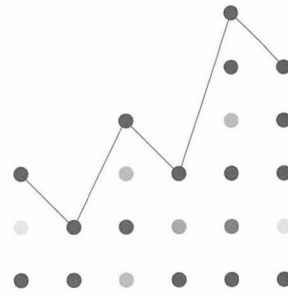


# 상반기 국내 주류출고 동향

주류 1팀



## 1. 개요

2007년도 상반기 우리나라 주류출고량(수입주류, 탁주, 민속주제외)은 전년에 비해 3.66% 증가하였으며 매출액은 3.86% 증가한 것으로 나타났다. 이는 전년 장기불황을 이어오던 소비심리가 올해 초부터 경기회복에 대한 소비자의 기대심리가 커지면서 상반기의 출고량 증가로 이어진 것으로 보인다. 소비자 흐름의 잦아 역할을 하는 소비자지대지수가 3개월째 100선을 넘어섰으며 소

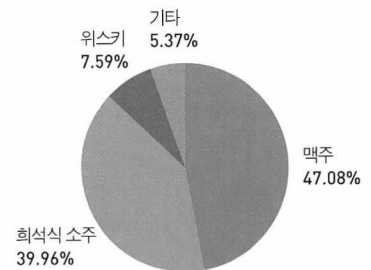
비자평가지수 또한 6개월째 상승세를 보이는 점을 감안하면 하반기 주류 출고도 이러한 상승세를 이어갈 것으로 예상된다.

우리나라의 대표적인 서민 대중주인 소주의 출고량은 전년대비 2.88% 증가하였고 맥주는 4.57%, 위스키는 7.44% 증가했다. 과실주의 경우 2005년 이후 포도주와 복분자주에 대한 소비자의 관심이 높아지고 웰빙 트렌드가 확산되는 추세가 이어져 17.03%라는 가장 큰 증가폭을 보이고 있다.

표1 주류출고현황(2007년 1월~6월)

구분	출고량(kt)	전년대비(%)	매출액(백만원)	전년대비(%)
계	1,534,873	103.66	3,407,439	103.90
희석식 소주	636,777	102.88	1,361,574	103.49
증류식 소주	143	280.39	1,119	414.44
일반 증류주	6,558	119.00	13,338	122.65
리큐르	1,612	85.47	9,085	88.14
위스키	5,693	107.44	258,497	106.13
브랜디	112	75.17	3,931	78.10
맥주	854,433	104.57	1,604,291	104.56
청주	11,163	98.18	48,154	99.99
과실주	9,518	117.03	59,225	123.28
약주	7,359	68.03	43,921	72.67
기타 주류	1,505	105.91	4,304	105.62

그림1 주요 주류시장 점유비(%)



\*매출액 기준

## 2. 주종별 동향

### 가. 희석식소주

지난해부터 시작된 순한 소주 경쟁이 금년 상반기에도 이어졌으며 이러한 영향으로 소주 출고량은 전년대비 2.88% 증가(매출액대비 3.49% 증가)하였다.

특히 상반기에는 순한 소주 경쟁과 동시에 고급화된 프리미엄 소주가 출시되어 시장을 형성하고 있다. 출고량 변화를 월별로 살펴보면 2월에 소폭 감소를 하였으나 5

월까지 증가추세를 보였으며 6월에는 5월 소주가격의 인상으로 인한 가수요의 발생으로 큰폭으로 감소를 하였다.

상반기에는 프리미엄소주등 신제품 출시와 도수를 낮춘 리뉴얼제품 출시와 업계의 적극적인 마케팅으로 소비자의 관심이 증가되어 소주 출고가 꾸준히 증가하였다. 이는 변화하는 음주문화와 여성음주의 증가등 순한소주를 선호하는 소비자 변화를 반영한 새로운 마케팅 전략으로 하반기에도 증가세를 유지할 것으로 보인다.

표2 소주 회사별 출고현황

구분	출고수량(kt)			매출액(백만원)		
	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)
계	618,923	636,777	102.88	1,315,633	1,361,574	103.49
금복주	54,721	56,714	103.64	118,272	123,552	104.46
대선	47,173	49,495	104.92	103,970	109,843	105.65
두산	65,528	83,588	127.56	119,230	161,877	135.77
무학	45,933	49,288	107.30	99,287	107,362	108.13
보해	35,985	40,650	112.96	76,042	83,344	109.60
선양	19,583	20,173	103.01	41,781	43,689	104.57
진로	327,608	312,372	95.35	705,853	676,506	95.84
충북소주	6,340	7,570	119.40	13,788	16,337	118.49
하이트주조	8,830	9,401	106.47	17,791	18,731	105.28
한라산	7,222	7,526	104.21	19,619	20,333	103.64

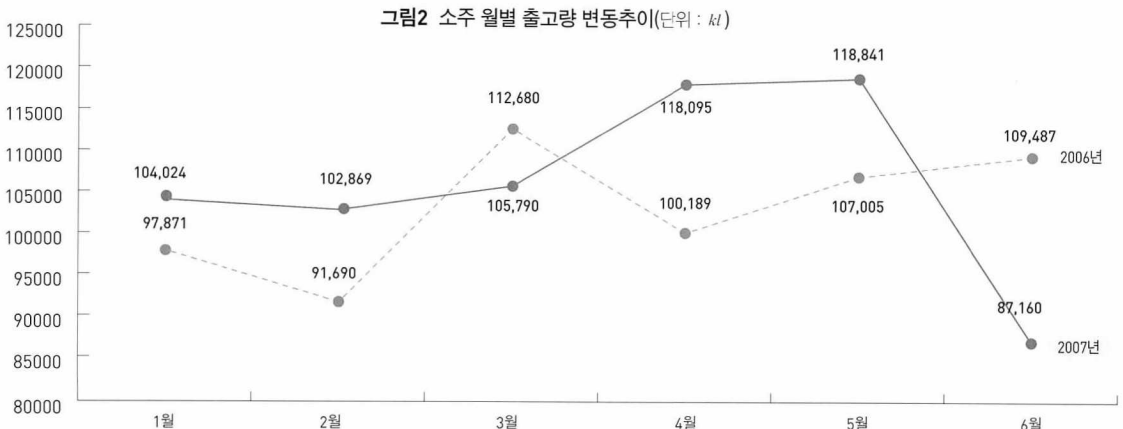


표3 소주 면세주 출고현황

구분	출고수량(kt)			매출액(백만원)		
	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)
합계	40,647	38,141	93.83	53,960	44,996	83.39
직수출	39,013	36,322	93.10	52,043	42,875	82.38
군납	1,287	1,342	104.27	1,450	1,511	104.21
기타	347	478	137.61	467	611	130.73

2007년 면세주는 내수의 출고가 증가한 반면 6.17% 감소하였다. 또한 면세주의 95.23%가 수출주로 대부분을 차지하고 있다. 상반기까지 군납소주는 4.27% 증가 하였으나 수출용소주는 6.9% 감소하였다. 또한 수출의 경우 진로와 두산이 전체 수출량의 95%를 차지 함으로써 수출시장을 주도하고 있다.

나. 맥주

맥주는 경기변동과 계절과 날씨에 민감한 주류로 소비량의 변화가 가장 크다. 상반기의 출고량은 5월3일에 있었던 가격인상에도 불구하고 이른 더위 및 평년보다 높은 기온으로 맥주의 출고는 4.56%증가한 것으로 나타났다.

월별로 살펴보면 1월부터 3월까지의 신학기의 시작과 더불어 신입생대상 및 일반인대상 온라인 이벤트등 다양한 마케팅을 진행하였으며 4월에는 5월의 가격인상으로 유통업체들의 가수요가 발생해 출고량을 급등시

켰다. 5월 이후에도 계절적인 영향으로 꾸준한 출고량 증가를 보이고 있다.

하반기 맥주업계는 전년보다 더운 날씨와 소비자대 지수가 6월까지 100P를 넘어서고 있는 것으로 보아 다양한 마케팅행사로 소비촉진을 유도할 것으로 보인다. 맥주의 용기별 출고량을 살펴보면 2003년 PET 용기 출시 이후 시장점유율이 병(45.56%), 생(20.31%), PET (17.52%), 캔(16.61%) 순으로 자리를 잡아가고 있다.

그림3 상반기 맥주 용기별 점유비(%)

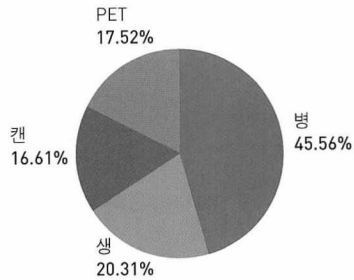
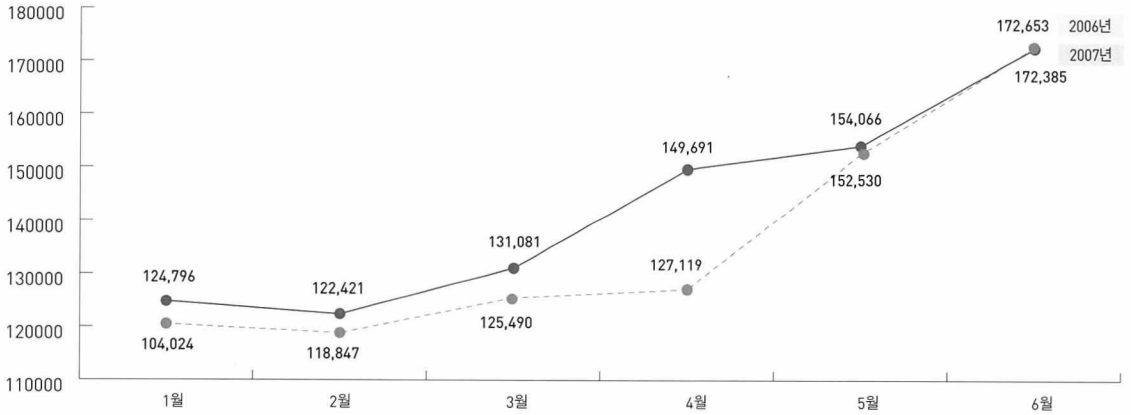


표4 맥주 회사별 출고 현황

구분	출고수량(kt)			매출액(백만원)		
	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)
계	817,131	854,433	104.56	1,534,389	1,604,291	104.56
오비맥주	321,579	346,286	107.68	576,813	637,794	110.57
하이트맥주	495,552	508,147	102.54	957,576	966,497	100.93

그림4 맥주 월별 출고량 변동추이(kt)



상반기 면세주류의 출고량은 10.74% 감소한 것으로 나타났다. 면세주류는, 수출이 65.51% 군납이 29.74%를 각각 차지하고 있다. 수출량은 전년대비 16.74% 감소하였으며, 군납맥주는 7.77% 증가하였다. 현재 국내 맥주는 주로 동남아시아를 중심으로 수출하고 있는데 홍콩 48.36%, 일본 20.47%, 몽고 10.68%, 미국 5.71%등에 집중되어 있다.

그림5 상반기 맥주 면세주 출고 점유비(%) 현황

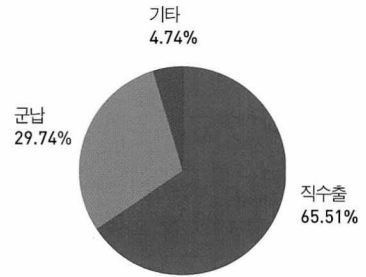


표5 맥주 면세주 출고 현황

구분	출고수량(kt)			매출액(백만원)		
	2006년 (1월-6월)	2007년 (1월-6월)	전년대비(%)	2006년 (1월-6월)	2007년 (1월-6월)	전년대비(%)
합계	38,129	34,033	89.26	34,405	30,881	89.76
직수출	26,769	22,296	83.29	21,618	17,436	80.66
군납	9,393	10,123	107.77	10,528	11,597	110.15
기타	1,967	1,614	82.05	2,259	1,848	81.81

다. 위스키

2007년 상반기 국내 위스키 출고량은 전년대비 7.44% 증가한 것으로 나타났다. 월별로 살펴보면 1~5월까지

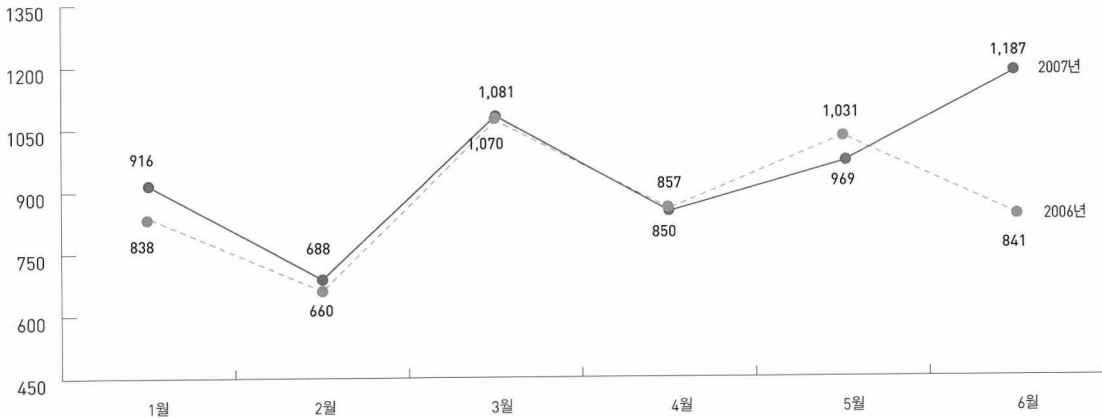
는 전년도와 비슷한 추세를 보였으나 6월에는 출고량이 증가하여 전년 동월대비 40% 정도의 높은 증가세를 보였다.

표6 위스키 출고 현황

구분	출고수량(kt)			매출액(백만원)		
	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)	2006년 (1월~6월)	2007년 (1월~6월)	전년대비(%)
계	5,299	5,693	107.44	243,557	258,497	106.13
두산	13	17	130.77	380	652	171.58
디아지오코리아	55	199	361.82	1,549	3,936	254.10
롯데칠성	2,133	2,146	100.61	95,140	96,781	101.72
보해양조	9	10	111.11	264	296	112.12
진로발렌타인스	3,089	3,321	107.51	146,224	156,832	107.25

\*국내에서 생산된 위스키로 수입위스키는 제외됨

그림6 상반기 위스키 월별 출고량 변동추이 비교(kt)

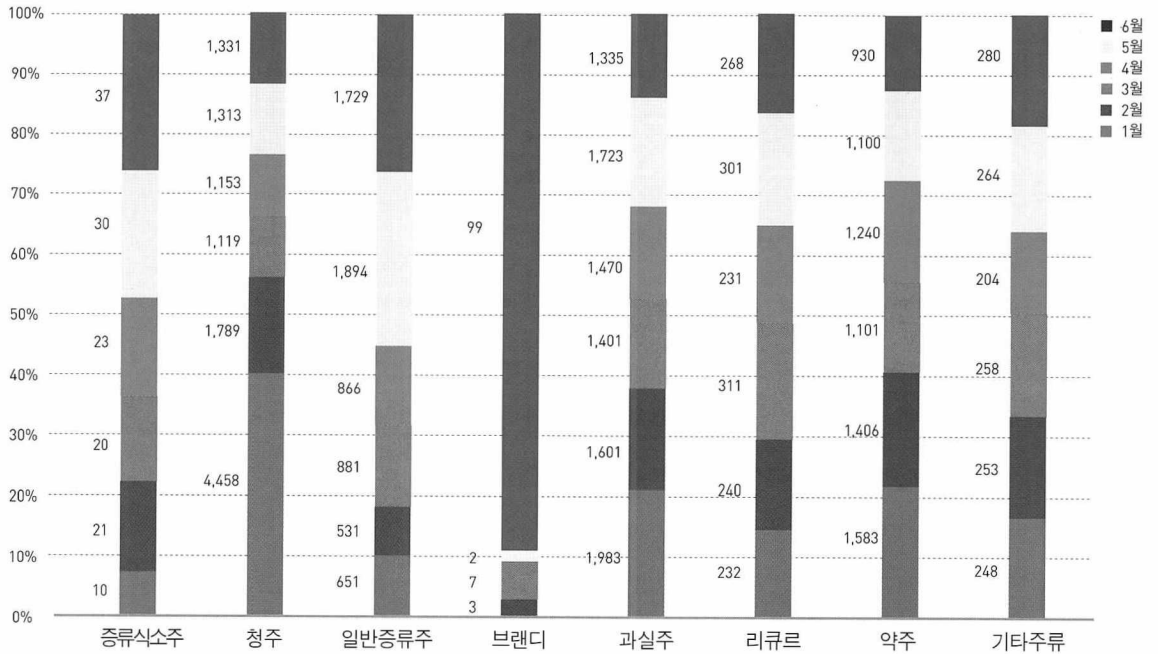


라. 그 외의 주류

리큐르(-14.53), 브랜드(-24.83), 청주(-1.82), 약주(-31.97)를 제외하고는 증가세를 보이고 있다. 가장 눈에 띄게 증가세를 보이고 있는 주류는 과일주(17.03%)와 증류식소주(180.39%)였다. 과일주는 리큐르의 주종변경과 포도주와 복분자주, 매실주에 대한 소비자의 관심도가 높아

지고 웰빙트렌드가 확산됨으로 인한 증가로 볼 수 있으며 증류식소주는 국순당 L&B의 신제품의 출시로 증가하였다. 리큐르의 경우 전년에 이어 주세가 낮은 과실주로 주종변경으로 계속해서 감소세를 보이고 있으며 약주는 소주의 저도화 추세 영향으로 인해 기존제품의 리뉴얼과 신제품 개발을 하고 있으나 지속적으로 감소하고 있다.

그림7 상반기 월별 출고량(kl) 변동추이 비교



### 3. 전망

2007년 국내 주류시장은 하반기에도 소비자기대지수가 점점 높아짐에 따라 상반기와 비슷한 성장세를 유지할 것으로 기대하고 있다. 한국경제연구원은 하반기 경제성장률을 4%중반 상승, 완만한 속도로 경기가 회복될 것으로 전망하고 있다. 소주의 경우 소비자들의 바뀐 음주문화와 저도주 선호에 부응한 저도소주의 바람이 하반기에도 이어갈 것으로 보이며, 고급 프리미엄 소주도 서서히 시장을 형성해 나갈 것으로 예상되어 진다. 맥주업계는 소비자 음주행태에 맞게 계층별 지역별

전략으로 소비자에 직접 찾아가는 마케팅을 펼칠 것으로 보여지며 경기회복과 전년에 비해 더운 기온에 영향으로 증가세를 보일 것으로 전망된다. 기타주류도 과실주 등 웰빙트렌드에 맞물려 하반기에도 계속 이어질 것으로 보인다. 전체 주류업계가 점점 회복세를 보이는 시장경제에서 소비자가 선호도와 신선한 마케팅전략으로 노력한다면 하반기 주류시장은 4~6% 성장할 것으로 전망된다.