# 2010년 1/4분기 국내주류 시장동향

김민욱 기획조사팀 대리

## Ⅰ. 1/4분기 국내 주류시장 동향

### ■ 국내주류

국내경제시장은 연 이은 경제불황과 경기침체기가 계속 이어져 어려운 상황 속에서도 통계청에서 발표한 제조업지수가 17.5%증가하면서 국내총생산(GDP)기준 경제 성장률이 7년 3개월 만에 가장 높은 8.1%를 기록하였다. 반면 소비자물가지수[1]는 계속 올라 가계 소비심리를 더욱 둔화시켰다. 이에 따라 1/4분기 주류시장은 4%가 감소되었다. 즉, 국내 주류시장은 밴쿠버동계올림픽 같은 호재가 있었지만 천안함사태 이후 전반적으로 절제와 자숙분위기가 확산되어 신입생 환영행사등 축소되고 지속된 고용불안과 소득불균형의 영향, 이상저온현상으로 때늦은 눈과 비등으로 주류의 판매가 감소된 것으로 보인다.

**표1) 연도별 3월 및 최근의 월별 소비자물가 동향**

(2005=100, %)

| 구 분 | 연도별 3월 동향 | | | 최근의 월별 동향 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2009.12 | 2010.1 | 2 | 3 |
| 지 수 | 108.2 | 112.4 | 115.0 | 113.8 | 114.2 | 114.6 | 115.0 |
| 전 월 비 | 0.9 | 0.7 | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.3 |
| 전년동월비 | 3.9 | 3.9 | 2.3 | 2.8 | 3.1 | 2.7 | 2.3 |
| 전년동기비 | 3.8 | 3.9 | 2.7 | 2.8 | 3.1 | 2.9 | 2.7 |

※ 자료 : 통계청

1) **소비자물가지수** : 소비자가 구입하는 상품이나 서비스의 가격변동을 나타내는 지수. 도매물가지수와 함께 일상생활에 직접 영향을 주는 물가의 변동을 추적하는 중요한 경제지표의 하나이다. 한국에서는 통계청에서 전 도시, 서울 및 주요 도시의 소비자물가지수를 매월 발표하고 있다.

3월 기상청에 따르면 전년과 평균기온(5.6도)은 조금 낮았으나 평년보다 아주 춥거나 따뜻한 날이 발생해 기온의 변화가 심했고, 국회에서 건강증진부담금부과 등이 제기 되어 주류시장의 어려움을 가중시켰다.

최근 우리나라 소비행태는 경제가 어려워 짐에 따라 가격이 저렴한 주류를 소비하고 음용횟수도 줄이는 한편 알맞은 음주를 즐기는 문화가 정착되어 가고 있으며 가정에서의 음용도 늘어나는 추세이다. 그리고 신제품 출시 및 제품리뉴얼로 새로운 도약을 시도하기도 했으며, 국내 막걸리 열풍이 지난해에 이어 올해도 이어지고 있는 가운데 중대형 업체 또한 막걸리 산업에 눈을 돌리고 있는 추세이다.

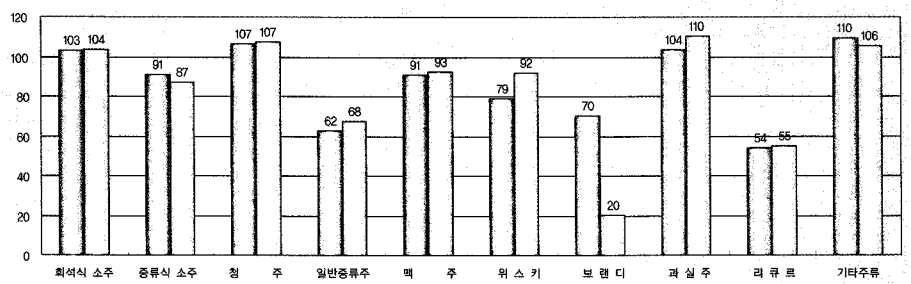
### 표2) 1/4분기 주류출고동향

(단위:㎘,백만원, %)

| 구 분 | 출고량 | | | 출고금액 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 수량 | 전년대비 | 점유비 | 금액 | 전년대비 | 점유비 |
| 합계 | 682,699 | 96.18 | 100.00 | 1,614,534 | 97.75 | 100.00 |
| 희석식소주 | 305,669 | 103.36 | 44.77 | 734,506 | 103.54 | 45.49 |
| 증류식소주 | 51 | 91.07 | 0.01 | 826 | 87.13 | 0.05 |
| 청주 | 6,508 | 106.53 | 0.95 | 30,218 | 107.38 | 1.87 |
| 일반증류주 | 1,470 | 62.46 | 0.22 | 3,656 | 67.67 | 0.23 |
| 맥주 | 362,078 | 90.90 | 53.04 | 756,769 | 92.71 | 46.87 |
| 위스키 | 1,111 | 79.19 | 0.16 | 49,993 | 92.25 | 3.10 |
| 브랜디 | 29 | 70.49 | 0.00 | 303 | 20.19 | 0.02 |
| 과실주 | 4,613 | 103.71 | 0.68 | 34,399 | 110.43 | 2.13 |
| 리큐르 | 235 | 53.81 | 0.03 | 1,164 | 55.04 | 0.07 |
| 기타주류 | 935 | 109.61 | 0.14 | 2,700 | 105.76 | 0.17 |

※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세포함)

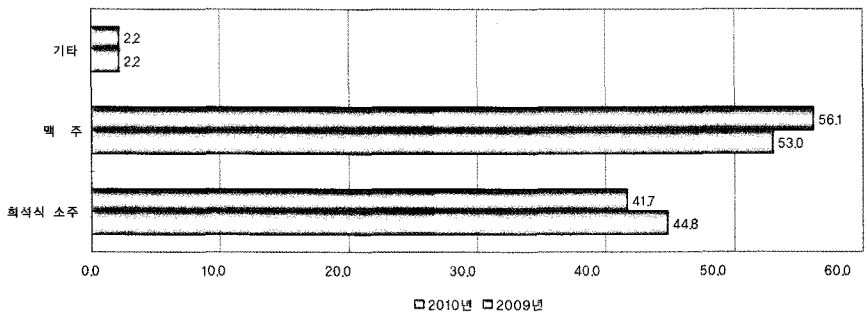
### 그림1) 2010년 1/4분기 주류별 전년대비 출고 현황(%)




※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세포함)

우리나라 증류시장의 대표인 희석식소주는 밴쿠버동계올림픽 특수와 1분기 성수기로 증가하는 시기임에도 불구하고 지난해 같은 기간 3.4%증가에 그쳤다. 맥주는 비수기였으며 특수요인(올림픽)의 영향을 받지 못하고 사회전반적인 침체된 분위기와 출고량 조절로 인해 전년대비 9.1%감소하였다. 청주는 일본 사케가 국내에서 인기를 끌면서 이를 겨냥한 신제품 출시와 신세대모델기용등 마케팅에 관심을 기울였으며 명절(설날)등의 특수로 전년대비 6.5% 성장을 보였다. 과실주는 3.7%증가 하였으며 이는 웰빙을 선호하는 소비자들이 매실주와 복분자, 포도주 수요증가 때문이다. 국내위스키 출고는 대부분 병입으로 제조되며 수입이 늘어남에 따라 출고는 매년 감소하고 있으며 1/4분기 또한 20.8% 감소하였다. 주류별 출고 점유비는 소주는 전년에 비해 3.1%증가한 반면 맥주는 3.1%감소하였다.

**그림1) 1/4분기 출고 점유비표(%)**




※ 자료 : 한국주류산업협회(비회원사 제외, 면세포함)

## ■ 수입주류

우리나라 1/4분기 주류수입은 전년대비 약 4.9%증가를 보이고 있으며 금액으로는 20.6%가 늘어났다. 수입의 대부분은 맥주(44.0%), 포도주(21.9%), 위스키(19.7%)가 대부분 차지하고 있고 수입액 기준으로는 위스키, 포도주, 맥주등 순서이며 이는 위스키와 포도주가 수입가격이 높아 나타나는 현상으로 점차 양보다 금액이 높아지는 추세이다.

수입주류 중 3.5%를 차지하는 청주는 1분기에 수입량이 전년대비 약 68.5%늘었다. 최근 일본 청주업계들은 국내소비층 확대를 위해 매년 정기적인 전시활동과 젊은 층을 상대로 한 목적마케팅을 공동으로 해나가고 있어 매년 꾸준히 수입량이 증가하고 있다.

수입맥주는 네덜란드(23%), 미국(21%), 일본(17%), 중국(11%)순으로 수입하고 있으며 병당 단가는 벨기에와 일본맥주가 가장 높게 조사되었다. 위스키의 대부분은 영국(95%)에서 수입되고 있으며 미국산 위스키도 꾸준히 수입하고 있다. 포도주의 경우에는 전년 경기부진으로 높은 감소세를 보였으나 금년 1/4분기

에는 수입업체의 저가정책등 적극적인 마케팅에 힘입어 16.0%가 신장하였다. 수입국별로는 프랑스(16%)와 칠레(22%)보다 스페인(24%)의 수입이 높았다.

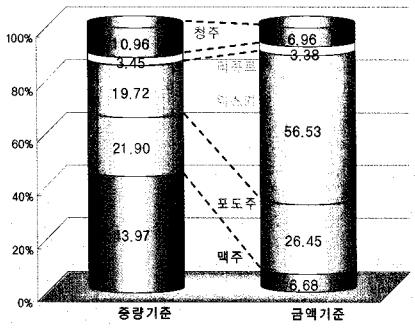
### 표3) 1/4분기 주류수입현황

(단위:톤,천불)

| 구 분 | | 2010년도 | | 2009년도 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 주류별 | HS코드 | 중량 | 금액 | 수량(톤) | 금액 |
| 맥주 | 2203 | 12,462 | 7,101 | 12,449 | 7,265 |
| 포도주(원액포함) | 2204 | 6,207 | 28,104 | 5,353 | 28,903 |
| 포도주<br>(베르뭇등 기타 유사포도주) | 2205 | 10 | 31 | 6 | 13 |
| 과실발효주(사과술등) | 2206.00.1010<br>2206.00.1020<br>2206.00.1090 | 112 | 176 | 87 | 130 |
| 청주 | 2206.00.2010 | 979 | 3,590 | 581 | 2,070 |
| 약주 | 2206.00.2020 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 기타곡물발효주 | 2206.00.2090 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 기타발효주(와인쿨러등) | 2206.00.9010<br>2206.00.9090 | 144 | 297 | 15 | 18 |
| 위스키 | 2208.30 | 5,589 | 60,059 | 5,334 | 42,879 |
| 꼬냑 | 2208.20.1000 | 114 | 1,957 | 88 | 882 |
| 기타포도주 | 2208.20.9000 | 134 | 656 | 105 | 419 |
| 럼 | 2208.40.0000 | 112 | 261 | 95 | 213 |
| 진 | 2208.50.0000 | 54 | 158 | 38 | 96 |
| 보드카 | 2208.60.0000 | 220 | 629 | 191 | 595 |
| 기타리큐르(오가피등) | 2208.70.2000<br>2208.70.9000 | 705 | 1,719 | 992 | 2,133 |
| 브랜디 | 2208.90.1000 | 25 | 111 | 5 | 21 |
| 소주 | 2208.90.4000 | 7 | 43 | 475 | 1,181 |
| 고량주 | 2208.90.6000 | 1,080 | 593 | 913 | 418 |
| 데킬라 | 2208.90.7000 | 127 | 509 | 122 | 510 |
| 기타증류주 | 2208.90.9000 | 262 | 249 | 177 | 379 |
| 주류수입합계 | | 28,343 | 106,244 | 27,026 | 88,126 |
| 주정 | 2207 | 1,339 | 1,262 | 483 | 440 |

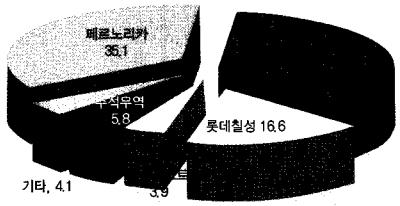
※ 자료 : 관세청

그림3) 1/4분기 수입주류별 점유율(%)




※ 자료 : 관세청

그림4) 1/4분기 수입업체별 점유율(%)




※ 자료 : 한국주류산업협회

# Ⅱ. 주요 주종별 동향

## | 희석식소주 |

1/4분기 희석식소주는 신제품출시 및 제품리뉴얼로 마케팅을 강화했으며 소주회사들은 지역 및 이웃사랑을 실천하는 사회공헌 활동을 통해 자사 브랜드에 대한 소비자 인식을 높이는 전략과 동계올림픽의 특수

표4) 1/4분기 소주업체별 출고현황

(단위:kℓ.백만원. %)

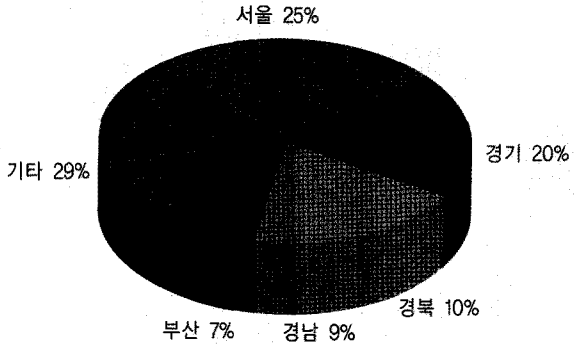
| 구 분 | 출고량 | | | 총출고금액 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 수량 | 전년대비 | 점유비 | 금액 | 전년대비 | 점유비 |
| 계 | 305,670 | 103.36 | 100.00 | 734,507 | 103.54 | 100.00 |
| 금복주 | 25,004 | 95.06 | 8.18 | 60,668 | 96.96 | 8.26 |
| 대선주조 | 19,328 | 87.03 | 6.32 | 47,594 | 86.86 | 6.48 |
| 롯데주류 | 46,145 | 123.77 | 15.10 | 106,992 | 120.47 | 14.57 |
| 무 학 | 26,374 | 107.90 | 8.63 | 63,909 | 107.95 | 8.70 |
| 보해양조 | 16,577 | 91.71 | 5.42 | 38,753 | 94.46 | 5.28 |
| 선 양 | 9,451 | 118.31 | 3.09 | 22,889 | 118.91 | 3.12 |
| 진 로 | 153,117 | 103.21 | 50.09 | 369,192 | 103.49 | 50.26 |
| 충북소주 | 2,849 | 87.05 | 0.93 | 6,698 | 89.01 | 0.91 |
| 보배 | 3,081 | 71.73 | 1.01 | 7,223 | 75.78 | 0.98 |
| 한라산 | 3,744 | 106.64 | 1.22 | 10,589 | 106.21 | 1.44 |

※ 자료 : 한국주류산업협회(면세포함)

등으로 전년대비 3.4%증가를 보였으나 지난해 1분기 판매가 가격인상에 따른 출고량 감소인 점을 감안할 때 크게 신장된 것으로는 볼 수 없다.

업체별로 살펴보면 롯데주류(23.8%), 무학(7.9%), 선양(18.3%), 진로(3.2%), 한라산(6.6%)증가한 반면 그 외 업체들은 5%~28%까지 큰 폭으로 감소를 보였다.

**그림5) 1/4분기 지역별 판매 점유비**




※ 자료 : 한국주류산업협회(면세포함)

**그림6) 1/4분기 용도별 용기별 점유비**

※ 자료 : 한국주류산업협회(면세포함)

소주의 용도별 소비를 보면 전체 소비량의 45.2%를 일반슈퍼 또는 할인매장등에서 구입하고 있으며, 49.8%는 음식점등 유흥업소에서 판매되고 있다. 지난해보다 유흥업소판매 비율이 1%높아졌으며 가정용은 1%감소하였고 이는 경기가 회복됨에 따른 현상이라 볼 수 있다.

소주의 주세면세용은 수출, 군납, 외항선(항공포함), 관광공사등이며 수출이 약 87% 대부분 차지하고 있으며 주로 일본, 미국, 중국에 많이 판매되고 있으며, 군납이 9%정도 점유하고 있다.

## | 맥주 |

맥주는 주류의 종류 중 날씨와 계절의 영향을 가장 많이 받는 주류로 1/4분기에는 비수기로 이상저온현상과 웰빙열풍, 경기침체에 따른 술소비의 감소등으로 판매가 9.1%감소하였다.

사회 전반적인 침체된 분위기도 있었지만 전년 하반기부터의 판매부진이 올 1/4분기까지 이어져 전년동기대비 하이트맥주는 11.1%, 오비맥주가 6.4% 감소했다. 업체별 시장점유율은 하이트맥주가 56.3%, 오비맥주가 43.7%을 점유하고 있다.

### 표5) 1/4분기 맥주업체별 출고현황

(단위:㎘,백만원, %)

| 구 분 | 출고량 | | | 총출고금액 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 수량 | 전년대비 | 점유비 | 금액 | 전년대비 | 점유비 |
| 계 | 362,078 | 90.90 | 100.00 | 756,769 | 92.71 | 100.00 |
| 오비맥주 | 158,166 | 93.60 | 43.68 | 331,265 | 95.34 | 43.77 |
| 하이트맥주 | 203,912 | 88.91 | 56.32 | 425,504 | 90.76 | 56.23 |

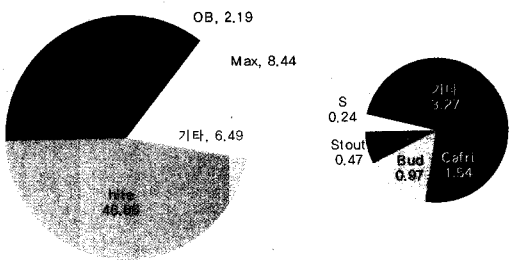
※ 자료 : 한국주류산업협회(면세포함)

우리나라 국민들이 가장 많이 선호하고 애용하는 맥주브랜드는 하이트맥주의 hite, MAX, S, Stout와 오비맥주의 CASS, OB, Cafri, Budweiser등이며 이중 hite가 46.9%를 차지하고 있으며 Cass가 36.0% 로 각업체의 간판브랜드로 가장 많이 판매되고 있으며 뒤를 이어 Max(8.4%), OB(2.2%), Cafri(1.5)등이 판매를 이어가고 있다.

맥주의 용도별 출고를 살펴보면 유흥업소용이 50.4%를 차지하고 있으며 가정용이 44.9%로 전년에 비해 유흥업소의 판매가 2%증가한 반면 가정용은 2%감소를 나타내고 있다.

면세용 맥주는 수출용이 68.4%, 군납이 25.7%를 차지하고 있으며, 맥주의 수출은 홍콩, 몽골, 일본, 이라크, 중국등 약 43개국에 판매되고 있으며 전년과 비슷하게 출고되고 있다.

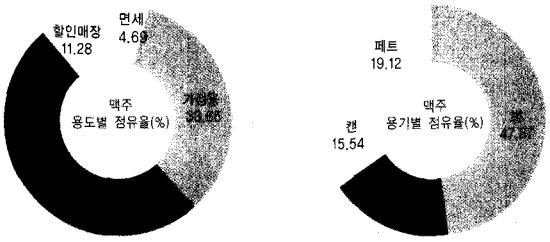
### 그림7) 1/4분기 제품별 점유비(%)




※ 자료 : 한국주류산업협회(면세포함)

일본으로 전량 수출되는 제3맥주(저가맥주)[2]의 수출은 전년보다 102%증가했으며 일본시장에서는 제3맥주가 막걸리와 더불어 선풍적인 인기를 끌고 있어 앞으로도 꾸준히 늘어날 것으로 보인다. 용기별로는 병 47.7%, 페트 19.1%, 생 17.5%, 캔15.5%로 출고 되었으며, 전년에 비해 병만 1%증가하였고 다른 용기는 같거나 소폭 감소하였다.

**그림8) 1/4분기 용도별 용기별 점유비(%)**




※ 자료 : 한국주류산업협회(면세포함)

# Ⅲ. 향후전망

상반기 주류시장의 가장 큰 이슈는 단연 6월에 개최되는 남아공월드컵을 꼽을 수 있다. 맥주, 소주, 위스키업계는 남아공월드컵때 가정이나 응원뒷풀이등 특수를 겨냥해 대대적인 마케팅을 펼칠 예정에 있으며 맥주업계에서는 신제품 출시등을 준비하고 있다. 2006년 독일 월드컵 당시에도 경제 불황과 소비가 위축된 상황에서도 소주와 맥주는 증가를 보였으며 이번 남아공월드컵에서도 국내 주류판매는 상승할 것으로 예상된다. 일반증류주도 가정에서 복분자와 매실등 과실 담금주철로 출고가 늘어날 것으로 예상되며 과실주부문도 제품의 리뉴얼, 신제품 출시로 긍정적 효과를 거둘 것으로 보인다.

전년에 이어 막걸리 열풍으로 인해 대형주류업체까지 가세하고 있으며 정부의 지원에 따라 올해 또한 증가할 것으로 보인다. 그러나 농림수산식품부에 따르면 우리 술의 품질고급화와 해외권리보호 지원을 위해 막걸리의 주원료인 쌀 등의 산지를 표기하는 원산지 표시제를 7월부터 실시함에 따라 소비자의 반응이 달라질 수 있다. 하반기는 'G20 정상회의'와 중국광저우에서 열리는 아시안게임도 예정되어 있어 월드컵만큼은 아니지만 주류소비에 영향을 줄 것으로 전망된다.

2) **제3맥주** : 맥주 제조과정에 소량의 희석된주류(알코올)을 첨가한 제품으로 국내주세법상 기타주류로 분류, 현재까지 전량 일본으로 수출(2004년말 출시), 저가맥주로 일본주세법상 리큐르, 잡주 등으로 분류