

# 세계 주류시장 동향 : 와인, 스카치위스키

기획조사팀

## 와인(Wine)

2007년 세계와인시장은 경제불안과 자연재해 등의 악재를 겪었음에도 불구하고 전년에 비해 판매량이 0.5% 증가하였으며, 총 와인 판매량은 26억 5,340만 상자(1상자=9Liter)를 기록하였다.

특히 와인소비가 급속도로 늘고 있는 중국에서는 와인판매량이 전년에 비해 34.5%나 증가하였

으며, 미국의 경우 경기침체에도 불구하고 와인판매량이 4% 증가하였다. 반면 시장포화상태에 있는 유럽의 경우 프랑스(전년대비 2.5%감소), 이탈리아(1.6%감소), 스페인(1.8%감소) 등 주요 와인 소비국의 와인판매량이 감소하였다.

세계 주류시장에서 와인은 맥주, 증류주의 경우처럼 소수의 대기업이 대부분의 시장점유를 하고 있는 것과는 달리 수많은 소규모 와이너리들이 와

## 2007 세계 상위 10개 와인 소비국가

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	국 가	소 비 량			증 감		소비량 점유율		
		2005	2006	2007	05-06	06-07	2005	2006	2007
1	프 랑 스	366.7	366.7	357.4	-	-2.5%	13.9%	13.8%	13.4%
2	미 국	278.9	290.0	301.5	4.0%	4.0%	10.5%	10.9%	11.3%
3	이 탈 리 아	306.7	303.7	298.9	-1.0%	-1.6%	11.6%	11.4%	11.2%
4	독 일	218.1	221.5	225.2	1.6%	1.7%	8.2%	8.3%	8.4%
5	스 페 인	154.4	150.2	147.5	-2.8%	-1.8%	5.8%	5.7%	5.5%
상위 5개 국가 소계		1,324.8	1,332.0	1,330.5	0.5%	-0.1%	50.1%	50.2%	49.9%
6	영 국	146.1	140.8	134.4	-3.6%	-4.5%	5.5%	5.3%	5.0%
7	아르헨티나	121.9	123.4	124.1	1.2%	0.6%	4.6%	4.6%	4.7%
8	러 시 아	94.4	94.9	94.5	0.5%	-0.5%	3.6%	3.6%	3.5%
9	중 국	47.0	54.8	74.0	16.6%	35.0%	1.8%	2.1%	2.8%
10	루 마 니 아	65.6	61.6	56.4	-6.0%	-8.4%	2.5%	2.3%	2.1%
상위 10개 국가 소계		1,799.8	1,807.6	1,813.9	0.4%	0.3%	68.1%	68.1%	68.1%
그외 국가		844.8	845.8	851.5	0.1%	0.7%	31.9%	31.9%	31.9%
총 계		2,644.6	2,653.4	2,665.4	0.3%	0.5%	100.0%	100.0%	100.0%

※ 자료 : Impact Databank

인을 제조하고 있다.

이런 와인시장에도 통합화의 바람이 불고 있는데, 최근 미국의 컨스텔레이션(Constellation Brands)이 포춘 브랜드(Fortune Brands)의 미국내 와인 사업을 인수한 것이 그 예이다. 컨스텔레이션은 이외에도 2004년 캘리포니아의 Robert Mondavi 와이너리, 2006년 캐나다의 Vincor International을 인수하는 등 적극적인 사업확장에 추진해왔으며 그 결과 2007년 10억 상자의 와인을 판매하며 세계 와인 판매량 1위에 올랐다. 컨스텔레이션은 향후에도 지속적인 사업확장을 계획하고 있어 귀추가 주목되고 있다.

**미국** : 2007년 약 3억 상자의 와인이 판매된 미국은 이탈리아를 제치고 세계 2위 와인소비국이 되었다. 미국에서는 유럽에 비해 다소 고가의 와인이 팔리고 있어 와인 매출액 기준으로는 이미 1990년대 말부터 세계 1위를 지키고 있다.

그러나 미국인의 1인당 연간 와인 소비량은 8.9리터 수준으로 45.7리터에 이르는 이탈리아에 비하면 상당히 낮은 수치이다. 이는 곧 미국인의 와인소비량이 지속적으로 증가될 수 있음을 의미하기도 한다. 따라서 세계 와인시장 전문가들은 미국의 와인소비량이 프랑스를 따라잡는 것은 시간문제일 뿐이라도 예상하고 있기도 하다.

사실 2007년 미국 경제는 고유가와 달러화약세, 부동산침체로 인해 최악의 상황이었다. 그러나 미국내 와인판매는 오히려 증가하였다. 물론 미국인들의 외식횟수가 예전보다 줄어들어 업소내 와인판매량은 감소하였으나 대신 주류소매점의 와인판매량이 증가하였다. 한편 달러화의 약세는 미국산 와인의 해외수출에 유리하게 작용하고 있으며 2007년 미국산 와인의 해외수출량은 전년 대비 12% 증가한 4억 7,400만 상자를 기록했으며 이중 절반가량이 유럽으로 수출되었다.

## 2007 세계 상위 10개 와인 제조사

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제조사	본사소재지	판매량			증감	
			2005	2006	2007	05-06	06-07
1	Constellation Brands	미국	100.0	103.5	104.5	3.5%	1.0%
2	E&J Gallo Winery	미국	68.9	72.4	75.0	5.0%	3.5%
3	The Wine Group	미국	41.6	41.9	44.3	0.6%	5.8%
4	Forster's Wine Estates	호주	39.4	39.7	40.5	0.8%	2.0%
5	Pernod Ricards	프랑스	37.5	37.5	38.1	-	1.5%
상위 5개 제조사 소계			287.4	294.9	302.3	2.6%	2.5%
6	Castel Freres	프랑스	35.8	36.0	36.0	0.5%	-
7	Bacardi Ltd	버뮤다	25.7	25.7	26.0	-	1.0%
8	Vina Concha y Toro	칠레	19.7	21.4	25.8	8.6%	20.6%
9	Les Grands Chais de France	프랑스	21.2	22.0	21.5	3.5%	-2.0%
10	Caviro Societa Cooperativa	이탈리아	18.4	18.5	18.5	0.5%	-
상위 10개 제조사 소계			408.2	418.4	430.0	2.5%	2.8%
상위 10개 제조사의 세계와인시장 점유율			15.4%	15.8%	16.1%		

※ 자료 : Impact Databank

## 2007 세계 상위 10개 와인 제품

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제 품 명	제 조 사	원산지	핀 매 량		증 감
				2006	2007	06-07
1	FRANZIA	The Wine Group	미 국	23.0	24.0	4.3%
2	MARTINI	Martini&Rossi IVLAS	이탈리아	13.9	13.8	-1.0%
3	CARLO ROSSI	E&J Gallo Winery	미 국	12.8	13.3	3.5%
4	CONCHA Y TORO	Vina Concha y Toro	칠 레	8.6	10.8	36.0%
5	GALLO FAMILY VINEYARDS	E&J Gallo Winery	미 국	11.0	10.8	-2.0%
상위 5개 제품 소개				69.3	72.6	4.8%
6	YELLOW TAIL	Cassella Wines	호 주	10.5	10.5	-
7	TAVERNELLO	Caviro Societa Cooperativa	이탈리아	10.6	10.2	-3.5%
8	BERINGER	Forster's Wine Estates	미 국	8.9	9.4	5.0%
9	SUTTER HOME	Trinchero Family Estates	미 국	8.1	8.4	4.4%
10	JACOB'S CREEK	Perod Ricard	호 주	7.4	8.2	10.2%
상위 10개 제품 소개				114.8	119.3	3.9%
상위 10개 제품의 세계와인시장 점유율				4.3%	4.5%	

※ 자료 : Impact Databank

미국의 와인수입을 보면 그동안 미국에 가장 많은 와인을 수출했던 호주가 이상기후로 인해 와인 생산량이 감소함에 따라 미국으로의 와인수출이 20년만에 처음으로 감소(전년대비 7.5%감소)하였으며, 설상가상으로 호주화가 강세를 보이고 있어 미국내 수입와인 1위 자리는 조만간 이탈리아가 차지할 것으로 예상된다.

**아르헨티나** : 같은 아메리카 대륙 국가중 아르헨티나의 경우 2007년 1억 2,400만 상자의 와인이 소비되었으며 이는 전년에 비해 0.6% 증가한 양이다.

유럽문화의 영향으로 기존부터 많은 와인이 소비되던 아르헨티나에서는 현재의 서유럽과 마찬가지로 1인당 평균 와인소비량이 감소하고 있으며, 와인사업자들 역시 수출에 주력하고 있다. 아르헨티나의 와인수출량은 2003년 이후 매년 30%

씩 증가하고 있으며 미국과 브라질로 가장 많이 수출되고 있으며 최근에는 러시아, 영국, 캐나다, 네덜란드를 대상으로 한 수출량이 증가하고 있다.

**유럽연합** : 유럽연합은 2년간의 협상끝에 와인 정책을 개정하였으며 이번 개정의 주목적은 와인 공급과 수요의 균형을 맞추는 것이다. 유럽연합은 그동안 논란이 되어왔던, 와인에탄올(와인을 원료로한 에탄올) 사업에 대한 보조금을 단계적으로 줄여나가기로 하였다. 또한 와인 과잉공급문제를 해결키 위해 기존 400,000헥타르의 와인재배지를 축소하기로 했던 계획을 175,000헥타르로 축소시켰다.

최근 유럽와인시장의 가장 큰 이슈는 페르노리카(Pernod Ricard)의 Vin & Spirit 인수이다. 페르노리카는 이번 인수를 통해 세계에서 가장 널리

알려진 보드카인 엡솔루트(Absolut) 뿐만 아니라 'Chill Out', 'Blossa Glogg', 'Chymos' 등의 와인 포트폴리오 역시 확장하게 되었다. 또한 V&S와인이 구축해놓은 북유럽지역의 유통망을 이용하여 'Jacob's Creek' 과 같은 자사의 주력 와인을 손쉽게 북유럽 와인시장에 유통할 수 있는 기회를 갖게 되었다.

유럽연합내 국가별로 살펴보면, 유럽연합 뿐만 아니라 세계 최대의 와인소비국인 프랑스의 경우 와인소비가 지속적으로 줄고 있어 세계 2위 와인 소비국인 미국과의 격차가 점점 줄어들고 있다 (2000년 1억 5,470만 상자에 달했던 미국과의 소비량 차이는 2007년 5,600만 상자까지 감소하였다). 또한 프랑스의 와인사업은 다수의 소규모업체로 세분화되어 있다. 덕분에 프랑스는 세계 최대의 와인 생산국임에도 불구하고 판매량 기준 세계 상위 10개 와인제품 중 프랑스산은 하나도 없는 형편이다.

이탈리아의 와인소비 역시 감소하고 있으며, 2007년에는 3억 상자이하까지 감소하였다. 반면 세계 4위 와인소비국인 독일의 경우 2007년 와인 소비량이 전년에 비해 1.6% 증가하였다. 서유럽 국가에서 와인소비량이 증가한 것은 독일이 유일하다.

세계 8위 와인소비국 러시아의 경우 지난 3년 동안 성장이 정체되어 있다. 그러나 와인산업 관련자들은 러시아의 잠재력을 여전히 높게 평가하고 있다.

영국은 유럽연합 국가중 가장 많은 양의 와인을 수입하고 있는 국가(유럽연합 와인수입량의 25%

차지)로 프랑스산 와인을 가장 많이 수입하고 있다.

그러나 영국 와인시장은 소매점간의 치열한 경쟁과 높은 세금으로 인해 어려움을 겪고 있다. 영국정부는 3월 중순부터 740ml 병당 세금을 14펜스, 1상자당 1.68파운드의 주세를 인상하였다. 현재 영국은 유럽연합내에서 가장 많은 주세를 부과하고 있는 국가이며, 최근의 주세인상은 와인을 포함한 모든 주류가격인상에 큰 영향을 미치고 있다. 이로 인해 영국와인시장은 당분간 침체기를 겪을 것으로 예상되고 있다.

**아시아** : 아시아 와인시장에서 가장 주목받고 있는 국가는 중국이다. 중국에서는 2007년 7,400만 상자의 와인이 판매되며 세계 9위에 올랐다. 주목할 점은 중국인의 1인당 연간 와인소비량(0.5리터)으로 세계 평균(3.6리터)에 비해 현저히 낮은 수준이다. 이 때문에 세계 와인제조사들은 중국을 어마어마한 잠재력을 지닌 국가로 평가하고 사업진출 및 확장을 추진하고 있다. 실제로 중국에서는 이미 많은 사람들이 자국산 와인을 즐기고 있으며, 이들이 수입산 프리미엄 와인을 찾게 만드는 것이 다국적 와인제조사들의 목표가 될 것이다.

인도의 경우 증류주가 인기를 끌고 있으며, 와인은 많은 주목을 받지 못하고 있다. 그러나 인도 주류시장 최대 기업인 UB(United Breweries)는 다양한 수입와인을 인도에 선보이고 있다. 지난해 UB가 인도로 수입하여 판매한 와인의 수는 60여 종류로 프랑스, 이탈리아, 남아공, 뉴질랜드 등에서 수입되었다. UB는 인도의 젊은이들 사이에서 와인소비량이 증가하고 있음에 주목하고, 이와 같은 사업확장을 실시하고 있는 것으로 보인다.

세계 와인제조사들은 이외에도 기존부터 많은 와인이 소비되어 온 일본과 최근 와인소비량이 빠르게 증가하고 있는 한국, 필리핀 등을 아시아내 주요 와인시장으로 꼽고 있다.

세계 와인산업은 고유가 및 경제불안에도 불구하고 지속적으로 성장하고 있다. 서유럽 등의 포화시장에서의 수요감소 보다 중국, 미국 등 새롭게 떠오르고 있는 시장에서의 수요증가가 더 많기 때문에 향후 세계 와인시장은 꾸준히 발전할 것으로 전망된다.

## 스카치위스키(Scotch Whisky)

2007년 스카치위스키 시장은 세계적인 경제불황에도 불구하고 판매량 기준 전년대비 4% 성장하며 지난 몇 년간 이어온 성장세를 이어갈 수 있었다.

특히 스카치위스키 수출액의 경우 전년에 비해 13.7%나 증가하여 연 수출액 30억 파운드 달성을 눈앞에 두고 있으며 수출량 기준으로는 전년대비 7.9% 증가하는 등 수출량과 수출액 모두 호조를 보이고 있다.

### 2007 세계 상위 15개 스카치위스키 제품

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제품명	제조사	판매량				증감(%)
			2000	2005	2006	2007	06-07
1	JOHNNIE WALKER	Diageo	10.2	13.0	14.3	15.8	10.6%
2	BALLANTINE'S	Pernod Ricard	5.5	5.6	5.6	6.2	9.8%
3	J&B	Diageo	6.2	5.9	5.9	5.9	1.4%
4	GRANT'S	William Grant & Sons	3.9	4.1	4.4	4.8	9.1%
5	CHIVAS REGAL	Pernod Ricard	3.1	3.8	4.0	4.4	10.6%
상위 5개 제품 소개			28.7	32.5	34.1	37.1	8.7%
6	DEWAR'S	Bacardi	3.6	3.5	3.4	3.5	3.0%
7	FAMOUS GROUSE	Highland Distillers Brands	2.3	2.8	2.9	2.9	-
8	100PIPERS	Pernod Ricard	1.2	3.3	2.9	2.5	-15.0%
9	BELL'S	Diageo	2.1	2.1	2.0	2.3	11.1%
10	TEACHER'S	Beam Global Spirits & Wine	1.5	1.8	1.8	2.0	7.4%
상위 10개 제품 소개			39.5	46.1	47.5	50.2	6.3%
11	LABEL 5	La Martiniquaise	1.2	1.6	1.7	1.9	9.9%
12	WILLIAM PEEL	William Pitters International	1.0	1.6	1.8	1.8	1.1%
13	CUTTY SARK	Berry Bros & Rudd	1.9	1.8	1.8	1.7	-2.9%
14	CLAN CAMPBELL	Pernod Ricard	1.5	1.6	1.6	1.6	5.1%
15	BUCHANAN'S	Diageo	0.8	1.0	1.3	1.6	21.9%
상위 15개 제품 소개			45.8	53.5	55.4	58.9	6.3%
기타 제품			25.5	20.9	22.5	22.2	-1.3%
총계			71.3	76.4	77.9	81.1	4.0%

※ 자료 : Impact Databank

대형 스카치위스키업체들은 자사의 주요제품에 대한 장기적인 투자를 계획해왔으며, 이미 제조시설확충과 홍보강화를 추진중에 있다.

세계 판매 1위 스카치위스키 ‘조니워커(Johnnie Walker)’를 생산하는 디아지오(Diageo)는 인도, 중국, 러시아, 브라질, 멕시코 등 신흥시장의 수요증가를 충족시키기 위해 2007년 초에 스카치위스키 설비증대에 약 2억달러를 투자하였으며 그 결과 연 판매량이 전년대비 10.6%증가하였다. 페르노리카(Pernod Ricard)의 ‘발렌타인스(Ballantine's)’와 ‘시바스 리갈(Chivas Regal)’도 전년에 비해 판매량이 각각 9.8%, 10.6%씩 증가하였다.

디아지오와 페르노리카는 중국, 인도 등 경제발

전과 더불어 주류소비가 증가하고 있는 신흥 주류 시장에서 위스키 소비가 증가하고 있음을 주목하고 있으며 이를 위한 지속적인 투자를 실시할 것으로 보인다.

세계 판매 4위 스카치위스키인 ‘그랜트(Grant's)’ 역시 판매량이 전년대비 9.1% 증가하는 등 세계 판매량 상위 10개 제품중 ‘100파이퍼스(100Pipers)’를 제외한 9개 제품 모두가 판매량이 증가하였다. 그러나 일각에서는 경제불황과 고유가, 원자재가격 인상 등으로 인해 소비자의 구매력이 떨어질 수 있다는 비판론도 나오고 있다. 따라서 스카치위스키업체가 이와 같은 난관을 어떻게 극복할지에 관심이 쏠리고 있다.

### 2007 상위 10개 스카치위스키 수입국가 (수입량 기준)

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	국 가	소 비 량						증감(%) 06-07
		1990	1995	2000	2005	2006	2007	
1	프 랑 스	7.6	9.2	10.6	12.0	14.2	14.4	1.6%
2	미 국	12.8	9.9	9.3	9.3	10.6	10.1	-5.1%
3	스 페 인	4.7	7.0	12.4	7.2	7.2	9.8	37.6%
4	싱 가 포 르	0.3	0.5	0.4	1.2	1.8	3.9	216.0%
5	남 아 공	2.1	2.3	1.5	2.4	3.3	3.6	9.7%
상위 5개국 소계		38.3	36.7	43.6	40.6	40.5	41.8	13.1%
6	베 네 수 엘 라	0.7	1.5	3.1	2.6	3.2	3.5	7.8%
7	한 국	1.3	2.6	2.8	3.1	3.1	3.3	9.0%
8	태 국	1.7	1.9	2.6	3.9	3.4	3.3	-2.0%
9	독 일	1.9	2.5	2.4	2.3	2.5	3.2	29.6%
10	그 리 스	2.5	2.5	2.6	1.9	2.0	2.6	31.4%
상위 10개국 소계		35.5	40.0	47.7	45.9	51.1	57.7	13.0%
기타국가		42.1	41.5	38.0	39.6	36.6	36.9	0.8%
총 계		77.7	81.4	85.7	85.6	87.7	94.6	7.9%

※ 싱가포르 수입량의 대부분이 중국으로 재수출됨

※ 자료 : Impact Databank

**프랑스** : 프랑스는 와인의 천국으로 유명한 국가이지만 실제로 세계 최대의 스카치위스키 소비국이기도 하다. 2007년 프랑스에서는 998만 상자(9Liter)의 스카치위스키가 소비(2006년 대비 2.5%증가)되었으며, 2008년에도 지속적인 증가세를 유지할 것으로 전망된다.

프랑스에서는 저가의 스카치위스키가 주를 이루고 있으나, 최근 고가 제품의 판매량도 증가하

고 있다. 2007년 프랑스의 스카치위스키 매출액이 전년대비 약 7%증가하여 연 매출액 3억달러에 근접한데에는 고가 위스키판매 증가가 큰 몫을 담당하였다.

사실 프랑스 스카치위스키 시장은 성숙단계에 이른지 오래되었으며, 따라서 몇 년 전만 하더라도 소비가 감소할 것이라는 예상이 지배적이었다. 그러나 이와 같은 우려를 불식하듯 프랑스의 스카치위스키시장은 지속적으로 성장하고 있다.

### 2007 상위 5개 스카치위스키 제품 (프랑스)

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제품명	제조사	판매량				증감(%) 06-07
			2000	2005	2006	2007	
1	WILLIAM PEEL	William Pitters International	925	1,440	1,620	1,675	3.2%
2	LABEL 5	La Martiniquaise	1,110	1,310	1,410	1,500	6.4%
3	GRANT'S	William Grant & Sons	1,000	1,000	1,090	1,250	14.8%
4	CLAN CAMPBELL	Pernod Ricard	1,050	1,050	1,025	1,050	2.5%
5	J&B	Diageo	605	675	720	725	0.5%
상위 5개 제품 소개			4,690	5,480	5,865	6,200	5.7%
기타 제품			4,535	3,970	3,860	3,775	-2.3%
총계			9,225	9,450	9,725	9,975	2.5%

※ 자료 : Impact Databank

**스페인** : 세계 3위 스카치위스키 소비국인 스페인에서는 최근 다크 럼(Dark Rum), 골든 럼(Golden rum) 등과의 경쟁으로 인해 스카치위스키시장이 어려움을 겪고 있다. 스페인내 소비 1위 스카치위스키인 J&B의 경우 2007년 판매량이 전년에 비해 5% 감소한 238만 리터를 기록했으나 여전히 2위인 발렌타인스에 비해 60만 리터가량 앞서있다.

한편 고가 럼과의 경쟁은 스카치위스키의 고급화를 선도하고 있다. 실제로 스페인에서 인기

를 얻고 있는 럼 제품인 '브루갈(Brugal)', 'Barcelo(바르셀로)'의 가격은 12~15유로 수준이며 이는 평균적인 스카치위스키 가격(11.50)보다 다소 비싼 수준이다. 이에 맞춰 고가 스카치위스키가 인기를 얻고 있으며, 이는 스카치위스키소비량은 줄어들어도 매출액은 오히려 증가할 수도 있음을 의미한다.

스페인에서 럼과 스카치위스키 소비의 많은 양은 콜라와 같은 탄산음료와 혼합된 룡 드링크 형태의 칵테일로 쓰이고 있다.

## 2007 상위 5개 스카치위스키 제품 (스페인)

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제품명	제조사	판매량				증감(%)
			2000	2005	2006	2007	06-07
1	J&B	Diageo	2,715	2,750	2,500	2,375	-5.0%
2	BALLANTINE'S	Pernod Ricard	1,750	1,725	1,700	1,750	3.0%
3	DEWAR'S	Bacardi-Martini	650	700	700	725	3.5%
4	CUTTY SARK	Berry Bros & Rudd	585	740	700	650	-7.1%
5	JOHNNIE WALKER RED	Diageo	390	475	450	475	5.0%
상위 5개 제품 소계			6,090	6,385	6,050	5,975	-1.3%
기타 제품			1,485	1,465	1,450	1,450	0.1%
총계			7,575	7,850	7,500	7,425	-1.0%

※ 자료 : Impact Databank

**영국** : 2007년 영국의 스카치위스키 소비는 전년에 비해 소폭 증가(+0.5%)하였다. 이는 Sainsbury, Tesco, Asda 등 대형 슈퍼마켓의 적극적인 판매에 의한 결과였다. 그러나 영국정부는 올해부터 증류주에 대한 세금을 인상하였고, 이는 영국의 스카치위스키 판매량에 영향을 줄 것으로 보인다.

기타 유럽지역의 스카치위스키 시장동향을 보면 그리스와 독일에서의 판매량이 많이 증가하였으며, 폴란드, 불가리아, 헝가리, 루마니아 등 동

유럽지역의 스카치위스키 소비도 증가하였다.

**미국** : 2007년 미국의 스카치위스키 시장은 고유가, 부동산시장침체 등의 영향으로 다소 부진했다. 총 소비량의 경우 2006년에 비해 소폭 증가(800만 상자)하였다. 그러나 상대적으로 고가의 제품이 인기를 얻음에 따라 매출액 측면에서는 많은 신장을 기록했다. 실제로 미국은 스카치위스키 수입량 2위 국가일 뿐만 아니라 수입액면에서는 세계 1위 국가이다.

## 2007 상위 5개 스카치위스키 제품 (영국)

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제품명	제조사	판매량				증감(%)
			2000	2005	2006	2007	06-07
1	BELL'S	Diageo	1,220	1,375	1,350	1,450	7.5%
2	FAMOUS GROUSE	Maxxium UK	1,065	1,150	1,225	1,225	-
3	TEACHER'S	Fortune Brands	525	575	600	625	4.5%
4	GRANT'S	William Grant & Sons	375	500	555	485	-12.8%
5	High Commissioner	Glen Catrine	435	360	370	420	13.5%
상위 5개 제품 소계			3,620	3,955	4,095	4,200	2.6%
기타 제품			4,455	4,215	4,165	4,100	-1.5%
총계			8,075	8,175	8,255	8,300	0.5%

※ 자료 : Impact Databank



## 2007 상위 5개 스카치위스키 제품 (미국)

단위 : 백만상자 (1상자=9 Liter)

순위	제품명	제조사	판매량				증감(%) 06-07
			2000	2005	2006	2007	
1	DEWAR'S	Bacardi USA	1,400	1,375	1,360	1,375	1.1%
2	JOHNNIE WALKER BLACK	Diageo	550	695	735	790	7.5%
3	JOHNNIE WALKER RED	Diageo	675	660	675	695	3.0%
4	CLAN MACGREGOR	William Grant & Sons	600	650	600	590	-1.7%
5	CHIVAS REGAL	Pernod Ricard	510	485	480	455	-5.2%
상위 5개 제품 소계			3,735	3,865	3,850	3,905	1.4%

※ 자료 : Impact Databank

미국내 1위 스카치위스키는 바카디(Bacardi)의 '듀어스(Dewar's)'로 2007년 136만 상자가 판매되었으며 이는 2위 '조니워커블랙라벨(Johnnie Walker Black)' 보다 58만 상자나 많은 양이다. 바카디는 듀어스에 대한 오랜 투자로 미국시장에서 굳건한 자리를 잡고 있기 때문에 달러화약세 및 지속적인 경제불황에도 불구하고 듀어스의 판매가 큰 영향을 받지 않을 거라 기대하고 있다.

**아시아** : 아시아지역에서는 한국이 가장 주목을 받고 있는데, 이는 소비량이 많을 뿐만 아니라 울트라 프리미엄, 디럭스급의 고가의 스카치위스키가 특히 많이 소비되고 있기 때문이다.

한편 세계 주요 스카치위스키 업체들은 지속적으로 중국 시장에 투자를 하고 있다. 현재 중국 수입주류시장에서는 위스키, 코냑 및 보드카의 판매가 꾸준히 늘고 있으며 주류업계에서는 중국 시장의 성장이 향후 계속될 것으로 전망하고 있다.

인도에서는 위스키가 가장 인기 있는 증류주이지만, 대부분 자국산 위스키가 시장을 점유하고 있으며, 높은 관세로 인해 스카치위스키의 수입은 많지 않은 편이다.

**기타국가** : 현재 대만, 러시아, 브라질, 남아공 등이 신흥 스카치위스키 시장으로 주목받고 있으며, 향후 스카치위스키 업체들의 대대적인 투자가 예상되고 있다.

