

수입 맥주 5년새 3배 급성장 • • 소비자 입맛 잡았다

맥주가 **출고량**(1)과 **시장 점유율**(2), **선호도**(3)에서 모두 1위를 차지해 **한국인이 가장 즐겨 마시는 술로** 나타났다. 맥주에 대한 소비자들의 입맛도 다양해져 2014년 맥주 **수입액**(4)은 **2009년의 300%에 이르렀다.**

출고량(1) 27일 농림축산식품부가 펴낸 '2015년 가공식품세분 시장 현황 : 주류' 보고서를 보면, 맥주의 출고량은 2009년 196만2천㎏에서 2013년 206만2천㎏로 5.1% 증가했다. 그러나 같은 기간 희석식 소주의 출고량은 92만9천㎏에서 90만5천㎏로 2.5% 줄었다.

수입액(4) 수출입에서도 맥주의 성장세는 두드러졌다. 맥주 수입은 2009년 4만1492톤, 3716만달러어치에서 2014년 11만9501톤, 1억1169만달러로 각각 288%, 301%로 성장했다. 수입 맥주가 이렇게 급증한 것은 잇단 자유무역협정(FTA) 발효에 따라 유럽과 미국 등의 다양한 맥주들이 낮은 가격으로 수입됐기 때문이다. 또 소비자 입맛이 맛과 향이 맛있는 국산 라거 맥주에서 맛과 향이 풍부한 수입 라거와 에일, 밀맥주 등으로 바뀌고 있는 것도 주요 원인이다.

라거는 비교적 낮은 온도로 발효시킨 현대식 맥주로 맑은 황금빛이 나며 보관하기 좋다. 반면 에일은 비교적 높은 온도로 발효시킨 전통식 맥주로 짙은 빛깔과 풍부한 맛과 향을 지녔다. 과거 국내에서는 라거 일색이었으나, 유럽의 에일 맥주가 인기를 끌자 국내 맥주 회사들도 세븐브로이, 퀸스에일(하이트), 에일스톤(오비) 등 에일 맥주 생산에 나섰다. 또 기존 국내 라거보다 맛과 향이 풍부한 클라우드(롯데)와 같은 정통 라거도 출시되고 있다.

시장 점유율(2) 국내 소매 시장에서도 맥주의 비중은 계속 커지고 있다. 2014년 국내 술 시장의 규모는 5조2787억원인데, 이 가운데 맥주가 2조7612억원으로 52.3%를 차지했다. 다음은 소주가 28.1%, 전통주가 5.7%로 뒤를 이었다. 국민 1인당 술 소비량에서도 맥주는 2010년 139.8병에서 2013년 148.7병으로 8.9병 늘어났다. 반면 소주는 66.4병에서 62.5병으로 3.9병, 전통주는 33.7병에서 33병으로 0.7병 줄었다.

선호도(3) 한국인이 가장 좋아하는 술에서도 맥주는 48.8%로 1위를 차지했다. 다만 성별로 살펴보면 남성은 소주가 46.4%로 1위였고, 여성은 맥주가 52.8%로 1위였다. 국내외 맥주로 나눠보면 61.0%가 국산, 21.6%가 수입 맥주를 마시는 것으로 나타났다. 나이가 많을수록 국산, 나이가 적을수록 수입 맥주를 마시는 비율이 높았다.

맥주의 출고량 · 시장점유율 · 선호도 1위, 수입 증가 추세

국내 술시장 현황

맥주 수입 증가

■ 출고량

구분	'09년	'13년	증감
맥주	196.2만 키	206.2만 키	+ 5.1%
소주	92.9만 키	90.5만 키	-2.5%

■ 시장 점유율

· '14년 술 시장 규모

구분	시장 규모	점유율
맥주	2조6천억 원	52.3%
소주	1조5천억 원	28.1%

· 1인당 술 소비량

구분	'10년	'13년	증감
맥주	138.8병	148.7병	+ 8.9%
소주	66.4병	62.5병	-0.7%

■ 선호도

- 한국인이 가장 좋아하는 술 맥주 48.4%
- 남성은 소주 46.4% 1위, 여성은 맥주 52.8% 1위

■ 수입 추세

구분	'09년	'14년	증감
수입량	4.15만 톤	11.95만 톤	+ 288%
수입액	0.37억 USD	1.1억 USD	+ 301%

■ 수입 증가 원인

- 수입 맥주의 가격 인하
 - 유럽과 미국과 자유무역협정(FTA) 발효
- 맛과 향이 풍부한 수입 맥주에 대한 선호 증가
 - 수입 에일, 라거, 밀맥주 등

※ 에일: 비교적 높은 온도로 발효시킨 전통식 맥주, 짙은 빛깔과 풍부한 맛과 향이 특징

맥주의 출고량 · 시장점유율 · 선호도 1위, 수입 증가 추세

- 출고량, 점유율 및 수입 추세 데이터의 기준일이 '09년, '10년, '13년, '14년으로 일관적이지 않다. 데이터의 출처가 다양하기 때문이다. 각 데이터의 출처를 기재해야 읽는 사람에게 의문이 생기지 않는다.
- 선호도 부문의 **'한국인이 가장 좋아하는 술 맥주 48.4%'**이라고 표시된 반면, 소주에 대한 선호 %가 없다. 또한, 한국갤럽조사연구소의 '한국인이 좋아하는 [음식편] - 한국음식/중국음식/과일주스/술/안주 (2004-2014)'에 따르면 결과가 다르다. 출처와 소주의 %를 찾을 수 없다면 이 선호도 부문은 아쉽지만 버려야 한다.
 - 한국인이 좋아하는 술, 음주 빈도, 소주 54%, 맥주 35%, 2014년
(<http://www.gallup.co.kr/gallupdb/reportContent.asp?seqNo=614>)
- **'14년 술 시장 규모**를 산정한 기준이 궁금하다. 기사를 다시 읽어 보니, 국내 소매 시장이라고 써있다. 소매 시장은 음식점, 슈퍼 등이고, 소매 시장 규모는 음식점, 슈퍼 등에서 주류를 판매한 매출액이다. '14년 술 시장 규모에 '소매'와 '매출액'을 추가한다. **'14년 술 소매 시장 매출액**
- 수입 맥주의 가격 인하 - FTA 발효에 대해서는 FTA발효로 수입 가격이 얼마나 낮아졌는지 궁금하다. 이런 경우는 FTA 이전과 비교하여 관세가 얼마나 낮아 졌는지 구체적으로 명시해야 한다. (Sample 보고서이니 검색은 생략하고, 임의로 기재함)

맥주의 **출고량** · **시장점유율 1위** **수입 증가 추세**

국내 술시장 현황

맥주 수입 증가

■ 출고량

구분	'09년	'13년	증감
맥주	196.2만 키	206.2만 키	+ 5.1%
소주	92.9만 키	90.5만 키	-2.5%

■ 시장 점유율

· '14년 술 소매 시장 매출액

구분	시장 규모	점유율
맥주	2조6천억 원	52.3%
소주	1조5천억 원	28.1%

· 1인당 술 소비량

구분	'10년	'13년	증감
맥주	138.8병	148.7병	+ 8.9병
소주	66.4병	62.5병	-0.7%

■ 수입 추세

구분	'09년	'14년	증감
수입량	4.15만 톤	11.95만 톤	+ 288%
수입액	0.37억 USD	1.1억 USD	+ 301%

■ 수입 증가 원인

· 수입 맥주의 가격 인하

- 유럽과 미국과 자유무역협정(FTA) 발효
- 관세를 00% 인하, 소비자가 00% 인하

· 맛과 향이 풍부한 수입 맥주에 대한 선호 증가

- 수입 에일, 라거, 밀맥주 등

※ 에일: 비교적 높은 온도로 발효시킨 전통식 맥주,
짙은 빛깔과 풍부한 맛과 향이 특징