

2007년 국내주류 출고동향

김민옥 대리 회원사업팀

1. 개요

2007년도 우리나라 전체 주류시장(수입주류, 탁주, 민속주 제외)은 전년대비 2.51%의 판매가 증가(매출액기준 4.34%증가) 되었다. 주류시장은 웰빙트렌드에 영향으로 소비자들의 입맛이 고급화되어 보다 부드럽고 개성 있는 맛을 찾고 있으며 취하는 문화가 아닌 분위기를 즐기는 주류문화로 하는 변화를 보였다.

주종별로 살펴보면 대표적인 대중주인 희석식 소주는 저도주가 자리를 잡으며 출고량 기준

1.11%(매출액 3.96%증가) 증가하였다. 맥주는 3.75%(매출액 4.49%) 출고량이 증가하였고 이는 2002년 월드컵 이후 두 번째로 높은 판매의 신장을 보였다.

과실주의 경우 포도주와 복분자주에 대한 소비자의 관심도가 여전히 높고 복분자주의 해외수출이 증가함에 따라 전년대비 출고는 13.23%(매출액 20.32%)증가 하였다.

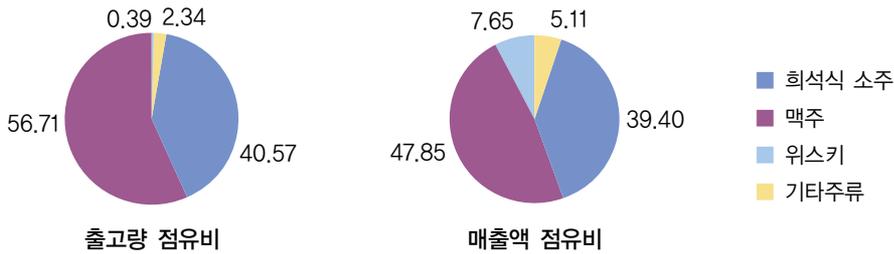
약주는 신제품이 2007년도에도 잇따라 출시되었지만 소주의 저도화로 출고량이 24.05% 감소하였다.

2007년 주류출고 현황

구 분	출고수량(kℓ)			총매출액(백만원)		
	2006년	2007년	전년대비(%)	2006년	2007년	전년대비(%)
계	3,077,122	3,154,239	102.51	6,775,029	7,068,849	104.34
희석식소주	1,265,579	1,279,685	101.11	2,678,786	2,784,958	103.96
증류식소주	117	230	196.58	790	2,091	264.68
청 주	23,963	22,885	95.50	102,268	99,544	97.34
일반증류주	10,988	12,087	110.00	21,862	25,052	114.59
맥 주	1,724,018	1,788,619	103.75	3,236,636	3,382,101	104.49
위 스 키	10,775	12,150	112.76	492,342	540,750	109.83
브 랜 디	274	201	73.36	9,196	7,338	79.80
과 실 주	16,286	18,440	113.23	98,980	119,095	120.32
리 큐 르	3,590	2,420	67.41	19,194	13,396	69.79
약 주	18,552	14,091	75.95	106,460	84,744	79.60
기 타 주 류	2,980	3,431	115.13	8,515	9,780	114.86

※ 수입주류제외

2007년 주류별 출고 및 매출액 점유비 비교(%)



2007년 소주주류출고 현황

구 분	출고수량(kℓ)				총매출액(백만원)			
	2006년	2007년	비율(%)		2006년	2007년	비율(%)	
			구성비	전년대비			구성비	전년대비
합 계	1,265,580	1,279,685	100.00	101.11	2,676,787	2,784,958	100.00	104.04
금 복 주	110,371	111,205	8.69	100.76	238,651	246,234	8.84	103.18
대 선	95,379	97,365	7.61	102.08	210,279	221,616	7.96	105.39
두 산	159,240	175,688	13.73	110.33	288,569	341,151	12.25	118.22
무 학	90,793	95,009	7.42	104.64	196,608	211,908	7.61	107.78
보 해	70,611	76,802	6.00	108.77	145,501	161,475	5.80	110.98
선 양	39,561	40,201	3.14	101.62	84,568	88,975	3.19	105.21
진 로	655,703	635,713	49.68	96.95	1,411,731	1,402,424	50.36	99.34
충북소주	13,521	16,483	1.29	121.91	29,259	36,321	1.30	124.14
하이트주조	16,064	16,573	1.30	103.17	32,796	34,659	1.24	105.68
한 라 산	14,337	14,646	1.14	102.16	38,825	40,195	1.44	103.53

2. 주종별 동향

가. 소주

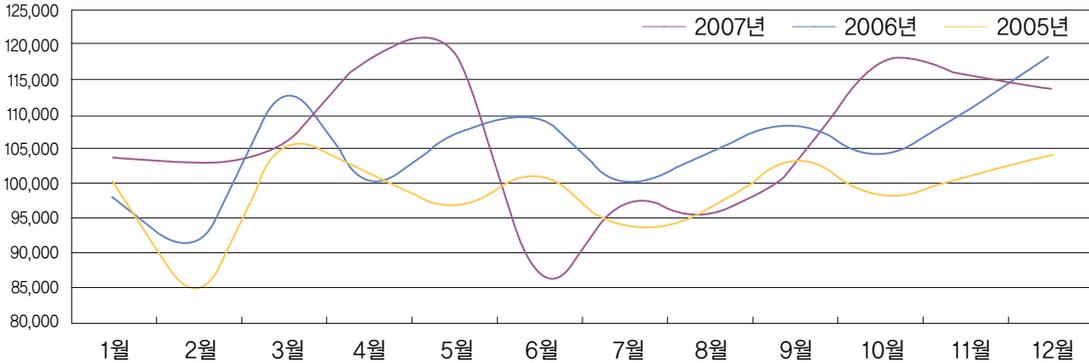
2007년 소주의 출고량은 서민경제가 어려운 상황에서도 신제품출시와 제프리뉴얼(프리미엄급소주), 병뚜껑경품대전 이벤트 등 활발한 마케팅으로 폭 넓은 연령대를 공략하여 1.1% 신장하였다.

상반기에는 1~5월까지 소주 출고가 큰 폭으로 증가하였으나 6월에는 5월의 가격인상에 따른 가

수요의 발생으로 큰 폭의 감소가 되었다. 하반기에는 업계의 대형 이벤트등 새로운 수요창출로 인해 꾸준한 상승세를 보였다.

2007년을 기점으로 도수 낮추기 경쟁은 한풀 꺾인 가운데 웰빙트렌드에 맞추어 부드럽고 마시기 편한 소주에 대한 소비자들의 선호가 지속될 것으로 보인다. 따라서 2008년도에도 소주업계 시장은 소비자 기호에 맞춘 마케팅 등으로 치열한 경쟁이 예상된다.

최근 3개년 소주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)



2007년 소주 면세주 출고현황

구 분	출고수량(kℓ)			총매출액(백만원)		
	2006년	2007년	전년대비(%)	2006년	2007년	전년대비(%)
합 계	91,360	85,485	93.57	119,105	99,411	83.47
수 출	88,040	81,800	92.91	115,236	94,991	82.43
군 납	2,557	2,615	102.27	2,869	2,988	104.15
기 타	763	1,070	140.24	1,000	1,432	143.20

2007년 소주 면세주는 수출주가 95.69%로 대부분을 차지하고 있으며 수출이 줄어들어 따라 6.43% 감소했다. 수출이 감소한 원인은 소주수출의 87.28%를 차지하고 있는 일본의 수출이 줄어든 것으로 나타났다. 그러나 베이징올림픽 등 현재 중국 등 아시아 시장에서 한류의 유행에 힘입어 한국 소주가 큰 인기를 끌고 있어 2008년 소주 수출이 증가할 것으로 예상된다.

수출용소주는 7.09% 감소하였지만, 군납소주는 2.27% 증가하였다.

나. 맥주

2007년 맥주시장은 많은 변화속에서도 출고량이 3.75% 증가하였고 매출액 또한 4.49% 증가하

였다.

맥주판매 상승의 원인은 활발한 신제품 출시 경쟁과 더불어 년중 평년보다 좋은 날씨와 높은 기온이 주요 원인이며, 소비경기회복 기대 심리도 큰 몫을 차지한 것으로 판단된다.

맥주업계는 올해초 비슷한 시기에 하이트맥주와 오비맥주는 새로운 사령탑으로 교체하고 의욕적으로 사업을 추진하였다. 고알콜맥주에서 식이 섬유맥주, 생맥주신제품, 흑맥주 등 틈새시장을 겨냥한 새로운 브랜드들이 속속 출시됐다.

월별로 살펴보면 계절을 감안해 고르게 분포되었으며 연말인 12월은 평년보다 높은 기온의 영향으로 많은 량의 출고가 이루어 졌다.

맥주의 용기별 출고량은 가격이 저렴하고 보관이 용이한 PET의 시장점유율이 확고히 자리를 잡은 가운데 병(44.96%), 생(20.79%), 캔(17.31%), PET(16.94%) 순으로 판매가 되고 있다.

맥주의 면세주류는 전년대비 8.14% 감소했으며 그중 수출이 67.68%, 군납이 27.71%, 기타 4.62%를 차지했다. 맥주 수출량은 전년대비 11.29% 감소하였으며 군납맥주 역시 0.19% 소폭 감소하였다.

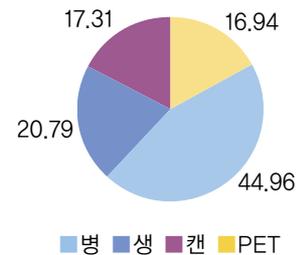
2007년 맥주주류출고 현황

구 분	출고수량(kℓ)				총매출액(백만원)			
	2006년	2007년	비율(%)		2006년	2007년	비율(%)	
			구성비	전년대비			구성비	전년대비
합 계	1,724,019	1,788,619	100.00	103.75	3,236,636	3,382,102	100.00	104.49
오비맥주	695,516	729,03	40.76	104.82	1,253,563	1,352,687	40.00	107.91
하이트맥주	1,028,503	1,059,584	59.24	103.02	1,983,073	2,029,415	60.00	102.34

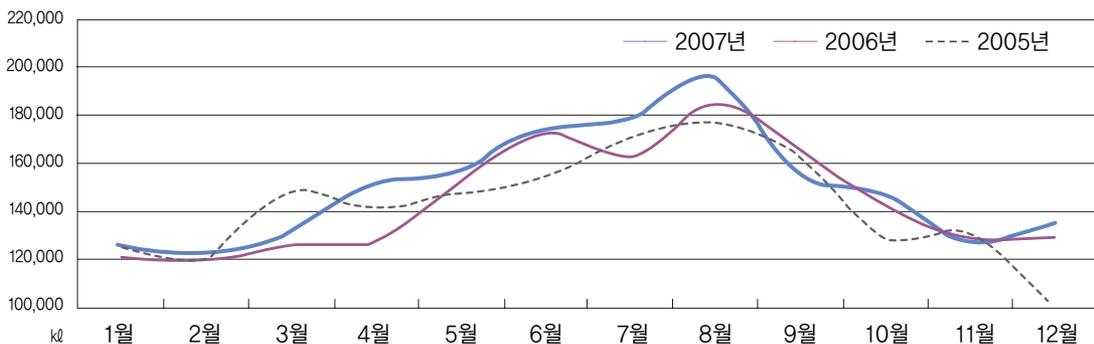
2007년 맥주 면세주 출고 현황

구 분	출고수량(kℓ)			총매출액(백만원)		
	2006년	2007년	전년대비(%)	2006년	2007년	전년대비(%)
합 계	80,451	73,900	91.86	72,515	67,967	93.73
수 출	56,376	50,013	88.71	45,572	41,138	90.27
군 납	20,514	20,474	99.81	22,884	22,914	100.13
기 타	3,561	3,143	95.84	4,059	3,915	96.45

2007년 맥주 용기별 점유비(%)



최근3개년 맥주 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)



다. 위스키

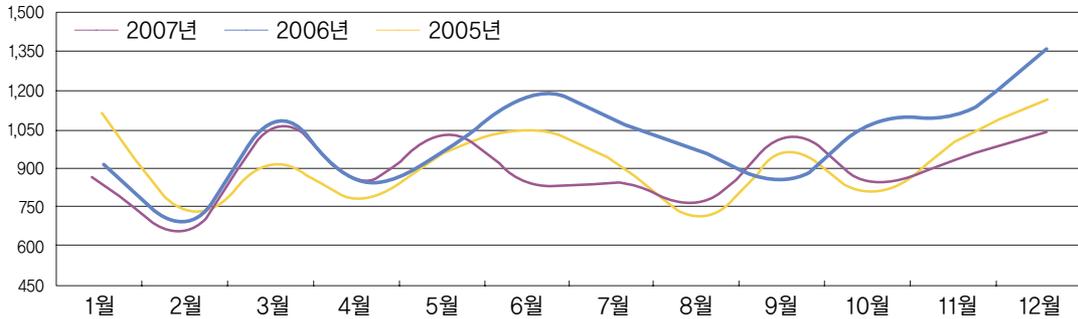
2007년 국내 위스키 시장은 출고량이 12.76%, 매출액이 10.51% 큰 폭으로 증가했다. 전년과 같이 프리미엄 위스키는 5% 성장한 반면 슈퍼프리미엄급 위스키는 14%가 늘었으며 스탠다드급은

6% 감소세를 보였다. 이는 국내 위스키업체들의 슈퍼프리미엄급 위스키의 홍보와 적극적인 마케팅의 결과라 하겠다. 앞으로도 이러한 현상은 지속될 것으로 보인다.

2007년 위스키주류출고 현황

구 분	출고수량(kℓ)				총매출액(백만원)			
	2006년	2007년	비율(%)		2006년	2007년	비율(%)	
			구성비	전년대비			구성비	전년대비
합 계	10,775	12,150	100	112.76	489,340	540,750	100	110.51
두 산	27	30	0.25	111.11	814	1,048	0.19	128.75
디아지오코리아	1,312	738	6.007	563.36	3,713	8,292	1.53	223.32
롯데칠성	4,482	4,919	40.49	109.75	200,353	224,239	41.47	111.92
보해양조	20	21	0.17	105.00	625	590	0.11	94.40
진로발렌타인스	6,115	6,442	53.02	105.35	283,835	306,581	56.70	108.01

최근3개년 위스키 월별 출고량 변동추이 비교(kℓ)



라. 기타주류

2007년에 기타주류 중에서는 일반증류주(10% 증가), 과일주(13.23% 증가), 기타주류(15.13% 증가) 등의 판매량이 눈에 띄게 증가하였다. 과일주는 2004년부터 포도주와 복분자주에 대한 소비자의 관심도가 높고 웰빙트렌드가 확산됨에 따라 꾸준히 증가하고 있으며 일반 증류주의 경우 국순당 L&B의 과일담금주의 증가와 디아지오코리아의 스미노프보드카(수출주)의 출고증가가 원인인 것으로 보인다.

또한 리큐르(32.59% 감소), 약주(24.05% 감소)는 전년과 같이 출고량이 감소하였다. 리큐르의 경우 2005년부터 이어온 과일주로의 주종변경으

로 인해 계속 감소하고 있으며 약주는 신제품과 제품리뉴얼이 계속되고는 있지만 소주의 저도화에 따른 시장잠식의 영향으로 매년 지속적으로 감소하고 있는 상황이다.

3. 전망

지난해 국내 주류시장은 맥주의 신제품 출시와 소주시장의 저도주의 지속으로 주류시장의 성장을 이끌어 냈다.

그러나 2008년 업계는 지난해와 달리 마케팅 경쟁과 내수 및 수출시장의 치열한 경쟁이 예상된다. 소주는 지난해까지 도수경쟁을 마무리하고 웰

빙트랜드와 즐기는 문화에 맞추어 보다 깔끔하고 부드럽고 마시기 편한 소주가 대세를 이룰 것으로 보인다. 또한 지방소주사들도 대형할인점을 통해 수도권 진출이 가속화될 전망이다.

맥주는 베이징올림픽 특수를 기대하며 양사간 적극적인 마케팅으로 시장을 확대해갈 전망이다. 틈새시장을 노린 신제품과 리뉴얼제품의 시장착안을 위한 치열한 경쟁이 예상되는 가운데 각 브랜드별로 차별화된 판매전략 추진이 월초부터 진행 중이다.

위스키는 꾸준히 슈퍼프리미엄급이 강세를 보

이긴 가운데 2008년 증가할 것으로 보이며 기타주류 중 과실주와 일반 증류주는 2007년과 같이 증가가 이어질 것으로 예상된다. 이는 웰빙으로 인한 과실주의 음용과 복분자주의 수출 증가, 과실담금주의 확산이 증가됨에 따른 것으로 보인다.

2008년 국내주류시장은 베이징올림픽 특수로 인해 국내시장뿐 아니라 해외시장 성장을 기대하고 있다. 소비자의 계층간 기호에 맞는 신제품과 마케팅으로 좀 더 가까이 다가가고 해외시장 또한 우리술의 우수성으로 선전한다면 2008년도 전년과 같이 주류시장이 성장할 것으로 기대해 본다.

2007년 기타주류 월별 출고량 변동추이비교(kℓ)

