발 간 등 록 번 호
11-1543000-002459-01

OPEN
공공누리
공공저작물 자유이용허락

2018 가공식품 세분시장 현황

다류 시장

농림축산식품부
aT 한국농수산식품유통공사

© 2018. aT 한국농수산식품유통공사
All rights reserved.

이 책의 저작권은 한국농수산식품유통공사에 있으므로 무단으로 전제 또는 복제할 수 없으며,
영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

2018 가공식품 세분시장 현황

다류 시장

농림축산식품부 aT 한국농수산식품유통공사

다류 시장

다류 시장 요약 ····· 1

제 1 장 다류 시장 조사 개요

제 1 절 조사 배경 및 목적 ····· 8
제 2 절 조사 대상 및 방법 ····· 9
1. 조사 대상 ····· 9
2. 조사 방법 ····· 9
제 3 절 다류 시장 개요 ····· 11
1. 다류 정의 및 종류 ····· 11
2. 다류 주요 제품 ····· 16
3. 세계 주요 다류 유형 ····· 18
4. 다류의 효능 ····· 19
5. 다류의 제조 · 가공기준 및 성분규격 ····· 20
6. 다류의 제조 공정 ····· 20
7. 다류 관련 인증 및 제도 ····· 23

제 2 장 주요 원료 현황

제 1 절 다류 주요 원료 ····· 28
제 2 절 주요 원료 공급 현황 ····· 30
1. 녹차 생산 현황 ····· 30
2. 옥수수 생산 현황 ····· 32
3. 유자 생산 현황 ····· 33

제 3 장 생산 및 수출입 현황

제 1 절 생산 및 출하 현황 ····· 38
1. 다류 생산 및 출하 규모 ····· 38
2. 품목별 생산 및 출하 규모 ····· 39
3. 주요 생산업체 현황 ····· 49
제 2 절 수출입 현황 ····· 53
1. 수출입 규모 ····· 54
2. 수출 현황 ····· 55
3. 수입 현황 ····· 60

CONTENTS
목 차

제 4 장 유통 및 판매 현황

제 1 절 유통 구조 ····68
제 2 절 소매시장 규모 ····69
1. 다류 소매시장 규모 ····69
2. 다류 세분시장 규모 ····70
제 3 절 소비자물가지수 추이 ····77

제 5 장 소비 특성

제 1 절 소비량 추이 ····80
제 2 절 소비 트렌드 분석 ····82

제 6 장 해외시장 동향

제 1 절 세계 시장 규모 ····92
제 2 절 글로벌 트렌드 ····95
제 3 절 국가별 동향 ····99
1. 중국 다류 시장 ····99
2. 미국 다류 시장 ····110
3. 일본 다류 시장 ····121
4. 싱가포르 다류 시장 ····132

다류 시장

[표 1-1] 조사 대상 ·····9
[표 1-2] 식품공전 상 다류 유형 분류 ·····11
[표 1-3] 다류 유형 및 특징 ·····13
[표 1-4] 가공방법에 따른 다류 유형 ·····15
[표 1-5] 다류 주요 제품 ·····17
[표 1-6] 세계 주요 다류 유형 ·····18
[표 1-7] 다류의 기능적 성분 ·····19
[표 1-8] 다류의 제조 · 가공기준 및 성분규격 ·····20
[표 1-9] 식품 HACCP 적용 대상 ·····24

[표 2-1] 다류 원료별 사용량 및 국산 비중 ·····29
[표 2-2] 녹차 생산 현황 ·····30
[표 2-3] 지역별 녹차 생산 현황 ·····31
[표 2-4] 옥수수 생산 및 수입 현황 ·····33
[표 2-5] 유자 및 유자가공품 생산 현황 ·····34
[표 2-6] 유자 및 유자가공품 주요 국가 수출 현황 ·····35

[표 3-1] 다류 생산 및 출하실적 ·····39
[표 3-2] 다류 품목별 생산 현황 ·····41
[표 3-3] 액상차 생산 현황 ·····42
[표 3-4] 침출차 생산 현황 ·····43
[표 3-5] 고형차 생산 현황 ·····45
[표 3-6] 다류 출하 현황 ·····46
[표 3-7] 액상차 출하 현황 ·····47
[표 3-8] 침출차 출하 현황 ·····48
[표 3-9] 고형차 출하 현황 ·····49
[표 3-10] 2017년 종업원 규모별 다류 출하 규모 현황 ·····50
[표 3-11] 2017년 다류 주요 생산업체 10위(출하액 기준) ·····51
[표 3-12] 다류 주요 제조업체 ·····52
[표 3-13] 다류 수출입 HS코드 ·····54
[표 3-14] 다류 전체 수출입 현황 ·····55
[표 3-15] 다류 품목별 수출 현황 ·····56
[표 3-16] 주요 국가별 다류 수출 현황 ·····58
[표 3-17] 분기별 다류 제품 수출 현황 ·····59

CONTENTS
목 차

[표 3-18] 식품공전 분류 기준 다류 품목별 수출 현황 ·····60
[표 3-19] 다류 품목별 수입 현황 ·····61
[표 3-20] 주요 국가별 다류 수입 현황 ·····63
[표 3-21] 분기별 다류 제품 수입 현황 ·····63
[표 3-22] 국내에서 주로 유통되는 수입 다류 제품 ·····64

[표 4-1] 소매 유통 채널별 다류 매출액 ·····71
[표 4-2] 제품 종류별 다류 매출액 ·····73
[표 4-3] 제조사별 다류 매출액 ·····75
[표 4-4] 품목별 판매 상위 TOP5 브랜드(2017년 매출 기준) ·····76
[표 4-5] 다류 월별 소비자물가지수 추이 ·····77

[표 5-1] 1인당 연간 다류(녹차) 섭취량 변화 추이 ·····80
[표 5-2] 차류 관련 연관어 도출 결과 ·····84
[표 5-3] 다류 시장 주요 특성 ·····89

[표 6-1] 세계 다류 시장 규모 ·····92
[표 6-2] 세계 다류 유형별 시장 규모 ·····93
[표 6-3] 중국의 주요 차 분류 ·····100
[표 6-4] 중국 다류 시장 규모 ·····101
[표 6-5] 중국 RTD 차 향미유형별 시장 규모 ·····102
[표 6-6] 중국 다류 시장 전망 ·····103
[표 6-7] Yunnan Taetea Tea의 보이차 제품 ·····104
[표 6-8] Xiangpiaopiao Food의 밀크티 제품 목록 ·····105
[표 6-9] 중국 주요 일반 차 제조사 ·····105
[표 6-10] 중국 주요 RTD 차 제조사 ·····107
[표 6-11] 미국 다류 시장 규모 ·····111
[표 6-12] 미국 RTD 차 향미유형별 시장 규모 ·····112
[표 6-13] 미국 다류 시장 전망 ·····113
[표 6-14] Lipton의 차 제품 ·····114
[표 6-15] 식료품점에서 판매 중인 Teavana의 차 제품 ·····116
[표 6-16] 미국 주요 일반 차 제조사 ·····116
[표 6-17] Pepsi-Lipton의 RTD 차 제품 ·····117
[표 6-18] 미국 주요 RTD 차 제조사 ·····118

다류 시장

[표 6-19] Yogi Tea의 기능성 허브차 제품 ·····120
[표 6-20] 일본의 녹차 분류 ·····122
[표 6-21] 일본 다류 시장 규모 ·····123
[표 6-22] 일본 RTD 차 향미유형별 시장 규모 ·····124
[표 6-23] 일본 다류 시장 전망 ·····125
[표 6-24] ITO EN의 RTD 차 제품 ·····126
[표 6-25] Harada Seicha의 '북덤불혼합차 시리즈' 제품 ·····127
[표 6-26] 일본 주요 일반 차 제조사 ·····127
[표 6-27] 일본 주요 RTD 차 제조사 ·····129
[표 6-28] 싱가포르 다류 시장 규모 ·····132
[표 6-29] 싱가포르 RTD 차 향미유형별 시장 규모 ·····133
[표 6-30] 싱가포르 다류 시장 전망 ·····134
[표 6-31] Boh의 차 제품 목록 ·····136
[표 6-32] 싱가포르 주요 일반 차 제조사 ·····137
[표 6-33] Pokka의 RTD 차 제품 ·····138
[표 6-34] 싱가포르 주요 RTD 차 제조사 ·····138
[표 6-35] Each-A-Cup의 주요 제품 ·····140

CONTENTS
목 차

[그림 1-1] 다류 주요 개정내용 ····12
[그림 1-2] 다류 제조 및 소매시장 기준 분류 ····14
[그림 1-3] 침출차 제조 공정 ····21
[그림 1-4] 무균 생산 공정 ····22
[그림 1-5] 액상차 및 고형차 제조 공정 ····23

[그림 2-1] 시판 다류 원료 현황 ····28

[그림 3-1] 다류 생산 실적 ····38
[그림 3-2] 다류 품목별 생산 현황 ····40
[그림 3-3] 다류 전체 수출입 현황 ····55

[그림 4-1] 다류 유통 구조 ····68
[그림 4-2] 다류 소매 시장 규모 ····69
[그림 4-3] 다류 분기별 판매 현황 ····70
[그림 4-4] 액상차 최근 매출 변화 ····72
[그림 4-5] 다류 월별 소비자물가지수 추이 ····77

[그림 5-1] 2016년 기준 조사 대상자 특성별 1인당 연간 다류 섭취량 비교 ····81
[그림 5-2] 최근 1년간 차류 관련 키워드 뉴스 수 추이 ····83

[다류 시장 요약]

1. 다류 시장 개요

□ 식품공전에 의하면 다류란 식물성 원료를 주원료로 하여 제조·가공한 기호성 식품으로서 침출차, 액상차, 고형차를 말함

○ 침출차는 식물의 어린 싹이나 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 곡류 등을 주원료로 하여 가공한 것으로서 물에 침출하여 그 여액을 음용하는 기호성 식품을 말함. 액상차는 식물성 원료를 주원료로 하여 추출 등의 방법으로 가공한 것(추출액, 농축액 또는 분말)이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 시럽상 또는 액상의 기호성 식품을 말함. 고형차는 식물성 원료를 주원료로 하여 가공한 것으로 분말 등 고형의 기호성 식품을 말함

□ 일반적으로 유통채널에서는 식품공전상 분류로 다류 제품을 분류하는 대신, 형태나 포장 구성 등에 따라 분류하는 경우가 많음. 침출차는 티백차나 잎차로 주로 판매되고 있으며, 액상차는 차음료와 과실청으로, 고형차는 분말이나 가루차로 주로 판매되고 있음

2. 생산 및 수출입 현황

1) 생산 현황

□ **(국내 다류 시장 다양화, 고급화로 시장 증가)** 다류 생산실적은 2017년 생산액 기준, 7,781억 원으로 2013년 7,877억 원 대비 1.2% 감소함. 반면 같은 기간 출하실적은 2017년 9,473억 원으로 2013년 7,833억 원으로 20.9% 증가함. 생산 현황과 출하 현황이 일부 차이를 보이는데, 이는 생산물량에는 수출 물량도 포함되어 있어 국내로 출하되는 실적과는 차이를 보이고 있음. 즉, 생산은 줄었으나 출하는 증가하였다는 것은 수출 물량이 감소하여 나타난 결과로 보임

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 출하실적 기준으로는 국내 다류 시장이 증가 추이를 보이는데, 이는 기존에 녹차, 보리차 등 한정된 시장에서 허브티, 메밀차 등의 기호성 차, 건강 테마차로 시장 범위가 확대되고, 다류 시장이 고급화 된 것이 영향을 준 것으로 보임

□ **(액상차가 생산 증가 주도)** 품목별로 생산 규모를 살펴보면, 2017년 생산액 기준으로 액상차(61.0%), 침출차(21.6%), 고형차(17.4%) 순으로 나타남

○ 유일하게 증가세를 보이는 유형은 액상차임. 생산액 기준, 2013년 4,650억 원 대비 2017년 4,745억 원으로 2.1%의 증가율을 보임. 다류 시장의 고급화, 제품 카테고리 확장 등이 복합적으로 영향을 미치며 시장이 증가한 것으로 분석됨

○ 반면, 침출차와 고형차는 감소 추이를 보임. 생산액 기준 침출차는 2013년 1,710억 원 대비 2017년 1,679억 원으로 1.8% 감소했으며, 같은 기간 고형차는 1,518억 원 대비 1,357억 원으로 10.6% 감소함. 우려먹어야 하는 불편함, 간편하게 이용할 수 있는 건강 음료 등의 증가로 침출차와 고형차의 생산은 감소한 것으로 분석됨

2) 수출입 현황

□ **(종주국이 아니라 수출은 다소 부진)** 최근 5년간 다류 수출 현황을 살펴보면, 수출액 기준 2013년 702만 달러 대비 2017년 664만 달러로 5.4% 감소함. 품목별로 살펴보면, 2017년 수출액 기준으로 녹차(green tea)가 74.5%, 홍차(black tea)가 25.5%의 점유율을 차지하고 있으며, 국가별로는 미국(31.8%), 싱가포르(15.8%), 중국(14.5%)순으로 상위 3개국이 62.1%를 차지하고 있음

○ 다류 수출 규모는 본래 크지 않은 편이며, 국내 다류 주요 생산지에서 수출 시장을 확보하기 위해 노력하고 있으나, 우리나라가 녹차 외에 아직까지 다양한 종류의 다류에 대한 인지도를 높이지 못해 수출이 활성화 되지는 못한 것으로 보임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ **(다양한 차에 대한 관심 높아지면서 수입은 증가세)** 수입 규모는 수입액 기준으로 2013년 974만 달러 대비 2017년 1,600만 달러로 64.3% 증가함. 품목별로 살펴보면, 2017년 수입액 기준으로 홍차가 95.2%, 녹차가 4.8%의 비중을 차지하고 있으며, 국가별로는 중국(27.1%), 인도(12.5%), 스리랑카(11.1%) 순으로 나타남

○ 수출과 달리 수입은 증가세를 보이는데, 이는 최근 차(茶)에 대한 관심과 선호도가 높아지고, 기존에 보지 못했던 독특한 해외 수입 다류 제품이나, 두 가지 이상의 다양한 재료를 혼합한 '블랜딩 티' 등 색다른 다류 제품에 대한 인기가 높아진 것도 수입 시장 확대에 영향을 준 것으로 보임

3. 유통 및 판매 현황

1) 유통 구조

□ **(다류는 주로 일반 소비시장으로 유통)** 다류는 B2B로 약 20%, B2C로 약 80%가 유통되는 것으로 추정됨. 특히 다류 종류별로 B2C와 B2B로의 유통 비중이 다소 상이한데, 침출차의 대표 제품인 티백차나 액상차는 B2C로의 유통 비중이 80%를 훨씬 넘는 반면, 가루차인 고형차는 음료나 제빵의 원료 등으로 이용되면서 B2B로의 유통 비중과 B2C로의 유통 비중이 크게 차이가 나지 않는 것으로 추정됨

2) 판매 현황

□ **(소매시장에서도 액상차 강세)** 다류 소매시장 규모는 2017년 4,167억 원으로 추정되며, 이는 2014년 3,453억 원에 비해 20.7% 증가한 규모임. 2017년 매출 기준으로 침출 및 고형차와 액상차는 7:3의 비율로 시장을 차지하고 있으며, 액상차의 시장 규모가 점차 증가세를 보이는 것이 전체 다류 시장 증가에 영향을 주고 있음

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 2017년 판매액 기준, 액상차가 79.7%로 가장 많이 팔리며, 이어서 티백차(18.5%), 잎차(1.3%), 분말/가루차(0.5%) 순임

4. 소비 특성

1) 소비량 추이

□ **(차 종류 다양화로 녹차 소비는 다소 감소)** 다류 대표 품목인 녹차의 섭취량을 살펴보면, 2016년 기준 1인당 다류(녹차) 연간 섭취량은 3,522.3g으로 나타남

○ 2012년 대비 2016년 1인당 연간 섭취량을 비교해보면, 2013년을 제외하고 꾸준히 감소세를 보이고 있는 것으로 나타남. 이는 전반적으로 다류 생산 규모 및 면적 감소와 함께, 녹차에 집중되어있는 다류 섭취 행태가 다른 종류의 차나 음료로 소비가 이동하면서 녹차 섭취량이 감소한 것으로 보임

2) 소비 트렌드

□ **(프리미엄 차에 대한 관심 증가)** 다류의 검색 키워드 주요 연관어는 면역력, 수분 보충, 중국차 및 허브차와 같이 건강과 수입차에 대한 부분이 높게 나타남. 시장에 출시된 제품 특징을 살펴보면, 건강&다이어트를 강조한 차와 홍차가 부각되고 있음. 또한 프리미엄 티백차나 잎차가 예전에 비해 늘어나고 있는 특징을 보임. 이를 종합해보면 소비 트렌드는 건강을 생각하는 프리미엄 차(tea)에 대한 관심 증가로 보임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

5. 해외 시장 동향

1) 세계 시장 규모 및 특징

□ **(RTD 차와 홍차를 중심으로 시장 성장세)** 세계 다류 시장 규모는 2017년 기준 891억 달러로, 2013년 915억 달러 대비 2.6% 감소함. 2015년 글로벌 경기 침체의 영향으로 시장 규모가 소폭 감소하였다가 회복되어 2022년 1,018억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

○ 2017년 기준, 가장 큰 비중을 차지하는 유형은 RTD 차(RTD Tea)(466억 달러)로, 52.3%의 시장점유율을 차지함. 이어서 일반 차 중에 홍차(Black Tea)(20.0%), 녹차(Green Tea)(12.1%), 과실차/허브차(Fruit and Herbal Tea)(7.4%), 인스턴트 차(Instant Tea)(1.9%), 기타 차(6.3%)순임

2) 국가별 동향

□ **(중국)** 2017년 기준 중국 다류 시장 규모는 270억 달러로, 2013년의 250억 달러 대비 7.7% 증가함. 홍차와 녹차가 시장 성장을 주도하면서 2022년에 292억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

○ 2017년 매출액 기준 품목별로 비중을 살펴보면, RTD 차가 55.1%로 가장 높으며, 이어서 녹차(17.4%), 기타 차(15.3%), 인스턴트 차(5.6%), 홍차(5.1%) 등의 순으로 나타남. 과거 중국에서는 차를 뜨거운 물에 우려 맛을 음미하는 것이 주된 목적이었다면, 최근에는 유기농차, 웰빙차 등 각자의 목적에 맞게 소비패턴이 다양화되고 있음

□ **(미국)** 미국 다류 시장은 2017년 기준 93억 달러 규모로 2013년의 74억 달러 대비 26.2% 증가함. 미국은 서방국가 중 차 수입과 소비가 증가하는 유일한 국가로, 전 세계에서 인구가 많고 차 문화가 발달한 러시아와 파키스탄 다음으로 많은 차를 수입하는 국가임. 지속적인 증가세를 바탕으로 2022년 107억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 2017년 매출액 기준 품목별로 비중을 살펴보면, RTD 차의 시장점유율이 73.4%로 가장 높으며 이어서 과실차/허브차(12.2%), 홍차(9.2%) 순임. RTD 차의 인기는 차가운 차를 선호하는 미국인들의 성향과 관련됨. 미국 차(茶)협회에 따르면, 미국인들이 마시는 차의 80%는 차가운 아이스 티(Iced Tea)임

□ **(일본)** 2017년 기준 일본 다류 시장 규모는 166억 달러로, 2013년 154억 달러 대비 7.5% 성장함. 2022년까지 184억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

○ 2017년 매출액 기준 품목별로 비중을 살펴보면, RTD 차는 81.8%의 압도적인 점유율을 보임. 이어서 일반 차인 녹차(13.7%), 홍차(2.1%) 등의 순으로 나타남

○ 일본 다류 시장은 간편함과 건강지향을 강조한 제품들이 성장하는 추세임. 바쁘고 현대화된 생활습관으로 인해 소비자들은 일회용 제품과 같은 간편한 차 제품을 선호하고 있으며, 비만이나 고령화, 전반적인 건강에 대한 관심 증가는 건강 지향 차 음료의 성장을 주도하고 있음

□ **(싱가포르)** 2017년 기준 싱가포르 다류 시장 규모는 1억 1,780만 달러 규모임. 2013년 1억 1,630만 달러 대비 1.3%의 소폭 증가에 그침. 이는 가당 음료에 대한 정부의 경고 조치로 인해 RTD 차 음료 시장에 일부 영향을 미친 것이 원인 중 하나로 보임. 그러나 이후 회복세를 나타내며 2022년 1억 2,100만 달러의 규모로 성장할 것으로 전망됨

○ 2017년 매출액 기준 품목별로 비중을 살펴보면, RTD차(72.0%), 홍차(10.7%), 과실차/허브차(5.9%) 등의 순으로 나타남

○ 싱가포르의 소비자들은 식품류 구매 시 맛 뿐 아니라 건강까지 고려하는 소비를 하는 특성이 있음. 차 소비에 있어서도 스트레스를 완화하는 등 건강 특성을 지닌 차들의 수요가 증가할 것으로 예상됨. 특히 젊은 층이 차가운 차를 선호하고 있어 해당 시장에 대한 관심이 높은 상황임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 1 장

다류
시장 조사 개요

제 1 절
조사 배경 및 목적

제 2 절
조사 대상 및 방법

제 3 절
다류 시장 개요

제 1 절 조사 배경 및 목적

□ 2010년 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사가 가공식품 품목별 세분시장 현황분석 보고서를 발간한 이래, 가공식품 시장은 꾸준히 변화하며 발전해 나아가고 있음

□ 특히 가공식품 시장은 생산 중심의 시장에서 유통 및 소비 중심으로 변화하였으며, 대형마트, 편의점과 같은 오프라인 시장 보다 온라인 시장의 성장세가 더 높은 특징도 나타남

□ 따라서 변화하는 식품 시장의 특성을 반영한 시장 분석 정보를 꾸준히 생산자 및 구매자 모두에게 제공하여, 산업의 원활한 육성 및 지원에 도움이 되고 스마트 소비에 부응할 필요가 있음

□ 이에 본 세분시장 분석은 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 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함

○ 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공하고, 특히 정보 수집이 어려운 중소기업에게는 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함이 목적임

○ 또한 국민들에게는 소비하고 있는 식품에 대한 정확한 정보를 제공하여 식품을 구입 및 소비하는데 참고 자료로 활용될 수 있도록 하며,

○ 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용할 수 있도록 함

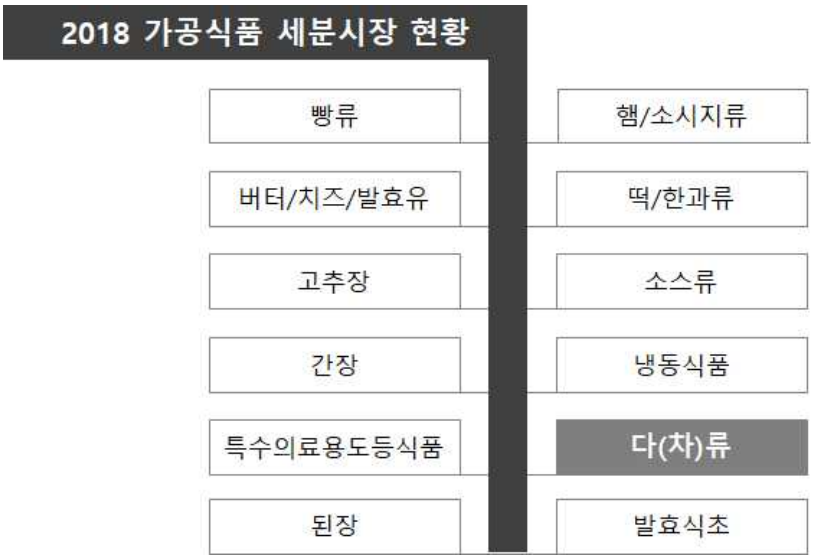
 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

□ 2018년 가공식품 세분시장의 조사대상 품목군은 총 12개이며, 이번 품목군은 '다류' 임

[표 1-1] 조사 대상



2. 조사 방법

□ 세분시장 조사는 국내외 문헌자료 및 통계자료, 전문가 인터뷰 등을 종합적으로 활용하여 분석함

○ 세분시장 정의, 생산기준 등은 식품공전을 기본적으로 활용하며, 관련 제도, 인증 부분은 해당 인증제도 등을 운영하는 기관 자료를 참고함

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 국내 생산 및 출하실적은 통계청 광업·제조업조사와 식품의약품안전처의 식품 및 식품첨가물생산실적을 살펴보며, 수출입은 관세청 수출입 무역통계를 분석함

○ 유통 구조는 문헌자료 및 전문가 인터뷰를 중점적으로 활용하며, 판매는 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)의 소매점 매출액 데이터를 분석함

○ 소비는 언론 리포트/기사, 빅데이터, 전문가 인터뷰를 활용함

○ 해외 동향은 GlobalData와 Euromonitor International 자료 외에 각 국가별 공개된 리포트/기사, KATI, KOTRA 등의 자료도 활용하여 분석함

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 3 절 다류 시장 개요

1. 다류 정의 및 종류

□ 식품공전[1]에 의하면 **다류란 식물성 원료를 주원료로 하여 제조·가공한 기호성 식품으로서 침출차, 액상차, 고형차**를 말함

○ 침출차는 식물의 어린 싹이나 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 곡류 등을 주원료로 하여 가공한 것으로서 **물에 침출하여 그 여액을 음용하는 기호성 식품**을 말함

○ 액상차는 식물성 원료를 주원료로 하여 추출 등의 방법으로 가공한 것(추출액, 농축액 또는 분말)이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 **시럽상 또는 액상의 기호성 식품**을 말함

○ 고형차는 식물성 원료를 주원료로 하여 가공한 것으로 **분말 등 고형의 기호성 식품**을 말함

[표 1-2] 식품공전 상 다류 유형 분류

유형	특징
침출차	식물의 어린 싹이나 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 곡류 등을 주원료로 하여 가공한 것으로서 물에 침출하여 그 여액을 음용하는 기호성 식품
액상차	식물성 원료를 주원료로 하여 추출 등의 방법으로 가공한 것(추출액, 농축액 또는 분말)이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 시럽상 또는 액상의 기호성 식품
고형차	식물성 원료를 주원료로 하여 가공한 것으로 분말 등 고형의 기호성 식품

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2018년 11월 29일

1) 식품공전. 최종고시일 2018년 11월 29일 기준

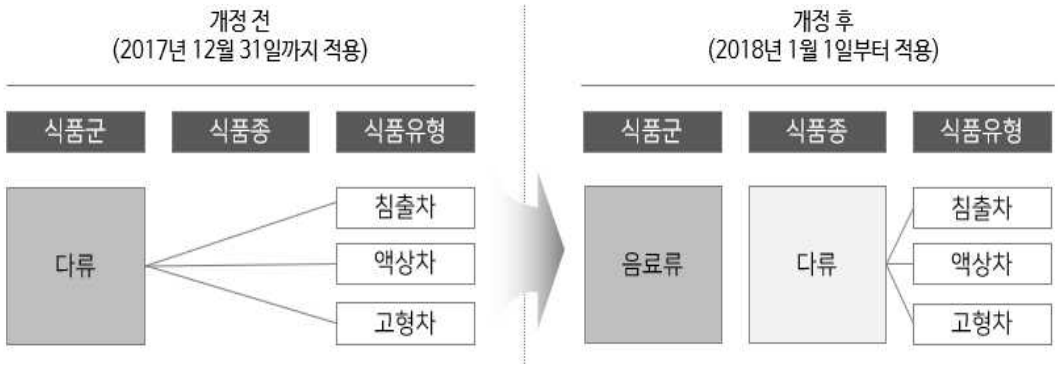
Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 다류 분류 기준은「식품의 기준 및 규격」전부개정고시(제2016-154호)(2018년 1월 1일부터 시행)에 따라 변화함

○ 개정 이전에는 '다류'는 식품군으로 구분되었으며, 식품유형으로 침출차, 액상차, 고형차로 세부 분류되었음. 그러나 개정 이후 항목 이동 및 통합/재분류에 따라 '다류'는 음료류의 하위 항목인 식품종으로 재분류되었으며, 식품유형은 기존과 동일하게 유지됨

○ 참고로 음료류에는 다류 이외에 커피류, 과일·채소류음료, 탄산음료류, 두유류, 발효음료류, 인삼·홍삼음료, 기타음료 등 음용을 목적으로 하는 식품 유형이 포함되어 있음

[그림 1-1] 다류 주요 개정내용



* 전부개정 부칙개정 관련 질문 및 답변, 식품의약품안전처, 2018.01.01
식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2018년 11월 29일

□ 일반적으로 유통채널에서는 식품공전상 분류로 다류 제품을 분류하는 대신, 형태나 포장 구성 등에 따라 분류하는 경우가 많음

○ 침출차는 티백이나 잎 자체를 넣고 마실 수 있는 다류 제품이 해당 되며, 소매유통채널에서는 주로 티백차가 많이 판매되고 있으며, 잎차는 차류 전문 판매점 등으로 많이 유통되고 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 액상차는 차음료와 과일청이 해당되는데, 이 중 과일청은 얇게 썰은 과일과 설탕 등을 넣은 설탕절임제품으로, 주로 물에 타서 먹을 수 있기 때문에 식품공전 기준 액상차로 분류된 것으로 보임. 과일청은 개봉 전 실온보관이 가능하며 잼과 비슷한 질감, 포장형태, 원료 함량 등에 의해 수출되는 국가 기준에 따라 잼, 마멀레이드 등으로 인식되어 판매/수출되기도 함

○ 고형차는 분말/가루로 된 다류 제품이 해당되며, 인삼, 홍삼, 마, 녹차 등을 분말형태로 만들어 물이나 우유에 타먹게 만든 것임. 주로 통 형태로 포장판매 되었으나, 최근에는 녹차라테, 홍차라테 등 종류가 다양해졌으며 제품을 1회분 포장하여 편리성을 강화한 특징이 있음

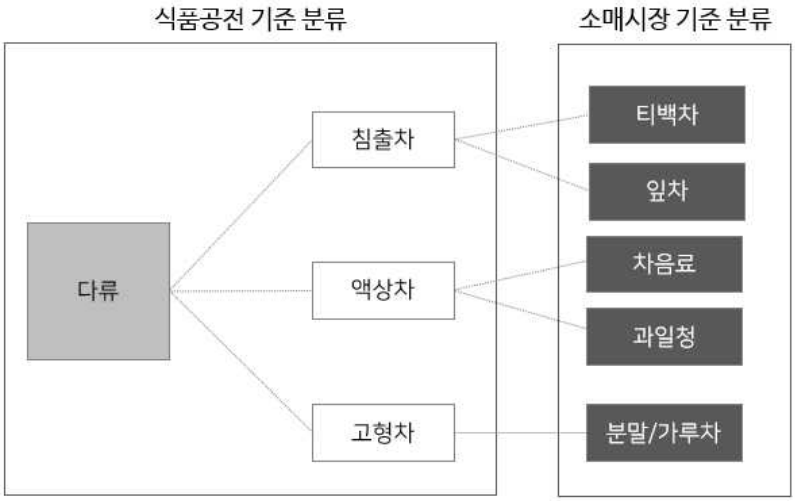
[표 1-3] 다류 유형 및 특징

식품공전상 분류	소매채널 분류	특징	주요 형태
침출차	티백차, 잎차	주로 녹차, 홍차, 허브차, 곡(물)차 등이 있으며, 편의성에 의해 잎차보다 티백 제품이 더 많은 편임. 과거에는 티포트나 주전자 등에 대형 티백을 넣어 우려먹기도 했으나, 최근에는 컵에 넣어 우려먹는 1회용 티백이 대부분임	
액상차	차음료, 과일청	액상차를 차음료와 과일청으로 구분할 수 있음. 차음료는 주로 곡류, 허브 및 녹차 등을 우려내어 만든 것으로, 편의점이나 마트에서 쉽게 구매할 수 있음. 과일청은 과일+설탕 절임의 액기스형 차로, 과거에는 유자, 모과, 생강 등 일부 과실 제품을 주를 이뤘으나 최근에는 레몬, 자몽, 라임, 청귤, 애플커런트 등 다양하고 이색적인 과실 제품이 활용되면서 시장 성장세를 보이고 있음	
고형차	분말/가루차	가루녹차를 시작으로, 인삼, 홍삼, 마, 호두/잣, 호박 등을 분말/가루형태로 만들어 물이나 우유에 타먹을 수 있도록 만든 것임. 최근에는 편리성을 강화시키기 위해 1회용 포단위의 제품도 인기를 얻고 있음. 이는 또한 가벼운 식사 대용으로도 사용되는 편임	

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 결과적으로, 다류의 분류는 식품공전 기준과 소매시장 기준이 다소 상이한 특징을 보이고 있음. 식품공전 기준으로는 제품의 형태(고체형, 액상형, 가루형)로 구분하고 있으며, 소매시장에서는 소비자들의 구매결정 편리성을 위해 음용 방식(우려 마시는, 바로 마시는, 가루를 타서 녹여 마시는)으로 제품을 구분함

[그림 1-2] 다류 제조 및 소매시장 기준 분류



* 소매시장 기준 분류는 산업 및 소매유통판매 채널에서의 품목별 카테고리 분류기준을 참고하여 KMAC가 재구성함

□ 현재 소매채널에서 제조나 판매를 목적으로 다류의 종류를 구분하는 것과 다르게, 과거 일부 문헌에 따르면 다류의 분류기준은 차나무의 잎을 가공한 차(茶)에 대하여 찻잎의 형태, 산지, 품종, 채적시기, 건조방법 및 가공방법 등에 따라 다양하게 구분되었음. 이 중 가공방법에 따라 분류되는 6대 차류(六大茶類) 분류법이 가장 널리 사용되고 있음. 해당 분류기준은 가공방법에 따라 6가지 다류가 발효정도와 색(色), 향(香), 미(味)에서 각각 차이점을 나타내고 있는 것이 특징임[2)]

2) 차의 종류, (사)세계기독교차문화협회 / 차의 관능 평가, 신소희, 정인오, 이른아침

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 가공방법(발효정도)에 따라 크게 불발효차, 반발효차, 발효차, 후발효차로 구분됨. 여기서 발효란 미생물에 의한 발효가 아니라 적당한 온도와 습도에서 차엽에 함유된 폴리페놀(Polyphenol)에 산화효소가 작용하면서 녹색이 황색이나 검은색으로 변함과 동시에 독특한 맛과 향, 수색을 나타내는 작용을 일컫는 말임

○ 불(不)발효차란 발효정도가 0%인 차로, 여린 찻잎을 따서 무쇠나 돌솥에 덖거나 쪄서 산화효소 활동을 중지시켜 발효가 전혀 일어나지 않은 차를 말함. 주로 국내에서 생산되는 녹차에 이에 해당됨

○ 반(半)발효차란 자연발효 정도가 10~65%인 차로, 찻잎에 천연으로 함유된 효소에 의해 발효됨. 청차와 백차에 이에 해당되며 발효정도와 만드는 방법에 따라 여러 가지 차가 이에 포함됨

[표 1-4] 가공방법에 따른 다류 유형

가공방법(발효정도)에 따른 분류		차잎/색상에 따른 분류		해당 다류
불발효차 (발효율 0%)		녹차 (綠茶)	[녹황색]	덖음차(미차, 주차, 한국전통녹차, 용정차, 벽라춘자, 유화차), 찐차/증제차(국내 일부 수제차, 전차, 옥록차, 말차, 일본 녹차, 중국 은시 옥로차) 등
전발효차	반발효차 (발효율 10~65%)	청차/우롱차 (靑茶)	[황갈색]	무이암차(대홍포, 천라한, 무이수선), 철관음차, 수선차, 오룡차, 백호오룡차, 포종차, 색종
전발효차	약발효차	백차 (白茶)	[옅은황금색]	백모단, 백호은침, 공미, 수미 등
전발효차	완전발효차 (발효율 80~90%)	홍차 (紅茶)	[홍색]	다즐링, 기문홍차, 소종홍차 등
후발효차 (발효율 90~100%)		황차 (黃茶)	[담황색]	군산은침, 북항모침, 몽정황아 등
후발효차 (발효율 90~100%)		흑차 (黑茶)	[갈홍색]	보이차(동경, 홍인, 강호공병 등), 노청차, 흑모차, 육보차, 호남흑차, 흑전차, 떡차 등

* (사)한국차인연합회, (사)세계기독교차문화협회, 하농녹차, 오설록, 한국차박물관 등 참고하여 재구성

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 전(前)발효차와 후(後)발효차는 발효 매개에 따라 구분되는데, 전발효차는 찻잎에 포함된 효소작용에 의해 발효가 이뤄지며, 발효정도에 따라 반발효차와 완전발효차 등으로 구분됨. 후발효차는 미생물을 이용하여 발효/숙성한 것으로 깊고 풍부한 향미를 특징으로 가짐. 저장기간이 길수록 고급차로 인식되며 주로 잎차보다 덩어리 형태의 고형차로 저장됨

○ 이외에도 채취시기[봄차(첫물차), 여름차(두물차, 세물차), 가을차(네물차)], 차의 품질(우전, 세작, 중작, 대작), 찻잎의 모양[세차(여린차), 중차(보통차), 대차, 막차] 등에 따라 구분하기도 함

2. 다류 주요 제품

□ 다류 주요 제품은 식품공전상 정의 및 특징을 기준으로 구분했으며, 이에 대형유통채널의 판매 제품을 참고하여 주요 제품을 살펴봄

○ 다류 하위 품목은 식품공전 기준의 침출차, 액상차, 고형차로 분류되기보다는 일반 유통채널에서 티백/잎차, 차음료 및 과일청, 분말/가루차 등 제품 형태를 기준으로 분류되어 판매되고 있음

○ 시중에서 판매되는 침출차 대부분은 티백 제품으로 녹차, 보리차 등 곡류차부터 홍차, 허브차 등 종류가 다양함. 잎차는 녹차(잎), 홍차(잎) 뿐만 아니라 우려냈다가 빼기 편하게 곡물의 열매나 뿌리 등이 크기가 큰 우엉, 연근 등의 원물 제품이 대부분을 차지하며, 주요 제조사는 영농조합 등 소규모 제조업체인 것이 특징임

○ 차음료는 녹차(잎), 옥수수, 보리, 우엉, 허브잎 등을 넣고 끓여 만들어 물 대신 마실 수 있는 음료뿐 만 아니라 아이스티, 홍차/밀크티 등의 티 음료 제품도 포함됨. 최근에는 홍차/밀크티의 인기에 따라 해외 제품이 수입 판매되고 있음. 참고로 과일청도 차음료의 식품유형인 액상차에 해당하는 특징이 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 고형차는 분말/가루차로 앞서 언급했듯이 최근에는 1회분/포 형태로 포장 판매되고 있어 물이나 우유나 한 번에 타서 먹기 편하게 되어있음

[표 1-5] 다류 주요 제품

시장 기준 분류		주요 제품(제조사/유통판매사)	식품공전 유형
티백/잎차	티백차	동서 현미녹차/보리차/옥수수차(동서식품) 오설록 녹차섬(아모레퍼시픽) 김동곤 명인이 만든 유기농녹차/우엉차(쌍계명가/쌍계명차) 맛있는녹차작설/루이보스 허브차/국화차(녹차원) 제주녹차/마테차/우엉차/국화차(티젠) Lipton 캐모마일 허브티(티엔씨일렉트로닉스/유니레버코리아) PEACOOK 현미녹차(티젠/이마트)/캐모마일(다익인터네셔널/이마트)	침출차
티백/잎차	잎차	제주녹차 세작(티젠) 작설차 세작 녹차(화개농협) 김동곤 명인 우전차/국화차(쌍계명차) 날씬한 우엉차(네보름/신성F&B) 초이스엘 돼지감자차/도라지차(녹차원/롯데쇼핑) 순작 연근우엉차(유성식품/샘표)	
차음료(RTD)		보성녹차/보성말차(동원F&B) 오이오차 녹차(KINKISAIN/농심) V라인얼굴 광동 옥수수수염차(광동제약) 웅진 하늘보리(삼양패키징/웅진식품) 태양의 식후비법 더블유W차(해태/코카콜라) 몸이 가벼워지는 시간 17茶(남양유업) 헛개수(남양F&B/CJ헬스케어) 블랙보리(삼양패키징/하이트진로음료) 동서 맑은티엔 루이보스(삼양패키징/동서식품)	액상차
과일청		꿀 유자차(삼광식품/담터) 매실차(서광식품/이마트) 달콤 쌉싸름한 자몽차(다정/이마트) 복음자리 유자차/생강차/대추차/모과차(복음자리) 초이스엘 생강 도라지차(꽃샘식품/롯데쇼핑)	액상차
분말/가루차		유기농 가루녹차(녹차원) 유기농 가루녹차/말차(티젠) 오설록 프리미엄 가루녹차(아모레퍼시픽) 호두,아몬드 율무차/단호박 마차(담터) 얼그레이 홍차라떼/제주 그린티라떼(담터) 보이차추출분말(Changsha Herbway Biotech/두리두리) 루카스나인 그린티라떼(남양유업) Lipton 아이스티 복숭아/레몬/망고(스윗티/유니레버코리아)	고형차

* 이마트몰, 롯데마트몰 홈페이지 참고

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3. 세계 주요 다류 유형

□ 국내 및 해외에 다양한 다류 제품이 판매되고 있으며, 각 국가별 역사와 문화, 선호하는 다류의 유형이 다양함. 그 중 국내에서 인지도가 높은 편이면서 주로 판매되는 일부 다류의 종류를 살펴봄

[표 1-6] 세계 주요 다류 유형

유형	설명	이미지	대표 국가
녹차 (綠茶)	녹차는 산화작용이 일어나지 않도록 찻잎을 따서 바로 고온에서 솥을 덖거나 쪄서 색상과 풋풋한 향을 간직하도록 만든 차임. 찻잎을 따는 시기에 따라 우전차(雨前茶), 곡우, 세작, 중작, 대작이라고 구분하기도 하며, 찻잎의 모양에 따라 작설차, 응조차, 맥과차라고도 함		일본, 중국 등
홍차 (紅茶)	홍차는 백차, 녹차, 우롱차와 같이 차나무의 잎을 가공한 것으로, 가장 많이 산화/발효가 된 차의 일종임. 이에 따라 향도 강하고 카페인도 더 많이 함유하고 있음 동양에서는 찻물의 빛이 붉어 홍차(紅茶)라고 부르지만, 서양에서는 찻잎의 검은 색깔 때문에 Black Tea 라고 부름. 세계 3대 홍차로는 다즐링(인도/스리랑카), 우바(스리랑카), 기문(중국) 등이 있음		인도, 스리랑카, 중국 등
보이차 (普洱茶)	보이차는 중국 남부지방에서 생산한 발효차의 일종으로, 독특한 향과 색을 가지고 있이며 미생물로 발효한 후발효차/흑차에 속함. 완성된 모양에 따라 산차(잎녹차)와 긴압차(찻잎을 뭉쳐놓은 상태), 제다 방법에 따라 생차(발효시키지 않은 찻잎)와 숙차(발효된 찻잎) 등으로 구분됨. 길산이 풍부해 지방축적 방지, 항산화 효과, 숙취해소, 감기 예방 등에 효과가 있음		중국 등
우롱차 (烏龍茶)	우롱차는 홍차의 일종으로, 차 잎을 햇볕에 쪼여 조금 시들게 함으로써 잎 성분의 일부를 산화/발효시켜 차의 향기를 생기게 한 후. 이를 볶은 반 발효차임. 향미는 녹차와 홍차의 중간 정도이며, 발효과정에 의해 차잎이 높은 온도에 잘 녹지 않는 성분으로 변해있어 차를 끓일 때, 물의 온도를 높게 하여 우려내야 함		중국, 대만 등
허브차 (herb 茶)	허브차란 향이 나는 말린 잎이나 꽃, 과일 등을 우려낸 식물성 차로, 음용의 목적 이외에도 건강이나 심신 안정을 위해 마시기도 함. 종류로는 라벤더, 루이보스, 페퍼민트, 캐모마일, 로즈마리, 국화, 생강, 인삼 등이 있음		지중해 근접 유럽, 서남 아시아 등

* 네이버 백과사전/ 두산백과 등 참고

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

4. 다류의 효능

□ 다류의 성분은 차나무의 품종이나 재배조건, 채엽시기, 토질, 제조방법 등에 따라 달라질 수 있음. 주로 폴리페놀, 카페인, 항산화 비타민 등과 미량의 필수원소 일부(아연, 망간불소 등)가 포함되어 있음. 이에 따른 차의 기능적 성분을 살펴봄

○ 다류에 포함되어있는 성분에 따라 피로회복, 질병예방 등에 도움을 주며, 추가적으로 열을 내리거나, 마사지, 다이어트 식품으로도 효과가 좋아 다양하게 이용되고 있음

[표 1-7] 다류의 기능적 성분

효능	설명
피로회복	카페인 성분이 각성, 강심, 이뇨작용을 일으켜 대뇌중추신경을 흥분시킴. 이는 혈액순환과 신장의 기능을 활발하게 하여 배뇨활동을 촉진, 피로물질의 체외 배출을 촉진하여 육체적 · 정신적 피로 회복에 도움을 줌
만성질환 예방	카테킨, 데아닌, 비타민C/B1, 다당류, 무기질, GABA 등의 성분에 의해 고혈압, 동맥경화, 암, 당뇨병, 비만 등의 질병 예방에 도움을 줄 수 있음. 특히 카테킨 성분은 암세포 증식을 억제하거나 몸에 해로운 콜레스테롤을 감소시켜 동맥경화 억제 작용에 도움을 주는 역할을 함
감기예방	카페인, 카테킨, 비타민C가 말초신경 혈관을 확장하여 두통을 경감시키고, 이뇨를 촉진시켜주어 열을 내림과 동시에 두통을 감소시키는데 도움을 줌
살균 및 해독작용	카테킨 성분은 항염성 및 강력한 항균성을 보유하고 있어, 유해한 세균의 생육을 억제하는 동시에 건강에 유익한 유산균과 비피더스균을 증가시키는 역할을 함. 또한 현대사회에서 문제시되는 환경호르몬, 유기수은, 납이나 구리같은 중금속, 잔류농약, 전자파, 니코틴(담배) 등이 체내에 쌓이면 제거하기도 함
충치예방	카테킨, 구강 보건성 성분인 불소가 가용성 형태로 존재하여 충치균 및 충치의 원인이 되는 물질을 억제하는 작용을 함. 치아를 단단하게 만들고, 산에 대한 저항력을 강화시켜 충치 예방에 도움을 줌
구취, 악취제거	카테킨, 엽록소의 강한 소취작용으로 입안의 악취 원인인 암모니아, 트리메틸아민, 유화수소, 메틸 멜캅탄을 제거하여 탈취효과를 줌
숙취제거	카페인의 중추신경 흥분 및 이뇨작용, 카테킨의 해독작용, 비타민C의 알코올 분해요소 활성화 및 배설 촉진 등에 따라 숙취제거에 도움을 줌
항노화작용	노화는 활성산소가 지질과 결합한 과산화지질에 의해 세포조직 중 세포막 손상으로 일어나는 것으로, 차의 카테킨 성분이 과산화 지질의 생성을 억제시켜 노화가 지연되는 효과가 있음. 또한 비타민C는 항산화력을 높여주어 노화회복에 일부 도움을 줌

* 한국차박물관, (사)한국차인연합회 등 참고

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

5. 다류의 제조 · 가공기준 및 성분규격

□ 다류의 제조 · 가공기준 및 성분규격은 식품공전[3] 기준의 제조 · 가공기준 및 성분규격을 따르도록 되어 있음

[표 1-8] 다류의 제조 · 가공기준 및 성분규격

품목	제조 · 가공기준 및 규격
다류	**1. 제조 · 가공기준** (1) 원료를 추출한 경우에는 물, 주정 또는 이산화탄소를 용제[1]로 사용하여 원료의 특성에 따라 냉침, 온침[2]등 적절한 방법을 사용하여야 한다. (2) 쌍화차는 백작약, 숙지황, 황기, 당귀, 천궁, 계피, 감초를 추출 여과한 가용성 추출물을 원료로 하여 제조하여야 하며 이때 생강, 대추, 잣 등을 넣을 수 있다. **2. 규격** (1) 타르색소 : 검출되어서는 아니 된다. (2) 납(mg/kg) : 침출차는 5.0 이하, 액상차 0.3 이하, 고형차 2.0 이하 (3) 카드뮴(mg/kg) : 0.1 이하(액상차에 한한다.) (4) 주석(mg/kg) : 150 이하(알루미늄 캔 이외의 액상 캔제품에 한한다.) (5) 세균수 : n=5, c=1, m=100, M=1,000(액상제품에 한한다.) (6) 대장균군 : n=5, c=1, m=0, M=10(액상제품에 한한다.)

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종고시일 2018년 11월 29일
1) 용제(solvent): 용액을 만들기 위해 물질을 녹이는 액체를 말함
2) 온침: 열을 가하거나 가열없이 따뜻한 용제에 담그어 추출하는 것을 말함

6. 다류의 제조 공정

□ 다류의 제조 공정은 식품공전 해설서 기준으로, 침출차와 액상차 및 고형차의 제조 공정을 살펴봄

1) 침출차 제조 공정

□ 침출차는 크게 단일 침출차와 혼합 침출차로 구분하여 볼 수 있으며, 제조 공정은 다음과 같음

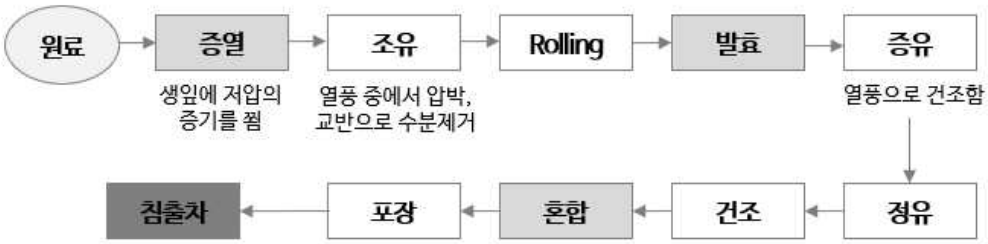
3) 식품공전. 최종고시일 2018년 11월 29일 기준

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 단일 침출차는 단일 식물의 싹이나 순, 씨앗, 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 단일 곡류만을 가공하여 물에 침출시켜 그 여액을 음용할 수 있도록 한 것을 말함. 녹차, 우롱차, 홍차, 가공곡류차 등이 포함됨. 혼합 침출차는 단일 침출차를 2종 이상 혼합하거나 또는 이를 가공한 것임

○ 침출차는 티백차 또는 잎차로 판매되고 있는데, [그림 1-3]과 같이 수확된 원료가 증제(찌기), 조유(수분제거), 증유(열풍건조), 건조(수분건조), 압착(배함 조정, 균일화), 선별 등의 과정을 통해 가공됨. 이 후 티백차의 경우, 이물질 선별 후에 티백기에 원료를 투입하여 티백포장을 하고, 내포장 및 외포장을 통해 출하 유통함[4)]

[그림 1-3] 침출차 제조 공정



* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2017.12

2) 액상차 및 고형차 제조 공정

□ 액상차의 제조 공정은 원료를 선별, 세척한 후 분쇄하고 그 중에 쓸 수 있는 재료를 다시 추출하여 설탕 등 여러 가지 원료를 혼합하여 여과함. 농축이 필요한 경우에는 농축 및 살균과정이 추가되며 최종적으로 혼합과 액체를 담을 병 등의 살균과정을 거쳐 포장되어 출시됨

○ 특히 액상차는 무균 생산 공정(Aseptic Process)을 통해 생산되는데, 이는 식품의 생산 공정 중 이물질의 혼입을 방지하고 영양소 파괴를 최

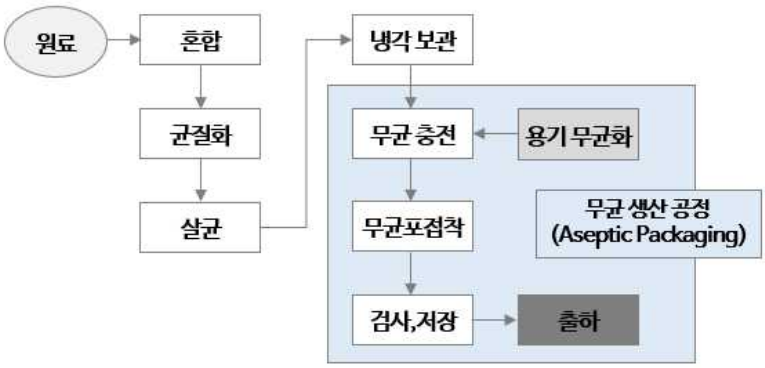
4) 다익인터내셔널 홈페이지(삼각티백 OEM 전문업체)

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

소화시키면서 오랜 기간 신선하게 유지시킬 수 있는 기술임. 무균 생산 공정은 초고온 순간 살균법(UHT: Ultra Heat Temperature)에 의해 무균 상태로 만든 식품을 무균 탱크에 냉각하여 저장한 후, 무균 상태가 유지된 포장기기와 포장지를 이용해 주입과 밀봉을 진행하는 첨단 공정임[5]

○ 참고로 롯데칠성음료는 2007년 어셉틱 생산 라인 본격화를 시작으로 차 음료 뿐만 아니라 주스, 스포츠음료, 커피 등에 자체 무균 생산 공정인 '어셉틱 공법'을 적용하여 모든 음료 생산 전처리과정을 무균 부스 내에서 실시하고 있음[6]

[그림 1-4] 무균 생산 공정



* 식약생활정보지, 광주지방식약청 / 삼양그룹 공식 블로그 Say Samyang 등 참고

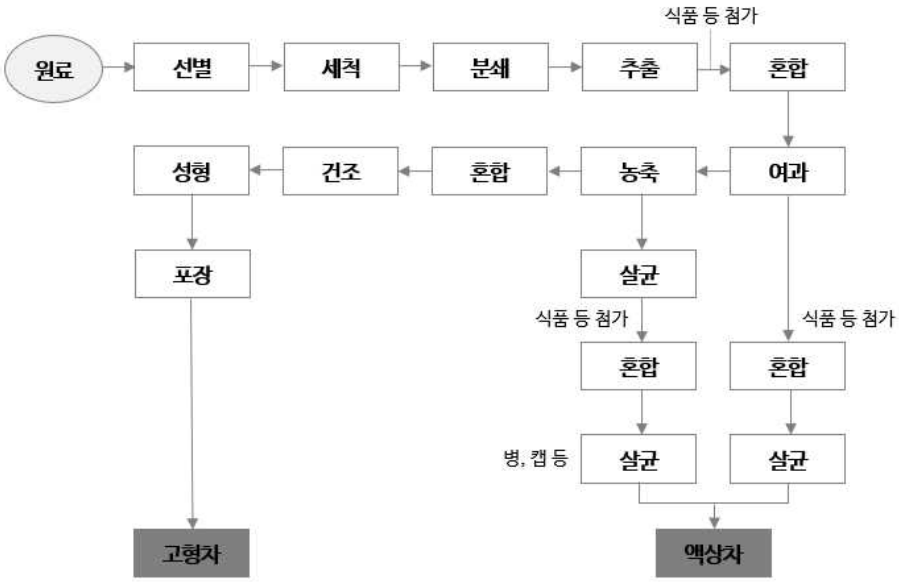
○ 고형차는 액상차 제조 공정과 일부 상이하나, 가공된 원료를 건조하여 분말/가루로 만듦

○ 고형차 중 가장 시중에서 많이 팔리고 있는 과립녹차분말의 제조공정을 참고해보면, 녹차잎을 분쇄기를 통해 분쇄한 후, 분급기에 통과시켜 분말로 제조하고, 제조한 분말을 유동층 조립기에 넣어 유동화한 후에 정제수를 분무함. 그 후 건조공기를 공급하여 수분은 5% 이하 정도까지 감소시킨 후 체별하여 과립녹차분말을 제조하는 공정을 거침[7]

5) 2014 가공식품 세분시장 현황조사_액상차 편, 한국농수산식품유통공사
6) '패키징이 경쟁력' …디자인 경영 강조하는 식음료업계, 한국경제매거진, 2018.05.30

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[그림 1-5] 액상차 및 고형차 제조 공정



* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2017.12

7. 다류 관련 인증 및 제도

1) HACCP[8)]

HACCP 적용작업장/업소 인증마크

□ HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)이란 식품의 원료관리 및 제조, 가공, 조리, 소분, 유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해 요소를 확인 평가하여 중점적으로 관리하는 제도로 위해요소분석(Hazard Analysis)과 중요관리점(Critical Control Point)의 영문 약자로 해썹 또는 식품안전관리인증기준이라고 함

7) 과립녹차분말의 제조 방법, (주)아모레퍼시픽
8) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

□ 적용 분야 및 대상으로는 축산물과 식품 분야로 나뉘는데, 다류는 식품의 하위품목으로「식품위생법」제48조와 같은 법 시행령 제33조, 제34조,「식품위생법 시행규칙」제62조~제68조,「식품 및 축산물 안전관리인증기준」등에 따라 HACCP 적용대상으로서 관리를 받고 있음

○ 참고로 식품에서의 HACCP 적용은 식품 및 즉석판매제조·가공업, 건강기능식품 및 식품첨가물제조업, 식품소분업, 집단급식소 및 기타식품판매업, 식품접객업 및 집단급식소 등 식품의 제조·가공·유통·외식·급식의 모든 분야에 적용되고 있음. 2003년 어묵류 등 6개 식품유형에 식품안전관리 의무화 규정을 신설한 이래로, 2006년 배추김치, 2014년 과자, 캔디류 등, 2016년 순대, 떡볶이떡(떡류)에 대해 식품안전관리 인증을 의무적으로 적용하고 있으며, 연매출 및 종업원 수에 따라 2020년 까지 단계별 의무적용 대상으로 관리되고 있음

○ 조사날짜 2018년 11월 30일 기준[9], 다류 제조업체 중 **HACCP 인증을 받은 업소는 366개**로 나타남. 각각 침출차 51개, 액상차 262개, 고형차 53개 업체가 HACCP 인증을 받음

[표 1-9] 식품 HACCP 적용 대상

적용업종	적용품목
식품제조·가공업소	과자류, 빵 또는 떡류, 코코아가공품류 또는 초콜릿류, 잼류, 설탕, 포도당, 과당, 엿류, 당시럽류, 올리고당류, 식육 또는 알함유가공품, 어육가공품, 두부류 또는 묵류, 식용유지류, 면류, **다류**, 커피, 음료류, 특수용도식품, 장류, 조미식품, 드레싱류, 김치류, 젓갈류, 조림식품, 절임식품, 주류, 건포류, 기타 식품류
건강기능식품제조업소	영양소, 기능성 원료
식품첨가물 제조업소	식품첨가물, 혼합제제류
식품접객업소	위탁급식영업, 일반음식점, 휴게음식점, 제과점
즉석판매제조·가공업소, 식품소분업소, 집단급식소식품판매업소, 기타식품판매업소, 집단급식소	

* 한국식품안전관리인증원

9) 식품안전관리인증제(HACCP) 운영현황 중 다류를 기준으로 하위품목인 침출차, 액상차, 고형차 3개 품목에서 HACCP 인증을 받은 업소를 검색한 결과임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2) 가공식품산업표준 KS인증[10]

□ 가공식품 표준화(KS)란 합리적인 식품 및 관련 서비스의 표준을 제정·보급함으로써 가공식품의 품질고도화 및 관련 서비스의 향상, 생산기술 혁신을 기하여 거래의 단순·공정화 및 소비의 합리화를 통하여 식품산업 경쟁력을 향상시키고 국민 경제발전에 이바지하고자 하는 제도임

가공식품산업표준
KS 인증 마크

○ 「산업표준화법」에 의거하여 운영되고 있으며, 인증대상 품목은 농/수/축산물 가공식품임. 그 중 다류의 인증 품목으로는 표준번호 KS H 2117 인삼차, KS H 2160 홍차, KS H 2161 녹차 총 3가지이며, 2018년 11월 기준 KS인증을 받은 업체는 없음

3) 유기가공식품 인증[11]

□ 유기가공식품[12] 인증제도는 국립농산물품질관리원에서 인정한 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용원료와 제조공정을 심사하여 법의 기준에 적합하다고 보증하는 제품만 인증로고와 유기(농)명칭을 사용할 수 있게 하는 제도로, 「친환경 농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」등에 따라 2008년부터 시행되고 있음

유기가공식품 인증마크

□ 유기 표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자를 보호하고, 선의의 사업자로 하여금 고품질의 유기식품을 공급할 수 있도록 장려하는 것을 목적으로 함. 가공식품을 '유기'로 표시하거나 판매하고자 하는 자는 농림축산식품부 장관이 지정한 인증기관으로부터 인증을 받고, 인증기관은 인증을 받고자 하는 사업자의 현장을 확인하여 인증서를 발급함

10) 국립농산물품질관리원(www.naqs.go.kr), 한국식품연구원(www.kfri.re.kr), 한국표준정보망(www.kssn.net)
11) 국립농산물품질관리원
12) 유기가공식품이란 유기농·수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조, 가공, 유통되는 식품으로 유기원료 함량이 제품 중량의 95% 이상이어야 함(물, 소금 제외)

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

다류 시장

□ 다류 유기가공식품은 '다류' 항목으로 분류되어 있는 업체를 살펴봄. 2018년 11월 기준, 총 **194개의 업체**가 해당됨

○ 주요 해당 품목은 보리차, 녹차 등 차음료 및 과일청(액상차), 티백차(침출차), 녹차/아로니에 분말(고형차) 등이 이에 해당됨

○ 참고로 일부 업체의 경우 '음료류'로 항목으로 분류된 업체가 '다류'를 생산하기도 하나, 주력 상품이 '음료류'인 업체는 분류 기준의 일관성을 위해 제외하고 살펴봄

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 장
주요 원료 현황

제 1 절
다류 주요 원료

제 2 절
주요 원료 공급 현황

제 1 절 다류 주요 원료

□ 시중에 판매되고 있는 대표 다류 중에 국산 원료를 주로 이용하거나, 하위 품목(액상차, 침출차, 고형차) 중 대표 제품에 해당하는 제품의 원료를 기준으로 다류의 주요 원료 현황을 살펴봄

○ 침출차 중 티백이나 잎(원물)차에 해당하는 녹차와 옥수수차 등의 주원료인 **녹차와 옥수수**, 액상차 중 과일청에 해당하는 유자청의 **유자** 국내 생산 현황을 살펴봄. 액상차 중 차음료에 사용되는 주원료 대부분은 종류가 다양하고, 일부는 녹차와 옥수수차와도 중복되어 이로 대체함

[그림 2-1] 시판 다류 원료 현황

녹차	옥수수보리차	유자청(과일청)

* 이마트몰 참고

□ 2017 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 의하면, 다류에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 원료는 당류의 물엿(25,212톤)과 백설탕(17,310톤), 과당류(6,402톤)로, 주요 원료(물엿, 백설탕, 과당류)가 전체 사용량의 56.8%를 차지함

○ 이어서 당류를 제외하고 많이 사용되는 원료는 곡류의 옥수수(5,973톤), 보리(5,893톤) 등임. 이는 옥수수차, 보리차, 현미옥수수차 등 곡류 티백차나 차음료 등에 활용되고 있음. 다류 제품에 이용되는 옥수수 원료는 대체로 수입산으로, 이에 따라 국산 비중이 낮게(19.8%) 나타남

○ 쌀과 보리의 국산 비중은 상대적으로 높은 반면, 옥수수 국산 비중이 20% 미만으로 낮게 나타난 것은 원료의 안전성 때문인 경우가 많음. 국

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

내산을 사용하고 싶으나, 옥수수의 곰팡이균 관리가 쉽지 않아 수입산을 이용하는 특징이 있음[13]. 더불어 원가나 안정적인 공급측면에서도 수입산을 선호하는 경우가 있음

○ 기타에는 생강차, 대추차 등 티백차 및 과일청 등에 이용되는 홍삼, 인삼, 홍삼엑기스, 인삼엑기스, 생강 등과 녹차잎 등이 포함됨

[표 2-1] 다류 원료별 사용량 및 국산 비중

(단위: 톤, %)

식품원료		총사용량	국산사용량	수입산사용량	전체 대비 사용비중	국산 비중
곡류	옥수수	5,973	1,180	4,793	7.0	19.8
	보리	5,893	4,470	1,423	6.9	75.9
	쌀	1,427	1,427	0	1.7	100.0
	메밀	1,486	125	1,361	1.7	8.4
과일채소	농축과채즙	669	225	445	0.8	33.5
	과일채소퓨레	236	216	20	0.3	91.5
당류	물엿	25,212	2	25,210	29.3	0.0
	백설탕	17,310	0	17,310	20.1	0.0
	과당류	6,402	634	5,768	7.4	9.9
기타		21,334	15,489	5,844	24.8	72.6
합계		85,942	23,768	62,174	100.0	27.7

* 2017 식품산업 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사(2016년 조사 결과)
* 대분류(곡류, 과일채소, 당류) 안에 포함된 중분류 식품원료 중 사용량이 높은 원료를 선택하여 작성한 것으로, 그 외에 중분류 식품원료는 기타 값에 포함하여 작성함

13) 업계 전문가 인터뷰

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 절 주요 원료 공급 현황

1. 녹차 생산 현황

□ 국내 녹차 재배는 정부의 '농어민 소득증대 특별사업(1969)'의 일환으로 전라남도 보성을 중심으로 활발히 이루어졌으며, 녹차 제품 주요 제조사 중심으로 대규모 녹차 다원을 조성하면서 녹차 사업이 활발해짐. 이후 다른 차류(홍차, 곡물차 등)로의 소비 이동, 농약파동 등에 따라 생산 규모가 감소 추이를 보였으나, 최근에는 제주도 중심으로 녹차 관련 관광사업이 활성화되면서, 생산량 기준으로 일부 증가 추세를 보임[14)]

○ 2017년 기준으로 녹차 생산 농가수는 3,406호, 생산면적은 3,050ha, 생산량은 4,026톤으로, 최근 5년간 농가수 및 수확면적은 감소세를 보이나 생산량은 증가함. 이는 농업기술의 발전, 지역별 녹차산업 활성화 노력 등에 의한 것으로 보임

[표 2-2] 녹차 생산 현황

(단위: 호, ha, 톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
농가수(호)	4,030	3,600	3,600	3,737	3,406
생산면적(ha)	2,926	2,768	2,768	2,906	3,050
수확면적(ha)	-	2,018	2,418	2,623	2,391
생산량(톤)	2,700	2,660	3,618	3,985	4,026

* 연도별 특용작물 생산실적, 농림축산식품부
1) 녹차는 건엽 기준으로 작성함
2) 생산면적은 전체 면적 기준으로 작성함

14) 녹차산업 발전 정책 동향, 식품가공적성정보센터, 2016.09

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 녹차의 원료인 차나무는 연평균 기온 10℃이상의 온난하고 연평균 강수량이 1,500mm 이상인 다습한 지역에서 잘 자라는 편임. 이에 따라 우리나라 차(茶) 주요 재배지는 전라도, 경상도, 제주도 등 남쪽 지역임

○ 특히 전라남도의 보성과 경상남도의 하동, 제주도 등이 주요 녹차 생산지로, 지리산이나 한라산 등 산자락 주변을 중심으로 재배지가 형성되어 있음. 해당 지역에서는 지리적으로 특화된 지역상품(지리적표시제 등록)으로 녹차를 판매, 관광 상품을 제공하고 있기도 함

○ 특히 제주도 지역에서 수확면적이 감소한 것 대비 생산량이 증가했는데, 2017년 수확면적 214ha, 생산량 652톤으로, 2016년 수확면적 242ha, 생산량 298톤에 비해 각각 11.6% 감소, 118.8% 증가함. 제주녹차는 온난한 기후와 풍부한 강수량으로 녹차재배에 적절하며, 특히 친환경재배 방식으로 안전성을 인정받음. 최근에는 제주 가루녹차가 인기를 얻었는데, 이는 가루녹차, 녹차라테 제품 자체 뿐 아니라 외식업체, 디저트 제조업체 등에서도 수요가 높기 때문임[15)]

[표 2-3] 지역별 녹차 생산 현황

(단위: ha, 톤)

구분	2013		2014		2015		2016		2017	
	수확면적	생산량	수확면적	생산량	수확면적	생산량	수확면적	생산량	수확면적	생산량
광주	17	16	17	16	17	16	17	16	17	16
충남	7	8	7	8	7	9	7	9	7	9
전북	69	90	69	92	57	84	62	75	62	74
전남	1,453	1,473	1,203	1,568	968	1,122	1,191	1,438	1,147	1,407
경남	1,135	1,055	1,065	1,961	1,129	2,081	1,104	2,149	944	1,868
제주	245	57	241	270	240	306	242	298	214	652
합계	2,926	2,700	2,601	3,915	2,418	3,618	2,623	3,985	2,391	4,026

* 연도별 특용작물 생산실적, 농림축산식품부

1) 미터당 톤 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

15) 제주산 가루녹차 인기몰이로 품귀현상 벌어져, 중앙일보, 2017.04.13

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2. 옥수수 생산 현황

□ 옥수수는 중앙아메리카에서부터 북쪽으로는 캐나다, 남쪽으로는 아르헨티나까지 다양한 종류와 품종이 분포되어있어 전 세계적으로 널리 재배되고 있는 곡물 중 하나임. 식량으로 주로 이용되는 벼와 밀과 달리 옥수수는 대체적으로 가축의 사료나 가공 및 공업 원료로 활용되는 편임

○ 우리나라에서는 쌀이나 보리를 재배하지 못하는 산간 지대에서 식량 대용으로 재배하였으며, 강원도, 충북, 전남, 경기도 등에서 주로 재배됨. 1990년대 이전까지는 축산업 및 가공산업의 발달과 함께 옥수수 수요량이 증가하면서 옥수수 재배면적이 증가했으나, 품질이나 가격경쟁력, 수요 대비 공급량이 부족해 대부분 수입에 의존하고 있는 것이 특징임. 1980년대 이후 식용보다는 사료용으로 주로 이용되고 있음[16)]

○ 국내에서 판매되고 있는 다류 중 옥수수가 첨가된 옥수수차음료 및 옥수수 티백차 등은 옥수수품종 및 가격경쟁력 등에 따라 주로 수입산을 이용함. 그러나 옥수수 알갱이 자체로 끓여먹는 통알곡 옥수수 침출차나 영농조합 제품의 경우, 국산 옥수수를 이용하기도 함

볶은 통알곡 옥수수차

□ 옥수수 생산 현황을 살펴보면, 2017년 기준으로 생산면적은 15,074ha, 총 생산량은 72,587톤임. 2013년 대비 생산면적은 5.2% 감소, 총 생산량은 9.8% 감소함. 이는 온난화, 가뭄 등 기상변화 및 소비감소에 영향을 받은 것으로 보임

○ 수입현황을 살펴보면, 연도별로 다소 증감을 보이나 세계 유명 옥수수 생산국가인 미국, 아르헨티나에서의 공급 및 수요량, 옥수수 국제가격 등에 따라 수입량이 변동되는 것으로 보임. 국내와 마찬가지로 해외도 기상변화에 따른 작황부진으로 생산량이 감소함에 따라, 옥수수 국제가격이 상승하여 수요에 어려움이 발생함[17)]

16) 옥수수 생산, 강원도청 홈페이지

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 용도별 소비실적을 살펴보면, 2017년 소비현황을 기준으로 옥수수는 사료용 75.1%, 전분용 24.1%, 옥분용 0.8% 순의 비중으로 사용되고 있음. 옥수수 옥분용은 옥수수 머핀/케익/바게트, 호떡 등 제빵용으로 주로 사용되며, 전분용은 튀김가루, 소스류 등 다양한 가공품의 원료로 사용됨

[표 2-4] 옥수수 생산 및 수입 현황

구분	생산 현황			수입현황	용도별 소비실적			
	면적 (ha)	10a당 생산량(kg)	총 생산량 (톤)	수입량 (천톤)	소비합계 (천톤)	사료용	전분용	옥분용
2013	15,905	506	80,465	8,282	8,307	6,407	1,832	68
2014	15,839	518	82,008	10,137	9,906	7,850	1,985	71
2015	15,356	510	78,243	9,632	10,034	7,907	2,049	78
2016	15,183	485	73,681	9,743	9,942	7,711	2,158	73
2017	15,074	482	72,587	9,320	9,291	6,978	2,238	75

* 생산현황 2013년~2016년: 연도별 농작물생산통계, 통계청 / 2017년: 농작물생산조사 잡곡생산량, 통계청
수입현황 및 용도별 소비실적: 농림축산식품 주요통계 2018, 농림축산식품부

1) 재배규모가 작은 옥수수 등의 작물은 지방자치단체를 통해 작물별 경작 농가를 대상으로 청취조사한 10a당 생산량과 통계청 재배면적조사 자료를 이용해 총 생산량을 추정한 것임

3. 유자 생산 현황

□ 2014년 탄산수 인기와 함께 과일과 설탕을 절여 만든 과일청의 인기가 높아졌으며, 최근에는 생강, 대추 등을 넣은 건강청도 생산되어 수출되고 있기도 함. 그 중에 유자청은 유자차를 타먹을 수 있는 원료 중 하나로 여름뿐 만 아니라 겨울에도 수요가 높으며, 비타민C 함유량이 높아 피부미용, 노화방지, 피로회복 등에도 효과가 좋음

○ 국내 주요 유자 생산지역은 전남 고흥, 완도, 장흥, 진도 등 남해안 지역으로, 이 중 고흥이 우리나라 전체 유자 생산량의 약 30% 정도를 차지함. 유자는 기후변화에 민감하여 생산에 다소 어려움이 있음. 연평균 기온이 13~15℃ 내외, 최저기온 영하 9℃ 이하로 내려가는 않는 곳에서만 재배할 수 있고, 일조량 연간 2,400시간 이상, 연평균 강수량 1,500mm

17) 생산국 작황 부진 등으로 밀과 옥수수 가격 상승, 국제신문, 2018.04.09

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

이상의 조건에서 재배가 가능함[18]

□ 유자 생산은 1980년대부터 본격적으로 시작되어 활발하게 이루어지다가 유자목 노령화, 생산지역 확대 한계, 기후변화, 다른 과실로의 수요 이동 등에 따라 2012년 이후 계속해서 정체 및 감소 추세를 보였음

○ 유자 생산 불안정에 따른 가격 폭락, 풍작 및 재고량 증가에 따른 공급-수요 불균형 등의 문제로 유자(차) 시장은 국내 생산·유통에만 제한되어 있었음. 그러나 한국산 유자제품(유자차, 유자청 등)의 품질을 인정받아 해외 인기가 높아지면서 수출 확대를 위한 정부의 노력이 진행되었고, 이후 생산량은 다소 회복세를 나타내며 2013년 9,746톤에서 2016년 11,294톤으로 15.9% 증가함

[표 2-5] 유자 및 유자가공품 생산 현황

구분	2013	2014	2015	2016	2017
재배면적(ha)	1,036	994	1,063	1,047	-
생산량(톤)	9,746	9,326	11,256	11,294	-
수출량(톤)	13,072	14,713	14,665	14,824	13,745

* 유자(차) 생산동향, 농식품수출정보 Kati
1) 재배면적과 생산량은 원료인 유자 과실 기준이며, 수출량은 유자청, 유자차를 포함한 유자 가공품 기준임
2) 유자(차)는 HS코드 2008.30.1000(유자)/ AG코드 11646(유자) 값임

□ 유자 수출 현황을 살펴보면 미국과 일부 동남아시아, 일본 등에서 COSTCO, 한인마트를 중심으로 기존보다 고급스러워진 유자 가공품의 수출 규모가 증가함

○ 최근 3년간 유자차 수출 주력 시장이었던 중국 시장의 사드사태에 따른 급락세로 전반적인 수출 규모가 일부 답보상태를 보였으나,[19] 사드 갈등이 일부 해소되면서, 기존 대형마켓 위주의 시장 이외에 중국에 진출한 국내 카페/베이커리 프랜차이즈 매장의 유자차 메뉴화, 신규 유통망 개척 등 진출확대로 수출 회복세를 보이고 있음.[20] 또한 한국산 유자차 제품

18) 고흥유자, 한국지역진흥재단
19) 2017 유자차 국내생산 및 해외시장 동향, 농식품수출정보 Kati, 2018.07

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

이 중국산 제품보다 품질과 식품안전성 부분에서 인정을 받고 있으며, 한류 열풍도 일부 영향을 준 것으로 보임[21]

○ 미국으로의 유자차 수출은 차츰 상승세를 보이는데, 이는 한국 식품에 대한 미국 내에서의 인기와 관심도가 높아진 것과 동시에, 맛과 섭취하는 방법에 대한 호기심으로 매출이 증가세를 보이기 때문임. 특히 비타민 함량이 높고 톡 쏘는 유자차의 맛은 해독 효과가 있다고 알려진 레몬차와 유사해 높은 시장경쟁력이 예상됨. 일본산 유자차가 미국식 표기법인 'Citron Tea(씨트론티)' 나 'Yuju(유주)' 로 표기되고 있어, 미국 시장에서 일본 제품과 차별화를 위해 한국산 유자차만의 차별화된 명칭도 일부 요구되고 있음[22]

[표 2-6] 유자 및 유자가공품 주요 국가 수출 현황

구분	2015		2016		2017	
	수출량(톤)	수출액(천$)	수출량(톤)	수출액(천$)	수출량(톤)	수출액(천$)
중국	8,344	22,081	8,046	21,368	6,310	15,336
일본	1,948	5,977	1,956	6,205	2,138	6,557
홍콩	1,806	5,048	2,267	5,989	2,253	5,790
미국	648	2,084	742	2,465	1,153	3,699
대만	1,110	3,144	972	2,706	1,017	2,829

* 수출입무역통계, 관세청
* 유자(차)는 HS코드 2008.30.1000(유자)/ AG코드 11646(유자) 값임

20) '한국 유자차' 중국서 인기 몰이...수출 전년비 42% 증가, 중앙일보, 2018.06.21
21) 업계 전문가 인터뷰
22) 국산 유자차 '미국 수출 성장세' 눈에 띄네, 농민신문, 2017.10.25

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 3 장
생산 및 수출입 현황

제 1 절
생산 및 출하 현황

제 2 절
수출입 현황

제 1 절 생산 및 출하 현황

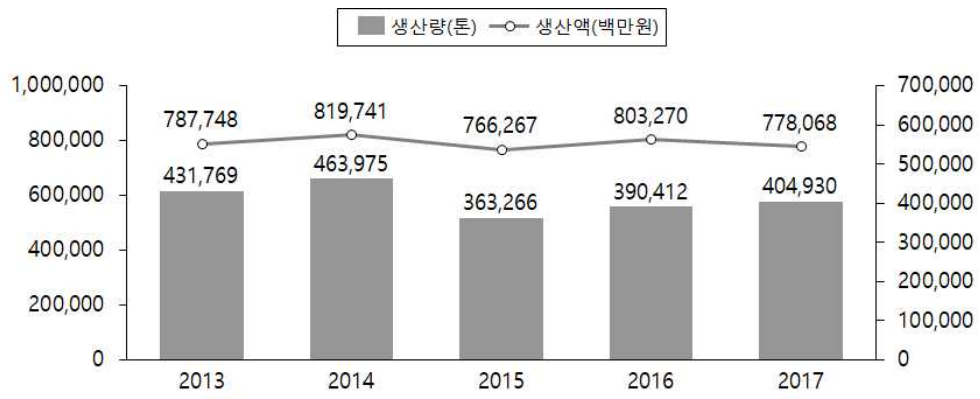
1. 다류 생산 및 출하 규모

□ 다류 생산실적은 2017년 생산액 기준, 7,781억 원으로 2013년 7,877억 원 대비 1.2% 감소함. 같은 기간 생산량은 43만 1,769톤 대비 40만 4,930톤으로 6.2% 감소함

□ 반면 출하실적은 출하액 기준, 2017년 9,473억 원으로 2013년 7,833억 원으로 20.9% 증가함. 같은 기간 출하량은 26만 1,835톤 대비 37만 44톤으로 41.3% 증가함

○ 생산 현황과 출하 현황이 일부 차이를 보이는데, 이는 재고 물량에 따라 생산량과 출하량이 차이를 일부 보이는 경우도 있으며, 생산물량에는 수출 물량도 포함되어 있어 국내로 출하되는 출하실적과는 차이를 보이고 있음. 즉, 생산은 줄었으나 출하는 증가하였다는 것은 수출 물량이 감소하여 나타난 결과로 보임

[그림 3-1] 다류 생산 실적



* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 액상차, 침출차, 고형차의 합계 값임
2) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 다류는 기호식품 중 하나로 문화, 라이프 스타일 등에 좌우되기도 함. 최근에는 커피 및 일반 음료시장이 포화됨과 동시에 차 문화에 대한 새로운 경험, 다양한 향과 맛, 실용성을 강조한 신제품 출시, 커피전문점의 차 메뉴 개발 등에 따라 차 시장이 성장하고 있는 것으로 보임[23)]

○ 출하실적 기준으로는 국내 다류 시장이 증가 추이를 보이는데, 이는 기존에 녹차, 보리차 등 한정된 시장에서 허브티, 메밀차 등의 기호성 차, 건강 테마차로 시장 범위가 확대되고, 다류 시장이 고급화 된 것이 영향을 준 것으로 보임

[표 3-1] 다류 생산 및 출하실적

(단위: 톤, 백만 원)

구분	생산 실적		출하 실적	
	생산량	생산액	출하량	출하액
2013	431,769	787,748	261,835	783,283
2014	463,975	819,741	288,787	800,351
2015	363,266	766,267	330,463	887,834
2016	390,412	803,270	353,813	964,880
2017	404,930	778,068	370,044	947,322

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
2) 액상차, 침출차, 고형차의 합계 값임

2. 품목별 생산 및 출하 규모

1) 다류 생산 현황

□ 품목별로 생산 규모를 살펴보면, 2017년 생산액 기준으로 액상차(61.0%), 침출차(21.6%), 고형차(17.4%) 순으로 나타남

○ 유일하게 증가세를 보이는 유형은 액상차임. 생산액 기준, 2013년 4,650억 원 대비 2017년 4,745억 원으로 2.1%의 증가율을 보임. 반면 같은 기간 생산량은 37만 8,791톤 대비 36만 5,633톤으로 3.5%의 감소세를 보임.

23) 동서식품, 커피 대신 홍차로 매출 올릴까?, 식품외식경제, 2016.10.07

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

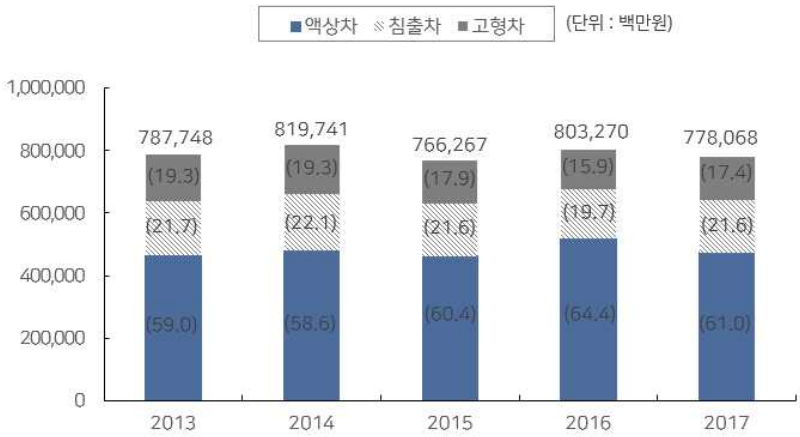
이는 다류 시장 고급화에 따라 신제품 출시와 함께 패키지 고급화, 고급 원료 사용, 제품 카테고리 확장, 프로모션 진행 등으로 제품 단가 및 소비자 가격이 상승했기 때문으로 해석됨

○ 반면, 침출차와 고형차는 감소 추이를 보임. 생산액 기준 침출차는 2013년 1,710억 원 대비 2017년 1,679억 원으로 1.8% 감소했으며, 생산량 기준으로는 16.8% 감소함. 고형차는 같은 기간 생산액 기준 1,518억 원 대비 1,357억 원으로 10.6% 감소, 생산량 기준 31.6% 감소함

○ 침출차의 경우, 우려먹어야 하는 불편함 등의 이유로 간편하게 먹을 수 있는 차나 차를 대체하는 음료로 소비가 이동한 것과 집이나 사무실 등에서도 예전처럼 티백차를 마시는 경우가 줄면서 소비가 줄어들고 있는 것으로 보임[24)]

○ 우려먹어야 하는 불편함이 있는 잎차의 수요가 감소했을 뿐만 아니라 대표 침출차 중 하나인 보리차, 둥글레차의 수요가 감소한 것이 시장 축소의 가장 큰 요인으로 작용한 것으로 보임. 고형차는 예전과 달리 영양섭취 목적으로 이용하는 경우가 줄면서 생산이 줄어든 것으로 분석됨[25)]

[그림 3-2] 다류 품목별 생산 현황



24) 업계 전문가 인터뷰
25) 업계 전문가 인터뷰

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 3-2] 다류 품목별 생산 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	액상차		침출차		고형차	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
2013	378,791	464,969	20,680	170,956	32,299	151,823
2014	416,891	480,565	17,214	181,145	29,870	158,030
2015	315,377	462,938	27,263	165,792	20,627	137,537
2016	347,503	517,405	21,367	158,141	21,544	127,725
2017	365,633	474,545	17,197	167,867	22,100	135,656

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

① 액상차 생산 현황

□ 액상차 종류별 생산 현황을 살펴보면, 2017년 생산액 기준으로 기타(77.0%), 과실차(18.3%), 홍삼차(4.0%) 순으로 시장점유율을 차지하고 있음

○ 기타 항목에는 옥수수차, 보리차, 헛개차, 우엉차 등 곡류 위주의 액상차 뿐만 아니라 녹차, 홍차, 숙취해소제, 과일청 등 다양한 품목이 혼합되어 생산 규모가 크게 집계된 것으로 보임. 최근에는 헛개차, 옥수수차, 보리차 등으로 액상차 시장 범위가 확대되었으며, 풍부한 맛과 함께 노폐물 제거, 피로회복 등에 도움이 되는 홍차의 인기에 따라 다양한 홍차 제품도 생산되고 있음. 코카콜라의 '태양의 식후비법 더블유 W차'는 홍차, 녹차, 우롱차와 식이섬유를 첨가한 새로운 차 음료로, 가볍고 깔끔한 맛을 가져 식사 후 먹기에 좋은 특징이 있음. 투명한 용기 패키징으로 깔끔함을 극대화시킴[26)]

태양의 식후비법 더블유W차 (코카콜라)

○ 액상차 중 과실차에는 레몬/자몽차, 아이스티, 매실/복분자/오미자차 등이 포함됨. 생산액 기준, 2013년 1,074억 원 대비 2017년 866억 원으로 19.3%의 가장 큰 감소율을 보이는데, 이는 다류의 종류가 다양해지

26) 식음료업계, 높아지는 홍차 인기에 음료, 디저트까지 신제품 풍성, 중앙일보, 2018.08.13

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

면서 타 항목으로 소비가 일부 이동한 것이 영향을 준 것으로 보임. 2014년에는 생산 규모가 급락을 보이는데, '과실차'로 분류되던 일부 제품이 '기타'에 포함되었을 가능성이 있음

○ 유일하게 액상차 중 홍삼차만 성장세를 보이는데, 생산액 기준으로 2013년 137억 원 대비 2017년 188억 원으로 37.2% 증가함. 같은 기간 생산량은 727톤 대비 1,218톤으로 67.5% 증가함. 상대적으로 규모가 큰 기업에서 홍삼이 들어간 음료를 출시하면서 생산량은 증가세를 나타내는 것으로 보임

홍삼수(정관장)
한뿌리 레드진생티
(CJ제일제당)

[표 3-3] 액상차 생산 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	과실차		홍삼차		인삼차		기타	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
2013	31,821	107,380	727	13,724	82	3,920	346,161	339,945
2014	14,047	45,260	784	7,066	34	3,114	402,026	425,125
2015	31,397	95,665	1,013	16,800	73	2,727	282,894	347,745
2016	34,765	107,942	1,224	22,789	93	4,030	311,421	382,643
2017	31,451	86,614	1,218	18,829	78	3,594	332,886	365,508

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 기타에는 홍차, 녹차, 곡류차 등이 포함되어 있음
2) 2014년 과실차 생산규모는 일부 집계 오류이거나 기타에 포함되었을 것으로 추정됨
3) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

② 침출차 생산 현황

□ 침출차 종류별 생산 현황을 살펴보면, 2017년 생산액 기준으로 기타(51.2%), 녹차(37.8%), 가공곡류차(11.0%) 순으로 점유율을 차지함

○ 침출차 시장은 전반적으로 감소세를 보이는 가운데, 기타 침출차는 생산액 기준 2013년 745억원 대비 2017년 860억 원으로 15.4% 증가함. 반면, 같은 기간 생산량은 1만 624톤 대비 8,033톤으로 24.4% 감소함. 기타에는 홍차, 과실차, 허브차 등 다양한 유형의 차가 포함되어 있어 시장 규모가 상대적으로 크며, 최근에는 대형유통채널에서 PB 티백차

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제품을 출시·판매하거나 패키지가 화려한 선물용 고급 제품도 판매가 활발해져 생산량 대비 생산액이 증가한 것으로 보임

PB 티백차	선물용 티백차
얼그레이(피코크) 스윗피치블랙티(피코크)	러블리 티박스 (오설록)

○ 가공곡류차는 보리차, 옥수수차 등이 포함되는데, 녹차와 마찬가지로 이전부터 꾸준히 수요가 있었으나, 점차 생산 규모가 감소함. 생산액 기준으로 2013년 290억 원 대비 2017년 184억 원으로 36.3% 감소함. 생산량은 같은 기간 27% 감소함. 이는 과실차나 홍차 등 다양한 종류의 (침출)차 제품이 출시되어 수요가 타 항목으로 이동한 것이 시장 규모 감소에 영향을 준 것으로 보임

○ 참고로 2014년에는 가공곡류차와 녹차의 생산 규모가 급락을 보이는데, 이는 일부 제품이 집계 기준 변경에 따라 '기타'에 포함되었을 가능성이 있음

[표 3-4] 침출차 생산 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	가공 곡류차		녹차		기타	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
2013	6,411	28,954	3,645	67,463	10,624	74,539
2014	1,190	12,163	1,444	23,855	14,580	145,127
2015	5,019	23,541	3,233	64,285	19,011	77,966
2016	4,518	20,419	3,605	59,722	13,244	78,001
2017	4,677	18,433	4,487	63,443	8,033	85,991

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 기타에는 인삼차, 홍삼차, 홍차, 우롱차 등이 포함되어 있음
2) 2014년 가공곡류차, 녹차 생산규모는 일부 집계 오류이거나 기타에 포함되었을 것으로 추정됨
3) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

③ 고형차 생산 현황

□ 고형차 종류별 생산 현황을 살펴보면, 2017년 생산액 기준으로 기타(64.9%), 녹차(18.7%), 홍차(10.5%), 과실차(5.9%) 순으로 시장점유율을 차지하고 있음

○ 고형차 중 과실차가 유일하게 생산량과 생산액 기준으로 모두 성장세를 보이고 있음. 생산액 기준, 2013년 56억 원 대비 2017년 80억 원으로 42.6% 증가함. 같은 기간 생산량은 1,176톤 대비 1,623톤으로 38% 증가함. 주요 제품으로는 최근 다이어트, 디톡스, 수분섭취 열풍에 따라 물에 맛을 첨가할 수 있는 제품이 인기를 끌고 있으며, 그 중 레몬을 이용한 과실 고형차 제품의 수요가 높은 편임

TEAZEN 레몬밤

○ 녹차는 고형차 시장에서 기타를 제외하고 가장 큰 시장점유율을 차지하고 있음. 생산액 기준으로 2013년 145억 원 대비 2017년 254억 원으로 75% 증가함. 반면, 생산량은 3.7% 감소함. 녹차가루는 일반 소매채널을 통해 가루녹차나 스틱 형태의 녹차라테 제품으로 판매되기도 하나, 프랜차이즈 커피 전문점이나 베이킹용 등 B2B로 유통되는 비중이 높음

○ 홍차는 생산액 기준, 2013년 165억 원 대비 2017년 143억 원으로 13.5%의 감소세를 보이며 같은 기간 생산량은 0.2% 감소함. 녹차와 마찬가지로 고형차 형태의 홍차는 스틱용 홍차라테 제품이나 프랜차이즈 전문점으로 유통되는 홍차/밀크티 원료, 베이킹용으로 주로 사용됨. 일반 유통채널에서 판매되는 홍차 제품은 주로 티백차, 잎차(침출차)이거나 수입산 가루 홍차 제품 정도로 국산 제품은 거의 없음. 또한 녹차 원료는 대부분 국산이나, 홍차 원료는 홍차잎 주요 생산지인 스리랑카나 인도 등에서 주로 수입됨

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 3-5] 고형차 생산 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	홍차		녹차		과실차		기타	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
2013	4,744	16,476	1,387	14,503	1,176	5,596	24,992	115,249
2014	4,177	11,947	422	11,127	1,143	4,092	24,128	130,865
2015	2,819	93,719	1,114	24,235	1,494	5,750	15,200	98,182
2016	3,719	11,059	1,198	25,912	1,719	6,671	14,908	84,083
2017	4,733	14,256	1,336	25,373	1,623	7,982	14,203	88,045

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 고형차 기타에는 인삼차, 홍삼차 등이 포함되어 있음
2) 2014년 녹차 생산규모는 일부 집계 오류이거나 기타에 포함되었을 것으로 추정됨
3) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 다류 출하 현황

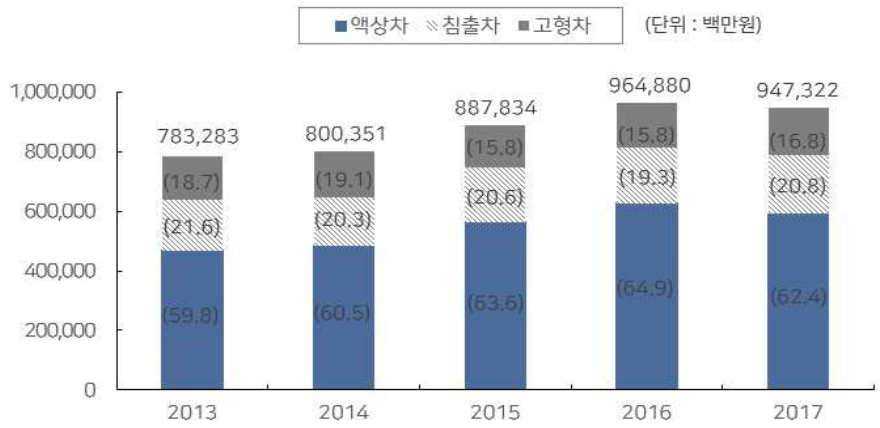
□ 출하현황을 살펴보면, 2017년 생산액 기준으로 액상차(62.4%), 침출차(20.8%), 고형차(16.8%) 순으로 점유율을 차지함

○ 다류 출하 규모의 증감 이유는 앞서 생산 현황에서 언급한 이유와 동일함. 시장 성장의 이유로는 차(茶)성분에 대한 긍정적인 소비자 반응, 신제품 출시, 프로모션 진행, 패키지 고급화 등이 있으며, 감소의 이유로는 타 품목(음료류, 커피류 등)으로의 소비 이동, 수입 제품의 인기 등이 있음

○ 앞서 언급했듯이 생산 현황과 출하 현황이 일부 차이를 보이는 것은 생산에는 국내로 출하되지 않는 수출 물량 및 샘플 제작 등의 물량이 포함되어 있기 때문이며, 금액의 차이는 출하 단가에는 제조사의 마진이 일부 포함되기 때문임

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 3-6] 다류 출하 현황



(단위: 톤, 백만 원)

구분	액상차		침출차		고형차	
	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액
2013	223,529	468,021	17,329	168,924	20,978	146,338
2014	253,667	484,574	14,580	162,786	20,539	152,990
2015	282,880	565,009	27,152	182,481	20,430	140,344
2016	313,758	626,295	19,101	186,150	20,952	152,434
2017	332,723	590,973	16,073	197,365	21,248	158,985

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

① 액상차 출하 현황

□ 액상차 종류별 출하 현황을 살펴보면, 2017년 출하액 기준으로 기타(84.8%), 과실차(10.8%), 홍삼차(3.7%) 순으로 시장점유율을 차지하고 있음

○ 액상차 기타 항목에는 곡물차인 보리차도 포함되는데, 과거부터 꾸준히 수요를 보이던 보리차가 체내 미세먼지와 중금속 등을 배출하는데 도움이 되고 위장이 약한 어린이들에게 도움이 된다는 장점에 따라 최근 다시 인기를 얻고 있음. 하이트진로음료의 '블랙보리'는 국내 최초 국내

블랙보리
(하이트진로음료)

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

산 검정보리를 사용했으며, 검정보리는 항산화 물질인 안토시아닌을 4배 이상 함유하고 있으며 식이섬유가 1.5배 많은 것이 특징임. 또한 쓴맛과 잡맛을 최소화하고 진하고 구수한 맛으로 2018년 10월 누적 판매량 3천 3백만 병을 넘어서면서 보리차 시장의 성장을 촉진하고 있음[27)]

○ 과실차 시장은 일부 감소세를 보이며, 출하액 기준 2013년 대비 2017년에 8.9% 감소함. 생산현황과 비슷하게 다류의 종류가 다양해지면서 타 항목으로 소비가 일부 이동한 것이 영향을 준 것으로 보임. 또한 2014년에는 출하 규모가 급락을 보이는데, '과실차'로 분류되던 일부 제품이 '기타'에 포함되었을 가능성이 있음

○ 반면, 같은 기간 인삼차(85.1%), 기타(32.6%), 홍삼차(23.2%) 순으로 성장세를 보임. 인삼차 및 홍삼차는 내수 시장뿐 만 아니라 일부 수출되면서 출하 규모가 증가한 것으로 보이며, 기타에는 다양한 종류의 액상차가 모두 포함되어 있어 규모가 크게 나타난 것으로 보임

[표 3-7] 액상차 출하 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	과실차		홍삼차		인삼차		기타	
	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액
2013	14,660	70,254	605	17,641	61	2,134	208,203	377,992
2014	9,252	38,582	352	4,391	87	936	243,976	440,665
2015	14,764	63,275	910	19,438	53	19,991	267,153	480,297
2016	16,236	70,838	1,128	29,473	78	2,191	296,316	523,792
2017	15,420	63,975	1,101	21,728	59	3,951	316,143	501,320

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 기타에는 홍차, 녹차, 곡류차 등이 포함되어 있음
2) 2014년 과실차 출하규모는 일부 집계 오류이거나 기타에 포함되었을 것으로 추정됨
3) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

27) 하이트진로음료 '블랙보리' 3천300만병 판매, 연합뉴스, 2018.10.08

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

② 침출차 출하 현황

□ 침출차 종류별 출하 현황을 살펴보면, 2017년 출하액 기준으로 기타(50.7%), 녹차(37.1%), 가공곡류차(12.2%) 순으로 시장점유율을 차지함

○ 출하액 기준 2013년 대비 2017년에 녹차가 55.0%로 가장 높은 증가세를 보임. 다류 제품이 다양하게 출시되면서 기존의 녹차 수요가 타 유형의 다류로 일부 이동했으나, 꾸준한 녹차 티백 제품의 수요가 녹차 출하규모 증가에 영향을 준 것으로 보임

○ 참고로 2014년에는 가공곡류차와 녹차의 출하 규모가 급락을 보이는데, 일부 제품은 집계 기준 변경에 따라 '기타'에 포함되었을 가능성이 있음

[표 3-8] 침출차 출하 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	가공곡류차		녹차		기타	
	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액
2013	3,423	36,532	2,214	47,263	11,692	85,129
2014	721	16,445	802	28,368	13,057	117,973
2015	5,467	27,446	2,764	64,355	18,921	90,679
2016	4,221	25,933	3,163	64,707	11,717	95,511
2017	4,464	24,087	4,013	73,267	7,596	100,010

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 기타에는 인삼차, 홍삼차, 홍차, 우롱차 등이 포함되어 있음
2) 2014년 가공곡류차, 녹차 출하규모는 일부 집계 오류이거나 기타에 포함되었을 것으로 추정됨
3) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

③ 고형차 출하 현황

□ 고형차 종류별 출하 현황을 살펴보면, 2017년 출하액 기준으로 기타(69.2%), 녹차(14.3%), 홍차(9.5%), 과실차(4.9%), 인삼차(1.3%), 홍삼차(0.8%) 순으로 시장점유율을 차지하고 있음

○ 녹차 출하규모는 출하액 기준 2013년 대비 2017년 64.6% 증가함. 2017년 식품업계에서 녹차맛이 인기를 끌면서, 빵, 과자, 음료 등에 녹차맛이 첨가되었으며, 이때 B2B용 녹차가루의 수요가 증가했을 것으로 예상됨. 또한 하동 가루녹차의 스타벅스 수출 납품과 더불어 국내 녹차

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

주요 생산지의 수제 녹차 제품 인기, 녹차밭 체험 활성화 등도 가루녹차 시장 활성화에 영향을 준 것으로 보임

○ 같은 기간 과실차(36.6%), 기타(4.2%) 순으로 증가세를 보임. 이는 생산 현황에서도 언급했듯이, 물이나 탄산수에 타먹는 과실향 가루차의 인기, 1포 형태로 포장되어있어 물이나 우유에 타먹을 수 있는 라테형 가루제품의 인기로 해당 품목이 증가세를 보이는 것으로 예상됨

[표 3-9] 고형차 출하 현황

(단위: 톤, 백만 원)

구분	홍차		녹차		과실차		기타	
	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액
2013	3,523	17,471	1,153	13,783	1,101	5,724	15,201	109,360
2014	3,348	13,564	329	5,824	1,050	4,606	15,812	128,995
2015	2,788	9,485	1,005	18,325	1,455	7,046	15,182	105,488
2016	3,649	11,592	1,110	22,086	1,670	8,136	14,523	110,620
2017	4,773	15,141	1,028	22,680	1,475	7,817	13,972	113,347

* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 고형차 기타에는 인삼차, 홍삼차 등이 포함되어 있음
2) 2014년 녹차 출하규모는 일부 집계 오류이거나 기타에 포함되었을 것으로 추정됨
3) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

3. 주요 생산업체 현황

□ 주요 생산업체를 살펴보기에 앞서, 시장 주요 생산 업체 현황 특징을 파악하기 위해 종업원 규모별 생산 규모를 살펴봄. 참고로 생산 규모는 식품 및 식품첨가물 생산실적에 제시되어 있는 출하 규모를 기준으로 작성함

○ 업체 현황은 액상차, 침출차, 고형차 품목별로 구분하여 살펴봄

□ 다류 출하 규모를 살펴보면, 2017년 기준 100명 이하의 종업원으로 구성된 제조업체가 전체 다류 출하액의 81.9%를 차지하고 있는 것으로 나타남. 특히 10명 이하의 종업원 수를 가지는 소규모 업체의 비중이 전체 출하액의 23.6%의 다소 높은 비중을 차지함

○ 다류 및 음료류를 전문으로 판매하고 있는 일부 중견~대기업 업체를 제외

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

하고, 그 외의 다류 제조업체들은 차(茶) 밭을 소유한 지역의 영농조합, 농가, 다류 OEM 전문 생산업체, 전통 차 생산업체 등으로 주로 종업원 수가 적게 구성되어 있어 소규모 업체의 매출 비중이 높게 나타난 것으로 보임

[표 3-10] 2017년 종업원 규모별 다류 출하 규모 현황

(단위: 백만 원)

10명 이하	11~30명 이하	31~50명 이하	51~100명 이하	101~300명 이하	301~500명 이하	501~1000명 이하	합계
241,640,742 (23.6)	228,021,092 (22.2)	120,945,247 (11.8)	249,934,653 (24.4)	166,510,966 (16.2)	12,737,518 (1.2)	6,195,857 (0.6)	1,025,986,890 (100.0)

* 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
2) 사업장 규모별 업체현황(법인업체수로 집계)과 달리 종업원 규모별 출하 규모 현황은 개별업체별로 집계하였으므로 구간별 합계 값과 전체 매출 현황이 상이할 수 있음

□ 2017년 국내 매출액 기준, 다류 생산업체 1위는 광동제약임. 광동제약은 제약산업을 기반으로 우황청심원, 쌍화탕 같은 일반 의약품 및 마시는 비타민 비타500과 옥수수수염차, 헛개차 등 차음료를 판매하고 있으며, 전체 다류 매출액의 8.9%를 차지하고 있음. 시장 1위 제조사의 시장점유율이 낮은 이유로는 주요 생산업체 순위에 음료류/차류 전문 제조업체, 차류 전문 수입업체, 영농조합법인 등 업체 구성이 다양하기 때문에 점유율이 분산된 것으로 보임

○ 롯데칠성음료(6.3%), 동서(3.0%) 등의 다류 생산업체는 일반 음료류 시장에서 선두를 차지하고 있는 것이 특징이며, 담터(2.6%), 꽃샘식품(1.8%) 등은 액상차, 침출차, 고형차 등 다양한 유형의 다류 제품을 판매하고 있어 일정 시장 규모를 유지하고 있는 것으로 보임. 특히 편의성을 강조한 스틱 형태의 고형차 제품이 다수 존재함

○ 그 외 기타에는 티젠, 오설록, 쌍계명차 등이 포함되는데 이는 다양한 종류의 다류 제품을 판매하고 있으며, 고급스러운 포장 패키지로 선물용으로도 많이 활용되고 있는 것이 특징임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 3-11] 2017년 다류 주요 생산업체 10위(출하액 기준)

(단위: 백만 원, %)

순위	업체명	주요 품목	매출액(백만원)	점유율(%)
1	광동제약㈜	(액상차) 우엉차, 야관문차 야왕, 옥수수수염차, 쌍화차, 홍삼차, 헛개차 등	84,432	8.9
2	롯데칠성음료㈜	(액상차) 옥수수수염차, 헛개차, 황금보리차, 실론티, 아이스티, 밀크티 등	59,422	6.3
3	㈜삼양패키징	(액상차) OEM 제품	42,951	4.5
4	㈜그래미	(액상차) 숙취해소음료	32,211	3.4
5	㈜동서	(액상차) 보리차, 아이스티 (침출차) 현미녹차, 홍차	28,709	3.0
6	㈜담터	(고형차) 호두아몬드율무차, 단호박마차, 쌍화차, 생강차, 미숫가루라떼 등	24,608	2.6
7	㈜아모레퍼시픽	(침출차) 녹차, 영귤차, 트로피컬블랙티, 도라지차(티백차/잎차) 등 (고형차) 가루녹차, 녹차라떼, 호지티라떼, 밀크티, 아이스티 등	24,361	2.6
8	㈜꽃샘식품	(액상차) 과일청, 대추차/레몬차/유자차/자몽차/생강차(포션), 깔라만시 등 (침출차) 옥수수수염차, 둥글레차, 녹차, 마테차, 메밀차, 우엉차, 허브차 등 (고형차) 아이스티, 쌍화차, 생강차, 호두율무차, 대추차, 곡물차 등	17,303	1.8
9	㈜오뚜기	(액상차) 유자차, 꿀생강차, 오미자차, 과일청(유자, 모과 등) (침출차) 옥수수수염차, 국화차 등 (고형차) 생강차, 대추차, 아이스티 등	14,929	1.6
10	동서식품㈜	㈜동서와 동일	14,161	1.5
기타			604,238	63.8
합계			947,322	100.0

* 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처/ 각 사 홈페이지 참고
1) 백만 원 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
2) 다류 주요 업체 매출액 기준으로 상위 10개 업체를 선정함

□ 국내 다류 생산·판매업체는 국내 유통채널에서 판매되고 있는 제품 및 시장 점유율을 종합적으로 고려하여 광동제약, 롯데칠성음료, 동서 등 주요 상위 업체의 특징과 주요 제품을 살펴봄. 음료 OEM 전문업체인 삼양패키징과 제품 카테고리가 한정적인 일부 업체는 제외함

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 한방 전문 제약회사 광동제약은 일반의약품 뿐만 아니라 건강기능식품, 약국용드링크, 일반 음료류 등을 판매하고 있음. 이 중 다류는 일반 음료류에 포함되는데, 주로 헛개차, 우엉차, 야관문차, 옥수수수염차 등 액상차음료가 해당됨. 대추농축액과 쌍화농축액을 넣어 만든 '광동 대추쌍화'와 '광동 쌍화골드'는 쌍화차의 일종으로 약국에서 판매하고 있으나, 일반의약품이 아닌 '액상차'로 구분되어 있는 것이 특징임

○ 롯데칠성음료는 '칠성사이다'를 시작으로 탄산음료, 주스, 커피, 차, 생수 등 다양한 음료 카테고리를 보유한 롯데그룹 산하의 대표 음료 제조업체임. 대표 다류 제품으로는 옥수수수염차, 헛개차, 황금보리차, 초가을 우엉차, 실론티, 립톤 아이스티/밀크티 등이 있음

○ 포장제품 제조업을 기반으로 사업을 시작한 (주)동서는 식자재 전문 브랜드 '리치스' 런칭 이후, 통조림(식자재), 음료류, 다류, 치즈류, 초콜릿류 등을 판매하고 있음. 다류 브랜드로는 티백차(침출차) 전문 브랜드 '동서(티)'와 프리미엄 홍차 브랜드 'Tara'가 있음

[표 3-12] 다류 주요 제조업체

업체명	특징	주요 제품
광동제약	-2006년 '광동 옥수수수염차' 출시 -2009년 HACCP 인증 취득 -2010년 '광동 힘찬하루 헛개茶' 출시 -2013년 '광동 레몬녹차' 출시 -2015년 '광동 우엉차' 출시 -2016년 '광공 야관문차 야왕' 출시	
롯데 칠성음료	-음료 제조 전문회사로, 다류 제품은 '액상차'에 집중되어 있음 -1993년 '실론티', '립톤 아이스티' 출시 -1998년 홍차음료 '실론티 로얄밀크' 출시 -2007년 국내 음료업계 최초로 어셉틱(무균충전) 페트 출시 -2015년 '초가을 우엉차' 출시 -2017년 '실론티 콜드브루 블랙티' 출시	
동서	-다류 산업이 동서 주요 산업 중 하나로, 2004년 공장 설립 이래 최첨단 티백 포장설비를 도입하여 현미녹차, 둥글레차, 기타 곡물차 등 다양하고 익숙한 티백 차 제품을 생산하고 있음 -2005년 다류 생산 전 공정에 때한 HACCP 인증 취득 -2016년 티백차의 새로운 형태인 삼각티백 설비를 도입함 프리미엄 홍차 브랜드 'Tara'를 런칭함 -2017년 가루녹차 제품 할랄인증 취득	

* 각 사 홈페이지 참고

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 절 수출입 현황

□ 다류 수출입 현황은 HS코드 0902(차류)의 통계로 살펴봄

○ WCO 관세평가규정 해설서에 따르면, HS코드 0902(차류)에는 식물학상 차속(Camellia)에 속하는 식물로부터 얻는 여러 가지의 차(茶)로 분류되며, 크게 녹차와 홍차로 구분됨. 녹차(green tea)의 조제는 주로 미숙한 엽(leaves)을 가열하고 비빈 다음에 이를 건조시켜서 만들며, 홍차는 미숙한 엽을 불에 쪼이거나 건조시키기 이전에 뭉개지고 발효되어짐

○ 제조방식 기준으로 차나무의 꽃·봉오리와 잔유물이 포함되며, 분말차(잎, 꽃, 봉오리)를 공모양이나 둥글넓적한 모양으로 응집한 것뿐만 아니라 다양한 형태와 크기로 압축한 차류가 포함됨. 또한 증기로 찌거나 정유(레몬, 베르가못 오일 등), 인공향료(결정 모양이거나 가루형태)나 그 밖의 여러 방향성 식물이나 과실의 일부분(자스민꽃, 건조한 오렌지 껍질, 정향나무 등)을 첨가해 가양한 차 역시 포함됨

○ 관세분류사례를 참고해보면, 녹차와 홍차 중 잎차나 티백차 같은 침출차는 0902.10.0000(녹차)와 0902.30.0000(홍차)에 포함됨. 그 외 가루녹차, 우롱차, 엑기스 등은 0902.20.0000(그 밖의 녹차)에 포함되며, 가루홍차, 식물이나 과실 등이 첨가된 일부 홍차 제품은 0902.40.0000(그 밖의 홍차)에 포함됨

○ 그러나 차음료나 과실청은 차류 수출입 코드에 포함되지 않고, 음료류나 기타 다른 품목의 한 종류로 수출되고 있는 것으로 보임. 관세청 품목분류 사례로 살펴본 결과, 해당 품목 안에는 국내 시장에서 부르는 차음료도 있지만 설탕 등 기타 성분이 들어가 국내에서는 혼합음료로 분류되는 밀크티, 레몬티 등이 언급된 비중이 더 높게 나타남. 이에 본 보고서에서는 수출입코드가 명확히 분류된 차류를 중점적으로 살펴봄

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 3-13] 다류 수출입 HS코드

품목번호			품명
0902			차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)
	10	0000	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3킬로그램 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
	20	0000	그 밖의 녹차(발효하지 않은 것으로 한정한다)
	30	0000	홍차(발효차)와 부분 발효차(내용물의 무게가 3킬로그램 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
	40	0000	그 밖의 홍차(발효차)와 그 밖의 부분 발효차

* 관세법령정보포털, 관세청

1. 수출입 규모

□ 최근 5년간 다류 수출 현황을 살펴보면, 수출액 기준 2013년 702만 달러 대비 2017년 664만 달러로 5.4% 감소함. 같은 기간 수출량은 558톤 대비 512톤으로 8.2% 감소함

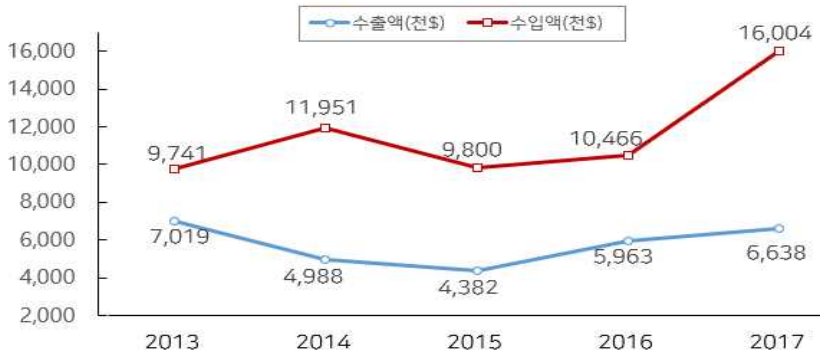
□ 수입 규모는 수입액 기준으로 2013년 974만 달러 대비 2017년 1,600만 달러로 64.3% 증가함. 같은 기간 수입량은 818톤 대비 1,188톤으로 45.2% 증가함

○ 다류 수출 규모가 본래 크지 않은 편이며, 국내 차류 주요 생산지에서 수출 시장을 확보하기 위해 노력하고 있으나, 우리나라가 녹차 외에 아직까지 다양한 종류의 차류에 대한 인지도를 높이지 못해 수출이 활성화되지는 못한 것으로 보임

○ 반면, 수입 규모는 점차 증가세를 보이는데, 이는 건강한 식습관을 선호하고 바쁜 현대사회에서 여유와 향기로움을 제공하는 차(茶)에 대한 관심과 선호도가 높아진 것이 일부 영향을 줌. 또한 최근에는 기존에 보지 못했던 독특한 해외 수입 차류 제품이나, 두 가지 이상의 다양한 재료를 혼합한 '블랜딩 티' 등 색다른 차류 제품에 대한 인기가 높아진 것도 수입 시장 확대에 영향을 준 것으로 보임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[그림 3-3] 다류 전체 수출입 현황



1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

[표 3-14] 다류 전체 수출입 현황

구분	수출 규모		수입 규모	
	수출량(톤)	수출액(천$)	수입량(톤)	수입액(천$)
2013	558	7,019	818	9,741
2014	452	4,988	891	11,951
2015	287	4,392	807	9,800
2016	375	5,963	825	10,466
2017	512	6,638	1,188	16,004

1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2. 수출 현황

1) 품목별 수출 현황

□ 품목별로 다류 수출 규모를 살펴보면, 2017년 수출액 기준으로 녹차(green tea)가 74.5%, 홍차(black tea)가 25.5%의 점유율을 차지함. 우리나라는 차(茶)나무 주요 생산지도 아니며, 수출 종주국도 아니다보니 다류 제품의 수출 규모가 크지 않음

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 녹차의 수출 현황을 살펴보면, 수출액 기준으로 2013년 412만 달러 대비 2017년 494만 달러로 20.1% 증가함. 같은 기간 수출량은 150톤 대비 195톤으로 다소 적은 규모로 29.8%의 증가세를 보임. 녹차 수출 증가의 원인 중 하나로는 국내 주요 녹차 생산지에서의 수출 확대 때문임. 하동녹차는 고급스러운 맛과 높은 품질로 세계주요농업유산에 이름을 올렸으며, 글로벌 커피 전문점 스타벅스에도 가루 녹차를 납품하면서 브랜드 가치를 높임. 보성녹차의 경우 한국 최초 우주식품으로 선정되었으며, 국제 유기인증 지원 및 농산물 지리적표시제를 통해 인정받은 명품 녹차를 생산·수출하기 위해 노력하고 있음[28)]

○ 반면, 홍차의 수출 현황을 살펴보면, 수출액 기준으로 2013년 290만 달러 대비 2017년 169만 달러로 41.7% 감소함. 같은 기간 수출량은 408톤 대비 318톤으로 22.1% 감소함. 수출되고 있는 홍차는 일부 가루로 된 아이스티 제품으로 추정되며, 소폭의 등락세를 반복하며 수출된 제품 대부분은 한인마트로 유통되고 있는 것으로 보임[29)]

[표 3-15] 다류 품목별 수출 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	녹차		홍차		합계	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
2013	150	4,115	408	2,904	558	7,019
2014	100	2,315	353	2,673	452	4,988
2015	104	3,054	183	1,338	287	4,392
2016	170	4,625	204	1,338	375	5,963
2017	195	4,944	318	1,694	513	6,638

* 수출입무역통계, 관세청
1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 녹차는 녹차(HS코드 0902.10.0000)와 그 밖의 녹차(HS코드 0902.20.0000)의 합계 값이고, 홍차는 홍차(HS코드 0902.30.0000)와 그 밖의 홍차(HS코드 0902.40.0000)의 합계 값임
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

28) 하동 특산물 녹차 수출시장 다변화 나서, 경남신문, 2018.04.03
보성군, 녹차 품질관리에 공력, 뉴스웨이, 2017.10.13
29) 업계 전문가 인터뷰

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2) 국가별 수출 현황

□ 국가별 수출 현황을 살펴보면, 미국(31.8%), 싱가포르(15.8%), 중국(14.5%) 순으로 상위 3개국이 62.1%를 차지하고 있음

○ 미국으로 수출 규모는 수출액 기준, 2013년 132만 달러 대비 2017년 211만 달러로 59.7%의 성장세를 보임. 2012년에 중국에 역전당하면서 수출 2위를 차지하고 있다가, 수출액 기준 2016년 대비 2017년에 204.6%의 증가율을 보이면서 수출 1위 국가로 자리매김함. 미국으로의 수출 증가 원인 중 하나로는 경남 하동의 가루녹차 100톤을 글로벌 커피 전문점 스타벅스에 납품계약/수출한 것이 영향을 준 것으로 보임[30]. 가루녹차(green tea powder)가 속한 HS코드 0902.20.0000(그 밖의 녹차)의 수출 규모는 수출량 기준, 2013년 12톤 대비 2017년 50톤으로 4.2배 증가했으며, 같은 기간 수출액은 19만 달러 대비 136만 달러로 7.2배 증가함

○ 싱가포르는 국내 녹차 최대 수출국 중 하나로 수출 규모는 수출액 기준 2015년 대비 2016년에 8.2배 증가함. 이는 한국산 프리미엄 녹차에 대한 관심 상승과 함께 현지 글로벌 식품기업의 한국산 녹차 수요 증가[31], MOU 체결을 통한 하동녹차연구소의 녹차가루·라테·티백 등 녹차제품 수출 등에 따른 것으로 보임. 해당 MOU 체결을 통해 싱가포르에 약 100만 달러 가치의 수출을 계약했으며, 필리핀이나 말레이시아 등 동남아시아 시장으로 한국 녹차 제품의 수출이 확대될 것으로 보임[32]

하동녹차연구소
녹차티백

○ 중국으로의 다류 수출 규모는, 수출액 기준 2013년 147만 달러 대비 2017년 96만 달러로 34.6% 감소함. 같은 기간 수출량은 81.6% 감소함.

30) 스타벅스가 인정한 하동녹차 수출시장 공략 박차, 프레시안, 2018.04.02
31) 최근 녹차(茶) 수출 현황, 관세청 보도자료, 2016.12.02
32) 하동녹차, 동남아에 100만 달러 수출, 중앙일보, 2015.12.01

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

수출 물량이 크지 않았던 가운데, 사드 사태 이후에 수출이 크게 감소한 양상임

○ 독일로의 다류 수출 규모는 수출액 기준, 2013년 29만 달러 대비 2017년 48만 달러로 64.8% 증가했으며, 같은 기간 수출량은 25% 증가함. 2011년 한-EU FTA 체결을 통해 무관세가 적용되면서 대(對)독일 수출 규모가 상승했으며, 아시아 음식이 건강식으로 인식되면서 독일 젊은 층을 중심으로 라면, 소스, 즉석조리식품(HMR), 김치, 냉동만두, 녹차 등이 인기를 끌고 있음[33]. 독일 국민 1인당 평균 차 소비량은 28L(2016년 기준)로, 차와 함께 와인, 커피를 대표 기호식품으로 섭취하는 편임. 최근에는 유기농 방식으로 재배된 차, 건강 및 다이어트에 효과가 있는 가루녹차에 대한 관심이 증가하는 추세이며, 주로 티백 형태의 차류 제품을 선호하는 편임[34]

[표 3-16] 주요 국가별 다류 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천$)				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
미국	157	130	83	84	145	1,322	976	718	693	2,111
싱가포르	43	16	11	46	64	1,900	301	189	1,564	1,052
중국	179	154	80	54	33	1,474	1,554	1,102	924	964
독일	20	20	38	57	25	290	486	1,201	1,079	478
홍콩	4	9	3	28	50	122	333	145	247	299
기타	155	123	72	106	196	1,911	1,338	1,037	1,456	1,734
합계	558	452	287	375	513	7,019	4,988	4,392	5,963	6,638

* 수출입무역통계, 관세청
1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

33) "한국음식은 건강식" 독일 젊은 층 중심 '한식 한류' 열풍 뜨겁다, 에너지경제, 2018.05.16
34) 독일 차(Tea) 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.12.11

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3) 최근 분기별 수출 현황

□ 다류의 최근 분기별 수출 현황을 살펴보면, 분기별로 특히 3~4분기에 높은 수출 규모를 보이는 편임. 이는 끓여먹거나 우려먹는 다류의 계절적인 특성에 따라 수요가 증가한 것이 일부 영향을 미친 것으로 보임

[표 3-17] 분기별 다류 제품 수출 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2016				2017				2018		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
수출량	51	89	117	118	69	82	203	160	105	76	108
수출액	661	1,213	2,184	1,904	798	1,563	2,162	2,118	1,340	1,113	2,407

* 수출입무역통계, 관세청
1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음. 특히 기존 데이터가 반올림 값으로 작성되어 분기별, 품목별 합계 값이 전체 합계 값과 차이가 있을 수 있음
3) 작성날짜: 2018년 11월 04일

4) 품목별 수출 현황(참고)

□ 국내에서 생산되고 있는 다류 제품 중 곡물로 만들어진 제품이나 차음료로 만들어진 제품은 앞서 살펴본 HS코드가 아닌 다른 HS코드로 수출이 되고 있음. 어떤 HS코드로 수출이 되고 있는지 정확히 파악이 어려워 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물 생산실적'에 보고된 수출 실적을 참고로 살펴봄

□ 식품공전 기준 다류 수출규모는 2013년 8,346만 달러에서 2017년 6,958만 달러로 16.6% 감소하였으며, 같은 기간 수출량도 29.9% 감소함

□ 생산실적과 마찬가지로 수출에서도 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 액상차로 나타남. 2017년 수출액 기준 액상차가 83.3%로 나타났으며, 이어서 고형차(10.9%), 침출차(5.8%) 순임

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 액상차에서는 주로 과실차 및 기타 제품이 많이 수출되는 것으로 나타났는데, 앞서 언급하였지만 차음료 외에도 유자청과 같은 과실청이 해외로 수출되고 있는 것으로 보임. 수출된 액상차는 주로 한인마트로 유통되며, 동남아시아 등 일부 국가에서는 현지 채널로도 유통되고 있음[35)]

○ 고형차는 주로 기타 제품이 수출되고 있는 것으로 나타났는데, 앞서 수출실적 분석에서도 언급하였지만 녹차 가루 등이 수출되고 있는 것으로 보임. 2013년과 2014년에 고형차 수출이 크게 나타났는데, 관련하여 별다른 이슈는 확인할 수 없었음

[표 3-18] 식품공전 분류 기준 다류 품목별 수출 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	침출차		액상차		고형차		합계	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
2013	365	2,288	23,337	61,160	8,035	20,013	31,736	83,461
2014	146	3,575	25,101	68,267	5,168	11,546	30,416	83,388
2015	1,003	4,192	19,631	55,022	482	4,545	21,115	63,771
2016	534	4,259	25,205	63,204	485	6,194	26,224	73,658
2017	247	4,006	21,619	57,960	390	7,611	22,256	69,577

* 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

3. 수입 현황

1) 품목별 수입 현황

□ 품목별로 다류 수입 규모를 살펴보면, 2017년 수입액 기준으로 홍차는 95.2%, 녹차는 4.8%의 비중을 차지함

○ 녹차 수출 규모가 차(茶) 수출 시장의 약 75%을 차지하던 것과 다르게, 수입 시장은 홍차의 비중이 큰 편임. 이는 국내에서 홍차 생산이 어려우며, 인도, 스리랑카 등 동남아시아 같은 주요 홍차 생산지나 미국, 영국 등 유명한 홍차 브랜드를 보유하고 있는 국가에서 다양한 홍차 제품이 수입되기 때문임

35) 업계 전문가 인터뷰

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 홍차 수입은 점차 상승세를 보이고 있는데, 수입액 기준 2013년 885만 달러 대비 1,523만 달러로 72.2% 증가함. 같은 기간 수입량은 783톤 대비 1,154톤으로 47.3% 증가함

[표 3-19] 다류 품목별 수입 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	녹차		홍차		합계	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
2013	35	893	783	8,848	818	9,741
2014	34	696	857	11,255	891	11,951
2015	29	457	778	9,343	807	9,800
2016	32	495	793	9,970	825	10,465
2017	34	772	1,154	15,232	1,188	16,004

* 수출입무역통계, 관세청
1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 국가별 수입 현황

□ 2017년 수입액 기준, 다류 주요 수입국은 중국(27.1%), 인도(12.5%), 스리랑카(11.1%) 순으로 상위 3개국이 50.7%의 점유율을 차지하고 있음

○ 중국으로부터 다류 수입 규모는 수입액 기준, 2013년 359만 달러 대비 2017년 434만 달러로 20.9% 증가함. 같은 기간 수입량은 440톤 대비 538톤으로 22.3% 증가함. 주로 수입되는 중국 다류 제품은 보이차를 포함한 홍차로, 완제품으로 수입되어 카페 등에서 이용되고 있음[36)]

○ 인도 다류 수입 규모는 수입액 기준, 2013년 100만 달러 대비 2017년 200만 달러로 98.9% 증가함. 같은 기간 수입량은 71.2% 증가함. 인도는 세계 홍차 생산 및 소비 1위 국가로, 인도식 밀크티인 차이티(Chai Tea)를 즐겨 마시는 식습관을 가짐. 그 외에도 생산되는 지역에 따라 다즐링, 아삼 등이 생산되며, 다즐링은 가볍고 상쾌한 맛으로 우바(중국), 기문(스리랑카)과 함께 세계 3대 홍차에 꼽힐 정도로 유명함.[37)] 인도에서 주로

36) 업계 전문가 인터뷰

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

수입되는 다류는 완제품 자체로 수입되기보다 국내에서 생산 판매되는 홍차 제품의 원료로 사용되는 편임. 글로벌 커피 브랜드 스타벅스의 티 전문 브랜드 '티바나(Teavana)'의 얼그레이티, 차이티, 잉글리쉬 블랙퍼스트티 등 홍차 제품의 주원료로 인도 혹은 스리랑카, 중국 등의 홍차 원료가 혼합되어 있음

○ 스리랑카 다류 수입 규모는 수입액 기준, 2013년 123만 달러 대비 2017년 178만 달러로 44.9% 증가함. 같은 기간 수입량은 49.2% 증가함. 우리나라로 수입되는 주요 품목은 홍차이며, 그 중 고형차(가루) 형태의 홍차(HS코드 0902.40.0000 그 밖의 홍차)가 높은 비중을 차지함. 이는 티백 형태의 홍차 완제품 보다 홍차가루로 수입되어 홍차음료(액상차)의 원료로 사용되거나 그 외 베이커리 등 B2B 형태로 유통되는 것으로 보임

○ 대만 다류 수입 규모는 수입액 기준, 2013년 43만 달러 대비 2017년 168만 달러로 288.9% 증가함. 같은 기간 수입량은 57톤 대비 106톤으로 86% 증가함. 밀크티 인기의 증가와 함께 특히 대만 홍차(밀크티)의 인기가 급증함. 2012년 대만 유명 버블티 '공차'를 시작으로 밀크티의 인기가 높아져 다양한 밀크티 제품이 수입판매되고 있음. 대만의 티백형 침출차 '3:15PM Milk Tea'는 편의점이나 드럭스토어, 온라인 몰 등에서 자유롭게 구매할 수 있으며, GS편의점에서 2015년부터 수입판매하고 있는 액상차형 밀크티 '춘추이허((純粹喝) 밀크티'는 독특한 용기 디자인에 따라 높은 인기를 얻어 10일 당 30만개가 유통되기도 함[38]. 해당 제품은 한국을 포함한 일본, 홍콩 등 아시아 지역에서 대만 여행 필수 기념품으로 판매되다가 수출되기 시작함[39]. 뿐만 아니라 이마트 노브랜드 '오리지널 밀크티'는 스틱형 밀크티로 1회분씩 소포장되어 있으며, 대만 OEM 제품임

대만 수입 밀크티

37) Chindia Journal, 포스코경영연구소, 2011.12
38) 쌉싸름하면서 달콤한 그맛… '제철' 앞둔 밀크티 시장, 헤럴드경제, 2016.05.18
39) 대만, 패키지로 음료업계 평정…비결은 '남다르게', KOTRA 해외시장뉴스, 2017.07.26

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 3-20] 주요 국가별 다류 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천$)				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
중국	440	372	246	284	538	3,586	4,576	2,232	2,718	4,335
인도	52	95	80	118	89	1,004	1,399	1,367	1,925	1,997
스리랑카	118	126	106	149	176	1,230	1,305	1,049	1,355	1,782
대만	57	106	165	51	106	433	780	982	338	1,684
미국	23	40	37	53	43	719	1,049	1,158	1,551	1,173
기타	128	152	173	170	236	2,769	2,842	3,012	2,578	5,033
합계	818	891	807	825	1,188	9,741	11,951	9,800	10,465	16,004

* 수출입무역통계, 관세청
1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

3) 분기별 수입 현황

□ 최근 다류 분기별 수입 현황을 살펴보면, 수출 현황과 비슷하게 따뜻한 차를 주로 마시는 음용적 특성에 따라 3~4분기 수입 규모가 상대적으로 크게 나타나는 것으로 보임

[표 3-21] 분기별 다류 제품 수입 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2016				2017				2018		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
수입량	181	197	229	218	255	271	347	315	365	414	366
수입액	2,106	2,434	2,971	2,960	2,965	3,982	4,730	4,328	4,986	4,803	4,927

* 수출입무역통계, 관세청
1) 차류(HS코드 0902 차류)의 값임. 차류에는 녹차, 홍차, 그 외 기타차가 포함됨
2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음. 특히 기존 데이터가 반올림 값으로 작성되어 분기별, 품목별 합계 값이 전체 합계 값과 차이가 있을 수 있음
3) 작성날짜: 2018년 11월 04일

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

4) 주요 수입 제품

□ 국내에서 판매되고 있는 수입산 다류 제품은 다음과 같음

○ 주로 편의성이 높은 티백형 침출차 제품과 음용이 용이한 차음료형 액상차 제품이 수입 판매되고 있음.

○ TWININGS는 영국의 차 제조사로, 1706년에 최초로 영국에 티 룸(tea room)을 오픈한 이후 현재까지 잉글리시 블렉퍼스트, 레이디 그레이, 다르질링 홍차 등 다양한 홍차 제품을 전문적으로 판매하고 있음

○ Ahmad Tea는 영국 런던을 기반으로 한 차 제조사로, 티백 형태의 홍차, 녹차, 허브차 및 그 외 향차를 판매하고 있음. 6개 대륙 약 80개 국가에 수출되고 있으며, 일부 레스토랑이나 호텔 등을 통해 직접적으로 제품을 유통하고 있기도 함

[표 3-22] 국내에서 주로 유통되는 수입 다류 제품

이미지			
제품명	TWININGS Earl Grey Tea	AHMAD TEA Earl Grey	Lipton YELLOW LABEL TEA
제조사	R.TWINING AND COMPANY SP.ZO.O	Ahmad Tea Ltd	Lipton
생산국	폴란드	영국	인도
식품 유형	침출차	침출차	침출차

이미지			
제품명	Royal Myanmar Teamix (미얀마 로얄밀크티)	meito Royal Milk Tea (메이토 로얄 밀크티)	おいお茶 (가루녹차)
제조사	MYANMAR GR Company Ltd	MEITO SANGYO CO LTD	伊藤園(ITOEN)
생산국	미얀마	일본	일본
식품 유형	고형차	고형차	고형차

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

이미지			
제품명	午後の紅茶 ロイヤルミルクティー (오후의홍차 로얄밀크티)	紅茶姫 マイルドミルクティー (홍차히메 밀크티)	おいお茶
제조사	NISSEI CORPORATION	SANGARIA BEVERAGE COMPANY	伊藤園(ITOEN)
생산국	일본	일본	일본
식품 유형	액상차	액상차	액상차

* 이마트몰, 홈플러스 온라인몰, 롯데마트, 네이버쇼핑 참고

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 4 장
유통 및 판매 현황

제 1 절
유통 구조

제 2 절
소매시장 규모

제 3 절
소비자물가지수 추이

제 1 절 유통 구조

□ 다류는 B2B로 약 20%, B2C로 약 80%가 유통되는 것으로 추정됨[40)]

○ 특히 다류 종류별로 B2C와 B2B로의 유통 비중이 다소 상이한데, 침출차의 대표 제품인 티백차나 액상차는 B2C로의 유통 비중이 80%를 훨씬 넘는 반면, 가루차인 고형차는 음료나 제빵의 원료 등으로 이용되면서 B2B로의 유통 비중과 B2C로의 유통 비중이 크게 차이가 나지 않는 것으로 추정됨

○ 편의점에서의 판매 비중이 높은 이유는 차음료(RTD[41)]) 때문이며, 티백차 및 잎차는 대형할인점에서 많이 판매되나, 판매규모는 차음료에 비해 적은 편임

[그림 4-1] 다류 유통 구조

* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템) (2017년 소매점 매출액 기준으로 점유율 작성) / 업계 전문가 인터뷰

40) 업계 전문가 인터뷰
41) RTD는 'Ready To Drink'의 약자로, 개봉해 바로 마실 수 있는 음료를 뜻함. 차(茶)의 경우 별도로 티백을 우리거나 가루를 탈 필요 없이 바로 마실 수 있는 유형을 지칭함.

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 절 소매시장 규모

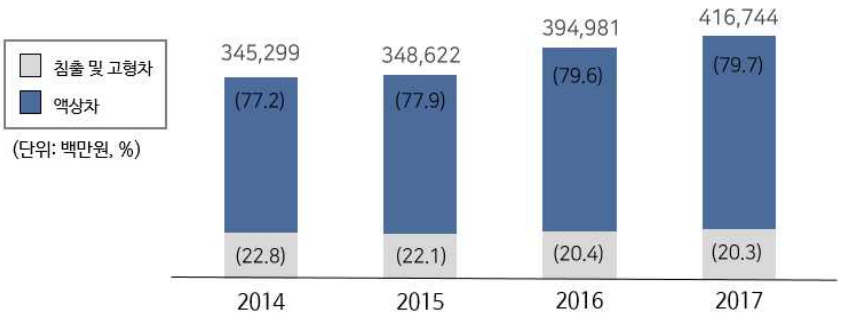
1. 다류 소매시장 규모

□ 다류 소매시장 규모는 2017년 4,167억 원으로 추정되며, 이는 2014년 3,453억 원에 비해 20.7% 증가한 규모임

○ 소매시장은 크게 타먹거나 우려먹어야 하는 침출 및 고형차와 바로 마실 수 있는 액상차[42]로 구분됨. 2017년 매출 기준으로 침출 및 고형차와 액상차는 7:3의 비율로 시장을 차지하고 있으며, 액상차의 시장 규모가 점차 증가세를 보이는 것이 전체 다류 시장 증가에 영향을 주고 있음

○ 액상차는 주로 생수나 탄산음료와 함께 여름철 갈증해소와 더불어 구수한 맛이나 건강 기능성의 장점으로 시장 규모가 점차 확대되고 있음. 최근에는 생수 수요가 건강 효과와 함께 개성을 드러낼 수 있는 차음료로 이동하는 소비 행태에 따라 제품 카테고리도 다양해짐[43]

[그림 4-2] 다류 소매 시장 규모



(단위: 백만 원)

구분	2014	2015	2016	2017
침출 및 고형차	78,571	77,214	80,539	84,397
액상차	266,728	271,408	314,442	332,347
합 계	345,299	348,622	394,981	416,744

* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)
1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

42) 소매시장 규모에서 언급되는 액상차는 차음료를 의미함
43) 여름 맞아 커지는 음료 신시장 3천억 차음료, 생수 · 커피에 도전장, 매일경제, 2018.05.04

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 다류 세분시장 규모

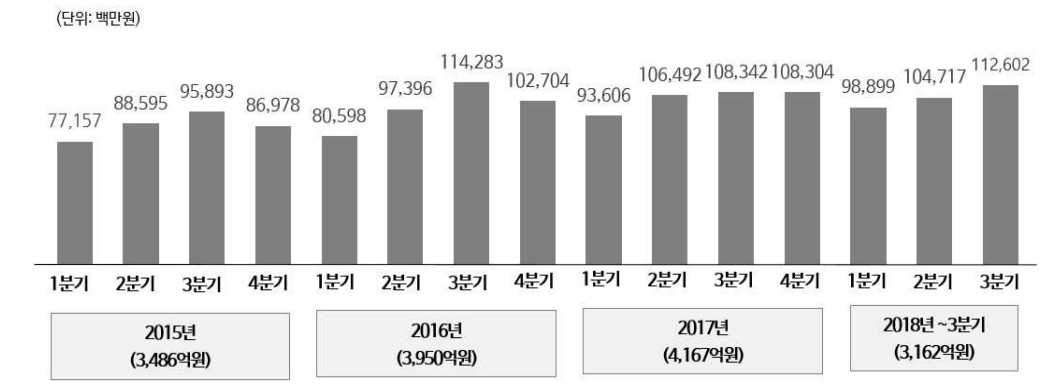
1) 분기별 판매 규모

□ 다류의 매출 규모는 매년 꾸준히 증가하고 있는 가운데, 분기별 매출액도 매년 소폭의 증가세를 나타내고 있음

○ 분기별로는 1분기를 제외하고 2, 3, 4분기에 고르게 매출이 크게 나타나고 있는데, 이는 과거부터 겨울철에 따뜻한 차를 마시는 음용 형태에 따라 3, 4분기 매출이 높게 나타나는 것으로 보이며, 최근에는 찬물에도 녹는 티백, 가루차 출시 및 차가운 차음료(RTD)의 인기 등이 2분기 매출 상승에 영향을 준 것으로 보임

○ 분기 중 가장 높은 매출액을 보인 3분기 기준, 2015년 959억 원 대비 2018년 1,126억 원으로 17.4%의 성장세를 보이며 증가하는 추세임

[그림 4-3] 다류 분기별 판매 현황



* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)
1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2) 채널별 판매 현황

□ 2017년 판매액 기준, 다류가 가장 많이 팔리는 채널은 편의점(52.8%)이며, 이어서 할인점(15.3%), 일반식품점(11.3%), 독립슈퍼(11.0%) 순임

○ 편의점에서는 액상차가 주로 판매되면서 점유율이 높게 나타나는 특징을 보이고 있음. 2017년 액상차 매출액 기준, 편의점의 점유율은 65.7%로 다류의 편의점 판매 점유율(52.8%) 보다 높은 특징을 보이고 있음. 이는 가까운 곳에서 바로 사서 마실 수 있는 유통채널의 특징에 영향을 받은 것임

○ 할인점에서는 모든 다류 제품이 비교적 고르게 판매되며, 백화점은 편의점과 반대로 다류를 포함한 식품을 구매하기에 상대적으로 접근성이 낮은 편이기 때문에 식품관에서 다른 식품들과 함께 구매되거나, 선물용 티백제품이 판매되는 것으로 보임

[표 4-1] 소매 유통 채널별 다류 매출액

(단위: 백만 원, %)

구분	2016				합계	2017				합계	2018		
	1/4	2/4	3/4	4/4		1/4	2/4	3/4	4/4		1/4	2/4	3/4
편의점	34,390 (42.7)	49,391 (50.7)	63,105 (55.2)	54,027 (52.6)	200,912 (50.9)	43,604 (46.6)	56,384 (52.9)	60,644 (56.0)	59,497 (54.9)	220,129 (52.8)	51,308 (51.9)	58,624 (56.0)	66,769 (59.3)
할인점	15,309 (19.0)	14,060 (14.4)	14,268 (12.5)	15,115 (14.7)	58,753 (14.9)	17,588 (18.8)	15,833 (14.9)	14,105 (13.0)	16,360 (15.1)	63,887 (15.3)	18,108 (18.3)	15,497 (14.8)	13,929 (12.4)
일반 식품점	9,763 (12.1)	11,915 (12.2)	14,705 (12.9)	12,210 (11.9)	48,593 (12.3)	10,915 (11.7)	12,223 (11.5)	12,942 (11.9)	11,200 (10.3)	47,280 (11.3)	8,076 (8.2)	9,358 (8.9)	10,156 (9.0)
독립 슈퍼	11,438 (14.2)	12,085 (12.4)	11,660 (10.2)	11,656 (11.3)	46,839 (11.9)	11,474 (12.3)	11,956 (11.2)	10,863 (10.0)	11,398 (10.5)	45,691 (11.0)	11,348 (11.5)	11,380 (10.9)	11,157 (9.9)
체인 슈퍼	9,314 (11.6)	9,490 (9.7)	9,972 (8.7)	9,239 (9.0)	38,014 (9.6)	9,613 (10.3)	9,621 (9.0)	9,299 (8.6)	9,461 (8.7)	37,995 (9.1)	9,693 (9.8)	9,418 (9.0)	10,076 (8.9)
백화점	386 (0.5)	455 (0.5)	573 (0.5)	457 (0.4)	1,871 (0.5)	412 (0.4)	474 (0.4)	489 (0.5)	390 (0.4)	1,765 (0.4)	363 (0.4)	440 (0.4)	515 (0.5)
합계	80,598	97,396	114,283	102,704	394,981	93,606	106,492	108,342	108,304	416,744	98,899	104,717	112,602

* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)
1) 액상차, 침출차 및 고형차의 합계 값임
2) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

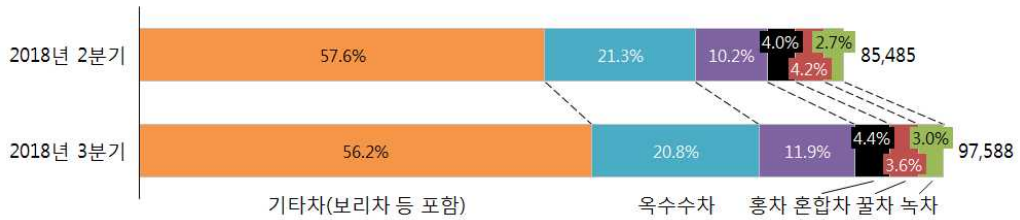
Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3) 제품 종류별 판매 현황

□ 2017년 판매액 기준, 액상차가 79.7%로 가장 많이 팔리며, 이어서 티백차(18.5%), 잎차(1.3%), 분말/가루차(0.5%) 순임

○ 액상차 유형별로 살펴보면, 기타차(헛개차, 보리차, 우엉차), 옥수수차, 홍차, 꿀차 순으로 인기가 높은 편임. 특히 2018년 1분기 이후 보리차, 홍차와 관련된 신제품이 다수 출시되면서 상대적으로 매출이 크게 증가한 특징을 보임. 액상차 매출이 상대적으로 높은 2018년 2분기와 3분기 매출 변화를 비교해 보면, 홍차의 매출은 2분기 대비 3분기에 33.4% 증가하며 점유율도 1.7%p 상승함. 같은 기간 혼합차의 매출은 26.0%, 기타차의 매출은 11.5% 상승하였으며, 최근 녹차도 프리미엄 제품으로 출시되면서 28.4% 증가한 양상임

[그림 4-4] 액상차 최근 매출 변화



○ 이마트 광주점 조사 결과에 따르면, 면역능력을 증가시켜주고 몸을 따뜻하게 해주는 도라지차, 생강차 같은 과일청 형태의 액상차도 꾸준한 인기를 보이고 있음[44]

○ 최근에는 설탕이 함유된 음료수를 대신에 건강한 음료를 아이에게 먹이고 싶어 하는 엄마들의 변화된 소비 행태에 따라 어린이를 겨냥한 건강 차음료 제품이 출시·판매됨. 초반에는 '뽀로로 보리차(팔도)', '베비언스 보리차(LG 생활건강)', '터닝메카드 보리차(퓨어플러스)' 등

하늘보리차/순한결명자 (웅진)

44) 광주 이마트 건강 액상차·허브티 인기, 광주매일신문, 2017.09.14

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

보리차 위주의 어린이 차음료 시장이 발달했으나, 그 외 여러 종류로 범위가 확대됨. 웅진식품의 '순한결명자'는 눈이 맑아지는 효능이 있다고 알려진 결명자를 이용해 어린이들의 눈 건강에 좋은 차음료로 포지셔닝 하고 있음45)

○ 이어서 같은 기간 티백차와 잎차도 꾸준한 성장세를 나타내고 있음. 주로 녹차, 둥글레차가 50% 이상을 차지하고 있으며 이는 구수한 맛과 함께 물 대신 마실 수 있는 순한 맛으로 높은 수요를 보이고 있음. 최근에는 향기로운 향과 다채로운 색, 수분감 등의 장점을 가진 허브티가 바쁜 현대인들에게 새로운 힐링방법으로 인기를 얻으면서, 허브티에 대한 수요 증가에 영향을 주기도 함

[표 4-2] 제품 종류별 다류 매출액

(단위: 백만 원, %)

구분	2016				합계	2017				합계	2018		
	1/4	2/4	3/4	4/4		1/4	2/4	3/4	4/4		1/4	2/4	3/4
액상차	56,309 (69.9)	78,813 (80.9)	98,398 (86.1)	80,922 (78.8)	314,442 (79.6)	68,173 (72.8)	86,638 (81.4)	92,132 (85.0)	85,404 (78.9)	332,347 (79.7)	72,577 (73.4)	85,485 (81.6)	97,588 (86.7)
티백차	22,447 (27.9)	16,997 (17.5)	14,236 (12.5)	19,861 (19.3)	73,541 (18.6)	23,297 (24.9)	18,141 (17.0)	14,496 (13.4)	21,156 (19.5)	77,090 (18.5)	24,502 (24.8)	17,899 (17.1)	13,755 (12.2)
잎차	1,396 (1.7)	1,067 (1.1)	1,144 (1.0)	1,485 (1.4)	5,092 (1.3)	1,641 (1.8)	1,216 (1.1)	1,183 (1.1)	1,372 (1.3)	5,412 (1.3)	1,442 (1.5)	905 (0.9)	891 (0.8)
분말/ 가루차	446 (0.6)	519 (0.5)	505 (0.4)	436 (0.4)	1,906 (0.5)	495 (0.5)	497 (0.5)	531 (0.5)	372 (0.3)	1,895 (0.5)	378 (0.4)	428 (0.4)	368 (0.3)
합계	80,598	97,396	114,283	102,704	394,981	93,606	106,492	108,342	108,304	416,744	98,899	104,717	112,602

* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)
1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

45) "내 아이는 소중하니까"...어린이 차음료 시장 '쑥쑥', 연합뉴스, 2018.07.18

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

4) 제조사별 판매 현황

□ 2017년 매출액 기준, 광동제약(32.9%)이 다류 시장에서 가장 큰 규모를 차지하고 있으며, 이어서 웅진(11.2%), CJ헬스케어(8.8%) 순으로 나타남

□ 동서식품을 제외하고 상위 5개 제조사인 광동제약, 웅진, CJ헬스케어, 롯데칠성은 모두 액상차 주요 제조사임

○ 광동제약은 액상차를 필두로 다류 시장에서 1위 제조사이며, 주요 제품으로는 '광동 옥수수수염차', '광동 야관문차 야왕', '광동 우엉차' 등이 있음. 2017년 7월에는 GS25와 공동 기획한 소용량(500ml)의 차음료 '광동 어성초차'를 출시함. 볶은 어성초 혼합추출액과 로즈힙, 페퍼민트를 블랜딩해 산뜻하고 은은하며 상쾌한 맛이 특징임

○ 웅진식품은 음료브랜드를 주요 브랜드로, 주스, 커피, 두유, 차음료, 탄산음료, 홍삼제품 등을 판매하고 있음. 차음료 주요 제품으로는 '하늘보리', '맑게 우려낸 누룽지차', '웅진 헛개차', '잘 빠진 옥수수수염차', '광명찾은 결명자' 등이 있음

○ CJ헬스케어의 차음료 제품으로는 '헛개수'가 있음. 해당 제품은 100% 국산 헛개열매와 국산 칡즙을 사용했으며, 無 나트륨/당류/지방/콜레스테롤 등 무첨가제품, 제로칼로리(0kcal)의 건강음료로, 웰빙 라이프를 지향하는 소비자들을 겨냥한 제품임. 주원료인 헛개열매는 숙취 해소 효능도 가지고 있어서 숙취해소음료로도 이용됨

○ 동서식품은 커피 음료를 시작으로 녹차, 곡물차 등 다류 제품과 시리얼, 치즈, 비스킷 등 다양한 제품을 판매하는 식음료 제조업체임. 주요 다류 제품으로는 티백 제품인 '동서 현미녹차/둥글레차/메밀차/자색옥수수차'와 프리미엄 홍차 브랜드 Tara의 '클래식 얼그레이/잉글리스 브렉퍼스트/퍼스트 데이트/프레시 딜라잇' 등이 있음

○ 기타에 포함되어 있는 유통채널 자체 브랜드 PB 다류 제품의 시장 규모도 꾸준히 유지되고 있음. 좋은 품질 대비 비교적 저렴한 가격으로 가성

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

홈플러스 좋은상품
티백녹차/유자과일청

비 전략을 내세워, PB제품은 전체 유통채널의 매출 상승을 견인하는 역할을 하고 있음[46]. 이마트 PB 브랜드 피코크(PEACOCK)에서는 허브차, 녹차, 홍차, 과일청 등 다양한 종류의 다류 제품을 판매하고 있음. 홈플러스에는 다른 제조사 상품 대비 상대적으로 저렴한 가격의 제품 브랜드 '홈플러스 좋은상품'으로 둥글레차, 수국차, 메밀차 등 티백 곡류차 중심으로 판매하고 있음

[표 4-3] 제조사별 다류 매출액

(단위: 백만 원, %)

구분	2016				합계	2017				합계	2018		
	1/4	2/4	3/4	4/4		1/4	2/4	3/4	4/4		1/4	2/4	3/4
광동제약	21,888 (27.2)	29,441 (30.2)	35,770 (31.3)	34,593 (33.7)	121,692 (30.8)	30,203 (32.3)	36,253 (34.0)	35,546 (32.8)	35,080 (32.4)	137,082 (32.9)	30,112 (30.4)	33,536 (32.0)	33,617 (29.9)
웅진	9,247 (11.5)	11,217 (11.5)	12,826 (11.2)	10,699 (10.4)	43,989 (11.1)	9,436 (10.1)	11,993 (11.3)	12,111 (11.2)	12,980 (12.0)	46,520 (11.2)	11,977 (12.1)	12,863 (12.3)	14,613 (13.0)
CJ	6,260 (7.8)	10,596 (10.9)	12,246 (10.7)	10,087 (9.8)	39,189 (9.9)	8,380 (9.0)	10,447 (9.8)	9,326 (8.6)	8,585 (7.9)	36,738 (8.8)	5,818 (5.9)	8,368 (8.0)	5,136 (4.6)
동서	8,879 (11.0)	7,067 (7.3)	5,470 (4.8)	8,313 (8.1)	29,730 (7.5)	9,818 (10.5)	8,141 (7.6)	5,669 (5.2)	8,586 (7.9)	32,213 (7.7)	9,672 (9.8)	7,370 (7.0)	8,750 (7.8)
롯데칠성	4,209 (5.2)	5,792 (5.9)	6,880 (6.0)	5,458 (5.3)	22,339 (5.7)	3,668 (3.9)	5,384 (5.1)	6,477 (6.0)	4,951 (4.6)	20,480 (4.9)	3,320 (3.4)	5,644 (5.4)	7,401 (6.6)
기타	30,115 (37.4)	33,283 (34.2)	41,091 (36.0)	33,554 (32.7)	138,042 (34.9)	32,101 (34.3)	34,274 (32.2)	39,213 (36.2)	38,122 (35.2)	143,711 (34.5)	38,000 (38.4)	36,936 (35.3)	43,085 (38.3)
합계	80,598	97,396	114,283	102,704	394,981	93,606	106,492	108,342	108,304	416,744	98,899	104,717	112,602

* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)
1) 액상차, 침출차 및 고형차의 합계값임
2) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

□ 다류 브랜드는 품목별로 브랜드가 다양한 특징이 있어, 이를 나누어 살펴봄. 2017년 매출 기준, 품목별 판매 상위 Top5 브랜드를 살펴보면 다음과 같음

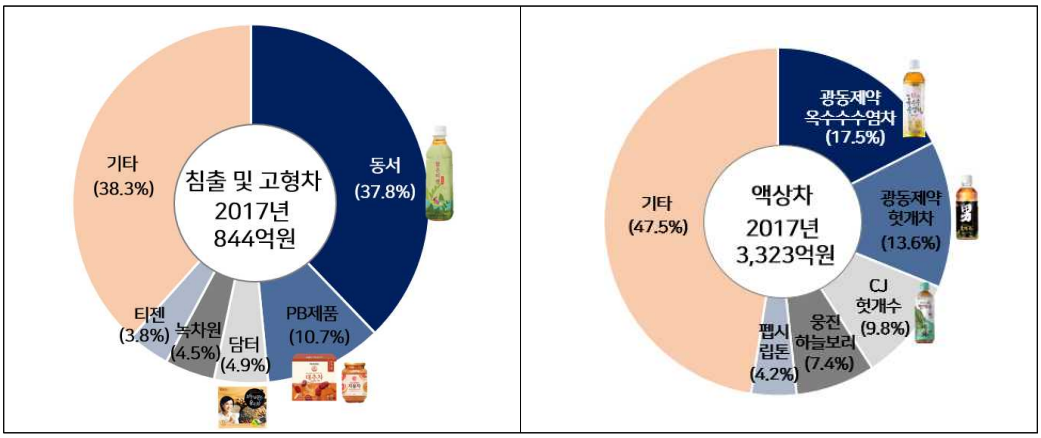
○ 침출 및 고형차의 경우, 동서(37.8%), PB(10.7%), 담터(4.9%), 녹차원(4.5%), 티젠(3.8%) 순으로 시장점유율이 높게 나타남

46) 품질은 업 가격은 다운… 'PB 제품' 전성시대, 영남일보, 2018.03.03

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 액상차의 경우, 광동 옥수수수염차(17.5%), 광동 헛개차(13.6%), CJ 헛개수(9.8%), 웅진 하늘보리(7.4%), 펩시 립톤(4.2%) 순으로 시장점유율이 높게 나타남

[표 4-4] 품목별 판매 상위 TOP5 브랜드(2017년 매출 기준)



* AC 닐슨 소매점 매출액 데이터 / 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

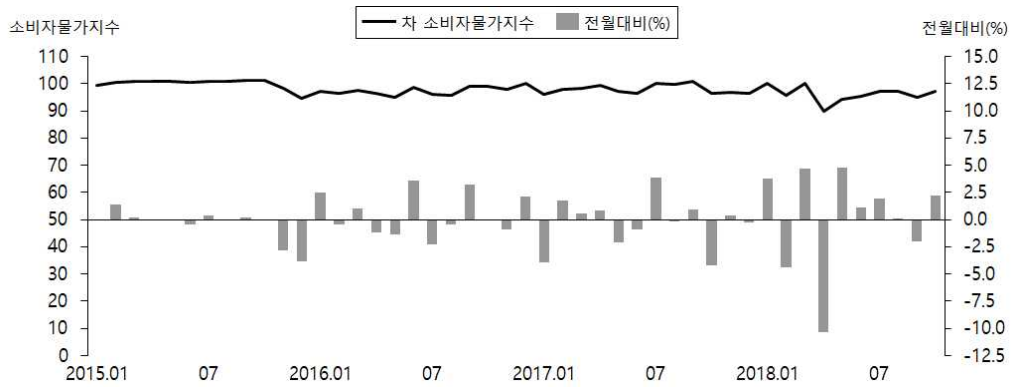
Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 3 절 소비자물가지수 추이[47]

□ 다류 소비자물가지수는 통계청 기준으로 차(茶)를 살펴봄. 차(茶)는 2015년 1월 99.25에서 2018년 10월 97.24로 3년 9개월간 2.0% 감소함

○ 차의 소비자물가지수는 월별로 등락세를 나타내는 특징을 보이고 있음. 차류 시장의 가격 상승 및 인하와 관련한 특별한 이슈가 없는 상황에서, 소비자 물가지수 조사대상 판매채널별 가격 프로모션이나 신제품 출시 등으로 인한 변동일 가능성이 높을 것으로 보임

[그림 4-5] 다류 월별 소비자물가지수 추이



* 국가통계포털(kosis.kr), 차 소비자물가지수(2015=100 기준임)

[표 4-5] 다류 월별 소비자물가지수 추이

구분	차 소비자물가지수	전년대비 증감율(%)
2015. 01	99.25	-
2015. 02	100.60	1.4
2015. 03	100.85	0.2
2015. 04	100.90	0.0
2015. 05	100.86	0.0

47) 소비자물가지수는 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품, 서비스의 평균 가격변동을 지수화한 지표임. 가격은 서울, 부산, 대구, 광주 등 38개 지역에 분포한 백화점, 대형마트, 재래시장 등의 소매점에서 조사함. 소비자물가지수는 가격변동을 측정하는 것으로 가격의 절대수준을 나타내는 것은 아님

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

구분	차 소비자물가지수	전년대비 증감율(%)
2015. 06	100.50	-0.4
2015. 07	100.89	0.4
2015. 08	100.92	0.0
2015. 09	101.13	0.2
2015. 10	101.18	0.0
2015. 11	98.32	-2.8
2015. 12	94.62	-3.8
2016. 01	96.99	2.5
2016. 02	96.57	-0.4
2016. 03	97.56	1.0
2016. 04	96.35	-1.2
2016. 05	95.02	-1.4
2016. 06	98.47	3.6
2016. 07	96.18	-2.3
2016. 08	95.79	-0.4
2016. 09	98.88	3.2
2016. 10	98.87	0.0
2016. 11	97.96	-0.9
2016. 12	99.99	2.1
2017. 01	96.09	-3.9
2017. 02	97.86	1.8
2017. 03	98.40	0.6
2017. 04	99.19	0.8
2017. 05	97.15	-2.1
2017. 06	96.28	-0.9
2017. 07	100.00	3.9
2017. 08	99.79	-0.2
2017. 09	100.72	0.9
2017. 10	96.45	-4.2
2017. 11	96.82	0.4
2017. 12	96.50	-0.3
2018. 01	100.13	3.8
2018. 02	95.69	-4.4
2018. 03	100.18	4.7
2018. 04	89.90	-10.3
2018. 05	94.18	4.8
2018. 06	95.26	1.1
2018. 07	97.03	1.9
2018. 08	97.13	0.1
2018. 09	95.14	-2.0
2018. 10	97.24	2.2

* 국가통계포털(kosis.kr), 차 소비자물가지수(2015=100 기준임)

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 5 장
소비 특성

제 1 절
소비량 추이

제 2 절
소비 트렌드 분석

제 1 절 소비량 추이

1. 다류 섭취량

□ 다류의 종류는 다양한 가운데, 일반적으로 많이 마시는 녹차의 섭취량을 대표적으로 살펴봄

□ 국민영양통계[48]에 의하면 2016년 기준 1인당 다류(녹차) 연간 섭취량은 3,522.3g으로 나타남

○ 2012년 대비 2016년 1인당 연간 섭취량을 비교해보면, 2013년을 제외하고 꾸준히 감소세를 보이고 있는 것으로 나타남. 이는 전반적으로 다류 생산 규모 및 면적 감소와 함께, 녹차에 집중되어있는 다류 섭취 행태가 우엉차, 헛개차, 허브차, 과일차 등 다양한 종류의 다류 제품으로 세분화되면서 녹차 섭취량이 감소한 것으로 보임

[표 5-1] 1인당 연간 다류(녹차) 섭취량 변화 추이

(단위: g)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
녹차	6,767.1	8,391.4	5,263.3	3,934.7	3,522.3

* 국민영양통계, 한국보건산업진흥원
1) 국민영양통계는 1인 1일 섭취량 기준으로 조사되었으며, 본 보고서에서 1년 기준으로 단순 환산한 수치임
2) 표본조사수가 높은 녹차를 기준으로 연간 섭취량을 작성함

□ 지역별로 살펴보면, 도시 크기가 클수록 녹차를 많이 섭취하는 것으로 나타남. 대도시 3,796.0g > 중소도시 3,540.5g > 읍/면지역 2,591.5g 순임. 이는 기름진 음식을 먹은 후 소화용도로 사용되거나, 다이어트 효과를 위해 녹차를 마시는 섭취형태가 영향을 준 것으로 보임. 참고로 표본

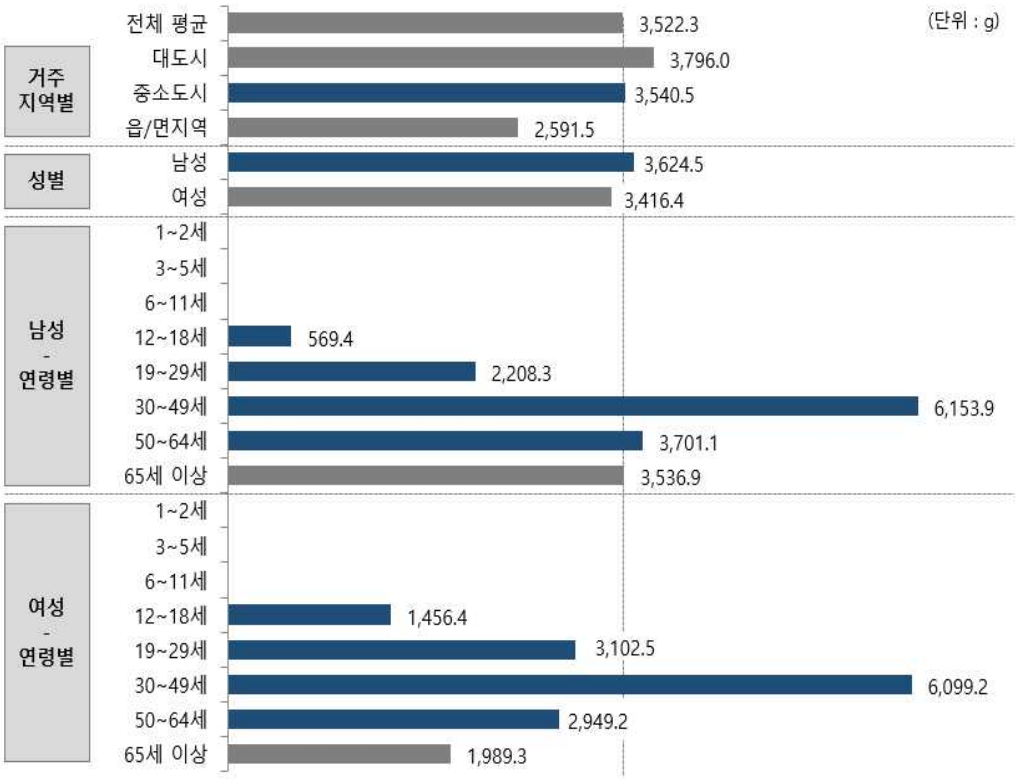
48) 조사대상 : 조리자와 만1세 이상
조사항목 : 조리자는 조사 1일전 가구원이 가구에서 섭취한 음식에 대한 조리 내용
만 1세 이상은 조사 1일전 섭취음식의 내용 및 섭취량(24시간 회상법)
조사방법 : 영양사 면허를 가진 전문조사원의 가구 방문에 의한 개별면접조사

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

수가 적다는 한계가 있으나, 보리차나 도라지차 등은 중소도시나 읍/면지역에서 상대적으로 수요가 높게 나타남

○ 성별로 살펴보면, 평균적으로 남성(3,624.5g)이 여성(3,416.4g)보다 연간 섭취량이 높게 나타남. 10대와 20대 남성의 녹차 연간 소비량은 여성에 비해 높게 나타났으나, 30대부터 60대까지는 여성의 녹차 섭취량이 높게 나타남. 연간 섭취량은 남성 30~49세(6,153.9g) > 여성 30~49세(6,099.2g) > 남성 50~64세(3,701.1g) > 남성 65세 이상(3,536.9g) 순임

[그림 5-1] 2016년 기준 조사 대상자 특성별 1인당 연간 다류 섭취량 비교



* 국민영양통계, 한국보건산업진흥원
1) 국민영양통계는 1인 1일 섭취량 기준으로 조사되었으며, 본 보고서에서 1년 기준으로 환산한 수치임
2) 대도시는 서울+6대 광역시, 중소도시는 시단위 지역, 읍/면지역은 읍 · 면지역임

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 절 소비 트렌드 분석

□ 소비 트렌드를 분석하는 방법은 정형화되어 있지 않은 가운데, 본 보고서에서는 다류의 소비 트렌드를 파악하기 위해 뉴스 및 기사를 기반으로 한 빅데이터[49]의 연관어를 추출하여 분석함. 뉴스 및 기사는 해당 시점의 사회적 이슈를 중점적으로 다루는 특징이 있으므로, 다류 시장의 소비 변화와 이슈 등을 파악하기에 적정하다고 판단됨

□ 최근 1년 기준[50], **차(티, tea 포함), 차음료, 녹차, 홍차 키워드를 검색어로 활용**하여 시장에 나타나고 있는 주요 변화와 이슈를 살펴봄. 일반적으로 소비시장에서는 '차류'나 '다류'와 같은 문헌에서 사용하는 용어보다는 차(tea), 차음료 등으로 언급하거나 녹차, 홍차와 같이 차의 종류를 직접적으로 언급하는 경우가 많음. 이에 본 보고서에서는 차를 부르는 시장 용어와 대표적인 차류인 녹차와 홍차를 검색어로 비교하여 살펴봄

1. 기사 및 뉴스에서의 키워드 언급 수준

□ 차(티, tea 포함), 차음료, 녹차, 홍차의 최근 1년간 기사 트렌드를 분석해 본 결과, 녹차의 언급량이 가장 높게 나타났으며, 이어서 홍차, 차(tea), 차음료 순으로 나타남

○ 녹차는 우리나라의 대표 차류의 하나이기도 하고, 녹차 생산지역 등에서의 꾸준한 체험 프로그램 운영, 차류 관련 이벤트 등의 영향으로 언급량이 높게 나타난 것으로 보임. 특히 2018년 5월은 보성 세계차박람회가 개최되면서 해당 월 전후로 녹차, 홍차, 차(tea) 모두 언급량이 높게 나타난 특징을 보임

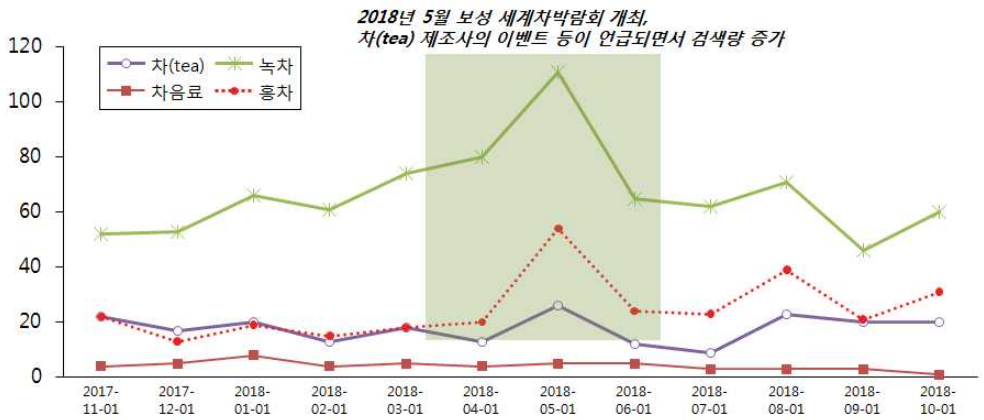
49) 빅데이터 활용 툴: 빅카인즈(BIGKinds)
- 빅카인즈는 종합일간지, 경제지, 지역일간지, 방송사 등을 포함한 기사DB에 빅데이터 분석 기술을 접목해 만든 뉴스 분석 서비스임. 제공되고 있는 서비스 중 키워드 트렌드는 검색어와 관련된 기사의 수를 시기별로 보여주고 있으며, 연관어 분석은 연관키워드를 워드클라우드로 확인할 수 있는 서비스임

50) 2017년 11월 1일 ~ 2018년 11월 1일 기준임

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 반면 차음료는 언급량이 상대적으로 낮은데, 이는 차음료 시장이 규모가 크게 형성은 되어있지만 관련 신제품 출시나 소비 특징을 언급하는데 있어 일반 음료로 포함하여 보는 경우가 많고, 다양한 종류의 차음료명을 직접 언급 하는 경우가 많아 언급량은 다소 낮게 나타난 것으로 분석됨

[그림 5-2] 최근 1년간 차류 관련 키워드 뉴스 수 추이



* 빅카인즈(BIGKinds). 차(tea), 차음료, 녹차, 홍차의 최근 1년(2017년 11월 1일 ~ 2018년 11월 1일) 키워드 트렌드 결과임 (사회일반, 문화_요리/여행, 문화_생활 카테고리 분석 결과임)

2. 차류 관련 연관어 분석

□ 차류 관련 연관어 분석 결과, 홍차를 제외하고 공통적으로 나타난 연관어는 '면역력'으로 나타남. 면역력은 차의 기대 효능 중 하나로 언급되는 경우가 많아 나타난 것으로 분석됨

○ 가장 언급량이 많은 녹차의 경우, 녹차의 생산지(하동, 보성) 외에 연관 차류(중국차, 발효차, 황차, 말차 등)가 주요 연관어로 나타남. 녹차는 우리나라의 대표 차 중 하나로 티백차 및 잎차, 가루차 등 다양한 유형으로 출시되고 있고, 여러 종류의 차류와 함께 판매되는 특징이 있어 다양한 차류가 함께 언급된 것으로 보임

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 홍차도 녹차와 마찬가지로 다른 종류의 차류와 함께 언급된 수준이 높으며, 홍차를 많이 마시는 국가인 영국이나 스리랑카에 대한 언급도 연관어로 나타남

○ 차(티, tea 포함)의 연관어는 다양하게 나타났는데, 최근 '애프터눈 티 세트'를 취급하는 카페가 늘면서 관련 키워드가 상위권으로 나타난 것으로 보임. 그 외에도 품격, 힐링 등 차에서 느껴지는 이미지도 상위 연관어로 나타남

○ 차음료는 환절기, 미세먼지가 많을 때 마시면 좋은 차로 언급되면서 관련 연관어가 높게 나타남. 이 외에도 최근 출시된 차음료 원료인 블랙보리, 카카오닙스도 상위 연관어로 나타남

[표 5-2] 차류 관련 연관어 도출 결과

차(티, tea 포함)		차음료		녹차		홍차	
키워드	가중치	키워드	가중치	키워드	가중치	키워드	가중치
애프터눈	8.72	**환절기**	2.40	중국차	34.97	중국차	33.36
TEA	7.73	**미세먼지**	2.18	하동	31.15	고급반	28.00
오설록	5.49	블랙보리	1.85	고급반	28.00	사람들	9.55
중국	5.31	발효 정도	1.78	보성	22.43	황차	9.33
사람들	4.94	사람들	1.71	발효차	18.14	영국	8.63
제주	4.19	소비자들	1.71	관광객들	13.53	스리랑카	6.61
품격	4.07	슈퍼푸드	1.71	세계중요농업유산	12.41	행사장	6.40
힐링	3.91	카카오닙스	1.60	황차	12.41	시민들	6.21
영국	3.81	**수분 보충**	1.33	말차	11.20	꽃차	6.00
소믈리	3.50			카테킨	9.77	가루차	5.33
딸기 뷔페	3.11			브로콜리	9.55	발효차	5.09
자격시험	2.73			우리나라	9.40	흑차	4.87
고객들	2.67			꽃차	9.07	발효 정도	4.71
히비스커스	2.57			사람들	9.07	들차회	4.67
Room	2.47			차나무	8.88	향신료	4.36
자격증	2.47			감잎차	8.00	우롱차	4.14
면역력	2.47			허브차	7.22	청차	4.00
				면역력	7.10	차문화	3.91
				보이차	7.06	보이차	3.68

* 빅카인즈(BIGKinds)

1) 검색 기간 : 최근 1년(2017년 11월 1일 ~ 2018년 11월 1일)
검색 카테고리 : 「사회일반, 문화-요리/여행, 문화-생활」

2) 가중치 : 가중치 정보는 토픽랭크 알고리즘에 기반해 출력된 결과임. 토픽랭크는 다음과 같은 분석 단계를 거침. ① 검색결과 중 분석대상 건수의 문서를 가져옴 ② 관련 용어 수집 후보 선정 ③ M개의 Top 용어를 선택하기 위해 가중치 함수 사용 ④ 많이 등장하는 용어로 구성된 벡터 구성 ⑤ M개의 상위 용어를 군집 (자세한 사항은 빅카인즈 홈페이지 참고)

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3. 소비 시장 제품 특성

□ 기사에서의 언급 특성 외에 실제로 시장에서 판매되는 제품 추이를 분석하여 시장 트렌드를 살펴보면 다음과 같음

□ 국내 다류 시장은 커피나 탄산음료를 섭취하던 음용 습관이 건강 및 다이어트, 힐링 등으로의 관심사 이동에 따라 일부 다류로 이동한 것이 영향을 준 것으로 보임. 최근에는 신제품 출시가 더디고, 기존 제품이 꾸준히 판매되어 정체되고 있는 시장에서 소비 트렌드에 따라 일부 변화를 주며 시장 활성화의 노력을 보이고 있음

① 건강 및 다이어트 차(茶)로 관심 강화

□ 수면부족, 긴장 및 스트레스 완화, 시력보호 등 건강적 이로움을 강점으로 차(茶)에 대한 수요가 일부 증가하고 있는 가운데, 특히 특정 신체기능을 강화시켜주거나 독소 배출, 지방 축적 방지 등의 장점으로 다이어트에 효과가 높은 제품이 인기를 얻고 있음

○ 프리미엄 티 브랜드 닥터스튜어트(DR STUART'S)의 '밀크시슬(Milk Thistle) 허브티'가 차 마니아들로부터 높은 인기를 얻고 있음. 밀크시슬은 해독작용과 간보호 효과가 탁월한 국화과 식물로 만성 간염 및 카드뮴 해독과 같은 전문 치료가 필요한 질병에 사용되기도 함. 따라서 건강기능식품을 포함해 다양한 식품군에 활용되고 있음. 해당 제품은 밀크시슬 이외에 생강뿌리, 우엉뿌리, 민들레뿌리 등 간 정화에 효과적인 천연 허브를 함유했으며, 자체 블랜딩 기술로 깊고 진한 향이 특징임. 최근 차를 이용한 디톡스인 '티톡스(Teatox)' 열풍에 따라 차의 향과 따뜻한 온기로 몸과 마음을 힐링하는 트렌드가 새롭게 떠오르고 있음

닥터스튜어트 허브티

담아온약초 레몬밤

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 최근 미디어를 통해 '레몬밤 다이어트'가 인기를 얻으면서, 레몬밤을 넣은 허브차가 천연 다이어트차로 인기를 얻고 있음. 한방 건강식품 브랜드 담아온약초의 '레몬밤'은 추출분말과 티백차 등 다양한 종류의 제품을 출시함. 레몬밤의 로즈마린산은 내장지방이 쌓이는 것을 방지해주는데, 해당 제품의 10배 농축된 추출분말은 하루 티스푼 1스푼 정도 먹으면 하루 권장 섭취량을 맞출 수 있다는 장점이 있음

② 홍차 음료의 인기

□ 세계 차 소비량의 약 75%를 차지할 정도로 수요가 높으며, 역사가 오래된 홍차는 테아플라빈(Theaflavin)[51], 테아루비딘(Thearubidin)[52] 등 항산화제를 많이 포함하고 있어 노폐물 배출을 통한 피로 회복 효과가 있으며, 더불어 깊고 진한 향이 특징임. 이에 식음료업계에서 홍차를 활용한 다양한 음료 제품을 출시하고 있음

태양의 식후비법 더블유W차 (코카콜라)

○ 코카콜라 '태양의 식후비법 더블유W차'는 홍차, 녹차, 우롱차와 식이섬유가 혼합된 새로운 형태의 차음료로, 가볍고 깔끔한 맛이 특징임. 한국영양학회 및 한국인영양섭취기준위원회 기준, 1일 영양성분 기준치의 51%인 12.7g의 식이섬유를 함유하고 있어 식사 후에 먹기를 권장하고 있으며, 식후음료라는 콘셉트에 의해 2030 여성들에게 인기를 얻고 있음[53]

○ 롯데칠성음료는 자사 브랜드 '실론티'의 형제제품으로, 콜드브루 공법을 이용해 만든 무당 차음료 '실론티 콜드브루 블랙티'를 2017년 9월에 출시함. 세계 3대 홍차 중 하나인 스리랑카산 홍차엽을 사용했으며, 기존 제품 대비 홍차엽 함량을 2.5배 높여 풍미가 깊어진 것이 특징임. 또한

51) 테아플라빈(Theaflavin)이란, 홍차에 들어있는 붉은색 성분으로 홍차의 발효과정 중 차엽의 카테킨(Catechin)이 폴리페놀옥 시다아제의 작용으로 산화 · 축합하여 생성된 폴리페놀임
52) 테아루비딘(Thearubidin)이란, 테아플라빈과 다르게 대개의 카테킨류의 중합된 고분자화합물로 다당류, 단백질을 함유하고 있음
53) 식음료업계, 높아지는 홍차 인기…디저트까지 신제품, NEWSIS, 2018.08.13

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

상온의 물을 이용해 추출한 침출식 콜드브루 공법으로 만들어져 홍차의 풍부한 맛은 증가시키고, 떫은맛은 감소시킴

실론티 콜드브루 블랙티
(롯데칠성음료)

홍차라떼
(남양유업)

투썸플레이스 홍차제품

○ 스틱형 가루차는 주로 율무차, 곡물차나 녹차라테 정도로 구성되어 있었으나, 홍차의 인기에 따라 홍차라테를 출시하는 브랜드가 증가하고 있음. 남양유업의 커피믹스 브랜드 루카스나인(라떼)의 '루카스나인 라떼 밀크티'는 스리랑카 우바 홍차와 무지방 우유를 사용해 홍차전문점의 진하고 깊은 밀크티 맛을 느낄 수 있다는 특징이 있으며, 스틱 형태로 제조되어 섭취 및 보관이 용이함

□ 차음료의 계절인 가을을 겨냥해 일부 프랜차이즈 커피/음료 전문점에서 홍차음료를 출시·판매함. 투썸플레이스는 세계적으로 유명한 브랜드 티 TWG Tea의 프렌치 얼그레이와 국산 배를 넣은 'TWG 얼그레이 페어티'와 카모마일차에 오렌지 시럽을 첨가한 'TWG 카모마일 오렌지 티'를 출시함. 깊고 진한 홍차향과 배, 오렌지의 달콤함, 상큼함이 함께 어우러져 따뜻하게 즐길 수 있는 것이 특징임

③ 티백차의 변신

□ 티백차는 작은 봉지 안에 찻잎이나 차 추출물/가루 등을 넣은 것으로 우려먹기 용이하며 어디서든지 쉽게 섭취할 수 있다는 장점에 있음. 기존에는 현미녹차, 보리차, 옥수수차 등으로 구성되어있던 제품 카테고리가 차음료나 가루/분말차로 판매되던 도라지, 생강, 칡, 오미자 등도 티백 제품으로 확대되면서 제품이 점차 다양해짐

○ 국내 차(茶) 전문 기업 티젠(TEAZEN)의 '노니(noni)차'는 최근 건강식품으로 알려진 노니 열매는 주로 열대 해안지역에서 자생하는 식물의

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

열매로, 열매 자체는 시큼하면서 썩은 치즈 냄새가 강해 분말이나 주스, 차 등으로 다양하게 활용되는 편임. 노니는 폴리페놀, 비타민, 미네랄, 아미노산 등을 함유하고 있는 것이 특징임. 해당 제품은 첨가료를 넣지 않아 노니 고유의 성분을 그대로 섭취할 수 있고, 티젠의 로스팅 과정에 따라 노니의 특유한 맛과 향을 대중화시킴

노니차
(TEAZEN)

도라지차/볶은우엉차
(두손애약초)

○ 최근 미세먼지, 황사 등이 심해짐에 따라 주기적으로 물이나 차를 마셔주는 것을 추천하고 있음. 이에 미세먼지 제거에 도움이 되는 오미자차, 도라지차, 모과차 등이 티백 제품으로 출시됨. 건강식품쇼핑몰 두손애약초의 티백 시리즈는 오미자차, 어성초차, 노니차, 우엉차, 카카오차, 결명자차, 라벤더차, 도라지차 등 다양한 차 종류의 티백 제품으로 구성되어 있음. 피라미드 삼각티백 형태로 돼있어 찻잎이 움직이면서 우려 나오는 장점이 있으며, 제품 포장은 인체에 무해한 PET용기 소재를 사용한 특징이 있음

□ 다류의 인기에 따라 차 전문점이 생기거나, 일부 커피 전문점에서도 다류 제품을 일부 판매하고 있음. 특히 프랜차이즈 전문점에서는 단일 메뉴보다는 차(茶) 메뉴에 과일, 우유, 초콜릿 등 다양한 재료를 섞어 만든 블렌딩 티가 인기를 얻고 있음[54]

블랜딩티 꽃차
(이디야)

○ 커피 전문점 이디야는 가을 계절을 맞아 맛과 향을 모두 즐길수 있는 블랜딩티 '꽃차' 제품을 출시·판매함. '살구 로즈메탈'은 말린 장미꽃잎을 담은 티백과 달콤한 살구가 어우러져 다양한 맛과 은은한 향미를 느낄 수 있는 꽃 블렌딩 티임. 2018년 F/W 트렌드 컬러인 '말린 장밋빛'을 활용해 타사 제품과 차별화 한 것이 특징임. 뿐만 아니라 과일의 풍부한 향과 맛을 살린 블랜딩 티 병음료인 '유자 피나콜라다', '자몽 네이블오렌지', '석류 애플라임' 등을 판매하고 있음

54) 차(茶)음료 수요 증가로 커피업계서 다양한 차(茶) 메뉴 출시 한창, MNB(머니앤벨류), 2018.09.28

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 티 카페 프랜차이즈 전문점 카페 오가다는 전국 15개 코스트코 매장에서 추석 한정 제품으로 '프리미엄 티 선물셋트'를 판매함. 배도라지/생강귤피/한라봉오미자 블렌딩 티 등 티백 3종과 함께 국내산 모과유자청, 제주산 한라봉유자청, 배모과유자 액상 파우치 블렌딩 티로 구성되어 있는 것이 특징임

프리미엄 티 선물세트(오가다)

[표 5-3] 다류 시장 주요 특성

구분	연관어 및 시장 특성 분석 종합		연관어*시장 기반 주요 특성
	검색 키워드의 주요 연관어 종합	시장 특성 종합	
다류	면역력, 수분 보충, 중국차 및 허브차	건강&다이어트, 홍차, 티백차 고급화	건강을 생각하는 프리미엄 차(tea)

최근 다류 시장 주요 특성
「건강을 생각하는 프리미엄 차(tea) 관심 증대」

* 빅카인즈(BIGKinds), 시장 주요 제품 분석 결과 종합

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 6 장
해외 시장 동향

제 1 절
세계 시장 규모

제 2 절
글로벌 트렌드

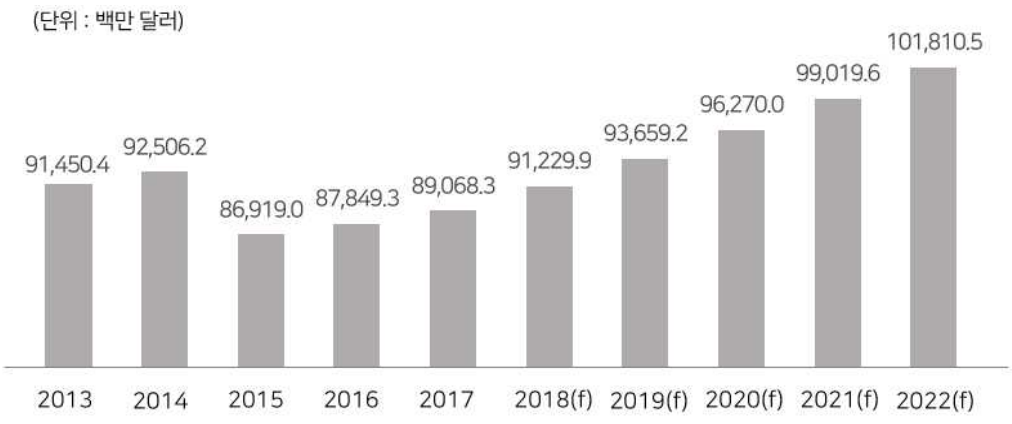
제 3 절
국가별 동향

제 1 절 세계 시장 규모

□ 본 보고서에서 다류 해외 시장 규모는 Euromonitor International 및 국내 다류 시장 기준에 따라, 일반 차 중 홍차(Black Tea), 녹차(Green Tea), 과실차/허브차(Fruit and Herbal Tea), 인스턴트 차(Instant Tea), 기타 차(Other Tea)와 RTD 차(RTD Tea) 총 6가지 유형의 다류 제품 판매 현황을 토대로 작성함

□ 세계 다류 시장 규모는 2017년 기준 891억 달러로, 2013년 915억 달러 대비 2.6% 감소함. 이는 2015년 글로벌 경기 침체의 영향으로 시장 규모가 소폭 감소한 것으로 보임. 그러나 2018년 이후로는 매년 증가세를 보이며 2022년 1,018억 달러로 2017년 대비 14.3% 성장할 것으로 예상됨

[표 6-1] 세계 다류 시장 규모



(단위: 백만 달러)

2013	2014	2015	2016	2017	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)	2022(f)
91,450.4	92,506.2	86,919.0	87,849.3	89,068.3	91,229.9	93,659.2	96,270.0	99,019.6	101,810.5

* Euromonitor International
1) Black Tea, Fruit and Herbal Tea, Green Tea, Instant Tea, Other Tea, RTD Tea의 합계 값임
2) 백만 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 세계 다류 시장의 유형은 크게 일반 차와 RTD 차로 분류할 수 있음. 일반 차는 차의 재료나 제작 형태 등에 따라 홍차, 녹차, 과실차/허브차, 인스턴트 차, 기타 차로 나뉘며, RTD 차는 주로 차갑게 만들어 페트병이나 캔 음료로 제작된 차 음료를 지칭함

○ 홍차, 녹차는 차나무의 찻잎을 이용한 차이며, 과실차/허브차는 과일과 허브 잎을 사용한 차를 의미함. 기타 차는 그 외 재료를 이용한 차를 포괄하며, 인스턴트 차는 재료에 상관없이 가루로 제작된 차를 의미함. RTD 차 음료는 액체 상태로 판매되는 차 음료를 뜻함

□ 2017년 기준, 가장 큰 비중을 차지하는 유형은 RTD 차(RTD Tea)(466억 달러)로, 52.3%의 시장점유율을 차지함. 이어서 일반 차 중에 홍차(Black Tea)(20.0%), 녹차(Green Tea)(12.1%), 과실차/허브차(Fruit and Herbal Tea)(7.4%), 인스턴트 차(Instant Tea)(1.9%), 기타 차(6.3%)순임

[표 6-2] 세계 다류 유형별 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)	2022(f)
일반 차 (Tea)	43,769.0 (47.9)	44,006.1 (47.6)	41,201.2 (47.4)	41,313.5 (47.0)	42,467.4 (47.7)	43,819.6 (48.0)	45,298.4 (48.4)	46,919.3 (48.7)	48,643.8 (49.1)	50,380.9 (49.5)
홍차 (Black Tea)	19,332.5 (21.1)	19,016.7 (20.6)	17,332.8 (19.9)	17,168.5 (19.5)	17,792.7 (20.0)	18,297.1 (20.1)	18,897.4 (20.2)	19,595.2 (20.4)	20,349.4 (20.6)	21,081.4 (20.7)
녹차 (Green Tea)	10,799.0 (11.8)	10,871.5 (11.8)	10,330.1 (11.9)	10,558.2 (12.0)	10,785.6 (12.1)	11,085.8 (12.2)	11,400.8 (12.2)	11,722.9 (12.2)	12,053.0 (12.2)	12,385.3 (12.2)
과일허브차 (Fruit/Herbal Tea)	6,700.9 (7.3)	6,832.6 (7.4)	6,278.8 (7.2)	6,356.8 (7.2)	6,568.7 (7.4)	6,824.2 (7.5)	7,069.3 (7.5)	7,329.2 (7.6)	7,608.0 (7.7)	7,905.8 (7.8)
인스턴트차 (Instant Tea)	2,104.0 (2.3)	2,100.6 (2.3)	1,990.3 (2.3)	1,841.3 (2.1)	1,724.1 (1.9)	1,637.2 (1.8)	1,570.7 (1.7)	1,516.8 (1.6)	1,469.4 (1.5)	1,427.6 (1.4)
기타 차 (Other Tea)	4,832.6 (5.3)	5,184.6 (5.6)	5,288.1 (6.1)	5,388.7 (6.1)	5,596.2 (6.3)	5,975.5 (6.5)	6,360.3 (6.8)	6,755.2 (7.0)	7,164.0 (7.2)	7,580.9 (7.4)
RTD 차 (RTD Tea)	47,681.4 (52.1)	48,500.1 (52.4)	45,717.8 (52.6)	46,535.8 (53.0)	46,600.9 (52.3)	47,410.3 (52.0)	48,360.8 (51.6)	49,350.7 (51.3)	50,375.8 (50.9)	51,429.6 (50.5)
합계	91,450.4	92,506.2	86,919.0	87,849.3	89,068.3	91,229.9	93,659.2	96,270.0	99,019.6	101,810.5

* Euromonitor International

1) 백만 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

- 2017년 대비 2018년에 가장 높은 성장세가 기대되는 유형은 기타차를 제외하고, 과실차/허브차(3.9%), 홍차와 녹차(2.8%), RTD 차(1.7%)임
- 2018년부터 다류 시장의 성장이 기대되는데, 2018년 대비 2022년에 가장 큰 성장률을 보이는 품목은 기타차(26.9%), 과실차/허브차(15.8%), 홍차(15.2%), 녹차(11.7%), RTD 차(8.5%) 순임. 같은 기간 유일하게 인스턴트 차(-12.8%)만 감소세를 보이고 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 2 절 글로벌 트렌드

□ 전 세계 다류 시장은 차 음용의 건강상 이점에 대한 인식 제고와 RTD 차 음료 제품의 발전에 크게 영향을 받고 있음. 소비자들은 설탕음료와 탄산음료의 대안으로 차 소비를 늘리고 있으며, 현대화된 생활환경 속에서 간편하게 이용할 수 있는 RTD 차를 선호하는 추세임. 제조사들은 소비 잠재력이 높은 젊은 소비자들의 입맛에 맞추기 위해 차 프랜차이즈 매장을 런칭하는 등 기호음료로서 차를 즐길 수 있는 환경을 확대하고 있음[55]

1) 건강한 음료로 떠오르는 '차(茶)'

□ 미국의 차 소비자들은 일본을 비롯한 아시아 문화에서 비롯한 말차(Matcha), 모링가(Moringa) 등 차의 건강적 이점에 주목해 소비를 늘려가고 있음

순수말차와 생강말차 (Pure Leaf)

모링가 파우더 (Terrasoul Superfoods)

○ 말차는 고농도의 칼륨, 마그네슘, 비타민 A와 C, 섬유질 뿐 아니라 높은 수치의 L-테아닌, 아미노산이 들어 있어, 면역력을 증진시키고 일상생활의 활력을 더해줌. 2017년 유니레버 그룹은 Pure Leaf 제품라인에 'Tea-matchaconda teas'를 출시함

○ 모링가 차는 인도의 아유르베다 의학에서 사용되던 차로, 모링가 올리페라(moringa oleifera)나무 잎에서 만들어지며 항산화 물질이 풍부함. 운동 후 소진된 체력과 에너지를 빠르게 회복시키고 정신적·감정적 균형, 혈당을 일정 수준으로 유지시켜주는 기능이 있음. RTD 차 음료로는 거의 제작되지 않고 있지만 Terrasoul Superfoods와

55) Tea Market by Type, Packaging, Distribution Channel, and Application: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2017-2023, Allied Market Research, 2017.05

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

같은 식품회사에서 분말형태로 판매하여, 소비자들이 차로 섭취하거나 주스, 스무디 등에 첨가해서 먹을 수 있도록 함

□ 싱가포르의 경우 국민들의 건강에 대한 관심이나 관련 식품의 소비수준이 높음. 특히 바쁜 직장 생활에 시달리는 싱가포르인들에게 차 관련 제품은 스트레스를 완화하는 기능성 식품으로 인식되어 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 비타민 등 건강에 도움이 되는 성분이 다양하게 들어있는 과일 및 허브차에 대한 수요 또한 증가하는 추세임[56]

○ 싱가포르의 인스턴트 음료 제조사 GoldKili는 생강, 레몬, 꿀, 국화, 인삼 등 건강에 좋은 차 제품들을 판매하고 있음. 대표 제품인 '생강 레몬 차'에는 베타 카로틴, 캡사이신, 진저 놀과 같은 항염증 및 항산화 물질이 다량 함유되어 있어 실내외 온도차로 인한 목감기 증상을 자주 호소하는 싱가포르 소비자들에게 인기임

생강 레몬차
(GoldKili)

2) RTD 차 음료의 성장

□ 전 세계적으로 건강에 대한 관심이 높아짐과 동시에 편의를 추구하는 소비성향에 따라 RTD 차 음료 시장이 성장세를 보임. 제조사들은 맛이나 포장에서의 혁신적인 시도를 도입하고 있으며, 무가당 RTD 차 음료, 재활용가능한 포장지 개발 등의 노력을 보이고 있음

○ 일본과 중국 RTD 차 시장이 꾸준히 성장하면서 2017년에는 최대 규모를 기록함. 미국과 마찬가지로 건강한 음료를 찾는 소비자들이 무가당 RTD 차의 소비를 늘리고 있으며, 낮은 카페인이나 풍부한 미네랄 등에도 주목하고 있음. 중국의 경우 소득 증가와 함께 건강에 대한 인식이 높아진 것이 RTD 음료 시장의 성장 동력이 됨. 특히 화이트칼라 계층의 여성 소비자가 RTD 차 음료 시장의의 가장 영향력 있는 소비자로 자리매김함[57]

56) 싱가포르의 감귤류 차 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스, 2015.02.25
57) Health Conscious Consumers Choose RTD Tea, STiR, 2018.06.12

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ RTD 차 브랜드들은 경쟁력을 유지하기 위해 혁신을 거듭하고 있음. 애리조나에 본사를 둔 TOAK(Tea of a Kind)는 최근 Eco-4-Pack을 출시함. 플라스틱 페트병 폐기물을 제거하고 천연 자원을 보존할 수 있게 독특하게 패키징 되어있으며, 음료 1병과 질소 가압 병 뚜껑인 Vessl 리필 4개로 구성되어 있음. Vessl에는 산화방지제가 들어있어 차 음료가 자외선, 산소 등에 의해 풍미와 색상이 저하되는 문제를 방지함. 소비자는 병을 물로 채우고 Vessl 리필을 비틀어 사용하면 됨. Vessl 뚜껑을 열어 물에 채워 넣는 새로운 경험은 소비자들에게 흥미를 유발하고 반복 구매를 유도하는 유인이 되기도 함[58]

TOAK의 제품과 사용 설명

○ 미국의 차 제조사인 Tiesta Tea는 이완제와 같은 독특한 기능을 갖춘 프리미엄 RTD 차 라인을 출시했으며, 남아프리카 공화국의 RTD 차 브랜드 BOS는 천연 과일맛을 강조한 완전 유기농, 디카페인 루이보스 아이스티를 선보임. BOS는 또한 2000개의 음료마다 한 그루의 나무를 심는 등 환경 친화적인 모습으로 소비자들의 관심을 끌고 있음

'면역력 증강' 제품라인
(Tiesta Tea)

친환경 루이보스 RTD 차 음료
(BOS)

○ 이렇듯 독특한 맛, 건강 기능성, 친화경적 포장 등의 RTD 차 음료의 혁신은 향후 몇 년 동안 전 세계 RTD 차 시장의 성장세를 유지시킬 것으로 예상됨[59]

58) Tea of a Kind Introduces Eco-Friendly 4-Pack, PR Newswire, 2017.07.26
59) Health Conscious Consumers Choose RTD Tea, STiR, 2018.06.12

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3) 젊은 소비층을 겨냥한 차 프랜차이즈 등장

□ 차 소비가 늘어남에 따라 스타벅스와 같이 차 음료를 판매하는 카페 프랜차이즈가 늘어나고 있으며, 차 전문점들이 점차 증가하고 있음. 중국에서 특히 차 전문매장이 활발히 운영되고 있으며, 광둥성 등지에만 공차(贡茶), 왕즈라차(王子拉茶), 85도C밀크티(85度C 奶茶), COCO(都可茶饮), 해피레몬(快乐柠檬) 등의 업체들이 경쟁 중임[60]

○ 인웨이차(inWE.cha)는 디자인과 체험을 중시하는 중국의 차 프랜차이즈 업체임. 모던한 매장 디자인과 젊은 층의 기호에 맞춘 콜드브루 차 음료 등으로 '중국의 스타벅스'라는 명칭을 얻음. 제품 대부분이 전통차가 아닌 과일이나 허브로 향을 낸 가향차임. 특색 있는 향과 깔끔한 디자인으로 젊은 소비자들에게 인기를 얻고 있음

인웨이차의 콜드브루 티 제품들

○ 일본의 차 프랜차이즈 브랜드 nana's green tea는 현대인들에게 새로운 일본 스타일을 제안하면서 'modern tea house'를 매장 콘셉트로 삼고 있음. 주요 제품은 말차와 호지차이며, 일반 차뿐 아니라 아이스크림이 올라간 차, 휘핑크림과 설탕 시럽을 넣은 차, 차 라테, 파르페 등 다양한 음료 메뉴를 개발해 판매하고 있음. 또한 젊은 소비자들의 카페 문화에 부합하기 위해 '말차 쉬폰 케이크', '말차 초콜릿 케이크' 등 디저트 메뉴도 함께 판매하고 있음. 일본 전통 디저트인 모찌(떡)나 팥죽 메뉴에도 말차를 토핑해 차 음용의 새로운 방법을 제안하고 있음[61]

말차 쉬폰 케이크와 말차 단팥죽
(nana's green tea)

60) 중국을 발칵 뒤집은 크림치즈티 '희차', KOTRA 해외시장뉴스, 2017.05.31
61) nana's green tea 홈페이지(http://www.nanasgreentea.com)

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제 3 절 국가별 동향

□ 국가별 동향은 글로벌 다류 시장 규모 1~3위를 차지하고 있는 **중국, 미국, 일본**과 우리나라의 수출 규모 2위 국가인 **싱가포르**를 살펴봄. 참고로 중국과 미국은 우리나라 차류 수출 3위, 1위국이기도 함. 우리나라의 현재 수출 상대국들과 잠재적인 진출 시장을 살펴봄으로써 수출 증진에 참고가 되고자 함임

1. 중국 다류 시장[62)]

1) 다류 개요[63)]

□ 중국은 차의 고향이며 차 문화의 발원지로, 중국의 차 문화는 인류와 사회 발전에 영향을 미치며 2000년이 넘는 유구한 역사를 이어오고 있음. 중국의 차 주산지는 남쪽에서는 북위 18도의 해남도(海南島), 북쪽에서는 북위 38도의 산동(山東) 봉래산(蓬萊山), 서쪽으로는 동경 94도의 서장(西藏) 임지(林芝), 동쪽에서는 동경 122도의 대만(台灣) 지역까지 매우 광범위하게 분포되어 있음

□ 대체로 중국의 차 주산지는 생태환경, 차나무 품종 등을 근거로 4대 지역(화남(華南), 서남(西南), 강남(江南), 강북(江北))으로 구분하며, 대표적인 차 종류로는 녹차 · 흑차 · 우롱차 · 홍차 · 백차 · 황차 등 6가지로 봄. 명나라 때 찻잎을 덖은 형식의 초청(炒青) 녹차와 홍차, 황차, 흑차, 백차 등이 출현했으며, 청나라 때에 청차가 등장하여 현재의 중국 6대 차가 형성됨[64)]

62) TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02
63) 일본 및 중국의 차(茶) 산업 동향과 시사점, 한국농촌경제연구원, 2014.04
64) <차 이야기>우롱차의 역사①, 식품음료신문, 2003.02.07

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-3] 중국의 주요 차 분류

차(茶)종	특징	주산지	이미지
녹차	중국의 가장 대표적인 차 재배면적이 가장 넓고 생산량 또한 가장 많음 제조기술이 간단하여 소규모의 가정농이 주를 이룸	양자강 유역	
홍차	소규모 가정농에서 주로 생산 그러나 제조공정이 비교적 복잡하여 주로 기계화 가공에 의존함. 차 재배농가가 신선 찻잎을 재배 · 채집하여 근처의 가공공장으로 판매하는 형태	우남성, 복건성, 호북성, 호남성, 광서성	
우롱차	중국 특유의 차로서 청차(青茶)라고도 하며, 녹차와 홍차의 중간 정도로 독특한 향과 진한 맛을 가지고 있음 복건성 안계철관음(安溪鐵觀音)이 가장 유명함	민남(閩南) 지역(천주시, 장주시)과 민북(閩北) 지역(무이산시, 건구시)	

* 일본 및 중국의 차(茶) 산업 동향과 시사점, 한국농촌경제연구원, 2014.04

2) 시장 규모

□ 2017년 기준 중국 다류 시장 규모는 270억 달러로, 2013년의 250억 달러 대비 7.7% 증가함

□ 품목별로 살펴보면, RTD 차가 55.1%로 가장 점유율이 높으며, 이어서 녹차, 기타 차, 인스턴트 차, 홍차, 과실차/허브차 순으로 나타남

○ 최근 5년간 가장 빠르게 성장한 품목은 홍차(Black Tea)임. 2013년 이래로 약 57.9% 성장함. 이어서 녹차(Green Tea)는 같은 기간 25.9% 성장함. 5년간 꾸준한 성장세를 보이며 2017년 시장점유율은 17.4%로 집계됨. 녹차는 중국 6대 차(녹차, 흑차, 우롱차, 홍차, 백차, 황차) 가운데 유일하게 발효를 하지 않는 차이며, 중국 내 최대 찻잎 품종임. 생산기업은 많으나 특정 기업에 대한 집중도가 낮아, 5개의 선두기업 시장점유율이 10% 미만으로 나타남[65)]

65) 중국 전통 차(茶)시장 최근 트렌드, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.10.19

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 후발효차의 일종인 보이차는 풍부하고 깊은 맛이 특징이며, 저장이 용이하다는 점에서 소장품으로도 여김. 2004년 전까지는 광둥 일부지역에 국한된 소비 형태를 보이다가 2004년 이후 판매 범위를 넓혀가면서, 2014년부터 소비층이 전국으로 확대됨. 중국 내 보이차 시장 규모는 약 40억 위안 이상이며, 일부 대규모 기업의 시장점유율이 약 40%에 달함. 보이차 중국 대표 제조사로는 룽터우(龙头)가 있으며, 빠른 속도로 성장해 시장점유율을 차지해 나가고 있음[66]

○ 반면, 과실차/허브차(Fruit/Herbal Tea)는 매출액과 점유율 모두 하락세를 보임. 2017년 기준 4억 달러 규모의 작은 시장일 뿐 아니라 5년 사이 시장점유율도 0.4%p 하락함

[표 6-4] 중국 다류 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
홍차 (Black Tea)	870.3 (3.5)	992.7 (3.7)	1,113.2 (4.2)	1,238.2 (4.7)	1,373.8 (5.1)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	486.9 (1.9)	493.0 (1.9)	475.6 (1.8)	440.6 (1.7)	417.3 (1.5)
녹차 (Green Tea)	3,719.9 (14.9)	3,968.6 (14.9)	4,201.9 (15.9)	4,441.4 (16.8)	4,685.7 (17.4)
인스턴트 차 (Instant Tea)	1,673.8 (6.7)	1,666.0 (6.3)	1,621.5 (6.1)	1,572.9 (6.0)	1,510.7 (5.6)
기타 차 (Other Tea)	2,900.0 (11.6)	3,181.3 (12.0)	3,479.4 (13.1)	3,792.8 (14.4)	4,123.6 (15.3)
RTD 차 (RTD Tea)	15,373.1 (61.4)	16,310.8 (61.3)	15,585.2 (58.9)	14,930.6 (56.5)	14,841.0 (55.1)
합계	25,024.1	26,612.4	26,476.8	26,416.6	26,952.2

* TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02
1) 1위안= 0.15달러(2017년 평균환율 기준, KEB하나은행)

□ 중국에서 가장 인기 있는 RTD 차 유형은 '레몬 홍차(Black-lemon)'이며, 녹차 RTD 차의 경우에도 '레몬 녹차(Green-lemon)'의 시장 규모가 가장 큼

66) 중국 전통 차(茶)시장 최근 트렌드, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.10.19

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 녹차의 경우 꿀이 들어간 '꿀 녹차(Green-honey)' 유형의 비중이 8.2%로 낮지 않으나, 전체적인 시장 규모로 판단했을 때 가당 RTD 차의 인기가 그리 높지는 않음

[표 6-5] 중국 RTD 차 향미유형별 시장 규모

(단위: %)

순위	향미유형	2013	2014	2015	2016	2017
1	홍차(Black Tea)	36.0	35.4	34.6	34.1	34.0
	레몬 홍차(Black-lemon)	33.5	33.0	32.2	31.7	31.6
	무가당 홍차(Black-unsweetened)	2.5	2.4	2.4	2.4	2.4
2	녹차(Green Tea)	25.5	24.2	24.0	23.8	23.5
	레몬 녹차(Green-lemon)	11.0	10.7	10.6	10.5	10.3
	꿀 녹차(Green-honey)	9.4	8.5	8.3	8.3	8.2
	무가당 녹차(Green-unsweetened)	5.1	5.0	5.1	5.0	5.0
3	보리차(Barley)	3.5	3.4	3.4	3.3	3.1
4	기타(Other flavours)	35.0	37.0	37.9	38.8	39.5
합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02

□ 중국의 다류 시장은 2018년 대비 2022년까지 7.1% 성장할 것으로 예상됨. 2022년 매출액 예측치는 292억 달러로, 홍차와 녹차, 기타 차의 성장이 시장 성장을 주도할 것으로 보임

○ 편리성을 선호하는 최근 소비 트렌드에 따라 포장되지 않은 차(Loose tea)에서 티백이나, 개별 포장된 일회용 찻잎으로 수요가 이동할 것으로 예상됨

○ 고급차 선물을 금지한 중국 당국의 조치로 프리미엄 차 제품 매출이 일부 타격을 입을 것으로 예상되며, 이에 따라 차 수요가 대부분 가정이나 소매점의 소비에 의존하게 될 것으로 보임

○ RTD 차는 향후 5년간 3.2%의 마이너스 성장률을 보일 것으로 예측되나, 여전히 높은 수준의 시장 점유율을 유지할 것으로 보임. 최근 젊은 층을 중심으로 퓨전 과일 차가 유행하면서 2016년 Nongfu Spring사에서 퓨전 RTD 차 브랜드인 Tea Pai를 런칭해 성공시킴. Tea Pai의 퓨전 차 성공을 시작으로 기타 RTD 차 제조업체들의 제품 라인 확장이 예상됨

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-6] 중국 다류 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
홍차 (Black Tea)	1,519.8 (5.6)	1,674.0 (6.1)	1,836.0 (6.5)	2,005.3 (7.0)	2,180.5 (7.5)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	397.7 (1.5)	383.1 (1.4)	373.0 (1.3)	366.9 (1.3)	364.5 (1.2)
녹차 (Green Tea)	4,847.2 (17.8)	4,999.9 (18.1)	5,142.6 (18.3)	5,274.1 (18.4)	5,395.8 (18.5)
인스턴트 차 (Instant Tea)	1,421.5 (5.2)	1,353.2 (4.9)	1,297.6 (4.6)	1,248.7 (4.4)	1,205.3 (4.1)
기타 차 (Other Tea)	4,455.6 (16.3)	4,800.8 (17.4)	5,159.1 (18.3)	5,526.1 (19.3)	5,903.6 (20.2)
RTD 차 (RTD Tea)	14,617.9 (53.6)	14,456.7 (52.3)	14,326.3 (50.9)	14,225.8 (49.7)	14,154.5 (48.5)
합계	27,259.8	27,667.7	28,134.6	28,646.8	29,204.3

* TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02
1) 1위안= 0.15달러(2017년 평균환율 기준, KEB하나은행)

3) 주요 제조사 및 브랜드[67]

□ Yunnan Taetea Tea Industry Group Co Ltd은 중국에서 가장 사랑받는 보이차(Pu'er Tea) 브랜드 Taetea를 생산하는 기업임. 찻잎의 종류나 숙성기간에 따라 Classic, Select, Imperial, Master 시리즈로 제품라인이 구성되어 있으며, 숙성기간이 오래될수록 프리미엄 제품으로 분류됨

○ Yunnan Taetea Tea Industry Group은 2016년 11월 상하이에 Taetea Pu'er & Café를 오픈함. 20~30대 젊은 층을 고객으로 끌어들이기 위한 전략으로 매장을 현대식 고급 인테리어로 꾸미고 32종류의 차와 디저트를 제공하여 차와 음식을 즐기며 시간을 보낼 수 있는 새로운 개념의 공간을 만들어냄

67) 각사 홈페이지

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-7] Yunnan Taetea Tea의 보이차 제품

제품라인	설명	대표제품	이미지
Classic Series	세계에서 가장 유명한 보이차 브랜드. 1년 이상 숙성하여 가장 고전적인 보이차 맛을 만들어 냄	Menghai Spring Raw Pu'er	
Select Series	운남성 6곳의 차 명산에서 채취한 찻잎을 사용한 보이차 브랜드. 3년 이상 숙성하며 독특하고 미묘한 맛이 남	Star of Menghai Ripe Pu'er Tea	
Imperial Series	황제에게 진상하던 보이차 브랜드. 고대 야생 수목 찻잎을 사용해 5년 이상 숙성하여 고급스러운 맛과 향을 지님	Dragon Pillar Ripe Pu'er	
Master Series	'King of tea tree'에서 채취한 가장 좋은 찻잎으로 만든 보이차 브랜드. 세계 최고의 차 전문가가 손수 제작하고 10년 이상 숙성하여 특별한 맛을 냄 패키지 또한 특별해 선물, 수집에 적합함	Master Series Pu'er Tea	

* Taetea Group 홈페이지(http://www.taetea.net)

□ Xiangpiaopiao Food Co Ltd는 2005년 8월에 설립된 밀크티 전문 제조 기업임. 절강성, 사천성, 천진에 3대 생산기지를 소유하고 있으며, 밀크티 테이크아웃 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있음. 글로벌 시장 조사업체 Nielsen 자료에 의하면, 2014년~2016년 Xiangpiaopiao Food의 밀크티 테이크아웃 시장 점유율은 각각 57%, 56.4%, 59.5%로 매년 테이크아웃(컵포장) 밀크티 시장의 절반 이상을 차지함[68]

○ 홍콩 스타일 밀크티의 본질을 살린 클래식 밀크티 제품들을 중심으로 다양한 재료를 첨가한 밀크티, 아쌈 밀크티로 제품 라인을 확대함. 치즈 귀리 밀크티, 팥 밀크티 등 젊은 세대들의 취향에 맞춘 다양한 제품들이

68) 香飘飘(향표표) 11월 30일 상장, 첫날 주식 44% 성장, 농식품수출정보 Kati, 2017.12.28

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

출시됨. 제품 외형은 우리나라에서 흔히 판매하는 편의점 컵 커피와 유사하지만, 액체 상태로 판매되지 않고 컵 안에 차(茶) 파우더믹스, 설탕, 액상소스 등이 들어있어 인스턴트 차로 분류하는 것이 적합함

[표 6-8] Xiangpiaopiao Food의 밀크티 제품 목록

오리지널 밀크티	타로 밀크티	초콜릿 밀크티	망고 밀크티	블루베리 밀크티	아쌈 밀크티

* 香飘飘(Xiangpiaopiao) 홈페이지(http://www.zjxpp.com)

[표 6-9] 중국 주요 일반 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
Yunnan Taetea Tea Industry Group Co Ltd	Taetea	7.3	6.6	6.4	6.1
Xiangpiaopiao Food Co Ltd	Xiangpiaopiao(Zhejiang Xiangpiaopiao Co Ltd)	5.7	5.0	4.9	4.8
Guangdong Strong (Group) Co Ltd	U-loveit	5.8	5.4	4.8	4.3
Tenfu Group	Tenfu's	2.0	1.7	1.6	1.6
Beijing Zhangyiyuan Beverage Co Ltd	Zhang Yi Yuan	1.3	1.3	1.3	1.4
Beijing Wuyutai Tea Co Ltd	Wu Yu Tai	0.9	1.0	1.0	1.0
Yichang Xiaoshi Tea Group Co Ltd	Xiaoshi	0.9	0.9	0.9	0.9
Beijing Xiaoguan Tea Co Ltd	Xiao Guan Tea	-	-	0.3	0.8
Bama Tea Co Ltd	Bama	0.7	0.7	0.8	0.8
Zhejiang Dahaoda Food Co Ltd	Xiang Yue Taiwan Milk Tea	1.0	0.9	0.8	0.7
기타		74.4	76.5	77.2	77.6
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 건강에 대한 의식수준이 높아지면서 저설탕, 무설탕 RTD 차가 중국에서 성장하고 있음. Suntory Holdings의 Suntory Oolong Tea, Nongfu Spring의 Dongfang Leaf 등이 이런 추세에 따라 성장함. 건강에 좋은 RTD 차는 특히 젊은 고소득 여성 근로자들에게 인기가 있음

□ Guangdong Jiaduobao Beverage & Food Co Ltd는 차 원료의 재배부터 음료 생산, 판매까지 담당하는 중국 대표 RTD 차 기업임. 광동성, 쓰촨성 등 남부지방의 생산기지를 기반으로 함. 1996년 처음으로 RTD 허브차를 판매했으며, 2012년에 Jiadubao 브랜드를 정식 출시함. 국화, 감초, 인동 덩굴 등 다양한 약초를 이용한 Jiadubao 허브차는 몸의 열을 낮추는 효과를 가지고 있음. 2003년 광저우에서 처음 발생한 사스(SARS)[69]사태 당시, 해당 허브차가 몸의 열을 내려준다는 소문에 따라 중국 전역으로 판매가 확대되기도 함. 2008년에는 중국 내 코카콜라 판매량의 2배가 넘는 600만 톤의 차 판매를 기록하면서 중국 음료시장의 대표 브랜드가 됨[70]

○ 현재는 Jiadubao를 코카콜라와 같은 국제 브랜드로 만들겠다는 목표로 시장 확대에 주력하고 있음. 중국 내에서는 북부지방, 글로벌 시장은 남미와 동남아를 중심으로 사업을 확대함. 남미와 동남아시아의 경우 덥고 습한 기후가 중국 남부와 비슷하여 Jiadubao의 잠재 소비자가 풍부하다고 판단함.[71] 그러나 단맛을 내는 RTD 허브차를 중국 북부 지방 소비자들이 선호하지 않아, 국내 유통망 확대에 어려움을 겪고 있음

Jiadubao 음료

69) 중증 급성 호흡기 증후군(Severe Acute Respiratory Syndrome). 중국 남부의 광둥 지방에서 2002년 11월 시작해 약 1년간 전 세계적으로 유행함. 사스-코로나 바이러스가 인간 호흡기를 침범하여 발생하는 질병으로 고열과 호흡곤란 증세를 보이며 심한 경우 사망에 이름
70) 왕라오지를 국민 브랜드로 키워낸 '자둬바오', 시사저널, 2018.05.21
71) 중국의 JDB, 인기있는 초본 차 음료에 대한 전 세계적인 추진 계획, South China Morning Post, 2014.12.24

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-10] 중국 주요 RTD 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
Guangdong Jiaduobao Beverage & Food Co Ltd	Jiaduobao (JDB Group)	28.0	29.9	28.4	26.7
Ting Hsin International Group	Master Kong	19.2	17.4	16.9	18.1
Guangzhou Wanglaoji Pharmaceutical Co Ltd	Wong Lo Kat(Guangzhou Pharmaceutical Holding Ltd)	11.1	12.5	13.2	13.7
President Enterprises (China) Investment Co Ltd	President (Uni- President Enterprises Corp)	11.7	12.1	12.5	12.3
Fujian Dali Food Co Ltd	Heqizheng	3.9	4.3	4.5	4.5
Hangzhou Wahaha Group Co Ltd	Wahaha	3.7	3.1	2.9	2.7
Nongfu Spring Co Ltd	Tea Pai (Yangshengtang Co Ltd)	0.3	0.3	1.8	2.3
Tenwow International Holdings Ltd	Tenwow Honey Grapefruit Tea	0.9	1.0	1.0	1.0
Jinmailang Food Co Ltd	Jinmailang	0.6	0.6	0.6	0.5
Beijing Huiyuan Beverage & Food Group Corp	Suntory Oolong Tea (Suntory Holdings Ltd)	0.3	0.3	0.4	0.4
기타		20.3	18.5	17.8	17.8
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE CHINA, Euromonitor International, 2018.02

4) 시장 및 소비자 특징

□ 최근 중국 내 차 소비는 새로운 전환의 국면을 맞음. 과거에는 차를 뜨거운 물에 우려 맛을 음미하는 것이 주된 목적이었다면, 최근에는 유기농차, 웰빙차 등 각자의 목적에 맞게 소비패턴이 다양화되고 있음. 이미 모든 국민이 차를 마시는 세대에 접어들었고 이에 따라 중·노년 고객층의 품위와 효능이 높은 차에 대한 요구, 젊은 고객층의 트렌디한 요구를 충족시킬 마케팅이 필요해지고 있음[72)]

72) 중국 전통 차(茶)시장 최근 트렌드, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.10.19

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ Bama Tea Co(八马茶业)는 고품질의 제품을 취급하며, 품위 있는 브랜드 이미지를 형성하고 있음. 자사 홈페이지에는 자동화된 생산 라인을 투명하게 공개하고 있으며, 호텔 라운지 등에 입점한 전국 1100여 개의 매장은 고급스러운 분위기로 꾸며져 있음. 품위를 중시하는 중국 중·노년층 소비자들의 니즈를 충족하며 선물용 고급차로서의 입지를 다짐

Bama Tea 매장의 모습

선물용 고급 Bama Tea 세트

□ 젊은 세대의 취향을 충족시키기 위한 마케팅은 다양하게 진행되고 있음. 유명 차 브랜드 'Tea Pai'의 홍보를 위해 한국의 유명 가수(BigBang)를 홍보대사로 기용하는 것 등 단순한 전략부터 제품이나 매장 콘셉트 자체를 젊은 세대의 취향에 맞춰 개발하는 고도화된 마케팅까지 다양함. 새로운 중국식 차 음료 브랜드인 '나이쉐더차'는 차와 함께 유럽식 빵을 사이드 메뉴로 판매하고 있으며, '차 음료+다과+소통공간'을 메인 콘셉트로 하는 'gaga시엔위'는 선전에 20개의 매장을 운영하고 있음[73]

○ 희차(HEYCHA, 喜茶)는 색다른 다류 트렌드를 주도하며 중국의 차음료 시장 자체를 변화시킨 주역으로 평가 받음. 소비 주 연령층인 바링허우(80년대 생)세대와 쥬링허우(90년대 생)세대가 크림치즈를 올린 새로운 형태의 차 음료에 높은 선호도를 보였으며, 하루 평균 2~3천 잔이 판매되며 월 매출액 1억 위안을 달성함

○ 기존에 없던 이색 음료와 시즌별로 달라지는 한정 메뉴, 입소문 및 SNS 마케팅 등이 희차(喜茶)의 성공요인으로 꼽힘. '차를 마시는 것은 하나의 스타일이자 삶의 방식이다'라는 모토 하에 매장 인테리어부터 홍보물까지 다른 프랜차이즈 전문점과 차별화되는 소비자 경험 및 공간 경험을 제공하고 있음[74]

73) 중국 프랜차이즈 차음료 시장 트렌드, KOTRA 해외시장뉴스, 2018.09.21

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

희차의 시즌음료(딸기, 복숭아 차)

희차의 콘셉트 매장 인테리어

□ 현재 중국의 차 음료 트렌드는 5세대[75]를 넘어 6세대에 진입하고 있다는 평가를 받음. 6세대 차로 주목을 받고 있는 것 중 하나는 차구띠(茶谷地)의 '곡물차'임. 차구띠(茶谷地)는 건강에 대한 관심과 함께 부상하고 있는 '곡물'을 차에 결합하여 웨이보(微博) 등 중국 SNS에서 큰 화제가 됨. 차구띠(茶谷地)의 주요 제품은 차가운 녹차나 홍차 위에 팥, 보리, 오트밀 등 18가지 곡물들을 토핑한 차 음료임. '중국의 유튜브'로 불리는 단편 UGC 플랫폼 Tiktok(斗音)에서 이제 차는 '마시는 것'이 아니라 '먹는 것'임을 강조한 광고를 게재한 것이 화제가 되어 '왕홍차(网红茶, 인터넷에서 화제가 된 차)'로 등극하기도 함[76]

차구띠(茶谷地) 매장 모습

차구띠(茶谷地)의 곡물차

74) [트랜드] 중국의 힙한 차문화를 선도하는 젊은 기업 '시차(喜茶)', Platum, 2018.10.05
75) 중국 차 음료의 1세대는 '버블티', 2세대는 '과일차', 3세대는 '신선차', 4세대는 '유제품차', 5세대는 '밀크티'로 분류됨. '밀크티'는 현재까지 인기를 끌고 있으나 시장이 포화상태에 도달했다는 평가가 일반적임
76) "마시는" 차에서 "먹는" 차로, 중국 곡물차(茶)의 인기, 농식품수출정보 Kati, 2018.08.27

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2. 미국 다류 시장[77]

1) 시장 규모

□ 미국 다류 시장은 2017년 기준 93.0억 달러 규모임. 2013년의 74억 달러 대비 26.2% 증가함. 미국은 서방국가 중 차 수입과 소비가 증가하는 유일한 국가로, 전 세계에서 인구가 많고 차 문화가 발달한 러시아와 파키스탄 다음으로 많은 차를 수입하는 국가임[78]

□ 품목별로 살펴보면, RTD 차의 시장점유율이 73.4%로 가장 높음. 이어서 과실차/허브차(12.2%), 홍차(9.2%) 순임. 녹차는 품목 중 가장 시장점유율(3.5%)이 낮으며, 2013년에 비해 1%p 감소한 수치임

○ RTD 차 시장은 최근 5년간 연평균 6.5%의 성장률을 보이며 2017년 68억 달러 규모의 시장을 형성함. 매장에서 구입해 바로 마실 수 있는 RTD 차는 건강을 중시하는 미국의 소비자들에게 설탕 음료의 대안으로 인식됨. RTD 차 브랜드들이 클린라벨을 활용한 마케팅을 실시한 것도 매출 성장에 도움이 된 것으로 보임

○ 과실차/허브차(Fruit/Herbal Tea)는 2017년 기준으로 11억 달러 규모의 시장을 형성하고 있으며, 최근 5년간 17.7%의 성장률을 보임. 허브차는 다양한 효능이 강조되며 건강에 좋다는 인식이 확산됨에 따라 성장세를 보임. 다른 원료들과 섞이기 쉬운 부드러운 맛을 가지고 있으며, 무카페인 성분으로 카페인 걱정 없이 지속적으로 마실 수 있는 것이 인기 요인으로 꼽힘. 스타벅스와 같은 프랜차이즈 매장에서도 차 브랜드를 런칭해 판매하면서 접근성이 높아짐[79]

○ 홍차(Black Tea)는 2013년 대비 2017년에 5.9% 감소함. 미국 소비자

77) TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02
78) 미국 차(茶)협회(http://www.teausa.com)
79) 미국인들의 입맛을 사로잡고 있는 차(Tea) 시장, KOTRA 해외시장뉴스, 2016.04.20

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

들이 RTD 차 형태의 홍차 소비를 늘리면서 상대적으로 티백 형태로 판매되는 홍차의 매출액이 감소한 것으로 추측됨

[표 6-11] 미국 다류 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
홍차 (Black Tea)	908.9 (12.3)	943.2 (12.1)	913.7 (10.9)	888.0 (10.1)	855.3 (9.2)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	961.8 (13.0)	1,051.9 (13.5)	1,091.2 (13.0)	1,101.5 (12.5)	1,131.9 (12.2)
녹차 (Green Tea)	330.4 (4.5)	354.7 (4.5)	334.0 (4.0)	326.4 (3.7)	321.8 (3.5)
기타 차 (Other Tea)	192.4 (2.6)	194.3 (2.5)	182.0 (2.2)	169.3 (1.9)	162.2 (1.7)
RTD 차 (RTD Tea)	4,976.8 (67.5)	5,276.3 (67.5)	5,848.4 (69.9)	6,339.9 (71.8)	6,829.6 (73.4)
합계	7,370.3	7,820.4	8,369.3	8,825.1	9,300.8

* TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02

□ RTD 차의 인기는 차가운 차를 선호하는 미국인들의 성향과 관련됨. 미국 차(茶)협회에 따르면, 미국인들이 마시는 차의 80%는 차가운 아이스 티(Iced Tea)임[80]

□ 미국의 RTD 차는 크게 홍차(Black Tea)와 녹차(Green Tea)로 분류됨. 미국에서는 홍차, 녹차 본연의 맛을 즐기는 소비자도 있지만, 대중적으로 소비되는 대부분의 차들은 홍차나 녹차에 허브나 과일향을 첨가한 제품들임. 차(茶)를 베이스로 제철 과일이나 제철 식재료들을 첨가하기도 함. 최근에는 우유나 아몬드 밀크, 코코넛 밀크 등을 첨가해 밀크티 형태로 즐길 수 있는 RTD 차 제품들도 출시되고 있음.[81] 10~30대 소비자들이 특히 설탕과 우유를 많이 선호하는 경향을 보임

○ 2017년 기준, 레몬 홍차(Black-lemon)가 13.2%로 가장 높은 인기를 보이며, 가당 홍차(Black-sweetened, 6.9%)가 뒤를 이음. 복숭아나

80) 미국 차(茶)협회(http://www.teausa.com)
81) 2017년 미국 차(茶) 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.08.29

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

베리류를 첨가한 홍차도 많이 소비되는 것으로 나타남[82]

○ 차 음료가 탄산음료의 대안으로 소비되는 측면이 있긴 하나 여전히 미국인들은 단맛의 음료를 선호하고 있는 것으로 보임. 참고로 미국 RTD 차 음료 시장의 5.9%는 탄산이 첨가된 차로, 타 국가에 비해 높은 수치임

[표 6-12] 미국 RTD 차 향미유형별 시장 규모

(단위: %)

순위	향미유형	2013	2014	2015	2016	2017
1	홍차(Black Tea)	49.0	49.4	50.3	50.9	50.8
	레몬 홍차(Black-lemon)	13.9	13.8	13.7	13.6	13.2
	가당 홍차(Black-sweetened)	7.0	7.1	7.2	7.3	6.9
	복숭아 홍차(Black-peach)	6.2	6.2	6.2	6.1	6.0
	베리류 홍차(Black-berries)	4.6	4.7	4.7	4.7	4.6
	기타 홍차(Black-others)	17.3	17.6	18.5	19.2	20.1
2	녹차(Green Tea)	40.1	40.0	39.4	38.7	38.2
	가당 녹차(Green-sweetened)	11.4	11.4	11.6	11.7	11.8
	기타 녹차(Green-others)	28.7	28.6	27.8	27.0	26.4
3	백차(White)	4.1	3.9	4.0	4.1	4.3
4	루이보스 차(Rooibos)	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8
5	기타(Other flavours)	4.9	4.8	4.6	4.5	4.9
합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02

□ 미국 다류 시장은 2018년 97억 달러 대비 2022년까지 107억 달러로 연평균 2.1%의 성장세를 보이며 10.8% 증가할 것으로 예측됨

○ 향후 5년간 가장 높은 성장세가 예측되는 유형은 RTD 차(12.7%)임. RTD 차는 다양한 유통경로를 통해 미국 전역에 판매되고 있기 때문에 시장 규모가 빠르게 증가할 것으로 보임. 현재 RTD 차 제품들은 브랜드별 전문 오프라인 매장 · 일반 카페 · 식당 · 빵집과 일반 슈퍼마켓 · 할인매장 · CVS · 드럭스토어(drugstore) · 편의점 등에서도 판매되고 있음[83]

○ 이어서 과실차/허브차가 같은 기간 7.7%의 높은 성장세가 예측되며, 2022년에는 13억 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 보임. 특히 건강적 효능

82) 미국인들의 입맛을 사로잡고 있는 차(Tea) 시장, KOTRA 해외시장뉴스, 2016.04.20
83) 미국 차(茶) 시장동향, 외교부(주 로스앤젤레스 대한민국 총영사관), 2018.01.18

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

을 가진 허브차는 웰빙 식품으로 인식되어 높은 선호도를 얻고 있음. 이에 따라 Hain Celestial Group 등과 같은 대기업들이 다양한 허브차 제품을 개발하는 추세임[84)]

○ 반면, 홍차는 티백 제품의 매출 감소에 따라 2018년 대비 2022년에 1.9% 감소할 것으로 예상됨. 그러나 홍차의 잎차 매출은 2021년까지 스페셜티 잎차의 경우 30.8%, 일반 잎차의 경우 12.6%까지 성장할 것으로 예상됨

○ 미국에서는 잎차(Loose leaf) 형태의 차 제품이 포장된 티백 형태의 차에 비해 상대적으로 번거롭다는 단점에도 오히려 고급스러운 프리미엄 제품으로 간주되고 있음. 특히 차를 많이 마시는 애호가들일수록 '전통적' 이미지를 가진 잎차를 마시는 것에 가치를 두는 것으로 조사됨[85)]

[표 6-13] 미국 다류 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
홍차 (Black Tea)	838.6 (8.7)	836.6 (8.4)	832.0 (8.1)	827.3 (7.9)	822.8 (7.7)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	1,177.5 (12.2)	1,195.5 (12.0)	1,217.2 (11.9)	1,240.3 (11.8)	1,268.0 (11.8)
녹차 (Green Tea)	329.8 (3.4)	333.5 (3.3)	334.9 (3.3)	335.5 (3.2)	335.8 (3.1)
기타 차 (Other Tea)	183.6 (1.9)	202.1 (2.0)	217.0 (2.1)	229.2 (2.2)	239.0 (2.2)
RTD 차 (RTD Tea)	7,140.4 (73.8)	7,419.2 (74.3)	7,657.5 (74.6)	7,868.8 (74.9)	8,048.1 (75.1)
합계	9,669.9	9,986.9	10,258.6	10,501.1	10,713.7

* TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02

84) 미국인들의 입맛을 사로잡고 있는 차(Tea) 시장, KOTRA 해외시장뉴스, 2016.04.20
85) 미국 차(茶) 시장동향, 외교부(주 로스앤젤레스 대한민국 총영사관), 2018.01.18

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2) 주요 제조사 및 브랜드[86]

□ Unilever United States Inc의 대표 차 브랜드 Lipton은 일반 차 시장 점유율 1위 브랜드임. 1890년 Thomas J. Lipton Company로 시작되어 오늘날 세계에서 가장 큰 차 브랜드로 성장함. 대표 제품인 'Lipton Iced Tea'는 녹차나 홍차에 과일의 향과 맛을 더한 제품으로 달콤하고 시원한 맛이 특징임. Lipton은 현재 전 세계 100여 개국에서 판매되고 있으며, 전 세계적으로 가장 많이 팔리는 차 음료 브랜드임

○ Lipton의 제품 분류는 크게 뜨거운 차(Hot Tea), 차가운 차(Iced Tea), K-Cups[87] 3가지로 나뉨. 뜨거운 차는 녹차, 홍차, 가향 홍차, 허브티로 분류되며, 차가운 차는 파우더믹스, 농축액, 티백 형태로 분류됨

[표 6-14] Lipton의 차 제품

제품분류		제품명	제품설명	이미지
Hot Tea	Green Tea	Matcha Green Tea	상큼하고 매끄러운 맛 100 % 천연 Rainforest Alliance인증 일본산 찻잎과 말차 분말로 만들어진 티백	
	Plain Black Tea	Loose Black Tea	신선한 찻잎을 고농축 해 Orange Pekoe와 Pekoe cut black tea로 만든 블렌디드 티	
	Flavored Black Tea	Enticing Chai	홍차와 달콤한 향신료가 블렌딩 된 블렌디드 티 맑은 호박색을 띄며 아이스티나 밀크티로 활용해도 좋은 제품	
	Herbal Tea	Berry Hibiscus	베리와 히비스커스를 블렌딩 해 만든 디카페인 허브티 과일향과 달콤한 맛을 내며 아이스티로 즐기기에도 좋음	

86) 각사 홈페이지

87) '큐리그(Keurig)'라는 커피머신에 들어가는 캡슐 이름. 큐리그는 미국에서 네스프레소보다 대중적인 커피머신이며 네스프레소가 캡슐로 에스프레소만 추출한다면 큐리그의 K-Cup은 아메리카노, 라테, 카푸치노, 차(茶)까지 다양한 음료를 추출할 수 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

제품분류		제품명	제품설명	이미지
Iced Tea	Powdered Mixes	Citrus Green Iced Tea Mix	실제 찻잎과 천영 사탕수수 등 천연 원료로 만듦 감귤류의 풍미가 더해져 화려해진 그린 아이스티	
	Liquid Concentrates	Summer Peach Liquid Iced Tea Mix	천연 찻잎과 천연 향료로 만들어져 달콤하고 풍부한 맛 단 몇 초 만에 맛있는 아이스티를 만들 수 있는 액상 제품	
	Mix To Go Packets	Decaf Half Berry Lemonade & Half Iced Tea To Go Packets	꿀로 단맛을 낸 아이스티 카페인을 뺀 홍차와 베리, 레몬에이드의 향이 조화로움	
	Fresh Brew	Cold Brew Tea Bags	차가운 물로 우려낼 수 있는 선명하고 상쾌한 향의 티백	

* Lipton 홈페이지(www.lipton.com/us/en/home.html)

□ Starbucks는 차 판매 전문회사 Teavana와 TAZO를 인수하면서 본격적으로 차 사업을 시작함. Starbucks의 최고 경영자 하워드 슐츠(Howard Schultz)는 '차(茶)가 차세대 성장 동력이 될 것'이라고 말한 바 있음. 최근까지도 매장 내에서 TAZO의 찻잎 제품을 판매해왔으며,[88] Teavana는 미국 내 자체 매장을 보유하고 있던 브랜드로 인수합병 당시 Starbucks 사상 최대 규모의 M&A로 주목을 받았음. 하지만 최근 미국 백화점과 쇼핑몰 등 오프라인 유통업체 고객이 줄어들면서 Teavana 매출이 부진했으며, 이에 2017년 미국 내 Teavana 매장 379곳을 전부 폐점함. 대신 식료품점에서 Teavana 티백을 판매하기 시작함. 제품 자체에 더 집중하고 카페에 대한 의존도를 줄이겠다는 의도로 해석됨[89]

○ 식료품점에서 판매 중인 Teavana 티백은 Youthberry, Peach Tranquility, Imperial Spiced Chai, Citrus Lavender, Jade Citrus Mint, Earl Grey Crème 등이 있음

88) TAZO 브랜드는 2017년 11월 Unilever Group에 매각됨
89) Starbucks Will Now Sell Teavana at Grocery Stores, Fortune, 2018.06.26

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-15] 식료품점에서 판매 중인 Teavana의 차 제품

Youthberry	Peach Tranquility	Imperial Spiced Chai	Citrus Lavender	Jade Citrus Mint	Earl Grey Crème

* Teavana 홈페이지(www.teavana.com)

□ RC Bigelow Inc는 미국의 일반 차 시장 3위 기업으로, 티백 형태의 제품만을 판매하는 기업임. 다섯 가지(Bigelow, steep by Bigelow, Benefits, Novus, Charleston Tea Plantation) 브랜드를 소유하고 있음. 독특한 향미조합과 밝은 색감의 포장지로 밝고 개성 있는 이미지를 강조함

Peach Tea (RC Biglow)

[표 6-16] 미국 주요 일반 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
Unilever United States Inc	Lipton(Unilever Group)	16.8	15.4	14.3	12.5
Starbucks Corp	Teavana, Tazo Tea	5.8	6.2	7.0	7.7
RC Bigelow Inc	Bigelow	7.8	7.8	7.9	7.4
Twining & Co Ltd, R	Twinings(Associated British Foods Plc)	6.2	6.4	6.5	6.7
Yogi Tea Co	Yogi Tea (East West Tea Co LLC)	3.1	3.8	4.5	5.1
Traditional Medicinals	Traditional Medicinals	3.2	3.6	4.2	4.3
Hain Celestial Group Inc, The	Celestial Seasonings	4.0	3.7	3.6	3.5
Reily Foods Co	Luzianne	3.0	2.8	2.7	2.7
RedCo Foods Inc	Salada (Teekanne GmbH & Co KG)	3.0	2.5	2.4	2.2
Stash Tea Co	Stash Tea	1.6	1.7	1.6	1.6
기타		45.5	46.1	45.3	46.3
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ PepsiCo와 Unilever의 합작 투자 회사인 Pepsi-Lipton Tea Partnership은 2017년 RTD 차 판매량의 30.8%를 가져가며 선두 자리를 지킴. 립톤 아이스 티(Lipton Iced Tea), 립톤 퓨어 리프 아이스 티(Lipton Pure Leaf Iced Tea)에 브리스크 아이스 티(Brisk Iced Tea)를 포함시키며, RTD 아이스티 포트폴리오를 완성함

○ Brisk 브랜드 제품은 화려한 색감과 과감한 맛이 특징이며, Pure Leaf 브랜드의 경우 설탕이나 방부제, 색소와 같은 첨가제 없이 자연스러운 단맛과 순수하고 신선한 차향을 살린 것이 특징임

[표 6-17] Pepsi-Lipton의 RTD 차 제품

브랜드	제품라인	제품라인 설명	이미지
Lipton Ice Tea	Lipton Ice Tea	세계적으로 사랑받는 립톤 아이스티를 RTD 차 형태로 만든 제품 레몬, 망고, 복숭아 맛이 있음	
Brisk	Brisk Iced Tea	Brisk의 기본 아이스티 파인애플 & 패션후르츠, 라즈베리, 복숭아 등 다양한 과일 맛을 첨가한 아이스티 제품들이 있음	
	Brisk Lemonade	리프레시에 적합한 탁월한 풍미의 레몬에이드 기본 레몬에이드 외에도 핑크레몬에이드, 라임에이드 등이 있음	
	Brisk Half & Half Iced Tea & Lemonade	아이스티와 레몬에이드를 각각 50%씩 섞은 제품 블루베리 레몬에이드, 트로피컬 레몬에이드 등 다양한 레몬에이드와 아이스티의 조합이 있음	
Pure Leaf	Leaf-Brewed Iced Tea	실제 찻잎을 우려 만든 아이스티로, 단 맛이 전혀 첨가되지 않은 제품부터 사과, 레몬 등의 향과 달콤한 맛이 첨가된 제품까지 다양함	
	Tea House Collection	USDA 인증을 받은 유기농 루스-리프(Loose-Leaf)티를 우린 아이스티로, 생강&사과 맛 등 독특한 맛의 제품도 있음	

* Pepsi-Lipton 홈페이지(www.pepsilipton.com)

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-18] 미국 주요 RTD 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
Pepsi-Lipton Tea Partnership	Pure Leaf, Lipton (Unilever Group)	28.7	30.2	30.5	30.8
AriZona Beverage Co LLC	Arizona	22.7	20.5	18.5	16.5
Coca-Cola Co, The	Gold Peak	10.7	13.3	14.4	15.8
Dr Pepper Snapple Group Inc	Snapple	9.4	9.0	8.7	8.2
Turkey Hill Dairy	Turkey Hill	2.9	2.8	2.7	2.6
Millennium Products Inc	GT's Organic Raw Kombucha	1.6	2.0	2.2	2.4
Red Diamond Inc	Red Diamond	3.1	2.7	2.4	2.2
KeVita Inc	KeVita(PepsiCo Inc)	0.2	0.5	0.9	1.2
Nestlé Waters North America	Tradewinds(Nestlé SA)	1.4	1.2	1.0	0.8
Dean Foods Co	Swiss Premium	1.0	0.8	0.6	0.5
기타		19.3	17.8	18.7	19.5
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE US, Euromonitor International, 2018.02

3) 시장 및 소비자 특징

□ 미국 다류 시장은 크게 밀레니얼 세대와 고령 인구들의 차 소비 증가, 차에 친숙해진 환경, 건강 기능적 차에 대한 관심 확대 등 세 가지 트렌드를 타고 성장하고 있음

□ 전통적으로 커피를 많이 마시는 '커피홀릭'이었던 미국인들은 커피의 대용품으로 차를 찾기 시작함. 특히 밀레니얼 세대와 고령 인구의 차 소비 증가가 두드러짐. 미국 설문조사기관 유고브(YouGov)에서 실시한 커피와 차의 비교 설문에 따르면 30세 이하의 소비자들 중 42%는 커피를, 또 다른 42%는 차를 선호하는 것으로 조사됨. 밀레니얼 세대의 커피와 차에 대한 성향이 정확히 반반으로 나타난 것임. 미국 차(茶)협회에서는 차가 커피보다 건강에 좋다는 인식이 젊은 층들 사이에 퍼져나가기 시작하면서부터라고 분석함.[90] 50세 이상 고령 인구의 경우 의학적 효능 및

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

노화방지 효능에 대한 믿음으로 꾸준히 차를 소비할 것으로 보이며, 증가하는 노인인구는 미국의 차 수요를 견인할 것으로 예상됨[91]

□ 또한, 미국은 점점 더 차에 친숙한 환경으로 변화하고 있음. 최근 미국의 식품 및 식당업계에서 소비자들에게 차 음료를 소개하는 일이 많아지면서 미국 소비자들은 차를 쉽게 마실 수 있는 음료로 인식하게 됐음. 커피 전문점 스타벅스가 2014년 Teavana를 인수하며 다양한 차 음료를 주요 소비층에게 소개한 것에 이어 Argo Tea나 David's Tea와 같은 차 전문 브랜드들도 오프라인 매장을 열어 다양한 맛과 종류의 차를 선보이며 소비자들에게 친숙한 이미지로 다가서고 있음. 레스토랑과 카페는 물론 가정에서도 소비자의 다양한 입맛을 충족시키는 여러 종류의 차 제품이 등장함

David's Tea 매장 모습

□ 건강을 위해 커피나 설탕음료의 대안으로 차를 마시던 소비습관을 넘어 건강 기능적 차를 소비하는 미국인들이 증가함. 미국의 일부 소비자들은 의약품 대신 건강 기능적 차 제품을 통해 심하지 않은 건강적 이상을 개선하려고 함. 대표적인 예로는 약한 불면증에 카모마일 차, 우울증에 세인트 존스워트[92]차(St. John's wort) 등이 있음. National Center for Complementary and Alternative Medicine에 따르면 신체적 장애를 가진 소비계층의 경우 티 테라피(Therapy)에 관심과 소비가 더 많은 것으로 조사됨. 같은 이유로 스테비아(Stevia)[93]나 꿀을 차와 혼합한 제품이 시장에서 인기를 얻고 있음[94]

○ 미국의 차 브랜드 Yogi Tea는 계피, 생강, 정향, 후추 등으로 만든 특별한 레시피를 바탕으로 차를 배합함. 80가지가 넘는 유기농 허브와 향신

90) 미국인들의 입맛을 사로잡고 있는 차(Tea) 시장, KOTRA 해외시장뉴스, 2016.04.20
91) 미국 차(茶) 시장동향, 외교부(주 로스앤젤레스 대한민국 총영사관), 2018.01.18
92) 세인트 존스워트는 유럽과 서아시아 등이 원산지인 허브의 일종으로, 예부터 우울증 치료제로 이용되어 왔으며 불면증 치료, 스트레스 해소 등을 목적으로 허브차로 만들어 먹음
93) '스테비아'는 남아메리카지역에서 자라는 잎으로 파라과이에서는 예부터 감미료로 이용해 왔음. 감미성분이 설탕의 300배에 달해 당뇨병, 심장병 등 환자들을 위한 저혈당 감미료로 이용되고 있음
94) 미국, 차 한 잔의 여유를 즐기다, 외교부(주로스앤젤레스총영사관), 2017.09.01

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

료로 만든 독특한 향과 기능성으로 소비자들의 사랑을 받고 있음. 심하지 않은 복통이나 목감기 등에 활용할 수 있는 여러 가지 향신차들을 판매 중임

[표 6-19] Yogi Tea의 기능성 허브차 제품

제품 이름	성분과 기능	이미지
Stomach Ease	성분: 회향, 고수풀, 보리맥아, 생강, 계피, 정향 등 기능: 위장을 편안하게 함	
Immune Support	성분: 에키나시아, 아세로라 체리즙, 바질, 계피, 생강, 엘더베리, 히비스커스, 후추, 감초 등 기능: 면역력 증강을 도움	
Throat Comfort	성분: 생강, 백리향, 오렌지 오일, 레몬 오일, 정향, 심황 뿌리 등 기능: 목구멍을 따뜻하게 하여 편안하게 함	
Breathe Deep	성분: 유칼립투스, 회향, 백리향, 바닐라 추출물, 정향, 바닐라 콩 등 기능: 깊고 편안한 호흡을 도움	

* Yogi Tea 홈페이지(www.yogitea.com/en)

○ Traditional Medicinals는 2017년 기준 미국의 일반 차([표 6-17] 참고) 시장점유율 6위의 회사로, 약초를 이용한 기능성 차를 판매하고 있음. 제품 분류 또한 건강 기능에 따라 나뉘며 해독, 소화기능 증진, 심장 건강, 면역 증강, 구역질 억제, 출산 전후 관리 등 다양한 기능을 제공함. 임신과 출산을 돕는 성분이 함유된 'Pregnancy Tea'도 있음

Traditional Medicinals의 Digestion Decision Tree(소화 증진 차 시리즈)

* Traditional Medicinals 홈페이지(www.traditionalmedicinals.com)

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3. 일본 다류 시장[95]

1) 다류 개요

□ 일본의 차 문화는 나라·헤이안 시대의 견당사[96]와 유학 승려에 의해 전파되어 독자적인 영역을 구축함. 현재 일본의 차 문화를 대표하는 다도는 무라마치 시대의 무사계급으로부터 시작되었으며, 차가 일본인의 생활에 뿌리 내린 시기는 다이쇼 말기부터 쇼와 초기[97]로 봄[98]

□ 일본차는 제조법에 따라 크게 불발효차(녹차), 반발효차(우롱차), 발효차(홍차) 3가지 유형으로 구별할 수 있음. 차는 다원에서 재배한 생엽을 가공하는 제품으로서 생엽은 적채한 시점에서 산화효소의 작용에 의한 변화(발효)가 시작되지만, 녹차는 신선한 상태로 열처리(찌기·기)하는 것으로 산화효소 작용을 멈춘 불발표차가 됨

○ 현재 일본의 생산 소비되는 대부분 차는 불발효차인 녹차인데, 녹차는 제조공정의 차이에 따라서 찜 제법과 가마 볶음 차의 두 가지로 분류할 수 있음. 그 안에서도 재배 방법, 적채 시기, 제조 공정 등의 차이에 의해 여러 가지 종류의 차가 됨[99]

95) TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.03
RTD TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.04
96) 일본 나라시대(710~794년)에 당나라로 파견한 사절단
97) 일본 다이쇼 천황 시대(1912~1926)와 쇼와 천황 시대(1926~1989)를 지칭함
98) お茶百科 홈페이지(http://www.ocha.tv)
99) 일본 및 중국의 차(茶) 산업 동향과 시사점, 한국농촌경제연구원, 2014.04

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-20] 일본의 녹차 분류

분류		제조법 및 특징	이미지
찜 제법 차	센차(煎茶)	생엽을 열처리하여 잎 형태를 정돈하고, 수분을 낮춰 만든 황차를 찌고 비벼서 만든 차. 일본 녹차 중 생산 · 소비가 가장 많음 일본 녹차의 대표	
	옥로(玉露)	녹차로서 특유한 품질을 갖고 있는 고급차. 갈대나 짚 등으로 다원에 선반을 만들어 덮개를 씌워 적채를 하고 시기를 보아 싹을 손으로 접어 떼어 만듦 덮는 방법이나 시기 · 시간은 옥로의 품질을 좌우함	
	카부세차 (かぶせ茶)	옥로를 간략하게 한 것이 카부세차. 덮개의 재료로 화학섬유인 한랭사를 사용하고, 덮는 시간을 짧게 해 1주일 전후로 피복함 센차와 옥로의 중간 정도 품질	
	텐차(てん茶)	텐차는 말차의 원료가 되는 차. 옥로와 같이 다원을 갈대나 짚으로 덮고 햇빛을 차단하여 키운 생엽을 원료로 함 찐 후, 비비지 않고 그대로 건조하여 줄기나 잎맥 등을 제거한 후 작은 것들이 텐차가 됨	
	말차(抹茶)	'텐'은 맷돌을 의미하며, 맷돌로 분쇄하기 위한 차라는 뜻에서 텐차라고 불림. 텐차를 출하 직전에 맷돌로 간 것이 말차임	
	옥녹차(玉綠茶)	전차와 같이 황차를 제조한 후 정유공정 없이 회전하는 드럼통에 찻잎을 넣어 열바람을 통해 건조시킴 때문에 구겨지지 않고 둥근 형태를 가진 차 떫은 맛은 적고 순한 맛이 특징	
	번차(番茶)	차의 기본적인 주류에서 벗어난 차를 번차라고 통칭함 찻잎의 적채기나 품질, 지역 등에 따라 다양한 종류의 번차가 존재 이치반차, 슈토반차, 아타마, 호지차 등이 이에 속함	
가마 볶음 차	가마노비차 (釜伸び茶)	생엽을 찌지 않고 고온의 가마로 볶고 열처리를 한 후 정유기를 사용해 찻잎을 가늘게 꼬아 제조한 차	
	가마이리타마녹차 (釜炒り玉綠茶)	가마노비차와 같은 황차 제조가공을 거친 후 정유공정 없이 회전하는 드럼통에 찻잎을 넣고 뜨거운 바람을 통해 찻잎을 건조시킴 찻잎이 둥그런 형태로, '가마구리'라고도 불림	

* お茶百科 홈페이지(http://www.ocha.tv)

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2) 시장 규모

□ 2017년 기준 일본 다류 시장 규모는 166억 달러로, 2013년 154억 달러 대비 7.5% 성장함

○ 품목별로 살펴보면, RTD 차는 81.8%의 압도적인 점유율을 보임. 이어서 일반 차인 녹차(13.7%), 홍차(2.1%), 기타 차(1.4%), 인스턴트 차(0.8%), 과실차/허브차(0.2%) 순으로 점유율이 낮아짐

○ 2013년 대비 2017년 가장 높은 성장률을 보인 유형은 과실차/허브차로 14.3% 증가함. 같은 기간 RTD 차(11.7%), 홍차(9.2%)도 증가함

○ 이 외의 다른 유형의 다류 제품은 모두 감소세를 보임. 2013년 대비 2017년 가장 크게 감소한 유형은 녹차로, 10.8% 하락함. 현대 일본인들의 바쁜 생활습관으로 인해 편리하고 휴대 가능한 RTD 차 음료의 인기가 높아짐에 따라, 집에서 찻주전자에 우려내 먹는 대표적인 차 유형이었던 녹차의 생산량이 크게 감소한 것으로 보임

[표 6-21] 일본 다류 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
홍차 (Black Tea)	311.3 (2.0)	318.4 (2.0)	330.9 (2.1)	337.2 (2.1)	339.9 (2.1)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	25.0 (0.2)	25.0 (0.2)	25.0 (0.2)	26.8 (0.2)	28.5 (0.2)
녹차 (Green Tea)	2,550.2 (16.6)	2,489.6 (16.0)	2,390.6 (15.1)	2,329.9 (14.4)	2,274.6 (13.7)
인스턴트 차 (Instant Tea)	131.1 (0.9)	132.9 (0.9)	129.3 (0.8)	126.7 (0.8)	124.9 (0.8)
기타 차 (Other Tea)	245.3 (1.6)	244.4 (1.6)	242.6 (1.5)	240.8 (1.5)	239.9 (1.4)
RTD 차 (RTD Tea)	12,139.2 (78.8)	12,349.7 (79.4)	12,690.5 (80.3)	13,116.9 (81.1)	13,553.0 (81.8)
합계	15,402.2	15,560.0	15,808.9	16,178.2	16,560.9

* TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.03
RTD TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.04
1) 100엔= 0.8920달러(2017년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 2010년대 중반부터 건강 지향이 일본 음료시장의 트렌드로 자리 잡으면서 무가당 음료 시장이 성장했음. 특히 대용량 보리차와 같은 저가 상품에 대한 소비자 수요가 집중됨[100]

○ 무가당 녹차(Green-unsweetened)와 무가당 우롱차(Oolong-unsweetened), 보리차(Mugicha)의 인기는 이러한 트렌드의 지속으로 볼 수 있음. 가당 홍차(Black-sweetened)가 시장 점유율(15%) 2위이긴 하지만 무가당 RTD 차 유형의 합(69.6%)이 4배 이상임

○ 보리차(Mugicha)는 전통적으로 가장 대중적인 RTD 차 유형이었음. 최근에는 자연적으로 카페인이 없고 열을 낮춰주는 등의 건강기능으로 인해 아이들부터 노인에 이르기까지 모든 세대의 소비자가 선호함. RTD 차 유형뿐 아니라 대형 티백 유형에서도 성장세를 지속할 것으로 예상됨

[표 6-22] 일본 RTD 차 향미유형별 시장 규모

(단위: %)

순위	향미유형	2013	2014	2015	2016	2017
1	무가당 녹차(Green-unsweetened)	44.4	45.2	46.0	47.1	46.6
2	홍차(Black-sweetened)	19.4	18.5	17.4	15.9	15.0
3	보리차(Mugicha)	7.6	9.1	10.4	11.7	13.4
4	무가당 우롱차(Oolong-unsweetened)	13.2	11.6	11.6	10.4	9.6
5	기타(Other flavours)	15.4	15.6	14.6	14.8	15.4
합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.04

□ 일본의 다류 시장은 향후 5년간 8.3% 가량 성장하며 2022년에는 184억 달러 규모의 시장이 될 것으로 보임

○ 성장세와 감소세는 지난 5년의 추세와 동일하지만 과실차/허브차 유형의 성장률(29.4%)이 더욱 높아질 것으로 예상되며, 홍차의 성장률(2.3%)은 다소 둔화될 것으로 보임

100) 일본 음료시장 트렌드 및 2015년 전망, 식품음료신문, 2015.06.09

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 녹차는 향후 5년간 7.8% 가량 매출액이 하락할 것으로 보이며 인스턴트차(3.6%)와 기타 차(1.8%) 유형도 마이너스 성장할 것으로 예상됨

[표 6-23] 일본 다류 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
홍차 (Black Tea)	342.5 (2.0)	345.2 (2.0)	347.0 (2.0)	348.8 (1.9)	350.6 (1.9)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	30.3 (0.2)	33.0 (0.2)	34.8 (0.2)	37.5 (0.2)	39.2 (0.2)
녹차 (Green Tea)	2,222.9 (13.1)	2,173.8 (12.6)	2,129.2 (12.0)	2,087.3 (11.6)	2,048.9 (11.2)
인스턴트 차 (Instant Tea)	124.0 (0.7)	122.2 (0.7)	121.3 (0.7)	120.4 (0.7)	119.5 (0.7)
기타 차 (Other Tea)	239.1 (1.4)	238.2 (1.4)	237.3 (1.3)	236.4 (1.3)	236.4 (1.3)
RTD 차 (RTD Tea)	13,981.2 (82.5)	14,399.6 (83.2)	14,810.8 (83.8)	15,189.9 (84.3)	15,551.1 (84.8)
합계	16,940.0	17,311.9	17,680.3	18,020.2	18,345.8

* TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.03
RTD TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.04
1) 100엔= 0.8920달러(2017년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

3) 주요 제조사 및 브랜드[101]

□ ITO EN Ltd는 2017년을 기준으로 일반 차 제조사 중 17.4%의 점유율을 차지함. 찻잎 조달 및 가공에서 포장 및 판매에까지 통합 생산 시스템을 구축한 회사로 일본의 대표 차 기업임. 일본의 저출생과 고령화로 인한 생활 습관 변화에 따라 편리한 미니팩, 티백, 인스턴트 차 제품 라인을 강화하고 있는 추세임

○ ITO EN Ltd는 RTD 차 시장에서도 점유율 1위 기업임. 1960~70년을 거쳐 일본인의 식생활 문화가 변화함에 따라 차의 수요가 쇠퇴한 바 있음. 특히 1970년대 일본에서는 패스트푸드와 편의점이 등장하여 음료의

101) 각사 홈페이지

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

급속한 다양화, 단순화, 서구화가 이루어짐. ITO EN은 이러한 시대의 변화에 발맞춰 1980년에 세계 최초로 캔 음료 우롱차를 출시했고, 1985년에는 세계 최초 캔 녹차를 출시함. 이후 페트병이 주류 음료 용기가 되면서 페트병에 담긴 RTD 녹차를 개발했고 2000년에는 겨울 시장을 공략해 업계 최초로 가열이 가능한 플라스틱 용기를 개발하는 등 혁신을 이어오고 있음. ITO EN의 대표 차 음료 브랜드 Oi Ocha(오이오차)는 강력한 브랜드 파워로 녹차 음료 시장에서는 1위, 음료시장 전체에서는 2위 브랜드 자리를 지킴[102)]

ITO EN의 잎차와 티백

[표 6-24] ITO EN의 RTD 차 제품

제품라인	설명	대표 브랜드	이미지
일본 차 음료	RTD 차 형태의 일본 차 음료를 판매함 보리차, 메밀차 등이 포함되며 보건용 식품으로 인정받은 제품도 다수 존재함	Oi Ocha	
홍차 음료	2009년부터 북미 ITO EN INC가 판매하는 TEA'S TEA 라인을 기반으로 한 제품라인인 TEA'S TEA NEW YORK 제품을 판매 중임	TEA'S TEA	
중국 차 음료	1981년 세계 최초로 캔 우롱차를 출시하면서 음료 시장에 무설탕 제품이라는 새로운 개념을 제시한 제품라인임	ITOEN	

* ITO EN 홈페이지(www.itoen.co.jp)

□ Harada Seicha는 센차, 호지차, 현미차, 우롱차, 녹차 등 일본 전통 차를 판매 하는 기업임. 녹차의 경우 100% 국산 찻잎을 사용하고 있으며 엄격한 품질 관리를 위해 전국의 우량 찻잎을 대량으로 구매해 사용하고 있음

○ 제품은 잎차 형태의 제품과 티백 형태의 제품 두 종류이며, 인기 제품군인 '북덤불혼합차(やぶ北ブレンド)'는 1988년 시즈오카의 차나무 종으

102) 伊藤園の「おーいお茶」ブランド構築を契機に緑茶市場を開拓, 経済界, 2014.09.01

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

로 만든 시리즈로, 2009년부터는 해외 판매를 시작하여 국내 뿐 아니라 해외에서도 사랑받는 제품으로 거듭남

[표 6-25] Harada Seicha의 '북덤불혼합차 시리즈' 제품

잎차 시리즈					
말차 + 전차	전차	녹차	말차 + 현미차	호지차	번차
티백 시리즈					
덖은 녹차	덖은 호지	덖은 현미 녹차	오래 찐 전차	말차 현미녹차	덖은 전차

[표 6-26] 일본 주요 일반 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
ITO EN Ltd	Oi Ocha, Ito En	15.5	16.4	16.9	17.4
Harada Seicha	Harada	8.9	9.1	9.2	9.3
Fukuju En	Fukuju En	4.8	4.8	4.9	5.0
Japan Consumers Cooperative Union	Co-Op (Private Label)	4.5	4.7	4.8	4.8
Mitsui Norin Co Ltd	Nittoh	4.2	4.4	4.6	4.6
AEON Group	Topvalu (Private Label)	4.2	4.3	4.2	4.1
Ujinotsuyu Seicha Co Ltd	Iyemon (Fukuju En)	3.2	3.4	3.5	3.5
Seven & I Holdings Co Ltd	Seven Premium (Private Label)	2.4	2.4	2.4	2.5
Unilever Japan KK	Lipton (Unilever Group)	1.9	2.0	2.0	2.1
Kataoka & Co Ltd	Twinings (Associated British Foods Plc)	1.1	1.2	1.2	1.3
기타		49.3	47.3	46.3	45.4
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.03

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ RTD 차 시장은 상위 5개 기업이 70% 이상의 점유율을 차지하고 있음. 1위 기업은 일반 차 시장과 마찬가지로 ITO EN Ltd이며 Suntory Beverage & Food Ltd와 Coca-Cola (Japan) Co Ltd가 2,3위 자리를 놓고 경쟁하고 있음

□ Suntory Beverage & Food Ltd는 무알콜 음료 및 식품 회사로 건강기능음료, 소프트 드링크, 주스 등 가당 음료를 주로 제조하던 회사임. 그러다 1981년 '산토리 우롱 차'를 시작으로 무가당 음료 시장에 진입하였고 2004년에는 '산토리 녹차'를 출시함

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

○ 판매 중인 RTD 차 음료로는 '산토리 우롱차', '산토리 블랙 우롱차', '산토리 녹차', '산토리 녹차 토쿠차(FOSHU)'가 있음. '산토리 우롱차'는 1981년에 출시되었으며, '산토리 녹차'는 2004년에 출시됨. '산토리 블랙 우롱차'와 '산토리 녹차 토쿠차(FOSHU)'의 경우 체지방을 낮추는 데 도움을 주는 건강기능 식품의 일종임. 식사나 술과 함께 마시거나 업무나 운동 중 마시기에도 적합함

산토리 우롱차

산토리 블랙 우롱차

산토리 녹차

산토리 녹차 토쿠차

○ Suntory Beverage & Food Ltd는 현재 베트남, 인도네시아, 프랑스, 벨기에 등 세계 각지에서 가당 RTD 차 음료를 판매하고 있음. 유럽에서는 MayTea라는 브랜드를 통해 복숭아, 민트, 라즈베리 등이 함유된 가당 아이스티를 판매하고 있으며, 동남아시아 등지에서는 체지방 감량에 효과가 있는 우롱차와 과일차 제품을 판매하고 있음

해외에서 판매 중인 산토리 RTD 차 제품들

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-27] 일본 주요 RTD 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
ITOEN Ltd	Oi Ocha, Kenko Mineral Mugicha	23.7	24.2	24.0	24.3
Suntory Beverage & Food Ltd	Iyemon (Suntory Holdings Ltd)	22.0	22.1	21.8	22.1
Coca-Cola (Japan) Co Ltd	Ayataka (Coca-Cola Co, The)	22.6	22.7	22.2	21.8
Kirin Beverage Corp	Kirin Gogono-kocha (Kirin Holdings Co Ltd)	15.8	15.5	16.6	17.0
Asahi Soft Drinks Co Ltd	Jurokucha (Asahi Group Holdings Ltd)	7.4	7.5	7.6	7.2
Dydo Drinco Inc	Dydo	1.7	1.6	1.5	1.5
Morinaga Milk Industry Co Ltd	Lipton(Unilever Group)	1.1	1.0	0.9	0.8
Kao Corp	Healthya	0.7	0.7	0.6	0.6
Pokka Sapporo Food & Beverage Ltd	-	0.5	0.5	0.5	0.5
Otsuka Foods Co Ltd	Java Tea(Otsuka Holdings Co Ltd)	0.4	0.4	0.4	0.4
기타		4.1	3.8	3.9	3.8
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE JAPAN, Euromonitor International, 2018.04

4) 시장 및 소비자 특징

□ 일본의 차 시장은 간편함과 건강지향을 강조한 제품들이 성장하는 추세임. 바쁘고 현대화된 생활습관으로 인해 소비자들은 일회용 제품과 같은 간편한 차 제품을 선호하고 있으며, 비만이나 고령화, 전반적인 건강에 대한 관심 증가는 건강 지향 차 음료의 성장을 주도하고 있음

○ 가정용 녹차 시장 또한 가구 규모의 변화와 라이프 스타일의 변화에 크게 영향을 받고 있음. 잎차 소비량은 줄어들고 일회용 제품 시장은 성장하는 추세임. 이에 대응하기 위해 아지노모토 그룹의 음료 회사인 AGF (제네라루후즈 주식회사)는 2016년 2월 '녹차 스틱' 시리즈를 출시함.

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

‘스즈카 산록 산 왕관 차 스틱’, ‘우지 말차 전차 스틱’, ‘맷돌로 간 호지차’ 등 일회용 가루 인스턴트 차 제품으로 찬물에도 녹을 수 있는 타입으로 개발됨. 언제 어디서든 주전자 없이도 맛이 풍부한 녹차를 즐길 수 있게 한 제품임[103]

스즈카 산록 산 왕관 차 스틱 | 우지 말차 전차 스틱 | 맷돌로 간 호지차

□ 일본의 RTD 차 음료 시장에서 디카페인[104]차 음료 시장이 확대되고 보리차나 곡물차 등의 제품이 선호되는 현상도 건강 지향적인 소비성향과 관련됨. 디카페인 제품의 시장규모는 2012년 이후 계속해서 성장하고 있음. 2017년 5월 기린 주식회사의 조사에 따르면 특히 20~30대 여성들의 요구가 높은 것으로 나타남. 임신과 육아로 인한 카페인 제한과 건강과 미용에 대한 의식은 디카페인 제품에 대한 요구로 이어지고 있는 것으로 보임

○ 기린 주식회사는 조사를 기반으로 디카페인 음료의 시장성을 높이 평가하고 2017년 디카페인 RTD 차를 출시함. 5월 카페인 제로의 녹차음료 ‘기린 카페인 제로 녹차’를 출시한 데 이어 8월에는 ‘기린 오후의 홍차 스트레이트 티 디카페인’을 출시함. 일반적으로 카페인을 제거하기 위해 뜨거운 물 등으로 찻잎에서 카페인을 씻어내는 것과 달리 기린은 녹차와 홍차의 맛과 향을 유지하면서 카페인을 선택적으로 흡착하는 ‘카페인 클리어 제거법’을 사용함. 이 기법의 경우 녹차와 홍차의 추출액에서 카페인을 선택적으로 흡착하는 천연 흡착제가 사용됨[105]

Kirin의 디카페인 차음료(녹차, 홍차)

103) ニュースリリース, AGF, 2016.01.06
104) 카페인은 커피 · 홍차 · 녹차 · 우롱 차 등에 함유되어있는데 이를 인공적으로 제거한 커피 · 차 제품을 ‘디카페인’ 음료라고 칭함. 때문에 원래 카페인이 함유되어 있지 않은 보리차 · 허브티 등은 디카페인 음료라고 부르지 않음. 카페인은 천연 식품 성분 중 하나지만 불면증을 비롯해 임산부, 태아에 좋지 않은 영향을 미칠 수 있다고 알려져 있음
105) カフェインゼロ商品の市場動向やお客様意識について, FOOD CHANNEL, 2017.08.21

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Trade Corporation All Right reserved.

○ 호지차 음료도 카페인이 적은 차 음료로 인식되면서 시장이 확대됨. 호지차는 찻잎을 수확 후 건조해 녹차처럼 가공한 후 추가로 센 불에서 붉은 갈색이 될 때까지 구운 것으로, 녹차에 비해 카페인 함량이 낮음. 특유의 고소한 향기는 진정 효과가 있는 것으로 알려져 건강 지향의 소비자들에게 지지를 받고 있음. 차 음료 회사 ITO EN에 의하면 2017년의 호지 차 시장 규모는 10년 전에 비해 3배 이상 성장한 340억 엔임

○ ITO EN의 'Oi Ocha 호지'는 여성을 중심으로 인기를 얻고 있으며, 코카콜라 주식회사도 일본 국산 찻잎을 사용한 '호지(綾鷹　ほうじ茶)' 판매에 나섬. 호지차의 인기에 따라 호지 찻잎을 이용한 과자 제품들도 출시되고 있음. 메이지사는 호지차 맛을 가미한 초콜릿 과자 '마카다미아 호지'를 출시함[106]

메이지사의
'마카다미아 호지'

○ 디카페인, 저카페인 차 음료 외에도 장기능 개선과 같은 특정 건강 기능을 강조하는 차 음료 제품이 인기를 얻고 있음. 아사히 음료의 주력제품 중 하나인 '열 여섯 차'는 율무와 현미 등 16종의 재료가 들어감. 2016년에는 두 가지 재료가 변경되었는데 하나는 한방에 사용되는 식이 섬유가 풍부한 '모리나'이며, 다른 하나는 깻잎임. 건강 특성을 강조하며 리뉴얼된 '열 여섯 차'는 2016년 기준 전년 대비 판매량이 8% 성장함[107]

106) ほうじ茶飲料　市場拡大　大手が国産原料で攻勢　健康志向追い風, 일본농업신문, 2018.07.19
107) 계속 성장하는 청량 음료 시장에서의 녹차 호조현상, 그 의미는?, WBS(방송분), 2017.02.06

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

4. 싱가포르 다류 시장[108)]

1) 시장 규모

□ 2017년 기준 싱가포르 다류 시장 규모는 1억 1,780만 달러 규모임. 2013년 1억 1,630만 달러 대비 1.3%의 소폭 증가에 그침

○ 품목별로 살펴보면, 홍차, 과실차/허브차, 녹차, 인스턴트 차 유형은 매출액이 성장하는 추세를 보이는 반면 기타 차, RTD 차는 매출액이 하락세임

○ 성장세가 가장 두드러진 유형은 과실차/허브차(14.3%)이며, 인스턴트 차(12.3%), 녹차(6.9%), 홍차(6.1%)가 뒤를 이음

○ RTD 차는 지난 5년간 0.9% 마이너스 성장함. 가당 음료에 대한 정부의 경고 조치가 RTD 차 음료 시장에도 일부 영향을 미친 것으로 보임

[표 6-28] 싱가포르 다류 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
홍차 (Black Tea)	11.9 (10.2)	12.4 (10.3)	12.6 (10.3)	12.8 (10.4)	12.6 (10.7)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	6.1 (5.2)	6.5 (5.4)	6.7 (5.5)	7.1 (5.8)	7.0 (5.9)
녹차 (Green Tea)	7.3 (6.3)	7.5 (6.2)	7.6 (6.2)	7.6 (6.2)	7.8 (6.6)
인스턴트 차 (Instant Tea)	3.6 (3.1)	3.7 (3.1)	3.8 (3.2)	3.8 (3.1)	4.0 (3.4)
기타 차 (Other Tea)	1.8 (1.6)	1.9 (1.6)	1.9 (1.5)	1.5 (1.2)	1.6 (1.4)
RTD 차 (RTD Tea)	85.6 (73.6)	88.8 (73.5)	89.2 (73.2)	89.3 (73.1)	84.8 (72.0)
합계	116.3	120.8	121.9	122.2	117.8

* TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.03

1) 1싱가포르달러= 0.7245달러(2017년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

108) TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.03

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

○ 싱가포르의 RTD 차 시장 규모는 녹차, 홍차, 국화차가 상위 3가지 유형을 구성하고 있으며 우롱차와 기타 향미 차 유형이 다음으로 나타남. 구체적으로는 자스민 녹차(Green-jasmine), 과일 홍차(Black-fruit)가 각각 33.9%와 31.8%로 높은 점유율을 나타냄

○ 무가향 녹차(Green-unflavoured)는 지난 5년간 점유율이 1.9%p 상승함. 달지 않은 RTD 차 유형의 성장은 앞으로도 지속될 것으로 보이는데, 싱가포르 정부가 당뇨병의 위험성에 대해 끊임없이 상기시키며 가당 음료에 대한 소비자 선호를 약화시키고 있기 때문임[109)]

○ 제조사들은 변화하는 소비자 성향에 따라 RTD 차 음료에서 단맛을 낮추거나 없애고 다양한 향미와의 블렌딩을 시도하는 등 제품 포트폴리오를 확장하는 노력을 할 것으로 예상됨

[표 6-29] 싱가포르 RTD 차 향미유형별 시장 규모

(단위: %)

순위	향미유형	2013	2014	2015	2016	2017
1	녹차(Green Tea)	41.4	41.6	42.3	42.6	45.0
	자스민 녹차(Green-jasmine)	31.9	32.1	32.2	32.3	33.9
	무가향 녹차(Green-unflavoured)	6.2	6.3	7.0	7.4	8.1
	과일 녹차(Green-fruit)	1.7	1.6	1.5	1.4	1.5
	기타 녹차(Green-others)	1.6	1.6	1.6	1.5	1.5
2	홍차(Black Tea)	28.3	28.3	31.3	32.0	33.7
	과일 홍차(Black-fruit)	26.5	26.5	29.5	30.3	31.8
	무가향 홍차(Black-unflavoured)	1.8	1.8	1.8	1.7	1.9
3	국화차(Chrysanthemum)	17.9	17.9	16.0	15.2	14.4
4	우롱차(Oolong)	4.8	4.7	3.7	3.0	3.3
5	기타(Other flavours)	7.6	7.5	6.7	7.1	3.6
합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.03

109) 2016년 4월 싱가포르 정부는 '당뇨병과의 전쟁'을 선포하고 보건부장관과 교육부장관을 위원장으로 하는 당뇨병 대처 태스크 포스를 구성함. 국제당뇨병협회(International Diabetes Federation, IDF)가 발표한 자료에 따르면 싱가포르는 세계에서 두 번째로 높은 당뇨병 환자 비율을 보이는 것으로 나타남

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ 싱가포르의 다류 시장은 2022년까지 1억 2,100만 달러 규모를 회복할 것으로 전망됨

○ 세부적으로는 기타 차를 제외한 다섯 가지 유형이 모두 성장할 것으로 보임. 녹차는 그 중에서도 가장 높은 성장세(16.9%)가 예상되며 홍차와 과실차/허브차 유형도 각각 5.7%, 4.1% 성장할 것으로 보임

○ 지난 5년간 감소세를 보였던 RTD 차와 인스턴트 차 역시 각각 2.0%, 1.9% 성장할 것으로 예상됨

[표 6-30] 싱가포르 다류 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
홍차 (Black Tea)	12.8 (11.0)	13.0 (11.1)	13.2 (11.2)	13.5 (11.3)	13.5 (11.2)
과실차/허브차 (Fruit/Herbal Tea)	7.0 (6.0)	7.1 (6.1)	7.2 (6.1)	7.3 (6.1)	7.3 (6.0)
녹차 (Green Tea)	8.1 (6.9)	8.5 (7.3)	8.9 (7.6)	9.3 (7.7)	9.5 (7.8)
인스턴트 차 (Instant Tea)	4.1 (3.5)	4.1 (3.5)	4.1 (3.5)	4.1 (3.5)	4.1 (3.4)
기타 차 (Other Tea)	1.6 (1.4)	1.6 (1.4)	1.6 (1.4)	1.6 (1.3)	1.6 (1.3)
RTD 차 (RTD Tea)	83.5 (71.3)	82.7 (70.7)	83.0 (70.3)	83.9 (70.1)	85.1 (70.2)
합계	117.1	117.0	118.0	119.7	121.2

* TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.02
RTD TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.03
1) 1싱가포르달러= 0.7245달러(2017년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

2) 주요 제조사 및 브랜드[110]

□ Unilever Singapore Pte Ltd의 높은 점유율(34.4%)에서도 볼 수 있듯이 싱가포르의 차 시장은 수입 차 기업들이 선도하고 있음. Uniliever를 포함해 일반 차 시장 점유율 5위 안에 있는 Boh Plantations Sdn, Bhd, Odani kokufun Co Ltd, Twining & Co Ltd 모두 해외 기업임

110) 각사 홈페이지

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

□ Unilever Singapore Pte Ltd는 생활용품 및 식품을 판매하는 글로벌 기업 Unilever의 싱가포르 지사임. 싱가포르에서는 Ben & Jerry's, Breeze, Knorr 등 11개 브랜드가 활동 중이며 차(茶) 브랜드는 Lipton이 활동 중임

Lipton 대만 자스민 차	Lipton 대만 장미 녹차	Lipton 대만 우롱 차

○ Lipton Singapore에서는 본사가 위치한 미주지역과 거의 동일한 제품을 판매 중에 있지만, 일부 대만차와 같이 싱가포르를 비롯한 아시아 지역에서만 판매하는 제품들도 존재함. Lipton 대만차의 경우 100% 대만에서 딴 찻잎으로 만들어지며 피라미드형의 티백 형태로만 판매되고 있음[111]

□ Boh Plantations Sdn Bhd는 싱가포르 일반 차 시장 2위 기업으로, 말레이시아의 기업임. 1929년부터 차를 생산해왔음. 차 재배와 찻잎 가공, 제품 포장까지 통합된 회사이며 미국, 덴마크, 독일, 한국, 대만, 싱가포르 등 다양한 국가에 차 제품을 수출 중임

○ 제품라인은 홍차, 녹차, 과실차/허브차 등 다양한 유형으로 구성되어 있으며, 형태 또한 잎차, 티백, 파우더믹스 등으로 다양함. 2010년 이후로는 'Teh Tarik Kurang Manis', 'Sencha', 'Green Tea Latte' 등 신제품을 출시한 바 있음

○ 최근에는 스테비아 잎 추출물(제로 칼로리, 천연 감미료)을 사용해 성인은 물론 어린 아이들에게도 안전한 가당 차를 개발하고 생분해성 피라미드형 티백을 도입하는 등 제품 혁신에 힘쓰고 있음. 이슬람 교도가 많은 말레이시아의 기업답게 2013년에는 JAKIM으로부터 할랄 인증서를 획득하기도 함

111) IPPrice 싱가포르 Lipton 제품 판매용 홈페이지

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-31] Boh의 차 제품 목록

제품분류	설명	대표제품	제품 이미지
Classic BOH Tea	고전적인 스타일의 홍차 라인 얼그레이, 잉글리시 브렉퍼스트를 판매함 잎차, 가루차, 티백 등 다양한 형태로 판매됨	Earl Grey Tea	
Herbs and Fruits	과실차/허브차 라인 다양한 허브와 과일, 블렌딩 티 등을 판매함 피라미드형 티백과 일반 티백 두 가지 형태로 판매됨	Hibiscus Zest	
Instant Tea Mix	인스턴트 차 라인 가루차, 설탕, 크림분말 등이 함께 들어있는 형태 한 팩씩 뜯어서 물에 타 먹을 수 있게 판매됨	3 In 1 Tea Less Sugar	
Ice Tea Mix	인스턴트 아이스티 믹스 라인 레몬라임, 복숭아, 열대과일 등 세 가지 종류의 제품을 판매 중임	Ice Tea Lemon Lime	
Green Tea	녹차 라인 일본산 전자와 말차 등으로 만든 티백과 인스턴트 녹차 라테 제품이 속해 있음	Sencha	
Black Tea	풍부하고 섬세한 향이 돋보이는 홍차 라인 잎차, 티백 제품 등이 있으며 탠저린 얼그레이, 레몬 만다린 등 다양한 블렌딩 티 제품이 속해 있음	Lemon With Mandarin Tea Leaves	
Flavoured Tea	다양한 맛과 향이 첨가된 차 라인 망고, 망고잎, 탠저린 얼그레이 등이 있음 잎차와 티백 두 가지 형태로 판매 중임	Lychee With Rose Teabag	

* Bohtea 홈페이지(www.bohtea.com)

□ 일반 차 시장 3위에 위치한 Odani Kokufun Co Ltd는 일본 기업으로 곡물 관련 식품을 판매하는 기업임. 1975년 처음으로 보리차 업계에 진입했으며, 현재는 각종 일본차(센차, 옥로, 호지차 등)와 홍차, 우롱차, 건강차 등을 판매하고 있음. 대표 브랜드인 OSK에는 딸기, 사과, 망고 등 과일향을 블렌딩한 홍차 제품들도 속해 있음

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

[표 6-32] 싱가포르 주요 일반 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
Unilever Singapore Pte Ltd	Lipton(Unilever Group)	34.6	34.1	34.5	34.4
Boh Plantations Sdn Bhd	Boh	9.2	9.1	9.2	9.0
Odani Kokufun Co Ltd	OSK Sencha Green Tea	7.9	8.0	8.2	8.4
Twining & Co Ltd, R	Twinings(Associated British Foods Plc)	7.9	8.0	8.2	8.1
Super Group Ltd	Supe (Jacobs Douwe Egberts)	4.0	4.0	4.1	4.2
21st Century Healthcare Pte Ltd	21st Century(21st Century Laboratories Inc)	2.2	2.3	2.3	2.4
Dilmah (S) Pte Ltd	Dilmah (MJF Group)	2.2	2.3	2.3	2.3
Interstates Market(2007) Pte Ltd	Yabukita Blend(Harada Tea Processing Co Ltd)	1.6	1.6	1.7	1.9
Crimsons Pharma Inc	SlimSpa	1.4	1.4	1.5	1.6
Teo Lian Yew Enterprise	TLY	1.5	1.5	1.5	1.6
기타		27.5	27.7	26.5	26.1
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.02

□ Pokka Corp (S) Pte Ltd는 모기업인 Pokka Sapporo food & beverage Ltd로부터 설립된 일본의 음료 회사임. 싱가포르를 비롯한 아시아 태평양 국가들을 중심으로 중동 및 유럽의 50여 국가의 지역까지 RTD 차 음료를 판매 중이며, 가장 유명한 브랜드는 POKKA임. 싱가포르에서 판매 중인 RTD 차 음료는 녹차, 홍차, 프리미엄 밀크티, 중국차로 분류됨

○ 2017년 5월에 출시한 'Pokka Yuan Yang'은 커피와 차를 혼합한 싱가포르 전통 차 음료를 RTD 차 음료화 한 것으로, 싱가포르 특유의 맛을 제품에 반영하려는 노력의 일환임. 이 외에도 무가당 RTD 차 제품을 출시하거나 페퍼민트, 리치 등 다양한 향과 맛을 추가하며 가당 음료 소비가 줄어드는 시장 환경을 극복하기 위해 힘쓰고 있음

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-33] Pokka의 RTD 차 제품

제품라인	제품라인 설명	제품목록	이미지
Green Tea	엄선한 고급 찻잎에서 추출한 녹차 방부제 및 착색제 없음 싱가포르 RTD 녹차 1위 브랜드	무가당 일본 녹차 꿀 녹차 페퍼민트 녹차 자스민 녹차 무가당 자스민 녹차	
Black Tea	엄선된 고급 찻잎에서 추출한 차 함유 천연 과일 즙 첨가 방부제 및 착색제 없음 싱가포르 RTD 홍차 1위 브랜드	레몬 아이스티 리치 아이스티 블루베리 아이스티 교호 포도 아이스티 스트레이트 홍차	
Premium Milk Tea	고품질 우유로 만든 고급 밀크티 프리미엄 실론 찻잎에서 추출 방부제 및 착색제 없음	프리미엄 밀크티 프리미엄밀크티 프리미엄 위안 양 밀크티	
Chinese Tea	100% 천연 차 추출물 함유 방부제 및 착색제 없음	국화 백차 우롱차 복숭아 우롱차	

* Pokka 홈페이지(http://www.pokka.com.sg)

[표 6-34] 싱가포르 주요 RTD 차 제조사

(단위: %)

제조사	주요 브랜드	2014	2015	2016	2017
Pokka Corp (S) Pte Ltd	Pokka (Sapporo Holdings Ltd)	49.4	49.6	49.3	50.6
Coca-Cola Singapore Beverages Pte Ltd	Heaven & Earth (Coca-Cola Co, The)	15.8	16.5	17.0	16.9
F&N Foods (S) Pte Ltd	Seasons, NutriTea, Oishi(Thai Beverage PCL)	16.4	16.2	16.2	15.7
Yeo Hiap Seng Ltd	Yeo's	13.4	13.1	13.0	12.2
JJ Drinks Mfg Pte Ltd	JJ	2.3	2.2	2.0	2.0
Allswell Trading Pte Ltd	Allswell	1.1	1.1	1.1	1.2
Malaysia Dairy Industries Pte Ltd	Marigold	0.9	0.9	0.9	0.9
기타		0.7	0.5	0.6	0.5
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

* RTD TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.03

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

3) 시장 및 소비자 특징

□ 싱가포르의 소비자들은 식품류 구매 시 맛 뿐 아니라 건강까지 고려하는 소비를 하는 특성이 있음. 차 소비에 있어서도 스트레스를 완화하는 등 건강 특성을 지닌 차들의 수요가 증가할 것으로 예상됨. 특히 싱가포르는 연중 더운 기후로 인해 실내외 온도차가 커 목감기 증상을 보이는 경우가 많음. 비타민C와 구연산 등이 풍부하게 함유되어 기침, 감기 몸살, 피로 회복에 좋은 과일차/허브차의 수요가 꾸준한 이유임[112]

○ 일본에서 수입되어 싱가포르에서 판매 중인 Aojiru(어린 보리 잎)차는 칼슘, 구리, 마그네슘과 같은 미네랄이 풍부해 체액 균형을 조절하고 염증과 빈혈을 예방하는 등의 건강적 이로움이 있음. 어린 찻잎을 말려 분말형태로 판매하며, 주로 온라인 쇼핑몰을 통해 유통되는 편임. 관련 상품의 매출액이 판매 시작한 이래로 두 자리 수 이상 성장하는 등 따뜻한 차 시장에서 건강 지향적 제품으로 성공적으로 포지셔닝함[113]

싱가포르 온라인 쇼핑몰 ISTEN에서 판매 중인 Aojiru 차 제품

□ 젊은 소비자들은 따뜻한 차가 번거롭고 혁신적이지 못하다는 인식이 가지고 있으나, 혁신적이고 참신한 제품에 대해서는 높은 가격을 지불하는 소비 행태를 보임. 때문에 젊은 층에게는 차갑고 특색 있는 차 음료들이 인기를 얻고 있음. LiHo, Each-A-Cup, Koi와 같은 버블티 가게들은 싱가포르 전역에 매장을 열었으며, 버블티 토핑도 타피오카 펄이나 젤리뿐만 아니라 치즈나 우유 거품 등으로 다양화됨. 중국의 희차(HEYCHA) 또한 2018년 말 싱가포르에서 최초의 해외매장을 오픈할 예정임[114]

○ Each-A-Cup에서는 밀크티, 얼그레이티, 녹차, 우롱차, 홍차 중에 기본 음료를 정하고 각종 토핑과 당도를 선택할 수 있음. 기본 음료도 복숭아

112) 싱가포르의 감귤류 차 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스, 2015.02.25
113) TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.02
114) [트랜드] 중국의 힙한 차문화를 선도하는 젊은 기업 '시차(喜茶)', Platum, 2018.10.05

Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

우롱차, 요구르트 녹차, 오레오 밀크티 등 종류가 다양하며 토핑도 타피오카 펄, 과일 젤리, 우유거품 등 19가지로 다양함

[표 6-35] Each-A-Cup의 주요 제품

Yakult Green Tea	Green Apple Green Tea	Green Tea Macchiato	Assam Black Tea	Azuki Brown Rice Peal Milk Tea

* Each-A-Cup 홈페이지(http://www.each-a-cup.com)

□ 이렇듯 젊은 층이 차가운 차를 선호하고 기성세대가 건강 지향적으로 따뜻한 차를 선호하는 것은 싱가포르 다류 시장의 단기적 매출 전망에는 크게 영향을 미치지 않을 것으로 보이나 장기적으로 따뜻한 차 시장의 성장 잠재력이 크게 제한될 수 있을 것으로 보임[115]

115) TEA IN THE SINGAPORE, Euromonitor International, 2018.02

 Copyright 2018 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All Right reserved.

2018 가공식품 세분시장 현황

2019년 1월 인쇄

2019년 1월 발행

편 저 · 발 행 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

인쇄처 예림프로세스 서울 중구 퇴계로31길 16

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산식품유통공사

TEL : (061) 931-1114 FAX : (061) 931-1299

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산식품유통공사 식품정보부(061-931-0742)로

문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.atfis.or.kr)을 통해

다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산식품유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.

또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위, 판매 등 상업적 이용을 금합니다.