

2005년도

국내주류 출고 동향

리 주류1팀

1. 개요

2005년도 우리나라 주류시장은 계속되는 경기침체와 이에 따른 소비심리의 위축으로 인해 주류출고실적이 감소한 것으로 나타났다.

전체적으로 살펴보면 2.82% 감소하였으며 매출액기준으로 1.39% 감소한 것으로 나타났다. 우리나라의 대표적인 대중주인 소주의 출고량(0.24%)은 전년대비 보다 소폭증가 하였으며 양조주인 위스키의 출고량 또한 5.63% 증가한 것으로 나타난 반면 맥주의 출고량은 4.89% 감소했다.

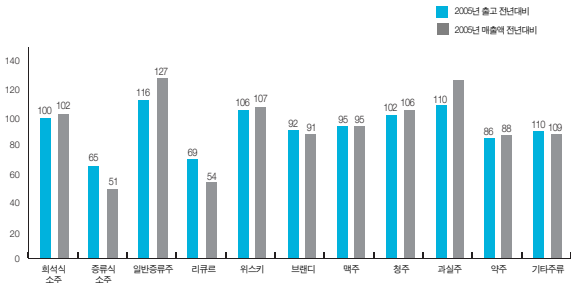
과실주의 경우 포도주와 복분자주에 대한 소비자의 관심이 높아지고 웰빙트렌드가 확산됨에 따라 출고량이 10.19% 증가하였다.

2005년도 국내 주류업계의 올해 가장 큰 이슈로 인수 합병(M&A)시장 사상 최대규모였던 하이트맥주의 진로 인수, 진로발렌타인스와 페르노리카코리아의 통합 등 맥주, 소주, 위스키시장 전반에 걸쳐 지각변동이 발생하였다. 또한 2005년도는 음주문화에도 많은 변화를 가져오고 있다. 사회 전반적으로 주5일 근무제가 본격 확산됨에 따라 금요일 저녁의 회식문화가 점차 사라지고 있는 추세이며 이에 따라 유흥업소의 주류 판매량

(표1) 2005년 주류출고 현황표

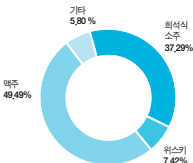
※ 수입주류제외

주류별	구분	출고수량(μ)			총매출액(백만원)		
		2004	2005	전년동기대비(%)	2004	2005	전년동기대비(%)
합 계		2,066,883	2,980,298	97.18	6,910,504	6,814,144	98.61
종 류 주	계	1,209,224	1,211,798	100.21	3,041,880	3,104,556	102.06
	최석식 소주	1,183,248	1,186,063	100.24	2,490,305	2,540,912	102.03
	중류식 소주	214	139	64.95	1,172	603	51.45
	일반 중류주	7,865	9,279	117.98	16,228	20,615	127.03
	리큐르	7,025	4,875	69.40	51,757	28,051	54.20
	위스키	10,573	11,168	105.63	472,732	505,569	106.95
	브랜디	299	274	91.64	9,686	8,806	90.91
계	1,855,198	1,765,801	95.18	3,861,510	3,701,858	95.87	
발 효 주	맥주	1,789,452	1,702,036	95.11	3,536,302	3,372,421	95.37
	칭주	25,306	25,748	101.75	102,956	109,376	106.24
	과실주	13,147	14,487	110.19	61,983	79,495	128.25
	약주	27,293	23,530	86.21	160,269	140,566	87.75
	기타주류	2,461	2,699	109.67	7,114	7,730	108.66



(그림 1) 주류별 전년대비 출고 현상환표(%)

도 줄어들고 있으며 가정용 주류의 판매량은 증가하는 현상이 나타났다.



(그림 2) 2005년 주류별 매출액 점유비 비교(%)

2. 주종별 동향

가. 소주

2005년 소주업계는 계속 이어지는 불황속에서도 우리나라의 대표적인 서민대중주로서 경제가 어려울 때 소비가 증가하는 특징으로 인해 소주의 출고량은

0.24% 소폭 증가하였다.

분기별로 살펴보면 상반기 소주 출고는 계절적인 요인과 전년도 소주가격 인상으로 인한 가수요의 영향으로 인해 상반기 소주 출고는 1.06%감소한 것으로 나타났다. 그러나 하반기는 상반기에 비해 점차 출고량이 증가하여 안정세를 찾아가고 있는 것으로 나타났으며 이는 진로의 행방이 결정됨에 따른 것으로 보이며 지방 소주도 저도소주 신제품출시와 리뉴얼제품의 출시로 소비자의 요구에 적극적으로 대처한 것이 주요했던 것으로 판단된다. 소주업계는 변화하는 음주문화와 저도주를 선호하는 소비자 변화를 반영한 새로운 마케팅 전략으로 2006년을 대비해야 할 것이다.



(그림 3) 2005년 소주 월별 출고량 변동추이(단)



(그림4) 2005년 소주 월별 매출액 변동추이(백만원)

2005년 소주 면세주의 96.96%가 수출주로 대부분을 차지하고 있다. 군납소주는 1.99% 증가하였으며 수출용소주는 8.3%감소하였다. 이는 전체 수출의 91.57%를 차지하고 있는 일본으로의 수출이 큰 폭으로 감소한 것에 따른 것으로 판단된다.

(표2) 2005년 소주 면세주 출고현황

구분	출고수량		출고금액		단위: t, 백만원	
	2004	2005	전년대비	2005		전년대비
합계	94,297	86,859	92.11	150,468	121,758	80.92
직수출	91,123	83,561	91.70	146,967	117,897	80.22
군납	2,662	2,715	101.99	2,891	3,091	106.92
기타	512	583	113.87	610	770	126.23



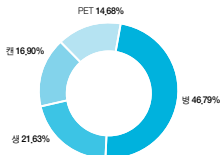
(그림5) 2005년 소주 면세주 출고 점유비(%) 현황

나. 맥주

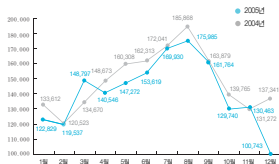
2005년 맥주는 경기불황에 따라 소비량의 변화가 가장 큰 주류로서 이에 대응하여 소용량 PET맥주 출시와 각종 마케팅에도 불구하고 출고량은 4.89%큰 폭으로 감소한 것으로 나타났다.

분기별로 살펴보면 상반기에는 2004년 12월부터 이어지는 출고부진과 6월부터 시작된 장마로 인해 출고량은 3%이상 감소하였다. 하반기에는 소용량 PET맥주를 출시하고 다양한 마케팅 행사를 개최하는 등 성수기 소비촉진에 노력하였으나 여름철의 잦은 흐린 날씨와 주5일 근무 확대, 그리고 10월부터 맥주의 비수기에 접어들면서 출고량이 감소한 것으로 나타났다.

맥주의 용기별 출고량은 주5일 근무 확산으로 인한 가정용 소비증가와 이에 따른 상대적으로 가격이 저렴하고 보관이 용이한 PET의 시장점유율이 14.68%를 차지하는 것으로 나타났다.



(그림6) 2005년 용기별 점유비



(그림7) 2005년 맥주 월별 출고량 변동추이 비교(단)



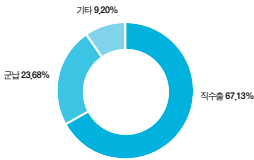
(그림8) 2005년 1-9월 맥주 월별 수출액 변동추이 비교(백만원)

맥주의 면세주류는 2005년 수출이 67.12% 군남이 23.67%를 각각 차지하고 있다. 맥주의 수출량은 전년 대비 6.78% 감소하였으며 군남맥주는 13.63% 증가한 것으로 나타났으나 전체적으로는 전년 대비 3.59% 감소되었다. 이는 맥주의 수출국 중 일본의 수출량이 전년 대비 37.12% 감소한 데 따른 것이다. 현재 국내맥주는 주로 수출국 대부분이 동남아시아로써 홍콩 40.96%, 일본 20.29%, 몽고 11.55%, 대만 6.45% 등에 집중되어 있다.

(표3) 2005년 맥주 면세주류 수출 현황

단위: \$, 백만원

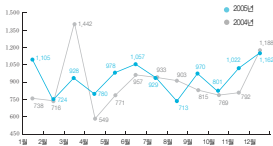
구분	수출수량			수출금액		
	2004	2005	전년대비	2004	2005	전년대비
합계	92,739	89,414	96.41	84,735	78,476	92.61
직수출	64,087	60,020	93.65	52,145	47,180	90.48
군남	18,630	21,170	113.63	20,663	23,085	111.72
기타	10,022	8,224	82.06	11,927	8,211	68.84



(그림9) 맥주 면세주류 수출점유비(%) 현황

다. 위스키

2005년 국내 위스키 시장은 출고량이(5.63%) 증가한 것으로 나타났다. 이는 2004년도에 정부의 접대비 실행제 및 한도제한, 성매매금지법 발효 등의 영향으로 대폭 감소하였다가 2005년도 소폭 회복세를 나타내고 있는 것으로 판단된다.



(그림10) 2005년 위스키 월별 출고량 변동추이 비교(\$)



(그림11) 2005년 위스키 월별 수출액 변동추이 비교(백만원)

라. 기타주류

2005년에 기타주류 중 가장 눈에 띄게 출고실적이 증가한 주류는 일반증류주(17.98%)와 과실주(10.19%)였다. 일반증류주의 경우 해태엔컴퍼니가 주종을 변경하여 출시한 담금세상(리큐르)과 참순(500ml)에 따른 영향과 디아지오코리아의 수출주(스미노프보드카)가 증가에 따른 것으로 보인다. 그리고 과실주는 포도주와

복분자주에 대한 소비자의 관심이 높아지고 웰빙트렌드가 확산됨에 따라 10.19% 증가 하였다.

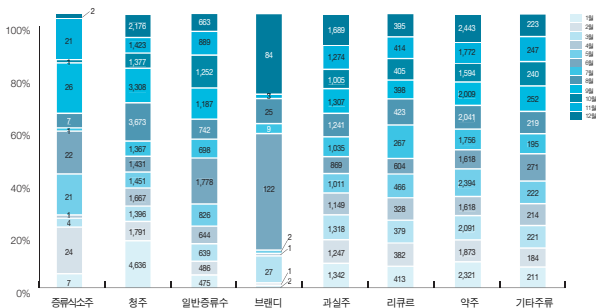
기타주류 중 가장 출고량이 감소한 리큐르의 경우 2005년도에 주종변경(과실주)으로 인해 30.4% 감소하였으며 2006년에도 감소될 것으로 예상된다.

약주는 기존제품의 리뉴얼과 신제품을 개발하는 등 적극적인 대응전략을 구사하고 있으나 감소추세는 계속되어 13.79% 감소하였다. 2004년 이후 2005년도에도 계속 감소추세를 나타내고 있다.

3. 전망

2006년 국내 주류시장은 계속되는 경기 침체와 소비심리의 위축으로 인해 2005년도 수준을 유지하거나 소폭

증가할 것으로 예상된다. 또한 2006년 주류시장은 전년도에 비해 업계의 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 보인다. 소주의 경우 수도권에 20대 저도소주출시가 상반기에 내정되어 소주제조사들 간의 경쟁의 기점으로 지방사에서도 본격적인 저도소주의 출시가 예상되며 맥주의 세율인하에 따른 가격인하 효과는 그리 크지 않을 것으로 전망된다. 위스키시장은 진로발렌타인스와 페리노리카코리아의 합병이 예정되어 있으며 합병의 경우 동사의 영업 전략에 따라 타 위스키 업계의 영향을 줄 것으로 예상된다. 기타주류 중 일반증류주와 과실주의 증가는 2006년에도 계속 이어 질 것으로 보인다. 전체 주류업계가 계속되는 경기침체 속에서 소비자가 선호하는 저도주 제품 출시와 신선한 마케팅전략으로 노력한다면 2006년도 주류시장은 소폭 성장할 것으로 전망된다.



(그림12) 2005년 기타주류 월별 출고량 변동추이 비교(%)