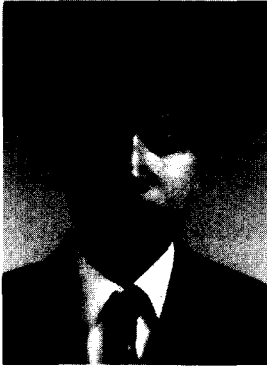


# 우리나라 주류 시장의 현황 및 신제품 개발동향



최 종 운

〈보해양조(주) 중앙연구소 차장〉

## ■ 目 次 ■

I. 서	론
II. 본	론
1. 총	괄
2. 주	정
3. 소	주
4. 맥	주
5. 위	스 키
6. 기	타
III. 결	론

## I. 서 론

1990년대 한국의 주류시장은 그 어느 때 보다 변화의 양상이 두드러진 시기라 말할 수 있다.

제도적으로 수입자유화에 따른 시장개방으로 수입주류의 주세율이 점차적으로 하락(96. 1. 1 위스키 주세율 120%→100%)하여 이제는 주류업계도 더 이상 국내업체끼리의 경쟁이 아닌 전세계업체와의 총체적인 경쟁시대가 도래하였다.

경기의 안정 및 성장은 국민소득수준 향상과 이에 따른 소비자금의 증가로 소비의 형태도 선진국형으로 전환되어가고 있다. 그 일면으로 과거 희석식소주의 대표적 형태인 고압왕관 소주가 대부분 스큐르 캡으로 대체되면서 다양한 형태의 소주제품들이 출시되었으며, 주류의 판매양상도 과거에 비해 매실주를 비롯한 프리미엄 위스키 등 고급주의 판매가 두드러지게 성장하고 있는 것을 볼 수 있다.

또한 감각적이고 이상적인 소비 층으로 소비시장을 주도한다고 볼 수 있는 신세대(X세대)의 출현은 이들의 소비 충족을 위한 새로운 형태의 각테일소주를 탄생하게 하였다.

이와 같은 상황에서 국내주류의 시장현황과 함께 신제품의 개발동향에 대해 알아보고자 한다.

## II. 본 론

### 1. 총 괄

#### 가. 한국 주류시장의 변화 및 동향

최근 한국의 주류시장은 총 3조5천억원(93년 말 현재) 규모의 시장을 형성하고 있으며, 시장의 각종 제도의 완화 내지 자율화 추세가 진행되고 있으며, 시장 외부로는 UR협상 타결과 연관되어 시장의 대외 개방이 본격화되는 등 그

동안의 당국이 보호 내지 통제체제에서 자율화, 개방화로의 변화가 가속되고 있는 상황이다.

또한, 국민소득 1만 \$시대의 도래에 따른 소득 증가추세로 인하여 고급주류의 시장개발이 급속히 진전되어 위스키를 비롯한 고급주의 성장과 저 알코올의 선호추세에 따라 주류제품의 고급화와 저도화 및 경량화 등 다양한 신제품이 개발되거나 개발되고 있는 상황이다.

이에 따라 위스키의 수입 및 판매가 급증하고 있고, 맥주의 소비가 증가하고 있으며, 수입주류의 수입이 증가하고 있는 상황이다.

이에 비하여 탁주, 약주, 민속주의 판매가 저조

한 편이다.

국내의 음주문화도 취하기 위해 폭주하기보다는 가볍게 한잔하는 정도로 술이 목적이 아니고, 즐기기 위한 부수적인 도구로서 사용되는 쪽으로 변화하고 있다.

#### 나. 년도별 주류시장 동향

##### 1) 1990년도

유흥업소영업시간 제한 조치의 시행과 음주운전 전 규제 등으로 전 주종에 걸쳐 부진한 양상을 보이며 출고량 증가율이 1%에 그쳤다.

〈표 1〉 국내 주류시장의 변화

년 도	내 용
'84	맥주시장개방
'87	포도주시장개방
'89. 7	시장 전면개방 : 진, 럼, 보드카
	시장 부분개방 : 위스키, 와이올러, 브랜디, 샴페인
'90. 1	전면수입자유화
'90	유흥업소 영업시간 제한 및 음주운전 규제
'90년말	주세법 개정 : 주종간의 세율차이 완화
'91. 7	지금까지 기타제재주로 언급되던 주류가
	고형분 함량 2% 미만은 일반증류주(주세율 80%)로 고형분 함량 2% 이상은 리큐르(주세율 50%)로 분류
'91. 9	주류제조면허의 개방
'91년말	소주지역판매제 해제
'92년말	주정배정제 폐지
'93. 3	회석식소주 면허개방
'93. 5	조선맥주 비열처리맥주 시장 형성
'93. 11	두산그룹의 경월주조(주) 인수, 소주시장 참여
'94	쿠어스사(미)와 합작으로 진로의 맥주시장 참여
'95. 1. 1	소주에 교육세 10% 부과
'95. 8	보해의 위스키 시장 참여
'95. 10. 1	50% 이상 자도소주판매 의무제도 실시

2) 1991년도

전체 주류의 출고량 증가율이 45%로 회복되었으며, 매실주, 맥주, 청주, 위스키 등 고급주의 신장세에 비해 소주 탁주 등 저가의 주류는 수요 감소세가 확대되는 양상을 보였다.

3) 1992년도

국내 경기 침체에 따른 여파로 주류시장도 영향을 받아 신장세를 지속하던 맥주가 정체현상을 보인 반면 소주는 뚜렷한 회복세를 나타내었다.

4) 1993년도

전반적인 경기침체 심화, 영업시간 제한, 음주 단속 홍보강화 및 건강인식 제고 추세 등이 이어져 부진한 양상을 보였으며, 맥주나 소주의 경우는 정체 내지 소폭의 증가현상을 보인 반면, 소비의 고급화 추세에 따라 위스키를 포함한 양주는 큰 폭의 증가세를 보였다.

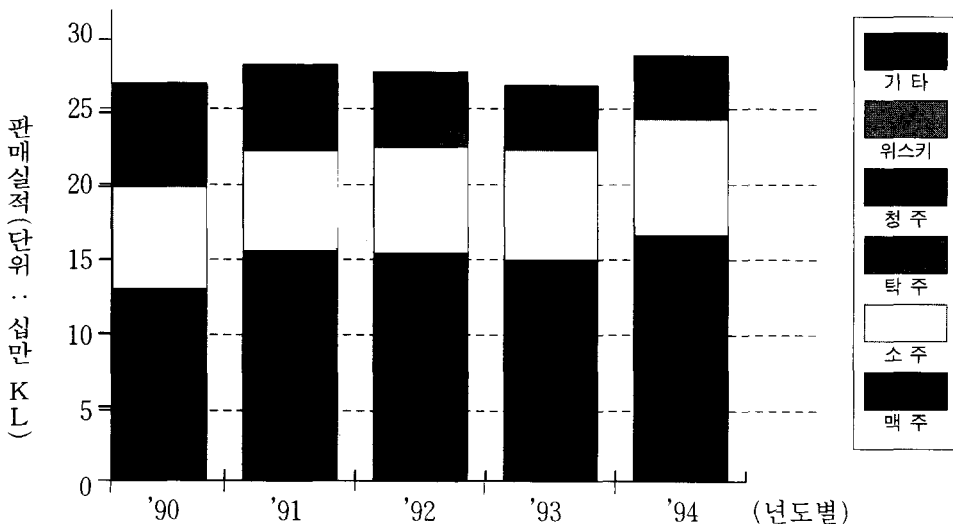
5) 1994년도

1994년 주류시장은 전반적인 경기 호조, 업체간의 과열경쟁 및 이상기온의 영향으로 93년의 침체를 벗어나 전반적인 증가 현상을 보였으며, 맥주, 소주 및 위스키의 신제품 출시가 두드러졌으나, 포도주, 탁주 및 기타주류의 판매 감소는 지속되었다.

6) 1995년도

외국산 주류수입이 급증하고 있으며, 국내 주류대기업들이 외국산 주류를 수입, 판매하는 것이 국내생산 보다 마진이 좋아 외국산 주류의 수입증가율이 높아져 국내 시장 점유율도 급증하고 있다.

특히, 외국산 위스키는 국내시장의 20%정도, 포도주는 50%가량 점유하였으며, 고량주도 70% 점유하고 있는 것으로 추정되며, 외국산 맥주는 시장점유율은 낮으나, 대학가를 중심으로 신세대들이 모이는 장소에선 외국산 맥주 전문점이 성업 중이다. 소주의 경우 95년 10월 1일 50% 의무구입을 골자로 한 주세법의 개정으로 판매의 판도가 바뀔것으로 사료된다.



[그림 1]

연도별 주류별 생산동향 추이 (1990년~1994년)

## 다. 주류 제조사별 주류 제조면허 보유현황

〈표 2〉 (95년 8월 31일 현재, 대한주류공업협회 회원기준)

회 사 별	소주	리큐르	위스키	일반 증류주	청주	과실주	브랜드	주정	기타 주류	계
백 화		●		●	●	●		●	●	6
진 로	●	●	●	●		●	●			6
보 해 양 조	●	●	●	●						4
해 태 산 업		●		●		●	●			4
금 복 주	●	●		●		●				4
무 학 주 조	●	●		●						3
대 선 주 조	●	●								2
경 율	●									1
보 배	●									1
선 양 주 조	●									1
한 일	●									1
총 복 소 주	●									1
천 양 주 조		●		●		●				3
O B 시 그 램		●	●	●			●			4
롯데 칠 성		●		●					●	3
신 우 실 업		●				●				2
제 일 주 조		●		●		●				3
경 주 법 주					●	●				2
조 해					●					1
금 관 청 주					●					1
동 양 맥 주						●				1
수 석 농 산						●				1
수 성 고 량 주				●						1
서 영 주 정								●		1
진 로 발 효								●		1
서 안 주 정								●		1
보 해 산 업								●		1
서 호 주 정								●		1
동 주 발 효								●		1
일 산 실 업								●		1
유 원 산 업								●		1
무 학 주 정								●		1
한 국 알 클								●		1
풍 국 주 정								●		1
34개사	10	12	3	11	4	10	3	12	2	67

## 라. 연도별 국내 주류 생산 추이

1) 87년 하반기 대통령 선거, 88년 총선과 올림픽 특수 등의 특수요인 및 전반적인 경기호조에 힘입어 주류시장은 큰 폭으로 신장하였다.

맥주의 경우, 그 동안 대중주로서 매년 10%미만의 신장에 그쳐왔던 소비량이 90년 이후 커다란 신장세를 보였다.

위스키의 경우 90년 이후 급성장하고 있는 상태이다.

2) 이와 같이, 90년 이후 매실주, 위스키, 청주, 맥주 등 고급주와 저도 주류의 신장세는 지속되었으며, 포도주, 탁주, 약주 등 기타 주류는 감소세를 보이고 있어 주류시장에도 소비 수준 향상에 따른 변화조짐이 나타나기 시작하였다.

〈표 3〉 연도별 국내 주류 생산 (1990~1994년 5개년간)

(단위 : 백kl, %)

연도별	소 주		맥 주		청 주		위 스 키	
	소비량	증감	소비량	증감	소비량	증감	소비량	증감
1994	7,854	6.0	16,738	10.7	589	0.5	168	36.0
1993	7,407	3.4	15,114	-2.8	586	15.4	124	12.8
1992	7,161	4.7	15,547	-0.2	508	13.9	110	6.3
1991	6,838	-3.4	15,583	20.0	446	23.8	104	13.7
1990	7,080	-1.1	12,985	7.4	360	23.0	91	5.9

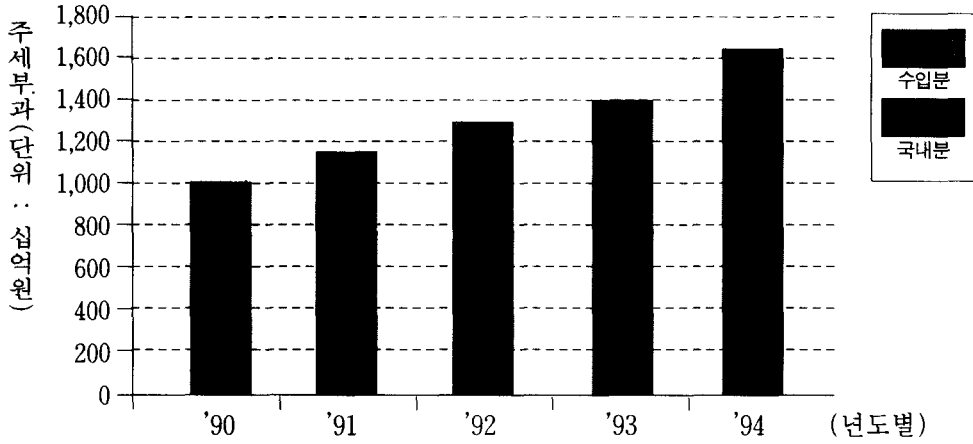
연도별	포 도 주		탁 주		기 타		계	
	소비량	증감	소비량	증감	소비량	증감	소비량	증감
1994	28	-12.5	3,299	-6.3	246	19.4	28,923	7.2
1993	32	-30.5	3,521	-15.0	206	-27.2	26,890	-3.3
1992	46	-4.7	4,141	-13.9	283	-9.3	27,799	-1.2
1991	49	-5.4	4,811	-20.2	313	-6.6	28,254	4.9
1990	52	-17.6	6,026	-9.4	335	2.4	26,930	1.0

마. 연도별 주류별 주세부과 (1990~1994)

〈표 4〉

(단위 : 백만원)

구분 \ 연도별	1990	1991	1992	1993	1994
합 계	1,021,684	1,166,260	1,298,160	1,372,332	1,640,546
수 입 분	73,838	77,075	79,664	83,926	114,117
국 내 분	947,846	1,089,185	1,218,496	1,288,406	1,526,429
탁 주	12,800	9,783	6,851	6,537	6,800
약 주	298	357	594	789	1,050
맥 주	655,192	799,175	910,614	948,039	1,149,936
청 주	36,185	37,280	40,703	43,637	44,933
과 실 주	4,654	4,776	5,911	4,976	4,145
명 약 주	5,155	1,956	-	-	-
기 타 양 조 주	3	5	-	-	-
증 류 식 소 주	51	538	1,140	2,873	2,994
회 석 식 소 주	123,746	128,136	149,853	170,849	193,309
고 량 주	5,269	2,625	-	-	-
주 정	7,196	7,623	8,811	8,605	7,837
위 스 키	67,978	68,432	63,595	78,153	89,360
브 랜 디	877	716	770	733	634
인 삼 주	686	283	-	-	-
기 타 재 제 주	27,674	15,448	-	-	-
일 반 증 류 주	-	9,259	19,721	9,170	9,635
리 큐 르	-	2,672	8,647	13,275	15,531
기 타 주 류	-	220	1,133	764	186
수 시 분	82	-99	153	6	79
국내분합계	947,846	1,089,185	1,218,496	1,288,406	1,526,429

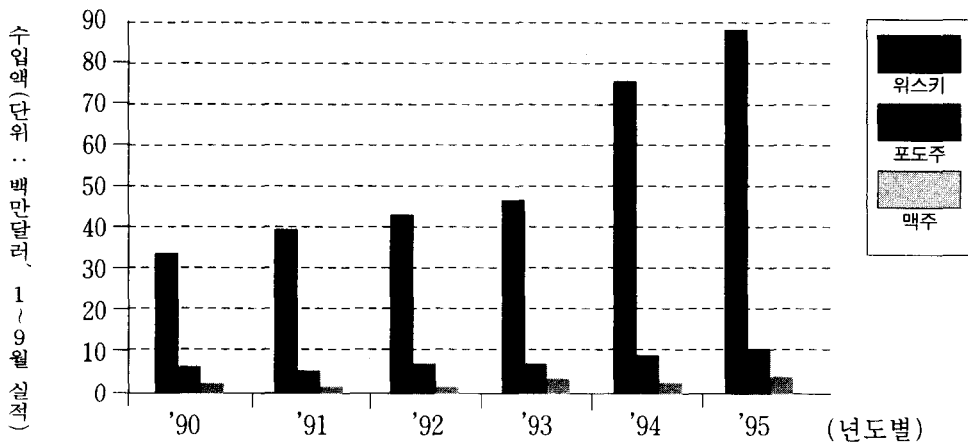


[그림 2] 연도별 주세 부과 현황 (1990년~1994년)

바. 외국산 주류 수입추세

〈표 5〉 (단위 : 천달러)

구 분	'90	'91	'92	'93	'94	'95	비 고
위스키	34,438	39,033	42,041	45,114	75,991	88,960	1~9월 실적
포도주	4,889	3,413	5,644	5,855	8,104	10,330	
맥 주	1,119	240	365	1,661	1,138	1,823	



[그림 3] 외국산 주류 수입증가 추세

2. 주 정

가. 국내생산현황

한국의 주정생산 시장은 현재 13개 업체가 생산량을 분할하고 있으며 주정의 원료배정 및 생산량은 매년 수급계획에 의해지는 오랜 세월의

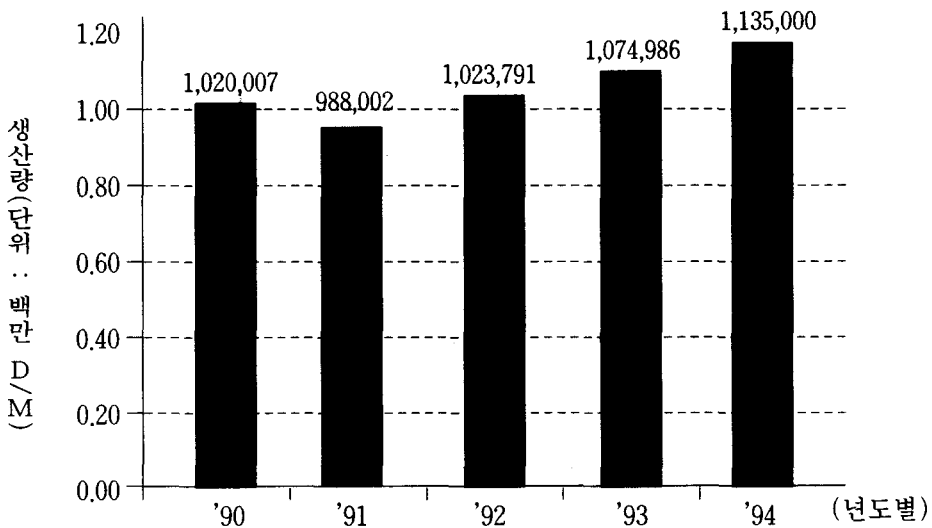
관행에 의해 생산되어 생산량 자체의 변화의 폭도 크지 않으나 전체생산량 추이는 최근 2~3년간에 다소 증가하고 있는 것으로 보인다. 또한, 시장점유율도 진로발효(주)의 15% 정도를 제외하고는 나머지 제조회사에 비해 일정하게 배분되어 연도별 제조사별 등락의 폭도 비교적 작은 편이다.

나. 연도별 주정생산량

<표 6>

(단위 : D/M)

년 도	1990	1991	1992	1993	1994
생산량	1,020,007	988,002	1,023,791	1,074,986	1,135,000



[그림 4]

연도별 주정 생산량 (1990~1994년)



## 3. 소 주

## 가. 국내시장현황

경기불황 회복과 저렴한 소주가 지속적으로

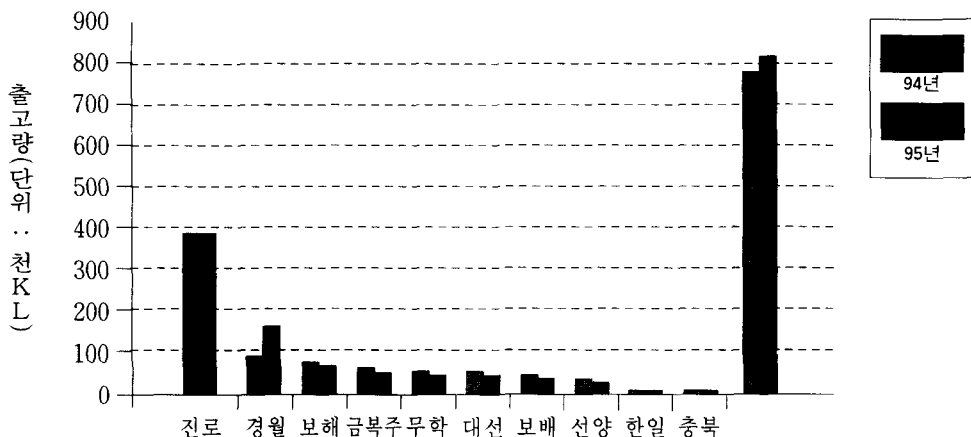
서민층에 호응을 얻어 '94년 소주 총 출고량은 785,400kl로 '93년의 740,600kl보다 6.04% 증가하였다. 이와 함께, '93년 11월에 두산그룹이 인수한 경월(주)의 매출신장이 두드러져, 94년에는 93년 73,000kl에 비해 87.6%가 증가하였다.

〈표 7〉

각사별 소주 출고 실적

(단위 : kl)

회 원 사	94년	95년	증 감 률
진 로	380,785	382,466	0.4
경 월	71,364	154,000	116.0
보 해	69,000	63,000	-9.0
금 복 주	58,430	46,200	-20.9
무 학	52,136	46,892	-10.1
대 선	51,735	44,402	-14.2
보 배	42,755	33,580	-21.5
선 양	34,385	26,827	-22.0
한 일	10,146	10,900	7.4
총 복	12,106	8,474	-30.0
계	782,842	816,741	4.3



[그림 5]

각사별 소주 출고 실적 (1994~1995년)



는 것도 큰 특징으로 볼 수 있다.

〈표 9〉 포장종류별 맥주소비 점유율

포장의 종류	병맥주	캔맥주	생맥주
94.8	78.1%	9.1%	12.8%
95.8	79.5%	10.8%	9.7%

특히, 비열처리 맥주는 맥주전체의 47.3% (95년 10월 현재)로 성장하여 일반맥주의 수요가 감소하고 있음을 보여준다.

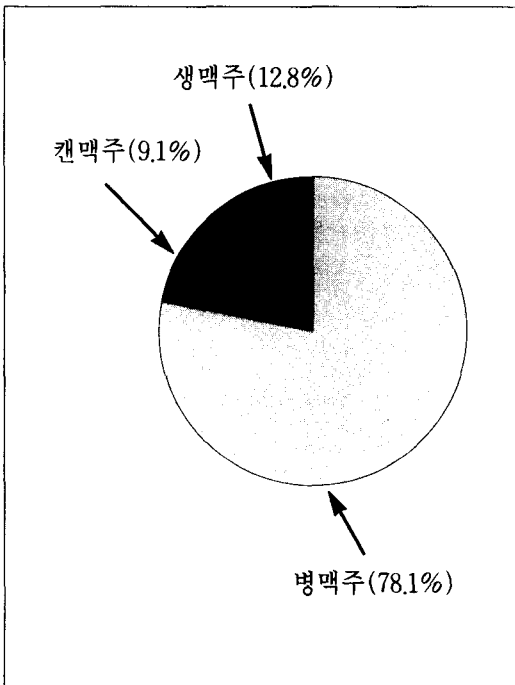
맥주의 제품 개발은 비열처리 맥주가 나오면서 제품의 다양화, 고급화가 이루어지고 있으며,

포장도 킹사이즈(500ml), 이벤트 캔(계절별, 야구단 마크) 등으로 다양화를 추구하고 있다.

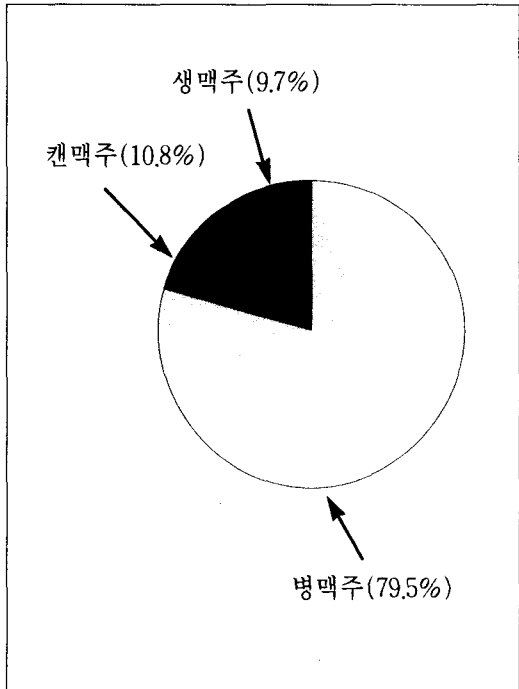
이와 함께 밀러, 미켈로 등 외국산 수입맥주도 전년 동기 대비 150% 증가한 18,823달러어치가 수입되어 상당히 판매가 증가되고 있으며, 일본 맥주도 상당수 판매되는 것으로 알려졌다.

〈표 10〉 포장종류별 맥주소비 점유율

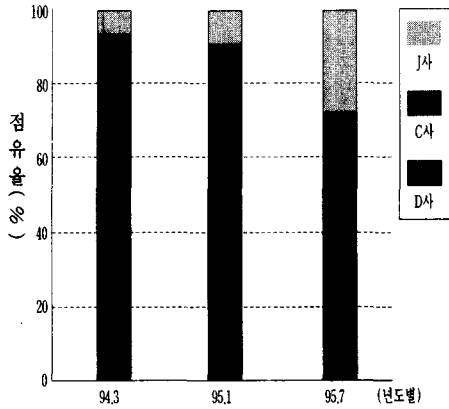
제조회사 시점	D 사	C 사	J 사
94.3	59.9	31.2	8.9
95.1	52.2	37.6	10.2
95.7	37	35	28



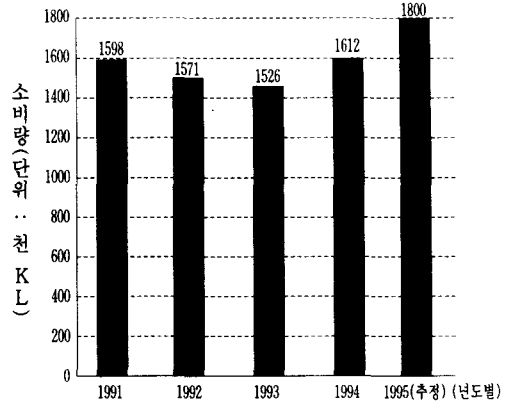
[그림 6] 맥주 포장별 소비율 현황 (94년 8월 현재)



[그림 7] 맥주 포장별 소비율 현황 (95년 8월 현재)



[그림 8] 년도별 맥주시장 점유율(%)



[그림 9] 년도별 맥주소비량 추이 (1991~1995년)

[표 11] 년도별 맥주소비량 추이 (단위 : 천kl, %)

구분 \ 년도별	1991	1992	1993	1994	1995(추정)
맥주 소비량	1,598	1,571	1,526	1,612	1,800
증 감	22.5	1.7	2.8	5.6	11.6

5. 위스키

수입자유화로 인해 외국 유명브랜드의 시장이 형성되고, 해외여행 자유화 등으로 해외 유명위스키를 쉽게 접할 수 있는 여건이 조성되어 고급주의 선호도가 증가하고 있으며, 서구적 생활 형태의 확대로 위스키 판매는 해년 마다 증가하는 추세이다.

이와 같은, 고급화의 추세에 따라 프리미엄급 위스키의 판매 신장이 두드러지고 있으며, 이와 함께 위스키의 수입은 95년에 94년대비 60%로 증가하였으며, 점유율도 10.2%로 증가하는 편이다. 또한, 96년에 100%로 주세가 낮아져서 판매가 신장될 것으로 생각된다.

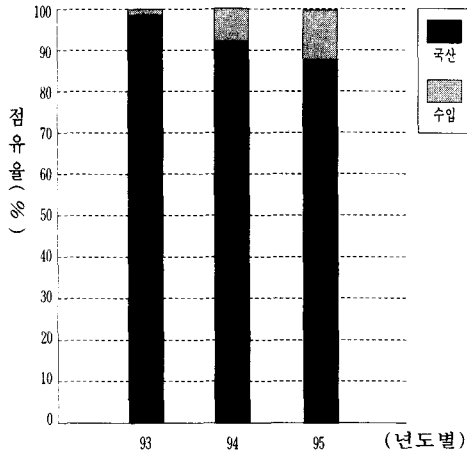
국내에 유통되는 위스키는 국산 위스키(Bot-

tled in Korea)와 수입 위스키(Bottled in Scotland)로 나뉘며, 이는 원액의 제조에 의한 구분이 아니고, 병입에 의해 구분된다.

이러한 위스키의 판매 현황을 보면 판매실적은 95년 11월말까지 4,549,000상자(상자/4.21)로 전년동기대비 32.4%가 증가하였으며, 이중 프리미엄급 위스키는 1,619,000상자로 전체 위스키의 35.6%를 차지하여 전년동기대비 4배의 신장세를 보였다.

위스키의 용기에도 변화가 있어 기존 360ml, 700ml에 이어 500ml가 나왔으며, 이는 업소를 중심으로 상당한 인기를 끌고 있다.

이러한 위스키의 소비증가와 함께 브랜드(62%)와 진(38%)의 소비가 증가하였으며, 브랜드는 면세점 주류의 34%를 차지하며 이중 헤네



[그림 10] 위스키 연도별 시장점유율 (1993~1995년)

시 XO, 카뮈 나폴레옹, 레미마틴 XO 등이 대부분을 차지한다.

6. 기 타

1) 탁주, 청주

탁주는 기존 제품의 판매감소 속에서 주세법상의 판매구역 철폐와 함께 포장의 고급화로 판로를 찾고 있으며, 중국 등 해외수출로 판로를 모색하고 있다.

포장에 있어서 국순당에서 캔 막걸리, 인천탁주제조협회에서 팩 막걸리를 생산하고 있다. 또한, 국순당에서는 목욕술 「무용」을 내놓아 새로운 소비층을 형성·확보하고 있다.

소비의 고급화로 청주도 국향, 설화 등 고급청주들의 소비가 늘고 있으며 순수원액 발효주 「원」의 출시도 이러한 맥락으로 볼 수 있다.

2) 민속주

91년 이후 93년까지 계속 괄목할 만한 신장세를 나타내던 민속주는 94년에 들어 감소세를 나타냈는데, 이는 소주, 맥주, 위스키, 리큐르 등 주류별, 각 제조사별 신제품 출시 등 치열한 마케팅

<표 12> 위스키 시장 점유율

년 도 별	93	94	95
국 산	99.2%	94.8%	89.8%
수 입	0.8%	5.2%	10.2%

팅 전략의 진행으로 소비자의 주류선택의 폭이 넓어져 상대적으로 감소한 것으로 판단되고 있으며, 특히 민속주는 선물세트 시장의 판매가 가장 큰 것을 감안할 때 최근 수입 자유화의 여파로 외국산의 고급주류 특히 위스키 등이 상당부분 선물세트시장에서 민속주를 대체한 것으로 사료된다.

한편, 문배주, 옥로주, 안동소주 등 국내의 대표적인 민속주들이 최근 중국, 미국, 일본, 대만 등에 수출 주문이 늘어 민속주의 수출은 활기가 있는 것으로 나타났다.

민속주의 연도별 제품별 출고 실적표는 표 13과 같다.

3) 포도주

외국산 저가 포도주의 유입에 의해 국산 포도주의 판매가 94년에는 93년대비 38% 감소하는 추세를 보였으며, 수입은 수입개방의 물결에 의해 94년에는 30.7%의 증가를 보였다.

<표 13> 포도주 수입 현황

년 도 별	수입량 (kl)	수입금액 (만달러)	증가율 (%)
92	2,109	564	
93	3,233	585	53.3
94	4,225	810	30.7

4) 매실주

외국산 주류가 범람하는 가운데 매실주는 소비가 급증하고 있는 고유의 술로서 94년에 전년

대비 28%의 고성장을 기록하고 있는데 이는 소비자의 건강 지향적 사고에 맞물린 것으로 현재 5개 회사에서 제조하고 있다.

5) 고량주

국내산의 제조회사에서는 거의 명맥만 유지하는 정도이며, 중국산 고량주의 수입이 급증하여 시장 점유율이 70%에 달하는 상황이다.

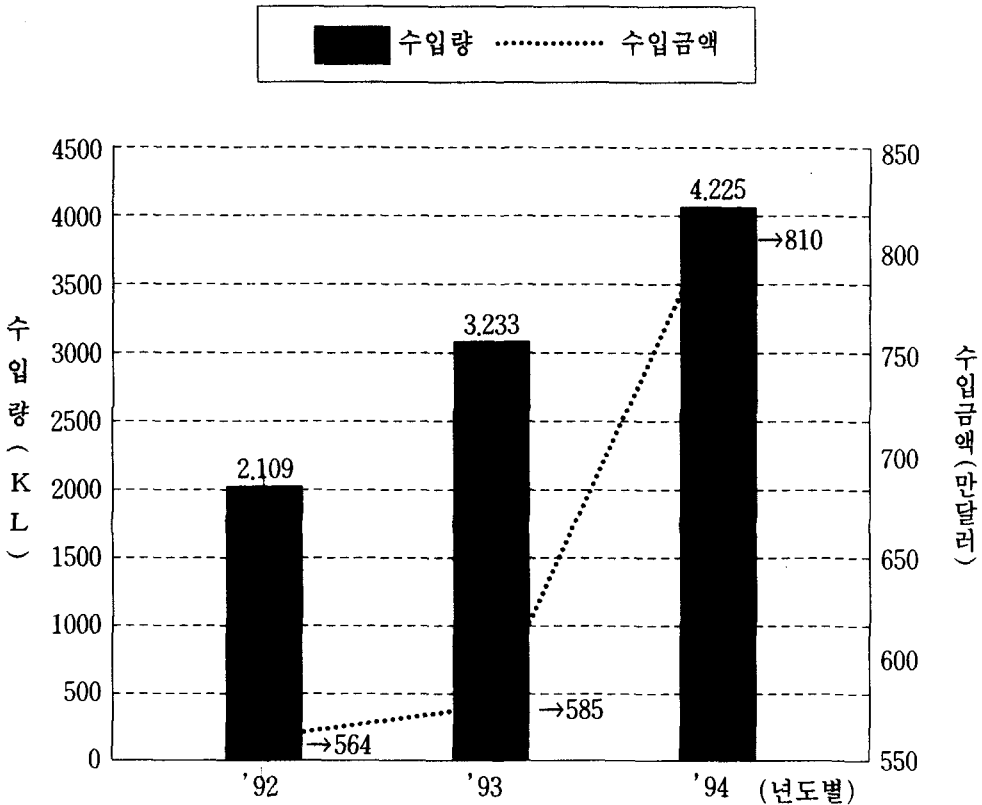
6) 일반증류주

'91년 7월부터 시행된 새로운 주세법의 적용으로 그 동안 기타제주로 언급되던 주류가 고

형분 함량 2% 미만을 일반증류주로, 고형분 함량 2% 이상은 리큐르로 분류되어 주세율도 각각 80%와 50%를 적용 받게 되었다.

일반증류주의 대부분은 알코올 도수 40도의 고도주로 최근의 저도주의 선호추세에 밀려 신장이 둔화되어 왔으나, 고급품의 이미지가 형성되어 있는 진 계통의 주류는 약간의 증가를 보인다.

그러나, 정통형태의 제품성격이 결여되어 고급품의 이미지도 약간 부족한 만큼 앞으로 판매전망이 불투명한 것으로 전망된다.



[그림 11]

포도주 수입현황

〈표 14〉

## 민속주 연도별 제품별 출고실적표

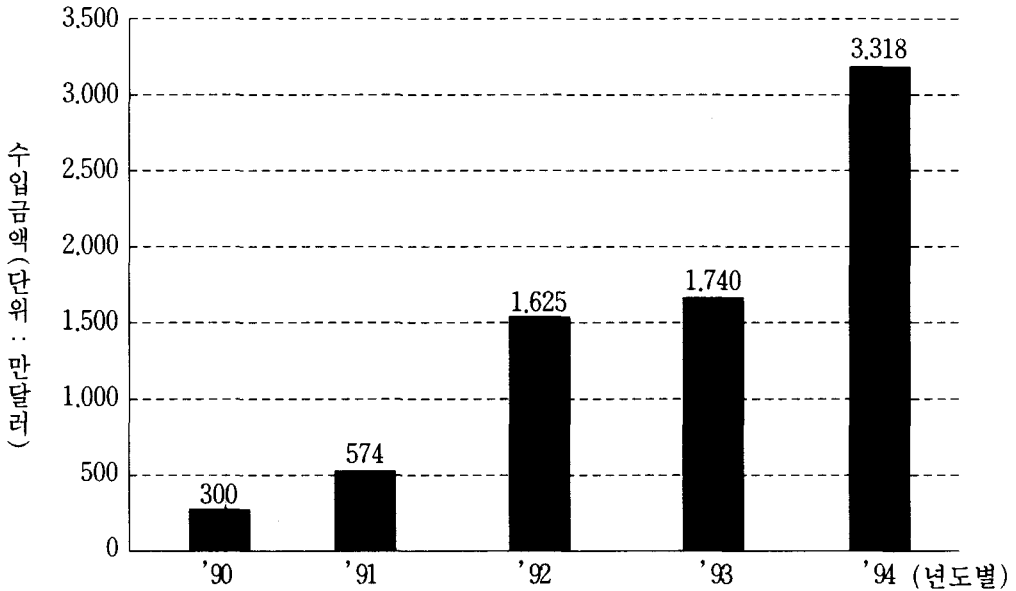
(단위 : 1)

제품명 \ 연도	1991	1992	1993	1994
문 배 주	64,937	181,114	203,109	92,615
송 절 주			331	1,182
삼 해 주	13,386	17,301	14,850	12,380
칠 선 주	5,774	13,904	12,839	17,367
옥 미 주	31,460	78,590	80,850	86,976
감 자 술	16,080	22,395	21,360	18,856
울 무 주	1,573	2,678	5,175	4,608
용 인 동 동 주	118,140	112,140	125,580	136,180
계 명 주			6,480	3,960
강 냉 이 술		800	2,702	3,996
두 견 주	55,185	114,164	106,309	51,229
소 곡 주	10,956	14,105	22,182	19,719
백 일 주			782	4,694
연 엽 주	313	908	1,060	565
대 추 술		67,358	68,659	44,460
안 동 소 주	106,187	89,194	340,237	217,440
호 산 춘	4,384	8,475	9,163	5,624
황 금 주	1,581	7,727	10,902	8,547
교 동 법 주		5,145	4,028	4,327
과 하 주		11,227	11,302	8,194
사 삼 주	1,980	4,798	4,196	9,674
이 강 주	9,326	20,881	17,316	53,324
전 주 과 하 주		909	1,470	
오 곡 주			5,388	7,060
산 성 막 걸 리	25,028	20,848	27,060	35,848
국 화 주	8,000	16,187	21,995	94,063
제 주 토 속 주	4,062	12,044	7,451	4,877
남 해 유 자 주			3,092	10,146
경 기 부 의 주				2,499
추 성 주				193
계	478,352	822,892	1,135,868	960,603

〈표 15〉

고량주 년도별 수입 현황

년 도 별	'90	'91	'92	'93	'94
수입금액 (만달러)	300	574	1,625	1,740	3,318



[그림 12]

고량주 수입 현황 (1990~1994년)

### Ⅲ. 결 론

위에서 알아본 바와 같이 주류시장의 전반적인 흐름은 고급화, 개성화, 경량화되고 이에 따라 다품종 소량생산의 흐름이 진행되고 있다.

소주의 경우, 소주의 테두리 내에서 멈추지 않고 리큐르의 영역으로 확대 제품의 개발에 주력하면서 저도화, 고급화가 진행되고 있으며, 소비형태도 취하기 위한 것이 아니고 즐기기 위해 간단히 한잔하는 식의 형태로 바뀌어 가고 있다.

맥주의 경우, 비열처리 맥주의 출시이후, 제품의 다양화가 진행되었으며, 브랜드별 판매위주로

가고 있는 상황이다.

위스키, 브랜디, 포도주 등 외국 주류의 유입이 두드러지게 나타나고 있으며, 이에 반하여 민속주, 소주, 탁주 등 우리 고유의 주류들이 쇠퇴해 가고 있다.

다행인 것은 매실주가 건강에 대한 소비자의 인식과 맞물려 성장하고 있다는 것을 들 수 있다. 이러한 추세로 생각해 볼 때, 외국 주류의 범람 속에서 국산 주류의 성장과 개발이 시급한 상태이며, 소비자 중심의 제품 개발에 의해 다양한 신제품의 개발과 이의 성장을 기대하여 본다.