

1. 일반 정보

□ 기본 품목 정보

○ 음료는 과실채소류음료, 탄산음료 류, 기타음료 등으로 구분됨

- 과실채소류음료: 과실 또는 채소를 주원료로 하여 가공한 것으로서 농축과실즙, 농축채소즙, 농축과채즙, 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 다류와 먹는 생물 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

구분	롯데칠성	해태음료	코카콜라	동아오츠카	웅진식품	
과실음료	델몬트, 콜드, 싹싹 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	포카리스웨트	-
기타음료	다류	실론티, 옥수수수염차	순백차, 까만콩차	네스티, 소켄비차	건강미인차	하늘보리, 옥수수수염차
기타음료	두유	참두	아침두유	-	진두유	-
기타음료	먹는생물	아이시스, 에비앙	평창빼어날수 봉평생물	순수100	-	-

출처: 공정거래위원회 (2013. 1. 18)

○ HS Code

- 과일주스(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 끌

○ 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

- 2009년 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 >

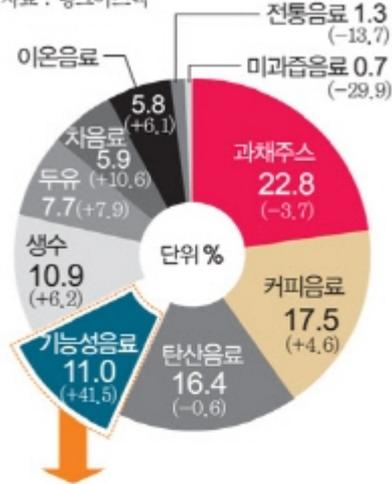
단위: %, 억 원

구분	과실음료		탄산음료		기타음료		합계	
	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

음료시장 품목별 연간 판매현황

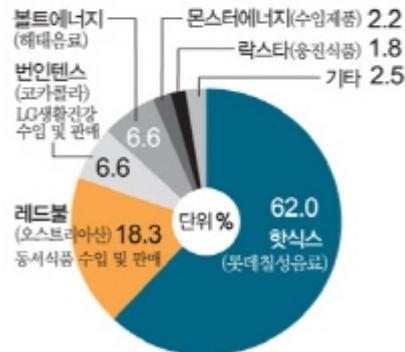
()는 연간 기준성장률 / 2012년 7월 기준
 자료 : 링크아즈텍



기능성 음료 시장 현황

● 에너지 음료 시장 점유율 현황

2013년 1분기 매출액 기준 / 자료 : 링크아즈텍



● 비타민워터 판매율 현황

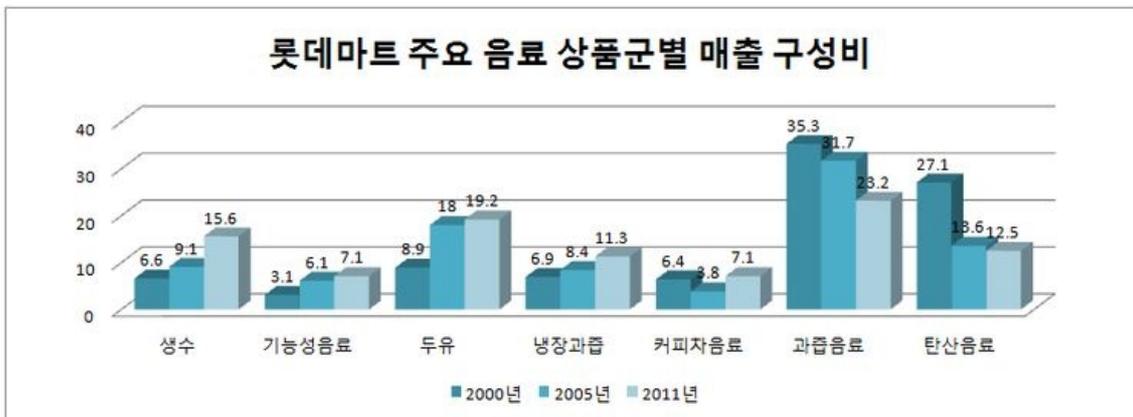


출처: 링크 아즈텍 (<http://linkaztec.com/>, 2013. 6. 21)

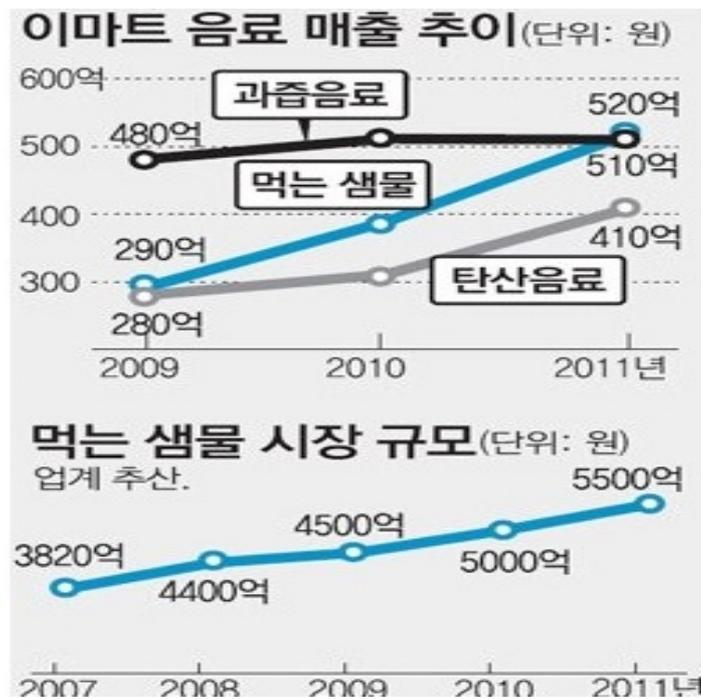
- 2012년 상반기 음료 시장의 판매 동향을 살펴보면, 과채주스와 커피음료, 탄산음료가 음료시장 성장을 주도하고 있음.

- 기능성 음료가 급속도로 성장 하고 있음

○ 유통 동향

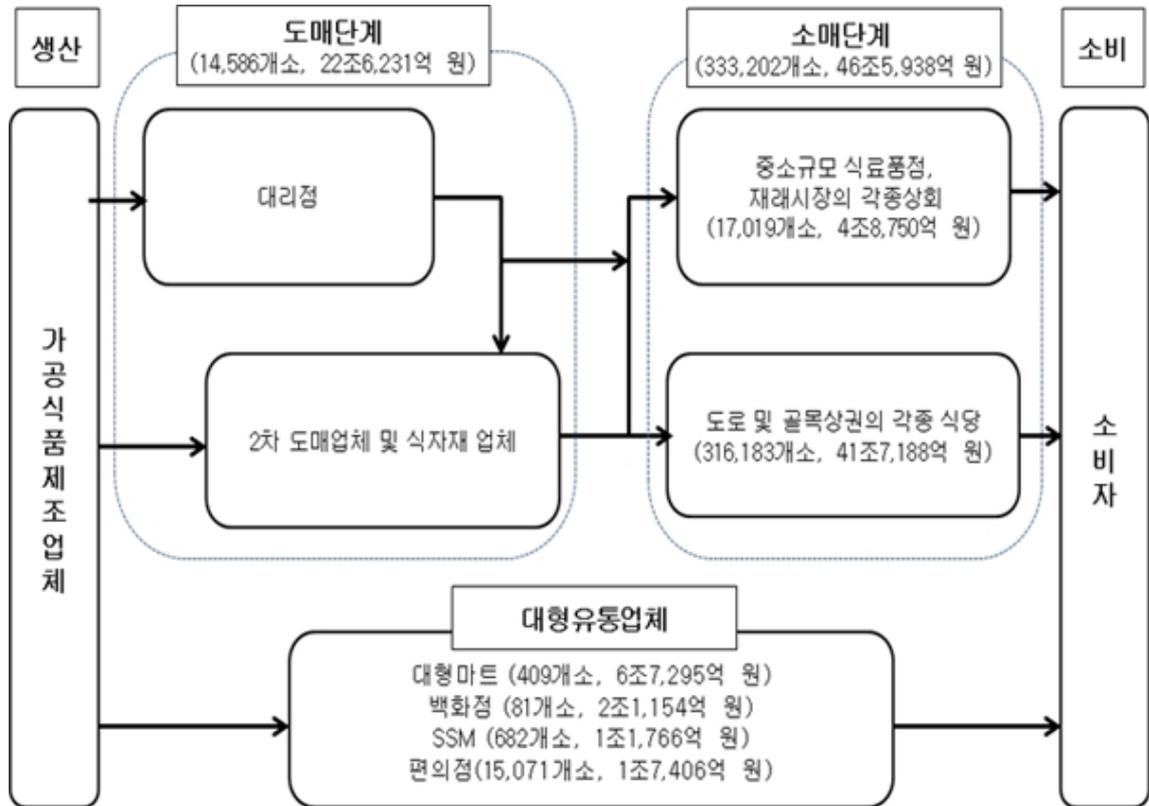


출처: 롯데마트 (www.lottemart.com/, 2013. 6. 21)



출처: 이마트 (2013. 6. 21)

- 음료 카테고리 별 채널 비중 추이를 살펴보면, 롯데마트의 경우 과즙음료, 탄산음료는 감소했으며, 생수, দু유, 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)