

# 3개국(일본, 대만, 홍콩) 녹차 소비현황 및 제품분석

2019. 05

# [ 목 차 ]

<b>I. 서론</b>	.....	<b>3</b>
<b>II. 일본</b>	.....	<b>5</b>
1. 시장현황	.....	5
2. 소비트렌드	.....	10
3. 제품분석	.....	15
4. 수출입현황	.....	17
5. 시사점	.....	23
<b>III. 대만</b>	.....	<b>24</b>
1. 시장현황	.....	24
2. 소비트렌드	.....	27
3. 제품분석	.....	31
4. 수출입현황	.....	33
5. 시사점	.....	38
<b>IV. 홍콩</b>	.....	<b>39</b>
1. 시장현황	.....	39
2. 소비트렌드	.....	42
3. 제품분석	.....	45
4. 수출입현황	.....	47
5. 시사점	.....	52
<b>V. 국가별 비교 및 수출전략</b>	.....	<b>54</b>
1. 3개국 비교분석	.....	54
2. 수출 전략	.....	55
<b>VI. 별첨</b>	.....	<b>57</b>

# I. 서론

□ 일본, 대만, 홍콩 3개국은 녹차 소비량이 높은 시장으로, 일상생활에서의 차(茶) 음용이 익숙한 문화가 자리 잡고 있는 국가임

- 2016년 기준 일본의 1인당 연간 차 소비량은 2.13파운드(약 0.96kg)로 3개국 중 가장 높은 차 소비량을 보임
  - 2017년 통계자료에 의하면 일본의 녹차 소비량은 총 8만 1,300톤으로, 1인당 연간 약 641g의 녹차를 소비하는 것으로 나타남
- 2016년 홍콩의 1인당 연간 차 소비량은 1.43파운드(약 0.64kg)로 나타났으며, 대만은 0.65파운드(약 0.29kg)로 집계됨

〈표 1-1〉 2016년 세계 1인당 연간 차 소비량

(단위: 파운드)

순위	국가	차소비량	순위	국가	차소비량
1	터키	6.96(3.16kg)	16	독일	1.52(0.68kg)
2	아일랜드	4.83(2.19kg)	17	홍콩	1.43(0.64kg)
3	영국	4.28(1.94kg)	18	우크라이나	1.28(0.58kg)
4	러시아	3.05(1.38kg)	19	중국	1.25(0.56kg)
5	모로코	2.68(1.22kg)	20	캐나다	1.12(0.50kg)
6	뉴질랜드	2.63(1.19kg)	21	말레이시아	1.06(0.48kg)
7	이집트	2.23(1.01kg)	22	인도네시아	1.01(0.45kg)
8	폴란드	2.20(0.99kg)	23	스위스	0.97(0.43kg)
9	일본	2.13(0.96kg)	24	체코	0.93(0.42kg)
10	사우디아라비아	1.98(0.89kg)	25	싱가포르	0.81(0.36kg)
11	남아프리카공화국	1.79(0.81kg)	26	슬로바키아	0.80(0.36kg)
12	네덜란드	1.72(0.78kg)	27	인도	0.72(0.32kg)
13	호주	1.65(0.74kg)	28	대만	0.65(0.29kg)
14	칠레	1.61(0.73kg)	29	스웨덴	0.64(0.29kg)
15	아랍에미리트	1.59(0.72kg)	30	헝가리	0.62(0.28kg)

\*출처: STATISTA, 「Annual per capita tea consumption worldwide as of 2016, by leading countries (in pounds)」

□ 한국산 녹차의 품질과 기능성이 입증됨에 따라 해외시장에서의 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 예상되며, 시장진입 방안 마련을 위한 국가별 소비 트렌드 및 시장현황 분석이 요구됨

- 최근 한국산 녹차의 품질제고뿐만 아니라 안전성 및 기능성이 증명되는 추세임
  - 농촌진흥청의 2018년 연구자료에 따르면 ‘보향’ 과 ‘참녹’ 등 국내 차나무 품종이 외국 품종보다 카테킨 함량과 항산화 효과가 ‘높은 것으로 나타남」<sup>1)</sup>
    - 녹차의 카테킨은 성인병 예방과 항암 작용이 뛰어난 항균물질로, 우리 차나무 품종의 카테킨 함량이 일본 품종인 ‘후순’에 비해 각각 22.9%, 23.4% 높은 것으로 나타남

1) 농촌진흥청, 우리 차나무 품종의 우수성 밝혔다, 2019.10.20.(농촌진흥청)

- 활성산소를 제거하는 항산화 효과는 일본 품종 대비 각각 16.2%, 18.2% 높게 나타나 세포 노화와 관련해 우리 녹차의 효능이 입증된 바 있음
- 그러나 한국산 녹차의 일본, 홍콩, 대만 수출은 미진한 상황으로, 녹차 주요 소비국가의 세분시장 분석을 통해 시장진입 기회요인을 발굴하고자 함
  - 본 보고서에서는 일본, 대만, 홍콩의 국가별 최근 녹차 소비 트렌드 및 주요 제품 분석을 통해 한국산 녹차의 진출 가능성 및 시장진입방안을 모색함

#### □ 일반적으로 녹차시장은 크게 잎차시장과 액상차(RTD 차)시장으로 분류됨

- 잎차는 전통적으로 잎을 물에 우려낸 뒤 음용하는 형식의 차로, 녹차분말, 티백, 녹차잎의 형태를 띰
  - 6대다류(六大茶類) 분류법에 따르면 찻잎의 발효정도와 가공방법에 따라 녹차(綠茶), 백차(白茶), 황차(黃茶), 청차(靑茶), 홍차(紅茶), 흑차(黑茶)와 같이 6가지로 분류됨
    - 그 중 녹차(綠茶)는 발효를 거의 거치지 않는 비발효차로, 찻잎을 따서 바로 덪거나 증제한 뒤 건조하는 방식으로 만들어짐
    - 홍차(紅茶)는 찻잎 수확 후 발효과정을 거쳐 건조하는 방식으로 만들어져 찻잎의 색이 녹차보다 어둡고 붉은 계열의 색을 내게 됨
  - 한국의 녹차는 주로 찻잎을 덪어 만드는 덪음차가 많은 반면 일본의 녹차는 찻잎을 수증기로 쪄내는 증제 과정을 거쳐 만들어지는 증제차가 주를 이룸
- 액상차(RTD, Ready To Drink)의 경우 구입해서 바로 마실 수 있도록 포장된 캔, 병, 컵 등의 형태로 된 차를 의미함
  - RTD 차의 수요 증대는 최근 트렌드인 ‘건강’ 과 ‘편리함’ 을 동시에 충족시킬 수 있다는 점에 기인함
    - 최근 소비자들은 RTD 차를 물 대신 음용하기도 하며, 전통적 차 또는 커피 대신 소비하는 것으로 나타남
  - RTD 차 시장의 성장은 전통적인 티백 및 찻잎 제품의 시장 감소세를 유발하고 있는데, 이러한 추세는 향후 지속될 것으로 전망됨

## II. 일본

### 1. 시장현황

#### 가. 녹차시장 규모

□ 2018년도 판매액 기준 일본의 잎차시장은 전년대비 1.5% 감소한 3,320억 엔(한화 약 3조 5,823억 원)로 집계됨

- 최근 5년간 일본의 잎차 시장규모는 지속적으로 하락하며 연평균 2.0%씩 감소하는 추세임
  - 전반적으로 일본의 잎차시장이 축소되고 있는 요인으로는 전통적으로 물에 우려 섭취하는 잎차 소비에서 구매 후 바로 음용할 수 있는 RTD 차로 수요가 이동하고 있기 때문인 것으로 분석됨
- 그 중 녹차시장은 전체 잎차 시장의 75.8%를 차지하는 2,517억 엔(한화 약 2조 7,158억 원)으로 집계되어 전년대비 1.8%의 감소세를 보임
  - 녹차시장의 감소추세는 과일 및 허브차로의 수요이전에 기인한 것으로 분석되는데, 녹차 판매액은 꾸준히 감소하는 반면 과일 및 허브차의 판매액은 증가하고 있음
    - 2018년 과일 및 허브차 판매액은 전년대비 9.4% 증가한 3억 5,000만 엔(한화 약 37억 7,650만 원)으로, 최근 5년간 연평균 5.7%의 성장세를 보임
- 녹차와 같은 찻잎으로 만들어지지만 발효과정을 거쳐 일반 녹차보다 색이 어두운 홍차(Black Tea)의 일본 시장규모는 350억 엔(한화 약 3,776억 5,000만 원)으로 전체 잎차시장의 10.9%를 차지하는 것으로 나타남

〈표 II-1〉 일본 차 시장규모 추이(2014~2018년) - 판매액 기준

(단위: 억 ¥, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
합계	359.8	349.6	343.1	337.0	332.0	-1.5	-2.0
녹차	279.1	268.0	231.2	256.2	251.7	-1.8	-2.6
홍차	35.7	37.1	37.8	37.0	36.3	-1.9	0.4
기타차	27.4	27.2	27.0	26.6	26.8	0.8	-0.6
인스턴트차	14.9	14.5	14.2	14.0	13.8	-1.4	-1.9
과일/허브차	2.8	2.8	3.0	3.2	3.5	9.4	5.7

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 유로모니터

□ 2018년 일본의 잎차 판매량은 총 5만 9,746톤으로 전년대비 1.0% 감소함

- 최근 5년간 전체 잎차 판매량은 매년 감소하는 추세로, 연평균 2.0%의 하락세를 보임
  - 동년 일본 내 녹차 판매량은 약 5만 3,368톤으로 전체 잎차 판매량의 89.3%를 차지하는 것으로 나타남
    - 최근 5년간 녹차 판매량은 꾸준히 감소하고 있는데 2018년 판매량은 전년대비 1.0% 감소하였으며, 2014년 이후 연평균 2.2%씩 줄어들고 있음
  - 홍차 판매량은 6,143톤으로 전체 잎차 판매량의 10.3%를 차지하는 것으로 나타났으며, 홍차 역시 꾸준히 판매량이 감소하고 있음
  - 반면 과일 및 허브차의 판매량은 증가하는 추세로 2018년 판매량은 전년대비 6.2% 증가한 235톤으로 집계되었으며, 최근 5년간 연평균 3.9%의 성장세를 보임
- 일본에서의 잎차 판매량 감소는 RTD 차로의 수요 이전에 기인한 것으로 분석되며, 잎차 중에서도 녹차와 홍차의 판매량 감소는 과일 및 허브차와 같은 타(他) 종류의 차로 수요가 이전했기 때문인 것으로 판단됨

〈표 II-2〉 일본 차 시장규모 추이(2014~2018년) - 판매량 기준

(단위: 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
합계	97,550.0	84,665.3	82,747.5	81,605.4	80,828.6	-1.0	-4.6
녹차	58,451.9	56,026.2	54,498.9	53,916.2	53,367.5	-1.0	-2.3
인스턴트차	12,562.6	12,160.6	11,810.6	11,541.6	11,303.9	-2.1	-2.6
기타차	10,377.7	10,170.2	10,002.4	9,886.7	9,686.6	-2.0	-1.7
홍차	6,163.0	6,276.4	6,343.5	6,239.5	6,143.3	-1.5	-0.1
과일/허브차	202.2	199.8	207.8	221.5	235.2	6.2	3.9

\* 출처: 유로모니터

□ 2018년 일본의 RTD 차 시장규모는 판매액 기준 전년대비 2.8% 증가한 1조 5,530억 엔(한화 약 16조 7,569억 원) 규모로 집계됨

- RTD 차 판매액은 2014년 1조 3,845억 엔(한화 약 14조 9,388억 원) 규모에서 연평균 2.9%의 지속적인 성장세를 보임
  - 제품 판매량 역시 증가하는 추세로, 2018년 기준 일본의 RTD 차 판매량은 전년대비 3.2% 증가한 66억 6,560만 리터로 최근 5년간 최고 수준을 기록함
- 간편한 섭취를 중시하는 일본 소비자의 라이프스타일 변화가 RTD 차 시장의 성장을 주도하고 있는 것으로 나타남
  - 기존에 차잎을 끓여 음용하던 소비방식에서 즉석에서 편리하게 섭취할 수 있는 RTD 차 음료로 수요가 이전하면서 시장이 꾸준히 성장하고 있음

- 또한 루이보스, 우영, 검은콩 등 찾있이 아닌 타 원료로 제조한 차 소비가 늘어나면서 RTD 차 시장의 성장을 견인하는 것으로 분석됨

〈표 II-3〉 일본 RTD 차 판매 추이(2014~2018년)

(단위: 억 ¥, 백만 리터, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감율	연평균 증감율
판매액	1,384.5	1,422.7	1,470.5	1,510.8	1,553.0	2.79	2.91%
판매량	5,807.2	6,026.9	6,258.8	6,458.4	6665.6	3.21	3.51%

\* 출처: 유로모니터

## 나. 생산현황

□ 최근 5년간 일본의 잎차 생산면적과 생산량은 줄어드는 추세로, 생산면적은 연평균 1.2%, 생산량은 연평균 1.1%씩 감소하는 양상을 보임

- 2017년 일본의 잎차 생산면적은 4만 3,245ha로 전년과 유사한 수준으로 집계됨
  - 일본의 잎차 생산면적은 2013년 4만 5,400ha로 집계된 이후 매년 소폭의 감소세를 보이며 지속적으로 하락하고 있음
- 동년 잎차 생산량은 8만 1,200톤으로 전년대비 1.2% 증가하였으나, 2014년 8만 4,800톤 대비 4.2% 감소한 수준으로 나타남

〈표 II-4〉 일본 차 생산량 및 생산면적 추이(2013~2017년)

(단위: ha, 천 톤)

	2013	2014	2015	2016	2017	전년대비 증감율	연평균 증감율
생산면적	45,400	44,800	44,000	43,100	43,245	0.3	-1.2
생산량	84.8	83.6	79.5	80.2	81.2	1.2	-1.1

\* 출처: FAO

□ 일본에서 잎차는 주로 남서부 지방에서 재배되고 있으며, 특히 교토부(京都府)에 위치한 우지(宇治) 지역이 녹차의 본고장으로 유명함

- 일본의 녹차 주산지는 시즈오카현(静岡県), 가고시마현(鹿児島県), 미에현(三重県), 교토부(京都府), 후쿠오카현(福岡県), 미야자키현(宮崎県) 등임
  - 그 중 시즈오카현의 녹차 재배면적이 1만 7,400ha로 가장 넓으며, 뒤이어 가고시마현, 미에현, 교토부, 후쿠오카, 미야자키 순으로 나타남

〈표 II -5〉 일본 주요 녹차 산지의 재배면적

(단위: ha)

지역	재배면적
1 시즈오카현(静岡県),	17,400
2 가고시마현(鹿児島県)	8,520
3 미에현(三重県)	3,000
4 교토부(京都府)	1,580
5 후쿠오카현(福岡県)	1,550
6 미야자키현(宮崎県)	1,420
<b>합계</b>	<b>33,470</b>

\* 출처: 오차넷(www.o-cha.net)

- 우지 지역에서 재배되는 우지말차는 분말형태의 녹차로 일본에서 생산되는 녹차 중 가장 품질이 높다고 평가되고 있음
- 언덕 위에 위치한 우지지역은 토양이 비옥하고 녹차재배에 적합한 온난한 기후<sup>2)</sup> 환경을 갖추고 있어 고품질의 녹차 재배가 가능함

□ 일본에는 매우 다양한 종류의 녹차가 존재하는데, 그 중에서도 센차(煎茶)가 일본 내 전체 녹차 유통량의 약 85%를 차지함

〈표 II -6〉 일본 녹차 종류

종류	사진	특징
센차 (煎茶)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 찻잎을 증제한 뒤 건조하여 만드는 센차(Sencha)는 일본인들이 즐겨 섭취하는 녹차 중 하나로, 일본 내 전체 녹차 유통량의 약 85%를 차지함</li> <li>- ‘후즈우센차’ 로도 일컬어지는 센차는 녹차 잎의 색이 선명하고 향기가 좋아 감칠맛이 나는 것이 특징이나, 계절이나 산지에 따라 맛의 차이는 있음</li> </ul>
말차 (抹茶)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본에서 가장 오랜 전통을 지닌 녹차로, 증제과정을 거쳐 줄기와 엽맥 부분을 제거하고 분말형태로 만든 차임</li> <li>- 다도용으로 사용되며 과자나 차 음료의 원료로 널리 사용됨</li> </ul>
코나차 (粉茶)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 옥로와 센차 제조 시 생기는 부스러기를 모아서 만든 차로, 저급(低級)의 코나차들을 섞어 티백 형태의 차로 제조하기도 함</li> <li>- 주로 초밥집에서 사용되는 경우가 많음</li> </ul>

2) 녹차생산을 위한 차나무의 재배 적지는 연평균기온 13~16℃의 조건을 갖추면서 겨울 최저 평균온도가 -5℃~6℃ 이상인 곳이 적합하며, 보통 기후가 서늘하고 주야간 온도차가 많으며 공중 습도가 높은 지역에서 생산된 찻잎이 상품(上品)에 속함(제주농업기술센터)



<p>호지차 (houjicha)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중품(中品) 이하의 센차나 반차 등을 강한 불로 볶아 특유의 향과 맛을 낸 차로 카페인과 탄닌 등 자극성분이 적은 것이 특징임</li> <li>- 더운 여름철 물 대신 부담 없이 마실 수 있고, 특히 기름진 음식이나 초밥과 곁들여 음용하기 적합함</li> </ul>
<p>겐마이차 (玄米茶)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 센차나 반차에 현미를 5:5 비율로 혼합해 볶아 섞은 차로 볶은 현미의 구수한 향과 녹차의 산뜻한 맛이 매력적임</li> <li>- 티백 형태의 녹차로 제조되어 주로 판매됨</li> </ul>
<p>교쿠로 (玉露)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 차나무의 새싹이 올라오기 시작할 때부터 약 20일 정도 햇빛을 차단한 차밭에서 재배한 찻잎으로 증제한 차</li> <li>- 녹차로서 특유한 품질을 갖고 있는 고급차로 분류됨</li> </ul>
<p>쿠키차 (莖茶)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 센차, 옥로, 말차를 만드는 과정에서 생긴 줄기부분을 추려 만든 차로 찻잎과 비교해 상쾌한 향기와 맛이 특징임</li> <li>- 냉차형태의 음용에도 적합하며 특히 옥로차의 줄기로 만든 ‘카리가네’는 귀하게 여겨짐</li> </ul>
<p>반차 (番茶)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 센차를 만들고 난 뒤 여름과 가을에 걸쳐 딴 찻잎(줄기포함)을 사용하기 때문에 잎이 크고 억세며 센차보다 단맛이 적음</li> <li>- 가볍고 깔끔한 맛 때문에 식사 후에 즐겨 마신다고 함</li> </ul>

\* 출처: 맛차([www.matcha-jp.com](http://www.matcha-jp.com))



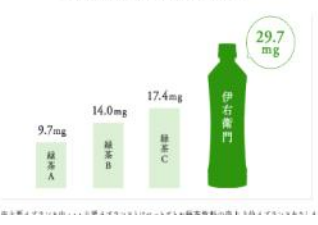
## 2. 소비트렌드

### 가. 소비선호도

□ 녹차 섭취가 보편화되어 있는 일본 시장에서 최근 소비자들의 녹차 음용목적은 △건강증진 및 질병예방 △미용효과인 것으로 나타남

- 일본은 전통적으로 차를 섭취하는 다도 문화를 지닌 국가로, 집이나 식당, 야외 등 장소를 불문하고 차를 음용하거나 대접하는 것에 익숙한 분위기임
  - 전통적인 다도문화는 엄숙한 분위기 속에서 차를 음미하는 것으로 일차를 우려 마시는데 큰 시간과 정성을 들이는 것이 관습이었음
- 그러나 최근 만성질환예방, 노화방지 등 건강을 증진하고 질병을 예방할 목적으로 녹차가 음용되고 있음
  - 이는 현대인의 라이프스타일 변화, 서구화된 식습관 등으로 체내 쌓인 독소나 노폐물을 배출하고, 보다 건강한 음료를 섭취하고자 하는 소비자의 니즈가 확산됨에 기인한 것으로 분석됨
  - 특히 주로 50대 이상의 남성이 암 예방, 노화방지 등 건강을 위해 녹차를 섭취하는 비중이 높은 것으로 나타남
  - 이에 따라 일본 내 다수의 녹차 브랜드들은 자사의 녹차에 산화를 방지하는 성분이 풍부하여 만성질환을 예방하고 노화를 방지해주는 효과가 있다고 홍보하며 소비를 촉진하고 있음

<그림 II-1> 건강을 중심으로 한 RTD 녹차 광고

 <p><b>탄수화물에 치우치는 경향</b> 단품 메뉴를 먹을 때 추천</p> <p>말짭이니 빵류 등의 단품 메뉴는 탄수화물과 지방이 풍부합니다. 이때 탄산음료를 섭취하면 칼로리가 과다합니다. 또한 탄수화물이나 지방질이 많은 경향이 있어 알로 "생각"은 건강 지향의 선택을 추천합니다.</p> <p><b>편의점에서 간편하게</b> 식사를 끝 마칠 때 추천</p> <p>일일 점심 등 편의점에서 간편하게 식사를 할 때를 때는 어떤 녹차가 좋을까요? 균형있게 먹는 것이 중요합니다. 편의점에서 제공하는 녹차 제품 중 녹차의 함유량이 높은 것이 좋습니다. 또한 녹차의 맛도 고려하여 선택해 주시기 바랍니다.</p> <p><b>식·생활 습관을</b> 바꿀 때 추천</p> <p>식·생활 습관을 바꿀 때 "주요 영양소"를 보충하는 것이 중요합니다. "이루도"와 "비타민"은 건강을 증진하는 데 도움이 됩니다. 또한 녹차의 맛도 고려하여 선택해 주시기 바랍니다. 녹차의 맛도 고려하여 선택해 주시기 바랍니다.</p>	 <p>&lt; 525mlあたりのテアニン含有量 &gt;</p>  <p>9.7mg (茶A), 14.0mg (茶B), 17.4mg (茶C), 29.7mg (伊右衛門)</p> <p>• 타사제품과 자사제품의 비교, 525ml당 테아닌 양, A사 9.7mg, B사 14.0mg, C사 17.4mg, 자사 제품 29.7mg</p>
<p>코카콜라 영양사들의 권고사항 홍보</p>	<p>산토리 테아닌 양 홍보</p>

\* 출처: 일본 코카콜라(www.cocacola.co.jp), 산토리 재팬(www.suntory.co.jp) 공식 홈페이지

- 또한 다이어트, 피부노화방지 등의 미용효과를 기대하는 소비자의 녹차 음용도 많아지는 추세임
- 과거 미용목적의 식품 소비는 주로 20~30대의 젊은 여성들 사이에서 발생하는 것이었으나 최근에는 소비자의 연령대와 성별에 관계없이 전반적으로 수요가 발생하며 시장이 세분화되고 있음
- 일부 RTD 녹차 브랜드의 광고에서는 체지방 조절을 목적으로 식후 또는 운동 후 녹차를 섭취하는 방법을 소개하며 다이어트를 목적으로 녹차를 소비하는 소비자들의 관심을 끌고 있음

<그림 II-2> 다이어트 목적의 소비자를 타깃으로 하는 RTD 녹차 광고

<ul style="list-style-type: none"> <li>· 허리둘레를 재며 내장지방 감소에 효과적임을 나타냄, 마시고 움직이고 라는 문구를 곁여 운동과 함께 마시면 좋다 홍보</li> </ul> <p>카오 헬시아 녹차 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본 임상 영양학회 잡지, 녹차를 섭취한 집단과 섭취하지 않은 집단의 비교, 섭취 후 콜레스테롤이 감소했다는 내용</li> </ul> <p>이토엔 사이트 내 내장지방 감소 홍보자료</p>

\* 출처: 카오(www.kao.co.jp), 이토엔(www.itoen.co.jp) 공식홈페이지

□ 최근 일본 소비자들이 선호하는 녹차 음용방식은 ‘간편섭취’ 로 기존 찻잎을 우려 마시던 방식에서 RTD 차 소비로 전환되고 있는 추세임

- 최근에는 직접 차를 끓이지 않고 페트(PET)나 병에 담겨 손쉽게 마실 수 있는 RTD 녹차 수요가 증가하고 있음
- 이는 가루나 분말 형태의 녹차 찻잎을 끓인 물에 부은 후 저어 마시는 기존의 녹차 음용방식과는 달라진 모습임
- RTD 녹차 중 페트 포장된 녹차의 판매율이 가장 높은 비중을 차지함
- 이는 페트 포장의 타 용기보다 휴대성이 높고 분리수거에 용이하기 때문인 것으로 나타남
- 일본의 소비자들은 재활용에 대한 시민의식이 높은 편으로, 포장용기의 분리수거 가능여부가 제품을 구매하는 요인으로 작용하기도 함

□ 자국산에 대한 신뢰도가 높으며, 자극적이지 않은 자연스러운 단맛을 선호하는 것으로 나타남

- 일본 소비자들은 자국산에 대한 선호도가 높은 편으로, 이러한 소비자의 구매 특성을 반영해 일본 내 대부분의 제품이 원산지를 상세히 표기하고 있음
  - 제품이 일본에서 재배되는 녹차임을 증명하기 위해 녹차잎의 정확한 원산지를 표기하고 있으며, 녹차 제조방식뿐만 아니라 ‘녹차 장인이 엄선한’ 등의 키워드를 삽입하여 품질에 대해 홍보함
- 자극적이지 않은 은은한 쓴맛과 상쾌한 향이 어우러진 담백하고 자연스러운 단맛의 녹차를 선호하는 것으로 파악됨
  - 최근 일본 내 보리차 및 호지차 등의 수요가 증가하는 추세인데, 이들 차 맛의 공통점은 자극적이지 않고 자연스러운 단맛을 낸다는 것임
  - 이러한 추세에 대응하여 각종 녹차 브랜드들은 강한 맛과 향을 내는 녹차보다 은은하고 담백한 맛의 녹차를 출시하고 있는 것으로 나타남

나. 제품 트렌드

□ 건강 및 미용목적으로 녹차를 소비하는 트렌드에 맞추어 많은 녹차 제품이 ‘건강’ 또는 ‘다이어트’ 를 마케팅 포인트로 설정하여 홍보하고 있음

- 건강 및 다이어트에 대한 소비자들의 관심이 확대됨에 따라 다수의 녹차 브랜드에서는 영양성분을 명확히 표시하고 제품의 효능을 적극적으로 홍보하고 있음
  - 2018년 일본 RTD 녹차시장 선도기업인 이토엔社は 카테킨<sup>3)</sup>을 함유한 녹차 제품을 별도로 출시함으로써 시장 내 트렌드에 부합하고자 노력하고 있음
- 일본의 RTD 녹차는 다이어트뿐만 아니라 건강에 좋은 음료라는 점을 중점적으로 홍보함
  - 주로 ‘카페인 함량이 낮음’, ‘대장의 작용을 활발하게 하는’ 등 건강과 직·간접적으로 관련된 키워드를 활용하여 제품을 홍보함
  - 또한 제품에 대한 영양사의 후기 및 건강음료 권유 문구 등을 제시하여 건강유지를 위해 녹차음용이 필요함을 강조하고 있음

3) 카테킨은 녹차의 쓴 맛을 내는 성분으로, 혈당을 낮추고 지방을 배출하는데 효과적인 것으로 알려져 있음

□ 특정보건용식품<sup>4)</sup>을 인증하는 ‘토쿠호’ 마크를 부착해 제품의 기능성을 강조하는 제품이 증가하고 있음

- 특정보건용식품(Food for Special Health Use, FoSHU)이란 후생노동성에서 식품의 기능성에 대한 표기를 허가한 제품을 의미함
  - 후생노동성은 식품을 △생명유지를 위한 1차기능(영양) △식사를 즐기는 2차기능(미각) △체조의 리듬조절이나 생체방어, 질병예방, 질병회복, 노화방지 등의 건강을 유지하는 3차기능(체조조절)로 분류하고 있으며, 특정보건용식품은 식품의 3차기능에 주목해 불규칙하고 건강하지 못한 식생활로 발생 가능한 생활습관병을 억제하기 위한 목적으로 만들어짐
  - 즉, 특정보건용식품은 식품의 유효성 및 안전성 등 과학적 근거에 기반하여 국가의 심사 하에 기능성 표기를 허가받은 식품으로, 그 성능이 입증된 제품에는 ‘건강의 보존 및 증진에 도움을 준다’는 보건용도의 표기가 허가됨을 증명하는 토쿠호 마크가 부여됨

<그림 II-3> 특정보건용식품(토쿠호) 인증마크



\* 출처: 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

- 일본의 RTD 녹차 제품들은 특정보건용제품임을 증명하는 토쿠호 마크를 취득하여, 제품의 다양한 기능성을 홍보하는 추세임
  - 특히 지방감소에 효과가 있는 것으로 알려진 특정보건용제품이 인기를 끌고 있으며, 이에 녹차 제조기업들은 ‘다이어트’, ‘내장지방 감소’ 등의 키워드를 홍보에 적극적으로 활용하고 있음
  - 주로 ‘체지방 감소’, ‘지방 흡수를 억제’, ‘혈압을 낮춰 줌’ 등의 기능성을 표기하여 강조하고 있는데, 일본에서 판매되고 있는 RTD 녹차의 대부분이 폴리페놀의 일종인 ‘케르세틴 배당체’를 배합해 제조한 제품으로 체지방 감소에 효과적임을 내세움
  - 토쿠호 마크가 부착된 RTD 녹차의 주요 소비자는 건강에 대한 염려와 제품을 음용하면 건강해질 수 있다는 기대를 가진 50대 이상의 남성인 것으로 파악됨

4) 특정보건용식품(Food for Special Health Use, FoSHU)이란 1991년부터 일본에서 식품위생법의 일부로 정하여 시행하고 있는 제도로, 이 법에서 기능성식품은 “생체방어, 생체리듬의 조절 등에 관계된 기능이 충분히 발휘되도록 설계되어 일상적으로 섭취되는 식품”으로 정의되며, 그 허용 범위는 “식품으로서 보통 이용되는 소재나 성분으로 구성되며, 동시에 보통의 형태 및 방법에 의하여 섭취되는 것”으로 정해져 있음(식품과학기술대사전)

<그림 II-4> 특정보건용식품 녹차음료





\* 출처: 산토리(www.suntory.co.jp), 일본  
코카콜라(www.cocacola.co.jp) 공식 홈페이지

□ 최근 RTD 녹차의 제품포장은 소비자의 이목을 끌면서도 편의성을 보장할 수 있는 디자인과 기술이 접목되는 추세임

- 맛뿐만 아니라 시각적인 효과도 함께 고려해 포장용기의 디자인을 찻잔 형태로 만들어 차(茶)의 특징을 부각하는 등 다양한 포장 디자인이 선보여지고 있음
- 일본의 녹차 제조사인 이토엔(伊藤園)에서 출시한 2가지의 기능성 카테킨 녹차는 페트병을 직접 전자레인지에 데울 수 있도록 제조하여 음용의 편리성을 확보함

<그림 II-5> 일본RTD 녹차 포장용기 관련 홍보자료

 <p>그릇의 감촉까지 맛볼 수 있는 「 찻잔 형 병 」 차주 전자에 있던 것 같은 맛을 즐기 武野 여출리는 3 찻잔 3 술 이미지하여 더욱 맛있게 맛볼 수 있게 되었습니다.</p>	<p>3 こだわり 電子レンジ対応<sup>®</sup>で温めも可能</p> <p>※必ずキャップを外してから電子レンジで加熱してください。</p>  <p>※画像はイメージです</p> <p>電子レンジ対応<sup>®</sup>。冷やすのはもちろん、温かい緑茶もお召しあがりできます。今からの季節にはうれしい機能ですね。</p> <p>※必ずキャップを外してから電子レンジで加熱してください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자레인지 따뜻하게 데워먹기도 가능하며 냉장도 가능한 용기라는 문구</li> </ul> <p>이토엔 전자레인지에 데울 수 있는 페트병 홍보</p>
<p>코카콜라 찻잔의 형태로 디자인한 페트병</p>	<p>이토엔 전자레인지에 데울 수 있는 페트병 홍보</p>

\* 출처: 일본 코카콜라(www.cocacola.co.jp), 이토엔(www.itoen.co.jp) 공식홈페이지

### 3. 제품분석

#### □ 일본의 RTD 녹차 현지 판매현황을 조사한 결과, 일본산 제품이 주를 이루는 것으로 나타남

- 판매량이 상위에 속한 RTD 녹차 제품은 모두 일본산으로, 차잎의 원산지 역시 자국산으로 확인됨
  - 자국산 원재료와 브랜드에 높은 신뢰를 보이는 일본 소비자들을 겨냥해 포장에 제품의 원산지를 강조한 제품을 쉽게 찾아볼 수 있음
  - 특히 ‘국내산 차 잎을 사용해’, ‘일본산 녹차’ 등의 문구를 표기하여 일본에서 제조된 제품임을 강조함

#### □ 일본 내 주요 전자상거래사이트<sup>5)</sup>에서 판매되는 글로벌 브랜드 제품은 일본 코카콜라가 유일한 것으로 나타남

- 일본 시장에서는 이미 자국산 브랜드 제품이 소비자의 신뢰를 바탕으로 경쟁력을 확보한 것으로 보이며, 수입산 제품에 대한 수요가 나타나지 않음
- 한편 일본 코카콜라에서는 소비자의 다양한 욕구를 충족하기 위해 폭넓은 제품군을 선보이고 있음
  - 일반적인 음용 목적인 아야타카 녹차, 기능성 녹차를 희망하는 소비자를 대상으로 하는 綾鷹특선차, 단맛을 강조한 아마미 녹차 등을 출시함

#### □ 건강과 다이어트의 기능을 위해 제조된 특정보건용식품(토쿠호) 마크를 부착한 RTD 녹차 제품의 가격이 일반 녹차에 비해 고가이지만, 판매량은 더 많은 것으로 조사됨

- 카테킨 함량을 높여 기능성을 강조한 제품들은 일반 녹차에 비해 가격이 더 높음에도 불구하고 제품판매 순위 상위에 위치하는 것으로 나타남
  - 이를 통해 일본 소비자들은 제품 구매 시 가격보다는 제품의 품질과 기능성을 중시함을 유추할 수 있음

5) 일본 라쿠텐, 일본 아마존, 일본 야후쇼핑, 일본 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손 등의 전자상거래 사이트 등을 대상으로 조사를 진행함

<표 II-7> 일본 RTD 차 Top 10 판매제품 비교

순위	국가	제조사	제품명	100ml 가격	제품 특징
1	일본	산토리	이에몬 도쿠 차 (サントリー緑茶 伊右衛門特茶)	33.0엔 (한화 약 357원)	- 고온에서 보다 적은 양으로 끓인 물에서 평소보다 오랜 시간을 들여 추출
2	일본	고베	고베 다방 녹차 (神戸茶房 緑茶)	9.1엔 (한화 약 98원)	- 구운 생차 잎을 찌서 만듦
3	일본	이토엔	2가지 기능 카테킨 녹차 (伊藤園 2つの働き カテキン緑茶)	41.4엔 (한화 약 447원)	- 원료 찻잎의 가공시간을 단축해 신선도를 유지하며 최적화된 온도와 시간으로 증기로 찌냄
4	일본	트라이얼 주식회사	프라이빗 차 (トライアルカンパニープライ ベートブランド お茶)	12.5엔 (한화 약 135원)	- 가고시마 현산의 차잎을 100% 사용해 제조함
5	일본	한신주판 주식회사	플러스 녹차 (ぶらすの緑茶)	20.8엔 (한화 약 225원)	- 시즈오카 현의 엄선된 차잎 사용해 제조
6	일본	카오	헬시아 녹차	43.6엔 (한화 약 471원)	- 카테킨을 풍부하게 함유하여 녹차잎의 진하고 깊은 맛을 즐길 수 있도록 제조
7	일본	기린	기린 생차 디카페인 (キリン 生茶デカフェ)	19.4엔 (한화 약 210원)	- 차 잎을 초미분쇄, 저온에서 추출
8	글로벌	일본 코카콜라	綾鷹 특선 차 (綾鷹 特選茶)	32.3엔 (한화 약 349원)	- 국내산 녹차를 휘젓지 않고 추출함
9	글로벌	일본 코카콜라	아야타카 녹차 (綾鷹 特選茶)	32.0엔 (한화 약 345원)	- 오랜 기간 공정을 통해 제작, 멧돌로 빻는 기구를 이용함
10	일본	유카원	유카원 녹차 (幸香園 緑茶)	10.9엔 (한화 약 118원)	- 엄선한 소재를 사용해 끓여서 제조

\* 출처: 일본 라쿠텐, 일본 아마존



## 4. 수출입현황

### 가. 수입현황

□ 2018년 일본의 녹차(잎차, HS Code 0902.10-0000) 수입액은 397만 5,406달러(한화 약 47억 2,278만 원)로 전년대비 14.8% 증가함

- 수입액 기준 일본의 녹차 주요 수입국은 중국, 스위스, 싱가포르로, 해당 3개국으로부터의 녹차 수입액이 전체의 89.4%를 차지함
  - 중국산 녹차 수입액은 전년대비 2.0% 증가한 208만 3,576달러(한화 약 24억 7,529만 원)로 수입비중은 전체의 52.4%에 달함
  - 스위스로부터의 수입액은 전체 수입의 28.7%에 해당하는 113만 9,480달러(한화 약 13억 5,370만 원)로 전년대비 27.4% 증가함
  - 싱가포르 녹차 수입액은 32만 9,308달러(한화 약 3억 9,122만 원)로 전년대비 58.2%의 증가세를 보이며 전체 수입의 8.3%를 차지함
- 전년대비 대만, 베트남, 인도산 녹차 수입액의 약진이 두드러짐
  - 2018년 대만으로부터의 녹차 수입액은 16만 9,793달러(한화 약 2억 171만 원)로 전체 수입의 4.3%를 차지하였으나, 전년대비 149.6%의 증가율을 보임
  - 동년 베트남산 녹차 수입 역시 전년대비 132.9% 증가한 9만 8,309달러(한화 약 1억 1,679만 원)로 집계되어 전체 수입의 2.5%를 차지함
  - 인도산 녹차 수입액은 전년대비 141.2% 증가한 1만 6,089달러(한화 약 1,911만 원)를 기록하였으나, 전체 수입에서 차지하는 비중은 0.4%에 불과한 것으로 나타남
- 일본의 녹차 수입규모는 2015년 소폭의 하락세를 제외하고 최근 5년간 상승곡선을 그리고 있음
  - 최근 5년간 수입규모는 금액기준 연평균 17.8% 상승, 물량기준 2.6%의 상승세를 보임
    - 주요 수입국인 중국의 최근 5년간 수입규모는 금액기준 연평균 5.1%, 물량기준 연평균 2.6% 증가하는 추세임
    - 스위스로부터의 수입은 2015년 시작된 이후 최근 4년간 금액기준 연평균 163.3%, 물량기준 165.5%의 기록적인 성장률을 달성함
    - 싱가포르산 녹차의 최근 5년 수입액은 연평균 39.4% 증가한 반면 수입물량은 8.9% 감소한 것으로 나타남

〈표 II-8〉 일본 녹차 수입규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
세계	382	2,066	349	1,930	393	2,906	419	3,462	423	3,975
1 중국	368	1,707	337	1,536	373	1,730	395	2,043	389	2,084
2 스위스	-	-	1	62	8	744	10	894	13	1,139
3 싱가포르	3	87	1	82	2	203	2	208	2	329
4 대만	3	43	3	56	2	46	4	68	10	170
5 베트남	3	19	3	18	4	22	5	42	7	98
6 프랑스	-	30	1	69	1	59	1	64	1	48
7 미국	1	100	1	44	2	58	1	73	1	45
8 스리랑카	2	49	1	38	1	32	1	50	1	42
9 인도	-	5	-	-	-	8	-	7	-	16
10 독일	-	-	-	5	-	-	-	7	-	2

\* 주: HS code 0902.10-0000(녹차)

\* 출처: GTA

□ 2018년 한국산 녹차에 대한 수입실적은 존재하지 않음

- 일본의 녹차 수입통계에서 한국산 녹차에 대한 실적은 확인되지 않으며, 따라서 한국의 對일본 녹차 수출실적을 확인해본 결과, 2018년 對일본 녹차 수출액은 없는 것으로 나타남
- 2014년 한국산 녹차의 對일본 수출액은 1,317달러(한화 약 156만 원) 규모로 집계되었으며, 이후 2년간 다시 수출실적은 없는 것으로 확인됨
- 2017년에는 1달러(한화 약 1,191.5원) 수준의 수출실적이 집계됨

〈표 II-9〉 한국산 녹차 對일본 수출추이(2014~2018년)

(단위: 달러, kg)

	2014	2015	2016	2017	2018
수출금액	1,317	-	-	1	-
수출물량	-	-	-	-	-

\* 주: HS code 0902.10-0000

\* 출처: GTA

□ 2018년 일본의 RTD 녹차를 포함한 차 조제품(HS Code 2101.20) 수입액은 전년 대비 6% 감소한 3,277만 5,000달러(한화 389억 9,569만원)로 집계됨

- 일본의 차 조제품(RTD 차 포함) 수입액은 2014년 4,439만 7,000달러(한화 약 528억 9,902만 원)를 기록한 이후 꾸준한 증감추세를 반복함
- 최근 5년 수입물량의 경우 2014년 3,653톤으로 최대치를 기록한 이후 꾸준히 감소하여 2016년에는 1,850톤까지 하락함

- 그러나 수입물량은 2017년 이후 증가세를 보여 2018년 기준 전년대비 6.0% 증가한 2,243톤을 기록함

〈표 II -10〉 일본 차·마테의 추출물 및 그 조제품 수입규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018
수입액	44,397	35,607	26,528	34,986	32,775
수입량	3,653	2,897	1,850	2,111	2,243

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

- 일본의 차 조제품(RTD 차 포함) 주요 수입국은 중국, 케냐, 인도로, 해당 3개국의 수입비중은 75.9%로 나타남
  - 2018년 중국산 차 조제품 수입액이 전년대비 7.6% 감소한 1,106만 4,000달러(한화 131억 8,275만 원)로 집계되어 가장 높은 수준을 보였으며, 전체 수입의 24.4%를 차지함
  - 케냐로부터의 차 조제품 수입액은 247만 8,000달러(한화 약 29억 5,253만 원)로 전년대비 33.8%의 감소세를 보이며 전체 수입액의 23.2%를 차지함
  - 인도산 차 조제품 수입액은 전체의 18.9%에 해당하는 619만 달러(한화 약 73억 7,600만 원)로 전년대비 13.6% 증가한 수준을 보임

□ 2018년 RTD 차를 포함한 한국산 차 조제품의 수입액은 전체의 7.6%에 해당하는 247만 8,000달러(한화 약 29억 5,253만 원)로 수입 상위 4위국에 이름을 올림

- 한국산 차 조제품의 수입액은 매년 확대되는 추세로, 2018년 기준 전년대비 118.1%의 기록적인 성장세를 보임
- 수입물량 역시 전년대비 95.3% 증가한 580톤으로 집계되었으며, 일본의 차 조제품 전체 수입물량에서 25.9%를 차지하는 것으로 나타남

〈표 II-11〉 일본 차·마테 추출물 및 조제품(RTD 녹차 포함) 주요  
수입국(2016~2018년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		2018/2017 증감율		2018 비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	1,850	26,528	2,111	34,986	2,243	32,775	6.3	-6.3	100.0	100.0
1 중국	767	12,893	678	11,980	548	11,064	-19.2	-7.6	24.4	33.8
2 케냐	158	3,118	470	11,451	359	7,590	-23.6	-33.7	16.0	23.2
3 인도	439	5,338	439	5,450	517	6,190	17.8	13.6	23.0	18.9
<b>4 한국</b>	<b>306</b>	<b>986</b>	<b>297</b>	<b>1,136</b>	<b>580</b>	<b>2,478</b>	<b>95.3</b>	<b>118.1</b>	<b>25.9</b>	<b>7.6</b>
5 미국	38	1,911	37	1,812	34	2,029	-8.1	12.0	1.5	6.2
6 프랑스	78	1,152	106	1,770	116	1,923	9.4	8.6	5.2	5.9
7 UAE	13	347	18	490	19	515	5.6	5.1	0.8	1.6
8 독일	4	135	11	295	6	236	-45.5	-20.0	0.3	0.7
9 스리랑카	8	172	8	204	10	221	25.0	8.3	0.4	0.7
10 영국	0	37	1	55	2	-	100.0	-100.0	0.1	0.0

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

## 나. 수출현황

□ 2018년 일본의 녹차(잎차, HS Code 0902.10-000) 수출액은 7,561만 84달러(한화 약 900억 8,941만 원) 대비 6.8% 증가함

- 주요 수출국은 미국, 홍콩, 캐나다로, 상위 3개국으로의 수출비중이 전체의 62.5%를 차지함
  - 일본산 녹차의 對미국 수출은 3,464만 1,661달러(한화 약 412억 7,553만 원)로 전년대비 14.7% 증가하며 전체 수출의 45.8%를 차지함
  - 뒤이어 對홍콩 수출액은 전체의 9.4%에 해당하는 707만 1,471달러(한화 약 84억 2,565만 원)로 전년대비 29.9% 하락함
  - 캐나다로의 수출 역시 전년대비 5.0% 감소한 550만 7,179달러(한화 약 65억 6,180만 원)로 집계되며 전체 수출의 7.3%를 차지함
- 2018년 일본산 녹차(잎차)의 對한국 수출액은 55만 1,744달러(한화 약 6억 5,740만 원)로 전년대비 32.5% 증가함
  - 한국으로의 수출액은 전체의 0.7%에 불과하나 최근 5년간 연평균 61.3% 증가함
  - 동년 對한국 수출물량은 전년대비 11.2% 1만 9,424kg로 집계되었으며, 2014년 이후 연평균 61.3%의 증가율을 보임
- 일본의 녹차(잎차) 수출금액은 꾸준히 증가하는 추세로 최근 5년간 수출금액 기준 연평균 14.9%의 성장률을 보임

- 수출물량 기준 최근 5년간 일본 녹차(잎차)의 수출은 연평균 0.9%씩 증가하는 양상으로. 2018년 기준 수출물량은 전년대비 9.4% 증가함

〈표 II-12〉 일본 녹차 수출규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2014		2015		2016		2017		2018		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
세계	2,015	43,436	2,301	48,511	2,050	64,954	1,908	70,770	2,086	75,610	
1 미국	1,086	20,038	1,190	22,472	857	28,403	682	30,367	789	34,642	
2 홍콩	86	2,118	111	3,002	135	6,009	192	10,088	159	7,071	
3 캐나다	190	3,091	200	3,083	155	3,501	161	5,796	164	5,507	
4 싱가포르	141	3,358	163	3,530	241	6,464	178	4,048	196	4,390	
5 독일	64	4,448	85	4,176	81	4,852	70	3,684	77	4,162	
6 태국	84	1,641	65	1,208	63	1,442	60	1,397	123	2,689	
7 호주	54	1,146	72	1,767	73	1,742	81	1,783	7	2,296	
8 말레이시아	72	1,353	95	1,551	107	1,912	127	1,936	134	2,144	
9 대만	82	1,490	128	1,971	80	1,972	81	2,420	63	2,131	
10 프랑스	21	649	21	663	29	1,088	33	1,288	37	1,358	
:											
16 한국	3	81	3	86	15	320	17	416	19	552	

\* 주: HS code 0902.10-0000(녹차)

\* 출처: GTA

□ 2018년 일본의 RTD 녹차를 포함한 차 조제품(HS Code 2101.20) 수출액은 1,656만 8,000달러(한화 약 197억 4,077만 원)로 전년대비 54% 증가함

- 최근 5년간 일본의 차 조제품 수출액은 지속적으로 증가하는 추세로, 2014년 758만 3,000달러(한화 약 90억 3,514만원) 이후 연평균 21.6%의 증가율을 보임
- 수출물량 역시 최근 5년간 9.8%의 성장세를 보이며 2018년 1,185톤 수준으로 확대됨

〈표 II-13〉 일본 차·마테의 추출물 및 그 조제품 수출규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018
수출금액	7,583	7,778	8,431	10,745	16,568
수출물량	814	757	719	808	1,185

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

- 일본의 차 조제품(RTD 차 포함) 주요 수출국은 홍콩, 중국, 미국으로, 3개 국가로의 비중은 약 62.9%로 나타남
  - 對홍콩 수출금액은 전년대비 71.0% 증가한 441만 4,000달러(한화 약 52억 5,928만 원)로 전체 수출의 27.4%를 차지함
  - 중국으로의 차 조제품 수출은 전체 수출액의 25.9%에 해당하는 429만 7,000달러(한화 약 51억 9,875만 원)로 집계되었는데, 이는 전년대비 267.3% 증가한 수

준입

- 미국으로의 수출액은 172만 5,000달러(한화 약 20억 5,533만 원)로 전년대비 49.0% 증가하며 전체의 10.4%를 차지함
- 일본산 차 조제품(RTD 차 포함)의 對한국 수출액은 2018년 기준 71만 3,000달러(한화 약 8억 4,953만 원)로 전체의 약 4.3%를 차지하는 것으로 나타남
- 동년 한국으로의 수출은 금액과 물량 모두 전년대비 각각 33.5%, 31.3% 감소함

<표 II-14> 일본 차·마테 추출물 및 조제품(RTD 녹차 포함) 주요 수출국(2016~2018년)  
(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		2018/2017 증가율		2018 비중		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
합계	719	8,431	808	10,745	1,185	16,568	46.7	54.2	100.0	100.0	
1	홍콩	109	2,164	120	2,582	325	4,414	171.8	71.0	27.4	26.6
2	중국	31	561	115	1,170	284	4,297	147.0	267.3	24.0	25.9
3	미국	69	747	83	1,158	85	1,725	2.4	49.0	7.2	10.4
4	대만	182	1,359	140	1,440	102	1,282	-27.1	-11.0	8.6	7.7
5	태국	57	661	61	769	84	1,098	37.7	42.8	7.1	6.6
<b>6</b>	<b>한국</b>	<b>62</b>	<b>485</b>	<b>99</b>	<b>1,072</b>	<b>68</b>	<b>713</b>	<b>-31.3</b>	<b>-33.5</b>	<b>5.7</b>	<b>4.3</b>
7	싱가포르	18	403	17	375	25	641	47.1	70.9	2.1	3.9
8	베트남	22	505	39	485	52	509	33.3	4.9	4.4	3.1
9	호주	13	133	33	286	43	349	30.3	22.0	3.6	2.1
10	독일	21	267	26	361	22	286	-15.4	-20.8	1.9	1.7

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

## 5. 시사점

□ 일본의 RTD 녹차 시장은 성장하는 시장이며 소비자들의 녹차 섭취에 있어 편의성 추구에 따른 RTD 녹차의 수요 확대로 나타남

- 최근 5년 동안 일본 RTD 차 시장은 연평균 2.91%의 성장률을 달성하여 2018년 1조 5,530억 엔(한화 약 16조 7,569억 원)의 판매액을 달성함
  - 동년 판매량의 경우, 2014년부터 연평균 3.51%의 성장률을 보여 2018년 666억 5,600만 리터의 판매량을 기록함
  - 녹차 시장의 경우에는 30억 1,148만 원을 기록한 2014년부터 지속적인 감소세를 보였으며, 2018년 2,517억 엔(한화 약 2조 7,158억 원)의 시장을 형성함
  - 녹차 시장의 감소요인으로는 과일/허브차의 수요 증가와 ‘차’ 분류에 속하지 않는 건강음료의 꾸준한 수요 증가가 원인임

□ 암 예방, 노화방지, 다이어트에 효과 등 제품의 기능적 측면을 강조한 제품들이 인기

- 라이프스타일의 변화로 인해 단순히 음료로써 섭취하는 것이 아닌 건강과 다이어트를 목적으로 소비하는 추세임
  - 이에 따라, 일본의 주요 RTD 녹차 제조 브랜드들은 일본 소비자청에서 특정 보건용 제품 마크를 허가받아 사용하는 추세임
  - 보건 목적을 기재할 수 있는 취지의 특정 보건용 제품 마크를 함으로써 제품 섭취를 통해 얻을 수 있는 기능적인 부분들에 대한 홍보문구 기재가 가능해짐

□ RTD 녹차를 섭취함으로써 얻는 기능적 측면과 녹차의 품질을 부각할 수 있는 홍보전략 필요

- 최근 일본 소비자들은 녹차를 만성질환 예방, 노화방지, 다이어트 등의 목적으로 음용하고 있음
  - 이러한 소비자의 니즈에 따라 녹차에 함유된 케르세틴 배당체, 테아닌 등의 영양성분을 기재하여 녹차섭취를 통해 얻게 되는 효과를 직접적으로 나타낼 뿐만 아니라 홍보에 적극 활용중임
- 일본은 녹차의 품질을 중요시 하는 경향이 있으며 ‘일본산 녹차잎’, ‘일본 녹차 장인이 제조한’ 등의 품질제품 홍보를 하는 경향이 있음

### III. 대만

#### 1. 시장현황

##### 가. 시장 규모

□ 2018년 대만의 잎차 시장규모는 판매액 기준 99억 8,600만 대만달러(한화 약 3,370억 7,136만 원)로 전년대비 2.5% 증가함

- 차(茶)의 주산지인 대만은 전통적으로 차를 음용하는 문화를 지녀 잎차 소비에 익숙한 환경이 조성되어 있음
  - 대만의 차 판매액은 2014년 89억 8,840만 대만달러(한화 약 3,394억 198만 원) 이후 매년 2.7%씩 지속적으로 성장함
  - 판매량 역시 4,175톤으로 전년대비 1.1% 증가하였으며, 2014년 이후 1.0%의 오름세를 보임
- 2018년 대만의 녹차(잎차) 시장규모는 판매액을 기준으로 전년대비 2.0% 증가한 15억 3,020만 대만달러(한화 약 579억 3,300만 원)로 집계됨
  - 동년 녹차시장은 전체 잎차시장의 15.3%를 차지하는 것으로 나타났으며, 연평균 3.3%의 증가율을 보임
  - 녹차(잎차) 판매량은 전년대비 1.0% 증가한 947톤으로 전체 시장의 22.7%를 차지하는 것으로 나타났으며, 최근 5년간 연평균 1.7%로 증가하는 추세임

〈표 III-1〉 대만 차 시장규모 추이(2014~2018년) - 판매액 기준

(단위: 백만 NTS, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
합계	8,988.4	9,253.1	9,522.9	9,738.3	9,986.0	2.5	2.7
허브차	3,741.1	3,870.4	4,003.0	4,126.3	4,246.3	2.9	3.2
기타차	3,646.4	3,730.7	3,814.6	3,871.2	3,952.6	2.1	2.0
<b>녹차</b>	<b>1,345.2</b>	<b>1,399.0</b>	<b>1,449.6</b>	<b>1,500.4</b>	<b>1,530.2</b>	<b>2.0</b>	<b>3.3</b>
홍차	81.5	81.3	81.5	83.3	85.3	2.4	1.2
인스턴트차	120.4	121.1	123.5	127.3	130.9	2.8	2.1

\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 유로모니터



〈표 III-2〉 대만 차 시장규모 추이(2014~2018년) - 판매량 기준

(단위: 톤, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
합계	4,006.3	4,049.3	4,091.0	4,131.4	4,175.3	1.1	1.0
기타차	1,880.8	1,891.1	1,898.7	1,907.2	1,920.6	0.7	0.5
<b>녹차</b>	<b>886.7</b>	<b>907.8</b>	<b>926.0</b>	<b>937.6</b>	<b>947.0</b>	<b>1.0</b>	<b>1.7</b>
허브차	795.8	810.7	825.7	839.8	853.8	1.7	1.8
인스턴트차	350.9	348.8	350.9	356.2	362.6	1.8	0.8
홍차	92.1	90.8	89.8	90.7	91.4	0.8	-0.2

\* 주: TWD 1NT\$ = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 유로모니터

□ 2018년 대만의 RTD 차 시장규모는 판매액을 기준으로 435억 2,280만 대만달러 (한화 약 1조 6,478억 원)로 2014년 이후 지속적으로 성장하는 추세임

- 대만 내 RTD 차 음료의 소비가 증가함에 따라 최근 5년 내 시장규모는 연평균 2.3%씩 증가함
  - 2018년 시장 내 RTD 차 판매액은 전년대비 2.8% 증가하였으며, 판매량은 10억 5,480만 리터로 전년대비 1.4% 늘어남
- 최근 대만 내 무설탕·무첨가 RTD 차 수요 확대는 시장의 성장을 견인하는 주요 요인으로 작용함

〈표 III-3〉 대만 RTD 차 판매 추이(2014~2018년)

(단위: 백만 NT\$, 백만 리터, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
판매액	39,699.2	40,175.6	42,079.0	42,350.2	43,522.8	2.8	2.3
판매량	995.7	1,000.6	1,045.7	1,040.8	1,054.8	1.4	1.5

\* 주: TWD 1NT\$ = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 유로모니터

## 나. 생산현황

□ 최근 5년 새 대만의 잎차 생산면적과 생산량은 감소추세를 보이고 있는데, 각각 0.66%, 2.29%씩 감소하였음

- 2013년 이후 대만의 잎차 생산면적은 지속적인 감소추세를 보이며 2017년 1만 1,511ha까지 축소됨
  - 이는 전년도 1만 1,606ha 대비 0.8% 감소, 2013년 11,818ha 대비 2.6% 감소한 수준임

- 잎차 생산량 역시 2013년 이후로 감소하는 양상을 보여왔으며, 2017년 생산량은 전년대비 0.8% 감소한 1만 3,400톤으로 집계됨
- 이는 2013년 1만 4,700톤 대비 8.8% 축소된 수준으로. 대만기후연맹에 따르면 대만 내 차 재배면적과 생산량의 감소는, 기상악화와 병충해 관리 문제로 인한 차 재배 농가의 생산성 저하문제에서 기인한 것으로 나타남<sup>6)</sup>

〈표 III-4〉 대만 차 생산량 및 생산면적 추이(2013~2017년)

(단위: ha, 천 톤)

	2013	2014	2015	2016	2017	전년대비 증감률	연평균 증감률
생산면적	11,818	11,785	11,620	11,606	11,511	-0.8	-0.7
생산량	14.7	15.2	14.4	13.0	13.4	3.1	-2.3

\* 주: TWD 1NT\$ = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: FAO

6) 대만기후연맹([www.twycc.org.tw](http://www.twycc.org.tw))

## 2. 소비트렌드

### 가. 소비선호도

□ 대만의 RTD 녹차 소비자들은 설탕을 포함한 기타 성분이 함유되지 않은 무첨가 녹차를 선호함

- RTD 녹차의 설탕함량 정도가 제품의 구매요인으로 작용함
  - 최근 건강에 대한 대만 소비자들의 인식이 제고됨에 따라 RTD 녹차 구매 시 설탕함량을 필수적으로 확인하는 것이 트렌드로 자리잡았으며, 저설탕 또는 무설탕 제품 위주의 소비가 발생하고 있음
  - 이와 유사하게 녹차 외 다른 성분이 함유되지 않은 무첨가 제품의 선호가 높은 것으로 확인되었는데, 2018년 판매된 RTD 녹차 중 49.5%가 무설탕·무첨가 녹차였던 것으로 나타남
  - 무설탕 우롱차의 판매비중도 20.8%에 달해 최근 대만 내 무설탕 제품에 대한 인기가 높아졌음을 시사함
  - 일부 소비자들은 SNS 채널을 통해 현재 대만에서 판매되고 있는 주요 RTD 녹차 제품의 설탕함량을 비교하는 게시물을 공유함

〈그림 III-1〉 RTD 녹차 설탕 함량 관련

 <p>대만 인터넷방송을 통해 비교된 14개 RTD 녹차 제품의 설탕 함량 및 맛 비교</p> <p>주요 RTD 녹차 설탕함량 비교 영상</p>	 <p>대만 내 판매되는 무설탕 RTD 녹차 음료의 설탕함량 비교 및 추천 제품</p> <p>추천되는 주요 무설탕 RTD 녹차 제품</p>
---	---

\* 출처: 유튜브, KK뉴스

□ 카테킨 성분이 함유된 RTD 녹차의 인지도가 확산되는 추세임

- RTD 녹차에 함유된 카테킨 성분이 체지방 감소, 콜레스테롤 수치 저하 등에 효과적인 것으로 알려지면서 소비자들의 관심을 끌고 있음

- 다양한 매체와 SNS 채널에서는 지속적으로 카테킨을 섭취하였을 때 체중감량에 도움을 줄 수 있다고 전하고 있음
- 대만의 한 매체에서는 영양사와의 인터뷰를 통해 중성지방 및 콜레스테롤 수치 저하, 항산화 효과가 있는 카테킨을 주기적으로 섭취할 것을 권장하기도 하였으며, 일부 소비자들은 카테킨을 섭취한 후 체중감소 효과가 나타났다고 하며 RTD 녹차 제품별로 카테킨 함량을 비교하여 공유하기도 함

〈그림 III-2〉 카테킨 성분을 함유한 RTD 녹차 제품

		
<p>분해차(分解茶)</p>	<p>차과왕우롱차(茶裏王烏龍茶)</p>	<p>차과왕농운일식녹차 (茶裏王濃韻日式綠茶)</p>
		
<p>무당녹차(純喫茶無糖綠茶)</p>	<p>차과왕무당녹차(日式無糖綠茶)</p>	<p>매조건강녹차(每朝建康綠茶)</p>

\* 출처: 이투데이(www.ettoday.net)

□ 원산지를 중시하는 소비 트렌드로 자국산 브랜드에 대한 선호도가 높으며, 수입산 제품의 경우 일본산 RTD 녹차에 대한 신뢰도가 높은 것으로 나타남

- 대만 소비자들은 일본에서 제조한 RTD 녹차에 대해 깊은 신뢰를 나타내기 때문에 일본 코카콜라를 포함한 일본산 RTD 녹차 제품은 제품명이나 포장에 ‘일본식’이라는 표기를 명시하는 것으로 나타남
  - 대만에서 ‘일본식 녹차’는 일반적으로 무설탕 제품으로 인식되고 있음
  - 일부 소비자들은 대만에서 판매되는 일본산 RTD 녹차 제품이나, 일본에서 직접 구매한 RTD 녹차 제품을 소개하고 정보를 공유하는 등의 행위를 통해 높은 관심도와 선호도를 직·간접적으로 표현하고 있음

## 나. 제품트렌드

□ 최근 RTD 녹차 제품은 주로 ‘천연성분’ 및 ‘다이어트’ 를 마케팅 포인트로 선정하여 홍보활동을 수행함

- 건강증진에 대한 소비자의 기대, 이에 따른 무첨가·무설탕 RTD 녹차 제품 선호현상 등이 확산되면서 첨가물을 사용하지 않은 RTD 녹차들이 확대되고 있음
  - 대만의 주요 RTD 녹차 제조업체인 비탈론의 경우 ‘100% 천연’, ‘자연 그대로’ 와 같은 키워드를 활용하여 제품을 홍보하고 있음
    - 해당 제품의 영상광고는 유튜브 게시 한 달 만에 조회수 100만 뷰(view)를 넘어설 정도로 소비자들의 관심을 끌고 있음
- 다이어트를 목적으로 RTD 녹차를 음용하는 소비자들이 늘어남에 따라 오일컷(oil cut), 체중감량 등을 내세운 제품도 확대되는 추세임
  - RTD 녹차 제조업체들은 녹차에 함유된 카테킨 성분이 지방흡수를 억제하여 체중감량에 효과가 있으며, 식후 섭취 시 혈당의 상승속도를 억제하여 다이어트에 효과적임을 강조한 마케팅을 진행함

〈그림 III-3〉 천연·다이어트를 중심으로한 RTD 녹차 광고

 <p>御茶園x金城武 2019全新廣告</p> <p>御茶園 최초 공개: 2019. 3. 29.</p> <p>【讓我們用一杯茶體會放鬆，回味自然】</p> <p>置身自然，是放鬆，是舒緩，是讓心開闊； 取於自然，是御茶園，是100%天然茶葉沖泡，是重現自然的醇濃。 今天，就讓我們與金城武相遇在自然，體會自然。</p> <p>카테고리 <a href="#">인물/블로그</a></p> <p>간략히</p> <p>- 광고 키워드: 자연, 여유, 100% 천연, 자연의 선물</p> <p>비탈론의 천연 키워드 RTD 녹차 영상광고</p>	 <p>· 한 끼의 기름진 식사는 한 병의 분해차로 분해한다(一餐油膩一瓶分解)는 다이어트 녹차 카피문구</p> <p>에지미의 다이어트 키워드 RTD 녹차 광고</p>
--	--

\* 출처: 유튜브, 야후 대만

□ 건강식품인증을 취득하여 건강식품임을 강조한 RTD 녹차가 등장하고 있음

- 건강식품인증은 대만 보건부(Department of Health)에서 관리하는 것으로, 해당 인증을 획득할 경우 제품의 기능성에 대한 표기나 광고가 허용됨
  - 해당 인증을 보유한 제품은 보건효과(Health care effect)가 있으며, 질병을 예

방할 수 있다는 점을 증명할 수 있게 됨

- 다만 보건부에서 인정하는 보건효과는 하기와 같이 13가지로 분류됨

<표 III-5> 다만 보건부에서 인정하는 보건효과

- |   |   |
|---|---|
| - 간 보호(Protection of the liver)           | - 노화방지(Anti-aging)                                |
| - 피로개선(Relieving physical fatigue)        | - 철분흡수개선(Promotion of iron absorption))           |
| - 혈중지질조절(Regulate blood lipid)            | - 위장기능개선(Promotion of gastrointestinal functions) |
| - 혈당량 조절(Regulation of blood sugar level) | - 혈압조절(Aiding blood pressure regulation)          |
| - 골밀도저하개선(Alleviation of osteoporosis)    | - 체지방축적저하(Attenuation of body fat accumulation)   |
| - 치아건강유지(Maintenance of dental health)    | - 알레르기 완화(Reducing allergic reaction)             |

\* 출처: Chemlinked

<그림 III-4> 비탈론 로얄 건강녹차 건강식품인증 홍보 문구

 <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> <b>不易形成體脂肪認證</b> 在嚴謹的營養均衡與熱量控制，以及適當的運動條件下，適量攝取本產品有助於不易形成體脂肪。</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> <b>胃腸功能改善認證</b> 有助於增加腸內益生菌。</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> <b>調節血脂功能認證</b> 經動物實驗證實，有助於降低血中總膽固醇、低密度脂蛋白膽固醇及三酸甘油酯。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 체내 체지방 형성을 낮춤             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 영양균형과 열량을 조절하여, 운동할 때 제품을 섭취하면 체지방 형성을 막을 수 있음</li> </ul> </li> <li>- 위장기능개선             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 장에 이로운 균을 증가하여 위장기능을 개선함</li> </ul> </li> <li>- 혈액순환 기능 조절             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 콜레스테롤 수치를 낮춤</li> </ul> </li> </ul>
--	---

건강식품인증 보유 제품 홍보 문구

\* 출처: 야후 대만

### 3. 제품분석

□ 대만 야후쇼핑 RTD 녹차 상위 판매 10개 제품을 조사한 결과, 제조국에 따라 제품이 분류되며 대만 자국산 비중이 높은 것으로 조사됨

- 판매량을 기준으로 상위 10개 제품 중 6개가 대만 RTD 녹차 브랜드로 확인됨
  - 나머지 4개 제품은 각각 2개의 글로벌 브랜드 제품과 2개의 일본산 제품으로 분류됨
- 대만 브랜드의 경우 △천연성분, △다이어트효과를 중점적으로 내세워 홍보하고 있음
  - ‘100% 천연성분’, ‘콜레스테롤 수치 조절’, ‘체지방 감량’ 등과 같은 키워드를 바탕으로 광고효과를 극대화하기 위해 건강미를 나타낼 수 있는 모델을 통해 제품을 홍보하고 있음
  - 일부 제품은 대만 보건부에서 부여하는 건강식품인증을 획득해 ‘위장기능 개선’, ‘혈액순환기능 조절’, ‘체지방 감소’, ‘혈중지질조절’ 등과 같은 기능성을 강조함
- 일본산 제품은 △일본식 RTD 녹차라는 점과 △제품의 맛을 강조하는 홍보방식을 채택하고 있음
  - 일본 코카콜라의 RTD 녹차는 ‘일본식 녹차’인 점을 주요 마케팅 포인트로 활용하고 있는데, 해당 제품은 일본에서 옥차를 가공하여 제조된 무설탕 제품으로 대만 야후쇼핑 RTD 녹차 판매순위 5를 기록함
  - 또한 일본에서 수입되는 RTD 녹차들은 녹차의 맛을 강조하고 있는데, ‘달콤한 맛’, ‘상쾌한 맛’ 등을 명시함으로써 맛에 대한 소비자의 궁금증을 해소해 줌

□ 대만 야후쇼핑에서 판매되는 RTD 녹차 제품 중 일본산의 가격이 가장 높은 수준을 보임

- 일본의 주요 RTD 녹차 제조업체인 이토엔社와 JAfoodsoita社의 제품가격은 대만산 제품 대비 약 3~4배가량 고가에 판매되는 것으로 나타남
  - 제품별 100ml 당 가격을 조사한 결과, 이토엔과 JAfoodsoita의 제품가격은 각각 13.1대만달러(한화 약 497원), 21.4대만달러(한화 약 811원)에 판매됨
- 대만산 제품 중에서는 애지미社의 건강 오일컷 녹차 제품의 100ml 당 가격단가가 가장 높아 4.1대만달러(한화 약 110원)에 판매되는 것으로 나타남

〈표 III-6〉 대만 RTD 차 Top 10 판매제품 비교

순위	국가	제조사	제품명	100ml 당 가격	제품 특징
1	대만	비탈론 (每朝健康)	로얄 건강녹차 (御茶園 每朝健康綠茶)	3.7NT\$ (한화 약 140원)	- 체지방 및 콜레스테롤 수치조절 이 가능한 점을 중점으로 홍보 - 대만 건강식품인증 취득 제품
2	대만	Sunnano Biotech	라이프 버블녹차 (生活泡沫綠茶)	2.2NT\$ (한화 약 83원)	- 100% 천연 녹차 제품임을 홍보
3	대만	비탈론 (每朝健康)	건강 이중섬유 녹차 (每朝健康 雙纖綠茶)	3.5NT\$ (한화 약 132원)	- 대만 건강식품인증 취득제품
4	대만	마이 샤양 (麥香)	녹차 TP300 (綠茶TP300)	2.9NT\$ (한화 약 110원)	- 부드러운 맛을 중점적으로 홍보
5	글로벌	코카콜라	일본식 녹차 (原萃日式玉露綠茶)	3.7NT\$ (한화 약 140원)	- 일본의 옥로차를 기반으로 제조 된 점을 중점으로 홍보 진행
6	대만	검은소나무 (黑松)	무설탕 동백녹차 (黑松茶花綠茶-無糖)	3.3NT\$ (한화 약 125원)	- 무설탕 제품으로 혈액지질농 도를 조절 가능 - 대만 건강식품인증 취득 제품
7	대만	애지미 (愛之味)	건강 오일컷 녹차 (健康油切分解茶)	4.1NT\$ (한화 약 110원)	- 무첨가·무설탕 RTD 차임을 중 점으로 홍보 진행
8	글로벌	코카콜라	소켄비차 (爽健美茶)	3.3NT\$ (한화 약 125원)	- 일본산 건강·천연 재료를 활용한 점으로 제품 홍보
9	일본	이토엔 (伊藤園)	가든차 (好喝綠茶)	13.1NT\$ (한화 약 496원)	- 달콤한 맛과 신선한 맛의 특징을 강조
10	일본	JAfoodsoita	녹차음료 (綠茶飲料)	21.4NT\$ (한화 약 810원)	- 단맛과 상쾌한 맛을 강조하는 제품

\* 주: TWD 1NT\$ = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만



## 4. 수출입현황

### 가. 수입현황

□ 2018년 대만의 녹차(잎차, HS Code 0902.10-0000) 수입액은 239만 1,731달러(한화 약 28억 4,970만 원)로 전년대비 4.2% 증가함

- 주요 수입국은 일본으로, 일본산 녹차 수입이 전체의 90.3%에 달하는 216만 733달러(한화 약 25억 7,450만 원)로 나타남
  - 일본산 녹차의 수입은 전년대비 3.5% 증가했으며, 최근 5년간 연평균 17.7% 성장하는 추세임
- 뒤이어 스리랑카로부터의 녹차 수입액이 전년대비 13.1% 증가한 11만 4,349달러(한화 약 1억 3,625만 원)로 집계되어 전체의 4.8%를 차지함
  - 스리랑카산 녹차 수입액은 최근 5년간 증감을 반복하며 하락하는 양상으로, 2014년 이후 연평균 13.3%의 감소세를 나타냄
- 동년 베트남산 녹차 수입이 전년대비 157.8%로 대폭 성장함
  - 2018년 대만의 베트남산 녹차 수입액은 3만 2,391달러(한화 약 3,859만 3,880원)로 집계되며 전체 수입의 1.4%를 차지함
  - 베트남산 녹차는 2016년 수입되기 시작해 일괄된 수입패턴을 보이지는 않음
- 대만의 한국산 녹차 수입액은 4,958달러(한화 약 590만 7,460원)로 전년대비 1,394.4%가 증가함
  - 최근 한국산 녹차 중, 유기농으로 재배된 녹차가 대만에서 경쟁력이 제고되어 수출의 증가한 것으로 보임
  - 최근 5년간 한국산 녹차 수입액은 큰 폭으로 증가하여 연평균 108.4%의 성장세를 보이고 있으나, 2018년 수입액을 기준으로 한국산 녹차의 비중은 전체의 0.2%에 불과한 것으로 나타남
- 대만의 녹차 수입은 최근 5년간 성장곡선을 그리고 있으며, 수입액을 기준으로 연평균 8.9%의 성장추이를 나타냄
  - 반면 수입물량은 매년 증감을 반복하며 하락하는 추세로, 2018년에는 전년대비 4.0% 감소한 약 80톤을 수입하였음

〈표 III-7〉 대만 녹차 수입규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
세계	86	1,701	82	1,760	82	2,138	83	2,296	80	2,392
1 일본	43	1,127	58	1,511	56	1,854	66	2,088	60	2,161
2 스리랑카	35	203	18	136	20	142	11	101	12	114
3 베트남	-	-	-	-	0.75	45	0.37	13	2	32
4 폴란드	-	-	0.32	5	0.58	9	0.26	4	1.05	20
5 인도네시아	-	10	-	9	-	7	-	7	-	13
6 덴마크	-	-	-	-	-	-	-	-	0.04	10
7 영국	0.40	13	0.19	7	0.28	8	0.53	20	0.15	8
8 이탈리아	0.01	1.05	0.17	4	0.05	1.38	0.06	6	0.05	7
9 독일	1.07	41	0.50	7	0.46	8	0.76	16	0.28	5
10 한국	0.01	0.26	0.07	3	0.04	1.33	0.02	0.33	0.11	5

\* 주: HS code 0902.10-0000(녹차)

\* 출처: GTA

□ 최근 5년간 대만의 RTD차를 포함한 차 조제품(HS Code 2101.20) 수입액은 연평균 5.0%의 증가세를 보임

- 2018년 대만의 차 조제품 수입액은 전년대비 6.5% 증가한 1,373만 6,000달러(한화 약 163억 9,940만 원)로 집계됨
  - 2014년 1,128만 9,000달러(한화 약 134억 7,455만 원) 이후 증감을 반복하는 양상을 보이고 있음
- 차 조제품 수입물량 역시 증감을 반복하며 소폭의 상승세를 보이고 있음
  - 2018년 수입량은 1,633톤으로 전년대비 9.8% 감소하였으나, 2014년 이후 연평균 증가율은 2.3%로 나타남

〈표 III-8〉 대만 차 조제품(RTD 차 포함) 수입규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
수입액	11,289	10,259	13,123	12,894	13,736	6.5	5.0
수입량	1,494	1,662	1,768	1,810	1,633	-9.8	2.3

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

- 대만의 RTD 차를 포함한 차 조제품의 주요 수입국가는 미국, 중국, 일본으로, 해당 3개국 수입비중은 전체의 약 54%로 나타남
  - 미국산 차 조제품 수입액은 309만 7,000달러(한화 약 36억 9,008만 원)로 전년대비 47.3% 증가하며 대만 전체 수입의 22.5%를 차지함
  - 중국으로부터의 수입은 전체의 19.8%에 달하는 272만 5,000달러(한화 약 32억 4,780만 원)로 전년대비 36% 증가함

- 일본산 차 조제품 수입액은 153만 3,000달러(한화 약 18억 2,660만 원)로, 전년 대비 11.7% 감소하며 전체 수입의 11.2%를 차지함
- RTD 차를 포함한 한국산 차 조제품의 수입액은 2018년 기준 45만 3,000달러(한화 약 5억 4,083만 원)로 집계되며, 이는 대만 전체 수입의 약 3.3%에 불과함
- 한국으로부터의 수입액은 전년대비 181.4%로 크게 증가함

〈표 III-9〉 대만 차 조제품(RTD 차 포함) 주요 수입국(2016~2018년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		전년대비 증감률		2018 비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	1,768	13,123	1,810	12,894	1,633	13,736	-9.8	6.5	100.0	100.0
1 미국	214	3,381	155	2,102	141	3,097	-9.0	47.3	8.6	22.5
2 중국	152	1,914	168	2,004	208	2,725	23.8	36.0	12.7	19.8
3 일본	113	1,280	132	1,737	124	1,533	-6.1	-11.7	7.6	11.2
4 아일랜드	29	622	45	978	46	1,011	2.2	3.4	2.8	7.4
5 싱가포르	167	1,340	183	1,513	106	950	-42.1	-37.2	6.5	6.9
6 칠레	104	932	142	1,273	89	745	-37.3	-41.5	5.5	5.4
7 인도	134	1,152	70	629	83	736	18.6	17.0	5.1	5.4
8 태국	399	650	449	747	327	687	-27.2	-8.0	20.0	5.0
9 인도네시아	256	411	288	564	325	580	12.8	2.8	19.9	4.2
10 말레이시아	80	409	66	392	78	487	18.2	24.2	4.8	3.5
11 한국	23	74	38	161	39	453	2.6	181.4	2.4	3.3

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

## 나. 수출현황

□ 대만은 녹차의 수입규모보다 수출물량이 높게 나타나는데, 2018년 대만의 녹차(잎차, HS Code 0902.10-0000) 수출액은 전년대비 21.1% 증가한 1,873만 2,497달러(한화 약 223억 1,980만 원)로 집계됨

- 대만 녹차의 주요 수출국은 미국, 중국, 홍콩으로 해당 3개국으로의 수출 비중은 61.8%에 달함
  - 對미국 수출액은 652만 2,357달러(한화 약 77억 7,139만 원)로 전체 수출의 34.8%를 차지함
    - 이는 전년대비 15.9% 증가한 수준이며, 최근 5년간 연평균 19.7%의 성장세를 보임
  - 중국으로의 수출액은 전년대비 1.7% 감소한 273만 7,565달러(한화 약 32억 6,181만 원)로 대만 녹차 수출의 14.6%를 차지하는 것으로 나타남
  - 對홍콩 수출액은 232만 4,146달러(한화 약 27억 6,922만 원)로 전년대비 29.9%

증가하며 전체 수출의 12.4%를 차지함

- 2014년 이후 對중국 수출액은 연평균 3.3%, 홍콩으로의 수출액은 연평균 12.6%의 증가율을 나타냄
- 대만 차 조제품(RTD 차 포함)의 한국 수출 비중은 2.1%로 나타남
  - 2018년 對한국 수출액은 39만 1,554달러(한화 약 467만 5,740만 원)로 전년대비 17.9% 증가하였으며, 최근 5년간 연평균 1.6%씩 증가하고 있음

〈표 III-10〉 대만 녹차 수입규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
세계	753	10,274	959	13,080	913	11,834	1,273	15,475	1,571	18,732
1 미국	204	3,179	256	3,514	334	4,446	423	5,628	524	6,522
2 중국	187	2,403	315	4,477	139	1,671	228	2,785	218	2,738
3 홍콩	94	1,448	105	1,430	102	1,377	216	1,789	309	2,324
4 캐나다	39	389	43	465	70	791	77	876	102	1,351
5 베트남	2	21	5	56	10	161	46	537	70	1,116
6 호주	36	489	31	412	32	470	52	735	74	949
7 말레이시아	62	670	55	641	50	641	63	791	58	687
8 싱가포르	39	516	30	426	32	489	27	318	34	484
<b>9 한국</b>	<b>22</b>	<b>368</b>	<b>25</b>	<b>473</b>	<b>14</b>	<b>228</b>	<b>17</b>	<b>332</b>	<b>21</b>	<b>392</b>
10 필리핀	19	151	12	138	21	200	21	264	31	353

\* 주: HS code 0902.10-0000(녹차)

\* 출처: GTA

□ 최근 5년간 대만의 차 조제품(RTD 차 포함) 수출액은 연평균 7.1%의 증가율을 보이고 있으며, 최대 수출국은 미국으로 나타남

- 2014년 이후 대만의 차 조제품 수출액은 2015년을 제외하고 매년 증가하는 추세로, 2018년 수출액은 전년대비 7.6% 증가한 7,113만 달러(한화 약 850억 7,148만 원)로 나타남
- 반면 수출물량은 최근 5년간 연평균 8.2%의 감소세를 보이고 있는데, 2018년 수출물량은 1,481톤으로 전년대비 8.5% 감소하였음

〈표 III-11〉 대만 차 조제품(RTD 차 포함) 수출규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
수출액	6,642	6,122	6,410	6,611	7,113	7.6	1.7
수출량	2,083	1,862	2,265	1,618	1,481	-8.5	-8.2

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

- 대만의 차 조제품(RTD 차 포함) 주요 수출국은 미국, 중국, 한국으로, 수출액 기준 전체 비중의 약 70%를 차지함
- 2018년 對미국 수출액은 7,113만 달러(한화 약 850억 7,150만 원)로 전체 수출의 30.8%를 차지함
- 對중국과 한국으로의 수출액은 각각 1,661만 달러(한화 약 198억 6,560만 원)와 1,060만 달러(한화 약 126억 7,760만 원)를 기록함
- 특히 對한국 수출은 수출액과 수출물량 모두 증가하는 추세로, 수출액은 전년 대비 30.1%, 수출물량은 전년대비 14.4% 증가하였음

<표 III-12> 대만 차 조제품(RTD 차 포함) 주요 수출국(2016~2018년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		전년대비 증감률		2018 비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	2,265	6,410	1,618	6,611	1,481	7,113	-8.5	7.6	100	100
1 미국	220	1,449	217	1,676	252	2,193	16.1	30.8	17.0	30.8
2 중국	936	2,367	835	2,132	592	1,661	-29.1	-22.1	40.0	23.4
<b>3 한국</b>	<b>49</b>	<b>274</b>	<b>167</b>	<b>815</b>	<b>191</b>	<b>1,060</b>	<b>14.4</b>	<b>30.1</b>	<b>12.9</b>	<b>14.9</b>
4 홍콩	632	1,046	49	569	68	531	38.8	-6.7	4.6	7.5
5 베트남	53	92	108	202	164	320	51.9	58.4	11.1	4.5
6 캐나다	38	186	30	239	32	261	6.7	9.2	2.2	3.7
7 필리핀	5	30	7	43	29	190	314.3	341.9	2.0	2.7
8 호주	57	119	15	110	17	155	13.3	40.9	1.1	2.2
9 말레이시아	13	124	64	302	19	143	-70.3	-52.6	1.3	2.0
10 싱가포르	30	86	15	62	19	93	26.7	50.0	1.3	1.3

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

## 5. 시사점

### □ 대만의 RTD 차 시장은 성장하는 시장이며 소비자들의 무설탕 음료 소비가 확대가 기인한 것으로 나타남

- 최근 5년 동안 대만 RTD 차 시장은 9.6%의 성장률을 달성하여 2018년 435억 2,28만 대만달러(한화 약 1조 6,478억 원)의 판매액을 달성함
  - 동년 판매량의 경우, 2014년부터 5.9%의 성장률을 보여 2018년 10억 5,480만 리터의 판매량을 기록함
  - 녹차의 경우에도 13억 4,520만 대만달러(한화 약 509억 2,930만 원)를 기록한 2014년부터 지속적인 성장을 이뤘으며, 2018년 15억 3,020만 대만달러(한화 약 579억 3,337만 원)의 시장을 형성함
  - 시장이 확대된 주요 요인으로는 무설탕·무첨가 음료는 찾는 소비증가가 꼽히며, 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 소비가 확대될 것으로 전망됨

### □ 체지방 감소, 위장기능개선 등 제품의 기능을 강조할 수 있는 건강식품인증 획득이 중요

- 최근 대만 소비자들은 RTD 녹차 제품 구매 전 라벨을 확인하여 설탕함량, 카테킨 수치 등을 필수적으로 체크하는 소비자들이 증가하고 있음
  - 이에 따라, 주요 RTD 녹차 제조 브랜드들은 대만 보건부에서 부여하는 건강식품인증을 획득하는 추세
  - 이는 수입산 제품도 취득 가능하며, 인증을 획득할 시 인증된 보건효과(Health care effect)를 중심으로 홍보할 수 있음
    - 대만의 RTD 녹차 제조기업은 체지방축적저하, 위장기능개선, 혈액순환 기능조절 3가지 인증을 획득하였으며 이는 기업의 주요 홍보방안으로 활용됨

### □ 혈당수치조절, 체지방 저하, 다이어트 효과 등 RTD 녹차 섭취의 효과를 부각할 수 있는 홍보전략 필요

- 최근 대만 소비자들은 RTD 녹차 섭취를 통해 단순 음용이 아닌 혈당수치를 조절하거나 체지방을 감소하려는 명확한 목적이 있음
  - 이에 따라, 대만 내 주요 RTD 녹차 제조기업은 ‘다이어트 효과’, ‘체지방 감량’ 등의 키워드를 중심으로 제품을 홍보함
  - 또한, 제품 섭취 후 기대할 수 있는 효과를 영상광고, 인증, 매체 등을 통해 전달하고 있음

## IV. 홍콩

### 1. 시장현황

#### 가. 녹차시장 규모

- 2018년 기준 홍콩의 1인당 연간 차 소비량은 1.43파운드(0.64kg)로, 아시아에서 일본 다음으로 차를 많이 소비하는 주요 차 소비국임
  - 홍콩은 오래 전부터 중국과 영국의 차 문화를 받아들여 생활 전반에서 차를 소비하는 문화가 깊게 자리 잡고 있음
  - 식후 또는 식사와 곁들여 차를 음용하기도 하며, 식사시간 외에도 차를 즐기는 문화가 발달되어 있음
  
- 2018년 판매액 기준 홍콩의 녹차(잎차)시장은 전년대비 4.4% 증가한 1억 1,230만 홍콩달러(한화 약 170억 5,275만 원)로 집계됨
  - 이는 전체 잎차 시장의 28.4%에 해당하는 수준으로, 홍콩의 녹차 시장은 1억 홍콩 달러(한화 약 151억 8,500만 원)전후의 규모로 유지되며 조금씩 성장하는 추세임
  - 판매량을 기준으로 녹차는 전체 시장의 38.3%를 차지하고 있으며, 2018년에는 전년대비 3.8% 증가한 541.9톤이 판매되었음
  - 유로모니터에 따르면 홍콩의 녹차(잎차) 시장규모는 2018년 대비 2023년 12% 증가율을 보이며 성장하여 전체 1억 2,580만 홍콩달러(한화 약 191억 273만 원) 규모로 성장할 것으로 전망됨
  - 홍콩의 전체 잎차 시장은 최근 5년간 꾸준한 성장세로, 판매액을 기준으로 연평균 3.8%의 증가율을 보임
  - 2018년도 판매액 기준 홍콩의 잎차시장은 전년대비 4.7% 증가한 약 3억 9,590만 홍콩달러(한화 약 599억 6,301만 원) 규모로 집계됨
  - 동년 홍콩 내 잎차 판매량은 전년대비 2.5% 증가한 1,416.6톤으로, 2014년 이후 홍콩의 잎차 판매량 역시 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

〈표 IV-1〉 홍콩 차 시장규모 추이(2014~2018년) - 판매액 기준

(단위: 백만 HK\$, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
합계	341.4	353.5	364.7	378.1	395.9	4.7	3.8
홍차	24.2	25.6	27.1	28.9	30.1	4.2	5.6
허브차	35.3	38.0	41.0	44.8	48.5	8.3	8.3
<b>녹차</b>	<b>107.4</b>	<b>105.9</b>	<b>105.7</b>	<b>107.6</b>	<b>112.3</b>	<b>4.4</b>	<b>1.1</b>
인스턴트차	6.3	6.6	6.7	6.6	6.8	3.0	1.9
기타차	168.1	177.5	184.2	190.3	198.2	4.2	4.2

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 유로모니터

〈표 IV-2〉 홍콩 차 시장규모 추이(2014~2018년) - 판매량 기준

(단위: 톤, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
합계	1,276.3	1,308.3	1,344.0	1,381.5	1,416.6	2.5	2.7
홍차	104.6	105.1	106.3	108.0	108.3	0.3	0.9
허브차	41.7	42.6	43.5	44.4	45.5	2.5	2.2
인스턴트차	48.4	48.3	48.2	48.2	48.3	0.2	-0.1
기타차	616.7	629.7	643.8	658.6	672.5	2.1	2.2
<b>녹차</b>	<b>464.9</b>	<b>482.6</b>	<b>502.2</b>	<b>522.3</b>	<b>541.9</b>	<b>3.8</b>	<b>3.9</b>

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 유로모니터

□ 동년 홍콩의 RTD 차 시장규모는 37억 4,700만 홍콩달러(한화 약 5,689억 8,195만 원)로 전년대비 4.4% 증가함

- 홍콩 내 RTD 차 시장의 최근 5년간 연평균 성장률은 5.6%로, 매년 증가하고 있음
  - 이는 홍콩 소비자의 현대화된 생활방식의 영향으로 기존의 잎차 소비에서 편리하게 음용할 수 있는 RTD 차로 수요가 이전됨에 따른 것으로 분석됨
  - 편리성을 추구하는 소비자의 소비특성이 확대되고 있어 향후 홍콩 내 RTD 차에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 예상됨

〈표 IV-3〉 홍콩 RTD 차음료 판매 추이

(단위: 백만 HK\$ , 백만 리터, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
판매액	3,009.4	3,173.2	3,417.3	3,588.2	3,747.0	4.4	5.6
판매량	184.7	192.7	204.7	215.0	222.0	3.3	4.7

\* 주1: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 주2: 유통채널 판매(Off-Trade sales) 기준으로 소비량을 산정함

\* 출처: 유로모니터



## 나. 차 생산현황

- 홍콩은 지리적 특성상 농작물의 재배가 어려운 환경으로, 대부분의 농식품을 수입에 의존하고 있음
  - 홍콩의 농지면적은 전체 국토의 5% 미만에 불과한 것으로 나타나며, 녹차 생산량은 극히 적은 수준인 것으로 추정됨
    - 홍콩은 자국의 차 수요를 인접국인 중국으로부터 수입하여 충당하고 있는 것으로 나타남
    - 녹차 최대 생산지인 중국 남부지방과 인접하여 위치한 홍콩은 지리적으로 녹차를 공급받기 용이한 환경을 갖추고 있음
  - 2018년 기준 홍콩은 녹차 수입의 78.7%를 중국으로부터 수입하고 있는 것으로 나타남
    - 동년 중국산 녹차 수입액은 전년대비 111.1% 증가한 3,469만 6,000달러(한화 약 원)로 집계됨
    - 홍콩 내 녹차 소비가 확대됨에 따라 공급이 용이한 인접국에서의 녹차 수입이 확대되고 있는 것으로 나타남

〈표 IV-4〉 홍콩 중국산 녹차 수입 규모

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		전년대비 증감률		2018 비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	2,466	20,897	2,761	26,083	5,055	44,068	83.1	69.0	100	100
1   중국	1,610	12,741	1,700	16,438	4,117	34,696	142.2	111.1	81.4	78.7

\* 주: HS code 0902.10 및 0902.20을 합한 값임(녹차)

\* 출처: ITC

## 2. 소비트렌드

### 가. 소비선호도

□ 건강을 중시하는 소비문화가 형성됨에 따라 제품의 성분이 주요 구매 요인으로 작용하고 있으며, 녹차에 첨가된 다양한 맛에 관심이 높음

- 다양한 맛의 녹차 제품의 수요가 증가하는 추세임<sup>7)</sup>
  - 이러한 소비동향을 증명하듯 꿀이 첨가된 녹차 제품의 시장 내 비중이 약 20%를 차지함
    - 녹차를 포함한 전체 RTD 차 시장에서도 다양한 성분이 함유된 제품의 수요가 증가하는 것으로 조사됨
  - 다수의 녹차 제품이 다양한 성분과 효능에 대해 강조하는 마케팅 전략을 구사하고 있고, 다양한 맛을 선호하는 홍콩 내 소비동향을 파악할 수 있음

□ 제품의 안전성을 중시하는 소비가 확산되는 추세임

- 홍콩 내 꾸준히 발생하는 식품위생사고로 소비자들의 불안이 증대되면서 제품의 안전성을 확인하려는 소비자가 증가하고 있음
  - 2010년 포장식품에 대한 영양표시규정이 발효되면서 홍콩 내 판매되는 모든 포장식품에는 정해진 기준에 따른 영양표기가 요구됨
- 해당 제도의 시행 후 소비자들은 제품구매 시 영양강조표시(Nutrition Claim)를 확인하여 제품의 안전성을 검증하고 있음
  - 영양강조표시는 제품의 열량표시나 제품에 함유된 영양레벨을 표기하는 것으로, 열량이나 영양레벨을 동일제품 및 유사제품과 비교해 표시할 수 있음
  - 또한 신체의 일반적인 기능발달, 성장과 같은 제품의 기능에 대한 표기를 허용함으로써 소비자들이 건강에 도움이 되도록 식품을 선택할 수 있도록 함
- 홍콩 소비자들은 녹차를 체중감소 및 해독작용 등에 효과가 있는 건강기능성음료로 인식하여 소비하며, 제품의 안전성을 확인하기 위해 제품 표면에 부착된 영양강조표시를 꼼꼼하게 확인하는 구매패턴을 보임

7) 유로모니터, 「RTD Tea in Hong Kong, China」

## □ 일본산 제품에 대한 고평가로 신뢰도와 선호도가 높게 나타남

- 식품안전에 대한 우려로 원산지를 중시하는 소비자가 늘어나고 있으며, 홍콩 내 빈번히 발생하는 중국산 제품의 식품안전사고 사례로 일본산 제품의 선호도가 높아짐
  - 홍콩의 소비자들은 가격보다는 품질을 중시하는 구매패턴을 보이는데, 현지에서 일본산 녹차는 상대적으로 고가에 판매됨에도 불구하고 일본산 녹차의 맛의 깊이가 더 좋다고 평가하며 소비하는 것으로 나타남
- 일본산 제품의 수요가 증가함에 따라 다수의 글로벌 브랜드 및 현지 브랜드가 일본식 녹차 제품을 출시하고 있음
  - 녹차 맛의 차이는 제조방식에 따라 달라지는데 기존 홍콩에서 많이 소비되던 중국산 녹차는 차를 덥혀 만드는 덥음차였으나, 최근에는 일본식 녹차와 같이 찻잎을 증기로 쪄내는 증제차의 소비가 활성화 됨
  - 홍콩에서는 증제차 형태의 녹차가 맛이 더 진하고 풍부하다고 인식되어 덥음차보다 고가에 판매되고 있음

## 나. 제품트렌드

### □ 최근 홍콩에서 판매되는 녹차 제품은 주로 ‘맛’ 과 ‘기능성’ 을 강조함

- 건강과 미용에 대한 소비자의 관심이 증가하면서 다양한 기능의 녹차 제품에 대한 수요가 증가하고 있음
  - 홍콩 내 유통되는 녹차 RTD 녹차 제품은 주로 글로벌 브랜드와 수입산 제품인 것으로 나타남
    - 특히 일본산 제품의 무설탕 RTD 녹차 비중이 높게 나타나며, 이 외에도 대만 브랜드인 Tao Ti社에서 높은 비중의 녹차를 판매하고 있음
- 지방흡수 억제, 항산화 효과, 지방분해 효과 등을 내세운 제품들이 등장하는 추세임
  - 식이섬유가 첨가된 RTD 녹차로 음용 시의 장 건강 개선효과를 강조하거나, 음식 섭취 후 녹차를 마시면 지방분해에 도움이 된다고 광고하여 제품의 기능성을 강조함

### □ RTD 녹차 제품의 포장 형태에 따라 유통채널과 타겟 소비자가 상이하며, 휴대와 음용에 용이한 500ml 페트병 포장이 가장 일반적인 형태임

- 홍콩 내 소비자들은 휴대가 간편하고 1회 소비가 가능한 500ml 이하의 제품을 가장 많이 소비하는 것으로 나타남
  - 주로 페트병이나 종이팩 형태의 제품으로 편의점 등 소형 소매채널을 통해 유통됨

- 반면 1.2l, 2l 등 대용량 제품은 가족단위의 소비자를 대상으로 하며, ParknShop, Wellcome, 이온(AEON) 등 대형 소매유통채널에서 판매되고 있음

□ 한류스타를 활용한 마케팅 전략을 펼치는 RTD 녹차 제품도 존재함

- 홍콩 내 한류의 영향으로 한류스타 등 유명 연예인을 활용하여 제품을 홍보하는 전략을 채택하고 있음
  - 홍콩의 RTD 녹차 시장 내 주요기업인 Tao Ti社는 한류스타를 활용해 제품을 광고하고 있는데, 기름진 음식을 섭취한 뒤 자사의 제품을 마시면 한류스타와 같은 이미지를 가질 수 있다는 스토리로 제품의 지방분해효과 등을 간접적으로 전달함

<그림 IV-1> Tao Ti의 한류스타를 활용한 녹차 광고



### 3. 제품분석

□ 홍콩 내 RTD 녹차 주요 브랜드로는 Vitasoy, Authentic Tea House(ATH), Tao Ti, 등이 있음

- Vita는 홍콩 현지기업 Vitasoy社의 브랜드로 홍콩 RTD 차 시장의 29.2%를 차지함  
- 해당 브랜드의 홍콩 RTD 차 시장점유율은 2015년 이후 매년 소폭의 하락세를 보임
- Authentic Tea House(ATH)는 코카콜라社의 RTD 차 음료 브랜드로 시장 내 비중은 15.4%로 나타남  
- 최근 4년간 시장 내 점유율은 매년 증가하는 추세로, 2018년 기준 전체 시장의 15.4%를 차지함
- Tao Ti는 대만 브랜드로 1996년부터 홍콩에서 유통되기 시작함  
- 홍콩 RTD 차 시장 내 점유율은 2018년 기준 14.6%로 상위 3위에 속하며, RTD 녹차 제품의 경우 해당 브랜드가 가장 많은 제품군을 보유하고 있는 것으로 확인됨
- 홍콩 RTD 차 시장 내 상위 10개 기업에 포함되지는 않으나 일본 브랜드인 이토엔(Itoen) 역시 홍콩 내 높은 인지도를 보임  
- 해당 브랜드의 RTD 녹차 제품은 비교적 고가이나 현지 브랜드와 협력하여 시장진입 전략을 구사하는 등의 공격적인 마케팅으로 현지 인지도를 높임

<표 IV-5> 홍콩 RTD 차 주요 기업 브랜드 비중

(단위: %)					
순위	브랜드명(기업명)	2015	2016	2017	2018
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0
1	Vita(Vitasoy)	32.0	31.1	30.1	29.2
2	Authentic Tea House(Coca-Cola)	11.2	13.5	14.4	15.4
3	Tao Ti	14.4	14.4	14.5	14.6
4	Nestea(Nestlé)	8.7	8.3	7.9	7.5
5	Kirin Afternoon Tea(Kirin)	6.1	6.3	6.4	6.5
6	Fuze Tea(Coca-Cola)	6.1	6.2	6.4	6.4
7	Robiff	4.3	4.4	4.5	4.6
8	Hi-C(Coca-Cola)	3.9	3.8	3.6	3.5
9	Lipton(Unilever)	2.5	2.7	2.8	3.0
10	Arizona(AriZona)	1.8	1.9	2.0	2.0
11	Snapple(Dr. Pepper)	1.9	1.9	1.9	2.0
-	기타	7.2	5.6	5.4	5.1

\*출처: Euromonitor, 「RTD Tea in Hong Kong, 2018」

□ 일본산 RTD 녹차 제품이 높은 가격대를 형성하고 있음

- 현지에서 유통되고 있는 주요 RTD 녹차 제품의 100ml당 가격을 비교한 결과, 일본산 제품의 평균 가격이 약 2홍콩달러(한화 약 304원) 수준으로 가장 높게 나타남
- 글로벌 브랜드, 로컬 및 기타 수입 브랜드 제품의 100ml 당 가격은 1홍콩달러(한화 약 152원) 전후의 비슷한 수준을 보임
- 반면 일본에서 생산된 이토엔 녹차의 100ml 당 가격은 두 배가량 고가로 나타남
  - 해당 브랜드에서 생산된 제품 중 타 브랜드와 유사한 수준의 가격을 형성하고 있는 제품도 존재하는데, 이는 가격경쟁력을 확보하기 위해 중국에서 생산된 제품인 것으로 조사됨

〈표 IV-6〉 홍콩 RTD차 Top 10 판매제품 비교

순위	국가	제조사	제품명	100ml 가격	제품 특징
1	대만	Tao Ti	꿀녹차(蜂蜜綠茶)	1.06HK\$ (한화 약 161원)	· 저설탕녹차(100g 당 3.3g) · 한류스타광고
2	대만	Tao Ti	사과녹차	0.97HK\$ (한화 약 148원)	· 녹차의 열은 맛에 사과맛을 첨가하여 짙은맛을 냄
3	대만	Tao Ti	극품해녹차	1.64HK\$ (한화 약 250원)	· 지방분해, 항산화효과 · 유명연예인 광고
4	홍콩	Vitasoy	사과녹차	0.73HK\$ (한화 약 111원)	· 홍콩 RTD 음료 브랜드 인지도가 높은 Vitasoy社의 제품
5	대만	Tao Ti	레몬녹차	1.64HK\$ (한화 약 250원)	· 신선한 레몬을 첨가하여 녹차에 상큼한 향을 냄
6	글로벌	코카콜라	운말	1.20HK\$ (한화 약 183원)	· 일본식 녹차 제품
7	글로벌	코카콜라	실버자스민녹차	1.64HK\$ (한화 약 250원)	· 녹차에 실버자스민을 첨가해 깊은 맛을 냄 · 무설탕제품
8	일본	이토엔	이토엔 녹차 (오이오차)	2.09HK\$ (한화 약 250원)	· 일본산 녹차잎 100% 사용
9	일본	기린	생녹차	2.08HK\$ (한화 약 317원)	· 음료 자체의 색이 짙은 초록색 · 단맛이 없고 쓰지 않음
10	일본	기타가와	전설녹차	1.84HK\$ (한화 약 280원)	· 매끄러운 바디감 · 부드러운 뒷맛

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

□ 최근 홍콩 내 RTD 녹차 트렌드는 △기능성 제품과 △낮은 당 제품으로 분류됨

- 지방분해, 노화방지 등 미용목적의 RTD 녹차 음용이 증가함에 따라 다양한 브랜드에서는 제품의 기능성을 강조하는 추세임
  - Tao Ti는 ‘극품해녹차(極品解綠茶)’ 제품의 지방분해 및 항산화 기능성을 강조하며 한류스타 등 유명 연예인을 활용한 공격적인 마케팅을 구사하고 있음
- 유로모니터에 따르면 홍콩은 과거 당도 높은 RTD 차의 수요가 높게 나타났으나, 최근 건강에 대한 소비자의 관심이 높아짐에 따라 저설탕·무설탕 제품이 활발히 출시되고 있음
  - 홍콩의 주요소매처널인 ParknShop의 온라인 채널 기준, 상위 10개 RTD 녹차 품목 중 과일향이 첨가된 3개 제품을 제외하고는 모두 저설탕 또는 무설탕 제품으로 확인됨

#### 4. 수출입현황

##### 가. 수입현황

□ 2018년 홍콩의 녹차(잎차, HS Code 0902.10-000) 수입액은 전년대비 1.4% 증가한 2,507만 769달러(한화 약 298억 7,182만 원)로 집계됨

- 최근 5년간 홍콩의 녹차(잎차) 수입규모는 큰 폭으로 확대되는 추세임
  - 수입액을 기준으로 2014년 이후 매년 연평균 42.1% 증가했으며, 수입물량 역시 연평균 38.2%의 높은 증가세를 보임
- 주요 수입국은 중국, 인도, 일본으로 3개 국가의 수입비중이 91.2%에 달함
  - 동년 중국산 녹차 수입액은 전체 수입액의 70.6%에 해당하는 1,769만 8,098달러(한화 약 209억 6,516만 원)로 전년대비 3.4%의 증가율을 보임
    - 최근 5년간 중국산 녹차 수입액은 매년 연평균 64.9%씩 성장하고 있음
  - 2018년 인도와 일본산 녹차 수입비중은 각각 10.3%, 10.2%로 나타남
    - 인도산 녹차 수입액은 전년대비 1.7% 증가한 258만 9,651달러(한화 약 30억 8,556만 원)로 나타났으며, 최근 5년간 연평균 199.5%의 높은 성장세를 나타냄
    - 동년 일본으로부터의 녹차 수입액은 전년도와 유사한 수준(0.1% 증가)인 256만 5,793달러(한화 약 30억 5,714만 원)로 집계되었으며 2014년 이후 연평균 14.9%의 증가율을 보임
- 한국산 녹차(잎차)의 수입액은 전년대비 0.3% 하락한 8만 1,228달러(한화 약 9,678만 원)로 집계됨
  - 한국산 녹차가 대만 수입시장에서 차지하는 비중은 수입액 기준 0.3%, 수입물

량 기준 0.9%에 불과함

- 대만의 한국산 녹차 수입액은 2014년 이후 연평균 4.3%의 하락세이나 수입물량은 연평균 24.7% 증가하는 추이를 보임

〈표 IV-7〉 홍콩 녹차 수입규모(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2014		2015		2016		2017		2018	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
세계	696	6,147	724	6,676	747	6,897	972	10,335	2,536	25,071
1 중국	326	2,396	270	1,599	273	1,889	309	3,983	1,826	17,698
2 인도	4	32	12	68	11	61	42	969	130	2,590
3 일본	202	1,471	135	1,625	129	1,780	279	2,317	355	2,566
4 대만	56	764	67	721	98	771	100	797	87	802
5 폴란드	23	443	35	515	45	481	28	399	10	347
6 스위스	33	357	38	389	27	298	20	217	55	281
7 싱가포르	357(kg)	8	54	507	66	565	76	512	9	139
8 스리랑카	9	132	-	112	-	124	-	128	-	95
9 독일	3	45	3	49	7	112	17	241	3	90
10 한국	9	97	41	494	23	242	24	116	22	81

\* 주: HS code 0902.10-00(녹차)

\* 주: 1 USD = 1,191.50원(2019.05.23.기준)

\* 출처: GTA

□ 홍콩의 RTD 차음료 수입액은 2017년 전년대비 약 27% 감소하였으나 2018년 34.6% 증가하며 회복세를 보임

- 2017년 수입금액의 감소는 수출 물량은 증가한 것과 비교할 때 단가의 하락에 기인한 것으로 분석됨
- 수입액은 미국이 1위에 위치했으나 수입 물량은 중국이 전체의 56.3%로 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있음
- 높은 차 생산량을 보유하고 있는 중국 제품의 단가가 미국 제품에 비해 상대적으로 저렴함
  - 녹차의 kg당 단가(금액/물량)를 비교해보면 2018년 기준 미국의 RTD 차의 단가는 26.5달러인 반면 중국의 RTD차의 단가는 5.7달러 수준임



〈표 IV-8〉 홍콩 RTD차 주요 수입국(2016~2018년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		전년대비 증감률		2018 비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	2,498	33,504	3,047	24,475	3,662	32,904	20.8	34.6	100	100
1 미국	373	10,487	436	9,540	460	12,214	5.5	28	12.6	37.1
2 중국	1,269	17,434	1,765	9,470	2,063	11,925	16.9	25.9	56.3	36.2
3 일본	282	2,458	318	2,543	202	2,926	-36.5	15.1	5.5	8.9
4 인도네시아	28	108	50	450	380	1,833	660	307.3	10.4	5.6
5 이탈리아	4	78	2	5	102	1,242	5000	24740	2.8	3.8
6 대만	133	976	68	576	148	959	117.6	66.5	4.0	2.9
7 스리랑카	232	888	174	811	149	682	-14.4	-15.9	4.1	2.1
8 말레이시아	75	305	138	521	92	450	-33.3	-13.6	2.5	1.4
9 한국	45	266	54	246	38	420	-29.6	70.7	1.0	1.3
10 칠레	57	504	42	313	28	253	-33.3	-19.2	0.8	0.8

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

〈표 -9〉 홍콩 RTD차 수입규모 추이(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
수입액	16,779	13,664	34,476	24,930	33,559	34.6	18.9
수입량	2,070	1,917	2,596	3,118	3,766	20.8	16.1

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

## 나. 수출현황

□ 2018년 홍콩의 녹차(잎차, HS Code 0902.10-00) 수출액은 234만 8,386달러(한화 약 27억 9,810만 원)로 전년대비 14.9% 증가함

- 주요 수출국은 마카오와 프랑스로, 해당 2개국으로의 수출이 전체의 63.2%를 차지함
  - 對마카오 수출액은 전년대비 17.4% 증가한 111만 3,516달러(한화 약 13억 2,675만 원)로 전체의 47.4%를 차지하였으며, 프랑스로의 수출액은 전체의 15.8%에 해당하는 37만 469달러(한화 약 4억 4,141만 원)로 전년대비 20.7% 감소함
- 뒤이어 캐나다, 미국, 중국으로의 수출이 전체의 21.2%를 차지하는 것으로 나타남
  - 캐나다와 미국으로의 수출액은 각각 18만 4,127달러(한화 약 2억 1,938만 원), 16만 5,429달러(한화 약 1억 9,710만 원)로 전체 수출의 7.8%와 7.0%를 차지함
    - 對캐나다 수출액은 전년대비 43.6% 증가, 對미국 수출액은 전년대비 87.1% 증가하였음

- 對중국 수출은 전체의 6.3%에 해당하는 14만 8,829달러(한화 약 1억 7,732만원)로 전년대비 23.1% 증가함
- 한국으로의 수출은 2015년부터 2017년까지만 이뤄진 것으로 파악됨
  - 2017년 홍콩의 對한국 수출액은 2,861달러(한화 약 341만 원)로 수출물량은 총 46kg에 불과한 것으로 나타남

〈표 IV-10〉 홍콩 녹차 수출규모(2014~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2014		2015		2016		2017		2018		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
세계	121	2,261	123	2,507	132	2,697	100	2,044	135	2,348	
1	마카오	27	780	31	786	30	956	31	948	35	1,114
2	프랑스	26	594	30	755	15	466	17	467	15	370
3	캐나다	5	100	5	121	13	159	11	128	12	184
4	미국	2	40	5	52	8	114	9	88	14	165
5	중국	6	225	8	265	27	216	9	121	26	149
6	벨기에	0	2	3	70	1	19	1	70	1	77
7	호주	14	149	5	73	6	42	5	44	12	55
8	영국	1	24	1	19	5	64	5	51	3	36
9	일본	1	31	0	5	0	9	1	7	1	33
10	오스트랄제도	1	15	1	9	1	17	0	6	2	31
26	대한민국	0	0	35(kg)	2.5	20(kg)	1.8	46(kg)	2.9	0	0

\* 주: HS code 0902.10-00(녹차)

\* 출처: GTA

□ 홍콩의 RTD 차음료 수출은 지속적으로 증가하는 추세로 특히 2017년을 기점으로 수출규모가 대폭 증가하였음

- 2017년 기준 수출액은 전년대비 165.5% 증가했는데, 이는 중국으로의 수출이 큰 폭으로 증가했기 때문임
- 2018년 對중국 수출량이 증가하였음에도 수출액이 감소한 이유는 단가(금액/물량)의 변화에 영향을 받은 것으로 분석됨

〈표 IV-11〉 홍콩 RTD차 수출규모 추이(2016~2018년)

(단위: 천 달러, 톤)

	2014	2015	2016	2017	2018	전년대비 증감률	연평균 증감률
수출액	2,010	3,193	4,616	12,098	12,517	3.5	58.0
수출량	250	324	402	1,048	1,474	40.7	55.8

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

□ 2018년 기준 상위 10개국으로의 수출규모는 1,249만 6,000달러(한화 약 149억 3,022만 원)로 전체 수입액의 약 81.5%가 중국에서 수입됨

- 미국과 마카오가 뒤를 이으며 각각 6.8%, 6.0%의 수입비중을 나타내어 중국과 큰 격차를 보임
  - 미국으로부터의 수입금액은 2018년 전년대비 263.8% 증가하며 높은 증가율을 보임
- 이외에 싱가포르, 베트남, 인도네시아에서의 수입은 전체 수입에서 작은 비중을 차지하나 높은 증가율을 기록함
  - 싱가포르는 수출금액은 2018년 전년대비 631.3% 증가하며 가장 큰 폭의 성장세를 나타내었고, 베트남과 인도네시아도 각각 100.0%, 153.8%의 증가율을 보임

〈표 IV-12〉 홍콩 RTD차 주요 수입국(2016~2018년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분	2016		2017		2018		전년대비 증감률		2018 비중	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합계	398	4,542	1,046	12,061	1,474	12,496	40.9	3.6	100	100
1 중국	267	2,883	904	10,815	1,240	10,187	37.2	-5.8	84.1	81.5
2 미국	10	45	33	232	88	844	166.7	263.8	6.0	6.8
3 마카오	78	672	85	708	94	745	10.6	5.2	6.4	6.0
4 싱가포르	26	733	1	48	14	351	1,300	631.3	0.9	2.8
5 베트남	3	76	7	78	17	156	142.9	100	1.2	1.2
6 캐나다	1	4	4	72	4	63	0	-12.5	0.27	0.5
7 호주	9	95	7	58	5	55	-28.6	-5.2	0.34	0.4
8 네덜란드	4	33	4	37	4	39	0	5.4	0.27	0.31
9 인도네시아	-	0	1	13	2	33	100	153.8	0.1	0.26
10 한국	0	1	-	0	6	23	-	-	0.4	0.2

\* 주: HS code 2101.20(차·마테 추출물 및 조제품)

\* 출처: ITC

## 5. 시사점

□ 홍콩의 RTD 차음료 시장과 녹차 시장은 홍콩의 차 소비문화와 현대화된 생활방식의 영향으로 지속적인 성장이 전망됨

- RTD 차음료의 판매액은 2023년까지 43억 3,510만 HK\$(한화 약 6,602억 7,908만 원) 규모로 증가할 것으로 예측되며 이는 2018년 대비 15.7% 성장한 수치임
- 홍콩은 발달된 차 소비문화로 인해 과거부터 1인당 차 소비량이 높았던 국가로 지속적인 녹차시장의 성장이 전망됨
  - 전통에 기반한 차 문화에 더해 건강 및 미용을 목적으로 녹차를 섭취하는 형태의 소비가 맞물리면서 시장의 성장세에 기여할 것임

□ 가장 주요한 트렌드는 건강과 미용으로 이러한 소비동향을 인지해야 함

- 홍콩의 주요 RTD 녹차음료 업체는 식이섬유·황금메밀 등을 첨가하여 건강기능성 및 미용 용도의 음료로서 녹차 제품을 개발하고 홍보함
  - 지방분해 및 노화방지의 효능을 내세우고 한류스타를 활용한 홍보전략을 구사하여 제품의 기능성을 부각시킴
- 최근 무설탕·저설탕 제품의 선호도가 증가하고 있으며 전통적으로 높은 판매량을 보이던 당도 높은 녹차음료의 판매량은 감소 추세에 있음
  - 홍콩은 과거 당도가 높은 제품의 소비가 주를 이루었으나 건강을 우려한 소비자들의 수요로 인해 무설탕·저설탕 제품이 출시되고 해당 제품군의 소비가 증가하는 추세임

□ 소비자는 일본식 녹차처럼 녹차의 깊은 맛을 느낄 수 있는 제품을 선호함

- 소비자들은 녹차의 깊은 맛을 선호하며 이에 따라 진하고 깊은 맛이 나는 일본산 제품의 경쟁력이 높아지고 있음
  - 일본산 제품은 비교적 높은 가격대를 형성하고 있어 구매자층이 제한적이거나 최근 일본식 녹차에 대한 수요가 증가하여 관련 제품의 수가 증가하고 있음
  - 코카콜라, Tao Ti 등 일본 외 브랜드도 일본식 녹차 제품을 출시하여 시장을 공략하는 것으로 조사됨
  - 한국의 일반적인 RTD 차 음료 제조는 덪거나 찌는 방식이 아닌 세척 후 분쇄하여 추출하는 방식으로 상대적으로 맛의 깊이가 얕음

□ RTD 녹차음료의 주 구매층은 40세 이하의 젊은 소비자층으로 해당 소비자의 수요에 대한 이해가 필요함

- 현대화된 생활방식으로 인해 차를 우려서 먹을 시간이 부족한 40세 이하의 젊은 소비자층은 간편하게 음용할 수 있는 RTD 차음료를 선호함
  - 장년층 이상의 소비자는 여전히 집에서 차를 우려먹는 전통적인 문화를 선호하는 것으로 조사됨
- 40세 이하의 소비자층도 대학생, 회사원, 주부 등 다양한 소비자군으로 나뉘어 차별화된 소비 행태를 보임
  - 20대 대학생의 경우 가격이 중요한 구매요인으로 작용했으며, 회사원은 건강과 맛을 중요시하고 주부의 경우 맛과 건강의 요소에 더해 원산지 확인을 통한 안전성의 확보도 중요한 구매요소로 꼽음

## V. 국가별 비교 및 수출전략

### 1. 3개국(일본, 대만, 홍콩) 비교분석

<표 V-1> 3개국(일본, 대만, 홍콩) RTD 녹차 시장 주요 특징 비교

	일본	대만	홍콩
시장규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 5년 <b>2.8%</b>의 성장률 기록</li> <li>- 2018년 기준 15억 5,300만 엔(<b>한화 약 16조 8,700억 원</b>)의 시장 형성</li> <li>- 최근 5년 앞차 시장은 <b>8.1%의 감소세</b>를 보임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 5년 <b>2.3%</b>의 성장률 기록</li> <li>- 2018년 기준 435억 2,380만 대만달러(<b>한화 약 1조 6,478억 원</b>)의 판매액 달성</li> <li>- 앞차 시장의 경우, 최근 5년 <b>2.7%의 성장률</b> 기록</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 5년 <b>5.6%의 성장률</b> 기록</li> <li>- 2018년 기준 37억 4,700만 홍콩달러(<b>한화 약 5,690억 원</b>)의 판매액 달성</li> <li>- 최근 5년 앞차 시장은 <b>연평균 1.1%의 증가율</b>을 보임</li> </ul>
소비 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>만성질환 예방, 노화방지</b>를 위해 제품 섭취</li> <li>- 피부관리, 체지방 감소 등 <b>미용·관리</b>를 위해 소비</li> <li>- 높은 <b>환경 인식</b>으로 페트병 제품 선호</li> <li>- 자국산(<b>일본산</b>)에 대한 선호도가 높음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>무설탕·무첨가</b> 제품에 대한 인식 및 선호도 확대</li> <li>- 녹차의 주요 성분인 <b>카테킨</b> 함유 여부를 중요시 여김</li> <li>- 자국(<b>대만산</b>) 제품을 주로 선호하며, <b>일본산</b>에 대한 높은 신뢰도 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>무설탕·무첨가</b> 제품에 대한 선호도 증가</li> <li>- 지방분해, 항산화 등 <b>건강 및 미용 목적</b>의 음용 증가</li> <li>- <b>일본식 녹차</b>에 대한 수요 증가</li> </ul>
제품 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>체지방 감소, 보건용, 다이어트</b>가 주요 키워드</li> <li>- 선호도가 높은 <b>페트병</b> 제품에 디자인 및 신기술 접목</li> <li>- 보건용 식품 마크 <b>‘도쿠호’</b> 획득으로 효능 및 안전성 보장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 제품의 키워드는 <b>천연, 다이어트, 오일컷</b></li> <li>- 대만 <b>건강식품인증</b> 획득 제품 다수</li> <li>· 인증 획득 시, 효과 및 성능을 <b>홍보문구</b>로 사용 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 제품의 키워드는 <b>무설탕·저설탕, 지방분해, 항산화</b></li> <li>- 기본 식품관련 법률을 제외한 <b>인증은 없음</b></li> </ul>
주요 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매량 순위 상위 10개 제품은 <b>모두 일본산</b></li> <li>- 자국산 제품을 선호함에 따라 <b>‘일본산 녹차’</b> 입을 강조</li> <li>- <b>‘도쿠호’</b> 획득 제품이 일반 RTD 녹차에 비해 가격이 높음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매량 순위 상위 10개 제품 중 <b>대만산이 8개</b></li> <li>- <b>무첨가, 천연, 맛</b> 중심의 제품 홍보 진행</li> <li>- 일본산 <b>‘일본식’</b> 제품도 인기</li> <li>- 100ml 당 가격은 대만산에 비해 일본산이 높은 편</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매량 순위 상위 10개 제품 중 <b>홍콩산 5개, 일본산 3개</b></li> <li>- 무설탕·저설탕, 지방분해</li> <li>- 당도가 높은 제품도 여전히 상위권에 존재</li> <li>- 일본산의 가격이 높음</li> </ul>

## 2. 수출전략

### □ 일본, 대만, 홍콩을 아우르는 녹차 소비시장의 트렌드는 건강과 미용임

- 무설탕, 콜레스테롤 제거, 지방분해 등 선호하는 형태의 소비제품이 변화하는 추세
  - 일본은 체지방 감소를 목적으로 녹차를 섭취하는 소비자가 증가함
  - 대만과 홍콩의 경우 과거 당도 높은 제품이 선호되었으나 건강에 대한 관심이 증가하여 무설탕·저설탕 제품에 대한 수요가 증가하고 있음
- 건강 문제에 대한 인식이 높아지면서 원산지를 구매요인으로 고려하는 소비자가 늘어났으며 3개국 모두 일본산에 대한 신뢰도가 높음
  - 중국의 환경오염 문제 등으로 인해 일본산에 대한 신뢰는 더욱 높아짐
- 건강과 미용에 대한 관심의 증가는 동아시아 3개국의 소비트렌드라기 보다는 세계적인 흐름임
  - 서구권의 녹차 소비가 빠르게 증가하는 이유도 녹차가 갖는 건강상의 이점 때문임

### □ 녹차 섭취 문화가 오래 지속되어온 만큼 현지브랜드 및 글로벌 브랜드의 제품이 시장을 장악하고 있어 시장진입이 어려울 것으로 판단됨

- 일본의 경우 자국산 녹차제품이 주를 이루며 외국산 제품에 대한 수요는 미미한 것으로 조사됨
  - 판매량 상위 제품은 모두 일본산 제품으로 글로벌 브랜드조차 코카콜라 재팬을 제외하고 확인할 수 없음
- 대만은 자국산 혹은 일본산 제품에 대한 선호도가 높으며 판매량 상위 10개 품목 중 8개가 대만브랜드로 자국산에 대한 수요가 강함
- 홍콩의 소비자 역시 자국산에 대한 인지도가 높으며 제조방식에 따른 맛의 차이를 인식하고 있어 한국산 제품의 진입이 어려울 것으로 판단됨
  - 일본식 RTD차를 깊은 맛이 난다고 평가하며, 이는 찌는 방식으로 녹차를 추출하는 제조법에서 기인함
  - 한국의 전통적인 녹차 제조방식은 중국과 유사한 덪는 방식이며, 액상차 제조 방식은 분쇄 후 추출하는 방식으로 홍콩 소비자가 원하는 깊은 맛을 내기는 어려울 것으로 보임

### □ 서구권의 녹차에 대한 수요와 시장 성장성을 고려할 때 한국산 녹차음료는 서구권 시장을 공략하는 것이 용이할 것으로 판단됨

- 미국의 녹차 수입액<sup>8)</sup>은 세계 2위 수준이며 2014년 대비 46.8% 증가하며 2018년 1억 7,166만 달러(한화 약 2,051억 3,609만 원)을 기록함
- 스타벅스가 2014년 Teavana를 인수하고 다양한 차 전문 브랜드들이 RTD차를 출시하면서 시장이 더욱 확대될 것으로 전망됨
- 미국의 소비자는 시원한 차음료를 선호하므로 이를 공략한 제품을 개발하여 진출전략을 수립하여야 함

---

8) HS code 0902.10 및 0902.20을 더한 값임



## VI. 별첨

### 1. 일본 주요 제품 분석

#### 가. 현지산 제품

##### □ 산토리 이에몬 도쿠차(サントリー緑茶 伊右衛門特茶)

- 해당 제품은 지방분해효소를 활성화시키는 케르세틴배당체를 함유하여 체중감량을 위해 마시는 음료라는 점을 주요 마케팅 포인트로 내세우고 있음
  - 주요 특징은 교토 전통차 장인이 엄선한 국산 찻잎을 사용하였으며, 고온추출로 인해 단맛, 고소한 맛, 쓴맛 등 풍부한 향미를 가지고 있다는 점임
- 구매평가
  - 체중감량을 위해 운동 시 마시는 음료라는 구매평이 많았으며, 그밖에, 카페인 함유량이 높아 아쉬웠다는 평가가 있음

〈표 VI-1〉 이에몬 도쿠차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 산토리 이에몬 도쿠차 (サントリー緑茶 伊右衛門特茶)
	· 기업명: 산토리
	· 주요성분: 녹차, 비타민 C, 효소처리 이소쿠에르시트린, 케르세틴배당체
	· 용기: 500ml (페트병)
	· 녹차잎 원산지: 일본산
	· 제조방법: 고온에서 찻잎을 적은 양으로 끓여, 평소보다 오랜 시간을 들여 추출해냄
	· 가격: 3,996엔/(500ml x 24) (한화 약 4만 3252원) (100ml 당 33엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)


\* 출처 : 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

##### □ 고베 다방 녹차(神戸茶房 緑茶)

- 해당 제품의 특징점은 솟으로 여과한 물을 사용하여 생산하여, 잡미가 없고 음용 시, 향기가 부드럽다는 것임
- 구매평가
  - 구매평 분석 결과, 주요 구매요인은 건강기능 음료라는 점, 타 제품과 차별화되는 가격 등인 것으로 보임

- 특히 제품의 건강기능성 관련하여 여름철 수분부족, 감기, 열사병 예방을 위해 해당 제품을 구매하기도 하는 것으로 나타남
- 타 제품에 비해 맛이 깔끔하고 가볍다는 평가가 많았음

〈표 VI-2〉 고베 다방 녹차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 고베 다방 녹차 (神戸茶房 緑茶)
	· 기업명: 고베(神戸茶房)
	· 주요성분: 녹차, 비타민 C
	· 용기: 페트병(500ml)
	· 녹차원 원산지: 일본산
	· 제조방법: 구운 생차잎을 찌서 만듦
	· 가격: 1,089엔/(500ml x24) (한화 약 1만 1787원) (100ml 당 9.075엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)


\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

#### □ 이토엔 2가지 기능 카테킨 녹차(伊藤園 2つの働き カテキン緑茶)

- 해당 제품은 콜레스테롤 감소효과, 지방흡수 억제<sup>9)</sup>의 두 가지 기능을 전면에 내세워 건강기능성 음료라는 점을 주요 마케팅 포인트로 홍보하고 있음
  - 가레토형 카테킨<sup>9)</sup>성분을 함유하고 있어 지방분해에 효과적이며, 녹차 본연의 맛을 살리기 위해 차잎을 100% 사용하여 제조됨
  - 타 제품에 비해 비교적 카페인 함량이 낮음(음료 350ml 당 카페인 30mg 함유)
- 또한 본 제품의 특징점은 페트병임에도 불구하고 전자레인지에 넣어 가열해도 문제가 되지 않아 가열 섭취 시, 편리하다는 점임
- 구매평가
  - 주요 구매 요인은 건강과 체중감량으로, 내장지방을 줄이기 위해, 체중 감량을 위해, 콜레스테롤 수치를 감소시키기 위해 해당 제품을 구매하였다는 후기가 대다수임
  - 전자레인지에 바로 넣어 가열이 가능한 제품이라는 점 역시 소비자들의 구매결정요인에 크게 작용하였음

9) 가레토형 카테킨은 8종류의 카테킨 중, 쓴 맛이 강한 성분임(이토엔 기업연구소글 발췌)

<표 VI-3> 이토엔 2가지 기능 카테킨 녹차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보
	2가지 기능 카테킨 녹차
	· 제품명: (伊藤園 2つの働き カテキン緑茶)
	· 기업명: 이토엔
	· 주요성분: 녹차, 비타민C
	· 용기: 페트병(350ml)
	· 녹차잎 원산지: 일본산 · 제조방법: 원료 차잎의 가공시간을 단축해 신선도를 유지하며 최적화된 온도와 시간으로 증기로 찌냄
· 가격: 3480엔/(350ml x 24) (한화 약 3만 7811원) (100ml 당 41.43엔)	

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

□ 트라이얼 프라이빗 차(トライアルカンパニープライベートブランド お茶)

- 해당 제품은 엄선된 차잎을 사용하여 부드럽고 깔끔한 맛이 나며, 제품 고유의 맛을 살릴 수 있는 포장용기를 직접 제조하여 녹차 본연의 맛을 담았다고 홍보하고 있음
- 구매평가
  - 주요 구매 요인은 해당 제품이 타 제품에 비해 가격이 저렴하다는 점과 안전한 제품이라는 인식이 높다는 점임
  - 제품 고유의 맛을 살릴 수 있는 포장용기를 제조하여 녹차 본연의 맛을 담았다는 홍보문구와는 달리, 소비자들은 해당 제품의 포장용기를 분리수거하는데 불편함을 겪는다는 구매평도 다수 존재함
  - 일본은 분리수거를 위해 라벨 분리가 용이하도록 페트를 제작하나, 해당 제품은 라벨분리가 어려워 분리수거가 어렵다는 구매평이 존재함

〈표 VI-4〉 트라이얼 프라이빗 차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보	
	프라이빗 차 (トリアルカンパニーブ ライベートブランド お茶)	
	· 제품명:	
	· 기업명:	트라이얼 주식회사
	· 주요성분	녹차, 비타민C, pH 조절제
	· 용기:	페트병(500ml)
	· 녹차원 원산지:	일본산(큐슈산)
	· 제조방법	가고시마현 찻잎을 100% 사용하여 제조함
	· 가격:	3000엔/(500ml x 48) (한화 약 3만 2657원) (100ml 당 12.5엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

□ 한신주판 플러스녹차(ぶらすの緑茶)

- 해당 제품은 여타 건강기능성 녹차와는 달리, 단순 체중감량 효과뿐만 아니라, 식후 혈당 상승 억제, 대장기능 촉진 등 기능을 강조하여 홍보하고 있음
- 구매평가
  - 주요 구매요인은 타 제품에 비해 비교적 저렴한 가격, 체중감량기능성 제품이 라는 점임

〈표 VI-5〉 한신주판 플러스녹차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보	
	플러스녹차 (ぶらすの緑茶)	
	· 제품명:	
	· 기업명:	한신주판 주식회사 (阪神酒販株式会社)
	· 주요성분	녹차, 비타민 C
	· 용기:	페트병(500ml)
	· 녹차원 원산지:	일본산
	· 제조방법	시즈오카현의 엄선된 찻잎 사용해 제조
	· 가격:	2490엔/(500ml x 24) (한화 약 2만 7105원) (100ml 당 20.75엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

□ 카오 헬시아 녹차(ヘルシア 緑茶)

- 체지방 감소에 도움이 되며 국가의 엄격한 심사를 받아 통과한 특정 보건용 식품이라는 점을 들어 홍보하고 있음
- 구매평가
  - 구매평 분석 결과, 체중 감량과 다이어트에 관한 내용이 대부분을 차지하였음
  - 기타 구매요인으로는, 비교적 저렴한 가격과 원재료가 일본산이라는 신뢰도 등이 있음

〈표 VI-6〉 카오 헬시아 녹차

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 헬시아 녹차
	· 기업명: 카오
	· 주요성분: 녹차, 녹차 추출물 (녹차 카테킨)/ 환상 올리고당, 비타민 C, 향료
	· 용기: 페트병(350ml)
	· 녹차잎 원산지: 일본산
	· 제조방법: 카테킨을 풍부하게 함유하여 녹차잎의 진하고 깊은 맛을 즐길 수 있도록 제조
	· 가격: 3665엔/(350ml x24) (한화 약 3만 9648원) (100ml 당 43.63엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.com, 일본 아마존(www.amazon.co.jp))

□ 기린 생차 디카페인 (キリン 生茶デカフェ)

- 카페인 없는 제품으로, 임산부나 노약자, 어린이 등 누구든 안심하고 마실 수 있게 제조된 녹차라는 점을 주요 마케팅 포인트로 부각시키고 있음
  - 일본 RTD 녹차 중, 거의 유일하게 카페인이 없는 제품이라는 점이 특징임
- 구매평가
  - 해당 제품의 주요 구매요인은 카페인 함량이 없다는 점임
  - 구매평 분석 결과, 주요 구매층은 임산부, 노약자 어린이 등으로 확인됨

〈표 VI-7〉 기린 생차 디카페인 제품설명

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 기린 생차 디카페인 (キリン 生茶デカフェ)
	· 기업명: 기린 (キリンビバレッジ)
	· 주요성분: 녹차, 생차잎추출물(일본산), 비타민 C
	· 용기: 페트병(430ml)
	· 녹차잎 원산지: 일본산
	· 제조방법: 차잎을 초미분쇄, 저온에서 추출
	· 가격: 1,998엔/(430ml x 24) (한화 약 2만 1658원) (100ml 당 19.36엔)


\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

□ 유카원 녹차(幸香園 緑茶)

- 국산 차잎을 사용하여 제품이 안전하며, 깔끔한 맛이라고 홍보하고 있음
- 구매평가
  - 구매요인은 비교적 저렴한 가격과 건강관리의 필요성 등임

〈표 VI-8〉 유카원 녹차 제품설명

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 유카원 녹차(幸香園 緑茶)
	· 기업명: 유카원(幸香園)
	· 주요성분: 녹차, 비타민 C
	· 용기: 페트병(500ml)
	· 녹차잎 원산지: 일본산
	· 제조방법: 엄선한 소재를 사용해 끓여서 제조
	· 가격: 2,616엔/(500ml x 48) (한화 약 2만 8357원) (100ml 당 10.9엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)


□ 산가리아 당신의 차(サンガリア あなたのお茶)

- 자연 추출법으로 만들어 향기롭고 뒷맛이 부드럽고 깔끔하여, 남녀노소 폭넓은 세대가 먹을 수 있게 제조된 제품으로 홍보하고 있음

○ 구매평가

- 주요 브랜드 제품은 아니나, 단맛이 덜하고 그렇다고 쓴맛도 강하지 않은 무난한 맛으로, 맛도 좋고, 가격도 저렴하여 구매하였다는 후기가 대다수임

<표 VI-9> 산가리아 당신의 차 제품설명

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 산가리아 당신의 차 (サンガリア あなたのお茶)
	· 기업명: 상가 후면(サンガリア)
	· 주요성분: 녹차, 비타민 C
	· 용기: 페트병(500ml)
	· 녹차잎 원산지: 일본산
	· 제조방법: 자연 추출법으로 만듦
	· 가격: 1920엔/(500ml x 24) (한화 약 2만 831원) (100ml 당 16엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

나. 글로벌 브랜드 제품

□ 코카콜라 아야타카 녹차(綾鷹 特選茶)

- 일본 코카콜라의 아야타카 녹차는 사기그릇에 달여진듯한 맛이 나는 녹차임을 강조하여 홍보하고 있음
  - 제품 포장 외관에 사기그릇 그림을 넣어, 소비자들에게 사기그릇에 직접 달여서 먹는 녹차라는 느낌을 주고자 하였음
  - 찻잎을 휘젓지 않고, 멧돌로 빵아 추출해 녹차의 본래의 쓴맛을 이끌어 낸다고 함
- 구매 평가
  - 주 구매요인으로는, 원재료가 일본산이라는 신뢰도, 제품 향미의 우수성 등이 있음

〈표 VI-10〉 코카콜라 아야타카 녹차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 아야타카 녹차 (綾鷹 特選茶)
	· 기업명: 일본 코카콜라
	· 주요성분: 녹차, 비타민C
	· 용기: 525ml.(페트병)
	· 녹차원 원산지: 일본산
	· 제조방법: 오랜 기간 공정을 통해 제작, 맷돌로 빻는 기구를 이용함
	· 가격: 3,996엔/(521ml x 24) (한화 약 4만 3259원) (100ml 당 31.95엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

□ 코카콜라綾鷹특선차(綾鷹 特選茶)

- 특정 보건용 제품으로 지방을 줄여줌으로써 다이어트에 도움이 되며 기름진 음식을 먹을 때 먹는 제품임을 강조해서 홍보함
  - 홈페이지에 영양사들이 권유하는 광고를 넣음으로써 내장지방 감소효과를 중점적으로 홍보하는 제품임을 알 수 있었음
  - 국내산 녹차를 휘젓지 않고 추출해 차 주전자에 넣은 것 같은 녹차 본래의 탁한 색감을 살려 제작한 제품임
- 구매평가
  - 코카콜라綾鷹특선차 구매요인의 대부분은 건강과 지방 감소 효과를 보기 위해 구매한 것으로 드러남
  - 병 디자인이 마음에 들었으며 가격이 다른 제품에 비해 높다고 평가함



<표 VI-11> 코카콜라 綾鷹 특선 차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 綾鷹 특선 차 (綾鷹 特選茶)
	· 기업명: 일본 코카콜라
	· 주요성분: 식이 섬유(난소 화성 텍스트린), 녹차, 비타민C
	· 용기: 500ml(페트병)
	· 녹차원 원산지: 일본산
	· 제조방법: 국내산 녹차를 휘젓지 않고 추출함
	· 가격: 3,876엔/(500ml x 24) (한화 약 4만 1960원) (100ml 당 32.3엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 일본 아마존(www.amazon.co.jp)

□ 코카콜라 아미미 녹차(綾鷹 茶葉のあみみ)

- 단맛을 풍부하게 내는 차맛을 엄선해 오랜 시간을 들여 단맛을 두드러지게 한 녹차임
  - 쓴 맛을 억제해서 가볍게 마시기 좋은 녹차 제품으로 일상의 기분전환이나 목의 갈증 해소를 할 때 좋은 제품이라고 홍보함
  - 주요 타겟 소비자층은 쓴 녹차를 못 마시는 소비자들을 위한 것으로 확인됨
- 구매평가
  - 이 제품의 주요 구매 요인은 다른 제품들과 차별된 특징인 쓰지 않고 가볍고 단맛임이 밝혀짐
  - 이 제품의 맛은 녹차의 청량감이 부족하며 쓴맛이 약해 녹차의 쓴맛을 느끼기엔 부족함이 있다고 평가함

〈표 VI-12〉 코카콜라 아마미 녹차 제품정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 아마미 녹차 (綾鷹 茶葉のあまみ)
	· 기업명: 일본 코카콜라
	· 주요성분: 녹차, 비타민C
	· 용기: 500ml (페트병)
	· 녹차잎 원산지: 일본산
	· 제조방법: 엄선된 찻잎을 휘젓지 않고 깊이 썬 추출함
	· 가격: 1,964엔/(525ml x 24) (한화 약 2만 1261원) (100ml 당 15.59엔)

\* 주: JPY 1¥ = 10.79원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 일본 라쿠텐([www.rakuten.co.jp](http://www.rakuten.co.jp)), 일본 아마존([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))


## 2. 대만 주요 제품 분석

### 가. 현지산 제품

#### □ 비탈론 로얄 건강녹차(御茶園 每朝健康綠茶)

- 로얄 건강녹차는 비탈론社의 주력 제품으로 섭취를 통해 체지방 및 콜레스테롤 수치를 관리하여 해당 제품을 마시면, 건강해질 수 있다고 홍보하고 있음
- 대만 식약청의 건강식품 인증을 획득한 유일한 제품인 점과 RTD녹차 시장 내 판매량 1위인 점을 강조함

〈표 VI-13〉 비탈론 로얄 건강녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 로얄 건강녹차 (御茶園 每朝健康綠茶)
	· 기업명: 비탈론(每朝健康)
	· 주요성분: 녹차, 치커리 섬유, 비타민 C(항산화) 등
	· 용기: 페트병(650ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: -
	· 가격: TWD 579NTS/(650ml x24) (한화 약 2만 2,120원) (100ml 당 약 3.7NTS) (1개 당 24NTS)


\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만

#### □ Sunnano Biotech 라이프 버블녹차(生活泡沫綠茶)

- 라이프 버블녹차는 Sunnano Biotech의 주요 제품 중 하나로 100% 천연 녹차를 사용하여 제조되었으며, 고온에서 녹차를 추출함
- 해당 제품은 30년 동안 전 세계에서 60억 개 이상 판매된 점을 강조하여 신뢰도가 높은 제품임을 강조함

〈표 VI-14〉 Sunnano Biotech 라이프 버블녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 라이프 버블녹차 (生活泡沫綠茶)
	· 기업명: Sunnano Biotech
	· 주요성분: 녹차, 물, 설탕
	· 용기: 종이팩(300ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: 전통적인 양조 방식인 고온 추출을 활용
	· 가격: 158NTS/(300ml x24) (한화 약 6,026원) (100ml당 약 2.2NTS) (1개 당 6.6NTS)

\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처 : 야후 대만

□ 비탈론 건강 이중섬유 녹차(每朝健康 雙纖綠茶)

- 섬유질이 함유되어 변비에 좋고 일본산 녹차가루를 사용하여 녹차의 맛이 깊고 단맛이 나는 제품임을 강조하여 홍보하고 있음
- 건강기능성 식품원료 및 식이섬유(Fibersol-2) 등을 함유하여, 건강에 긍정적인 영향을 줄 수 있다는 점과 건강식품인증을 취득한 점을 중점적으로 홍보하고 있음

〈표 VI-15〉 비탈론의 건강 이중섬유 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 건강 이중섬유 녹차 (每朝健康 雙纖綠茶)
	· 기업명: 비탈론(每朝健康)
	· 주요성분: 녹차, 녹차가루, 치커리 섬유, 비타민C 등
	· 용기: 페트병(650ml)
	· 녹차잎 원산지: 대만
	· 제조방법: -
	· 가격: 549NTS/(650ml x24) (한화 약 2만 970원) (100ml당 약 3.5NTS) (1개 당 22.3NTS)

\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만

□ 마이샤양 녹차TP300(綠茶TP300)

- 마이샤양의 RTD녹차 제품군 중 하나로 보리의 추출물과 녹차를 혼합하여 제조됨

- 제품 음용 시, 보리의 익숙한 풍미를 느낄 수 있고 맛이 부드럽다는 점을 강조하여 홍보함

〈표 VI-16〉 녹차 T300 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 녹차 TP300 (綠茶TP300)
	· 기업명: 마이샤양 (麥香)
	· 주요성분: 녹차, 보리 추출물, 자스민 차, 산화방지제 등
	· 용기: 종이팩(300ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: -
	· 가격: 209NTS/(300ml x24) (한화 약 7,990원) (100ml당 약 2.9NTS) (1개 당 8.7NTS)


\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처 : 야후 대만

□ 흑송 무설탕 동백녹차(黑松 茶花綠茶—無糖)

- RTD녹차, 커피 등을 주로 다루는 흑송의 주력 RTD녹차 제품으로 대만 내 건 강식품 인증을 받은 제품임을 강조하여 홍보하고 있음
- 무설탕 제품이며, 해당 제품 섭취를 통해 혈액지질농도를 조절할 수 있으며 체 지방 감량에 도움을 줄 수 있다는 점을 주로 내세우고 있음

〈표 VI-17〉 검은소나무의 무설탕 동백녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 무설탕 동백녹차 (黑松 茶花綠茶—無糖)
	· 기업명: 흑송 (黑松)
	· 주요성분: 말토덱스트린, 녹차, 난소 화성 텍스트린 등
	· 용기: 페트병(580ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: -
	· 가격: 459NTS/(580ml x24) (한화 약 1만 7,055원) (100ml당 약 3.3NTS) (1개 당 9.1NTS)


\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만

□ 애지미 건강 오일컷 녹차(健康油切分解茶)

- 건강 오일컷 녹차는 애지미 RTD녹차의 주력 제품이며, 설탕과 화학 첨가물을 사용하지 않은 건강 음료인 점을 홍보함
- 또한, 일본의 조롱박을 사용하였으며 다양한 섬유질을 포함되어 체내 내장 지방 감소에 도움을 주는 제품이라고 함

<표 VI-18> 애지미 건강 오일컷 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 건강 오일컷 녹차 (健康油切分解茶)
	· 기업명: 애지미 (愛之味)
	· 주요성분: 차, 치커리 섬유, 식이 섬유, 조롱박, 천연향료 등
	· 용기: 페트병(590ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: -
	· 가격: 579NT\$/ (590ml x 24) (한화 약 2만 2,130원) (100ml 당 약 4.1NT\$) (1개 당 24.1NT\$)

\* 주: TWD 1NT\$ = 37.86원(2019.05.23.기준)


\* 출처: 야후 대만

## 나. 수입산 제품

### □ 이토엔 가든차(好喝綠茶)

- 일본의 녹차를 포함한 차류와 커피를 전문적으로 제조하는 이토엔의 수출 제품임
- 가든차는 향이 풍부하며, 달콤하며 신선한 맛이 특징임

〈표 VI-19〉 이토엔 가든차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명: 가든차 (好喝綠茶)</li> <li>· 기업명: 이토엔(伊藤園)</li> <li>· 주요성분: 녹차, 산화방지제(비타민C)</li> <li>· 용기: 캔(190ml)</li> <li>· 녹차잎 원산지: -</li> <li>· 제조방법: -</li> <li>· 가격: 25NTS/(190ml) (한화 약 960원) (100ml 당 약 13.1NTS) (1개 당 25NTS)</li> </ul>

\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만

### □ JAfoods Oita 녹차음료(綠茶飲料)

- JAfoods Oita는 일본농업협동조합(JA, Japan Agricultural Cooperative) 중 오이타현(大分県)에서 운영하는 기업으로 과일 및 채소를 기반으로 차, 술 등의 음료를 제조함
- 해당 제품은 기업의 주력 RTD녹차 제품으로 오이타현에서 재배한 찻잎을 사용하고, 단맛과 상쾌한 맛을 중심으로 제품을 홍보하고 있음

〈표 VI-20〉 JAfoods Oita 녹차음료 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	. 제품명: 녹차음료 (綠茶飲料)
	. 기업명: JAfoodsoita
	. 주요성분: 녹차, 녹차 효소, 산화 방지제
	. 용기: 캔(275ml)
	. 녹차잎 원산지: -
	. 제조방법: -
	. 가격: 59NTS/(275ml) (한화 약 2,250원) (100ml당 약 21.4NTS) (1개 당 59NTS)

\* 주: TWD 1NT\$ = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만

다. 글로벌 브랜드 제품

□ 코카콜라 일본식 녹차(原萃 日式玉露綠茶)


- 코카콜라의 일본식 녹차는 옥로차<sup>10</sup>)를 사용하여 제조되었으며, 무향료 및 무설탕 제품임을 중점으로 홍보하고 있음
- 또한, 글로벌 기업의 제품이지만 일본에서 처음 생산된 옥로차를 사용한 점과 ‘일본식’ 이라는 점을 강조함
- 해당 제품은 클라우드·포그 방식(Cloud and fog method)<sup>11</sup>)으로 만들어졌고 제조사만의 추출 및 여과기술을 사용하여 만든 제품임을 홍보함

10) 옥로차 - 일본에서 처음 생산된 차 종류로 차의 잎이 나올 시기에 차나무에 그늘을 만들어 짝이 햇볕을 덜 받게 재배하여 만듦. 수분함량이 많고 짙은 맛이 약하며, 녹차의 색이 뛰어나 최고급 녹차로 분류됨.

11) 클라우드·포그 방식 - 클라우드·포그 방식은 잘게 빻은 차잎을 물에 담가 차의 성분과 향이 물에 그대로 스며들게 하는 RTD녹차 제조방법임



〈표 VI-21〉 코카콜라 일본식 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 일본식 녹차 (原萃 日式玉露綠茶)
	· 기업명: 코카콜라
	· 주요성분: 물, 녹차, 베이킹 소다 등
	· 용기: 페트병(580ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: 클라우드·포그 방식
	· 가격: 520NTS/(580ml x24) (한화 약 1만 9,760원) (100ml 당 약 3.7NTS) (1개 당 21.7NTS)


\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만

□ 코카콜라 소켄비차(爽健美茶)

- 녹차, 달맞이꽃 등 15개 이상의 일본산 건강·천연 재료를 사용하여 제조됨
- 100% 무향료 제품인 점과 천연 성분을 사용하여 건강에 좋다는 점을 중심으로 홍보하고 있음
- 또한, 일본에서 인기를 끄는 점과 일본산 원료를 사용한 점을 강조함

〈표 VI-22〉 코카콜라 소켄비차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 소켄비차 (爽健美茶)
	· 기업명: 코카콜라
	· 주요성분: 녹차, 쌀, 달맞이꽃 등
	· 용기: 페트병(535ml)
	· 녹차잎 원산지: -
	· 제조방법: -
	· 가격: 418NTS/(535ml x24) (한화 약 1만 6,000원) (100ml 당 약 3.3NTS) (1개 당 17.4NTS)

\* 주: TWD 1NTS = 37.86원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 야후 대만


### 3. 홍콩 주요 제품 분석

#### 가. 현지산 제품

##### □ 꿀녹차(蜂蜜綠茶)

- 홍콩의 RTD 녹차시장에서 높은 점유율을 보이고 있는 Tao Ti社의 제품으로 100% 찻잎을 사용하여 우려냈으며 설탕과 꿀을 넣어 단맛을 높임
- 100g 당 3.3g의 설탕을 함유한 저설탕 제품임을 강조하여 홍보하고 있음

〈표 VI-23〉 Tao Ti 꿀녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 꿀녹차(蜂蜜綠茶) Honey Green Tea
	· 기업명: Tao Ti(道地)/ Telford(홍콩)
	· 주요성분: 물, 녹차, 설탕, 꿀, 향료
	· 용기: PET(1.5 l)
	· 원산지: 대만
	· 제조방법: -
	· 가격: 15.90HK\$ (한화 약 2,400원) (100ml 당 1.06HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

##### □ 레몬녹차(檸檬綠茶)

- 인공색소나 보존제를 첨가하지 않고, 100% 찻잎을 사용하여 우려낸 녹차에 레몬 주스를 첨가하여 제조한 제품임
- 녹차 맛뿐만 아니라 신선한 레몬의 향을 가미하여, 보다 풍부한 맛을 내는 것을 특징으로 하는 제품임

〈표 VI-24〉 Tao Ti 레몬녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 레몬녹차(檸檬綠茶) Lemon Green Tea
	· 기업명: Tao Ti(道地)/ Telford(홍콩)
	· 주요성분: 물, 녹차, 설탕, 레몬주스, 꿀, 산도조절제, 향료
	· 용기: PET(500ml)
	· 원산지: 대만
	· 제조방법: -
	· 가격: 8.20HK\$ (한화 약 1,240원) (100ml 당 1.64HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

□ 사과맛 녹차(蘋果味綠茶)

- 종이팩 형태의 제품으로 사과향을 첨가해 녹차의 맛을 다양화시켰으며 레몬녹차와 함께 가장 대중적인 맛을 첨가한 제품임
- 녹차의 옅은 맛에 사과를 첨가하여 진한 맛을 느낄 수 있게 하였으며, 방부제와 인공색소를 첨가하지 않았다는 점이 특징임

〈표 VI -25〉 Tao Ti 사과맛 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 사과맛 녹차(蘋果味綠茶) Green Tea(Apple Flavour)
	· 기업명: Tao Ti(道地)/ Telford(홍콩)
	· 주요성분: 물, 설탕, 녹차, 산도조절제, 산화 방지제, 향료
	· 용기: 종이(250ml x6)
	· 원산지: 중국
	· 제조방법: -
	· 가격: 14.90HK\$ (한화 약 2,250원) (개당 2.42HK\$) (100ml 당 0.97HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

□ 극품해녹차(極品解綠茶)

- 황금메밀과 녹차를 결합한 제품으로 자연산 원료를 사용한 블렌딩을 통해 풍부

한 맛을 내며 뒷맛이 좋은 것이 특징으로 보존료와 인공색소를 첨가하지 않음을 강조하여 홍보하고 있음

- 홍콩 내 유통되는 타 제품에 비해 기능성을 강조한 제품으로 SNS 등을 통해 다이어트에 좋은 제품임을 적극적으로 홍보하고 있음
- 황금메밀과 녹차 성분의 장점을 중심으로, SNS 채널을 통해 해당 제품을 홍보하고 있음
- 황금메밀은 지방 제거에 도움이 되며 해독 및 미용효과가 있으며, 녹차는 항산화 물질이 포함되어 있어 효과적으로 활성산소를 제거해 노화를 지연시키는 효능이 있음

〈표 VI-26〉 Tao Ti 극품해녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 극품해녹차(極品解綠茶) Supreme Meta Green Tea
	· 기업명: Tao Ti(道地)/ Telford(홍콩)
	· 주요성분: -
	· 용기: PET(500ml)
	· 원산지: 중국
	· 제조방법: -
	· 가격: 8.20HK\$ (한화 약 1,240원) (100ml 당 1.64HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

#### □ 사과녹차(果綠茶)

- 홍콩의 RTD 음료 시장의 한 축을 담당하고 있는 VITA社의 제품으로 녹차에 사과주스를 첨가한 갈증해소용 음료임

〈표 VI-27〉 VITA 사과녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 사과녹차(蘋果綠茶) Apple Green Tea
	· 기업명: VITA(維他)/홍콩
	· 주요성분: 설탕, 사과 주스, 녹차, 산도조질제, 향료, 안정제, 항산화제, 비타민C
	· 용기: 종이(250ml x6)
	· 원산지: 홍콩
	· 제조방법: -
	· 가격: 10.90HK\$ (한화 약 1,650원) (개당 1.82HK\$) (100ml 당 0.73HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)


\* 출처: 파크엔샵

나. 수입산 제품

□ 이토엔 녹차(伊藤園 綠茶)

- 일본의 주요 RTD 녹차업체인 이토엔社의 제품으로 홍콩에서 가장 인지도가 높은 일본산 제품으로 조사됨

〈표 VI-28〉 이토엔 이토엔 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 이토엔 녹차(伊藤園 綠茶) OIOCHA GREEN TEA
	· 기업명: Itoen(伊藤園)
	· 주요성분: 녹차, 비타민C
	· 용기: PET(1 l)
	· 원산지: 일본
	· 제조방법: -
	· 가격: 0.90HK\$ (한화 약 3,170원) (100ml 당 2.09HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크엔샵

□ 향기로운녹차(香濃綠茶)

- 일본산 녹차와 추출물을 사용하여 생산한 제품으로 동일한 용량의 현지제품에

비해 비교적 가격대가 높은 편임

- 음료 본연의 색이 매우 짙은 초록색이며 단맛이 없고 쓰지 않으며 뒷맛이 좋다는 평가가 있음

<표 VI-29> 기린 향기로운 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 향기로운 녹차(香濃綠茶) RICH GREEN TEA
	· 기업명: KIRIN(麒麟)
	· 주요성분: 녹차, 녹차추출물, 비타민C
	· 용기: PET(525ml)
	· 원산지: 일본
	· 제조방법: -
	· 가격: 10.90HK\$ (한화 약 1,650원) (100ml 당 2.08HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

#### □ 전설녹차(傳説綠茶)

- 기타가와 한비社의 제품으로, 매끄러운 바디감, 부드러운 뒷맛과 신선한 향을 갖고 있는 일본식의 녹차제품임
- 중국인들은 일본 녹차와 중국 녹차의 차이를 인식하고 있으며 상대적으로 깊은 맛을 낸다고 평가함

<표 VI-30> Gion Kitagawa Hanbee 전설녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 전설녹차(傳説綠茶) LEGEND JAPANESE GREEN TEA
	· 기업명: 北川半兵衛商店 Gion Kitagawa Hanbee
	· 주요성분: 물, 녹차, 향산화제
	· 용기: PET(430ml)
	· 원산지: 중국
	· 제조방법: -
	· 가격: 7.90HK\$ (한화 약 1,190원) (100ml 당 1.84HK\$)

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)


\* 출처: 파크앤샵

## 다. 글로벌 브랜드

### □ 운말(雲抹, Cloudy Green Tea, No sugar)

- 옥수수에서 추출한 식이섬유를 첨가하여 식후에 마시면 지방 흡수를 줄이고 장을 건강하게 하는 효과를 갖고 있음을 홍보함
- 일본식 녹차라는 점을 강조한 홍보 전략을 구사하여 일본식 녹차의 맛을 높이 평가하는 홍콩의 소비자들을 공략하고 있음

〈표 VI -31〉 淳 °茶舍 운말 녹차 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	운말(雲抹)
	· 제품명: Cloudy Green Tea (No sugar)
	· 기업명: 淳 °茶舍 (Authentic Tea House) /Coca Cola(글로벌)
	· 주요성분: 물, 녹차, 산화 방지제, 메이차, 산 조절제, 소포제
	· 용기: PET(1.2 l)
	· 원산지: 홍콩
	· 제조방법: -
· 가격: 14.50HK\$ (한화 약 2,190원) (100ml 당 1.20HK\$)	

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵

### □ 실버자스민녹차음료(銀毫茉莉綠茶飲料)

- 실버자스민을 첨가한 녹차 제품으로 신선한 실버자스민을 첨가하여 맛을 진함을 홍보함

<표 VI -32> 淳 °茶舎 은은한 자스민 녹차음료 제품 정보

제품 이미지	제품 기본정보
	· 제품명: 은은한 자스민 녹차음료(무당) (銀毫茉莉綠茶飲料(無糖))
	· 기업명: 淳 °茶舎 물, 실버자스민 녹차추출물,
	· 주요성분: 자스민 녹차추출물, 산화방지제, 산도조절제
	· 용기: 500ml
	· 원산지: 홍콩
	· 제조방법: -
	· 가격: 8.20HK\$ (한화 약 1,240원) 100ml 당 1.64HK\$

\* 주: HKD 1HK\$ = 151.85원(2019.05.23.기준)

\* 출처: 파크앤샵