

발간등록번호

11-1541000-000731-01

가공식품 세분화 시장 현황조사

탄산음료

농림수산식품자료실



0000106

제 출 문

농수산물유통공사 사장 귀하

본 보고서를 『가공식품 세분화 시장 현황조사 : 탄산음료 시장편』
의 보고서로 제출합니다.

- 연구기관: 한국식품공업협회
 중앙대학교 산학협력단
- 연구책임자: 이정희 (중앙대학교)
- 연구원: 황성혁 (세종대학교)
 조영상 (중앙대학교)
- 연구보조원: 주아름 (중앙대학교)
 인규리 (중앙대학교)
 진병학 (한국식품공업협회)
 장현석 (한국식품공업협회)

목 차

머리말	1
일러두기	3
제1절 탄산음료의 정의 및 범위	6
1. 음료 정의	6
2. 탄산음료 정의	7
3. 탄산음료 범위	8
4. 탄산음료 변천사	11
제2절 국민 식생활과 탄산음료	12
1. 탄산음료 섭취량	12
2. 탄산음료 주요 소비자	14
3. 가구구성 변화	15
제3절 탄산음료시장 개요	16
1. 음료시장 생산 동향	16
2. 탄산음료시장 규모	18
3. 탄산음료시장의 특성	21
4. 콜라 생산과정	23
제4절 원료와 상품가격	23
제5절 판매와 유통	27
1. 유통과정	27
2. 주요 유통채널	28
제6절 탄산음료시장 동향	29
1. 탄산음료 생산 상위 2개사 주요 현황	29
2. 탄산음료 제품 동향	32
3. 해외시장에서의 위상 및 경쟁력	38
4. 주요 기업 인터뷰 결과	43
제7절 요약 및 시사점	44
1. 요약	44
2. 주요 시사점 및 전망	45
< 부록 >	48

표 목 차

<표 1> 탄산음료의 분류와 정의	8
<표 2> 탄산음료 주요제품의 원재료명	9
<표 3> 탄산음료 주요 제품 구성 및 성상	10
<표 4> 탄산음료 변천사	12
<표 5> 2008년 탄산음료의 성별, 연령별 섭취횟수	15
<표 6> 연령별 인구변화 추이	15
<표 7> 음료 세부품목별 출하액	18
<표 8> 상위 2개사의 2010년 상반기 원재료 현황	24
<표 9> 상위 2개사의 매출현황	30
<표 10> 상위 2개사의 공장 및 생산능력 현황	31
<표 11> 상위 2개사의 투자 현황	32
<표 12> 롯데칠성음료의 해외사업	41
<표 13> 탄산음료시장 동향 요약	44

그림 목 차

<그림 1> 1일 평균 콜라 섭취량	13
<그림 2> 탄산음료의 주당 평균 섭취빈도	14
<그림 3> 연령별 인구 비중 변화	16
<그림 4> 음료 출하액 추이	17
<그림 5> 음료 세부 품목별 출하액 추이	17
<그림 6> 탄산음료 출하액 추이	19
<그림 7> 탄산음료 품목별 비중	20
<그림 8> 전년 동월 대비 탄산음료 매출액 증감률 추이	20
<그림 9> 코카콜라의 생산공정	23
<그림 10> G사의 당분 류 매입 가격변동 추이	24
<그림 11> 원당 수입물가지수	25
<그림 12> 콜라 물가지수	26
<그림 13> 음료의 유통경로	27
<그림 14> 유통 채널별 매출 점유율	29
<그림 15> 상위 2사의 공장 평균가동률	31
<그림 16> 2010년 후레바 음료 월별 매출 추이	37
<그림 17> 탄산음료 수출량 추이	39
<그림 18> 롯데칠성음료의 탄산음료 수출액	40

머리말

- 「식품 및 식품첨가물 생산실적」(2005~2009)에 의하면 식품제조업의 전년대비 출하액 증감률이 2006년 8.4%, 2007년 5.7%, 2008년 3.3%로 성장이 둔화되고 있음.
 - 2004년 대비 2008년 식품제조업의 품목수, 업소수, 출하액이 각 각 28.3%, 23.0%, 16.4% 성장하여 품목수 및 업소수 대비 출하액 성장이 다소 낮은 것으로 나타나 식품기업 간 경쟁이 치열할 것으로 보임.
- 식품시장의 성장 둔화와 기업 간 치열한 경쟁과 맞물려 소비자의 식품에 대한 안전성 요구, 웰빙 추구, 편의성, 가치추구가 증대하고 식품소비의 다양성을 추구함에 따라 제품의 수명주기가 단축되었음. 이처럼 급변하는 시장 상황에서 기업이 경쟁력을 갖추기 위해서는 기업의 대내외 환경과 소비자 수요에 즉각적이고 능동적인 대응을 해야함.
- 이를 위해 합리적인 의사결정을 통해 경영 및 마케팅 활동에 반영해야 하는데, 이때 식품관련 시장 동향, 소비자 트렌드 변화 등에 대한 정보를 취득하여 활용할 수 있어야 함. 그러나 기업의 식품 관련 정보를 취득 하는데에는 한계가 있음.
- 2010년 7월 식품 기업 실무진의 인터뷰¹⁾에 의하면 현재 기업이 식품 정보를 취득하는데 정보의 다양성 측면, 시의 적절성, 시장의 잠재성을 알기 어렵다는 한계가 있음.
 - 식품기업은 주로 통계청 식품관련 통계, 식약청“식품 및 식품첨가물 생산실적”, AC닐슨, 한국식품연감 등을 사용하고 있음.
 - 그러나 정보의 다양성이 부족하고 기업이 이용하는 대부분의 정보는 1년 단위로 생산되고 1~2년 후 공표되기 때문에 시의성이 떨어져 활용

1) 2010년 7월 14일 오후 3시 한국식품공업협회에서 한국식품공업협회 3명, 식품기업 실무자 10여 명, 연구원 및 연구보조원 2명이 참석하여 간담회를 진행함.

- 가치가 현저히 떨어짐. 국가통계(통계청, 식약청 통계치)는 생산 중심의 통계치이기 때문에 식품 시장과 소비자 트렌드, 시장의 잠재적인 성장을 잘 설명해주지 못함.
 - 또한 식품기업이 원하는 정보는 생산정보 만큼이나 소비동향과 트렌드에 대한 조사를 원하고 있음.
- 정부 역시 식품시장에 대한 정보가 부족하여 시장의 규모, 생산동향, 애로사항 등을 파악하여 기업의 정책수요를 정책에 반영해야 함에도 불구하고 정책의 기초자료가 부족한 상황임.
- 따라서 식품기업 측면에서는 경영활동에 활용할 수 있는 식품시장의 생산 및 유통동향, 소비 트렌드 정보를 제공하여 기업의 의사활동에 활용할 수 있는 정보와 정부 측면에서는 생산동향 및 기업의 애로사항을 파악하여 정책에 반영할 수 있는 정책 기초자료로서의 정보가 필요한 것으로 보임.
- 본 보고서의 목적은 국내 주요 가공식품의 품목별 세부 시장정보를 제공함으로써 연중 급변하는 식품시장과 소비자 수요 변화에 식품업계가 전략적으로 대응하고 식품 기업의 애로사항을 조사함으로써 정부정책 수립을 위한 기초자료를 생성하는데 있음.

제 1 장

탄산음료 시장 동향

제1절 탄산음료의 정의 및 범위

1. 음료 정의

- 식품의 기준 및 규격 고시(2010.6.16)에서 정의하는 음료류라 함은 과일·채소류음료, 탄산음료류, 두유류, 발효음료류, 인삼·홍삼음료, 기타음료 등 음용을 목적으로 하는 식품임. 다만 주류, 다류, 무지유고형 성분이 3% 이상인 음료는 제외함.
 - 업계에서 일반적으로 분류하는 음료시장은 크게 탄산음료, 주스, 기타음료로 분류함. 식품공전의 과일·채소류음료가 주스에 속하고, 탄산수를 제외한 탄산음료류가 탄산음료에 속함. 두유류, 발효음료류, 인삼·홍삼음료, 기타음료 모두 기타음료로 분류함.
 - 과일·채소류음료라 함은 과일 또는 채소를 주원료로 하여 가공한 것으로서 직접 또는 희석하여 음용하는 것으로 농축과·채즙, 과·채주스, 과·채음료를 말함.
 - 탄산음료류라 함은 탄산가스를 함유한 탄산음료, 탄산수를 말함.
 - 두유류라 함은 대두 및 대두가공품의 추출물이거나 이에 다른 식품이나 식품첨가물을 가하여 제조·가공한 것으로 두유액, 두유, 분말두유 등을 말함.
 - 발효음료류라 함은 유가공품 또는 식물성원료를 유산균, 효모 등 미생물로 발효시켜 가공한 것을 말함.
 - 인삼·홍삼음료라 함은 인삼, 홍삼 또는 가용성 인삼·홍삼성분에 식품 또는 식품첨가물 등을 가하여 제조한 것으로서 직접 음용하는 것을 말함.
 - 기타음료라 함은 먹는 물에 식품 또는 식품첨가물 등을 가하여 제조하거나 또는 동·식물성 원료를 이용하여 음용할 수 있도록 가공한 것으로 다른 식품유형이 정하여지지 아니한 음료를 말함.
- 일본의 경우 청량음료라 함은 청량한 느낌, 상쾌함을 주어 맛있고, 목의 건조를 달래는데 적합한 음료와 산미와 플레이버(맛이나 향기가 나는 등)가 있는 음료, 알코올 음료를 제외한 음료를 말함.

- 일본의 청량음료에는 탄산음료, 과일음료, 커피음료, 차 음료, 두유류, 야채음료, 스포츠음료, 유성음료, 그 외 기타음료가 있음.
- 일본의 탄산음료는 탄산수, 콜라, 투명탄산음료, 과즙 넣은 탄산음료, 과일 탁색탄산음료, 유성탄산음료, 영양드링크탄산음료, 그 외 탄산음료(진저엘, 토닉, 살메리 등)이 있음.

2. 탄산음료 정의

- 식품공전에 따르면 탄산음료류는 탄산가스를 함유한 탄산음료, 탄산수를 말함. 탄산음료는 먹는 물에 식품 또는 식품첨가물과 탄산가스를 혼합한 것이나 탄산수에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것을 말함.
- 탄산수는 천연적으로 탄산가스를 함유하고 있는 물이거나 먹는 물에 탄산가스를 가한 것

<참고> 탄산음료 기준 규격

- 탄산가스압(kg/cm²)
 - 1) 탄산수: 1.0 이상
 - 2) 탄산음료: 0.5 이상
- 납(mg/kg) : 0.3 이하
- 카드뮴(mg/kg) : 0.1 이하
- 주석(mg/kg) : 150 이하 (캔 제품에 한한다)
- 세균수 : 1 mL당 100 이하
- 대장균군 : 음성이어야 한다.
- 보존료(g/kg) : 다음에서 정하는 것 이외의 보존료가 검출되어서는 아니된다
 안식향산, 안식향산나트륨, 안식향산칼륨, 안식향사칼슘 : 0.6 이하
 (안식향산으로서, 단 탄산수는 검출되어서는 아니된다)

자료 : 식약청, 식품의 기준 및 규격 고시기준(2010-45호)

3. 탄산음료 범위

- 탄산음료는 일반적으로 사이다, 콜라, 후레바, 기타 탄산음료로 분류되며 기타 탄산음료는 유성탄산음료와 보리탄산음료 등이 있음.
 - 무색투명한 단맛이 있는 탄산음료인 사이다는 롯데칠성음료 칠성 사이다, 코카콜라 DK사이다가 있음
 - 콜라나무의 열매에서 추출한 원료를 함유하여 제조된 콜라원액에 기타 식품 및 식품첨가물 등을 혼합하여 제조된 음료인 콜라는 코카콜라와 펩시콜라가 대표적임.
 - 후레바란 'Flavor'(풍미)의 발음을 딴 업계 은어로 과일향이 첨가된 탄산음료를 말함. 후레바음료는 코카콜라 환타, 롯데칠성음료 마운틴듀, 해태음료 써니텐, 동아오츠카의 데미소다 등이 있음
 - 기타탄산음료인 탈지분유를 첨가한 유성탄산음료에는 롯데칠성음료 밀키스, 해태음료 크림이 있고 보리탄산음료에는 일화의 맥콜이 있음
- 일본의 탄산음료는 탄산수, 콜라, 투명탄산음료, 과즙을 넣은 탄산음료, 과일 탁색탄산음료, 유성탄산음료, 영양드링크탄산음료, 그 외 탄산음료(진저엘, 토닉, 살메리 등)이 있음.

<표 1> 탄산음료의 분류와 정의

분류	정의	제품 예	
콜라	콜라원액에 기타 식품 및 식품첨가물 등을 혼합하여 제조된 음료	코카콜라(코카콜라음료), 펩시(롯데칠성음료)	
사이다	투명하고 레몬라임향이 나는 탄산음료	칠성사이다(롯데칠성음료)	
후레바	과일향이 첨가된 탄산음료	환타(코카콜라음료), 마운틴듀(롯데칠성음료), 써니텐(해태음료)	
기타	유성탄산	탈지분유를 첨가한 탄산음료	밀키스(롯데칠성음료), 크림이(해태음료)
	보리탄산	국내최초 보리를이용한 탄산음료	맥콜(일화)

○ 탄산음료의 주원료는 정제수, 액상과당, 백설탕, 탄산가스, 구연산 등을 기본으로 사이다는 레몬라임향을 첨가하고, 콜라는 카라멜색소, 천연카페인, 합성착향료(콜라향)를 첨가함.


<표 2> 탄산음료 주요제품의 원재료명

제품	원재료명
질성사이다 (롯데질성음료)	정제수, 액상과당, 백설탕, 탄산가스, 구연산, 레몬라임향
코카콜라 (코카콜라음료)	정제수, 백설탕, 탄산가스, 카라멜색소, 인산, 천연착향료, 천연카페인(향미증진제)
펩시 (롯데질성음료)	정제수, 액상과당, 백설탕, 탄산가스, 카라멜색소, 인산, 천연카페인(향미증진제), 합성착향료(콜라향)
마운틴듀 (롯데질성음료)	정제수, 백설탕, 탄산가스, 구연산, 향료혼합제제[아라비아검, 합성착향료(시트러스향), 비타민C, 수산화칼륨], 합성착향료(콜라향), 천연커피향, 천연카페인(향미증진제), 색소혼합제제(글루코오스시럽, 번성전분, 중쇄중성지방, 아스코르빈산나트륨, 베타카로틴, 제삼인산칼슘)
환타 (코카콜라음료)	정제수, 액상과당, 탄산가스, 구연산, 아라비아검, 합성착향료(오렌지향), 지방지방산에스테르, 합성착색료(식용색소황색제5호), L-아스코르빈산, 로진
밀키스 (롯데질성음료)	정제수, 액상과당, 백설탕, 탈지분유(우유), 탄산가스, 구연산, 인산, 합성착향료(요구르트향)
맥콜 (일화)	보리추출액, 정제수, 백설탕, 탄산가스, 구연산, 천연착향료(레몬라임향), 구연산나트륨, 비타민B, 나이아신아미드

<표 3> 탄산음료 주요 제품 구성 및 성상(1)

제품	중량	킬로리(kcal)	영양성분 (1일 영양소 기준치에 대한 비율)	제품사진
코카콜라 (코카콜라음료)	250ml / 캔	110	탄수화물 28g(9%), 당류 27g, 단백질 0g(0%), 지방 0g(0%), 포화지방 0g, 트랜스지방0g, 콜레스테롤 0mg(0%), 나트륨 15mg(1%)	
펩시 (롯데질성음료)	250ml / 캔	105	탄수화물 28g(9%), 당류 28g, 나트륨 5mg(0%), 카페인27mg	
질성사이다 (롯데질성음료)	250ml / 캔	110	탄수화물 27g(8%), 당류 21g, 나트륨 10mg(1%)	
환타 (코카콜라음료)	250ml / 캔	135	탄수화물 34g(10%), 당류 34g, 단백질 0g(0%), 지방 0g(0%), 포화지방 0g, 트랜스지방0g, 콜레스테롤 0mg(0%), 나트륨 10mg(1%)	
밀키스 (롯데질성음료)	250ml / 캔	130	탄수화물 31g(9%), 당류 30g, 단백질 1g(2%), 지방 0g(0%), 포화지방 0g, 트랜스지방0g, 콜레스테롤 0g(0%), 나트륨 20mg(1%)	

<표 3> 탄산음료 주요 제품 구성 및 성상(2)

제품	중량	칼로리(kcal)	영양성분 (1일 영양소 기준치에 대한 비율)	제품사진
맥콜 (일화)	250ml /캔	125	탄수화물 31g(9%), 당류 31g, 단백질 0g(0%), 지방 0g(0%), 포화지방 0g, 트랜스지방0g, 콜레스테롤 0mg(0%), 나트륨 20mg(1%), Vitamin C 75mg(75%), Vitamin B1 0.8mg(80%), Vitamin B2 0.9mg(75%)	

4. 탄산음료 변천사

- 국내의 탄산음료는 한국전쟁 후 동방청량음료합명회사가 '칠성사이다'를 생산하면서부터 시작되었으며, 1960년대 후반에 코카콜라와 펩시콜라가 우리나라에 들어와 음료시장은 사이다와 콜라가 양분해오다가 80년대 들어 보리탄산, 유성탄산음료 등이 개발되면서 그 종류가 급격히 늘어남.
 - 국민 소득 향상에 따른 식생활의 서구화로 탄산음료 소비형태 역시 전형적인 사이다에서 벗어나 다양한 탄산음료가 등장하게 됨.
 소비추세도 '76년 1인당 소비가 1.3L에서 '86년 19.2L까지 급격히 증가하여 10년간 15배 성장하였고 '96년에는 27L가 소비되어 선진국과 비슷한 수준까지 도달함³⁾

<롯데칠성음료의 초기 칠성사이다>



- 탄산음료 시장에서 율빙을 추구하는 고객의 등장은 콜라와 사이다로 양분 되었던 음료 시장에 자극제가 되어 음료업체들이 다양한 건강지향형 신제품을 출시
 - 탄산음료시장이 다양한 신제품 출시로 세분화 되고 있음

3) 2009-2010 식품연감*(농수축산신문, 2010)을 참조함.

<표 4> 탄산음료 변천사

시 기	특 징
1950년 5월	동방청량음료가 칠성사이다 출시
1968년	한양식품이 코카콜라와 제휴하여 코카콜라 판매 개시
1969년	펩시 콜라 판매 개시
1971년	착향 탄산음료 판매개시 예) 환타 오란씨
1980년대	보리탄산, 유성탄산음료 등 등장
1992년	코카콜라는 탄산음료 시장의 50% 점유 롯데칠성은 2위로 25% 점유
2007년	코카콜라 한국법인 한국시장서 철수

제2절 국민 식생활과 탄산음료

1. 탄산음료 섭취량

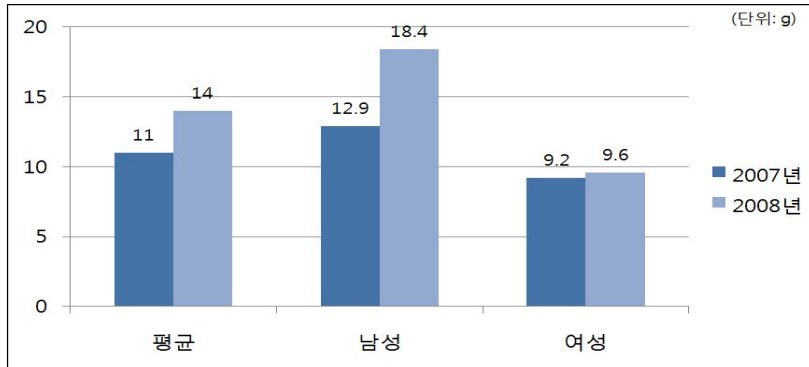
- 2008년 국민영양건강조사의 국민건강통계에 의하면 다소비식품⁴⁾ 중 탄산음료의 콜라⁵⁾는 21번째로 가장 많이 섭취하는 식품으로 조사되었으며, 2007년 일인당 일일 평균 소비량은 11g(25순위)에서 2008년 14g으로 증가되었음.
- 콜라의 섭취량을 성별로 나누어 살펴보면, 2007년도 남성의 1일 평균 콜라 섭취량이 12.9g(23순위)이고 여성은 9.2g(28순위)로 남성이 여성보다 평균적으로 콜라를 더 많이 섭취하는 것으로 나타났음. 2008년도 남성의 콜라 섭취량은 전년대비 5.5.g이 증가 한 18.4g(19순위)으로 나타났음.
- 2008년 조사결과에서 특이한 사항은 여성의 콜라섭취량은 남성에 비해 저조할 뿐만 아니라 여성의 다소비식품 30위권에서 제외되었음. 반면에

4) 중량을 기준으로 1일 평균 섭취량이 높은 식품

5) 국민영양조사에서 섭취량에 대한 언급은 '음료및주류'로 나와있고 탄산음료의 섭취량을 따로 알 수 없음. '다소비식품' 30개의 품목 중에서 탄산음료 중 콜라의 섭취량이 등록되어 있어 콜라만을 언급한 것임. 따라서 30위권 내에 없는 사이다와 같은 다른 탄산음료의 섭취량 혹은 과일음료의 섭취량을 알 수 없음.

여성이 과일음료를 콜라에 비해 상대적으로 많이 섭취하고 있는 것으로 조사되었음. 2008년 여성의 과일음료 섭취량은 10g(28순위)인 반면, 남성의 과일음료 섭취량은 다소비식품 30위권 내에 명시되지 않아 남성의 과일음료 섭취량은 콜라섭취량에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

<그림 1> 1일 평균 콜라 섭취량



주1: 2008년 여성의 콜라섭취량은 추정치임
 자료: 보건복지부, 2007, 2008년 국민건강통계, 국민영양조사

<참고> 2008년도 다소비 식품 순위

전체	섭취량 (g)	남자	섭취량 (g)	여자	섭취량 (g)
1. 백미	183.2	1. 백미	209.5	1. 백미	156.6
2. 김치, 배추김치	79.4	2. 김치, 배추김치	95.6	2. 우유	68.6
3. 우유	73.3	3. 우유	78.0	3. 김치, 배추김치	63.1
4. 맥주	45.1	4. 소주	68.5	4. 사과	34.7
5. 소주	38.7	5. 맥주	62.7	5. 맥주	27.3
6. 녹차	35.8	6. 돼지고기	48.7	6. 쇠고기족, 사골국물	25.4
7. 돼지고기	35.6	7. 녹차	48.7	7. 배	24.9
8. 사과	29.6	8. 쇠고기족, 사골국물	31.1	8. 꿀	24.8
9. 쇠고기족, 사골국물	28.3	9. 고추	29.9	9. 녹차	22.8
10. 고추	23.8	10. 양파	28.1	10. 돼지고기	22.4
...
21 콜라	14.0	19. 콜라	18.4	순위에 콜라 없음	-

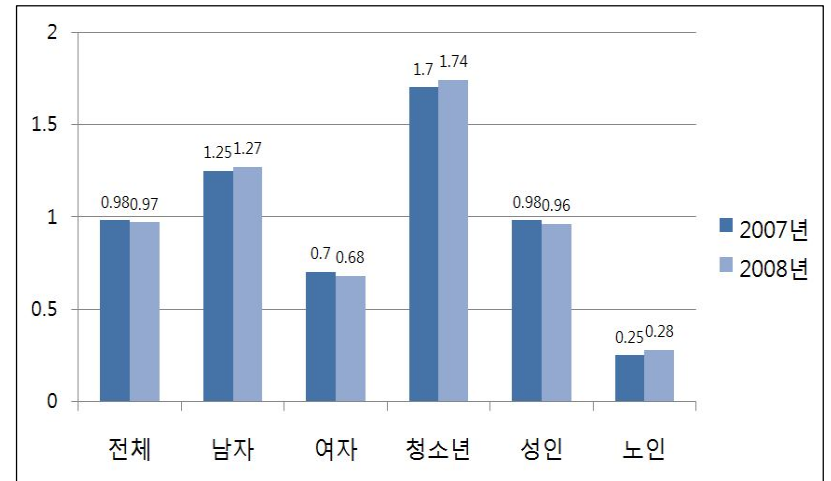
자료 : 보건복지부, "2008년도 국민건강통계"

2. 탄산음료 주요 소비자

○ 2008년 국민영양건강조사의 탄산음료 섭취빈도에 따른 통계를 보면, 전체적으로 남성이 주당 1.27회이며 여성이 0.68회로 남성의 주당 섭취횟수가 높게 나타나고 있음. 또한 연령별로는 청소년(만12-18세)그룹이 주당 1.74회로 성인(만19-64세)그룹의 0.96회, 노년(만65세 이상)그룹의 0.28회보다 자주 섭취 하는 것으로 나타났음.

○ 2008년 노년그룹의 탄산음료 섭취빈도는 2007년에 비하여 소폭 증가하였으며, 성인그룹은 소폭 감소함.

<그림 2> 탄산음료의 주당 평균 섭취빈도



자료: 보건복지부, 2007, 2008년 국민건강통계, 국민영양조사

<표 5> 2008년 탄산음료의 성별, 연령별 섭취횟수

(단위: %)

구분	1일			1주		1개월		1년		거의 안먹음	평균 빈도 (회/주)
	3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회		
전체	0.05	0.25	2.72	3.45	12.89	13.65	11.04	12.52	8.11	35.32	0.97
남자	0.05	0.38	4.16	4.62	16.81	15.71	10.68	12.37	7.46	27.76	1.27
여자	0.04	0.11	1.29	2.29	8.98	11.60	11.40	12.67	8.76	42.86	0.68
청소년	0.13	0.29	3.91	9.42	24.75	18.20	16.35	9.49	4.32	13.14	1.74
성인	0.04	0.28	2.91	2.97	12.45	14.22	10.94	13.09	8.42	34.68	0.96
노년	0.00	0.00	0.26	0.67	3.86	5.22	6.37	11.75	9.88	61.98	0.28

자료: 보건복지부, 2008년 국민건강통계, 국민영양조사

3. 가구구성 변화

○ 2005년 우리나라의 평균연령을 35.6세로 2000년 33.3세에 비해 평균연령이 높아졌으며, 65세 이상 인구도 2005년 436만 명으로 2000년에 비하여 29.4% 증가하여 고령화가 빠르게 진행되고 있는 것으로 나타났다.

<표 6> 연령별 인구변화 추이

(단위: 천명)

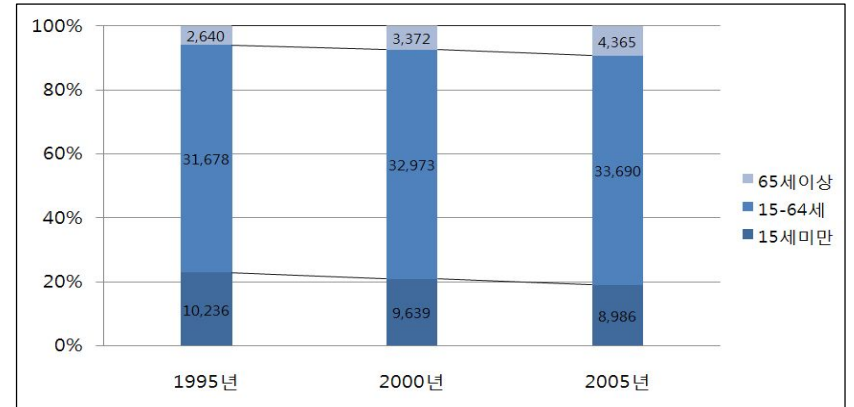
연령별	1995년	2000년	2005년
15세미만	10,236	9,639	8,986
15-64세	31,678	32,973	33,690
65세이상	2,640	3,372	4,365
평균연령	-	33.3	35.6

자료: 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 인구 총 조사

○ 탄산음료의 연령별 섭취 횟수<표5>에서 알 수 있듯이 성인과 노년층은 탄산음료를 청소년에 비해 적게 섭취함으로 인구구성에서 노년층의 증가는 탄산시장에서 성장 잠재력에 영향을 미칠 것으로 사료 됨.

<그림 3> 연령별 인구 비중 변화

(단위: 천명)



자료: 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 인구 총 조사

제3절 탄산음료시장 개요6)

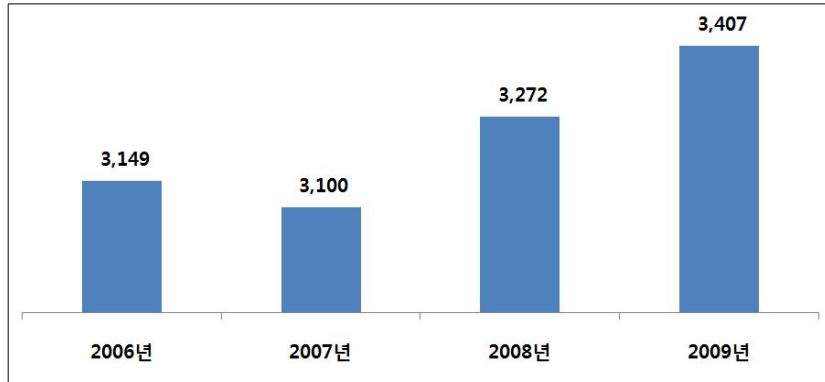
1. 음료시장 생산 동향

○ 2009년 국내 음료시장은 출하액 기준 약 3조 4천억 원대의 규모이며, 지난해 대비 4.1% 성장함. 2007년 이후 음료 시장은 꾸준히 증가세를 보이고 있음.

6) 한국식품정보원(2009), 「식품세계」, 2009년 12월 호와 농수축산신문(2010), 「한국식품연감」의 내용을 발췌하여 재가공한 내용을 바탕으로 주요기업을 대상으로 설문조사를 실시하여 동향분석내용을 보완함.

<그림 4> 음료 출하액 추이

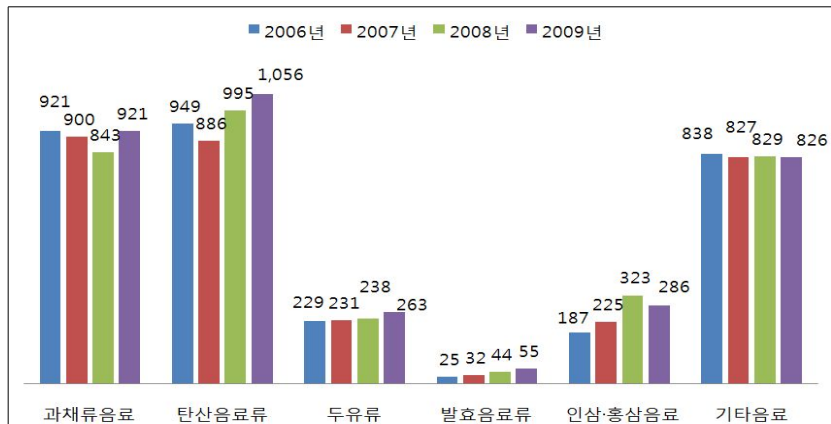
(단위 : 10억 원)



자료: 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적"(2006~2009)

<그림 5> 음료 세부 품목별 출하액 추이

(단위 : 10억 원)



자료: 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적"(2006~2009)

<표 7> 음료 세부품목별 출하액

(단위 : 10억 원)

구 분	2006년	2007년	2008년	2009년
과채류음료	921	900	843	921
탄산음료류	949	886	995	1,056
두유류	229	231	238	263
발효음료류	25	32	44	55
인삼·홍삼음료	187	225	323	286
기타음료	838	827	829	826
전 체	3,149	3,100	3,272	3,407

자료: 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적"(2006~2009)

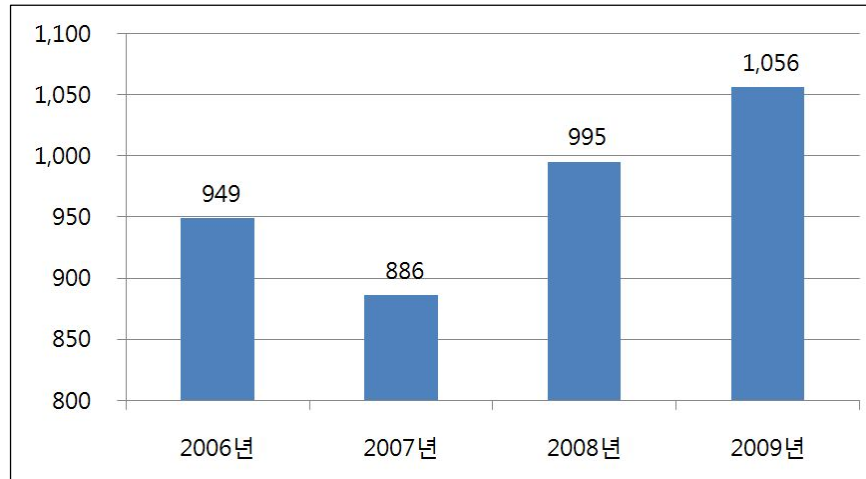
- 2008년까지 지속적으로 감소하던 과채음료류는 2009년 출하액 기준 9,210억 원으로 전년대비 9.2% 성장함.
- 음료시장은 과채음료, 탄산음료, 기타음료가 주도하고 있음. 특히 탄산음료는 시장규모면에서 1위를 고수하고 있으며 출하액 기준 등락액의 폭이 타 음료에 비하여 상대적으로 크게 나타남
- 두유류와 발효음료류를 제외한 타 음료는 출하액에 신장에 있어 기복을 보이며 꾸준한 성장을 예측하기는 어려워 보임
- 반면에 시장규모가 작은 두유류와 발효음료류는 지속적인 성장세를 보임.

2. 탄산음료시장 규모

- 2009년 탄산음료류의 출하액은 약 1조 560억 원으로 전체 음료시장에서 약 31%의 비중을 차지함. 또한 탄산음료류는 출하액 기준 전년대비 6.1% 성장하면서 전체 음료시장에서 가장 높은 성장을 보임.

<그림 6> 탄산음료 출하액 추이

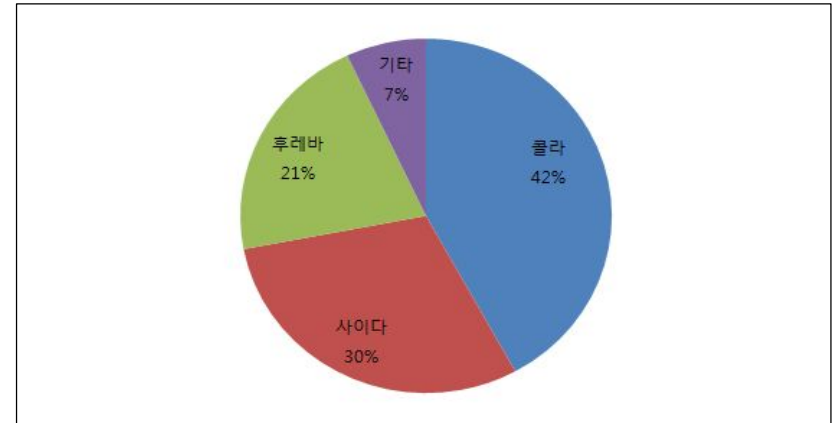
(단위: 십 억)



자료: 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적"(2006~2009)

- 11월 주요 기업 설문조사 결과, 콜라와 사이다 시장의 2010년 9월까지 매출액(상위 2개사)은 6,700억 원으로 전년 동기간 대비 7.4% 증가
 - 콜라는 전년 동기간 대비 11.4% 증가하여 4,071억 원의 매출을 기록하였고, 사이다는 같은 기간 1.8% 증가한 약 2,654억 원의 매출을 기록함. 2010년 콜라시장은 사이다 시장의 약 1.5배 수준임.
 - 전년 동기간 대비(1~9월) 콜라의 생산량은 9%, 사이다는 4.5%, 유성음료는 19.2% 증가하였고 후레바음료는 2.13% 감소함. 따라서 탄산음료 전체 생산량은 7.04% 증가
- 2005년도 탄산음료 시장의 세부 품목 별 시장 구성비를 보면 콜라 42%, 사이다30%, 후레바음료 21%, 기타 7%를 점유하고 있음.

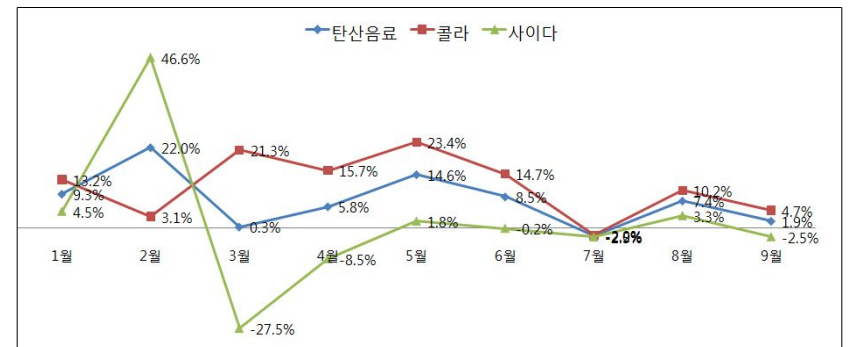
<그림 7> 탄산음료 품목별 비중



자료: 업계추정치, 한국식품정보원(2009), 「식품세계」, 2009년 12월 호, 35p (2005년 매출기준)

- 11월 주요 기업 설문조사 결과, 탄산음료의 매출액 증감률은 전년 동분기 대비, 1/4분기에는 10.6%, 2/4분기에는 9.8%, 3/4분기에는 2.3%로 각각 증가한 것으로 나타났음.

<그림 8> 전년 동월 대비 탄산음료 매출액 증감률 추이



주: 탄산음료는 데이터는 콜라와 사이다 합계임
 자료: 2010년 11월 기업 설문조사

3. 탄산음료시장의 특성

- 2008년 연말부터 국내 시장에 불어 닥친 금융위기의 여파로 전체적인 경제상황이 악화되었음에도 불구하고, 음료산업은 비교적 양호한 성장세를 보여주었음. 이는 음료산업이 타 산업에 비해 비교적 경기변동의 영향이 작고, 주로 계절적 요인에 의해 민감하게 반응하는 특성을 보이는데 따른 것임. 하지만, 원재료의 수입의존도가 높아 환율이나 원자재 가격의 변화에 민감하게 반응하는 특성을 가짐.
- 탄산음료시장은 전체 음료시장에서 주스와 기타음료와는 다르게 경기 불황에 따른 영향을 적게 받음. 이는 주스음료가 고가인 반면 상대적으로 탄산음료는 대부분 저가인 것에 기인한 것으로 추정 됨
- 진입 장벽이 낮은 음료 사업의 특성상 유업체, 제약업체 등의 음료시장 진출이 확대됨. 기존 음료업체는 가격경쟁 과다로 이익 실현이 힘든 상황이며, 유통측면에서는 신유통업체의 지속적인 점포확대가 예상됨. 할인점이 거대화 되어 납품업체에 대한 저가 기획제품 및 납품가 인하 등의 요구가 거세지면서 음료업체에 대한 위협요소가 더욱 커져가고 있음.
- 신제품 개발 추이: 웰빙트렌드에 부합하는 제로칼로리, 과즙탄산음료 출시
 - 탄산음료시장은 여전히 콜라와 사이다를 주력 아이템으로 시장을 주도하고 있으나 소비자의 웰빙에 대한 관심도 증가에 따라 제로칼로리, 과즙탄산 등의 웰빙트렌드에 부합하는 제품들로 소비자 니즈에 따라 다양화 되어 주력상품의 시장이 신상품에 의해 대체되고 있음.
 - 기존 탄산음료가 가진 비만유발 등의 건강에 부정적인 이미지를 탈피하고 웰빙트렌드에 적합한 제로칼로리 콜라가 출시됨. 코카콜라음료의 코카콜라제로와 롯데칠성음료의 펍시넥스가 있음.

<롯데칠성음료의 펍시넥스, 코카콜라음료의 코카콜라 제로>



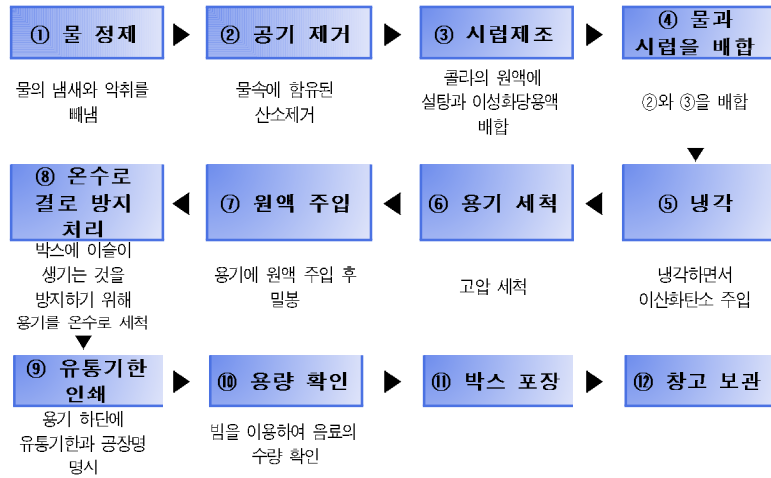
- 또한 탄산과 주스음료의 하이브리드형 제품인 과즙탄산음료는 과즙의 달콤함과 탄산음료의 청량감이 어우러지고 보존료 및 인공색소 등을 넣지 않아 웰빙트렌드에 맞춰 인기를 끌고 있음. 롯데칠성의 '트로피카나 스파클링'과 해태음료의 '에이드 시리즈' 등이 있음.

<롯데칠성음료의 트로피카나 스파클링, 해태음료의 레몬에이드>



4. 콜라 생산과정

<그림 9> 코카콜라의 생산과정



자료: 일본 코카콜라 홈페이지 www.cocacola.co.jp

제4절 원료와 상품가격

○ 탄산음료의 원재료 중 가장 비중이 큰 것은 당분류로 G사의 경우 전체 원재료 매입액의 약 13.9%를 차지함.

<표 8> 상위 2개사의 2010년 상반기 원재료 현황

(단위: 백만 원 %)

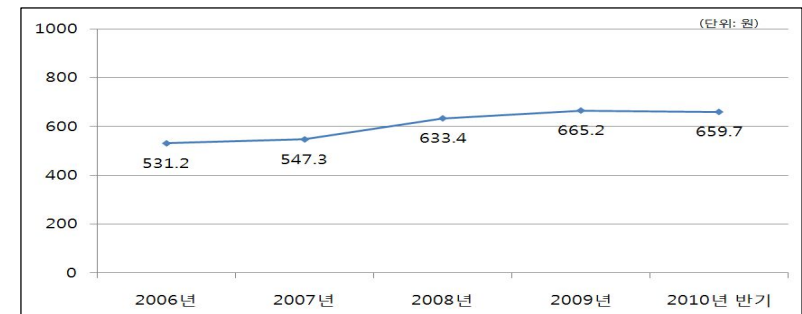
구분	품목	매입액(비율)		비고
G사	당분류	37,616	13.9	CJ, 대상 등
	오렌지농축액	10,308	3.8	롯데상사 등
	위스키원액	15,329	5.7	Angus Dun Dee
	콜라원액	12,441	4.6	한국펄시콜라
	사이다향	1,603	0.6	롯데상사
H사	기타	49,667	18.4	
	원액, 당분류 등	91,859	31.3	한국코카콜라

자료: 각사 2010년 반기 공시정보

- G사의 당분류 매입가격 변동 추이를 살펴보면, 지속적으로 당분류 매입가격이 상승하고 있음. 2009년 당분류 매입가격은 kg당 665.2원으로 전년 대비 5% 상승함. 그러나 2010년 상반기에는 kg당 659.7원으로 소폭(-0.8%) 하락함.

<그림 10> G사의 당분류 매입 가격변동 추이

(단위: 원)



주1: 당분류 kg 당 가격임

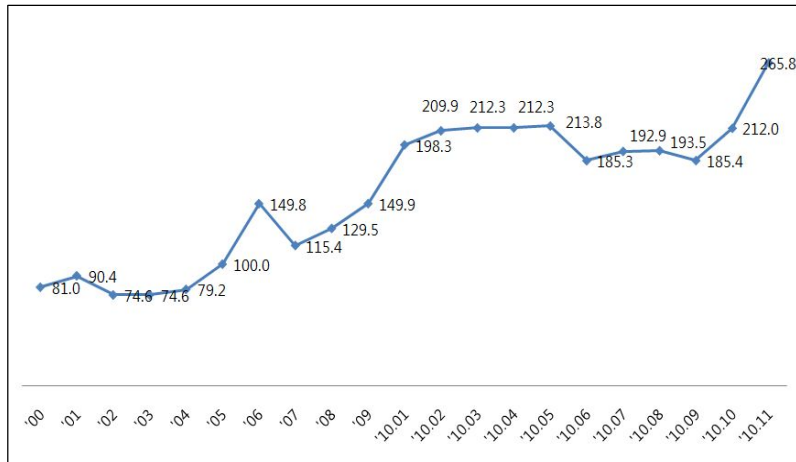
자료: G사 2010년 반기 공시정보

○ 국제 원당 시세는 2010년 2월 파운드 당 33.40센트로 급등하였으며, 브라질 등 원당 생산국가에서의 작황부진과 날씨영향 탓으로 공급량이 부족하여 지속적으로 원당 수입 물가지수는 상승곡선을 나타내고 있음⁷⁾

- 원당 시세는 2010년 11월 급격한 상승 이후 다소 정체현상을 보였으나 여전히 상승세임. 원당 수입물가지수의 지속적 상승의 주요 원인으로서는 이상기후와 증가한 수요 때문으로 추정되고 있음. 이러한 원당가격은 2011년도에도 상황이 크게 개선되지 않을 전망이다.

○ 2010년 11월 원당 수입물가지수는 265.8로 수입물가지수 통계작성 이후 최고치를 경신하였고 동년 전월대비 큰 폭으로 상승하였으며, 원당 가격은 계속하여 상승 할 것으로 추정 됨. 2005년 지수를 100으로 보았을 때 2011년 11월은 165.8%로 원당가격의 급상승을 보이고 있음.

<그림 11> 원당 수입물가지수

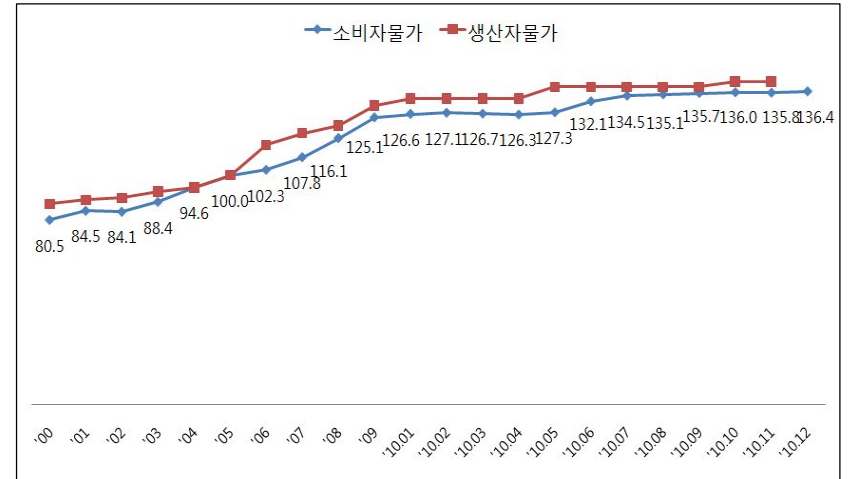


주: 계약통화기준, 단위 2005=100
 자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 수입물가지수

○ 원당 가격의 지속적인 상승은 탄산음료의 소비자 가격인상을 압박하는 주요원인으로 작용

7) 프라임경제(2010.12.24) “CJ설탕값 인상...업계 연쇄효과 조짐”

<그림 12> 콜라 물가지수



주 : 생산자물가지수는 2010년은 1월부터 11월까지임.
 자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 생산자물가지수, 소비자물가지수

○ 탄산음료 중 콜라의 소비자물가지수(2005=100)는 2010년 12월 136.4로 2005년 이후로 약 36.4% 상승함.

- 콜라의 생산자물가는 2010년 11월 140.7이며, 콜라의 생산자물가는 전반적으로 소비자물가보다 높은 것으로 나타남.

○ 설당을 비롯한 원부자재가격의 지속적인 상승으로 인하여 코카콜라음료는 2011년 1월부터 코카콜라와 코카콜라 제로, 코크라이트, 코카콜라 체리 등 4개 브랜드 13개 품목 공급가격을 4.2~8.6% 인상함.⁸⁾

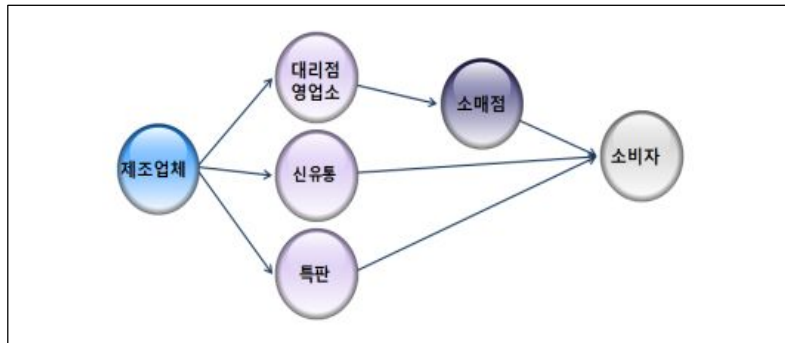
8) 세계일보 “코카콜라음료, 콜라 평균 6%인상”

제5절 판매와 유통

1. 유통과정

- 2010년 기업인터뷰 결과, 음료업체는 신 유통채널(할인점, 편의점, 슈퍼마켓 등)의 등장으로 탄산음료의 유통과정에 큰 변화를 경험하고 있음. 즉, 제조업체에서 유통업체로의 직판구조가 확장되고 있으며 기존 영업소나 대리점에 의존하던 유통형태는 상대적으로 축소되고 있음.
- 음료(탄산음료 포함)의 전체적인 유통경로는 크게 3가지 채널로 구분
 - 대리점/영업소 → 소매점 → 소비자: 구 형태의 주요 유통과정이었으나 신 유통채널 등장으로 음료업체내 유통채널 포지션은 약화 되고 있음(그림 유통채널별 매출 점유율 예 참고)
 - 신 유통채널 → 소비자: 다양한 유통업체의 출현으로 음료 업체사이에 경쟁이 가속화되는 유통채널 임 (2010년 기업인터뷰 결과)
 - 특판→소비자: 유통채널의 형태 중 거래관계가 단발성이거나 또는 특수 관계에 있는 업체와의 거래를 의미.

<그림 13> 음료의 유통경로



주 1 : 신유통은 백화점, 할인점, 편의점 포함

주 2 : 특판은 주로 B2B(외식업체, 군납 등의 기타 거래를 의미함).

주 3 : 소매점은 신유통을 제외한 소매점을 의미함.

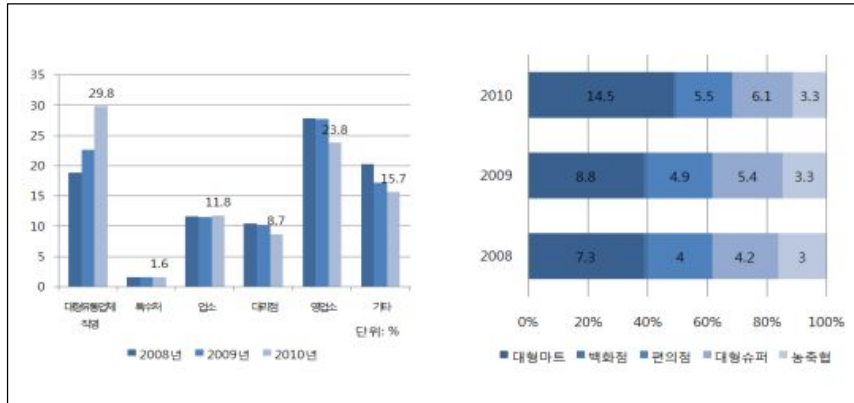
2. 주요 유통채널

- 유통 채널은 업체마다 차이는 있으나 대형유통업체/특수처/업소/지역대리점/직영영업소/기타로 구분하여 기업 설문조사를 실시. 2010년도 유통채널별 매출 점유율순서는 대형유통업체, 직영영업소, 기타, 업소, 지역 대리점, 특수처임.
 - I사의 경우 2009년까지는 영업소의 비중이 가장 높았으나 지속적인 대형유통업체의 매장증가에 힘입어 2010년에 채널 점유율은 29.8%로 크게 증가. J사 또한 2008년 대형 유통업체 점유율이 22.1%에서 2010년 24.7%로 증가
 - SSM 및 CVS매장의 증대 속에서도 미거래 소매점 개척으로 거래선수를 증대하고, 순기능 도매상 활용도를 증대하여 Coverage를 증대 하였고, 무인행사 등 매출 증대 활동을 강화하여 입점율과 진열율의 선형지표를 개선함. 할인점 채널은 주요 할인업체 및 지점과의 전략적 협업체제 구축과 각 점포별 특성에 맞는 맞춤형 행사참여와 매대 점유율을 증대시킴. 기업체 특판과 숙박, 요식 등의 특수유통의 밴더 발굴 및 천원샵 등의 신규시장 개척을 통한 시장 확대에 주력하여, 지속성장 구조를 만들어 나가고 있음.9)

- 음료 시장에서 대형유통업체의 음료시장을 어느 정도 점유하는가가 곧 전체적인 음료업체의 시장점유율에 큰 영향을 미치고 있음. 따라서 음료업체는 유통업체와의 관계구축과 매출증대를 도모하기위하여 본사내 대형유통업체를 관리하는 영업조직을 편성 운영하고 있음 (2010년 기업인터뷰 결과)

9) 금감원, LG생활건강, 2010,공시자료

<그림 14> 유통 채널별 매출 점유율



주 1) 대형유통업체전체는 대형마트, 백화점, 편의점, 대형슈퍼, 농축협을 포함
 2) 특수처는 교통/숙박, 학교/학원, 직장, 기타 등을 포함
 3) 업소는 레저/유흥, 음용소비 등을 포함
 4) 2010년은 9월까지의 집계임.
 자료 : 2010년 11월 기업 설문조사

제6절 탄산음료시장 동향

1. 탄산음료 생산 상위 2개사 주요 현황

1.1 경영현황

- 탄산음료 시장은 상위 2개사가 주도하며 2010년 A사는 1조 4천억 원, B사는 7,000억 원의 매출이 예상 됨. 전체 음료시장의 매출과 시장점유율은 A사가 주도하고 있으며 탄산음료 매출액은 출하액 기준으로 1조 원대에 육박 할 것으로 예상 됨
- LG생활건강은 2007년 10월 한국코카-콜라보틀링(주)을 인수하여 2008년 1월 코카-콜라음료(주)로 사명을 변경한 후, LG생활건강의 자회사로 본격 출범함.

- 또한, 2010년 국내 음료 3위업체인 해태음료를 인수하여 LG생활건강의 취약점으로 여겨졌던 냉장유통망이 해태음료 인수를 통해 갖춰지게 되고 상온과 냉장 영업이 시너지를 낼 경우 시장 점유율이 30%대까지 높아질 것으로 예상됨.¹⁰⁾ 따라서 LG생활건강의 음료업체 M&A는 향후 국내 음료시장의 판도에 큰 영향을 미칠 것으로 추정.
- LG생활건강은 시장점유율을 높이기 위해 기존 유통망을 바탕으로 주스와 커피음료시장을 공략하기위하여 신상품 개발에 집중 함.

<표 9> 상위 개2사의 매출현황

(단위 : 백만 원)

구분	사업부문	2010년 3/4분기*	2010년 반기	2009년 반기	2008년
A 사	음료	417,509	624,516	607,420	1,221,723
B 사	음료	100,414	338,157	291,595	534,959

주 1 : 발표 (*)는 2010년 11월 기업조사

주 2 : 2010년 3/4분기 B사는 콜라와 사이다 음료 매출만 적용

자료 : 금감원, 각 사 공시자료

1.2 공장현황

- C사의 6개의 공장 중에서 음료를 생산하는 공장은 5개로 평균가동률은 63.12%이고, D사의 7개 공장 중 음료를 생산하는 공장은 3개로 평균가동률은 57.8%임.

10) 한국경제, 2010.10.29, '음료시장 LG-롯데 2강구도로'

<표 10> 상위 2개사의 공장 및 생산능력 현황

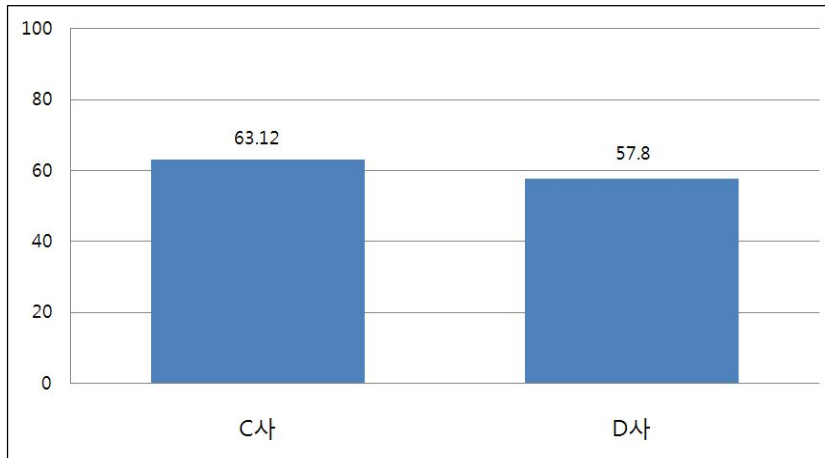
(단위: 억 원)

사업부문	품 목	사업소	2010년 반기	2009년	2008년	평균가동률
C사	음료	안성	55,703	122,797	115,088	55.00%
		오포	97,239	190,795	189,575	52.60%
		대전	67,910	114,492	116,314	76.90%
		양산	62,342	116,529	105,445	52.50%
		광주	8,778	17,756	17,548	78.60%
	소 계	291,971	562,368	543,970	63.12%	
D사	음료	여주	2,037	3,381	2,970	62.00%
		양산	851	1,517	1,313	52.60%
		광주	549	893	831	53.60%
	소 계	3,437	5,791	5,114	57.80%	

주 1) 평균가동률 = 제조원가/생산능력금액 (2010년 반기 기준)
 자료 : 금감원, 공시자료

<그림 15> 상위 2개사의 공장 평균가동률

(단위: %)



주 1) 평균가동률 = 제조원가/생산능력금액 (2010년 반기 기준)
 자료 : 금감원, 2010년 반기 공시자료

1.3 연구소 및 투자 현황

- 기업 설문조사 결과, 상위 2개사의 마케팅비는 E사가 F사보다 두 배 이상 마케팅비를 지출함.

<표 11> 상위 2개사의 투자 현황

구분	E사	F사
마케팅비('10년) 매출액대비 비중	557억원	237억 원
	5.6%	4.5%

주 1) 2010년은 3/4분기 누적임.
 자료 : 2010년 11월 기업 설문조사, 금감원 각 사 공시자료

2. 탄산음료 제품 동향

2.1 사이다 시장의 제품 동향 : 칠성사이다 78%의 점유율로 독보적 위치

- 2009년 기준 약 3,00억 원의 사이다 시장에서 롯데칠성음료의 '칠성 사이다'는 2,780억 원의 매출을 올리며 국내 사이다 시장에서 78%의 점유율을 기록했음.¹¹⁾ 롯데칠성은 <롯데칠성음료의 칠성사이다> '칠성사이다'로 사이다 시장에서 독보적인 위치를 구축하고 있음.

- 반면, 코카콜라의 '킨사이다'는 저가격 전략에도 불구하고 마이너스 성장을 기록하였으나 'DK사이다'로 리뉴얼하며 21%대의 시장점유율을 기록하고 있음. 해태음료 '축배사이다', '콤비 사이다', 'seven-up' 역시 마이너스 성장을 기록하며 1% 대의 시장 점유율을 기록하고 있음. 일화의 '천연사이다'는 2008년 신규 광고 집행 등 활발한 마케팅으로 시장에 진입하였으나 다시 주춤한 상태임.



11) 경향신문(2010.5.6), "60톤 롯데 칠성사이다...160억병 판매"

- 일화의 '천연사이다'는 2007년도에 이어 40% 이상의 플러스 실적을 거두며 2%대의 시장점유율을 유지함.

○수십 년간 '칠성사이다'가 확고한 1위로 군림해온 사이다 시장에 후발 업체들이 잇따라 신제품을 출시함. 코카콜라음료(LG생활건강)는 레몬 라임향을 가미하여 젊은 층을 타깃으로 'DK(다이내믹 킨)사이다'를 출시하였고, 동아오츠카와 일화는 최근 `나랑드사이다`와 `아큐아` 라는 신제품을 각각 출시함. '아큐아'는 일화의 '천연사이다'를 레몬라임향을 첨가하여 웰빙형으로 업그레이드 시킨 제품이며, 동아오츠카 '나랑드'는 제로 칼로리 사이다를 표방하며 설탕 보존료 카페인 색소가 들어 있지 않은 웰빙형 사이다 컨셉으로 차별화를 시도하고 있음.¹²⁾

- 음료 후발업체들은 기존의 사이다와 차별화된 다양한 탄산음료 개발에 주력하고 있음

<동아오츠카의 나랑드, 코카콜라음료의 DK다이내믹킨,일화의 아큐아>



○앞으로도 사이다 시장은 지속적으로 성장할 것으로 보이며, 롯데칠성은 '맑고 깨끗한 세상은 지켜져야 합니다.'라는 환경 캠페인을 지속적으로

12) 매일경제(2010.9.2), "칠성사이다에 도전장 내민 신제품들"

진개하였으며 최근에는 '물사랑 캠페인'을 지속적으로 전개하는 등 효율적인 환경마케팅 전략을 펼치며 시장점유율 확고히 하고 있음.

2.2 콜라의 제품 동향 : 코카콜라와 펩시콜라가 콜라시장을 양분

○콜라시장은 '코카콜라'와 '펩시콜라'가 치열하게 경쟁하며 콜라시장의 양대 산맥을 형성하고 있음. 콜라시장은 경기불황에 따른 소비자들의 웰빙 경향이 약해지고, 비교적 저렴한 가격에 소비자들의 기분을 돋우는 탄산음료의 소비가 증가되어 2008년 약 4,900억 원의 시장을 형성함.

<코카콜라음료의 코카콜라, 롯데칠성음료의 펩시>



○'코카콜라'와 '펩시콜라'의 시장점유율은 6.5:3.5 정도의 비율로 유지 되고 있으나¹³⁾, '코카콜라'의 지속적인 가격인상과 '펩시콜라'의 경쟁력 강화로 '펩시콜라'의 비중이 점차 커질 것으로 예상됨.

○해태의 '해태콜라', '콤비콜라', 범양식품의 '815콜라독립'이란 제품으로

13) 2010년 11월 기업 설문조사

콜라시장에 도전장을 내밀었지만, 2007년 '콤비콜라'만이 1%의 시장 점유율을 차지하며 국산콜라의 명맥만 유지하고 있음.

2.3 후레바 음료의 제품 동향

- '후레바'란 'Flavor'(풍미)의 발음을 딴 업계 은어로 과일향이 첨가된 탄산음료를 말함. 콜라, 사이다 등 탄산음료가 강한 탄산을 갖고 있는데 비해 후레바는 최근 웰빙 트렌드를 반영해 탄산이 약하고 과일향이 강하게 첨가한 것이 특징임.
- 후레바음료는 롯데칠성의 '마운틴듀', '미린다', 해태음료의 '씨니텐', 코카콜라의 '환타' 등이 있으며 후레바 제품은 큰 변화없이 꾸준한 매출을 보여줌. 또한, 탄산음료 시장에서 신상품을 개발 할 수 있는 여력이 큰 시장으로 신상품의 도입과 쇠락이 반복 됨.
- 1976년 우리나라에서 최초로 선보인 과즙함유 탄산음료 '씨니텐'은 초기에는 과즙이 10%가 직접 들어가 과즙 무게 때문에 가라앉는 점을 알리기위해 '흔들어 주세요'라는 광고카피를 사용했던 것이 이제는 씨니텐을 대표하는 문구가 됨. 그러나 실제로 제품을 흔들 경우 탄산음료의 특성상, 거품이 일면서 제품이 흘러넘치게 되기 때문에 최근에는 사용하지 않고 있음.

<해태음료의 씨니텐>



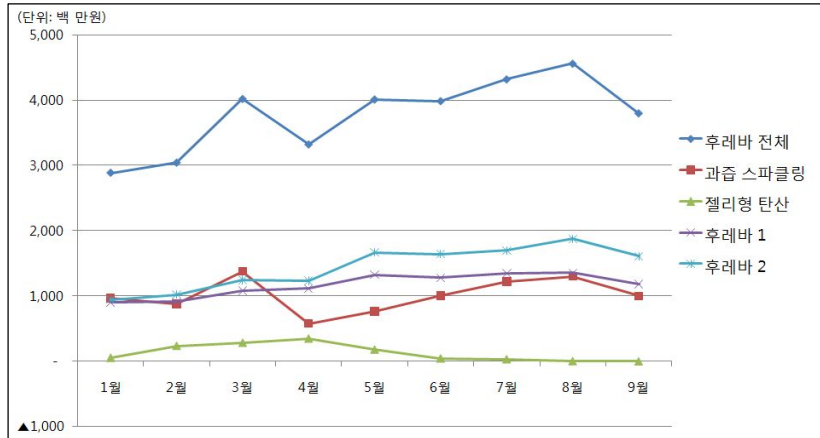
- 후레바 음료시장은 콜라 사이다 시장과는 달리 유행을 타는 시장으로 나타나고 있으며 기업의 마케팅 활동은 매출에 가장 민감하게 작용. 예로 젤리형 탄산음료의 반짝 성장 후 쇠퇴와 과즙 스파클링 음료의 성장을 들 수 있음. 코카콜라의 '환타 셰이커 흔들흔들'과 롯데칠성의 '아일락 셰이킷 붐붐'은 흔들어야만 탄산을 담은 젤리가 터져 나와 마실 수 있는 음료로 '탄산음료는 절대 흔들어 마시면 안 된다'는 소비자의 인식을 완전히 뒤집은 제품으로 눈길을 끌면서 출시 초기에 '환타 셰이커 흔들흔들'은 2009년 2월 국내에 출시되어 5개월 만에 1년 목표치를 모두 판매하는 기록을 세우고 '아일락 셰이킷 붐붐' 역시 출시 첫 달 12억 원의 매출을 올렸으나,¹⁴⁾ 최근에는 매출이 매우 부진한 것으로 나타났음.
 - 2009년 하반기에 도입한 과즙형 스파클링 제품은 상승세에 있으며 이 크게 인기를 끌고 있음. 롯데칠성은 '트로피카나 스파클링' 인기에 힘입어 지난 4월에는 업그레이드된 하이브리드 제품 '트로피카나 스피릿'을 선보임. 100% 과즙과 탄산이 조화를 이뤄 탄산음료를 좋아하면서도 웰빙·건강을 챙기는 소비자들에게 관심을 받고 있음.

왼쪽부터 코카콜라음료의 환타셰이커 롯데칠성음료의 셰이킷붐붐 트로피카나스파클링 트로피카나 스피릿



14) 한국식품정보원(2009), 「식품세계」, 2009년 12월 호, 32p

<그림 16> 2010년 후레바 음료 월별 매출 추이



자료 : 2010년 11월 주요 기업 설문조사

2.4 기타탄산음료의 제품 동향

- 기타탄산음료 시장은 편의상 탈지분유를 첨가한 유성탄산음료, 보리를 주원료로 한 보리탄산음료로 크게 2가지로 분류됨. 그러나 현재 보리탄산음료 시장은 미약하고, 주로 유성탄산음료 시장이 주를 이룸.
- 유성탄산 음료시장은 1984년 코카콜라의 '암바사' 출시에 뒤이어 롯데칠성의 '밀키스'와 해태음료의 '크리미'가 가세 하면서 시장이 형성되었으나 코카콜라는 2010년 11월 기업 설문조사 결과 유성음료의 생산을 중단 함. 현재 유성탄산 음료시장은 롯데 칠성이 주도하고 있으며 대표 품목인 밀키스는 약 350억 원 규모의 시장을 형성. 또한 '밀키스'가 현재 러시아에서 큰 인기를 끌고 있으며, 광고 등 집중적인 마케팅을 통해 마이너스 폭을 크게 줄일 것으로 보임.¹⁵⁾ 밀키스 과일맛은 러시아 시장에서의 인기를 이어 국내에도 소비자들이 과일맛을 출시를 요청, 소비자 조사 결과 가장 반응이 좋았던 오렌지와 바나나맛을 국내에도 선보임.

15) 푸드투데이(2008.4.30), "2008 음료시장 전망"

<왼쪽부터 롯데칠성의 밀키스, 코카콜라의 암바사, 해태의 크리미>



- 보리탄산음료는 두유음료에 이은 세계 최초 한국국적의 탄산음료로 1984년 일화의 '맥콜' 제품을 생산하면서 출발했음. 그 후 해태의 '보리텐', 롯데 칠성의 '보리콜' 등의 제품이 등장하였으나 현재는 일화에서만 제품이 나오고 있음.

3. 해외시장에서의 위상 및 경쟁력

3.1 2010년 탄산음료¹⁶⁾ 수출 약 5천 톤

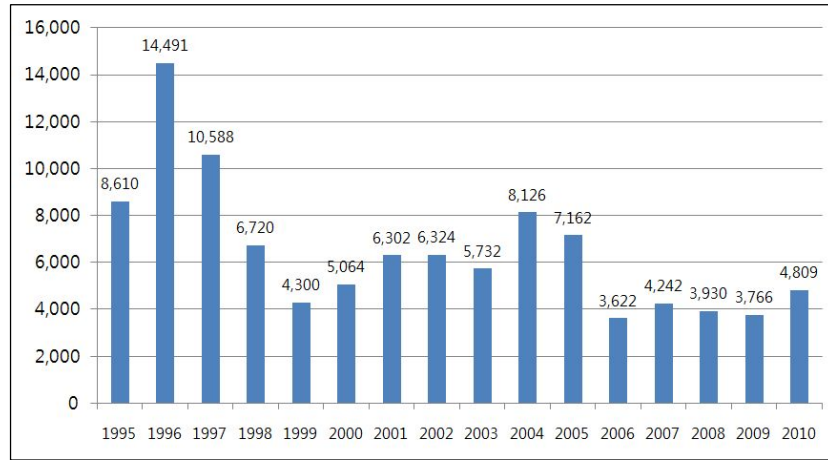
- 관세청 수출입무역통계에 의하면 2010년 수출량은 4천 8백 톤으로 전년대비 27.7% 증가함. 수출액은 약 5백만 불임.
 - 탄산음료는 1996년 1만 4천톤으로 가장 높은 수출량을 기록한 이후 큰폭의 감소 추세를 보이는 것으로 나타남.
- 2010년 탄산음료 수출국은 52개국으로 1995년 19개국에 비하여 수출국이

16) 관세청 수출입무역통계에서 탄산음료의 분류는 음료주류 중 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(광수와 탄산수를 포함한다)에서 기타로 포함됨.

다변화되고 있음.

<그림 17> 탄산음료 수출량 추이

(단위: 톤)



주* 품목코드 2202109000

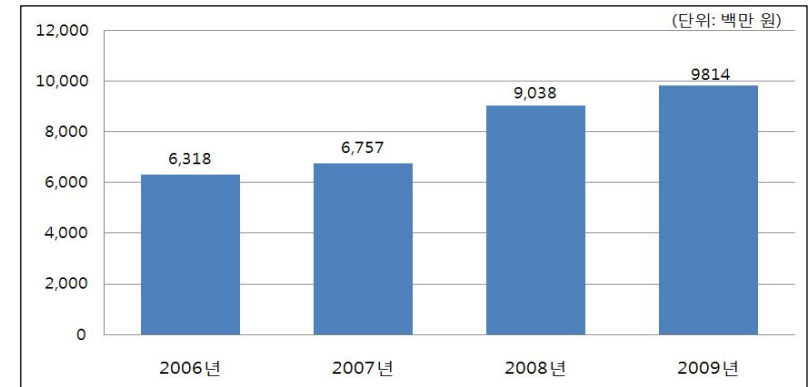
탄산음료는 음료·주류 중 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(광수와 탄산수를 포함한다)에서 기타로 포함됨.

자료: 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

3.2 롯데칠성음료의 해외사업

- 롯데칠성음료는 국내음료업체 중 해외시장 진출이 가장 활발하게 진행되고 있음. 롯데칠성음료의 탄산음료 수출액은 약 98억 원으로 전년 대비 8.6% 성장함.
 - 2009년 음료 전체 수출액은 285억 원으로 중 탄산음료 수출액은 전체 음료 수출의 약 34.5%를 차지함.

<그림 18> 롯데칠성음료의 탄산음료 수출액



자료: 롯데칠성음료 공식정보.

- 롯데칠성음료는 해외사업 중 가장 활발하게 이루어지고 있는 곳은 중국으로 2005년 롯데화방, 롯데오더리를 인수합병 하였음. 중국 사업 추진 전략으로는 롯데브랜드 활성화 및 유통채널을 확보하고, 생산설비를 선진화하여 2013년까지 2,000억 원의 매출을 달성하여 북경 및 하남성 1위 음료회사를 목표로 하고 있음.
 - 이를 위해, 제품전략은 글로벌 브랜드를 육성하고 집중광고 및 홍보를 하고 있으며, 조직은 우수 현지 영업인력을 보강하여 대도시 영업조직을 구축하는 전략을 세움.
- 롯데칠성음료는 러시아 블라디보스톡에 주재사무소를 설립하여 밀키스, 레쓰비 등의 제품 수출로 극동지역에서 인지도를 높인 제품을 기반으로 러시아 해외사업을 추진하고 있음.
 - '밀키스'는 러시아 음료시장에 성공적으로 진출해 지난 10년간 2,820만 달러의 매출을 기록함. 러시아인의 입맛에 생소한 '탄산우유'가 긍정적으로 작용하여 신선한 맛과 독특한 디자인으로 인기를 끌게 되면서 기존 밀키스의 맛과 더불어 오렌지, 딸기, 메론, 망고, 파인애플, 복숭아 맛 등 러시아인들의 입맛에 맞는 다양한 제품을 출시함.¹⁷⁾

<롯데칠성음료의 러시아 수출용 밀키스>



- 2011년 롯데칠성음료는 해외 사업 안정화를 위한 시스템 구축에 초점을 맞춤. 이를 위해 1월 중에 글로벌 ERP¹⁸⁾를 가동해 국내와 해외 자회사의 업무 통합에 박차를 가할 계획임. 또 기존에 진출한 중국과 필리핀 이외 지역의 추가 인수·합병(M&A)도 적극적으로 추진할 예정임.¹⁹⁾

<표 12> 롯데칠성음료의 해외사업

구분	중국		러시아	필리핀
회사명	롯데화방	롯데오더리	블라디보스톡주재사무소	Pepsi Cola Products Philippines, Inc.
인수일 / 설립일	2005.10	2005.11	2009.2	2010.10
위치	중국 북경	하남성 루허시	블라디보스톡	메트로마닐라 문틴루파시
종업원	297명	738명		2,560명
생산 품목	주스, 식포음료, 주류	탄산, 유음료, 생수		탄산, 주스, 차, 스포츠,
비고			-러시아 직수출 전환 -기존 거래처 관리, 신규 거래처 개척	-생수PepsiCo 필리핀 독점 보틀러 -필리핀 전국 생산/

17) 내일신문 2010.09.16 “해외에서 더 인기 있어요”
 18) Enterprise Resource Planning의 약자로 흔히 '전사적 자원관리'라고 함. 기업 전체를 경영자원의 효과적 이용이라는 관점에서 통합적으로 관리하고 경영의 효율화를 기하기 위한 수단임.
 19) 한국경제, 2011.01.02, “롯데, 글로벌 경영 ‘드라이브’ …해외M&A 지속 추진”

			-유통업체 현황 조사 / 제품 입점 상담 -각종 관측활동(대형마트 매대 및 시음행사, 음료 전시회 참가) -현지 시장조사	유통망 보유(11개 공장) -펄시,트로피카나,게토레이,립톤 등 생산/판매 -비탄산 카테고리의 롯데칠성의 제품 도입 예정
--	--	--	---	--

자료: 롯데칠성음료 홈페이지.

3.3 코카콜라의 해외현황

- 코카콜라는 현재 약 200개 국 이상에서 판매되고 있으며, 코카콜라가 생산하고 있는 제품의 종류는 약 500여 종에 달함. 또한, 1일 평균 전세계에서 코카콜라음료를 섭취하는 양은 16억 잔(1잔: 237mL)에 달함.²⁰⁾

3.4 해외 탄산음료시장 트렌드²¹⁾

- IBIS World는 작년 글로벌 소프트음료 시장 매출액이 전년보다 2.2% 감소한 1천760 억 달러에 머물렀다고 밝힘. 이는 수요가 경제 사이클을 따르는 경향이 있어 자연스러운 현상으로 간주되고 있음. 또 2009년 기준 미국은 여전히 세계 1위의 탄산음료 소비국이었지만, 멕시코와 푸에르토리코가 캐나다와 호주를 밀어내고 2, 3위를 차지함.
- 한편 미국인 일인당 연평균 병 물 소비량은 2005년 25.51갤런에서 2009년 33.72 갤런으로 연평균 7.8%의 높은 성장을 함. 그렇지만 탄산음료는 현재 음료시장 전체 매출액의 54% 이상을 차지하고 있긴 하나 그 비중이 점차 낮아질 것으로 전망하고 있음.
 - 건강에 대한 우려로 인해 탄산음료에 대한 거부감이 지속적으로 커지고 있음. 기업들은 상대적으로 이슈가 덜한 개발도상국으로 눈을 돌리고 있으며, 개발도상국의 젊은 층을 탄산음료의 주요 공략 대상으로 삼고 있음.

20) 일본 코카콜라홈페이지, www.cocacola.co.jp (2011.01)

21) 식품음료신문, 2010.11.11, “미국 음료시장 동향”

4. 주요 기업 인터뷰 결과

- 4.1 마케팅 중점 사항: 브랜드가치를 극대화하고 소비자의 잠재니즈 파악한 새로운 제품 출시
- 소비자조사를 통한 소비자의 잠재니즈를 찾아 새로운 제품 및 용기/디자인에 집중 마케팅컨셉을 수립함으로써 광고 및 프로모션 전략에 활용 또한 소비자들의 TPO²²⁾를 분석하여 TPO에 맞는 전략 수립
 - 1차 구매자이자 소비자와의 접점으로 친화적인 대 딜러 판촉 및 나아가 당사 제품을 통해 딜러의 수익으로 연결 집중하여 최종적으로 소비자가 선택할 수 있도록 유도하고 영업활동으로 입점/진열 활동을 강화
- 4.2 애로사항²³⁾: 정책적 애로사항으로는 식품정책 시스템의 정확한 표기와 중립적 정책 실행을 요구
- 탄산음료를 포함한 식품정책 및 근거법령은 negative시스템과 positive 시스템을 가미하고 있음. 그러나 관련 예시가 "~등"으로 되어 있는 경우 전체적으로는 positive(규제적)시스템으로 작동됨.
 - Negative System은 '아래의 경우를 제외하고 사용할 수 있다'를 말하며 Positive System은 '다음의 경우에만 사용할 수 있다'를 말함.
 - 보건복지부/식품의약품안전청은 식품관련 정책부서는 중립적이기보다는 "국민의 정서까지 생각하는 식품행정"등의 구호를 통해 소비자 편에 치우쳐져 있음.

22) TPO(Time, Place, Occasion)는 마케팅 용어로서 소비자의 시간과 장소, 상황에 맞는 마케팅을 말함.

23) 기업의 애로사항을 경영, 마케팅, 정책적 측면에서 나누어 살펴볼 수 있으나, 11월 기업 설문조사 결과 정책적 애로사항만이 응답되었으며 추후 기업 인터뷰를 통하여 보완할 예정임.

제7절 요약 및 시사점

1. 요약

- 탄산음료는 전체 음료시장에서 주스와 기타음료와는 다르게 경기불황에 따른 영향이 더 적은 시장임. 2009년 탄산음료 출하액은 1조 560억 원으로 전년대비 약 6% 증가함. 그러나 원재료의 수입의존도가 높아 환율이나 원자재 가격의 변화에 민감하게 반응하는 특성을 가짐.
- 비만유발 등의 건강에 부정적인 이미지를 가진 탄산음료는 웰빙트렌드에 부합하기위해 제로칼로리의 제품과 주스음료와의 하이브리드형 제품의 출시로 소비자의 니즈에 부합하고 있음.
- 탄산음료의 주 소비층은 청소년이며, 주로 여성보다는 남성의 탄산음료 섭취비율이 높음. 그러나 탄산음료의 비소비층인 노년인구의 빠른 증가로 인해 향후 시장 성장 정체 예상.
- 주 원재료인 당분류의 경우 이상기후와 수요 증가로 인한 원당가격의 상승으로 매입가격이 지속적으로 인상되고 있어 제품 가격상승을 압박하는 주요요인이 되고 있음.
- 탄산음료의 유통은 대형유통업체의 비중이 점차 확대되고 있음.
- 주요 기업인터뷰 결과, 마케팅 중점사항으로는 브랜드 가치를 극대화하고 소비자의 잠재니즈를 파악하는 신제품 출시를 들었고, 애로사항으로 식품정책시스템의 정확한 표기와 중립적 실행을 요구함.

<표 13> 탄산음료시장 동향 요약

구분	요약
시장 특성	<ul style="list-style-type: none"> ● 경기 불황에 따른 영향을 적게 받음. ● 원재료의 수입의존도가 높아 환율이나 원자재가격의 변화에 민감하게 반응
시장 및 동향	<ul style="list-style-type: none"> ● 시장 대내외 환경 : 섭취량 및 주소비층 감소로 성장 정체 예상 ● 웰빙트렌드에 부합한 제로칼로리 제품, 하이브리드형 제품 출시
원료 및 유통	<ul style="list-style-type: none"> ● 주 원재료인 원당가격의 지속적인 상승 ● 최근 대형유통업체(소매점) 비중 확대
마케팅 중점사항 및 애로사항	<ul style="list-style-type: none"> ● 브랜드가치 극대화하고 소비자의 잠재니즈를 파악한 신제품 출시 ● 정부의 식품정책시스템의 정확한 표기와 중립적 실행 요구

2. 주요 시사점 및 전망

2.1 탄산음료에 대한 부정적 인식 확산으로 탄산을 이용한 다양한 건강지향형 음료 개발이 박차를 가할 것으로 예상되며 맛과 재미를 즐길 수 있는 일석이조의 제품이 탄산음료 시장의 성장을 주도할 것으로 예상

○ 미국, 유럽 등 세계 주요 국가들이 '정크 푸드'로 인식되는 식품에 관해 규제를 강화하고 있으며, 우리나라도 지난해 3월부터 '어린이 식생활 안전관리 특별법'의 시행으로 초중고교 내 피자, 햄버거, 탄산음료 등 고열량 저 영양 식품의 판매를 금지시킴. 이어 2010년 1월부터는 오후 5시부터 오후 7시까지의 TV광고를 제한함. 또한, 지속적인 탄산음료의 대한 부정적인 연구 논문 발표 등이 이어져, 탄산음료에 대한 소비자의 구매양상은 위축될 것으로 사료 됨.

- 전년 동기간 대비 탄산음료 시장이 성장 함에도 불구하고 전체적인 소비 트렌드는 기능성음료나 웰빙형 음료지향으로 예상됨.²⁴⁾

○ 2008, 2009년의 국내 음료 시장은 지난 몇 년 동안 20% 가량 성장했던 차음료 제품의 판매량이 주춤한 반면 프리미엄 워터를 포함한 물 시장 규모가 급팽창하였고, 웰빙 경향으로 주춤했던 탄산음료시장이 다시 성장세로 돌아섰음. 그러나 유색탄산음료는 점차적으로 줄어들고, 건강지향적이고 자연친화적인 기능성 음료의 성장이 계속될 전망이다.

- 기존에 판매하던 상품의 종류(콜라, 사이다)만을 가지고는 탄산음료 시장의 성장에 한계가 있을 것으로 사료 됨.

○ 이에 따라 탄산음료 시장은 코카콜라음료의 '제로콜라', 롯데칠성의 '웹스텍스', 동아오츠카의 '나랑드' 등 제로 칼로리, 저지방, 저당 음료의 소비자 니즈에 맞춘 신제품을 내놓고 있음. 앞으로도 이러한 웰빙 트렌드에 부합하는 제품들은 전체 음료 시장뿐만 아니라 탄산음료 시장에서도 제품들 간의 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 전망되며 이들 상품의 라이프 사이클은 기존의 콜라 사이다보다 짧을 것으로 예상 됨, 즉, 상품의

24) 이투데이 경제, 2010.05.12, '탄산지고, 에너지 뜯다'

지속성을 누리기보다는 유행성을 따를 것으로 예상 됨.

- 신상품의 라이프사이클이 기존상품 카테고리에 비해 상대적으로 단축됨으로 신상품 개발능력의 정교함은 물론 철저한 재고관리 능력이 요구 됨.

<왼쪽부터 롯데칠성음료의 웹스텍스, 동아오츠카의 나랑드>



○ 탄산음료에 우유를 넣어 유성탄산음료를 만든 '밀키스'처럼 이질적인 요소의 결합을 의미하는 '하이브리드'가 음료 업계에서도 인기를 끌 것이 예상됨. 현재 탄산과 진짜 과즙이 들어간 롯데칠성의 '트로피카나 스파클링' 제품이 인기를 끌고 있으며, 웰빙제품 선호도 증가와 <롯데미트B 콜라 새로운 호기심으로 하이브리드 음료 제품의 영역이 더욱 넓어져 갈 것으로 예상됨.²⁵⁾

2.2 음료업체의 대형유통업체를 통한 유통경로의 의존율은 확대 될 것으로 전망

○ 대형유통업체는 Buying Power를 바탕으로 납품업체에 대한 저가 기획제품 및 납품가 인하 등을 요구 하며 음료업계에 위협요소로 등장함.



25) 파이낸셜뉴스 경제 (2010.10.15), '섞이니 대박, 식음료 하이브리드 붐'

○ 대형유통업체의 PB(Private Brand)상품 도입은 탄산음료 시장에서 유통업체와 제조업체사이의 경쟁을 가속화시킴으로 PB콜라와 NB(National Brand) 콜라의 가격경쟁은 물론 제조업체사이에 진열 선반을 확보하기 위하여 유통업체에 대한 영업 경쟁이 불가피 함. 대형유통업체인 홈플러스와 롯데마트는 PB콜라를 판매하고 있음

2.3 음료시장의 상위 2개사는 콜라와 사이다 시장에서 경쟁하기보다 타 음료분야에서 경쟁이 예상 됨

○ 콜라는 J사, 사이다는 K사로 시장이 형성되었고, 웰빙 추구의 소비 트렌드를 고려할 때 서로의 시장을 공략하기보다 새로운 시장 개척에 집중 할 것으로 예상됨.

○ 제조업체는 사이다와 콜라시장에서 벗어나 신규 첨가물을 연구 개발하여 장기 안정적 시장보다는 유행성 음료시장개척에 집중 할 것으로 사료 됨.

2.4 원당가격의 지속적인 상승으로 음료업체의 탄산음료 소비자가격 인상은 불가피하며 향후 원재료 가격인상은 지속될 것으로 전망 됨

2.5 보건복지부 및 식품의약품안전청은 식품행정에 있어 소비자와 업체, 양쪽을 배려할 수 있는 정책 수립 전개가 필요

○ 식품정책에서 소비자 편에서만 전개하는 정책은 업체의 상황을 배려하지 않아 음료업체들에게 큰 부담이 되고 있음.

○ 식품관련 표시 기준에서는 정확한 표시 방법을 홍보하여 업체의 혼선을 예방하여야 함.

부록

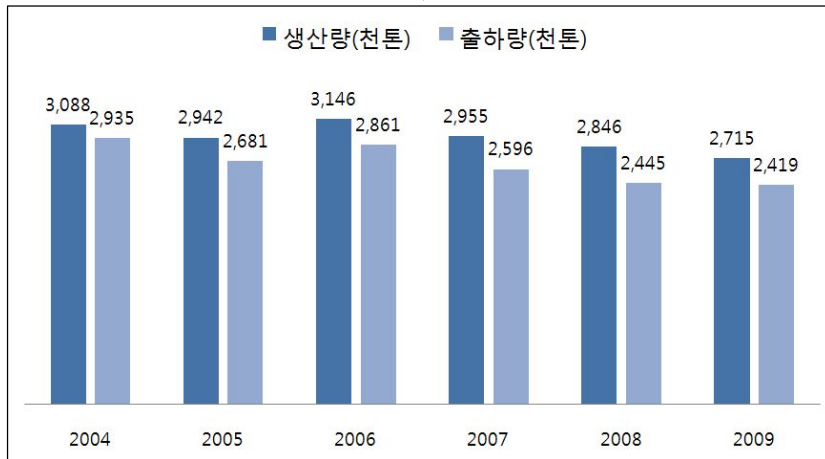
- 음료류 생산실적 추이
- 음료 품목별 생산실적 추이
- 음료류 생산량 등 추이
- 콜라 물가지수 추이
- 사이다 물가지수 추이
- 탄산음료 1인 섭취빈도(2007-2008)
- 주요 4사 기업개요
 - 롯데칠성음료(주)
 - (주)엘지생활건강
 - 해태음료(주)
 - 동아오츠카(주)
- 조사표

<음료류 생산실적 추이>

구분	생 산 현 황			
	생산능력(T)	생산량(T)	생산액(천원)	
2004	17,506,551	3,087,760	2,566,150,108	
2005	10,257,555	2,942,006	2,422,442,353	
2006	17,770,397	3,145,961	2,365,630,987	
2007	14,841,361	2,955,050	2,098,550,561	
2008	22,024,421	2,847,584	2,926,884,835	
2009	25,455,626	2,715,166	2,594,657,078	
구분	출 하 현 황			
	출하량(T)	출하액(천원)	수출량(T)	수출액(\$)
2004	2,934,831	3,252,942,685	57,247	35,251,725
2005	2,680,520	3,039,393,772	66,934	57,453,748
2006	2,861,296	2,961,916,002	63,848	66,524,938
2007	2,595,615	2,875,559,673	141,976	57,675,651
2008	2,445,015	3,272,114,294	57,220	130,933,261
2009	2,419,124	3,405,865,384	67,642	77,642,457

자료 : 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적" (2004~2009)

<음료류 생산량, 출하량 추이>



자료 : 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적" (2004~2009)

<음료 품목별 생산실적 추이(1)>

구분	식품품목명	생산량(톤)	국내출하액(천원)	수출액(\$)
2004	탄산음료류	1,283,274	1,053,927,200	8,267,714
	과실,채소류음료	877,632	1,010,207,878	13,770,473
	기타음료	681,497	947,852,120	10,040,582
2005	탄산음료류	1,225,921	978,354,870	12,047,540
	과실·채소류음료	846,392	922,844,862	24,912,562
	기타음료	634,447	892,815,491	15,930,367
	두유류	175,046	210,217,566	4,349,031
	발효음료류	59,548	33,174,838	214,248
	분말음료	652	1,986,145	-
2006	탄산음료류	1,143,634	948,937,676	13,031,992
	과실,채소류음료	962,909	920,873,870	26,654,392
	기타음료	666,903	834,940,721	22,852,541
	두유류	318,924	229,381,780	3,894,488
	발효음료류	52,862	24,680,146	90,430
	분말음료	729	3,101,809	1,095
2007	탄산음료류	1,051,942	885,503,806	14,696,367
	과실·채소류음료(가열)	1,014,789	871,486,946	25,635,280
	기타음료	647,606	824,165,250	13,411,545
	두유류	178,533	230,560,775	3,740,027
	발효음료류	52,476	32,229,766	135,972
	과실·채소류음료(비가열)	9,188	28,717,176	50,000
	분말음료	516	2,895,954	6,460

자료 : 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적" (2004~2009)

<품목별 생산실적 추이(2)>

<탄산음료 생산량, 출하량, 재고량, 내수량, 수출량 추이>

(단위: kl)

구분	식품품목명	생산량(톤)	국내출하액(천원)	수출액(\$)
2008	탄산음료	1,118,817	992,950,095	10,621,881
	혼합음료	518,725	639,859,999	81,239,673
	과·체음료(가열)	513,864	500,504,575	20,300,705
	과·체주스(가열)	200,345	291,689,600	1,473,693
	두유	178,015	235,561,587	3,808,227
	추출음료	136,525	75,124,148	1,661,367
	유산균음료	60,878	35,363,305	60,188
	홍삼음료	34,389	311,531,112	8,714,901
	기타발효음료	30,416	8,190,117	741,147
	음료베이스(기타)	14,575	109,178,919	333,387
	과·체주스(비가열)	9,151	25,112,820	0
	분말두유	8,380	38,591	0
	두유액	7,302	2,202,874	0
	농축과·체즙(또는 과·체분) - 가열	6,366	20,822,305	696,507
	인삼음료	3,451	11,658,539	1,250,965
	탄산수	3,204	1,678,109	3,633
	과·체음료(비가열)	1,341	3,339,422	0
음료베이스(분말)	1,115	4,428,893	26,978	
2009	탄산음료	1,112,575	1,054,663,694	9,744,118
	혼합음료	522,623	618,202,075	25,529,727
	과·체음료(가열)	490,163	509,464,474	18,220,294
	과·체주스(가열)	197,217	332,913,121	659,757
	두유	174,444	259,765,512	2,539,821
	유산균음료	84,095	47,669,522	122,399
	홍삼음료	37,413	278,054,550	15,394,373
	추출음료	36,458	71,678,442	1,891,768
	음료베이스(기타)	17,094	130,734,900	733,191
	농축과·체즙(또는 과·체분) - 가열	8,777	19,925,536	40,475
	과·체주스(비가열)	8,726	37,163,212	-
	두유액	7,982	2,656,774	-
	농축과·체즙(또는 과·체분) - 비가열	7,308	11,215,097	-
	탄산수	3,183	873,976	15
	과·체음료(비가열)	2,437	10,071,972	-
	인삼음료	1,627	8,013,657	945,668
	기타두유	1,319	914,780	-
음료베이스(분말)	850	4,952,985	51,618	

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적” (2004~2009)

구분	생산량	출하량	재고량	내수량	수출량
1995	1,163,763	1,165,238	52,398	1,160,578	4,660
1996	1,285,958	1,275,994	54,138	1,270,486	5,508
1997	1,320,736	1,275,522	35,392	1,267,310	8,212
1998	1,153,957	1,053,057	28,425	1,050,053	3,004
1999	1,458,315	1,387,574	43,356	1,386,233	1,341
2000	1,469,248	1,428,458	48,560	1,426,813	1,645
2001	1,445,664	1,411,560	66,149	1,407,378	4,182
2002	1,346,900	1,290,219	60,192	1,279,055	11,164
2003	1,224,099	1,245,546	48,813	1,235,728	9,818
2004	1,210,781	1,253,874	41,677	1,234,657	19,217
2005	1,204,693	1,299,226	25,156	1,276,458	22,768
2006	1,129,113	1,189,598	24,697	1,171,163	18,435
2007	1,038,837	1,107,193	21,037	1,092,958	14,235
2008	1,123,282	1,177,682	21,654	1,163,708	13,974
2009	1,130,606	1,186,057	20,570	1,166,754	19,303
2010.01	96,183	92,075	30,080	90,797	1,278
2010.02	95,203	100,671	28,922	99,594	1,077
2010.03	103,457	101,499	37,032	98,751	2,748
2010.04	99,790	104,643	35,898	101,411	3,232
2010.05	108,743	112,169	37,224	109,020	3,149
2010.06	108,056	114,947	35,132	110,182	4,765
2010.07	111,109	115,580	35,694	111,995	3,585
2010.08	103,147	116,277	36,951	112,726	3,551
2010.09	91,561	102,302	30,945	100,486	1,816
2010.10	98,696	100,242	34,156	98,305	1,937
2010.11	80,454	87,987	30,513	86,766	1,221

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 광업제조업동향조사

<혼합음료 생산량, 출하량, 재고량, 내수량, 수출량 추이>

(단위: kl)

구분	생산량	출하량	재고량	내수량	수출량
1995	414,351	408,262	17,938	405,855	2,407
1996	465,438	463,552	22,278	457,492	6,060
1997	437,674	440,807	18,856	438,051	2,756
1998	384,334	379,523	24,627	376,443	3,080
1999	473,017	468,860	16,942	465,818	3,042
2000	576,819	525,480	23,507	519,194	6,286
2001	546,352	506,194	26,995	498,938	7,256
2002	628,899	584,668	29,779	577,028	7,640
2003	569,067	520,089	31,627	514,808	5,281
2004	644,967	615,933	37,054	610,080	5,853
2005	669,346	665,850	39,036	658,697	7,153
2006	654,930	652,292	44,739	644,137	8,155
2007	694,634	697,469	46,749	686,087	11,382
2008	706,941	697,401	55,648	685,441	11,960
2009	618,034	609,135	60,855	601,599	7,536
2010.01	32,122	34,854	57,855	33,995	859
2010.02	36,529	36,792	57,592	36,232	560
2010.03	52,409	48,128	61,594	47,635	493
2010.04	63,650	60,713	64,286	59,893	820
2010.05	72,324	71,116	65,401	70,409	707
2010.06	72,228	70,749	67,181	69,691	1,058
2010.07	71,971	71,214	68,327	70,192	1,022
2010.08	69,514	73,035	70,374	71,948	1,087
2010.09	56,564	60,594	66,676	59,738	856
2010.10	53,861	52,744	67,688	52,149	595
2010.11	45,193	46,994	66,237	46,095	899

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 광업제조업동향조사

<과즙음료 생산량, 출하량, 재고량, 내수량, 수출량 추이>

(단위: kl)

구분	생산량	출하량	재고량	내수량	수출량
1995	695,242	660,759	69,819	653,864	6,895
1996	723,194	707,134	71,593	693,431	13,703
1997	762,048	775,528	47,328	752,566	22,962
1998	564,186	579,079	43,387	548,292	30,787
1999	681,199	652,709	62,104	645,876	6,833
2000	650,032	694,331	36,129	686,988	7,343
2001	750,525	769,858	27,767	755,413	14,445
2002	703,277	732,239	39,558	717,830	14,409
2003	701,291	703,911	37,450	689,862	14,049
2004	714,581	707,428	39,414	689,809	17,619
2005	657,077	675,940	27,472	658,987	16,953
2006	622,810	645,821	27,136	628,033	17,788
2007	653,533	661,930	32,915	640,973	20,957
2008	726,259	725,291	45,860	702,620	22,671
2009	666,979	688,548	36,475	667,330	21,218
2010.01	47,593	50,615	33,440	48,854	1,761
2010.02	43,448	47,516	29,057	45,502	2,014
2010.03	56,557	54,263	31,582	53,256	1,007
2010.04	67,206	67,474	30,489	65,475	1,999
2010.05	67,556	69,558	28,893	67,948	1,610
2010.06	73,269	76,255	25,691	73,212	3,043
2010.07	69,499	70,144	26,092	68,110	2,034
2010.08	67,732	70,507	33,440	67,978	2,529
2010.09	65,735	70,159	31,701	67,915	2,244
2010.10	77,414	64,462	45,440	62,693	1,769
2010.11	48,899	55,815	39,335	54,065	1,750

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 광업제조업동향조사

<커피음료 생산량, 출하량, 재고량, 내수량, 수출량 추이>

(단위: kl)

구분	생산량	출하량	재고량	내수량	수출량
2000	138,452	109,197	4,588	109,001	196
2001	155,620	120,362	9,056	119,751	611
2002	151,414	121,624	6,005	120,628	996
2003	147,831	119,074	5,992	118,334	740
2004	159,935	145,323	7,423	143,724	1,599
2005	168,960	172,083	6,839	169,610	2,473
2006	166,777	166,503	5,945	164,570	1,933
2007	173,190	172,840	5,553	171,131	1,709
2008	181,359	176,293	7,788	174,645	1,648
2009	191,815	189,924	7,821	187,953	1,971
2010.01	16,443	16,650	7,523	16,412	238
2010.02	12,012	12,197	7,527	11,984	213
2010.03	15,587	15,822	7,473	15,665	157
2010.04	16,423	15,548	8,383	15,406	142
2010.05	17,953	18,782	7,224	18,277	505
2010.06	20,087	19,819	7,356	19,547	272
2010.07	27,226	26,167	7,917	25,715	452
2010.08	26,668	22,401	16,590	22,010	391
2010.09	23,398	27,521	11,712	26,740	781
2010.10	25,834	25,595	11,429	24,907	688
2010.11	22,066	22,487	10,771	21,876	611

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 광업제조업동향조사

<두유 생산량, 출하량, 재고량, 내수량, 수출량 추이>

(단위: kl)

구분	생산량	출하량	재고량	내수량	수출량
1995	140,177	141,212	3,524	141,173	39
1996	150,807	149,208	3,947	149,131	77
1997	142,106	141,832	3,695	141,623	209
1998	128,931	128,972	3,495	128,705	267
1999	123,958	123,285	3,819	122,854	431
2000	133,217	131,618	4,837	131,160	458
2001	149,147	148,070	5,189	147,446	624
2002	193,082	191,162	6,966	190,268	894
2003	219,200	217,482	8,094	216,079	1,403
2004	198,373	198,130	8,013	196,630	1,500
2005	187,405	188,087	6,811	185,460	2,627
2006	193,870	193,367	6,508	190,669	2,698
2007	197,995	194,980	8,954	192,285	2,695
2008	189,087	188,002	9,518	184,675	3,327
2009	178,333	179,120	7,727	177,117	2,003
2010.01	13,572	14,886	6,325	14,716	170
2010.02	14,704	15,214	5,712	15,079	135
2010.03	18,620	16,768	7,452	16,551	217
2010.04	16,186	16,481	7,145	16,186	295
2010.05	16,245	16,670	6,641	16,507	163
2010.06	16,373	16,361	6,604	16,111	250
2010.07	16,270	15,099	7,714	14,918	181
2010.08	17,443	16,203	8,894	15,990	213
2010.09	17,917	20,710	6,017	20,500	210
2010.10	20,272	18,217	7,896	17,992	225
2010.11	19,655	18,368	9,031	18,105	263

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 광업제조업동향조사

<생수 생산량, 출하량, 재고량, 내수량, 수출량 추이>

(단위: kl)

구분	생산량	출하량	재고량	내수량	수출량
1995	488,331	488,819	2,427	483,056	5,763
1996	803,889	801,064	5,325	792,487	8,577
1997	837,003	838,879	3,298	830,707	8,172
1998	773,065	772,052	3,719	763,607	8,445
1999	974,563	973,070	4,124	960,861	12,209
2000	1,167,348	1,190,675	5,830	1,178,631	12,044
2001	1,464,890	1,472,719	9,510	1,461,049	11,670
2002	1,581,805	1,576,777	6,457	1,561,902	14,875
2003	1,630,526	1,621,027	6,750	1,607,618	13,409
2004	1,690,482	1,690,518	7,492	1,675,989	14,529
2005	1,818,628	1,811,707	14,657	1,799,499	12,208
2006	1,899,722	1,900,060	12,862	1,886,998	13,062
2007	1,964,090	1,958,888	13,798	1,940,114	18,774
2008	2,188,234	2,185,583	14,605	2,164,225	21,358
2009	2,272,250	2,253,116	31,160	2,232,694	20,422
2010.01	163,454	152,990	40,854	151,789	1,201
2010.02	156,058	151,971	44,758	150,215	1,756
2010.03	174,473	174,391	44,045	172,493	1,898
2010.04	170,211	174,768	40,258	171,807	2,961
2010.05	205,604	205,372	40,181	202,993	2,379
2010.06	231,233	233,693	37,370	231,555	2,138
2010.07	243,768	245,259	35,502	243,233	2,026
2010.08	247,177	253,626	28,841	251,676	1,950
2010.09	206,199	208,970	25,849	207,235	1,735
2010.10	200,315	197,121	27,577	195,569	1,552
2010.11	181,655	181,773	27,230	180,255	1,518

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 광업제조업동향조사

<국내 출하액기준 상위 10개사: 음료류>

연도	순위	제조사명	출하액(천원)	연도	순위	제조사명	출하액(천원)
'04	1	롯데칠성음료(주)	1,056,268,552	'05	1	롯데칠성음료(주)	948,578,402
	2	해태음료(주)	434,629,674		2	한국코카콜라보틀링(주)	440,956,408
	3	한국코카콜라보틀링(주)	433,129,750		3	해태음료(주)	378,292,425
	4	동아오츠카(주)	181,835,755		4	동아오츠카(주)	164,906,487
	5	웅진식품(주)	145,082,085		5	광동제약(주)	132,292,863
	6	광동제약(주)	92,582,262		6	웅진식품(주)	109,014,987
	7	한국코카콜라(주)	86,593,500		7	한국코카콜라(주)	86,941,883
	8	정식품(주)	82,672,589		8	정식품(주)	86,562,202
	9	매일유업(주)	70,865,916		9	매일유업(주)	77,407,779
	10	삼육식품	52,758,852		10	삼육식품	48,518,463
'06	1	롯데칠성음료(주)	909,021,571	'07	1	롯데칠성음료(주)	913,141,504
	2	한국코카콜라보틀링(주)	453,069,175		2	코카콜라음료(주)	491,271,689
	3	해태음료(주)	359,040,923		3	해태음료(주)	355,280,817
	4	동아오츠카(주)	144,130,625		4	동아오츠카(주)	135,096,115
	5	웅진식품(주)	124,299,778		5	광동제약(주)(형태공장)(제6호)	107,311,593
	6	광동제약(주)(형태공장)(제6호)	122,112,588		6	웅진식품(주)	104,024,970
	7	정식품(주)	92,742,832		7	정식품(주)	102,534,043
	8	한국코카콜라(주)	85,739,412		8	매일유업(주)	79,634,433
	9	매일유업(주)	82,222,288		9	삼육식품	55,607,229
	10	삼육식품	52,014,092		10	한국아쿠르트(주)	33,410,250
'08	1	롯데칠성음료(주)	996,605,378	'09	1	롯데칠성음료(주)	1,021,618,279
	2	코카콜라음료(주)	493,171,838		2	코카콜라음료(주)	536,382,624
	3	해태음료(주)	330,801,887		3	해태음료(주)	229,995,507
	4	동아오츠카(주)	156,412,013		4	한국인삼공사(주)	152,882,936
	5	한국인삼공사(주)	140,522,431		5	동아오츠카(주)	142,651,334
	6	광동제약(주)(형태공장)	126,703,945		6	정식품(주)	129,270,263
	7	정식품(주)	108,397,498		7	웅진식품(주)	126,916,545
	8	매일유업(주)	78,612,866		8	광동제약(주)	113,042,826
	9	한국코카콜라(유)	70,877,765		9	한국코카콜라유통회사	78,088,623
	10	웅진식품(주)	65,002,173		10	매일유업(주)	64,388,781

자료 : 식약청, "식품 및 식품첨가물 생산실적", 각호

<연도별 탄산음료 수출량 및 수출국>

기간	수출중량 (톤)	수출금액 (천불)	수입중량 (톤)	수입금액 (천불)	무역수지 (천불)	수출국
1995	8,610	6,421	788	638	5,783	19
1996	14,491	10,106	993	755	9,351	20
1997	10,588	7,468	1,118	787	6,681	22
1998	6,720	4,431	1,651	909	3,522	21
1999	4,300	2,844	2,553	1,602	1,243	16
2000	5,064	3,601	1,483	723	2,879	15
2001	6,302	4,218	1,308	628	3,590	20
2002	6,324	4,382	595	424	3,959	23
2003	5,732	3,570	600	536	3,035	23
2004	8,126	5,282	1,004	1,253	4,029	28
2005	7,162	5,035	2,853	2,493	2,542	32
2006	3,622	3,564	3,062	2,298	1,266	37
2007	4,242	4,768	2,870	2,534	2,234	36
2008	3,930	3,751	2,318	2,114	1,637	41
2009	3,766	3,072	1,429	1,326	1,747	42
2010	4,809	5,017	3,096	4,012	1,005	52

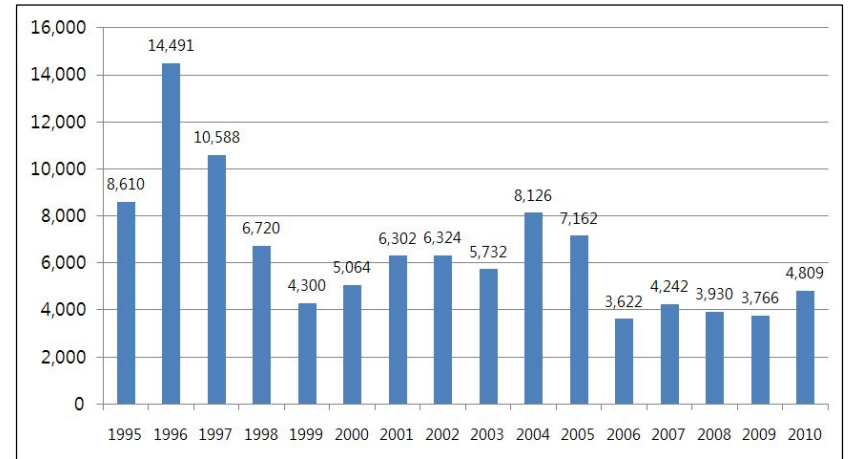
주* 품목코드 2202109000

탄산음료는 음료·주류 중 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(광수와 탄산수를 포함한다)에서 기타로 포함됨.

자료 : 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

<탄산음료 수출량 추이>

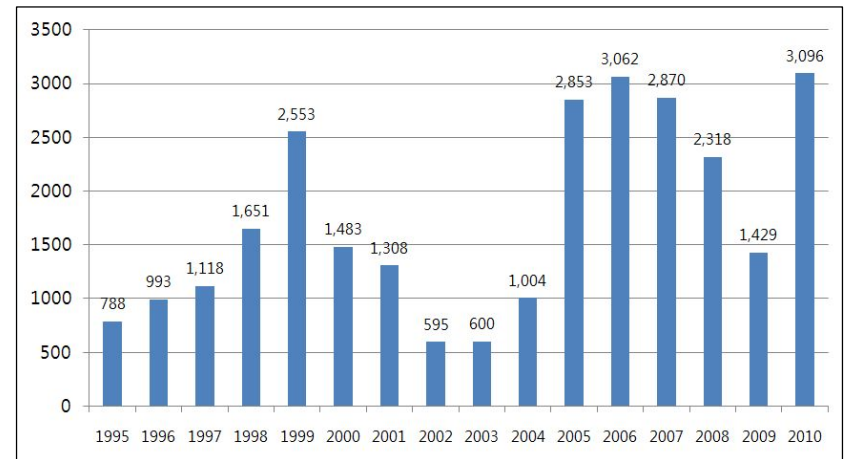
(단위 : 톤)



자료 : 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

<탄산음료 수입량 추이>

(단위 : 톤)



자료 : 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

<국가별 품목별 탄산음료 수출실적 : 상위 5개 국(1)>

연도	국가명	수출총량(톤)		수출금액(천불)	
			비중		비중
1995	홍콩	3,853	44.8	2,630	41.0
	일본	1,478	17.2	1,715	26.7
	러시아 연방	2,760	32.1	1,562	24.3
	미국	338	3.9	327	5.1
	인도네시아	21	0.2	35	0.5
1996	러시아 연방	7,007	48.4	5,061	50.1
	홍콩	5,994	41.4	3,957	39.2
	일본	466	3.2	325	3.2
	카자흐	461	3.2	308	3.0
	미국	286	2.0	271	2.7
1997	러시아 연방	6,852	64.7	4,950	66.3
	홍콩	2,422	22.9	1,602	21.5
	일본	763	7.2	409	5.5
	미국	174	1.6	190	2.5
	사이프러스	125	1.2	165	2.2
1998	홍콩	2,916	43.4	1,609	36.3
	러시아 연방	2,483	36.9	1,557	35.1
	일본	337	5.0	259	5.8
	미국	225	3.3	237	5.3
	태국	235	3.5	201	4.5
1999	홍콩	3,348	77.9	2,307	81.1
	일본	298	6.9	152	5.3
	미국	118	2.7	105	3.7
	브라질	136	3.2	75	2.6
	대만	90	2.1	53	1.9

자료 : 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

<국가별 품목별 탄산음료 수출실적 : 상위 5개 국(2)>

연도	국가명	수출총량(톤)		수출금액(천불)	
			비중		비중
2000	홍콩	3,571	70.5	2,475	68.7
	미국	592	11.7	655	18.2
	브라질	301	5.9	151	4.2
	일본	382	7.5	130	3.6
	사이프러스	81	1.6	91	2.5
2001	홍콩	3,846	61.0	2,384	56.5
	미국	1,123	17.8	1,105	26.2
	일본	853	13.5	305	7.2
	캐나다	72	1.1	150	3.6
	사이프러스	54	0.9	61	1.4
2002	홍콩	4,092	64.7	2,736	62.4
	미국	1,302	20.6	1,100	25.1
	베트남	541	8.6	314	7.2
	대만	117	1.9	61	1.4
	일본	122	1.9	55	1.3
2003	홍콩	2,645	46.1	1,715	48.0
	일본	1,477	25.8	724	20.3
	미국	815	14.2	562	15.7
	러시아 연방	273	4.8	138	3.9
	아랍에미리트 연합	131	2.3	104	2.9
2004	일본	4,191	51.6	2,302	43.6
	미국	1,302	16.0	1,029	19.5
	홍콩	1,322	16.3	850	16.1
	필리핀	418	5.1	420	8.0
	뉴질랜드	64	0.8	93	1.8

자료 : 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

<국가별 품목별 탄산음료 수출실적 : 상위 5개 국(3)>

연도	국가명	수출중량(톤)		수출금액(천불)	
			비중		비중
2005	일본	3,485	48.7	1,919	38.1
	미국	1,125	15.7	1,011	20.1
	홍콩	765	10.7	654	13.0
	필리핀	687	9.6	583	11.6
	아랍에미리트 연합	200	2.8	162	3.2
2006	미국	802	22.1	707	19.8
	홍콩	757	20.9	684	19.2
	중국	118	3.3	508	14.3
	필리핀	589	16.3	487	13.7
	카타르	216	6.0	246	6.9
2007	필리핀	1,346	31.7	1,207	25.3
	홍콩	937	22.1	912	19.1
	중국	339	8.0	887	18.6
	미국	876	20.7	793	16.6
	러시아 연방	304	7.2	443	9.3
2008	홍콩	922	23.5	801	21.4
	미국	1,020	26.0	745	19.9
	필리핀	543	13.8	460	12.3
	몽골	186	4.7	273	7.3
	러시아 연방	203	5.2	249	6.6
2009	미국	1,459	38.7	1,123	36.6
	홍콩	874	23.2	721	23.5
	몽골	360	9.6	324	10.5
	필리핀	307	8.2	239	7.8
	중국	68	1.8	109	3.5
2010	홍콩	1,063	22.1	1,512	30.1
	캄보디아	738	15.3	716	14.3
	미국	860	17.9	625	12.5
	몽골	379	7.9	418	8.3
	필리핀	423	8.8	341	6.8

자료 : 관세청 수출입무역통계, <http://www.customs.go.kr/>, 품목별 국가별 수출입 실적

<콜라 물가지수(2005=100)>

연도	콜라 생산자 물가지수	콜라 소비자 물가지수	연도	콜라 생산자 물가지수	콜라 소비자 물가지수
1975	26.6	24.5	1999	99.3	86.0
1976	28.0	25.9	2000	87.5	80.5
1977	30.7	28.0	2001	89.2	84.5
1978	32.4	30.1	2002	90.1	84.1
1979	34.8	33.5	2003	92.9	88.4
1980	49.4	41.8	2004	94.6	94.6
1981	64.1	52.1	2005	100.0	100.0
1982	65.5	53.1	2006	113.2	102.3
1983	65.5	51.5	2007	118.3	107.8
1984	65.5	51.2	2008	121.6	116.1
1985	65.5	52.0	2009	130.3	125.1
1986	69.2	53.7	2010	-	131.6
1987	69.9	53.6	2010.01	133.4	126.6
1988	67.5	53.2	2010.02	133.4	127.1
1989	64.0	53.5	2010.03	133.4	126.7
1990	63.9	53.6	2010.04	133.4	126.3
1991	63.9	56.0	2010.05	138.4	127.3
1992	69.2	63.0	2010.06	138.4	132.1
1993	74.5	66.0	2010.07	138.4	134.5
1994	78.1	71.2	2010.08	138.4	135.1
1995	81.0	73.3	2010.09	138.4	135.7
1996	83.4	74.9	2010.10	140.7	136.0
1997	84.5	78.9	2010.11	140.7	135.8
1998	93.3	85.2	2010.12	-	136.4

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 물가지수(생산자물가지수, 소비자물가지수)

<사이다 물가지수(2005=100)>

연도	콜라 생산자 물가지수	콜라 소비자 물가지수	연도	콜라 생산자 물가지수	콜라 소비자 물가지수
1975	27.8	21.613	1999	96.1	91.051
1976	29.1	22.777	2000	86.5	83.758
1977	34.9	27.002	2001	88.2	85.985
1978	37.1	29.560	2002	88.7	86.340
1979	40.1	33.562	2003	91.7	90.919
1980	56.9	42.965	2004	95.1	93.495
1981	66.9	52.841	2005	100.0	100.0
1982	68.4	54.291	2006	111.7	103.2
1983	68.4	53.078	2007	117.8	103.6
1984	68.4	52.829	2008	130.9	112.7
1985	68.1	53.090	2009	140.8	127.4
1986	70.8	54.615	2010	144.1	124.9
1987	71.5	54.671	2010.01	140.6	124.9
1988	69.0	54.211	2010.02	140.6	126.1
1989	65.9	54.353	2010.03	140.6	124.7
1990	65.7	54.359	2010.04	140.6	133.0
1991	65.7	56.855	2010.05	145.3	132.0
1992	71.0	64.111	2010.06	145.3	132.8
1993	76.5	66.756	2010.07	145.3	132.1
1994	80.4	72.469	2010.08	145.3	132.3
1995	83.2	74.678	2010.09	145.3	134.4
1996	85.7	76.228	2010.10	143.6	135.8
1997	85.7	80.510	2010.11	143.6	132.7
1998	93.1	89.458	2010.12	153.0	131.8

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 물가지수(생산자물가지수, 소비자물가지수)

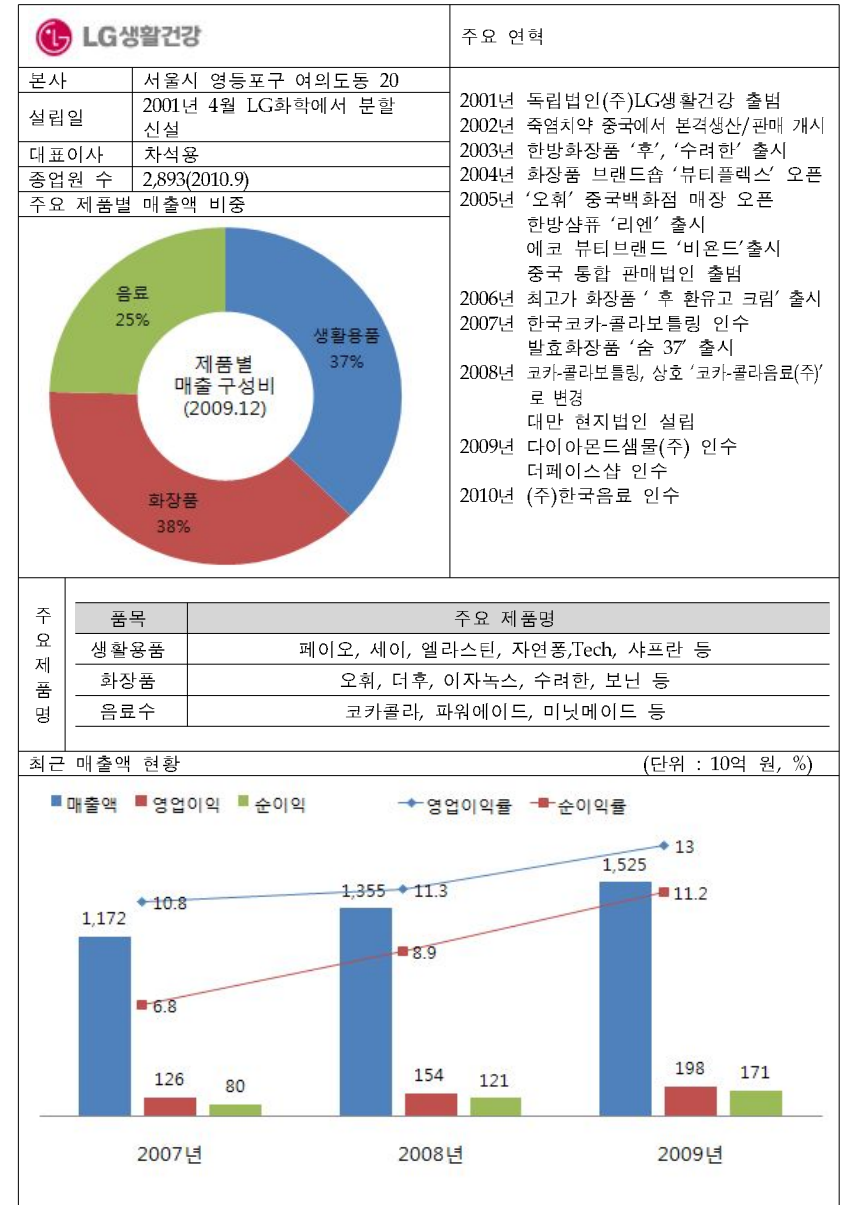
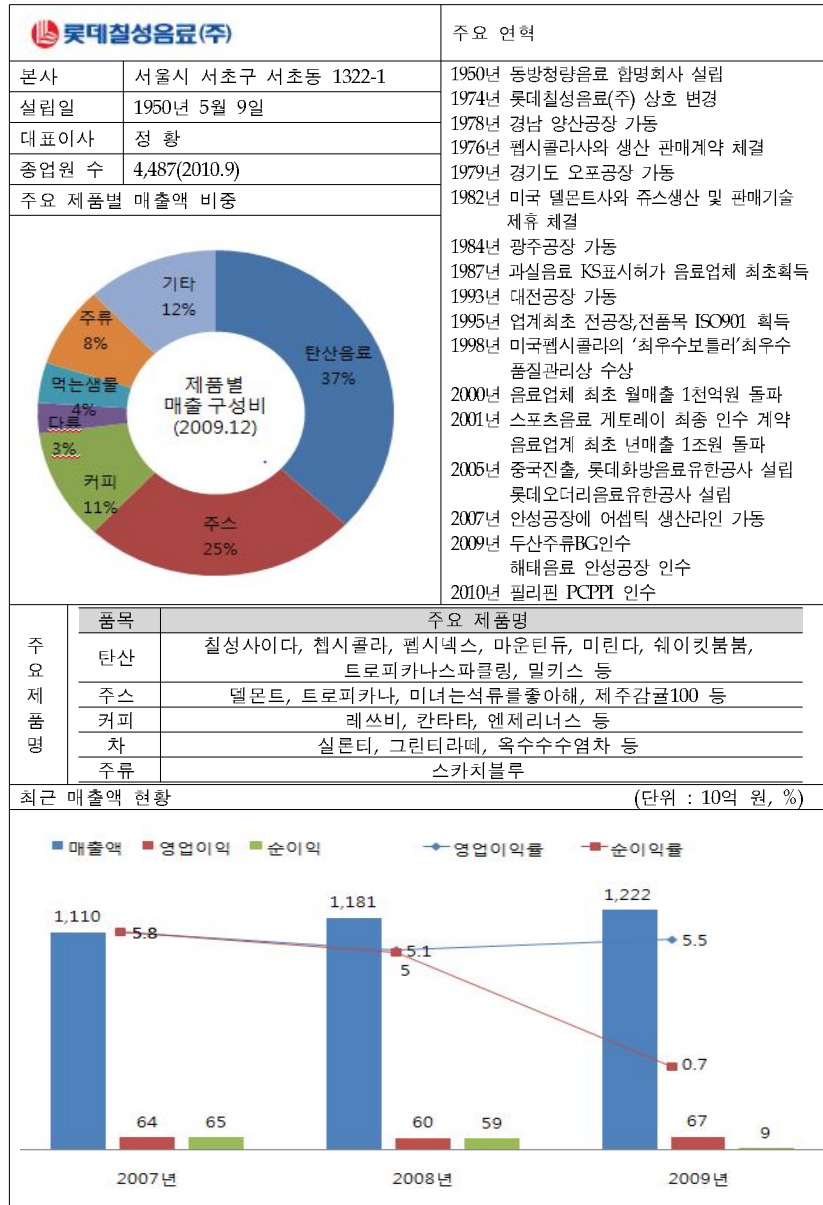
<탄산음료 1인 섭취빈도>

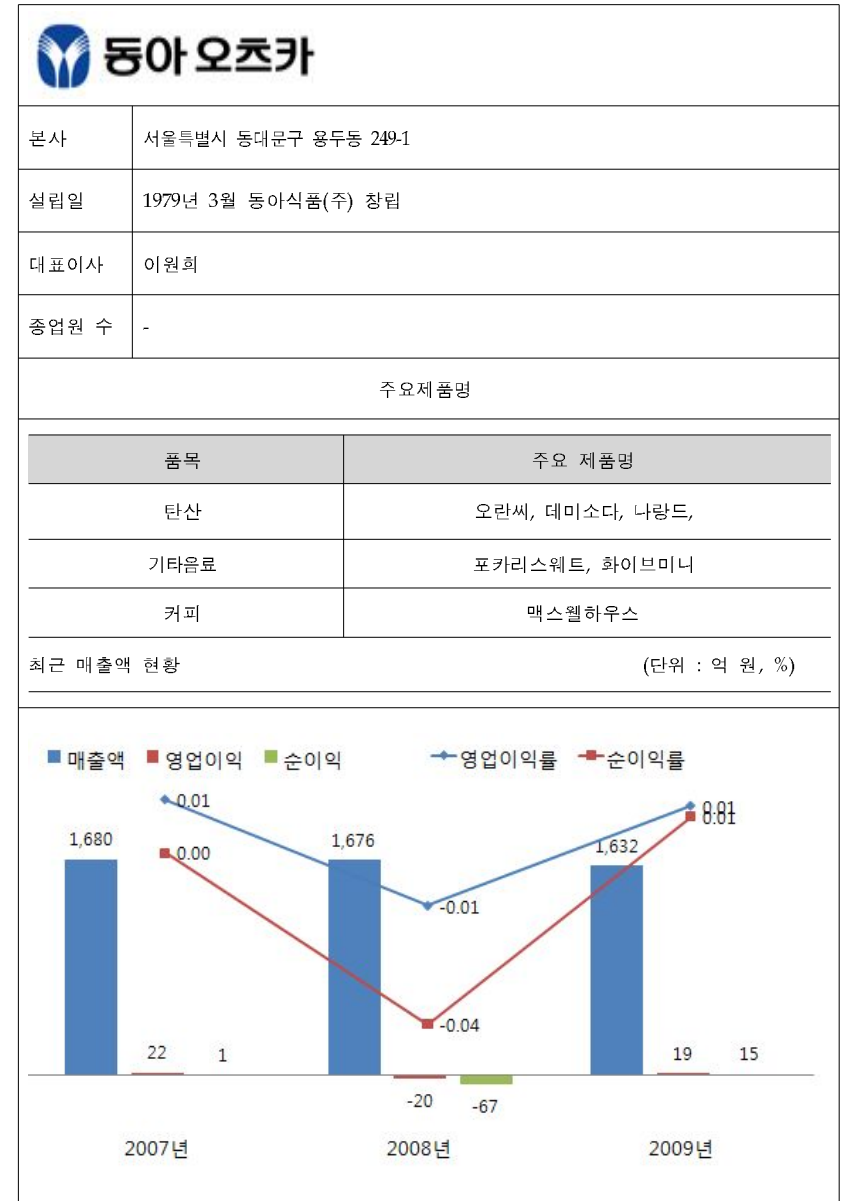
(단위 : %)

구분	1일			1주		1개월			1년	거의 안먹음	평균 빈도	
	3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회			
2008	만 12세 이상	0.05	0.25	2.72	3.45	12.89	13.65	11.04	12.52	8.11	35.32	0.97
	만12-18세	0.13	0.29	3.91	9.42	24.75	18.20	16.35	9.49	4.32	13.14	1.74
	만 19-64세	0.04	0.28	2.91	2.97	12.45	14.22	10.94	13.09	8.42	34.68	0.96
	만 65세 이상	0.00	0.00	0.26	0.67	3.86	5.22	6.37	11.75	9.88	61.98	0.28
2007	만 12세 이상	0.03	0.30	2.37	4.41	11.90	13.96	11.39	11.94	9.68	34.02	0.98
	만12-18세	0.24	0.45	5.07	6.13	22.83	24.55	14.38	9.09	3.84	13.42	1.70
	만 19-64세	-	0.31	2.29	4.71	11.58	13.94	11.56	12.67	9.85	33.09	0.98
	만 65세 이상	-	0.04	0.18	0.72	2.90	3.32	7.27	10.05	14.44	61.08	0.25

주 : 이전 조사는 섭취 빈도 조사가 없음.

자료 : 보건복지부(2007, 2008), "2007 국민건강통계", "2008 국민건강통계"





가공식품 세분화 시장 현황조사

편 지 **한국식품공업협회**
 중앙대학교 산학협력단

발 행 **농수산물유통공사**

서울특별시 서초구 양재동 232 aT센터
TEL: 02)6300-1397 FAX: 02)6300-1615

본 책자의 통계자료 및 분석내용에 관한 사항은
농수산물유통공사 식품수출정보팀(02-6300-1397)으로
문의하여 주시기 바랍니다.