

# 2010년

## 국내 주류시장 전망

김태호 회원사업팀 과장

### 2009년 국내경기

2009년 우리나라는 세계 금융위기 여파가 진정되어 주가를 비롯해 환율 등 금융시장부터 안정을 되찾아가면서 소비자들의 경기회복 기대가 소비경기에 긍정적으로 작용하고 있다. 하지만, 다년간 얼어붙은 소비경기를 빠르게 회복시키기에는 부족하다고 할 수 있다.

최근 삼성경제연구소가 경제 및 소비 회복에 대한 가계의식 조사를 했으며, 그 중 「한국경제의 회복세 체감정도」를 묻는 질문에 '체감하지 못한다' 라고 답변한 소비자가 62.6%로 아직 소비자가 느끼는 경기회복세는 더딘 것으로 나타났다.

하지만 '체감한다' 라고 답변한 소비자들의 체감 이유는 주변에서 관찰되는 경제활동의 회복과 자산 가치, 소득 증가 등을 꼽고 있다.

「세계 금융위기 여파로 가계에 어려움을 준 요인이 무엇이나」는 질문에는 소득 감소가 가장 높은 37.4%를 차지하고 뒤를 이어 교육비 지출 부담(16.9%), 자산가치 하락(15.6%), 직장불안, 가계부채 증가 등으로 조사되었다.

이처럼 우리나라는 올해 경제와 가계 회복의 기미와 함께 실질적인 회복이 있었고 향후 기대도 높아지고 있지만, 아직은 어려움이 채 가시지 않는 등 더딘 회복세를 보인 한해였다.

### 2009년 주류시장 주요 변화

2009년 국내 주류시장은 몇가지 다양한 변화와 경쟁으로 치열한 한해였다고 할 수 있다.

변화의 첫 번째로는 롯데주류BG의 탄생을 들 수 있다. 롯데주류BG는 두산주류BG를 인수함으로써 종합주류

회사로 단번에 올라서게 되고 식품 및 유통업 전반의 풍부한 경험으로 수도권은 물론 부산지역까지 마케팅과 영업력을 발휘하고 있어 현재까지 치열한 영업전쟁을 펼치고 있기도 하다.

두 번째 변화는 오비맥주 매각으로 인베브가 미국 사모펀드인 KKR(콜버그크래비스로버츠)에 매각하게 되면서 하이트맥주와 오비맥주가 한층 강화한 마케팅과 영업으로 팽팽한 신경전을 벌이기도 했다. 현재 양사의 점유율은 2008년 보다 간격이 좁혀지고 있는 것으로 나타나고 있다.

세 번째 변화는 주류시장의 저도화를 꼽을 수 있다. 올해 주류시장에는 소주, 맥주, 위스키 가릴 것 없이 기존 제품보다 알코올 함량을 낮춘 제품을 출시하며, 판매에 열을 올리고 있다.

최초의 저도주 소주는 92년5월 보해양조의 'Light'였으며, 일부 지역시장에 판매되었다. 이후 2006년11월 대선주조와 무학이 본격적으로 16.9도 소주를 출시하며 지역시장을 중심으로 마케팅과 영업을 진행하고 있다.

소주는 2007년 주력제품들의 알코올함량이 20도 이하로 내려가기 시작하여 올해 상반기부터는 진로, 롯데주류BG 등이 본격적으로 저도주 제품 출시와 함께 지속적인 홍보를 실시하고 있다.

맥주 역시 건강위주의 식습관과 여성음주 증가 등으로 부드러운 맥주를 비롯해 알코올함량을 낮춘 맥주를 출시하는 등 소비자의 요구에 발 빠르게 움직이고 있다. 또한 위스키도 이 같은 추세에 맞춰 기존의 40도에서 3.5도를 줄인 제품이 출시되기도 했다.

네 번째 변화로는 전통주의 부활이다. 최근 전통주에 대한 정부의 관심과 지원이 끊이지 않고 있어 전통주 제조업체에 활력을 불어넣고 소비자에게는 인식전환이 되고 있다.

언론이나 미디어를 통해 보이는 것과 같이 막걸리는 국내는 물론 일본 등 해외에 까지 인기가 치솟고 있다. 그이유로 저렴한 가격에 건강과 미용, 다이어트에도 좋다는 결과로 젊은 층을 중심으로 선호도가 높아지고 있다고 한다.

다섯 번째는 국내와 전세계가 예의주시하고 있는 신종인플루엔자를 들 수 있다. 지난 5월 첫 번째 감염자가 나와 최근까지 6만명이상의 감염자가 발생했으며, 100명 이상의 사망자가 나온 것으로 보건복지부 자료는 전하고 있다.

그 영향에서인지 관련 위생, 안전산업은 큰 폭의 증가를 보였으나, 질병에 대한 불안과 공포가 확산되면서 감염을 피하기 위해 집단으로 모이는 장소를 피하거나 약속을 자제하는 등과 같은 상황에 따라 요식업이 타격을 받으면서 주류소비도 소폭 감소하고 있는 것으로 판단된다.

이밖에도 다양한 환경변화에 빠르게 적응해 가며 소비자 요구에 맞는 신제품 개발, 리뉴얼, 마케팅, 이벤트 등 폭넓은 대상을 상대로 끊임없는 노력과 업체간 치열한 경쟁도 있었다.

## 2009년 국내 주류시장 동향

주류업계는 2009년 다양한 소비행태 변화와 경쟁, 신종인플루엔자 등 다소 불안정한 상황에 의해 전체 약312만kl를 출고해 2008년 대비 약 5%의 마이너스 성장을 기록했고 매출액으로는 약7조1천978억원으로 약 1% 감소

를 보였다.

우리나라는 맥주와 소주가 전체의 약90% 이상을 상회하며 주류시장을 이끌어가고 있는 상황으로 소주와 맥주 모두 다양한 활동과 마케팅에도 불구하고 지난해 연말 저조한 실적으로 각각 2008년 대비 6%와 3% 감소를 보였다. 이 같은 결과에는 앞서 말한 것과 같이 지난해 막걸리와 전통주의 폭발적인 소비와 음주행태의 변화일 것이다.

### 주류별 출고 동향

단위 : kℓ, %

구분	2009년			2008년
	수량	전년대비	점유율	
합계	3,120,604	95.39	100.00	3,271,393
맥주	1,799,535	96.67	57.67	1,861,493
희석식소주	1,259,750	93.78	40.37	1,343,337
청주	22,046	98.97	0.71	22,276
과실주	16,469	88.77	0.53	18,552
일반증류주	11,715	97.37	0.38	12,031
위스키	5,626	68.46	0.18	8,218
기타주류	3,513	115.29	0.11	3,047
리큐르	1,554	75.47	0.05	2,059
브랜드	242	122.22	0.01	198
증류식소주	154	84.62	0.00	182

※ 자료 : 한국주류산업협회 회원사 기준(면세주류 포함)

청주의 경우 일본식주점의 증가와 막걸리, 전통주의 재인식 등으로 소비자들의 음주패턴 변화에 편승해 지난해와 비슷한 수준을 유지하고 있으나, 과실주는 상대적으로 감소하고 있다. 과실주의 경우 청주와 음주장소 및 곁들이는 음식의 종류가 일부 중복되는 경우가 많아 청주의 증가가 과실주의 감소로 이어지기도 한다.

우리나라로 수입되는 주류는 2008년 약5억6백만불이 수입되었으나, 올해 들어 비교적 가격이 높은 위스키와 포도주의 판매부진으로 주류수입액이 2009년 약24%나 감소한 약3억8천4백만불이 수입되었다.

수입위스키는 지난해 같은 기간보다 약 25% 감소, 수입포도주는 32% 감소 그리고 수입맥주의 경우 6% 감소로 다른 주류에 비해 비교적 안정적인 판매가 이루어지고 있다고 볼 수 있다.

수입주류전체는 지난해에 비해 감소했지만 청주, 소주 등은 각각 49%와 39%의 수입액 증가를 기록하고 있다. 이는 앞서 설명한 바와 같이 일본식주점 확산에 따른 결과로 우리나라 청·장년층 위주로 청주(사계)와 일본식소주를 찾는 횟수가 늘어나고 있기 때문이다. 물론 올해 들어 더욱더 폭음을 자제하고 간소하게 대화와 식사를 즐

기려는 소비자가 늘어나는 등 점차 주류소비행태가 변화하고 있는 영향도 있을 것이다.

최근 일본 주류업체는 사케나 일본식소주 등을 음식과 결합해 판매되도록 일본식주점 또는 일본식 음식점을 늘어가며 주류마케팅을 진행하고 있다. 우리나라가 추구하고 있는 한식의 세계화와 같이 주류를 한식의 하나로 한국 음식과 함께 소개하고 응용하도록 하는 방식과 같다고 하겠다.

### 국내 주류 수입 현황

단위 : 톤, 천불, %

구 분	총 량			금 액		
		점유비	전년대비		점유비	전년대비
<b>수입주류계</b>	<b>90,198</b>	<b>100.00</b>	<b>80.12</b>	<b>384,381</b>	<b>100.00</b>	<b>75.91</b>
맥주	41,491	46.00	96.05	37,157	9.67	94.37
포도주(월액포함)	17,250	19.12	59.91	112,402	29.24	67.50
위스키	15,334	17.00	65.75	194,812	50.68	75.16
기타리큐르(오가피등)	4,649	5.15	84.18	10,106	2.63	89.66
고량주	3,843	4.26	99.02	1,929	0.50	94.05
청주	2,641	2.93	141.53	9,613	2.50	148.51
보드카	956	1.06	125.13	2,477	0.64	107.74
기타증류주	882	0.98	51.40	1,509	0.39	66.21
소주	535	0.59	82.43	1,475	0.38	138.76
데킬라	520	0.58	100.97	2,187	0.57	93.10
럼	488	0.54	110.91	1,016	0.26	108.78
꼬냑	480	0.53	108.35	6,873	1.79	83.40
실발효주(사과술등)	465	0.52	83.18	657	0.17	99.39
기타포도주	280	0.31	41.98	1,158	0.30	39.73
진	172	0.19	113.91	452	0.12	119.89
기타발효주(와인쿨러등)	121	0.13	756.25	236	0.06	983.33
브랜드	58	0.06	131.82	230	0.06	88.46
포도주(유사포도주)	30	0.03	120.00	79	0.02	102.60
기타국물발효주	3	0.00	60.00	13	0.00	40.63
약주	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00

※ 자료 : 관세청(www.customs.go.kr)

## 2010년 국내 주류시장 전망

지난해 12월3일 지식경제부 최경환 장관은 '2009년 국내경제는 견조한 회복세를 보이고 있다'고 13개 민간·국책 경제연구기관장들과 만난자리에서 밝힌바 있으며, 대부분의 연구소장들은 '내년도 우리 경제가 4% 내

의 성장할 것' 이라고 내다보고 있으며, '경기개선 속도는 완만할 것'으로 전망했다. 다만, 가계부채, 실업문제, 기업 구조조정 문제 등이 한국 경제 회복의 부정적 요인으로 거론되기도 했다.

소비자들의 현재와 미래 생활형편 및 경기 그리고 내구재 구입태도 등을 고려한 삼성경제연구소의 '소비자태도지수' 조사결과를 살펴보면, 지난해 상반기 이후 꾸준히 상승하여 올해 3/4분기에 기준치(50)를 상회하면서 4/4분기 53.2p를 기록하고 있어 향후 소비활동이 완만한 회복세를 보일 것으로 전망하고 있다. 다만, 미래에 대한 생활형편과 경기예상, 내구재구입태도 등이 하락하고 있어 소비심리 개선 속도가 둔화될 것으로 전망했다.

소비자태도지수

구분	2008년		2009년			
	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
소비자태도지수	37.7	38.5	41.5	48.9	52.6	53.2
현재생활형편지수	39.5	39.2	38.9	43.3	45.5	47.0
미래생활형편지수	46.5	48.0	51.4	55.7	57.6	56.7
현재경기판단지수	17.8	17.3	15.5	33.3	43.2	47.6
미래경기예상지수	41.7	43.8	50.8	59.2	60.8	61.5
내구재구입태도지수	42.8	44.1	51.0	53.1	56.2	53.2

※ 소비자태도지수 : 삼성경제연구소가 1991년부터 매분기 현재 및 미래의 경기, 생활형편, 불안, 향후의 소비지출, 내구재 및 주택 구입태도, 현재의 가계부채 및 향후 고용상황 등을 조사·분석한 지수로 기준은 50p임

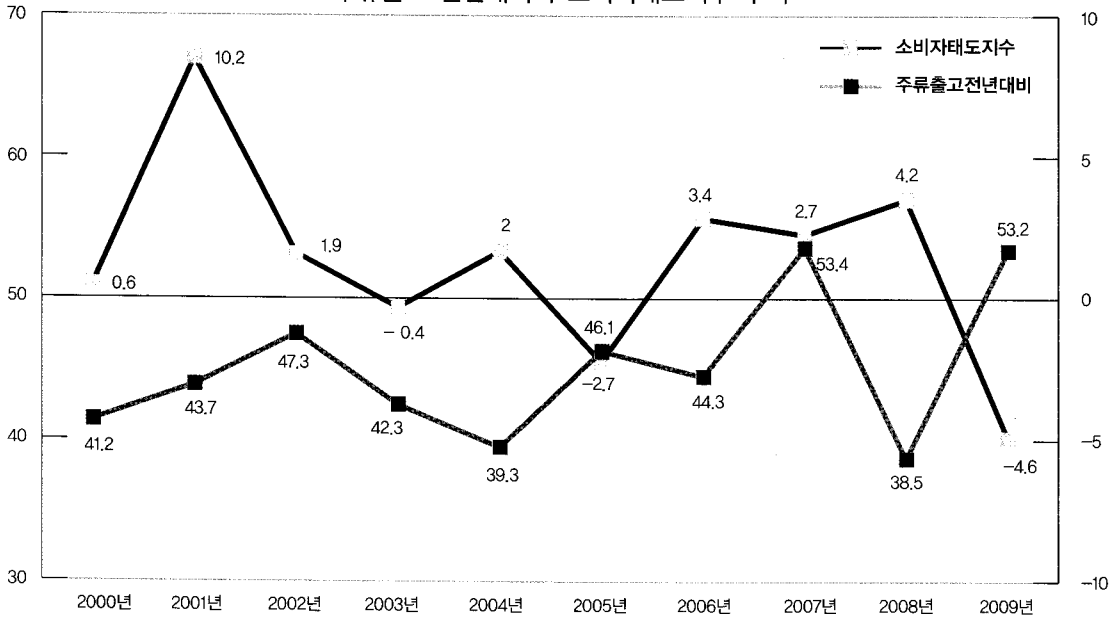
주류는 우리나라뿐만 아니라 모든 국가에서 경기의 상황에 따라 주류의 종류별로 각기 다른 영향과 변화를 보이는 상품이다. 우리나라의 소주는 불경기에 강한 주류고 맥주도 소주에 미치지지는 못하지만 고가주류 소비 감소가 맥주소비로 이어지기도 하기 때문에 강세를 보이기도 한다.

신종인플루엔자와 같은 돌발적인 변수가 발생한 지난해는 비교적 긍정적인 경기전망지수에도 불구하고 주류가 감소할 수 밖에 없는 한해였다고 하겠다. 하지만 2010년은 마이너스 요인보다 플러스 요인이 많은 한해이고 경기회복과 경제성장도 기대되는 등 주류업계로서는 매우 희망적인 한해가 될 것이다.

2010년 국내주류시장에 희망과 변화를 가져올 주요 사안으로는 단연 ① 월드컵이다. 월드컵은 전세계적인 행사로 이 기간 주류판매는 어떠한 경기상황이더라도 극복하기에 충분했다. 2002년 한일 월드컵 당시 국내주류 시장은 2001년 대폭 증가한 주류출고로 지난해 수준에 미치지 못할 것을 걱정했으나, 월드컵으로 인해 약2%나 뛰어넘는 놀라운 실적을 냈다.

2006년 독일 월드컵 당시는 경제상황 및 소비경기가 위축되어 있었고 주로 새벽시간에 열리는 경기임에도

주류출고 전년대비와 소비자태도지수 추이



※ 자료 : 삼성경제연구소(소비자태도지수 매년 4/4분기 지수)  
한국주류산업협회

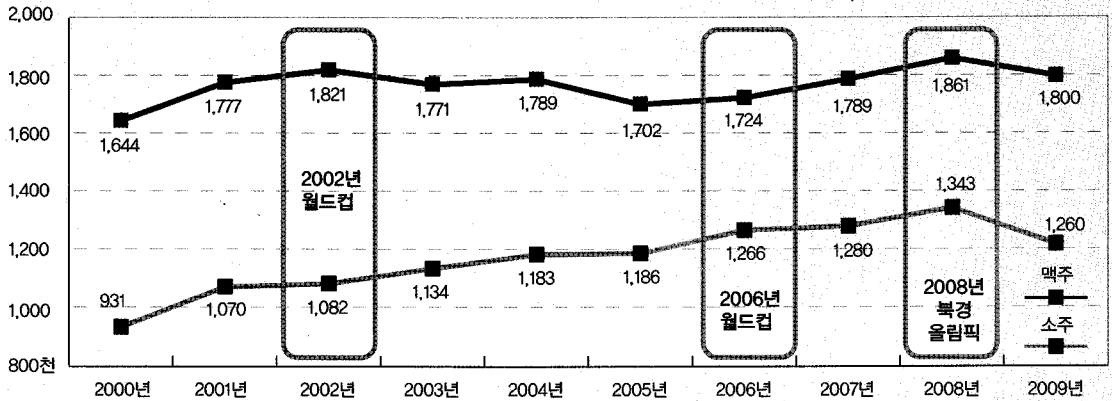
불구하고 이 기간 주류판매는 눈에 띄게 상승했다. 이 뿐만 아니라 지난해 개최된 북경올림픽때도 동일한 상황을 보였다. 이처럼 2010년은 남아공 월드컵으로 인해 소주와 맥주 판매는 증가할 것이며, 국내 주류판매 상승을 이끌어 갈 것으로 전망된다.

2010년 스포츠 이벤트는 월드컵뿐만 아니라 2월12일 캐나다 밴쿠버에서 개최된 ② 동계올림픽과 11월12일 중국 광저우에서 개최되는 ③ 아시안게임도 있다. 이들 이벤트도 월드컵에 비할 바는 아니지만 주류소비에 많은 영향을 줄 것이다.

이밖에도 일부 영향을 미치리라 판단되는 행사는 2010년 11월에 개최될 ④ 'G20 정상회의' 로써 우리나라는 의장국에다 주최국까지 겸해 세계 속에 자랑스러운 '코리아 프리미엄' 을 알리겠다는 포부를 밝히고 있다.

세계의 이목이 집중되는 내년 하반기는 'G20 정상회의' 와 정부가 주장하는 ⑤ '한식의 세계화' 그리고 ⑥ '한국방문의 해(2010년~2012년)' 홍보 등으로 한국문화의 경쟁력강화와 한국인의 자부심 고취, 한국술에 대한 인

년도별 소주·맥주 출고수량



※ 자료 : 한국주류산업협회(회원사 기준)

식전환의 계기로 우리술을 찾는 소비자와 외국인관광객이 많아 질 것이다.

더욱이 오찬, 만찬 등 각종 부대행사에 건배주로 선정되기 위한 주류업계의 노력은 상상만으로도 충분히 알 수 있을 것이다. 이와 함께 국내 모든 주류업계는 '코리아 프리미엄'에 걸맞는 프리미엄 주류를 개발, 생산, 판매하는 등 한국술 홍보와 마케팅에 만전을 기해야 할 것이다.

2010년 국내주류시장은 한국주류산업협회 회원사 기준으로 약4.4% 성장할 것으로 전망된다. 소주의 경우 월드컵과 스포츠 이벤트, 국제행사, 마케팅 등을 통해 2009년 대비 약4%대 성장을 기록할 것으로 예상된다. 하지만 그 수준은 2008년 수량에 미치지 못할 것으로 추정된다.

맥주는 지난 월드컵의 경우를 비쳐볼 때 국민들의 기대가 전반적으로 좋은 예선조에 편성됨에 따라 독일 월드컵 이상의 희망을 가지고 있으며, 저녁시간과 일부 새벽시간대 경기로 시청률은 대단히 높을 것으로 전망되어 5% 성장이 예상된다.

최근 수입이 급증하고 있는 청주도 증가할 것으로 예상되고 있다. 다만, 국내 청주 및 약주업체의 활발한 한국술 알리기와 정부의 지원(한식의 세계화, 한국방문의 해, 전통주 살리기 등)으로 내수와 수출이 동시에 상승할 것으로 예상된다. 이 같은 정부의 지원은 증류식소주의 판매증가에도 많은 영향을 미칠 것이다.

막걸리도 이 같은 분위기와 막걸리 열풍을 타고 높은 증가를 기록할 것이다. 특히 일본에서의 인기는 당분간 지속될 것으로 보인다. 삼성경제연구소 '2009년 10대 히트상품' 자료에 의하면 막걸리가 지난 10월까지 누계로 전년동기 대비 약37.8%의 경이적인 증가를 기록했다고 전하고 있다.

과실주의 경우는 그동안 복분자주의 인기와 주세법상 리큐르제품을 과실주로 전환하여 생산하면서 그동안 증가추세였으나, 최근의 경향으로는 2010년 상승요인을 찾아보기 힘든 것으로 보인다.

2010년의 우리나라 식품 및 주류시장은 국제적인 행사와 정부의 다양한 한국 알리기로 인해 밝은 한해가 예상되고 있다. 다만, 예방 백신 접종으로 불안과 공포감이 감소하고 있는 신종인플루엔자의 진정세가 일부 변수로 작용할 것으로 전망된다.

또한, 최근 우리나라 주류가 해외품평회 등지에서 좋은 평가와 찬사를 받고 있어 내수시장 관리와 함께 우리나라 주류를 직접 알리는 적극적인 마케팅을 통해 외국으로의 저변확대를 꾀하는 등 주류수출에도 보다 많은 관심과 투자를 할 것이다. 올해 국내·외를 오가는 활발한 활동으로 2010년 주류업계는 밝은 한해를 보낼 수 있을 것으로 판단된다.

술은 우리에게 자유를 주고, 사랑은 자유를 빼앗아 버린다.

술은 우리를 왕자로 만들고, 사랑은 우리를 거지로 만든다.

- W. 위첼리(1640~1716, 영국) -