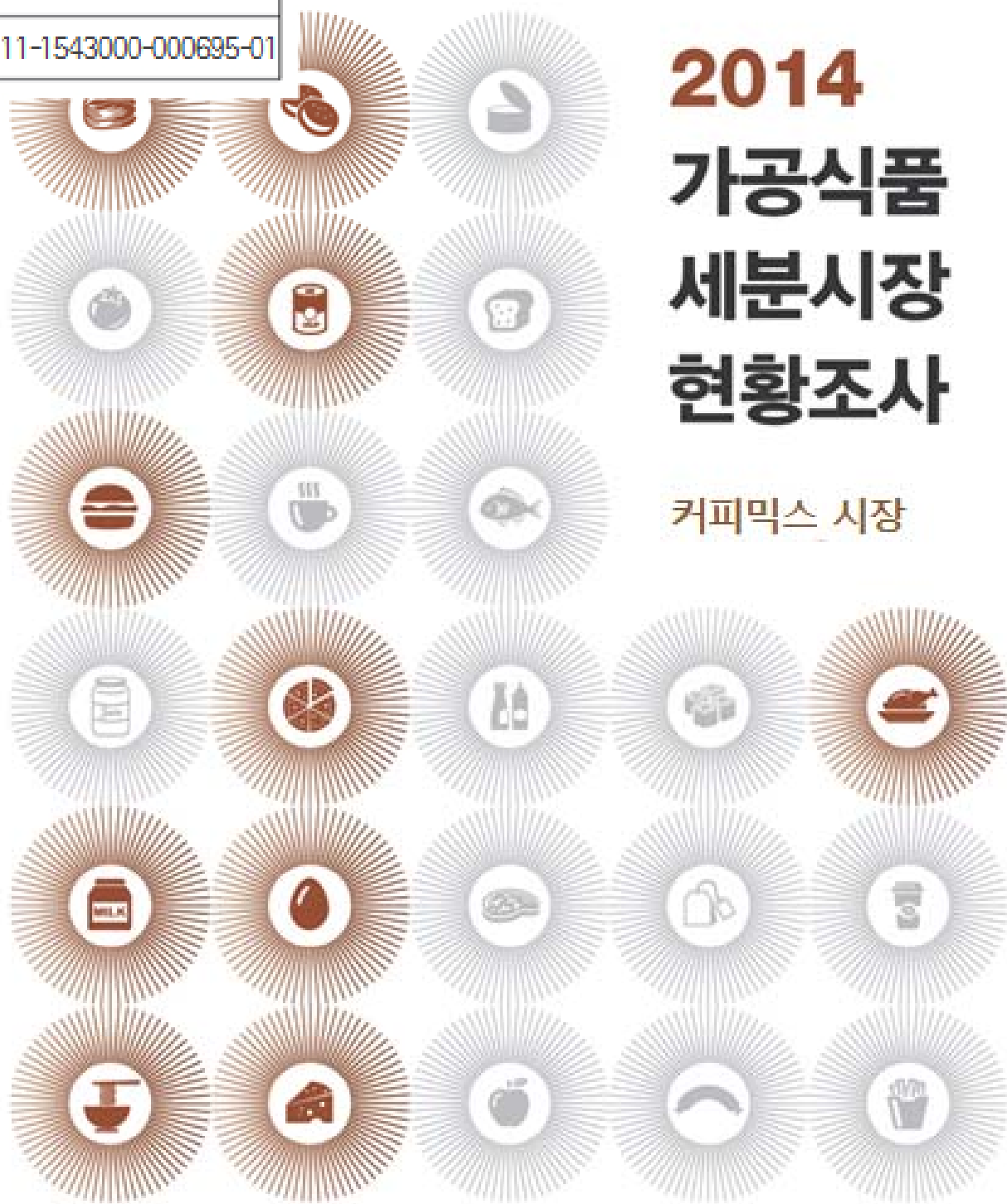


발 간 등 록 번 호

11-1543000-000695-01

# 2014 가공식품 세분시장 현황조사

커피믹스 시장



농림축산식품부  
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



### [목 차]

요약문 .....	1
<b>제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요</b>	
1. 조사 배경 및 목적 .....	7
2. 조사 대상 .....	8
3. 조사 방법 .....	9
<b>제 2 장 커피믹스 개요</b>	
제 1 절 커피믹스의 개념 및 종류 .....	13
1. 커피믹스의 정의 .....	13
2. 커피의 종류 .....	14
3. 볶은 커피(Roasting Coffee) .....	16
제 2 절 커피믹스 관련 제도 .....	18
1. 커피 영양표시 의무화 .....	18
2. HACCP .....	19
제 3 절 커피믹스 분류 코드 .....	20
<b>제 3 장 커피믹스 생산 및 수출입 현황</b>	
제 1 절 커피믹스의 가공기준 및 제조공정 .....	25
1. 커피믹스의 가공기준 및 성분규격 .....	25
2. 커피믹스의 제조공정 .....	25
제 2 절 커피믹스 생산 현황 .....	27
1. 국내 생산 실적 .....	27
2. 주요 생산 업체 .....	28
3. 커피믹스 주요 제조사 현황 .....	30
제 3 절 커피믹스 수출입 현황 .....	32
1. 수출입 실적 추이 .....	32
2. 주요 국가별 수출입 현황 .....	33
제 4 절 커피믹스 원료 현황 .....	36
1. 국내 생산 커피믹스의 원료 사용 비중 .....	36
2. 커피믹스 주요 원료 현황 .....	37

제 5 절 요약 및 시사점 .....	49
1. 커피믹스 생산 .....	49
2. 커피믹스 수출입 .....	49
3. 커피믹스 원료 .....	50
<b>제 4 장 커피믹스 유통 및 판매 현황</b>	
제 1 절 커피믹스 소매 유통 구조 .....	53
제 2 절 커피믹스 소매 유통 판매 현황 .....	54
1. 소매 유통 채널별 매출액 .....	54
2. 소매 유통 채널의 커피믹스 판매 가격 .....	55
3. 기업별 소매 유통 채널 점유율 .....	56
제 3 절 요약 및 시사점 .....	59
1. 유통·판매 구조 .....	59
2. 소매 유통 채널 판매 .....	59
<b>제 5 장 커피믹스 소비 시장 현황</b>	
제 1 절 커피믹스 소비 시장 규모 .....	63
1. 커피 소비량 .....	63
2. 커피믹스 종류별 소매 시장 규모 .....	65
제 2 절 커피믹스 브랜드 현황 .....	67
제 3 절 커피믹스 국내 시장 동향 .....	72
1. 커피믹스 유형의 탈바꿈 .....	72
2. 원두형 커피믹스와 ‘스페셜티’ 커피믹스 등장 .....	73
3. 타 업종의 커피믹스 시장 진입 .....	74
4. 국내 업체의 해외 진출 가속화 .....	75
제 4 절 커피믹스 해외 시장 동향 .....	76
1. 미국의 커피믹스 시장 .....	76
2. 중국의 커피믹스 시장 .....	77
3. 일본의 커피믹스 시장 .....	78
4. 베트남의 커피믹스 시장 .....	80
5. 동남아시아의 커피믹스 시장 .....	80
6. 기타 해외 커피믹스 시장 .....	82

# Contents

## 커피믹스 시장

제 5 절 요약 및 시사점 .....	83
1. 커피믹스 종류별 소매 시장 .....	83
2. 커피믹스 국내 시장 동향 .....	83
3. 커피믹스 해외 시장 동향 .....	83
<b>부록</b> .....	<b>85</b>

### [표 목차]

#### 제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요

[표 1-1] 조사 대상 .....	8
[표 1-2] 주요 문헌 자료원 .....	9
[표 1-3] 전문가 인터뷰 개요 .....	9

#### 제 2 장 커피믹스 개요

[표 2-1] 아라비카와 로부스타의 특징 비교 .....	16
[표 2-2] 볶은 커피 종류별 특징 .....	17
[표 2-3] 식품위생법 시행규칙 중 커피관련 개정 내용 .....	18
[표 2-4] 커피믹스의 분류 코드 .....	21

#### 제 3 장 커피믹스 생산 및 수출입 현황

[표 3-1] 커피믹스의 제조·가공기준 .....	25
[표 3-2] 연도별 커피믹스(조제커피) 국내 생산 실적 .....	28
[표 3-3] 커피믹스 업체 현황 .....	28
[표 3-4] 커피 주요 생산 업체 .....	29
[표 3-5] 커피믹스 주요 제조사 특징 및 연혁 .....	30
[표 3-6] 커피믹스 수출입 실적 .....	32
[표 3-7] 주요 국가별 커피믹스 수출 현황 .....	33
[표 3-8] 주요 국가별 커피믹스 수입 현황 .....	34
[표 3-9] 커피믹스의 수출입 단가 비교 .....	35
[표 3-10] 커피류 원료별 사용 비중 .....	36
[표 3-11] 품종별 세계 커피 생산량 .....	37
[표 3-12] 주요 국가별 생두 생산량 .....	38
[표 3-13] 품종별 세계 커피 거래 가격 .....	39
[표 3-14] 주요 국가별 커피 재수출량 .....	40
[표 3-15] 커피생두 수입 실적 .....	41
[표 3-16] 커피원두 수입 실적 .....	41

[표 3-17] 커피생두 수입 단가 .....	42
[표 3-18] 커피생두(카페인 함유) 국가별 수입 실적 .....	43
[표 3-19] 커피원두(카페인 함유) 국가별 수입 실적 .....	44
[표 3-20] 백설탕의 용도별 사용량 .....	44
[표 3-21] 백설탕 국내 생산 실적 .....	45
[표 3-22] 백설탕 수입 실적 .....	45
[표 3-23] 연도별 원유 국내생산 현황 .....	46
[표 3-24] 연도별 원유사용실적 .....	47
[표 3-25] 가격요소별 원유수취가격 .....	48

### 제 4 장 커피믹스 유통 및 판매 현황

[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액 .....	54
[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 커피믹스 판매 가격 .....	55
[표 4-3] 기업별 소매 유통 채널 매출 규모 .....	56
[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황 .....	57

### 제 5 장 커피믹스 소비 시장 현황

[표 5-1] 주요 커피 소비국 연간 커피 소비량 .....	63
[표 5-2] 국가별 1인당 연간 커피 소비량 .....	64
[표 5-3] 국민 1인당 주간 커피 섭취빈도 .....	65
[표 5-4] 커피믹스 세분시장별 소매 시장 규모 .....	66
[표 5-5] 동서식품 주요 제품 .....	67
[표 5-6] 남양유업 주요 제품 .....	68
[표 5-7] 롯데네슬레코리아 주요 제품 .....	70
[표 5-8] 롯데칠성음료 주요 제품 .....	71
[표 5-9] 2014년 미국 커피믹스 시장 주요 브랜드 .....	76
[표 5-10] 2014년 중국 커피믹스 시장 주요 브랜드 .....	78
[표 5-11] 2014년 일본 커피믹스 시장 주요 브랜드 .....	79
[표 5-12] 2014년 베트남 커피믹스 시장 주요 브랜드 .....	80

### [그림 목차]

#### 제 2 장 커피믹스 개요

[그림 2-1] 커피믹스의 정의 .....	13
[그림 2-2] 아라비카 .....	14
[그림 2-3] 로부스타 .....	15
[그림 2-4] HACCP 인증 마크 .....	19

#### 제 3 장 커피믹스 생산 및 수출입 현황

[그림 3-1] 커피믹스 제조 공정 .....	26
---------------------------	----

#### 제 4 장 커피믹스 유통 및 판매 현황

[그림 4-1] 커피믹스 소매 유통 구조 .....	53
------------------------------	----

#### 제 5 장 커피믹스 소비 시장 현황

[그림 5-1] 동서식품의 '맥심카페' 시리즈 .....	72
[그림 5-2] 롯데네슬레코리아의 '네스카페 마이컵' .....	73
[그림 5-3] 서울우유의 '골든카페 모카골드' .....	74
[그림 5-4] 맥스웰하우스의 'Orange Cafe' .....	77
[그림 5-5] 중국 네슬레의 '네스카페 카푸치노' .....	78
[그림 5-6] 일본 네슬레의 '네스카페 후와(ふわ) 라떼' 시리즈 .....	79
[그림 5-7] 오리진 화이트커피의 화이트커피 커피믹스 시리즈 .....	81
[그림 5-8] 파워루트의 '알리카페(Alicafé) 프리미엄 골드' 시리즈 .....	81
[그림 5-9] Mokate의 'Mokate Be Active' .....	82



## 1. 커피믹스 개요

- 식품공전에 ‘커피믹스’ 라는 별도의 용어는 존재하지 않으며 커피의 한 유형인 ‘조제커피’ 로 볼 수 있음
  - 조제커피는 볶은 커피 또는 인스턴트 커피에 식품 또는 식품첨가물을 혼합한 것으로 시장에서 일반적으로 커피믹스 또는 믹스커피로 불리우고 있음
  - 시장에서 판매되고 있는 커피믹스는 설탕만 들어간 제품 또는 설탕과 크림이 함께 들어간 제품이 주를 이루고 있음
- 커피믹스는 2014년 10월 21일 ‘식품위생법 시행규칙 일부개정령(안)’ 에 따라 ‘영양표시 의무화’ 가 입법 예고되어 있는 상황임. 또한 HACCP 의무적용 대상 제품은 아니지만, 자발적으로 HACCP 지정을 받은 6개 업체(2014년 11월 19일 기준)가 존재함

## 2. 커피믹스 원재료

- 커피믹스의 주요 원재료는 커피원두와 백설탕, 원유로 볼 수 있으며, 커피원두와 백설탕은 모두 원료를 수입하여 가공하고 있으나, 원유는 국내산임
  - 국내로 수입되는 커피는 대부분 카페인이 포함된 생두(전체 수입 생두의 99% 차지)임. 생두 전체 수입규모는 소폭의 증감이 있지만, 2000년 7만 5,569톤에서 2013년 10만 7,112톤으로 41.7% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 1억 768만 달러에서 3억 1,177만 달러로 195% 증가함
  - 커피 생두(카페인 함유)는 주로 베트남, 브라질, 콜롬비아에서 수입되고 있으며, 3개 국가가 전체 수입량의 64.7%(2013년 기준)를 차지하고 있음

[커피 생두 수입 실적]

연도	수입량(톤)			수입액(천\$)		
	전체	카페인함유	카페인제거	전체	카페인함유	카페인제거
2000	75,569	73,972	1,597	107,677	103,436	4,241
2005	83,327	82,482	845	129,084	126,862	2,222



연도	수입량(톤)			수입액(천\$)		
	전체	카페인함유	카페인제거	전체	카페인함유	카페인제거
2010	107,152	106,384	768	316,070	313,128	2,942
2013	107,112	106,360	752	317,742	314,051	3,691

### 3. 커피믹스 생산 및 수출입

- 2013년 커피믹스(조제커피)의 국내 생산량은 약 26만톤(전체 커피의 39.2%), 생산액 기준으로는 8,679억(전체 커피의 52.5%)임
  - 커피믹스 생산량은 2009년을 제외하고 소폭의 등락을 반복하며 증가세를 나타내었음. 2010년 이후에는 경쟁업체들이 시장에 진입하면서 생산량이 증가함
- 커피믹스 제조업체는 2012년 기준 20개이며, 이 중 상위 20개사가 전체 판매액의 90.3%를 차지하고 있음(2013년 기준). 특히 커피믹스 제조 상위업체인 동서식품, 남양유업, 롯데칠성음료, 롯데네슬레코리아 4개 업체가 전체 판매액의 66.9%를 차지함

#### [커피믹스(조제커피) 국내 생산 실적]

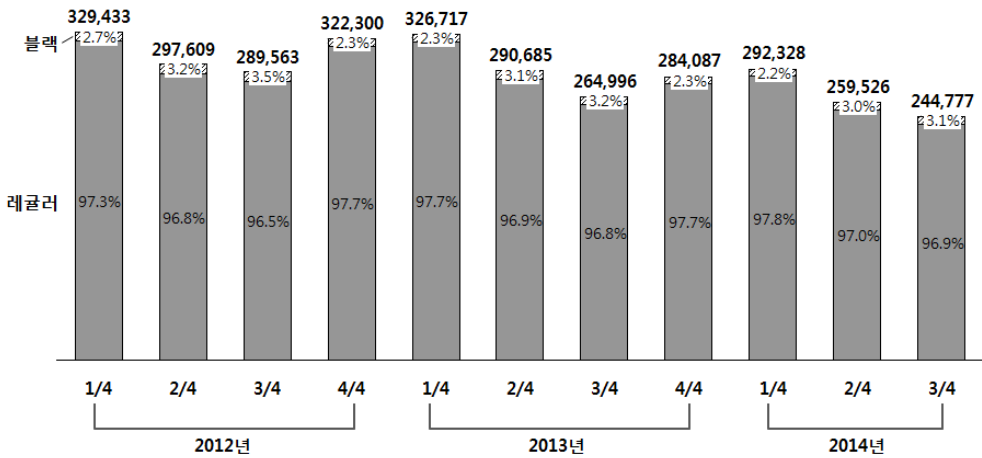
연도	커피		커피믹스(조제커피)	
	생산량(톤)	생산액(천원)	생산량(톤,%)	생산액(천원,%)
2003	255,133	575,432,365	82,586(32.4)	242,281,954(42.1)
2005	330,733	658,954,819	154,716(46.8)	376,936,197(57.2)
2007	414,613	745,171,634	189,215(45.6)	447,155,644(60.0)
2009	403,225	862,003,312	167,342(41.5)	392,684,024(45.6)
2011	560,931	1,574,619,090	267,918(47.8)	926,597,447(58.8)
2013	656,767	1,654,652,387	257,174(39.2)	867,901,765(52.5)

- 커피믹스는 수입보다는 수출이 월등히 많은 구조이며, 수출량 기준, 2000년 1,621톤에서, 2013년 1만 6,865톤이 넘는 규모로 성장함. 같은 기간 수출액도 454만 달러에서 8,035만 달러로 성장함
  - 커피믹스는 일본, 중국, 러시아(2013년 수출액 기준 약 50% 차지)가 주요 수출 대상국이며, 수입산은 대부분 미국 제품임

#### 4. 커피믹스 유통 및 소비 시장

- 커피믹스는 대부분 B2C(기업과 소비자간 거래) 시장으로 유통되고 있음. B2B, B2C 시장이라 정확히 규정하기는 어렵지만, 서비스를 제공하는 기업체에서도 커피믹스를 대량으로 구매하는 시장이 형성되어 있음
- 2013년 기준, 소매유통채널 매출액은 약 1조 1,665억 원이며, 할인점(41.2%), 체인슈퍼(24.2%), 독립슈퍼(20.1%)의 3개 채널에서의 매출 비중이 전체의 85.5%를 차지하고 있음
- 커피믹스 제품 중 설탕과 크림이 들어간 레귤러 제품이 97.3%의 점유율을 차지하며 시장을 리드해나가고 있음(2014년 3/4분기 매출액 합계 기준). 그러나 인스턴트 원두커피, 커피전문점에서의 지속적인 소비층 이동으로 커피믹스 매출액은 꾸준히 감소하고 있는 추세임
- 특히 레귤러 커피는 따뜻하게 마시는 경우가 많다보니 추운 계절이 포함된 1/4분기와 4/4분기의 매출이 상대적으로 높은 특징이 나타남

[커피믹스 분기별 소매점 매출액]



- 국내 커피믹스 시장은 커피전문점 커피, 인스턴트 원두커피 등의 영향으로 맛의 다양화(카푸치노, 바닐라라떼 등), 형태의 다양화(컵 포장형 커피믹스), 원두 개선 제품(카누 스위트, 루카 스위트 등) 등으로 시장에 대응하고 있음



- 해외 시장에서 믹스커피를 많이 마시고 있는 국가는 중국, 베트남, 동남아시아로 확인됨
  - 중국은 크림, 설탕이 들어간 커피믹스 제품이 60.2%의 시장점유율(2013년 기준)을 나타내고 있음. 중국은 특히 30~50세의 직장인 커피 소비가 가장 많으며, 85% 이상이 가공 포장된 커피를 마시고 있는 것으로 나타남
  - 베트남은 커피가공품 시장이 빠른 속도로 성장 중인데, 2008년 약 14억 동에서 2013년 약 31억 동으로 5년 사이 2배 이상 시장이 성장함. 특히 크림, 설탕이 들어간 3-in-1 제품(2013년 시장점유율 56.0%)의 인기가 좋음
  - 그 외에 말레이시아 및 동남아시아에서는 향미를 더해주거나 건강에 이로운 성분을 더한 커피믹스가 대중화됨. 보통 4-in-1, 5-in-1 커피믹스로 불리고 있으며, 우리가 알고 있는 ‘알리카페(Alicafé)’가 대표적인 브랜드임
  - 반면 미국은 설탕이나 크림이 들어간 커피믹스 제품보다는 커피만 함유된 인스턴트 커피가 시장을 리드하고 있음. 인스턴트 커피 점유율이 전체 커피믹스 시장에서 75.3%임(2013년 기준)
  - 일본은 미국과 마찬가지로 인스턴트 커피(2013년 기준 시장점유율 84.1%)를 가장 많이 소비하고 있는 것으로 나타남. 그러나 일부 믹스커피를 소비하는 층에서는 크림, 설탕 외에 다른 한 가지 성분이 더 들어간 4-in-1 커피믹스가 상대적으로 인기가 많은 특징이 있음

[해외시장 커피믹스 점유율]

구분	커피믹스			Instant Speciality Italian Coffee	Standard Instant Coffee	기타
	2-in-1 Instant Coffee	3-in-1 Instant Coffee	4-in-1 Instant Coffee			
중국	3.3	60.2	3.2	1.0	32.3	-
베트남	25.5	56.0	6.0	3.9	8.6	-
미국	0.6	12.4	4.3	6.7	75.3	0.6
일본	0.4	0.8	11.7	3.0	84.1	-

## 제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

2. 조사 대상

3. 조사 방법





## 1. 조사 배경 및 목적

- 식품 시장이 지속적으로 성장하고 식품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 가공식품 시장에 대한 기초 자료 수요 또한 증가하고 있음
  - 농식품에 기반한 가공식품은 일반 소비자와는 달리 품목에 대한 전문성이 요구되며, 환경변화에 의해 시장가격 변동에 차이가 나는 특수성을 지님
  - 특히 가공식품에 대한 수요 증가, 품목별 다양한 고객 특성 등 경영 및 마케팅 환경이 변화하고 있음
  - 가공식품 시장의 전반적인 기초 통계자료 외에 구체적인 생산 및 소비 동향과 관련된 정보의 필요성이 대두됨
  - 가공식품 산업의 원활한 육성 및 지원을 위한 품목별 정의 및 특성 파악이 필요함
  - 다수의 영세한 가공식품 중소기업들의 경영 방향성 수립을 위한 정보가 부족함
- 이에 본 조사는 가공식품 산업구조를 고려한 명확한 자료 수집 및 분석을 통해 관련 이해관계자들에게 품목 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
  - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 Data를 기반으로 폭 넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수립 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
  - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공함
  - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에게 생존을 위한 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함
  - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 함



## 2. 조사 대상

- 총 42개의 품목(군)을 2010년부터 나누어 조사를 진행하고 있으며, 2010년 8개 품목, 2011년 5개 품목, 2012년 12개 품목, 2013년 17개 품목을 진행하였음
- 2014년에는 기존 조사 품목 중 10개를 선별하여 진행하며, 이번 품목은 커피믹스임

[표 1-1] 조사 대상

2010년 ~ 2013년			2014년
스낵과자	반생초코케익	발효유	김치
식빵	햄, 소시지 등	조제분유	스낵
빵	두부	조미료	양산빵
가정용 식용유	인스턴트 커피	식염	가정용 식용유
라면(2)	커피믹스	양념장	라면
탄산음료	커피음료	즉석조리식품	아이스크림
김치	과채음료	밀가루	만두
빙과	고추장	설탕	어묵
만두	된장	프리믹스	액상차
어묵, 맛살 등	간장	초콜릿	<b>커피믹스</b>
액상차(음료)	건강기능식품	전통기름	
커피믹스	참치캔	인삼음료	
비스킷	우유	탁주	
떡류	두유		
42개 품목			10개 품목





### 3. 조사 방법

□ 조사 방법은 크게 문헌조사와 전문가 인터뷰로 이루어짐

- 문헌조사 : 주요 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 그리고 한국농수산물유통공사의 식품산업통계정보(FIS) 등임

[표 1-2] 주요 문헌 자료원

자료명	출처
식품공전	식품의약품안전처
식품 및 식품 첨가물 생산실적	식품의약품안전처
식품산업통계정보(FIS)	한국농수산물유통공사

- 전문가 인터뷰 : 전문가 인터뷰는 품목별 협회 또는 연구소와 주요 업체 관계자와의 심층 인터뷰로 진행함. 인터뷰 내용은 제조부터 소비에 이르는 전반적인 내용과 각 품목별 주요 이슈에 대한 내용으로 구성함

[표 1-3] 전문가 인터뷰 개요

인터뷰 대상	업계 관계자
인터뷰 방법	심층 개별 면접 조사
인터뷰 시기	2014년 12월
인터뷰 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 품목 및 상품의 정의</li> <li>○ 생산 동향 및 규모</li> <li>○ 제조사 경쟁 현황</li> <li>○ 유통 경로별 주요 특징</li> <li>○ 유통 현황</li> <li>○ 소비 동향 및 시장 규모</li> <li>○ 시장 주요 브랜드 및 경쟁 현황</li> <li>○ 생산, 유통, 소비과정에서의 주요 변화 및 이슈 등</li> </ul>



## 제 2 장 커피믹스 개요

제1절 커피믹스의 개념 및 종류

제2절 커피믹스 관련 제도

제3절 커피믹스 분류 코드



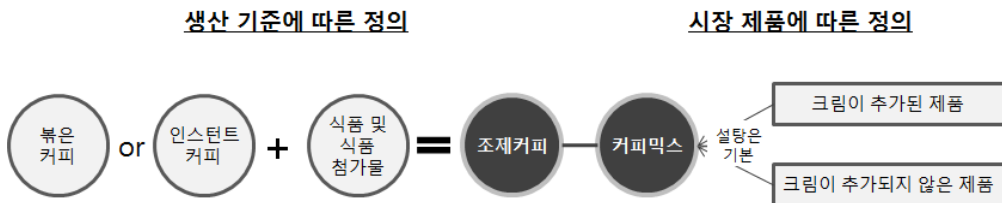


## 제 1 절 커피믹스의 개념 및 종류

### 1. 커피믹스의 정의

- 식품공전<sup>1)</sup>에서 커피믹스는 별도의 정의가 되어 있지 않으며, 커피의 한 유형인 조제커피의 하나로 볼 수 있음. 조제커피의 정의에 앞서, 커피의 정의를 살펴보면, 커피는 커피원두를 가공한 것이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 볶은커피(커피원두를 볶은 것 또는 이를 분쇄한 것), 인스턴트커피(볶은커피의 가용성추출액을 건조한 것), 조제커피, 액상커피를 말함
- 조제커피는 볶은커피 또는 인스턴트커피에 식품 또는 식품첨가물을 혼합한 것으로 시장에서는 일반적으로 커피믹스 또는 믹스커피로 불리우고 있음. 시장에서 판매되고 있는 커피믹스에는 다양한 종류가 있는데, 크게 보면 크림이 추가된 제품(3 in 1)과 크림이 추가되지 않은 제품(2 in 1)으로 나누어 볼 수 있음

[그림 2-1] 커피믹스의 정의



1) 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시



## 2. 커피의 종류<sup>2)</sup>

- 커피의 종류는 산지별, 품종별로 나뉘어지는데, 본 보고서에서는 품종에 따른 종류를 살펴봄. 커피는 품종에 따라 크게 아라비카(arabicas), 로부스타(robustas), 리베리카(ibericas)로 나누어 볼 수 있음

### 가. 아라비카(arabicas)

- 아라비카는 전 세계 산출량의 60% 이상을 차지하고 있으며, 주로 브라질, 콜롬비아 등 중미와 남미에서 대부분 생산되는 품종임
- 원산지가 에티오피아인 아라비카는 잎의 모양과 색깔, 꽃 등에서 로부스타와 미세한 차이가 있음. 아라비카는 다 자란 나무의 크기가 5~6m이며, 평균기온 20℃ 전후, 해발 600~2,000m의 고지대에서 주로 재배됨
- 기후나 토양, 병충해에 민감하고 특히 열에 약해서 온도가 30℃ 이상으로 올라가면 불과 2~3일 내에 해를 입음. 아라비카는 단맛, 신맛, 감칠맛, 그리고 향기가 뛰어나 대체로 가격이 비싼 편임. 성장속도는 느리지만 향미가 풍부하고 카페인 함량도 로부스타에 비해 적은 특징이 있음
- 모양은 로부스타에 비해 평평하고 길이가 길며 가운데 새겨진 고랑이 굽어 있음. 색은 좀 더 진한 녹색이며 때때로 푸른 색조를 띄기도 함
- 생산국은 브라질, 콜롬비아, 과테말라, 에티오피아, 하와이, 인도, 멕시코 등이며 브라질은 세계 최대의 아라비카 생산국임

[그림 2-2] 아라비카



2) 음식백과(terms.naver.com)



### 나. 로부스타(robustas)

- 로부스타는 전 세계 산출량의 30% 이상을 차지하고 있으며, 베트남, 인도네시아, 인도 등 남동아시아 지역에서 주로 생산되는 품종임. 예외적으로 브라질은 인도네시아 다음으로 큰 로부스타 생산지이기도 함
- 아라비카에 비해 강인한 종자로 열악한 환경에서도 잘 자람. 해수면 기준 0~800m 정도의 아프리카 및 아시아의 열대지역에서 생산되고 있음
- 잎과 나무의 크기가 아라비카보다 크지만, 열매는 리베리카나 아라비카보다 작음. 다 자란 나무의 키는 8~10m이며, 30℃ 이상의 온도에 7~8일 정도 견딜 수 있고, 기생충과 질병에 대한 저항력이 아라비카종보다 훨씬 강함
- 대개 로부스타는 쓴맛이 강하고 향기도 아라비카종에 비해 떨어지지만, 가격이 저렴하기 때문에 다른 커피와 배합하거나 인스턴트커피를 제조하는데 사용함. 하지만 품질과 맛이 뛰어난 일부 로부스타 생두는 아라비카보다 비싼 가격에 거래되기도 함
- 모양은 둥근형으로, 가운데 새겨진 고랑이 직선으로 되어 있음. 내추럴 생두의 색은 황갈색을 띠고 수세 처리된 생두는 연두색을 띰

[그림 2-3] 로부스타



### 다. 리베리카(libericas)

- 리베리카는 전 세계 산출량의 2%도 생산되지 않는 품종으로, 열대아프리카 라이베리아가 원산지임
- 로부스타 커피나무보다 크고 높이가 15m에 달하며, 열매도 크고 저지대에서 재배하기 적당한 품종임. 그러나 가뭄에 약하다는 단점이 있어 재배가 어려워 생산비중은 점점 줄어들고 있음



[표 2-1] 아라비카와 로부스타의 특징 비교

구분	아라비카	로부스타
최적 기후	온화한 기후	따뜻하고 습한 기후
고도(m)	600~2,000	0~800
온도(℃)	15~24	18~36
강수량(mm/년)	1,200~2,200	2,200~3,000
나무의 크기	자가 수정 관목	타가 수정 관목
잎 모양	작고 광택 있는 타원형	크고 폭이 넓음
꽃의 크기	작음	큼
체리(열매)	잎겨드랑이에 송이로 열림 (빨간색의 심홍색 또는 노랑색)	잎겨드랑이에 송이로 열림 (검은색의 심홍색)
외관(mm)	직사각형의 타원형(15)	타원형, 말랐을 때 줄무늬(12)
익는 기간(개월)	7~9	9~11
원두 모양	타원형, 납작, 깊은 홈	타원형에서 원형
길이(mm)	5~13	4~8
카페인(%)	0.9~1.4(평균 1.2)	1.8~4.0(평균 2.2)

※ 음식백과(terms.naver.com)

### 3. 볶은 커피(Roasting Coffee)<sup>3)</sup>

- 식품공전에서 커피의 정의에도 볶은 커피가 언급되고 있지만, 볶은 커피는 인스턴트 커피 및 조제커피(커피믹스)의 주요 원료임. 앞에서 언급한 생두 형태의 커피를 어떻게 볶느냐에 따라 다양한 맛과 향이 구현됨
- 일반적으로 분리한 커피콩을 5일간 자연 또는 인공건조시켜 수분을 12% 가량 만들고, 빛깔, 향기 등이 변하지 않도록 한 후 크기, 중량, 빛깔 등을 기준으로 등급을 매긴 후 가공함
- 커피나무에서 채취한 커피열매를 잘 말려서 껍질을 벗겨낸 원두를 로스터(Roaster)에 넣어 220℃ 전후의 온도로 가열하여 볶은 다음 빨리 냉각시킴.

3) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12





이 때 볶는 과정에 따라 크게 연한볶음(American Roast, 산미와 쓴맛이 강하고 천연의 맛이 있음), 중간볶음(Medium Roast, 독일스타일로 향기, 맛, 빛깔이 좋고 부드러움), 강한 볶음(French Roast, 지방성분이 표면으로 스며나와 오래 보관할 수 없으나 커피가공품의 재료로 많이 사용됨)으로 나누는데 그 정에 따라 맛과 향이 달라지며 로스팅 과정 중에는 850여 가지의 향기 성분이 생성됨

[표 2-2] 볶은 커피 종류별 특징

8단계 분류법			SCAA <sup>4)</sup> 분류법	
단계	색	맛과 향	단계	원두 상태
라이트(Light)	밝고 연한 황갈색	신향, 강한 신맛	Very Light	
시나몬(Cinnamon)	연한 황갈색	다소 강한 신맛, 약한 단맛과 쓴맛	Light	
미디엄(Medium)	밤색	중간 단맛과 신맛, 약한 쓴맛, 단향	Moderately Light	
하이(High)	연한 갈색	단맛 강조, 약한 쓴맛과 신맛	Light Medium	
시티(City)	갈색	강한 단맛과 쓴맛, 약한 신맛	Medium	
풀 시티(Full-City)	진한 갈색	중간 단맛과 쓴맛, 약한 신맛	Moderately Dark	
프렌치(French)	흑갈색	강한 쓴맛, 약한 단맛과 신맛	Dark	
이탈리안(Italian)	흑색	매우 강한 쓴맛, 약한 단맛	Very Dark	

※ 두산백과(terms.naver.com)

4) SCAA: 미국 스페셜티 협회(Specialty Coffee Association of America)



## 제 2 절 커피믹스 관련 제도

### 1. 커피 영양표시 의무화

- 식품위생법 시행규칙 제6조(영양표시 대상 식품)에 의하면, 법 제11조항에서 “총리령으로 정하는 식품”에 대해서는 의무적으로 영양표시를 해야 한다고 명시하고 있음(2013년 3월 23일 개정 내용)
  - 대상 식품은 1.장기보존식품(레토르트 식품만 해당), 2.과자류 중 과자, 캔디류 및 병과류, 3.빵류 및 만두류, 4.초콜릿류, 5.잼류, 6.식용유지류, 7.면류, 8.음료류, 9.특수용도식품, 10.어육가공품 중 어육소시지, 11.즉석섭취식품 중 김밥, 햄버거, 샌드위치임
  
- 그러나 2014년 10월 21일 ‘식품위생법 시행규칙 일부개정령(안)’이 입법 예고 되었는데, 그 중 성인의 당류 및 나트륨의 주요 섭취원으로 조사된 커피, 장류를 영양표시 대상 식품으로 확대한다는 내용이 포함되어 있음. 제품에 따라서는 영양 강조 표시도 가능함
  - 영양표시는 식품에 들어있는 영양소의 종류와 양을 식품 포장에 표시하는 것으로, 영양표시에는 식품의 1회 제공량당 들어있는 영양소 함량과 기준치가 제시됨

[표 2-3] 식품위생법 시행규칙 중 커피관련 개정 내용

제6조제1항에 제12호부터 제14호까지를 각각 다음과 같이 신설한다.

12. 커피(볶은커피, 인스턴트커피는 제외한다)

13. 장류(한식메주, 재래한식간장, 한식된장, 청국장은 제외한다)

14. 제1호부터 제13호까지 규정된 식품 외의 식품 중 영양표시 또는 영양강조표시를 하고자 하는 식품



## 2. HACCP<sup>5)</sup>

- HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)은 식품위해요소중점관리기준으로 통칭함. 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기 전 까지 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 관리하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생관리 체계임. 2014년 11월부터는 식품위해요소중점관리기준에서 식품안전관리인증기준으로 용어가 변경됨
- HACCP 로고도 변경되어 적용될 예정이나 규정에 따라 현재 로고를 2015년 12월 31일까지 사용할 수 있음. 변경되는 로고는 새로 고시한 「식품안전관리인증기준」의 내용에 따라, 제품 및 업소의 특성과 포장 재질 또는 디자인에 적합하게 예제와 기본 심벌을 참조하여 다양한 색상화 크기를 적용하여 사용할 수 있음(그림 2-4)
- 현재 국내 HACCP의 의무적용 대상 식품은 어육가공품(어묵류), 냉동수산식품(어류, 연체류, 패류, 갑각류, 조미가공품), 냉동식품(기타 빵 또는 떡류·면류·일반가공식품의 기타가공품), 빙과류, 집단급식소의 조리식품, 도시락류, 비가열음료, 레토르트 식품 등이 있음. 커피는 HACCP 의무적용 대상 제품이 아니지만, 자발적으로 HACCP 지정을 받은 업체가 존재함
- 2014년 11월 19일 기준 커피 품목의 HACCP 지정 업체는 총 30여개소임. 이 중 조제커피 및 인스턴트 커피 품목의 HACCP 지정 업체는 6개소가 있으며, 주요 업체는 남양유업과 동서식품이 있음

[그림 2-4] HACCP 인증 마크

- 개정 전 -



- 개정 후 -



5) 식품의약품안전처 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)



### 제 3 절 커피믹스 분류 코드

- 커피믹스의 분류 코드는 식품공전, 한국표준산업분류(KSIC)와 관세 및 통계통합 품목분류(HS), 한국생산물분류(KCPC)와 농림축산물 품목분류(AG)로 나누어 살펴볼 수 있음
  - 식품공전의 분류기준에서 코드는 제시되어 있지 않지만, 커피(18)의 조제커피에 해당됨
  - 한국표준산업분류(KSIC)에 의하면 커피믹스 제조는 ‘커피 가공업(10797)’으로 분류됨
  - 관세 및 통계통합품목분류(HS)에 의하면 커피믹스는 ‘각종 조제 식료품(21)’ 중 ‘커피·차·마테의 추출물·에센스·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리, 그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물(2101)’의 하위코드인 ‘밀크·크림 또는 이들의 대용물을 함유한 것(2101.12.1000)’에 해당함
  - 한국생산물분류(KCPC)에 의하면 커피믹스는 ‘곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품(23)’의 하위 세부 품목인 ‘커피가공품(23911)’에 해당됨
  - 농림축산물품목분류(AG)에 의하면 커피믹스는 농산물 - 커피류 - 커피조제품의 하위 세부 품목인 ‘밀크대용물함유조제품(151110006)’에 해당됨



[표 2-4] 커피믹스의 분류 코드

통계분류 체계	코드	분류명	내용	색인어 <sup>1)</sup>
식품공전	18	커피	볶은커피, 인스턴트커피, <b>조제커피</b> , 액상커피	
한국표준 산업분류 (KSIC) <sup>2)</sup>	10791	커피 가공업	<p>커피가공품, 커피를 함유하는 커피 대용품 및 농축물의 생산과 이들을 재료로 하는 조제식품을 제조하는 산업활동을 말한다.</p> <p>&lt;예시&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 볶은 커피 생산</li> <li>· 카페인제거커피 생산</li> <li>· 커피농축물 생산</li> <li>· 커피대용품 제조(커피 함유한 것)</li> <li>· 커피 조제품 제조</li> </ul> <p>&lt;제외&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 캔커피(음료) 제조(11209)</li> <li>· 볶은 곡물, 치커리 및 기타 대용차 제조(10792)</li> </ul>	<p>가공커피제조(캔커피제외), 그라운드커피제조, 농축물제조(커피), 배전두커피제조(원두커피), 볶은커피제조, 볶은커피제조, 에센스제조(커피), 에스프레소제조, 엑스제조(커피), 원두커피제조(배전두커피), 인스턴트커피제조(캔커피제외), <b>조제커피대용품제조(커피함유)</b>, 카페인제거커피제조, 커피가공품제조(캔커피제외), 커피농축물제조, 커피농축물제조, 커피대용물제조(커피함유), 커피대용품(커피함유한)제조, 커피두제조(볶은것), <b>커피믹서제조(커피+크리머+설탕)</b>, 커피에센스제조, 커피엑스제조, 커피제조(인스턴트커피; 캔음료제외), <b>커피조제품제조(캔커피제외)</b>, 커피추출물제조, 커피페이스트제조(커피농축물)</p>
관세 및 통계통합 품목분류 (HS) <sup>3)</sup>	21 2101 2101.12 2101.12.1000 2101.12.90 2101.12.9010	<p>각종 조제 식료품</p> <p>커피·차·마테의 추출물·에센스·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리, 그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물</p> <p>추출물(extract)·에센스(essence)·농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품</p> <p>인스턴트 커피의 조제품</p> <p>기타</p> <p>밀크·크림 또는 이들의 대용물을 함유한 것</p>		
한국 재화 및 서비스 분류 (KCPC) <sup>4)</sup>	23 239 2391 23911	<p>곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품</p> <p>달리 분류되지 않은 식품</p> <p>커피와 차</p> <p>커피가공품(커피음료제품 제외)</p>		



농림축산물 품목분류 (AG 코드) <sup>5)</sup>	151	커피류
	1510	커피
	1511	커피조제품
	151110006	밀크대용물함유조제품

- 1) 색인어는 산업분류판단의 보조 자료로만 활용함
- 2) 통계청(kostat.go.kr)
- 3) HS코드 품목분류(www.hscode.co.kr)
- 4) 한국 재화 및 서비스 분류, 통계청, 2013
- 5) 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

## 제 3 장 커피믹스 생산 및 수출입 현황

제1절 커피믹스의 가공기준 및 제조공정

제2절 커피믹스 생산 현황

제3절 커피믹스 수출입 현황

제4절 커피믹스 원료 현황

제5절 요약 및 시사점







## 제 1 절 커피믹스의 가공기준 및 제조공정

### 1. 커피믹스의 가공기준 및 성분규격

- 식품공전에 의한 커피믹스(조제커피)는 커피의 제조·가공기준을 따르며 그 내용은 다음과 같음
  - 실제로 커피믹스 규격은 납과 타르색소에 대한 것만 준수하면 됨

[표 3-1] 커피믹스의 제조·가공기준

1) 제조·가공기준
(1) 커피원두의 추출용제는 물, 주정 또는 이산화탄소를 사용하여야 한다.
2) 규격
(1) 납(mg/kg) : 2.0 이하
(2) 주석(mg/kg) : 150이하(알루미늄 캔 이외의 액상 캔제품에 한한다)
(3) 타르색소 : 검출되어서는 아니된다
(4) 세균수 : 1ml당 100이하(액상제품에 한한다)
(5) 대장균군 : 음성이어야 한다(액상제품에 한한다)

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시

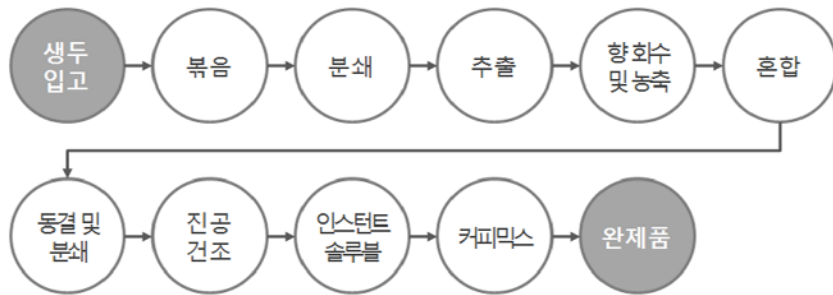
### 2. 커피믹스의 제조공정

- 커피믹스의 공정은 제조사별로 차이가 있는데, 제조사 중 하나인 맥심의 공정을 바탕으로 살펴보면 다음과 같음
  - 각 커피 생산국에서 원두(생두 형태)를 입고한 후에 품질검사를 거쳐 선별한 후, 제품에 알맞은 정도로 볶는 과정을 거침
  - 이후 볶은 커피콩을 적당한 크기로 분쇄하여 추출기에 넣고 열수를 이용하여 추출함
  - 추출된 커피에서 커피 고유의 향을 분리해 저장하고, 커피액을 농축시킴. 농축된 커피액과 회수한 커피향을 일정 비율로 혼합함
  - 혼합한 커피액을 동결한 후 커피 입자 모양으로 분쇄한 뒤에 냉동건조기를 사용해 건조과정을 거침



- 최종적으로 커피 크리머, 설탕이 들어간 커피믹스가 만들어지면, 품질검사 후 포장하여 출고함

[그림 3-1] 커피믹스 제조 공정



※ 맥심 커피믹스 제조공정



## 제 2 절 커피믹스 생산 현황

### 1. 국내 생산 실적

- 커피믹스(조제커피)가 포함된 커피의 연도별 국내 생산 규모는 전반적으로 증가세를 나타내며 2010년에 1조원이 넘는 규모로 성장함
  - 생산량은 2003년 약 26만 톤에서 2013년 약 66만 톤으로 157.4% 증가하였으며, 생산액은 같은 기간 약 5,754억 원에서 약 1조 6,547억 원으로 187.5% 증가함
  - 생산량 기준으로 커피에서 조제커피가 차지하는 비중은 40% 전후(생산액 기준, 50% 이상)로 나타나고 있음
  
- 연도별 커피믹스(조제커피) 국내 생산 실적을 살펴보면, 다소 등락이 있긴 하였지만 전반적으로 증가세를 나타냄
  - 생산량 기준, 2003년 약 8.3만 톤에서 2013년 약 26만 톤으로 211.4%의 증가율을 나타내며 커피 생산량보다 높은 증가율을 나타냄. 생산액 기준으로는 같은 기간 약 2,423억 원에서 8,679억 원으로 258.2%의 증가율을 나타냄
  - 커피믹스(조제커피)의 생산량은 2009년을 제외하고 소폭의 등락을 반복하며 증가세를 나타내었으며, 생산액도 이에 비례하여 나타남. 2009년 생산량 감소는 2008년 갑자기 늘어난 생산량으로 인한 재고 때문에 감소하였을 수도 있을 것으로 보고 있음<sup>6)</sup>
  - 2010년 이후에 기존 커피믹스 주요 제조업체 외에 경쟁업체들이 시장에 진입하면서 생산량이 증가한 양상을 나타냄

6) 업계 전문가 인터뷰



[표 3-2] 연도별 커피믹스(조제커피) 국내 생산 실적

연도	커피		커피믹스(조제커피)	
	생산량(톤)	생산액(천원)	생산량(톤,%)	생산액(천원,%)
2003	255,133	575,432,365	82,586(32.4)	242,281,954(42.1)
2004	280,527	527,851,222	103,895(37.0)	238,217,875(45.1)
2005	330,733	658,954,819	154,716(46.8)	376,936,197(57.2)
2006	317,126	678,593,611	177,445(56.0)	409,582,398(60.4)
2007	414,613	745,171,634	189,215(45.6)	447,155,644(60.0)
2008	402,763	933,504,360	218,435(54.2)	568,854,303(60.9)
2009	403,225	862,003,312	167,342(41.5)	392,684,024(45.6)
2010	584,627	1,319,029,113	272,220(46.6)	763,216,473(57.9)
2011	560,931	1,574,619,090	267,918(47.8)	926,597,447(58.8)
2012	610,780	1,658,265,064	272,886(44.7)	911,094,481(54.9)
2013	656,767	1,654,652,387	257,174(39.2)	867,901,765(52.5)

※ 연도별(2003~2013) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 2003년~2007년: 커피의 생산량 및 생산액은 다류의 하위항목 볶은커피, 인스턴트커피, 조제커피, 액상커피의 값을 합함

## 2. 주요 생산 업체

- 2004년 기준 커피믹스 제조업체 수는 총 16개였으나 2012년에는 4개 증가한 20개 업체가 제조하고 있는 것으로 나타남
- 2006년까지 업체 수가 증가하다가, 이후 주춤한 양상을 나타냄. 2010년에 15개 까지 감소하였다가 2012년 20개 업체로 나타남

[표 3-3] 커피믹스 업체 현황

(단위 : 개소)

구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
커피믹스	16	21	27	18	18	19	15	19	20

※ 광업·제조업조사보고서, 국가통계포털(kosis.kr)

1) 근로자수 10인 이상 업체

- 이 중 판매액 기준 상위 20개 업체가 전체의 90.3%를 차지하고 있음
  - 인스턴트 커피, 커피믹스 등 다양한 커피를 생산하고 있는 동서식품이 약 8,581억 원의 판매액(43.1%)을 기록하며 1위로 나타났으며, 이어서 롯데칠성음료가 약 2,381억 원의 판매액(12.0%)을 기록하며 2위, 원두 로스팅 전문 업체인 빈블레스가 8.8%로 3위로 나타남
  - 커피믹스 제조 상위 업체는 ‘맥심’ 브랜드를 보유한 동서식품, ‘프렌치카페 카페믹스’ 브랜드를 보유한 남양유업, ‘칸타타’ 브랜드를 보유한 롯데칠성음료, ‘네스카페’ 브랜드를 보유한 롯데네슬레코리아이며, 이들 4개 업체가 전체 커피 판매액의 66.9%를 차지하고 있음

[표 3-4] 커피 주요 생산 업체

순위	업체명	판매액(천원)	비중(%)
1	동서식품	858,135,888	43.1
2	롯데칠성음료	238,135,050	12.0
3	빈블레스	174,890,661	8.8
4	남양유업	122,560,476	6.2
5	한국네슬레(현. 롯데네슬레코리아)	111,355,407	5.6
6	코카콜라음료	91,161,664	4.6
7	자딩	38,698,314	1.9
8	빙그레	29,019,417	1.5
9	매일유업	19,021,316	1.0
10	카페베네	16,123,189	0.8
-	기타	100,614,298	5.1
상위 20개사 소계		1,799,715,680	90.3
커피 제조사 전체 판매액 합계		1,992,123,248	100.0

※ 2013년도 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) ‘커피’ 판매액 상위 20개사 기준임



### 3. 커피믹스 주요 제조사 현황

- 커피믹스를 제조하는 주요 업체는 동서식품, 남양유업, 롯데칠성음료, 롯데네슬레코리아로 주요 제조사별 특징은 다음과 같음
- 동서식품은 세계 최초로 커피믹스 시장을 개척한 커피 가공업 전문 식품 회사임. 1970년대에 국내에 인스턴트 커피, 커피크리머, 커피믹스 제품을 처음으로 선보였으며, 국내 커피믹스 시장에서 압도적인 시장점유율로 시장을 주도하고 있음. 커피믹스 시장에서 브랜드 인지도가 높은 ‘맥심’, ‘카누’ 등을 보유함
- 남양유업은 유제품, 이유식 전문 식품회사로 2010년에 커피믹스 시장에 '프렌치카페 카페믹스' 브랜드로 진출함. 식품첨가물 카제인나트륨 대신 무지방 우유를 사용한 점을 강조하여 시장 진입을 성공적으로 이룸
- 롯데칠성음료는 음료전문식품회사로 캔커피 브랜드 ‘레쓰비’를 확장한 커피믹스 제품 ‘레쓰비 리치골드’로 2005년에 커피믹스 시장에 진출함. 이후 캔커피 브랜드 ‘칸타타’를 활용한 커피믹스 제품을 생산함
- 롯데네슬레코리아(구. 한국네슬레)는 글로벌 식품기업 네슬레의 자회사인 ‘한국네슬레’로 활동하다가, 2014년 6월 1일부로 롯데푸드와 네슬레가 합작하여 설립한 롯데네슬레코리아(주)로 상호가 변경됨. 네스카페 커피믹스의 생산 및 유통 외에, 향후 롯데칠성음료에서 생산되고 있는 ‘칸타타’도 직접 생산할 계획을 가지고 있음

[표 3-5] 커피믹스 주요 제조사 특징 및 연혁

기업명	내용
동서식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요 특징 : 세계 최초로 커피믹스라는 제품 개념을 개발한 커피 가공식품 전문 회사로 1970년대부터 인스턴트 커피, 커피크리머, 커피믹스 제품을 생산하기 시작하여 커피 가공업 시장을 주도했음. 최근에는 카누 시리즈로 고급 원두커피 커피믹스 시장을 창출함</li> <li>○ 주요 생산 품목 : 맥심 모카골드 마일드 커피믹스, 카누 콜롬비아 마일드로스트 스위트 아메리카노</li> <li>○ 주요 브랜드 : 맥심, 맥스웰하우스</li> <li>○ 연도별 주요 이슈               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1968년 동서식품주식회사 설립</li> <li>- 1970년 미국 제너럴푸드사와 커피 제조 기술 도입 계약 체결</li> <li>맥스웰하우스 인스턴트 커피 생산판매 개시</li> </ul> </li> </ul>



기업명	내 용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1974년 커피크리머 프리마 생산개시</li> <li>- 1976년 세계 최초 커피믹스 개발, 생산판매 개시</li> <li>- 1980년 맥심 생산판매 개시</li> <li>- 1983년 맥심 커피믹스 동남아 수출</li> <li>- 1993년 진천공장 준공</li> <li>- 2009년 맥심카페 5종 발매</li> <li>- 2011년 블랙 커피믹스 카누 출시</li> </ul>
남양유업	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요 특징 : 유제품, 이유식 전문 식품회사로 커피믹스 제품으로는 2010년에 처음 선보인 '프렌치카페' 브랜드를 보유함. 이어 액상커피 제품으로 확장하며 커피 가공시장에서 영역을 넓히고 있음</li> <li>○ 주요 생산 품목 : 프렌치카페 카페믹스, 루카 다크 스위트 아메리카노</li> <li>○ 주요 브랜드 : 프렌치카페, 루카</li> <li>○ 연도별 주요 이슈               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1964년 남양유업주식회사 설립</li> <li>- 1965년 천안공장 완공</li> <li>- 1998년 경주공장 신설</li> <li>- 1998년 ISO9001 인증 획득</li> <li>- 2010년 커피믹스 '프렌치카페' 출시</li> <li>- 2013년 나주 동결건조 커피 공장 완공</li> </ul> </li> </ul>
롯데네슬레코리아 (구. 한국네슬레)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요 특징 : 글로벌 식품기업 네슬레의 한국 자회사. 1979년부터 국내 커피믹스 시장에서 활동하였으며, 커피믹스 뿐만 아니라 커피머신, 캡슐커피 등 커피 가공식품을 전문으로 생산, 판매함. 2014년에 롯데푸드와 합작회사를 설립함</li> <li>○ 주요 생산 품목 : 네스카페 수프리모 커피믹스, 네스카페 신선탠모카</li> <li>○ 주요 브랜드 : 네스카페</li> <li>○ 연도별 주요 이슈               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1979년 네슬레코리아 한국 진출</li> <li>- 2007년 프리미엄 커피믹스 테이스터스 초이스 수프리모 출시</li> <li>- 2008년 커피머신 네스프레소 출시</li> <li>- 2010년 캡슐커피 네스카페 돌체구스토 출시</li> <li>- 2014년 롯데푸드와 합작회사 롯데네슬레코리아 설립</li> </ul> </li> </ul>
롯데칠성음료	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요 특징 : 음료, 캔커피 및 생수 등을 판매하는 음료전문식품회사. 2005년에 처음으로 커피믹스 시장에 진출함</li> <li>○ 주요 생산 품목 : 칸타타 리치골드, 칸타타 마일드골드</li> <li>○ 주요 브랜드 : 칸타타</li> <li>○ 연도별 주요 이슈               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1950년 동방청량음료 설립</li> <li>- 1974년 롯데칠성음료로 상호변경</li> <li>- 1985년 86아시아게임 및 88올림픽 공식음료업체로 지정</li> <li>- 1995년 업계최초 전공장, 전제품 ISO9001 획득</li> <li>- 2005년 레쓰비 리치골드 출시</li> <li>- 2010년 커피믹스 '칸타타 믹스' 출시</li> </ul> </li> </ul>

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고



### 제 3 절 커피믹스 수출입 현황

#### 1. 수출입 실적 추이

- 커피믹스는 수입보다 수출이 월등히 많은 구조이며, 수출량은 꾸준히 증가세를 나타냄
  - 수출량 기준, 2000년 1,621톤에서, 2013년 1만 6,865톤으로 성장하였으며, 같은 기간 수출액도 454만 달러에서 8,035만 달러로 성장함
  - 커피믹스는 일부 제조사가 소규모로 러시아, 중국 등으로 수출하고 있는데, 해외에서 한국 커피믹스에 대한 관심이 증가하며 꾸준히 수출이 증가한 것으로 판단됨. 그러나 압도적으로 커피믹스 생산량이 많은 국내 식품제조업체의 지분구조가 전 세계에 커피를 판매하고 있는 다국적기업과 공동투자로 이루어져 있어, 합작사와의 부딪힘을 피하기 위해 커피믹스를 수출하지 않고 있기 때문에 생각보다 수출 규모는 크지 않은 상황임.
  - 커피믹스 수입규모는 매우 작는데, 말레이시아, 베트남 커피믹스를 소규모의 수입상들이 일부 들여와 국내에 유통하고 있음

[표 3-6] 커피믹스 수출입 실적

연도	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)	무역수지(천\$)
2000	1,621	4,540	45	269	4,271
2001	3,110	6,812	66	290	6,522
2002	4,852	9,218	515	1,576	7,642
2003	4,268	7,754	947	2,738	5,016
2004	3,611	8,472	549	1,867	6,605
2005	4,760	15,570	3,371	5,865	9,706
2006	6,079	27,353	1,787	2,808	24,545
2007	7,850	43,693	77	276	43,416
2008	8,826	51,667	364	957	50,710
2009	10,351	51,346	406	1,016	50,330
2010	8,007	33,492	319	927	32,565
2011	10,609	53,820	250	1,226	52,594
2012	14,601	65,968	263	1,575	64,393



연도	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)	무역수지(천\$)
2013	16,865	80,346	274	1,848	78,498

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) 커피믹스는 AG코드 밀크대용물 함유조제품 151110006 값임

## 2. 주요 국가별 수출입 현황

□ 커피믹스는 주로 일본, 중국, 러시아가 주요 수출 대상국임

- 일본, 중국, 러시아가 전체 수출 시장의 약 50%(2013년 수출액 기준)를 차지하고 있음. 일본으로의 수출액은 꾸준히 증가하는 추세였으나, 2012년과 2013년에 급증한 양상을 나타냄
- 실제로 수출액 기준, 2011년까지 중국이 전체 수출액의 26.0%를 차지하며 1위, 미국이 10.2%로 2위, 러시아가 8.7%로 3위, 일본이 1.5%로 4위였으나, 2012년부터 일본으로의 수출규모가 커지면서 2012년에는 2위, 2013년에는 전체 수출액의 25.8%를 차지하며 1위로 나타남

[표 3-7] 주요 국가별 커피믹스 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
일본	585	596	534	1,504	2,867	749	748	816	8,275	20,729
중국	1,363	1,195	1,272	2,035	1,864	8,534	9,686	13,968	13,985	11,409
러시아	1,408	2,312	3,667	5,510	6,073	3,163	3,259	4,671	7,167	7,941
미국	948	1,269	1,370	1,167	1,267	3,086	4,343	5,469	5,046	5,522
호주	3,701	196	130	159	130	24,153	988	775	720	582
기타	2,346	2,439	3,636	4,226	4,664	11,661	14,468	28,121	30,775	34,163
합계	10,351	8,007	10,609	14,601	16,865	51,346	33,492	53,820	65,968	80,346

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) 커피믹스는 AG코드 밀크대용물 함유조제품 151110006 값임



- 커피믹스의 수입규모는 크지 않으며 수입산은 대부분 미국 제품임
  - 미국이 전체 수입 시장의 81.1%(2013년 수입액 기준)를 차지하고 있음. 미국 커피믹스의 수입 규모는 2009년 약 20만 달러였으나 2012년에 급증하며 100만 달러가 넘는 금액을 기록함
  - 반면, 2011년까지 주 수입국이었던 말레이시아는 이후 수입 규모가 급감함

[표 3-8] 주요 국가별 커피믹스 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
미국	32	15	37	161	221	197	92	235	1,181	1,498
베트남	5	3	31	19	22	28	15	204	117	125
말레이시아	361	288	173	80	16	744	721	725	258	43
싱가포르	6	2	9	2	6	35	20	59	15	39
러시아	-	11	-	-	-	-	73	-	-	-
기타	2	-	-	1	9	12	6	3	4	143
합계	406	319	250	263	274	1,016	927	1,226	1,575	1,848

※ 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

1) 커피믹스는 AG코드 밀크대용물 함유 조제품 151110006 값임

- 커피믹스의 평균 수출단가는 2009년 1kg당 4.96달러에서 2013년 4.76달러로 다소 낮아짐. 반면 같은 기간 수입단가는 2.50달러에서 6.74달러로 높아짐
  - 일본은 2011년까지 1달러대의 수출단가를 유지하였으나, 2012년 수출량이 증가함과 동시에 단가도 높아진 구조임. 중국은 2011년에 1kg당 약 11달러까지 올라갔었으나, 이를 제외하고는 6달러대를 유지하고 있음. 중국은 커피믹스 수요층이 다소 상류층 이다보니 해당 소비층에 맞는 제품이 수출되고 있어 단가가 상대적으로 높은 것으로 판단됨<sup>7)</sup>
  - 수입은 전반적으로 물량이 적다보니, 비용이 높아 상대적으로 가격이 높은 구조를 형성하고 있음. 미국, 베트남, 싱가포르에서 수입되는 커피믹스의 단가가 1kg당 6달러 전후로 나타남

7) 업계 전문가 인터뷰

[표 3-9] 커피믹스의 수출입 단가 비교

(단위:\$/kg)

국가	수출단가					국가	수입단가				
	2009	2010	2011	2012	2013		2009	2010	2011	2012	2013
일본	1.28	1.26	1.53	5.50	7.23	미국	6.16	6.13	6.35	7.34	6.78
중국	6.26	8.11	10.98	6.87	6.12	베트남	5.60	5.00	6.58	6.16	5.68
러시아	2.25	1.41	1.27	1.30	1.31	말레이시아	2.06	2.50	4.19	3.23	2.69
미국	3.26	3.42	3.99	4.32	4.36	싱가포르	5.83	10.00	6.56	7.50	6.50
호주	6.53	5.04	5.96	4.53	4.48	러시아	-	6.64	-	-	-
기타	4.97	5.93	7.73	7.28	7.32	기타	6.00	-	-	4.00	15.89
평균	4.96	4.18	5.07	4.52	4.76	평균	2.50	2.91	4.90	5.99	6.74

※ 농수산식품수출지원정보 / KMAC 재구성



## 제 4 절 커피믹스 원료 현황

### 1. 국내 생산 커피믹스의 원료 사용 비중

- 국내에서 생산하는 커피의 원료별 사용 비중을 살펴보면, 원유가 2만 7천여톤으로 44.5%를 차지하고 있으며 그 다음으로 백설탕이 1만 8천여톤(29.8%), 커피원두가 1만 2천여톤(20.4%)로 나타남. 커피류에는 액상커피도 들어가 있어 원유의 사용량이 상대적으로 가장 높게 나타난 것으로 판단됨. **커피믹스의 주 재료로 커피원두, 백설탕, 원유**에 대해 살펴보고자 함
- 커피믹스에 사용되는 커피원두는 모두 수입산이며, 백설탕은 원당을 수입하여 국내에서 제조하고 있으며, 원유는 모두 국내산을 이용하고 있는 것으로 나타남

[표 3-10] 커피류 원료별 사용 비중

식품 원료		국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	합계 (톤)	원료별 사용비중 (%)	국산 비중 (%)
우유 및 유가공품	원유	27,368	0	27,368	44.5	100.0
	전지분유	19	49	69	0.1	28.0
	탈지분유	39	276	315	0.5	12.3
	유크림	0	96	96	0.2	0.0
수산물류	정제소금	11	0	11	0.0	100.0
전분류	변성전분 (덱스트린)	0	76	76	0.1	0.0
당류	백설탕	0	18,339	18,339	29.8	0.0
	갈색설탕	0	1	1	0.0	0.0
	포도당류	0	14	14	0.0	0.0
	과당류	360	518	878	1.4	41.0
커피 및 커피류	커피원두	0	12,549	12,549	20.4	0.0
	볶은커피	0	597	597	1.0	0.0
	인스턴트커피	0	1,182	1,182	1.9	0.0
코코아가공품	코코아원두	0	19	19	0.0	0.0
합계		27,797	33,718	61,515	100.0	45.2

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사<sup>8)</sup>, 한국농수산물유통공사

8) 본 조사의 대상 기간은 2012년 1월~12월이며, 조사 대상은 전국의 종업원 수 5인 이상 식품 제조사업체 8,429개 중 3,500개를 통계적 표본 추출 후 조사함

## 2. 커피믹스 주요 원료 현황

### 가. 커피원두

#### ① 세계 커피 생산 동향

- 세계 커피 생산은 크게 아라비카와 로부스타 종으로 나뉘며, 아라비카와 로부스타의 생산 비중이 6:4정도임. 커피 총 생산량은 수확기간 2007/08년에 약 700만 톤에서 2012/13년에 약 871만 톤으로 24.4% 정도 증가함
- 아라비카의 생산량은 수확기간 2009/10년에 감소하였는데, 당시에 아라비카 종의 주 생산지가 밀집한 브라질 등 남미와 콜롬비아에서 기후적인 문제 발생과 비료 가격의 상승으로 커피나무가 질병에 취약해지면서 생산량이 하락함<sup>9)</sup>
- 로부스타는 생산량이 꾸준히 증가세를 보이고 있는데, 이것은 커피 가공 기술의 발달로 로부스타가 다른 종과 함께 혼합(Blend)하여 사용하는 비중이 점점 높아져 수요가 커지고 있기 때문임

[표 3-11] 품종별 세계 커피 생산량

(단위:톤, %)

구분	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
아라비카	4,403,700 (62.9)	4,731,420 (61.3)	4,372,980 (59.3)	5,046,480 (63.2)	4,912,800 (61.9)	5,331,000 (61.2)
로부스타	2,595,360 (37.1)	2,985,900 (38.7)	3,004,140 (40.7)	2,932,560 (36.8)	3,025,440 (38.1)	3,375,960 (38.8)
합계	6,999,060	7,717,320	7,377,120	7,979,040	7,938,240	8,706,960

※ ICO Annual Review (2010/11~2012/13), International Coffee Organization

1) 국가별 수확기간(Crop year)<sup>10)</sup> 기준 생산량을 합산함. 국가별로 수확기간이 달라 집계 기간에 따라 생산량에 차이가 있을 수 있음

9) ICO Annual Review 2009/10, International Coffee Organization

10) 수확기간(Crop year): 커피 수확을 시작하는 달로부터 12개월 동안을 뜻함



- 브라질이 전체 생산량의 35%를 차지하고 있으며, 그 다음으로 콜롬비아 (15.2%), 베트남(9.0%) 순임(2012/13 생산량 기준). 2013/14년 기준, 브라질과 콜롬비아가 52.8%를 차지하며 세계 커피 생산량의 반 이상을 생산함
- 브라질은 2009/10년, 2011/12년 생산량이 일시적으로 감소한 양상을 나타내었는데, 이는 브라질의 아라비카 커피나무가 2년을 주기로 수확 침체기를 가지는 특징이 있기 때문임<sup>11)</sup>
- 아시아권에서는 베트남과 인도네시아가 다소 등락을 나타내고 있지만, 전반적으로 생산량이 늘면서 전체 생산량의 8.0%, 7.6%(2013/14 생산량 기준)를 차지함

[표 3-12] 주요 국가별 생두 생산량

(단위: 톤, %)

국가	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
브라질	2,789,640 (36.0)	2,368,200 (32.1)	2,885,700 (36.1)	2,609,040 (32.9)	3,049,560 (35.0)	2,949,120 (33.9)
콜롬비아	1,106,280 (14.3)	1,069,500 (14.5)	1,168,020 (14.6)	1,337,340 (16.9)	1,321,800 (15.2)	1,650,000 (18.9)
베트남	576,720 (7.4)	682,800 (9.3)	547,740 (6.9)	437,280 (5.5)	782,880 (9.0)	700,020 (8.0)
인도네시아	519,840 (6.7)	485,880 (6.6)	511,380 (6.4)	459,120 (5.8)	624,900 (7.2)	660,000 (7.6)
에티오피아	296,940 (3.8)	415,860 (5.6)	450,000 (5.6)	407,880 (5.1)	373,980 (4.3)	396,000 (4.5)
기타	2,526,120 (32.6)	2,486,640 (33.7)	2,587,380 (32.4)	2,782,620 (35.1)	2,622,060 (30.1)	2,448,000 (28.1)
합계	7,755,600	7,381,380	7,983,900	7,932,420	8,719,380	8,711,640

※ Total Production, International Coffee Organization

1) 2014년 7월 기준

2) 국가별 수확기간(Crop year) 기준

브라질, 인도네시아: 4월~3월, 콜롬비아, 베트남, 에티오피아: 10월~9월

3) 국가별로 수확기간이 달라, 집계 기간에 따라 생산량에 차이가 있을 수 있음. 더불어 품종별 세계커피 생산량과 차이가 있을 수 있음

11) ICO Monthly Coffee Market Report, 2011.06



- 세계 커피 거래 가격은 2011년과 2012년을 제외하고 평균 2달러 대로 형성되어 있으며, 아라비카의 단위당 거래 가격은 로부스타보다 적게는 1달러 내외에서 많게는 3달러 내외까지 더 높은 수준임
  - 아라비카의 거래 가격이 로부스타보다 높은 이유는 로부스타보다 기후에 좀 더 민감하여 생산비가 더 많이 들고, 풍미가 좋은 아라비카가 고품질의 품종으로 여겨지고 있기 때문임
  - 2011년에 아라비카와 로부스타 두 종 모두 가격이 급등하였는데, 특히 아라비카는 전년도보다 1.67 달러 정도 상승함
  - 최근 2012년과 2013년의 커피 거래 가격의 하락세는 2012/13년의 수확기간에 세계 커피 생산량 급증에 의한 과잉공급으로 가격 하락이 이루어진 것으로 판단됨

[표 3-13] 품종별 세계 커피 거래 가격

(단위: \$/kg)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
아라비카	3.02	3.21	4.23	5.90	4.14	3.01
로부스타	2.32	1.64	1.74	2.41	2.27	2.08
평균	2.67	2.43	2.98	4.15	3.20	2.54

※ ICO Indicator Prices, International Coffee Organization / KMAC 재구성

1) 미국, 독일, 프랑스의 품종별 유통 평균 가격임

- 커피 재수출은 본국에서 생산하지 않고 수입한 생두를 그대로 혹은 가공하여 다시 수출하는 형태로, 주로 유럽과 미국에서 활발하게 이루어지고 있음
  - 독일과 벨기에는 주로 브라질, 베트남에서 생두를 수입하여 유럽 연합 내에 재수출함. 2010년 기준 독일의 재수출량 중 약 30%가 원두(볶은 커피)였으며 23%가 솔루블 커피 및 기타 가공된 커피 형태였음
  - 이탈리아는 재수출하는 가공 커피 중 90% 이상을 원두(볶은 커피) 형태로 수출함. 이탈리아의 볶은 커피 중 이탈리아인 에스프레소의 로스팅 기법이 세계적으로 유명하기 때문인 것으로 판단됨<sup>12)</sup>

12) The coffee guide, International Trade Centre



- 미국은 가정 내의 커피 소비가 원두커피(Roasted or ground)에 집중되어 있기 때문에 커피 로스팅 및 가공 시장이 발달함. 스페인은 재수출 커피의 대부분이 솔루블 커피 유형임

[표 3-14] 주요 국가별 커피 재수출량

(단위: 톤, %)

국가	2008	2009	2010	2011	2012
독일	628,260 (29.3)	649,140 (30.0)	692,520 (29.5)	700,980 (28.7)	755,400 (30.6)
벨기에	368,520 (17.2)	298,860 (13.8)	303,180 (12.9)	293,640 (12.0)	285,240 (11.5)
미국	171,660 (8.0)	168,120 (7.8)	191,460 (8.2)	223,680 (9.2)	203,220 (8.2)
이탈리아	136,620 (6.4)	136,320 (6.3)	146,760 (6.3)	159,780 (6.5)	176,580 (7.1)
스페인	86,460 (4.0)	86,700 (4.0)	108,180 (4.6)	100,320 (4.1)	99,540 (4.0)
기타	751,320 (35.1)	824,760 (38.1)	905,520 (38.6)	961,440 (39.4)	952,620 (38.5)
합계	2,142,840	2,163,900	2,347,620	2,439,840	2,472,600

※ Re-Exports of All Forms of Coffee to All Destinations, International Coffee Organization

1) 국가나 관세 동맹에 따라 수입된 후 다시 수출된 커피, 볶은 커피와 솔루블 커피 등을 포함함

## ② 국내 원두 수입 동향

□ 국내로 수입되고 있는 커피는 대부분 생두(볶지 않은 커피)임. 생두 수입 규모는 소폭의 증감이 있지만, 2000년 이후 증가한 양상임

- 수입량 기준, 2000년 7만 5,569톤에서 2013년 10만 7,112톤으로 41.7% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 1억 768만 달러에서 3억 1,177만 달러로 195% 증가함
- 수입되고 있는 생두는 대부분 카페인이 함유된 제품이며, 전체 수입의 99%를 차지하고 있음. 카페인이 제거된 생두의 수입량은 증감을 반복하고 있지만, 전반적으로 감소세임



[표 3-15] 커피생두 수입 실적

연도	수입량(톤)			수입액(천\$)		
	전체	카페인함유	카페인제거	전체	카페인함유	카페인제거
2000	75,569	73,972	1,597	107,677	103,436	4,241
2001	74,487	73,516	971	65,983	63,550	2,433
2002	79,375	78,212	1,163	63,635	61,142	2,493
2003	74,419	73,451	968	71,455	69,077	2,378
2004	81,571	80,427	1,144	86,347	83,443	2,904
2005	83,327	82,482	845	129,084	126,862	2,222
2006	84,929	83,990	939	146,718	143,682	3,036
2007	84,543	83,597	946	177,821	174,295	3,526
2008	97,820	97,039	781	252,052	248,731	3,321
2009	96,927	96,044	883	234,035	230,593	3,442
2010	107,152	106,384	768	316,070	313,128	2,942
2011	116,396	115,548	848	528,089	522,871	5,218
2012	100,228	99,751	477	385,131	382,461	2,670
2013	107,112	106,360	752	317,742	314,051	3,691

※ 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

- 1) 카페인함유 생두는 AG코드 커피(볶지 않은 것/카페인 제거 않은 것) 151010001 값임  
 카페인제거 생두는 AG코드 커피(볶지 않은 것/카페인 제거한 것) 151010002 값임

- 커피는 대부분 생두로 수입되고 있어, 원두 수입규모는 크지 않음
  - 규모는 크지 않지만 수입량 기준, 2000년 529톤에서 2013년 6,128톤으로 크게 늘었으며, 수입액으로도 같은 기간 474만 달러에서 9,758만 달러로 증가함
  - 생두와 마찬가지로 원두도 99%가 카페인이 함유된 것이 수입되고 있음

[표 3-16] 커피원두 수입 실적

연도	수입량(톤)			수입액(천\$)		
	전체	카페인함유	카페인제거	전체	카페인함유	카페인제거
2000	529	477	52	4,737	4,194	543
2001	682	598	84	6,117	5,357	760
2002	813	721	92	7,435	6,784	651
2003	806	775	31	7,094	6,849	245



연도	수입량(톤)			수입액(천\$)		
	전체	카페인함유	카페인제거	전체	카페인함유	카페인제거
2004	1,034	870	164	9,597	8,203	1,394
2005	1,210	1,148	62	11,469	10,797	672
2006	1,613	1,567	46	16,000	15,427	573
2007	2,521	2,443	78	26,058	24,897	1,161
2008	3,082	3,012	70	37,055	35,477	1,578
2009	3,535	3,462	73	42,211	40,738	1,473
2010	4,472	4,323	149	55,534	52,968	2,566
2011	5,443	5,323	120	90,523	87,123	3,400
2012	5,384	5,326	58	92,003	89,541	2,462
2013	6,128	6,039	89	97,584	94,313	3,271

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

- 1) 카페인함유 원두는 AG코드 커피(볶은 것/카페인 제거 않은 것) 151010003 값임  
 카페인제거 원두는 AG코드 커피(볶은 것/카페인 제거한 것) 151010004 값임

- 커피 생두의 수입 단가는 1kg당 3달러 내외인 반면, 커피 원두의 수입 단가는 1kg당 15달러 내외로 나타남(카페인 함유 기준)
  - 국내에 생두 수입 비중이 높은 데에는 여러 가지 이유가 있겠지만, 생두에 비해 지나치게 높은 원두 단가도 한 원인으로 판단됨
  - 생두의 수입단가는 2006년까지만 해도 1달러대를 유지하였으나, 이후 소폭의 등락을 반복하며 2달러대를 나타내고 있음. 그러나 2011년과 2012년에는 브라질의 기후 문제로 생산량이 감소하면서 수입 단가가 일시적으로 상승한 것으로 판단됨
  - 원두 가격도 생두와 마찬가지로 2011년과 2012년에 크게 상승함

[표 3-17] 커피생두 수입 단가

(단위: \$/kg)

연도	커피 생두		커피 원두	
	카페인 함유	카페인 제거	카페인 함유	카페인 제거
2000	1.40	2.66	8.79	10.44
2001	0.86	2.51	8.96	9.05
2002	0.78	2.14	9.41	7.08
2003	0.94	2.46	8.84	7.90

연도	커피 생두		커피 원두	
	카페인 함유	카페인 제거	카페인 함유	카페인 제거
2004	1.04	2.54	9.43	8.50
2005	1.54	2.63	9.41	10.84
2006	1.71	3.23	9.84	12.46
2007	2.08	3.73	10.19	14.88
2008	2.56	4.25	11.78	22.54
2009	2.40	3.90	11.77	20.18
2010	2.94	3.83	12.25	17.22
2011	4.53	6.15	16.37	28.33
2012	3.83	5.60	16.81	42.45
2013	2.95	4.91	15.62	36.75

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net) / KMAC 재구성

- 커피 생두(카페인 함유)는 주로 베트남, 브라질, 콜롬비아에서 수입되고 있으며, 3개 국가가 전체 수입량의 64.7%(2013년 기준)를 차지하고 있음
- 커피 생두 수입국은 큰 변동 없이 주요 3개국에서 수입되고 있음. 반면 온두라스에서의 수입량은 2012년부터 줄어들고 있는 양상임

[표 3-18] 커피생두(카페인 함유) 국가별 수입 실적

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
베트남	33,349	33,632	38,743	35,378	34,712	55,879	51,084	86,642	73,672	70,501
브라질	17,333	19,849	23,316	19,901	20,593	41,896	61,238	117,080	89,003	62,872
콜롬비아	13,733	14,361	17,197	12,067	13,549	49,820	65,347	107,307	60,279	47,972
온두라스	11,116	12,172	11,074	9,111	7,121	28,980	40,900	65,828	42,491	22,632
페루	6,538	7,333	9,568	8,947	12,444	19,124	32,104	53,869	39,066	37,064
기타	13,975	19,037	15,650	14,347	17,941	34,894	62,455	92,145	77,950	73,010
합계	96,044	106,384	115,548	99,751	106,360	230,593	313,128	522,871	382,461	314,051

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 커피(볶지 않은 것/카페인 제거 않은 것) 151010001 값임

- 커피 원두(카페인 함유)는 주로 미국, 이탈리아, 일본에서 수입되고 있으며, 3개 국가가 전체 수입량의 76.2%를 차지하고 있음(2013년 기준)



- 앞의 ‘[표 3-14] 주요 국가별 커피 재수출량’ 에서도 나타났지만, 생두를 수입 후 가공하여 수출하는 주요 국가에 포함된 미국, 이탈리아의 원두를 국내에서도 많이 수입하고 있음
- 특히 미국에서 원두를 많이 수입하고 있는데 2013년 전체 수입량에서 미국에서의 수입량이 50.6%(수입액 기준 42.1%)를 차지하고 있음
- 이탈리아는 스위스에 비해 수입량은 많으나, 스위스 제품에 비해 단가가 낮아 수입액은 상대적으로 적게 나타남

[표 3-19] 커피원두(카페인 함유) 국가별 수입 실적

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
미국	2,050	2,214	2,012	2,624	3,055	21,234	23,428	26,068	38,654	39,751
스위스	215	340	504	237	304	5,592	9,106	21,427	15,661	18,607
이탈리아	620	773	823	931	1,124	8,015	10,269	12,699	13,444	16,060
일본	306	554	246	356	423	2,535	5,017	2,786	3,961	3,720
브라질	9	118	551	227	39	72	865	6,024	2,687	320
기타	262	324	1,187	951	1,094	3,290	4,283	18,119	15,134	15,855
합계	3,462	4,323	5,323	5,326	6,039	40,738	52,968	87,123	89,541	94,313

※ 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

1) 카페인함유 원두는 AG코드 커피(볶은 것/카페인 제거 않은 것) 151010003 값임

### 나. 백설탕

- 백설탕은 대부분의 가공식품에 사용되는데, 과자류에 24.9%로 가장 많이 이용되며, 이어서 음료류, 빵류 등에 이어 커피류(5.0%)에도 상당량 이용되고 있음

[표 3-20] 백설탕의 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

과자류	음료류	빵류	밀가루	조림식품류	커피류	기타	합계
90,704 (24.9)	62,106 (17.1)	39,043 (10.7)	29,298 (8.0)	21,582 (6.0)	18,339 (5.0)	103,284 (28.4)	364,356 (100.0)

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

- 설탕의 국내 생산 실적을 살펴보면, 생산량에는 큰 변동이 없으나 원가의 상승으로 생산액은 생산량에 비례하여 나타나지 않고 있음
  - 2008년부터 2013년까지 백설탕 생산량은 120만 톤대를 유지하고 있으나, 생산액은 2011년과 2012년에 1조가 넘는 규모를 나타냄

[표 3-21] 백설탕 국내 생산 실적

연도	생산량(톤)	생산액(천원)	출하량(톤)	출하액(천원)
2007	1,140,996	423,842,419	766,691	486,891,954
2008	1,220,477	546,758,055	960,942	607,907,729
2009	1,249,516	771,659,369	927,773	715,778,915
2010	1,291,383	970,530,952	792,969	720,197,539
2011	1,282,234	1,142,754,364	835,147	906,274,727
2012	1,283,122	1,006,219,056	811,108	858,941,486
2013	1,260,953	779,660,900	817,289	744,886,568

※ 연도별(2007~2013) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 2013년 식품 및 식품첨가물 생산실적의 국내 판매액을 출하액으로 작성함

- 국내로 수입되는 설탕량은 많지 않음. 수입 백설탕의 가격은 2010년을 제외하고 1kg당 1달러 미만으로 형성되어 있는데 낮은 가격이 수입 백설탕 사용의 원인 중 하나로 판단됨
  - 정부의 공격적인 할당관세 인하 정책으로 2013년부터 수입 설탕 물량이 급증한 양상을 나타내었으며 2014년에도 수입 물량은 증가할 것으로 예상됨

[표 3-22] 백설탕 수입 실적

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2002	676	679	1.00
2003	1,968	1,472	0.75
2004	3,427	1,738	0.51
2005	4,346	2,111	0.49
2006	2,579	2,417	0.94
2007	28,062	12,481	0.44
2008	29,219	13,402	0.46
2009	4,707	3,530	0.75



연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	3,881	4,730	1.22
2011	19,483	17,976	0.92
2012	46,552	35,521	0.76
2013	143,656	88,501	0.62

※ 농수산물식품수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 자당(고체의 것/향미, 착색에 첨가된 것 이외 기타) 158030002의 값임

#### 다. 원유

- 커피믹스에도 원유가 사용되지만, 커피류 원료소비 실태조사에서 나타난 44.5% 수준은 아닌 것으로 확인됨

##### ① 원유 생산 현황

- 국내 원유 생산량은 2000년 225만 톤에서 2013년 209만 톤으로 7.1% 감소함
  - 반면 원유의 국내 소비량은 2000년 280만 톤에서 2013년 약 358만 톤으로 27.8% 증가하였으며, 소비량이 국내 원유 생산량보다 많은 상황임. 이는 수입되는 유제품의 소비량도 포함된 수치이기 때문임. 원유상태로는 수출입이 불가능하기 때문에 유제품을 원유로 환산하여 국내 원유 소비량을 측정함

[표 3-23] 연도별 원유 국내생산 현황

(단위 : 톤)

연도	국내 생산량 <sup>1)</sup>	국내 소비량
2000	2,252,804	2,803,248
2001	2,338,875	3,026,216
2002	2,536,648	3,060,258
2003	2,366,214	2,990,342
2004	2,255,450	3,074,037
2005	2,228,821	3,028,287
2006	2,176,340	3,070,140
2007	2,187,824	3,054,290
2008	2,138,802	2,980,089
2009	2,109,732	3,036,455
2010	2,072,696	3,171,341
2011	1,889,150	3,517,909

연도	국내 생산량 <sup>1)</sup>	국내 소비량
2012	2,110,698	3,358,850
2013	2,093,073	3,582,183

※ 2012 낙농통계연감, 낙농진흥회

1) 국내생산은 원유 합격량 기준임

- 연도별 원유사용실적을 보면, 음용유용으로 이용되는 비중이 70% 이상이며 기타 유제품에 사용되는 가공용의 비중은 20%대로 나타남
  - 2005년까지 음용유용으로 사용되는 원유의 비중은 70% 내외로 다소 등락이 있었지만 2006년부터는 70% 이상 꾸준히 사용량이 증가하는 양상을 나타냄
  - 가공용으로 사용되는 원유의 비중은 20%대를 유지하고 있지만, 사용량은 다소 감소하고 있는 양상으로 나타남. 2012년 기준, 가공용으로 사용되는 원유 중에서 치즈나 조제분유 등 기타 유제품으로 사용되는 양은 약 33만 7천여톤이며 나머지 잉여(분유용)로 사용되는 양은 19만 6천여톤으로 나타남<sup>13)</sup>

[표 3-24] 연도별 원유사용실적

연도	음용유용 <sup>2)</sup>		가공용 <sup>3)</sup>		계(톤)
	사용량(톤)	비중(%)	사용량(톤)	비중(%)	
2000	1,603,853	71.2	648,951	28.8	2,252,804
2001	1,572,381	67.2	766,494	32.8	2,338,875
2002	1,502,788	59.2	1,033,860	40.8	2,536,648
2003	1,634,642	69.1	731,572	30.9	2,366,214
2004	1,605,372	71.2	650,078	28.8	2,255,450
2005	1,543,835	69.3	684,986	30.7	2,228,821
2006	1,555,448	71.5	620,892	28.5	2,176,340
2007	1,581,742	72.3	606,082	27.7	2,187,824
2008	1,584,487	74.1	554,315	25.9	2,138,802
2009	1,569,314	74.4	540,418	25.6	2,109,732
2010	1,540,870	74.3	531,826	25.7	2,072,696
2011	1,483,497	78.5	405,653	21.5	1,889,150
2012	1,577,541	74.7	533,157	25.3	2,110,698
2013	1,587,193	75.8	505,879	24.2	2,093,073

※ 2012 낙농통계연감, 낙농진흥회

1) 합격량 기준임

2) 음용유용 원유는 시유 백색, 가공생산에 투입된 원유량임

3) 가공용은 시유외 기타유제품 생산에 투입된 원유량임

13) 낙농산업 선진화 대책 보도자료, 농림축산식품부, 2013.06.07



② 원유 가격 현황

- 원유 가격은 2012년까지는 유지방 함량 기준의 수취가격제도로 운영되었으며, 이로 인해 우리나라 원유의 유지방 함량을 높이는 긍정적인 효과를 야기함. 그러나 과도하게 유지방을 높이는 젓소 사양관리 체계로 동물복지 측면에서의 부정적인 효과에 대한 의견이 제기되고, 우유의 소비자가격 상승에 대한 우려도 나타나며 2013년 8월부터 “원유가격연동제” 를 적용하여 원유 기본 가격을 책정하도록 변경함
- 원유가격은 2000년 1ℓ 당 621원에서 꾸준히 상승하여 2014년 1,086.6원으로 나타남

[표 3-25] 가격요소별 원유수취가격<sup>1)</sup>

(단위 : 원/ℓ)

연도	기본가격	유지방	체세포	세균수	유단백	합계
2000	517.06	61.03	-2.69	45.64	-	621.04
2001	516.42	69.6	-3.07	45.95	-	628.89
2002	516.84	63.41	6.94	46.28	-	633.47
2003	517.06	54.39	17.64	45.58	-	634.67
2004	536	55.47	23.63	47.15	-	662.23
2005	584	55.97	29	47.83	-	716.8
2006	584	57.79	32.79	47.81	-	722.39
2007	584	59.76	36.52	48.18	-	728.46
2008	626.93	58.07	36.52	48.61	-	770.13
2009	704	56.87	36.71	48.97	-	846.55
2010	704	53.61	34.32	48.36	-	840.29
2011	752.12	56.91	36.78	48.81	-	894.63
2012	834	57.13	41.3	48.82	-	981.25
2013 <sup>14)</sup>	877.34	55.71	40.02	49.10	-	1,022.16
2014	940	40.17	39.68	49.61	17.16	1,086.62

\* 낙농진흥회(www.dairy.or.kr)

1) 수취가격은 낙농진흥회 소속낙농가의 검사성적에 위한 정상단가임

14) 2013년 8월부터 원유가격연동제를 적용하여 원유기본가격을 책정함. 원유가격을 생산비와 소비자물가상승률과 연계하여 매년 8월마다 결정함  
 원유기본가격(원/ℓ)=통계청 생산비를 반영한 기준원가(원) + 소비자 물가상승률을 반영한 변동원가(원)

\* 기준원가=전년 기준원가 + (전년-전전년) 통계청 우유생산비

\*\* 변동원가=전년 변동원가 + (전년 변동원가 X 전년 소비자물가 상승률)





## 제 5 절 요약 및 시사점

### 1. 커피믹스 생산

- 커피믹스 생산규모는 2000년 8만 2,586톤에서 2013년 25만 7,174톤으로 211.4% 증가하였으며, 커피 생산량보다 높은 증가율을 나타냄
  - 한 때 전체 커피생산량에서 커피믹스가 차지하는 비중이 56%(2006년)에 이르기도 하였으나 이후 비중은 등락을 반복하며 감소하는 추세로 나타나 2013년 기준으로 39.2%를 차지하고 있음
  - 그러나 2010년 이후에 기존 커피믹스 주요 제조업체 외에 경쟁업체들이 시장에 진입하면서 생산량은 증가함
- 커피믹스를 주로 생산하고 있는 업체는 동서식품, 남양유업, 롯데칠성음료, 롯데네슬레코리아이며, 이들 4개 업체가 전체 커피 출하액의 66.9%를 차지하고 있음

### 2. 커피믹스 수출입

- 커피믹스는 수입보다는 수출이 월등히 많은 구조이며, 수출규모는 꾸준히 증가세를 나타내고 있음
  - 수출량 기준, 2000년 1,621톤에서 2013년 1만 6,865톤으로 증가하였으며, 같은 기간 수출액도 454만 달러에서 8,035만 달러로 성장함
  - 커피믹스 수출은 일부 제조사에서 소규모로 일본, 중국, 러시아 등으로 수출하고 있는데, 3개국으로의 수출이 전체 규모의 약 50%(2013년 수출액 기준)를 차지하고 있음. 특히 중국으로 수출되는 커피믹스는 수요층이 다소 상류층 이다보니 해당 소비층에 맞는 제품이 수출되고 있어 단가가 상대적으로 높은 특징이 있음
  - 주로 수입되고 있는 제품은 미국산이며, 전체 수입 시장의 81.1%(2013년 수입액 기준)를 차지하고 있음



### 3. 커피믹스 원료

- 커피믹스의 주요 원료는 커피원두, 백설탕, 원유로 볼 수 있음
  - 국내로 수입되고 있는 커피는 대부분 카페인이 함유된 생두(볶지 않은 커피)이며, 2000년 이후 꾸준히 증가하고 있는 양상임. 생두를 가공하여 인스턴트 커피로 만들어 커피믹스에 사용함
  - 커피 생두는 주로 베트남, 브라질, 콜롬비아에서 수입되고 있으며, 3개 국가가 전체 수입량의 64.7%(2013년 기준)를 차지하고 있음
  - 백설탕은 과자류, 음료류 외에 커피류에도 상당히 비중이 있는 원재료로 분류됨. 백설탕의 국내 생산량은 다소 감소세이나 수입량은 관세로 인해 등락이 심하게 나타나고 있음
  - 커피믹스에도 원유가 사용되지만 그 비중이 크지는 않음. 국내 원유 생산량은 다소 감소하고 있는 추세이나 소비량은 증가하고 있는 양상임. 이는 커피류 가공에 사용되는 원유 외에 유제품에 사용되는 원유의 증가로 인해 소비량이 증가하고 있음

## 제 4 장 커피믹스 유통 및 판매 현황

제1절 커피믹스 유통 구조

제2절 커피믹스 소매 유통 판매 현황

제3절 요약 및 시사점

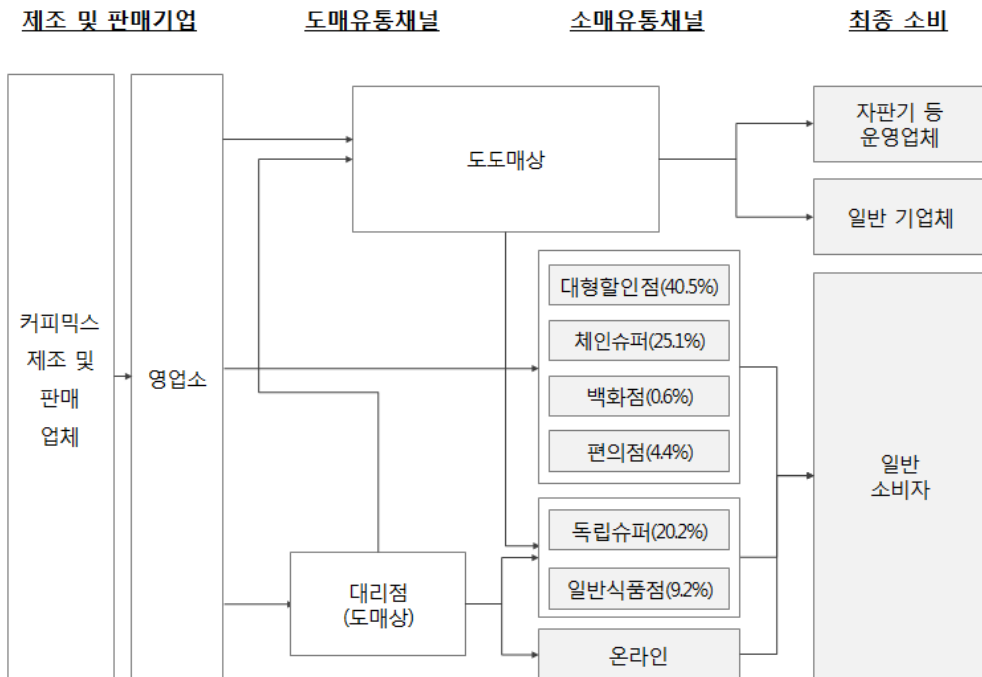




## 제 1 절 커피믹스 소매 유통 구조

- 커피믹스는 대부분 B2C 시장으로 유통되며, 예전에는 자판기 등 B2B로의 유통도 상당한 비중을 차지하였으나 현재 그 비중은 5% 미만으로 추정되고 있음
- B2B, B2C 시장이라 정확히 규정하기는 어렵지만, 서비스를 제공하는 기업체 (ex. 서비스센터 보유 기업, 모텔 등)에서 커피믹스를 비주기적으로 대량 구매하는 시장이 형성되어 있음
- B2C는 제조 및 판매업체를 통해 대형유통채널로 직접 납품되거나, 대리점이 나 도도매상을 거쳐 독립슈퍼나 일반식품점, 온라인 등으로 유통되고 있음

[그림 4-1] 커피믹스 소매 유통 구조



※ 업계 전문가 인터뷰 / KMAC 재구성

1) 소매유통채널별 유통 비중은 2014년 3/4분기까지의 닛슨 소매점 매출 조사 기준임



## 제 2 절 커피믹스 소매 유통 판매 현황

### 1. 소매 유통 채널별 매출액

- 2013년 커피믹스의 소매 유통 채널 매출액은 약 1조 1,665억 원이며, 할인점 (41.2%), 체인슈퍼 (24.2%), 독립슈퍼 (20.1%)로 3개 채널에서의 매출 비중이 전체의 85.5%를 차지하고 있음
- 할인점에서의 매출액은 감소세를 나타내며 판매 비중도 감소하고 있음. 반면 체인슈퍼에서의 매출액은 다소 감소하고 있으나, 판매 비중은 증가하고 있음
- 2012년에 비해 2013년 커피믹스 매출액은 5.8% 감소하였으며, 2013년 3/4분기까지의 매출액 대비 2014년 같은 기간까지의 매출액도 9.7% 정도 감소하며 2013년 대비 2014년 시장 규모가 감소될 가능성이 높은 것으로 나타남
- 커피믹스 매출 감소와 관련하여 업계에서는 커피믹스를 대신하여 설탕이나 크립이 들어가지 않은 인스턴트 원두커피를 소비하는 비중이 늘고, 커피전문점이 지속적으로 확대되면서 커피믹스 소비가 감소되고 있는 것으로 보고 있음

[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액

(단위 : 백만원,%)

구분	2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
할인점	137,217 (42.0)	120,428 (41.4)	113,348 (42.8)	109,630 (38.6)	120,757 (41.3)	100,375 (38.7)	101,703 (41.5)	514,154 (41.5)	480,623 (41.2)	322,835 (40.5)
체인슈퍼	76,929 (23.5)	70,490 (24.2)	63,748 (24.1)	71,080 (25.0)	71,530 (24.5)	67,550 (26.0)	60,647 (24.8)	285,809 (23.1)	282,247 (24.2)	199,727 (25.1)
일반식품점	28,830 (8.8)	26,243 (9.0)	23,296 (8.8)	27,004 (9.5)	26,419 (9.0)	24,035 (9.3)	23,123 (9.4)	115,548 (9.3)	105,373 (9.0)	73,577 (9.2)
편의점	17,258 (5.3)	12,868 (4.4)	9,209 (3.5)	15,764 (5.5)	14,814 (5.1)	11,327 (4.4)	8,775 (3.6)	59,763 (4.8)	55,099 (4.7)	34,916 (4.4)
독립슈퍼	64,113 (19.6)	58,547 (20.1)	53,405 (20.2)	58,699 (20.7)	56,927 (19.5)	54,839 (21.1)	49,302 (20.1)	253,509 (20.5)	234,764 (20.1)	161,068 (20.2)
백화점	2,370 (0.7)	2,109 (0.7)	1,990 (0.8)	1,910 (0.7)	1,881 (0.6)	1,400 (0.5)	1,226 (0.5)	10,122 (0.8)	8,379 (0.7)	4,507 (0.6)
소계	326,717	290,685	264,996	284,087	292,328	259,526	244,777	1,238,905	1,166,487	796,632

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)



- 커피믹스의 분기별 매출액은 크게 차이는 없으나, 크림이 들어가 있어 따뜻하게 마시는 경우가 많다보니 상대적으로 더운 계절보다는 추운 계절이 포함된 1/4분기의 매출액이 높음

## 2. 소매 유통 채널의 커피믹스 판매 가격

- 커피믹스의 판매채널별 평균 가격을 살펴보면, 제품별, 채널별로 차이가 나타나고 있음
- 전반적으로 레귤러 커피믹스 보다는 블랙의 가격이 높게 형성되어 있으며, 편의점에서의 판매 가격이 상대적으로 높은 편임. 반대로 할인점에서 가격이 낮게 형성되어 있음

[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 커피믹스 판매 가격

(단위: 원)

구분		할인점	체인슈퍼	독립슈퍼	일반식품점	편의점	백화점	평균
블랙	동서식품 맥심아라비카100블랙믹스 (2.8G*100)280G	13,944	15,252	16,298	16,382	16,500	15,014	15,565
	동서식품 맥심오리지날부드러운블랙믹스 (2.7G*100)270G	12,150	13,194	14,398	14,512	16,000	13,248	13,917
	동서식품 맥심모카골드블랙믹스 (2.7G*100)270G	12,059	13,150	14,351	14,748	15,054	13,124	13,748
	롯데네슬레코리아 테이스터스초이스수프리모부드러운 블랙(3.1G*100)310G	13,707	15,208	16,138	16,894	15,739	-	15,537
	롯데네슬레코리아 테이스터스초이스수프리모블랙믹스 (3.1G*20)62G	3,159	3,735	3,794	3,956	4,500	3,620	3,794
레귤러	동서식품 맥심모카골드마일드커피믹스 (12G*180)2160G	20,487	21,354	21,556	22,736	25,146	22,815	22,349
	동서식품 맥스웰하우스오리지날 (12G*180)2160G	12,324	14,778	15,610	15,610	14,900	14,119	14,557



구분	할인점	체인슈퍼	독립슈퍼	일반식품점	편의점	백화점	평균
동서식품 맥심아라비카100 (12G*180)2160G	25,387	25,316	27,392	29,300	25,970	-	26,673
남양유업 프렌치커피커피믹스 (11.6G*180)2088G	21,264	21,765	22,585	24,213	29,725	24,692	24,041

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 2014년 1월부터 2014년 11월까지의 평균 가격임

\

### 3. 기업별 소매 유통 채널 점유율

- 2013년 매출액 기준, 동서식품이 9,361억 원으로 압도적인 80.2%의 점유율을 나타내고 있으며, 이는 전년대비 상승한 수치임. 이어서 남양유업 12.9%, 네슬레 3.9%로 나타남
- 동서식품은 꾸준히 시장점유율이 증가하고 있는 양상이나 매출액은 매년 감소하고 있는 추세임
- 남양유업과 네슬레도 2013년 3/4분기까지의 매출액 대비 2014년 같은 기간 매출액이 감소함

[표 4-3] 기업별 소매 유통 채널 매출 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
동서식품	254,131 (77.8)	233,495 (80.3)	217,434 (82.1)	231,034 (81.3)	231,089 (79.1)	211,270 (81.4)	204,294 (83.5)	969,798 (78.3)	936,094 (80.2)	646,653 (81.2)
남양유업	45,618 (14.0)	38,116 (13.1)	32,983 (12.4)	33,423 (11.8)	40,923 (14.0)	31,877 (12.3)	26,502 (10.8)	162,904 (13.1)	150,140 (12.9)	99,302 (12.5)
네슬레	14,337 (4.4)	11,003 (3.8)	9,615 (3.6)	10,529 (3.7)	11,841 (4.1)	11,123 (4.3)	10,803 (4.4)	65,987 (5.3)	45,484 (3.9)	33,767 (4.2)
롯데칠성	5,757 (1.8)	3,714 (1.3)	2,390 (0.9)	3,621 (1.3)	3,439 (1.2)	1,946 (0.7)	1,015 (0.4)	14,985 (1.2)	15,482 (1.3)	6,400 (0.8)
씨즈커피 코리아	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	1,806 (0.6)	1,622 (0.6)	964 (0.4)	570 (0.2)	- (0.0)	1,806 (0.2)	3,156 (0.4)





구분	2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
자탕	2,390 (0.7)	1,165 (0.4)	486 (0.2)	1,615 (0.6)	1,393 (0.5)	688 (0.3)	324 (0.1)	7,841 (0.6)	5,656 (0.5)	2,405 (0.3)
스토아 브랜드	1,928 (0.6)	1,362 (0.5)	1,044 (0.4)	1,487 (0.5)	1,452 (0.5)	1,055 (0.4)	753 (0.3)	4,906 (0.4)	5,821 (0.5)	3,260 (0.4)
기타	2,557 (0.8)	1,830 (0.6)	1,044 (0.4)	574 (0.2)	569 (0.2)	604 (0.2)	516 (0.2)	12,479 (1.0)	6,005 (0.5)	1,689 (0.2)
합계	326,718	290,685	264,997	284,088	292,328	259,526	244,777	1,238,905	1,166,487	796,632

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

- 2014년 3/4분기까지의 매출액 기준 기업별 소매 유통 채널 점유율을 살펴보면, 모든 채널에서 동서식품이 압도적으로 나타남
- 특히 동서식품은 일반식품점(92.5%)과 독립슈퍼(86.8%)에서의 점유율이 압도적으로 나타남
  - 남양유업은 상대적으로 할인점(16.1%)과 백화점(16.0%)에서의 점유율이 높은 편이며, 네슬레는 편의점(6.1%)에서의 점유율이 상대적으로 높음
  - 그 외의 기업들 제품은 편의점을 제외하고, 소매채널에서 판매 비중이 거의 없는 것으로 나타남

[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황

(단위: 백만원,%)

구분	백화점	할인점	체인슈퍼	편의점	독립슈퍼	일반식품점
동서식품	3,089 (68.5)	247,809 (76.8)	164,425 (82.3)	23,551 (67.4)	139,747 (86.8)	68,032 (92.5)
남양유업	722 (16.0)	51,909 (16.1)	22,717 (11.4)	2,251 (6.4)	17,361 (10.8)	4,343 (5.9)
네슬레	163 (3.6)	17,486 (5.4)	10,387 (5.2)	2,127 (6.1)	3,256 (2.0)	346 (0.5)
롯데칠성	35 (0.8)	2,939 (0.9)	1,614 (0.8)	794 (2.3)	520 (0.3)	500 (0.7)
씨즈커피코리아	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	2,958 (8.5)	1 (0.0)	197 (0.3)



구분	백화점	할인점	체인슈퍼	편의점	독립슈퍼	일반식품점
자뎡	- (0.0)	7 (0.0)	- (0.0)	2,300 (6.6)	- (0.0)	96 (0.1)
스토아브랜드	- (0.0)	2,092 (0.6)	464 (0.2)	700 (2.0)	4 (0.0)	- (0.0)
기타	499 (11.1)	594 (0.2)	118 (0.1)	237 (0.7)	178 (0.1)	64 (0.1)
합계	4,508	322,835	199,727	34,917	161,068	73,577

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 2014년 3/4분기까지의 매출액 기준임



## 제 3 절 요약 및 시사점

### 1. 유통·판매 구조

- 커피믹스는 대부분 B2C 시장으로 유통되고 있음. 한 때 자판기가 활성화되어 있을 때는 B2B로의 유통 비중도 상당하였으나 현재 그 비중은 5% 미만으로 추정되고 있음
  - B2B, B2C 시장이라 정확히 규정하기는 어렵지만, 서비스를 제공하는 기업체에서도 커피믹스를 대량으로 구매하는 시장이 형성되어 있음
  - B2C 시장으로는 대형유통채널로의 직접 납품과 대리점을 거쳐 독립슈퍼, 일반식품점에서의 유통 구조가 형성되어 있음

### 2. 소매 유통 채널 판매

- 2013년 기준, 소매유통채널 매출액은 약 1조 1,665억 원이며, 할인점(41.2%), 체인슈퍼(24.2%), 독립슈퍼(20.1%)의 3개 채널에서의 매출 비중이 전체의 85.5%를 차지하고 있음
  - 그러나 인스턴트 원두커피, 커피전문점에서의 지속적인 소비층 이동으로 커피믹스 매출액은 꾸준히 감소하고 있는 추세임
  - 커피믹스 시장에 참여하고 있는 기업은 상당수나 동서식품이 80%의 압도적인 시장점유율을 차지하고 있음



## 제 5 장 커피믹스 소비 시장 현황

제1절 커피믹스 소비 시장 규모

제2절 커피믹스 브랜드 현황

제3절 커피믹스 국내 시장 동향

제4절 커피믹스 해외 시장 동향

제5절 요약 및 시사점



## 제 1 절 커피믹스 소비 시장 규모

### 1. 커피 소비량

- 세계 커피 소비량은 주로 커피(원두) 생산국보다는 수입국에서 발생하고 있음.  
미국, 독일, 일본, 이탈리아와 같은 주요 수입국의 2012년 소비량은 약 264만 톤으로 나타남
  - 특히 미국이 연간 커피 소비량이 가장 높으며, 그 다음으로 주요 커피 생산국인 브라질이 높음. 두 국가의 소비량은 2012년 기준 약 255만 톤으로 세계 커피 소비량의 37% 정도를 차지함
  - 독일, 프랑스, 이탈리아, 스페인 등 유럽에서의 커피 소비량이 많았으며, 아시아권에서는 인도네시아의 소비량이 많은 것으로 나타남

[표 5-1] 주요 커피 소비국 연간 커피 소비량

(단위: 톤)

국가	2008	2009	2010	2011	2012
미국	1,299,120	1,286,160	1,306,980	1,322,640	1,334,280
브라질	1,059,600	1,133,400	1,147,800	1,183,200	1,219,800
독일	572,100	533,820	557,520	567,600	529,800
일본	423,900	427,800	431,520	420,900	427,860
프랑스	309,120	340,620	342,780	357,720	347,340
이탈리아	353,520	348,360	346,860	341,340	343,860
인도네시아	199,980	199,980	199,980	199,980	220,020
스페인	209,100	201,120	193,920	188,940	206,100
에티오피아	182,880	192,600	202,980	202,980	204,000
영국	184,020	193,200	188,040	175,500	175,560
기타	1,815,000	1,805,100	1,942,200	1,942,320	1,985,460
합계	6,608,340	6,662,160	6,860,580	6,903,120	6,994,080
한국 <sup>3)</sup>	107,000	105,000	117,000	130,000	115,000

※ International Coffee Organization(www.ico.org)

- 1) 합계는 ICO 회원국 중 커피수입국(Importing Countries)과 커피수출국(Exporting Countries)의 전체 소비량을 합산함
- 2) 2012년 커피 소비량에서, 커피수입국은 2012년 기준, 커피수출국은 2012/13 기준임
- 3) 한국 커피소비량은 관세청 '최근 커피 수입동향'에 제시된 생두, 원두, 조제품의 수입량 합산값임



- 국가별 1인당 커피 소비량 상위국은 핀란드를 포함하여, 노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 오스트리아 등 주로 유럽 국가임
  - 미국은 전체 커피 소비량이 높은 국가인 것에 비해 1인당 소비량은 낮게 나타남. 평균 4kg 대로 핀란드 1인당 소비량의 34% 수준임
  - 미국, 이탈리아, 프랑스 등은 전체 소비량에 비해 1인당 커피 소비량은 핀란드, 노르웨이 등 보다 적은 것으로 나타남
  - 한국은 소비량이 꾸준히 늘어나고 있으며, 2008년 1인당 2.91kg에서 2011년 3.38kg으로, 2011년을 기점으로 일본보다도 소비량이 많아짐

**[표 5-2] 국가별 1인당 연간 커피 소비량**

(단위: kg)

국가	2008	2009	2010	2011	08-11 평균
핀란드	12.62	11.91	12.12	12.26	12.23
노르웨이	8.99	8.92	9.21	9.69	9.20
덴마크	7.56	7.44	9.27	8.65	8.23
스웨덴	8.29	7.35	7.89	7.27	7.70
오스트리아	6.53	6.36	6.46	7.99	6.84
독일	6.95	6.50	6.79	6.92	6.79
슬로베니아	5.77	5.89	6.06	6.14	5.97
이탈리아	5.93	5.82	5.77	5.68	5.80
프랑스	4.98	5.46	5.47	5.71	5.41
키프로스	5.39	5.20	5.04	5.51	5.29
미국	4.17	4.09	4.11	4.16	4.13
일본	3.33	3.36	3.40	3.31	3.35
한국 <sup>1)</sup>	2.88	2.83	3.12	3.38	3.05

※ International Coffee Organization(www.ico.org)

1) 관세청 '최근 커피 수입동향'(www.customs.go.kr). 한국 1인당 커피 소비량은 아메리카노 커피 1잔(10g)을 기준으로, 연도별 커피 수입량을 해당년도 20세 이상 성인인구수(통계청 추계인구수)로 나누어 산출한 추정치임





- 소비빈도도 소비량과 마찬가지로 꾸준히 늘어나고 있는 양상임. 2007년에는 1주일에 약 8회 정도 커피를 마셨던 반면 2013년에는 12.3회를 마시고 있는 것으로 나타남
- 특히 커피는 단일 음식 중에서 주당 소비빈도가 가장 높은 품목으로 나타남. 주간 소비빈도가 12.3회로 배추김치(11.8회), 쌀밥(7회) 보다도 자주 먹는 것으로 조사됨

[표 5-3] 국민 1인당 주간 커피 섭취빈도

(단위: 회)

연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
섭취빈도	7.95	7.86	8.07	8.38	8.56	12.1	12.3

※ 국민건강영양조사(2007~2013), 보건복지부

1) 만 2세 이상 기준

2) 커피는 커피믹스, 슬루블커피, 커피전문점 커피 등이 해당됨

## 2. 커피믹스 종류별 소매 시장 규모

- 커피믹스는 설탕만 들어간 블랙과 설탕과 크림이 같이 들어간 레귤러 시장으로 나누어 볼 수 있으며, 레귤러가 97.3%로 커피믹스 시장을 리드하고 있음 (2013년 매출액 기준)
- 블랙과 레귤러의 시장 점유율은 큰 변동이 없으며, 두 시장 모두 매출액이 감소하고 있는 추세임. 2012년 대비 2013년에 블랙은 11.1%, 레귤러는 5.7% 감소하였으며, 2013년 3/4분기까지의 매출액 대비 2014년 같은 기간 매출액은 각각 13.3%, 9.6% 감소함. 인스턴트 원두커피 소비의 확대, 커피전문점에서의 소비층 이동 등으로 인해 커피믹스의 매출액이 감소하고 있는 것으로 판단됨
- 크림과 설탕이 들어간 레귤러 커피는 따뜻하게 마시는 경우가 많다보니 추운 계절이 포함된 1/4분기와 4/4분기의 매출이 높은 반면, 설탕만 들어가 있는 블랙은 상대적으로 텁텁한 맛이 덜하고, 아이스크림으로 만들어 먹는 경우도 많아 상대적으로 더운 계절이 포함된 2/4분기, 3/4분기의 매출이 높은 것으로 해석됨



[표 5-4] 커피믹스 세분시장별 소매 시장 규모

(단위:백만원, %)

구분	2012년				2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
블랙	8,838 (2.7)	9,445 (3.2)	10,024 (3.5)	7,500 (2.3)	7,614 (2.3)	8,998 (3.1)	8,576 (3.2)	6,655 (2.3)	6,479 (2.2)	7,841 (3.0)	7,516 (3.1)	35,807 (2.9)	31,843 (2.7)	21,836 (2.7)
레귤러	320,594 (97.3)	288,165 (96.8)	279,539 (96.5)	314,800 (97.7)	319,104 (97.7)	281,688 (96.9)	256,421 (96.8)	277,432 (97.7)	285,849 (97.8)	251,685 (97.0)	237,262 (97.9)	1,203,098 (97.1)	1,134,645 (97.3)	774,796 (97.3)
합계	329,433	297,609	289,563	322,300	326,717	290,685	264,996	284,087	292,328	259,526	244,777	1,238,905	1,166,487	796,632

\* 식품산업통계정보 (www.atfis.or.kr)

## 제 2 절 커피믹스 브랜드 현황




### 가. 동서식품 “맥심” & “맥스웰하우스”

- 우리나라 커피믹스 시장에서 압도적으로 시장점유율 1위를 고수하고 있는 업체인 동서식품은 ‘맥심’, ‘카누’, ‘맥스웰하우스’ 등 인지도가 높은 커피믹스 브랜드를 보유하고 있음. 미국 식품회사 제너럴푸즈의 기술을 도입하여 1970년대에 커피믹스라는 제품 개념을 최초로 도입함
- 최근 ‘맥심 카누’를 통해 고급 원두형 커피믹스 시장을 주도하고 있으며, 2014년에는 ‘맥심카페’의 제품 4종을 리뉴얼하여 제품 다각화에 노력을 기울이고 있음

[표 5-5] 동서식품 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
맥심	커피믹스	맥심 오리지날 커피믹스, 맥심 모카골드 커피믹스, 맥심 화이트골드 커피믹스, 맥심 아라비카 100 커피믹스, 맥심 디카페인 커피믹스	
	맥심 부드러운블랙	맥심 부드러운 블랙믹스 오리지날, 맥심 부드러운 블랙믹스 모카골드, 맥심 부드러운 블랙믹스 아라비카100	
	맥심 아이스	맥심 아이스 화이트 커피믹스, 맥심 아이스 커피믹스, 맥심 아이스 블랙 커피믹스	
	맥심 1/2 칼로리	맥심 웰빙 1/2 칼로리 오리지날 커피믹스, 맥심 웰빙 1/2 칼로리 모카골드 마일드 커피믹스	




브랜드	구분	제품명	제품사진
	맥심카페	맥심카페 모카라떼, 맥심카페 카라멜향 마키야또, 맥심카페 카푸치노 바닐라향, 맥심카페 카푸치노 헤이즐넛	
	맥심 카누	카누 콜롬비아 다크로스트 스위트 아메리카노, 카누 콜롬비아 마일드로스트 스위트 아메리카노, 카누미니 콜롬비아 다크로스트 스위트 아메리카노, 카누미니 콜롬비아 마일드로스트 스위트 아메리카노	
맥스웰하우스	커피믹스	맥스웰하우스 마일드 커피믹스, 맥스웰하우스 오리지널 커피믹스	

※ 동서식품 홈페이지(www.dongsuh.co.kr)

#### 나. 남양유업 “프렌치카페 카페믹스” & “루카”

- 유제품, 이유식 전문 식품회사로 2010년에 식품첨가물을 천연으로 대체한 커피믹스 ‘프렌치카페 카페믹스’를 통해 커피믹스 시장에 진출함. 고급 원두형 커피 브랜드로 2012년 7월에 출시한 ‘루카’ 제품군이 있음
- 2013년에 국내에 자사 첫 커피 가공 공장인 나주 동결건조 커피 공장을 완공하였으며, 2013년 12월에 출시한 ‘프렌치카페 카페믹스 누보’는 식품첨가물인 인산염을 천연식품원료로 대체하는 특허 출원을 한 제품임

[표 5-6] 남양유업 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
프렌치카페 카페믹스	카페믹스	프렌치카페 카페믹스, 프렌치카페 카페믹스 부드러운 블랙, 프렌치카페 카페믹스 1/2칼로리, 프렌치카페 카페믹스 아이스, 프렌치카페 카페믹스 아이스 부드러운 블랙	



브랜드	구분	제품명	제품사진
	아라비카 골드라벨	프렌치카페 카페믹스 아라비카 골드라벨, 프렌치카페 카페믹스 아라비카 골드라벨 부드러운 블랙	
	누보	프렌치카페 카페믹스 누보, 프렌치카페 카페믹스 누보 아라비카 골드라벨	
	클래식	프렌치카페 카페믹스 클래식	
모카믹스	커피믹스	모카믹스	
루카	원두형	루카 다크 스위트 아메리카노, 루카 마일드 스위트 아메리카노, 루카 뽀띠 다크 스위트 아메리카노, 루카 뽀띠 마일드 스위트 아메리카노,	

※ 남양유업 홈페이지(company.namyangi.com)

다. 롯데네슬레코리아 “네스카페”

- 글로벌 식품기업 네슬레(Nestle)의 한국 자회사로 1979년에 설립된 후, 2014년 6월에 롯데푸드와 합작하여 ‘롯데네슬레코리아’를 설립함. 커피믹스 브랜드로 ‘네스카페’를 보유하고 있으며 커피믹스 외에도 커피머신, 커피캡슐, 인스턴트커피 등 커피 가공식품을 전문적으로 생산함
- 2012년에는 인스턴트 커피 브랜드 ‘테이스터스초이스’와 ‘수프리모’를 ‘네스카페’의 하위 브랜드로 통합했음. 2013에는 카페형 고급 커피를 지향하는 신제품 ‘네스카페 신선한모카’ 시리즈를 출시함

[표 5-7] 롯데네슬레코리아 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
네스카페	네스카페	네스카페 신선한모카, 네스카페 신선한리치, 네스카페 모카하모니, 네스카페 리치아로마 부드러운블랙	
	수프리모	네스카페 수프리모 커피믹스, 네스카페 수프리모 부드러운블랙, 네스카페 수프리모 크레마 스위트 아메리카노, 네스카페 수프리모 아이스 아메리카노	
	아이스	네스카페 아이스빈믹스, 네스카페 아이스빈블랙믹스	
	스페셜티	네스카페 스페셜티 카푸치노모카, 네스카페 스페셜티 바닐라향라떼, 네스카페 스페셜티 카라멜향마끼야또	

※ 한국네슬레 홈페이지(www.hsep.com)

라. 롯데칠성음료 “칸타타”

- 음료, 차, 캔커피 및 생수 등을 생산하는 음료전문식품회사로 캔커피 브랜드 ‘칸타타’ 에서 확장하여 2005년에 커피믹스 시장으로 진출함. 고급 원두형 커피믹스로는 하위브랜드로 ‘칸타타 노뜨’ 를 보유함

[표 5-8] 롯데칠성음료 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
칸타타	일반	칸타타 마일드골드, 칸타타 리치골드	
	노뜨	칸타타 노뜨 아메리카노 스위트	
	아이스	칸타타 아이스커피	

※ 롯데칠성음료 홈페이지 (company.lottechilsung.co.kr)



### 제 3 절 커피믹스 국내 시장 동향

#### 1. 커피믹스 유형의 탈바꿈

- 국내 커피 소매 시장이 인스턴트커피에서 카페커피, 편의점커피, 원두커피 등 다양한 유형으로 변화됨에 따라 커피믹스 제품 또한 다른 카테고리의 커피 제품의 맛과 기능을 차용하여 소비자의 다양한 입맛에 대응하고자 하고 있음
  - 이에 따라 기존 커피믹스는 주로 가정, 사무실 등의 실내에서 즐기는 것으로 인식되던 것과 달리 길거리, 편의점 등 다양한 장소와 야외에서도 즐길 수 있는 유형의 커피믹스가 개발됨

#### 가. 다양한 맛의 ‘카페형 커피믹스’

- 동서식품의 ‘맥심카페’ 시리즈는 커피전문점의 메뉴 중 인기 메뉴인 카푸치노, 바닐라라떼, 카라멜 마끼야또 등을 제품 컨셉에 차용하였음. ‘맥심카페’ 시리즈는 커피전문점의 제품보다 가격대가 낮고 휴대성이 있어 차별화된 편익을 제공함

[그림 5-1] 동서식품의 ‘맥심카페’ 시리즈



- 동서식품은 2014년 맥심카페 제품군을 리뉴얼하여 원두를 고급 원두인 콜롬비아 원두로 대체하여 향을 강화하였음. 또한 제품별 컨셉에 맞추어 제품 포장을 변경하여 모바일 프로모션을 진행함
- 롯데네슬레코리아가 2013년에 출시한 ‘네스카페 신선한모카’와 ‘네스카페 신선한리치’는 커피전문점에 가지 않아도 비슷한 품질의 신선한 커피를 즐길 수 있도록 개발한 제품임
  - ‘네스카페 신선한모카’ 시리즈는 1일 내 로스팅한 고품질의 원두를 사용하여 커피의 향과 신선함을 그대로 유지할 수 있도록 함. 또한 기존 커피믹스에서 느껴질 수 있는 텁텁한 맛을 없애기 위해 뉴질랜드 청정 우유와 흑설탕을 사용하였다고 밝히고 있음





### 나. 독특한 개성을 나타내는 ‘편의점형 커피믹스’

- 롯데네슬레코리아가 2011년에 개발한 신제품 ‘네스카페 마이컵’은 편의점에서 커피믹스를 쉽게 즐길 수 있도록 고안된 제품임. ‘네스카페 마이컵’은 커피믹스 제품과 함께 테이크아웃 컵을 제공하여 소비자가 편의점에서 커피를 타서 곧바로 가지고 나갈 수 있도록 함
  - ‘네스카페 마이컵’은 6가지 맛에 따라 포장 색을 달리하여 소비자의 취향과 개성에 부응할 수 있도록 했으며, 실내에서만 즐기던 커피믹스를 커피전문점의 커피처럼 야외에서도 즐길 수 있도록 했다는 점에서 색다른 편리함을 제공하였음
  - ‘네스카페 마이컵’은 특별한 제품포장 디자인으로 2011년 제 20회 대한민국 패키지디자인대전의 음료 부문에서 수상했고, 세계 패키지 디자인 대회인 ‘펜타워즈(Pentawards) 2012’에서 음료부문 최우수상인 플래티넘상을 수상하였음

[그림 5-2]  
롯데네슬레코리아의  
‘네스카페 마이컵’



## 2. 원두형 커피믹스와 ‘스페셜티’ 커피믹스 등장

### 가. 원두형 커피믹스 강세

- 커피믹스 시장 내에서 제품 유형이 다양해지고, 소비자가 커피전문점의 고급 커피에 입맛이 길들여지면서 기존과는 색다른 유형의 커피믹스가 인기를 얻기 시작함. 특히 크리머와 설탕의 함량을 낮추는 원두형 커피믹스는 담백하고 깔끔한 맛 때문에 꾸준히 수요가 늘고 있음
- 2011년 출시된 동서식품의 원두형 커피믹스 시리즈 '카누'는 출시 1년 만에 100억 잔을 판매했고, 2013년에는 총 2억 잔을 판매함. 주로 설탕이 들어가지 않은 블랙 커피가 많이 팔리고 있지만, 설탕이 들어간 ‘카누 스위트’ 제품도 많이 팔리고 있는 상황임



- 이어 남양유업에서도 원두형 커피믹스인 ‘루카’ 시리즈를 2012년 7월에 출시하여 시장에서 좋은 반응을 얻고 있음. 롯데네슬레코리아는 2013년에 ‘네스카페 수프리모 크레마’ 시리즈를 출시하며 원두형 커피믹스 시장에 뛰어들었음

#### 나. ‘스페셜티’ 커피믹스 등장

- 최근 커피전문점 업계에서 시작된 ‘스페셜티(specialty) 커피’ 열풍이 커피믹스 시장에도 영향을 미침. 스페셜티 커피란 미국 스페셜티커피협회(SCAA)에서 커피의 향과 맛, 질감, 깔끔함 등 객관적인 기준으로 평가한 점수가 80점 이상인 고급 커피를 통칭함<sup>15)</sup>
- 남양유업이 2013년 12월에 출시한 ‘프렌치카페 카페믹스 누보’ 시리즈는 미국 스페셜티커피협회(SCAA)의 기준에 따라 원두 등급을 한 단계 높이고, 고급 원두 품종인 아라비카의 함량을 65%에서 80%로 높여 제품을 고급화함

### 3. 타 업종의 커피믹스 시장 진입

- 남양유업의 커피믹스 시장 진입에 이어 타 업종 기업들이 커피믹스 시장에 활발하게 진입하고 있음. 서울우유와 같은 또 다른 유제품 제조업체와 유통업체의 커피믹스 신제품 출시가 두드러짐
- 서울우유는 2013년에 자사의 원유 가공 기술을 도입한 ‘골든카페 모카골드’를 출시하였고, 홈플러스는 2014년에 시중 커피믹스 가격대의 절반 수준의 가격경쟁력을 갖춘 ‘카페 산토스’를 출시함

[그림 5-3]  
서울우유의  
‘골든카페 모카골드’



15) 식지 않은 커피 신드롬, 매경이코노미 제1781호



- 커피전문점의 커피믹스 시장 진출 역시 활발한 편임. 스타벅스코리아는 2011년에 처음으로 ‘스타벅스 비아’를 통해 국내에 인스턴트커피를 선보였고, 이어 ‘비아 바닐라라떼’, ‘비아 카페모카’ 등 커피전문점 커피의 맛을 살린 커피믹스를 출시함
- 국내 커피전문점 업체 카페베네는 2014년에 ‘베네스틱’을 출시하여 사업영역을 확장함. 카페베네의 ‘베네스틱’은 유통업체 홈플러스와 협력하여 공동 기획한 커피믹스로 기존의 단 맛이 강한 커피믹스와 차별화하여 원두커피의 진한 향을 낼 수 있도록 개발되었다고 밝히고 있음

#### 4. 국내 업체의 해외 진출 가속화

- 국내 커피믹스 시장이 성숙기에 접어들면서 국내 커피믹스 업체가 해외 진출로 활로를 모색하고 있음. 특히 남양유업은 해외 유통망을 확보하거나 원료 수출 계약을 맺는 등 적극적인 움직임을 보임
- 이미 외국인들에게 한국의 커피믹스 맛이 유명세를 타고 있는 상황에서 국내 커피믹스의 수출 확대를 위한 움직임은 다소 늦은 감이 있어 보임
- 남양유업은 중국 진출을 위해 순수 중국계 대형마트 우메이의 27개 매장 입점 협의를 완료했고, 2013년 말 러시아 동부권 극동지역의 3대 유통체인 중 하나인 Nevada와 입점 협의를 진행함
- 또한 2014년에는 폴란드의 글로벌 인스턴트커피 제조사인 인스탄타에 원료형 동결건조 커피 공급계약을 체결하기도 했음. 남양유업은 이번 계약 성사를 통해 유럽 진출의 교두보를 확보하고 아시아, 남미 등 해외 진출 영역을 확대할 계획을 나타냄



## 제 4 절 커피믹스 해외 시장 동향<sup>16)</sup>

### 1. 미국의 커피믹스 시장

- 미국 커피 가공식품 시장은 조제커피보다는 커피만 함유된 인스턴트커피의 시장점유율이 매우 큰 편임. 조제커피 중에서는 커피와 설탕, 크리머가 함께 들어간 제품의 점유율이 가장 높음
- 미국 소비자는 커피 문화에 매우 친숙함. 83%의 미국인이 하루 한잔 이상의 커피를 마시며, 18세에서 24세 사이의 젊은 직장인들은 커피를 사는 데 일주일에 평균 \$24.74를 소비하는 것으로 조사됨<sup>17)</sup>
- 커피 가공품의 주요 제조업체로는 네슬레(Nestlé), JM Smucker, 크래프트(Kraft), 스타벅스(Starbucks) 등이 있으며, 모두 미국 시장 외에도 유럽, 아시아 등 다양한 국가에서 활동하는 글로벌 기업임

[표 5-9] 2014년 미국 커피믹스 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고
네스카페 (Nescafé)	1938년 스위스에서 처음 출시된 이래로 전 세계에 걸쳐 인지도와 점유율이 높은 네슬레의 대중적인 글로벌 커피 브랜드 (www.nestle.com)	
폴저스 (Folgers)	폴저스는 1850년 미국 샌프란시스코에서 시작된 인스턴트커피 브랜드임. 2008년에 식음료 식품그룹 JM Smucker가 인수함 (www.folgerscoffee.com)	
맥스웰하우스 (Maxwell House)	1892년 설립된 식품 그룹사 Kraft의 커피 브랜드. 미국 내 커피믹스 및 인스턴트커피 시장 점유율 3위를 점하고 있음 (www.maxwellhousecoffee.com)	
스타벅스 (Starbucks)	1971년 미국 시애틀에서 시작된 커피전문점 브랜드. 2009년에 출시한 스타벅스 비아(Via) 시리즈로 커피믹스 시장에 진입함 (www.starbucks.com)	

※ 각 사 홈페이지

16) Trade sources/National statistics, Euromonitor

17) 미국 커피 시장현황(www.kati.net)



- 네스카페(Nescafé)는 ‘Café con Leche’ 라는 파우더형 커피믹스 제품을 판매하고 있으며, 폴저스(Folgers)는 커피믹스류 제품으로 모카 초콜릿 카푸치노 믹스와 프렌치 바닐라 카푸치노 믹스 등을 판매하고 있음. 스타벅스는 커피전문점 인기 메뉴를 도입한 커피믹스 제품을 개발하였고, 맥스웰하우스는 주요 제조사 중 가장 다양한 커피믹스 제품 구색을 선보이고 있음

[그림 5-4]  
맥스웰하우스의  
'Orange Café'



- 맥스웰하우스는 하위브랜드 ‘맥스웰하우스 인터내셔널 카페(Maxwell House International Cafés)’ 에 11종의 커피믹스 제품을 구성하고 있으며, 이 밖에도 라떼, 카푸치노, 스틱형 등 총 16종의 커피믹스 제품을 판매함. 바닐라 카라멜라떼, 페퍼민트 모카라떼, 아이리쉬크림 카푸치노, 오렌지 커피 등 자사만의 독특한 맛을 지닌 제품을 판매하여 소비자들의 선택폭을 넓힘

## 2. 중국의 커피믹스 시장

- 중국 커피믹스 시장에는 네슬레, 맥스웰하우스, UCC 등 세계 유명 브랜드와 중국 자국 브랜드인 力神(LISUN)과 대만에서 설립된 모카(Mocca) 등이 활동하고 있음. 중국 커피가공품 시장에서는 커피, 설탕, 크림머가 모두 들어간 일반적인 커피믹스가 가장 인기가 있음
- 중국 인터넷쇼핑몰 타오바오(淘宝, Taobao)의 2013년 10월 4주차 커피 및 관련제품의 주간 관심지수에 의하면, 네슬레가 압도적으로 가장 높으며, 이어 스타벅스(星巴克)와 말레이시아의 커피믹스 브랜드인 지우제창(旧街场), 맥스웰하우스(麦斯威尔), 그리고 베트남의 커피믹스 브랜드인 G7의 순으로 관심지수가 높음<sup>18)</sup>
- 중국 소비자는 특히 30세에서 50세의 직장인이 커피 소비가 가장 높으며, 85% 이상이 가공 포장된 커피를 마심. 중국 소비자의 상품선택 주요 요소는 맛(42%)이고, 그 다음으로 품질(14%), 브랜드(13%) 순으로 나타남

18) 중국 커피 시장현황(www.kati.net)



[표 5-10] 2014년 중국 커피믹스 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고
모카 (Mocca)	1975년 설립된 대만의 브랜드. 커피믹스, 인스턴트커피, 크리머, 캔커피 등 다양한 커피 연관 제품을 판매함 (a919720129.oinside.yh.mynet.cn)	
力神 (LISUN)	중국의 최초 인스턴트 커피 제조업체이며, 중국 500대 기업 중 최대 음료제조 기업임. 베이징, 상하이, 광저우, 청두, 시안 등 강력한 판매 네트워크를 가지고 있음 (www.lisun.com.cn)	

※ 각 사 홈페이지

- 중국 네슬레는 자사 브랜드인 네스카페를 사용하여, 집에서도 카페 분위기를 느낄 수 있는 카푸치노, 카라멜 라떼, 바닐라 라떼 등의 제품과 소비자들이 자신의 입맛에 따라 커피를 선택할 수 있도록 커피, 우유, 설탕의 함량을 달리한 커피믹스 3종을 출시하였음

[그림 5-5] 중국 네슬레의 '네스카페 카푸치노'





- 또한 콜롬비아, 이탈리아, 운남산 원두로 만든 커피와 다기 세트를 함께 포장한 선물 세트를 고가로 판매하여 고급스러운 이미지를 강화하고 있음
- 'LISUN(力神)' 은 중국 커피믹스 브랜드로, 커피, 크림, 설탕을 넣은 3in1 커피믹스 제품과 기본 커피믹스에 코코넛가루를 추가한 4in1 제품을 판매함
- 특히, 코코넛가루를 넣은 코코넛 밀크커피는 중국 하이난섬의 코코넛을 이용하여 자체 개발한 상품으로 대외에서 여러 상을 수상하기도 함

### 3. 일본의 커피믹스 시장

- 일본 커피 가공식품 시장은 인스턴트커피의 점유율이 높은 편이며, 커피믹스 류 중에서는 커피, 설탕, 크리머 외에 다른 한 가지 성분을 더 첨가하는 4in1 형태의 커피믹스가 가장 인기가 있음

- 일본 커피믹스 시장 또한 네슬레(ネスレ)가 60% 내외의 시장점유율을 유지하며 전체 시장을 주도하고 있음. 그 다음으로 몬델레즈(Mondelez), UCC, Key Coffee 순으로 시장점유율이 높음

[표 5-11] 2014년 일본 커피믹스 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고
UCC	1933년 설립된 일본 최대의 커피가공업체 'UCC 우에시마(上島 커피)'의 브랜드. 커피 원두 생산, 로스팅, 유통 등 커피 가공 전 과정의 품질 관리에 개입하여 제품을 생산함 (www.ucc.co.jp)	
Key Coffee (キーコーヒー)	1920년 설립된 커피 생산, 가공업체. 인스턴트커피 제품에 주력하며 커피믹스 제품으로는 주로 거품우유의 부드러운 맛을 강조하는 카페오레, 카푸치노 제품을 판매함 (www.keycoffee.co.jp)	

※각 사 홈페이지

- 일본 네슬레의 커피믹스 제품 중에서는 특히 우유의 함량을 강조한 커피믹스의 인기가 높음. 2012년 '네스카페 목장 라떼' 시리즈는 우유가 가득 들어간 느낌을 선호하는 젊은 층의 소비자를 겨냥한 제품임
- 이어 2013년 9월에는 해당 시리즈를 '네스카페 후와(ふわ) 라떼'로 리뉴얼하여 부드러운 느낌을 강화함. '네스카페 후와(ふわ) 라떼' 시리즈는 출시 5개월 여 만에 4억 잔 판매를 돌파할 정도로 좋은 반응을 얻음<sup>19)</sup>
- 칼로리 줄인 커피믹스 제품의 신제품 출시 경향이 두드러짐. 커피믹스를 즐기는 젊은 여성 소비자를 위해 지방 섭취 부담을 줄인 제품으로 꾸준히 인기를 얻고 있음
- 네슬레에서는 '네스카페 후와(ふわ) 라떼' 시리즈를 출시하는 동시에 해당 제품군 안에 열량을 반으로 줄인 '하프앤하프(ハーフ&ハーフ)' 시리즈를 출시했으며, AGF에서는 설탕 없이 커피와 우유만 함유한 '브렌디(Blendy) 스틱 카페오레 설탕 제로'와 열량을 반으로 줄인 '브렌디(Blendy) 스틱 카페오레 칼로리 하프'를 판매함

[그림 5-6] 일본 네슬레의 '네스카페 후와(ふわ) 라떼' 시리즈



19) 일본 네슬레 보도자료, 2014.02.06



#### 4. 베트남의 커피믹스 시장

- 베트남의 커피가공품 시장은 매우 빠른 속도로 성장 중임. 2008년에 약 15억 동에서 2013년에 약 31억 동으로 5년 사이 2배 정도로 규모가 커짐. 베트남의 커피가공품 시장에서는 커피믹스 제품이 인기가 가장 높아 시장점유율의 약 87% 정도를 차지하고 있음
- 네슬레와 비나카페(Vinacafé)가 시장점유율 1, 2위를 다투고 있으며, 이 두 업체가 전체 시장점유율의 90% 정도를 차지할 정도로 소비자 선호도가 높음. 그 밖의 주요 제조업체로 유명 커피믹스 브랜드 G7을 보유한 쩡웬(Trung Nguyen)이 있음

[표 5-12] 2014년 베트남 커피믹스 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고
비나카페 (Vinacafé)	1983에 설립된 베트남 커피믹스 브랜드. 1993년에 첫 커피믹스를 생산하기 시작했음. 2013년 기준 베트남 커피믹스 및 인스턴트커피 시장 점유율 40% 이상을 차지함 (www.vinacafebienhoa.com)	
G7	1996년 설립된 베트남 커피 제조업체 쩡웬(Trung Nguyen)의 커피믹스 브랜드. 미식가가 선호하는 커피를 뜻하는 '고맷(gourmet) 커피'의 품질을 지향하는 커피믹스를 판매함 (www.trung-nguyen-online.com)	

※각 사 홈페이지

#### 5. 동남아시아의 커피믹스 시장<sup>20)</sup>

- 동남아시아 커피믹스 시장에서는 ‘화이트커피(White Coffee)’ 열풍이 불고 있음. 화이트커피란 말레이시아의 ‘오리진 화이트 커피’사가 개발한 고온탄소 로스트 기술을 통해 추출해 낸 커피로, 원두의 색이 옅은 황금색이 나서 화이트커피라고 불림. 화이트커피는 말레이시아의 커피전문점과 커피믹스 시

20) Equity Research – ASEAN Food&Beverages, Standard Chartered, 2013.06.13.  
Global Food Info 말레이시아편, 한국농수산식품유통공사





장을 중심으로 유행하며 싱가포르 등 다른 인접한 국가에도 전파되었음

- ‘Origin White Latte’ 는 오리진 화이트 커피의 가장 인기 있는 제품으로 오리진 원두와 탈지유를 넣어 커피의 쓴 맛을 부드럽고 달콤한 맛으로 바꿨음. 또한 ‘Origin White Mocha’ 제품은 이탈리아산 에스프레소와 밀크 폼, 초콜릿을 혼합하여 부드럽고 달콤한 맛을 느낄 수 있음
- 말레이시아의 유명 커피전문점 브랜드인 올드타운 화이트커피(Old Town White Coffee) 또한 오리진 화이트커피와 함께 말레이시아를 대표하는 화이트커피 제조사로 세계 곳곳에 있는 커피 애호가들에게 잘 알려져 있음. 올드타운 화이트커피(Old Town White Coffee)는 크리머의 유무와 맛의 종류에 따라 총 7가지로 구분한 화이트커피 커피믹스를 판매함
- 싱가포르의 유명 커피믹스 브랜드 중 하나인 ‘슈퍼커피(Super Coffee)’ 또한 부드럽고 고소한 풍미를 제공하는 화이트커피 제품군을 판매하여 꾸준한 인기를 얻고 있음

[그림 5-7] 오리진 화이트커피의 화이트커피 커피믹스 시리즈



□ 말레이시아 및 동남아시아 커피믹스 시장에서는 향미를 더해주거나 건강에 이로운 성분을 더한 커피믹스가 대중화됨. 보통 4in1 또는 5in1 커피믹스로 불리며, 주로 말레이시아에서 자라는 허브 ‘통캣 알리(Tongkat Ali)’ 가 첨가됨

- 이러한 기능성 커피믹스를 판매하는 대표적인 말레이시아 커피믹스 브랜드로 파워루트(Power Root)의 알리카페(Alicafé)’ 가 있음. 파워루트(Power Root)는 인삼이 함유된 ‘알리카페(Alicafé) 프리미엄 골드’ 시리즈를 비롯해 총 10종의 커피믹스를 판매하고 있음
- 싱가포르의 슈퍼커피는 여성 건강에 이로운 말레이시아 식물 ‘카치파티마(Kacip Fatimah)’ 와 콜라겐 성분을 첨가한 ‘Super Power 5in1 Kacip Fatimah & Collagen’ 을 판매함. 젊은 여성 소비자를 타겟으로 한 기능성 커피믹스임

[그림 5-8] 파워루트의 ‘알리카페(Alicafé) 프리미엄 골드’ 시리즈





## 6. 기타 해외 커피믹스 시장

- 폴란드의 커피믹스 시장은 커피믹스와 함께 커피를 마실 때 어울릴 비스킷이나 껌과 같은 간식을 함께 묶어 판매하는 형태의 커피믹스가 활발하게 판매되고 있음<sup>21)</sup>
  - 폴란드의 인스턴트커피 및 커피믹스 제조업체 DecoMorreno의 ‘마이커피(My Coffee)’ 제품군에 속하는 ‘DecoMorreno My Coffee 3w1’은 설탕과 크리머가 함유된 일반적인 커피믹스와 쿠키를 한 세트로 포장하여 판매함. 보관과 이동이 용이하여 사무실 및 가정, 여행 등을 위한 1인용 식품 시장에 알맞은 제품임
  - 폴란드의 커피, 차, 식자재 전문 식품그룹 Mokate는 커피믹스와 ‘멘토스(Mentos)’ 껌을 함께 포장한 ‘Mokate Be Active’을 판매함. 이는 커피믹스 소비자가 주로 에너지를 얻기 위하여 커피믹스를 마시지만 카페인 때문에 입이 텅텅해진다는 것에 착안하여 껌을 통해 기분을 전환할 수 있도록 한 제품임
- [그림 5-9] Mokate의 ‘Mokate Be Active’
- The image shows two product packages. On the left is a box of 'Mokate Be Active 3in1 coffee drink' with a picture of a coffee cup. On the right is a pack of 'Mentos Pure Fresh' gum.
- 모로코 커피 가공식품 시장에서는 개별 포장을 하지 않은 커피보다 포장된 가공 커피를 선호하는 경향이 점차 두드러지고 있으며, 고급 커피에 대한 수요 또한 증가함. 이러한 트렌드는 네스카페(Nescafé)와 아스타카페(Asta Café)와 같은 브랜드가 주도하고 있음<sup>22)</sup>
  - 이는 주로 시장이나 소규모 식료품점에서 커피를 사던 중하위 소득 소비자가 점점 포장된 커피믹스의 다양성과 접근성에 끌리고 있기 때문인 것으로 보임. 특히 네스카페(Nescafé)와 아스타카페(Asta Café) 모두 커피와 설탕만으로 이루어진 2in1 형태의 커피믹스 제품이 좋은 반응을 얻고 있음

21) Hot Drinks Product Innovation Update, Datamonitor, 2014

22) Top 5 Beverage Trends in the Middle East and North Africa, Euromonitor, 2014



## 제 5 절 요약 및 시사점

### 1. 커피믹스 종류별 소매 시장

- 설탕만 들어간 블랙과 설탕과 크림이 같이 들어간 레귤러 시장으로 나누어 볼 수 있으며, 레귤러가 97.3%로 커피믹스 시장을 리드하고 있음
- 블랙 커피믹스 매출액은 꾸준히 감소하고 있는데, 이와 관련하여 업계에서는 최근 커피 시장이 크림이 들어간 커피믹스가 아니면 설탕이 안 들어간 커피를 마시는 형태로 시장이 양분화되고 있다고 보고 있음
- 특히 레귤러 커피는 따뜻하게 마시는 경우가 많다보니 추운 계절이 포함된 1/4분기와 4/4분기의 매출이 상대적으로 높은 특징이 나타남

### 2. 커피믹스 국내 시장 동향

- 국내 커피믹스 시장은 커피전문점 커피, 인스턴트 원두커피 등의 영향으로 맛의 다양화, 형태의 다양화 등을 피하고 있음
- 다양한 맛(카푸치노, 바닐라 등)을 추가한 커피믹스 제품의 출시 외에, 편의점 등에서 간편하게 즐길 수 있는 컵 포장형 커피믹스도 꾸준히 판매되고 있음
- 또한 기존의 커피믹스 외에 원두커피를 커피믹스에 추가한 제품(ex. 카누 스위트, 루카 스위트 등)도 출시되면서 시장에서 좋은 반응을 얻고 있음
- 크림이 들어간 커피믹스는 아니지만, 커피전문점 등에서도 원두가 들어간 스틱형 커피믹스를 출시하고 있음

### 3. 커피믹스 해외 시장 동향

- 미국은 설탕이나 크림이 들어간 커피믹스 제품보다는 커피만 함유된 인스턴트 커피가 시장을 리드하고 있음. 인스턴트 커피 점유율이 전체 커피믹스 시장에서 75.3%임(2013년 기준)



- 미국은 커피 문화가 매우 발달한 곳이며, 네슬레, JM Smucker, 크래프트 등 글로벌 커피 가공업체도 많이 보유하고 있음
- 중국은 크림, 설탕이 들어간 커피믹스 제품이 60.2%의 시장점유율(2013년 기준)을 나타내고 있음
  - 중국 커피믹스 시장에는 네슬레, 맥스웰하우스, UCC 등 글로벌 브랜드 외에 자국 브랜드인 LISUN 등이 활동하고 있음
  - 중국은 특히 30~50세의 직장인 커피 소비가 가장 많으며, 85% 이상이 가공 포장된 커피를 마시고 있는 것으로 나타남
- 일본은 미국과 마찬가지로 인스턴트 커피(2013년 기준 시장점유율 84.1%)를 가장 많이 소비하고 있는 것으로 나타남
  - 다른 나라와 달리 크림, 설탕 외에 다른 한 가지 성분이 더 들어간 4-in-1 커피믹스가 상대적으로 인기가 많은 특징이 있음
  - 일본은 커피믹스 제품 중에서 우유의 함량을 강조한 제품이 인기가 많으며, 최근에는 칼로리를 줄인 커피믹스 신제품이 주목받고 있음
- 베트남은 커피가공품 시장이 빠른 속도로 성장 중인데, 2008년 약 15억 동에서 2013년 약 31억 동으로 5년 사이 2배 이상 시장이 성장함. 특히 크림, 설탕이 들어간 3-in-1 제품(2013년 시장점유율 56.0%)의 인기가 좋음
- 그 외에 말레이시아 및 동남아시아에서는 향미를 더해주거나 건강에 이로운 성분을 더한 커피믹스가 대중화됨. 보통 4-in-1, 5-in-1 커피믹스로 불리고 있으며, 우리가 알고 있는 ‘알리카페(Alicafé)’가 대표적인 브랜드임
- 폴란드는 최근 커피를 마실 때 어울릴만한 비스킷이나 껌과 같은 간식을 함께 묶어 판매하는 커피믹스 제품이 인기가 있으며, 모로코는 최근 개별 포장 커피에 대한 수요가 증가하고 있음

## 제 6 장 부록

부록1 커피믹스 해외 시장 규모

부록2 커피믹스 해외 시장 품목별 점유율

부록3 커피믹스 해외 시장 기업별 점유율

부록4 커피믹스 해외 주요 제품



## 부록 1. 커피믹스 해외 시장 규모

### 1. 미국 시장 규모

(단위: 백만달러)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
843.1	831.1	884.8	952.5	973.8	969.1

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Instant Coffee의 값임

### 2. 중국 시장 규모

(단위: 백만위안)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
4,166.6	4,544.2	5,138.7	6,143.0	7,010.7	7,974.1

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Instant Coffee의 값임

### 3. 일본 시장 규모

(단위: 십억엔)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
216.6	210.0	212.2	221.7	226.4	226.4

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Instant Coffee의 값임

### 4. 베트남 시장 규모

(단위: 백만동)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
1,487.7	1,762.9	2,036.2	2,402.7	2,751.0	3,138.9

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Instant Coffee의 값임



## 부록 2. 커피믹스 해외 시장 품목별 점유율

국가	품목	점유율(%)					
		2008	2009	2010	2011	2012	2013
미국	2-in-1 Instant Coffee	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6
	3-in-1 Instant Coffee	7.4	7.4	8.2	10.2	12.7	12.4
	4-in-1 Instant Coffee	15.0	13.7	11.9	8.4	4.6	4.3
	Instant Speciality Italian Coffee	9.8	9.8	8.8	7.2	6.4	6.7
	Standard Instant Coffee	66.3	67.9	70.1	73.1	75.2	75.3
	기타	1.0	0.5	0.4	0.6	0.6	0.6
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
중국	2-in-1 Instant Coffee	4.5	4.0	3.8	3.7	3.6	3.3
	3-in-1 Instant Coffee	59.2	59.4	59.6	59.8	60.0	60.2
	4-in-1 Instant Coffee	2.5	3.0	3.5	3.7	3.5	3.2
	Instant Speciality Italian Coffee	0.3	0.3	0.3	0.3	0.5	1.0
	Standard Instant Coffee	33.5	33.3	32.8	32.5	32.4	32.3
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	일본	2-in-1 Instant Coffee	0.6	0.6	0.5	0.4	0.4
3-in-1 Instant Coffee		0.5	0.6	0.9	0.8	0.8	0.8
4-in-1 Instant Coffee		5.0	9.7	12.1	11.8	11.8	11.7
Instant Speciality Italian Coffee		3.4	3.3	3.3	3.2	3.3	3.0
Standard Instant Coffee		90.5	85.8	83.3	83.8	83.7	84.1
합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
베트남		2-in-1 Instant Coffee	17.0	20.0	22.0	24.0	25.0
	3-in-1 Instant Coffee	68.0	62.0	60.0	58.0	57.0	56.0
	4-in-1 Instant Coffee	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0
	Instant Speciality Italian Coffee	1.5	2.0	2.5	3.0	3.2	3.9
	Standard Instant Coffee	8.5	10.0	9.5	9.0	8.8	8.6
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Instant Coffee의 값임

2) 2-in-1 Instant Coffee: 커피, 설탕이 함유된 커피믹스

3) 3-in-1 Instant Coffee: 커피, 설탕, 크림머가 함유된 커피믹스

4) 4-in-1 Instant Coffee: 커피, 설탕, 크림머에 다른 하나의 성분이 추가된 커피믹스



### 부록 3. 커피믹스 해외 시장 기업별 점유율

국가	품목	점유율(%)				
		2009	2010	2011	2012	2013
미국	Nestlé SA	32.7	31.7	31.8	32.2	31.8
	JM Smucker Co, The	27.1	25.1	22.5	23.1	22.4
	Kraft Foods Group, Inc	25.0	24.6	24.8	18.2	17.4
	Starbucks Corp	0.4	3.4	7.4	9.3	9.2
	Mondelez International Inc	-	-	-	4.2	4.1
	Private Label	11.8	11.5	9.8	9.6	10.1
	기타	3.0	3.7	3.8	3.4	5.1
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
중국	Nestlé SA	68.9	70.0	71.5	73.9	74.7
	Mondelez International Inc	-	-	-	12.5	12.1
	Jiangsu Mocca Food Co Ltd	1.1	1.0	1.0	1.0	0.9
	Viz Branz Ltd	0.8	0.8	0.6	0.6	0.6
	Super Coffeemix Mfg Pte Ltd	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4
	Hainan Haikou Lisheng Coffee & Foods Co Ltd	0.5	0.4	0.3	0.3	0.3
	Tsit Wing Group	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	UCC Ueshima Coffee Co Ltd	0.2	0.2	0.0	0.2	0.2
	Kraft Foods Inc	15.0	14.9	14.7	-	-
	기타	12.9	12.1	11.3	11.1	10.8
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
일본	Nestlé SA	59.2	58.7	58.7	58.6	59.3
	Mondelez International Inc	-	-	-	19.6	19.5
	UCC Ueshima Coffee Co Ltd	3.4	3.4	3.2	3.1	3.1
	Key Coffee Inc	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8
	Kataoka & Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	Marubeni Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	Kraft Foods Inc	19.4	19.3	19.1	-	-
	Private Label	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
	기타	15.4	16.0	16.3	16.0	15.5
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



국가	품목	점유율(%)				
		2009	2010	2011	2012	2013
베 트 남	Nestlé SA	40.3	41.4	42.3	45.0	45.8
	Masan Group Corp	-	-	-	-	43.5
	Vinacafe(Vietnam National Coffee Group)	45.2	44.2	43.7	43.3	-
	Trung Nguyen Corp	6.0	5.0	4.5	4.2	4.2
	Food Empire Holdings Ltd	1.2	1.0	0.9	0.8	0.8
	Viz Branz Ltd	0.7	0.6	0.6	0.5	0.4
	Super Coffeemix Mfg Pte Ltd	0.5	0.3	0.2	0.2	0.1
	기타	6.1	7.4	7.7	6.1	5.2
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Instant Coffee의 값임

2) Masan Group Corp이 Vinacafe(Vietnam National Coffee Group)를 인수하여 2013년부터 Vinacafe(Vietnam National Coffee Group)의 점유율이 Masan Group Corp으로 표기됨

## 부록 4. 커피믹스 해외 주요제품

### 가. AGF의 ‘브렌디(Blendy)’

브랜드	로고	제품사진	특징
AGF		 브렌디 스틱 카페오레	AGF의 대표 커피믹스 스틱 제품. 일본 주부와 직장 남성 사이에서 큰 인기를 얻고 있음
		 칼로리 하프    설탕제로	브렌디 스틱 카페오레의 칼로리를 줄이거나 설탕 함량을 줄인 파생상품

※ AGF 홈페이지([www.agf.co.jp](http://www.agf.co.jp))

### 나. JM Smucker의 ‘폴저스(Folgers)’

브랜드	로고	제품사진	특징
폴저스		 카푸치노(프렌치바닐라, 모카)	폴저스는 미국의 대표 인스턴트 커피 브랜드로, 미국인의 입맛에 맞춘 카푸치노 2종을 판매하고 있음

※ 폴저스 홈페이지([www.folgerscoffee.com](http://www.folgerscoffee.com))



다. Kenco

브랜드	로고	제품사진	특징
Kenco		 Kenco 3in1, 2in1	Mondelez International을 통해 영국과 아일랜드에 판매되는 커피 브랜드. Kenco는 영국 인스턴트 커피 시장의 약 15%를 점유하고 있음. 2in1 제품은 설탕을 뺀 크림과 커피가 들어있는 스틱 커피임

※ Kenco 홈페이지([www.kenco.co.uk](http://www.kenco.co.uk))

라. Kraft Foods의 ‘맥스웰하우스’

브랜드	로고	제품사진	특징
맥스웰하우스		 Sugar free French Vanilla cafe	Maxwell House International Cafe 라인의 제품으로 설탕을 넣지 않은 것이 특징
		 Vanilla Caramel Latte	Maxwell House International Lattes 라인 제품임. 이 외에도 바닐라라떼, 페퍼민트 모카라떼 등 다양한 제품이 있음
		 오리지날 커피	중국 맥스웰하우스 3in1 제품이며, 커피 함량에 따라 우유, 오리지널, 에스프레소 3종이 있음
		 헤이즐넛 라떼      바닐라 라떼	중국에서 판매되는 맥스웰하우스 라떼 제품으로, 헤이즐넛, 바닐라 외에도 모카, 밀크티, 화이트커피 등 종류가 다양함

※ 맥스웰하우스 홈페이지([www.maxwellhouse.com](http://www.maxwellhouse.com))

마. LISUN 力神<sup>23)</sup>

브랜드	로고	제품사진	특징
力神	LISUN 力神	 4in1 코코넛 커피	기본 커피믹스에 코코넛가루를 추가한 4in1 제품. 중국 하이난섬의 코코넛과 커피콩을 이용하여 ‘力神’ 이 자체 개발한 제품으로 대외에서 여러 상을 수상하기도 함
		 3in1 커피	설탕, 크림, 커피가 들어있는 대중적인 3in1 커피믹스 제품
		 카푸치노 바닐라 라떼 모카	세계에서 인기 있는 커피 종류를 하이난 섬의 관광지와의 매치하여 디자인한 제품

※ LISUN 홈페이지(www.lisun.com.cn)

바. Nestle의 ‘네스카페’

브랜드	로고	제품사진	특징
네스카페	NESCAFÉ	 奶香咖啡(우유) 原味咖啡(오리지널)	중국에서 판매되는 네스카페 제품으로, 설탕, 크림, 커피의 함량을 달리한 커피믹스 제품 3종(우유, 오리지널, 에스프레소)이 판매되고 있음

23) 중국 최초의 인스턴트 커피 제조 업체



브랜드	로고	제품사진	특징
		 <p>골든 블랜드(카라멜, 카푸치노)</p>	<p>일본에서 2014년 9월에 출시된 네스카페 골든 블랜드. 카라멜마끼아또, 모카, 카푸치노, 에스프레소 등 여러 종류가 있음</p>
		 <p>Protect ProSlim</p>	<p>태국에서 판매되는 네스카페 제품. 탄수화물 흡수를 억제하는 흰 강낭콩 추출물과 식이섬유 4000mg을 함유한 커피믹스</p>
		 <p>카푸치노      라떼</p>	<p>미국, 유럽, 호주 등에서 판매되는 네스카페 제품. 설탕이나 지방함량에 따라 제품이 세분화 되어, 카푸치노, 라떼, 모카, 바닐라라떼 등에도 다양한 종류가 있음</p>
		 <p>네스카페 메멘토(모카, 카라멜라떼)</p>	<p>네스카페에서 2012년에 출시한 메멘토 시리즈로, 모카, 카푸치노, 카라멜라떼 3종이 있음. 네스카페가 개발한 새로운 우유 거품 제조 공법으로 기존의 라떼 맛을 상승시킴</p>

※ 네스카페 홈페이지([www.nescafe.com](http://www.nescafe.com))

### 사. Starbucks의 '비아(Via)'

브랜드	로고	제품사진	특징
Via		 <p>카페모카      바닐라라떼</p>	<p>스타벅스는 2014년에 자사의 스틱커피 브랜드인 'VIA' 를 통해 카페모카와 바닐라라떼 등을 출시함. Micro ground 공법을 이용하여 만들어진 100% 아라비카 커피를 사용하여 만든 제품</p>

※ 스타벅스 홈페이지([www.starbucks.com](http://www.starbucks.com))

아. Trung Nguyen의 ‘G7’

브랜드	로고	제품사진	특징
G7		 G7 3in1      G7 2in1	G7 커피는 한국에서도 베트남 커피로 유명함. 2in1 제품의 경우, Trung Nguyen의 노하우로 갓 뽑은 에스프레소의 맛을 재연함

※ Trung Nguyen 홈페이지([www.trungnguyen.com.vn](http://www.trungnguyen.com.vn))

자. UCC

브랜드	로고	제품사진	특징
UCC		 카페오레(우유, 검은콩, 흑설탕)	우유, 검은콩, 흑설탕 등을 첨가해 각 제품의 특징을 살린 일본풍의 커피믹스

※ UCC 홈페이지([www.ucc.jp](http://www.ucc.jp))

차. Vinacafe

브랜드	로고	제품사진	특징
Vinacafe		 Vinacafe 3in1	비나카페는 베트남에서 가장 많이 소비되는 커피믹스로, 현재 베트남 커피시장에서 약 50%를 점유하고 있음

※ Vinacafe 홈페이지([www.vinacafe-heritage.vn](http://www.vinacafe-heritage.vn))





## 가공식품 세분시장 현황조사

---

2014년 12월 인쇄

2014년 12월 발행

편저 · 발행



인쇄처 한국컴퓨터인쇄

서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터

TEL : (02) 6300-1407      FAX : (02) 6300-1615

---

본 책자의 내용에 관한 사항은  
한국농수산물유통공사 식품수출정보팀(02-6300-1407)으로  
문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템([www.aTFIS.or.kr](http://www.aTFIS.or.kr))을 통해  
다운받아 볼 수 있습니다.