목차

커피류 시장 요약 ····· 1

제 1 장 커피류 시장 조사 개요
제 1 절 조사 배경 및 목적 ····· 6
제 2 절 조사 대상 및 방법 ····· 7
1. 조사 대상 ····· 7
2. 조사 방법 ····· 7
제 3 절 커피류 시장 개요 ····· 10
1. 커피류 개념 ····· 10

제 2 장 커피 원료 특징
제 1 절 원두의 종류 및 특징 ····· 14
1. 생두의 정의 및 종류 ····· 14
2. 원두 감별법 ····· 21
3. 원두의 로스팅 단계 ····· 22
제 2 절 원료 생산 및 수입 현황 ····· 26
1. 주요 원두 생산 현황 ····· 26
2. 주요 생두 국내 수입 현황 ····· 30

제 3 장 생산 및 수출입 현황
제 1 절 제조 기준 및 공정 ····· 36
1. 커피 제조 및 가공기준 ····· 36
2. 커피 제조 공정 ····· 37
제 2 절 생산 및 출하 현황 ····· 41
제 3 절 주요 제조업체 현황 ····· 45
1. 커피류 제조업체 현황 ····· 45
2. 커피류 주요 제조업체 특징 ····· 46
제 4 절 수출입 현황 ····· 50
1. 커피류 수출입 규모 ····· 51
2. 커피류 수출 현황 ····· 52
3. 커피류 수입 현황 ····· 56

제 4 장 유통 및 판매 현황
제 1 절 유통구조 ····· 60
제 2 절 커피 시장 판매 규모 ····· 62
제 3 절 커피류 판매 규모 ····· 63
1. 커피류 소매시장 규모 ····· 63
2. 소매채널 판매 현황 ····· 66
제 4 절 프랜차이즈 판매 현황 ····· 70

제 5 장 소비시장 및 소비자 동향
제 1 절 빅데이터 조사 개요 ····· 74
1. 빅데이터 조사 개요 ····· 74
2. 빅데이터 분석 범위 ····· 74
제 2 절 소비 시장 및 소비자 특성 ····· 75
1. 원두커피 ····· 76
2. 믹스커피 ····· 80
3. 커피음료(컵커피, 캔커피) ····· 82

제 6 장 해외 시장 동향
제 1 절 세계 커피 시장 규모 ····· 86
제 2 절 글로벌 트렌드 ····· 88
1. 플라스틱 사용에 대한 규제 ····· 88
2. 지속되는 스페셜티 커피의 인기 ····· 89
제 3 절 국가별 동향 ····· 92
1. 미국의 커피 시장 ····· 92
2. 일본의 커피 시장 ····· 101
3. 중국의 커피 시장 ····· 108
4. 프랑스의 커피 시장 ····· 116
5. 독일의 커피 시장 ····· 123
6. 브라질의 커피 시장 ····· 131
7. 베트남의 커피 시장 ····· 139

2019 가공식품 세분시장 현황
커피류 시장

목차

[표 1-1] 빅데이터 조사 개요 ····· 9
[표 1-2] 커피류 시장의 분류 ····· 11

[표 2-1] 아라비카와 로부스타의 특징 비교 ····· 16
[표 2-2] 커핑 확인 항목 11가지 ····· 21
[표 2-3] 주요 커피 향기(Bouquet)의 종류 ····· 24
[표 2-4] 품종별 세계 원두 생산량 ····· 26
[표 2-5] 주요 국가별 원두(coffee bean) 생산량 ····· 27
[표 2-6] 세계 원두 소비량 ····· 29
[표 2-7] 생두 HS코드 ····· 30
[표 2-8] 생두의 국내 수입 현황 ····· 31
[표 2-9] 주요 국가별 카페인 제거안한 생두 국내 수입 현황 ····· 32
[표 2-10] 주요 국가별 카페인 제거한 생두 수입 현황 ····· 33

[표 3-1] 커피 제조 · 가공기준 ····· 36
[표 3-2] 커피류 생산실적 ····· 43
[표 3-3] 커피류 출하실적 ····· 44
[표 3-4] 국내 커피류 가공업체 수 ····· 45
[표 3-5] 커피 가공업 사업체수 지역별 분포(2017년 기준) ····· 46
[표 3-6] 커피 주요 제조사 특징 및 연혁 ····· 47
[표 3-7] 커피류 HS코드 ····· 50
[표 3-8] 커피류 수출입 추이 ····· 51
[표 3-9] 커피류 수출 현황 ····· 52
[표 3-10] 주요 국가별 원두 수출 현황 ····· 53
[표 3-11] 주요 국가별 커피추출물/에센스 등 수출 현황 ····· 55
[표 3-12] 커피류 수입 현황 ····· 56
[표 3-13] 주요 국가별 원두 수입 현황 ····· 57
[표 3-14] 주요 국가별 커피추출물/에센스 등 수입 현황 ····· 58

[표 4-1] 커피류 품목별 소매시장 규모 ····· 63
[표 4-2] 커피류 소매채널별 소매시장 규모 ····· 65
[표 4-3] 커피류 품목별 판매 현황 ····· 67
[표 4-4] 커피류 소매채널별 판매 현황 ····· 68
[표 4-5] 커피류 제조사별 판매 현황 ····· 69
[표 4-6] 주요 프랜차이즈 커피 전문점 매출 규모 ····· 70

[표 5-1] 원두커피 기대 및 우려요인 ····· 76
[표 5-2] 원두커피 구입 고려사항 ····· 77
[표 5-3] 원두커피 원산지 및 커피용품 ····· 78
[표 5-4] 믹스커피 기대 및 우려요인 ····· 80
[표 5-5] 믹스커피 대체제품 ····· 81
[표 5-6] 믹스커피 구입 고려사항 ····· 81
[표 5-7] 믹스커피 음용상황 ····· 81
[표 5-8] 커피음료 기대 및 우려요인 ····· 82
[표 5-9] 커피음료 구입 고려사항 ····· 83
[표 5-10] 커피음료 구입상황 ····· 84

[표 6-1] 미국 커피 시장 규모 ····· 93
[표 6-2] 미국 커피 시장 전망 ····· 93
[표 6-3] 미국 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 95
[표 6-4] 미국 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 95
[표 6-5] 미국 커피 브랜드 점유율 ····· 97
[표 6-6] 일본 커피 시장 규모 ····· 101
[표 6-7] 일본 커피 시장 전망 ····· 102
[표 6-8] 일본 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 103
[표 6-9] 일본 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 103
[표 6-10] 일본 커피 브랜드 점유율 ····· 105
[표 6-11] 중국 커피 시장 규모 ····· 108
[표 6-12] 중국 커피 시장 전망 ····· 109
[표 6-13] 중국 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 110
[표 6-14] 중국 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 110
[표 6-15] 중국 커피 브랜드 점유율 ····· 112
[표 6-16] 프랑스 커피 시장 규모 ····· 116
[표 6-17] 프랑스 커피 시장 전망 ····· 117
[표 6-18] 프랑스 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 118
[표 6-19] 프랑스 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 118
[표 6-20] 프랑스 커피 브랜드 점유율 ····· 120
[표 6-21] 독일 커피 시장 규모 ····· 123
[표 6-22] 독일 커피 시장 전망 ····· 124
[표 6-23] 독일 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 125
[표 6-24] 독일 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 125
[표 6-25] 독일 커피 브랜드 점유율 ····· 127
[표 6-26] 브라질 커피 시장 규모 ····· 131
[표 6-27] 브라질 커피 시장 전망 ····· 132
[표 6-28] 브라질 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 133
[표 6-29] 브라질 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 134
[표 6-30] 브라질 커피 브랜드 점유율 ····· 135
[표 6-31] 베트남 커피 시장 규모 ····· 140
[표 6-32] 베트남 커피 시장 전망 ····· 140
[표 6-33] 베트남 카페 및 커피전문점 매출 규모 ····· 141
[표 6-34] 베트남 카페 및 커피전문점 매출 전망 ····· 142
[표 6-35] 베트남 커피 브랜드 점유율 ····· 145

목차

[그림 1-1] 조사 대상 ····· 7
[그림 1-2] 커피류 시장의 분류 ····· 10

[그림 2-1] 커피열매 구조 ····· 14
[그림 2-2] Coffee Belt ····· 17
[그림 2-3] Coffee Taster's Flavor Wheel ····· 23

[그림 3-1] 볶은커피 제조공정 ····· 37
[그림 3-2] 인스턴트커피 제조공정 ····· 38
[그림 3-3] 조제커피 제조공정 ····· 39
[그림 3-4] 액상커피 제조공정 ····· 40
[그림 3-5] 캡슐커피 제조공정 ····· 40
[그림 3-6] 커피류 생산규모 추이 ····· 41
[그림 3-7] 커피류 출하규모 추이 ····· 44

[그림 4-1] 커피류 유통구조 ····· 61
[그림 4-2] 커피 판매 시장 규모 ····· 62
[그림 4-3] 커피류 분기별 판매 현황 ····· 65

[그림 5-1] 원두커피 구입 고려사항(상세) ····· 77
[그림 5-2] 커피음료 구입 고려사항(상세) ····· 83

[그림 6-1] 세계 커피 시장 규모 ····· 86
[그림 6-2] 세계 커피 종류별 시장 규모 ····· 87
[그림 6-3] 국가별 커피 시장 규모 ····· 87

커피류 시장 요약

1. 커피류 정의

□ 식품공전에 의하면 커피는 커피원두를 가공한 것이거나 또는 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 볶은커피(커피원두를 볶은 것 또는 이를 분쇄한 것), 인스턴트커피(볶은커피의 가용성추출액을 건조한 것), 조제커피, 액상커피(유가공품에 커피를 혼합하여 음용하도록 만든 것)를 말함

2. 커피 원료 수입 현황

□ **(카페인 제거된 생두 수입량 5년 사이 97% 증가)** 생두의 수입규모는 꾸준히 상승하여 2014년 12만 6,031톤에서 2018년 14만 5,051톤으로 5년간 15.1%의 증가율을 보임. 특히, 디카페인 커피의 원료가 되는 카페인 제거된 생두의 수입량은 2014년 643톤에서 2018년 1,267톤으로 97% 증가함

3. 커피류 생산 현황

□ **(커피류 생산 증가 추세)** 2018년 커피류의 국내 생산실적은 1조 95백억원 수준으로 액상커피가 38.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 이어서 조제커피 29.6%, 볶은커피 18.8%, 인스턴트커피 12.7% 순임. 성장률 면에서는 액상커피와 볶은커피는 성장하고 있으나, 조제커피와 인스턴트커피는 하락하는 양상을 보임

○ **(대용량화와 고급화 앞세워 액상커피 생산 증가)** 액상커피 생산액은 2015년 3,533억 원에서 꾸준히 증가하여 2018년 7,583억 원을 기록함. 전체 커피시장에서의 점유율도 2015년 22.0%에서 불과 4년 사이 38.9%로 1.77배 가량 증가함. 특히, 2016년도부터 높은 성장세를 띠고 있는데, 가성비(가격 대비 성능)와 가용비(가격 대비 용량)을 추구하는 소비자 트렌드의 변화와 커피전문점의 커피 맛에 길들여진 소비자들이 하루 여러 잔의 커피를 즐기기 시작하면서 고품질 원두를 사용하는 고급화가 진행됨. 여기에 500ml의 대용량 제품이 잇따라 출시되면서 액상커피의 생산 규모가 성장하고 있는 것으로 보임

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ **(조제커피,인스턴트커피 감소세 지속)** 조제커피 생산액은 2015년 6,684억 원에서 2018년 5,777억 원으로 지속 감소하는 것으로 나타남. 조제커피와 인스턴트커피는 제품에 함유되어 있는 설탕 등 첨가물에 대한 건강 우려와 액상커피 등으로 수요가 이동하며 생산액과 점유율이 모두 감소하고 있는 것으로 분석됨

4. 커피류 수출입 현황

□ **(커피류 무역수지 적자 확대)** 커피류 수출액은 2014년 2억 1,245만 달러에서 2018년 1억 7,523만 달러로 5년 사이 17.5% 감소함. 같은 기간 수입 규모는 2014년 1억 6,494만 달러에서 2018년 2억 6,337만 달러로 59.7% 성장률을 보이며 증가 추이를 나타냄. 수입 규모는 크게 증가한 반면, 수출 규모는 매년 축소되면서 2014년 무역수지 4,751만 달러로 흑자였던 커피류가 2016년부터 적자로 전환되어 그 폭이 매년 증가하고 있음

5. 유통 및 판매현황

□ **(커피류 소매시장 꾸준히 증가)** 2018년 소매점 매출액 기준 커피류의 국내 시장 규모는 2조 4,812억 원으로 2016년 2조 4,221억 원보다 2.4% 증가함. 매출액이 가장 큰 품목은 커피음료(53.2%)이며, 이어서 조제커피(35.2%), 인스턴트커피(9.8%), 원두커피(1.9%) 순으로 높은 비중을 차지함

□ **(편의점 채널의 판매량 증가)** 다른 소매채널에 비해 편의점의 성장률이 두드러졌는데, 2016년 대비 2018년 대형할인점(24.2%→22.9%), 체인슈퍼(15.9%→14.4%) 등의 점유율은 감소하였으나 편의점은 2016년 점유율 35.8%에서 2018년 40.8%로 증가하였음. 편의점은 다양한 브랜드의 액상커피 제품을 보유하여 판매하는 것에 더해 테이크아웃형으로 판매되는 편의점 자체 커피의 소비 증가가 매출 성장의 요인으로 작용한 것으로 분석됨

□ **(고급 원두 사용한 스페셜티 커피 열풍)** 입맛이 고급화되면서 좋은 품질의 원두, 원산지를 고려하는 소비자들이 증가하고 있으며, 국내에 '제 3의 물결[1]'이라고 칭하는 스페셜티[2] 열풍이 불고 있음. 대형 프랜차이즈 커피전문점에서도 별도로 스페셜티 커피를 판매하는 프리미엄 매장을 오픈할 정도로 세계적인 인기를 얻고 있는 것으로 조사됨

1) 제1의 물결 : 인스턴트커피 등장, 제2의 물결 : 대형 커피 체인점의 에스프레소 커피 등장, 제3의 커피 물결: 스페셜티 커피의 시대, 바리스타뉴스, 2016.4.25
2) 스페셜티커피협회(SCA)에서 만든 평가 기준에서 80점 이상 점수를 얻은 커피를 말함

2 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

6. 소비 시장 및 소비자 특성

□ **(홈카페 시장의 증가)** 홈카페 시장의 증가가 원두커피의 수요를 견인했을 뿐만 아니라 관련 제품인 분쇄기, 에스프레소 머신, 로스터기 등의 커피머신 판매도 덩달아 증가하고 있는 것으로 조사됨.[3] 이러한 홈카페족을 겨냥하여 캡슐커피, 원두 등 다양한 제품이 출시되고 있음[4]

□ **(건강 트렌드로 믹스커피 소비 감소)** 믹스커피 주 소비자들은 하루에 2~4잔 이상의 믹스커피를 음용하고 있는 것으로 조사됨. 이로 인해 믹스커피에 포함되어 있는 당분이 건강에 유해할 것을 걱정하여 중독 증세를 해결하고자 하는 소비자가 증가하고 있는 것으로 보임. 대체제로는 녹차, 밀크티 등의 다류에 대한 언급이 높게 나타남

□ **(편의점 중심으로 스페셜티급의 블렌딩 원두 커피 인기)** 최근 소비자들의 고급화된 입맛을 사로잡기 위해 편의점을 중심으로 프리미엄 블렌딩 원두 커피가 등장하고 있음. GS, 세븐일레븐, CU 등 편의점 자체에서 직접 원두를 수입 및 블렌딩하여 스페셜티급의 커피를 저렴한 가격에 제공하기 시작함. 여기에 접근이 용이하다는 특장점까지 더해져 인기를 얻고 있어, 편의점 채널에 대한 수요가 지속 증가할 것으로 보임

7. 해외 시장 동향

□ **(세계 커피 시장 규모 증가)** 세계 커피 시장 규모[5]는 2014년 대비 7.3% 증가하여 2018년 1,449억 달러를 기록하였음. 2014년 대비 2015년 다소 감소폭이 있었으나 이후 증가세를 띠며 2023년 1,805억 달러의 시장이 될 것으로 전망됨

○ **(커피음료의 성장이 가장 커)** 품목별로 살펴보았을 때, 2014년 대비 2018년도에 시장 규모가 가장 성장한 품목은 커피음료로 118.6% 증가하였으며, 이어서 분쇄원두(85.4%)가 성장함. 반면, 원두(-85.1%)와 인스턴트원두(-26.3%)는 감소한 것으로 나타남

3) 전자랜드 "홈카페족 늘었다...커피머신 · 얼음 정수기 판매량 증가", 전자신문, 2019.7.17
4) "집에서 느끼는 소확행"…'홈카페족' 문화 열풍, 아시아타임즈, 2019.4.22
5) 커피 시장을 원두(Coffee Beans), 분쇄원두(Roast and Ground Coffee), 인스턴트커피(Instant Coffee), 커피음료(Iced/RTD Coffee Drinks) 품목으로 정의하여 살펴봄

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 커피시장 국가별 동향은 세계적으로 커피 시장 규모가 큰 5개 국가인 미국, 일본, 프랑스, 독일, 브라질을 중심으로 살펴보며, 추가로 커피 시장 규모의 성장성이 높은 중국과 베트남을 살펴봄

구분	시장 규모 (2018)	세분시장 비중	주요 판매채널	주요 제조사/브랜드	시장/소비특성
미국	244.7억 달러 (최근5년 CAGR[6]= 5.9%)	분쇄원두 (48.2%) 커피음료 (33.0%) 원두 (14.7%)	· 체인 커피 전문점(79.0%) · 독립 커피 전문점(18.7%) · 독립카페(2.3%)	〈Coffee〉 · Folgers(9.4%) · Starbucks-Starbucks Ocp(7.2%) 〈Cafes/Bars〉 · Starbucks(77.0%) · Tropical Smoothie Cafe(2.0%)	· 커피 빨대나 플리스틱 컵과 같은 일회용품 사용 규제 강화 · RTD커피, 기능성커피의 시장 호황세
일본	371.1억 달러 (최근5년 CAGR= 1%)	커피음료 (65.8%) 분쇄원두 (12.5%) 인스턴트커피 (11%)	· 독립카페(41.4%) · 체인 커피 전문점(39.9%) · 체인카페(21.9%)	〈Coffee〉 · Nescafe Gold(14.8%) · Nescafe(12.8%) 〈Cafes/Bars〉 · Starbucks(9.3%) · Doutor Coffee Shop(5.1%)	· 우치쥬기족 증가로 인해 홈카페족 증가 · 편리성 소구 증가로 커피백 제품 인기
중국	59.1억 달러 (최근5년 CAGR= 13.9%)	커피음료 (45.0%) 인스턴트커피 (39.8%) 원두 (10.8%)	· 체인 커피 전문점(48.9%) · 독립카페(29.1%) · 독립 커피 전문점(15.6%)	〈Coffee〉 · NesCafes(68.4%) · Kopiko(2.1%) 〈Cafes/Bars〉 · Starbucks(59.2%) · McCafe(6.4%)	· 루이싱 커피의 무서운 질주 · 커피전문점의 왕홍[8] 마케팅 확대
프랑스	71.8억 달러 (최근5년 CAGR= -2.1%)	분쇄원두 (55.9%) 원두 (18.6%) 인스턴트커피 (15.5%)	· 독립카페(89.0%) · 체인 커피 전문점(11.0%)	〈Coffee〉 · Nespresso(19.4%) · Carte Noire(14%) 〈Cafes/Bars〉 · Au Bureau(33.5%) · Starbucks(27%)	· 기존 노천카페 발달 문화에서 미국식 커피전문점 등장 추세 · 환경 문제로 캡슐커피 용기에 대한 우려 증가
독일	79.7억 달러 (최근5년 CAGR= -1.6%)	분쇄원두 (58.5%) 인스턴트커피 (18.6%) 원두 (14%)	· 독립카페(61.8%) · 체인 커피 전문점(23.4%) · 체인카페(11.5%)	〈Coffee〉 · Jacobs(16%) · Melitta(7.7%) 〈Cafes/Bars〉 · McCafe(18%) · Starbucks(14%)	· 고품질 원두를 사용한 프리미엄 커피 소구 증가 · 브루(brew)커피의 수요 증가
브라질	66.1억 달러 (최근5년 CAGR= 0%)	분쇄원두 (75.6%) 인스턴트커피 (16.5%) 원두 (7.9%)	· 독립카페(87.8%) · 체인 커피 전문점(8.3%) · 체인카페(3.1%)	〈Coffee〉 · 3 Coracoes(10.7%) · Pilao(8.5%) 〈Cafes/Bars〉 · McCafe(14.7%) · Rei do Mate(12.1%)	· 에스프레소 형태로 주로 가정에서 음용 · 인스턴트커피에 기능성 추가하여 시장 다양성 확보
베트남	85.6억 달러 (최근5년 CAGR= 8.7%)	인스턴트커피 (49.3%) 원두 (31.3%) 분쇄원두 (16.8%)	· 독립카페(63.8%) · 독립커피 전문점(20.4%) · 체인 커피 전문점(15.3%)	〈Coffee〉 · NesCafes(35.7%) · Vinacafe(20.3%) 〈Cafes/Bars〉 · Highlands Coffee(15.2%) · Vuvuzela Beer Club(6.9%)	· 인스턴트 커피에서 원두 커피로 소비 이동 · 2016년 위조 커피 소동으로 로컬 제품에 대한 신뢰도 하락 · 글로벌 커피전문점의 유입으로 경쟁 본격화

6) 연평균 증가율
7) 일본에서 집에 충실하게 생활하는 이들을 뜻함
8) SNS 상에서 인지도가 높고 인기가 많은 이들을 뜻함

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 1 장
커피류 시장 조사 개요

제 1 절
조사 배경 및 목적

제 2 절
조사 대상 및 방법

제 3 절
커피류 시장 개요



제 1 절 조사 배경 및 목적

□ 2010년 이래로 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사 주관하에 가공식품 품목별 세분시장 현황조사 보고서를 매년 발간하고 있음

○ 품목별 가공식품 세분시장 현황조사의 목적은 식품기업 · 학계 · 정부 · 유관기관 등에 심층적인 정보를 제공하여 식품산업 발전을 도모하는 데 있음

□ 가공식품 시장이 꾸준히 성장하면서 소비자 라이프 스타일 변화에 따라 시장 환경이 다양해지고 빠르게 변화하고 있음. 기업들은 이러한 시장 속에서 기회를 발견하고 환경에 맞는 전략 수립으로 생존을 유지해갈 필요가 있음

□ 이에 본 조사는 가공식품 산업구조를 고려한 자료 수집 및 분석을 통해 식품산업 관련 이해관계자들에게 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함

○ 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 데이터를 기반으로 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함

○ 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적이고 가치 있는 정보를 제공하는 것이 목적임

○ 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공하고자 함

○ 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 본 조사를 시행함

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

□ 2019년 가공식품 세분시장의 조사대상 품목군은 총 10개이며, 이번 조사 대상 품목군은 '커피류'임

[그림 1-1] 조사 대상



2. 조사 방법

□ 조사 방법은 크게 문헌 조사와 빅데이터 조사로 이루어짐

1) 문헌조사

□ 주요 국내 문헌 자료는 식품산업통계정보(FIS), 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품첨가물 생산실적임. 해외 문헌은 GlobalData Intelligence, Euromonitor International을 활용함

○ 식품공전에서 정의하는 분류 기준에 따라 생산 및 출하실적을 살펴봄. 수출입 실적은 식품 및 식품첨가물 관세청 자료를 이용하였으며, 소매유통은 식품산업통계정보(FIS)의 소매점 매출액과 닐슨 소매점 매출액 데이터를 참고함

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

◦ 빅데이터의 경우, 소셜네트워크서비스(SNS) 자료를 추출하여 분석을 진행하였으며, 본 보고서 전반에 걸쳐 언론 리포트/기사를 참고하였음. 그 외 확인이 어려운 부분은 전문가 인터뷰를 활용함

◦ 해외 동향은 GlobalData Intelligence, Euromonitor International 자료와 KATI, KOTRA 등의 자료를 활용하였음

2) 빅데이터 조사

□ SNS는 실시간 의사소통과 정보 공유가 가능한 플랫폼으로 소비자의 생각과 언어가 기록되어 있으므로 SNS 자료를 수집하여 소비자 특성에 대해 분석하였음

◦ 분석 대상 채널은 다른 SNS에 비해 제품 후기부터 일상생활까지 다양한 정보가 기록되어 있는 네이버 블로그로 선정하였음

◦ 분석 기간은 최근 트렌드를 반영하기 위하여 2018년 4월 1일부터 2019년 4월 30일인 1년 1개월 자료를 수집하여 분석함

◦ 분석에 사용한 데이터의 양은 1만 5,141건이며, 데이터 추출에 사용된 키워드는 '믹스커피', '원두커피', '컵커피', '캔커피'임

□ 빅데이터 분석 방법은 다음과 같은 단계로 진행됨

◦ 1단계 데이터 수집 : 분석 대상 채널에서 관련 키워드를 포함한 문서들을 수집 엔진으로 수집함

◦ 2단계 데이터 정제 및 언어처리 : 수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거하고, 비정형화된 자료들을 정형화하기 위해 작업하는 일련의 과정을 거쳐 신뢰성 높은 데이터를 확보함

◦ 3단계 데이터 정형화 및 분석 : 정제된 데이터를 정형화하고, 그 결과물을 조사 목적에 맞게 분석함

□ 빅데이터 분석 시, 아직 제품화되지 품목 자체에 대한 분석이 향후 제조사의 새로운 제품 개발에 도움을 줄 것으로 판단하여 브랜드 및 제품을 언급한 문서만 다루지 않고 키워드로 검색된 전체 문서를 다루었음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 1-1] 빅데이터 조사 개요

추출 키워드	◦ **총 4개 키워드** – 믹스커피, 원두커피, 컵커피, 캔커피
수집 시기	◦ 2018년 4월 1일 ~ 2019년 4월 30일 (1년 1개월)
수집 채널	◦ 네이버 블로그
총 언급량	◦ 15,141건 – 믹스커피(3,177건) – 원두커피(2,695건) – 컵커피, 캔커피(9,269건)

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 3 절 커피류 시장 개요

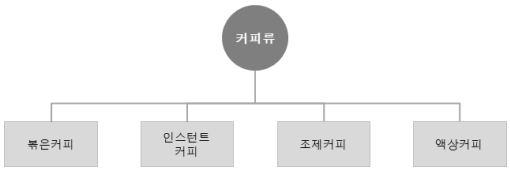
1. 커피류 개념

1) 정의

□ 식품공전에 의하면 커피는 커피원두를 가공한 것이거나 또는 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 볶은커피, 인스턴트커피, 조제커피, 액상커피를 말함

◦ 볶은커피는 커피원두를 볶은 것 또는 이를 분쇄한 것을 말하며, 인스턴트커피는 볶은커피의 가용성추출액을 건조한 것으로 정의됨. 액상커피는 유가공품에 커피를 혼합하여 음용하도록 만든 것으로서 커피고형분 0.5% 이상인 제품을 포함하며, 조제커피에 대한 별도의 정의는 없음

[그림 1-2] 커피류 시장의 분류



※ 식품공전, 식품의약품안전처, 고시 제 2019-16호(2019.3.8)

2) 커피 주요 제품

□ [표 1-2]는 커피의 주요 제품을 나타냄. 커피 제품의 식품 유형은 볶은커피, 인스턴트커피 등으로 구분하지 않고 대부분 '커피'라고 표기하고 있음

◦ 식품공전 기준 볶은커피는 시장에서 주로 분쇄 또는 분쇄 하지 않은 원두(Whole bean)로 판매되고 있음. 캡슐커피의 커피원두 100%로 만들어진 제품은 일부 커피유형을 '볶은커피'로 표기하고 있음

◦ 인스턴트커피는 분말을 더운물에 용해시켜 간단히 마실 수 있는 커피를 말하며, 액체에 녹는다는 단어의 뜻을 사용하여 외국에서는 주로 솔루블커피(Soluble coffee)라고도 부름[9]

9) 농업용어사전, 농촌진흥청

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

◦ 조제커피는 통상적으로 '믹스커피'로 불리는 커피를 말함. 우유, 설탕 등의 다른 성분이 포함되어 있어 인스턴트커피와 차이가 있음. 헤이즐넛 향과 같은 착향제를 추가한 커피도 믹스커피에 해당됨. 최근 커피 크림을 넣는 대신 커피와 설탕 또는 대체감미료만 첨가한 블랙 커피믹스도 생산되고 있음. 커피믹스는 포장형태에 따라 스틱형과 파우치형으로 구분됨. 스틱형은 용기 내에 커피, 커피크림, 설탕 순으로 분리되어 있으나, 파우치형은 포장 용기 내에 세 원료가 혼합되어 있는 것을 말함[10]

◦ 액상커피는 일반적으로 RTD(Ready To Drink)커피로 통칭함. 캔, 병, 컵, 페트(PET) 타입 등 다양한 형태로 판매되고 있으며, 편의점에서 얼음컵과 함께 판매되는 파우치형 커피도 이에 포함됨

[표 1-2] 커피류 시장의 분류

식품공전 기준	주요 제품			소매시장 기준
볶은커피				원두커피
	행복을주는커피	마스터즈 돌체	칸타타 이탈리안 로스트	
	한국맥널티㈜	**㈜자뎅**	**롯데칠성음료㈜**	
				원두커피 (캡슐커피)
	일리 캡슐	네스카페 돌체 구스토	이탈리코 클래식	
	illycaffe S.P.A	**네슬레코리아(유)**	**㈜비에스티엔**	
인스턴트커피				인스턴트커피
	맥심 아라비카 100	카누 마일드로스트 아메리카노	이디야 비니스트 스페셜 에디션 아메리카노	
	동서식품㈜	**동서식품㈜**	**㈜이디야**	
조제커피				조제커피 (믹스커피)
	맥심 모카골드 마일드	프렌치카페 카페믹스	네스카페 수프리모 오리지널 커피믹스	
	동서식품㈜	**남양유업㈜**	**롯데네슬레코리아㈜**	

10) 세계 커피산업 동향, 김동걸, 2017.3.

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

식품공전 기준	주요 제품			소매시장 기준
액상 커피				커피음료
	맥심 T.O.P	칸타타	바리스타룰스	
	동서식품㈜	**롯데칠성음료㈜**	**매일유업㈜**	

* 각 사 홈페이지, 쿠팡(https://www.coupang.com), 11번가(https://www.11st.co.kr), 네이버쇼핑(https://shopping.naver.com)
※ 주요 제품을 위주로 기재하였으며, 제품에 따라 식품유형과 소매시장 기준이 상이할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 2 장
커피 원료 특징

제 1 절
원두의 종류 및 특징

제 2 절
원료 생산 및 수입 현황

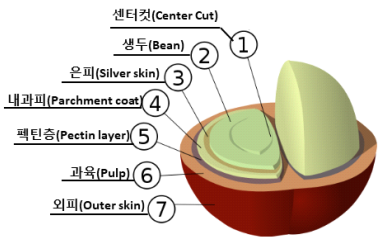


제 1 절 원두의 종류 및 특징

1. 생두의 정의 및 종류[11][12]

□ 커피나무는 꼭두서니과에 속하며, 커피콩을 생산하는 나무를 말함. 커피나무를 심은 후 약 2년 뒤에 개화하고, 약 3년 후 빨간색 또는 노란색의 열매를 맺게 됨. 커피열매에서 외피, 과육, 내과피, 은피를 벗겨 낸 씨앗을 생두라고 함

[그림 2-1] 커피열매 구조



※ 위키백과 / aT 재가공

□ 생두는 흔히 커피의 원료로 알려져 있는 원두가 되기 직전의 상태임. 생두에 열을 가해 조직을 팽창시키고 화학적 변화를 일으켜 맛과 향을 끌어내는 작업인 로스팅(Roasting) 과정을 통해 커피로 사용할 수 있게 만듦. 이러한 로스팅 과정을 거치기 전의 열매를 생두라고 하고, 로스팅한 후의 열매를 원두라고 함

11) 약이 되는 열대과일, 박종철, 2013/ 커피 마스터북, 김은지, 2013/ 커피의 종류와 분류, 음식백과
12) 위키백과

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

1) 품종별 생두 종류

□ 생두의 종류는 품종별과 산지별로 구분할 수 있음. 품종별로 살펴보면, 상업적으로 중요한 품종은 아라비카(Arabica), 로부스타(Robusta)가 있음

가. 아라비카(Arabica)

□ 아라비카는 전 세계 생산량의 약 60%를 차지하고 있으며, 본 명칭은 코페아 아라비카(Coffea Arabica)임

○ 아라비카 나무는 다 자란 나무의 크기가 5~6m이며, 평균 기온 15~24도인 고지대에서 주로 재배됨. 기후나 토양, 병충해에 민감하여 재배에 어려움이 있으며, 단맛, 신맛, 감칠맛과 향기가 좋아 가격이 비싼 편임

○ 원산지는 에피오피아이며, 콜롬비아, 탄자니아, 브라질 등 중남미 국가의 고지대에서 재배되는 편임. 브라질은 세계 최대 아라비카 생산국이기도 함

○ 아라비카의 고유 품종으로는 나뭇잎 끝 부분이 구릿빛을 띠고 생두의 모양이 가늘고 끝이 뾰족한 타이피카(Typica)종과 둥글고 작은 모양의 버번(Bourbon)종이 있음. 그 외에는 변이종인 카투라(Catura), 블루마운틴(Blue Mountain) 등과 야생종 내지 반야생 선택종으로 게이샤(Geisha), 루메 수단(Rume Sudan) 등이 있음

나. 로부스타(Robusta)

□ 로부스타는 코페아 카네포라(Coffea Canephora)의 대표 품종으로 두 명칭은 같은 의미로 쓰이기도 함. 전 세계 커피콩 생산량의 약 40% 정도를 차지하고 있음

○ 로부스타 나무는 다 자란 나무의 크기가 8~10m이며, 평균 기온 18~36도의 700m 이하의 저지대에서 주로 재배됨. 기생충과 질병에 대한 저항력이 강해 재배하기 쉬운 경제적 이점을 가지고 있음

○ 아프리카 콩고에서 발견된 수집종이며 베트남, 브라질, 아프리카, 인도네시아 등의 고온다습한 지역에서 주로 재배되는 편임. 서로 다른 유전자를 가진 두 식물 사이에서 수분이 일어나는 자가불임성 나무이기 때문에 다양한 변종이 존재하기도 함

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 아라비카종에 비해 향기가 약하고 쓴맛이 강하며 카페인 함량이 높은 편임. 생산량이 많아 가격이 저렴한 편에 속함. 이에 따라 커피 블렌딩이나 인스턴트커피의 주원료로 사용됨. 하지만 일부 좋은 품질의 로부스타 생두가 아라비카 생두보다 고가에 판매되는 경우도 있음

[표 2-1] 아라비카와 로부스타의 특징 비교

기준	아라비카(Arabica)	로부스타(Robusta)
원두		
원산지	에티오피아	콩고
최적의 기후	온화 기후	고온다습 기후
재배 고도	해발 800m 이상(600~2,000m)	해발 700m 이하(0~700m)
온도	15~24℃	18~36℃
강수량	1,500~2,000㎜	2,000~3,000㎜
나무 크기	5~6m	8~10m
잎 모양	작고 광택있는 타원형	크고 폭이 넓은 긴 타원형
꽃 모양	잎겨드랑이에 송이 형태로 열림 (빨간색의 심홍색 또는 노랑색)	잎겨드랑이에 송이 형태로 열림 (검은색의 심홍색)
꽃 크기	작음	큼
수분 방법	자가수분	타가수분
원두 모양	평평한 모양	타원형 모양
개화에서 수확까지	7~9개월	9~11개월
카페인 함량	0.9~1.4%(평균 1.2%)	1.8~4.0%(평균 2.2%)

※ 로부스타, 두산백과/ 커피의 종류와 분류, 음식백과/ 에티오피아의 커피, 한국농촌경제연구원

2) 산지별 생두 종류[13][14][15]

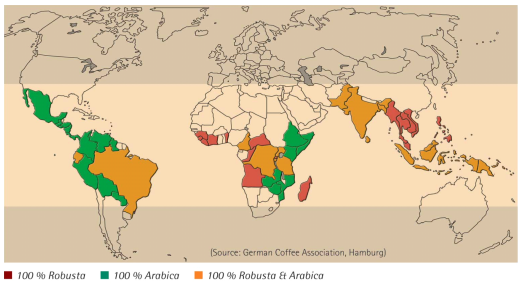
□ 생두가 생산되는 국가는 커피벨트(Coffee Belt) 혹은 커피존(Coffee Zone)이라고 명칭하며, 남북 양회귀선(북도 25도, 남위 25도) 사이에 속함

○ 커피 생산이 좋은 환경은 화산지역에서 나온 질소가 풍부해야 하며, 기후 조건은 서리가 내리지 않아야 하고, 강한 바람이 불지 않아야 함. 연간 평균 기온은 15~25℃가 적당하며 5℃ 이하로 내려가거나 30℃를 넘어는 안됨. 강우량은 평균 1,500~1,600mm로 배수가 잘 되어야 함. 해발 고도가 높은 지역일수록 고품질의 커피를 생산할 수 있음

○ 커피벨트 지대는 이러한 커피 재배 조건에 적합한 기후와 토양을 가지고 있으며, 주요 국가로 브라질, 콜롬비아, 멕시코, 과테말라, 자메이카, 니카라과, 탄자니아, 케냐, 에티오피아, 예멘, 인도네시아 등이 있음

○ 커피벨트에 속한 국가들마다 서로 상이한 커피나무 및 커피콩(생두)의 특징을 가지며, 그에 따라 로스팅 과정을 거친 커피의 맛과 향이 다름

[그림 2-2] Coffee Belt



※ German Coffee Association

13) 권장하의 스페셜티 커피 교본, 미스터커피SICA출판부, 2009
14) 두산백과
15) 원두 생산지를 가다, 바리스타룸스

□ 생두의 산지별 구분은 국가별/지역별로 매우 다양하여 대표적인 산지에 대해서만 살펴봄

가. 남아메리카

□ 브라질 커피는 비교적 1,000m 정도로 낮은 고도의 대규모 농장에서 커피를 경작하며, 특징적인 맛이 강하진 않으나 중성커피로 알려질 정도로 밸런스가 잘 이루어진 커피임. 적정한 바디와 산미가 있는 커피로 블랜드 시 베이스 커피로 이용하기 적당함

□ 콜롬비아 커피는 주로 습식방식으로 가공하며, 해발 800~1900m 정도의 높이에서 소작농에 의해 재배됨. 전반적으로 품질이 매우 우수한 커피로 알려져 있으며, 풍부한 맛과 산미의 밸런스가 좋고 연한 로스팅에서는 견과류의 맛을 보임. 블랜드 시, 개성을 주는 커피가 되는 것이 특징임. 콜롬비아 수프레모(Supremo)와 엑셀소(Excelso)가 높은 등급의 커피이며 유명함

□ 페루 커피는 해발 800~1500m의 안데스산 고산지역에서 재배됨. 안데스 산맥(Los Andes)의 계곡지대에서 주로 재배되며, 챤차마요(Chanchamayo) 지방에서 생산되는 커피가 가장 유명함. 페루 커피는 대부분 바디감이 풍부하진 않으나 산미와 맛의 밸런스가 좋음. 블렌드 커피에 적합하여 다양한 용도로 사용 가능함[16]

□ 코스타리카 커피는 대부분 재배 지역이 해발고도 1,500m의 고산지대에서 재배되며, 우수한 품종을 보호하기 위해 아라비카 종만 재배하도록 법으로 제한되어 있음. 재배고도에 8등급으로 나뉘며, 고도가 높을수록 생두의 조직이 단단하고 향미가 짙은 것이 특징임

16) 와인&커피 용어해설, 백산출판사, 2009

나. 아시아&오세아니아

□ 베트남 커피는 주로 800m 이하의 낮은 고도에서 재배되며, 주로 로부스타 종을 생산함. 대체로 중간 정도로 평가되는 맛을 가지고 있으나 밸런스가 좋아 블랜드용으로 적합한 것으로 평가되고 있음

□ 인도네시아는 로부스타 종과 아라비카 종을 생산하며, 생산비율은 8:2 정도임. 결점두에 따라 6등급으로 분류함. 주로 건식법을 사용하나 드물게 습식 가공으로 고품질의 로부스타를 재배하기도 함. 수마트라섬(Sumatra)에서 가장 많은 커피가 생산되며 무거운 바디와 시럽의 끈끈함이 특징임. 자바섬도 주요 생산지역으로 꼽히며, 인도네시아 최초로 커피가 재배된 지역임. 자바는 풍부한 바디감, 흙의 풍미와 마일드한 산미를 가진 것이 특징이며, 유명한 커피로 모카자바(Mocha Java)나 자바 말라바(Java Malabar)가 있음[17]

다. 멕시코&중앙아메리카

□ 과테말라는 국토 대부분 미네랄이 풍부한 화산재 토양으로 이루어져있고, 기후 또한 커피 재배에 이상적임. 재배종은 아라비카 종이 98%에 달하며, 고급 스모크 커피[18]로 유명한 안티구아(Antigua)를 생산함. 중남미지역 커피 중, 코스타리카와 함께 최고 품질로 인정받고 있음

□ 온두라스의 커피는 해발 1,000~1,700m 정도에서 재배되고 있으며, 재배 고도 1500m 이상에서 재배된 커피는 온두라스 SHG, 1000~1500m에서 재배된 커피는 HG등급으로 분류되고 있음. 좋은 산미와 바디감을 가졌으며, 소프트한 맛으로 블렌딩에 사용하게도 적합함

□ 멕시코는 주로 화산지대인 남부지방에서만 커피 경작이 이루어지며, 해발 1,700m 이상의 지역에서 재배되고 있는 고품질 커피에는 '알투라(Altura)[19]'라는 이름이 붙음. 전반적으로 좋은 맛을 가지고 있는 커피로 좋은 바디, 산미, 밸런스까지 갖춘 것으로 평가됨

17) COFFEE TALK-박창선(Sean Park) / 세계 커피 기행 <인도네시아>, Cook&Chef, 2018.10.18
18) 타는 듯한 향을 가진 커피
19) 스페인어로 '높이', '꼭대기'라는 뜻을 가짐

라. 아프리카

□ 에티오피아는 아라비카 커피의 원산지로 '커피의 고향'으로 알려져 있으며, 약 50% 정도가 해발 2,000~3,000m에서 재배되고 있음. 커피의 향미는 지역별로 개성이 뚜렷한 편임. 매우 독특한 맛의 커피로 바디는 약하나 풍부하고, 과일, 와인과 같은 풍미가 있음. 유명한 커피 종류로 예가체프, 하라, 시다모가 있음

□ 우간다는 전체적으로 지대가 높으며, 재배 지역으로 동부의 켑쵸와(Kepchorwa)와 서부의 브셴이(Busheryi), 북서에 있는 넵비(Nebbi), 남서부 지방의 카세세(Kasese)와 두루가(Drugar) 등이 있음. 대부분 로부스타 종을 경작하며, 일부 지역에서만 아라비카 종을 생산함. 우간다 로부스타는 맛이 단조로우면서 쓴 맛이 강하고 에스프레소 블렌드에 사용하면 좋은 것이 특징임

3) 국내 생두 생산

□ 국내 기후는 온난화 현상에 의해 아열대 기후로 변화하고 있으나 아직 커피나무가 자라기에 적합하지 않아 대부분 수입하고 있음. 주로 커피 재배를 이용한 관광사업이나 종자(Parchment, 파치먼트)혹은 관상용 및 자가 재배용 묘목 판매가 주를 이루고 있으며, 아직 재배한 커피로 원두를 생산하여 제품으로 출시할 정도의 수준은 아님

○ 고흥군은 아열대 기후에 근접하여 국내 지역 중, 커피 생산하기 상대적으로 적합한 지역임. 국가에서 2012년부터 커피 지역전략산업으로 육성하기 위해 고흥군 커피농가에 4년간 6억 7,800만원을 지원하였고, 2019년부터 2022년까지 사업비 30억 원을 지원함. 고흥군을 커피 생산과 가공, 유통까지 수직계열화 시스템을 구축하여 향토산업으로 발전시키고자 계획함[20]

20) 고흥 커피 향토산업육성산업 선정…30억원 지원, 연합뉴스, 2019.2.14

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 원두 감별법[21]

□ 원두를 로스팅 하기 전에 로스팅의 강도를 결정하기 위해 우선적으로 향미 평가를 통해 생두를 감별하여 분류하는데, 이를 커피 커핑(Coffee Cupping)이라고 함

○ 생두 상태에서는 정확한 맛과 향을 알 수 없기 때문에 '샘플 로스팅(Sample Roasting)'이 필요함. 이 과정을 통해 로스팅을 진행하는 로스터(Roaster)는 커피 원두를 어떻게 로스팅 하여 상품으로 출시할 것인지를 결정함

○ 커핑 진행시 확인하는 항목은 총 11가지로 향기(Fragrance/Aroma), 맛(Flavor), 음용 후 맛(Aftertaste), 산미(Acidity), 풍부함(Body), 조화성(Balance), 균일성(Uniformity), 깨끗함(Clean cup), 단맛(Sweetness), 결점(Defects), 전체적인 느낌(Overall) 임

[표 2-2] 커핑 확인 항목 11가지

항목	설명
향기(Fragrance/Aroma)	코로 숨을 들이쉬면서 느끼는 향/음료로 마실 때 기체에서 느껴지는 향
맛(Flavor)	입에 머금었을 때 느껴지는 맛과 향
음용 후 맛(Aftertaste)	커피를 삼킨 후에 입안에서 지속되는 맛
산미(Acidity)	산의 정도, 새콤한 맛
풍부함(Body)	입안 가득히 느껴지는 무거움의 정도, 혀의 감촉
조화성(Balance)	향미의 균형
균일성(Uniformity)	전체적인 향과 맛의 균일함
깨끗함(Clean cup)	군더더기 없이 깨끗한 느낌, 액체의 투명도
단맛(Sweetness)	단맛의 정도
결점(Defects)	방해가 되는 맛이나 향
전체적인 느낌(Overall)	섭취 전/후의 전반적인 느낌

21) 미국 커피 리서치 회사(www.coffeeresearch.org), 스페셜티커피협회 SCA(www.coffeeresearch.org)

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3. 원두의 로스팅 단계

□ 로스팅(Roasting)이란 커피나무에서 수확한 열매를 가공한 생두(Green Bean)에 열을 가하여 볶는 것으로 커피 특유의 맛과 향을 생성하는 공정임

○ 커피나무에서 채취한 커피열매를 잘 말려서 껍질을 벗겨낸 생두를 로스터(Roaster)에 넣어 220℃ 전후의 온도로 가열하여 볶은 다음 빨리 냉각시킴. 이때 볶는 과정에 따라 연한볶음(American roast, 산미와 쓴맛이 강하고 천연의 맛이 있음), 중간볶음(medium roast, 독일스타일로 향기, 맛, 빛깔이 좋고 부드러움), 강한 볶음(French roast, 지방성분이 표면으로 스며나와 오래 보관할 수 없으나 커피가공품의 재료로 많이 사용됨)으로 나누는데 그 정도에 따라 맛과 향이 달라지며 로스팅 과정 중에 850여 가지 향기성분이 생성됨[22]

□ 커피의 향미(Flavor)의 종류는 가공단계 및 화학적 반응에 따라 서로 상이하게 분류되며, 커피 향기의 종류는 스페셜티커피협회(SCA)에서 만든 'Coffee Taster's Flavor Wheel'을 통해 확인할 수 있음

22) 식품공전해설서, 2019

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[그림 2-3] Coffee Taster's Flavor Wheel



Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 스페셜티커피협회(SCA)에서 만든 'Coffee Taster's Flavor Wheel'에 포함되어 있는 커피 향기의 종류는 다음 [표 2-4]와 같음

[표 2-3] 주요 커피 향기(Bouquet)의 종류

대분류	중분류	세부 항목
Fruity (과일향)	Berry(베리류)	Blackberry(블랙베리), Raspberry(라스베리), Blueberry(블루베리), Strawberry(스트로베리)
	Dried Fruit(건조과일)	Raisin(건포도), Prune(건자두)
	Other Fruit(기타 과일)	Coconut(코코넛) Cherry(체리), Pomegranate(석류), Pear(배), Pineapple(파인애플), Grape(포도), Apple(사과), Peach(복숭아)
	Citrus Fruit (시트러스 과일)	Grapefruit(그레이프프루트), Orange(오렌지), Lemon(레몬), Lime(라임)
Sour/Fermented (시큼한향)	Sour(시큼한)	Sour Aromatics(신 향료), Acetic Acid(초산),Butyric Acid(부티르산), Isovaleric Acid(이소발레르산), Citric Acid(구연산), Malic Acid(말산)
	Alcohol/Fermented (알코올/발효된)	Wine(와인), Whiskey(위스키), Fermented(발효된), Overripe(농익은)
Green/Vegetative (녹색/식물의향)	Olive Oil(올리브오일)	-
	Raw(날것의/가공하지 않은)	-
	Green/Vegetative (녹색/식물의)	Under-ripe(덜 익은), Peapod(완두콩깍지), Fresh(신선한), Dark Green(암녹색), Vegetative(식물), Hay-Like(건초), Herb-Like(허브)
	Beany(생기있는)	-
Other (기타)	Papery/Musty (종이/퀴퀴한)	Stale(오래된), Cardboard(판지), Papery(종이), Woody(나무), Moldy/Damp(곰팡이/눅눅한), Musty/Dusty(퀴퀴한/먼지), Musty/Earthy(퀴퀴한/흙), Animalic(짐승), Meaty Brothy(고기 스프), Phenolic(페놀)
	Chemical(화학의)	Rubber(고무), Skunky(구린), Petroleum(페놀), Medicinal(소독), Salty(짠), Bitter(쓴)
Roasted (볶은향)	Cereal(곡류)	Malt(맥아), Grain(곡물)
	Burnt(탄)	Brown Roast(브라운로스트), Smoky(스모키), Ashy(재), Acrid(매캐한)
	Tobacco(담배)	-
	Pipe Tobacco(파이프 담배)	-
Spices (매운향)	Brown Spice(갈색 향신료)	Clove(정향), Cinnamon(계피), Nutmeg(육두구), Anise(아니스)
	Pepper(후추)	-
	Pungent(알싸한)	-
Nutty/Cocoa (견과류/코코아향)	Cocoa(코코아)	Dark Chocolate(다크 초콜릿), Chocolate(초콜릿)
	Nutty(견과류)	Almond(아몬드), Hazelnut(헤이즐넛), Peanuts(땅콩)
Sweet (달콤한 향)	Sweet Aromatics(달콤한 향료)	-
	Overall Sweet(전반적으로 단	-

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

대분류	중분류	세부 항목
	Vanillin(바닐린)	-
	Vanilla(바닐라)	-
	Brown Sugar(황설탕)	Honey(꿀), Caramelized(카라멜), Maple Syrup(메이플 시럽), Molasses(당밀)
Floral (꽃향)	Floral(꽃)	Chamomile(캐모마일), Rose(장미향), Jasmine(자스민)
	Black Tea(홍차)	-

※ 스페셜티커피협회(SCA)

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 2 절 원료 생산 및 수입 현황

1. 주요 원두 생산 현황

1) 세계 원두 생산 규모

□ ICO(International Coffee Organization) 통계에 따르면, 세계 원두 생산은 크게 아라비카종과 로부스타종으로 나뉘며 생산 비중은 약 6:4 정도임

○ 2018년 기준으로 세계 원두 생산량은 1억 6,978만 포대로, 2015년 이후 지속 증가하는 추세임

[표 2-4] 품종별 세계 원두 생산량

(단위: 천포대, %)

구분	2015	2016	2017	2018	% change 2017-18
아라비카	88,815 (57.7)	102,222 (63.9)	97,697 (60.8)	104,431 (61.5)	6.9%
로부스타	65,126 (42.3)	57,674 (36.1)	62,992 (39.2)	65,350 (38.5)	3.7%
합계	153,942	159,896	160,690	169,781	5.7%

※ Total Production by all exporting countries, ICO, 2019.7
1) 1포대는 60kg 기준임
2) 반올림으로 인해 합계값 일의 자리수에 차이가 있을 수 있음

□ 국가별 생두 생산현황을 살펴보면, 주요 생산국으로는 브라질, 베트남, 콜롬비아, 인도네시아, 에티오피아, 온두라스, 인도, 우간다, 멕시코, 페루, 과테말라, 코트디부아르 등이 있으며 주로 중남미에 집중되어 있음

□ 2018년 기준으로 전세계 생두 생산 규모는 1억 6,978만 포대이며 대륙별로 남아메리카(48.4%), 아시아&오세아니아(28.1%), 멕시코&중앙아메리카(12.8%), 아프리카(10.7%) 순으로 나타남

○ 브라질은 2018년 기준 1위 커피 생산국으로 6,250만 포대를 생산하였으며, 전체 생산량의 36.8%를 차지하고 있음. 이는 2015년 대비 18.2% 증가한 수치임. 일각에서는 향후 원두 생산량이 줄어들 것으로 예측하였는데, 그 원인은 지구 온난화로 인한 기후 변화와 커피 농사를 포기할 정도로 생두 가격이 낮아진 데 있음[23]

23) 2019 커피 위기가 당신에게 미치는 영향, 바리스타뉴스, 2019.7.18

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 베트남은 2위 생산국으로 2015년 2,874만 포대에서 4.4% 증가하여 2018년 3,000만 포대를 생산함. 가장 많은 로부스타를 생산하는 국가로 덥고 습한 기후로 인해 재배에 적합한 것으로 알려짐[24]

○ 인도네시아의 원두 생산량은 2015년 대비 생산량이 19.0% 감소하여 2018년 1,020만 포대를 생산하였음. 재배종을 살펴보면, 최근 로부스타의 생산량이 감소하고 아라비카 생산량이 증가하고 있음. 인도네시아에서는 주로 풍미가 다채로운 종류의 커피 콩이 생산되고 있으며, 아체(Aceh)주의 가요(Gayo) 커피, 수마트라(Sumatera) 커피, 또라자(Toraja) 커피, 자바(Java) 커피, 낀따마니(Kintamani) 커피 등이 있음[25]

[표 2-5] 주요 국가별 원두(coffee bean) 생산량

(단위: 천포대)

구분		2015	2016	2017	2018
아프리카		15,793	16,759	17,516	18,212
	에티오피아	6,714	7,297	7,454	7,500
	우간다	3,650	4,962	4,797	4,900
	코트디부아르	1,289	817	1,474	1,600
	기타	4,140	3,683	3,791	4,212
아시아& 오세아니아		49,603	45,894	49,339	47,754
	베트남	28,737	25,540	30,408	30,000
	인도네시아	12,585	11,541	10,802	10,200
	인도	5,830	6,161	5,813	5,200
	기타	2,451	2,652	2,316	2,354
멕시코& 중앙아메리카		17,103	20,320	21,711	21,710
	온두라스	5,786	7,457	7,560	7,450
	멕시코	2,772	3,635	4,485	4,500
	과테말라	3,410	3,684	3,734	3,900
	기타	5,135	5,544	5,932	5,860
남아메리카		71,443	76,923	72,123	82,105
	브라질	52,871	56,788	52,740	62,500
	콜롬비아	14,009	14,634	13,816	13,950
	페루	3,304	4,223	4,279	4,400
	기타	1,259	1,278	1,288	1,255
합계		153,942	159,896	160,690	169,781

※ Total Production by all exporting countries, ICO, 2019.7
1) 1포대는 60kg 기준임
2) 반올림으로 인해 합계값 일의 자리수에 차이가 있을 수 있음

24) [www] 베트남 커피를 들여다보면 베트남 문화가 보인다, 2018.6.26
25) 인도네시아 커피 시장 분석, KOTRA, 2019.9.23

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 최근 커피 생산은 지구 온난화에 위협을 받고 있음. 일부 국가는 기후변화로 인한 커피 생산에 타격을 입고 있으며, 앞으로도 콜롬비아, 에티오피아, 베트남 등을 포함한 주요 커피 생산국의 기온이 지금보다 오르고 강수량은 낮아져 커피 생산에 타격을 입을 것이라는 전망이 우세함[26)]

○ 콜롬비아는 2050년까지 기온이 2.5℃ 상승할 것으로 보이며, 커피 녹병(Coffee leaf rust)발생으로 인해 커피 재배지역의 60%가 피해를 볼 것으로 전망되었음. 브라질의 경우, 2014년 가뭄으로 1/3의 작물이 피해를 보았던 바 있으며, 앞으로도 상당한 피해가 있을 것으로 전망됨. 아프리카의 탄자니아는 기온과 습도가 함께 오르고 있어, 1960년대 이후 수확량이 절반 수준으로 감소한 바 있음

26) 세계 커피산업의 지속가능성, 윤선희, 2017.3

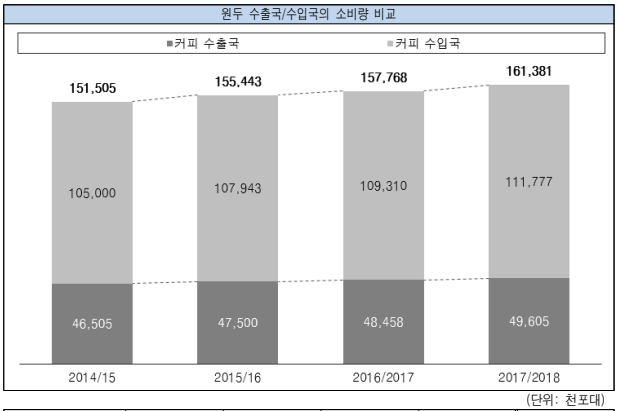
 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 세계 원두 소비 규모

□ 전 세계 원두 소비량은 2014/15년부터 지속 증가하여 2017/18년 1억 6,138만 포대로 연평균성장률(CAGR) 2.1%를 기록함

○ 동일 기간 연평균 성장률이 가장 높았던 대륙은 아시아&오세아니아(3.4%)임. 신흥국과 커피 생산국을 모두 포함하여 커피 소비가 증가하였음. 이어서 북아메리카(2.7%), 남아메리카(2.6%) 순으로 증가한 것으로 나타남

[표 2-6] 세계 원두 소비량



(단위: 천포대)

구분	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	CAGR (14/15~17/18)
아프리카	10,719	10,951	10,767	10,895	0.5%
아시아&오세아니아	31,950	32,863	34,114	35,325	3.4%
멕시코&중앙아메리카	5,230	5,295	5,174	5,257	0.2%
유럽	51,008	52,147	52,043	52,999	1.3%
북아메리카	27,645	28,934	29,559	29,941	2.7%
남아메리카	24,954	25,251	26,111	26,964	2.6%
합계	151,505	155,443	157,768	161,381	2.1%

※ World Coffee Consumption, ICO, 2016.10
1) 1포대는 60kg 기준임

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 주요 생두 국내 수입 현황

□ 커피의 원료가 되는 생두를 기준으로 카페인이 함유된 것과 카페인 제거된 것으로 분류하여 수입하고 있음

○ 참고로 원두는 생두를 볶은 상태 것을 말하며 생두와는 차이가 있음. 원두의 수출입 현황은 제 3장에서 살펴봄

[표 2-7] 생두 HS코드

분류	품목번호			내용
생두	0901			커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물(커피의 포함비율은 상관없다)
	0901	1		커피(볶지 않은 것으로 한정한다)
	0901	11		카페인을 제거하지 않은 것
	0901	12		카페인을 제거한 것

1) 품목별 생두 수입 규모

□ 생두의 수입 규모는 수입량 기준으로 2014년부터 2018년까지 5년간 12만 6,031톤에서 14만 5,051톤으로 15.1% 증가율을 보여 상승세로 나타남. 수입액은 4억 2,911만 달러에서 4억 4,757만 달러로 4.3% 증가하였음

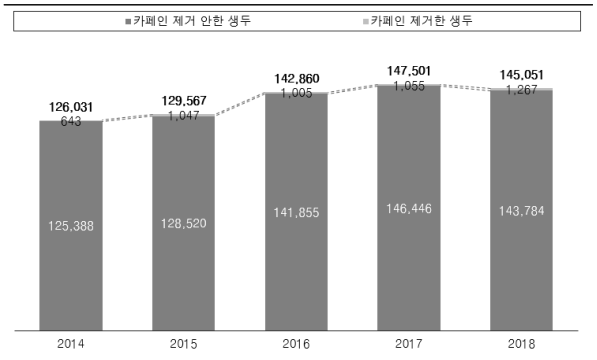
○ 국내 수입되는 생두는 대부분 카페인이 함유된 생두로 수입량이 계속해서 증가 추이를 보여, 2014년 12만 5,388톤에서 2018년 14만 3,784톤으로 14.7%의 증가율을 보임

○ 카페인 제거된 생두의 수입량은 2014년 643톤에서 2018년 1,267톤으로 97% 증가하였음. 시장 규모는 작으나 건강 트렌드에 영향을 받아 디카페인 제품을 찾는 사람들이 증가하면서 수입 규모도 함께 늘고 있는 것으로 보임. 국내로 수입되는 디카페인 커피의 주요 구입처는 스타벅스와 동서식품임. 동서식품은 '카누 디카페인' 제품을 출시한 2015년 실적호조를 보였고, 스타벅스는 2017년 디카페인 제품을 선보여 판매량을 늘려가고 있음[27)]

27) 카페인 90% 줄인 디카페인 커피 인기…작년보다 30% 늘어, 조선비즈, 2019.9.9

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 2-8] 생두의 국내 수입 현황



구분	카페인 제거안한 생두		카페인 제거한 생두		합계	
	수입량(톤)	수입액(천$)	수입량(톤)	수입액(천$)	수입량(톤)	수입액(천$)
2014	125,388	425,785	643	3,329	126,031	429,114
2015	128,520	433,933	1,047	5,632	129,567	439,565
2016	141,855	421,151	1,005	5,100	142,860	426,251
2017	146,446	486,565	1,055	5,212	147,501	491,777
2018	143,784	441,824	1,267	5,746	145,051	447,570

※ 수출입무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.11.0000(카페인 제거안한 것), HS코드 0901.12.0000(카페인 제거한 것)의 합계값임
2) 1톤 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 국가별 생두 수입 규모

□ 수입량 기준으로 2018년 생두 주요 수입 국가는 브라질(3만 395톤)으로 국내 생두 수입량의 21.1%을 차지하고 있음. 이어서 베트남(2만 9,737톤), 콜롬비아(2만 2,768톤), 에티오피아(1만 857톤) 순임

○ 수입액 기준으로 살펴보면, 대부분 고급원두 종을 생산하는 콜롬비아가 8,955만 달러로 수입 규모가 가장 크며, 이어서 브라질(8,467만 달러) 순으로 나타남. 두 국가 모두 주로 아라비카 종을 생산하는 국가로 로부스타에 비해 생두의 단가가 높게 책정되어 수입액의 규모가 더 큰 것으로 나타남. 이 중, 콜롬비아는 한·콜롬비아 FTA 영향으로 향후에도 수입이 증가할 것으로 보임[28]

○ 2014년 대비 2018년 수입량이 가장 증가한 국가는 에티오피아로 75.3% 증가율을 보였으며, 이어서 콜롬비아(42%), 브라질(36%) 순으로 증가한 반면, 동일 기간 베트남은 −8.5%, 페루는 -23.6% 하락을 기록하였음

[표 2-9] 주요 국가별 카페인 제거안한 생두 국내 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
브라질	22,357	26,563	29,781	27,483	30,395	73,766	86,995	83,046	86,302	84,668
베트남	32,494	27,821	29,765	34,656	29,737	69,009	54,485	53,009	73,889	55,904
콜롬비아	18,852	21,712	25,096	27,827	26,768	76,092	85,101	82,205	102,742	89,551
에티오피아	6,195	6,842	9,039	10,560	10,857	29,644	34,815	42,851	49,457	48,450
페루	11,387	10,723	9,086	10,995	8,694	43,735	36,155	25,858	34,464	22,771
기타	34,103	34,859	39,088	34,925	37,333	133,539	136,382	134,182	139,711	140,480
합계	125,388	128,520	141,855	146,446	143,784	425,785	433,933	421,151	486,565	441,824

※ 수출입무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.11.000(카페인을 제거하지 않은 것)
2) 1톤 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

28) 관세청, 2017.6.2

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 카페인이 제거된 생두는 주로 디카페인 커피의 원료로 사용됨. 카페인 제거 공법은 낮은 온도의 물에서 고압력의 이산화탄소로 카페인을 녹여내는 CO2 공정법과 물에 생두를 넣어 커피 성분을 녹인 후 탄소 필터로 카페인을 제거하는 방법인 스위스 워터 공법이 있음[29]. 업계 전문가에 의하면 국내는 대부분 스위스 워터 공법으로 처리된 생두를 수입하고 있음

□ 카페인을 제거한 생두 주요 수입 국가는 2018년 기준으로 스페인(393톤) 생두의 수입량이 가장 높으며, 이어서 베트남(338톤), 캐나다(202톤), 온두라스(113톤) 순으로 나타남

[표 2-10] 주요 국가별 카페인 제거한 생두 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
스페인	235	282	232	263	393	1,042	1,502	963	1,198	1,558
베트남	40	199	130	154	338	137	672	415	545	1,223
캐나다	68	319	323	320	202	619	2,236	2,078	2,126	1,213
온두라스	-	-	-	-	113	-	-	-	-	575
기타	300	247	320	318	221	1,531	1,222	1,644	1,343	1,177
합계	643	1,047	1,005	1,055	1,267	3,329	5,632	5,100	5,212	5,746

※ 수출입무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.12.000(카페인을 제거한 것)
2) 1톤 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

29) [윤상용의 커피세계] 디카페인 커피로 다양한 커피의 향미 즐겨보길…, 매일경제, 2019.7.18

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 3 장
생산 및 수출입 현황

제 1 절
제조 기준 및 공정

제 2 절
생산 및 출하 현황

제 3 절
주요 제조업체 현황

제 1 절 제조 기준 및 공정

1. 커피 제조 및 가공기준

□ 식품공전에 명시된 커피의 제조·가공기준 및 규격, 시험방법은 [표 3-1]과 같음

○ 2017년 식약처 고시 제 2017-102호에 세균수 규격이 개정되었음

[표 3-1] 커피 제조·가공기준

구분	내용
1. 제조·가공기준	커피원두의 추출용제는 물, 주정 또는 이산화탄소를 사용하여야 한다.
2. 규격	(1) 납(mg/kg):2.0 이하 (2) 주석(mg/kg): 150 이하(알루미늄 캔 이외의 액상 캔제품에 한한다.) (3) 타르색소: 검출되어서는 아니된다. (4) 세균수 : n=5, c=1, m=100, M=1,000(액상제품에 한하며, 무지유고형분 4% 이상의 제품은 n=5, c=2, m=10,000, M=50,000으로 한다. 다만, 멸균제품은 n=5, c=0, m=0이어야 한다.) (5) 대장균군: n=5, c=1, m=0, M=10(액상제품에 한한다.)
3. 시험방법	(1) 납: 제8. 일반시험법 9.1 중금속에 따라 시험한다. (2) 주석: 제8. 일반시험법 9.1 중금속에 따라 시험한다. (3) 타르색소: 제8. 일반시험법 3.4 착색료에 따라 시험한다. (4) 세균수: 제8. 일반시험법 4. 미생물시험법 4.5.1 일반세균수에 따라 시험한다. (5) 대장균군: 제8. 일반시험법 4. 미생물시험법 4.7 대장균군에 따라 시험한다.

※ 식품공전, 2019.3.8 개정고시

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 커피 제조 공정

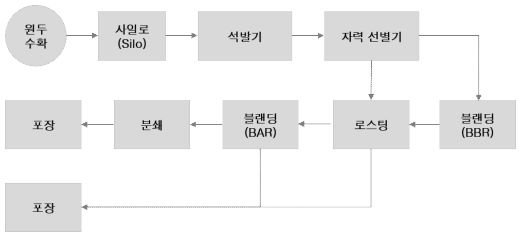
□ 식품공전에 따라 커피류의 하위 품목인 볶은커피, 인스턴트커피, 조제커피, 액상커피의 가공과정과 볶은커피의 한 종류인 캡슐커피의 제조과정도 살펴봄

가. 볶은커피 제조공정

□ 수확 및 구입한 생두의 이물질을 제거하는 선별공정을 통해 돌, 먼지 등의 이물질을 제거하고, 제품별로 각각 특징을 가지는 배합비로 혼합함. 혼합 과정은 로스팅을 하기 전에 혼합(선블랜딩)하거나 로스팅 후 혼합(후블랜딩)될 수 있음

○ 적당량의 원두를 계량하여 배전기(Roaster)에 투입한 후 가열하여 볶는 과정(로스팅)을 거침. 볶아진 원두는 남겨진 열에 의해 로스팅 단계가 넘어가지 않게 냉각 과정을 거쳐 바로 포장되면 원두커피(Roasted whole bean coffee), 분쇄과정을 거쳐 포장되면 원두분쇄커피(Roasted and ground coffee)가 됨

[그림 3-1] 볶은커피 제조공정



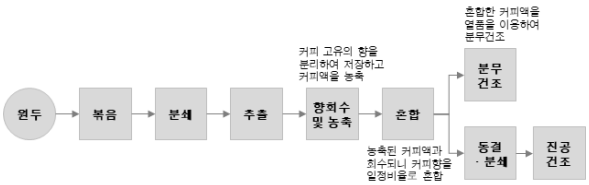
※ 식품공전 해설서, 2019.1

나. 인스턴트커피 제조공정

□ 인스턴트커피는 볶은 커피원두에서 커피 성분을 추출한 것으로 크게 가루커피라 부르는 분무 건조방식과 입자커피라 부르는 동결건조 커피로 구분 가능함

○ 분무 건조커피(SD, Spray dried coffee)는 혼합한 커피액을 열풍을 이용하여 분무건조된 커피를 말하며, 동결건조 커피(FD, Freeze-dried coffee)는 혼합한 커피액을 동결 후 커피 입자 모양으로 분쇄한 뒤, 냉동건조기를 사용하여 건조한 커피를 말함. 동결건조 커피는 건조과정에서 향의 손실이 적어 분무 건조커피 보다 품질이 좋은 것으로 알려짐

[그림 3-2] 인스턴트커피 제조공정



※ 식품공전 해설서, 2019.1

다. 조제커피 제조공정

□ 조제커피는 흔히 커피믹스 혹은 믹스커피라고 통칭하여 사용되며, 제조공정은 제조사별로 차이가 있어 가장 높은 시장점유율을 보유한 맥심의 공정을 살펴봄

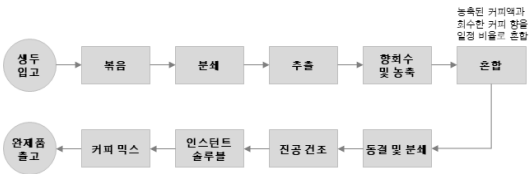
○ 각 커피 생산국에서 생두를 입고한 후에 품질검사를 거쳐 선별하여 알맞은 정도로 볶는 과정을 거침

○ 이후 볶은 커피콩을 적당한 크기로 분쇄하여 추출기에 넣고 열수를 이용해 추출함

○ 혼합된 커피액을 동결건조 방식을 거치며, 건조된 원두에 커피 크리머, 설탕이 추가되어 원료가 완성되면, 품질검사 이후 포장하여 출고함

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[그림 3-3] 조제커피 제조공정



※ 동서식품 커피믹스 제조공정

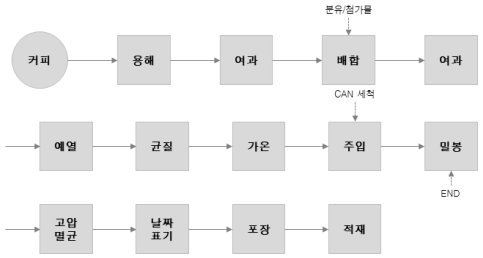
라. 액상커피 제조공정

□ 액상커피(커피음료)는 PET, 병, 캔, 컵, 파우치 등 다양한 형태로 제조·판매됨

○ 로스팅을 통해 원두커피 추출액과 원유, 크림, 탈지분유 등을 제조사별 배합율에 따라 혼합한 후 세척한 용기 안에 액체를 주입함

○ 용기 안에 액체를 넣은 후에 제품 내의 미생물을 멸균하기 위해 고온 고압의 증기 또는 뜨거운 물을 이용하여 용기와 음료를 동시에 멸균하는 고압멸균 과정을 거침. 완제품이 생산되면 제조일자 등을 표기한 후 포장·적재됨

[그림 3-4] 액상커피 제조공정

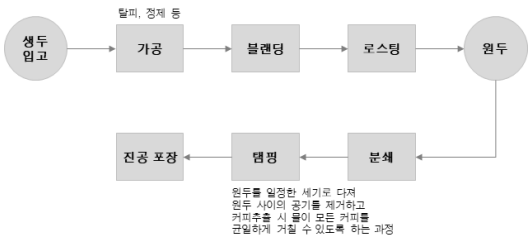


※ 식품공전 해설서, 2019.1

마. 캡슐커피 제조공정

□ 캡슐커피는 로스팅한 원두를 분쇄한 후 캡슐에 1회분의 양만큼 원두를 넣어 탬핑[30]함. 이후 압축 진공포장하고 겉 표면에 제조일자를 작성하여 출고함

[그림 3-5] 캡슐커피 제조공정



※ 이탈리코(Italico) 홈페이지

30) 탬퍼(tamper)를 써서 분쇄된 커피 가루를 눌러주는 동작. 수평 밀도를 유지하면서 균형을 잘 맞추어 누르는 것이 중요함

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 2 절 생산 및 출하 현황

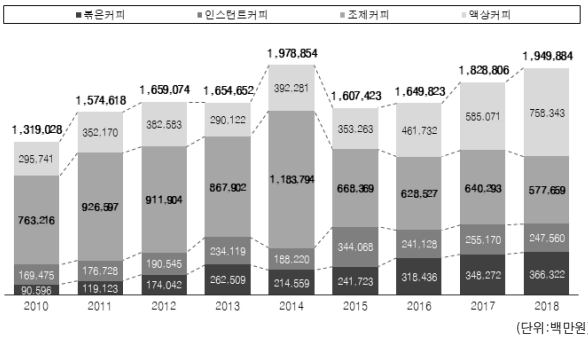
1) 커피류 생산 현황

□ 커피류 생산 규모는 다소 증감이 있으나 꾸준한 증가 추세를 보이며, 2018년 1조 9,499억 원을 기록함

□ 2010년 대비 2018년 생산액 기준 점유율 변화를 살펴보면, 액상커피(22.4%→38.9%), 볶은커피(6.9%→18.8%)는 증가한 반면 인스턴트커피(12.8%→12.7%)는 정체, 조제커피(57.9%→29.6%)는 큰 폭으로 감소함

□ 조제커피는 2014년 대비 2015년에 43.5%의 높은 생산액 감소율을 보였는데, 이 시기에 조제커피 제품의 첨가물에 대한 우려로 소비가 감소한 점과, 생산실적 입력방식 변경 등이 복합적으로 작용한 것이 원인으로 분석됨

[그림 3-6] 커피류 생산규모 추이



(단위:백만원)

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 2018년 점유율 기준으로 액상커피가 전체 커피류 생산액의 38.9%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 이어서 조제커피(29.6%), 볶은커피(18.8%), 인스턴트커피(12.7%) 순으로 나타남

○ 액상커피의 경우, 2015년 커피류 생산액이 3,533억 원에서 점차 증가하여 2018년 7,583억 원을 기록함. 액상커피는 2015년도 커피류 생산액 중 22.0%를 차지하였는데, 불과 4년 사이 38.9%로 1.77배 가량 증가함. 특히, 2016년도부터 높은 성장세를 띠고 있는데, 가성비(가격 대비 성능)와 가용비(가격 대비 용량)를 추구하는 소비자 트렌드의 변화와 커피전문점의 커피 맛에 길들여진 소비자들이 하루 여러 잔의 커피를 즐기기 시작하면서 고품질 원두를 사용하는 고급화가 진행. 여기에 500ml의 대용량 제품이 잇따라 출시되면서 액상커피의 생산 규모가 성장하고 있는 것으로 보임

○ 볶은커피는 2015년 생산액이 2,417억 원에서 2018년 3,663억 원으로 증가함. 동일 기간 점유율로 살펴보면, 15.0%에 불과했던 점유율이 4년 사이 3.8%p 성장하여 18.8%를 차지하였음. 가정에서 커피를 즐기는 홈카페족이 확산하면서 볶은커피 판매의 증가가 생산 증가에 영향을 끼친 것으로 보임

○ 인스턴트커피는 2018년 커피류 생산액 기준 2,476억 원으로 커피류 내 차지하는 비율이 가장 적은 것으로 나타남. 2015년에는 조제커피 대비 상대적으로 첨가물이 없고 고급원두가 첨가된 스틱형 인스턴트 커피가 인기를 끌면서 시장이 크게 확대되었으나, 이후 점차 감소하는 추세임

○ 조제커피 생산액은 2015년 6,684억 원에서 2018년 5,777억 원으로 지속 감소하는 것으로 나타남. 조제커피 제품에 함유되어 있는 설탕 등 첨가물이 건강에 해로운 영향을 끼칠 수 있다는 인식이 확산됨에 따라 수요가 줄어들면서 생산량 또한 지속적으로 감소하는 것으로 분석됨

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 3-2] 커피류 생산실적

(단위:톤,백만원,%)

구분		2015	2016	2017	2018
볶은커피	생산량	26,423	31,171	38,081	42,279
	생산액	241,723 (15.0)	318,436 (19.3)	348,272 (19.0)	366,322 (18.8)
인스턴트 커피	생산량	43,670	23,059	20,709	25,403
	생산액	344,068 (21.4)	241,128 (14.6)	255,170 (14.0)	247,560 (12.7)
조제커피	생산량	181,207	170,743	173,535	159,438
	생산액	668,369 (41.6)	628,527 (38.1)	640,293 (35.0)	577,659 (29.6)
액상커피	생산량	261,706	385,402	427,985	592,643
	생산액	353,263 (22.0)	461,732 (28.0)	585,071 (32.0)	758,343 (38.9)
합계	생산량	513,006	610,375	660,310	819,763
	생산액	1,607,422	1,649,823	1,828,806	1,949,884

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

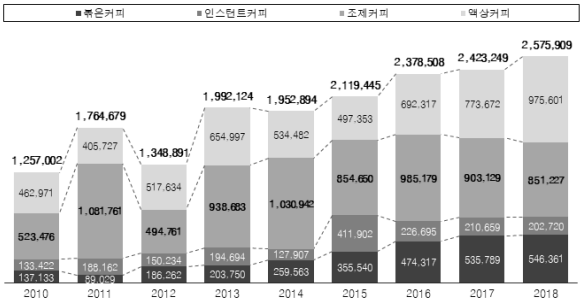
2) 커피류 출하 현황

□ 출하액 기준으로 살펴보면, 2015년 2조 1,194억 원에서 2018년 2조 5,760억 원으로 21.5% 증가하였음

○ 2018년 점유율 기준으로 액상커피의 출하 규모가 커피류 출하의 37.9%를 차지하였고, 이어서 조제커피(33.0%), 볶은커피(21.2%), 인스턴트커피(7.9%) 순으로 생산실적과 비슷한 양상을 띠고 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[그림 3-7] 커피류 출하규모 추이



□ 출하액 기준으로 살펴보면, 액상커피는 2015년 4,974억 원에서 2018년 9,756억 원으로 96.2% 증가율을 보이며 가장 큰 성장률을 보였으며, 이어서 볶은커피 53.7% 증가한 반면, 인스턴트커피(50.8%)와 조제커피(0.4%)가 감소함

[표 3-3] 커피류 출하실적

(단위:톤,백만원,%)

구분		2015	2016	2017	2018
볶은커피	출하량	25,796	34,687	37,553	76,782
	출하액	355,540 (16.8)	474,317 (19.9)	535,789 (22.1)	546,361 (21.2)
인스턴트 커피	출하량	37,215	13,189	10,611	16,293
	출하액	411,902 (19.4)	226,695 (9.5)	210,659 (8.7)	202,720 (7.9)
조제커피	출하량	148,780	158,724	165,329	149,865
	출하액	854,650 (40.3)	985,179 (41.4)	903,129 (37.3)	851,227 (33.0)
액상커피	출하량	249,251	365,306	401,751	550,791
	출하액	497,353 (23.5)	692,317 (29.1)	773,672 (31.9)	975,601 (37.9)
합계	출하량	461,042	571,907	615,245	793,731
	출하액	2,119,445	2,378,508	2,423,249	2,575,909

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 3 절 주요 제조업체 현황

1. 커피류 제조업체 현황

□ 국내에 등록된 커피 가공업체수는 2013년도 338개소에서 2015년도 660개소까지 급증하는 형태를 보이나, 2016년도부터 증가수가 둔화하여 2017년도 748개소가 존재함

○ 커피 가공업체수는 2013년 대비 2015년도에 약 2배(338개소→660개소) 가량으로 급격하게 성장하는 양상을 보였으나, 이후 성장 속도가 둔화되어 2015년부터 2017년도까지 약 1.1배(660개소→748개소) 증가함

○ 커피전문점은 진입장벽이 낮아 참여하는 개인사업자가 참여하기 시작하면서 시장이 포화상태가 됨

○ 경쟁 과부하에 더해 최근 높은 임대료와 인건비 등 수익악화가 더해지면서 폐점하는 곳도 속출하는 것으로 나타남[31]

[표 3-4] 국내 커피류 가공업체 수

(단위: 개소)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
총계	338	529	660	715	748

※ 전국사업체조사(시도 · 산업 · 사업체 구분별 사업체수), 통계청
1) 커피 가공업에 대한 데이터 값임
2) 2015년도까지 9차 개정 자료이며, 2016년부터 10차 개정된 자료를 이용하였음

31) 스타벅스 강남점도 문 닫았다…커피전문점 열기 무섭게 폐점 속출, 아시아경제, 2017.6.9

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 2017년 기준으로 커피 가공업 사업체의 지역별 분포를 살펴보면, 경기가 306개로 40.9%의 점유율을 차지하고 있으며, 이어서 서울(17%, 127개), 부산(5.6%, 42개), 강원(5.3%, 40개) 순임

[표 3-5] 커피 가공업 사업체수 지역별 분포(2017년 기준)

지역	업체 수(개)	비중(%)	지역	업체 수(개)	비중(%)
서울	127	17.0	강원	40	5.3
부산	42	5.6	충북	20	2.7
대구	35	4.7	충남	22	2.9
인천	24	3.2	전북	24	3.2
광주	17	2.3	전남	6	0.8
대전	21	2.8	경북	30	4.0
울산	4	0.5	경남	26	3.5
세종	1	0.1	제주	3	0.4
경기	306	40.9	총계	748	100

※ 전국사업체조사(시도 · 산업 · 사업체 구분별 사업체수), 통계청
1) 커피 가공업에 대한 데이터 값임

2. 커피류 주요 제조업체 특징

□ 주요 커피 제조업체는 국내 커피 판매액 상위 업체인 동서식품, 롯데칠성음료, 남양유업, 매일유업, 롯데네슬레코리아를 살펴봄

○ 동서식품(주)는 세계 최초 커피믹스를 만들어낸 국내기업임. 해당 회사는 미국 크래프트사와 합작회사이며, 기술 제휴를 통해 인스턴트커피 등을 개발 · 생산하면서 커피 가공업 전문 회사로 성장함. 맥심, 맥스웰하우스, 프리마 등이 대표 브랜드이며 그 외에도 스타벅스 더블샷, 스타벅스 프라푸치노, 맥심 카누 등을 보유하고 있음

○ 롯데칠성음료㈜는 커피를 비롯한 탄산음료, 주스 등을 판매하는 국내 최대규모의 음료전문 회사임. 커피류 중에선 레쓰비, 칸타타 등의 액상커피 제품을 위주로 출시하고 있음

○ 매일유업은 1969년 낙농 및 축산업 진흥을 위해 농어촌개발공사에 의해 설립된 회사로 한국낙농가공주식회사로 출범하였으며, 1980년 매일유업㈜로 상호 변경하여 현재까지 유제품사업을 영위하고 있음. 2007년 카페라떼 바리스타 출시로

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

커피음료 경쟁에 가세하여 두각을 나타내었으며, 이후에도 카페라떼를 출시하며 라인을 확장하고 있는 행보를 보이고 있음

○ 남양유업주식회사는 분유, 이유식 및 유제품 위주의 사업을 영위하는 식품전문회사임. 2010년 '프렌치카페 카페믹스' 라는 커피 전문 브랜드를 출시함. 그 외 보유하고 있는 브랜드로 인스턴트커피 브랜드인 루카스나인과 핸드드립 커피를 즐기는 소비자를 타겟으로한 파드가 있음

○ 롯데네슬레코리아주식회사는 다국적 식품기업인 스위스의 네슬레에서 출범하였으며, 2014년 롯데푸드(주)가 네슬레의 한국 자회사인 한국네슬레(주)의 주식을 취득 후 합작 법인을 설립하여 롯데네슬레코리아(주)로 상호를 변경함. 주요브랜드로 네스카페가 있음. 캡슐커피의 경우, 별도 법인인 네슬레코리아(유)가 사업을 영위하고 있음

[표 3-6] 커피 주요 제조사 특징 및 연혁

기업명		내용
동서식품	주요 특징	- 1970년부터 인스턴트커피, 커피 크리머 등을 생산하여 커피 가공업 전문 회사로 성장함. 세계 최초로 커피믹스 제품을 개발함 - 동남아(1983년), 중국(1985년), 호주(1986년), 태국(1986년), 일본(1986년), 유럽(1992년) 등으로 수출함
	연혁	- 1968년 동서식품주식회사 설립 - 1970년 미국 제너럴푸드사와 커피제조(S/D, R/G) 기술도입 계약 체결, 동서식품 최초로 맥스웰하우스 레귀라 그라인드 커피 발매 - 1974년 커피크림 프리마 발매 - 1976년 세계 최초 커피믹스 개발 및 발매 - 1980년 맥심 출시 - 1985년 86 아시안게임 및 88 하계올림픽에 커피, 커피크리머 공식 업체로 선정 - 2005년 액상커피음료 진출 스타벅스와 라이선스 계약 체결(스타벅스 프라푸치노 3종 제조 판매) - 2009년 맥심카페 5종 발매 - 2011년 카누 출시 - 2015년 팝업카페 '모카다방' 오픈 - 2017년 '카누 라떼(KANU LATTE)' 출시, 맥심 티오피(T.O.P) 컵커피 출시, 맥심 모카골드 심플라떼 출시 - 2018년, 팝업카페 '모카우체국' 오픈, 프리미엄 인스턴트 원두커피 '맥심 카누 시그니처' 출시
	주요 브랜드	- 맥심, 맥스웰하우스, 프리마, 티오피, 카누, 스타벅스(커피음료 한정)

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

기업명		내용
롯데칠성음료	주요 특징	– 탄산음료, 주스, 커피, 생수, 차 및 소주, 맥주 등의 주류 제품을 보유한 종합음료 회사이며, 2005년 커피믹스 시장에 진출함
	연혁	– 1950년 동방청량음료 합명회사 설립 – 1974년 롯데칠성음료㈜로 상호 변경 – 1985년 86 아시안게임 및 88 올림픽 공식 음료 계약 체결 – 1989년 국내 최초, 세계9번째로 일본농림규격(JAS)획득 – 1997년 레쓰비 출시 – 2005년 중국 진출, 롯데화방음료유한공사 설립 – 2007년 칸타타 3종 출시 – 2011년 롯데주류 합병 – 통합 롯데칠성음료㈜ 출범
	주요 브랜드	– 레쓰비, 칸타타, 엔제리너스
매일유업	주요 특징	– 유가공 제품을 위주로 사업을 영위하고 있으며, 2007년에 카페라떼 바리스타를 시작으로 커피음료 경쟁에 가세함
	연혁	– 1969년 낙농 및 축산업 진흥을 위해 농어촌개발공사에 의해 한국낙농가공(주)으로 설립 – 1973년 정부와 민간주주와 50:50 합작하여 한국낙농유업(주)으로 상호 변경 – 1980년 3월 매일유업(주)로 상호 변경 – 2004년 녹차라떼 출시 – 2007년 콰트라 바이 카페라떼 출시, 카페라떼 바리스타 (스모키, 모카프레소) 출시 – 2009년 '카페라떼 슈거리스 카페라떼 트리플' 출시 – 2010년 '카페라떼 아메리카노 더치' 출시 – 2012년 바리스타 카라멜 딥 프레소 출시 – 2013년 '바리스타 시그니처' 2종 출시 – 2014년 '카페라떼 녹차라떼, 초콜릿라떼' 출시, '바리스타 로-슈거 에스프레소 라떼' 출시 – 2015년 카페라떼 더블샷 카푸치노, 더블샷 모카라떼, 밀크티라떼 출시, 바리스타 블랙 1L 3종 (과테말라, 코스타리카, 만델링) 출시" – 2017년 마이카페라떼 220 mL 리뉴얼 및 신제품 출시, 바리스타룰스 325ml 2종 출시
	주요 브랜드	– 카페라떼, 바리스타, 바리스타룰스

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

기업명		내용
남양유업	주요 특징	– 분유, 치즈 등 유가공제품과 커피믹스 등을 생산하는 전문 식품회사로, 2010년 '프렌치카페 카페믹스' 브랜드를 출시하여 커피 시장에 진출함
	연혁	– 1964년 남양유업주식회사 설립 – 2010년 프렌치카페 카페믹스 출시 – 2011년 프렌치카페 아라비카 골드라벨 블랙 출시 – 2012년 프렌치카페 더블샷 캔 출시 – 2012년 루카 마일드 아메리카노, 다크 아메리카노, 마일드 스위트, 다크 스위트 출시 – 2013년 카와 출시 – 2013년 프렌치카페 카페누보 출시 – 2016년 루카스나인 라떼 출시
	주요 브랜드	– 프렌치카페, 루카스나인, 파드
롯데네슬레 코리아	주요 특징	– 글로벌 식품기업인 네슬레의 한국 자회사로 커피믹스, 커피머신, 캡슐 커피 등 다양한 커피 가공식품을 생산함 – 2014년 한국네슬레와 롯데푸드가 합작회사를 설립함
	연혁	– 1979년 한서식품(주) 설립 – 1987년 한국네슬레 설립 – 1988년 한서식품(주)에서 네슬레식품(주)로 상호변경 – 2007년 프리미엄 커피 테이스터스 초이스 수프리모 출시 – 2007년 네스프레소 사업 시작 – 2010년 네스카페 돌체구스토 출시 – 2014년 기존 한국네슬레와 롯데가 합작하여 롯데네슬레코리아주식회사로 상호 변경
	주요 브랜드	– 네스카페, 네슬레프로페셔널

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 4 절 수출입 현황

□ 커피의 수출입 규모는 볶음공정을 거친 원두(HS코드 0901.2)와 인스턴트커피, 조제커피, 액상커피 등 커피 추출물, 에센스 등을 활용하여 제조한 커피(HS코드 2101.1)로 분류하여 살펴봄

[표 3-7] 커피류 HS코드

분류	품목번호			내용
볶은원두	0901			커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물(커피의 포함비율은 상관없다)
	0901	2		커피(볶은 것으로 한정한다)
	0901	21	0000	카페인을 제거하지 않은 것
	0901	22	0000	카페인을 제거한 것
인스턴트커피 조제커피 액상커피	2101			커피 · 차 · 마테(mate)의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피 · 차 · 마테(mate)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory) · 그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물
	2101	1		커피의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 커피를 기본 재료로 한 조제품
	2101	11		추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물
	2101	11	1000	인스턴트 커피
	2101	11	9000	기타
	2101	12		추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품
	2101	12	1000	인스턴트 커피의 조제품
	2101	12	90	기타
	2101	12	9010	밀크 · 크림 또는 이들의 대용물을 함유한 것
	2101	12	9090	기타

※ 관세법령정보포털, 관세청

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

1. 커피류 수출입 규모

□ 수출액 기준으로 살펴볼 때, 2014년 2억 1,245만 달러에서 2018년 1억 7,523만 달러로 5년 사이 17.5% 감소함

○ 수출량의 기준으로 살펴볼 때, 커피류 수출규모는 2014년 2만 9,751톤에서 2018년 2만 6,542톤으로 10.8% 감소율을 보임

□ 같은 기간 수입 규모는 2014년 1억 6,494만 달러에서 2018년 2억 6,337만 달러로 59.7% 성장률을 보이며 증가 추이를 나타냄

○ 같은 기간 수입량은 2014년 1만 2,796톤에서 2018년 2만 188톤으로 57.8% 증가하였음

□ 수입 규모는 크게 증가한 반면, 수출 규모는 매년 축소되면서 2014년 무역수지 4,751만 달러로 흑자였던 커피류는 2016년부터 적자로 전환되어 그 폭이 매년 증가하고 있음

[표 3-8] 커피류 수출입 추이

구분	수출		수입		무역수지(천$)
	수출량(톤)	수출액(천$)	수입량(톤)	수입액(천$)	
2014	29,751	212,453	12,796	164,943	47,510
2015	29,577	193,973	14,294	176,023	17,950
2016	29,227	180,210	16,400	204,419	-24,209
2017	26,664	180,506	18,108	236,803	-56,297
2018	26,542	175,229	20,188	263,370	-88,141

※ 수출입 무역통계, 관세청
[표 3-7]의 HS코드를 기준으로 수출입 실적 작성함

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 커피류 수출 현황

1) 품목별 수출 규모

□ 2018년 커피류 수출액은 1억 7,523억 원이며, 이 중 커피추출물/에센스 등이 차지하는 비중은 97.6%로 커피류 수출의 대부분을 차지함

○ 원두의 경우, 2015년 수출량 감소하였으나 이후 증가세임. 커피추출물/에센스 등의 수출 규모는 2014년도 2억 906만 달러에서 2018년 1억 7,102만 달러로 5년간 꾸준한 감소세를 나타냄

[표 3-9] 커피류 수출 현황

구분	원두		커피추출물/에센스 등		합계	
	수출량(톤)	수출액(천$)	수출량(톤)	수출액(천$)	수출량(톤)	수출액(천$)
2014	247	3,392	29,504	209,061	29,751	212,453
2015	168	3,262	29,409	190,711	29,577	193,973
2016	240	2,443	28,987	177,767	29,227	180,210
2017	265	2,694	26,399	177,812	26,664	180,506
2018	320	4,214	26,222	171,015	26,542	175,229

※ 수출입 무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.2(커피(볶은 것으로 한정한다)와 HS코드 2101.1(커피의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 커피를 기본 재료로 한 조제품)의 합계값임
2) 천달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 국가별 수출 규모

가. 국가별 원두 수출 규모

□ 국내는 볶지 않은 생두를 수입하여 로스팅 후 원두의 형태로 수출하고 있음. 2018년 수출액 기준으로 볶은 커피원두의 주요 수출 국가는 중국, 대만, 헝가리로 나타남

○ 중국으로의 원두 수출액은 2014년 203만 달러로 전체 수출의 절반 이상을 차지하였으나 2018년 114만 달러로 43.7% 감소율을 보이며 수출 규모가 감소세를 띰

○ 대만의 경우 2014년도 약 8만 달러 수준이었으나 5년 사이 수출이 급증하여 71만 달러를 기록함. 반면, 동일 기간 말레이시아는 48만 달러에서 26만 달러로 하락함

[표 3-10] 주요 국가별 원두 수출 현황

구분	수출량(톤)					수출액(천$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
중국	159	71	57	97	81	2,029	972	632	869	1,143
대만	5	2	2	4	20	76	35	20	47	710
헝가리	–	–	–	–	17	–	–	–	–	400
홍콩	22	18	12	14	9	376	291	182	190	316
말레이시아	28	28	48	39	23	482	428	625	482	261
기타	33	49	122	111	169	429	1,536	984	1,106	1,384
합계	247	168	240	265	320	3,392	3,262	2,443	2,694	4,214

※ 수출입 무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.2(커피(볶은 것으로 한정한다)
2) 천달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

나. 국가별 커피추출물/에센스 등 수출 규모

□ 2018년 수출액 기준, 커피추출물/에센스 등의 주요 수출 국가는 중국(14.3%), 러시아(13.8%), 이스라엘(11.0%) 순으로 높음

○ 중국으로 커피추출물/에센스 등의 수출은 2014년 5,204만 달러에서 2018년 2,445달러로 53% 감소하였음. 2016년 7월 사드(고고도미사일방어체계 · THAAD) 배치의 영향 등으로 지속 하락하였던 중국으로의 커피 수출은 2017년 12월 이후 한중 교류 협력의 복원 및 발전 등 양국 관계가 정상화 국면에 진입하면서 다시 증가하고 있는 것으로 나타남

○ 러시아로의 수출액은 2014년 1,974만 달러에서 2018년 2,362만 달러로 19.6% 성장하였음. 러시아 내 1인당 연간 커피 소비량은 2kg 정도이며 커피 소비량이 증가하여 2017년 세계 커피 소비국 7위에 오른바 있어 러시아 국가 내에 커피 소비량이 활발한 것으로 나타남. 국내 조제커피가 인기를 얻고있을 뿐만 아니라 팔도의 '산타페', 롯데의 '레쓰비', 일화의 'Fall in Love' 등 캔커피 품목 또한, 온음료로 음용 가능한 점이 장점으로 작용하여 러시아 시장 내 두각을 보이고 있음. 더불어, 캔커피 자체가 러시아 내 고가 제품으로 포지셔닝 되어 있기 때문에 수익성 높은 제품으로 조사됨[32][33]

□ 국내에선 동서식품의 '맥심' 이 인기있는 조제커피로 꼽히나 해외 수출에 장벽이 있음. 동서식품은 동서와 미국 회사 크래프트사의 합작사로 '맥심' 브랜드는 크래프트푸즈의 등록 상표로 되어있는데, 동서식품이 로열티를 주고 브랜드를 사용하고 있음. 크래프트사와 2008년 상표권 계약에 의해 동서식품은 맥심과 맥스웰하우스를 국내에서만 판매할 수 있어 수출에 제약이 있음. 그러나 국내 맥심 제품이 일본 등 일부 주변 국가에 입소문 나, 한국으로 여행 시 구매하거나 아마존 또는 직구를 통해 구매하는 경우도 있는 것으로 나타남[34]. 참고로 해외에 유통되고 있는 '맥심' 과 '맥스웰하우스' 는 크래프트사의 제품임

○ 조제커피의 수출은 롯데네슬레코리아의 네스카페 커피믹스와 남양유업의 프렌치 카페 커피믹스 중심으로 이루어지고 있음. 남양유업은 일본, 미국, 말레이시아 등에 수출되고 있으며, 2018년 태국 현지 유통기업과 파트너십을 체결하여 국내 최초로 동남아시아 시장에 진출하여 수출을 통한 성장을 꾀하고 있는 것으로 조사됨[35]

32) 성장하는 러시아 커피 시장, KOTRA, 2018.1.16
33) 러시아 인스턴트커피 보고서, KATI, 2018.10.26
34) 해외서 인기 많은 커피믹스, 왜 수출이 안될까, 비즈니스포스트, 2014.10.05
35) '한류' 날개 단 커피믹스, 해외수출 날다, 헤럴드경제, 2018.12.07

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 3-11] 주요 국가별 커피추출물/에센스 등 수출 현황

구분	수출량(톤)					수출액(천$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
중국	5,842	5,083	4,111	2,490	3,246	52,040	39,894	30,792	19,355	24,449
러시아	7,957	7,475	6,918	6,738	9,001	19,743	14,390	18,564	21,504	23,616
이스라엘	1,278	1,442	1,388	1,451	1,367	20,413	22,007	18,320	19,338	18,751
호주	623	492	413	989	928	5,805	4,488	1,678	9,304	11,440
미국	1,709	1,709	1,762	1,619	1,936	8,229	8,251	9,009	8,257	9,930
기타	12,096	13,208	14,395	13,112	9,743	102,831	101,681	99,404	100,054	82,829
합계	29,504	29,409	28,987	26,399	26,222	209,061	190,711	177,767	177,812	171,015

※ 관세법령정보포털, 관세청
1) HS코드 2101.1(커피의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 커피를 기본 재료로 한 조제품)의 값으로, HS코드 2101.11(추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물)과 HS코드 2101.12(추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품)의 합계값임
2) 천달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3. 커피류 수입 현황

1) 품목별 수입 규모

□ 커피류 수입액 기준으로 살펴보면, 2014년 1억 6,494만 달러에서 증가세를 나타내어 2018년 2억 6,337만 달러로 59.7% 증가율을 보임. 2018년 원두가 차지하는 비중은 약 72%이며, 커피추출물/에센스 등이 차지하는 비중은 약 28%임

○ 2014년 커피추출물/에센스 등이 6,685만 달러에서 2018년 7,369만 달러로 10.2% 증가한데 비해 동기간 원두의 수입액은 9,809만 달러에서 2018년 1억 8,969만 달러로 93.4% 증가율을 보였으며, 매년 수입액의 최대치를 보임

[표 3-12] 커피류 수입 현황

구분	원두		커피추출물/에센스		합계	
	수입량(톤)	수입액(천$)	수입량(톤)	수입액(천$)	수입량(톤)	수입액(천$)
2014	7,081	98,095	5,715	66,848	12,796	164,943
2015	8,195	107,489	6,100	68,534	14,294	176,023
2016	10,095	136,480	6,305	67,939	16,400	204,419
2017	11,795	163,561	6,313	73,242	18,108	236,803
2018	13,333	189,685	6,855	73,685	20,188	263,370

※ 수출입 무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.2(커피(볶은 것으로 한정한다)와 HS코드 2101.1(커피의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 커피를 기본 재료로 한 조제품)의 합계값임
2) 천달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 국가별 수입 규모

가. 국가별 원두 수입 규모

□ 2018년 수입액 기준, 원두의 주요 수입 국가는 미국(44.5%), 스위스(22%), 이탈리아(12%) 순으로 높으며, 이들 3개국이 전체의 78.5%를 차지함

○ 미국산 원두 수입액은 2014년 3,511만 달러 대비 2018년 8,440만 달러로 5년 사이 140.4% 증가하였음. 원두 수입의 증가 대부분은 스타벅스를 포함한 대형 프랜차이즈 커피전문점의 소비 증가에 영향을 받은 것으로 보임

○ 2014년 대비 2018년 독일(257.0%)로부터 수입이 가장 크게 증가하였으며, 이어서 스위스(249.6%), 일본(213.2%) 순으로 나타남

[표 3-13] 주요 국가별 원두 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
미국	2,880	2,604	5,364	6,530	7,561	35,109	33,730	60,611	72,296	84,400
스위스	313	515	733	963	1,179	11,912	11,588	24,575	35,266	41,649
이탈리아	1,324	1,292	1,539	1,524	1,553	19,973	17,615	21,476	20,750	22,791
독일	191	236	271	401	561	3,085	3,844	4,439	7,255	11,012
일본	293	377	656	790	890	2,926	4,311	7,066	7,995	9,165
기타	2,081	3,172	1,532	1,587	1,588	25,090	36,401	18,313	19,999	20,668
합계	7,081	8,195	10,095	11,795	13,333	98,095	107,489	136,480	163,561	189,685

※ 수출입 무역통계, 관세청
1) HS코드 0901.2(커피(볶은 것으로 한정한다)값으로, HS코드 0901.21.0000(카페인을 제거하지 않은 것)과 HS코드 0901.22.0000(카페인을 제거한 것)의 합계값임
2) 천달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

나. 국가별 커피추출물/에센스 등 수입 규모

□ 2018년 수입액 기준 커피추출물/에센스 등의 주요 수입 국가는 미국(19.9%), 브라질(17%), 베트남(15.0%), 독일(10.0%) 순으로 나타남

○ 커피추출물/에센스 등의 수입 중, 베트남으로부터 수입 규모가 가장 증가하였는데, 2018년 1,107만 달러 규모로 2014년 대비 356.8% 증가하였음. 이어서 미국(62.2%), 콜롬비아(15.3%) 순으로 증가하였으나, 브라질(-11.7%), 독일(-51.1%)로부터의 수입은 감소한 것으로 나타남

○ 베트남에서 수입하는 주요 제품 중, 인스턴트커피로 G7커피가 있음. 베트남 여행 시 선물용으로 구입하는 제품 중 하나로 국내에서 효성인터내셔널(주)이 수입하여 판매하는 제품임. 진한 맛과 향으로 인해 국내 소비자들에게 인기를 얻고 있음



Trung Nguyen사의 G7

[표 3-14] 주요 국가별 커피추출물/에센스 등 수입 현황

구분	수입량(톤)					수입액(천$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
미국	642	597	699	629	706	9,064	10,009	11,072	14,215	14,698
브라질	2,088	2,252	2,078	1,791	2,078	14,158	16,039	13,540	12,930	12,504
베트남	282	462	690	882	1,064	2,424	4,054	6,815	9,408	11,072
독일	452	479	438	384	305	15,124	13,877	10,051	9,177	7,397
콜롬비아	469	576	637	779	828	6,128	6,364	7,523	7,618	7,063
기타	1,782	1,734	1,763	1,848	1,875	19,950	18,191	18,938	19,894	20,951
합계	5,715	6,100	6,305	6,313	6,855	66,848	68,534	67,939	73,242	73,685

※ 수출입 무역통계, 관세청
1) HS코드 2101.1(커피의 추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 커피를 기본 재료로 한 조제품)의 값으로, HS코드 2101.11(추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물)과 HS코드 2101.12(추출물(extract) · 에센스(essence) · 농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품)의 합계값임
2) 천달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 4 장
유통 및 판매 현황

제 1 절
유통구조

제 2 절
커피 시장 판매 규모

제 3 절
커피류 판매 규모

4절
프랜차이즈 판매 현황

제 1 절 유통구조

□ 커피는 제조기업에서 생산하여 유통하는 커피와 커피전문점에서 판매하는 커피 시장으로 나누어 볼 수 있음

○ 업계 전문가에 의하면 커피전문점 시장규모와 일반 소매채널에서 판매되는 커피류 소매시장의 유통비중은 6:4에서 7:3 사이로 추정됨. 특히 제조기업에서 생산하는 커피 소매시장 규모의 성장이 둔화된 가운데, 커피전문점 시장은 다양한 브랜드가 시장에 진입하고, 일반 창업까지 더해지면서 시장이 지속 확대되고 있음

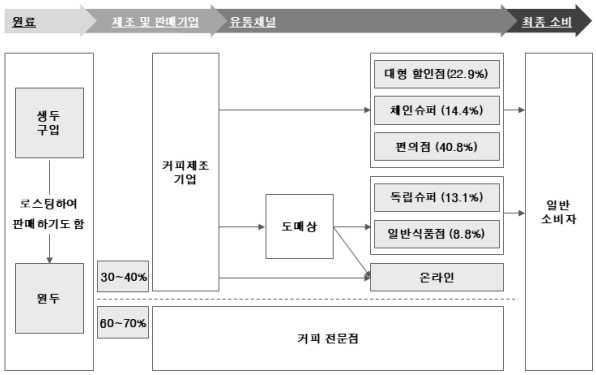
□ 제조기업에서 생산한 원두를 제외한 커피(인스턴트커피, 조제커피, 액상커피)는 대부분 B2C로 유통되고 있음. 할인점이나 체인슈퍼에서는 인스턴트커피나 조제커피 판매 비중이 높은 반면, 편의점에서는 액상커피의 판매 비중이 높은 특징이 있음

○ B2B로 유통되는 커피는 식품 원료의 형태로 쓰이고 있음. 액상커피, 컵커피와 같은 제품 혹은 맛 종류에 커피 맛이 나는 시제품의 원료로 사용되고 있음. 일반 음식점에서도 간혹 커피를 식품의 맛을 내기 위한 재료로 사용하고 있으나 유통규모 자체는 미미한 수준임

○ 원두, 조제커피, 인스턴트커피 등이 온라인 시장에서 판매 규모가 증가하고 있음. 전문가에 따르면 제조기업 입장에서 B2B로 납품 시, 원두 뿐만 아니라 테이크아웃용 컵, 빨대 등의 소비재 품목도 중요하게 다뤄지는데, 이러한 품목까지 고려했을 때 온라인 매출은 약 15% 정도 되는 것으로 추정됨

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[그림 4-1] 커피류 유통구조



제 2 절 커피 시장 판매 규모

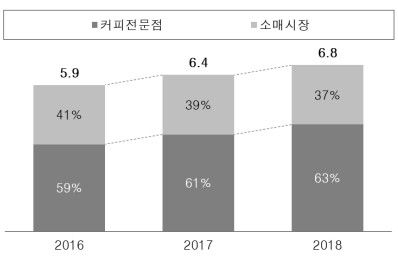
□ 2018년 기준 커피 판매 시장 규모는 약 6조 8천억 원대로 2016년에 비해 약 9천억 원 가량 성장하였음

○ 원두를 포함한 소매시장 규모는 2016년 2조 4천억 원대 규모에서 2018년 2조 5천억 원대 규모로 성장하였고, 동일 기간 커피전문점은 3조 5천억원 대에서 4조 3천억 원대로 증가함

○ 커피 시장 규모는 증가 추이를 보이고 있으며, 그 중, 커피전문점의 점유율이 2016년 59%에서 2018년 63%로 증가하면서 소매시장 성장폭보다 큰 것으로 나타남. 기호식품인 커피 소비가 장기화되면서 습관으로 자리잡은 것에 더해 커피전문점이 휴식, 학습 및 모임의 장소로서 공간을 소비하는 문화로 자리잡음에 따라 꾸준한 인기를 유지하는 것으로 분석됨[36]

[그림 4-2] 커피 판매 시장 규모

(단위:조 원, %)



구 분	2016	2017	2018
소매시장	2.4	2.5	2.5
커피전문점	3.5	3.9	4.3
합계	5.9	6.4	6.8

※ 소매시장 : 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액
커피전문점 : 커피산업의 5가지 트렌드 변화와 전망, 현대경제연구원, 2019.7.12.

36) [주말PICK]원두 전량 수입하는 한국은 세계 3위 '카페 공화국', 중앙일보, 2019.3.16

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 3 절 커피류 판매 규모

1. 커피류 소매시장 규모

1) 품목별 소매시장 규모

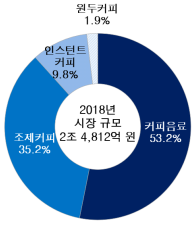
□ 커피류 소매시장 규모는 2018년 기준으로 2조 4,812억 원으로 2016년 2조 4,221억 원에서 2.4% 증가율을 보임

○ 품목별로 살펴보면, 2018년 기준 점유율은 커피음료(53.2%), 조제커피(35.2%), 인스턴트커피(9.8%), 원두커피(1.9%) 순으로 나타남

○ 2016년 대비 2018년 품목별 성장률을 살펴보면, 커피음료는 9.8%, 원두커피[37]는 1.3% 상승하였으나, 조제커피(믹스커피), 인스턴트커피(카누, 루카스나인 등)는 각각 5.5%, 3.0% 감소하였음

[표 4-1] 커피류 품목별 소매시장 규모

2018년 커피류 품목별 시장 규모



(단위: 백만원, %)

구분	2016년	2017년	2018년
커피음료	1,201,842 (49.6)	1,276,128 (51.5)	1,319,082 (53.2)
조제커피	924,165 (38.2)	901,434 (36.4)	873,050 (35.2)
인스턴트커피	250,076 (10.3)	251,866 (10.2)	242,453 (9.8)
원두커피[1)]	46,021 (1.9)	48,075 (1.9)	46,630 (1.9)
합계	2,422,104	2,477,503	2,481,214

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액
1) 원두커피 매출액에 캡슐커피가 포함되어 있음.
캡슐커피 매출액(단위:백만원) : ('16) 13,266 → ('17) 13,664 → ('18) 12,551
2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
3) 닐슨 데이터 표본오차에 따라 2016년도 커피류 보고서의 소매시장 규모자료와 다소 차이가 발생할 수 있음

37) 원두커피 매출액에 캡슐커피가 포함되어 있음

2) 소매채널별 소매시장 규모

□ 소매채널별 커피류 판매 규모를 살펴보면, 2018년 기준으로 편의점(40.8%), 대형할인점(22.9%), 체인슈퍼(14.4%), 독립슈퍼(13.1%), 일반식품점(8.8%) 순으로 나타남

○ 다른 소매채널에 비해 편의점의 성장률이 두드러졌는데, 2016년 점유율 35.8%에서 2018년 40.8%로 증가하였음. 편의점은 다양한 브랜드의 액상커피 제품을 보유하여 판매하는 것에 더해 테이크아웃형으로 판매되는 편의점 자체 커피의 소비 증가가 매출 성장의 요인으로 작용한 것으로 분석됨[38]. 더불어, 최근에는 소비자들의 고급화된 입맛을 사로잡기 위해 GS, 세븐일레븐, CU 등 편의점 자체에서 직접 원두를 수입 및 블렌딩하여 스페셜티급의 커피를 저렴한 가격에 제공하기 시작함. 일부는 바리스타를 배치하면서 고급화 경쟁에 뛰어들고 있음[39]. 여기에 접근이 용이하다는 특장점까지 더해져 향후 편의점 채널에 대한 수요는 지속 증가할 것으로 보임

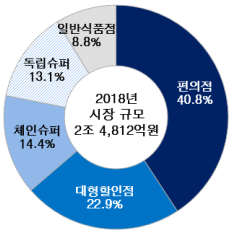
○ 반면, 편의점을 제외한 대부분의 채널에서 커피류 판매 규모가 감소하는 추이를 보임. 대형할인점의 점유율은 2016년 24.2%에서 22.9%로 하락하였고, 동일기간 체인슈퍼도 15.9%에서 14.4%로 감소하였음. 조제커피는 대형할인점, 체인슈퍼, 독립슈퍼 위주로 판매가 이루어지는데, 해당 품목에 대한 수요가 낮아지면서 함께 매출 규모가 감소한 것으로 보임. 더불어, 상대적으로 다양한 형태의 제품과 고급화된 커피를 제공하는 편의점과의 경쟁에 밀려 규모가 축소되는 것으로 보임

38) 국내 커피 시장 현황 분석, 한국외식산업연구원, 2018.8.30
39) 편의점서 원두 직수입…바리스타까지 배치, 한국경제, 2018.11.04

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 4-2] 커피류 소매채널별 소매시장 규모

2018년 커피류 소매채널별 시장 규모



(단위: 백만원, %)

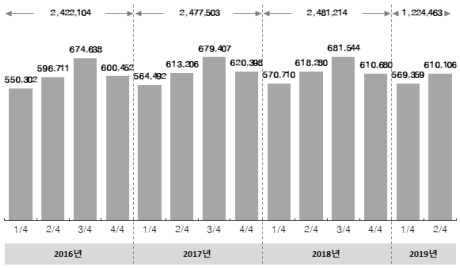
구분	2016년	2017년	2018년
편의점	867,184 (35.8)	949,681 (38.3)	1,011,922 (40.8)
대형할인점	585,621 (24.2)	587,913 (23.7)	567,631 (22.9)
체인슈퍼[1]	384,336 (15.9)	378,334 (15.3)	356,838 (14.4)
독립슈퍼	335,885 (13.9)	327,396 (13.2)	325,799 (13.1)
일반식품점	249,079 (10.3)	234,186 (9.5)	219,026 (8.8)
합계	2,422,104	2,477,503	2,481,214

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액
1) 체인슈퍼에는 대형체인슈퍼 및 조합마트, 백화점이 포함됨
2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
3) 닐슨 데이터 표본오차에 따라 2016년도 커피류 보고서의 소매시장 규모자료와 다소 차이가 발생할 수 있음

3) 분기별 판매 규모

□ 매년 커피류 판매액이 증가하고 있으며, 분기별로도 증가하는 추이를 보이고 있음. 커피류 분기별 판매 현황을 살펴보면, 대부분 3/4분기의 실적이 높은 것으로 나타남

[그림 4-3] 커피류 분기별 판매 현황



※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 소매채널 판매 현황

1) 품목별 세부 판매 현황

□ 커피음료는 2016년 1조 2,018억 원에서 2018년 1조 3,191억 원으로 9.8% 증가하였으며, 커피류 시장에서 매년 점유율을 키우는 추이임. 분기별로 살펴보면, 상대적으로 추운 계절인 1/4, 4/4분기 보다 3/4분기에 판매량이 증가하는 경향이 있음. 이전에 캔커피 위주로 판매되던 시장이 컵커피, 병커피, 얼음컵에 시원하게 먹을 수 있는 파우치 형태 등의 다양한 패키지 제품으로 쏟아져 나오고 있으며, 휴가철에 장시간 운전시 가볍게 마실 수 있기 때문에 제조사 측에서도 성수기철인 여름을 대비하여 고급화, 대용량화한 제품들을 출시하는 행보를 보여 3/4분기 매출이 성장하는 양상을 보임

□ 조제커피(믹스커피)는 꾸준히 판매 규모가 감소하고 있는 추이를 보이며 2016년 9,242억 원에서 2018년 8,731억 원으로 5.5% 감소하였음. 커피류의 다양화가 진행되면서 조제커피의 매출 규모가 축소하는 경향을 띠는데, 2014년부터 2016년에는 건강 트렌드로 인해 설탕 등이 첨가되지 않은 인스턴트커피로 일부 소비가 이동하였으며, 최근에는 저렴한 가격에 고급 품질을 즐길 수 있는 커피음료로 소비가 이동하는 것으로 보임

□ 2016년까지 꾸준히 시장 규모를 키워오던 인스턴트커피가 2018년 2,425억 원으로 3년 사이 3.0% 감소하며 성장에 제동이 걸린 모양세임. 초반에 소포장에 일부 볶은커피를 갈아 넣은 카누, 루카스나인 등이 등장하면서 매출 규모가 성장하는 추이를 보였으나, 이후 커피류 시장 자체에 고품질 바람이 부는데 제조사들이 한정판 프로모션 위주로 활동하면서 성장이 주춤한 것으로 보임. 2019년도와 이전 자료를 분기별로 비교해보면 1/4분기, 2/4분기의 매출 실적이 감소한 것으로 나타나 한동안 정체 추이를 면치 못할 것으로 판단됨

□ 원두커피는 2016년 460억 원에서 2018년 466억 원으로 1.3% 증가함. 분기별로 살펴보면, 상대적으로 추운 계절인 1/4분기가 3/4분기에 비해 판매 규모가 높은 경향이 있어, 겨울이 성수기철인 것으로 나타남[40]

40) 원두커피 매출액에 캡슐커피가 포함되어 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 4-3] 커피류 품목별 판매 현황

(단위: 백만원, %)

구분	2016	2017				2017	2018				2018	2019	
	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4
커피음료	1,201,842 (49.6)	235,132 (41.7)	326,817 (53.3)	393,079 (57.9)	321,100 (51.8)	1,276,128 (51.5)	250,653 (43.9)	341,724 (55.3)	406,052 (59.6)	320,653 (52.5)	1,319,082 (53.2)	270,663 (47.5)	348,485 (57.1)
조제커피[1]	924,165 (38.2)	250,169 (44.3)	214,949 (35.1)	210,929 (31.0)	225,387 (36.3)	901,434 (36.4)	242,976 (42.6)	206,685 (33.4)	201,168 (29.5)	222,221 (36.4)	873,050 (35.2)	225,665 (39.6)	193,501 (31.7)
인스턴트커피	250,076 (10.3)	66,305 (11.7)	60,128 (9.8)	64,672 (9.5)	60,761 (9.8)	251,866 (10.2)	64,030 (11.2)	57,992 (9.4)	64,207 (9.4)	56,223 (9.2)	242,453 (9.8)	60,777 (10.7)	54,414 (8.9)
원두커피[2]	46,021 (1.9)	12,886 (2.3)	11,312 (1.8)	10,727 (1.6)	13,150 (2.1)	48,075 (1.9)	13,051 (2.3)	11,879 (1.9)	10,117 (1.5)	11,583 (1.9)	46,630 (1.9)	12,254 (2.2)	13,706 (2.2)
합계	2,422,104	564,492	613,206	679,407	620,398	2,477,503	570,710	618,280	681,544	610,680	2,481,215	569,359	610,106

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액
1) 원두커피 매출액에 캡슐커피가 포함되어 있음
2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
3) 닐슨 데이터 표본오차에 따라 2016년도 커피류 보고서의 소매시장 규모자료와 다소 차이가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 소매채널별 판매 현황

- 2018년 기준 커피류의 채널별 판매현황을 살펴보면 편의점의 점유율이 40.8%로 가장 높았으며, 이어서 대형 할인점(22.9%), 체인슈퍼(14.4%) 등의 순으로 나타남
- 편의점의 커피류 매출은 2016년 8,672억 원에서 2018년 1조 119억 원으로 3년 동안 16.7% 증가함. 편의점을 제외한 대부분의 채널은 매출 감소 추이를 나타나고 있음. 일반식품점은 2016년 2,491억 원에서 2018년 2,190억 원으로 12.1% 가장 크게 감소하였으며, 이어서 체인슈퍼는(7.2%), 대형할인점(3.1%) 순으로 높은 감소율을 보임

[표 4-4] 커피류 소매채널별 판매 현황

(단위: 백만원, %)

구분	2016	2017				2017	2018				2018	2019	
	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4
편의점	867,184	178,001	238,176	283,781	249,723	949,681	201,200	258,503	299,450	252,770	1,011,922	214,968	264,016
	(35.8)	(31.5)	(38.8)	(41.8)	(40.3)	(38.3)	(35.3)	(41.8)	(43.9)	(41.4)	(40.8)	(35.0)	(43.3)
대형 할인점	585,621	159,870	137,905	152,179	137,959	587,913	156,916	132,350	145,912	132,453	567,631	145,874	127,163
	(24.2)	(28.3)	(22.5)	(22.4)	(22.2)	(23.7)	(27.5)	(21.4)	(21.4)	(21.7)	(22.9)	(23.7)	(20.8)
체인 슈퍼	384,336	93,219	94,553	97,531	93,031	378,334	85,516	89,333	92,650	89,338	356,838	81,264	84,765
	(15.9)	(16.5)	(15.4)	(14.4)	(15.0)	(15.3)	(15.0)	(14.4)	(13.6)	(14.6)	(14.4)	(13.2)	(13.9)
독립 슈퍼	335,885	78,276	83,521	83,680	81,919	327,396	76,991	82,186	84,850	81,771	325,799	77,043	81,511
	(13.9)	(13.9)	(13.6)	(12.3)	(13.2)	(13.2)	(13.5)	(13.3)	(12.4)	(13.4)	(13.1)	(12.5)	(13.4)
일반 식품점	249,079	55,127	59,050	62,239	57,770	234,186	50,088	55,908	58,681	54,350	219,026	50,212	52,651
	(10.3)	(9.8)	(9.6)	(9.2)	(9.3)	(9.5)	(8.8)	(9.0)	(8.6)	(8.9)	(8.8)	(8.2)	(8.6)
합계	2,422,104	564,492	613,206	679,407	620,398	2,477,503	570,710	618,280	681,544	610,680	2,481,216	569,361	610,106

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액
1) 체인슈퍼에는 대형체인슈퍼 및 조합마트, 백화점이 포함됨
2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
3) 닐슨 데이터 표본오차에 따라 2016년도 커피류 보고서의 소매시장 규모자료와 다소 차이가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3) 제조사별 판매 현황

- 2018년 기준 제조사별 매출액을 살펴보면, 동서식품이 46.2%로 가장 높은 점유율을 차지하고 있으며, 이어서 롯데칠성음료(14.1%), 매일유업(8.9%), 남양유업(7%)순으로 나타남
- 2018년 기준 동서식품 매출액이 1조 1,473억 원으로 2016년 1조 875억 원 대비 5.5% 성장하여 증가세를 보이고 있음. 동서식품의 주력 판매 제품은 커피믹스 맥심이나, 조제커피 시장의 감소된 규모만큼 커피음료인 T.O.P의 매출이 전체 매출 성장을 견인한 것으로 보임
- 커피음료를 주로 판매하고 있는 롯데칠성음료의 매출은 2016년 3,374억 원에서 2018년 3,510억 원으로 4% 상승하였음. 롯데칠성음료는 2018년 4월 대용량 커피음료인 콘트라베이스를 선보였으며, 출시 9개월 만에 1600만 개를 판매한 바 있음. 해당 제품의 인기에 향후에도 커피음료 시장의 경쟁이 치열할 것으로 예상됨[41]
- 매일유업은 2016년 1,997억 원에서 2018년 2,198억 원으로 10.1% 성장률을 보임. 커피음료를 주로 판매하며, 바리스타룰스, 마이카페라떼 제품을 보유하고 있음. 2016년 점유율 8.2%에서 0.7%p 성장하여 2018년 8.9%를 기록함

[표 4-5] 커피류 제조사별 판매 현황

(단위: 백만원, %)

구분	2016	2017				2017	2018				2018	2019	
	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4
동서 식품	1,087,521	292,931	267,888	281,326	287,954	1,130,099	296,825	275,087	281,224	294,184	1,147,320	291,131	267,163
	(44.9)	(51.9)	(43.7)	(41.4)	(46.4)	(45.6)	(52.0)	(44.5)	(41.3)	(48.2)	(46.2)	(47.4)	(43.8)
롯데 칠성 음료	337,445	66,794	81,196	103,142	83,914	335,046	66,835	85,125	113,868	85,208	351,036	74,436	90,726
	(13.9)	(11.8)	(13.2)	(15.2)	(13.5)	(13.5)	(11.7)	(13.8)	(16.7)	(14.0)	(14.1)	(12.1)	(14.9)
매일 유업	199,670	40,667	55,866	59,010	63,166	218,709	45,983	58,405	64,938	50,514	219,840	45,996	62,211
	(8.2)	(7.2)	(9.1)	(8.7)	(10.2)	(8.8)	(8.1)	(9.4)	(9.5)	(8.3)	(8.9)	(7.5)	(10.2)
남양 유업	214,559	48,504	55,477	54,617	44,879	203,477	39,489	43,666	45,694	44,327	173,176	38,604	38,778
	(8.9)	(8.6)	(9.0)	(8.0)	(7.2)	(8.2)	(6.9)	(7.1)	(6.7)	(7.3)	(7.0)	(6.3)	(6.4)
CCB	129,618	30,426	33,436	38,154	34,236	136,252	29,273	37,586	40,758	31,929	139,546	26,426	33,963
	(5.4)	(5.4)	(5.5)	(5.6)	(5.5)	(5.5)	(5.1)	(6.1)	(6.0)	(5.2)	(5.6)	(4.3)	(5.6)
롯데 네슬레	98,910	26,250	22,742	22,146	24,119	95,258	24,139	19,645	18,558	18,157	80,499	18,640	18,171
	(4.1)	(4.7)	(3.7)	(3.3)	(3.9)	(3.8)	(4.2)	(3.2)	(2.7)	(3.0)	(3.2)	(3.0)	(3.0)
기타	354,381	58,920	96,601	121,012	82,130	358,663	68,166	98,766	116,504	86,360	369,796	119,124	99,094
	(14.6)	(10.4)	(15.8)	(17.8)	(13.2)	(14.5)	(11.9)	(16.0)	(17.1)	(14.1)	(14.9)	(19.4)	(16.2)
합계	2,422,104	564,492	613,206	679,407	620,398	2,477,503	570,710	618,280	681,544	610,680	2,481,213	569,361	610,106

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액, 닐슨 소매점 매출액
1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
2) 닐슨 데이터 표본오차에 따라 2016년도 커피류 보고서의 소매시장 규모자료와 다소 차이가 발생할 수 있음

41) '아카페라' 꺾은 '콘트라베이스'…페트병 커피 경쟁 치열, 조선비즈, 2019.9.23

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 4 절 프랜차이즈 판매 현황

□ 주요 프랜차이즈 커피전문점 브랜드를 중심으로 시장 현황을 파악함

- 2016년 대비 2018년 매출액이 가장 증가한 커피전문점은 스타벅스로 3년 사이 51.8% 성장하여 1조 5,224억 원대를 기록하였음. 점포수는 2019년 9월 기준으로 1,320개소로 이디야 다음으로 많은 점포를 보유하고 있음
- 이디야의 점포수는 2,408개소로 가장 많은 점포를 보유하고 있으나, 2018년 기준 매출액은 스타벅스의 약 1/8인 것으로 나타남. 그러나 매년 성장세를 보이며 2016년 매출액 1,535억원에서 30.6%를 증가하여 2018년 2,005억 원을 달성하였음

[표 4-6] 주요 프랜차이즈 커피 전문점 매출 규모

(단위: 백만원)

브랜드	기업명	매출액			점포수 (18년말)
		2016	2017	2018	
이디야커피	㈜이디야	153,545	184,125	200,464	2,408
스타벅스	㈜스타벅스코리아	1,002,814	1,263,460	1,522,370	1,320
투썸플레이스	투썸플레이스(주)	-	-	268,710	1,067
요거프레소	㈜요거프레소	9,837	10,146	21,800	705
엔제리너스	롯데지알에스(주)	948,882	907,066	831,073	642
커피에반하다	㈜커피에반하다	12,078	11,806	14,001	589
백다방	㈜더본코리아	174,871	174,085	177,630	577
커피베이	사과나무(주)	16,811	19,285	23,193	539
할리스커피	㈜할리스에프엔비	128,621	140,862	154,891	537
커피빈	㈜커피빈코리아	146,021	157,666	166,635	291

※ 정보공개서, 한국프랜차이즈산업협회/ 금융감독원 전자공시시스템
1) 스타벅스, 커피빈의 점포수는 유선 문의, 그 외는 홈페이지 정보 확인(19.9.9. 기준 작성)
2) 투썸플레이스는 '18년말 합병으로 이전 매출액 자료 확인 불가

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 2018년 1인당 국내 커피 소비량은 약 353잔으로 추정됨[42]. 전문적으로 커피를 즐기는 마니아층이 형성되고 있을 뿐만 아니라 출근길, 공부할 때 등 일상 생활 속에 커피 소비가 습관처럼 자리잡으면서 대한민국은 커피공화국으로 거듭남

□ 입맛이 고급화되면서 좋은 품질의 원두, 원산지를 고려하는 소비자들이 증가하고 있으며, 국내에 '제 3의 물결[43]'이라고 칭하는 스페셜티[44] 열풍이 불고 있음. 대형 프랜차이즈 커피전문점에서도 별도로 스페셜티 커피를 판매하는 프리미엄 매장을 오픈할 정도로 세계적인 인기를 얻고 있음

- 스페셜티 커피를 전문 판매하는 커피전문점으로는 블루보틀이 있음. 커피 본연의 향과 맛에 집중할 수 있도록 와이파이나 콘센트 등을 설치하지 않는 것이 특징임. 국내에는 2019년 성수점을 가장 먼저 오픈하였으며, 첫 날 대기줄이 12,000명을 넘을 정도로 폭발적인 호응을 얻었음. 9월 현재 국내 3개의 매장이 운영되고 있음[45]
- 2014년 SPC그룹에서 프리미엄 커피전문점으로 커피앳웍스를 개점하였으며, 지금까지 13개의 매장이 운영되고 있음. 유명 산지에서 생산되는 커피 생두 중, 상위 7%의 고품질 생두를 선별해 사용하는 것이 특징임[46]
- 스타벅스에서는 프리미엄 매장으로 리저브 바 매장을 운영하고 있음. 국내 스페셜티 경험 확대를 위한 리저브 음료 자체는 2014년부터 선보이기 시작했으나, 리저브 바 매장은 2016년 오픈을 시작으로 약 50개의 매장을 개점하였음[47]
- 할리스커피는 스페셜티 커피를 판매하는 프리미엄 특화 매장으로 할리스 커피클럽 매장을 선보이고 있음. 2014년에 대학로를 시작으로 현재 12개의 매장을 운영 중임[48]

□ 한편, 생활습관으로 자리잡은 커피 소비에 차 안에서도 간편히 커피를 즐길 수 있는 드라이브스루(DT)매장이 증가하고 있는 추세임

- 2013년 스타벅스코리아가 업계 최초로 DT매장을 선보였으며 현재까지 204개소를 개점함. 엔제리너스의 커피도 2019년 DT매장을 10개소로 확대하였고, 투썸플레이스는 6개소, 할리스커피는 5개소를 운영하고 있음. 이디야커피는 전남 여수에 1호점 DT매장을 개점함[49]

42) 커피산업의 5가지 트렌드 변화와 전망, 현대경제연구원, 2019.7.12
43) 제1의 물결 : 인스턴트커피 등장, 제2의 물결 : 대형 커피 체인점의 에스프레소 커피 등장, 제3의 커피 물결: 스페셜티 커피의 시대, 바리스타뉴스, 2016.4.25
44) 스페셜티커피협회(SCA)에서 만든 평가 기준에서 80점 이상 점수를 얻은 커피를 말함
45) 나무위키
46) 커피앳웍스 동부이촌동점에서 커스텀커피 서비스 시작, 커피 뉴스, 2019. 1. 23
47) 스페셜티 커피 '스타벅스 리저브' 50호 개점…매장 수 중국 이어 2위, 식품음료신문, 2019.5.28
48) 할리스커피, '커피클럽 강남역점' 리뉴얼 오픈, 식품외식경제, 2019.6.10
49) 커피도 차 안에서 주문… 드라이브스루 확산, 조선비즈, 2019.9.10

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 5 장
소비시장 및 소비자 동향

제 1 절
빅데이터 조사 개요

제 2 절
소비 시장 및 소비자 특성



제 1 절 빅데이터 조사 개요

1. 빅데이터 조사 개요

□ 인터넷 · 스마트폰 보급, SNS 활성화 등으로 인해 대규모 데이터가 빠르게 생성되고 있음

○ 개인의 일상 및 생각에서부터 사용 제품에 대한 불만 사항 혹은 기대 사항까지 자신의 의견을 언제 어디서나 실시간으로 기록하고 공유 가능하게 됨

□ IT · 산업 발전 등으로 SNS 등의 대용량 데이터를 수집 및 처리할 수 있게 되었고, 통계 연구 활성화로 신뢰성 높은 데이터를 확보할 수 있게 되었음. 여러 산업 분야에 기업 · 공공 기관의 혁신과 경쟁력 강화를 위한 빅데이터 분석을 광범위하게 적용하고 있음

□ 식품산업의 경우, 대기업 중심으로 재료 트렌드를 파악하여 새로운 맛 종류를 개발하거나 소비자 라이프 스타일을 파악하여 혁신 제품을 만드는 데 주력하는 추세임. 이러한 추세에 발맞춰 본 보고서에서도 빅데이터 분석을 통해, 보다 활용 가능한 정보를 제공하고자 함

2. 빅데이터 분석 범위

□ 분석 대상 채널은 네이버 블로그로 선정하였음

○ 네이버 블로그는 블로그 채널 중 가장 활성화된 채널이며, 글자 수의 제한이 없어 개인의 라이프스타일, 자신만의 레시피 소개, 제품에 대한 후기 및 정보 등 다양한 의견을 기록할 수 있음

○ 본 보고서에서 분석 시, 빅데이터 처리 뿐만 아니라 블로그 원문을 활용하였음. 블로그 사진은 저작권 문제로 활용하지 않았으며, 소비자 언어는 재가공하여 사용하였음

□ 데이터 수집 기간은 가장 최근 자료인 2018년 4월 1일부터 2019년 4월 31일까지인 1년 1개월의 데이터를 활용함

□ 키워드 선정에서 소비자가 블로그에서 직접 사용하는 언어와 커피류 범주에 해당하는 품목을 고려하여 총 4개의 키워드를 선정하였음. 데이터 수집에 사용한 키워드와 품목별 데이터 양은 원두커피 2,695건, 믹스커피3,177건, 캔커피/컵커피는 9,269건으로 총 1만 5,141건을 활용함

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 2 절 소비 시장 및 소비자 특성

□ 커피의 대표 품목인 원두커피, 믹스커피, 커피음료에 대해 다루고자 함. 커피음료의 경우, 소비자 언어로 더 명확한 '컵커피', '캔커피'로 데이터를 수집하였음

○ 소비자 언어로 살펴보면 원두커피는 프랜차이즈 커피 뿐만 아니라 집에서 핸드드립이나 커피머신을 통해 직접 원두를 내려먹는 커피 품목으로 언급하였음. 다만, 프랜차이즈 커피보다 직접 원두를 내려먹는 홈카페족 관련한 언급이 많았으며, 원두에 대한 정보공유가 활발하게 이루어지고 있음

○ 믹스커피의 경우 대부분 식품공전 상의 조제커피를 언급하고 있으나, 일부는 인스턴트커피를 포함한 개념으로도 인식하고 있음

○ 컵커피의 경우 '바리스타', '프렌치카페' 등과 같은 커피 품목을 말하고 있으며, 캔커피는 '레쓰비', '산타페' 등과 같은 캔커피 뿐만 아니라 '칸타타', 'T.O.P'등의 NB(New Bottle)캔[50]을 포함한 커피를 말함. 본 보고서는 컵커피와 캔커피를 커피음료로 취급하여 다룸

50) 알루미늄 재질에 뚜껑이 달려있는 형태의 캔을 말하며, 보존성이 뛰어나고, 뜨거운 음료로 음용 가능한 특징이 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

1. 원두커피

1) 기대 혹은 우려요인

□ 원두커피의 기대요인을 살펴보면, 대부분 맛과 향에 대한 언급이 주를 이룸. 커피를 집에서 만들어 음용하는 홈카페족 사이의 정보 공유가 대부분임. 이들은, 커피 소비가 습관화 되면서 생겨난 소비자들이며, 유리잔, 머그잔 등의 커피잔 차이에서도 맛이 다르다고 느낄 정도로 맛에 대해 예민한 것으로 나타남

51) *"커피가 온도에 민감해서 머그잔이 좋은 것 같아요. 맛이 더 잘 느껴지거든요."*

□ 우려요인으론 위생과 건강우려에 대한 언급이 높았는데, 건강우려로 치아변색에 대한 걱정이 높게 나타남

[표 5-1] 원두커피 기대 및 우려요인

기대요인	
키워드	언급[52]
맛	81.4%
향	54.1%
각성효과	7.5%
다이어트	7.1%
피로회복	7.0%
기분전환	6.5%
스트레스	3.6%

우려요인	
구분	전체 언급
위생	**37.7%**
- 위생	81.1%
- 이물질	12.3%
- 변질	10.4%
건강우려	**34.9%**
- 치아변색	70.0%
- 불면증	27.5%
우려성분	**10.4%**
- 첨가물	75.7%
- 방부제	48.6%

51) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임
52) 전체 문서 중, 각 키워드에 해당하는 내용을 언급한 문서 비율임

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 고려사항

□ 원두커피를 구매할 때, 다양한 사항들을 고려하는 것으로 나타남. 특히, 구입장소(50.3%)에 대한 언급이 많았으며, 이어서 가격(40.2%), 맛특징(34.4%), 품질(32.3%), 용량(27.3%), 판촉행사(25.2%) 순으로 나타남

[표 5-2] 원두커피 구입 고려사항

키워드	언급
구입장소	50.3%
가격	40.2%
맛특징	34.4%
품질	32.3%
용량	27.3%
판촉행사	25.2%
주위평판	24.6%
편리성	20.3%

○ 구입장소에 대한 언급으로 커피전문점보다 온라인에 대한 언급량이 높았음. 일반 커피전문점보다 온라인을 통해 구매할 수 있는 프리미엄급 원두커피에 대한 소구가 있음. 품질에 대한 언급도 있었는데 프리미엄에 대한 언급이 많았음. 더불어, 맛 종류에 대해서도 언급했는데, 산미, 단맛, 바디감, 쓴맛 순서로 나타남. 이 중, 산미가 가장 많은 언급이 있었으며, 산미 정도에 대해서는 개인별 호불호가 강하여 원두커피 구매시 중요한 요소로 다뤄지고 있음

[그림 5-1] 원두커피 구입 고려사항(상세)



"테라로사, 빈브라더스 같은 맛이 날 수 있도록 질 좋은 원두 브랜드 추천 부탁드립니다. 온라인으로 구매하고 싶어요~!!"
"선물용으로 원두 구매하려고 해요! 산미가 강한 커피가 뭐가 있을까요?"
"산미는 싫어하고, 고소하고 쓰지 않은 원두를 좋아해요..!"

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 원두커피의 원산지를 살펴보면, 콜롬비아(15.0%)가 가장 많이 언급되었으며 이어서 에티오피아(12.7%), 케냐(9.6%), 브라질(7.0%) 등 순으로 나타남

□ 앞서 언급했듯, 원두커피는 주로 홈카페족 사이에서 언급량이 많았음. 이러한 특징에 따라 언급한 커피용품을 살펴보면, 커피머신보다 여과지, 드리퍼, 포트, 주전자 등의 핸드드립 커피용품 위주로 언급이 나타남

○ 분쇄커피를 구매하는 소비자들이 있으나 커피머신이나 핸드드립을 이용할 때, 손이 많이 간다는 단점으로 인해 캡슐커피나 자동커피머신으로 이동하는 일부 소비자들이 있는 것으로 드러남. 캡슐커피의 경우 커피머신을 사용한 경우와 큰 차이를 느끼지 못한다는 의견이 다수인 것으로 보임

"처음 커피머신 구매할 때, 열심히 사용하다가.. 귀찮아서 안하게 되네요."
"커피머신이 번거로워서 처분하고 캡슐커피 머신을 구매했는데, 맛 차이는 느끼지 못했어요!"

□ 참고로 다른 의견을 살펴보았을 때, 커피머신이나 캡슐 커피머신으로 집에서 음용하는 홈카페족이 증가한다고 해도 커피전문점에서 제공하는 장소(공간)나 맛에 또 다른 매력을 느끼기 때문에 수요가 줄지 않고 있는 것으로 보임

"카페 가는 횟수를 줄일 목적으로 캡슐커피 머신을 구매했는데.. 캡슐은 캡슐이고 카페는 카페더라구요."
"커피머신 있으면 카페에 안가게 될까요?"
re:[53] "있어도 가요!"(77%), "확실히 덜가요."(23%)

[표 5-3] 원두커피 원산지 및 커피용품

원산지	
키워드	언급
콜롬비아	15.0%
에티오피아	12.7%
케냐	9.6%
브라질	7.0%
안티구아	4.9%
코스타리카	4.4%
인도네시아	4.1%
베트남	3.0%

커피용품	
키워드	언급
여과지	46%
그라인더	37%
드리퍼	21%
포트	12%
주전자	11%
핸드밀	8%
커피포트	8%
서버	3%

53) 해당 본문에 대한 댓글로 댓글 수가 30건 이하임을 유의

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 최근 홈카페 시장이 증가하고 있는 것으로 나타남. 원두커피의 수요가 증가했을 뿐만 아니라 관련 제품인 분쇄기, 에스프레소 머신, 로스터기 등의 커피머신 판매도 덩달아 증가하고 있는 것으로 나타남.[54] 이러한 홈카페족을 겨냥하여 캡슐커피, 원두 등 다양한 제품이 출시되고 있음[55]

○ 이러한 홈카페족을 겨냥하여 네슬레코리아는 스타벅스와 제휴하여 집에서도 스타벅스 커피를 즐길 수 있도록 캡슐 커피 형태인 '스타벅스 앳홈'을 국내에 출시하였음. 아메리카노 뿐만 아니라 마키아또 등 다양한 커피 메뉴가 포함된 것이 특징임

○ 쟈뎅은 소포장 원두 제품인 '클래스 신선한 하루 원두'를 선보임. 원두가 소분 포장되어 있어 산소 접촉을 방지하고 위생적으로 보관 가능한 제품임

○ 스페셜티 커피 브랜드인 루프트커피는 시그니처 블렌드 원두를 정기배송하고 있음. 4주에서 12주까지 원하는 주기에 맞춰 주문 가능하며, 분쇄도와 중량의 정도를 선택하여 집 앞까지 배송하는 서비스를 제공함

○ 웅진식품에선 에스프레소 커피인 '바바 마이홈카페 카페메이커'를 출시함. 우유와 섞일 때 풍미 좋은 라떼를 만들어 먹을 수 있는 희석용 커피로 커피머신이 없어도 전문적인 라떼를 만들 수 있는 것이 특징임



스타벅스 앳홈
네스카페 돌체구스토



신선한 하루 원두
쟈뎅



커피 정기배송
원두 제품
루프트커피



바바 마이홈카페
카페메이커
웅진식품

54) 전자랜드 "홈카페족 늘었다...커피머신 · 얼음 정수기 판매량 증가", 전자신문, 2019.7.17
55) "집에서 느끼는 소확행"…'홈카페족' 문화 열풍, 아시아타임즈, 2019.4.22

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 믹스커피

1) 기대 혹은 우려요인

□ 믹스커피의 기대요인으로 맛(84.4%)에 대한 언급이 높으며, 이어서 향(30.1%), 피로회복(15.6%), 각성효과(10.0%)순으로 나타남

○ 믹스커피는 기본 맛인 달달한 맛에 대해 주로 언급함. 기호에 맞게 씁쓸함과 달달함 정도를 물 양을 통해 조절 가능하기 때문에 맛있다는 인식이 강한 것으로 나타남

□ 우려요인은 당분, 지방, 성인병 등을 언급하며 당으로 인한 건강 유해성 관련 언급이 주를 이루었음

○ 행태 측면으로 보았을 때, 믹스커피를 자주 음용하는 사람은 하루에 2~4잔 이상을 음용하고 있는 것으로 보임. 이로 인해 믹스커피에 포함되어 있는 당분이 건강에 유해할 것을 걱정하여 중독 증세를 해결하고자 하는 소비자가 증가하고 있는 것으로 보임

○ 중독 증세를 해결하기 위해 가장 먼저 대체제품을 찾고 있음. 주로 대체제품으로 언급된 키워드는 다류에 해당하며, 커피 대비 건강하다고 인지하고 있는 것으로 나타남. 대체제품으로 녹차(41.7%)의 언급이 가장 높았고, 그다음 밀크티(16.3%), 아이스티(9.5%), 보리차(9.3%), 보이차(7.4%) 순으로 나타남

○ 우려요인으로 건강과 관련된 사항 외에 위생에 대한 언급도 있었는데, 믹스커피와 흡연을 하는 사람의 몸에서 악취가 나서 믹스커피가 꺼려진다는 의견이 다소 존재하였음

[표 5-4] 믹스커피 기대 및 우려요인

기대요인	
키워드	언급
맛	84.4%
향	30.1%
피로회복	15.6%
각성효과	10.0%
스트레스해소	7.1%
기분전환	5.7%

우려요인	
구분	전체 언급
우려성분	**88.4%**
- 당분	73.6%
- 지방	35.1%
- 첨가물	5.7%
위생	**13.1%**
- 위생	80.6%
- 변질	14.3%
건강우려	**7.6%**
- 성인병	59.6%
- 불면증	28.1%

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 5-5] 믹스커피 대체제품

키워드	언급
녹차	41.7%
밀크티	16.3%
홍차/밀크티	16.1%
아이스티	9.5%
보리차	9.3%
보이차	7.4%

2) 고려사항

□ 믹스커피 구입 시 고려하는 사항으로 맛타입(65.9%)의 언급량이 가장 높았으며, 이어서 가격(37.6%), 주위평판(25.5%), 판촉행사(19.7%), 카페인유무(11.6%) 등으로 나타남

[표 5-6] 믹스커피 구입 고려사항

고려사항	
키워드	언급
맛타입	65.9%
가격	37.6%
주위평판	25.5%
판촉행사	19.7%
카페인유무	11.6%
열량/칼로리	10.7%

○ 믹스커피 음용을 유지하는 사람들은 맛타입에 대한 정보 공유가 활발한 것으로 나타남. 더불어, 가장 많이 유통되고 있는 동서식품의 맥심을 언급할 때, 제품명이나 맛타입을 언급하는 경우도 있으나, '이나영커피', '연아커피' 등 모델의 이름으로 제품을 언급하는 경우가 다수 있음

□ 믹스커피 음용상황에 가장 많이 언급된 키워드는 간식과함께(29.2%)임. 비스켓 위주의 특정 과자와 함께 음용하는 경우가 많은 것으로 나타남

[표 5-7] 믹스커피 음용상황

고려사항	
키워드	언급
간식과함께	29.2%
시험/공부	13.3%
입가심/디저트	8.5%
습관적으로	7.7%

○ 그다음으로 시험/공부(13.3%), 입가심/디저트(8.5%), 습관적으로(7.7%) 등 일상적인 생활 상황에서 음용하는 것으로 보임. 이 외에도 사무실에서 습관적으로 음용하는 소비자도 많은 것으로 나타났으며, 육아로 인해 커피전문점 방문이 어려울 때 디카페인으로 음용하거나, 스트레스를 받거나, 월경 전 달달한 음식이 먹고 싶을 때 등의 음용하는 상황이 있는 것으로 확인됨

"카누같은 아메리카노 믹스커피로 갈아탔는데, 월경 전이나 스트레스 받을 때 달달한 믹스커피가 생각나요."

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3. 커피음료(컵커피, 캔커피)

1) 기대 혹은 우려요인

□ 커피음료의 경우, 기대요인으로 맛(81.6%)의 언급량이 가장 높았으며, 이어서 피로회복(16.4%), 각성효과(11.0%), 다이어트(9.7%) 순으로 나타남

○ 언급 문서들을 살펴보면, 커피음료 중, 캔커피는 밍밍하다는 평가를 받고 있으나, 컵커피는 캔커피에 비해 쌉싸름한 맛이 있고, 풍성하다고 생각하고 있는 것으로 조사됨. 더불어 컵커피의 품질이 향상되면서 캔커피와 카페전문점 중간 사이의 이미지로 포지셔닝이 되어있는 것으로 보임

"캔커피 맛이 밍밍하긴 한데, 캔커피 중에서는 제일 좋은 제품 같아요."

□ 우려 요인의 경우, 카페인에 대한 언급과 당분에 대한 언급이 높은데, 이는 건강 트랜드에 의한 것으로 보임

○ 성분으로 카페인을 주로 언급하면서 불면증, 예민함 등 부작용에 대해서도 함께 언급하였음. 일부는 커피음료의 카페인이 에너지음료보다 높다는 사실에 대해 언급하며 우려를 표하고 있으며, 간혹 컵커피에서도 디카페인 커피에 대해 소구하는 소비자가 있는 것으로 확인됨

"제가 편의점에 자주 가는데, 컵커피 중에서 디카페인 제품을 아무리 찾아봐도 없네요. 혹시 있나요?"

[표 5-8] 커피음료 기대 및 우려요인

기대요인	
키워드	언급
맛	81.6%
피로회복	16.4%
각성효과	11.0%
다이어트	9.7%
스트레스	6.5%
기분전환	5.2%

우려요인	
구분	전체 언급
우려성분	**86.9%**
- 카페인	64.9%
- 당분	46.0%
- 첨가물	4.0%

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 고려사항

□ 커피음료의 경우, 맛 타입(51.1%)의 언급량이 가장 높았으며, 이어서 가격(35.6%), 판촉행사(34.5%), 용량(27.2%) 순으로 언급함

[표 5-9] 커피음료 구입 고려사항

키워드	언급
맛 타입	51.1%
가격	35.6%
판촉행사	34.5%
용량	27.2%
향	20.9%
주위평판	20.7%
배송	17.5%
품질	15.6%

○ 맛타입의 종류로 아메리카노, 에스프레소, 카페라떼 순으로 나타남. 가격적인 요인을 고려하는 것으로 나타났는데, 컵커피의 경우 캔커피 대비 고가라는 언급이 있음

[그림 5-2] 커피음료 구입 고려사항(상세)



□ 최근 액상커피의 트렌드인 대용량과 고급화 관련 언급이 높게 나타남

○ 원두의 원산지나 품종에 대한 관심을 보이며 액상커피에 고급화 트렌드가 나타났는데, 원산지의 경우, 에티오피아, 콜롬비아 순으로 언급이 높았으며, 원두 품종에서는 아라비카, 스페셜티 순으로 나타남. 가격 대비 용량과 가격 대비 성능을 추구하는 트렌드에 영향을 받아 시중에서 대용량의 커피음료 제품이 잇따라 출시되고 있음. 롯데칠성음료의 500ml 대용량 커피음료인 '칸타타 콘트라베이스'는 출시 3개월 만에 300만 개가 판매되는 성과를 이루었으며, 동서식품에서도 대용량 커피음료 제품으로 고품질의 콜롬비아산 아라비카 원두를 100% 사용한 '맥스웰하우스 콜롬비아나 마스터'를 선보임. 코카콜라음료는 핫브루와 콜드브루의 조합으로 풍부함과 깔끔함을 담아낸 대용량 커피로 '조지아 크래프트'를 출시하였음[56]

56) 먹을 땐 적게, 마실 땐 많이…효율 따지는 밀레니얼 세대 잡아라, 뉴스1, 2019.7.11

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.



칸타타 콘트라베이스
(500ml)
롯데칠성음료(주)



맥스웰하우스
콜롬비아나 마스터(500ml)
동서식품(주)



조지아 크래프트
(470ml)
코카-콜라음료(주)

□ 최근 편의점을 중심으로 프리미엄 블렌딩 원두 커피가 등장하고 있음. GS25를 시작으로 소비자들 사이에서 편의점 스페셜티 커피에 대한 언급이 서서히 이루어지고 있으며 저렴한 가격에 스페셜티 커피를 즐길 수 있다는 장점으로 인해 호응을 얻고 있는 것으로 보임

□ 커피음료와 함께 언급된 상황을 살펴보면, 구입상황으로 선물용(23.6%) 언급이 있었으며, 음용상황으로 간식과함께(23.3%), 시험/공부(14.2%), 출근/등교(13.0%), 영화관람시(8.2%), 운전(7.5%) 순으로 나타남

○ 선물용으로 구입하는 경우가 적지 않게 언급되었는데, 일상생활에서 소소한 감사의 마음을 표현할 때 구입하여 선물하는 것으로 보임

"아파트 경비아저씨가 너무 고생하셔서 컵커피 하나 사서 선물해드렸어요."

"강사 분이 수업하시느라 목이 아프실까봐 편의점에서 커피 한 잔 사서 드렸습니다."

[표 5-10] 커피음료 구입상황

키워드	언급
선물용	23.6%
간식과함께	23.3%
운동시	15.6%
시험/공부	14.2%
출근/등교	13.0%
영화관람시	8.2%
운전	7.5%

제 6 장
해외 시장 동향

제 1 절
세계 커피 시장 규모

제 2 절
글로벌 트렌드

제 3 절
국가별 동향



 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

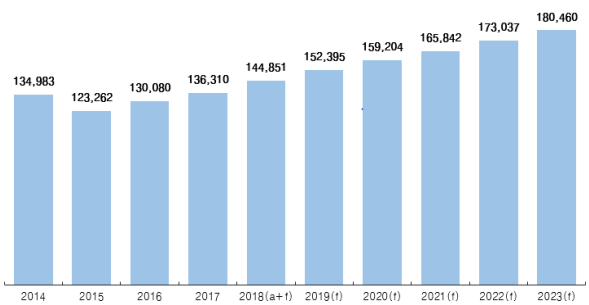
제 1 절 세계 커피 시장 규모

□ 커피 시장을 원두(Coffee Beans), 분쇄원두(Roast and Ground Coffee), 인스턴트커피(Instant Coffee), 커피음료(Iced/RTD Coffee Drinks) 품목으로 정의하여 살펴보면, 세계 커피 시장 규모는 2014년 대비 7.3% 증가하여 2018년 1,449억 달러를 기록함

○ 2014년 대비 2015년 다소 감소폭이 있었으나 이후 증가세를 띠며 2023년 1,805억 달러의 시장이 될 것으로 전망됨

[그림 6-1] 세계 커피 시장 규모

(단위: 백만달러)



※ Global Market Data, Canadean intelligence
※ 2018년도는 Actual과 Forecast 데이터의 합계 값임
※ 본 보고서에 인용된 Global Market Data 자료는 국가별 화폐단위를 달러로 변환한 값으로 환율변화에 따라 시장규모에 차이가 발생할 수 있음

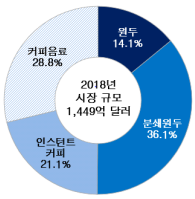
□ 2018년 기준 커피 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 품목은 분쇄원두(36.1%)이며, 이어서 커피음료(28.8%), 인스턴트커피(21.1%), 원두(14.1%) 순임

○ 품목별로 살펴보았을 때, 2014년 대비 2018년도에 시장 규모가 가장 성장한 품목은 커피음료로 118.6% 증가하였으며, 이어서 분쇄원두(85.4%)가 성장함. 반면, 원두(-85.1%)와 인스턴트원두(-26.3%)는 감소한 것으로 나타남

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[그림 6-2] 세계 커피 종류별 시장 규모

[2018 세계 커피 종류별 시장 비중]



[2018 세계 커피 종류별 시장 규모]

(단위: 백만달러, %)

원두 (Coffee Beans)	20,370.0 (14.1)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	52,255.6 (36.1)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	30,542.2 (21.1)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	41,683.4 (28.8)

※ Global Market Data, Canadean intelligence

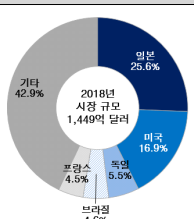
□ 2018년 기준으로 커피 시장 규모 상위 5개국을 살펴보면, 1위가 일본(371억 달러), 2위가 미국(244.7억 달러), 3위가 독일(79.7억 달러)임

○ 국가별로 선호하는 커피품목이 조금씩 차이가 있는데, 일본은 커피음료 호응이 높은 반면, 미국을 포함한 대부분 커피소비국에서는 커피음료보다는 원두를 베이스로 한 시장 규모가 큰 특징이 있음

○ 참고로 2018년 대한민국은 11번 째로 세계 커피 시장의 규모가 큰 것으로 나타남

[그림 6-3] 국가별 커피 시장 규모

[2018 상위 5개 국가의 시장 비중]



[2018 세계 Top5 커피 국가]

(단위: 백만달러)

국가명	원두 베이스 규모	커피음료 규모	합계
일본	8,623.4	28,485.8	37,109.3
미국	15,387.8	9,080.5	24,468.3
독일	5,772.2	2,195.1	7,967.3
프랑스	5,519.7	1,093.1	6,612.8
브라질	5,351.6	1,182.9	6,534.5

※ Global Market Data, Canadean intelligence
※ 원두 베이스 규모는 원두(Coffee Beans)와 분쇄원두(Roast and Ground Coffee)의 합계 값임
※ 커피음료 규모는 커피음료(Iced/RTD Coffee Drinks)와 인스턴트커피(Instant Coffee)의 합계 값임

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 2 절 글로벌 트렌드

1. 플라스틱 사용에 대한 규제

□ EU 집행위원회는 유럽에서만 매년 2,580만 톤의 플라스틱 쓰레기가 나오는 것으로 조사되었다고 밝힘. 이 중 39%는 소각되고, 31%는 매립되며, 재활용되는 비중은 30%에 불과한 것으로 추산함. 유럽에서 배출되는 플라스틱 빨대는 연간 360억 개, 일회용 커피잔은 160억 개에 이른다는 보고가 있을 정도임[57]

○ 플라스틱이 해양쓰레기의 70%를 차지하고 있어 환경 오염의 주원인으로 주목받으며 EU는 일회용 플라스틱 사용금지 규제안을 발표함. 사용금지 제품은 커피막대, 음료수 용기 등으로 2021년까지 친환경 제품으로 대체하는 방안을 단계적으로 추진키로 함

□ 이에 따라 각 국가들에서 플라스틱 제품 사용을 줄이기 위한 규제나 대안을 발표함

○ 국내 환경부는 '자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률(재활용법)'에 따라 2018년 8월부터 커피전문점과 같은 식품접객업 매장 내에서 플라스틱 제품 사용을 규제하고 있음. 이에 따라 스타벅스, 투썸플레이스 등 대형 커피전문점 뿐만 아니라 소규모의 개인 커피전문점에서도 매장 내에서 커피 음용 시, 플라스틱 제품 대신 유리잔 혹은 종이컵으로 음료를 제공하고 있음[58]

○ 미국에서도 시애틀, 뉴욕 등에서 일회용 빨대 사용을 금지하는 규제가 시행되거나 추진중이며, 프랑스에서도 2017년 7월부터 세계 최초 생물다양성 회복의 대안으로 4개 플라스틱 제품에 대한 판매 금지를 발표하였음. 스위스는 2019년 1월부터, 캐나다 벤쿠버는 2019년 6월부터 식당 및 카페 등에서 플라스틱 빨대를 사용 금지함

□ 국가적 규제에 그치지 않고 커피를 판매하는 대기업들도 자발적으로 참여함

○ 스타벅스는 환경 보호를 위해 2020년까지 전세계 매장에서 플라스틱 빨대를 없앨 예정이라고 밝힘. 플라스틱 빨대의 대안으로 종이 빨대를 제공하고 있음. 그러나 빨대로 인한 맛 변질의 우려가 있으며, 이를 해결하기 위해 커피 리드 제품을 변형하여 빨대가 필요하지 않는 Sippy Cup을 제공하고 있음

57) EU 2021년부터 1회용 플라스틱 제품 전면 사용 금지, 한국일보, 2018.5.29
58) `플라스틱 규제` 두 달…달라진 카페 풍경, 매일경제, 2018.9.29

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 미국과 유럽 중심으로 캡슐커피에 대한 소비가 상당한데, 캡슐커피 주요 소비국 중심으로 포장재에 대한 환경 오염 우려의 목소리가 높아지고 있음. 이에 따라 다국적 기업인 네스프레소에서는 캡슐커피 포장재를 알루미늄으로 교체하여 환경 보호 동참에 나섬. 독자적인 재활용 프로그램으로 일부 국가에서는 사용한 캡슐 커피를 에스프레소 부티크에 직접 방문하여 반납하거나 택배 및 우편 서비스를 통해 수거하는 프로그램을 진행 중임. 수거된 알루미늄 캡슐은 자동차 엔진, 자전거, 컴퓨터, 음료캔, 또는 새로운 커피 캡슐 등 다양한 제품을 만드는 데 사용되며, 커피 찌꺼기는 비료 또는 녹색에너지를 만들기 위해 재사용 되고 있음[59]

○ 포장재 제조사인 ALPLA가 독일 Golden Compound와 함께 가정용 퇴비화가 가능한 네스프레소 캡슐을 출시하였음. 해바라기 씨 껍질에서 추출한 천연섬유를 함유한 non-GMO Golden Compound green으로 만들어진 새로운 커피 캡슐과 필터천(filter fleece)은 가정용 퇴비화 설비에서 최대 6개월 내에 완전하게 생분해됨. 오스트리아의 Amann Kaffee가 해당 제품을 가장 먼저 사용한 것으로 나타남[60]

2. 지속되는 스페셜티 커피의 인기

□ 커피가 일상적인 소비 습관으로 자리 잡고, 전문적 지식을 가진 소비자가 증가하면서 커피의 고급화 바람이 불고 있음. 이에 스페셜티 커피의 인기가 지속되는 것으로 나타남

□ 주요 커피 소비국 중심으로 스타벅스 리저브바, 커피계의 애플이라 불리는 블루보틀 등 스페셜티 커피 전문점이 성황리에 매장수를 늘리고 있는 추세임. 이러한 고급화 바람은 커피전문점에 그치지 않고 RTD커피와 캡슐커피로 번져가고 있으며, 해당 품목을 구매하는 데 사용된 원두의 원산지나 스페셜티 사용 여부가 중요해지고 있음

○ 미국에서는 글로벌 자본 및 실리콘밸리 테크기업들의 스페셜티 커피에 대한 관심이 증가하고 있으며, 샌프란시스코를 비롯한 만(bay) 지역에서 블루보틀 등 많은 스페셜티 커피전문점이 등장한 것으로 조사됨. 미국 시장 내에서 필즈커피와 같은

59) 네스프레소 홈페이지
60) [독일] ALPLA, 가정용 퇴비화가능 커피 캡슐 출시, (사)한국바이오소재패키징협회, 2018.11.23

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

자신만의 시그니처(Signature) 커피 음료를 만드는 스페셜티 커피전문점이 조금씩 들어서고 있으며 앞으로 계속하여 증가할 것으로 전망됨. 더불어, 커피 전문점인 인텔리젠시아(Intelligentsia)에서 싱글 오리진 커피를 인스턴트로 즐길 수 있도록 'Rayos Del Sol' 을 출시하였고, 네스프레소에서는 스타벅스와 제휴하여 캡슐 커피를 제공하는 등의 행보를 보이며 스페셜티의 인기가 다른 품목의 커피로도 번지고 있는 것으로 나타남[61]

○ 중국에서는 최근 커피 애호가를 중심으로 스페셜티 커피에 대한 수요가 증가하는 것으로 드러남. 2017년 12월 스타벅스 최대 매장인 '리저브 로스터리 상하이' 가 개점하였으며 오픈 이래로 일간 매출이 40만 위안(한화로 약 6,700만 원)을 돌파한 것으로 알려짐[62]

61) 커피가 그리워지면 가을이다, 미국 커피 시장동향, KOTRA, 2018.9.12
62) 중국 커피 소비, 이제는 '질적 추구', KOTRA, 2019.9.10

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 홍콩에서도 고품질의 맛을 원하는 소비자의 소구에 의해 홈카페족을 위한 최상급, 스페셜티 캡슐 커피 상품이 등장하고 있으며, 홍콩의 프리미엄 커피 전문점으로 오모테산도 커피(Omotesando Koffee), 더 커피 아카데믹스(The Coffee Academics)가 있음[63]


Omotesando Koffee



The Coffee Academics

○ 호주에서는 다양한 향미를 추구하는 커피 문화를 갖고 있으며 커피 유통업체 중심으로 직접 로스팅한 제품을 판매하는 로스터리 커피전문점이 대도시 중심으로 증가하고 있음. 스페셜티 로스터리 커피전문점으로 토비스 에스테이트(Toby's Estate), 프리미엄커피로스터스(premium coffee roasters), 싱글오(Single O) 등이 있으며 자신만의 블렌드 또는 싱글 오리진 커피를 제공함[64]



Toby's Estate


premium coffee roasters


Single O

63) 홍콩, 인스턴트 커피에 제동 거는 '프레시 커피', KOTRA, 2019.6.11
64) 호주 커피시장 동향, 고급화를 넘어 지속가능성의 시대로, KOTRA, 2019.6.07

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

제 3 절 국가별 동향

□ 커피시장 국가별 동향은 세계적으로 커피 시장 규모가 큰 5개 국가인 **미국, 일본, 프랑스, 독일, 브라질**을 중심으로 살펴보며, 추가로 커피 시장 규모의 성장성이 높은 **중국**과 **베트남**을 살펴봄

1. 미국의 커피 시장

1) 시장 규모

□ 2018년 미국의 커피 시장 규모는 244.7억 달러로 2014년 194.4억 달러 대비 25.9%의 성장률을 보이며 점차 증가 추세를 나타냄

□ 최근 자료 기준으로 미국 커피 시장은 분쇄원두가 48.2%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 커피음료(33.0%), 원두(14.7%), 인스턴트커피(4.1%) 순임

○ 2014년 대비 2018년 커피 시장에서 가장 큰 증가율을 보인 품목은 커피음료(39%)임. 닐슨의 조사에 따르면, 2018년 미국 커피음료의 판매량은 설탕을 첨가하지 않은 커피음료가 증가하였으며, 이는 웰빙 및 건강 트렌드에 의한 것으로 분석됨[65]

○ 이어서 분쇄원두가 동일 기간 동안 25.6% 성장하였음. 여전히 성장하는 시장이나 2011년 대비 2015년 65%로 성장했던 과거에 비하면 다소 성장 속도가 둔화되었음. Euromonitor에 따르면, 분쇄원두의 하위 품목인 캡슐커피와 포드커피[66]가 대대적으로 인기였으나 최근 환경문제가 불거지면서 수요가 감소한 것으로 분석함

○ 전통적 소비자들은 분쇄커피를 익숙하게 즐겨 마시는 반면, 새롭게 주 소비자층으로 부상한 밀레니얼 세대는 분쇄커피보다 새로운 유형의 커피 제품을 소구하기 시작하면서 소비자들이 양극화되는 것으로 보임[67]

65) 미국 액상커피 보고서, KATI, 2019.7.5
66) 종이 재질 필터에 팩처럼 포장된 커피
67) [미국-뉴욕] Ready to drink 커피시장에서 건재함 과시하는 분쇄커피, KATI, 2017.1.21

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-1] 미국 커피 시장 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Coffee Beans)	3,241.9 (16.7)	3,307.2 (16.1)	3,379.2 (15.6)	3,449.0 (15.1)	3,586.3 (14.7)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	9,397.0 (48.3)	9,903.0 (48.2)	10,440.0 (48.2)	10,963.0 (48.0)	11,802.0 (48.2)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	999.0 (5.1)	998.0 (4.9)	996.00 (4.6)	995.0 (4.4)	1,010.0 (4.1)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	5,804.6 (29.9)	6,337.7 (30.8)	6,866.7 (31.7)	7,416.6 (32.5)	8,070.6 (33.0)
합계	19,442.5	20,546.0	21,681.9	22,823.6	24,468.9

※ Global Market Data, Canadean intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

□ 향후 미국 커피 시장의 성장은 지속되어 2019년 262.7억 달러에서 22.9% 증가하여 2023년 323억 달러로 성장할 것으로 전망됨

○ 커피음료는 2019년 89.2억 달러의 시장을 기록할 것으로 보이며, 향후에도 웰빙 및 건강 트렌드에 영향을 받아 지속 증가하여 2022년부터 100억 달러대의 시장 규모에 진입하여 2023년 112.8억 규모로 성장할 것으로 전망됨

○ 반면, 인스턴트커피 시장은 2019년도부터 향후 5년간 0.28억 달러 증가할 것으로 보이나 다른 커피 품목의 성장에 밀려 점유율이 지속 감소할 것으로 보임

[표 6-2] 미국 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Coffee Beans)	3,711.7 (14.1)	3,827.9 (13.8)	3,945.6 (13.6)	4,067.6 (13.3)	4,193.9 (13.0)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	12,615.0 (48.0)	13,382.0 (48.4)	14,154.0 (48.7)	14,928.0 (48.6)	15,777.0 (48.8)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,020.0 (3.9)	1,026.0 (3.7)	1,030.0 (3.5)	1,034.0 (3.4)	1,048.0 (3.2)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	8,927.71 (34.0)	9,412.38 (34.0)	9,963.43 (34.2)	10,664.41 (34.7)	11,282.07 (34.9)
합계	26,274.4	27,648.3	29,093.1	30,694.0	32,301.0

※ Global Market Data, Canadean intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2) 카페 및 커피 전문점 판매 규모

□ 2018년에 카페 및 커피전문점의 시장 규모는 201.8억 달러에서 269.8억 달러로 33.7% 성장하였음

○ 조사전문업체 IBIS World에 의하면 최근 5년간 미국의 커피 시장은 경제 호황기를 거치면서 가처분 소득 증가와 실업률이 낮아진 것에 영향을 받아 커피산업이 성장하였고, 업체간 경쟁이 치열해 지면서 샌드위치, 샐러드와 같은 식품을 취급하기 시작하며 매출 증가로 이어진 것으로 분석함[68]

○ 국내에서 통상 카페(Cafe)와 커피전문점(Coffee shop)은 같은 의미로 쓰이나, 국외는 다소 차이가 있음. 카페는 샌드위치를 포함한 피시앤칩스 등의 식사류와 커피를 함께 판매하는 곳을 말하며, 커피전문점은 커피와 같은 음료를 위주로 판매하고 부가적으로 간단한 디저트를 즐길 수 있는 곳을 말함

□ 2018년 기준으로 커피전문점이 97.7%로 높은 점유율을 차지하고 있으며, 독립카페의 규모는 2.3%수준으로 나타남

○ 미국 카페 및 커피전문점 매출 규모에서 독립카페가 차지하는 비중은 적으나 미국 커피 시장이 성장하면서 매출이 2014년 5.8억 달러 대비 2018년 6.3억 달러로 9.4% 증가율을 보임

○ 커피전문점은 2014년 196.1억 달러 대비 2018년 263.5억 달러로 34.4% 증가하였음. 그 중 체인 커피 전문점의 규모가 독립 커피 전문점에 비해 상대적으로 증가하는 것으로 보임

68) 커피가 그리워지면 가을이다, 미국 커피 시장동향, KOTRA, 2018.9.12

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-3] 미국 카페 및 커피전문점 매출 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
독립카페 (Independent Cafes)	575.7 (2.9)	588.1 (2.7)	596.8 (2.5)	614.4 (2.4)	630.4 (2.3)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	19,606.7 (97.1)	21,437.5 (97.3)	23,176.1 (97.5)	25,051.5 (97.6)	26,349.0 (97.7)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	15,084.3 (74.7)	16,770.3 (76.1)	18,351.7 (77.2)	20,130.6 (78.4)	21,303.5 (79.0)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	4,522.4 (22.4)	4,667.1 (21.2)	4,824.4 (20.3)	4,920.9 (19.2)	5,045.5 (18.7)
합계	20,182.4	22,025.6	23,772.9	25,665.9	26,979.4

※ CAFES/BARS IN THE US, Euromonitor International, 2019.04

□ 카페 및 카페전문점의 매출 규모는 2019년 273.7억 달러를 기록할 것으로 예상되며, 향후 3.9% 증가하여 284.5억 달러 규모의 시장이 될 것으로 전망됨

○ 커피전문점은 2019년 267.4억 달러에서 2023년 278.3억 달러로 성장할 것으로 보이는데, 이 중 체인 커피전문점의 시장 규모가 지속 증가하여 전체 카페 및 커피전문점 매출에 80.5%를 차지할 것으로 예상됨

[표 6-4] 미국 카페 및 커피전문점 매출 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
독립카페 (Independent Cafes)	628.1 (2.3)	626.2 (2.3)	623.6 (2.2)	619.4 (2.2)	613.9 (2.2)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	26,738.5 (97.7)	27,091.6 (97.7)	27,395.7 (97.8)	27,643.8 (97.8)	27,831.4 (97.8)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	21,696.4 (79.3)	22,058.7 (79.6)	22,380.9 (79.9)	22,662.2 (80.2)	22,891.5 (80.5)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	5,042.1 (18.4)	5,033.0 (18.2)	5,014.9 (17.9)	4,981.7 (17.6)	4,939.9 (17.4)
합계	27,366.6	27,717.8	28,019.3	28,263.2	28,445.3

※ CAFES/BARS IN THE US, Euromonitor International, 2019.4

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3) 주요 제조사 및 브랜드

□ 커피의 2018년 기준 상위 10개의 커피 브랜드들의 시장점유율은 41.8%를 차지함

○ Folgers는 2015년 11.4%였으나 이후 지속 감소하여 2018년 9.4%를 차지했음. Maxwell House 브랜드의 2018년 시장 점유율이 4.5%로 2014년 대비 0.7%p 감소하였음. 2018년도부터 스타벅스 제품이 책정되기 시작하면서 점유율이 하락한 것으로 보임

○ Folgers와 Maxwell House의 점유율이 떨어지고 있는 와중에 젊은 소비자층을 공략하여 이를 만회하기 위한 행보를 보이고 있음. Folgers는 입맛이 고급화되고 다양해진 소비자층을 타겟으로 프리미엄 라인으로 '1850'을 출시함. 100% 아라비카 원두이며 로스팅 정도를 선택할 수 있는 것이 특징임. Maxwell House는 Max Boost 라인을 선보였는데, 기능성 커피로 카페인 수준을 선택할 수 있는 것이 특징임[69]



Folgers 1850 | Maxwell House Max BOOST 1.5X

□ 커피전문점의 매출을 살펴보면, 스타벅스가 70%대로 독보적인 점유율을 보이고 있음. 2015년 74.1%에서 지속 성장하여 2018년 77%로 점유율을 기록하였음

○ 스타벅스의 DT매장 확대와 배달 서비스를 통해 점유율 확장 전략을 지속할 것으로 보임. 현재 온라인 주문 및 배달 플랫폼 우버이츠(Uber Eats)와 파트너십을 맺고 미국 일부 지역에 배달 서비스를 진행 중임. 기존에 시범 운영 했던 것이 좋은 성과를 얻어 해당 사업을 2020년 초까지 미국 시장 전체를 대상으로 배달 서비스를 확대하겠다는 계획을 밝힘[70]

69) COFFEE IN THE US, Euromonitor International, 2019.3
70) 스타벅스, 우버 이츠 통한 배달 지역 확대 "2020년 초까지 미 전역", CIO, 2019.7.25

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-5] 미국 커피 브랜드 점유율

(단위: %)

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피 (Coffee)	Folgers	JM Smucker Co, The	11.4	10.5	9.9	9.4
	Starbucks (Nestle SA)	Starbucks Corp	–	–	–	7.2
	Starbucks (Nestle SA)	Keurig Dr Pepper Inc	–	–	–	5.4
	Maxwell House	Kraft Heinz Co	5.2	4.8	4.7	4.5
	Green Mountain	Keurig Dr Pepper Inc	–	–	–	3.8
	Nespresso	Nestle SA	1.5	1.9	2.5	2.8
	Dunkin' Donuts (Dunkin' Brands Group Inc)	JM Smucker Co, The	2.9	2.7	2.6	2.6
	Dunkin' Donuts (JM Smucker Co, The)	Keurig Dr Pepper Inc	–	–	–	2.3
	Donut Shop	Keurig Dr Pepper Inc	–	–	–	1.9
	Peet's Coffee	Peet's Coffee & Tea Inc	1.4	1.5	1.7	1.9
	기타		77.6	78.6	78.6	58.2
합계			100.0	100.0	100.0	100.0
커피바 (Cafes/ Bars)	Starbucks	Starbucks Corp	74.1	74.8	76.3	77.0
	Tropical Smoothie Cafe	–	1.4	1.6	1.8	2.0
	Jamba Juice	Jamba Inc	2.9	2.7	2.4	1.9
	Smoothie King	Smoothie King Franchises Inc	1.5	1.5	1.4	1.6
	Peet's Coffee & Tea	Peet's Coffee & Tea Inc	1.5	1.5	1.4	1.4
	Caribou Coffee	Caribou Coffee Co Inc	1.4	1.4	1.3	1.3
	Barnes & Noble	Barnes & Noble Inc	1.6	1.4	1.2	1.1
	Coffee Bean & Tea Leaf, The	International Coffee & Tea LLC	1.3	1.1	1.0	0.9
	Planet Smoothie	Kahala Corp	0.2	0.2	0.2	0.2
	Surf City Squeeze	Kahala Corp	0.2	0.2	0.1	0.1
	기타		13.9	13.6	12.9	12.5
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

※ COFFEE IN THE US, Euromonitor International, 2019.3
※ CAFES/BARS IN THE US, Euromonitor International, 2019.4

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

4) 시장 및 소비자 특성

□ 미국 시장에서 환경보호에 대해서도 관심이 증가하면서 빨대나 플라스틱 컵과 같은 일회용품 사용에 대한 규제가 증가하고 있음. 이에 따라 카페 및 커피 전문점과 캡슐커피 혹은 포드커피의 용기를 바꾸는 등 해당 문제를 해결하기 위한 고민을 하는 것으로 조사됨

○ 캘리포니아 주에서는 2018년 8월 캘리포니아의 레스토랑에서 고객이 특별히 요구하지 않는 경우, 플라스틱 빨대를 제공하지 않는 법안을 통과시켰으며, 샌프란시스코에서도 2020년부터 금지하는 법안을 진행 중임. 이러한 움직임에 따라 종이 빨대 및 생분해 빨대 제조업체들에 주문이 폭주하면서 관련 시장 규모가 커지고 있음

○ 최근 플라스틱 컵 사용을 줄이기 위해 버클리 커피전문점 중심으로 재사용 할 수 있는 스테인리스 컵을 대여하는 프로그램을 시범 운영함. 재활용이 아닌 재사용을 택하여 빨대, 냅킨 등 플라스틱 용품 사용을 퇴출하는 데 목적을 뚜렷이 함. 스마트폰을 이용하여 컵을 대여하고, 개인이 5일 동안 보관 가능하며, 대여했던 커피전문점에 반납하는 서비스를 제공하고 있음[71]

○ 스타벅스는 2020년까지 전 세계 매장에서 플라스틱 빨대를 퇴출하겠다고 발표하였으며, 2018년도부터 빨대 없이도 아이스 음료를 즐길 수 있는 Sippy Cup을 내놓고 필요한 경우 종이 소재의 빨대를 제공함



Berkeley reusable stainless steel cup service | Starbucks Sippy Cup

71) Berkeley Coffee Shops Offer Reusable Stainless Steel Cups In Pilot Program, CBS, 2019.9.19

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 미국 커피 시장에서 RTD커피 시장이 호황세를 지속하는 것으로 나타남. RTD커피 시장의 지속되는 인기로 맥도날드, 던킨도너츠 등 대형 프랜차이즈에서도 RTD커피 시장에 진출하고 있는 추세임[72][73]

○ 던킨도너츠는 전통적인 도넛가게의 이미지를 탈피하고 커피 및 다양한 음료를 주력하는 업체로 포지셔닝하기 위한 움직임을 보이고 있음. 모든 광고, 제품, 신규 입점 매장 등에서 기존 상호인 '던킨도너츠'에서 '던킨'으로 사용할 계획이라고 밝힘. 던킨도너츠는 RTD아이스커피 제품에 대한 인기에 'Shot in the Dark' 라인의 RTD커피를 출시하였음. 다양한 맛과 형태로 어디서든 던킨커피를 즐길 수 있도록 커피와 크림, 설탕 등을 사용해 카라멜, 모카, 바닐라 세 가지 맛으로 출시함[74]

○ 맥도날드는 코카콜라와 제휴하여 RTD커피 제품인 '맥카페 프라페'를 선보임[75]. 100% 아라비카 커피로 우유, 설탕 등을 사용하여 모카, 카라멜, 바닐라 세 가지 맛을 즐길 수 있는 것이 특징이며, 출시 당시 트위터 상에서 화제를 얻은 것으로 조사됨[76]



DUNKIN DONUTS SHOT IN THE DARK | McDonald McCafe Frappe

○ 콜드브루의 인기도 상당한데, 민텔(Mintel)의 조사에 의하면 콜드브루의 인기가 높지만 집에서 직접 내려마신다고 응답한 경우는 7%에 불과하다고 밝혀, RTD커피 시장이 콜드브루 인기의 원동력이 된 것으로 분석됨

72) [미국-LA] 미국 커피시장, 커피샵 지고 커피음료 뜬다, KATI, 2017.10.12
73) 편리함을 마신다. 미국 Ready-to-Drink (RTD) 커피 시장 동향, KOTRA, 2019.10.01
74) '커피'에 집중하는 던킨 도너츠, 캔 커피 출시, KATI, 2018.9.27
75) [미국-LA] 맥도날드, 코카콜라와 손잡고 커피음료 제품 출시, KATI, 2017.9.8
76) McDonald's Debuts RTD McCafe Frappe, K-Cups And Ground Packaged Coffee, VENDING TIMES, 2019.7.31

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

Califia farms
Cold Brew


HighBrewCoffee
Double Espresso

□ 미국 소비자들은 모양, 맛, 식감과 냄새로만 선택하는 기본적인 요소에 더해 '추가적인 효익(Benefits)'을 주는 식품에 관심이 증가하면서 기능성 음료에 대한 관심이 지속적으로 높아지고 있음. 이러한 현상은 커피 시장에서도 나타나고 있으며, 건강 또는 에너지 증강 기능이 추가된 제품이 출시하는 양상을 보임

○ 미국 시장 내에서 커피는 에너지 음료의 건강한 대체재로 인식되는 경향이 있는 것으로 조사됨. 소비자 인식에 따라 업계에서 에너지 증강 기능이 추가된 RTD커피들이 출시되고 있음. 'Kitu Life'는 캔 음료에 에스프레소 3잔에 카페인과 설탕을 대신하여 단백질 농축액, 코코넛 MCT 오일을 첨가하여 에너지 증강을 위한 '수퍼 에스프레소'를 출시함[77]


Kitu Life
Super Espresso

○ 건강을 위한 커피음료로는 주로 오트밀을 첨가한 커피가 보임. 칼리피아 팜스는 100% 아라비카, 귀리 우유와 질소가 들어간 라떼음료를 출시함. 4가지 맛 종류가 출시되었으며, 그 중 무가당 블랙&화이트(Unsweetened balck&white)는 무설탕으로 칼로리가 가장 적은 것으로 알려짐.[78] 네바다 주에 있는 식품 음료 회사인 뉴트리엔 푸드(Nutrient Foods)는 커피에 비타민을 첨가한 조제커피 형태의 비타민 커피를 출시하였음. 100% 콜롬비아산 아라비카 커피로 하루 권장량 절반의 13가지 필수 비타민이 추가되어 있으며 냉온 또는 온음료로도 음용 가능한 것이 특징임[79]


Califia farms
Nitro Draft Latee


Nutrient Foods
Nutrient Vitamin
Coffee

77) 2019 미국 음료시장, '클린 에너지'(Clean Energy)가 뜬다,싸이파르코리아 2019.5.29
78) Califia Farms Launches Oat Milk Lattes, BEVNET, 2019.9.25
79) Functional coffee launched by Nutrient Foods, TEA&COFFEE, 2019.9.3

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

2. 일본의 커피 시장

1) 시장 규모

□ 2018년 기준 일본의 커피 시장 규모는 371.1억 달러로 지난 4년 간 약 350억 달러 수준을 유지해오다 전년 대비 4.4% 증가하였음. 다른 국가 대비 일본의 커피 시장 규모의 성장률은 저조해 보이는데, 이는 인구의 노령화와 가구수 감소로 인한 것으로 보임

○ 가장 시장 규모가 큰 품목은 커피음료로 65.8% 비중을 차지하고 있으며, 이어서 분쇄원두(12.5%), 인스턴트커피(11.0%), 원두(10.8%) 순임. 커피음료는 가장 큰 규모를 차지하고 있으나 2014년 점유율 68.4%에서 2018년 65.8%로 감소함

○ 2014년 대비 2018년까지 가장 성장한 품목은 원두로 14.2% 증가율을 보임. 분쇄원두도 12.7% 성장하여 46.3억 달러의 규모로 기록됨. 신선한 커피에 대한 수요 증가로 첨가물이 가미된 인스턴트커피보다 원두 본연의 맛을 느끼고자 하는 소비자 층의 증가로 인해 원두와 분쇄원두 시장이 증가한 것으로 분석됨

[표 6-6] 일본 커피 시장 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Coffee Beans)	3,498.2 (9.8)	3,195.3 (10.1)	3,710.7 (10.3)	3,738.5 (10.5)	3,996.2 (10.8)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	4,106.0 (11.5)	3,738.0 (11.8)	4,325.0 (12.0)	4,345.0 (12.2)	4,627.0 (12.5)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	3,657.0 (10.3)	3,283.0 (10.4)	3,803.00 (10.6)	3,824.0 (10.8)	4,073.0 (11.0)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	24,340.2 (68.4)	21,352.3 (67.6)	24,109.9 (67.1)	23,634.8 (66.5)	24,413.1 (65.8)
합계	35,601.5	31,568.6	35,948.6	35,542.3	37,109.3

※ Global Market Data, Canadean intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 향후 일본 커피 시장 규모는 2019년 383.8억 달러에서 2023년 420.4억 달러로 9.5%의 성장이 전망됨

○ 현재 시장 상황과 마찬가지로 원두와 분쇄원두가 크게 성장할 것으로 보이며, 인스턴트커피의 경우도 2019년 42.9억 달러에서 15.6% 증가한 49.6억 달러의 규모로 성장할 것으로 예상됨

[표 6-7] 일본 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Coffee Beans)	4,221.8 (11.0)	4,407.6 (11.2)	4,572.7 (11.4)	4,746.0 (11.5)	4,921.4 (11.7)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	4,873.0 (12.7)	5,074.0 (12.9)	5,253.0 (13.1)	5,440.0 (13.2)	5,626.0 (13.4)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	4,292.0 (11.2)	4,471.0 (11.4)	4,629.0 (11.5)	4,795.0 (11.7)	4,960.0 (11.8)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	24,990.8 (65.1)	25,375.6 (64.5)	25,714.3 (64.0)	26,142.6 (63.6)	26,536.0 (63.1)
합계	38,377.7	39,328.2	40,169.0	41,123.6	42,043.4

※ Global Market Data, Canadean intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 카페 및 커피전문점 판매 규모

□ 일본 카페 및 커피전문점의 판매 규모는 2014년 92.5억 달러에서 2018년 약 99억 달러로 7.0% 성장하였음. 2018년 기준으로 점유율을 살펴보면 카페가 58.6%, 커피 전문점이 41.4%의 비중을 차지하고 있음

□ 카페 대비 커피전문점의 성장률이 두드러짐. 2014년 대비 2018년 증가율을 비교하였을 때, 카페는 1.5% 성장한 반면, 커피전문점은 15.9% 증가함

○ 2018년 기준 판매 비중이 가장 큰 채널은 독립카페로 전체의 41.4%를 차지함. 이어서 체인 커피전문점이 39.9%의 비중을 차지하며 두 번째로 큰 채널인 것으로 나타났는데, 지난 5년간 계속해서 규모가 증가한 것으로 나타남

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-8] 일본 카페 및 커피전문점 매출 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
카페 (Cafes)	5,711.7 (61.8)	5,725.3 (60.5)	5,786.0 (60.0)	5,793.2 (59.2)	5,797.8 (58.6)
체인카페 (Chained Cafes)	1,965.8 (21.3)	2,024.7 (21.4)	2,111.7 (21.9)	2,141.5 (21.9)	2,166.9 (21.9)
독립카페 (Independent Cafes)	3,745.9 (40.5)	3,732.3 (39.5)	3,861.9 (40.0)	3,988.7 (40.8)	4,098.3 (41.4)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	3,535.7 (38.2)	3,732.3 (39.5)	3,861.9 (40.0)	3,988.7 (40.8)	4,098.3 (41.4)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	3,396.2 (36.7)	3,588.3 (37.9)	3,713.3 (38.5)	3,837.4 (39.2)	3,944.3 (39.9)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	139.5 (1.5)	144.9 (1.5)	148.6 (1.5)	151.3 (1.5)	154.0 (1.6)
합계	9,247.4	9,457.6	9,647.8	9,781.9	9,896.1

※ Cafes/BARS IN JAPAN, Euromonitor International, 2019.4
※ 100엔=0.9059달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

□ 카페 및 커피전문점 시장 규모는 크게 성장하지 않을 것으로 전망되었음. 2019년 99.6억 원대에서 2023년 101.5억 대로 1.8% 증가율을 보일 것으로 예상됨

○ 카페의 경우 독립카페의 규모가 2019년 36.1억 달러에서 2023년 35.6억 달러로 1.6% 감소하며 점차 축소하는 반면, 체인 커피 전문점의 경우는 40.1억 달러에서 41.6억 달러로 3.7% 증가율을 보일 것으로 전망됨

[표 6-9] 일본 카페 및 커피전문점 매출 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
카페 (Cafes)	5,802.3 (58.2)	5,808.6 (58.0)	5,815.0 (57.7)	5,823.1 (57.6)	5,831.3 (57.5)
체인카페 (Chained Cafes)	2,190.5 (22.0)	2,213.1 (22.1)	2,234.9 (22.2)	2,255.7 (22.3)	2,275.6 (22.4)
독립카페 (Independent Cafes)	3,612.7 (36.3)	3,595.5 (35.9)	3,581.0 (35.6)	3,567.4 (35.3)	3,555.7 (35.0)

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

구분	2019	2020	2021	2022	2023
커피전문점 (Specialist Coffee Shops)	4,161.7 (41.8)	4,213.3 (42.0)	4,255.9 (42.3)	4,289.4 (42.4)	4,316.6 (42.5)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	4,006.8 (40.2)	4,056.6 (40.5)	4,097.4 (40.7)	4,130.0 (40.8)	4,157.2 (41.0)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	155.8 (1.6)	156.7 (1.6)	158.5 (1.6)	159.4 (1.6)	160.3 (1.6)
합계	9,964.0	10,022.0	10,070.9	10,112.6	10,147.9

※ Cafes/BARS IN JAPAN, Euromonitor International, 2019.4
※ 100엔=0.9059달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

3) 주요 제조사 및 브랜드

□ 일본 커피 브랜드 상위 5개 사가 절반이 넘는 점유율을 차지하고 있음. 그 중, 2018년 점유율이 가장 높은 네스카페 골드는 감소세를 띠는 반면, 3위인 UCC 브랜드가 매년 증가 추이를 나타냄

○ Nestle Japan는 2018년 인스턴트커피 시장이 감소하면서 시장 점유율이 소폭 하락하였지만, 커피캡슐 브랜드인 네스카페 돌체 구스토와 네스프레소의 호조로 인해 1위 자리를 지킴

○ UCC Ueshima Coffee는 1933년에 창립되어 커피 제품 판매 및 자체 카페를 운영하고 있는 일본 유명 커피 제조사임. 세계 3대 커피 산지 중 2곳인 하와이 코나와 자메이카 블루마운틴에 직영 농원을 운영하고 있으며, 1969년에 세계 최초로 캔커피를 발명하였음. 뿐만 아니라 원두 로스팅과 포장 단계에서 커피의 향이 증발하지 않도록 슈퍼 아로마 시스템을 적용시켜 커피의 신선함이 유통단계에서도 유지될 수 있도록 하였으며, 커피 업계 최초로 전 공장이 ISO9002를 취득함. 주요 판매 제품으로는 분쇄된 원두, 캔커피, 드립커피(티백) 등이 있음

□ 카페 및 커피전문점의 경우 2018년 스타벅스의 점유율이 9.3%이며 2015년 7.7%에 비하여 1.6%p 증가하였음

○ Doutor Coffee Shop은 2015년 4.9%에서 2018년 5.1%로 시장 점유율이 0.2%p 상승한 것으로 나타남. Doutor Coffee shop은 1980년도에 설립되었으며, 당시 일반 커피전문점의 커피 1잔의 절반 가격으로 제품을 판매하여 소비자의 이목을 집중하였음. 더불어, 20여개국에서 고품질의 원두를 수입하고 있으며, 전국 매장에서 매일 사용분만 로스팅 공장으로 보내어 신선한 원두를 공급 받을 수 있는 시스템이 갖추어져 있는 것이 특징임[80]

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-10] 일본 커피 브랜드 점유율

(단위: %)

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피 (Coffee)	Nescafe Gold (Nestle SA)	Nestle Japan Ltd	15.1	14.7	14.9	14.8
	Nescafe (Nestle SA)	Nestle Japan Ltd	12.5	12.6	12.8	12.8
	UCC (UCC Holdings Co Ltd)	UCC Ueshima Coffee Co Ltd	10.9	11.4	12.0	12.4
	Maxim (Ajinomoto Co Inc)	Ajinomoto General Foods Inc (AGF)	8.6	8.3	8.2	8.1
	Blendy (Ajinomoto Co Inc)	Ajinomoto General Foods Inc (AGF)	6.7	6.4	6.3	6.2
	Key Coffee	Key Coffee Inc	4.0	4.2	4.2	4.2
	Nescafe Dolce Gusto (Nestle SA)	Nestle Japan Ltd	1.4	1.4	1.5	1.5
	Shokunin No Coffee (UCC Holdings Co Ltd)	UCC Ueshima Coffee Co Ltd	0.9	0.9	1.0	1.0
	Capital	Capital Corp	0.8	0.8	0.9	0.9
	Nespresso (Nestle SA)	Nestle Japan Ltd	0.6	0.6	0.6	0.7
	기타		38.5	38.7	37.6	37.4
합계			100.0	100.0	100.0	100.0
커피바 (Cafes/ Bars)	Starbucks	Starbucks Corp	7.7	8.3	8.8	9.3
	Doutor Coffee Shop	Doutor Nichires Holdings Co Ltd	4.9	5.1	5.1	5.1
	Uotami	Monteroza Co Ltd	5.4	5.7	5.0	4.5
	Tully's	Tully's Coffee Corp	3.0	3.3	3.6	3.8
	Komeda Coffee Ten	Komeda Co Ltd	2.7	2.9	3.1	3.4
	Torikizoku	Torikizoku Co Ltd	1.9	2.3	2.8	3.0
	Pronto	Pronto Corp	2.4	2.5	2.5	2.6
	Dynac Co	Suntory Holdings Ltd	1.8	1.7	1.6	1.7
	Hana No Mai	Chimney Group	1.6	1.5	1.5	1.5
	Syoya	Daisyo Corp	1.6	1.5	1.5	1.4
	기타		67.0	65.2	64.5	63.7
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

※ COFFEE IN JAPAN, Euromonitor International, 2019.3
※ Cafes/BARS IN JAPAN, Euromonitor International, 2019.4

80) 日토종 커피숍 '도토루'가 끊임없이 사랑받는 이유, 프레스맨, 2017.3.2

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

4) 시장 및 소비자 특성

□ 일본에서 외출을 지양하고 집에서 생활환경을 풍요롭게 하고자 하는 '우치쥬(ウチ充)[81]'족이 증가하고 있음. 일본 네오마케팅의 2013년 조사에 의하면 63%가 집에서 생활하는 것을 선호하는 것으로 조사되었음. 커피 전문점이 아닌 집에서 커피를 내려 마시고 인스타그램 등 SNS을 통해 공유하는 소비자가 증가하고 있음[82]

○ 자신의 집의 부엌과 방을 커피 전문점처럼 꾸미거나 세련된 커피메이커 및 식기를 집에 갖추어 SNS에 게시하는 사람들이 증가함. UCC우에시마의 오가타 담당자에 의하면 "예전에는 커피를 단순히 음료수 중 하나로 생각하는 경향이 컸는데 최근에는 소비자들이 커피가 있는 생활 자체를 원한다"며 "커피를 마실 때의 향기나 원두의 품질 등을 즐기는 것을 자신만의 시간을 보내는 방식으로써 소비하고 있다"고 설명함

□ 특히 이러한 변화는 블루마운틴, 루왁커피 등의 고급 원두 중심으로 이루어지고 있으며, 원두뿐만 아닌 커피 메이커 시장에도 영향을 끼치고 있는 것으로 나타남

○ 편리함을 추구하는 소비자들의 성향이 더해져 주로 커피원두를 넣으면 자동으로 갈아서 추출해주는 올인원 전자동 타입의 에스프레소 머신 및 드립식 커피메이커 중심으로 소비층이 확대되고 있음[83]

○ 주요 제품으로 무인양품, 파나소닉, 조지루시 등의 커피메이커가 있음. 무인양품에서 출시한 커피메이커는 고성능 그라인더가 원두를 갈아준 뒤, 핸드 드립식으로 커피를 내려주고 보온까지 해주는 것이 특징임

○ 파나소닉의 고성능 그라인더 탑재형 커피 메이커는 커피를 추출 전 끓인 물을 활성탄 필터에 재투과시켜 이용하는 방식으로 커피를 추출하는 물에 주력한 것이 특징임. 더불어, 약 3kg 정도의 중량과 약 5잔 분량의 커피를 한 번에 추출 가능하며, 그라인더 자동 세척 기능을 갖추었음

○ 조지루시의 보온병 커피 메이커 제품의 특징은 커피가 졸아들지 않는 보온 성능을 갖추었으며, 취향에 맞게 원하는 커피 잔에 직접 추출이 가능함. 그라인더 케이스를 완전 분리할 수 있도록 설계되었으며, 내부에 자동 세척 기능으로 편리함을 추구하였음

81) 집(ウチ)에 충실(充)하다고 해 '우치쥬(ウチ充)'라고 부름
82) 일본 '집순이'를 사로잡은 히트 아이템은?, KOTRA, 2018.5.2
83) 일본 스마트 커피 메이커 시장, 이제는 '올인원 전자동', KOTRA, 2017.6.5

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.



무인양품 커피 메이커 | 파나소닉 커피 메이커 | 조지루시 커피 메이커

□ 편리성에 대한 소구가 증가함에 따라 직접 티백처럼 뜨거운 물에 우려내서 마시는 커피백 제품이 출시되고 있음[84]

○ UCC우에시마에서는 'BEANS & ROASTERS 커피백' 제품을 출시함. 커피백을 흔드는 횟수로 커피 농도를 조절 가능하며, 뜨거운 물에 우려내는 시간은 2분 정도 소요되는 것이 특징임

○ 네슬레의 '네스카페 코미바이센(香味焙煎)'은 엄선한 원두를 사용한 즉석커피로 뜨거운 물에 커피백을 1분 30초 정도 우려냄

○ KEY COFFEE는 마이보틀에 커피백을 넣고 뜨거운 물을 부으면 2~3잔의 커피가 완성되는 '마이니치 카페 커피백'을 출시함. 소요시간은 30분으로 집에서 만들어서 직장에 도착할 때 완성되도록 설계하였음. 커피백을 장시간 넣어도 맛의 농도가 짙어지지 않는 것이 특징임



UCC BEANS & ROASTERS 커피백 | 네슬레 네스카페 코미바이센(香味焙煎) | KEY COFFEE 마이니치 카페 커피백

84) 일본의 커피시장, KATI, 2018.9.20

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3. 중국의 커피 시장

1) 시장 규모

□ 2018년 기준 중국의 커피 시장 규모는 59.1억 달러이며, 2014년 35.1억 달러에 비해 68.4% 증가율을 보이며 폭발적으로 성장하고 있음

○ 증가율 기준으로 살펴보면 2018년 커피음료의 규모가 26.6억 달러로 2014년 대비 85.1% 성장하였으며, 같은 기간 분쇄원두(60.4%), 인스턴트커피(57.5%), 원두(53.1%) 순으로 성장하였음

○ 빠르게 성장하는 중국 커피 시장에서 인스턴트커피는 2014년 42.5%에 이르렀던 점유율이 2018년 39.8%로 감소하면서 커피시장 내에서 시장 규모가 축소하는 형태로 나타남. 이는 카페 및 커피전문점의 증가와 캡슐커피 등 점점 다양해지는 커피 제품들이 중국으로 유입되면서 인스턴트커피 시장에 타격을 준 것으로 분석됨

○ 커피음료는 매년 높은 성장률을 보이며, 2017년을 기점으로 인스턴트커피 시장 규모를 추월하였음

[표 6-11] 중국 커피 시장 규모

(단위: 백만달러 , %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Fresh Coffee)	417.3 (11.9)	480.3 (11.8)	525.2 (11.9)	578.2 (11.3)	638.7 (10.8)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	164.0 (4.7)	190.0 (4.7)	209.0 (4.7)	233.0 (4.6)	263.0 (4.4)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,493.0 (42.5)	1,725.0 (42.4)	1,894.0 (42.8)	2,100.0 (41.1)	2,351.0 (39.8)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	1,437.4 (40.9)	1,674.5 (41.1)	1,802.2 (40.7)	2,198.1 (43.0)	2,660.2 (45.0)
합계	3,511.6	4,069.8	4,430.4	5,109.3	5,912.9

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 향후에도 중국 커피 시장은 호조를 띠며 2019년도 69억 달러에서 2023년 117.8억 달러로 70.8% 성장할 것으로 전망됨

○ 품목별 시장 규모는 증가하겠으나 다른 품목 대비 커피음료의 수요가 증가하여 향후 5년 동안 87.2%의 폭발적 성장률을 보여 시장 규모를 키워갈 것으로 예상됨

[표 6-12] 중국 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Fresh Coffee)	713.9 (10.3)	792.4 (9.9)	876.3 (9.6)	967.7 (9.3)	1,063.9 (9.0)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	299.0 (4.3)	339.0 (4.2)	383.0 (4.2)	432.0 (4.2)	485.0 (4.1)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	2,662.0 (38.6)	2,996.0 (37.5)	3,359.0 (36.8)	3,762.0 (36.2)	4,197.0 (35.6)
커피음료 (RTD Coffee)	3,225.0 (46.7)	3,863.1 (48.3)	4,504.5 (49.4)	5,228.8 (50.3)	6,035.9 (51.2)
합계	6,900.0	7,990.5	9,122.9	10,390.6	11,781.8

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 카페 및 커피전문점 판매 규모

□ 식사와 차를 주로 제공하는 카페(Cafes)와 커피를 전문적으로 판매하는 커피숍(Coffee Shops)의 규모를 살펴보면, 2014년 시장 규모는 71.7억 달러에서 2018년 90.4억 달러로 26.1% 증가함

○ 커피 전문점의 상승세가 눈에 띄는데, 이 중 체인 커피전문점이 2014년 19.9억 달러의 규모에서 2018년 44.2억 달러로 122.3% 증가율을 보임. 점유율 기준으로 보았을 때, 2014년도에 카페가 62.1%로 가장 큰 규모였으나 커피전문점의 폭발적인 성장으로 인하여 2018년도의 카페의 점유율은 35.5%으로 하락하였고, 커피전문점이 64.5%를 차지함

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-13] 중국 카페 및 커피전문점 매출 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
카페 (Cafes)	4,446.9 (62.1)	4,197.2 (55.6)	3,891.0 (48.7)	3,500.1 (42.0)	3,205.3 (35.5)
체인카페 (Chained Cafes)	1,881.4 (26.3)	1,580.4 (20.9)	1,248.5 (15.6)	866.5 (10.4)	573.6 (6.3)
독립카페 (Independent Cafes)	2,565.5 (35.8)	2,616.8 (34.7)	2,642.5 (33.1)	2,633.6 (31.6)	2,631.7 (29.1)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	2,719.4 (37.9)	3,350.2 (44.4)	4,103.7 (51.3)	4,828.5 (58.0)	5,835.0 (64.5)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	1,990.6 (27.8)	2,468.4 (32.7)	3,036.1 (38.0)	3,582.6 (43.0)	4,424.7 (48.9)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	728.8 (10.2)	881.8 (11.7)	1,067.6 (13.4)	1,245.8 (15.0)	1,410.3 (15.6)
합계	7,166.4	7,547.4	7,994.7	8,328.5	9,040.2

※ Cafes/BARS IN China, Euromonitor International, 2019.4
※ 1위안=0.1513달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

□ 향후 중국의 카페 및 커피전문점의 매출은 2019년 98.4억 달러에서 5년 사이 33.3% 증가하여 131.1억 달러의 시장 규모로 성장할 것으로 보임

○ 특히, 체인 커피전문점 위주로 성장할 것으로 보이며, 2019년 53.5%의 점유율에서 64.1%의 점유율로 지속 증가할 것으로 전망되었음

[표 6-14] 중국 카페 및 커피전문점 매출 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
카페 (Cafes)	3,017 (30.7)	2,871 (26.8)	2,757 (23.9)	2,652 (21.4)	2,547 (19.4)
체인카페 (Chained Cafes)	448.1 (4.6)	371.6 (3.5)	330.7 (2.9)	300.1 (2.4)	275.2 (2.1)
독립카페 (Independent Cafes)	2,569 (26.1)	2,499 (23.3)	2,427 (21.0)	2,351 (19.0)	2,272 (17.3)

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

구분	2019	2020	2021	2022	2023
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	6,820 (69.3)	7,850 (73.2)	8,797 (76.1)	9,712 (78.6)	10,567 (80.6)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	5,265 (53.5)	6,145 (57.3)	6,943 (60.1)	7,707 (62.3)	8,401 (64.1)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	1,554 (15.8)	1,705 (15.9)	1,853 (16.0)	2,005 (16.2)	2,166 (16.5)
합계	9,836.1	10,720.3	11,554.1	12,364.0	13,113.2

※ Cafes/BARS IN China, Euromonitor International, 2019.4
※ 1위안=0.1513달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

3) 주요 제조사 및 브랜드

□ 상위 10개의 커피 브랜드들을 살펴보았을 때, 주로 글로벌 브랜드가 차지하고 있음. 커피 브랜드로 네슬레(Nestle)의 네스카페로(Nescafe)로 나타남. 2015년 65.4%에서 2018년도 68.4%로 대부분 60%대의 점유율을 차지하고 있으며 매년 증가 추이를 보임

○ 스위스에 본거지가 있는 네슬레의 글로벌 커피 브랜드인 네스카페는 중국 커피 시장의 선두 주자로 인스턴트커피, 커피음료 등을 판매하고 있으며, 현지인 입맛에 맞춰 개발한 커피로 중국 소비자들의 인기를 얻고 있음



네스카페 인스턴트 커피 | 네스카페 캔커피

□ 카페 및 커피전문점 브랜드에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 것은 스타벅스(Starbucks)로 2015년 점유율 38.7%에서 지속적으로 몸집을 키워 2018년 59.2%를 차지함[85)86)]

○ 2018년을 기준으로 스타벅스에 이어서 맥카페(Mc Cafe)가 6.4% 점유율을 차지하고 있으며, 코스타커피(Costa Cofee)가 3.5%, 커피 박스(Coffee Box)가 3.4%, 루이싱커피(Luckin Coffee)가 2.4%를 차지함. 반면, UBC Cafe의 점유율은 2015년도에 15.7%을 차지하였으나, 지속 감소하여 2018년 점유율은 1.9%을 기록함

85) 中 프랜차이즈 카페 시장동향, KOTRA, 2018.5.11
86) 中 커피 시장동향, KOTRA, 2018.3.28

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 스타벅스(Starbucks)는 중국에 1991년 진출하였고 2017년 기준 매장 수는 약 2,900개 이상에 달함. 많은 수의 고객을 확보하기 위해 대형 매장 형태가 많으며, 카페 및 커피전문점에서 대화하는 중국인의 특성에 맞추어 공공거실 인테리어를 내세우고 벽이나 과도한 인테리어를 없앤 것이 특징임

○ 영국의 다국적 커피회사인 코스타커피(Costa Coffee)는 합작 경영 방식으로 중국에 진출하였고, 2018년 9월 경 '코카콜라'가 인수하였음[87]. 유럽의 귀족적 분위기로 중국 시장을 공략하고 있으며 스타벅스와 마찬가지로 대형매장에 주로 위치하고 있음

○ 홍콩에서 설립된 태평양 커피(Pacific Coffee)는 2010년에 중국 본토에 진출하였으며, 중국 대형 국유 기업 화륜(华润)소속의 프렌차이즈 전문점임. 중국인의 카페라는 이미지로 커피뿐만 아니라 중국 고급 술인 바이주(白酒)를 첨가한 궈주(国酒)커피, 운남 찻잎과 우유로 만든 우롱차라떼 등을 차 및 전통주를 혼합하여 판매하는 것으로 차별화를 둠

[표 6-15] 중국 커피 브랜드 점유율

(단위: 백만달러, %)

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피 (Coffee)	NesCafes(Nestle SA)	Nestle (China) Ltd	65.4	67.7	68.8	68.4
	Kopiko (Mayora Indah Tbk PT)	You Yi Jia(Shanghai)	3.1	2.8	2.5	2.1
	Illy (Illycaffe SpA)	Illycaffe Shanghai Co Ltd	1.1	1.4	1.7	2.1
	Maxwell House (Jacobs Douwe Egberts)	Mondelez China Inc	9.2	4.6	2.9	2.1
	Lavazza (Lavazza SpA, Luigi)	Lavazza China Co ltd	1.0	1.2	1.4	1.6
	Nescafe Dolce Gusto (Nestle SA)	Nestle (China) Ltd	0.2	0.4	0.7	0.8
	Super (Jacobs Douwe Egberts)	Changzhou Super Coffee	-	-	0.6	0.5
	Lisun	Hainan Haikou Lisheng Coffee&Food Co Ltd	0.4	0.4	0.4	0.4
	Mocca	Jiangsu Mocca Food Co Ltd	0.8	0.7	0.5	0.4
	UCC (UCC Holdings Co Ltd)	UCC Ueshima Coffee Co Ltd	0.3	0.3	0.3	0.3
	기타		18.5	20.5	20.2	21.3

87) 코카콜라의 코스타 커피 인수, 중국 커피시장 "삼국지" 시대를 열다, KATI, 2018.9.30

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
합계			100.0	100.0	100.0	100.0
커피바 (Cafes/ Bars)	Starbucks	Starbucks Corp	38.7	46.0	54.9	59.2
	McCafe	McDonald's Corp	5.7	5.9	6.3	6.4
	Costa coffee	Coca-Cola Co, The	-	-	-	3.5
	Coffee Box	Shanghai Lianjuan Business Consulting Co Ltd	0.1	0.3	1.6	3.4
	Luckin Coffee	Luckin Coffee (Beijing) Co Ltd	-	-	-	2.4
	Pacific Coffee	China Resources Enterprise Ltd	2.4	2.5	2.6	2.3
	UBC Cafe	UBC Coffee food Co Ltd	15.7	10.1	5.3	1.9
	C Straits Cafe	Zhejiang Liangan Food	5.3	3.7	2.5	1.8
	Zoo Coffee	Zoo Holdings Group	2.0	1.8	1.8	1.6
	DIO	Suzhou Dio Food Service Management Co Ltd	2.0	1.5	1.0	0.7
	기타		28.1	28.2	24.0	16.8
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

※ Coffe in China, Euromonitor International, 2019.03
※ Cafes/BARS IN China, Euromonitor International, 2019.04

4) 시장 및 소비자 특성

□ 최근 중국 커피 시장에서는 루이싱커피의 성장에 주목하는 것으로 조사됨. 스타벅스와의 경쟁에서 우위를 차지해 커피전문점 시장의 1위를 탈환할지에 대해 세계적으로 이목이 집중되고 있음[88][89][90][91]

○ 루이싱커피는 스타벅스를 벤치마킹한 중국의 커피전문점으로, 2017년 10월 베이징에서 설립되었으며, 2018년 까지 2,000여개의 개점을 오픈하였음. 적자를 보더라도 2021년까지 10,000개의 매장 오픈하겠다는 계획을 밝힘

○ 공격적인 확장 정책으로 할인 쿠폰을 끊임없이 제공하고, 가성비를 따지는 밀레니얼을 공략해 스타벅스보다 저렴한 가격에 커피를 제공함. 더불어, 퀄리티가 낮은 저렴한 커피전문점이라는 포지셔닝이 굳어지지 않도록 질 좋은 물, 스타벅스보다 값비싼 원두 사용과 바리스타를 스카웃하는데 투자를 아끼지 않는 것으로 드러남

88) 루이싱커피, 위키백과
89) 루이싱 커피, 2년 내 매장 10000개 오픈한다, Platum, 2019.5.31.
90) 중국 커피 시장 판이 바뀐다…파란 사슴은 초록 인어를 잡을 수 있을까, 조선닷컴, 2019.8.18
91) 배달서비스로 왕좌탈환 노리는 스타벅스, 지구촌리포트 76호, KATI, 2018.11

○ 스타벅스와 차별점으로 중국의 집단주의를 고려해 모바일 앱을 통해 주문, 결제 서비스를 제공하여, 외국인들이 접근하기 어려운 환경을 마케팅 전략으로 펼치고 있음. 또한, 커피 한 잔을 시키더라도 배달이 가능한 서비스를 제공하고 있는데, 이러한 루이싱커피의 공격적 성장 전략에 업계 1위인 스타벅스의 상당수 고객을 빼앗기기도 함. 스타벅스도 이를 인지하여 '배달 서비스 불가' 방침을 폐지하였으며 중국 최대 규모의 온라인 쇼핑몰 알리바바와 손잡고 온라인 배달 서비스를 제공하기 시작함



루이싱커피

□ 최근 중국의 커피 전문점들은 젊은층을 중심으로 왕홍(网红)가게로 탈바꿈하고 있음. 왕홍은 웨이보, 웨이신과 같은 SNS 상에서 인지도가 높고 인기가 많아 파급력 있는 이들을 말함. 이들의 파급력은 현상이 아닌 왕홍경제라고 불릴 정도임. 이러한 현상을 의식해 커피전문점들이 예쁜 사진을 찍을 수 있는 가게로 변신을 시도하고 있으며 일부는 홍보 효과를 보고 있는 것으로 조사됨[92]

○ 차와 음료의 소비는 여성소비자가 현저히 높음. 더불어, 맛이 좋은 제품과 할인 이벤트에 주목하고 있으며 왕홍을 통한 홍보는 소비자 구매 결정에 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타남[93]

○ 사천대학교 상하원 옌진지앙 교수는 커피전문점에서 사진을 찍을 수 있는 포토존을 마련해 놓는 것은 영업모델의 변화로 커피전문점이 커피를 파는 장소에서 고객이 체험하는 장소로의 변화로 분석하였음

□ 현재 중국 커피 시장은 성장 초기 단계이나 한국, 일본 등의 아시아 국가와 마찬가지로 중국의 커피 소비도 인스턴트커피에서 RTD커피, 원두 커피 순으로 시장이 성장할 것으로 보임[94]

92) 중국 커피숍들의 변신, 대부분의 고객들은 커피를 마시러 오는 것이 아니라..., KATI, 2018.7.4
93) 中 중국 음료시장 여성소비자 잡아야, KATI, 2018.12.24
94) 중국 커피 시장동향, KOTRA, 2018.8.27

○ 최근 커피 소비량이 증가하면서 원두커피, 핸드드립 등 고급커피에 대한 수요가 증가하고 있음. KOTRA는 2019년 개최된 '중국 국제 커피전시회' 에서 과일맛 또는 꽃향기가 첨가된 원두, 핸드드립용 제품의 대거 등장 등을 통해 중국의 커피 소비수요가 고급화되는 것으로 분석함[95]

○ CBNData의 조사에 따르면 드립커피, 콜드브루 커피 등의 고급커피에 대한 수요가 증가하는 것으로 밝혀짐. 스타벅스가 2015년 8월 경 '리저브 바' 를 통해 콜드브루 커피를 선보였고 뜨거운 반응을 얻자 일부 중국 커피 제조업체들도 스틱형 커피 또는 원액 등의 콜드브루 제품을 출시하여 온라인 스토어에 판매하기 시작함[96]

○ 더불어, 스페셜티에 대한 커피 수요가 증가하고 있는 것으로 조사되었는데, 스타벅스는 2014년 대도시 중심으로 프리미엄 커피전문점인 '리저브 바' 를 선보인 이래로 2019년 9월 기준으로 약 200개의 매장을 개점하였음

○ 스페셜티의 인기에 스페셜티 커피전문점인 SeeSaw Coffee도 가세하여 상하이, 베이징 등 도시 중심으로 20여 개의 매장을 개점하였으며, GREYBOX COFFEE(灰盒子咖啡)도 2016년 첫 선을 보였고 2019년까지 50개소의 매장으로 늘릴 계획으로 알려짐

□ 원두커피 소비 문화가 습관처럼 자리잡자 가격적 부담을 느끼는 소비자들도 있는 것으로 드러남. 이러한 상황에 편의점커피가 저렴한 가격으로 인기를 끌고 있음[97]

○ 중국 커피전문점의 커피 가격대는 약 20~30위안(약 3,500~5,000원) 정도이나 편의점에서 판매하는 커피는 약 8~12위안(약 1,400~2,000원)으로 커피숍의 절반 이상 저렴한 것으로 조사됨

○ 중국의 편의점인 C-store를 시작으로 LAWSON, Family Mart 등에서 원두커피를 판매하기 시작하였으며, Family Mart의 경우, 상하이 일부 매장에선 하루 300잔 이상의 커피를 판매하는 것으로 드러남

95) 2019 中커피전시회에서 본 커피시장 트렌드, KOTRA, 2019.9.10
96) 중국 커피 소비, 이제는 '질적 추구', KOTRA, 2019.9.10
97) 중국 커피시장에 부는 새로운 바람, 지구촌리포트_68호, KATI, 2018.7.27

4. 프랑스의 커피 시장

1) 시장 규모

□ 프랑스 커피 시장 규모는 2018년 기준 71.8억 달러로 2014년 78.2억 달러 대비 8.2% 감소하였음. 2014년 대비 2015년에 큰 감소세가 있었으며 이후 점차 회복하는 모습을 보이고 있음

□ 2018년 프랑스 커피 시장에서 분쇄원두가 55.9%로 가장 많은 비중을 차지하고 있음. 이어서 원두(18.6%), 인스턴트커피(15.5%), 커피음료(9.9%) 순임

○ 인스턴트커피가 11.5% 감소율로 가장 축소폭이 크며, 이어서 분쇄원두(-9.5%), 원두(-8.9%)순으로 감소하였음. 대부분의 품목은 정체 혹은 감소 추세를 나타내고 있으나, 시장 규모가 가장 작은 커피음료 시장은 증가세를 나타냄

[표 6-16] 프랑스 커피 시장 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Coffee Beans)	1,468.1 (18.8)	1,233.9 (18.9)	1,234.4 (18.8)	1,264.4 (18.7)	1,337.4 (18.6)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	4,435.0 (56.7)	3,723.0 (56.9)	3,720.0 (56.6)	3,807.0 (56.4)	4,014.0 (55.9)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,260.0 (16.1)	1,051.0 (16.1)	1,043.00 (15.9)	1,061.0 (15.7)	1,115.0 (15.5)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	657.2 (8.4)	537.8 (8.2)	571.6 (8.7)	619.6 (9.2)	711.2 (9.9)
합계	7,820.4	6,545.7	6,569.0	6,752.0	7,177.5

※ Global Market Data, Canadean intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

□ 2019년 시장 규모는 66.5억 달러로 2018년 대비 7.3% 감소할 것으로 예상되나 가장 높은 시장점유율을 보유하고 있는 분쇄원두는 2016년 37.2억 달러 대비 2020년 41.5억 달러로 11.6% 증가할 것으로 예상됨. 원두와 인스턴트커피도 같은 기간 비슷한 성장률이 예상됨

○ 커피음료는 2011년 이후로 꾸준히 증가 추세를 보여 2016년 대비 2020년에 56.1%의 성장이 전망됨

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-17] 프랑스 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Coffee Beans)	1,363.7 (20.5)	1,386.9 (20.5)	1,404.3 (20.6)	1,423.2 (20.6)	1,449.5 (20.6)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	4,087.0 (61.4)	4,150.0 (61.4)	4,195.0 (61.4)	4,245.0 (61.4)	4,323.0 (61.4)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,129.0 (17.0)	1,141.0 (16.9)	1,148.0 (16.8)	1,156.0 (16.7)	1,176.0 (16.7)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	73.8 (1.1)	79.1 (1.2)	84.8 (1.2)	90.1 (1.3)	95.8 (1.4)
합계	6,653.5	6,757.0	6,832.1	6,914.4	7,044.4

※ Global Market Data, Canadean intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 카페 및 커피전문점 판매 규모

□ 프랑스에서 카페는 주로 독립카페 형태로 운영되며, 커피전문점은 체인 형태로 운영됨. 프랑스 카페 및 커피전문점 시장 규모는 2014년 37.7억 달러에서 2018년 34.4억 달러로 8.7% 감소하였음

○ 치열한 경쟁과 연료, 담배 등의 세금 인상 등으로 인한 경제활동 위축이 커피 및 커피전문점의 매출 감소를 가져온 것으로 보임. 더불어, 편의점, 전통 식료품 채널의 경쟁력 강화, 홈카페족 증가 등에 영향을 받으며 카페 및 커피전문점 시장 규모가 감소세를 나타내는 것으로 보임

○ 2018년 기준으로 전체 매출 규모 중 독립카페가 89.0%를 차지하고 있으며, 체인 커피 전문점은 11.0%를 비중으로 나타남. 독립카페의 경우 매출 규모가 2018년 30.6억 달러로 2014년 대비 12.9% 감소하였음. 반면, 체인 커피전문점은 규모는 작으나 증가세를 보이며 같은 기간 49.2% 상승하여 2018년 3.8억 달러를 기록함

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-18] 프랑스 카페 및 커피전문점 매출 규모

(단위: 백만달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
독립카페 (Independent Cafes)	3,517.3 (93.3)	3,376.6 (92.1)	3,258.4 (90.8)	3,170.4 (89.8)	3,062.7 (89.0)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	254.5 (6.7)	289.1 (7.9)	330.6 (9.2)	359.4 (10.2)	379.6 (11.0)
합계	3,771.8	3,665.8	3,589.0	3,529.8	3,442.3

※ Cafes/BARS IN FRANCE, Euromonitor International, 2019.04
※ 1유로=1.11달러(2015년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

□ 현 상황과 마찬가지로 카페 및 커피전문점의 매출 규모는 감소세를 나타낼 것으로 보임. 2019년 33.6억 달러에서 2023년 31.5억 달러로 매출 규모가 축소할 것으로 전망됨

○ 2019년 독립카페는 29.7억 달러로 2018년 대비 3.1% 감소할 것으로 예상되며, 이후 감소세가 이어져 2023년에 27.1억 달러 규모에 그칠 것으로 보임

○ 반면, 체인 커피전문점의 경우 2019년 약 4억 달러에서 지속 증가하여 2023년 4.4억 달러를 기록할 것으로 전망됨

[표 6-19] 프랑스 카페 및 커피전문점 매출 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
독립카페 (Independent Cafes)	2,967.7 (88.2)	2,899.5 (87.6)	2,838.5 (87.0)	2,767.7 (86.4)	2,712.3 (86.0)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	396.6 (11.8)	411.4 (12.4)	423.7 (13.0)	433.8 (13.6)	442.1 (14.0)
합계	3,364.4	3,310.9	3,262.2	3,201.5	3,154.4

※ Cafes/BARS IN FRANCE, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=1.1811달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

3) 주요 제조사 및 브랜드

□ 상위 10개의 커피 브랜드의 점유율은 2015년 57.9 %에서 2018년 75.9%로 점점 비중이 증가하는 추세로 나타남

○ 2018년 기준으로 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 브랜드는 Nespresso(19.4%)이며, 이어서 Carte Noire(14%)로 나타났으나, 두 제조사 모두 점유율이 감소 추이로 나타남.

○ 반면, Douwe Egberts France SA사의 L'Or Espresso의 점유율은 2014년 4.2%에서 2018년 8.2%로 시장 점유율을 확대해 나가는 추세임. L'Or Espresso는 프랑스에서 고품질의 원두를 즐기고자 하는 홈카페족을 타겟으로 만들어진 브랜드로 분쇄원두, 인스턴트커피, 캡슐커피 등의 제품을 판매하고 있음. 더불어, 캡슐커피의 경우, 싱글샷(Single Shot) 또는 더블샷(Double Shot)의 형태로 즐길 수 있는 것이 특징임


L'Or Espresso
Single Shot


L'Or Espresso
Double Shot

□ 상위 10개의 커피바 점유율은 2018년 97.9%로 대부분의 판매 비중을 차지하고 있으며, 2014년 대비 2.9% 증가하였음

○ 프랑스에서 가장 시장 점유율이 높은 브랜드는 영국식 펍&커피전문점인 Au Bureau이며 4년 사이 약간의 등락폭이 있으나 2016년부터 증가세를 띠며 2018년도 33.5%를 기록함. 이어서 Starbucks(27%), Columbus Cafe(14%) 순으로 높은 시장 점유율을 보이고 있음. 해당 세 브랜드의 시장 점유율이 2014년 대비 계속하여 증가하는 추세로 2018년 74.5%를 기록하였음

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-20] 프랑스 커피 브랜드 점유율

(단위: %)

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피 (Coffee)	Nespresso (Nestle SA)	Nestle France SA	20.6	20.2	20.0	19.4
	Carte Noire (Lavazza SpA, Luigi)	Lavazza France Sarl	-	15.1	14.6	14.0
	L'Or Espresso (Jacobs Douwe Egberts)	Douwe Egberts France SA	4.2	4.7	6.4	8.2
	Senseo (Jacobs Douwe Egberts)	Douwe Egberts France SA	7.8	8.3	8.4	8.1
	Nescafe (Nestle SA)	Nestle France SA	7.7	7.4	7.4	6.7
	Nescafe Dolce Gusto (Nestle SA)	Nestle France SA	5.4	5.9	6.2	6.3
	Tassimo (Jacobs Douwe Egberts)	Mondelez France SAS	4.8	5.0	5.1	4.9
	Maison du Cafe (Jacobs Douwe Egberts)	Douwe Egberts France SA	5.1	4.8	4.4	4.1
	Cafe Royal (Migros Genossenschaftsbund eG)	Mifroma France SA	0.5	1.2	2.1	2.3
	Leclerc (Private Label)	Galec – Centre Distributeur Edouard Leclerc	1.8	1.8	1.8	1.9
	기타		42.1	25.6	23.6	24.1
합계			100.0	100.0	100.0	100.0
커피바 (Cafes/ Bars)	Au Bureau	Groupe Bertrand CHR	30.4	29.2	31.1	33.5
	Starbucks	Starbucks Corp	25.0	25.4	26.0	27.0
	Columbus Cafe	Colombus Developpement, Sarl	12.3	14.0	14.3	14.0
	McCafe	McDonald's Corp	8.3	7.8	7.4	7.1
	Frogpubs	Frogpubs SAS	4.0	4.2	4.0	4.1
	Illy	Illycaffe SpA	4.5	4.0	2.7	3.0
	French Coffee Shop	Societe French Coffee Shop SARL	2.9	2.6	3.0	2.5
	Au Fût et à Mesure	AFEM Sarl	1.6	1.7	2.0	2.5
	Cafe Leffe	Groupe Bertrand CHR	3.8	3.6	3.4	2.3
	Segafredo	Massimo Zanetti Beverage Group SpA	2.3	2.1	1.9	1.9
	기타		4.9	5.4	4.2	2.1
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

※ COFFEE IN FRANCE, Euromonitor International, 2019.3
Cafes/BARS IN FRANCE, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=1.1811달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

4) 시장 및 소비자 특성[98][99]

□ 노천카페가 발달되어 있는 프랑스 커피전문점 위주의 시장에 최근 브런치나 베이커리류 등을 판매하는 미국식 커피전문점이 등장하고 있는 추세임

○ 프랑스는 건물 밖에 테이블과 의자 등을 놓고 차나 음료를 마실 수 있는 노천카페가 발달되어 있는 국가로 어느 거리를 가도 테라스 카페를 쉽게 접할 수 있음. 이러한 노천카페 문화는 과거 철학자들과 작가들을 결집시키는 토론의 장 역할을 함

○ 파리의 노천카페 레 드 마고(Les Deux Magots)는 프랑스 작가이자 철학자인 시몬 드 보부아르(Simon de Beauvoir), 큐비즘 작가인 피카소(Pablo Picasso)가 즐겨 찾았던 곳이며, 카페 드 플로르(Cafe de Flore)는 작가이자 철학자인 장폴 사르트르(Jean Paul Sartre)가 찾았던 카페로 유명함


Les Deux Magots



Cafe de Flore

○ 최근 파리에 브런치나 베이커리류를 판매하는 미국식 카페가 들어서고 있는 추세임. 프랑스의 커피전문점 문화는 뜨거운 커피를 음용하고, 오래 앉아서 공부나 일을 하는 문화보다는 커피와 대화를 즐기는 문화였음. 그러나 영미권 카페로 인해 아이스 커피를 접할 수 있게 되었으며, 원두까지 직접 선택 가능해짐. 또한, 장시간 앉아서 노트북을 사용하는 소비자층이 증가하고 있음

□ 프랑스인들은 에스프레소를 즐겨 마시며, 집에서 커피를 즐길 때 원두 및 가루커피를 이용해 마시는 경우가 대부분이었으나 몇 년 전부터 전체 가정의 60%는 캡슐커피 머신을 보유할 정도로 캡슐커피 소비가 활발해짐

○ 네스프레소(Nespresso), 센세오(Senseo), 타씨모(Tassimo) 순으로 소비가 많으며, 네스프레소가 아닌 타사 캡슐제품도 네스프레소 기계에 호환이 가능하도록 출시됨. 스타벅스에서도 현지인의 취향에 맞도록 캡슐커피를 선보임

98) 프랑스 커피산업 동향, KOTRA, 2019.6.12
99) 프랑스에 이는 캡슐커피 붐, KOTRA, 2016.11.11

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.


Nespresso



Senseo



Tassimo


Starbucks

□ 그러나 환경 문제로 인해 캡슐커피(포드) 용기에 대한 우려의 목소리가 높아지는 것으로 조사됨. 참고로 프랑스는 환경 회복을 위해 2017년 7월부터 일부 일회용 플라스틱 품목에 대해 판매금지를 발표한 바 있음[100]

○ 프랑스의 소비 전문 매거진 LSA의 실비 라바브르(Sylvie Lavabre)는 "소비자들의 요구, 세계적인 경쟁, 기후 변화에 따라 식품산업은 지속 가능한 발전과 재활용 방안 등 생산 프로세스 향상을 위한 방법을 모색 중이다." 라고 밝힘

○ 2014년에 시작된 메탈 프로젝트(le Projet Metal)는 재활용 센터들이 알루미늄과 철로 된 작은 포장용기들을 효과적으로 재활용할 수 있도록 도움. 네스프레소에 이어 도위 에그버트 또한 이 프로젝트에 투자하고 있음.

○ 업계에서도 캡슐커피의 용기를 친환경적으로 교체하는 움직임을 보이고 있는데 네스프레소의 경우 재활용 정책으로 소비자가 사용한 커피를 네스프레소 부티크에 가져가면 내용물과 플라스틱을 분리하고 있으며, Cafes Meo와 San Marc 등 일부 브랜드에서는 비료로 사용할 수 있는 친환경 캡슐을 사용하고 있음

100) 일회용 플라스틱 지고 친환경 제품 뜬다, 지구촌리포트_66호, 2018.6.25

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

5. 독일의 커피 시장[101]

1) 시장 규모

□ 독일의 커피 시장은 2015년에 감소세였으나, 다시 회복세로 들어서면서 2018년 시장 규모가 79.7억 달러로 나타남. 그러나 이는 2014년과 비교하였을 때 6.1% 감소한 규모임

○ 2018년 기준으로 독일 커피 시장에서 품목 중 분쇄원두(58.5%)가 가장 큰 규모를 차지하였으며, 이어서 인스턴트커피(18.6%), 원두(14%), 커피음료(8.9%) 순으로 나타남

○ 품목별로 살펴보면, 커피음료의 경우 2014년 대비 2018년 8.2% 성장률을 보임. 카페인이 첨가된 콜라와 같은 청량음료 등의 소비가 감소하면서 RTD커피로 소비가 이동하는 것으로 분석됨

○ 인스턴트커피(-9.1%), 원두(-7.5%), 분쇄원두(-6.6%) 품목은 감소한 것으로 나타남

[표 6-21] 독일 커피 시장 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Coffee Beans)	1,204.3 (14.2)	1,015.4 (14.2)	1,019.7 (14.1)	1,047.4 (14.0)	1,114.2 (14.0)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	4,989.0 (58.8)	4,217.0 (59.0)	4,251.0 (58.9)	4,387.0 (58.8)	4,658.0 (58.5)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,633.0 (19.2)	1,372.0 (19.2)	1,372.00 (19.0)	1,406.0 (18.8)	1,484.0 (18.6)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	657.2 (7.7)	537.8 (7.5)	571.6 (7.9)	619.6 (8.3)	711.2 (8.9)
합계	8,483.6	7,142.2	7,214.3	7,460.0	7,967.3

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

101) COFFEE IN GERMANY, Euromonitor International, 2019.3

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 독일 커피 시장은 지속적으로 회복세를 보여, 2019년 81.9억 달러의 규모에서 2023년 89.8억 달러의 규모로 성장할 것으로 전망됨

○ 품목 중, 커피음료가 2018년 대비 2023년 39.2% 증가율로 가장 크게 성장할 것으로 보이며, 이어서 분쇄원두(11.5%), 원두(11.3%), 인스턴트커피(4.8%)순으로 증가율을 보일 것으로 예상됨

[표 6-22] 독일 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Coffee Beans)	1,139.2 (13.9)	1,164.4 (13.9)	1,187.2 (13.8)	1,211.0 (13.8)	1,239.8 (13.8)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	4,767.0 (58.2)	4,879.0 (58.1)	4,975.0 (58.0)	5,074.0 (57.9)	5,194.0 (57.8)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,502.0 (18.3)	1,518.0 (18.1)	1,529.0 (17.8)	1,540.0 (17.6)	1,555.0 (17.3)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	779.6 (9.5)	843.0 (10.0)	888.7 (10.4)	934.8 (10.7)	990.3 (11.0)
합계	8,187.9	8,404.4	8,579.8	8,759.7	8,979.1

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 카페 및 커피전문점 판매 규모

□ 카페 및 커피전문점의 매출 규모는 5년 간 꾸준히 증가하였음. 2014년 약 32억 달러에서 지속 성장하여 2018년 35.2억 달러를 기록할 것으로 보임

○ 독일의 경우, 2018년 커피전문점(26.7%)의 규모보다 식사가 함께 가능한 카페(73.3%)의 규모가 큰 것으로 나타남. 그러나 카페는 2014년 74.1%에서 2018년 73.3%로 점유율이 다소 감소하였고, 커피전문점은 25.9%에서 26.7%로 점유율이 상승하였음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-23] 독일 카페 및 커피전문점 매출 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
카페 (Cafes)	2,371.3 (74.1)	2,428.0 (74.1)	2,473.5 (73.6)	2,523.9 (73.5)	2,583.1 (73.3)
체인카페 (Chained Cafes)	353.4 (11.0)	374.2 (11.4)	386.8 (11.5)	396.5 (11.5)	405.6 (11.5)
독립카페 (Independent Cafes)	2,017.9 (63.1)	2,053.8 (62.7)	2,086.8 (62.1)	2,127.4 (62.0)	2,177.4 (61.8)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	826.9 (25.9)	847.1 (25.9)	888.9 (26.4)	910.0 (26.5)	941.7 (26.7)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	722.4 (22.6)	740.2 (22.6)	779.4 (23.2)	797.6 (23.2)	825.1 (23.4)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	104.5 (3.3)	106.8 (3.3)	109.5 (3.3)	112.4 (3.3)	116.6 (3.3)
합계	3,198.2	3,275.1	3,362.4	3,433.9	3,524.8

※ Cafes/BARS IN GERMANY, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=1.1811달러(2015년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

□ 카페 및 커피 전문점 시장 규모는 2019년 35.6억 달러에서 2023년 36.5억 달러로 2.6% 성장률을 보일 것으로 전망됨

○ 커피전문점의 시장 규모는 2019년 9.5억 달러에서 2023년 9.9억으로 4% 성장할 것으로 예상되며, 같은 기간 카페의 경우, 26.1억 달러에서 2023년 26.6억 달러가 될 것으로 보임

[표 6-24] 독일 카페 및 커피전문점 매출 전망

(단위: 백만달러 , %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
카페 (Cafes)	2,606.5 (73.2)	2,624.8 (73.1)	2,640.6 (73.0)	2,652.5 (72.9)	2,661.5 (72.8)
체인카페 (Chained Cafes)	410.1 (11.5)	413.7 (11.5)	416.7 (11.5)	419.1 (11.5)	421.2 (11.5)
독립카페 (Independent Cafes)	2,196 (61.7)	2,211 (61.6)	2,224 (61.5)	2,233 (61.4)	2,240 (61.3)

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

구분	2019	2020	2021	2022	2023
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	954.9 (26.8)	966.8 (26.9)	976.9 (27.0)	986.1 (27.1)	993.1 (27.2)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	836.6 (23.5)	846.7 (23.6)	855.4 (23.6)	863.4 (23.7)	869.5 (23.8)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	118.5 (3.3)	120.1 (3.3)	121.5 (3.4)	122.7 (3.4)	123.7 (3.4)
합계	3,561.4	3,591.6	3,617.5	3,638.6	3,654.6

※ Cafes/BARS IN GERMANY, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=1.1811달러(2015년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

3) 주요 제조사 및 브랜드

□ 2018년 커피 시장에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 브랜드는 Jacobs로 16%의 점유율을 차지하고 있음. 이어서 Melitta(7.7%), Dallmayr(6.8%), Tchibo(5.3)순으로 나타남

○ Jacobs는 커피류 내의 점유율로 2015년 13.8%에서 2018년 16%로 증가세를 보이며 1위 자리를 굳힘. 해당 브랜드를 소유하고 있는 Mondelez International Inc는 Jacobs 뿐만 아니라 Tassimo 등도 좋은 성적을 거두며 점유율이 상승하였음. 2012년에 미국을 거점으로 설립된 다국적 식음료 제조회사로 2015년 7월에 D.E Master Blenders 1753 B.V와 협력하여 브랜드 'JACOBS DOUWE EGBERTS(JDE)' 를 런칭한 후에 커피 사업을 진행함. 인스터트커피, 원두커피 파우더 등의 제품을 프랑스, 독일, 영국, 러시아 등으로 수출하고 있음[102)]

○ Melitta의 점유율은 2015년 8.3%에서 2018년 7.7%로 감소세를 보이고 있음. Melitta Group은 1908년에 설립되어 찻잔과 블로팅 페이퍼(blotting paper, 흡묵지)를 생산하는 제조업체로 세계에서 처음으로 커피 필터(Coffee filter)를 만들어 판매함. 이후 커피와 차 관련 제품에 기업 브랜드명을 붙여 판매하였으며, 식료품 분야로 진출하여 시장 규모를 점차 확대해 나가고 있음[103)]

□ 카페 및 커피전문점에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 브랜드는 McCafe(18%)이며, 이어서 Starbucks(14%), Alex(9.7%) 순으로 나타남

102) Mondolez International 홈페이지
103) Melitta Group 홈페이지

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ McCafe의 시장 점유율은 2018년 18% 수준으로 나타났으며, 1위 브랜드 자리를 굳히고 있음. 반면, Starbucks는 2015년 15.2%에서 2018년 14%로 점차 감소세를 나타냄

[표 6-25] 독일 커피 브랜드 점유율

(단위: %)

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피 (Coffee)	Jacobs (Jacobs Douwe Egberts)	Mondelez Deutschland GmbH	13.8	14.1	15.8	16.0
	Melitta (Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG)	Melitta Kaffee GmbH	8.3	8.2	8.0	7.7
	Dallmayr	Alois Dallmayr OHG	7.4	7.1	7.0	6.8
	Tchibo	Tchibo GmbH	6.8	5.7	5.5	5.3
	Eduscho	Tchibo GmbH	4.2	4.1	3.9	3.8
	Lavazza (Lavazza SpA, Luigi)	Lavazza Deutschland GmbH	3.1	3.3	3.5	3.6
	Belmont / Kena (Private Label)	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	3.5	3.5	3.4	3.4
	Nespresso (Nestle SA)	Nestle Deutschland AG	3.3	3.4	3.4	3.4
	Amaroy / Markus (Private Label)	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	3.9	3.7	3.6	3.3
	Nescafe Dolce Gusto (Nestle SA)	Nestle Deutschland AG	3.0	3.1	3.2	3.2
	기타		42.7	43.8	42.7	43.5
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피바 (Cafes/ Bars)	McCafe	McDonald's Corp	18.1	17.9	18.2	18.0
	Starbucks	Starbucks Corp	15.2	14.8	14.6	14.0
	Alex	Mitchells & Butlers Plc	9.1	9.2	9.6	9.7
	Cafe & Bar Celona	Wefers Gastronomie-Holding GmbH	6.5	6.5	7.2	7.3
	Cafe Extrablatt	CE Franchise GmbH	6.7	6.9	7.1	7.2
	Coffee Fellows	Coffee Fellows GmbH & Co KG	3.2	5.4	6.2	7.2
	Tchibo	Tchibo GmbH	3.8	3.6	3.6	3.6
	Segafredo	Massimo Zanetti Beverage Group SpA	2.8	2.8	2.8	2.8
	Schweinske	Schweinske Franchise Management GmbH	2.8	2.7	2.8	2.7
	Balzac Coffee	Espresso House Group AB	-	-	-	2.0
	기타		31.8	30.2	27.9	25.5
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

※ COFFEE IN GERMANY, Euromonitor International, 2019.3
Cafes/BARS IN GERMANY, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=1.1811달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

4) 시장 및 소비자 특성[104][105][106]

□ 독일에서 고품질의 원두를 사용한 프리미엄 커피에 대한 소구가 높아지고 있음. 커피 애호가들을 중심으로 고품질의 원두를 높은 가격에도 불구하고 기꺼이 돈을 지불하는 것으로 나타남. 프리미엄 제품을 소구함에 따라 개인의 소형 로스터리 숍도 들어서는 추세로 보임

○ 독일 소비자들은 커피에 품질, 원산지도 중요하지만 재배 환경과 근로조건에도 관심이 있음. 알고 싶은 정보가 제품 포장에 담겨 있어야 하고 적절하고 읽기 편해야 함. 경작, 생산, 품질 관리 및 수익 분배 등에 대해서도 많은 정보를 얻고 싶어하는 것으로 조사됨

□ 브루(brew) 커피의 수요는 증가하였으며, 특히, 더운 여름철에 인기가 좋은 것으로 나타남. 독일 소비자 중 약 27%가 콜드브루에 관심이 있는 것으로 조사되었음. 더불어, 이러한 관심이 RTD커피의 수요에 영향을 주는 것으로 나타남

○ 그러나, 콜드브루는 아직 틈새 시장으로 판단되는 것으로 보임. 콜드브루 커피는 주로 독일 젊은층 사이에서 음용되고 있으나, 해당 연령은 전체 커피 음료에 대한 소비가 가장 적은 그룹임. 민텔 조사에 의하면 16~24세 소비자 10명 중 3명은 커피를 전혀 마시지 않는다고 응답함

□ 독일에서 콜드브루 시장은 아직 틈새 시장이나 다양한 스타트업 기업이 콜드브루 커피 시장에 참여하고 있는 것으로 드러남

○ 콜드 브루 회사인 Philosoffee는 2017년도부터 커피 시장에 진출하였으며, 400개의 유기농 슈퍼마켓과 200개의 카페에 납품하고 있음. 100% 스페셜티로 만들어진 것이 특징임

○ Karacho는 2016년에 시작하여, 콜드브루 커피를 1,900개의 체인형 소매점인 DM Store와 Rossmann에 납품하고 있음. 창업 이후 지금까지 하나에 2유로 가격의 콜드브루를 100만 개 판매한 것으로 알려짐

104) Die neuesten Kaffee-Trends 2018, Roastmarket, 2017.10.03
105) GERMANY' S LOVE OF COFFEE CONTINUES TO BREW: COFFEE MAKES 60% OF GERMANS HAPPIER, MINTEL, 2017.7.18
106) Cold Brew coffee is a new niche for German startups, TheStartupFounder, 2019.3.12



Philosoffee | Karacho

□ 독일에서는 친환경에 대한 높은 의식으로 플라스틱 제품 대신 친환경 포장재 사용이 중요해지고 있음. 2016년 독일 함부르크시는 환경오염과 자원 낭비를 막기 위해 캡슐커피 등을 시 예산으로 구매하는 것을 금지함. 최근 제품 포장지의 활용 및 생물분해 가능 여부 등 특성을 명시하는 추세임[107][108]

107) 변화하는 독일 식품산업 트렌드, KOTRA, 2019.1.26
108) 캡슐 커피 환경오염 논란.. 독일 함부르크 시 '구매금지' 결정, 연합뉴스, 2016.2.22

6. 브라질의 커피 시장

1) 시장 규모

□ 브라질은 커피 생산국이자 세계 다섯 손가락안에 꼽히는 소비국이기도 함. 2018년 기준 브라질의 커피 시장은 2015년까지 하락세를 보였다가, 이후 증가세를 보여 2018년 66.1억 달러로 회복하였음

○ 2018년 브라질 커피 시장에서 가장 큰 규모를 차지하고 있는 품목은 분쇄원두(75.6%)이며, 이어서 인스턴트커피(16.5%), 원두(7.9%)순임

○ 2014년 대비 2018년 인스턴트커피는 1.7% 증가하였고, 원두는 0.6% 증가한 반면, 분쇄 원두는 0.4% 감소하였음. 커피음료의 경우 2018년 1.9백만 달러 시장으로 가장 작은 시장으로 나타났으나 매년 성장추이를 보이고 있음

[표 6-26] 브라질 커피 시장 규모

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Coffee Beans)	516.6 (7.8)	401.7 (7.8)	420.8 (7.8)	502.2 (7.8)	519.6 (7.9)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	5,019.0 (75.9)	3,924.0 (75.9)	4,071.0 (75.7)	4,864.0 (75.7)	5,000.0 (75.6)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,073.3 (16.2)	843.7 (16.3)	880.93 (16.4)	1,057.3 (16.5)	1,091.1 (16.5)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	0.8 (0.0)	1.6 (0.0)	1.7 (0.0)	2.0 (0.0)	1.9 (0.0)
합계	6,609.8	5,170.9	5,374.4	6,425.5	6,612.7

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

□ 향후 브라질 커피 시장은 2019년 68.5억 달러일 것으로 예상되며, 5년 동안 13.1% 증가하여 2023년 77.4억 달러의 규모를 기록할 것으로 전망됨

○ 품목별로 살펴보면, 원두는 2019년에서 2023년 까지 15.7% 증가할 것으로 보이며, 이어서 인스턴트커피(15.6%), 분쇄원두(12.3%), 커피음료(10.0%) 순으로 성장할 것으로 보임

[표 6-27] 브라질 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Coffee Beans)	538.8 (7.9)	558.7 (7.9)	580.0 (8.0)	602.7 (8.0)	623.6 (8.1)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	5,172.0 (75.6)	5,346.0 (75.5)	5,488.0 (75.3)	5,663.0 (75.2)	5,806.0 (75.0)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	1,132.9 (16.5)	1,177.6 (16.6)	1,221.0 (16.7)	1,267.5 (16.8)	1,309.2 (16.9)
커피음료 (Iced/RTD Coffee Drinks)	2.0 (0.0)	2.1 (0.0)	2.1 (0.0)	2.1 (0.0)	2.2 (0.0)
합계	6,845.7	7,084.4	7,291.1	7,535.3	7,741.1

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 카페 및 커피전문점 판매 규모

□ 카페 및 커피전문점 시장 규모는 2014년 27.1억 달러에서 2018년 31.1억 달러로 14.7% 증가함. 2018년 기준 카페가 91%, 커피전문점이 9%로 카페의 점유율이 높은 상황임

○ 2018년 채널별로 살펴보면, 카페 채널에서 독립카페의 채널이 점유율 87.8%로 가장 큰 것으로 나타남. 5년 간 카페 및 커피전문점의 매출 규모가 전체적으로 증가하였으나, 두드러지게 성장한 채널은 없는 것으로 보임

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-28] 브라질 카페 및 커피전문점 매출 규모[109]

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
카페 (Cafes)	2,462.2 (90.9)	2,682.5 (91.2)	2,730.8 (91.2)	2,788.7 (91.0)	2,825.6 (91.0)
체인카페 (Chained Cafes)	91.2 (3.4)	100.7 (3.4)	100.2 (3.3)	97.6 (3.2)	96.9 (3.1)
독립카페 (Independent Cafes)	2,371.0 (87.6)	2,581.8 (87.8)	2,630.6 (87.9)	2,691.1 (87.8)	2,728.7 (87.8)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	246.0 (9.1)	257.3 (8.8)	263.6 (8.8)	274.6 (9.0)	280.7 (9.0)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	230.2 (8.5)	239.0 (8.1)	243.0 (8.1)	252.7 (8.2)	257.1 (8.3)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	15.8 (0.6)	18.3 (0.6)	20.6 (0.7)	21.9 (0.7)	23.6 (0.8)
합계	2,708.1	2,939.8	2,994.3	3,063.3	3,106.3

※ Cafes/BARS IN Brazil, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=0.2758달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

□ 카페 및 커피 전문점 시장 규모는 2019년 30.7억 달러에서 2023년 34.7억 달러로 13% 증가할 것으로 전망됨

○ 카페의 시장 규모는 2019년 27.8억 달러에서 2023년 31.2억 달러로 12.1% 증가하여 89.9% 수준의 점유율을 보일 것으로 예상됨. 커피전문점의 2019년 점유율은 9.4%로 시장 규모가 2.9억 달러 수준이나 이후 약 22% 증가하여 3.5억 달러의 규모가 될 것으로 전망됨

○ 가장 높은 성장률이 기대되는 채널은 체인형태의 커피전문점으로 2019년 8.6%의 점유율에서 2023년 9.3%를 기록할 것으로 보임

109) Cafes/BARS IN Brazil, Euromonitor International, 2016.05

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-29] 브라질 카페 및 커피전문점 매출 전망

(단위: 백만달러 , %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
카페 (Cafes)	2,783 (90.6)	2,830 (90.5)	2,910 (90.3)	3,001 (90.1)	3,119 (89.9)
체인카페 (Chained Cafes)	95.6 (3.1)	94.7 (3.0)	95.8 (3.0)	98.5 (3.0)	104.1 (3.0)
독립카페 (Independent Cafes)	2,688 (87.5)	2,736 (87.4)	2,815 (87.4)	2,902 (87.1)	3,015 (86.9)
커피 전문점 (Specialist Coffee Shops)	288.0 (9.4)	298.3 (9.5)	311.0 (9.7)	330.6 (9.9)	351.3 (10.1)
체인 커피 전문점 (Chained Specialist Coffee Shops)	263.3 (8.6)	272.5 (8.7)	284.2 (8.8)	302.7 (9.1)	322.0 (9.3)
독립 커피 전문점 (Independent Specialist Coffee Shops)	24.7 (0.8)	25.8 (0.8)	26.8 (0.8)	27.9 (0.8)	29.3 (0.8)
합계	3,071.4	3,128.6	3,221.5	3,331.1	3,470.5

※ Cafes/BARS IN Brazil, Euromonitor International, 2019.4
※ 1유로=0.2758달러(2018년 평균 환율 기준, KEB하나은행)

3) 주요 제조사 및 브랜드[110]

□ 2018년 가장 많은 점유율을 차지하고 있는 브랜드는 3 Coracoes로 시장 점유율 10.7%를 기록함. 이어서 Pilao(8.5%), Nespress(7.5%) 순으로 나타남. 해당 브랜드를 포함한 상위 10개의 브랜드가 브라질 커피 시장에서 지속적으로 규모를 키워왔으며 2018년 57.7%를 차지하는 것으로 나타남

○ 3 Coracoes사는 브라질 커피 시장의 1위 제조사로 프리미엄에서 이코노미 시장을 아우르는 다양한 포트폴리오를 보유하고 있음. 최근 캡슐커피 제품으로 Regioes do Mundo와 Safra Especial 에디션을 출시하여 프리미엄 시장을 공략하고 있으며 Nepsresso와의 치열한 경쟁이 예상됨. 향후에도 스페셜라인에 투자하여 소비자 확보에 주력할 것으로 보임



Regioes do Mundo edition | Safra Especial edition

110) COFFEE IN Brazil, Euromonitor International, 2019.03

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 카페 및 커피전문점의 경우, 2018년 McCafe의 점유율이 14.7%로 가장 높은 시장 점유율을 보였으며, 이어서 Rei Do Mate(12.1%), Starbucks(9%)순으로 나타남. 세 브랜드들이 지속하여 시장 점유율을 키워가는 것으로 나타남

○ Rei Do Mate는 포르투갈어로 마테의 왕이라는 뜻을 지니고 있으며, 1978년도 상파울루 시에 설립되어 차, 커피, 간단한 디저트 등을 판매하는 브라질의 체인카페 중 하나임. 브라질 17개 주에 약 280개의 점포가 분포해 있으며, 100가지 이상의 마테차, 카푸치노와 같은 음료를 제공하고 있음



Rei Do Mate

[표 6-30] 브라질 커피 브랜드 점유율

(단위: %)

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피 (Coffee)	3 Coracoes (Strauss/ Sao Miguel)	3 Coracoes SA	9.8	10.0	10.3	10.7
	Pilao (Jacobs Douwe Egberts)	Sara Lee Cafes do Brasil Ltda	8.8	8.6	8.6	8.5
	Nespresso (Nestle SA)	Nestle Brasil Ltda	4.2	5.6	6.6	7.5
	Maratá	Industrias Alimenticias Maratá Ltda	6.8	6.8	6.7	6.6
	Santa Clara (Strauss/Sao Miguel)	3 Coracoes SA	6.6	6.5	6.5	6.5
	Melitta (Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG)	Melitta do Brasil Industria e Comercio Ltda	6.5	6.8	6.4	6.3
	Nescafe (Nestle SA)	Nestle Brasil Ltda	5.2	5.0	4.7	4.5
	Cafe Pele (Jacobs Douwe Egberts)	Cacique de Cafe Soluvel, Cia	-	-	2.6	2.6
	Nescafe Dolce Gusto(Nestle SA)	Nestle Brasil Ltda	1.4	1.7	2.0	2.3
	Cafe do Ponto (Jacobs Douwe Egberts)	Sara Lee Cafes do Brasil Ltda	2.4	2.3	2.3	2.2
	기타		48.3	46.7	43.3	42.3
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

구분	주요 브랜드	제조사	2015	2016	2017	2018
커피바 (Cafes/ Bars)	McCafe	McDonald's Corp	12.0	12.2	13.9	14.7
	Rei do Mate	Rei do Mate Distr Imp e Exp Ltda	11.5	11.4	11.7	12.1
	Starbucks	Starbucks Corp	7.0	7.7	8.6	9.0
	Nosso Bar	Anheuser-Busch InBev NV	18.1	16.3	12.3	8.6
	Fran's Cafe	Fran's Cafe Franchising Ltda	7.5	7.5	8.0	8.3
	MegaMatte	MegaMatte Administraçao de Franquias Ltda	5.4	5.7	6.3	6.8
	Grao Espresso	Grao Espresso Com e Ind Ltda	5.9	6.0	6.3	6.5
	Água Doce Cachaçaria	Água Doce Franchising Tupa Ltda	7.2	7.1	6.4	5.9
	Havanna Cafe	Havanna SA	1.8	1.7	2.4	3.3
	Suco Bagaço	Suco Bagaço Franqueadora Ltda	1.6	1.8	2.2	2.8
	기타		22.0	22.6	21.9	22.0
합계			100.0	100.0	100.0	100.0

※ COFFEE IN Brazil, Euromonitor International, 2019.03
※ Cafes/Bars IN Brazil, Euromonitor International, 2019.04

4) 시장 및 소비자 특성[111]

□ 브라질은 커피를 생필품 중 하나로 인식하고 있으며, 주로 필터를 사용하여 추출해 음용하는 드립 커피 혹은 인스턴트 커피를 마시는 것으로 알려짐. 물이 들어있는 아메리카노의 형태보다 작은 잔의 에스프레소의 형태로 주로 가정에서 음용하는 것으로 보임

○ 브라질에서 스페셜티에 대한 수요가 증가하고 있는데, 브라질 커피산업협회(ABIC) 조사에 따르면, 브라질 소비자의 44%가 원두 종류, 로스팅 정도, 추출 방법 등을 확인하고, 차별화된 고품질의 프리미엄 커피를 위해 비용을 더 지불할 의향이 있는 것으로 드러남

111) 브라질, 프리미엄 커피를 마시는 소비자가 늘고 있다, KOTRA, 2017.1.12

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

□ 스페셜티에 대한 소구와 집에서 음용하는 형태가 아우러져 커피머신, 각종 커피 추출 용기, 커피 포트 혹은 캡슐커피의 수요가 증가하고 잇음

○ 브라질에서 캡슐커피는 Nespresso가 2006년 시장에 진출하면서 시작되었음. 진출 초반에 캡슐커피 머신의 가격이 고가인데다, 캡슐커피 자체의 가격도 저렴하지 않기 때문에 소비가 큰 편은 아니었음. 그러나 2012년 Nespresso가 보유한 캡슐커피 특허가 만료되어 다수의 기업이 캡슐커피 머신을 선보이기 시작하면서 보편화되기 시작함

□ Brazilian Coffee Industry Association (ABIC)의 연구에 의하면 16세에서 25세 사이의 젊은 층에서 커피 소비가 증가하고 있는 것으로 조사되었음. 특히 대도시 중심으로 컨셉이 있는 카페나 스페셜티 커피와 캡슐 커피에 대한 소구가 증가하고 있는 것으로 알려짐[112]

□ 브라질의 침체된 인스턴트커피 시장에서 일부 제조사들이 시장의 다양성을 확보하기 위해 노력하는 것으로 나타고 있음. 에너지 증가 등 기능성 등을 추가하여 인스턴트커피의 재포지셔닝을 노리고 있음

○ Cafe Campinho는 초콜릿 맛이 나는 Maria Bonita 카푸치노와 에너지 증진을 위해 커피 추출물을 포함하였음. 운동선수 또는 에너지를 위해 복용하는 사람들을 위해 타겟을 잡은 것이 특징임


Cafe Campinho MARIA BONITA

□ 브라질에서 판매되는 인스턴트 커피의 주요 브랜드로 Nescafe, Pilao, 3 coracoes, L' OR 등이 있음. 제품에 따라 로스트 정도 또는 아라비카와 로부스타 등 원두 품종이 다르며, 디카페인 제품도 출시되어 있음[113]


NESCAFE Morning Soluble Coffee | 3 coracoes THREE HEARTS decaffeine Soluble Coffee | NATIVE Organic Freeze Dried Coffee

○ Nescafe의 Morning Soluble Coffee는 로부스타종을 사용하였으며, 맛이 순하고 물이나 우유와 섞어 마실 수 있음. 더불어, 한 병이 팔릴 때마다 커피 묘목을 중소 커피 농부들에게 기부함

112) Quais sao as tendencias do mercado de cafe para o ano de 2019?, villacafe, 2018.11.08
113) Top 10 Melhores Cafes Soluveis para Comprar Online em 2019, mybest, 2019.9.30

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

○ 3 coracoes의 THREE HEARTS decaffeine Soluble Coffee는 아라비카와 로부스타가 블렌딩 되어 있는 제품으로 디카페인 제품이나 향미나 맛은 일반 커피와 비슷하다는 특징이 있음

○ NATIVE의 Organic Freeze Dried Coffee는 로스팅 정도가 약하고 아라비카 원두를 사용한 제품으로 유전자 작물과 글루텐이 없고, 높은 항산화제가 특징임

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

7. 베트남의 커피 시장[114]

1) 시장 규모

□ 베트남 커피 시장 규모는 2014년 6.1억 달러에서 2018년 8.6억 달러로 약 39.7% 성장하였음

○ 베트남은 여성의 사회진출이 활발하여 외식문화가 발달이 되어 카페 문화가 활성화되어 있는데다, 최근 경제 수준 향상, 카페 수 증가로 인한 소비 폭 확대, 젊은 현지 소비층의 입맛의 변화 등이 커피 시장에 영향을 끼쳐 증가세를 나타낸 것으로 보임

○ 베트남 커피 시장에서는 인스턴트커피가 가장 큰 규모로 2018년 기준 점유율이 49.3%에 달함. 이어서 원두커피(31.3%), 분쇄원두(16.8%), 커피음료(2.6%) 순으로 나타남

○ 베트남 소비자들은 주로 은색 커피퀸(Pin Drip)으로 커피를 내려 마심. 촘촘한 구멍이 뚫린 커피퀸 안에 그라인드한 커피 가루를 넣고 뜨거운 물을 부어 마실 수 있으며, 대표 커피 메뉴로 '카페 다', '카페 쓰어다', '카페 덴 농', '카페 쓰어 농' 등이 있음


Pin Drip

○ 2014년 대비 2018년 모든 품목에서 높은 성장률을 보임. 특히 인스턴트 커피 시장은 2.9억 달러에서 4.2억 달러로 45% 수준의 가장 높은 성장률을 보임. 이어서 분쇄원두(38.5%), 원두(33.7%), 커피음료(27.7%) 순으로 증가한 것으로 나타남

114) 베트남 프랜차이즈 카페가 스타벅스보다 잘 나가는 이유, KOTRA, 2017.3.14

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.

[표 6-31] 베트남 커피 시장 규모

(단위 : 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018(f)
원두 (Coffee Beans)	200.4 (32.7)	214.8 (32.6)	233.0 (32.2)	247.4 (31.7)	268.0 (31.3)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	104.0 (17.0)	112.0 (17.0)	123.0 (17.0)	132.0 (16.9)	144.0 (16.8)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	291.0 (47.5)	320.0 (48.5)	355.0 (49.0)	385.0 (49.3)	422.0 (49.3)
커피음료 (RTD Coffee)	17.3 (2.8)	12.8 (1.9)	13.4 (1.8)	16.5 (2.1)	22.1 (2.6)
합계	612.7	659.6	724.4	780.9	856.1

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

□ 향후 베트남의 커피 시장 규모는 현 상황과 마찬가지로 지속적으로 증가하여 2019년 9.4억 달러에서 2023년 12.6억 달러로 33.4% 성장할 것으로 보임

○ 커피 시장 중, 인스턴트커피 시장이 2019년 4.7억 달러에서 2023년 6.5억 달러로 38.6%의 증가율을 보이며 가장 크게 성장할 것으로 전망됨. 같은 기간 분쇄원두(31.6%), 원두(28.2%), 커피음료(5.3%) 순으로 증가할 것으로 보임

[표 6-32] 베트남 커피 시장 전망

(단위: 백만달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
원두 (Coffee Beans)	292.1 (31.0)	314.3 (30.7)	334.1 (30.5)	353.4 (30.2)	374.4 (29.7)
분쇄원두 (Roast and Ground Coffee)	158.0 (16.7)	171.0 (16.7)	183.0 (16.7)	195.0 (16.6)	208.0 (16.5)
인스턴트커피 (Instant Coffee)	471.0 (49.9)	516.0 (50.4)	556.0 (50.8)	600.0 (51.2)	653.0 (51.9)
커피음료 (RTD Coffee)	22.5 (2.4)	23.0 (2.2)	21.6 (2.0)	23.0 (2.0)	23.7 (1.9)
합계	943.6	1,024.3	1,094.7	1,171.3	1,259.2

※ Global Market Data, Canadean Intelligence
1) 백만달러 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 소수점 첫째 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right reserved.