

2005년도 1/4분기

국내주류 출고동향

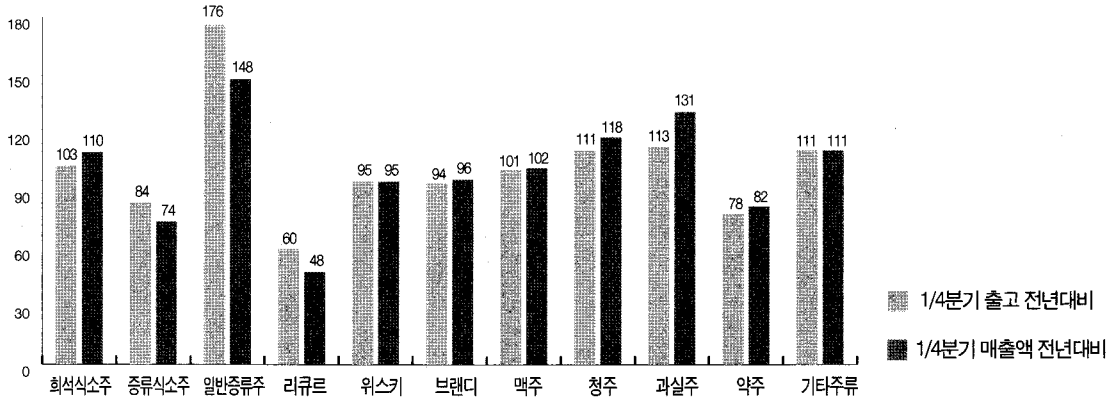
1. 개요

2005년 우리나라 경제는 점차 소비심리 지수가 회복되면서 내수시장에 대한 기대심리가 형성되고 있으나 아직까지 모든 업계에서 어려움을 겪고 있다. 또한 주류업계도 판매신장을 기대하기 힘든 상황임에도 불구하고 1/4분기 국내주류는 출고는 전년동기대비 1.3% (매출액대비 4.6%증가) 증가세를 보이고 있으며 증류식소주, 리큐르, 브랜드, 위스키, 청주, 약주를 제외 하고는 약간의 증가세를 나타내고 있다.

〈표1〉 2005년 1/4분기 주류출고 현황표

※ 수입주류제외

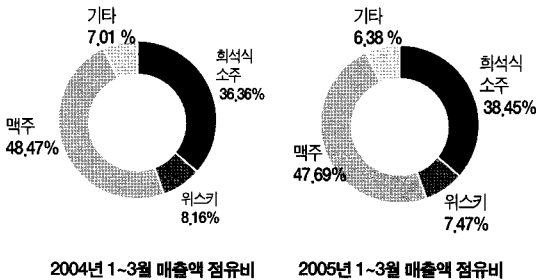
주류별	구분	1/4분기					
		출고수량(단)			총매출액(백만원)		
		2004	2005	전년동기대비(%)	2004	2005	전년동기대비(%)
합 계		696,377	705,695	101.34	1,567,586	1,631,204	104.06
증류주	계	288,443	295,900	102.59	717,274	760,998	106.10
	희석식 소주	282,599	290,306	102.73	569,928	627,172	110.04
	증류식 소주	43	36	83.72	305	226	74.10
	일반 증류주	910	1,600	175.82	2,145	3,185	148.48
	리큐르	1,964	1,173	59.73	16,044	7,647	47.66
	위스키	2,896	2,756	95.17	127,949	121,897	95.27
	브랜드	31	29	93.55	903	871	96.46
양조주	계	407,380	409,178	100.44	848,707	868,421	102.32
	맥주	388,805	391,163	100.61	759,859	777,986	102.39
	청주	7,057	7,823	110.85	28,179	33,170	117.71
	과실주	3,448	3,907	113.31	14,882	19,533	131.25
	약주	8,070	6,285	77.88	45,787	37,732	82.41
기타 주류		554	617	111.37	1,605	1,785	111.21



〈그림 1〉 주류별 전년대비 출고 현상률표(%)

국내주류 중 가장 많이 팔리는 소주, 맥주, 위스키를 살펴보면 소주와 맥주는 전년과 비슷한 수준이거나 상승한 반면 위스키는 4.8% 감소세를 보이고 있으며 정부의 규제정책과 경기전망에 민감한 위스키는 미미한 감소세를 보일 것으로 예상된다.

사별 새로운 판매이벤트 행사등 적극적인 마케팅과 전년 1/4분기에 소주가 감소된 것을 기준으로 비교하여 증가세를 보인 것으로 판단되며 향후 2/4분기까지는 이변이 없는 한 소폭의 증가세를 유지할 것으로 전망 된다.



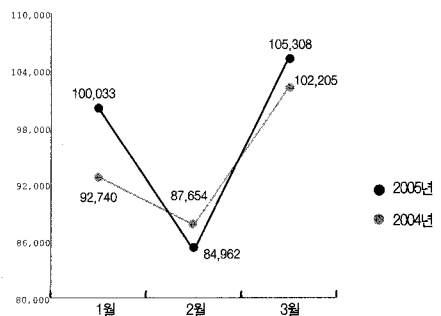
〈그림 2〉 주류별 매출액 점유비 비교

1/4분기 출고량 변동 추이를 살펴보면 1월에는 성수기의 영향과 2월 설 연휴를 대비한 생산증가 등으로 인해 출고가 증가하였으며 2월은 설 연휴로 인해 출고 일수가 줄어들어 출고가 감소하였고 3월부터는 업계의 본격적인 판매 전략과 마케팅으로 인해 출고가 증가 하였다.

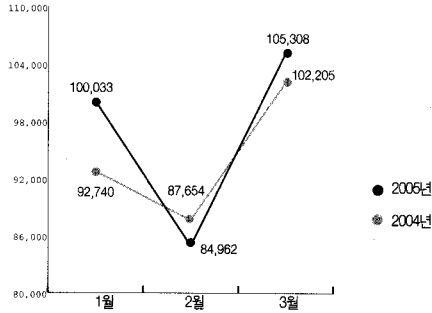
2. 주종별 동향

가. 소주

〈소주〉는 국내경기 불황에 따른 내수 침체 속에서도 년 초 출고가 증가되고 있으며 이는 각 회



〈그림 3〉 2005년 1/4분기 소주 월별 출고량 변동추이(kl)



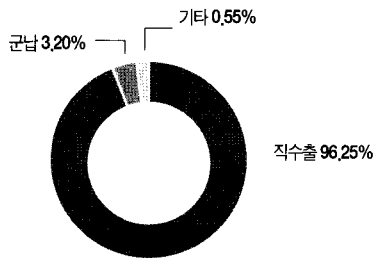
〈그림4〉 2005년 1/4분기 소주 월별 매출액 변동추이(백만원)

소주는 1/4분기 소주수출은 전년대비 10%가 감소되었으며 금년도 소주수출 실적예상은 일본 현지 소주업체의 적극적인 마케팅으로 작년에 비해 소폭 감소될 것으로 예상된다.

〈표2〉 2005년 1/4분기 소주 면세주 출고현황

단위: kt, 백만원

구분	출고수량(1~3월)			출고금액(1~3월)		
	2004	2005	전년대비	2004	2005	전년대비
합계	20,955	18,825	89.84	34,345	27,620	80.42
직수출	20,133	18,119	90.00	33,422	26,804	80.20
군납	704	579	82.24	788	645	81.85
기타	118	127	107.63	135	171	126.67



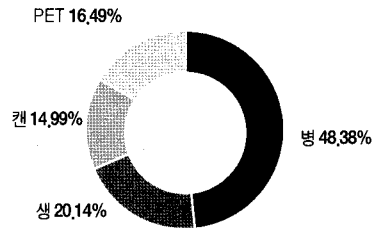
〈그림5〉 2005년 1/4분기 소주 면세주 출고 점유비(%) 현황

나. 맥주

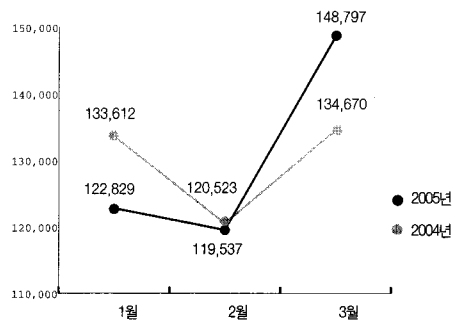
〈맥주〉는 2004년도 연말부터 이어지는 비수기

의 요인에 따라 출고부진이 1~2월까지 이어졌으나 3월 신학기 시작과 더불어 여러 가지 이벤트등 적극적인 마케팅으로 인해 3월 출고가 급상승한바 1/4분기 출고실적은 전년대비 소폭(0.61%)증가 하였으며 향후 성수기로 접어듬에 따라 맥주의 출고는 증가세를 보일 것으로 예상된다.

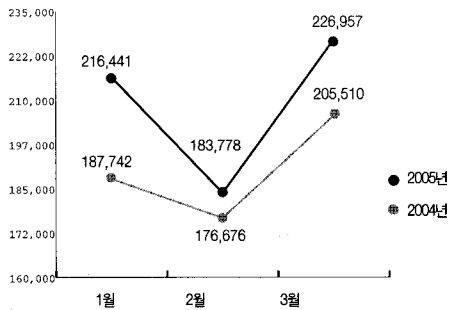
맥주의 용기별 판매량은 일반소비자들이 가정에서 편리하게 소비할 수 있어 호응도가 높은 PET(피쳐)의 출고가 대폭신장하면서 1/4분기 시장점유율이 16%를 차지하면서 병입맥주와 대체되어 확실히 자리를 굳히고 있는 실정이나 상대적으로 캔맥주와, 생맥주는 전년대비 1~2%가 감소되고 있다.



〈그림6〉 2005년 용기별 점유비(1~3월)



〈그림7〉 2005년 1/4분기 맥주 월별 출고량 변동추이 비교(kt)

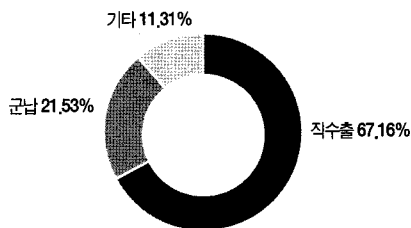


〈그림8〉2005년 1/4분기 맥주 월별 매출액 변동추이 비교(백만원)

맥주의 면세주류는 수출이 7%이상 감소에 따라 전년대비 6.4% 감소하였으며 면세주류는 수출주가 67.16%, 군납 21.53%를 차지하고 있으며 맥주 주요 수출국은 홍콩49.2%, 일본27.6%, 대만4.6% 등 주로 동남아에 집중적으로 수출하고 있어 수출국의 다변화가 요구된다.

〈표3〉2004년 맥주 면세주 출고 현황

구분	출고수량(1~3월)			출고금액(1~3월)		
	2004	2005	전년대비	2004	2005	전년대비
합계	21,957	20,556	93.62	20,107	17,790	88.48
직수출	14,935	13,806	92.44	12,394	10,435	84.19
군납	4,673	4,425	94.69	4,922	4,832	98.17
기타	2,349	2,325	98.98	2,791	2,523	90.40

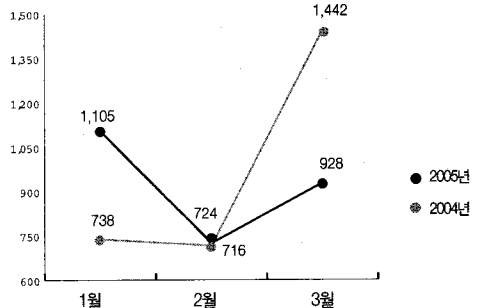


〈그림9〉맥주 면세주 출고점유비(%) 현황

다. 위스키

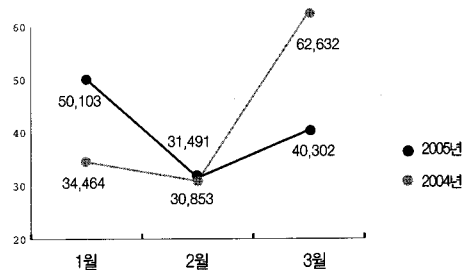
〈위스키〉는 매년 큰 폭으로 신장하는 주류 품목이었으나 2004년 초 정부의 여러 가지 규제정책

에 의해 2004년도에는 15%정도 감소하였으나, 2005년에는 정부의 규제정책이 다소 완화되고 소비자의 적응기간이 경과되고 설날의 선물세트 판매의 증가에 따라 2월까지는 높은 신장세(25.9%)를 보였으나 2005년도 1/4분기 출고는 2004년 3월 자율공정경쟁규약 준수시행을 앞두고 업계에



〈그림10〉2005년 1/4분기 위스키 월별 출고량 변동추이 비교(kt)

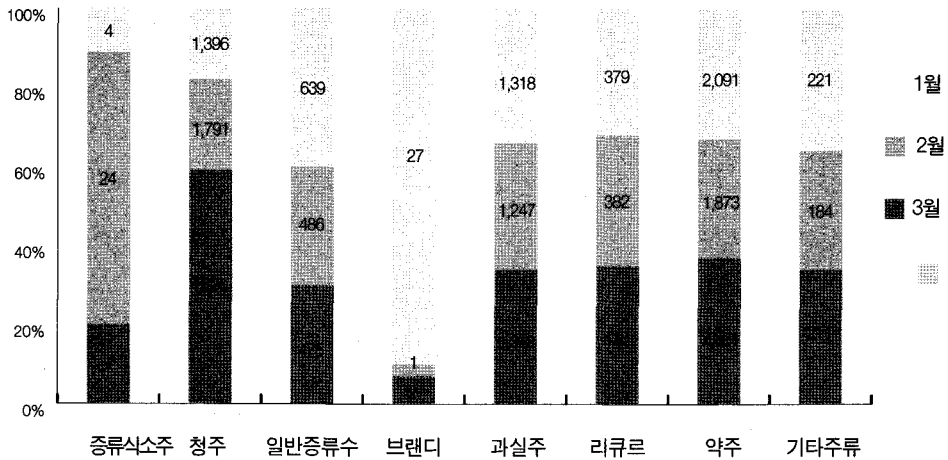
서 출고증가로 인해 되어 2005년도 4.8%가 감소되었다. 이는 업계에서는 일시적인 현상으로 보고 있으며 금년 위스키 출고량은 경기회복과 소비증가 요인으로 약보합세가 될 것으로 전망된다.



〈그림11〉2005년 1/4분기 위스키 월별 매출액 변동추이 비교(백만원)

라. 기타주류

증류식소주는 민속절의 선물용으로 제한되어 있어 설날 성수기때만 판매가 급증하고 있으며 내



〈그림12〉2005년 1/4분기 기타주류 월별 출고량 변동추이 비교(kt)

수출고보다는 수출주(두산)로서 명맥을 이어가고 있다.

2005년 1/4분기에 가장 두드러지게 출고가 증가한 주류는 일반증류주와 과실주로 일반증류주의 경우 해태엔컴퍼니가 담금세상을 일반증류주로 주종을 변경하여 적극적인 마케팅으로 인해 출고가 증가 되었다.

일반증류주와 반대로 리큐르의 경우 주종변경(일반증류주, 과실주)으로 인해 계속적으로 감소할 것으로 예상되며 과실주의 경우도 주종변경으로 인한 상승과 포도주 선호로 인해 계속적으로 상승할 것으로 예상되며 약주업계의 경우도 급성장 정체로 인해 2004년부터 계속 약세를 보이고 있으나 기존제품의 리뉴얼과 신제품 개발 및 적극적인 마케팅에 주력하고 있어 성장세를 기대하고 있다.

3. 전망

2005년 주류시장은 내수시장의 회복기대 속에서 출발하였으나 1/4분기 출고량은 전년과 비슷하거나 다소 성장세를 보이고 있으며 2/4분기에 도 큰 변화가 없을 것으로 예상된다.

국내 주류업계의 동향을 살펴보면 소주업계는 진로의 우선 협상대상자로 하이트맥주가 선정되면서 긴장감을 늦추지 않고 있으며 아직 확실한 인수여부가 결정되지 않아 향방을 예의 주시하고 있다.

맥주업계 또한 하이트맥주의 진로인수 결과에 따라 변화가 있을 전망이나 그것에 대처해 오비맥주 또한 아직까지는 눈에 띄이는 전략이 보이지 않지만 올 봄부터 역량 재정비를 펼쳐왔으며 오비맥주의 모기업인 인베브는 지난 3월 오비맥주를 인수한지 7년만에 처음으로 한국인 사장(김준영)을 선임하여 현지화 전력을 강화 하겠다는 의지를

밝히고 있다. 진로 인수 우선협상 대상자인 하이트맥주와 한국인 사장취임으로 공격적인 마케팅을 펼치려는 오비맥주 양사의 경쟁이 한층 더 가열될 조짐이 보인다.

위스키업계 또한 하이트맥주가 진로를 인수할 경우 하이트맥주는 '웬슬렛'이라는 브랜드를 이미 내 놓고 위스키 시장에 뛰어든 상태이며 아직 점유율이 4%정도 되나 진로가 진로발렌타인스 지분을 30%보유하고 있고 진로발렌타인스가 국내 위스키 시장점유율이 35%인 상황으로 경쟁사들에게 영향력을 미칠 수 있을 것으로 예상된다.

따라서 디아지오코리아도 CEO(최고경영자)를 한국인으로 교체하는등 전략적인 마케팅을 수립하고 있다.

2004년에도 그랬듯이 2005년 1/4분기 또한 고세울의 주류(리큐르)가 약간의 제조변경신고로서 세율이 낮은 주류(과실주)로 변경하여 출고가 계속 이어질 것으로 예상된다.

전체 주류업계는 진로의 향방과 무관하게 소비자가 선호하는 신제품 개발과 신선한 마케팅전략을 계획하고 있어 2/4분기 주류출고량은 강보합세를 보일 것으로 전망 된다.