

세계 와인시장 분석 및 전망

기획조사팀 김영웅 대리

세계 와인생산량

2010년 전 세계적으로 약 31억 1,060만 상자(1상자=9Liter)의 와인이 생산된 것으로 추정되고 있으며 이는 예년(2009년은 31억 1,190만 상자)과 비슷한 양이다. 실제로 2005년부터 2009년까지 세계 와인생산량은 평균 30억 8,300만 상자였으며, 가뭄, 홍수 등과

같은 기후 요인으로 인해 세계적으로 와인 생산량이 감소했던 2007년을 제외하고는 매년 30억 상자 이상의 와인이 생산되고 있다.

주류전문 컨설팅업체인 IWSR(The International Wine & Spirits Record)은 2014년 세계 와인생산량을 31억 4,200만 상자로 예상하고 있는데, 이처럼 세계 와인생산량은 향후 큰 변동없이 현상태를 유지할 것으로

전세계 와인 생산량 변화

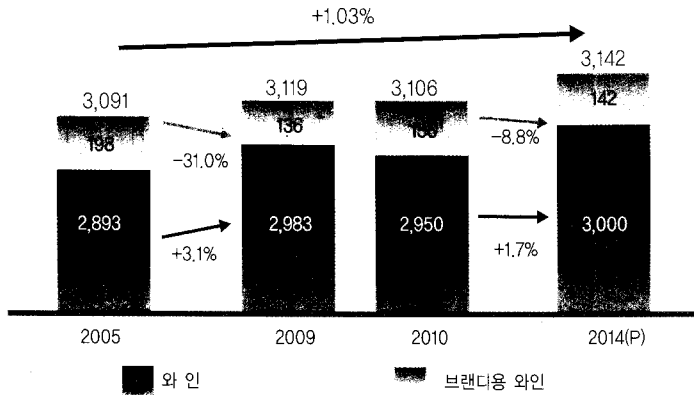
〈표 1〉

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2014년(P) ¹⁾
와인	2,893	2,965	2,998	2,873	2,983	2,950	3,000
브랜디용 와인	198	186	172	181	136	156	142
합계	3,091	3,151	2,826	3,054	3,119	3,106	3,142

1) P : (Prospect) 추정치

〈그림 1〉 전세계 와인 생산량 변화



보인다.

국가별로 보면, 2010년 최대 와인생산국은 5억 900만 상자를 생산한 프랑스이며, 이탈리아가 433만 상자 뒤진 5억 467만 상자로 2위를 차지했다. 프랑스는 과거 부동의 와인생

산 1위 국가였으나, 최근 이탈리아의 생산량 증가로 1위 자리를 위협받고 있다. 실제로 이탈리아는 2009년 근소한 차이로 프랑스를 제치고 1위에 오르기도 했다. 와인생산국 3위는 4억 4,600만 상자를 생산한 스페인으로 프랑

상위 10개 와인생산국

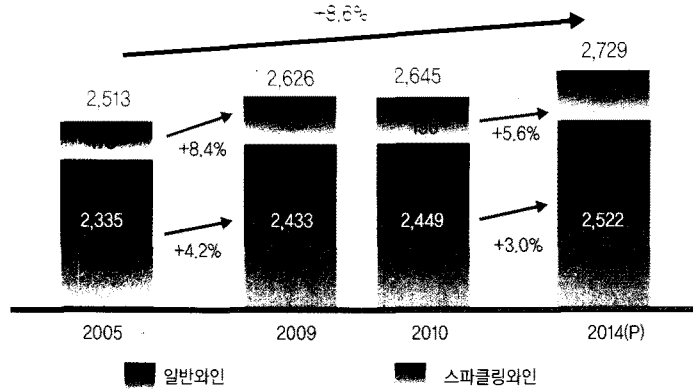
〈표 2〉

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)

국 가	생 산 량			증감률(%)
	05~09평균	2010년	10~14평균	2005-2014년
프랑스	546	509	516	-5.54%
이탈리아	531	505	468	-6.78%
스페인	440	446	436	-0.98%
미 국	369	342	361	-2.23%
아르헨티나	164	180	186	13.35%
호 주	138	125	122	-11.62%
중 국	72	115	128	77.11%
칠 레	100	103	108	8.01%
남아공	91	84	98	7.09%
독 일	107	76	101	-5.18%
기타국가	351	465	447	27.35%
총 계	2,909	2,950	2,971	2.15%

〈그림 2〉 전세계 와인 소비량 변화

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)



스, 이탈리아, 스페인의 상위 3개 국가는 전 세계 와인생산의 절반을 담당하고 있다.

와인생산량 상위 3개국은 2014년까지도 순위를 유지할 것으로 예상되고 있으나 생산량은 감소할 것으로 예상되고 있다. 반면, 아르헨티나, 칠레, 중국, 남아공 등 신흥 와인생산국의 경우 향후 몇 년간 지속적인 성장이 예상되고 있다.

한편 신흥와인 생산국가로 주목받으며 2009년 와인생산국 10위권에 포함되었던 러시아의 경우 러시아정부의 납세필증 제도 도입 등에 따른 여파로 와인생산량이 감소하며 10위권 밖으로 밀려나게 되었다.

와인생산은 기후와 토양의 영향을 많이 받기 때문에 생산국은 한정되어 있으며 일부 국

가가 세계 와인생산량중 차지하는 비중은 매우 높은 편이다. 실제로 10개 와인생산국은 세계 와인생산량의 85% 이상을 차지하고 있다.

세계 와인소비량

2010년 전 세계적으로 26억 4,500만 상자의 와인이 소비된 것으로 추정되고 있다. 이 중 8% 가량인 1억 9,600만 상자는 스파클링와인(Sparkling Wine)²⁾이다. 2010년 소비량은 5년전인 2005년에 비해 5.2% 증가한 것으로 2005년에는 전 세계적으로 25억 1,300만 상자의 와인이 소비된바 있다.

IWSR의 조사에 따르면 2014년 세계 와인 소비는 2010년에 비해 3.2% 증가한 27억 2,900만 상자가 예상되고 있다. 특히 일반와인(3%증가) 보다는 스파클링와인(5.6%증가)

2) 스파클링와인: 발포성 와인의 통칭으로, 프랑스 상파뉴에서 만든 발포성 와인은 샴페인으로, 그 외 지역에서 생산되는 모든 발포성 와인은 스파클링와인으로 부름

상위 10개 와인소비국 (일반와인)

〈표 3〉

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)

국 가	소비량				증감률(%)	
	2005년	2009년	2010년	2014년(P)	05-09(P)	10-14(P)
이탈리아	299	298	297	295	-0.43%	-0.82%
미 국	256	281	288	315	9.91%	9.35%
프랑스	305	280	273	262	-8.17%	-4.06%
독 일	244	240	240	241	-1.39%	0.38%
영 국	130	137	138	141	4.94%	2.36%
아르헨티나	119	117	115	109	-1.36%	-5.39%
중 국	47	96	106	126	104.37%	19.65%
스페인	108	92	96	90	-14.81%	-5.37%
러시아	41	62	61	66	49.19%	9.09%
루마니아	55	57	57	59	2.82%	2.81%
기타국가	731	783	778	818	7.11%	5.14%
총 계	2,335	2,443	2,449	2,522	4.62%	2.98%

의 소비가 더 많이 증가할 것으로 전망되고 있다. 그러나 일반와인의 소비는 여전히 90% 이상으로 전 세계 와인시장의 대부분을 차지할 것으로 보인다.

한편 연도별 세계 와인생산량과 소비량의 차이는 와인의 숙성기간으로 인해 발생하고 있다.

국가별 와인소비량 (일반와인)

2010년 세계 최대 와인소비국은 이탈리아, 미국, 프랑스 순으로(스파클링 와인 제외), 상위 3개국이 전 세계 와인소비량의 약 35%를 책임지고 있다.

2005년까지만 해도 세계 1위 와인소비국이

있던 프랑스는 이탈리아뿐만 아니라 미국에도 뒤진 3위를 기록했으며, 지속적으로 와인 소비가 증가하고 있는 미국은 이탈리아에 이은 2위를 기록했다. 현재 이탈리아와 프랑스의 경우 와인소비가 감소추세에 있어 2014년에는 미국이 세계 최대 와인소비국이 될 것으로 전망되고 있다.

한편 이탈리아의 경우 와인소비가 줄고 있기는 하지만 그 감소폭이 적어(연 평균 -1%미만) 향후 몇 년간 현상태를 유지할 수 있을 것으로 예상되는데 반해 프랑스의 경우 하락폭이 큰 편으로 그 하락세가 2014년까지도 이어질 것으로 보인다.

이처럼 프랑스, 이탈리아, 스페인, 아르헨티나 등 전통적인 와인소비국의 와인소비는 정체기조에 있는 반면 중국, 러시아, 미국 등

상위 10개 와인소비국 (스파클링와인)

(표 4)

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)

국 가	소비량				증감률(%)	
	2005년	2009년	2010년	2014년(P)	05-09(P)	10-14(P)
독 일	39.4	40.9	40.6	41.0	3.85%	0.99%
프랑스	30.5	31.9	32.1	32.4	4.62%	0.97%
러시아	17.3	23.1	24.7	26.3	33.45%	6.20%
미 국	13.7	14.7	15.0	16.2	6.91%	8.25%
이탈리아	11.8	11.7	11.4	11.9	-1.22%	3.57%
영 국	7.6	8.9	9.1	10.2	16.13%	12.01%
스페인	8.9	8.0	8.3	8.5	-9.78%	2.93%
호 주	4.9	5.4	5.7	6.7	8.84%	17.94%
우크라이나	5.3	5.2	5.3	5.7	-2.52%	7.26%
폴란드	4.3	4.3	4.4	4.4	1.21%	2.14%
기타국가	34.7	39.3	39.4	43.6	13.3%	10.65%
총 계	178.4	193.4	196.0	206.9	8.41%	5.61%

신흥 와인소비국의 와인소비는 큰 폭으로 증가하고 있다. 중국의 경우 2005년에서 2009년 사이 무려 104%의 소비증가를 기록했으며, 이와 같은 성장세는 2014년까지 이어질 것으로 보인다. 다만 향후 소비증가폭은 과거에 비해 줄어들 것으로 예상(2014년까지 19.7%증가)되고 있다. 러시아의 경우 과거 폭발적으로 와인소비가 증가했던데 반해 소비증가가 주춤하고 있기는 하지만 여전히 와인 시장 발전 잠재력이 충분한 국가중 하나이다.

세계 와인시장을 보면 대부분의 상위 와인 소비국이 직접 와인을 생산하는 생산국인 경우가 많다. 반면 영국은 기후의 영향으로 와인생산량은 거의 없으나, 소비량은 세계 5위를 기록하고 있으며 향후에도 소비가 증가할

것으로 전망되고 있다.

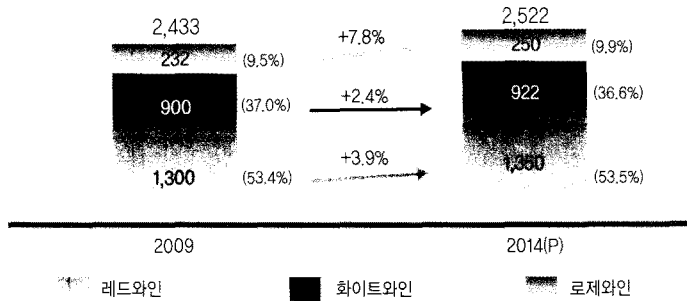
한편 2010년 기준, 세계 10대 와인소비국에서는 세계 와인소비의 68.2%를 담당하고 있는데, 새로운 시장에서 와인수요가 늘고 있어 향후 기존 와인시장에서 차지하고 있는 소비비중은 조금씩 감소할 것으로 예상된다.(2014년 상위 10개국 와인소비 비중은 67.6% 예상)

국가별 와인소비량 (스파클링와인)

스파클링와인의 경우 독일이 세계 최대 소비국가이며, 프랑스와 러시아가 그 뒤를 잇고 있다. 특히 독일과 러시아에서의 소비가 주목되는 이유는 두 국가 모두 총 와인소비중 스

〈그림 3〉 세계 와인 종류별 소비량

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)



※스파클링와인 제외

파클링와인의 소비비중이 높은 국가이기 때문이다.

독일의 경우 프랑스산 샴페인을 제외하면, 전통적으로 세계 최대 스파클링와인 생산국이자 소비국가이며, 러시아 역시 전통적으로 많은 스파클링와인 소비국가이다. 러시아의 대중주는 보드카로 유명하지만, 과거부터 러시아의 상류층에서는 스파클링와인과 코냑 등을 선호해왔던 것으로 알려져 있다. 우크라이나와 폴란드 역시 러시아와 유사하게 스파클링와인이 많이 소비되고 있으며 상위 10개 소비국안에 포함이 되었다.

한편 독일, 프랑스, 러시아 상위 3개국에서는 세계 스파클링와인의 절반가량이 소비되고 있으며, 상위 10개국이 세계 시장에서 차지하는 비중은 79.9%이다.

와인종류 및 가격대별 소비량

와인을 레드, 화이트, 로제³⁾의 세가지 종류로 구분시, 레드와인이 53.4%로 가장 많이 소비되고 있으며, 화이트와인이 37.0%, 로제와인 9.5%를 차지하고 있다.

와인 가격대 소비는 750ml 병당 5달러 이하의 저가 와인이 전체(스파클링 와인 제외) 와인소비의 71%를 차지하고 있다. 이는 와인이 주로 소비되고 있는 주요 와인시장에서 와인은 저렴한 가격에 음용되는 대중주이기 때문이다. 반면 아시아 지역 및 일부 신흥 와인 소비국가에서는 상대적으로 고가의 와인이 선호되고 있으나 대중주가 아니므로 소비량은 적은 편이다.

향후 물가인상에 따른 와인가격 인상에 따

3) 로제와인 : 로제와인은 핑크빛을 띠는 와인으로 레드와인용 포도를 압착한 후 발효시 레드와인 보다 짧게 발효를 시켜 껍질을 제거한 후 레드와인 공정처럼 하지 않고 화이트와인 공정으로 제조, 따라서 색상은 레드와인에 가깝지만 맛은 화이트와인에 가까움, 로제와인은 어떤 음식에도 잘 어울리고 화사한 맛을 지녔으며, 숙성기간을 짧게 하여 마시는게 좋음

전세계 일반와인 가격대별 소비량

(표 5)

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter)

구분 (US달러기준)	2005년		2009년		2014년(P)	
	소비량	점유비	소비량	점유비	소비량	점유비
5달러 이하	1,745	74.7%	1,738	71.4%	1,752	69.5%
5~10달러	437	18.7%	511	21.0%	558	22.1%
10달러 이상	153	6.6%	184	7.6%	212	8.4%
합계	2,335	100%	2,433	100%	2,522	100%

라 증저가 및 고가 와인의 비중이 증가될 것으로 전망되나, 여전히 저가와인의 소비가 70% 가량으로 주를 이룰 것으로 예상되고 있다.

세계 와인 매출액

세계 와인시장의 총 매출액 규모는 연 1,900억 US달러 수준으로 와인소비 증가에 따라 매출액 역시 증가추세에 있으며, 환율상승으로 인한 와인가격 인상 등에 따라 와인소비량 보다 증가폭이 큰 편이다.

국가별로는, 2010년 미국이 연 218억달러의 와인이 판매되며 매출액 기준 세계 1위이며, 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아 순으로 높은 와인매출액을 기록했다.

미국은 와인 소비량은 이탈리아에 이은 2위이지만, 서유럽 국가들에 비해 고가의 와인이 많이 소비되고 있어 매출액 기준으로는 압도적인 1위를 기록하고 있으며 캐나다 역시 소비량에 비해 매출액이 높은 편이다. 반면, 이탈리아, 스페인, 독일 등에서는 대중적인 저가

와인이 많이 소비되고 있어 매출액은 다소 낮은 편이다.

중국, 러시아는 와인붐과 함께 2005년부터 2009년까지 와인 매출액이 크게 증가하였다. 두 국가 모두 향후 지속적인 매출액 증가가 예상되나 증가폭은 기존보다 줄어들 것으로 전망되고 있다. 한편 캐나다에서는 향후 5년간 20%에 가까운 와인매출액 증가가 예상되고 있어 주목받고 있으며 미국 역시 꾸준한 와인소비가 이루어질 것으로 보인다.

주요 와인 수출입국

■ 수출국 이탈리아는 수출량기준으로 세계에서 가장 많이 와인을 수출한 국가로 연 2억 상자 이상의 와인을 수출하였다. 스페인, 프랑스와 각각 2, 3위를 기록했는데, 세계에서 가장 많은 양의 와인을 수출했던 프랑스는 2000년대 중반 이탈리아에 1위 자리를 내준데 이어 최근에는 스페인에 2위 자리마저 내어주게 되었다.

이탈리아는 기존부터 많은 와인을 수출해

온 국가임에도 불구하고 높은 와인수출량 증가를 기록하고 있는데, 이는 이탈리아 와인이 프랑스 와인 등에 비해 저가임에도 불구하고 높은 품질을 가지고 있어 세계적으로 수요가 증가하고 있기 때문이다. 이탈리아를 제외한 프랑스, 스페인, 독일, 포르투갈 등 전통적인 와인생산국의 와인 수출이 부진한 반면, 칠레, 아르헨티나, 남아공, 미국 등 신흥 와인국가의 수출은 크게 증가하고 있다. 특히 칠레는 2005년부터 2009년까지 65.5%의 높은 수출증가율을 보이며, 와인수출 강국으로 자리매김하고 있다.

한편 수출액 기준으로는 프랑스가 압도적인 1위를 차지하고 있는데, 이는 이탈리아, 스페인은 대중적인 저가와인을 주로 수출하는

반면, 프랑스는 고가의 와인을 많이 수출을 하기 때문이다. 이는 프랑스 와인산업의 경쟁력을 보여주는 좋은 예가 될 수 있을 것이다.

그 외 이탈리아, 칠레, 아르헨티나, 미국 등에서 와인 수출량이 증가한 만큼 수출액 역시 증가세를 보이고 있다. 특히 아르헨티나의 경우 2005년에서 2009년 사이 수출량 증가율(+33.6%) 보다 수출액 증가율(+113.9%)이 훨씬 높은 편으로 이는 아르헨티나의 고가와인 수출이 늘고 있다는 의미이다. 신흥 와인국가들이 그동안 저가의 와인으로 전 세계와인시장에 진출하는데 성공하였다면, 이제는 고품질, 고가의 와인 역시 세계시장에서 통할 수 있다는 것을 아르헨티나가 보여주고 있는 것이다.

※ 수입국 세계 최대의 와인 수입국은 영국으로

국가별 와인매출액 (상위10개국)

(표 6)

단위 : 억 US달러

국 가	매출액				증감률(%)	
	2005년	2009년	2010년	2014년(P)	05-09(P)	09-14(P)
미 국	193	213	218	238	10.07%	9.31%
영 국	133	139	141	144	4.86%	2.50%
프랑스	139	147	124	119	6.11%	-3.95%
독 일	101	101	101	102	-0.31%	0.96%
이탈리아	89	89	89	88	-0.53%	-0.86%
스페인	55	47	48	46	-14.67%	-5.32%
캐나다	37	45	46	55	22.35%	18.58%
중 국	16	41	46	61	156.06%	31.53%
러시아	25	39	39	43	57.26%	11.06%
호 주	30	37	37	39	21.06%	5.44%
10개국 합계	818	898	889	935	9.67%	5.17%

※ 스파클링와인 제외

세계 9대 와인수출국

〈표 7〉

단위 : 백만 상자 (1상자=9Liter) / 억 US달러

와인수출량 기준				와인수출액 기준			
국 가	수출량 (백만상자)		증감률(%)	국 가	수출액 (억US달러)		증감률(%)
	2005년	2009년	05-09년		2005년	2009년	05-09년
이탈리아	161	212	31.50%	프랑스	77.8	76.9	-1.14%
스페인	149	153	3.06%	이탈리아	30.2	44.1	45.88%
프랑스	154	139	-9.43%	호 주	21.5	23.2	7.62%
호 주	78	86	11.55%	스페인	20.2	22.1	9.63%
칠 레	46	77	65.60%	칠 레	8.8	13.7	56.67%
남아공	31	43	37.68%	미 국	5.6	7.9	40.71%
미 국	32	40	25.88%	독 일	6.7	6.6	-0.60%
아르헨티나	24	32	33.60%	아르헨티나	3.0	6.4	113.95%
독 일	35	25	-27.62%	포르투갈	2.8	3.5	25.00%

로 연 1억 4,000만 상자 규모의 와인을 수입하고 있으며 독일이 1억 3,000만 상자 수준으로 그 뒤를 잇고 있다. 영국의 와인수입량이 많은 이유는 영국은 세계에서 5번째로 많은 와인을 소비하는 데 비해 기후 등 포도주 생산조건이 맞지 않아 생산량은 거의 없기 때문이다. 따라서 대부분의 와인을 수입에 의존하기 때문에 수입량이 많을 수밖에 없다. 네덜란드, 스웨덴, 벨기에, 룩셈부르크 등도 이와 같은 범주에 포함되는 국가들로 소비량이 많은 반면 자국내 생산량이 전무하거나 거의 없어 수입을 많이 하고 있다.

독일의 경우는 세계 와인생산이 화이트와인, 스파클링와인과 같이 일부 주종에 치우쳐 있어, 많은 양을 생산하여 수출하고, 다른 종류의 와인을 많이 수입하고 있다.

러시아와 중국의 경우 와인시장이 크게 성장

하면서, 수입량이 늘어난 경우에 해당된다. 두 국가 모두 많은 양의 와인을 생산하고 있으나, 수요가 크게 증가하며 수입량 역시 많은 편이다. 두 국가에서 생산된 와인은 수출보다는 대부분 자국내에서 소비되고 있다. 중국은 2005년에서 2009년 사이 와인 수입량 증가율이 무려 416%를 기록했으며, 2010년에서 2014년까지는 55.8%가 증가할 것으로 전망되고 있다.

총 합

세계와인시장은 프랑스, 이탈리아, 스페인, 독일과 같은 전통적으로 와인을 생산해온 기존 와인강국(구세계와인)들과 칠레, 남아프리카공화국, 호주, 미국, 아르헨티나 등 신흥 와인생산국(신세계와인)들로 양분되고 있다. 여기에 러시아와 중국과 같은 새로운 국가들이 와인수요가

세계 10대 와인수입국

(표 8)

단위: 백만 상자 (1상자=9Liter)

국 가	수입량				증감률(%)	
	비중①	2009년	2010년	2014년(P)	05-09(P)	10-14(P)
영 국	99.88%	136	138	141	4.95%	2.26%
독 일	53.36%	129	128	126	-7.58%	-1.39%
미 국	27.40%	77	79	86	11.30%	9.12%
네덜란드	100.00%	42	42	45	6.89%	6.30%
캐나다	72.39%	28	29	36	26.07%	22.45%
벨기에 / 룩셈부르크	94.99%	28	28	29	0.96%	2.98%
러시아	36.76%	21	22	27	74.25%	19.81%
스웨덴	100.00%	21	22	24	23.35%	11.81%
스위스	62.10%	19	19	20	0.51%	2.54%
중 국	12.41%	12	16	24	416.73%	55.86%
기타국가	-	109	109	109	12.3%	-
총 계	-	622	632	667	9.31%	5.56%

※ ①: 와인 수입량이 전체 와인소비증 차지하는 비중
 ※ 스파클링와인 제외

늘어나며 자연스럽게 와인강국 대열에 동참하고 있다.

기존 와인생산국들은 와인생산과 소비가 다 소 정체양상에 있는 반면 신흥 와인생산국들은 지속적으로 성장세를 거듭하고 있다. 특히 저렴한 가격에 괜찮은 품질로 인식되던 신세계 와인의 품질이 좋아지며, 경쟁력이 강화되고 있다.

한편 기존 와인생산국들 역시 신세계와인과 경쟁을 위해 자구책을 강구하고 있다. 프랑스

는 최상의 품질과 높은 네임밸류를 통해 고가정책을 펼치고 있으며, 이탈리아는 전통성과 고품질 그리고 상대적으로 저렴한 가격을 내세워 해외에서 수요가 급증하고 있다.

일부 국가의 와인수요 감소는 중국, 러시아와 같은 새로운 시장에서의 수요증대로 충분히 만회 가능하며, 인도, 동남아, 아프리카와 같은 미개척 시장이 존재하기에 세계 와인시장의 전망은 여전히 밝은 편이라 할 수 있을 것이다.

본 자료는 영국계 컨설팅회사인 IWSR(International Wine & Spirits Research)사와 VINEXPO 사무국에서 전세계 28개 와인생산국과 114개 소비국을 대상으로 실시된 연구결과를 토대로 작성되었음