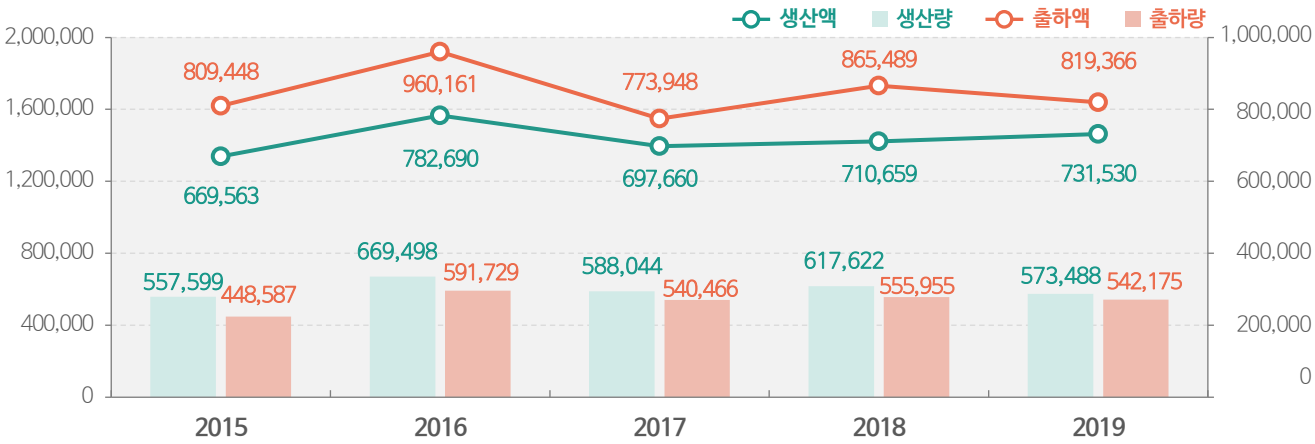
마켓리포트

1. 국내 생산 현황

(단위: 톤, 백만원)



* 연도별 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2019년 국내 과채음료 시장규모는 전년 대비 5.3% 감소한 8,194억 원을 기록하였다. 당분에 대한 건강 우려, 주스 체인점 확대 및 커피음료 시장의 성장 등으로 인한 음료 대체재가 다양해 짐에 따라 과채 음료 시장은 성장이 둔화되는 모습을 보이고 있다. 업계에서는 이를 타개하기 위해 코코넛 음료, 깔라만시 음료 등 저당, 건강 트렌드를 반영한 새로운 맛의 음료를 출시하며 시장 확대를 위해 노력하고 있다.

과채음료(과일,채소류 음료)란?

과일 또는 채소를 주원료로 하여 가공한 것으로서 직접 또는 희석하여 음용하는 것으로 농축과채즙, 과채주스, 과채음료를 말한다.

농축과채즙	▪ 과일즙, 채소즙 또는 이들을 혼합하여 50% 이하로 **농축**한 것 또는 이것을 **분말화** 한 것
과채주스	▪ 과일 또는 채소를 압착, 분쇄, 착즙 등 물리적으로 가공하여 얻은 과·채즙 또는 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것**(과·채즙 95% 이상)**
과채음료	▪ 농축과·채즙(또는 과·채분) 또는 과·채주스 등을 원료로 하여 가공한 것 **(과일즙, 채소즙 또는 과·채즙 10% 이상)**

* 식품공전, 식품의약품안전처

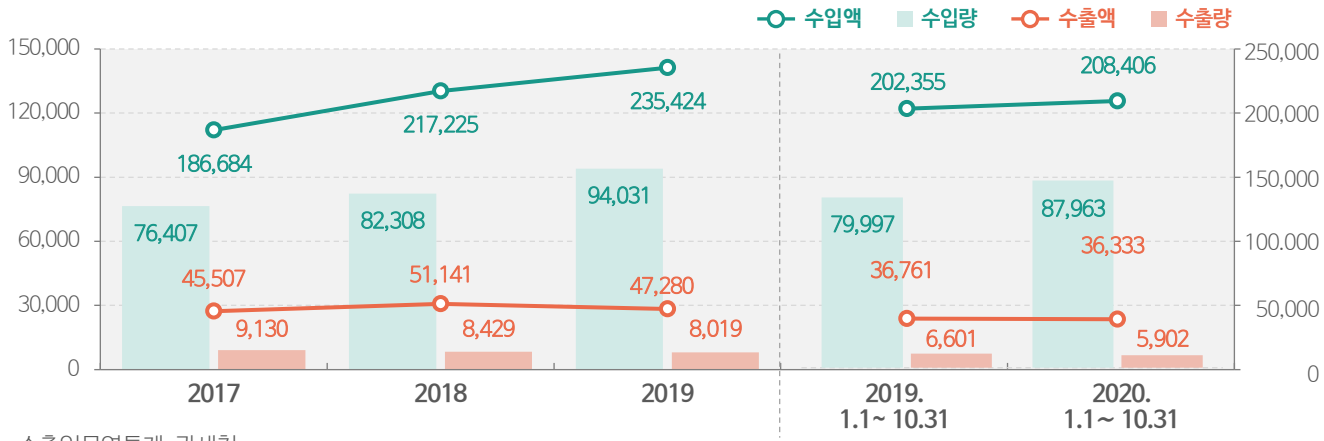
〈 과채음료 제품 〉

농축과채즙	과채주스		과채음료	
차전 프리미엄 블루베리 100	델몬트 콜드	GNM자연의품격석류즙	미닛메이드 포도	썬키스트 훼미리 헬시

* 각 제조사 홈페이지

2. 수출입 실적

(단위: 톤, 천 달러)



* 수출입무역통계, 관세청
* HS코드 : 과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스[HS2009.00.0000]

2020년 10월까지의 과채음료 수출액은 전년 동기대비 1.2% 감소한 반면, 수입액은 3% 가량 증가하였다. 수출액 감소에는 국내 과채음료 수출의 큰 비중을 차지하는 중국으로의 수출이 감소한 것이 주원인이다. 중국은 비만율 증가로 인해 탄산음료, 과채음료 등 당분 함유가 많은 음료에 대한 소비가 줄고, 칼로리와 당, 화학첨가물의 비중을 낮춘 '로우 스펙(Low Spec) 음료'가 인기를 끌고 있다. 동기간 과채음료 수입액은 증가 추세로, 특히 스페인과 터키로부터의 수입액이 꾸준히 증가하고 있다. 이는 과채음료 내 주요 제품인 오렌지 음료와 포도 음료의 스페인에서의 수입 증가와 건강즙 등 국내 석류 음료 시장의 인기로 석류의 본고장인 터키로부터의 수입이 증가한 것이 영향을 미친 결과로 보인다.

과채음료 주요 수출입 국가

〈 과채음료 주요 수출국 〉

국가	수출액(천$)				
	2017	2018	2019	2019. 01~10	2020. 01~10
중국	33,414	36,903	30,683	23,584	20,451
일본	6,083	7,613	6,797	5,987	6,914
대만	1,370	1,259	1,783	1,469	1,734
홍콩	965	992	2,050	1,181	1,874
미국	825	1,062	1,660	1,233	1,687
기타	2,850	6,312	4,307	3,307	3,673
합계	45,507	54,141	47,280	36,761	36,333

〈 과채음료 주요 수입국 〉

국가	수입액(천$)				
	2017	2018	2019	2019. 01~10	2020. 01~10
미국	67,191	64,989	61,351	53,887	46,726
스페인	24,381	40,927	49,007	40,150	42,547
터키	6,958	11,401	19,520	16,063	33,731
베트남	9,172	13,704	18,964	15,899	14,107
칠레	14,027	14,598	14,308	12,793	13,212
기타	64,955	71,606	72,274	63,563	58,083
합계	186,684	217,225	235,424	202,355	208,406

〈 과채음료 수출입 제품 〉

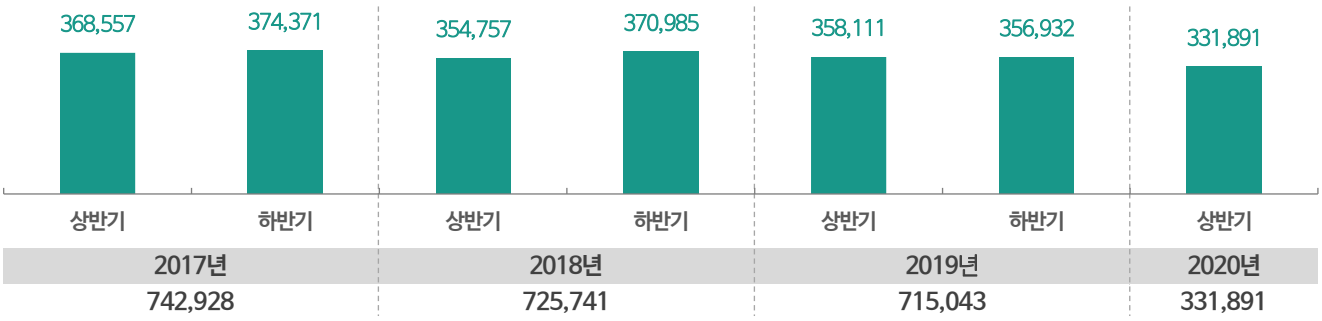
수출제품		수입제품	
해태 갈아만든 배	롯데칠성 쌕쌕	Sweet Hug 오렌지 100% 착즙 주스(스페인)	그란테 100% 석류 주스(터키)

* 각 제조사 홈페이지

3-1. 소매점 매출 현황

(단위: 백만 원)

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)



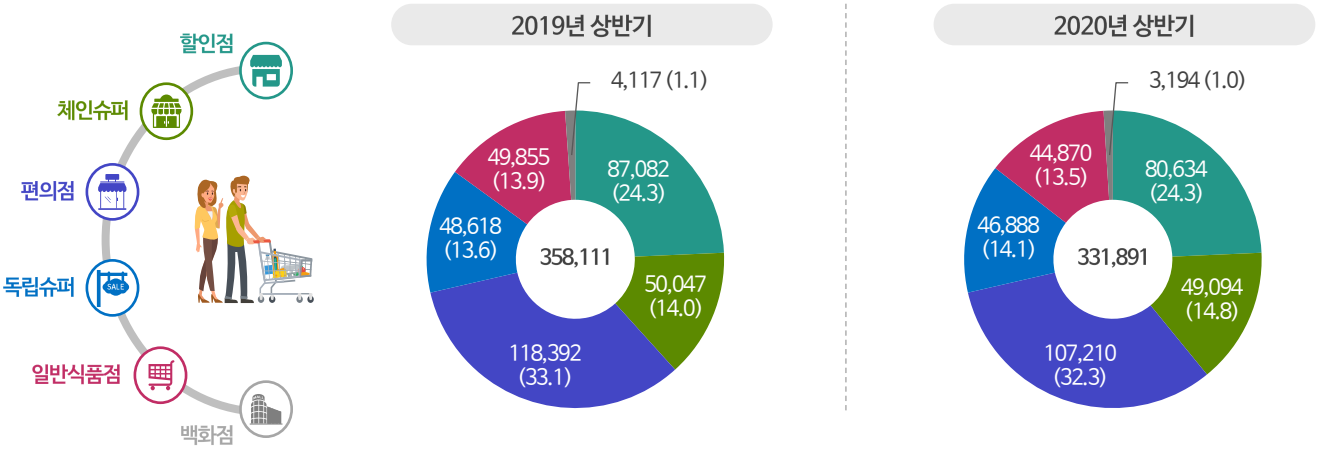
2017년	2018년	2019년	2020년
742,928	725,741	715,043	331,891

2019년 과채음료의 소매 매출액은 7,150억 원으로 2017년 대비 약 3.8% 감소하였다. 특히, 금년도 상반기 매출액은 전년 동기대비 7.3% 감소하며, 하락폭이 더 커진 것으로 나타났다. 건강을 생각하는 소비자들이 많아지며 저당 열풍이 부는 것이 주요 원인으로 추측된다. 또한 음료류 소비가 높은 여름철에 탄산음료나 수분보충음료, 커피류 시장이 강세를 보이면서 매출액 감소에 영향을 미치고 있는 것으로 분석된다.

3-2. 소매점 채널별 매출 현황

(단위: 백만 원, %)

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)



2020년 상반기 기준 과채음료의 주요 구입채널은 편의점(32.3%)과 할인점(24.3%)이며, 이어서 체인슈퍼(14.8%), 독립슈퍼(14.1%), 일반식품점(13.5%)이 유사한 매출 점유율을 나타냈다. 과채음료 매출액 감소로 모든 채널의 매출액이 감소하였지만, 체인슈퍼와 독립슈퍼의 점유율은 소폭 증가하였다. 이는 코로나19 확산 방지를 위해 시행한 사회적 거리두기의 영향으로 집 근처 체인슈퍼나 독립슈퍼에서 소비하는 '홈 어라운드(Home-around) 소비'가 늘어났기 때문인 것으로 분석된다. 반면, 편의점의 점유율은 하락하였는데, 편의점의 경우 홈 어라운드 소비 경향과 직장인들의 직장 근처 소비 경향이 공존하는 장소로 코로나로 인한 재택근무가 점유율 하락에 영향을 준 것으로 판단된다.

유통채널별 정의

- **할인점** 대형할인마트
- **체인슈퍼** SSM이나 체인점을 보유한 슈퍼
- **독립슈퍼** 80평 이상의 중대형 규모의 개인 슈퍼마켓
- **일반식품점** 80평 미만의 중소형 규모의 슈퍼마켓이나 식품판매점

3-3. 소매점 종류별 매출 현황

(단위: 백만 원, %)

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

구분		2017		2018		2019		2019년 상반기		2020년 상반기	
		매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
과즙음료	오렌지	164,118	22.1	151,865	20.9	140,443	19.6	72,143	20.1	67,779	20.4
	포도	85,191	11.5	84,133	11.6	79,623	11.1	39,952	11.2	35,059	10.6
	감귤	61,022	8.2	60,714	8.4	64,661	9.0	32,893	9.2	31,025	9.3
	사과	57,371	7.7	52,612	7.2	54,632	7.6	26,524	7.4	23,950	7.2
	망고	41,057	5.5	39,799	5.5	34,081	4.8	17,319	4.8	15,537	4.7
	배	23,289	3.1	32,683	4.5	28,572	4.0	14,151	4.0	12,224	3.7
	매실	16,532	2.2	17,192	2.4	19,493	2.7	9,151	2.6	10,850	3.3
	석류	4,614	0.6	6,246	0.9	11,250	1.6	5,777	1.6	6,319	1.9
	자몽	29,729	4.0	19,414	2.7	13,654	1.9	7,031	2.0	5,319	1.6
	레몬	12,532	1.7	13,176	1.8	12,855	1.8	6,238	1.7	5,190	1.6
	복숭아	7,659	1.0	8,885	1.2	12,495	1.7	6,115	1.7	5,081	1.5
	파인애플	4,807	0.6	5,014	0.7	7,065	1.0	3,287	0.9	3,159	1.0
	기타과즙	95,820	12.9	95,750	13.2	98,316	13.7	48,762	13.6	43,853	13.2
야채음료	토마토	35,657	4.8	33,409	4.6	31,612	4.4	16,335	4.6	14,783	4.5
	기타야채	103,530	13.9	104,847	14.4	106,290	14.9	52,434	14.6	51,762	15.6
합계		742,928	100.0	725,741	100.0	715,043	100.0	358,111	100.0	331,891	100.0

2020년 상반기 기준 **과즙음료**의 종류별 점유율은 오렌지(20.4%), 포도(10.6%), 감귤(9.3%) 순으로 나타났다. 전통적인 인기 품목인 **오렌지와 포도음료**의 매출 비중은 지속 하락하는 모습을 보이고 있다. **배음료**는 음주 후 숙취 및 갈증 해소에 효과가 좋다고 입소문이 나며 인기를 끌었으나 최근 점유율이 다소 정체되고 있다. **자몽음료**은 2017년 4.0%로 다소 높은 점유율을 차지했지만 이후로는 약세를 보이고 있다. 반면 금년도 상반기 **매실과 석류음료**의 매출액은 전년 동기대비 각각 18.6%, 9.4% 증가하며 과채음료 시장에서 유일하게 매출액이 증가 하였는데, 코로나바이러스 감염증이 확산되면서 면역력 강화에 도움이 되는 식품을 찾는 소비 행태로 인해 매출이 증가한 것으로 분석된다.

야채음료의 점유율은 소폭 증가 추세를 보이고 있으나, 매출의 높은 비율을 차지하는 토마토 음료의 점유율은 감소하였다.

3-4. 소매점 제조사 및 브랜드 매출 현황

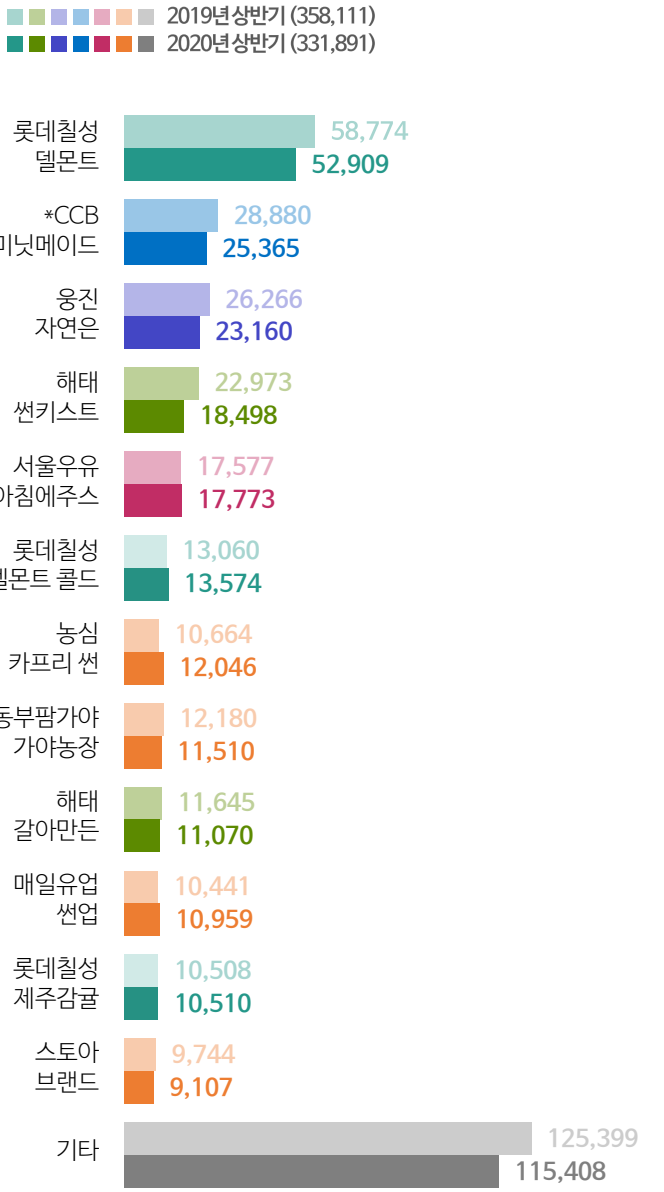
(단위: 백만원, %)

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

제조사별 매출액

* CCB : Coca-Cola Beverage Company

주요 브랜드 매출액



과채음료 제조사 매출액 1위는 2020년 상반기 기준 27.8%의 점유율을 차지하고 있는 롯데칠성이다. 롯데칠성은 국내 음료 업계 점유율 1위 기업으로 과채음료 내에서는 '델몬트', '트로피카나', '미녀는 석류를 좋아해', '제주사랑 감귤사랑', '사각사각' 등 다양한 브랜드군을 보유하고 있다. 또한 2017년 과립주스 브랜드 '사각사각', 2018년 유기농 주스 브랜드 '오가닉'을 출시하는 등 꾸준히 신제품을 선보이며 과채음료 시장 내에서 높은 우위를 차지하고 있다. 이어서 해태(14.0%), 웅진(11.3%), CCB(7.6%) 등이 그 뒤를 잇고 있으며 제조사별로 점유율 순위 변동은 크지 않게 유지되고 있다. 브랜드 매출액 또한 2020년에 전반적으로 감소했지만 순위는 소수 브랜드를 제외하고는 2019년과 비슷하게 유지되고 있다. 전반적인 과채음료 소매 매출 감소 추이에도 농심 카프리썬의 매출은 상대적으로 크게 증가했는데, 최근 농심에서 전략품목으로 육성 중인 카프리썬 생산 공장 증설 추진에 따른 매출 증가 효과로 판단된다.

4-1. 과채음료 관심도 분석

* 네이버 데이터랩, 쇼핑인사이트 과채음료 클릭량 추이 ('18.1~ '20.9)

과채음료의 검색량은 매년 기온이 상승하기 시작하는 5~6월 경 증가하는 패턴을 보인다. 올해 5월 과채음료의 관심도가 상대적으로 많이 증가하였는데, 전 세계적인 열풍을 불러일으킨 ABC주스의 영향인 것으로 판단된다. ABC주스란, 사과(apple), 비트(beet), 당근(carrot)을 갈아 만든 음료로 SNS에서 큰 열풍을 일으켰으며, 2월 홈쇼핑 런칭 후 지속적인 관심을 받았다. 한편, 2020년 8월에는 ABC 주스를 포함한 과채음료의 효능에 대한 허위·과대광고 이슈로 관심도가 크게 증가한 것으로 분석된다. 또한 대기업의 각종 과채음료 신제품 출시도 검색 빈도에 영향을 준 것으로 유추된다.

4-2. 인기 검색어로 본 과채음료 주요 품목 변화

상향 하향 신규

순위	2018	2019	2020 (~8월)
1	깔라만시	깔라만시	**타트체리**
2	**깔라만시원액**	코코넛워터	깔라만시
3	클렌즈주스	클렌즈주스	코코넛워터
4	코코넛워터	**꽐라만시**	클렌즈주스
5	카프리썬	**깔라만시원액**	레몬즙
6	레몬즙	카프리선	카프리썬
7	**꽐라만시**	**담금주키트**	**하루야채**
8	흥국자몽농축액	레몬즙	**abc주스**
9	모구모구	모구모구	흥국자몽농축액
10	**코코넛밀크**	흥국자몽농축액	**담금주키트**

* 네이버 데이터랩, 쇼핑인사이트 주스/과즙음료 클릭량 추이 ('18.1~'20.11)

2018년도부터 2020년까지의 관심 품목을 살펴보면 깔라만시에 대한 관심이 꾸준히 높게 나타났다. 2018년 소주에 깔라만시를 타 먹는 것이 폭발적인 인기를 얻었다. 그 이후, 각 주류 업계의 깔라만시 소주, 깔라만시 원액을 소주병 모양의 팩에 담은 '꽐라만시' 등 깔라만시와 관련된 다양한 제품이 출시되었다. 2020년에는 코로나로 인한 건강에 대한 관심 증가로 타트체리, ABC주스 등 효능·효과 중심의 음료가 새롭게 관심을 받고 있다.

5-1. 국내트렌드 - 코로나19로 감소하는 소비시장 속 커지는 어린이 과채음료 시장

코로나19로 인해 자녀들이 집에 있는 시간이 늘어나면서 자녀를 위한 제품을 찾는 소비자들이 늘어났다. 특히, 자녀에게 건강하고 간편한 간식을 제공하기 위해 어린이 식음료품을 찾는 소비자가 늘어났다. 실제로 바깥 활동을 줄인 코로나 확산 기간 동안 어린이 간식 메뉴의 매출은 전월 대비 353.2%까지 늘어나며 어린이 식음료 시장이 성장하고 있다. 이에 '풀무원 녹즙', '한국야쿠르트', '돌(Dole) 코리아' 등 다양한 브랜드에서 어린이 과채음료 신제품을 출시했다. 해당 제품들은 '유기농', '무향료', '100% 과즙', '유산균 함유' 등 건강적 요소를 통해 소비자들을 공략하고 있다.

한국야쿠르트 뽀짝뽀짝 포도사과
[출처: 하이프레시 홈페이지]

돌(Dole)코리아 하이주스 망고
[출처: 돌(Dole)코리아 홈페이지]

출처: 식품음료신문 2020년 4월 22일 기사 ['어린이음료' 도 코로나 특수…작년비 79% 증가] 일부분 발췌

5-2. 국내트렌드 - 커피 전문점에서 즐기는 건강한 과채음료

커피 업계 관계자는 "최근 카페에서 비트, 당근과 같은 각종 과채류를 포함한 병 음료를 찾는 소비자들이 늘고 있다"고 말했다. 코로나와 함께 찾아온 면역력 및 건강에 대한 관심 증가로 인해 카페에서도 '건강한 음료'를 찾는 소비자들이 늘어난 것이다. 실제로 올 5월에 출시된 '이디야 콤부차'는 출시 두 달만에 5만병이 판매되기도 했다. 이러한 소비자 니즈에 맞춰 스타벅스코리아는 6월에 청귤, 감, 라임 등 다양한 종류의 병 음료 5종을 출시했으며, 이디야도 8월 착즙 과채주스 2종을 출시했다.

스타벅스 파이팅 청귤
[출처: 스타벅스코리아 홈페이지]

이디야 비트&오렌지 주스
[출처: 이디야 홈페이지]

출처: 아시아경제 2020년 08월 05일 기사 ['카페서 즐기는 자연의 맛'… '커피' 말고 '건강 주스' 담은 병음료 출시 봇물] 일부분 발췌

5-3. 해외트렌드 - 호주인의 숙취해소제가 된 한국산 배 주스

호주 연방과학산업연구기관(CSIRO)에서는 연구를 통해 서양의 배와 동양의 나시(Nashi) 배보다 한국산 배가 숙취 해소에 가장 우수한 효능을 보였다고 발표하면서 한국산 배가 입소문을 타 큰 인기를 얻고 있다. 이러한 인기로 2019년 멜버른 Bae Juice Australia에 의해 출시된 100% 한국산 배로 만든 음료 브랜드 'Bae Juice'가 출시되었고, 2018년 기준 호주 식음료품 시장점유율 34%로 최대 규모의 대형 슈퍼마켓 체인인 '울워스(Woolworths)' 매장에 올 10월부터 판매되고 있다. 배 주스의 공동 창업자인 팀 오설리번은 "코로나19 대유행 기간에 회사를 확장하는 것은 쉬운 일이 아니라는 점에서 더욱 의미 있는 성과다"면서 배 주스의 사업 확장에 큰 의미를 두고 배 주스의 인지도와 위상을 높일 것을 다짐하였다.

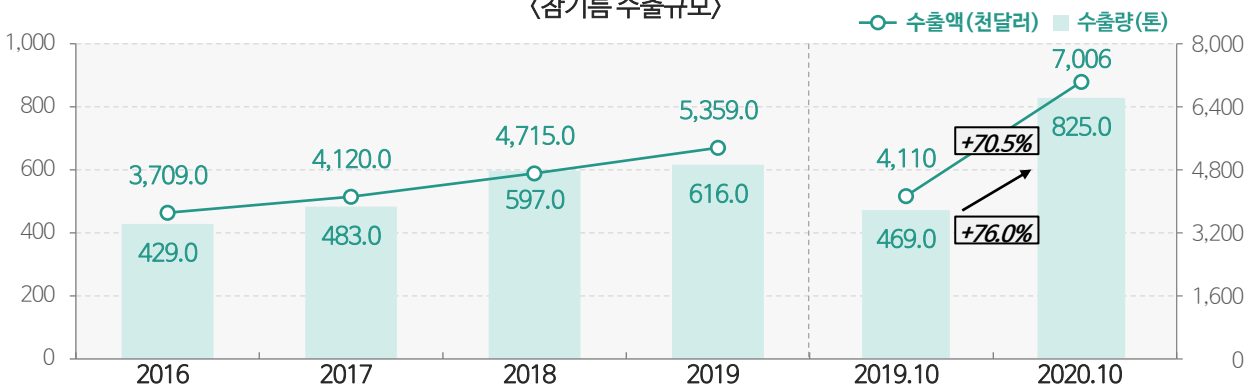
Bae Juice
[출처: Bae Juice Australia 홈페이지]

출처: Kotra 해외시장뉴스 2020년 7월 20일 상품 DB [호주에서 숙취 해소 기능으로 한국산 배 인기] 일부분 발췌
출처: 글로벌이코노믹 2020년 8월 20일 기사 ['한국 배 음료' 호주서 숙취 해소제 인기…호주 기업 '배 주스', 대규모 납품 계약] 일부분 발췌

뉴스레터에 사용된 품목별 POS 소매점 매출액 자료를 상당 부분 인용하여 언론보도를 하게 될 경우
한국농수산식품유통공사 및 원천데이터를 제공한 시장조사기관과 사전협의 절차를 거쳐야 함을 알려드립니다.

참기름의 수출 규모는 한류 인기와 더불어, 세계적 웰빙 트렌드의 확산으로 꾸준히 증가하는 추세이다. 2016년에 비해 2019년 수출량은 429톤에서 616톤으로 43.6% 증가 하였으며, 같은 기간 수출액도 3,709천 달러에서 5,359천 달러로 44.5% 증가하였다. 특히 올해 코로나19의 영향으로 집밥 수요까지 증가하며 수출이 전년 동기 대비 70% 이상 증가하며 큰 인기를 끌고 있다.

〈참기름 수출규모〉



* Kati(농식품수출정보)

2020년 10월 수출액 기준 참기름 주요 수출 국가는 미국(38.1%), 호주(8.4%), 대만(4.9%) 순으로 나타났다. 미국은 우리나라 참기름 수출 1위 국가로 수출량과 수출액이 매년 큰 폭으로 증가하고 있다. 미국 내 한류 인기와 더불어 건강 트렌드 확산으로 한국 농식품과 한식에 대한 관심과 수요가 증가하였고, 이에 따라 한인 마트 등에서도 취급 품목을 다양화한 영향으로 분석되고 있다. 호주의 소스 시장은 매년 꾸준한 증가를 보이는데 특히 아시안 소스에 대한 관심이 증가한 것이 참기름의 수요 증가에도 영향을 미친 것으로 보이고 있다.

〈참기름 주요 수출 국가〉

(단위: 천 달러)

구분	2016	2017	2018	2019	2019.10	2020.10	전년대비
미국	1,346.5	1,325.9	1,448.6	1,625.1	1,200.4	2,669.4	122.4%
호주	352	484.4	444.3	540.4	418.6	591.5	41.3%
대만	61.5	72.8	181.1	173.1	130.6	343.3	162.9%
캐나다	342.5	352.4	309.3	302.7	207.9	339.3	63.2%
베트남	105.4	182.6	191	342	190.9	297.8	56.0%
기타	1,501.1	1,701.9	2,140.7	2,375.7	1,961.6	2,764.5	40.9%

참기름 시장에 대한 더 많은 정보가 궁금하다면?

- 2019 참기름 보고서(인도, 독일, 일본), KATI / 2019 가공식품 세분시장 보고서(참기름 들기름), aTFIS

□ 김치 수출동향

- (전체) 한국산 김치 수출 규모는 최근 5년간 꾸준히 증가, 특히 2020년 코로나19 펜데믹 상황에서 급격하게 증가하며 10월 기준 119백만불(36.4% ↑) 수출로 역대 최고실적 달성

  * (일본) 59.5백만불(28.0% ↑), (미국) 18.7(56.3), (홍콩) 6.3(50.4), (대만) 4.9(23.0), (호주) 4.8(64.7)
  * 김치 역대 최대 수출실적 : (2012) 106.6백만불

- (유럽) 한류 열풍이 지속되며 김치 인지도가 상승중이며, 발효 채소가 코로나 사망률을 감소시킨다는 프랑스 몽펠리에 대학 장부스케 명예교수 연구결과 발표로 김치 수출증가 가속화

  * (유럽) ('18) 1.9천톤, 7.4백만불 → ('19) 2.2, 8.5백만불 (16.9% ↑, 15.5% ↑)
    ('20.10월) **9.2백만불**로 **전년 대비 30.3% 증가**중

- ('20.10월) (네덜란드) 3.8백만불(36.1% ↑), (영국) 3.1(13.3), (독일) 0.9(102.6), (프랑스) 0.4(8.4)

□ 유럽 김치 현지화 상품 소개 〈 자료출처 kati 〉

- 발효식품의 우수성을 강조하며 유기농·채식·건강식품을 찾는 사람들을 주 타겟으로 김치를 생산 판매하며
- 로디드 김치 나초, 김치 피자, 김치 아보카도 토스트. 김치 샐러드, 김치 카나페, 김치 가스파초 등 현지식 형태로 섭취함

김치 피자	로디드 김치 나초

* 출처: www.lovingfoods.co.uk

• 영국의 러빙푸즈(Loving Foods), 이튼얼라이브(Eaten Alive), 프랑스의 레자르크뤼(Les jarres crues), 독일의 컴플리트오가닉스(completeorganics) 등 유럽 젊은이들이 김치 사업에 뛰어들고 있다.

강황 후추 김치	김치주스
• 양배추와 당근을 김치의 주재료로 쓰고 강황과 후추를 추가한 제품으로 영국생산 유기농 농산물과 켈트해의 소금을 사용해 김치 제조	• 김치 양념을 주스로 상품화한 건강음료로 매일 조금씩 마시거나 요리에 이용한다

*출처: www.lovingfoods.co.uk

2020
FIS 우수 활용사례

식품산업통계정보(FIS) 우수 활용사례 선정 결과

1등(50만원)

- 신규사업 검토시 식품산업통계정보(FIS) 활용

2등(30만원)

- 식품 신제품 개발 과제를 위해 FIS 정보 활용
- 가공식품 세분시장 보고서를 활용한 석사논문 작성

3등(10만원)

- 식품산업의 지속가능한 발전 분석
- 국내 음료 시장의 현황 및 전망 분석을 위해 활용
- 농식품 트렌드 발표대회 보고서 작성

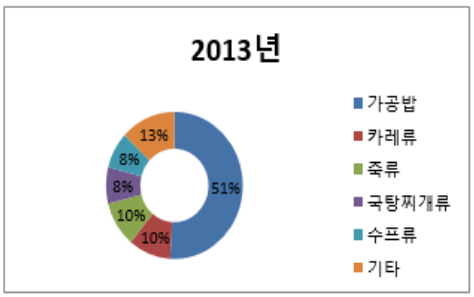
식품산업통계정보(FIS) 우수 활용사례 수상작

신규사업 검토시 식품산업통계정보(FIS) 활용

- 제출자 : 박OO / 회사원
- FIS 활용 콘텐츠명 : 뉴스레터, 가공식품세분시장 보고서, 트렌드픽, 품목별 POS 소매점 매출액

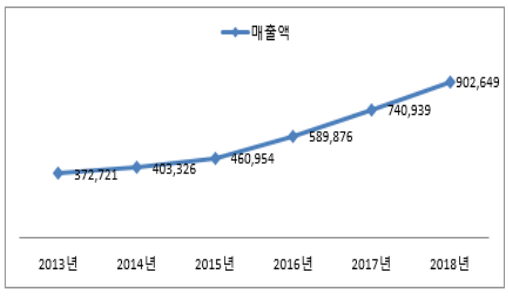
식품산업의 전반적인 현황 분석 및 신규 사업 검토시 식품산업통계정보(FIS)를 활용 하게 되었습니다. FIS의 장점은 국내 및 해외 정보를 한 곳에서 확인이 가능해 정보를 찾는데 많은 시간을 할애할 필요가 없어 업무의 효율성을 높일 수 있다는 점입니다. 또한 최신 자료의 지속적인 업데이트가 이루어져, 신뢰성 있는 자료로 설득력을 높일 수 있습니다. 이번 OO품목의 신제품을 검토할 때 FIS의 자료를 활용하여 시장성을 확인하였으며, 객관성을 높여 관련 연구소로부터 긍정적인 피드백을 받을 수 있었습니다.

■ HMR 세분시장별 비중 변화(13년 대비 18년)



■ HMR 시장 규모 및 추이(단위:백만)

출처 : AT FIS 식품산업통계정보시스템



(품목별 POS소매점 매출액을 활용한 신제품 개발 활용 사례)