

커피

최정준 / 동서식품(주)

최근 5년동안 3~5%의 안정된 성장에 머물던 인스턴트 커피는 작년에 특소세 폐지에 따른 가격하락과 제조사들의 적극적인 마케팅 활동 등으로 10%이상의 비교적 큰 폭의 성장을 달성하였다.

그러나 금년도에는 간편하게 사용할 수 있는 커피믹스가 각광을 받으면서 인스턴트 커피는 커피믹스로의 전이현상이 일어남으로써 전년대비 4%의 마이너스 성장을 기록하였다.

특히 병의 판매량은 지속적으로 큰폭으로 감소하고 있으며 150g 중심의 소규격 리필도 300G이나 500G 같은 중대규격 포장에 밀려 서서히 물량이 감소하는 추세이다.

반면에 저가의 잇점이 있는 300G과 500G 봉지제품은 판매가 꾸준히 늘어나며 소규격 리필을 대체하고 있다.

내년에도 인스턴트 커피 부분은 성장하고 있는 커피믹스가 대체역할을 하여 올해와 마찬가지로 물량 감소가 이어질 것으로 예상된다.

소규격 제품의 저가 중대규격 제품으로의 전이도 지속되어 물량으로는 소규격과 동등 내지는 추월할 것으로 예상된다.

경기 불황과 주부등 가족 구성원의 취업 증가, 외식업체의 커피 서비스등으로 가정 내에서 커피 음용이 줄어드는 반면 가정외에서 커피 음용 기회가 지속적으로 늘어나는 시장 이동현상이 전년도에 이어 지속될 것으로 예상된다.

커피믹스 시장은 IMF 이후 지속적으로 큰 폭의 성장을 거듭해 왔으며, 이는 올해에도 예외없는 결과를 보이고 있는데, 다음과 같은 데서 그 원인을 찾을 수 있다.

첫째, 기존 인스턴트커피 소비자들이 커피믹스 쪽으로 그 소비행태를 바꾸고 있다. 전체적인 사회가 발전되면서 편의성에 대한 추구가 강해짐으로 인해서 커피, 설탕, 프리카를 따로 탈 필요가 없는 커피믹스의 소비가 늘어나고 있다.

특히, 가정내의 커피 소비는 대부분이 인스턴트커피인데, 최근들어 커피믹스 쪽으로

그 소비패턴이 바뀌고 있는 점 또한 커피믹스시장 성장의 일부분을 차지하고 있다.

가정 내의 소비패턴 변화는 상기 편의성 뿐만 아니라, 손님 접대시 커피믹스에 대한 거부감이 약화된 측면도 영향을 미친 것으로 보인다.

둘째, 커피를 무료로 제공하는 업소가 늘어나고 있다.

서비스업이 그 양적/질적 팽창을 함에 따라, 고객 서비스 차원에서 커피를 무료로 제공하는 업소가 크게 늘어나고 있는 점도 큰 영향을 미친 것으로 보인다.

셋째, 커피믹스 중/대규격 제품이 동서식품 같은 주요 커피업체에서 지속적으로 발매됨으로써 소비자들이 많이 찾게 된 것도 또한 커피시장 성장의 한 요인으로 꼽을 수 있다.

현재 향 커피믹스 시장에는 수 많은 중소기업체들이 진입하고 있는데, 대형 회사인 동서식품과 네슬레가 자사의 카푸치노 제품에 대한 판촉을 강화함으로써, 이러한 Specialty 커피 시장에서의 중소기업체들의 매출은 크지 않은 실정이다.

그러나 이러한 향 커피믹스나 카푸치노 제품군에서 다양한 형태의 신제품들이 지속적으로 나올 것으로 기대된다.

올해는 일부를 제외하고 거의 모든 음료 카테고리의 성장과 더불어 커피음료도 모든 업체들이 성장한 한해였다.

커피음료 시장은 전체적으로 롯데의 독주가 계속되었지만 소비자 시장만을 보면 절대 강자가 없는 혼전을 거듭하고 있다.

이러한 현상은 많은 제조업체들로 하여금 시장의 주도권을 잡기 위한, 유통, 품질면에서 경쟁을 치열하게 만들고 이러한 경쟁은 전체적으로 커피음료 시장의 양적 성장은 물론 질적 성장도 도모하는 기회가 될 것으로 예상된다.

금년에는 롯데 레쓰비의 보다 적극적인 판매 푸쉬로 인한 점유율이 더 확대되었다. 롯데는 캔커피 시장에서 주도권을 잡기 위해 막강한 유통력과 저가를 통하여 물량을 확대하였다.

그리고 새로운 타입의 신제품이 계속 출시되고 있다. 몇년전부터 출시되어 급속한 성장세를 기록하고 있는 카페라떼와 같이 다양한 종류의 커피음료가 출시되고 있다.

동서식품에서는 병타입의 카페라떼, 롯데는 커피추출액만을 사용한 고급 커피음료를 발매하였다.

내년도 전체적인 커피음료 시장은 전체적인 사회분위기와 맞물려 낙관할 수 없는 입장이다. 물론 롯데가 계속적인 푸쉬정책으로 밀고 나갈 것도 예상되지만, 전체적인 음료시장이 위축된다면 캔커피도 금년같은 푸쉬전략을 유지하기는 쉽지 않을 것으로 예상된다.

또한 내년은 월드컵이 열리는 해이므로 스포츠 컨셉의 음료가 전면에서 음료성장을 주도할 가능성도 있기때문에 커피음료의 시장성장의 기회는 적어질 수도 있다.

그러나 각 업체에서는 여러가지 다양한 형태의 맛과 패키지의 커피음료 신제품을 개발할 것으로 예상된다. 사회가 다양화 됨에 따라 소비자들의 입맛이 다양화되고,

특히 테이크아웃점의 증가로 인해 다양한 커피를 접한 소비자들의 입맛을 충족시켜 주기 위해서는 기존의 일률적인 캔커피나 카페라떼 맛을 탈피하는 제품도 필요할 것이다.

근래에는 소비자들은 단순하게 캔커피가 아닌 다양한 커피맛을 원하고 있다.

경제가 점차로 회복됨에 따라 가격등 품질 외적인 요인 보다는 맛, 패키지 등 품질적인 면이 소비자에게 어필하고 있다.

지금까지 캔커피는 저가 제품으로서 인식되어 왔지만, 다양한 커피맛을 접한 소비자들이 저렴한 가격에 같은 맛을 볼 수 있다면 캔커피 음료 부문에서 한단계 발전할 수 있는 계기가 될 수 있을 것으로 본다.

이번 WTO 협상의 결과로 관세인하로 인하여 많은 산업부문이 이익을 볼 것으로 전망하는데 캔커피는 개당 단가도 저가이고, 이때문에 관세인하의 영향은 거의 받지 않을 것으로 본다.

다만 중국이 가입함으로써 중국시장에 공식적으로 진출할 수 있는 가능성은 이전보다 확대될 것으로 본다.

경기 침체에 따른 소비의 위축이 커피 카테고리내에서도 상대적으로 고가인 원두커피 시장에 좋지 않은 영향을 끼친 한 해였다.

전반적으로 시장이 다소 정체 내지는 감소하는 경향이었으나, 시장별, 유통별로는 변화의 폭에 상당한 차이가 있다.

업소시장은 다소 정체 내지는 감소하는 경향이었으나, 업소시장 안에서의 변화는 상당히 크게 나타난 한 해였다.

다방 및 커피숍등으로 대표되는 전통적인 시장에서의 원두커피 판매는 경기 침체의 영향으로 상당히 감소한 반면, 스타벅스와 같은 테이크 아웃 커피 전문점은 상당히 확산되어 국내의 프랜차이즈 브랜드의 점포가 현재 전국에 약 400개가 성업중인 것으로 파악된다.

소매시장의 유통 변화를 보면, 할인매장의 확대로 인하여 그 동안 원두커피 판매의 중심역할을 담당했던 백화점의 비중이 줄어들고 할인점의 비중이 더욱 커져 50% 가까이 이르고 있다.

다만 원두커피 소매시장에서도 편리성을 강조한 1회용 원두 티백제품이 틈새시장으로 일정규모 성장하고 있다.

내년도 경제상황이 올해와 크게 다르지 않다는 점을 고려한다면 내년도 원두커피 시장은 올해와 마찬가지로 여전히 침체상태에서 벗어나지 못할 것으로 예상된다. 다만, 업소시장에서의 테이크 아웃 커피 전문점과 소매시장에서의 일회용 원두티백시장은 어느 정도의 활약이 예상된다.

올해와 마찬가지로 스타벅스, 로즈버드 등 국내외 테이크 아웃 형태의 커피 전문점이 더욱 확산되고, 이에 따라 기존의 커피숍은 침체에서 벗어나지 못하는 양극화 현상이 더욱 뚜렷해질 것이다.

가정용 원두커피의 경우 주도권이 백화점에서 할인점으로 지속적으로 넘어가면서 많은 소형 업체 및 수입 업체들이 할인점을 중심으로 치열한 경쟁을 할 것으로 예상된다.

시장규모 및 현황

		1998 실적		1999 실적		2000 실적		2001 예상	
		판매(톤)	금액(억원)	판매(톤)	금액(억원)	판매(톤)	금액(억원)	판매(톤)	금액(억원)
인스탄트	전체시장	16,000	3,700	16,500	3,600	18,200	3,600	17,500	3,300
	성장률			3.1%	-2.7%	10.3%	0.0%	-3.8%	-8.3%
	동서식품	9,728	2,250	10,230	2,232	11,775	2,329	11,480	2,165
	점유율	60.8%	60.8%	62.0%	62.0%	64.7%	64.7%	65.6%	65.6%
	네슬레	6,224	1,439	6,221	1,357	6,370	1,260	5,968	1,125
	점유율	38.9%	38.9%	37.7%	37.7%	35.0%	35.0%	34.1%	34.1%
커피믹스	전체시장	24,000	1,440	29,000	1,740	37,000	3,040	46,000	2,530
	성장률			20.8%		27.6%		24.3%	
	동서식품	17,280	1,051	21,460	1,305	27,380	2,280	34,040	1,923
	점유율	72.0%	73.0%	74.0%	75.0%	74.0%	75.0%	74.0%	76.0%
	네슬레	6,240	372	6,728	409	7,992	638	9,890	531
	점유율	26.0%	25.8%	23.2%	23.5%	21.6%	21.0%	21.5%	21.0%
	대상	480	17	812	26	1,628	122	2,116	76
	점유율	2.0%	1.2%	2.8%	1.5%	4.4%	4.0%	4.6%	3.0%
캔커피	전체시장	81,000	1,070	105,000	1,430	120,000	1,600	124,000	1,700
	성장률			29.6%		14.3%		3.3%	
	동서식품	20,250	278	27,300	358	27,000	350	30,000	375
	점유율	25.0%	26.0%	26.0%	25.0%	22.5%	21.9%	24.2%	20.5%
	네스카페	21,870	310	23,100	315	22,000	293	22,000	286
	점유율	27.0%	29.0%	22.0%	22.0%	18.3%	18.3%	17.7%	16.8%
	래쓰비	24,300	289	30,450	372	43,000	524	45,000	560
	점유율	30.0%	27.0%	29.0%	26.0%	35.8%	32.8%	36.3%	37.6%