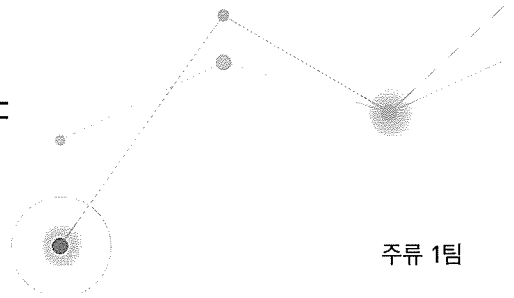


2006년도 상반기 국내 주류출고 동향



주류 1팀

1. 개요

2006년도 우리나라 상반기 주류시장은 주종별로 많은 변화를 보이고 있다. 장기불황으로 인해 소비심리가 위축된 가운데 소주의 저도주제품 출시로 인해 소주의 출고는 늘어난 반면 상대적으로 경기영향에 민감한 맥주와 위스키의 출고는 감소세를 보이고 있다.

전체적으로 살펴보면 전체주류 출고량은 0.87% 증

가하였으나 매출액기준으로는 2.85% 감소한 것으로 나타났다. 우리나라의 대표적인 서민 대중주인 소주의 출고량은 전년대비 4.99% 증가 하였으나 양조주인 맥주는 출고량은 1.86% 감소하였으며 위스키는 4.88% 감소했다.

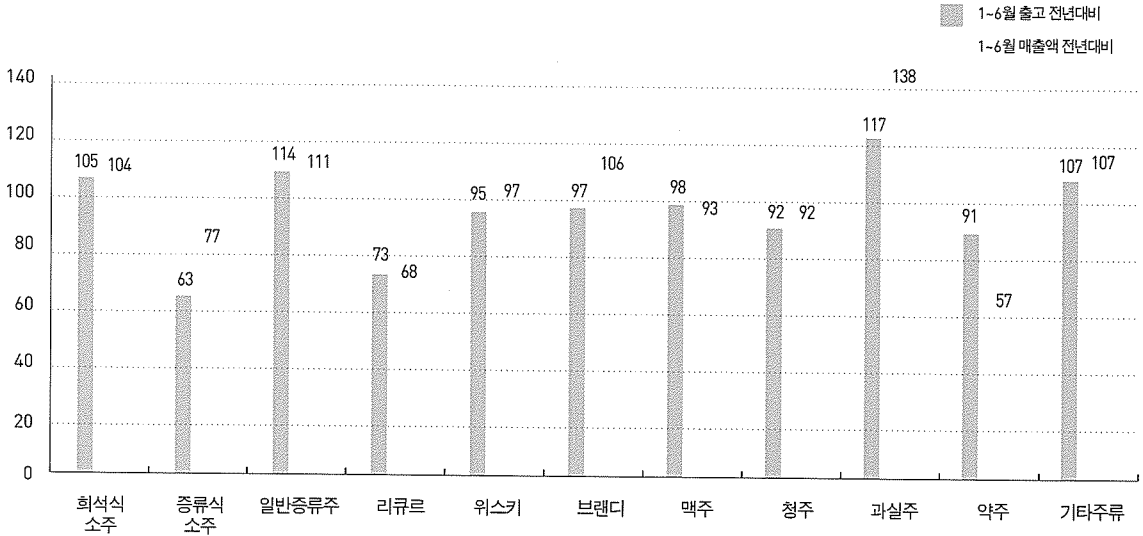
과실주의 경우 2005년 이후 계속해서 포도주와 복분자주에 대한 소비자의 관심도가 높아지고 웰빙트렌드가 확산됨에 따라 출고량이 17.28% 증가하여 가장 큰

표1 2006년 주류출고 현황

※ 수입주류제외

구분	상 반 기					
	출고수량(천)			총매출액(백만원)		
주류별	2005	2006	전년동기대비(%)	2005	2006	전년동기대비(%)
합 계	1,468,003	1,480,751	100.87	3,356,438	3,260,922	97.15
계	602,806	63,875	104.82	1,545,593	1,585,803	102.60
회석식 소주	589,583	618,980	104.99	1,265,633	1,315,759	103.96
증류식 소주	81	51	62.96	351	272	77.49
일반 증류주	4,847	5,511	113.70	9,780	10,876	111.21
리큐르	2,571	1,885	73.32	15,239	10,306	67.63
위스키	5,571	5,299	95.12	249,838	243,557	97.49
브랜드	153	149	97.39	4,752	5,033	105.91
계	863,874	847,455	98.10	1,807,027	1,671,044	92.47
발효주						
맥주	832,603	817,131	98.14	1,649,484	1,534,389	93.02
청주	12,422	11,370	91.53	52,123	48,160	92.40
주						
과실주	6,934	8,132	117.28	34,848	48,040	137.86
약주	11,915	10,822	90.83	70,572	40,455	57.32
기타주류	1,323	1,421	107.41	3,818	4,075	106.73

그림 1 주류별 전년대비 출고 현상률표(%)



성장세를 보이고 있다.

2006년도 상반기 주류업계의 가장 큰 이슈로는 소주의 저도화 현상을 들 수 있다. 소주업계에서는 올해 초 두산의 처음처럼(20도)의 신제품 출시를 시작으로 한라산을 제외한 모든 소주업계에서 리뉴얼 및 신제품을 출시하였다. 이로 인해 상반기 소주업계의 경쟁이 그 어느 때 보다 치열하였다.

2. 주종별 동향

가. 소주

2006년도 상반기 소주업계는 계속 이어지는 경기불황속에서도 우리나라의 대표적인 서민대중주로서 경제가 어려울 때 소비가 증가하는 특징과 저도주의 출시로 인해 소주의 출고량은 4.99% 증가하였다.

올해 초 두산의 처음처럼(20도) 신제품 출시와 더불어 진로의 참진이슬로(20.1도)의 리뉴얼등 한라산을 제외한 모든 제조사가 리뉴얼 및 신제품을 출시하였다. 따라서 업계에서는 이로 인한 활발한 마케팅과 각종 홍보 전략을 전개하여 출고량이 증가하였다.

월별로 살펴보면 1월에는 2005년 연말부터 이어온 경기하락으로 인해 소폭하락세를 보이다 2월부터 6월까지 신제품과 리뉴얼제품으로 인해 소비자의 관심이 증가하고 업계의 적극적인 마케팅으로 인해 출고가 꾸준히

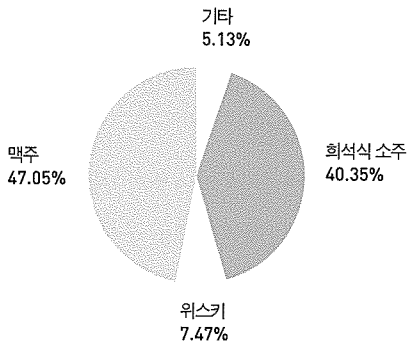


그림 2 2006년 주류별 매출액 점유비 비교(%)

준히 증가하였다. 소주업계는 변화하는 음주문화와 저도주를 선호하는 소비자 변화를 반영한 새로운 마케팅 전략으로 하반기에도 증가세를 유지할 것으로 보인다.

표2 2006년 소주 면세주 출고현황

단위:kt, 백만원

구분	출고수량(상반기)			출고금액(상반기)		
	2005	2006	전년대비	2005	2006	전년대비
합계	41,178	40,647	98.71	59,025	53,960	91.42
직수출	39,599	39,013	98.52	57,179	52,043	91.02
군납	1,308	1,287	98.39	1,484	1,450	97.71
기타	271	347	128.04	362	467	129.01

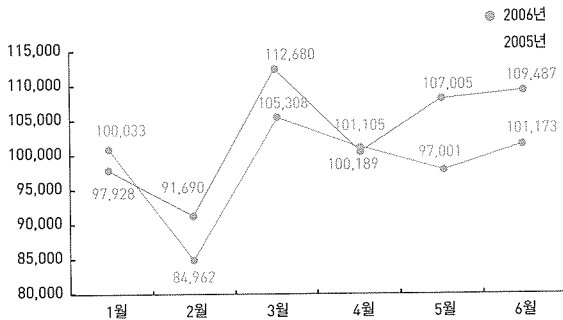


그림3 2006년 소주 월별 출고량 변동추이(kt)

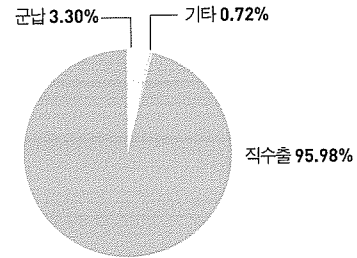


그림5 2006년 소주 면세주 출고 점유비(%) 현황

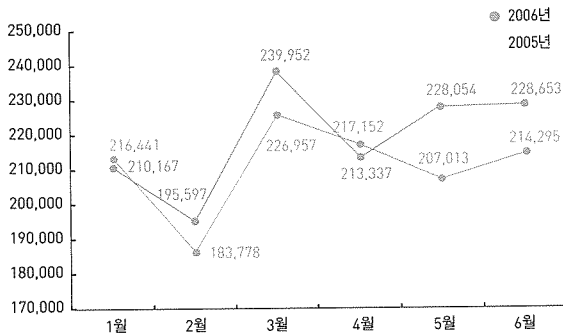


그림4 2006년 소주 월별 매출액 변동추이(백만원)

2006년 소주 면세주는 내수의 출고가 증가한 반면 1.29% 감소하였다. 또한 면세주의 95.98%가 수출주로 대부분을 차지하고 있다. 상반기까지 군납소주는 1.48% 감소 하였으며 수출용소주도 1.48% 소폭 감소하였다.

나. 맥주

2006년 맥주 출고량은 경기변동에 민감하여 소비량의 변화가 가장 큰 주류로서 전년 상반기 대비 1.9% 감소한 것으로 나타났다.

월별로 살펴보면 1월부터 4월까지의 신학기의 시작과 더불어 새로운 마케팅전략을 구사하였으나 계속 이어지는 경기침체와 황사 및 갑작스런 이상 저온현상으로 인해 감소세가 이어졌다.

5월 이후에는 계절적으로 맥주판매의 성수기로 접어

들고 6월에는 독일 월드컵 개최로 인해 소비량이 증가하여 점차 회복세를 나타내고 있다.

하반기에는 맥주업계에서 신제품 출시가 예정되어 있으며 다양한 마케팅 행사로 소비촉진을 유도할 것으로 보인다.

맥주의 용기별 출고량을 살펴보면 주5일 근무 확산되어 가정용 소비량이 증가하였으며 상대적으로 가격이 저렴하고 보관이 용이한 PET용기 출고량이 증가하여 전체적으로 PET용기의 시장점유율이 16.87%로 차지하는 것으로 나타났다.

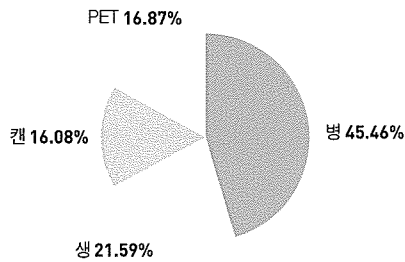


그림6 2006년 용기별 점유비

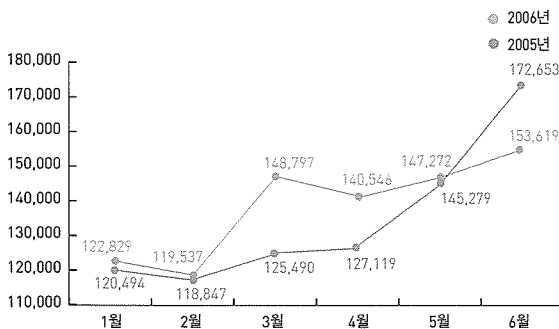


그림7 2006년 맥주 월별 출고량 변동추이 비교(kt)

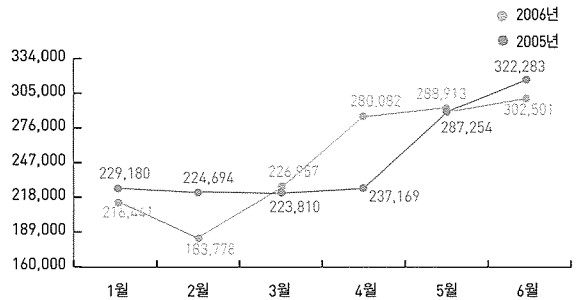


그림8 2006년 맥주 월별 매출액 변동추이 비교(백만원)

맥주의 상반기 면세주류의 출고량은 12.06% 감소한 것으로 나타났다. 맥주의 면세주류는 수출이 70.20% 균납이 24.63%를 각각 차지하고 있다. 맥주의 수출량은 전년대비 7.64% 감소하였으며 균납맥주 또한 8.44% 감소하였다. 이는 맥주의 수출국 중 일본의 수출량이 전년에 비해 45.09% 감소한데 따른 것이다. 현재 국내맥주는 주로 동남아시아를 중심으로 수출하고 있는데 홍콩 44.34%, 일본 15.23%, 몽고 17.52%, 대만 3.90%등에 집중되어 있다.

표3 2006년 맥주 면세주 출고현황

단위: kt, 백만원

구분	출고수량(상반기)			출고금액(상반기)		
	2005	2006	전년대비	2005	2006	전년대비
합계	43,358	38,129	87.94	37,880	34,405	90.83
직수출	28,984	26,769	92.36	22,564	21,618	95.81
· 균납	10,185	9,393	92.22	10,980	10,528	95.88
기타	4,189	1,967	46.96	4,336	2,259	52.10

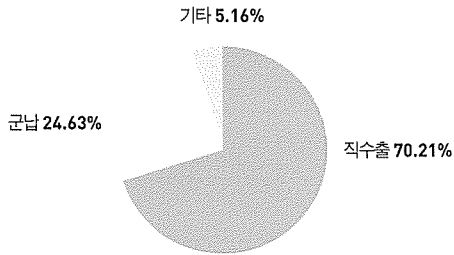


그림9 맥주 면세주 출고점유비(%) 현황

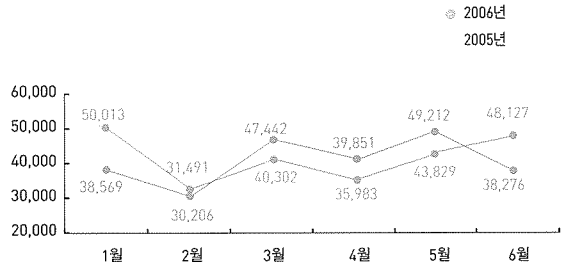


그림11 2006년 위스키 월별 매출액 변동추이 비교(백만원)

다. 위스키

언론 보도에 따르면 2006년 상반기 국내 위스키 판매량은 전년대비 2% 소폭 증가한 것으로 나타났으나 당협회에 가입되어 있는 국내제조위스키 출고량은 (4.88%) 감소한 것으로 나타났다. 전체적인 판매량은 증가하였는데도 불구하고 국내제조위스키의 출고량이 감소하는 것은 위스키업체에서 국내제조를 기피하고 외국에서 직접 수입판매를 선호하는 것으로 보인다.

라. 기타주류

2006년에 기타주류 중 가장 눈에 띄게 출고실적이 증가한 주류는 과일주(17.28%)와 일반증류주(13.7%)였다. 과일주는 포도주와 복분자주, 매실주에 대한 소비자의 관심도가 높아지고 웰빙트렌드가 확산됨에 따라 13.7% 증가 하였다. 일반증류주의 경우 국순당L&B의 담금세상, 참순(500ml)과 디아지오코리아의 수출주(스미노프보드카)가 증가에 따른 것으로 보인다.

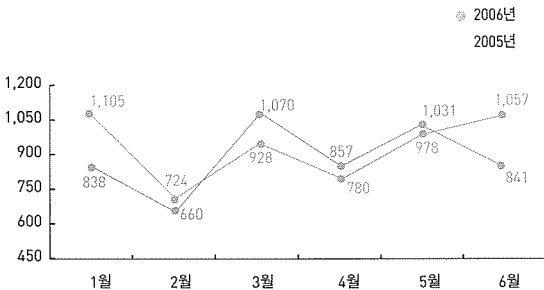


그림10 2006년 위스키 월별 출고량 변동추이 비교(kl)

기타주류 중 가장 출고량이 감소한 리큐르의 경우 2006년도에 주종변경(과실주)으로 인해 26.68% 감소하였으며 하반기에도 지속적으로 감소될 것으로 예상된다.

약주는 소주의 저도화 추세와 추세의 영향으로 인해 기존제품의 리뉴얼과 신제품을 개발하는 등 적극적인 대응전략을 구사하고 있으나 감소추세는 계속되어 전년대비 9.17% 감소하였다.

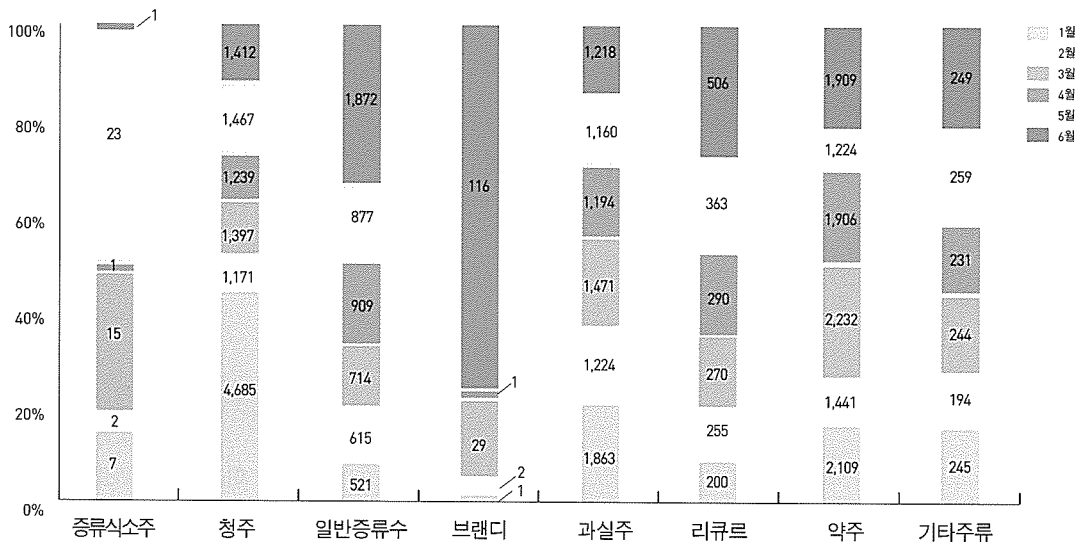


그림12 2006년 기타주류 월별 출고량 변동추이 비교(kt)

3. 전망

2006년 하반기에도 국내 주류시장은 계속 이어지는 소비심리의 위축에 따라 상반기 수준을 유지할 것으로 전망된다. 그러나 업계의 경쟁은 전년도에 비해 더욱 치열해 질 것으로 보인다. 소주의 경우 소비자들의 저도주 선호에 부응한 저도소주의 바람이 하반기에도 이어갈 것으로 보인다. 맥주의 경우에는 회사들의 경쟁구도보다는 경기회복 여부에 따라 판가름날 것으로 예상된다. 더운 날씨와 월드컵 개최로 인해 일시적으로 맥

주 소비가 늘어나고 있으나 10월 이후에는 계절적인 비수기에 접어들면서 맥주의 소비는 전년과 비슷하거나 소폭의 감소세를 보일 것으로 전망된다. 기타주류 중 과실주와 일반증류주의 증가는 웰빙트렌드에 맞물려 하반기에도 계속 이어질 것으로 보인다. 전체 주류업계가 계속되는 경기침체 속에서 소비자가 선호도와 신선한 마케팅전략으로 노력한다면 하반기 주류시장은 소폭 성장할 것으로 전망된다.