

2008년 국내주류 출고동향

김태호 기획조사팀 과장

1. 개요

2008년 우리나라는 다년간 지속된 소비여력 약화, 고용불안, 소득 불균형, 미국발 금융위기로 인해 위기의 한해였으며, 이로 인해 가계소비 부진이 이어지며 경기가 회복되지 못하는 악순환이 지속되는 시기였다. 주류업계는 상반기 달러화 강세 및 곡물가격 인상 등으로 원자재 가격이 폭등 하는 등 많은 어려움을 겪기도 했으나, 상반기 말부터 찾아든 무더위와 하반기 베이징올림픽에서 한국선수들의 선전으로 주류 소비가 회복되기도 했다.

지난해 우리나라 주류시장은 소비경기의 영향으로 고가주류 등이 주춤하는 반면 소주, 맥주가 소폭 상승하는 현상을 보였으며, 경기악화에 따른 저렴한 주류소비, 음용횟수 감소, 적정음주, 가정 내 주류 소비 증가 등 소비행태도 많은 변화를 보였다.

우리나라 술 소비는 쌀, 보리, 고구마 등 곡류와 서리로 증류해서 빚는 소주와 맥주보리를 사용해 발효해서 만드는 맥주가 대부분이며, 최근 들어 쌀과 누룩을 이용해 만드는 막걸리가 늘어나고 있기도 하다. 본회 회원사(막걸리를 제외)를 기준으로 2008년 주류출고수량 점유율을 살펴보면 맥주(57%)와 소주(41%)가 약98%를 이루고 있다. 이러한 점유율은 지난 10년 전과 큰 차이를 보이지 않고 있어 맥주, 소주 업계가 다양한 소비자의 요구에 적극적인 대처와 연구·개발을 통한 제품 출시 등 활발한 활동에 힘쓰고 있음을 알 수 있다.

2008년 본회 회원사 주류출고량은 약 327만kl로 지난해 보다 약4% 상승하였으며, 출고금액으로는 약 7조2천9백억원 규모를 보이고 있다. 소주와 맥주, 과실주를 제외한 대부분 주류는 전년보다 감소하는 등 다소 힘겨운 상황을 보였으며, 특히 위스키의 경우는 30% 이상이 감소하기도 했다. 이러한 결과는 앞서 설명한 바와 같이 소비경기 악화로 비교적 가격이 높은 주류의 소비를 줄이는 한편, 지난해부터 많은 유행을 타고 있는 소맥 즉, 소주와 맥주를 섞어 마시는 소비자가 증가하는 영향도 있는 것으로 보인다.

리큐르의 경우 전년보다 감소하고 과실주가 전년수준을 유지하는 현상은 업체들이 주류제조방법을 변

경하여 주세가 낮은 과실주로 옮겨가고 있기 때문인 것으로 보이며, 이 같은 추세는 당분간 지속될 것으로 판단된다. 또한, 진로와 두산의 복분자주시장 진출도 과실주 성장에 한 몫을 차지하기도 했다.

2007년 괄목할 만한 성장을 보였던 증류식소주는 2008년 다소 부진한 한해를 보인 것으로 보이나, 일부 포함된 과실담금 전용술을 제외하면 2008년 158kl('07년 97kl)로 전년대비 63%의 큰 증가를 보였다. 증류식소주는 소비자의 찾는 횟수가 증가할 뿐만 아니라 업계에서도 다양한 신제품과 리뉴얼 제품들을 내놓고 있어 선택의 폭이 넓어져 향후에도 꾸준한 성장이 예상되고 있다.

우리나라는 예전 탁주가 주류소비의 상당 부분을 차지했으나, 점차 쇠락했다가, 경기가 어려워진 지금은

주류 출고 현황

단위 : kl, %

구 분		2008년			2007년	2006년
		수 량	전년대비	점유비		
증류주	희석식소주	1,343,334	104.97	41.06	1,279,685	1,265,581
	증류식소주	182	78.79	0.01	231	118
	일반증류주	12,025	99.50	0.37	12,086	10,988
	리 큐 르	2,057	85.00	0.06	2,420	3,590
	위 스 키	8,216	67.63	0.25	12,149	10,775
	브 랜 디	198	98.51	0.01	201	274
발효주	맥 주	1,861,495	104.07	56.90	1,788,618	1,724,018
	청 주	22,276	97.34	0.68	22,884	23,963
	과 실 주	18,554	100.61	0.57	18,441	16,286
기 타 주류		3,046	88.78	0.09	3,431	2,980
합 계		3,271,383	104.18	100.00	3,140,146	3,058,573

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외)

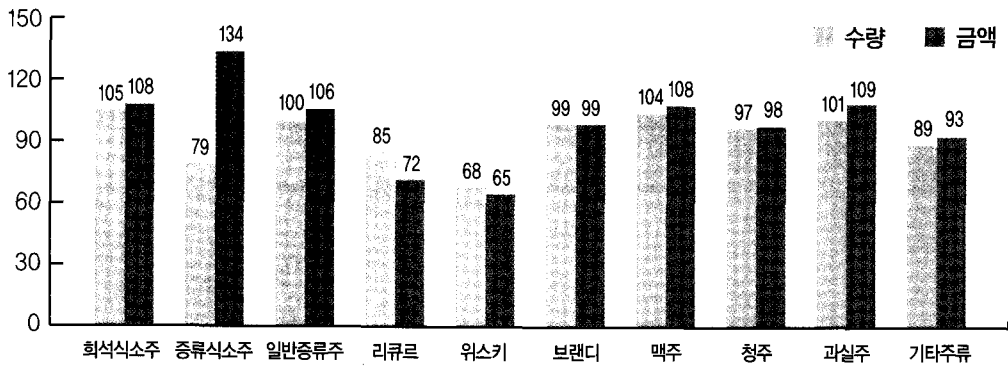
주류 매출액 현황

단위 : 백만원, %

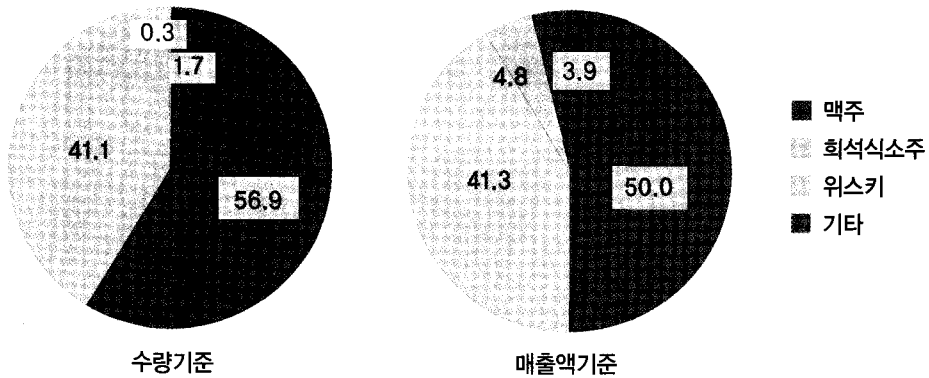
구 분		2008년			2007년	2006년
		수 량	전년대비	점유비		
증류주	희석식소주	3,008,321	108.02	41.27	2,784,958	2,678,787
	증류식소주	2,797	133.76	0.04	2,091	790
	일반증류주	26,606	106.20	0.37	25,053	21,862
	리 큐 르	9,700	72.41	0.13	13,396	19,195
	위 스 키	350,144	64.75	4.80	540,751	492,340
	브 랜 디	7,252	98.84	0.10	7,337	9,196
발효주	맥 주	3,647,475	107.85	50.04	3,382,101	3,236,636
	청 주	97,845	98.29	1.34	99,545	102,268
	과 실 주	129,898	109.07	1.78	119,095	98,981
기 타 주류		9,140	93.46	0.13	9,780	8,516
합 계		7,289,178	104.37	100.00	6,984,107	6,668,571

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외)

2008년 전년대비 증감율(%)



2007년 주류별 점유율(%)



저렴한 가격과 포만감, 다이어트 등 다양한 이유로 소비가 왕성한 주류로 떠오르고 있다. 탁주는 국세청 발표자료에 의하면 2007년 약172천kl를 생산했으며, 지난해는 176천kl로 2.3% 성장을 기록하고 있다.

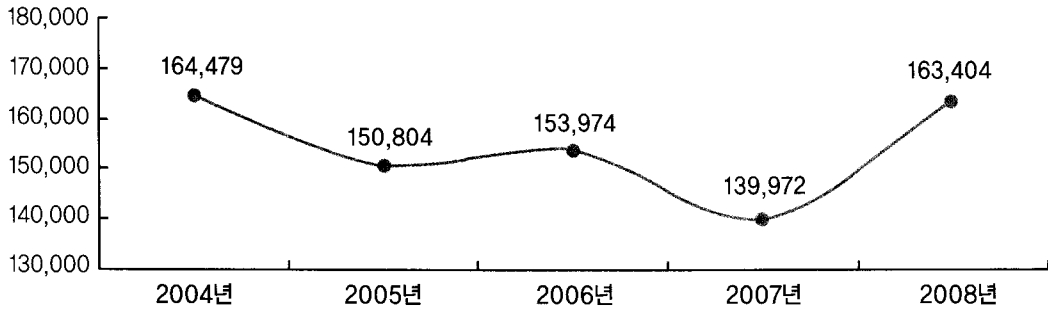
2. 주종별 산업동향

가. 희석식소주

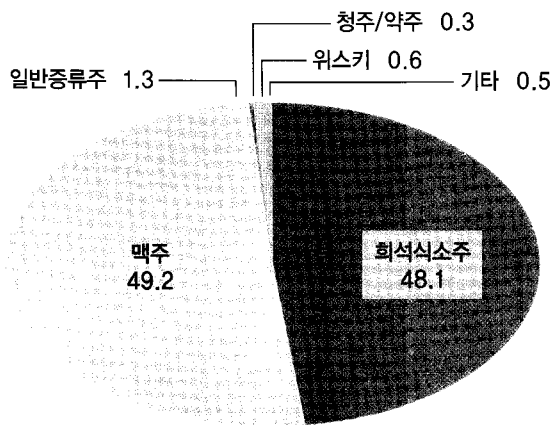
우리나라의 술 소비는 발효주인 맥주와 증류주인 소주가 전체 출고의 대부분을 차지한다. 수치로 봐도 희석식소주는 우리나라 전체주류출고의 약 41% 정도의 비율을 보이며, 서민주로서 명성을 이어가고 있다.

2008년 희석식소주는 10년 전인 1999년에 비해 무려 25%나 증가한 134만kl를 출고했고, 2007년 대비 증가율도 맥주보다 높은 약 5%의 성장을 기록했다. 업체별로는 충북소주가 가장 높은 증가율(11% ↑)

주류 수출 추이(kℓ)



수출 주류별 점유율(%)



단위 : kℓ, %

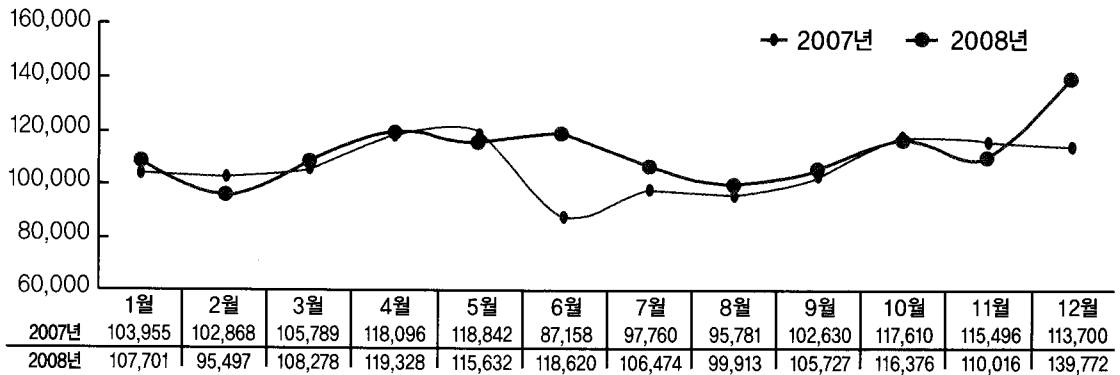
구분	합계	회석식소주	청주	일반증류주	맥주	위스키	과실주	리큐르	기타주류
수량(kℓ)	163,404	78,628	485	2,051	80,463	975	424	327	51
점유율(%)	(100.0)	(48.1)	(0.3)	(1.3)	(49.2)	(0.6)	(0.3)	(0.2)	(0.0)

을 보였고, 선양(9% ↑), 진로(7% ↑)가 뒤를 이었다.

월별로는 지난해와 달리 6월과 7월 그리고 연말에 상승하는 경향을 보였는데 그 이유로는 여름을 겨냥한 신제품 및 해양심층수소주 출시, 적극적인 마케팅, '소맥(소주+맥주)'의 유행 등을 꼽을 수 있다. 연말의 경우는 금융위기로 인해 행사가 축소 또는 취소되기도 했으나, 위스키, 와인 등 고가주류에서 비교적 저렴한 소주 소비의 증가로 인해 12월 높은 판매를 보였다.

소주의 지역별 판매량은 단연 서울과 경기가 각각 24%와 19%로 가장 많은 부분을 차지했고 뒤이어 경북, 경남, 부산, 충남, 전남 등의 순서를 보였다.

2008년 희석식소주 월별 출고량(kℓ)

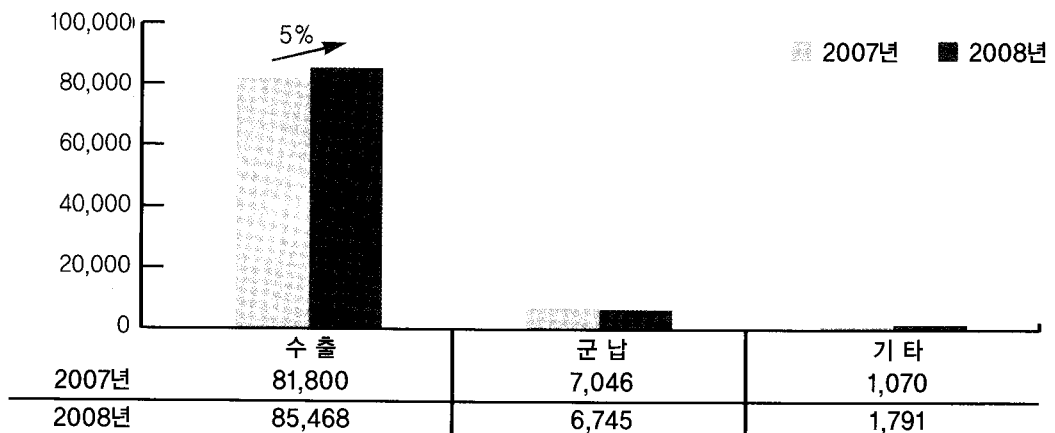


2008년 면세주 출고현황

단위 : kℓ, 백만원, %

구 분	수 량			금 액		
	2007년	2008년	전년대비	2007년	2008년	전년대비
합 계	89,916	94,004	104.55	108,225	135,776	125.46
수 출	81,800	85,468	104.48	94,991	121,653	128.07
군 납	7,046	6,745	95.73	11,802	11,667	98.86
기 타	1,070	1,791	167.38	1,432	2,456	171.51

※ 군납은 과세분과 면세분을 모두 포함



소주의 판매를 용도별로 살펴보면 약 46%가 식당 등 유흥업소에서 판매되며, 일반소매점과 할인매장에서 약 47%, 나머지는 수출 및 군납 등 면세용으로 출고되고 있다. 수출량은 지난해 보다 약 5%가 상승한 85,468kl를 보였고 수출액으로는 28% 높은 증가율을 기록했다.

나. 맥주

2008년 맥주는 평년과 비슷한 흐름의 월별 출고를 기록했으나, 초여름 무더운 날씨와 베이징올림픽 등으로 7월 한때 크게 증가하여 연간 전년대비 4% 상승을 이끌었다. 맥주매출은 전년보다 약 8% 오른 3조6천475억원을 기록했으며, 본회 전체 주류기준으로 약 50%에 해당하는 금액이다.

맥주업계는 소비경기회복에 기대를 걸고 다양한 용량 및 특정계층을 겨냥한 제품과 마케팅 등으로 활력을 불어넣었으며, 연말 금융위기 때에도 소비자대상 이벤트를 지속적으로 진행해 전년과 큰 차이 없는 연말 맥주판매를 기록할 수 있었다.

맥주업계 점유율(출고기준)은 하이트맥주 58%, 오비맥주 42%를 기록하고 있으며, 전년 출고량 보다 각각 2%와 7% 증가를 보였다.

2008년 병맥주 출고점유율은 지난해보다 약 1% 오른 47%를 기록했으나, 생맥주는 1% 감소한 20%를 차지했고 페트와 캔은 비슷한 수준을 보였다. 맥주를 용도별로 살펴보면 유흥업소용이 48%, 가정용(할인매장 포함) 47%로 비슷한 수준을 보였다.

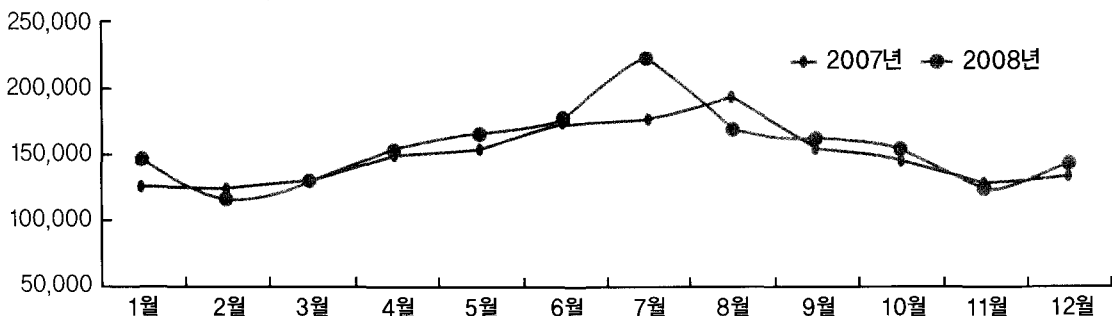
면세용 주류는 2007년 대비 약 19%의 높은 성장을 했고, 특히 수출에서 32%나 증가를 보였으며, 외항

2008년 맥주 출고현황

단위 : kl, 백만원, %

구 분	수 량				금 액			
	2007년	2008년	구성비	전년대비	2007년	2008년	구성비	전년대비
합 계	1,788,618	1,861,495	100	104.07	3,382,102	3,647,475	100	107.85
오비맥주	729,035	778,710	41.83	106.81	1,352,687	1,516,482	41.58	112.11
하이트맥주	1,059,583	1,082,785	58.17	102.19	2,029,415	2,130,993	58.42	105.01

맥주 월별 출고량 변동추이(kl)



맥주 용기, 용도별 출고 점유율

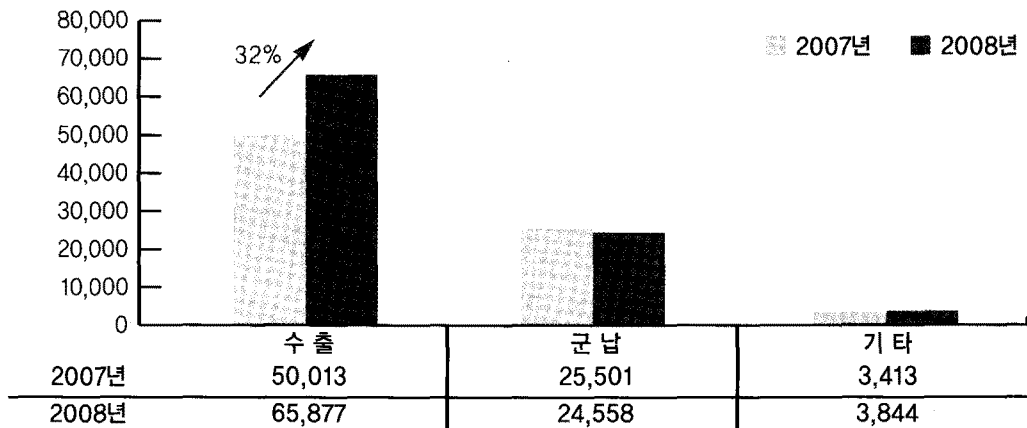
포장용기	BOTTLE	KEG	PET	CAN	합 계
	47.36%	19.76%	16.89%	15.99%	100%
판매용도	유통업소	가정용	할인매장용	면 세	합 계
	48.35%	37.95%	8.64%	5.06%	100%

2008년 맥주 면세주 출고현황

단위 : kl, 백만원, %

구 분	수 량			금 액		
	2007년	2008년	전년대비	2007년	2008년	전년대비
합 계	78,927	94,279	119.45	79,108	102,540	129.62
수 출	50,013	65,877	131.72	41,138	62,342	151.54
군 납	25,501	24,558	96.30	34,055	35,602	104.54
기 타	3,413	3,844	112.63	3,915	4,596	117.39

※ 군납은 과세분과 면세분을 모두 포함

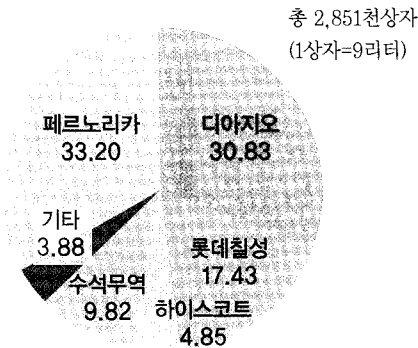


선의 상승도 한 몫을 했다. 군납용은 전년과 큰 차이를 보이지 않았다.

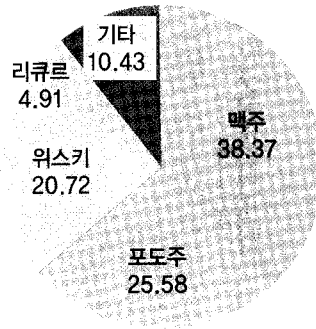
다. 위스키

2008년 국내 위스키 시장은 다년간 이어온 불황과 더불어 금융위기로 인해 큰 폭의 하락을 보였다. 국내 소비자들은 위스키, 와인을 비롯한 고가주류 소비를 자제하고 소주, 맥주 등 대중주를 음용하는 소비행태를 보여 위스키업계는 힘겨운 상황을 보였다.

2008년 업체별 점유율(% , 수입포함)



2008년 수입주류 주종별 점유율(% , 증량기준)



※ 자료: 관세청(www.customs.go.kr)

국세청 통계에 따르면 2008년 국내 위스키시장(수입 포함)은 전년보다 약 11% 줄어든 31,059kℓ가 출고되었으며, 최근 5년간 최저 소비량을 기록하고 있다고 발표했고, 본회 회원사 기준으로 국내 병입 위스키는 전년대비 32%나 감소한 8,216kℓ를 출고했다.

2008년 위스키업체 총판매량은 총 2,851천상자(1상자=9리터)로 그 가운데 33%가 페르노리카코리아임페리얼이 차지하고 있고 디아지오코리아가 31%, 롯데칠성음료 17%, 수석무역 10%, 하이스코트 5%를 이루고 있다고 언론은 전하고 있다.

라. 수입주류

우리나라 주류수입은 1984년을 시작으로 1990년 이후 대부분 개방되었으며, 현재 가장 많이 수입되는 주류는 맥주로서 2008년 전체 물량의 약 38%를 차지했다.

2007년까지만 하더라도 웰빙을 추구하고 건강을 중시하는 경향으로 포도주 소비가 급증했으나, 2008년 말경 미국발 금융위기로 인한 달러화 강세로 소비가 감소했으며, 수입량 또한 큰 폭으로 줄어들었다. 위스키도 예전 가계소비 위축, 접대비 상한제 등을 겪은 이후 수입량이 소폭 상승을 보이는 듯 했으나, 2008년 하반기를 기점으로 수입량이 다시 하락했다.

반면, 청주(사케)의 경우는 2007년 대도시 젊은 층에서 불기 시작한 사케 열풍이 엔화 강세에도 불구하고 수입이 늘어나고 있다. 또한, 리큐르, 보드카, 데킬라 등도 점차 수입이 증가하고 있어 국내 소비자들의 기호가 국제화, 다양화 되고 있음을 알 수 있다.

수입(증량기준)이 가장 많은 주류는 맥주, 포도주, 위스키, 리큐르 순으로 나타나고 있으나, 금액기준은 위스키, 포도주, 맥주, 리큐르 순서를 보이고 있다. 맥주의 수입가격은 예년과 큰 차이가 없으나, 포도주와 위스키는 특수 소비계층을 겨냥한 고급화 마케팅으로 수입단가가 높아지고 있다.

3. 향후 전망

2008년 한해 우리나라는 경제, 경기, 소비 등 대부분의 지표와 실물상황이 좋지 않아 국민 모두가 위축되는 시기였다고 해도 과언이 아닐 것이다. 그래도 다행인 것은 주류산업부문은 피해가 적어 2009년을 향한 희망을 가질 수 있었다는 것이다.

우리나라 주류산업의 근간을 이루고 있는 소주와 맥주는 수십 년간의 경험과 지난 10여년전 우리나라가 IMF(국제통화기금) 구제금융을 신청해야 하는 경제위기까지도 굳건히 이겨내며 기초체력을 다지고 수익성을 개선하는 등 많은 노력을 한 결과 최근의 상황에도 슬기롭게 대처하고 있다고 확신한다.

2009년 우리나라 주류산업은 많은 변화와 경쟁이 있을 것으로 보인다. 올해초 두산주류를 롯데주류가 인수함에 따라 수도권은 물론 롯데의 터전이라 할 수 있는 부산지방의 치열한 경쟁이 예상되기 때문이다.

맥주업계에도 인베브가 미국 사모펀드인 KKR(콜버그크라비스로버츠)에 오비맥주를 매각하게 되면서 향후 맥주산업에 대한 다양한 예측과 전망들이 나오고 있기도 하다.

2009년 주류업계는 수도권과 지방할 것 없이 경쟁의 한해를 보낼 것이며, 환경변화에 빠르게 적응해 가며 소비자 요구에 맞는 신제품 개발, 리뉴얼, 마케팅, 이벤트 등 폭넓은 대상에게 부단한 노력을 해나가고 있고 향후에도 지속적으로 온·오프라인을 통해 다양한 행사들을 진행할 것이다.

또한, 최근 우리나라 주류가 해외품평회 등지에서 좋은 평가와 찬사를 받고 있어 내수시장 관리와 함께 우리나라 주류를 직접 알리는 적극적인 마케팅을 통해 외국으로의 저변확대를 꾀하는 등 주류수출에도 보다 많은 관심과 투자를 할 것이다. 올해 국내외를 오가는 활동으로 2009년 주류업계는 밝은 한해를 보낼 수 있을 것으로 판단된다.

술이 내게서 앓아가는 것보다 내가 술에서 얻는게 훨씬 많다.

- 처칠(1874~1965, 영국) -