맥주업계 현안 문제 및 21C 비전

하 진 홍
〈하이트맥주(주) 전무이사〉

■目 次■

Ⅰ.맥주업계 현황
Ⅱ. 현안문제
Ⅲ. 21C 업계 현안 및 결론

Ⅰ. 맥주업계 현황

국내 맥주시장이 실질적으로 하이트와 OB 체제로 전환됨에 따라 시장점유율 경쟁이 본격적으로 달아오르고 있다.

그동안 하이트, OB, 카스 등 3사가 경쟁을 벌여온 국내 맥주시장은 지난해 OB가 카스맥주를 인수하면서 구도적인 변화를 이루고 있는 상황이다. 당초 3사 체제에서 2사 체제로 전환되어 앞으로 치열한 시장경쟁이 예고되고 있다. 즉 카스의 시장 지분을 하이트와OB가 나누고 있는 셈이다.

우리 맥주업계는 1997년말 경제대란의 여파로 국내외 산업환경이 극도로 경색되었으며 소비 경제도 상당히 침체되어 국내주류산업 매출의 감소와 인원축소, 원가절감, 경비축소 등의 긴박한 구조조정단계를 거치게 되었다.

또한 외국기업의 자본참여를 통하여 자금경색을 완화시키려 노력하였으며, 그 와중에 2개사는 외국기업의 지분율이 과반수를 넘는 사실적 지배관계하의 외국인기업화가 되었다.

이러한 외국자본의 맥주시장진입은 국내주류시장의 시장진입을 한층 개방화시킨 계기가 되었으며, 몇몇 국내외 기업의 신규진입의향도 나타나고 있다.

따라서 21세기는 가일층 국내주류시장의 개방이 가속화될 것으로 판단되며, 이는 곧 제품의 고품질화, 새로운 마케팅전략의 수립을 통

한 시장점유 등의 경영능력의 혁신을 통한 경쟁업체간의 상호우위성을 확보하려는 자유경쟁구도가 예상된다.

II. 현안문제

이러한 변화의 구도속에 각종 제도 및 규율의 변화는 업계내외에서 논란의 여지로 남아있다.

1) 주류제조업 진입규제 완화

현재 국내에서 맥주회사를 설립하려면 설비투자규모에 있어 6,000kl 이상의 저장조를 설치해야 하는 등 그 규모가 매우 커 중소업체의 진입을 제한하고 있으나 이러한 맥주회사의 설립요건이 대폭완화, 연내 시설기준을 현재의 1/3, 내년에는 1/10 정도로 낮춘 뒤 장기적으로는 일본 수준인 60kl까지 내릴 방침으로 단계적으로 중소규모의 맥주회사 설립이 가능해질 것으로 보인다. 맥주회사의 설립요건이 대폭 완화되면 어지간한 유통업체나 체인점 등도 회사를 설립할 수 있게 되고 이 경우 다양하고 개성있는 맥주가 등장하게 될 것으로 예상하고 있다.

하지만 현재 맥주의 경우 전국적인 브랜드만이 통용되고 있으며 브랜드 마켓팅이 소비에 미치는 영향이 상당히 크고 따라서 신규브랜드의 시장진입에 소요되는 마켓팅 비용은 진입장벽으로 작용하고 있다.

일본에서도 맥주 제조시설 기준 완화조치 이후 약20여개의 지방 맥주제조업체들이 등장하였으나 소비는 각 지방을 중심으로 식당등에 한정되어 소규모로 이루어지고 있다. 따라서 중소규모의 제조업체가 등장한다고 해도 현재의 2사 체제에 큰 영향을 미치지 못할 것으로 예상된다.

또한 주류는 그 효용성에도 불구하고 사회적불경제, 국민보건, 안정적 세수확보, 농업정책등과 관련하여 어느 산업보다도 엄격히 통제되어야 하는 품목이며, 따라서 주류제조업 진입규제 완화에 대해서는 문제점을 충분히 검토해야 한다

첫째, 주질관리 및 국민보건 문제

현재 맥주업계에서는 주세법의 엄격한 기준에 따라 대규모 자본과 고급인력을 투입하여 주질개선에 심혈을 기울이고 있는 바, 시설기준 대폭 완화에 따른 소규모 영세업체의 난립은 주질관리에 소홀하여 국민보건을 위협할 수 있다.

둘째, 안정적 세원관리

주세수입은 다른 재정수입에 비해 안정적이고 정확하게 관리되어지고 있으나, 소규모 영세업체가 난립할 경우 주세체납 또는 주세탈루등의 우려가 크다.

셋째, 소비위축과 제조업체 손익악화

국내 맥주판매량은 1995년 1,711천kl를 정점으로 계속적 하락추세로 가동율이 떨어지고, 손익이 악화되는 심각한 시장변화를 겪었고, 1개사는 구미공장을 폐쇄했으며, 업체 모두 뼈를 깎는 구조조정을 할 수밖에 없었다. 이러한 상태에서의 시설기준 완화는 과거와 같은 악순환을 되풀이하는 결과를 초래할 것이다.

넷째, 유통질서 혼란야기

소규모업체의 난립은 필히 업계의 과당경쟁을 유발할 것이고, 이에 따라 경영이 부실한 업체에 의한 무자료거래조장, 리베이트제공등 유통질서 저해하는 부작용이 예견된다

다섯째, 신규설비도입에 따른 막대한 외화유출

맥주시설의 90%이상이 수입에 의존하고 있는 현실에서 시설기준이 완화될 경우, 외화유출이 막대할 것이다.(60kl기준 300설립시 3,396,600천U$예상)

여섯째, 국산보리 사용 안배

맥주업계는 국내 농민보호를 위해 손익악화

를 감수하며, 외산보다 약4배정도 비싼 국산보리를 전량수매하여 사용하고 있다.

맥주업계는 현행규정에 의해 대규모 설비투자를 완료한 상태에서 소비감소와 가동율 저하, 손익악화의 어려운 상황에 처해있으며, 또한 상기에서 언급한 주류의 특성을 감안하여 볼 때, 제조시설기준 완화는 시기상조라고 판단된다. 단, 일정시설기준이하의 소규모 맥주를 생산업체에 대한 별도법령을 만드는 것에 대하여는 충분한 검토후 점진적인 접근이 필요하다고 사료된다.

2) 합리적 주세법의 제정

선진국의 개방 압력에 따른 주류 수입 자유화 조치를 계기로 외국 유명브랜드가 대거 진출하고 있고 이에 정부는 규제 완화를 통한 국내 시장의 경쟁력 강화를 위해 주류제조면허 개방 등의 조치를 취하고 있고, 또한 우리나라 맥주 산업의 경우 그 기술력은 세계적인 수준으로 인정받고 있지만 제반 제도 등의 모순으로 인해 상대적인 불이익을 당하고 있다.

주세 측면에서 살펴보면 우리나라의 주세제도는 1909년 주세법 공포 후 상황에 따라 조금씩 변해왔지만 세율의 형평성 등 여러 가지 측면에서의 문제점은 큰 개정이 이루어지지 않고 있다.

즉, 세계적으로 알코올 도수에 따라 주세율을 차등부과하는 종량세가 원칙적으로 행해지고 있는 상황에서 우리나라 주세율은 그러한 종량세도, 또한 제조원가 기준의 종가세 체계도 아니다. 따라서 맥주의 경우 소주보다 제조원가가 낮고 알코올 도수도 낮음에도 불구하고 정부의 세수 확보 차원에서 세율만큼은 여전히 주종간 최고를 기록하고 있으며 이러한 상황은 앞으로도 당분간 지속될 것으로 보인다.

저도주인 맥주의 세율은 그나마 업계의 적극적인 노력에 의해 소폭이나마 인하(130%⇒115%, 2001년 100%)시킨 데 만족해야 했다. 현재 우리나라의 주세법은 선진국에 비해 합리성이 상당히 결여되어 있으며 이에 따라 주세부과의 철학 또한 부재 상태이나 앞으로는 국내외적으로 누구에게도 시비거리가 될 수 없는 논리와 원칙을 정하고 이를 실천할 수 있는 자세가 필요시 된다.

3) 맥주유사상표 음료의 피해방지

노래방의 주류판매금지는 청소년 등을 보호하려는 차원에서 마땅히 규제되어야 할 사안이지만, 이로인하여 맥주와 유사한 음료의 판매행위가 맥주상표도용과 같은 음성적인 방향으로 전개되어, 소비자에게 마치 맥주인양 오인되는 사례가 종종 있으며 더욱이 유사음료를 맥주로 속이고 음성적인 판매를 강행하는 사례 또한 발생되고 있다.

이는 어느 일방을 보호하기 위하여 다른 부분을 포기하는 경우이며, 이러한 문제를 해소하기 위하여는 캔맥주에 한정하여 노래방의 부분적인 판매허용과 더불어 소득 과세상의 필요경비 소득공제율의 2중 구조적용을 통한 유상상표 음료의 근절을 위한 조정이 필요하다.

III. 21C 업계 현안 및 결론

1) 맥주 수출의 가능성?

맥주는 세계적으로 굉장히 대중적인 주류로서 와인을 못마시는 나라는 있어도 맥주를 못마시는 나라는 그다지 많지 않다. 하지만 맥주는 단위 원가가 낮은 제품이고, 또한 오랜 운송 및 대기 기간에 따른 신선도에 대한 부담 등으로 인해 수출 전략적 제품은 아니라고 본

다. 또한 우리나라의 경우는 제조원가도 외국에 비해 비싸기 때문에 더더욱 수출에 애로점이 있다.

세계적인 맥주회사들도 어느 한 국가에 진출할 때 일단 자사 제품을 조금 수출한 후 반응이 괜찮으면 현지 공장을 세우거나 라이센스 계약을 맺는 식으로 수출을 하고 있는 현실이다. 또한 어렵게 수출을 한다해도 그 제품이 자리잡기 위해서는 막대한 비용이 투여될 수 밖에 없는데 국내 제조업체로서는 그러한 어려움을 무릅쓰고 모험을 하기는 너무 위험부담이 크고 그렇게 할 능력 또한 부족한 상황이다.

수출은 아무래도 세계적인 맥주들이 자리잡고 있는 국가들보다는 제3세계 쪽으로 눈을 돌릴 수 밖에 없다. 일단은 현지의 유통체계에서의 마케팅 네트워크를 잘 형성하는 게 기본적으로 필요하겠고 초기에는 이를 바탕으로 OEM방식의 판매라도 꾸준히 해나가면서 경험을 축척해 나갈 필요가 있다고 본다. 예로 중국 같은 경우 상당히 큰 시장으로 자리잡고 있는데 최근의 남북 경협 등을 통해 육로를 통한 대륙진출등 다각적인 측면에서 검토되어야 하며, 특히 마케팅 측면에서 각 문화를 어떻게 파고드느냐에 따라 가능성이 있다고 본다.

2) E-Business의 도입을 통한 유통경로의 단순화

현 주세법상의 유통경로의 규제로 인한 경직화는 제도권의 규제력 강화를 위해 필수조건이었지만, 시장의 완전개방에 대비하여 국내기업의 경쟁력확보를 위하여는 전자상거래의 활성화를 통한 유통경로의 단순화가 필요하다.

그러나 이를 시행하기 위하여는 청소년의 주류구매음용방지와 같은 사회적인 제약조건을 고려하여 결정되어야 할 사안으로 상당한 시행착오가 야기될 위험이 있다.

그럼에도 불구하고 인터넷 네티즌 증가에 의한 전자구매력의 증가는 결국 주류시장에도 그 필요성이 강조될 수 밖에 없으리라 판단된다.

상기 여러사항을 서두없이 언급하였지만 궁극적으로 소비자나 제조자가 별 부담을 느끼지 않고 다양한 제품을 맛볼 수 있도록 주세제도의 개선 및 업체들의 끊임없는 개발과 자구노력 등을 통해 생활속에서 즐길 수 있는 맥주를 만들어 하나의 문화를 바탕으로 시장을 확장시켜 나아가야 하고 이는 기존 업체가 주도적으로 해나가야 할 과제라고 본다.

唐詩감상 / 孟浩然의 詩

친구의 시골집을 지나며

옛친구는 닭과 기장 준비하고
나를 청하기에 나는 그 집에 갔다.
파란 나무들은 마을가에 둘러 있고
퍼런 산은 밭재 밖에 비껴 있다.

창문을 열고 채마밭을 바라보고
술잔 들면서 뽕, 삼 농사 이야기다.
구월 구일 가을철 기다렸다가
그때는 다시 와서 국화 앞으로 가자.

過故人莊

故人具鷄黍
邀我至田家
綠樹村邊合
青山郭外斜
開筵面場圃
把酒話桑麻
待到重陽日
還來就菊花