

일본 주류시장 분석

김영웅 기획조사팀

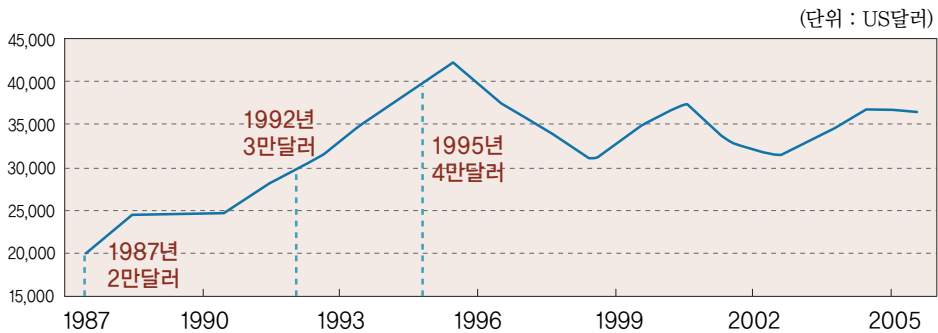
1. 일본 주류소비량 변화

1인당 국민소득변화와 주류소비량변화

한국의 1인당 국민소득(GNI per capita)은 올해 2만 달러를 넘어설 것으로 전망되고 있으며, 국민소득의 증가와 함께 주류시장의 활성화 역시 기대되고 있다.

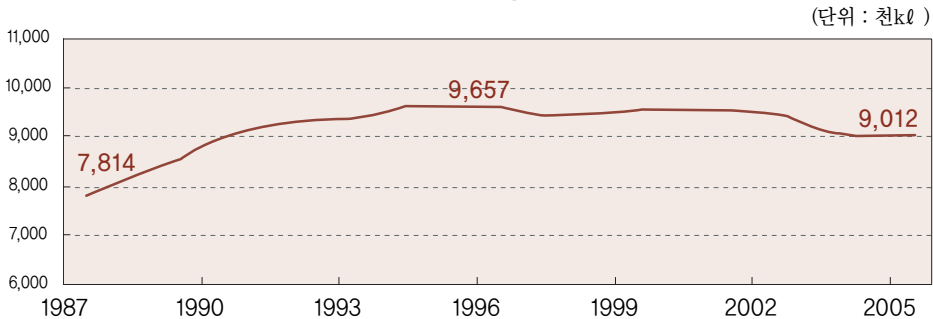
한편 우리나라와 유사한 주류산업구조를 가진 일본에서는 20년전인 1987년 이미 국민소득 2만 달러(미화)를 달성했다. 이후 빠르게 증가하던 일본의 1인당 국민소득은 2만 달러 달성 5년만인 1992년 3만 달러를 넘어서고, 또다시 3년만인 1995년 4만 달러를 달성하는 저력을 보여주었다. 그러나 1990년대 초반에 발생한 거품경제의 붕괴

〈일본 1인당 국민소득 변화〉



· 출처 : 한국은행 경제통계시스템

〈일본 주류소비량 변화〉



· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료

로 인해 1인당 국민소득은 1996년부터 하락세에 접어들었고, 2000년대에 들어선 후 다시 회복되고 있다.

일본의 경제가 이와 같이 증감을 반복한 반면 주류소비량은 큰 기복 없이 안정적인 모습을 보여 왔다. 자국산과 수입을 합친 일본의 주류소비량은 1987년 이래 지속적으로 증가하다 1990년대 중반부터는 음주문화에 대한 인식변화 등으로 정체기를 거친 후 2000년에 들어서는 소폭 감소중이다.

일본 주류소비 구성 및 전망

일본에서 가장 많이 소비되는 주종은 맥주(발포주¹⁾, 제3맥주²⁾ 포함)로 전체 주류소비량의 절반 이

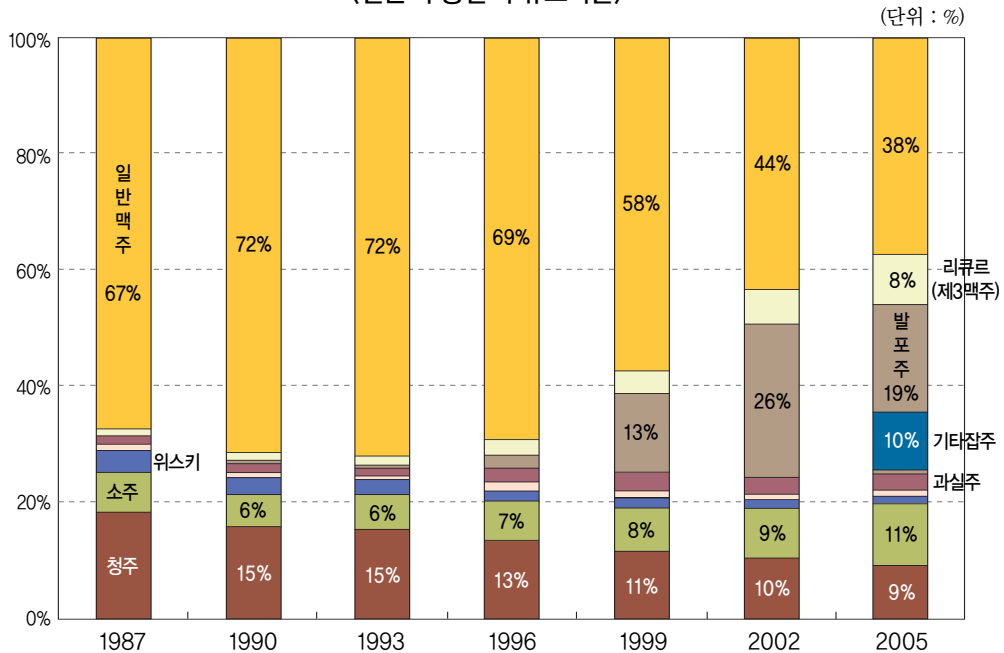
상을 차지하고 있으며 그 뒤를 소주, 청주, 리큐르 등이 잇고 있다.

그러나 일본인들이 가장 많이 마시는 주류, 맥주는 2000년대에 들어 소비량이 감소하고 있으며, 일본을 대표하는 전통주인 청주(사케)와 위스키 역시 소비가 감소하고 있다. 반면 소주(연속식, 단식), 리큐르, 과실주의 소비량은 증가하고 있다.

향후 일본의 주류소비량은 인구감소와 노령화로 인해 향후 큰 변화 없이 현 상태를 유지할 것으로 전망된다. 또한 전 세계적 추세인 고급주류 선호에 힘입어 와인, 리큐르, 단식소주 등의 판매가 증가할 것으로 예상된다.

반면, 일본의 전통주인 청주는 단식소주에 밀려

〈일본 주종별 주류소비율〉



※ 소주는 희석식, 증류식 모두 포함 ※ 청주는 일반청주, 합성청주 모두 포함
 ※ 리큐르는 제3맥주 포함(리큐르의 대부분은 제3맥주가 차지)
 · 출처 : 일본 국세청 주류통계자료

1) 발포주 : 맥아의 비율을 50%이하로 줄인 맥주로 주세율이 일반 맥주의 61~81%수준으로 저렴하며 소비자 가격 역시 저렴하다.
 2) 제3맥주 : 맥아가 사용되지 않은 맥주맛 음료와 리큐르제품을 통칭하며, 주세율이 일반맥주의 절반수준으로 발포주나 일반맥주 보다 저렴하여 가격 역시 가장 저렴하다.

향후 점유율 5%대까지 하락할 것으로 보인다.

일본내 소비량 1위 주종인 일반맥주는 지속적인 판매량 감소가 예상되며 발포주, 제3맥주에 유리한 현행 주세율이 개정되지 않는 한 전체 맥주소비 중 유사맥주가 차지하는 비중은 지속적으로 증가가 예상된다.

2. 일본 소주소비 동향

1인당 국민소득과 희석식소주 소비

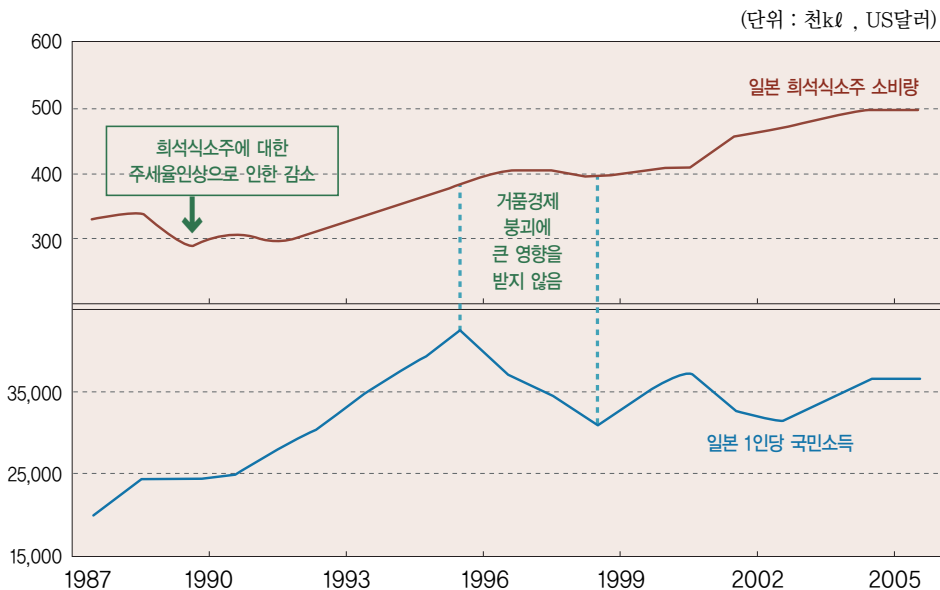
1인당 국민소득 2만 달러 달성(1987년)이후 일본의 희석식소주 소비량은 세율인상으로 소비자가격이 인상된 1989년을 제외하고는 20년간 증가세를 유지하고 있다. 특히 거품경제 붕괴에 따라 1인당 국민소득이 크게 감소했던 1995년부터 1998년 사이에도 소비량에는 큰 변동이 없었던 점으로 보아 불경기에 크게 영향을 받지 않는다는 것이 증명되었다.

주세부담과 희석식소주 소비

일본은 1989년 대대적인 주세율 개편을 통해 희석식소주에 대한 주세부담률을 큰 폭으로 인상하였고, 이후 꾸준히 주세부담률을 높이고 있다. 그러나 일본의 희석식소주 소비는 주세부담이 급격하게 늘어났던 1989년을 제외하고는 주세부담 증가에 상관없이 지속적으로 소비가 늘고 있다. 따라서 큰 폭의 주세율인상이 이뤄지지 않은 한 일본의 희석식소주 소비는 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다.

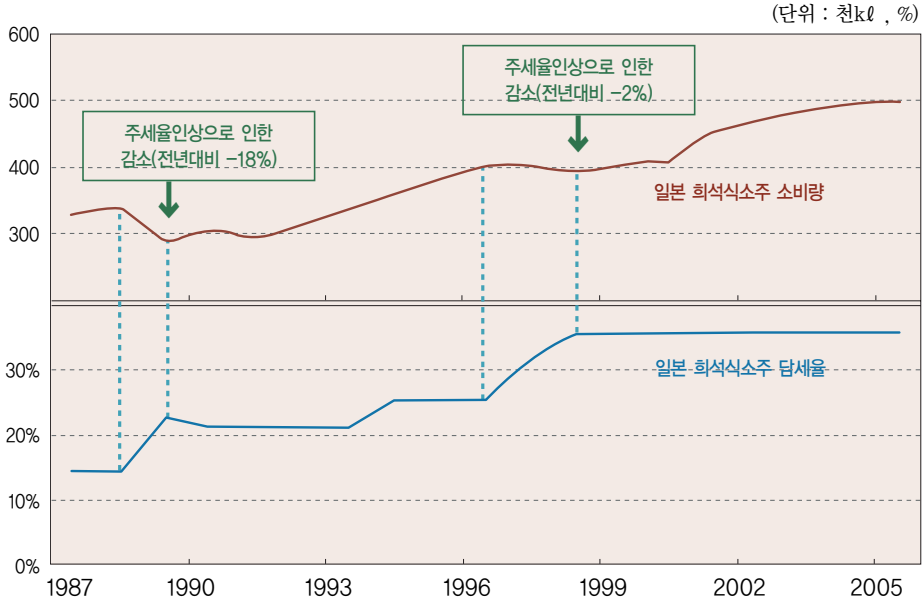
1980년대 말을 기점으로 일본에서 소주 소비량이 증가한 반면 청주, 위스키 양은 지속적으로 감소하고 있다. 이는 소주에 대한 긍정적 인식변화에 의한 것으로, “위스키, 청주는 숙취가 심한 반면, 소주는 숙취가 없는 깨끗한 술”이라는 인식이 일본 사회전반에 퍼지게 되었고, 일부 의학계에서 이에 동의함으로써 소주는 숙취가 없는 술로 인식되기 시작하였다.

〈일본 1인당 국민소득에 따른 희석식소주 소비량〉



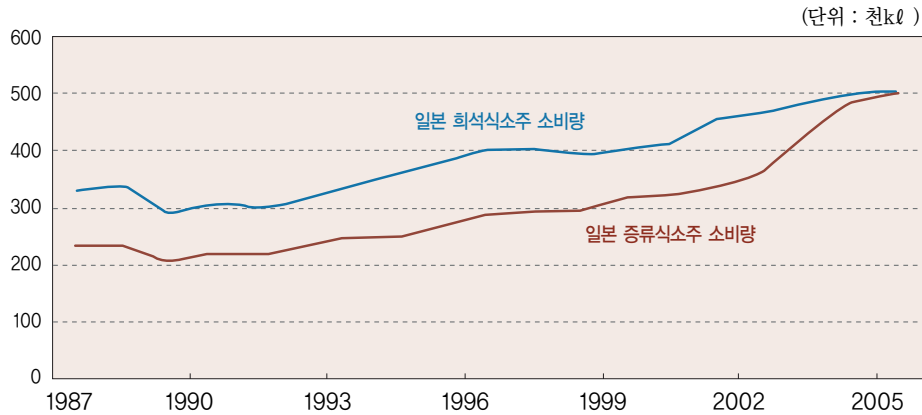
· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 “술의 안내” 책자

〈일본 주세부담에 따른 희석식소주 소비량〉



· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 “술의 안내” 책자

〈일본 희석식·증류식소주 소비량 비교〉



· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 “술의안내” 책자

더욱이 젊은이들 사이에서 위스키는 “중년층을 위한 주류”로 인식되어지고 있어, 위스키에 대한 주세부담이 감소되고 있음에도 불구하고 판매량이 하락하고 있다.

희석식·증류식소주 소비

일본의 희석식소주와 증류식소주 소비량은 1989년 이후 지속적인 증가를 하고 있다. 희석식소주와 증류식소주의 증가폭 역시 비슷한 수준을

유지하며 동일한 성장곡선을 기록해 왔으나 2002년 이후부터는 증류식소주의 소비가 더 크게 증가 중이며 당분간은 이와 같은 추세가 이어질 것으로 전망된다. 희석식소주에 비해 고가인 증류식소주의 소비량이 더 크게 늘어나는 것은 일본 경제가 회복되고, 웰빙이 식생활문화의 트렌드로 자리 잡기 때문으로 분석되고 있다.

3. 일본 맥주소비 동향

1인당 국민소득과 맥주소비

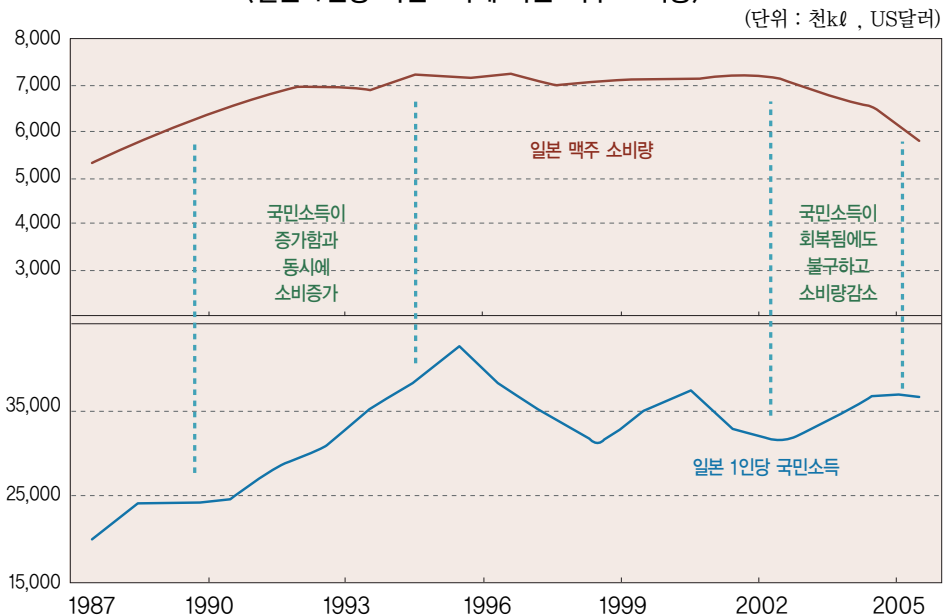
1인당 국민소득 2만 달러 달성(1987년)이후 일본의 맥주소비량은 약 7년간 증가하였으며, 이후 10년을 정체기에 머물러 있다가 2003년부터 감소하고 있다. 1980년대 말부터 1990년대 중순까지 일본의 맥주소비는 국민소득증대와 더불어 증가

하였으나 2000년대 이후부터는 국민소득에 관계 없이 소비가 감소하고 있다. 이는 일본의 대중주인 맥주시장이 성숙단계에 들어섰기 때문으로 분석되며, 성숙기를 거쳐 소비가 감소하는 원인은 일본의 소비자들이 와인, 리큐르 등의 주류를 선호하는 등 소비패턴이 변화하고 있기 때문으로 분석된다.

주세부담과 맥주소비

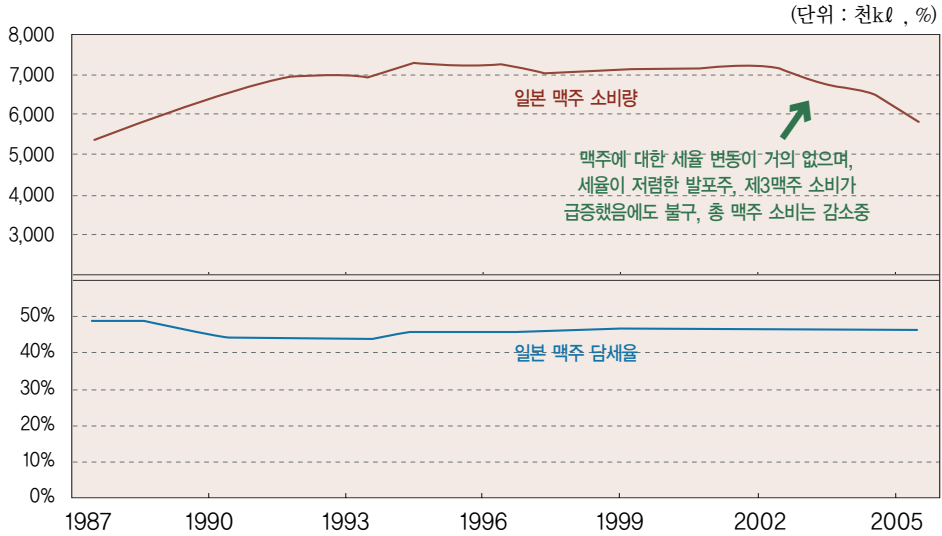
일본의 맥주 주세율은 20년간 큰 변동 없이 유지되고 있다. 여기서 주목할 점은 맥주에 비해 세금과 소비자가격이 저렴한 발포주, 제3맥주의 판매가 늘고 있음에도 불구하고 총 맥주 소비량이 줄고 있다는 것이다. 즉 일본 맥주소비는 주세의 일부영향과 함께 소비패턴변화가 가장 크게 작용하는 것으로 분석된다.

〈일본 1인당 국민소득에 따른 맥주 소비량〉



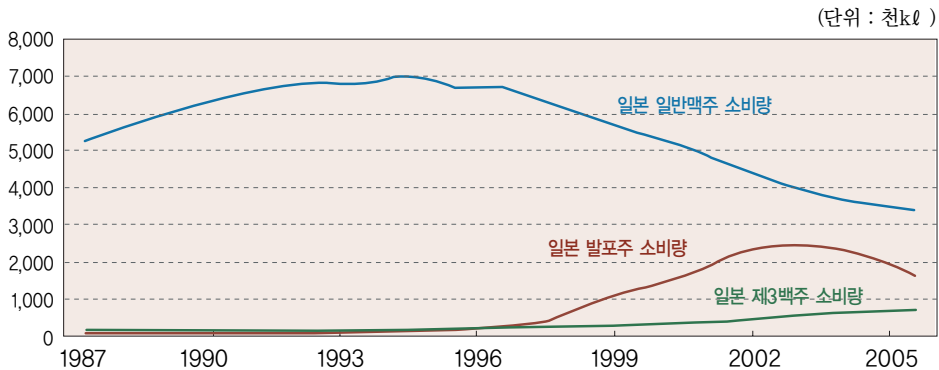
※ 맥주소비량: 일반맥주, 발포주, 제3맥주 모두 포함
출처: 일본 국세청 주류통계자료, 한국은행 경제통계시스템

〈일본 주세부담에 따른 맥주 소비량〉



※ 맥주소비량 : 일반맥주, 발포주, 제3맥주 모두 포함
· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 “술의안내” 책자

〈일본 일반맥주 · 발포주 · 제3맥주 소비량 비교〉



※ 맥주소비량 : 일반맥주, 발포주, 제3맥주 모두 포함
· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 “술의안내” 책자

발포주, 제3맥주와 맥주소비

일본에서는 1990년대 중반부터 발포주와 제3맥주가 인기를 얻으며 소비량이 증가하고 있다. 일본의 맥주 주세율은 맥아의 함유량에 따라 세금이 책정되는데 발포주와 제3맥주의 세율이 일반맥주의 50~80%수준밖에 되지 않아 소비자가격이

저렴한 반면 맛은 맥주와 거의 유사해 일본 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있다.

그러나 8년동안 폭발적으로 증가하던 발포주 소비 역시 2003년부터 감소하고 있으며, 더욱이 맥주원료가격인상으로 맥주의 소비자가격 인상이 불가피해 소비량은 계속 감소할 것으로 예상된다.

일본 맥주제조업체들은 이와 같은 판매부진 만회를 위해 제3맥주 신제품 및 저칼로리 맥주와 같은 기능성맥주를 계속 출시하고 있으며, 해외수출 및 타 업종으로의 사업 확대를 모색하고 있다.

4. 일본 위스키소비 동향

국민소득 및 주세부담과 위스키소비

일본의 위스키 소비량은 국민소득 증대와 주세율 감면에도 불구하고 지속적으로 하락하고 있다. 이는 젊은이들 사이에서 “위스키는 중년을 위한 주류”라는 인식이 확산되는 등 위스키가 더 이상 매력적인 술이 아니라는 인식변화와 함께, 한국과는 다른 내향적인 일본음주문화로 인한 것으로 분석된다.

한국에서 위스키는 자기과시, 접대 등에 많이 응용되고 있으나 일본에서는 과시를 위한 위스키

소비가 적어 소비가 감소하고 있는 것으로 보인다.

기타주류와 위스키소비

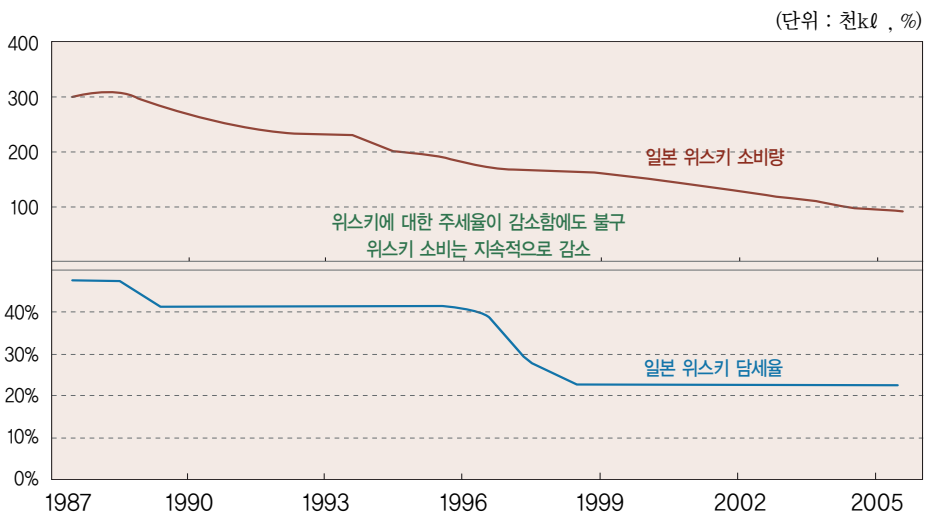
일본에서 위스키 소비량이 지속적으로 감소하고 있는데 반해, 과실주, 스피릿의 소비는 증가하고 있다. 이는 세계적인 웰빙 트렌드에 의한 와인 소비가 증가하고 있기 때문으로 일본의 와인소비는 1997년에 위스키소비량을 추월한 후 격차가 벌어지고 있다. 또한 일본의 젊은이들 사이에서 보드카, 데킬라, 럼 등 새로운 주류가 인기를 얻으며 위스키의 자리를 대체하고 있기 때문으로 분석된다.

5. 한·일 주류소비 비교

소 주

한국인의 1인당 연간 희석식소주 소비량은 약 25리터로 일본(4리터)의 6배가량 높으며 일본에

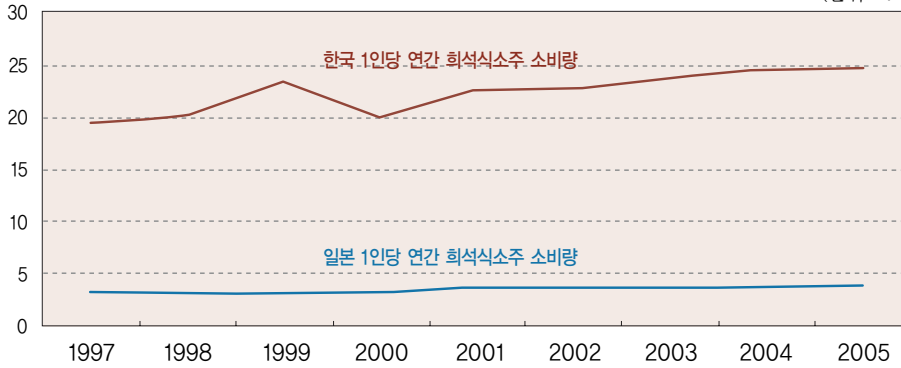
〈일본 주세부담에 따른 위스키 소비량〉



· 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 “술의안내” 책자

〈한·일 1인당 희석식소주 소비량 비교〉

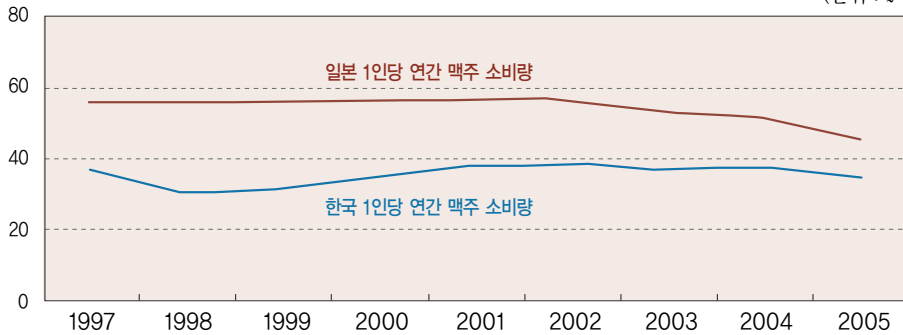
(단위 : ℓ)



· 출처 : 대한주류공업협회 통계자료, 일본 국세청 주류통계자료, OECD 인구통계자료

〈한·일 1인당 맥주 소비량 비교〉

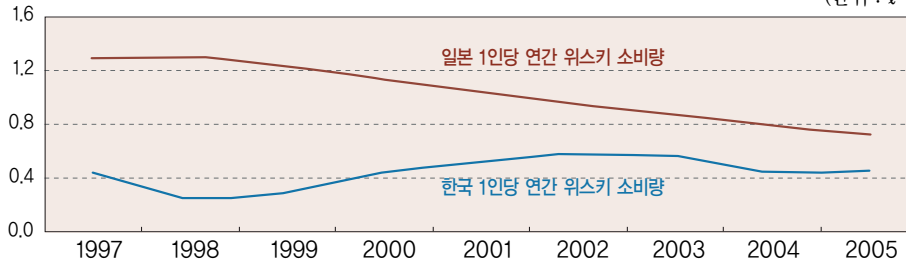
(단위 : ℓ)



· 출처 : 대한주류공업협회 통계자료, 일본 국세청 주류통계자료, OECD 인구통계자료

〈한·일 1인당 위스키 소비량 비교〉

(단위 : ℓ)



· 출처 : 관세청 통계자료, 일본 국세청 주류통계자료, OECD 인구통계자료

비해 큰 폭으로 소비가 증가하고 있다.

증류식소주의 경우 일본인의 1인당 연간 소비량이 희석식소주와 비슷한 4리터인데 반해 한국의 1인당 소비량은 2.9밀리리터로 상당히 낮은 수준이다.

맥 주

한국인의 1인당 연간 맥주 소비량은 35리터 수준으로 45리터 수준인 일본과 비교시 다소 낮은 편이다. 그러나 전체 주류소비량의 절반이상을 맥주가 차지하고 있는 일본과 달리 한국의 경우 희석식소주와 맥주가 주류소비를 양분하고 있어 이를 감안할 경우 한국과 일본의 맥주 소비격차는 크지 않은 편이다.

위스키

일본의 1인당 연간 위스키 소비량은 약 0,7리터로 한국(0.5리터)에 비해 다소 높은편이다. 그러나 한국의 위스키 소비량이 증가하는데 반해 일본의 소비량은 지속적으로 줄고 있어 향후 10년 이내에 추월이 가능할 것으로 전망된다.

일본 희석식소주 소비동향에서 보듯이, 희석식소주 소비는 경기 동향에 크게 영향을 받지 않는 반면 주세율, 주류에 대한 긍정적 인식, 소비행태 변화, 건강중심생활 등에는 영향을 받는 것으로 보인다.

한국의 경우 일본과 달리 희석식소주가 국민주로 음용되고 있으며 성숙단계에 있어 일본과 같은 큰 폭의 소비량 증가는 어렵겠지만, 가격인상, 판매규제 등의 외부적 요인이 발생할 경우에만 일시

적인 감소가 예상될 뿐 전체적으로 소폭의 증가가 예상된다.

일본의 맥주시장을 보면 경제성장, 안정된 주세율, 발포주 및 제3맥주 등장 등 여러 긍정적인 요인들이 있었으나, 주류소비 패턴변화에 의해 최근 몇 년 사이 맥주소비가 소폭 감소하고 있다.

향후 한국의 맥주소비는 일본과 흡사하게 진행될 것으로 전망되며, 국민소득 2만 달러에 접어든 현재로써는 향후 3만 달러 이상까지 비교적 안정적인 성장을 기록할 것으로 전망된다. 또한, 맥주 업계는 최근 다양한 계층을 겨냥한 기능성제품을 출시 또는 개발중에 있어 이와 같은 전망에 힘을 실어주고 있다.

그러나 원료가격, 유가, 인건비 상승 등의 악재가 제품가격에 영향을 미칠 수 있으며, 향후 일본의 경우와 같이 맥아의 함량에 따른 차별된 주세율이 적용된다면, 발포주, 제3맥주 등의 제품이 등장할 가능성도 있어 보인다.

일본의 위스키 소비량이 경기동향, 주세율에 관계없이 감소한데 반해, 한국의 위스키 소비량은 타 주류에 비해 경기동향에 민감하게 반응해 왔다. 그 예로 IMF로 인해 국민소득이 감소했던 1998년에는 위스키소비량 역시 감소했으며, 이후 급격한 소비량 증감을 보였으나 현재는 점차 안정세를 찾고 있는중이다.

또한, 한국의 음주문화는 일본과는 다른면을 보이고 있는데, 위스키는 여전히 성공의 상징으로 취급받고 있어 한국의 위스키 소비량은 국민소득 증가와 함께 향후 지속적인 성장에 예상된다.

참고) 일본 연도별 주류 소비량 변화

구 분	소 주				맥 주		위 스 키		기 타	
	희석식	전년대비	증류식	전년대비		전년대비		전년대비		전년대비
1987	330	95%	230	100%	5,346	107%	301	101%	1,617	101%
1988	339	103%	232	101%	5,714	107%	313	104%	1,653	102%
1989	287	85%	205	88%	6,149	108%	276	88%	1,623	98%
1990	307	107%	219	107%	6,585	107%	255	92%	1,669	103%
1991	295	96%	217	99%	6,868	104%	243	95%	1,658	99%
1992	313	106%	230	106%	6,998	102%	230	95%	1,656	100%
1993	340	109%	249	108%	6,907	99%	231	100%	1,653	100%
1994	358	105%	248	100%	7,267	105%	205	89%	1,566	95%
1995	381	106%	267	108%	7,160	99%	191	93%	1,604	102%
1996	404	106%	286	107%	7,222	101%	173	91%	1,572	98%
1997	401	99%	291	102%	7,005	97%	164	95%	1,549	99%
1998	393	98%	296	102%	7,045	101%	166	101%	1,556	100%
1999	405	103%	316	107%	7,130	101%	157	95%	1,546	99%
2000	411	101%	323	102%	7,140	100%	145	92%	1,501	97%
2001	454	110%	338	105%	7,226	101%	135	93%	1,403	93%
2002	469	103%	363	107%	7,138	99%	122	90%	1,363	97%
2003	487	104%	434	120%	6,766	95%	112	92%	1,321	97%
2004	497	102%	486	112%	6,522	96%	100	89%	1,437	109%
2005	496	100%	503	103%	5,823	89%	94	94%	2,096	146%

※ 맥주소비량 : 일반맥주, 발포주, 제3맥주 모두 포함
 · 출처 : 일본 국세청 주류통계자료, 일본 "술의안내" 책자