

2009년

상반기 주류시장 동향

김태호 기획조사팀 과장

I. 2009년 상반기 국내 주류시장 동향

| 국내 주류 |

올해 상반기 우리나라는 미국발 금융위기가 진정되어 주가를 비롯해 환율 등 금융시장부터 안정을 되찾아가면서 소비자들의 경기회복 기대가 소비경기에 긍정적으로 작용했다. 하지만, 다년간 얼어붙은 소비경기를 빠르게 회복시키기에는 다소 부족하여 주류소비시장은 여전히 위축되어 있는 것으로 나타났다.

올해 상반기는 롯데주류BG가 두산주류BG를 인수하면서 소주시장의 치열한 경쟁과 오비맥주의 매각으로 인한 맥주업계의 전략과 전술의 변화 등 매우 복잡한 시기였다고 할 수 있다.

〈표1〉 상반기 주류 출고 수량

단위 : kℓ, %

구 분	1분기	2분기	2009년 상반기			
			누 계	전년대비	점유비	
합 계	709,806	839,563	1,549,369	97.82	100.00	
증류주	희석식소주	295,732	341,130	636,862	95.76	41.10
	증류식소주	56	27	83	92.22	0.01
	일반증류주	2,381	3,669	6,050	101.04	0.39
	리큐르	437	397	834	73.67	0.05
	위스키	1,403	1,146	2,549	57.63	0.16
	브랜드	41	108	149	137.96	0.01
발효주	맥 주	398,346	484,478	882,824	99.64	56.98
	청 주	6,109	3,936	10,045	96.77	0.65
	과실주	4,448	3,801	8,249	88.22	0.53
	기타주류	853	871	1,724	121.75	0.11

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세 포함)

이시기 주류소비 패턴은 높은 가격대의 주류 보다 대중주를 소비하는 등 지난해와 유사한 면을 보였으나, 출고량은 소폭 감소한 것으로 나타났다. 2009년 상반기 주류출고(본회 회원사 기준) 수량은 전년 동기 대비 약2% 감소했으며, 맥주보다 소주의 감소폭이 더 큰 것으로 조사되었다.

주류는 증류주와 발효주로 나눌 수 있으며, 두 종류의 상반기 점유율을 살펴보면 증류주가 약42%, 발효주가 약58%를 차지하고 있어 맥주, 과실주, 약주, 청주 등 발효주를 조금 더 많이 소비한 것으로 나타났다.

상반기 희석식소주는 저도주 제품출시와 마케팅활동을 강화하는 등 온·오프라인을 이용해 부단한 노력을 기울였으나, 2분기보다 1분기 판매가 주춤하면서 상반기 전년 동기대비 약4% 감소를 기록했다.

전년과 비교해 가장 많이 감소한 위스키는 2008년 상반기보다 약42% 감소하며 최근 소비패턴과 경기를 실감하게 하고 있다. 리큐르의 경우는 2008년 특정제품이 출시되면서 높은 출고를 기록하기도 했으나, 올해 들어오면서 소비가 줄어들어 약26% 감소하게 되었다. 일반증류주는 다행히도 전년과 비슷한 수준을 보이고 있으며, 브랜드의 경우는 비록 전년보다 약38%의 높은 성장을 기록하고 있으나, 출고량은 낮은 수준이다.

발효주의 경우는 날씨가 출고에 가장 중요한 요소로 작용하고 있으며, 올해 상반기 맑은 날씨와 평년보다 웃도는 기온으로 인해 판매에 긍정적인 영향을 미쳤다. 하지만, 회복되지 않은 소비경기에 의해 맥주는 지난해와 같은 수준에 그쳤고 청주와 과실주는 다소 판매가 부진했다.

상반기 과실주 중에는 매실주가 40%, 복분자주 30%, 포도주 28%로 분포되어 있으며, 이중 매실주와 포도주가 지난해 보다 약16%가 감소했으며, 복분자주는 약8% 감소에 그쳤다. 청주의 경우는 최근 경기를 감안한다면 판매가 순조롭다고 할 수 있다.

〈표2〉 상반기 주류 출고 금액

단위 : 백만원, %

구 분	1분기	2분기	2009년 상반기			
			누 계	전년대비	점유비	
합 계	1,651,730	1,910,920	3,562,650	101.66	100.00	
증류주	희석식소주	709,421	815,908	1,525,329	102.50	42.81
	증류식소주	948	297	1,245	95.77	0.03
	일반증류주	5,403	8,230	13,633	104.72	0.38
	리큐르	2,115	1,698	3,813	72.08	0.11
	위스키	54,193	48,146	102,339	54.63	2.87
	브랜드	1,501	3,844	5,345	136.46	0.15
발효주	맥 주	816,305	987,322	1,803,627	106.53	50.63
	청 주	28,140	17,395	45,535	101.19	1.28
	과실주	31,151	25,474	56,625	89.84	1.59
기타주류	2,553	2,606	5,159	121.30	0.14	

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세 포함)

우리나라가 소비하는 주류는 주로 소주와 맥주라고 할 정도로 전체 판매의 90%를 상회하며, 두 주류의 증감에 따라 전체 주류시장 크기가 결정된다고 할 수 있다.

지난해부터 최근까지 주류소비 행태는 비교적 높은 가격대의 주류보다 저렴한 주류 소비가 늘어나는 현상을 보이고 있으며, 대중에게 많이 알려져 있는 소맥(소주+맥주)을 즐기는 소비자가 증가하기도 했다. 또한, 국세청 통계에 의하면 지난해에 이어 탁주소비도 지속적으로 증가하고 있는 것으로 조사되었다. 이뿐만 아니라 알코올함량이 낮은 주류 소비가 늘고 음용하는 주류의 종류가 세분화 되는 등 소비자 요구가 더욱 다양해지고 있어 제품 개발이 까다로워지고 있다.

주류의 주세 면세용은 수출, 군납(과세용 군납 포함), 외항선, 대사관 등 다양하게 구성되어 있으며, 상반기 수출 부진으로 85,920kl를 출고해 전년대비 약4% 감소를 기록했다. 다양한 면세용도 중 가장 점유가 높은 항목은 수출로 상반기 주세면세용 주류의 약76%를 차지했고 군납의 경우는 약20% 점유를 보였다.

우리나라는 약58개국에 주류를 수출하고 있으며, 특히 일본에 약49%를 홍콩에 23%, 몽골과 미국에 각각 7% 정도 판매되고 있다. 수출 주류중 희석식소주는 주로 일본, 미국, 중국에 많이 판매되며, 맥주는 홍콩, 몽골, 일본 등지에 주로 수출되고 있다.

상반기 주류 출고금액은 전체 약3조5,627억 원으로 전년 같은 기간보다 약2% 증가했으며, 맥주가 약7% 증가한 1조8천억원, 소주는 약3% 증가한 1조5천억원의 매출을 기록하고 있다. 주류종류별 매출액 점유는 맥주가 51%로 가장 높았으며, 소주 43%, 위스키 3% 순으로 나타났다.

맥주와 소주의 매출액 증가는 이들 주류의 원료비, 인건비, 물류비 등 구입비용 증가에 따라 주류제조원가가 상승하여 각각 지난해 하반기와 올해 초 가격인상을 한 결과로 보인다.

| 수입주류 |

우리나라 상반기 주류수입은 1억7천5백만불로 최근 국내경기를 반영하듯 전년과 같은 기간에 비해 금액기준으로 약35%, 중량기준으로 약14%나 감소했으며, 특히 위스키와 포도주 감소세가 뚜렷이 나타났다. 위스키와 포도주는 수입 금액기준으로 가장 높은 점유를 기록하고 있는 품목으로 전체 수입금액에 많은 영향을 미치고 있기도 하다.

최근 두드러진 증가세를 보이고 있는 주류로는 소주로써 전체 금액은 크지 않으나, 지난해 보다 약3배정도(중량 기준 약2.6배) 많이 수입되고 있으며, 청주도 마찬가지로 경우다. 이 같은 영향은 일본식 주점 개점이 늘어나고 있는 것과도 연관이 있다 할 수 있다.

맥주의 경우는 수입주류 중 중량기준으로 가장 높은 점유를 보이고 있고 전년과 비슷한 수준으로 수입되고 있어 소비자들의 다양한 요구를 확인할 수 있기도 하다. 그 다음으로 많이 수입되는 주류는 포도주로 전체수입의 약 23%, 위스키가 21%, 리큐르 5%, 청주 3% 순을 보이고 있다.

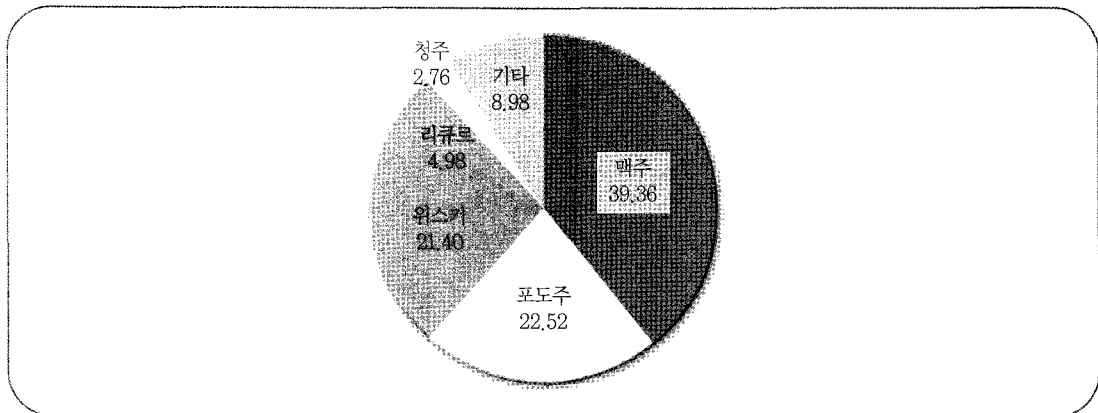
〈표3〉 상반기 주류 수입액 현황

단위 : 천불, %

구 분	1분기	2분기	2009년 상반기		
			계	전년대비	점유비
합 계	88,958	86,140	175,098	64.64	100.00
위스키	42,878	42,036	84,914	59.57	48.50
포도주(원액포함)	28,900	25,660	54,560	60.34	31.16
맥 주	8,111	8,350	16,461	86.34	9.40
기타리큐르(오가피 등)	2,132	3,031	5,163	97.56	2.95
칭 주	2,061	2,422	4,483	171.04	2.56
꼬 낙	882	2,412	3,294	83.99	1.88
소 주	1,180	34	1,214	316.97	0.69
보드카	594	514	1,108	96.52	0.63
데킬라	509	481	990	82.09	0.57
교량주	418	398	816	84.21	0.47
기타중류주	379	225	604	63.65	0.34
기타포도주	419	57	476	39.73	0.27
럼	213	256	469	80.86	0.27
과실발효주(사과술등)	130	101	231	83.39	0.13
진	97	100	197	136.81	0.11
브랜드	21	32	53	55.79	0.03
포도주(유사포도주)	13	17	30	76.92	0.02
기타발효주(와인롤러 등)	18	11	29	223.08	0.02
기타곡물발효주	3	3	6	33.33	0.00

※ 자료 : 관세청(www.customs.go.kr)

〈그림1〉 상반기 수입주류 종량기준 점유율(%)



※ 자료 : 관세청(www.customs.go.kr)

II. 주요 주종별 동향

| 희석식소주 |

2009년 상반기 희석식소주는 소비자의 요구에 맞춘 제품들을 출시하면서 활발한 마케팅을 진행했으나, 채 풀리지 않은 경기상황으로 인해 약4%가 감소했다. 상반기 출고(면세주류 포함)의 50%는 진로, 롯데주류는 14%, 금복주와 무학은 각각 8% 정도 출고했다.

소주생산업체중 가장 높은 증가율을 기록한 곳은 보해양조로 지난해 보다 약2% 신장했고 뒤를 이어 롯데주류 BG가 1.5%, 충북소주 0.7%, 무학 0.6% 증가했다.

소주를 용도별로 살펴보면 전체의 47%가 가정용(할인매장용)으로 가정 또는 야외 등 가족과 함께 음용하기 위해 구입하고 있으며, 약47%가 유흥업소용 즉 식당, 주점 등에서 소비되고 있다.

올해 상반기는 지난해보다 유흥업소용으로 판매된 비율이 1% 높아지고 가정용은 반대로 낮아지고 있어 지난해보다 경기가 풀려져가고 있다고 하겠다. 소주의 주세면세용은 수출, 군납, 외항선(항공 포함), 관광공사 등이며 이 중 수출이 약88%로 대부분을 차지하고 있고 군납이 약10% 정도를 점유하고 있다.

소주용기는 병과 페트로 구분되며, 소용량과 대용량을 제외한 나머지 전체가 병용기로 약86%를 점유하고 있음. 페트용기는 과실 수확 시기에 따라 많이 차이를 보이기도 한다.

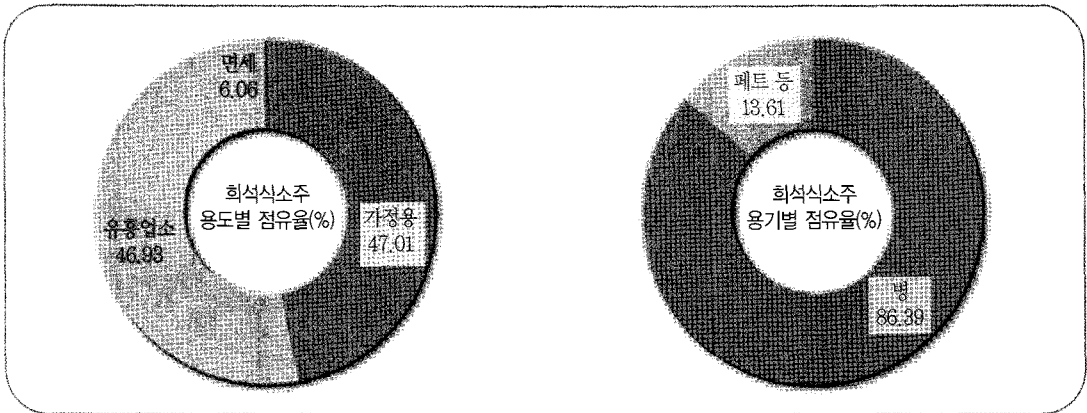
〈표4〉 상반기 업체별 출고현황

단위 : 킬, %

구 분	1분기	2분기	2009년 상반기		
			계	전년대비	점유비
합 계	295,732	341,130	636,862	95.76	100.00
진 로	148,351	171,439	319,790	94.40	50.21
롯데주류BG	37,284	51,550	88,834	101.47	13.95
금 복 주	26,303	26,413	52,716	93.16	8.28
무 학	24,443	25,236	49,679	100.59	7.80
대선주조	22,209	23,219	45,428	91.32	7.13
보해양조	18,075	20,124	38,199	101.97	6.00
선 양	7,988	10,410	18,398	88.50	2.89
하이트주조	4,295	4,089	8,384	93.27	1.32
충북소주	3,273	4,873	8,146	100.74	1.28
한 라 산	3,511	3,777	7,288	94.50	1.14

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세 포함)

〈그림 2〉 용도 및 용기별 점유율



※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외)

| 맥주 |

주류 종류 중 가장 기후의 영향을 많이 받는 주류는 맥주라고 할 수 있으며, 올해 상반기 우리나라 기후는 대체로 기온이 높았으며 맑고 화창한 날이 많았다. 하지만 맥주도 경기의 영향을 받지 않을 수 없었다.

이시기 하이트맥주의 경우는 지난해 같은 기간에 비해 약3%가 감소했고, 오비맥주는 3%가 증가해 전체 맥주는 전년과 비슷한 수준인 882,824kl를 출고했다. 업체별 점유율은 하이트맥주가 57%, 오비맥주가 나머지인 43%를 점유하고 있으며, 지난해에 비해 약2%의 증감이 있다.

〈표5〉 상반기 업체별 출고현황

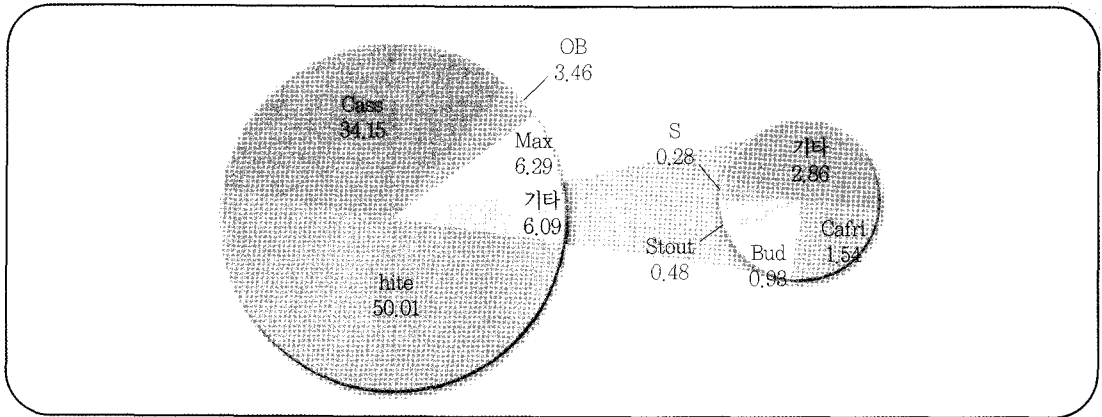
단위 : kl, %

구 분	1분기	2분기	2009년 상반기		
			계	전년대비	점유비
합 계	398,346	484,478	882,824	99.64	100.00
하이트맥주	229,359	275,857	505,216	97.15	57.23
오비맥주	168,987	208,621	377,608	103.18	42.77

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세 포함)

우리나라 소비자가 주로 음용하는 맥주는 하이트맥주의 hite, Max, Exfeel, Stout 등과 오비맥주의 OB, Cass, Cafri, Budweiser 등이 있으며, 이중 'hite'가 전체의 50%를 차지하며 가장 많이 출고되고 있다. 뒤를 이어 'Cass'가 약34%, 'Max' 약6%, 'OB' 약3% 등 총4개 제품이 우리나라 전체 맥주를 대표하고 있다.

〈그림 3〉 상반기 제품별 점유율(%)

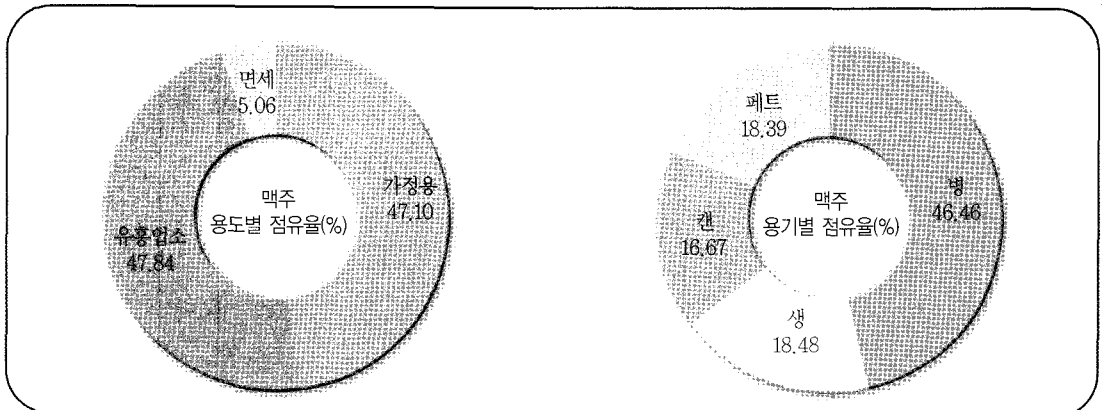


※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외)
hite(피쳐 및 생 포함), Cass(시리즈 전체, 큐팩, 생 포함)

하이트맥주 주력제품인 'hite'는 자사 출고의 약87%를 차지하고 있으며, 오비맥주의 'Cass'는 자사의 80%를 차지하고 있다. 프리미엄급 맥주로는 'Cafri', 'Budweiser', 'Stout', 'S' 등이 상반기 맥주출고의 약3% 정도 차지한다.

상반기 유통업소로 출고된 맥주는 전체의 약48%, 야외 또는 가정에서 음용하기 위해 출고된 맥주는 약47%로 지난해와 거의 차이를 보이지 않고 있다. 면세용 맥주 중 수출이 전체의 약66%, 군남이 약30%로 대부분을 차지하고 있으며, 올해 상반기 수출은 지난해 같은 기간보다 약5% 정도 하락을 기록했다.

〈그림 4〉 상반기 용도 및 용기별 점유율



※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외)

용기별로 맥주 출고 점유는 병맥주 46%, 생 18%, 페트 18%, 캔 17%이며, 지난해보다 병맥주와 생맥주가 약 2% 감소했고 페트와 캔은 증가했다.

맥주수출은 국산브랜드와 OEM브랜드로 나뉘며, 수출량 중 약67%가 OEM브랜드다. 맥주는 홍콩, 몽골, 일본, 이라크, 미국, 중국 등 43개 국가에 수출되었다.

Ⅲ. 향후 전망

2009년 상반기 국내경제 및 소비경기는 비교적 안정되어 가고 있고 주류업계도 활발한 움직임으로 상황에 대처하여 주류출고가 소폭 감소하는데 그쳤다.

하반기 주류업계의 다각적인 노력은 지역과 시기에 맞춰 다양하게 진행하고 있으며, 최근까지 홍보와 마케팅 그리고 신제품 개발 등 쉼 없이 내달리고 있기도 하다. 지난 8월 소주시장은 롯데주류의 저도주 출시와 함께 마케팅 열전에 돌입했으며, 지역에 따라 다채로운 이벤트와 홍보활동을 진행하고 있다.

하반기 맥주업계는 상반기 다소 저조한 실적을 만회하기 위해 온·오프라인을 통한 이벤트와 젊은 층을 겨냥한 마케팅 그리고 광고 홍보를 펼치며 선전하고 있다. 과실주 부문도 리뉴얼 제품과 기존 용량보다 더 많거나 적은 용량의 제품들을 내놓으며 소비자들의 기대에 부응하고 있어 향후 긍정적인 효과를 거둘 것으로 예상된다.

삼성경제연구원 자료에 의하면 하반기 국내경기 회복속도는 급속하게 바뀌기보다 완만할 것이라고 내다보고 있으며, 민간소비도 개선이 될 것으로 전망하고 있다. 이처럼 하반기 국내경기 및 주류소비시장 상황은 지난해보다 긍정적이라고 할 수 있어 2009년 전체 주류출고는 전년과 비슷할 것으로 전망되고 있다.

다만, 최근 전세계와 우리나라 정부 및 국민의 최대 관심사인 신종인플루엔자 확산을 하루빨리 방지해야 국민의 불안을 잠재우고 국내의 전반적인 경기도 더욱 활성화 시킬 수 있을 것으로 판단된다.