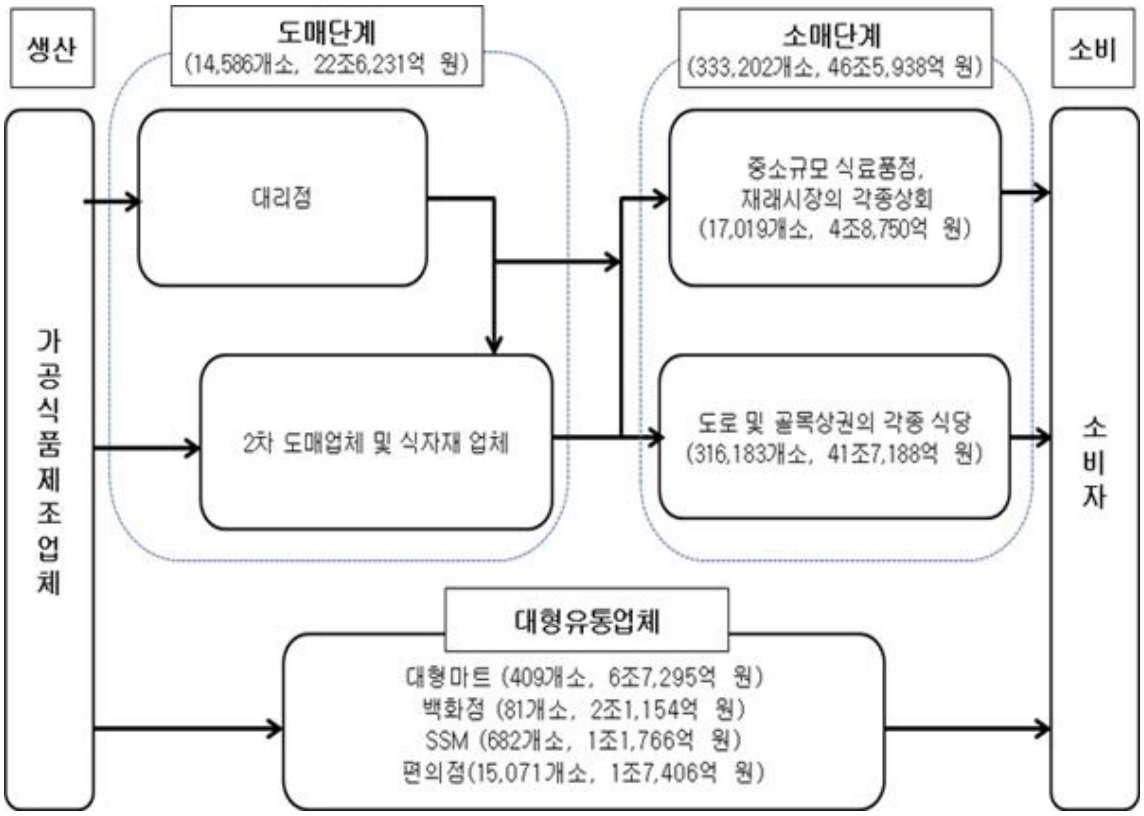
출처: 롯데마트 (www.lottemart.com/, 2013. 6. 21)

출처: 이마트 (2013. 6. 21)

- 음료 카테고리 별 채널 비중 추이를 살펴보면, 롯데마트의 경우 과즙음료, 탄산음료는 감소했으며, 생수, 두유, 기능성 음료 등은 성장 하였음

- 할인점 채널과 대형 편의점 의 중요도가 지속적으로 상승하고 있는 반면, 일반 식품점의 중요도는 감소하고 있음

- 판매 점포 수는 매년 2.5%~2.7%씩 줄어들고 있음



출처: 식품음료신문 (2013. 6. 21)

2. 수출입 동향

□ 수출 동향

○ HS Code: 2009, Fruit Juices Nt Fortified W Vit Or Minls (Incl Grape Must) & Vegetable Juices, Unfermentd & Nt Containg Add Spirit, Whet Or Nt Containg Added Sweeteng

< 한국 과실주스 / 채소주스 수출 현황 >

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	14,236,682	7,976,376	16,947,041	9,221,371
1	Japan	4,795,967	1,978,038	8,053,217	2,657,517
2	Russia	2,844,656	3,502,154	3,039,459	3,945,584
3	China	1,599,302	587,386	1,668,930	496,772
4	United States	1,107,619	584,141	1,373,717	485,196
5	Australia	417,210	262,485	485,342	326,936
6	Taiwan	259,204	76,570	379,614	263,997
7	Philippines	10,782	5,135	296,717	195,075
8	Iran	122,730	18,900	250,796	44,785
9	Kazakhstan	226,366	62,893	242,600	65,490
10	Hong Kong	139,682	49,347	230,522	61,231

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 한국의 과실주스와 채소주스 최대 수출대상국은 일본, 러시아, 중국, 미국, 호주 등이며, 2012년 총 수출액은 16,947,041 달러를 기록함

○ 광수, 탄산수(감미료나 향미 첨가 안 한 것): HS 코드 220110

< 한국 광수, 탄산수 수출 현황>

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	18,360,896	73,826,179	5,485,668	17,148,120
1	Japan	15,082,272	54,362,649	1,814,647	6,403,061
2	United States	1,166,226	2,667,208	921,814	2,100,945
3	China	194,348	438,491	456,004	1,013,593
4	Philippines	192,324	784,904	323,900	1,042,512
5	Hong Kong	194,347	747,167	244,432	975,318
6	Australia	199,128	535,675	224,193	645,441
7	Guam	255,586	793,633	188,370	733,168
8	Indonesia	88,107	452,992	160,666	810,274
9	Northern Mariana Islands	67,802	220,320	111,893	342,144
10	Thailand	140,312	10,526,621	102,480	405,320

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 한국의 물 최대 수출대상국은 일본, 미국, 중국, 필리핀 등이며, 2012년 총 수출액은 5,485,668 달러임

○ HS Code: 2202, Waters, Including Mineral Waters And Aerated Waters, Containing Added Sweetening Or Flavored, And Other Nonalcoholic Beverages Nesoi

< 한국 설탕/기타감미료/향미를 첨가한 물 수출 현황 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	228,463,896	242,310,901	292,141,801	280,120,302
1	United States	37,280,192	43,560,360	53,134,480	52,453,869
2	China	35,156,827	39,612,067	45,852,663	32,021,169
3	Japan	42,044,907	36,715,689	40,757,588	36,430,206
4	Russia	27,388,456	36,010,081	39,789,793	48,891,559
5	Cambodia	5,405,016	5,651,111	16,295,794	15,988,912
6	Iran	12,916,041	13,558,121	7,608,915	7,410,461
7	Mongolia	5,650,616	8,103,217	6,876,372	6,840,330
8	Australia	5,449,815	5,159,834	6,202,591	5,172,886
9	Libya	2,347,079	2,602,181	5,593,343	6,711,311
10	Canada	4,224,890	4,806,060	4,977,800	6,004,400

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 주요 수출국은 미국, 중국, 일본 등이 있음

- 한국의 2012년 설탕/ 기타감미료/ 향미를 첨가한 물의 수출액은 292,141,801 달러임

□ 수입 동향

○ 과실주스(포도즙 포함)와 채소주스: HS 코드 2009

< 한국의 과실주스/채소주스 수입 현황 >

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	176,610,029	68,051,160	203,146,433	71,834,218
1	United States	50,098,763	18,259,034	77,199,530	24,424,761
2	Brazil	41,325,705	17,581,188	31,579,719	12,106,670
3	Chile	23,782,928	9,822,866	25,758,925	9,608,804
4	China	7,468,083	3,800,241	11,718,196	4,930,798
5	Taiwan	8,109,672	1,689,817	10,045,132	1,953,690
6	South Africa	3,540,716	2,767,075	5,166,759	3,879,901
7	Spain	4,941,056	2,250,626	4,982,164	2,193,069
8	Israel	6,693,644	3,178,000	4,852,132	2,151,171
9	Turkey	4,838,771	1,463,065	3,716,061	948,220
10	New Zealand	2,755,660	1,298,863	3,107,293	1,110,367

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 한국의 과실주스와 채소주스의 주요 수입대상국은 미국, 브라질, 칠레, 대만 등이며, 2012년 총 수입액은 203,146,433 달러를 기록

○ 광수, 탄산수(감미료나 향미 첨가 안 한 것): HS 코드 220110

< 한국의 광수, 탄산수 수입현황 >

(단위: 천불, %)

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	8,653,290	12,511,749	8,993,734	17,240,321
1	France	5,758,111	8,974,849	5,924,189	10,711,883
2	Italy	661,344	470,877	1,034,116	1,002,612
3	China	324,827	644,795	635,243	3,595,363
4	Fiji	563,569	544,914	374,269	309,695
5	Canada	196,882	279,367	249,481	279,512
6	United States	149,280	185,250	172,246	541,921
7	Germany	152,749	141,639	152,392	171,660
8	Norway	86,225	44,213	148,595	94,993
9	Japan	412,566	928,742	65,936	220,416
10	United Kingdom	68,249	62,871	61,549	33,253

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 한국의 물 최대 수입대상국은 프랑스, 이탈리아, 피지 등지이며, 프랑스로부터의 수입이 총 수입의 70%를 차지함. 2012년 총 수입액은 8,993,734 달러임

○ HS CODE 2202

- 설탕/기타감미료/향미를첨가한물 (광수와 탄산수 포함, HS 코드 2009품목 제외):

< 한국의 설탕/기타감미료/향미를 첨가한 물 수입현황 >

단위: 달러, I

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	40,432,978	31,029,898	57,291,896	38,801,956
1	United States	18,937,931	8,270,720	19,054,970	11,455,090
2	Austria	2,837,217	771,430	13,133,793	3,790,713
3	Germany	2,266,070	10,425,831	6,148,163	6,985,588
4	France	5,177,334	5,550,519	5,542,361	7,537,625
5	China	924,888	1,045,709	2,458,060	2,633,304
6	Japan	3,262,429	900,540	2,360,751	877,621
7	Italy	1,165,508	616,935	1,932,169	986,845
8	Thailand	804,697	622,118	1,802,604	1,434,762
9	Spain	1,228,201	560,369	974,978	389,018
10	New Zealand	220,735	55,941	787,050	395,297

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 한국의 설탕/기타감미료/향미를첨가한물(광수와 탄산수 포함, HS 코드 2009품목 제외)의 주요 수입대상국은 미국, 오스트리아, 독일, 프랑스 등이며, 2012년 총 수입액은 57,291,896 달러임

3. 브라질 시장동향

□ 브라질 생산동향

○ 온음료

< 커피, 차 생산 추이 >

구 분	2010	2011	2012	2013f	2014f	2015f
커피 생산액 (브라질화, 백만)	10,805	11,836	12,820	14,274	15,896	17,735
차 생산액 (브라질화, 백만)	921.0	1,129.4	1,305.4	1,629.9	2,026.9	2,480.1

출처: Business Monitor Information(2013. 1. 18)

- 브라질의 커피 판매액은 2012년 기준 128억 2,000만 헤알로 전년 대비 약 8.3% 증가함.

- 차 판매액은 2012년 기준 13억 54만 헤알로 전년 대비 약 15.5% 증가함.

○ 주류

< 주류 생산 추이 >

구 분	2010	2011	2012	2013f	2014f	2015f
주류 생산량 (백만 리터)	13,894.22	14,205.79	14,571.34	15,324.48	16,231.43	17,178.38
주류 생산액 (브라질화, 백만)	91,257.55	98,386.99	106,408.61	117,878.88	130,429.31	144,612.41

출처: Business Monitor Information(2013. 1. 18)

- 브라질의 주류 생산량은 2012년 기준 145억 7,134만 리터로 전년 대비 약 2.5% 증가함.

- 생산액은 2012년 기준 1,064억 861만 헤알로 전년 대비 약 8.1% 증가함.

□ 브라질 수입동향

○ HS CODE 2009

- (Fruit Juices Nt Fortified W Vit Or Minls (Incl Grape Must) & Vegetable Juices, Unfermentd & Nt Containg Add Spirit, Whet Or Nt Containg Added Sweeteng)

<브라질 과실주스/채소주스 수입현황>

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	27,640,999	28,045,646	28,194,954	32,446,124	21,393,209	14,348,785
1	United States	16,911,926	22,671,854	13,489,413	25,418,726	4,463,716	7,026,084
2	Peru	9,326	9,414	2,223,438	618,994	4,125,877	943,426
3	Chile	4,478,123	1,375,572	2,518,659	421,229	2,678,193	269,221
4	Argentina	2,195,168	1,308,604	1,445,714	629,624	1,694,416	613,781
5	Mexico	-	-	3,612,112	1,520,333	1,156,947	480,171
6	South Africa	642,710	752,515	1,183,862	1,299,136	1,104,598	1,150,533
7	Philippines	258,892	116,650	1,737,651	621,320	1,067,795	483,865
8	Korea South	367,394	720,647	504,107	843,767	986,264	1,315,311
9	Germany	65,959	31,385	150,954	43,351	720,375	105,106
10	Ecuador	1,379,172	225,000	146,633	25,000	628,898	125,000

출처: Global Trade Atlas(2013. 3. 21)

- 브라질의 과실주스 및 채소주스의 수입량은 2012년에는 21,393,209 달러를 수입함

- 브라질의 최대 수입대상국은 2012년 기준으로 미국이 4,463,716 달러로 1위이며, 페루는

4,125,877 달러로 2위임

○ HS CODE 220110 (Mineral Waters And Aerated Waters, Natural Or Artificial, Not Sweetened Or Flavored)

< 브라질 광수/탄산수 수입현황 >

단위: 달러, ℓ

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	963,171	1,219,330	2,472,818	1,996,569	1,420,837	1,450,785
1	France	387,744	529,775	1,001,675	941,435	762,431	775,646
2	Italy	560,626	640,649	1,238,214	924,366	577,114	621,076
3	Norway	-	-	214,809	109,067	49,935	24,306
4	Portugal	-	-	-	-	23,868	25,437
5	Uruguay	-	-	-	-	7,200	3,960
6	United States	12,625	14,640	18,120	21,701	289	360
7	Japan	102	52	-	-	-	-
8	Finland	2,074	34,214	-	-	-	-

출처: Global Trade Atlas(2013. 3. 21)

- 광수, 탄산수의 수입량은 많은 편은 아니나 증가하는 추세를 보였으나 2012년 수입량이 감소하였음.

- 주요 수입대상국은 프랑스, 이탈리아 임

○ HS CODE 2202

- (Waters, Including Mineral Waters And Aerated Waters, Containing Added Sweetening Or Flavored, And Other Nonalcoholic Beverages Nesoi)

<브라질 탄산수 수입 현황>

단위: 달러, ℓ

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	47,475,209	46,128,848	82,455,817	53,608,496	74,128,450	105,897,570
1	Austria	41,374,788	38,787,186	71,258,255	45,348,357	62,003,531	40,529,767
2	Switzerland	2,383,123	2,240,721	7,411,502	4,665,982	9,218,705	6,015,860
3	Italy	44,281	18,316	71,452	50,911	765,621	568,891
4	United States	901,682	332,392	1,475,141	673,800	538,579	245,357
5	Korea South	151,084	398,779	287,846	632,546	310,080	631,395
6	Malaysia	28,108	18,864	26,138	36,900	225,239	56,686,320
7	Argentina	1,975,328	3,726,915	1,053,761	1,447,523	156,816	279,480
8	Germany	73,815	70,666	117,781	68,750	143,971	120,824
9	Hungary	-	-	-	-	128,425	133,920
10	Poland	98,735	66,240	98,097	66,972	99,795	66,240

출처: Global Trade Atlas(2013. 3. 21)

- 설탕/기타감미료/향미를 첨가한 물의 경우, 2012년 기준 총 수입액은 74,128,450 달러임

- 한국은 브라질의 5위 수입대상국으로, 2012년 310,080 달러의 음료를 브라질로 수출함

□ 브라질 가격동향

○ 브라질에서 판매되고 있는 음료 가격

구분	사진	가격	무게	원산지	제조사
생수		1.70 달러	1.45 파운드	미국	Coca Cola
생수		0.99 달러	1.65 파운드	폴란드	Maine
과즙 음료		3.99 달러	500ml	브라질	Maguary
탄산 음료		1.0 달러	0.9 파운드	브라질	Tudo Pode

출처: Brazilian Food.com (2013. 1. 18)

□ 브라질 유통동향

○ 국내 제품의 경우에는 유통업체들이 제조업체들로부터 제품을 직접 구매하여 전국적으로 분포해 있는 소매 체인점들에 제품을 공급하는 것이 대부분임

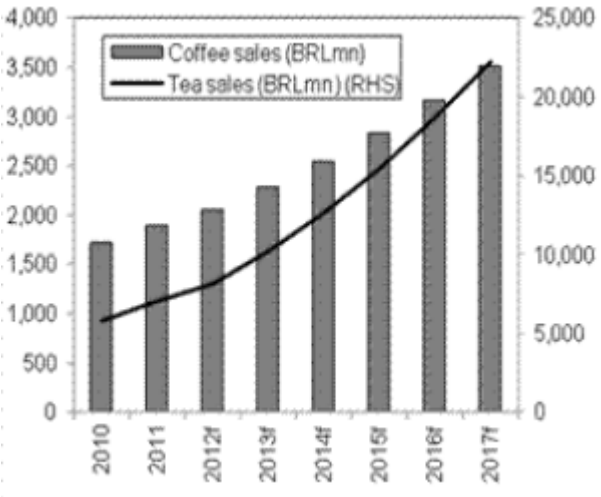
○ 수입품의 경우에는 유통업체가 직접 수입을 하는 것이 아니라 전문적으로 수입활동을 하는 수입상을 통해 수입하는 것이 일반적임

- 월마트 같은 일부 대형 유통업체의 경우 직접 수입을 통해 제품을 구매하기도 함

□ 브라질 소비동향

○ 온음료

< 주류 소비 추이 그래프 >



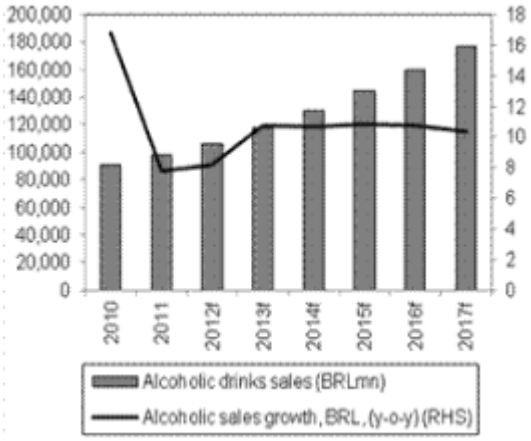
출처: Business Monitor Information (2013. 6. 24)

- 브라질은 세계 최대 커피 생산국임과 동시에 미국에 이어 2번째로 큰 커피 시장을

보유하고 있으며, 브라질 커피연합회의 RTD(Ready To Eat)커피 생산력이 증가함에 따라 생산량과 동시에 소비량도 늘고 있는 추세임

○ 주류

< 주류 소비 추이 그래프 >

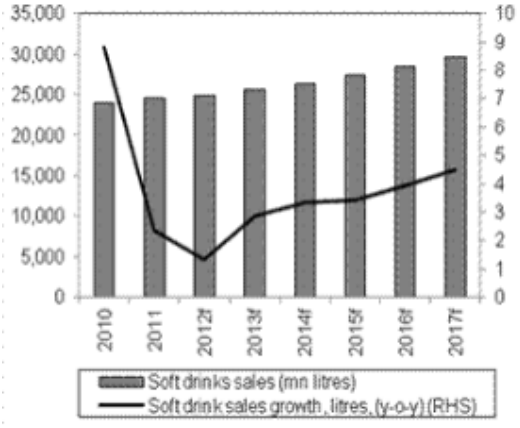


출처: Business Monitor Information (2013. 6. 24)

- 경제성장이 둔화되면서 2010년 호황이었던 주류 시장도 2011년을 기점으로 하락세에 접어들게 됨. 와인시장은 브라질 중산층에서 꾸준한 소비가 이루어져 매출액은 증가 추세에 있음.

○ 청량음료

< 주류 소비 추이 그래프 >



출처: Business Monitor Information (2013. 6. 24)

- 브라질의 기후 특성상 냉 음료를 선호하며 젊은 연령층이 주를 이루었기 때문에 청량음료의 소비가 지속적으로 증가.

<브라질 음료 소비 통계>

단위: 백만 리터

구 분	2010	2011	2012	2013f
탄산음료	15,189	15,522	15,678	16,021
과일주스	1,050	1,133	1,178	1,268
아이스 티	90.5	92.8	94.5	97.5
생 수	7,614	7,757	7,882	8,156
에너지드링크	25.62	27.49	28.37	30.30
청량음료	23,969	24,531	24,860	25,572

출처: Business Monitor Information (2013. 1. 18)

- 과일주스와 에너지 음료, 아이스 티 등의 소비도 이러한 추세를 따르며, 전 품목이 상승 추세에 있음.

☐ **관세율**

HS 코드	품목명	관세율
20099000	혼합주수	14%
22011000	광수, 탄산수 (무첨가)	20%
22021000	광수, 탄산수 (첨가)	20%

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

4. 중국 시장동향

□ 중국 생산동향

○ 중국은 과일 자원이 풍부하여 과일 생산량은 세계 1위인 반면 과즙음료는 1인당 10㎏미만임

- 식품음료신문 fnbnews에 따르면, 중국시장에서 판매되고 있는 과일즙은 대체로 PET, CAN, 유리병 포장이 있으며 포장과 용량이 따라 목표 고객도 서로 다른 것으로 조사

○ 255ml 유리병포장과 1L PET병 포장 제품은 백화점과 슈퍼마켓이 주요 판매처, 330ml의 리러보는 도매시장 및 관광지에서 판매, 600ml 유리병 포장은 주로 식당, 오락장소에서 판매하고 있으며 2L와 2.5L의 PET 포장은 가정용으로 주로 많이 판매

- 중국의 음료 생산업체는 통일적인 생산표준이 없고 관리가 낙후 하다는 공통점을 가지고 있으며, 시장에서 판매되고 있는 80% 이상의 제품은 모두 '과일즙'이라는 표시가 있으나 그들은 농축과일즙을 희석하여 생산한 것임

○ 대부분 제품들은 과일즙의 순도가 15%~20% 미만이지만 제조업체들은 과일즙 성분 100%의 제품이라고 과대 홍보

- 퉁이(統一),투얼(酷兒),캉쓰푸(康師傅),메이르씨(每日C) 등의 판매상황이 비교적 양호한 상황이며, 서남 지역에도 훼이워안(匯源), 코카콜라, PEPSI 콜라 등 과일즙 생산업체가 어느 정도 있음

○ 2012년 1~3분기 중국 음료산업은 전체적으로 하락세를 보임. 1~3분기 총 생산량은

9775.7만 톤, 전년동기 대비 11.2% 증가했으나, 증가속도는 전년 동기보다 10.7%하락.

○ 생산량 증가속도가 하락한 가운데, 음료업계 1분기 생산판매율은 104.1%에서 점차 하락하기 시작하여 금년 상반기까지는 98.9%였고, 1~3분기에는 97.6%. 금년 하반기에 접어들어 재고량이 다소 증가. 지난 9월 말까지, 재고량 합계는 금년 초 보다 37.6% 증가하여, 최근 몇 년 동안의 재고량 중 가장 높은 수치를 기록.

- 1~9월 합계, 일정 규모 이상 기업의 이윤실현 액은 257.6억 위안으로, 동기대비 10.6% 증가하였지만, 증가속도는 전년동기 보다 15.9% 하락.

- 금년 규모이상 공업기업의 이윤실현 액은 전년동기 보다 1.8% 수준 하락하였다. 음료업계 이윤율 수준은 여전히 높았으며,1`9월 7.3%에 달했고, 규모이상 공업기업의 이윤율인 5.4% 수준 보다 높음.

○ 2012년 9월말까지 중국 음료업계 중, 음용수, 탄산음료, 차 음료, 냉차(凉茶), 과일주스, 기능성음료의 전체 판매액 비중은 각각 25.65%, 21.91%, 16.36%, 7.21%, 22.24%, 6.63%.

- 최근 몇 년간, 중국 음료제품 구조는 꾸준한 변화하였다. 건강음료 비중이 증가했으며, 탄산음료 판매액이 뚜렷한 하락세.

- 각 음료수 별 점유율을 보면, 식용 수, 과일주스, 탄산음료의 시장점유율이 각각 모두 20%가 넘음. 차 음료, 냉차, 기능성음료의 점유율은 작년 보다 다소 증가.

□ 중국 수입동향

< 과일, 채소주스: 2009 >

단위: 천 달러, %

순위	국가명	2011		2012	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	228,404	37.1	218,141	-4.5
1	브라질	129,148	58.3	107,405	-16.8
2	이스라엘	34,018	45.9	33,388	-1.8
3	미국	14,951	-15.3	16,836	12.6
4	아르헨티나	4,504	-21.2	9,028	100.4
5	덴마크	6,980	40.2	8,185	17.3

출처: KITA (2013. 1. 18)

< 광수, 탄산수: 220110 >

단위: 천 달러, %

순위	국가명	2011		2012	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	18,798	29.6	20,417	8.6
1	프랑스	13,019	34.6	10,531	-19.1
2	이탈리아	2,288	7.1	4,080	78.4
3	한국	1,352	302	1,856	37.3
4	피지	447	12.1	1,274	184.7
5	뉴질랜드	123	112.5	365	197.5

출처: KITA (2013. 1. 18)

- 과일, 채소주스는 4.5%의 감소를 보이고 있으며, 브라질과 이스라엘을 제외하고 전체적인 증가추세.

- 광수, 탄산수는 8.6%의 증가를 보이고 있으며, 프랑스로부터 1,053만 달러, 이탈리아로부터 408만 달러 수입

< 설탕, 기타 감미료, 향미를 첨가한 물: 2202 >

단위: 천 달러, %

순위	국가명	2011		2012	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	62,525	14.1	93,616	49.7
1	한국	20,065	19.1	32,464	61.8
2	대만	21,198	-2.5	24,856	17.3
3	말레이시아	3,566	221.5	9,665	171
4	태국	2,805	75.1	5,398	92.4
5	미국	3,266	76.8	4,269	30.7

출처: KITA (2013. 1. 18)

- 설탕, 기타 감미료, 향미를 첨가한 물은 49.7%의 증가를 보이고 있으며, 한국은 3,246만 달러, 대만과 말레이시아로부터 각각 2,485만, 966만 달러를 수입.

□ 중국 가격동향

○ 중국 yihaodian.com 북경 점 가격

제품명	가격	무게	원산지
茉莉清茶	2.20위안	500ml	중국
康师傅 冰红茶	4.50위안	500ml	중국
동서 보리차	7.44위안	500ml	한국

출처: yihaodian.com 북경점(2013. 1. 18)

- 2011년 10월 기준 중국 북경 마트에 따르면, 500ml 중국 차 음료 가격은 2.20위안~4.5위안인 반면, 한국 차 음료 가격은 7.44위안으로 다소 높은 편임

○ 과실주스와 채소주스

제품명	가격	무게	원산지
美汁源 热带果粒	2.90위안	420ml	중국
果缤纷 沁甜梅莓美味	2.90위안	450ml	중국
롯데 쌕쌕 오렌지	6.50위안	238ml	한국
롯데 쌕쌕 포도	4.90위안	238ml	한국

출처: yihaodian.com 북경점(2013. 1. 18)

- 중국의 음료는 가격은 올리지 않지만, 같은 가격임에도 500ml에서 450, 420ml로 소형화되어 가는 추세임

- 한국음료가 238ml로 용량이 적음에도 불구하고, 가격은 중국 음료보다 높은 편임

○ 중국에서 판매되고 있는 음료 가격

구분	사진	가격	무게	원산지	제조사
생수		6위안	540g	프랑스	Danone France
탄산수		11.9위안	1.6kg	이탈리아	Pictorial

두유		22.9위안	998g	미국	White Wave Foods
맥주		6위안	2 Oz	네덜란드	Heineken
과즙 음료		48.9위안	2.6kg	호주	BERRI
탄산 음료		8.6위안	350gl	미국	Coca Cola
에너지 음료		4.8위안	299g	중국	Day filled with drinks

출처: Amazon.com(2013. 1. 18)

□ 중국 유통동향

○ 유통구조

- 직접판매방식: 생산업체가 직접 유통하는 방식으로 가격이 안정적이며 통제가 가장 효과적이나 도시에 제한되고 인력과 비용 투입부담이 큼

- 네트워크 방식: 농촌과 중·소도시에 적합하며 인력과 비용 부담이 적고 판매지역이 넓은 반면 가격혼란과 구역충돌이 쉽게 발생

- 플랫폼식 방식: 베이징, 상하이 등 인구가 밀접한 대도시에 적합하며 책임범위가 명확하고 엄격하여 판매망이 안정된 반면 생산업체가 직접 관리하여 많은 관리 인원 필요

- 농산물 도매시장에서 주변지역 판매 방식: 유통이 자유롭고 행정구역의 제한 받지 않으나 판매망과 고객이 유동적이고 가격경쟁이 쉽게 유발되며 사후관리 취약

○ 유통규격

- 과즙음료의 주요 포장은 PET 병, 캔, 유리병, 팩 등이며 그 중 팩 포장 비율이 높고 규격별로는 250~500㎖가 30%, 501~1,000㎖가 20% 이상, 1,000㎖이상제품은 50%로 가장 높음

□ 중국 소비동향

○ 한국산 과즙음료는 100%과즙음료보다 30%이하 과즙음료가 많음

○ 제품이 다양하고 포장 디자인이 우수하여 젊은 층이 선호

○ 그러나 대부분 수입 원료로 가격이 높고 과즙함량이 높거나, 열대 과일음료는 타 수입산에 비해 인지도가 낮은 단점

○ 소비자가 구매하는 첫 번째 요소는 영양임

- 선호하는 브랜드는 匯源(Huiyuan) 36.9%, 統一(Uni-President) 26.9%, 美汁源(MinuteMaid)16.2% 순으로 집계

- 중국 최대 음료시장은 광둥(廣東), 하이난(海南), 푸젠(福建), 쩌쟝(浙江) 등 연해지역이라고 할 수 있으며 안후이(安徽), 후난(湖南), 꾸이쩌우(貴州) 등 지역은 소비량이 적은 편

- 주택인근에 위치한 대형 할인매장, 슈퍼마켓, 편의점 등은 과일즙의 주요 판매장소이며, 과일즙 구매 시 55.2%의 소비자들은 슈퍼마켓을 가장 많이 이용하고 다음으로 편의점, 백화점, 부식 가게에서 구매

- 중국의 과일즙 시장은 저급 저가, 중급 중가, 고급 고가 등 3개 등급으로 확연히 구분되어 있는데, 저급 저가 제품의 주요 소비층은 보통 소득의 일반 가정 주부가 위주이며 고급 고가의 제품은 주로 수입산 제품이 차지하고 있는데 판매량은 많지 않음

- 고가 제품은 대부분 100% 천연과즙으로 주요 소비자는 외국인, 베이찡(北京), 상하이(上海), 광쪼우(廣州) 지역의 고소득자들

- 대부분의 소비자는 소량구매, 수시 구매 방식이 위주이며 습관에 따라 구매하여 바로 마시는 경우도 많으며, 목이 말라 과일즙을 마시는 소비자는 75%이상을 차지하는 등 일상적으로 구매하거나 대량 구매하는 경우는 적음

○ 최근 5년 간, 중국 도시와 농촌 주민들의 수입수준이 향상됨에 따라, 주민의 음료 소비지출 또한 지속적으로 증가.

- 2007~2011년 기간 도시주민의 일인당 평균 연간음료소비 지출액은 각각 74.92위안, 81.51위안, 94.03위안, 97.21위안, 105.44위안. 이와 비교해 농촌주민의 일인당 평균 연간음료소비지출액은 각각 17.5위안, 19.9위안, 22.9위안, 26.6위안, 35.9위안.

- 지역 간의 경제발전수준, 소비수준 및 소비습관 등의 차이로 인해, 음료시장 발전 또한 불균형을 이루었으며, 중국 동부지역 음료소비가 중서부지역 보다 한참 높음.

□ 중국 향후 소비, 발전추세

○ 과즙함량이 높고, 복합 과즙 및 과일채소음료, 우유혼합 과즙음료를 선호

○ 중국 구매동향

- 원재료 선호도는 오렌지 36.5%, 딸기 29.3%, 복숭아 19.8%, 사과 14.4%, 포도 13.8%, 파인애플 12.0%, 키위 9.0% 순으로 나타남

○ 음료산업 발전 추세

- 과거 10년간의 중국 음료산업 평균 증가속도, 2012년 1~9월 발전상황 및 중국 음료공업협회의 «중국음료산업“12.5”발전계획에 대한 건의»향후 5년에 대한 예측 등 여러 요소들을 종합적으로 고려하여 알 수 있듯이, “12.5”기간 중국 음료산업 생산량은 10~15%의 속도로 증가할 가능성이 매우 높음.

- 매년 10%의 증가율로 추산해 보면, 중국 음료생산량은 2015년 1.7억 톤, 매년 15%의 증가율로 추산해 보면, 2015년 2.1억 톤을 넘을 것으로 전망.

- 음료시장을 세분해 보면, 현재 과일, 야채쥬스 및 과일·야채음료, 탄산음료, 광천수 제품이 음료세분시장에서 상위 3위를 차지하는 제품. 최근 몇 년간 탄산음료의 시장점유율이 점차 하락세를 보이고 있고, 유산균 음료 및 단백질음료의 시장점유율은 성장잠재력이 양호하며, 기능성음료와 건강음료는 비교적 빠른 성장세를 보임.

□ 관세율

<2013년 중국 음료 관세율>

단위: %

HS 코드	품목명	관세율		
2009110000	냉동한 오렌지 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	MFN	세금 추가 비율	통관 조건
		7,5	17	B
2009120000	오렌지 쥬스 (냉동하지 않은 것으로서 브릭스[brix] 값이 20을 초과하지 않는 것)(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	30	17	AB
2009190000	기타 오렌지 쥬스 (브릭스[brix] 값이 20을 초과하는 것) (미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	30	17	AB
2009210000	그레이프후르트 쥬스(포멜로우를 포함한다) (20브릭스를 초과하지 않은 것)(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	15	17	AB
2009290000	그레이프후르트 쥬스 (포멜로우를 포함한다) (20브릭스를 초과하는 것)(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	15	17	AB
2009311000	20 브릭스를 초과하지 않는 레몬쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	18	17	AB
2009319000	20 브릭스를 초과하지 않는 기타 미혼합의 감귤류 쥬스 (미발효 및 알쿨 무첨가에 한한다. 레몬즙은 제외한다.)	18	17	AB
2009391000	20 브릭스를 초과하는 레몬쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕	18	17	AB

	및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)			
2009410000	20 브릭스를 초과하지 않는 파인애플 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	10	17	AB
2009490000	20 브릭스를 초과하는 파인애플 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	10	17	AB
2009500000	토마토 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	30	17	AB
2009610000	30 브릭스를 초과하지 않은 포도쥬스(포도즙을 포함한다)(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009690000	30 브릭스를 초과하는 포도쥬스(포도즙을 포함한다)(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009710000	20 브릭스를 초과하지 않는 사과쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009790000	20 브릭스를 초과하는 사과쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009810000	크랜베리 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가에 한한다, 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다.)	20	17	AB

2009891200	미혼합 망고쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009891300	미혼합 패션후르츠 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009891400	미혼합 석류 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009891900	기타 미혼합 과일쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009892000	기타 미혼합 채소 쥬스(Juice of vegetable)(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009901000	과실 혼합 쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2009909000	혼합 채소주스, 과일 및 채소 혼합쥬스(미발효 및 알콜 무첨가 한 것에 한한다. 설탕 및 기타 단맛을 내는 물질의 추가 여부는 상관없다)	20	17	AB
2201101000	설탕 혹은 기타 감미료를 첨가하지 않은 광천수 (천연 혹은 인조 광천수를 포함한다)	20	17	AB

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

□ 중국 통관 및 수입검사

○ 통관절차: "식품안전법“에 의거 수입식품은 출입국검험검역기구 검사에 합격 후 통관

○ 수입검사: 수입업체 또는 대리상은 통관신청서, 계약서 또는 신용장, 영수증과 포장명세서, 포장기능표, 원산지 증명, 위생평가서류, 생산업체 합격증, 중문 라벨 샘플, 라벨 중문 번역본 등을 제출해야 하며 검사검역원이 서류심사를 진행한 후 검사검역을 진행

※ 검역은 과채즙음료 위생표준(GB19297-2003)에 의거 진행

- 중국수출입검연국의 «식품 수입 표시 및 검사 관리방법(进出口食品标签管理办法)»규정에 따라 반드시 사전 심사허가를 받아야 하며 중문 표시가 있어야 함. 우선 «수입식품 표기 심사허가증서(進出口食品標簽審核證書)»를 취득해야만 관련 기관의 검역검사를 받을 수 있음

- 중국검험국의 검사를 받고 «수입식품 위생합격증(進出食品衛生證書)»을 취득. 동 증서는 중국의 검험검역기관이 수입식품에 대해 검사검역을 진행한 후 발급하는 합격증이며 식품포장에 “CIQ” 마크 사용을 허락함. “CIQ” 마크를 취득해야 하는 수입식품으로는 술, 음료수, 우유제품, 사탕과자, 초콜릿, 통조림, 견과 및 정형 포장의 식용유 등을 포함하고 있음. 중국시장에서 수입식품판매 시 우선 CIQ 마크를 취득해야 함 [KOTRA 제공]

- 포장규정: 중문 라벨이 반드시 있어야 하며 식품명칭, 원료 리스트, 원료 정량 표시, 고형물 함량, 제조사와 대리상의 명칭과 주소, 날짜표시와 저장설명, 품질등급 등이 표시되어야 함

○ 향미를 첨가한 물 및 무알콜 음료: HS code 2202

< 음료 통관비용 구성 >

단위: %, 1000g 당

구분	합계	관세	누진세
음료	37~117	20~100	17

- 중국 본토로 수출할 경우, 발생하는 비용은 최저관세 20%, 최고 관세 100%, 누진세 17%로 제품 가의 37~117% 수준

○ 과실주스와 채소주스: HS Code 2009

< 음료 통관비용 구성 >

단위: %, 1000g 당

구분	합계	관세	누진세
음료	47~107	30~90	17

- 중국 본토로 수출할 경우, 발생하는 비용은 최저관세 30%, 최고 관세 90%, 누진세 17%로 제품 가의 47~107% 수준

5. 미국 시장 동향

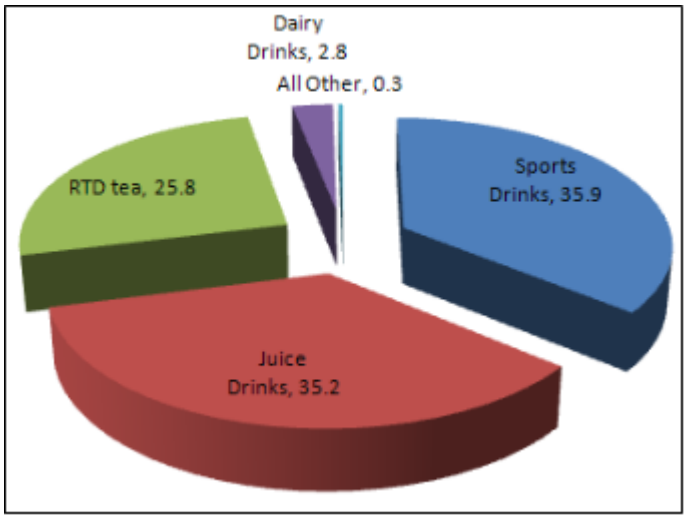
□ 미국 생산동향

○ 비 탄산 음료

- 2008년 자료에 따르면 미국은 1993년 이후 처음으로 비 탄산음료 생산량이 감소한 것으로 나타났음. 생산물량을 보면 2008년에 26억 박스로 전년의 26억 4천 박스에 비해 1.4% 감소하였음

○ 비 탄산음료 가운데 스포츠용 주스, 주스음료는 감소하였는데 반해, RDT(Ready to Drink) 차는 약간 증가하였으며, 유제품이 들어 있는 Dairy 음료 역시 생산물량이 늘어난 것으로 분석되었음

< 비 탄산 음료 부문별 시장점유율(%) >



자료: Beverage Digest Fact Book 2009

- 펩시사에서 생산하는 게토레이드는 지난해 부진을 겪은 것으로 나타났음. 비 탄산음료로 잘 알려진 게토레이드는 펩시코사 매출에 큰 비중을 차지하고 있었으나, 지난해 생산물량은 4.8% 하락했으며, 펩시코사가 취급하고 있는 다른 브랜드 역시 5.6% 감소해 전반적인 생산물량 감소에 영향을 미친 것으로 조사되었음

- 코카콜라사는 이에 반해 2008년 좋은 성적을 보였는데, 이는 2007년 중반에 비타민 워터로 유명한 Glaceau 사를 인수함으로써 비 탄산음료의 매출이 크게 늘어 난데 기인하였음

- 2008년 비 탄산음료의 소매매출은 230억 달러로 전년에 비해 0.5% 증가한 것으로 나타났음

< 미국 10대 비 탄산 음료회사(2008년) >

비탄산음료 유통물량					
회사명	시장점유율	전년대비	생산량대비	'08 생산박스수	'07 생산박스수
PepsiCo	47.6	-2.1	-5.6	1238.6	1311.6
Coca-Cola Co.	28.1	+3.0	+10.4	731.7	662.8
Arizona	8.4	+1.1	+13.1	218.7	193.4
Dr. Pepper Snapple	5.4	-0.4	-8.1	140.0	152.4
Sunny Delight	1.2	-0.1	-13.4	30.7	35.4
Hansen	0.8	-	+7.8	20.8	20.3
Ocean Spray	0.7	-	+6.6	18.9	17.7
Nestle	0.4	-0.3	-33.0	11.7	17.5
Cott	0.4	-0.1	-5.0	11.4	12.0
Big Red	0.2	-	+13.0	4.9	4.5
그 외	6.7	-1.1		173.9	211.8
			-1.4	2,601.3	2,639.4

자료: Beverage Digest Fact Book 2009(2013. 1. 4)

○ 냉장 주스

- 비 탄산음료 카테고리 가운데 냉장음료는 최근 가장 강세를 보이고 있는 음료시장이라고 할 수 있음

- 2008년 코카콜라사가 냉장주스와 주스음료시장에 내놓은 물량은 17% 늘어났는데, 이에 반해 펩시코사는 생산량과 시장점유율이 동반 하락한 것으로 나타났음

- 펩시코사는 트로피카나 오렌지 주스를 주로 판매하면서 물량이나 매출에서 모두 앞서가고 있으나, 코카콜라 역시 심플리 브랜드를 통해 펩시코사와의 격차를 많이 줄였음

- 코카콜라는 주스에서는 34%, 주스음료에서는 43.2%의 상승률을 기록하였으나, 펩시코사가 아직도 여전히 냉장주스에서는 리더라고 할 수 있음

< 냉장보관 주스 및 주스음료 생산동향(2008년) >

업체명	물량점유율	시장점유율+/ -	물량 +/ -	매출 점유율
PepsiCo(Tropicana, Dole)	24.7	-1.9	-7.4%	34.5
Coke(Minute Maid, Simply)	22.8	+3.3	+16.6%	26.2
Private Label	18.3	-0.1	-0.9%	13.5
Marbo	8.1	-0.4	-5.5%	2.6
Sunny Delight	6.9	+0.1	+1.1%	5.3
Citrus World(Florida's Natural)	6.1	-0.1	-2.1%	7.8
Welch's	2.0	flat	-1.0%	2.0
Dean Food	1.4	-0.3	-15.7%	1.1
Turkey Hill	0.8	+0.1	+21.3%	0.6
Other Brands	8.8	-0.6	N/A	6.5
전체	100.0	N/A	-0.2%	100
냉장용 보관 주스				
Tropicana	33.3	-2.5	-7.1	38.6
Private Label	20.4	+0.4	+1.8	14.6
Minute Maid	13.1	-0.3	-2.3	12.8
Simply	10.6	+2.7	+34.0	13.0
Florida's Natural	9.6	-0.3	-3.2	9.7
전체	N/A	N/A	+5.4	N/A
냉장용 보관 주스 음료				
Sunny Delight	16.8	+0.2	+1.1	22.0
Minute Maid	16.2	+3.2	+24.4	18.1
Private Label	15.7	-0.8	-5.0	10.5
Welch's	5.1	-0.3	-6.1	8.8
Tropicana	4.2	-1.1	-21.1	5.2
Simply	3.9	+1.2	+43.2	8.1

자료: Beverage Digest Fact Book 2009(2013. 1. 18)

□ 수입동향 (미국)

< 과일, 채소주스: 2009 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	1,962,204,936	n/a	1,915,638,379	n/a
1	China	558,804,981	1,400,619,772	634,817,208	1,530,975,093
2	Brazil	349,913,213	589,855,573	313,050,716	603,338,651
3	Argentina	305,864,463	740,740,095	236,482,816	506,094,008
4	Mexico	216,290,255	492,513,413	189,511,940	383,263,780
5	Costa Rica	48,457,075	105,810,320	75,670,788	155,369,396
6	Chile	76,547,350	164,560,591	71,444,558	134,298,646
7	Philippines	73,514,611	155,234,021	67,597,186	138,355,876
8	Canada	60,723,828	69,338,047	66,051,439	64,655,381
9	Turkey	31,184,274	18,645,568	37,490,849	34,232,310
10	Thailand	39,420,230	80,755,696	35,334,232	82,818,092

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

< 광수, 탄산수: 220110 >

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	287,188,411	462,504,454	275,089,255	398,362,166
1	France	89,126,634	156,656,454	105,601,350	169,549,821
2	Italy	90,143,740	130,513,062	92,961,215	130,355,301
3	Norway	25,147,988	12,895,328	33,848,495	17,466,466
4	Mexico	15,622,254	31,041,004	16,680,477	35,573,961
5	Germany	7,004,695	8,324,401	6,757,950	7,620,412
6	Iceland	8,265,601	12,420,756	6,625,442	10,953,586
7	United Kingdom	3,526,148	3,386,923	2,780,966	2,662,380
8	Poland	2,070,689	9,634,657	1,961,906	9,791,162
9	New Zealand	1,717,485	1,779,618	1,896,348	1,775,952
10	Portugal	1,284,597	2,306,188	1,283,426	2,520,145

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 과일, 채소주스의 총 수입액은 1,915,638,379 달러를 기록

- 광수, 탄산수는 7.8%의 감소를 보이고 있으며, 프랑스로부터 105,601,350 달러를 기록

< 설탕, 기타 감미료, 향미를 첨가한 물: 2202 >

단위: 천 달러, %

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	1,690,986,227	1,314,531,218	2,024,146,149	1,536,387,478
1	Switzerland	445,185,746	181,505,026	543,802,424	222,250,501
2	Austria	460,998,351	190,176,010	529,067,433	218,019,688
3	Mexico	261,206,864	377,725,048	273,846,314	393,946,583
4	Canada	125,599,962	173,557,778	153,831,036	193,627,138
5	Thailand	91,427,457	84,661,308	114,667,645	112,009,740
6	Italy	44,945,180	44,428,709	61,492,436	58,530,882
7	Korea South	42,334,018	48,158,087	59,663,147	69,060,729
8	France	28,687,125	33,023,747	30,673,793	34,052,020
9	Japan	21,219,061	12,010,474	27,687,953	17,061,778
10	China	13,788,435	12,139,463	24,416,366	16,193,267

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 5)

- 설탕, 기타 감미료, 향미를 첨가한 물의 총 수입액은 2,024,146,149 달러를 기록

□ 미국 유통동향

○ 현지 유통구조

- 일반적으로 탄산음료를 판매하는 코카콜라와 펩시코사가 다른 음료회사들과 합병인수를 통하여 미국 내 유통·공급시스템을 장악하고 있기 때문에, 탄산음료와 비탄산음료의 유통구조는 유제품 음료를 제외하고는 차이가 없음

- 지난해 미국 내 탄산음료 부문의 시장점유율을 보면 아래의 표와 같이 구분할 수 있음

< 2008년 탄산음료 판매채널 >

(단위: %)

구 분	2008	2007	시장점유율변화
수퍼마켓	28.7	29.3	-0.6
푸틴(식당에서 판매하는 계수식)	23.2	23.3	-0.1
클럽스토어	16.3	15	1.3
자동판매기	12.9	13	-0.1
편의점/유류편의점	11.3	11.6	-0.3
작은식품점	3.5	3.6	-0.1
드럭스토어 체인	2.1	2.1	flat
달러스토어	1.2	1.1	0.1
그 외	0.8	1	-0.2

- 과일주스나 주스음료의 FDMx 판매에서 슈퍼마켓은 60% 정도를 차지하고 있음. 2006-2008년중 대형 유통업체들이 차지했던 시장점유율은 점차 축소되고 있는 것으로 나타났음. Mintel의 조사에 의하면 소비자들이 과일 주스와 주스음료를 살 때 고려하는 것은 '새로운 맛'인데, 이런 맛을 고려한 제품은 대형 유통업체보다는 일반 슈퍼마켓이 더 다양하게 보급하고 있는 것으로 나타났음.

- 드럭스토어는 2006-2008증 2억 5,500만 달러의 매출을 올려 14% 신장하였음. 탄산음료나 바틀워터의 경우 패스트푸드 레스토랑에서 구매가 가능했지만 과일주스와 주스음료의 경우 대부분 드럭스토어나 편의점에서만 구매가 가능했던 것으로 조사되었음

- 현재 주스와 주스음료를 공급하고 있는 업체들은 브랜드 회사인 코카콜라나 펩시코사로트로피카나 미닛메이드 등과 같은 비 탄산음료를 유통시키면서 사실상 모든 유통라인을 움직이고 있기 때문에 수입산 주스나 주스음료를 판매, 유통하기는 쉽지 않음

- 수입산 주스음료는 일반적으로 다음과 같은 유통경로를 통해 공급되고 있음

A. 수입업체 → 도매업체 → 소매업체

B. 도매업체 → 음료전문 유통, 배송업체 → 소매업체

□ 미국 소비동향

○ 미국 음료시장 전반은 경기침체의 영향을 크게 받지 않는 것으로 조사되고 있으며, 특히 높아진 건강에 대한 관심이 음료 소비에도 반영되면서 저칼로리, 무설탕 음료 및 생수 시장의 신장세가 뚜렷한 것으로 나타남.

- 또한 체내 항상성을 유지시키고 각종 질병의 예방과 치료에 효능이 있는 기능성 음료의 수요가 급부상.

○ 기능성 음료 시장

- 기능성 음료란 대표적인 예로 비타민을 강화하거나, 식물성 추출물을 이용해 신체에 활력을 주거나 질병 치료 효과 및 체중 감소 효과를 내는 음료를 지칭.

- 또한 건강음료, 건강보조음료라고도 하며 여러 가지 생리 활성물질을 함유하여 생체조절기능을 나타냄으로써 일반적인 음료의 기능인 영양공급, 감각 충족, 갈증 해소 이외에 예방 의학적으로 건강증진 효과가 기대되는 음료를 총칭.

- 전문 리서치 업체인 Zenith에 따르면 2015년 까지 미국 기능성 음료시장은 전체 음료 소비의 25%까지 신장할 것으로 예측하며, 연간 일인당 8리터 정도를 소비할 것이라고 예상.

○ 대형 음료 업체의 투자 증대

- 코카콜라, 펩시등 대형음료업체들은 기능성 음료에 대한 투자를 늘리고 있으며, 마케팅 홍보 비를 증액하는 등 젊은 소비층을 잡기 위해 노력. 코카콜라의 경우 Glaceau's vitaminwater, Fuze, Zico 등과 같은 기능성 음료가 인기를 끌고 있으며, 펩시의 경우, Izze Natural Soda, Naked Juice, Amacoco등의 기존의 음료에 기능성 성분이 포함된 제품을 출시. 그 밖에 Arizona, Hansen, Ocean Spray, Nestle, Cott 업체 등이 특화된 기능성 음료을 가지고 소비자들을 잡기 위해 노력.

○ 기능성 음료의 가능성

- 기능성 음료 시장은 아직도 신상품 개척 가능성이 높은 단계이며 소비량 성장속도도 매우 빨라 업체들의 집중 투자분야로 떠오름. 특히 탄산음료 시장이 점차 줄어들면서 소비층이 기능성 음료 쪽으로 이동할 것으로 예상됨에 따라 이런 추세에 맞는 미국 시장 진출 전략이 필요.

- 또한 이를 위해서는 현지 소비자에 대한 시장 조사 및 마케팅 전략 강화가 절실히 요구되는데, 특히 여성층에 인기를 끌고 있는 기능성 음료에 대한 분석과 상품화가 가능한 성분을 연구 개발해 미국 소비자 층을 공략해야 할 것으로 보임. 또한 남성 소비자들이 선호하는 에너지 드링크 시장에 접근하기 위해서는 남성 소비자들에게 인기를 끌고 있는 농축 프로테인 성분 포함 음료와 스트레스 저하 성분 포함 음료 등에 연구 개발이 시급하며 스포츠와 연계된 마케팅 전략도 연구해야 할 것으로 보임.

- 아울러 한국산 제품이 미국시장에 진출하기 위해서는 포장용기 크기, 재질, 디자인에서부터 맛과 향, 그리고 선호 원재료 등에 대한 전반적인 조사가 반드시

이루어져야 하며, 미국시장에 맞는 마케팅 전략도 필수적으로 요구.

- 2000년대 초반부터 과일주스와 주스음료는 바틀워터나 과일맛 '바로마시는차(RDT)'와 같은 비 알코올음료와 경쟁을 해왔음. Mintel의 설문에 따르면 과일주스와 주스음료를 마시지 않는 소비자들의 20% 정도는 맛이 가미된 바틀워터 등을 선호하는 것으로 나타났음. 특히 과일주스와 주스음료 대신 비타민이 첨가된 물과 티를 기본으로 한 과일주스를 마시기 시작하면서 전체 소비자들의 6-8% 정도가 일년 전에 비해 과일주스나 주스음료를 덜 마시고 있는 것으로 나타났음. 지난 2005-2007년중 과일주스와 주스음료 시장이 4% 감소한 반면 바틀워터, 스포츠·에너지 드링크, 바로마시는차(RDT)는 각각 19%, 51%, 46% 증가한 것으로 나타났음

< 미국 내 RDT 비 탄산음료 매출현황 >

(단위: 백만 달러, %)

	2005		2007		Change 2005~2007
	금액	%	금액	%	%
과일주스와주스음료	15,013	45.5	14,434	37.4	-3.9
바틀워터	9,240	28	11,035	28.6	19.4
스포츠/에너지음료	6,631	20.1	10,019	26	51.1
RTD차와 커피	2,133	6.5	3,115	8.1	46.1
Total	33,017	100	38,603	100	16.9

자료: Mintel's estimates based on U.S. Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Surveys (2013. 1. 18)

- 소비자들은 바틀워터가 가장 건강한 비 알코올음료로서 과일주스보다 우위에 있다고 생각하는 것으로 나타났음. 비 알코올음료를 구매하는 소비자들의 33%가 과일주스를 가장 건강한 음료로 생각하는 반면, 약 45%는 바틀워터를 건강음료로 생각하는 것으로 나타났음.

게다가 소비자들은 칼로리가 없는 과일 맛 음료, 즉 향미 바틀워터에 많은 관심을 보이고 있는데, 이는 과일주스와 주스음료 시장의 위협요소가 되고 있는 것으로 분석되었음

- 과일 향이 첨가된 바틀워터에 비타민이나 각종 미네랄이 광범위하게 첨가되면서 체중 조절과 미용에까지 효과를 보이는 기능성 음료로서 각광을 받고 있음. 과일주스와 주스음료를 마시던 소비자들 중 8%가 향미 바틀워터 쪽으로 옮겨간 것으로 보고 있음. 이에 따라 많은 음료회사들은 향미된 바틀워터의 위협에서 벗어나기 위한 방법으로 아이들을 타켓으로 한 혁신적인 제품을 출시하고 있음.

- RDT 역시 과일주스와 주스음료의 위협 요소임. 차의 경우 노화방지를 비롯한 건강적인 측면이 부각되고 있는데, 더욱이 차는 역시 과일주스, 비타민, 미네랄 등을 첨가하여 건강을 비롯한 다양한 컨셉을 타깃으로 하고 있음

- 건강 탄산음료는 비타민과 미네랄 성분 함유를 강조하고 있음. 소다 제조업자들은 고과당 옥수수 시럽, 인공 감미료, 색소 등의 함유량을 줄이고 천연 성분을 포함하고 있다는 것을 적극적으로 홍보하고 있음. 특히 과일주스나 사탕수수 주스 등으로 단맛을 냄으로써 건강을 우려하는 소비자들의 '소다 음료에 대한 거부감'을 줄이고 있음

□ 미국 가격동향

○ Mintel의 조사에 의하면 과일주스와 주스음료를 소비자들이 기피하는 이유 중 하나로 비싼 가격을 꼽았음

	2005	2006	2007	2008	Change 2005~2008
주스종류	가격/갤런				%
	$	$	$	$	
냉장주스	4.13	4.57	5.20	5.24	26.6
바틀주스	4.53	4.84	5.14	5.47	20.8
진공포장주스	4.15	4.31	4.40	4.68	12.8
캔주스	4.41	4.59	4.92	5.18	17.6
평균가격	4.30	4.65	5.08	5.27	22.5
냉장오렌지주스	4.61	5.08	6.12	6.10	32.2

자료: SOURCE: Intel/based on Information Resources, Inc(2013. 1. 18)

○ 미국에서 판매되고 있는 음료 가격

구분	사진	가격	무게	원산지	제조사
생수		0.47 달러	0.8 Oz	미국	Nestle
탄산수		1.7 달러	2.8 Oz	이탈리아	San Pellegrino

두유		3 달러	2.6 Oz	미국	Imagine
맥주		1.8 달러	2 Oz	네덜란드	Heineken
과즙 음료		2.98 달러	6 Oz	미국	V8
탄산 음료		1.12 달러	0.5 Oz	미국	Coca Cola
에너지 음료		3.6 달러	1.6 Oz	스위스	Red bull

출처: Amazon.com(2013. 1. 18)

□ 미국 판매동향

○ 100% 과일주스는 전체 시장판매의 60%를 차지하고 있음. 그러나 과일주스는 높은 가격, 경쟁음료 출시 등으로 판매가 감소하고 있는데, 특히 주스음료는 설탕과 인공 첨가물이 함유된 음료를 기피하는 소비자들로 인해 큰 어려움을 겪고 있음

○ 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 100% 과일주스와 주스음료의 차이는 큼

○ 경제상황과 건강 등의 이유로 소비자들은 설탕과 칼로리가 낮지만 가격이 싼 제품이나 바틀워터 및 차 류 등을 선호하고 있음

< 미국 과일주스, 주스음료 판매 전망 >

(단위: 백만 달러)

Year	Fruit juice	Juice drinks
2003	9,513	7,254
2004	9,717	7,836
2005	8,917	6,974
2006	9,242	7,129
2007	9,303	6,158
2008 (fore)	9,337	6,071
2009 (fore)	9,359	6,078
2010 (fore)	9,355	5,971
2011 (fore)	9,333	5,795
2012 (fore)	9,290	5,518
2013 (fore)	9,236	5,200

자료: SOURCE: Intel/based on Information Resources, Inc(2013. 1. 18)

□ 관세율

<2013년 미국 음료 관세율>

22021000	품목명	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)
	관세인하스케쥴	A(즉시철폐)
	기준 관세율	0.2 센트/liter
20091225	품목명	오렌지주스(냉동하지 않은것, 브릭스 값이 20을 초과하지 않는것, 농축하지 않은것과 농축도가 1.5 이상인 주스로 만든것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	D (5단계균등철폐)
	기준 관세율	4.5 센트/liter
20091245	품목명	오렌지주스(냉동하지 않은것, 브릭스 값이 20을 초과하지 않는것, 농축하지 않은것과 농축도가 1.5 이상인 주스로 만든것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	D (5단계균등철폐)
	기준 관세율	7.85 센트/liter
20091900	품목명	오렌지주스(냉동하지 않은것, 브릭스 값이 20을 초과하는 것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	D (5단계균등철폐)
	기준 관세율	7.85 센트/liter
20092120	품목명	그레이프프루트주스(브릭스값이 20을 초과하지 않는것, 농축하지 않은것과 농축도가 1.5이상인 주스로 만든것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	D (5단계균등철폐)
	기준 관세율	4.5 센트/liter
20092140	품목명	그레이프프루트주스(브릭스 값이 20을 초과하는 것, 농축한것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	F (7단계균등철폐)
	기준 관세율	7.9 센트/liter
20092900	품목명	그레이프프루트주스(브릭스 값이 20을 초과하는 것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	D (5단계균등철폐)
	기준 관세율	7.9 센트/liter
20093110	품목명	라임주스(브릭스값이 20을 초과하지 않는것, 음료용으로 부적합한것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	A (즉시철폐)
	기준 관세율	1.8 센트/kg
20093120	품목명	라임주스(브릭스값이 20을 초과하지 않는것, 음료용으로 적합한것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	A (즉시철폐)
	기준 관세율	1.7 센트/liter
20093140	품목명	단일 감귤류 주스(오렌지, 그레이프프루트, 라임 제외, 브릭스값이 20을 초과하지 않는것, 농축하지 않은것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	A (즉시철폐)

	기준 관세율	3.4 센트/liter
20093160	품목명	단일 감귤류 주스(오렌지, 그레이프프루트, 라임 제외, 브릭스값이 20을 초과하지 않는것, 농축한것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	F (7단계균등철폐)
	기준 관세율	7.9 센트/liter
20093910	품목명	라임주스(브릭스값이 20을 초과하는것, 음료용으로 부적합한것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	A (즉시철폐)
	기준 관세율	1.8 센트/kg
20093920	품목명	라임주스(브릭스값이 20을 초과하는것, 음료용으로 부적합한것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	A (즉시철폐)
	기준 관세율	1.7 센트/liter
20093960	품목명	단일 감귤류 주스(오렌지, 그레이프프루트, 라임 제외, 브릭스값이 20을 초과하는것, 발효되지 않은것)
	관세인하스케쥴	F (7단계균등철폐)
	기준 관세율	7.9 센트/liter

출처: KITA (2013. 6. 7)

6. 일본 시장 동향

□ 생산동향

○ 대형음료업체들이 건강에 도움이 되는 탄산음료 생산을 대폭 늘림.

- 산토리식품 인터내셔널 및 이토엔이 생산량을 현재보다 5~60% 인상할 계획. 이러한 특정 보건용 식품인 탄산음료(=토쿠호(特保)탄산)는 기름이 많은 햄버거 등을 먹을 때에 함께 마시면 지방이 흡수되기 어렵게 되는 등의 효과가 있음. 살찌는 것을 염려하여 탄산음료를 거의 마시지 않는 중년층도 구입할 정도로 인기로, 청량음료시장에 활기를 불어넣음.

- 산토리는 2012년 11월에 발매한 콜라 '펩시스페셜'의 월간생산량을 12월말을 목표로 140만케이스로, 자사공장 중 3곳을 24시간 가동시켜 현재보다 60% 남짓 늘릴 예정. 펩시스페셜은 원재료인 식물섬유의 활동으로 지방흡수를 억제.

- 이토엔은 내년 4월말까지 상쾌한 레몬맛의 '스타일리 스파클링'(7월발매)의 월 생산량을 15만 케이스 남짓으로 현재의 약50%를 늘림. 포장용기도, 음료를 마시면 지방흡수를 억제한다는 점이 전달되기 쉽도록 바꿀 예정.

- 기린비버릿지 역시 지방흡수를 억제하는 콜라인 '메츠콜라'를 만드는 공장의 제조라인을 증대, 월평균 생산량을 80만 케이스 이상으로 4월 발매직후보다 50% 인상. 10월에는 가정용 1.5l 제품도 구비, 지금까지의 480ml 제품은 조제약국 등에도 비치하도록 하여 약국에서도 판매하기 시작.

- 아사히음료는 위장의 상태를 좋게 해주는 '화이버 7500'(11월 발매)의 판매량을 내년에는 60만 케이스로 올해의 2배로 늘릴 예정.

- 토쿠호 탄산(특정보건용식품 탄산음료)의 판매량은 2012년에 1천만케이스가 될 전망이며, 이를 환산하면 일본인 전원이 500ml 페트병을 1년에 2병남짓 마시는 양.

- 건강에 신경쓰는 사람에게는 칼로리제로의 탄산음료도 있으나, 토쿠호 탄산도 저칼로리로 건강에 도움을 줌.

- 가격은 같은 사이즈의 상품보다 10% 정도 비싸나 '플러스 알파'의 가치로 평가, 중년층 사이에서도 마시게 됨.

- 탄산음료는 청량음료전체의 15%정도를 차지, 12년 판매량(업계누계)는 11년보다 10% 많은 약 2억 7천만 케이스가 될 전망. 그 중 토쿠호 탄산(특정보건용식품 탄산음료)는 약 4%에 지나지 않으나, 12년 탄산음료판매의 증가분에서는 거의 40%에 해당하여, 시장규모가 2년만에 전년도 대비 플러스.

□ **수입동향**

O HS Code: 2009, Fruit Juices Nt Fortified W Vit Or Minls (Incl Grape Must) & Vegetable Juices, Unfermentd & Nt Containg Add Spirit, Whet Or Nt Containg Added Sweeteng

< 일본의 과일, 채소주스의 수입동향 >

단위: 달러, kg

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	882,290,530	282,168,124	938,416,487	292,185,709
1	Brazil	213,795,715	61,425,546	199,146,755	56,009,001
2	United States	140,385,386	43,297,879	153,486,581	44,216,081
3	China	119,931,551	46,501,190	141,068,689	50,233,560
4	Israel	61,749,319	20,255,967	71,532,534	20,746,635
5	Argentina	46,611,498	15,729,166	59,897,846	20,913,417
6	Chile	31,029,293	8,859,566	36,938,412	8,652,309
7	Spain	12,907,727	6,603,499	33,331,966	10,218,521
8	Italy	36,750,805	11,751,613	30,188,187	10,023,919
9	New Zealand	26,707,494	7,286,080	30,031,890	7,922,231
10	Australia	40,970,279	10,190,019	27,824,001	9,035,609

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 7)

O HS Code: 2201, Waters, Including Natural Or Artificial Mineral Waters And Aerated Waters, Not Containing Added Sweetening Nor Flavored; Ice And Snow

< 일본의 광수, 탄산수의 수입동향>

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	402,952,166	695,308,158	277,060,850	475,058,693
1	France	220,740,581	260,578,790	146,125,635	162,280,051
2	United States	112,538,928	272,899,957	97,291,559	255,853,947
3	Italy	15,451,139	24,433,449	12,694,573	21,080,989
4	Germany	7,008,576	7,946,415	9,358,936	10,731,346
6	Canada	16,451,394	36,700,536	3,800,602	8,596,708
7	Korea South	19,048,829	62,548,667	2,696,070	7,437,193
8	Fiji	896,641	1,074,455	1,433,493	1,402,817
9	Turkey	1,372,282	4,319,915	490,073	1,719,871
10	Malaysia	1197197	4407301	481506	872986

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 7)

- 과일, 채소주스의 2012년 수입액은 938,416,487 달러

- 광수, 탄산수는 프랑스로부터 146,125,635 달러, 미국으로부터 97,291,559 달러 수입.

O HS Code: 2202, Waters, Including Mineral Waters And Aerated Waters, Containing Added Sweetening Or Flavored, And Other Nonalcoholic Beverages Nesoi

< 일본의 설탕, 기타 감미료, 향미를 첨가한 물의 수입 동향 >

단위: 달러, I

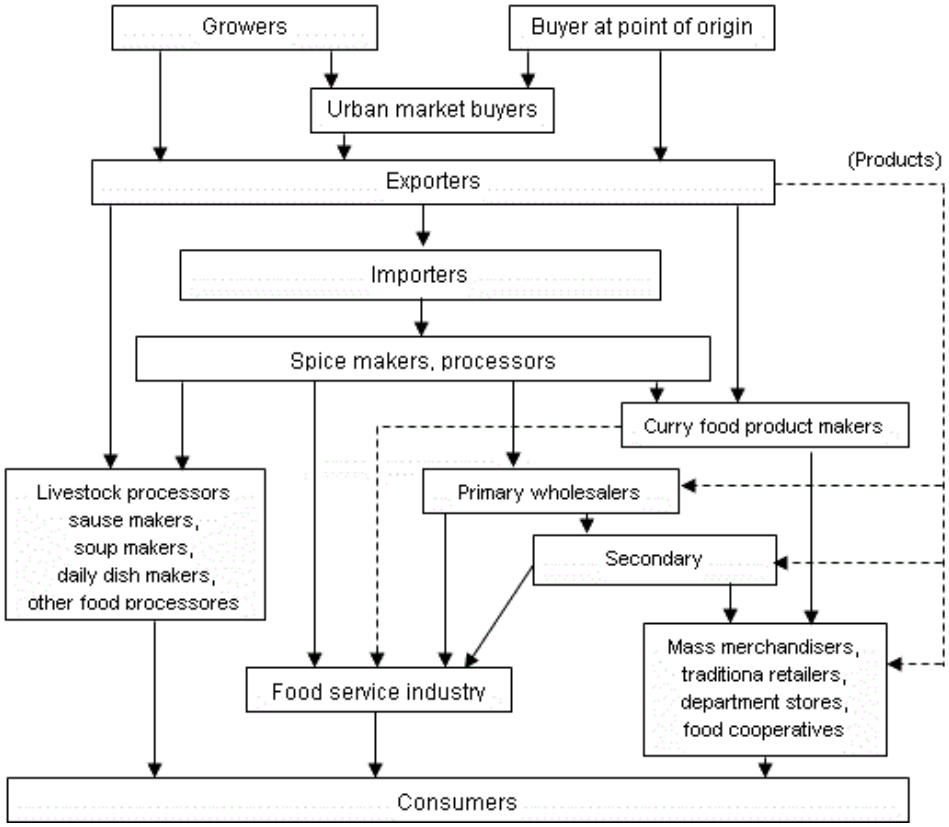
순위	Partner Country	2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity
	World	224,416,883	158,508,978	271,072,939	198,295,359
1	United States	93,146,239	47,043,511	115,511,765	63,098,089
2	Switzerland	40,564,377	18,622,369	56,556,114	26,710,931
3	Korea South	27,138,038	35,767,657	33,040,925	35,789,455
4	France	24,501,061	18,809,106	16,897,057	14,096,152
5	China	4,242,963	6,544,220	9,719,010	24,240,526
6	Taiwan	5,016,856	13,727,799	5,979,115	15,501,687
7	Austria	1,779,930	833,570	5,870,280	2,602,094
8	Netherlands	5,101,708	1,024,286	5,081,433	989,061
9	South Africa	3,352,745	1,424,753	3,340,349	1,432,812
10	Thailand	1,593,610	1,294,595	2,644,161	1,940,491

출처: Global Trade Atlas (2013. 6. 7)

- 설탕, 기타 감미료, 향미를 첨가한 물은 2012년 총 수입량은 271,072,939 달러를 기록

□ 유통동향

< 일본 가공 식품 유통 채널 >



출처: Japan Statistics Annual Report (2013. 1. 18)

- 상기 도표는 일본 향신료의 유통 단계이지만 음료 및 가공식품류와 유사한 유통 채널을 거치게 됨.

- 일본 음료 및 가공식품은 수입 의존도가 높은 편에 속함.

- 일반적으로 주요 유통업체에서 소매업체로 이동하게 되며, 한 개의 업체가 전담하기 보다는 여러 업체를 통해서 이동.

□ 가격동향

○ 일본에서 판매되고 있는 음료 가격

구분	사진	가격	무게	원산지	제조사
생수		120 엔	2.5 kg	일본	Asahi
탄산수		77 엔	0.5 kg	일본	Sapporo Beverage
두유		593 엔	1.1 kg	벨기에	Arupuro
맥주		207 엔	2 Oz	네덜란드	Heineken
과즙 음료		81.25 엔	200g	일본	カゴメ

탄산 음료		87.45 엔	375g	미국	Coca Cola
에너지 음료		240 엔	300g	스위스	Red bull Japan

출처: Amazon.com (2013. 1. 18)

□ 소비동향

○ 원전 사고 이후 소비자 건강 관심 증대

- 일본 음료 시장에서 야채음료가 강세를 보일 것으로 전망

- 대지진과 원전 사고 등의 영향으로 소비자 건강 관심 증대

- 방사능 오염문제로 인해 선선야채 및 건강음료 수요 증가

< 일본음료시장 통계 >

(단위: 억 엔)

* e=현재, f=추측

구 분	2011	2012e	전년대비(%)	2013f
과실/야채음료	4,936	4,958	101	4,972
탄산음료	4,739	4,905	104	4,904
유제품	11,025	11,015	100	10,906
기호음료	18,577	18,827	101	18,826
미네럴워터류	3,042	3,019	99	2,974
기능성음료	5,483	5,531	101	5,531
기타 음료	748	744	100	752
시장합계	48,550	49,026	101	48,865

* 일본농협협동조합신문 (2013. 1. 18)

- 방사능 오염으로 인한 신선야채 대체 수요 상승 2011년에는 전년대비 113.4% 증가

○ 미네랄워터

- 지하수 중에 음 용 가능한 물을 용기에 넣은 것을 말함

- 방사능 문제로 수요가 높아졌으나 수입품은 경수라는 특성과 높은 가격으로 일본산에 밀림

○ 유제품 음료

- 지진 직후 우유 등의 대폭적인 감소가 예상했지만 실적은 양호.

- 두유 류는 신규 수요로 호조세인 두유음료와 함께 무조정 두유와 조정 두유도 수요가 증가.

○ 야채(토마토) 음료

- 토마토는 대사증후군 개선에 효과가 있다는 언론 보도된 후 토마토가 주축인 기업의 주력도가 높아짐

□ 음료 수출전략

- 채소음료가 본격적인 성장함에 따라 1년간 전년대비 약 8% 성장

- 한때는 맛을 중요시하여 기호음료에 가까웠지만, 건강에 대한 가치 향상과 지진의 경험으로 <마시는 이유>가 명확해짐에 따라 신규 고객이 늘고 있음

□ 음료 내수상황

○ 과실음료

- 일본 내 과실음료는 작년 1~12월은 약 3% 감소하고 올해도 상황은 나아지지 않고 있음

- 음료 카테고리에서 과일 맛을 내는 음료가 늘어나고 있지만, 과실음료 자체 이슈가 적기 때문에 적극적인 상품 개발이나 웰빙을 추구하여 어필할 필요성이 있음

○ 채소·과즙을 믹스한 음료

- 채소·과즙을 믹스한 음료는 각 사의 주력 아이템이 서로 중복되는 동시에 기복이 심한

카테고리이기도 함

- 시장성을 유지하기 위해 계절별로 새로운 맛 출시와 다른 소재와 조합시킨 상품도 눈에 띔

- 향후에는 채소음료의 기본이라고 말할 수 있는 녹즙계 상품의 부활을 기대하며 계속적인 이슈를 만들어 가는 것이 필요함

□ 관세율

<2013년 일본 음료 관세율>

HS 코드	품목명	관세율		
200911110	과실주스 채소주스	일반	WTO	LDC
		30%	25.5%	무료
220110	광수, 탄산수 (무첨가)	3.2%	3%	무료
220210100	광수, 탄산수 (첨가)	22.4%	13.4%	무료
220210200	광수, 탄산수 (기타)	16%	9.6%	무료

출처: 일본 관세청 (2013. 6. 7)