

2004년도 국내 주류출고 동향

■ 목 차 ■

- I. 개 황
- II. 주종별 동향
- III. 전 망

I. 개 황

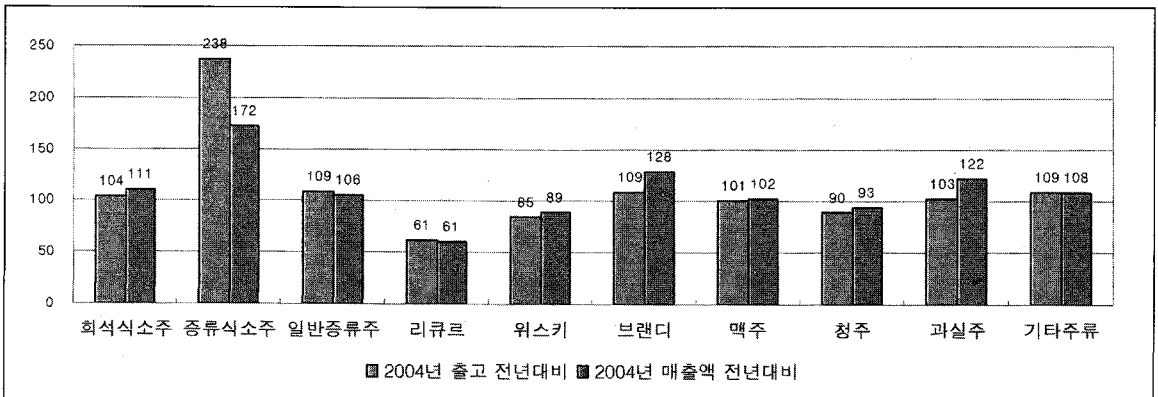
2004년 우리나라 경제는 극심한 소비위축과 더불어 내수시장의 불황 등 경기침체로 인하여 모든 업계에서 어려움을 겪었으나 주류업계는 성장을 기대하기 힘든 상황임에도 불구하고 리큐르, 위스키, 청주를 제외 하고는 다소 증가세를 타나내고 있다. 2004년 주류 전체시장은 전년대비 1.22%(매출액대비 4.41%상승)가 증가 되었으며 국내주류 중 가장 많이 팔리는 소주, 맥주, 위스키 중 소주와 맥주는 전년과 비슷한 수준이거나 상승한 반면 위스키는 정부의 강력한 규제정책 시행으로 인하여 큰 폭으로 감소하였다. 주류의 증가세 품목 중 대표주류인 소주는 년 초 출고증가세로 출발 하였으나 6~8월 계절적인 요인에 따른 비수기와 진로의 근로자 파업으로 인하여 소폭 감소하였으나, 9월부터는 소주의 성수기로 인해 신장세로 반전하여 2004년 소주 출고실적은 전년대비 4.33% 신장하였으며 또 다른 대표주류인 맥주는 몇 년 만에 찾아온 무더운 날씨, 그리스올림픽개최, 가정용 PET맥주개발로 인한

〈표 1〉 2004년 주류출고 현황표

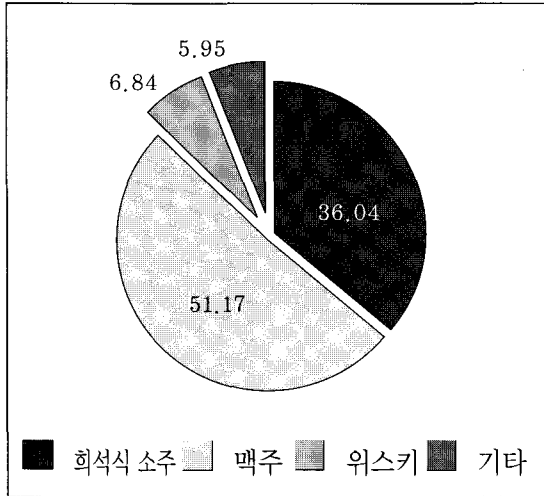
구분 주류별	2004년						
	출고수량(kℓ)			총매출액(백만원)			
	2003년	2004년	전년동기대비(%)	2003년	2004년	전년동기대비(%)	
합계	2,995,688	3,066,881	102.38	6,618,325	6,910,482	104.41	
증류주	계	1,165,645	1,209,221	103.74	2,893,220	3,041,863	105.14
	희석식 소주	1,134,189	1,183,249	104.33	2,250,183	2,490,303	110.67
	증류식 소주	90	214	237.78	682	1,171	171.70
	일반 증류주	7,217	7,866	108.99	15,263	16,228	106.32
	리큐르	11,427	7,020	61.43	85,322	51,747	60.65
	위스키	12,447	10,573	84.94	534,188	472,731	88.50
	브랜디	275	299	108.65	7,582	9,684	127.72
양조주	계	1,827,780	1,855,199	101.50	3,718,548	3,861,506	103.84
	맥주	1,770,689	1,789,452	101.06	3,466,658	3,536,301	102.01
	청주	28,160	25,305	89.86	110,255	102,954	93.38
	과실주	12,820	13,148	102.56	50,968	61,983	121.61
	약주	16,111	27,294		90,667	160,268	
기타주류	2,263	2,461	108.75	6,557	7,113	108.48	

※ 출고수량은 실수량임

[그림 1] 주류별 전년대비 출고 현황차표(%)



[그림 2] 주류별 매출액 점유비 비교(%)



특수 수요로 인하여 8월까지의 수요가 꾸준히 증가 하였으나 비수기인 9월부터 년 말까지 약간의 감소가 되어 전년대비 1.06% 신장하였고 위스키의 경우 년 초 정부에서 추진하고 있는 접대비 실명제와 성매매금지법

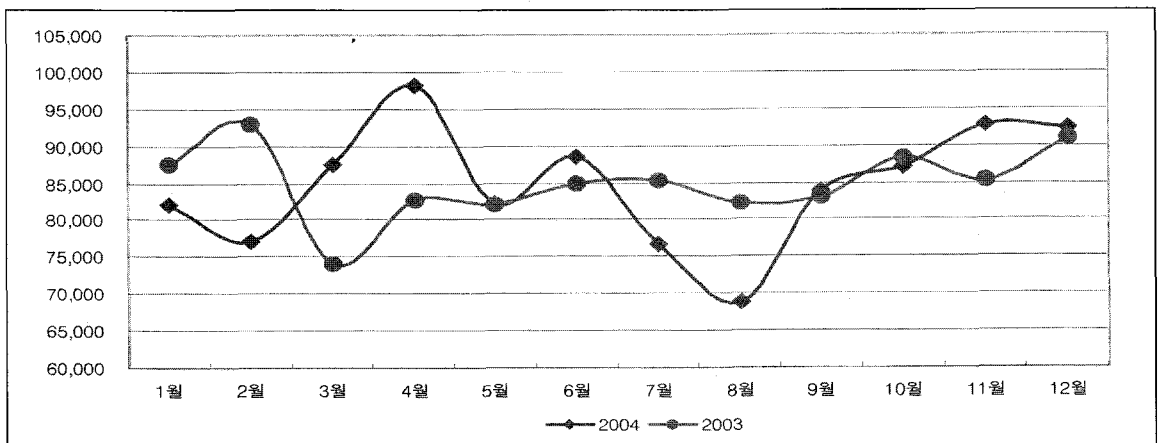
(10월부터 발효)으로 인하여 계속 감소 추세에 있으며 전년대비 15.06%가 감소하였으며 증류식소주는 두산의 일본으로의 수출로 인하여 출고량이 대폭 증가 하였다.

II. 주종별 동향

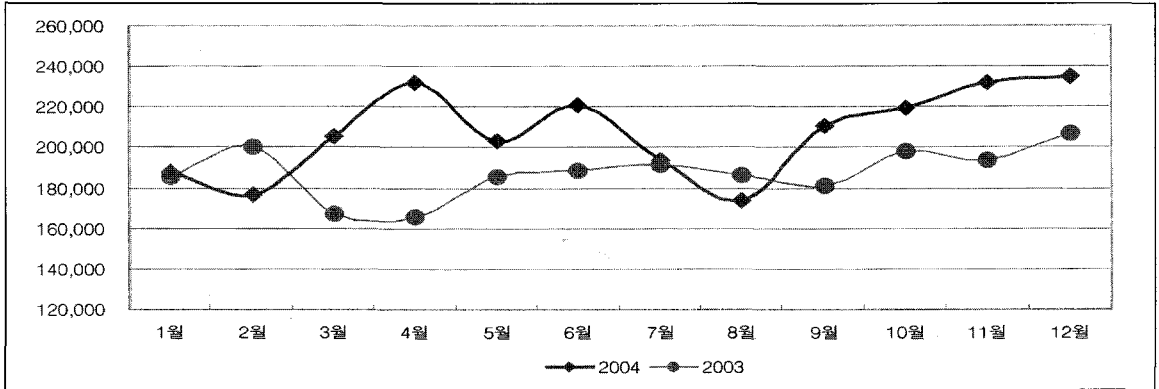
가. 소주

〈소주〉는 국내경기 불황에 따른 내수 침체 속에서도 수출의 호조와 소주 업체의 적극적인 판매정책에 따라 년 중 가격인상에도 불구하고 전년대비 4.3%의 비교적 높은 출고실적이 신장되었으며 월별 출고량 변동추이를 살펴보면 2월까지 감소세를 보여 오다 3~4월에는 소주가격인상에 따라 도매업소의 재고량 확보에 따른 선입고로 인해 출고량이

[그림 3] 2004년 소주 월별 출고량 변동추이(kℓ)



[그림 4] 2004년 소주 월별 매출액 변동추이(백만원)

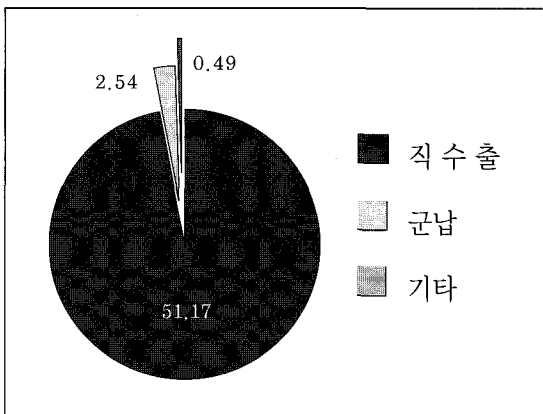


[표 2] 2004년 소주 면세주 출고현황

단위:kl, 백만원

구분	출고수량			출고금액		
	2003	2004	전년대비	2003	2004	전년대비
합계	79,791	88,979	111.52	131,456	150,468	114.46
직수출	77,013	86,280	112.03	128,265	146,967	114.58
군납	2,330	2,262	97.08	2,654	2,892	108.97
기타	448	437	97.54	537	609	113.41

[그림 5] 2004년 소주 면세주 출고 점유비(%) 현황



증가하였으며 5월 일시적 감소현상을 보이다 소주의 비수기 시점인 6월부터 8월까지에는 년 중 최저치를 기록하고 8월부터 계절적 성수기로 인해 10월 이후 꾸준히 증가세를 보였으며 매출액 또한 가격 인상에 따라 10.7% 높은 신장세를 나타내고 있다.

소주의 면세주류는 97%가 수출주이며 수출국으로는 일본수출이 94%, 미국수출이 3%로 가장 많이 차지하며 그 외 약 100여국

에 소량으로 수출하고 있다.[그림 5] <표2>

나. 맥주

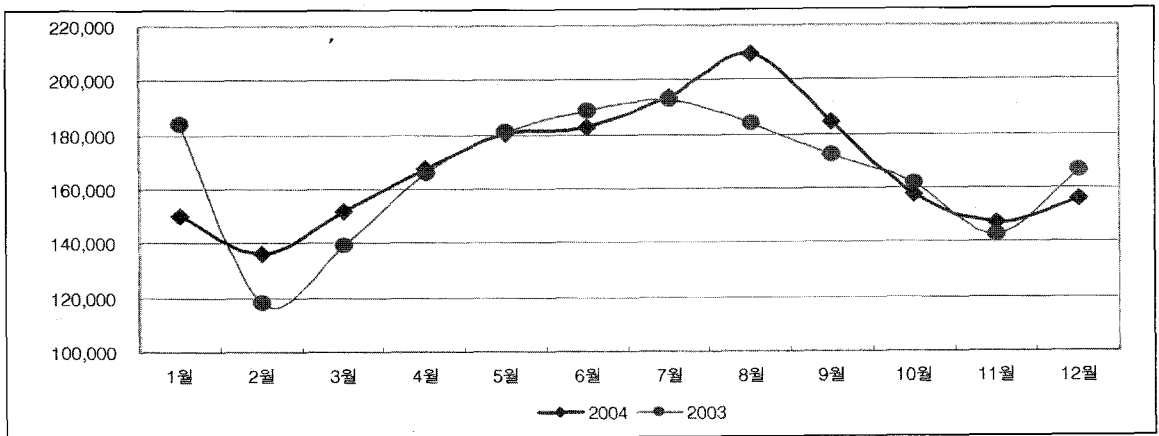
<맥주>는 2004년 한해는 시작부터 많은 악재를 안고 시작하였으나 맥주업계의 성수기인 수년 만에 찾아온 여름 무더위와 올림픽개최 및 PET맥주의 신제품 출시 등 갖가지 호재로 인하여 전년대비 1.06%의 성장세를 보이고 있으며, 2005년에는 내수시장의 활성화

를 예측하여 약 2%의 신장을 기대하고 있다.

2003년 11월 출시된 맥주의 PET용기(피쳐)개발로 2004년 13%의 시장 점유율을 차지하여 확실히 자리를 굳히고 있는 실정이며 향후 지속적인 신장이 예상된다.

맥주의 면세주류는 수출주가 71%, 군납 19%를 차지하며 수출국 별로 살펴보면 홍콩36%, 일본32%, 대만18%로 주로 동남아에 집중적으로 수출하고 있으며 매년 신장세를 보이고 있다.

[그림 6] 2004년 맥주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

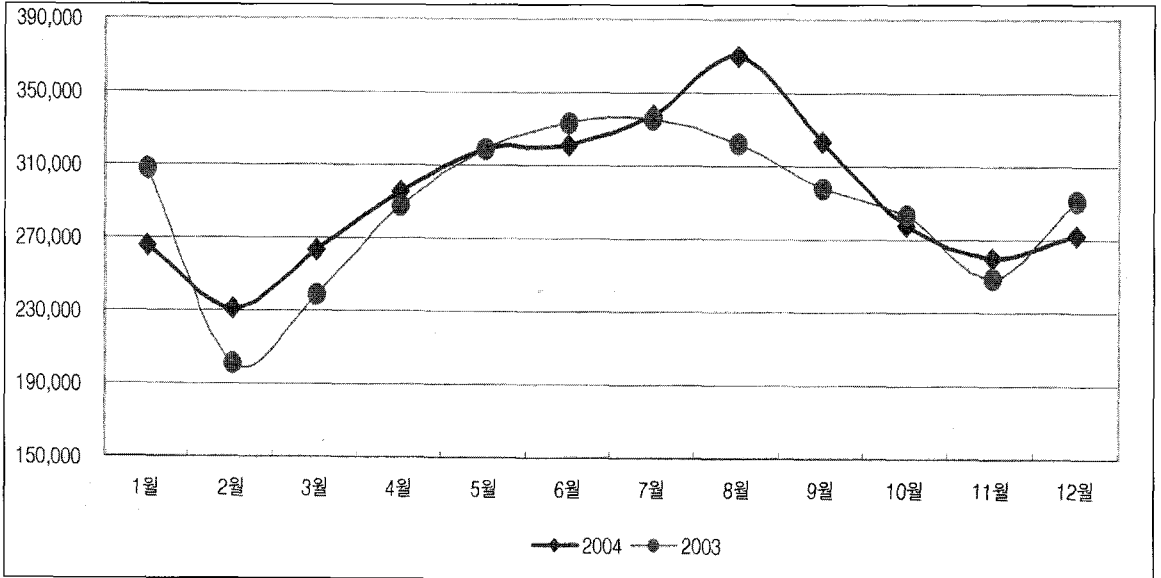


<표 3> 2004년 맥주 면세주 출고현황

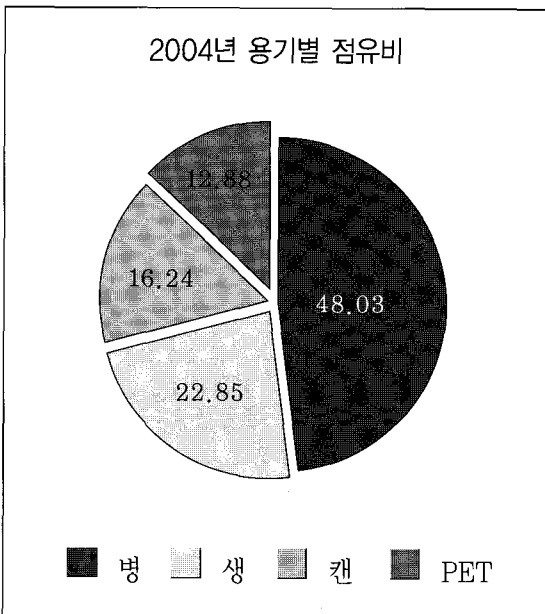
단위:kℓ, 백만원

구분	출고수량			출고금액		
	2003	2004	전년대비	2003	2004	전년대비
합계	109,593	111,115	101.39	81,429	84,735	104.06
직수출	77,931	78,904	101.25	51,587	52,145	101.08
군납	21,842	20,836	95.39	19,772	20,663	104.51
기타	9,820	11,375	115.84	10,070	11,927	118.44

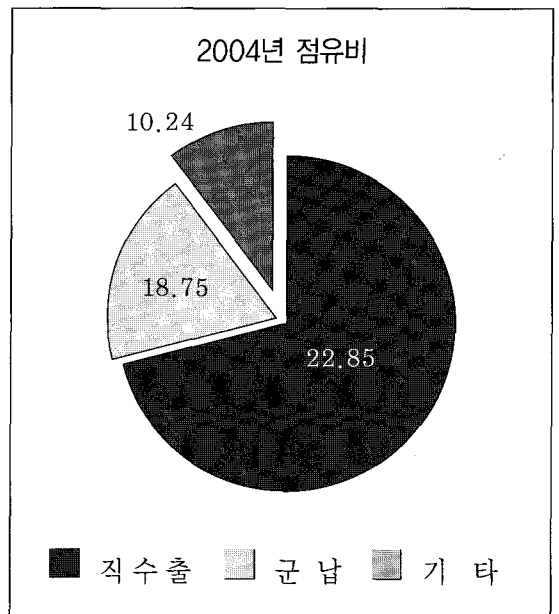
[그림 7] 2004년 맥주 월별 매출액 변동추이 비교(백만원)



[그림 8] 맥주 용기별 점유비(%)



[그림 9] 맥주 면세주 출고점유비(%) 현황

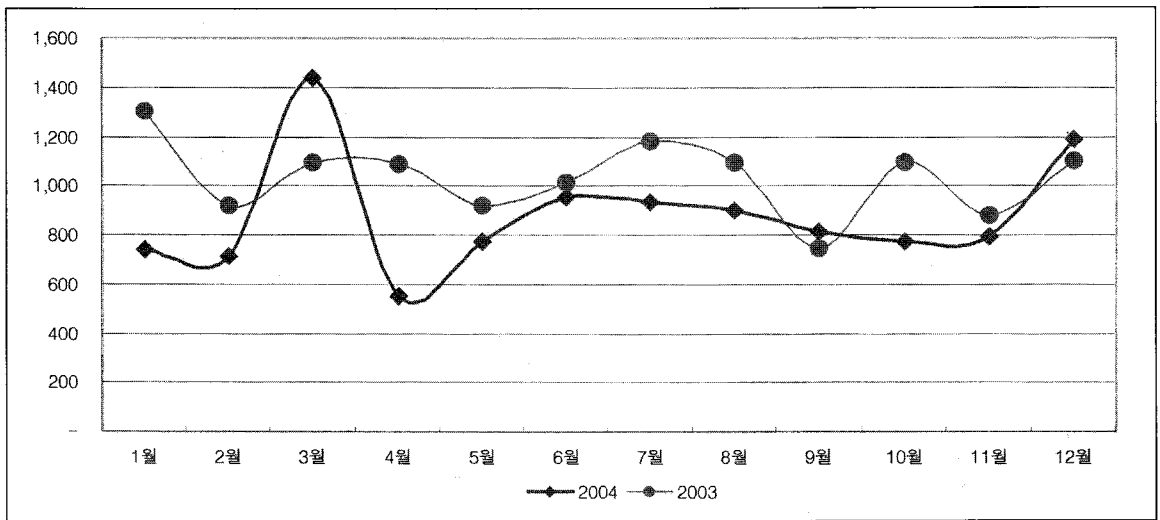


다. 위스키

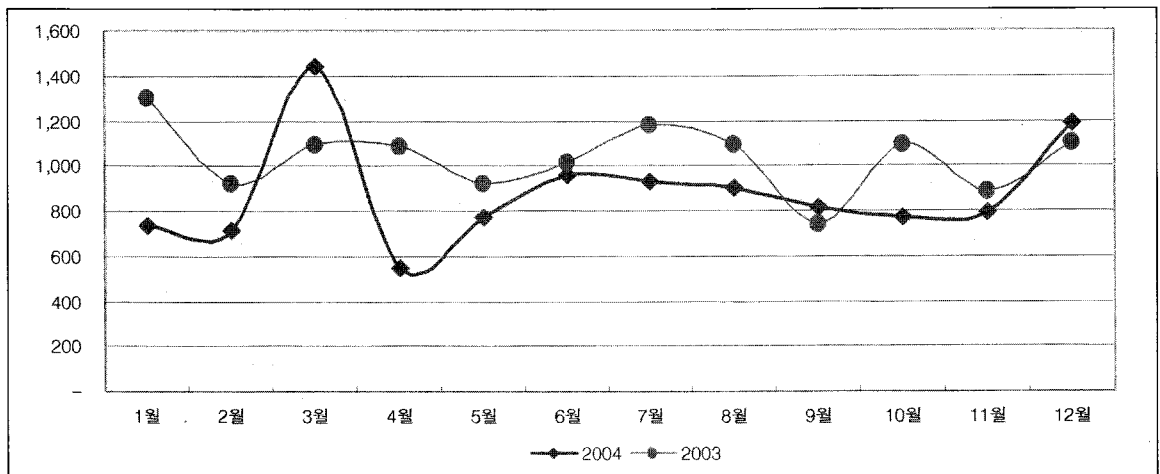
〈위스키〉는 매년 큰 폭으로 신장하는 주류 품목이었으나 2004년 초 정부에서 추진하고 있는 접대비 실명제 및 한도제한으로 유흥음식점

의 매출 둔화에 따른 요인으로 대폭 감소하였으며 2004년 10월 발효된 성매매 금지법에 따른 수요 감소로 인해 출고량을 회복치 못하고 전년 대비 15.06%의 큰 폭으로 감소되었다.

[그림 10] 2004년 위스키 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)



[그림 11] 2004년 위스키 월별 매출액 변동추이 비교(백만원)

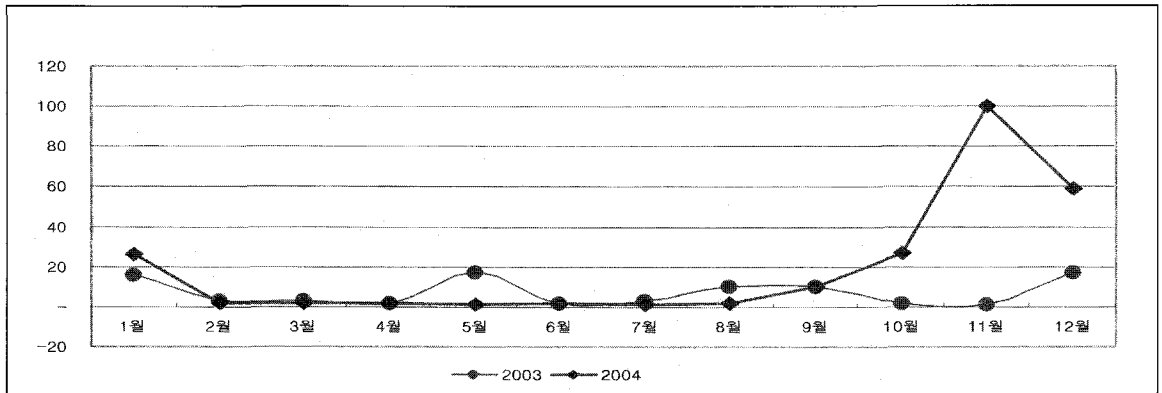


라. 증류식소주

〈증류식소주〉는 민속절의 선물용으로 제한되어 있어 설날 성수기때 판매가 급증하였으나 그 이후 계속 감소하였으며 9월 추석부

터 신장세를 나타내더니 10월부터 년 말까지 증류식소주의 수출(두산)이 큰 폭으로 증가함에 따라 2004년 출고는 전년 대비 137.78% 신장되었다.

[그림 12] 2004년 증류식소주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

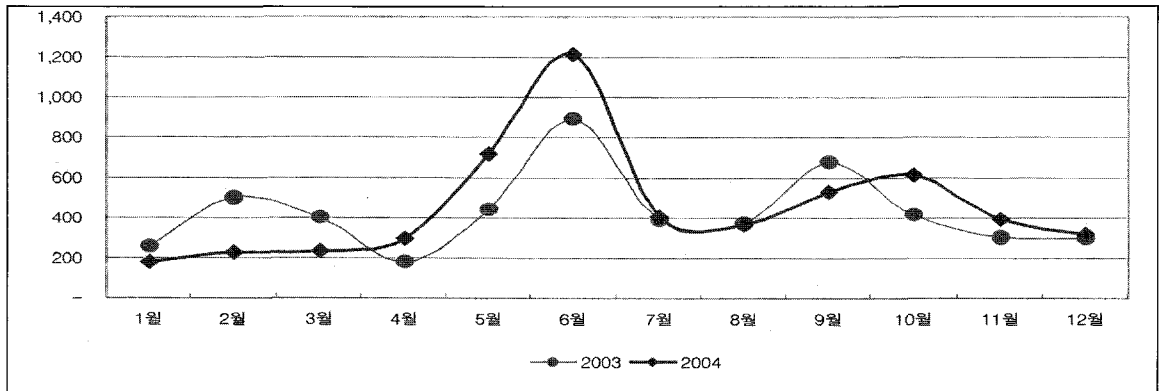


마. 일반증류주

〈일반증류주〉는 국순당이 해태산업을 인수하면서 적극적인 마케팅을 위해 소주틈새시장을 겨냥한 신제품(담금세상, 순 등)출시를 하여 상반

기까지는 큰 폭으로 신장하였으나 날씨가 점점 더워지는 비수기에 따라 7~8월에는 감소하였다가 9월 이후 년 말까지 계속 증가 되어 2004년 출고실적은 전년 대비 8.99%가 신장하였다.

[그림 13] 2004년 일반증류주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

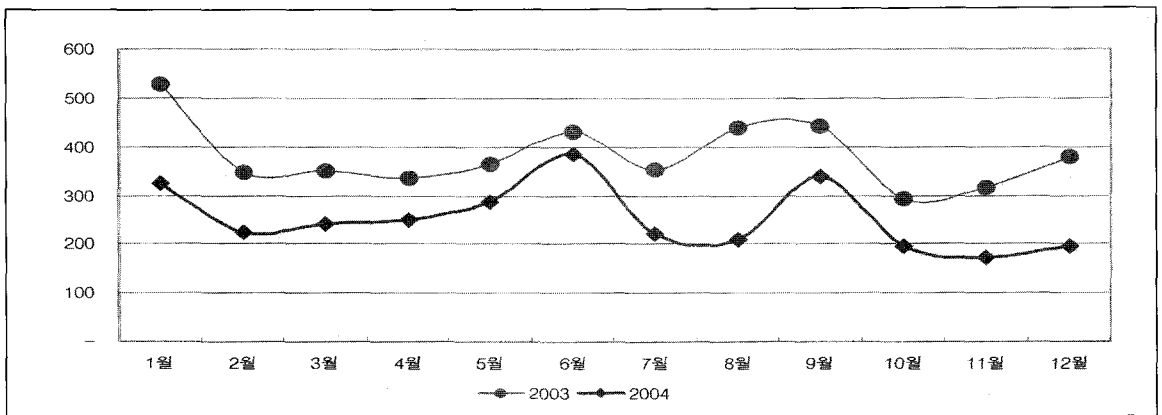


바. 리큐르

〈리큐르〉는 전년에 비해 33.57% 감소하였으며 그이유로는 불황의 소비 심리도 있겠지만 제조방법의 변경으로 인한 세율이

높은 리큐르(72%)에서 세율이 낮은 과실주(30%)로의 제조가 늘어나 “설중매 17, 매실마을”등 과실주로 분리가 된 것도 요인이 있다.

[그림 14] 2004년 리큐르 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

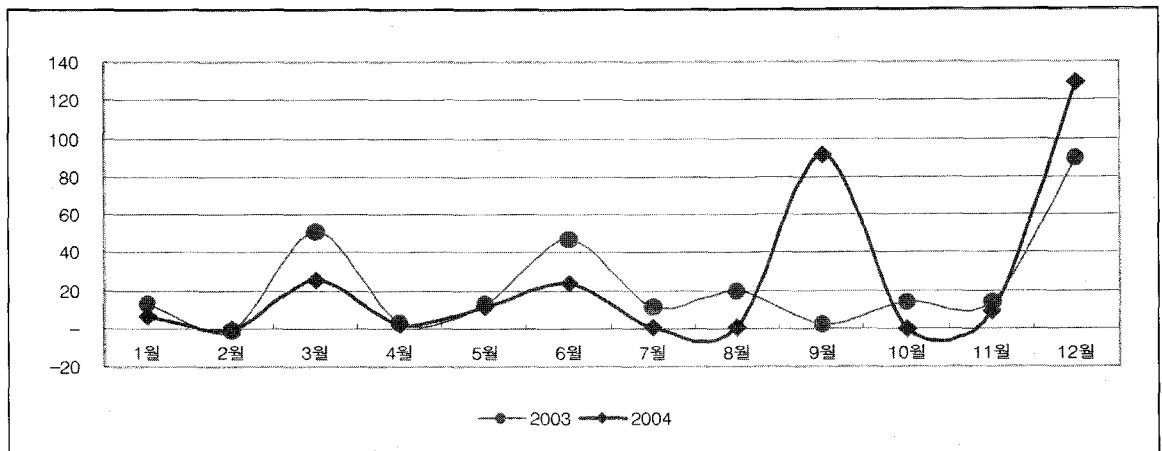


사. 브랜드

〈브랜드〉는 전년에 비해 8.65% 증가 하

였으며 증가요인으로는 9~12월 출고분 중 면세주의 출고가 증가된 요인이 있다.

[그림 15] 2004년 리큐르 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

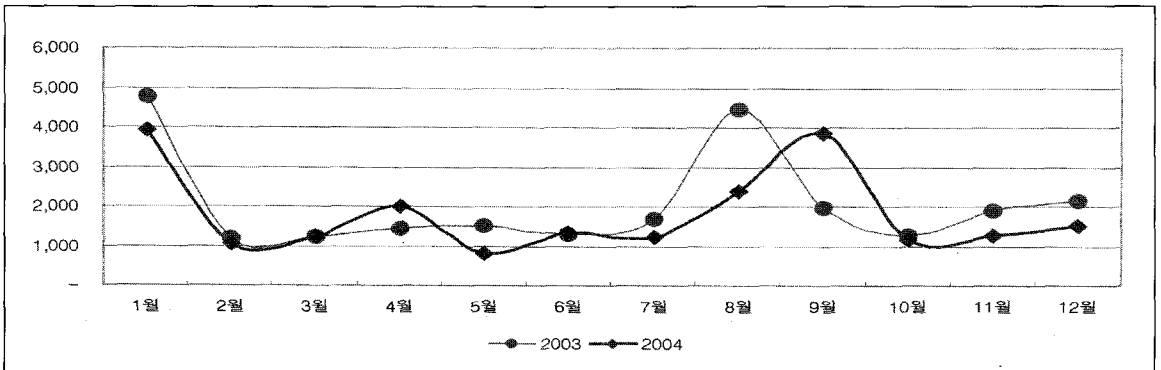


아. 청주

〈청주〉는 주 용도는 명절의 제주로서 기능을 하고 있으나 젊은 세대들의 웰빙 문화에 따른 인식변화로 인해 제주로써 상당부분이 약주가 대신하고 있어 매년 출고량이 감소하고 있다.

또한, 기존세대들은 청주가 고급주로 인식되어 있고 소비자들의 음주패턴의 변화를 적절히 대처하지 못하고 있으며 청주와 약주의 구분이 모호해 있다는 이유로 인해 소비자들이 약주의 선호에 따라 전년에 비해 10.11% 감소하였다.

[그림 16] 2004년 청주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

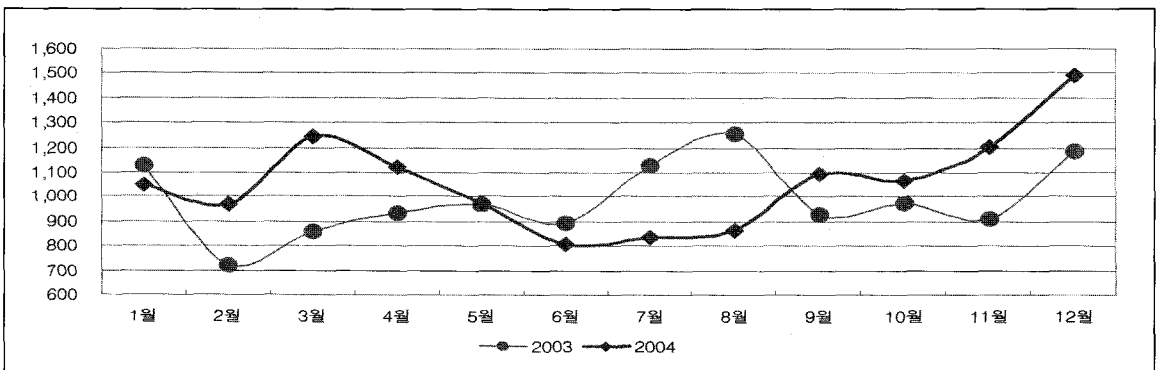


자. 과실주

〈과실주〉는 2004년 각종 매스컴에서 포도주가 알카리성 식품으로 건강에 유익하다는 정보가 보도됨에 따라 5월까지 중산층의 소비자와

젊은층의 웰빙 바람으로 인해 성장세를 보였으나 5월부터 8월까지의 감소하였으며 날씨가 서늘해 짐에 따라 9월부터 신장세로 돌아섰으며 2004년 출고는 전년 대비 2.56% 신장 되었다.

[그림 17] 2004년 과실주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)

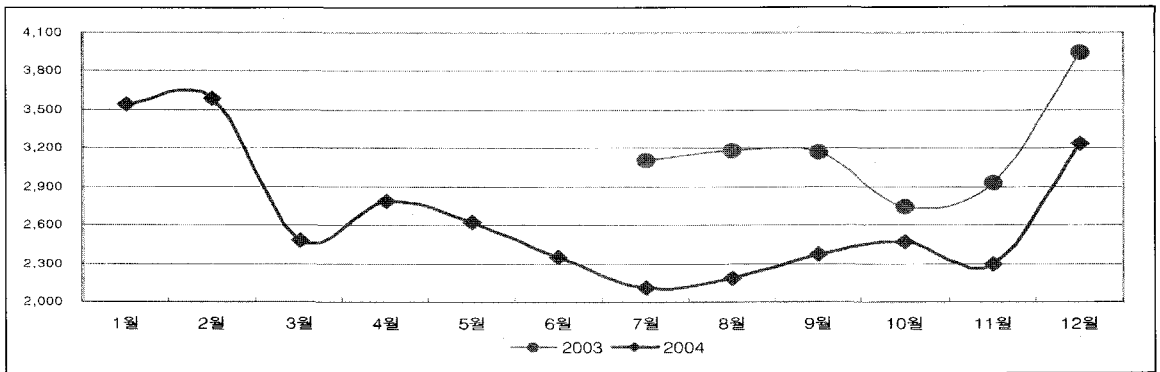


차. 약주

〈약주〉는 최근 몇 년 동안 업계의 적극적인 마케팅에 따라 웰빙 붐을 타고 건강주로서 폭발적인 수요증가(매년10~20%신장)를 보였으나 2003년 출고량이 39,470kl인데 반해

2004년 32,443kl로 전년대비 17.81%정도 감소한 것으로 나타나 경기 침체에 따른 내수 부진과 급성장에 대한 정체로 판단되며 약주 업계는 출고량 감소에 대해 적극적인 마케팅 전략과 신제품 개발에 주력하고 있다.

[그림 18] 2004년 약주 월별 출고량 변동추이 비교(kl)

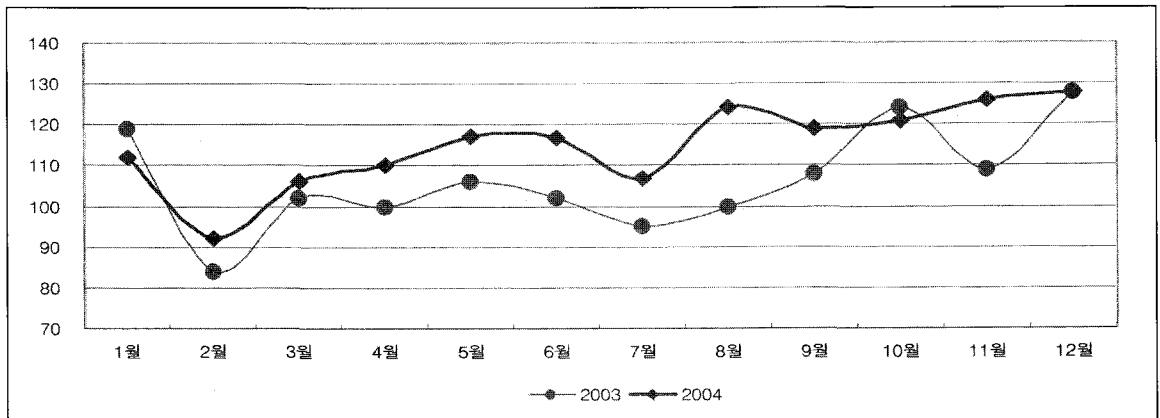


카. 기타주류

〈기타주류〉는 주로 요리주인바 근래 건강에 대한 관심과 생활수준의 향상 및 소비자 기호

에 맞춘 시기적절한 신제품개발로 전년대비 8.75% 상승하였고 해외에서도 인기주종 품목으로 매년 수출이 증가되고 있다.

[그림 19] 2004년 기타주류 월별 출고량 변동추이 비교(kl)



Ⅲ. 전 망

2005년 주류시장은 내수시장의 침체 속에서도 2004년과 비슷하거나 다소 성장세를 보일 것으로 예상되나 진로의 인수가 물밑작업에 도래한 시점에서 진로 인수전의 영향으로 소주뿐 아니라 맥주 부문도 덩달아 주목받고 있는 가운데 현재 진로 인수전 과열은 참이슬의 브랜드 파워를 반증하며 인수결과에 따라 브랜드시장 판도가 달라질 수 있음을 예고하고 있어 소주시장이 크게 변화를 가져 올 수도 있다. 맥주는 맥주업계는 년 초부터 새로운 마케팅전략을 펼치고 있으며 계속 이어진다면 2%내외의 성장세를 기대하고 있다. 2004년에도 그러했듯이

고세울의 주류(리큐르)가 약간의 제조변경 신고로서 세율이 낮은 주류(과실주)로 변경하여 출고가 계속 이어질 전망이다. 수출의 경우 매년 성장세를 보인 가운데 소주수출은 일본이 가장 많은 가운데 진로 인수를 놓고 일본의 아사히맥주와 기린맥주가 진로 인수에 큰 관심을 보이고 있으며 일본 희석식소주시장에서 (주)진로가 7년 연속 1위를 차지하였으나 2005년도에는 진로의 인수에 따라 수출 또한 변화가 있을 것으로 예상된다.

전체 주류업계가 계속되는 경기침체 속에서 소비자가 선호하는 신제품 개발과 신선한 마케팅전략으로 노력한다면 2005년도 주류시장은 성장할 것으로 전망 된다.