

# 세계 주류시장 동향

## 리큐어(Liqueurs)

회원사업팀

2011년 전 세계 리큐어 소비량은 5,580만 상자(1상자=9리터)로 2010년에 비해 1% 증가하였다. 이는 전년 0.5% 증가에 이은 2년 연속으로 최근 몇 년간 어려움을 겪어온 리큐어 산업에 있어서는 의미있는 일이다.

리큐어는 그동안 경제위기와 뿐만 아니라 보드카, 럼 등과의 치열한 경쟁으로 판매확산에 어려움을 겪어 왔다. 전세계 상위 5개 리큐어 제품중 페르노리카의 '칼루아(Kahlua)' (전년대비 0.85 증가)를 제외한 4개 제품의 판매가 전년에 비해 감소하였다.

2011 세계 상위 10개 리큐어 제품

단위 : 백만 상자 (1상자 = 9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2009	2010	2011	09-10	10-11
1	Baileys	Diageo	6.7	6.7	6.7	0.8%	-0.7%
2	De Kuyper	De Kuyper Royal	4.4	4.3	4.2	-1.8%	-2.5%
3	Southern Comfort	Brown-Forman	2.2	2.1	2.0	-4.0%	-8.3%
4	Kahlua	Pernod Ricard	1.7	1.7	1.7	0.6%	0.8%
5	Choya	Choya Umushu Co.	1.9	1.8	1.7	-5.9%	-4.5%
상위 5개 제품 소계			16.8	16.6	16.2	-1.3%	-2.4%
6	Di Saronno Amaretto	ILLVA Saronno	1.7	1.7	1.7	-3.0%	-
7	Lubelska	Stock Spirits Group	0.5	1.1	1.6	120%	45.5%
8	Bols	Lucas Bols	1.4	1.4	1.5	2.1%	2.1%
9	Grand Marnier	Marnier Lapostolle	1.3	1.3	1.3	-1.0%	2.0%
10	Cointreau	Remy Cointreau	1.3	1.2	1.3	-7.0%	8.4%
상위 10개 제품 소계			23.0	23.3	23.5	1.0%	1.1%
기 타 제 품			31.9	31.9	32.2	0.2%	0.9%
총 계			54.9	55.2	55.8	0.5%	1.0%



리큐어 업체들은 이와 같은 상황을 타개하기 위해 주력 리큐어 제품의 신상품 런칭 및 대대적인 홍보를 통해, 소비자에게 어필하고 있다.

제품별로는 디아지오의 '베일리스(Baileys)'가 2011년 670만 상자를 판매하며 1위에 올랐다. 디아지오는 베일리스의 판매 촉진을 위해 2012년 10월부터 대대적인 홍보를 실시하고 있으며, 핵심 시장인 미국, 중국과 러시아 등의 신흥시장에서의 판매 증가를 기대하고 있다. 한편 베일리스는 타 경쟁제품보다 고가로!매출액 면에서는 2위 제품인 'De Kuyper'에 두배 이상 앞서 있다.

2위는 DeKuyper로 420만 상자를 기록했으며, 2010년에 이어 2011년에도 판매가 감소하였다. DeKuyper는 60여종의 다양한 제품 포트폴리오를 가지고 있다.

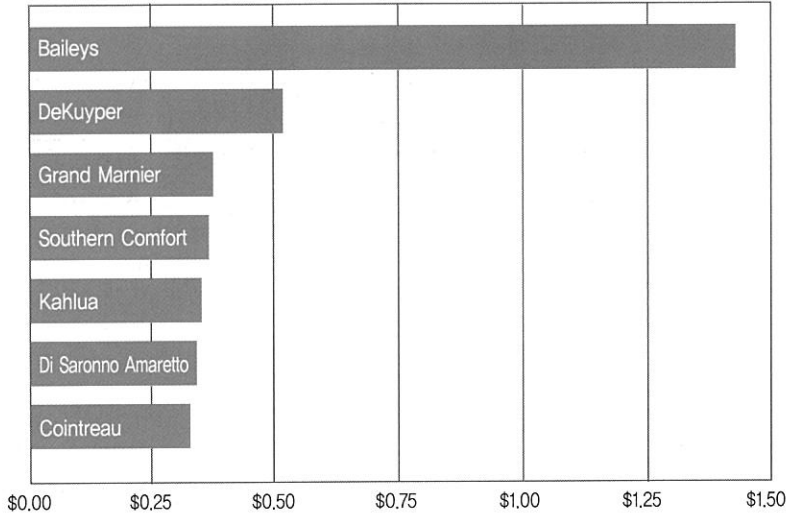
3위는 브라운포맨의 '서던 컴포트(Southern Comfort)'로 2011년 200만 상자를 판매하며, 전년 대비 8.3% 감소하였다. 이는 상위 10개 제품중 가장 큰 하락폭이다. 서던 컴포트는 이를 만회하기 위해 2012년 5월 'Southern Comfort Bold Black Cherry'를 미국과 영국에 출시하고 대대적인 캠페인을 실시하고 있다.

4위는 칼루아로 170만 상자가 판매되었다. 페르노리카는 최근 칼루아 최대 시장인 미국에서 용기를 리뉴얼하고, 한정판 제품인 '칼루아 진저브래드(Kahlua Gingerbread)' 출시하였다. 또한 2012년 11월에는 기존 칼루아보다 도수를 높인 신제품 '칼루아 미드나이트(Kahlua Midnight)'를 출시하였다.

5위는 일본의 매실주인 'Choya'로 2011년 170만 상자가 판매되었으며, 6위는 이탈리아의 'Di Saronno Amaretto'가 차지했다. 7위는 폴란드 Stock Spirits Group의 보드카 베이스 리큐어인 '루벨스카(Lubelska)'로 매년 엄청난 성장세를 기록하고 있다(2011년 전년 대비 120%, 2012년 전년 대비 45%). 5년 전 20만 상자에 불과했던 루벨스카 판매량은 2011년 160만 상자까지 늘었다. Stock Spirits Group은 2012년 민트와 라임향이 가미된 신제품 'Lubelska mietowka'를 출시하며 성장세를 이어가려 하고 있다.

2011 주요 리큐어 제품별 매출액

단위 : 10억 US달러



세계 최대 리큐어 시장은 미국으로 전 세계 리큐어 소비량의 1/3 가량이 미국에서 소비되고 있다. 미국에서는 독일의 '예거마이스터(Jagermeister)'가 가장 많이 판매되고 있다. 2011년 미국에서는 252만 상자의 예거마이스터가 판매되었다. 예거마이스터는 리큐어의 일종인 Bitters(쓴 맛이 강하게 나는 술로 칵테일에 사용됨)로 미국에서는 비어체이서(맥주와 함께 마시는 술)로 젊은이들 사이에서 인기를 끌고 있다.

2위는 De Kuyper로 2011년 미국에서 243만 상자가 판매되며 예거마이스터와 근소한 차이로 2위에 올랐다. De Kuyper는 2005년까지만 해도 미국 시장 1위 리큐어 제품이었으나 예거마이스터의 급성장 이후 계속 2위에 머물러 있다.

2011년 미국내 상위 10개 리큐어 제품중 '그랑 마니에(Grand Marnier)'와 'Di Saronno Amaretto'를 제외한 8개 제품의 판매가 전년대비 감소하였다. 예거마이스터의 경우 2008년 최고점을 기록한 이후 판매가 계속 줄고 있다. 이에 예거마이스터는 2012년 5월 미국에서 처음으로 TV홍보를 진행하였다.

미국에서는 혼합주류가 인기를 끌고 있으며, 기존 유명 위스키 제품에 향을 가미한 리큐어들이 계속 출시되고 있다. '잭 다니엘(Jack Daniel)'로 유명한 브라운포맨은 '잭 다니엘 테네시 허니(Jack Daniel Tennessee Honey)'를 출시하였으며, Campari사는 'Wild Turkey American Honey'를 Heaven Hill사는 'Evan Williams Honey and Cherry Reserves'를 출시한바 있다. 미국 시장에서 가장 빠르게 성장하고

2011 미국 상위 10개 리큐어 제품

단위 : 백만 상자 (1상자 = 9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량					증감(%)
			1995	2000	2005	2010	2011	10-11
1	Jagermeister	Mast-Jagermeister	440	595	2,300	2,630	2,525	-4.0%
2	De Kuyper	Koninklijke de Kuyper	2,150	2,450	2,780	2,445	2,435	-0.4%
3	Southern Comfort	Brown-Forman	1,165	1,250	1,450	1,285	1,175	-8.6%
4	Baileys	Diageo	835	975	1,280	1,305	1,300	-0.4%
5	Kahlua	Pernod Ricard	1,345	1,450	1,255	1,000	985	-1.5%
상위 5개 제품 소계			5,935	6,720	9,065	8,665	8,420	-2.8%
6	Hiram Walker	Pernod Ricard	1,055	1,060	1,015	890	885	-0.6%
7	Grand Marnier	Marnier Lapostolle	330	425	530	475	485	2.1%
8	E&J Cask & Cream	E&J Distillers	-	520	710	480	415	-13.5%
9	Hpnotiq	Heaven Hill Distilleries	-	-	555	420	400	-4.8%
10	Di Saronno Amaretto	Bacardi-Martini	340	420	320	380	395	3.9%
상위 10개 제품 소계			7,320	8,725	11,875	11,310	11,000	-2.7%

있는 위스키 베이스 리큐어는 Sazerac사의 'Fireball' 이다. 위스키에 시나몬 향을 첨가한 Fireball은 병당 16달러 수준의 가격과 적절한 포지셔닝을 통해 판매량을 빠르게 늘리고 있다. 2011년 Fireball은 35만 상자가 판매되며 전년 대비 180% 증가를 기록했다.

2009년에 출시된 'RumChata' 역시 미국에서 인기몰이를 하고 있다. RumChata는 Agave Loco Brands사에서 출시한 럼 베이스 크림리큐어로 병당 19.95달러이며, 2009년 출시 이후 2011년 64,000 상자가 판매되었으며, 2012년 1월부터 11월 사이 33만 상자가 판매되었다.

**Bitters & Aperitifs** : 리큐어의 일종으로 볼 수 있는 Bitters(쓴 맛이 강하게 나는 술로 칵테일에 사용됨)와 Aperitif(식전반주로써 식욕을 돋우기 위해 마심)의 경우 2011년 전 세계적으로 2,800만 상자가 소비되었다. 이는 전년에 비해 4% 증가한 양이다. 제품별로는 독일의 '예거마이스터(Jagermeister)'가 680만 상자로



리큐어(Liqueur)는 과일, 허브, 견과류, 향신료, 꽃, 크림과 같은 향을 첨가한 주류로, 대부분 단맛을 가지고 있으며, 일반적으로 오랜 숙성기간을 가지지 않는다.

리큐어는 13세기 이탈리아에서 허브 의약품으로 처음 개발된 것으로 알려져 있으며, 현재는 칵테일 제조에 많이 사용되고 있으며, 식후에 디저트로도 음용되고 있다.

1위를 기록했다. 예거마이스터는 비록 최대시장인 미국에서는 소비가 줄고 있지만 다른 국가들에서 수요가 꾸준히 늘고 있어 전년에 비해 3% 판매증가를 기록했다. 예거마이스터는 전 세계 Bitters & Aperitifs 소비량의 24%를 담당하고 있다.

2위는 이탈리아의 'Fernet Branca', 3위는 Gruppo Campari사의 'Campari'가 차지했다. Gruppo Campari는 Bitters/Aperitifs 상위 6개 제품중 3개에 이름을 올리고 있으며 4위 'Aperol'의 경우 전년대비 30.8%의 판매량 증가를 기록했다. 😊

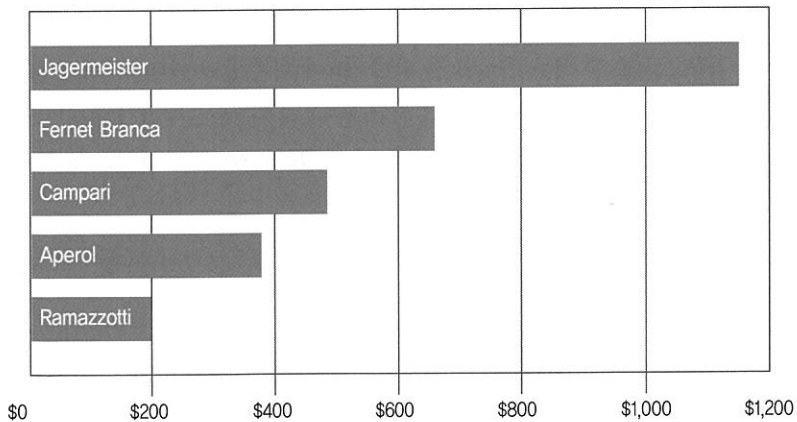
2011 세계상위 6개 Bitters & Aperitifs 제품

단위 : 천 상자 (1상자=9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량				증감(%) 10-11
			2000	2005	2010	2011	
1	Jagermeister	Mast-Jagermeister	2.7	5.2	6.6	6.8	3.0%
2	Fernet Branca	Fernet Branca Distillerie	2.1	2.5	3.7	3.9	3.5%
3	Campari	Gruppo Campari	2.9	2.9	2.8	2.9	2.5%
4	Aperol	Gruppo Campari	0.5	0.9	2.0	2.6	30.8%
5	Campari Soda	Gruppo Campari	2.3	2.3	2.1	2.0	-2.4%
6	Ramazzotti	Pernod Ricard	0.8	1.3	1.2	1.2	-0.6%
상위 6개 제품 소계			11.2	15.1	18.3	19.3	5.1%
기타제품			10.3	9.1	8.6	8.8	1.6%
총 계			21.5	24.2	27.0	28.0	4.0%

2011 주요 Bitters & Aperitifs 제품별 매출액

단위 : 10억 US달러



〈출처〉 Impact지 2012년 11월호