

과채음료 시장의 특징 및 트렌드 분석과 시사점

김화년, 김배성, 고성보*

제주대학교 산업응용경제학과·친환경농업연구소·아열대농업생명과학연구소

Analysis of Characteristics and Trends in Korea's Fruit and Vegetable Juice Market and Implications

Hwa-Nyeon Kim, Bae-Sung Kim, Seong-Bo Ko*

Dept. of Applied Economics, SARI at Jeju National University,
Research Institute for Subtropical Agriculture and Animal Biotechnology

요약 한국 과채음료의 소매 시장규모는 2012년~2019년의 기간 중 연평균 5.0% 감소해 6,635억원으로 축소되었다. 가공음료 시장의 위축은 생과의 가격 등 농업에도 부정적인 영향을 미친다. 본 연구에서는 음료 소매시장 데이터의 연별 매출 변화, 판매채널별 규모와 비중, 계절별 차이 등의 요인을 파악하여, 전반적인 과채음료 시장의 특징과 트렌드를 분석하고, 향후 과채 가공음료 시장이 회복되기 위한 토대를 제시하고자 한다. 최근 국내 과채음료 시장에는 배음료와 자몽음료를 제외하고 현저한 판매 감소세가 나타나고 있고, 편의점 판매 비중이 높지 않고 성수기인 여름에 선호가 약한 특징이 있다. 과채음료 시장의 국내외 트렌드 중 첫 번째는 신선, 고급 주스 선호가 증가한다는 점이다. 두 번째는 저가 주스판매점 확대가 가공음료에 부정적 영향을 주고 있다는 것이고, 세 번째 트렌드는 냉기법 활용 제품시장이 커지고 있다는 점이다. 네 번째는 기능성 제품이 인기를 끌고 있다는 점이고, 마지막 트렌드는 특산물을 원료로 한 가공음료의 증가이다. 과채음료 시장의 회복을 위해서는 프리미엄 제품과 기능성 음료의 확대 등이 필요하며, 이를 통해 국내 생과 산업도 성장할 수 있는 모멘텀이 될 것이다.

Abstract The retail market size of Korean fruit and vegetable juices fell 5 percent annually to 663.5 billion won during the 2012-2019 period. The contraction in the processed juice market also has a negative impact on the agricultural sector and raw fruit prices. This study analyzed the characteristics and trends of the fruit and vegetable beverage market by identifying factors such as annual sales changes, size and proportion of sales by sales channel, and seasonal differences using beverage retail market data and also presented a basis for the recovery of the processed fruit beverage market in the future. There has been a significant decline in sales in the domestic fruit juice market, excluding pear and grapefruit juices. Fruit and vegetable juices show a relatively low proportion of convenience store sales and weak consumer preference in peak summer. The first of the domestic and global trends in the fruit juice market is that preference for fresh and high-quality juices is increasing. The second trend is that the expansion of low-cost juice stores is negatively affecting the processed juice market, and the third trend is that the market for products using the cold process is growing. The fourth is that functional products are gaining popularity, and the last trend is the increase in processed juices demand based on local specialty products. The recovery of the fruit beverage market requires the expansion of premium products and functional beverages, which will also serve to add momentum to the growth in the demand for domestic raw fruits.

Keywords : Fruit Juice, Beverage Market, Market Trend, Market Characteristics, Implications

이 논문은 2020학년도 제주대학교 학술진흥연구비 지원사업에 의하여 연구되었음.

*Corresponding Author : Seong-Bo Ko(Jeju National Univ.)

email: ksb5263@jejunu.ac.kr

Received May 26, 2021

Revised June 17, 2021

Accepted July 2, 2021

Published July 31, 2021

1. 서론

국내 전체 음료류 생산 규모는 2012년 428만 톤에서 2019년 523만 톤으로 22% 증가했다 [1,2]. 이중 커피음료, 다류, 탄산수, 홍삼음료 등의 생산량이 증가하며, 음료류 시장 규모 확대를 견인하였다. 그러나 전통적으로 음료시장을 주도하던 과채음료의 생산은 감소세가 진행되어 상대적으로 시장이 크게 위축되었다. 최근 신선한 주스에 대한 선호가 높아지는 반면 과채음료 내 비중이 높은 상온으로 유통되는 주스의 소비량이 감소세를 나타낸 것이 생산에 부정적인 영향을 주고 있다 [3-5].

과채음료류의 생산과 소비가 감소하고 있는 이유는 3가지이다. 첫 번째 이유는 커피음료 시장이 커지면서 주스시장을 대체하고 있기 때문이다. 두 번째는 1인 가구의 증가 때문이다. 1인 가구는 식품의 소비행태가 다인 가구와 다르다 [6,7]. 주스는 소형 용기를 이용해 판매되기도 하지만 대부분은 1리터 이상의 페트(PET)병으로 소비되지만 1인 가구는 이러한 대형용기에 담긴 음료류를 소비를 꺼린다 [8]. 마지막으로 소비자들의 건강에 대한 염려가 커지고 있기 때문이다. 주스 음료가 당분이 많이 함유되어 있다는 것이 알려지며 건강을 염려하는 소비자들은 과채음료 소비를 꺼려하고 있다 [9,10].

따라서 위축되고 있는 과채음료 시장의 특징과 트렌드를 분석하여 시장이 회복될 수 있는 토대를 마련할 필요가 있다. 과채류 가공시장의 현황을 파악하기 위해서는 과채음료가 음료산업 전체에서 차지하는 비중 및 추이, 다른 음료 품목의 트렌드 변화 비교 등을 통해 종합적으로 살펴볼 필요가 있다.

식품의 기준 및 규격 고시(제2013-14호)에 의하면, 과채음료는 과일 및 채소를 주원료로 하여 가공한 것으로서, 직접 또는 희석하여 음용하는 것으로 농축과·채즙, 과·채주스, 과채음료를 의미한다 [3]. 과채음료에는 가열주스와 비가열주스가 포함되는데, 가열주스는 상온으로 많이 유통되는 주스이고, 비가열주스는 주로 냉장으로 유통되는 특징이 있다 [3].

본 연구에서는 음료 소매시장 데이터를 이용해 연별 매출 변화, 판매채널별 규모와 비중, 계절별 차이 등의 요인을 분석하여, 과채음료 시장의 특징과 트렌드를 제시할 것이다. 이러한 특징과 트렌드 분석을 통해 과채음료 시장의 회복에 도움이 될 수 있는 대응 방안을 제시할 것이다.

2. 과일음료 시장의 특징

국내 과채음료 시장의 특징은 4가지로 구분될 수 있다. 첫째 특징은 전체 과채음료 소매시장 규모가 감소하고 있다는 것이다. 식품산업통계정보(aTFIS)에 따르면, 2012년 1조원에 육박하던 과채음료 시장규모가 2017년 들어 7,000억원대를 하회했고 2019년에는 6,365억원으로 감소했다(Fig. 1). 상대적으로 시장 규모가 큰 오렌지음료와 포도음료 시장이 크게 감소한 것도 특징이다. 이중 국내 원과를 사용하여 가공해 제주 지역 과수농업에 영향을 주는 감귤 음료의 판매액도 2012년 915억원에서 지속적으로 감소해 2019년 601억원 수준에 그쳤다(Table 1). 오렌지음료 시장의 경우, 2012~ 2019년의 기간 중 연평균 9.2% 감소했다. 이는 다른 음료에 비해 감귤류 특유의 신맛이 소비자에게 선호되지 못하고 있음을 의미한다. 따라서 과채음료 가공시장의 회복을 위해서는 주스음료가 비타민 공급원인 점과 기타 긍정적 기능에 대해 적극적인 홍보가 필요할 것이다.

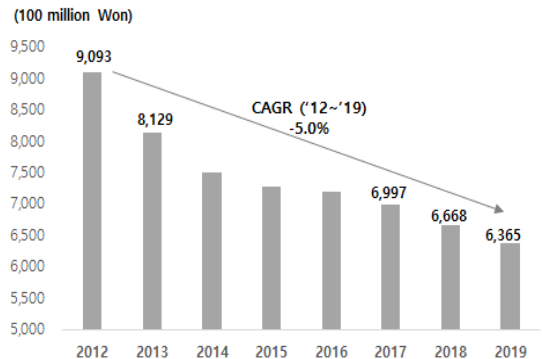


Fig. 1. Retail Market Size of Fruit and Vegetable Beverage

Table 1. Market Size and Share by Juice Product in 2019

(100 million Won, %)

Ranking	Product	Market Size	Share
1	Orange	1,252	19.7
2	Other veg. juice	1,023	16.1
3	Other fruit Juice	823	12.9
4	Grape	707	11.1
5	Tangerine (citrus)	601	9.4
6	Apple	472	7.4
7	Mango	304	4.8

8	Tomato	298	4.7
9	Pear	262	4.1
10	Apricot	175	2.8
11	Grapefruit	125	2.0
12	Lemon	120	1.9
13	Peach	112	1.8
14	Pomegranate	47	0.7
15	Pineapple	44	0.7
Total		6,365	100

Source: aTFIS(www.atfis.or.kr)

두 번째 특징은 마케팅 포지셔닝이 확실한 배음료와 자몽음료는 소매시장 규모가 증가세라는 것이다. 배음료 시장은 2012년 88억원에서 2019년 262억원으로 연평균 16.8% 증가했고 (Fig. 2), 자몽음료 시장은 2012년 37억원에서 2019년 125억원으로 연평균 18.8% 증가했다. 배음료는 숙취해소에 효과적이라는 점을 적극 홍보했고, 자몽음료는 다이어트에 도움이 될 수 있다는 점을 마케팅 포인트로 강조한 것이 시장규모 확대에 기여하였다. 따라서 기능성 음료에 대한 소비자의 선호는 유지되고 있다고 판단된다.

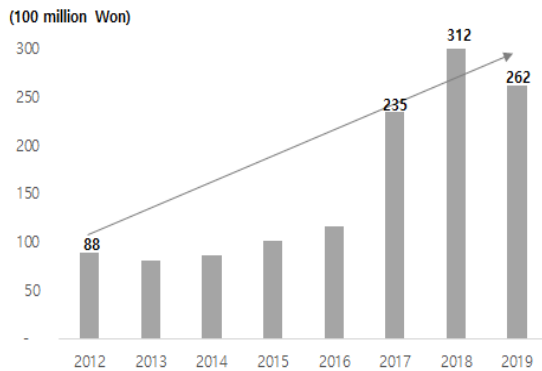


Fig. 2. Retail Market Size of Pear Beverage

세 번째는 타 음료와 비교하여 과채음료는 편의점 판매 비중이 높지 않다는 특징이 있다. 음료는 백화점, 할인점, 체인슈퍼, 편의점, 독립슈퍼, 일반식품점 등에서 판매된다.

2019년 과채음료의 편의점 판매 비중은 36.1%인데 반해, 커피음료의 편의점 판매 비중은 72.7%, 액상차는 68.2%, 탄산음료는 45.2%로 과채음료 보다 편의점 의존도가 높다(Table 2). 과채음료의 할인점 판매 비중은 23.7%로 타 음료에 비해 높은 것이 특징이다.

과채음료 중 주요 품목의 편의점 판매 비중을 살펴보

면(Table 3), 판매 규모의 감소가 심각한 오렌지음료와 포도음료의 비중이 상대적으로 낮음을 확인할 수 있다. 2019년 오렌지음료의 편의점 판매 비중은 26.9%, 포도음료는 30.9%이다. 이에 반해 감귤음료의 편의점 판매 비중은 43.2%, 배음료는 51.7%로 상대적으로 높다. 음료시장의 2번째 특징에서 나타난 배음료의 시장 규모 증가는 편의점 판매 비중이 높기 때문에 가능한 것으로 유추해볼 수 있다.

Table 2. Sales Channel by Beverage Product in 2019 (100 million Won, %)

	Soda	Juice	Liquid tea	liquid coffee
Department Store	47 (0.4%)	60 (0.9%)	15 (0.5%)	20 (0.1%)
Discount store	1,637 (13.6%)	1,505 (23.7%)	243 (7.6%)	820 (6.1%)
Chain Super	1,421 (11.8%)	903 (14.2%)	192 (6.0%)	748 (5.5%)
Convenience store	5,435 (45.2%)	2,298 (36.1%)	2,166 (68.2%)	9,802 (72.7%)
Independent Super	1,715 (14.2%)	914 (14.4%)	238 (7.5%)	898 (6.7%)
General food store	1,779 (14.8%)	684 (10.8%)	324 (10.2%)	1,192 (8.8%)
Total	12,033 (100%)	6,365 (100%)	3,178 (100%)	13,479 (100%)

Table 3. Sales Channel by Juice Product in 2019 (100 million Won, %)

	Orange	Grape	Tangerine (citrus)	Pear
Department Store	13 (1.0%)	4 (0.5%)	1 (0.2%)	1 (0.3%)
Discount store	387 (30.9%)	168 (23.7%)	81 (13.6%)	15 (5.7%)
Chain Super	206 (16.4%)	112 (15.9%)	95 (15.8%)	26 (9.9%)
Convenience store	337 (26.9%)	219 (30.9%)	260 (43.2%)	136 (51.7%)
Independent Super	182 (14.5%)	121 (17.1%)	109 (18.2%)	40 (15.3%)
General food store	128 (10.2%)	84 (11.8%)	55 (9.1%)	45 (17.1%)
Total	1252 (100%)	707 (100%)	601 (100%)	262 (100%)

Source: aTFIS(www.atfis.or.kr)

1인 가구 증가 등으로 인한 소비트렌드 변화에 따라 편의점 시장에서 뒤처지면 과채음료의 소매시장 규모 감소세를 멈추기 어려울 것이다 [8]. 따라서 소포장 상품 확대 등 편의점 판매 확대 전략 수립 필요가 있다.

네 번째 특징은 과일음료는 성수기인 여름에 선호가 약하다는 것이다. Fig. 3에는 여름에 자주 구매하는 음료를 조사한 결과가 제시되었다 [5]. 여름에는 탄산음료, 수분보충음료에 대한 선호는 증가하지만 과채음료는 여름에 선호도 하락했다. 과채음료의 평소 선호도는 15.1% 였으나, 여름의 선호도는 5.8%로 낮아진다. 성수기에 구매 의사가 낮으면 시장이 회복되기 어렵다. 따라서 과채음료 관련 식품 기업들은 여름 판매 확대 전략을 수립할 필요가 있다.

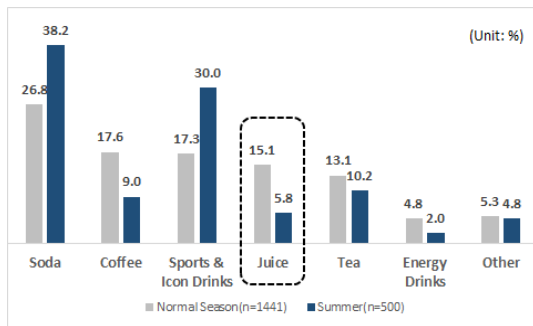


Fig. 3. Preference by Beverage Product between Normal Season and Summer

3. 과채음료 시장의 국내외 트렌드

최근 국내외 과채음료 시장에는 5가지 트렌드가 나타나고 있다. 본 연구에서는 이러한 트렌드에 따라 시장 대응 전략을 제시하였다(Table 4).

첫 번째 트렌드는 국내에 신선, 고급 주스 선호 증가하고 있다. 최근 신선한 주스에 대한 선호가 높아지면서 상온으로 유통되는 주스(가열주스)의 소비량이 매년 감소세를 나타내고 있다. 반면에 착즙주스가 시장에서 좋은 반응을 얻고 있는 있다. 따라서 주스 시장에서는 고급화 전략이 필요하다 [4].

두 번째 트렌드는 국내에 저가 주스판매점이 확대되고 있다는 것이다. 저가 주스판매점의 확대가 과채음료류 전반적인 생산 및 소비에 부정적 영향을 미치고 있다. 대표적인 저가 생과일주스 전문점 '주시(JUICY)'는 가맹점 사업을 시작한 이래로 약 10개월 후인 2016년 3월에 가맹점 450호점을 돌파했으며, 매출액은 2016년 5월 대비

2017년 5월에 약 7%의 증가율을 기록했다 [5]. 따라서 과채음료시장의 확대를 위해서는 저가 주스판매점 시장의 동향에 대해 예의 주시할 필요가 있다.

Table 4. Market Trends and Strategies of Fruit and Vegetable Juice

Trends		Market Strategies
1	Increased preference for fresh, high-quality juices	Advanced strategy required
2	Expanded low-cost juice stores	Understand the market trends of juice stores
3	Popularity of product that utilizes cold process	Expanding development of cold-pressed juice
4	Functional product launch	Health-conscious beverage development
5	Increase in processed products using local specialty	Attempts to use more local agricultural products

세 번째는 냉(Cold)기법을 활용한 제품의 프리미엄화가 진행되고 있다는 점이다. 초고압 살균 공정(High Pressure Processing)으로 알고 있는 냉압착 (Cold-pressed) 방식은 저온살균 방식보다 영양은 유지하면서 더 신선한 프리미엄 음료를 만들어 낼 수 있는 특징이 있어 일부 음료 제조에 활용되고 있다 [5]. 해외에서는 호주의 'Impressed cold-pressed juice'는 신선한 과일과 채소를 냉압착 가공 후 출시하여 인기를 끌고 있다 [5]. 따라서 음료업계에서는 냉압착 방식의 주스의 생산을 확대해야 한다.

네 번째 트렌드는 프로바이오틱스(Probiotics) 함유 등 기능성 제품을 출시하고 있다는 것이다. 사무실에 앉아있는 시간이 많고, 식사가 불규칙한 라이프스타일에 의해 소화불량 환자가 증가하면서 소화가 잘되도록 하는 제품에 대한 소비자들의 관심이 증가하고 있다. 미국의 Tropicana는 100% 과채음료인 'Tropicana Essentials Probiotics'를 2016년에 출시했고, 프로바이오틱스 함유를 내세움으로써 맛있고, 건강하고 간편하다는 측면에서 소비자들에게 인기를 얻고 있다. 따라서 건강을 고려한 음료를 적극적으로 개발할 필요가 있다 [3].

다섯 번째 트렌드는 각 지역에서만 나는 희귀한 특산물을 원료로 하거나 국산 원료 100%를 주 콘셉트로 한 신제품이 출시되고 있다는 점이다. 이는 희귀 농산물을 재배하는 농가 보호 및 특산물 판로 개척, 지자체-농업협동조합과의 관계 강화 등의 목적이 있다. 특히 성숙기 시장에 도달한 일본에서 활발히 개발되고 있다. 따라서 음료 업계에서는 국산원료 사용을 적극 홍보하고 특산물 혼합 음료의 개발을 시도할 필요가 있다.

4. 결론 및 시사점

국내 과채음료 시장의 감소는 심각한 수준이다. 과일 가공음료의 시장이 위축될수록 생과 산업도 동반 침체될 수밖에 없다. 가공용으로 생과 수요가 있어야 생과 전용 공급이 줄어 가격이 유지될 수 있고 농가도 생산 기반을 유지할 수 있을 것이다 [11]. 예를 들어 감귤 주스 소비 감소는 감귤 생과의 주 생산지인 제주도 농업에 영향을 줄 것이다. 주스 등으로의 감귤 가공 물량이 줄어들면, 감귤 생과 공급이 증가해 가격이 하락할 것이다 [12].

본 연구에서 분석한 특징과 트렌드에서 나타난 과채음료의 핵심 성공 요인은 고급화와 기능성 함유 전략이다. 건강에 대한 관심과 신선한 제품에 대한 선호가 커지면서 고급 제품에 대한 선호는 커지고 있다.

또한 배음료와 자몽음료의 판매가 증가하는 것에 주목하고 벤치마킹의 포인트로 삼아야 한다. 배음료의 시장이 커진 것은 숙취해소 기능성에 포지션을 확실히 했기 때문이다. 2017년 해태HTB는 숙취해소 성분을 함유한 '갈아만든배 by 숙취비책'을 출시하며 숙취해소 음료시장을 공략했다. 기존에 인기가 많은 '갈아만든배' 음료에 숙취해소에 좋은 표고버섯 균사체, 헛개나무 열매 추출 농축액 등을 함유해 기능성을 높인 것이 이 제품의 성공 요인이 되었다. 롯데칠성음료도 목건강과 숙취에 도움을 주는 국내산 배에 아카시아 벌꿀을 더한 '사각사각 꿀배'를 출시했다. 배의 생김새를 표현한 용기에 벌꿀의 맛을 강조하기 위해 꿀벌 이미지를 넣은 것이 특징이다. 자몽음료도 다이어트에 효과적인 건강 음료라는 이미지를 구축해 매출이 크게 성장했다. 배음료와 자몽음료 모두 건강한 이미지와 기능성을 강조한 마케팅으로 매출이 크게 증가했다 [5].

따라서 관련 음료 기업은 과채음료 시장의 특징과 트렌드를 파악하고 그에 대응한 전략을 올바르게 구사할 필요가 있다. 본 연구에서 제시한 시장 대응 전략 등으로 과채음료 시장의 감소세가 완화된다면 국내 생과 산업도 성장할 수 있는 모멘텀이 될 것이다.

References

- [1] Ministry of Food and Drug Safety, 2012 Production of Food and Food Additives, 2013. Available From: https://www.mfds.go.kr/brd/m_374/view.do?seq=15989&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1
- [2] Ministry of Food and Drug Safety, 2019 Production of Food and Food Additives, 2020. Available From: https://www.mfds.go.kr/brd/m_374/view.do?seq=30200&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1
- [3] Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, Status of processed food segmentation markets (Beverage Market), 2013. Available From: <https://www.atfis.or.kr/article/M001050000/view.do?articleId=2659>
- [4] Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, Status of processed food segmentation markets (Beverage Market), 2015. Available From: <https://www.atfis.or.kr/article/M001050000/view.do?articleId=1949>
- [5] Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, Status of processed food segmentation markets (Beverage Market), 2017. Available From: <https://www.atfis.or.kr/article/M001050000/view.do?articleId=2659>
- [6] J.-H. Park, S.-Y. You, "Analysis on Food Consumption Behavior and Dietary Satisfaction According to Household Type", *The Korean Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57, No. 2, pp. 103-138. 2016.
- [7] M.-S. Park, H. Chong, H.-N. Kim, D.-Y. Koh, "An Analysis of Single-person Households' Expenditure Pattern", *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, Vol.16, No.2, pp.987-994. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2015.16.2.987>
- [8] M.-K. Kim, H.-N. Kim, "The Effects of Household Differentiation and Population Aging on Juice Consumption in Korea", *Journal of Tourism & Industry Research*, Vol. 41, NO. 1, pp 5-11. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.24907/itir.2021.2.41.1.5>
- [9] B. Arsenault, B. Lamarche, J. Despres, "Targeting Overconsumption of Sugar-Sweetened Beverages vs. Overall Poor Diet Quality for Cardiometabolic Diseases Risk Prevention: Place Your Bets", *Nutrients*, Vol. 9, No. 6, pp. 600. 2017. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu9060600>
- [10] W. Wang, S. Bleich, S. Gortmaker, "Increasing Caloric Contribution from Sugar-sweetened Beverages and 100% Fruit Juices among US Children and Adolescents, 1988-2004", *Pediatrics*, Vol. 121, No. 6, pp. 1604-1614. 2008. DOI: <https://doi.org/10.1542/peds.2007-2834>
- [11] C.-G. Jeon, D.-H. Kim, Strategy for Developing Fruit Processing Industry. R611-3, Korea Rural Economic Institute. 2010. Available From: <http://library.krei.re.kr/pyxis-api/1/digital-files/605ba745-ad0b-2a94-e054-b09928988b3c>
- [12] S.-B. Ko, B.-S. Kim, "An Analysis on Impact of Jeju

Field Citrus Industry by FTA between Korea and China", Journal of the Korea Academia-Industrial Society, Vol. 15 No. 2, pp. 838-844. 2014.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2014.15.2.838>

김 화 년(Hwa-Nyeon Kim)

[정회원]



- 2007년 5월 : Texas A&M Univ. 농경제학과 박사
- 2006년 12월 ~ 2017년 8월 : 삼성경제연구소 수석연구원
- 2017년 9월 ~ 현재 : 제주대학교 산업응용경제학과 조교수

<관심분야>

자원환경경제, 국제원자재시장, 국제농업

김 배 성(Bae-Sung Kim)

[종신회원]



- 1996년 6월 : 고려대학교 대학원 경제학 박사
- 1999년 7월 ~ 2003년 1월 : 한국생명공학연구원, Post-Doc. 연구원, 선임기술원
- 2003년 2월 ~ 2012년 2월 : 한국농촌경제연구원 연구위원
- 2012년 3월 ~ 현재 : 제주대학교 산업응용경제학과 교수

<관심분야>

생산경제학, 농산물가격론, 농산물 수급분석, 농업에너지

고 성 보(Seong-Bo Ko)

[종신회원]



- 1995년 2월 : 고려대학교 농업경제학과 박사
- 1997년 5월 ~ 2004년 8월 : 제주발전연구원 연구실장
- 2004년 9월 ~ 현재 : 제주대학교 산업응용경제학과 교수

<관심분야>

생명산업정책, 농업관측론, 지역산업연관분석, 응용계량경제