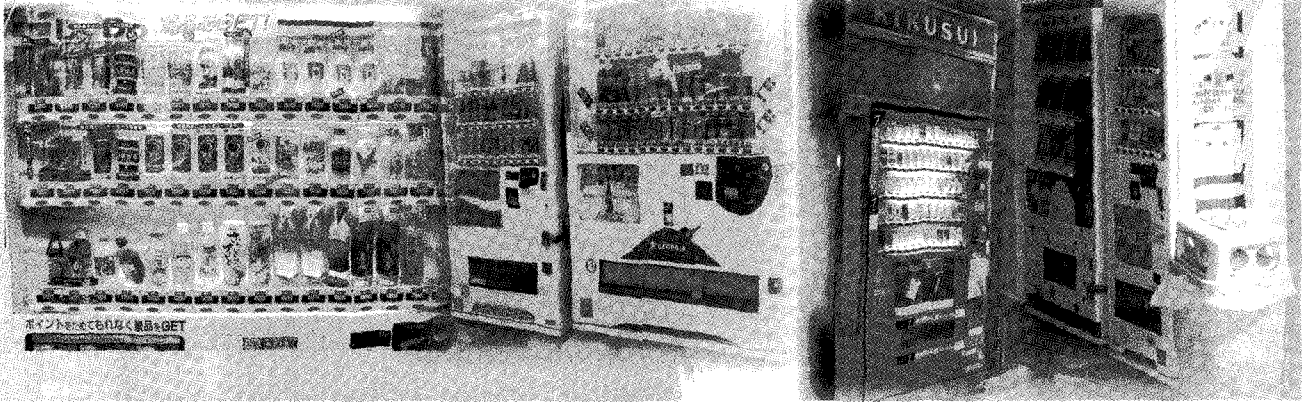




일본 청량음료 시장 20년사



일본청량음료공업회 제공

일본의 청량음료 시장규모는 5조엔이 넘는 규모이며 최근 성장세가 눈에 띄는 품목은 녹차, 두유, 미네랄워터, 건강보조음료 등이다. 건강지향의 음료들이 시장성장을 견인하고 있으며, 자판기를 통한 유통의 비중이 세계 최고일 정도로 높다는 게 특징이다. 또 용기의 재활용 및 환경문제 대응, 자판기의 절전·방법 등 사회적인 책임 강화에도 많은 신경을 쓰고 있다.

자판기 대국 일본의 힘은 막강한 청량음료 시장에서 나온다고 해도 과언이 아니다. 이런 일본 청량음료 시장이 어떻게 발전해 오고, 특징은 어떤지를 알 수 있는 자료를 게재한다. 일본청량음료공업협회가 발표한 '일본 음료시장 20년사' 는 일본 음료시장의 큰 흐름 정도를 읽을 수 있게 연도별로 간단한 특징이 정리되어 있다.

그냥 부담 없이 그 흐름을 따라 가다 보면 자연스럽게 일본 청량음료 시장의 발전사와 특징을 알 수 있다. '맛보기' 정도로 일본 청량음료 시장흐름을 알 수 있는 자료라 할까? 덤으로 일본과 우리 시장이 서로 매칭되어 벤치마킹해야 할 부분에 대한 아이디어까지 얻을 수 있다면 더할 나위 없을 것이다.



>> 2008년

- 생산량은 기후불순이나 경기후퇴에도 불구하고 건투
- 미당·무당이 견인해 캔커피 시장 호조, 「제로」제품 등장
- 원유 및 원재료 상승으로 음료 업계에도 영향
- 청량음료 자판기 협의회 설립, 소비 전력 2020년 반감을 위한 자주 행동계획을 공표
- 미네랄워터 시장 크게 확대되어 안정 성장 단계에 도달
- 페트병 회수율 2.9% 늘어나 전체 69.2%과 세계 최고 수준을 기록
- 전년에 이어 탄산음료 호조, 저변 확대
- 메이커 각사의 해외 전개 확대로 M&A 활발하게 이루어짐
- 사이다 봄 계속되어 상품 인지 한층 더 확대
- 유통 대기업 체인으로 PB상품 강화 움직임

>> 2007년

- 생산량 과거 최고를 기록. 8~9월의 무더위 가 큰 역할
- 투명 탄산, 칼로리 제로 콜라의 호조로 탄산음료 활성화
- 메이커의 자본·업무 제휴나 사업 통합 가속화
- 미네랄워터 4년 연속 2자리수 증가율 기록
- PET병의 경량화와 형상 다양화 진행
- 미당과 냉동 컵에서 커피음료 견조한 성장
- 브랜드차 판매 호조, 녹차는 프리미엄 상품 출시 잇따라
- 재활용 사이다병 복각으로 리뉴스 촉진
- 녹차 음료, 원료 원산국의 표시 의무화
- 도쿄도 종합 방재 훈련으로 재해 대응 자판

기 시범 설치

>> 2006년

- 짧은 여름에도 불구하고, 생산량은 거의 전년수준으로 건투
- 미네랄워터 국산·수입 모두 호조. 3년 연속 2자리수 증가
- 녹차 음료 확대 기조에 일단락, 새롭게 「진하다」맛의 흐름
- 건강지향으로 야채 음료 2자리수 증가
- 각사의 마케팅 노력에 의해 홍차 음료 확대 계속
- 자판기 범죄 통보 시스템 도입, 방법 효과 향상(아이치현 1~10월에 72% 감소)
- 무당이나 미당타입의 캔커피에 각사 주력, 경쟁 치열하게 전개
- 「안전·안심」의식의 고양으로 잔류농약 포지티브 리스트 제도 도입
- 중소기업의 땅 사이다가 조용한 봄, 신요코하마에 땅 드링크 박물관 오픈

>> 2005년

- 녹차 음료, 미네랄워터가 견인해 생산량은 과거 최고 기록
- 녹차 전쟁 과열! 6년 연속 두 자리 수 달성
- 미네랄워터 국산·수입 모두 호조, 2년 연속 2자리수 증가
- PET 용기 음료 구성비 6할 돌파
- 일부 편의점의 500ml PET 가격 인하로 파문
- 「1일」을 키워드에 야채 음료의 성장 가속, 대폭 증가
- 전국 청량음료 3단체가 창립 50주년을 맞아
- 자판기의 에너지 절약 진행 15년 만에 에너지



지 50% 삭감

- 원유가 인상으로 의해 업계에 큰 영향 끼침
- 중소 회원이 재활용 최적화 연구회를 발족

>> 2004년

- 기록적 무더위로 시장 신장
- 녹차 음료가 대폭 증가, 2억 상자 돌파
- 태풍이 니가타 나카고에 급습해 지진 등으로 막대한 피해
- 스틸제 수반 보틀 캔 음료, 잇따라 등장
- PET병 회수율 6할 돌파
- 탄산음료 5년만의 플러스 성장
- 미네랄워터 여전히 호조, 2자리 수의 증가
- 음료 자판기의 주소 표시 스타트
- 중소 회원이 첫 신제품 합동 발표회를 개최
- 용기포장 리사이클법의 재검토 논의 시작
- 두유 음료가 건강지향 등으로 계속해 대폭 증가

>> 2003년

- 10년만의 차가운 여름에도 불구하고 생산량은 건투 (생산액수는 3년 연속 전년 미달)
- PET병 회수율 5할을 돌파, 보틀 to 보틀 PET 수지의 생산도 스타트
- 미네랄워터 수입 격증, 국산은 대형 PET 성장
- 아미노산 음료가 대인기
- 건강 증시 동향으로 제2차 두유 붐
- 홍차 음료 6년 만에 플러스 성장
- 소비자의 8할이 자판기 필요 (최초 「이용 실태 조사」보다 증가)
- 미네랄워터 세를 둘러싼 야마나시현에 반론, 매스컴에서도 화제

- 핫 대응의 용기 · 포장 다양화

>> 2002년

- 무당 차음료등이 건인, 음료 시장 전년 실적을 초과
- 핫 대응 PET · 보틀캔 잇달아 등장
- PET 병 리사이클 진행(40.1%), 재이용품도 확대
- 건강 의식의 고양으로 인해 기능성 음료 · 스포츠 드링크 신장
- 수입 미네랄워터 업계 재편 진행
- 계절 한정품 등으로 수요를 자극
- HACCP 승인 공장 잇달아 늘어 전체 35 공장 돌파
- 소용량 PET 한층 더 소형화 진행
- 국내 메이커, 중국에서 판매 강화

>> 2001년

- 무당 차음료 대폭 증가. 녹차 음료 크게 공헌
- 경기침체에도 관계없이 청량음료 전년 실적을 초과
- PET 병 리사이클율 34.5% (2000년도), 세계 최고 수준에 도달
- 핫 대응 PET에 각사 참가
- 350ml등 소형 PET 다양화 진행
- 전청음(전국청량음료공업회, 이하:전청음)이 「제품 사고 방지 가이드 북」을 발간, 세미나 개최
- 착색 보틀의 폐지로 「지정 PET 병 자주 설계 가이드라인」을 개정
- 청량 음료수로 업계 첫 HACCP 제도의 공장 승인
- 보틀 캔용기, 청량음료 업계에도 채택



- ISDC(국제 청량음료 협의회) 이사회를 전
청음이 간사로 교토에서 첫 개최

품이 됨

- 전청음 전무 교체, 오노씨 취임

>> 2000년

- 전국적인 무더위로 청량 음료는 선전, PET
병 계속 신장
- 녹차 음료 대폭 증가, 「생차」대히트
- 식중독·이물 혼입 사고가 사회 문제화
- 외자계 등 재편의 물결 한층 가속
- 「순환형 사회 형성 추진 기본법」외 5법 성
립. 용기법도 4월부터 완전 시행
- PET 병 재상품화로 신규 수법 추가의 전망
- 전청음, 신회장으로 키린 비버릿지 아베 히
로시끼씨 취임
- 「도쿄 팩트병 리사이클」(TPR) 4월에 가동
- 커피 음료 판매 경쟁, 신규 참가·신상품 투
입 등으로 격화됨
- 전청음이 HACCP의 지정 인정 기관에 참여,
활발한 활동 펼쳐

>> 1999년

- 경기침체에도 불구하고 청량음료의 소비는
건투
- 콜라 음료, 캠페인 전투에서 시장 활성화
- 미네랄워터 호조, 2000년 대응 문제로 순풍
- 500ml PET 음료 대폭 증가
- 녹차 음료도 호조
- 신제품 투입 등으로 과실음료 2년 연속 플러
스 성장
- 자판기 범죄 증가, 특히 외국 변조 동전의 부
정사용이 급증해 사회 문제화
- 도쿄도내에 PET 대형 재처리 공장 착공
- 청량 음료수가 HACCP의 승인 제도의 대상

>> 1998년

- 6년만에 청량음료 가격 개정
- 청량음료로의 이물 등 혼입 사건 잇따라
발생
- 니어 워터, 폭발적으로 판매
- 500ml PET 음료, 금년도 대폭 증가
- 시음면의 분별 수집이 진행되어 PET 보틀
의 리사이클을 18% 증가
- 업계 재편 한층 가속화
- 전청음 회장으로 산토리 사장 오야마강
아키라 취임
- 브랜드차, 녹차 시장 호조
- 과실음료 JAS 개정
- 미네랄워터 시장 견고한 성장

>> 1997년

- 청량음료의 소비 금년도 순조롭게 성장
- 소비세율 2% 증가에도 불구하고 가격 전가하지
못함
- 500ml PET병 소비 급증
- 용기포장 리사이클법 4월 시행
- 브랜드차, 홍차 연속 2자리수 증가
- 산토리, 미 펩시콜라와 제휴
- 과실음료 3년 연속 감소
- 대규모 PET 보틀 재생 제 2 공장이 가동
- 내츄럴 미네랄워터 국제 규격 2표 차이로 유
럽안 통과
- 태양전지 장착 자판기의 실험 개시

>> 1996년



- 소형 PET 병 자주규제 폐지
- 지정 법인 일본 용기 리사이클 협회 설립
- 청량음료, 무더위 타고 호조
- 브랜드차, 홍차 계속 호조
- 미네랄워터 등 수입 격감
- PET 보틀 재생 제2공장, 미에현에 건설 착공
- 전청음 회장으로 코카·콜라 내셔널 세일즈 사장 쿠와바라 토루 토쿠지 취임
- 스틸캔, 알루미늄캔 재자원화율 과거 최고
- 과실음료 2년 연속 감소
- 국제 청량음료 협의회(ISDC) 설립, 전청음 이 가입

>> 1995년

- 한신, 아와지 대지진으로 청량음료 업계에도 막대한 피해, 긴급 음료와 구원에 전력
- 전체 청량음료 시장 비교적 선전
- 용기포장 리사이클 신법 성립
- 미네랄워터 이물 혼입 사고 발생
- 브랜드차, 미네랄워터 등 무당계 음료 여전히 대폭 증가
- 커피 음료 적극적 마케팅에 의해 상승
- 과실음료 소비 감소 두드러져
- PL법 7월 1일부터 시행, 청량음료 상담 센터 발족
- 영양 표시 법 개정 5월 24일 공포
- 전국 청량음료 3단체 창립 40주년 행사 12월에 진행

>> 1994년

- 관측 사상 최대의 무더위로 청량음료 대폭 증가
- 녹차, 미네랄워터 등 무당계 음료 격증

- PB상품 가격 경쟁에 박차
- 캐럿계 음료 급상승
- 과실음료, 스포츠 음료 회복 기미
- 청량음료의 수입 증가
- 소형 수입 PET, 미네랄워터 업계에 파문
- 식품의 기한 표시 실시시간으로 할 것으로 정해짐
- 사고몽치 자판기 시정 상반기에 완료
- PL법 성립, 업계에서 대응책 검토를 개시

>> 1993년

- 기록적인 차가운 여름과 불황으로 청량음료 13년만의 마이너스 성장
- 사고몽치 자판기의 시정 급피치
- PET병 리사이클 스타트
- 미네랄워터·녹차 음료 상승 계속 됨
- 커피 음료 하락이 멈추어 다시 활성화됨
- 대형 영양 드링크와 미탄산음료 호조
- 전청음회장으로 아사히 맥주 회장 히구치 코타로 취임
- 과실음료 신제품 건투
- 저가격 PB상품, NB를 직격
- 일자 표시 제조 연월일부터 기한표시로 방향 굳어짐

>> 1992년

- 10년 만에 음료 가격 개정, 원 코인의 벽 붕괴
- 경기침체와 기후 불순 등으로 청량음료의 수요 주춤
- 오렌지 과즙 4월부터 수입 완전 자유화
- PET 병의 리사이클링을 향해서 시동
- 사고몽치 자판기의 설치 적정화에 업계 분



- 격적인 대응
- 차계 음료, 다이어트 콜라 등 무당 음료 인기
- 커피 음료 성장에 업계 대응 발 빨라짐
- 전청음 신회장에게 모토야마 히데요 기린 맥주 회장 취임
- 수입 오렌지 과즙의 가격 하락으로 과즙 제품 가격 인하
- 일본 청량음료 연구회 발족

>> 1991년

- 칼피스 워터 공전의 대히트
- 기후 불순하고 음료수요 침체
- 과실음료의 생산 수량 11년만의 감소
- 리사이클법 시행되어 음료캔의 재질 표시 의무화
- 미네랄워터 시장 전년대비 150% 이상으로 급속 확대
- 우롱차 음료 건투, 홍차 음료는 성장 휴식
- 실적 저하와 코스트 업으로 가격 인상 동향 가속화
- 신제품 아이템 큰 폭으로 감소
- 홍차 음료의 가이드라인 설정

>> 1990년

- 무더위로 청량음료의 수요 증가
- 탄산음료, 차계 음료 등의 수요 성장
- 업계 재편성 움직임 활발

- 수입 원료 과즙의 가격 난조로 과실음료의 성장 브레이크
- 아사히사, 기린사 음료 부문을 독립 강화
- 원 코인 가격 재검토 동향 증가
- 탄산음료의 수입 격감, 미네랄워터 수입은 지속적인 신장
- 음료 용기의 리사이클에 대한 업계 관심 높아짐
- 기능성 식품은 특정 보건용 식품이라는 관련부처 회신 나옴
- 미네랄워터 등 품질 표시 가이드라인 설정

>> 1989년

- 소비세 시행되어 탄산음료의 물품세, 설탕 소비세 철폐
- 소비세 전가 문제, 자판기 음료 등 실질 가격 인하로 대응
- 올리고당 음료 등 기능성 음료의 신제품 잇따라 출시
- 벌꿀 레몬 음료와 홍차 음료대약진
- 천연 첨가물 표시 고시 시행
- 천연 과즙 4할 이상 증가, 과즙 넣은 청량음료 등 감소
- 청량음료의 소비 8년 연속 증가
- 미네랄워터 수입 1.7배 증가
- 미야케 타다히사씨 전청음 전무이사 사임하고, 나카노 켄이치씨 취임
- 우롱차 음료 품질 표시 가이드라인 정해짐