

2021년도 주류산업정보 실태조사



이용자를 위하여

※ 본 주류산업정보 실태조사의 출고량, 출고금액은 과세와 면세 부분을 합계한 수치로서 과세부분만을 집계한 국세청 주류통계와는 차이가 있음. 또한 출고량의 경우 국세청은 기준 도수를 기준으로 환산하여 집계한 수치이고, 본 조사는 기준 도수 적용 없이 조사된 것임.

※ 주종별 기준 도수

탁주: 7% / 맥주: 4% / 희석식소주, 기탁주류: 25% / 일반증류주: 40%
약주: 11% / 청주: 16% / 과실주: 12% / 리큐르, 증류식소주: 35%
브랜드, 위스키: 40%

※ 본 조사의 '전통주' 용어는 생산 부문과 유통 및 소비 부문에서 다르게 사용하고 있으므로 주의를 요함.

- 생산 부문: 전통주 제조면허 기준 (주세법 상의 전통주)
- 유통 및 소비 부문: 소비자 인식상의 전통주 기준

※ 소비자 인식상의 전통주 기준

주류 제조면허의 전통주 여부와 별개로 탁주(막걸리), 청주/약주(경주 법주, 백세주 등), 과실주(국산 포도주, 복분자주, 매실주 등), 증류식 소주/리큐르를 포괄

※ 조사 분야에 따라 시간적 범위가 상이함으로 주의를 요함.

- 제조업체 실태조사: 2021년 연간 기준
- 유통업체 심층인터뷰: 2022년 기준

※ 본 조사에서의 주종별 시장점유율은 출고금액 기준으로 계산된 것임.

※ 모든 자료의 수치는 세부항목과 합계가 반올림(소수점 이하) 되었으므로 세부항목의 합이 합계와 일치되지 않는 경우도 있음.



CONTENTS

1장. 조사 개요	1
1절. 조사 배경 및 목적	3
1. 조사의 배경	3
2. 조사의 목적	3
2절. 조사 대상 및 방법	4
1. 조사의 범위	4
2. 주류 제조업체 실태조사 설계	5
3. 주류 유통업체 조사 설계	6
2장. 조사결과 요약	11
3장. 주류산업 현황	45
1절. 주류 정의 및 주종 현황	47
1. 주류의 정의	47
2. 주종 현황	47
3. 국내 주류시장현황 (국세청 통계)	49
2절. 주류 인증/면허/주세체계 현황	51
1. 주류 면허 현황	51
2. 주류 인증 현황	56
3. 국내 주세체계 현황	57



4장. 생산 현황 (설문조사)	61
1절. 주류 출고 및 원료 현황	63
1. 전체	63
2. 주종별	78
2절. 전통주 출고 및 원료 현황	89
1. 전체	89
2. 전통주 주종별	103
3절. 수출입 현황	111
1. 주종별 수출 현황	111
2. 주종별 수입 현황	112
3. 국가별 주류 수출 현황	113
4. 국가별 주류 수입 현황	114
5. 전통주류 수출 현황	115
6. 전통주류 수입 현황	116
4절. 업체 일반 현황	117
1. 지역별 업체 분포 현황	117
2. 설립시기 및 인력 현황	119
3. 재무 현황	123
4. 주류 생산 비용(영업비용)	126
5. 대표제품 패키지 형태/용량/출고가격	128
6. 원료조달	132
7. 발효제 사용내역	135
8. 품질 관리 및 인증 현황	136
9. 술 관련 부설연구소 및 연구전담부서의 보유 여부	139
5절. 판매 현황	142
1. 판매 경로	142
2. 전통주 통신판매	146
6절. 주류업체 홍보	153
1. 주류 업체 홍보 및 기타	153
2. 스마트 오더	156



7절. 애로사항 및 정책 수요	159
1. 주류 제조업 운영시 애로 사항	159
2. 주류산업 진흥 정책 효과성	161
3. 주류산업 진흥 정책 만족도	166
4. 양조용 발효제 보급사업	170
5. 종량세제 인식	175
5. 주류산업 발전을 위한 건의 사항	177
5장. 유통 현황	181
1절. 유통채널 구조 및 특징	183
1. 종합주류도매업자의 주류구입 및 판매	184
2. 특정주류도매업자의 주류구입 및 판매	185
3. 소규모주류도매업자의 주류구입 및 판매	186
2절. 도매유통 심층 인터뷰	187
1. 종합주류 도매	187
2. 특정주류 도매	189
3절. 소매유통 심층 인터뷰	191
1. 소매점(대형마트)	191
2. 전통주 전문 판매점(바틀숍)	192
4절. 통신판매 심층 인터뷰	195
1. 전반적 트렌드	195
2. 제품 트렌드	195
4. 진흥 방안	196
5절. 전통주 전문주점 심층 인터뷰	197
1. 전반적 트렌드	197
2. 제품 트렌드	198
3. 유통 트렌드	198
4. 진흥 방안	199



6장. 주류 트렌드 분석	201
1절. 전통주 전반적 트렌드	203
1. 전통주 검색량 추이	203
2. 전통주 검색어 분석	204
3. 전통주 구매 트렌드	206
2절. 주종별 트렌드	207
1. 탁주	207
2. 약주	210
3. 과실주	213
4. 증류식 소주	216
부록.	221
1절. 주류 분야 쌀 사용량 현황	223
2절. 주정 생산량 및 원료 지정량 현황	226
3절. 수출입 현황 HS 코드	230
4절. 주류제조업체 실태조사 설문지	232
5절. 전통주 전문주점 인터뷰 질문지	249
6절. 전통주 소매유통 인터뷰 질문지	254
7절. 전통주 통신 온라인 판매 인터뷰 질문지	259
8절. 전통주 전문 판매점 인터뷰 질문지	254

Chapter

01

조사 개요

제1절 응답자 특성

1. 조사의 배경

- 주류시장은 희석식 소주 및 맥주의 출고금액 비중이 전체의 81.1%(2021년 기준)를 차지하고 있으며, 희석식 소주 시장의 경우 상위 5개 업체가 93.1%를, 맥주 시장은 상위 3개 업체가 98.1%를 차지하고 있는 과점 시장임.
- 그 외 나머지 주종의 제조업체는 대다수가 영세업체인 구조를 가지고 있음.
- 전체 주류시장은 2016년부터 규모가 감소하는 추세이며, 전통주 시장은 2016년 이후 증가하는 추세임. 특히 2021년에는 코로나19 이후 전통주 시장이 증가하고 있으며, 탁주와 청주 시장에서 성장률이 상대적으로 높은 수준임
- 주류 트렌드의 경우, 코로나19로 인한 홈술, 혼술 트렌드가 확산으로 인해 술을 마시는 목적이 취하기 위해서 마시는 것보다는 즐기기 위해 마시는 음주 문화가 자리 잡고 있음. 술을 마시는 목적의 변화에 따라 선호하는 주종에도 변화가 생기기 시작하였고, 그 결과 일반적인 주류인 소주, 맥주에서 벗어나 다양한 주종을 즐기는 문화가 확산되고 있음.
- 이에 따라서 온라인 구매가 가능한 전통주의 소비량도 증가하였으며, 온라인상의 소셜 미디어 내에서의 전통주 언급량, 네이버 키워드 연간 검색어에서도 전년 대비 큰 폭으로 증가한 것으로 확인할 수 있음. 이렇게 술 소비가 식당 중심에서 집 중심으로 바뀌면서 주류의 디자인, 콘셉트 등이 바뀌는 등 주류산업 전반의 변화가 일어나고 있음.
- 주류산업의 현재 규모와 수출입 현황, 원재료 사용현황 등 파악을 통해 주류시장, 특히 전통주 시장의 활성화를 위한 자료가 필요함.
- 주류시장의 전반적인 기초 통계자료와 함께 소비자들의 트렌드 및 소비 특성을 파악하여 주류 산업 및 전통주 부문 발전에 필요한 기초 통계자료 구축과 시사점을 도출하고자 함.

2. 조사의 목적

- 이에 본 조사는 전통주산업법에 기초하여 한국술 고부가가치 산업화 기반 구축, 청년층 전통주 접근성 제고 등 전통주 등의 산업진흥 정책을 효율적으로 수립하기 위한 자료를 제공하고자 함.
 - ✓ 본 조사에서는 주류 제조업체의 출고금액, 출고량과 원료사용량 등 실태에 대한 현황 파악을 통해 농산물 생산·유통·소비와 관련된 이해 관계자들에게 실질적인 정보를 제공함.
 - ✓ 또한, 제조 → 도·소매 유통 → 소비의 value chain 전반에 걸친 실태 파악을 통해 정책 수립에 활용이 가능한 정보를 제공함.
 - ✓ 주류 소비·유통 트렌드 분석을 통해 주류업체, 특히 전통주 업체의 전략 수립 지원 및 합리적 의사결정을 위한 자료를 제공하며, 정보수집이 어려운 영세 전통주 업체의 마케팅 역량 강화에 활용 가능한 정보를 제공함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제2절 조사 대상 및 방법

1. 조사의 범위

- 주류산업정보 실태조사는 제조, 유통 각 분야별로 조사를 설계하여 진행함.
- 제조 부문은 제조업체 실태조사(전통주 포함)로 진행함.
- 유통 부문은 유통업체 심층 면접을 중심으로 도매 유통업체(특정주류, 종합주류)와 소매 유통업체(전통주점, 통신판매, 기타)로 구분하여 진행함.
- 유통·소비 트렌드 부문은 소비 트렌드와 유통 트렌드에 대해 전문가를 활용하여 업계 대응 전략을 제시하고, 빅데이터 분석을 활용하여 소셜데이터/검색 트렌드/ 키워드 분석 등을 진행함.
- 그 밖에 주류산업 전반에 관련된 2차 자료에 대한 문헌 연구를 실시함.

	주류산업 현황 조사	제조업체 실태조사	유통업체 실태조사	유통·소비 트렌드 분석
조사 대상	• 주류산업 개요 파악 - 주류 정의 및 주종별 현황 - 주류 관련 인증, 면허, 주세체계 현황 - 국내 주류/전통주 시장동향 - 주종/지역별 대표제품 현황(주종제품/가격/도수 등) - 주종별 개괄적 트렌드 분석 • 수출입 현황 - 주종별/국가별 주류 및 전통주 수출입 현황 • 생산량 현황 - 주류 및 전통주 분야 생산량 및 주정 생산 현황	• 주류 제조 업체 2,717개 - 전수 방문 면접 조사 - 일반사항, 원료조달, 생산현황, 판매방법, 홍보, 수출현황, 품질관리, 정책현황, 애로사항 등 파악	• 도매 유통업체 10개 - 특정주류도매 상위 5개 - 종합주류도매 5개 • 소매 유통업체 20개 - 외식업(전통주점) 6개 - 통신판매업 4개 - 전문판매점 6개 - 기타 소매유통 4개(백화점, 마트, 편의점 등)	• 소비 트렌드/유통 트렌드 • 전문가 활용 - 전문가를 활용하여 트렌드 도출 및 전통주 업계 대응 전략 제시 • 빅데이터 분석 - 다양한 유료분석 툴 활용하여 소셜데이터/검색 트렌드/키워드 분석 등 진행
조사 목적	주류산업 전반에 대한 흐름을 파악하기 위한 기초 자료 제공	전체 주류시장/전통주 시장 전반적 동향 분석	유통단계 및 마케팅전략 등 유통 현황 및 트렌드 파악	주류 소비 트렌드 전망 및 마케팅 전략 제시
조사 방법	• 데스크리서치, 자료회의 운영 • 부문별 2차 자료 수집, 관련 전문가 회의 운영, 국내외 자료 수집을 통해 주류 산업의 전반적인 현황 파악	• 방문 면접 조사 • 주류 제조면허업체 대상(전통주 업체, 소규모 주류제조 면허 보유업체 포함)	• IDI(심층인터뷰) • 각 업체 대표자, 임원, 과장급 이상의 중간 관리자 등 3년 이상 근무자 대상 인터뷰 진행	• 전문가 자료회의/인터뷰 • 데스크 리서치 • 유료분석 툴 활용한 빅데이터 분석

2. 주류 제조업체 실태조사 설계

(1) 방문 면접(설문조사)

조사 대상	- 국세청 주류 제조면허 등록업체(2021년 12월 기준) - 각 업체 대표자 임원, 과장급 이상 중간 관리자, 해당 업체 3년 이상 근무자																		
조사 방법	- 구조화된 설문지를 통한 설문지법 - 전문 면접원에 의한 현장 방문 조사 - 소규모 업체 중 강력 거절 업체에 한해 전화/팩스/이메일 조사 병행																		
조사 규모	- 면허 기준 2,717개 - 사업체 기준 1,550개 - 유효 리스트 1,171개(휴폐업 제외) - 최종 응답 647개(응답률 55.3%)																		
조사 기간	2021년 7월 4일 ~ 9월 15일																		
주요 조사 내용	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>세부내용</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>면허 보유</td><td>면허 종류, 주종별 면허, 생산 주종</td></tr> <tr> <td>일반 현황</td><td>소재지, 설립연도, 종사자 수, 매출액/순이익, 영업비용 비중</td></tr> <tr> <td>생산 현황</td><td>연간 출고량, 연간 매출액, 내수/수출 비율, 생산 제품명, 주종, 패키지 형태, 용량, 출고가격</td></tr> <tr> <td>원료조달 현황</td><td>사용 원료, 사용량, 국내산/외국산 비율, 주종별 국내산/외국산 원료 사용량, 외국산 원료 사용 이유, 국내산 원료 조달방법/구입처, 발효제 사용 주종별/종류별 사용량</td></tr> <tr> <td>유통 및 제조 현황</td><td>판매 경로, 품질 관리 방법, 술 관련 인증 보유 및 준비, 부설연구소/전담부서 보유, 품질관리 전담 직원 보유</td></tr> <tr> <td>통신 판매 현황</td><td>통신판매를 통한 채널별 매출액, 통신판매의 매출 도움 정도, 통신판매 확대 찬성여부, 찬성/반대 이유</td></tr> <tr> <td>홍보</td><td>술 관련 관광 체험 프로그램 보유, 술 관련 홍보 방법, 향후 홍보 확대 방안 스마트오더 인지/의향/도움정도</td></tr> <tr> <td>기타</td><td>주류 제조업 애로사항, 양조용 발효제 사업 인지도/자가 생산 하지 않는 이유 종량제제 인지도/맥주, 탁주 종량제제 전환 효과/종량제제 확대 의견 등 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부 정책 인지 여부, 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부 정책 기여 여부, 주류산업 발전 정책 전반적 만족도/만족, 불만족 이유</td></tr> </tbody> </table>	구분	세부내용	면허 보유	면허 종류, 주종별 면허, 생산 주종	일반 현황	소재지, 설립연도, 종사자 수, 매출액/순이익, 영업비용 비중	생산 현황	연간 출고량, 연간 매출액, 내수/수출 비율, 생산 제품명, 주종, 패키지 형태, 용량, 출고가격	원료조달 현황	사용 원료, 사용량, 국내산/외국산 비율, 주종별 국내산/외국산 원료 사용량, 외국산 원료 사용 이유, 국내산 원료 조달방법/구입처, 발효제 사용 주종별/종류별 사용량	유통 및 제조 현황	판매 경로, 품질 관리 방법, 술 관련 인증 보유 및 준비, 부설연구소/전담부서 보유, 품질관리 전담 직원 보유	통신 판매 현황	통신판매를 통한 채널별 매출액, 통신판매의 매출 도움 정도, 통신판매 확대 찬성여부, 찬성/반대 이유	홍보	술 관련 관광 체험 프로그램 보유, 술 관련 홍보 방법, 향후 홍보 확대 방안 스마트오더 인지/의향/도움정도	기타	주류 제조업 애로사항, 양조용 발효제 사업 인지도/자가 생산 하지 않는 이유 종량제제 인지도/맥주, 탁주 종량제제 전환 효과/종량제제 확대 의견 등 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부 정책 인지 여부, 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부 정책 기여 여부, 주류산업 발전 정책 전반적 만족도/만족, 불만족 이유
구분	세부내용																		
면허 보유	면허 종류, 주종별 면허, 생산 주종																		
일반 현황	소재지, 설립연도, 종사자 수, 매출액/순이익, 영업비용 비중																		
생산 현황	연간 출고량, 연간 매출액, 내수/수출 비율, 생산 제품명, 주종, 패키지 형태, 용량, 출고가격																		
원료조달 현황	사용 원료, 사용량, 국내산/외국산 비율, 주종별 국내산/외국산 원료 사용량, 외국산 원료 사용 이유, 국내산 원료 조달방법/구입처, 발효제 사용 주종별/종류별 사용량																		
유통 및 제조 현황	판매 경로, 품질 관리 방법, 술 관련 인증 보유 및 준비, 부설연구소/전담부서 보유, 품질관리 전담 직원 보유																		
통신 판매 현황	통신판매를 통한 채널별 매출액, 통신판매의 매출 도움 정도, 통신판매 확대 찬성여부, 찬성/반대 이유																		
홍보	술 관련 관광 체험 프로그램 보유, 술 관련 홍보 방법, 향후 홍보 확대 방안 스마트오더 인지/의향/도움정도																		
기타	주류 제조업 애로사항, 양조용 발효제 사업 인지도/자가 생산 하지 않는 이유 종량제제 인지도/맥주, 탁주 종량제제 전환 효과/종량제제 확대 의견 등 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부 정책 인지 여부, 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부 정책 기여 여부, 주류산업 발전 정책 전반적 만족도/만족, 불만족 이유																		

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

3. 주류 유통업체 조사 설계

(1) 종합주류 도매 유통업체 심층면접(인터뷰)

조사 대상

조사 방법

조사 규모

조사 기간

- 종합주류 도매업체
- 심층인터뷰(IDI: In-Depth Interview)
- 종합주류 도매업체 5개
- 2021년 10월 ~ 2021년 11월

주요 조사 내용

구분	세부내용
일반 현황	입지적 특성, 주류 조달 방법(경로), 유통 단계에서의 위치, 주류 제품 취급 기준 및 취급하고 있는 주류 품목의 판매가/매출액/비중
유통 부문별 이슈	취급 주종에 대한 마케팅 전략 및 주요 소비자 특성, 취급 주종별 소비자 선호도 및 소비 트렌드, 취급 주종에 대한 개선 사항(패키지, 가격, 맛 등을 중심으로), 주류 수급에 있어 애로사항, 주류 판매에 있어 어려운 점, 주류 마케팅 등 영업을 하는데 있어 어려운 점, 주류 판매에 있어 제도적으로 개선되어야 할 점
주류 유통 트렌드	주류소비 문화 트렌드의 변화 양상, 트렌드 변화를 초래한 원인, 주종별 소비 추세의 변화 및 뜨는 브랜드/지는 브랜드, 주종 중 뜨고 있는 주종/지고 있는 주종, 주종의 트렌드 변화, 브랜드 트렌드 변화에 있어 소비자 특성별 차이점

(2) 특정주류 도매 유통업체 심층면접(인터뷰)

조사 대상

조사 방법

조사 규모

조사 기간

주요 조사 내용

- 특정주류 도매업체
- 심층인터뷰(IDI: In-Depth Interview)
- 특정주류 도매업체 5개
- 2021년 10월 ~ 2021년 11월

구분	세부내용
일반 현황	설립연도, 종사자수, 소재지, 영업지역, 연간 매출액, 전년 대비 매출 증감
주류 취급 현황	취급 전통주/매출액, 거래 유통 채널/매출액, 취급 주종/품목 선택 기준, 취급 유통채널별 마케팅 전략/홍보 특성
애로사항 및 활성화 방안	주류 수급/취급 애로사항, 특정주류 수급/취급 애로사항, 특정주류 수급/취급 우선 개선사항, 특정주류 도매업체 유통망 형성시 애로사항, 기타주류, 특정주류 유통시 경쟁력, 막걸리를 대표로 하는 지역특산주의 유통 활성화 방안

(3) 소매 유통업체 심층면접(인터뷰) - 전통주점

조사 대상	전통주 전문주점 대표(점주/매니저)								
조사 방법	심층인터뷰(IDI: In-Depth Interview)								
조사 규모	전통주 전문주점 6개								
조사 기간	2021년 10월 ~ 2021년 11월								
주요 조사 내용									
	<table><tr><th>구분</th><th>세부내용</th></tr><tr><td>점주 및 업체현황</td><td>담당 업무, (대표자 아닐 경우)근무 기간, 전통주 관련 경력, 설립연도, 전체 종사자 수, 연간 매출액, 입지 특성, 방문 고객 특성, 타 일반 주점 대비 특징</td></tr><tr><td>전통주 취급 현황</td><td>전통주 주종별 판매 비중(매출액 기준), 전년 대비 판매량 증감 여부(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 주종별 도매 채널/애로 및 개선 사항, 전통주 관련 프로모션/이벤트 경험, 효과, 향후 의향</td></tr><tr><td>전통주 진흥 방안</td><td>가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 전통주 도매업체를 통한 공급과정 개선 사항, 제도/법 관련 애로사항, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안</td></tr></table>	구분	세부내용	점주 및 업체현황	담당 업무, (대표자 아닐 경우)근무 기간, 전통주 관련 경력, 설립연도, 전체 종사자 수, 연간 매출액, 입지 특성, 방문 고객 특성, 타 일반 주점 대비 특징	전통주 취급 현황	전통주 주종별 판매 비중(매출액 기준), 전년 대비 판매량 증감 여부(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 주종별 도매 채널/애로 및 개선 사항, 전통주 관련 프로모션/이벤트 경험, 효과, 향후 의향	전통주 진흥 방안	가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 전통주 도매업체를 통한 공급과정 개선 사항, 제도/법 관련 애로사항, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안
	구분	세부내용							
	점주 및 업체현황	담당 업무, (대표자 아닐 경우)근무 기간, 전통주 관련 경력, 설립연도, 전체 종사자 수, 연간 매출액, 입지 특성, 방문 고객 특성, 타 일반 주점 대비 특징							
전통주 취급 현황	전통주 주종별 판매 비중(매출액 기준), 전년 대비 판매량 증감 여부(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 주종별 도매 채널/애로 및 개선 사항, 전통주 관련 프로모션/이벤트 경험, 효과, 향후 의향								
전통주 진흥 방안	가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 전통주 도매업체를 통한 공급과정 개선 사항, 제도/법 관련 애로사항, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안								

(4) 소매 유통업체 심층면접(인터뷰) - 대형마트/편의점/전문판매점

조사 대상

조사 방법

조사 규모

조사 기간

- 주류 소매유통(백화점/대형마트) MD
- 심층인터뷰(IDI: In-Depth Interview)
- 대형마트 4개, 전통주 전문판매점 6개
- 2021년 10월 ~ 2021년 11월

주요 조사 내용

구분	세부내용
담당자 및 업체현황	담당 업무, 근무 기간, 주류 관련 경력 기간, 입지 특성, 연간 주류 매출액, 평균 점별 매출 대비 2018년 매출액, 타 소매 채널 대비 특징, 주류 판매 비중, 주종별 고객층, 전년 대비 주류 판매량 증감(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 주종별 도매 채널/애로 및 개선 사항
전통주 진흥 방안	전통주 매대 구분 여부, 선물주/일반주 구분 여부, 선물주 판매 현황, 가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 전통주 도매업체를 통한 공급과정 개선 사항, 제조업체의 문제점, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(5) 소매 유통업체 심층면접(인터뷰) - 온라인 유통

조사 대상	주류 통신판매 담당자								
조사 방법	심층인터뷰(IDI: In-Depth Interview)								
조사 규모	통신업 4개								
조사 기간	2021년 10월 ~ 2021년 11월								
주요 조사 내용	<table> <tr> <th>구분</th><th>세부내용</th></tr> <tr> <td>담당자 및 업체현황</td><td>담당 업무, 근무 기간, 주류 관련 경력 기간</td></tr> <tr> <td>전통주 취급 현황</td><td>입점 전통주 업체 개수, 연간 전통주 매출액, 주종별 매출 비중, 전년 대비 매출액 증감 여부, 매출액 증가/감소 이유, 전년 대비 판매량 증감(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 선물주/일반주 구분 여부, 선물주 판매 현황</td></tr> <tr> <td>전통주 진흥 방안</td><td>가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성별 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지 재질/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 온라인 전통주 판매의 애로사항, 플랫폼 개선 사항, 전통주 판매처 개선 사항, 관련 제도나 법 애로사항, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 필요 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안</td></tr> </table>	구분	세부내용	담당자 및 업체현황	담당 업무, 근무 기간, 주류 관련 경력 기간	전통주 취급 현황	입점 전통주 업체 개수, 연간 전통주 매출액, 주종별 매출 비중, 전년 대비 매출액 증감 여부, 매출액 증가/감소 이유, 전년 대비 판매량 증감(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 선물주/일반주 구분 여부, 선물주 판매 현황	전통주 진흥 방안	가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성별 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지 재질/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 온라인 전통주 판매의 애로사항, 플랫폼 개선 사항, 전통주 판매처 개선 사항, 관련 제도나 법 애로사항, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 필요 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안
구분	세부내용								
담당자 및 업체현황	담당 업무, 근무 기간, 주류 관련 경력 기간								
전통주 취급 현황	입점 전통주 업체 개수, 연간 전통주 매출액, 주종별 매출 비중, 전년 대비 매출액 증감 여부, 매출액 증가/감소 이유, 전년 대비 판매량 증감(뜨는 브랜드/이유, 지는 브랜드/이유), 선물주/일반주 구분 여부, 선물주 판매 현황								
전통주 진흥 방안	가장 경쟁력 있는 주종, 경쟁력 요인, 접근하기 어려운 요인, 전통주 제품 속성별 개선 사항, 전통주 가격대, 전통주 패키지 재질/디자인 개선 사항, 전통주 제조업체 개선점, 온라인 전통주 판매의 애로사항, 플랫폼 개선 사항, 전통주 판매처 개선 사항, 관련 제도나 법 애로사항, 전통주 유통 및 판매 활성화를 위한 필요 정책, 소비자 주류 트렌드, 전통주 활성화 방안								

Chapter 02

조사결과 요약

제1절 주류 정의 및 현황

1. 주류의 정의

- "주류"란 다음 각 목의 것을 말함.
 - 가. 주정(酒精)[희석하여 음료로 할 수 있는 에틸알코올을 말하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음료로 할 수는 없으나 정제하면 음료로 할 수 있는 조주정(粗酒精)을 포함]
 - 나. 알코올분 1도 이상의 음료[용해(鎔解)하여 음료로 할 수 있는 가루 상태인 것을 포함하되, 「약사법」에 따른 의약품으로서 알코올분이 6도 미만인 것은 제외]
 - 다. 나목과 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것
- "전통주"란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 주류를 말함.¹⁾
 - 가. 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」 제17조에 따라 인정된 주류부문의 국가무형문화재 보유자 및 같은 법 제32조에 따라 인정된 주류부문의 시·도 무형문화재 보유자가 제조하는 주류
 - 나. 「식품산업진흥법」 제14조에 따라 지정된 주류부문의 대한민국식품명인이 제조하는 주류
 - 다. 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조에 따른 농업경영체 및 생산자단체와 「수산업·어촌 발전 기본법」 제3조에 따른 어업경영체 및 생산자단체가 직접 생산하거나 주류제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도 또는 시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다) 및 그 인접 특별자치시 또는 시·군·구에서 생산한 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류로서 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」 제8조제1항에 따라 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사의 추천을 받아 제조하는 주류

2. 주종 현황

- 주세법에서 말하는 주류의 종류는 크게 주정과 발효주류, 증류주류, 기타주류로 나뉜다.
- 발효주류는 탁주, 약주, 청주, 맥주, 과실주로 나뉘며, 증류주류는 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르로 나뉜다. 와인의 경우 과실주로 발효주류에 포함된다.
- 가공식품 제조 기준인 '식품공전'에도 주류가 정의 및 분류되어 있는데, 기본적으로 주세법에서 규정한 주류를 말하고 있음. 식품공전에서 정의한 주류는 곡류, 서류, 과일류 및 전분질 원료 등을 주원료로 하여 발효 등 제조·가공한 양조주, 증류주 등 주세법에서 규정한 주류를 말함.

1) 본 조사의 '전통주' 용어는 생산 부문과 유통 및 소비 부문에서 다르게 사용하고 있으므로 주의를 요함.

- 생산 부문: 전통주 제조면허 기준
- 유통 및 소비 부문: 소비자 인식상의 전통주 기준

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

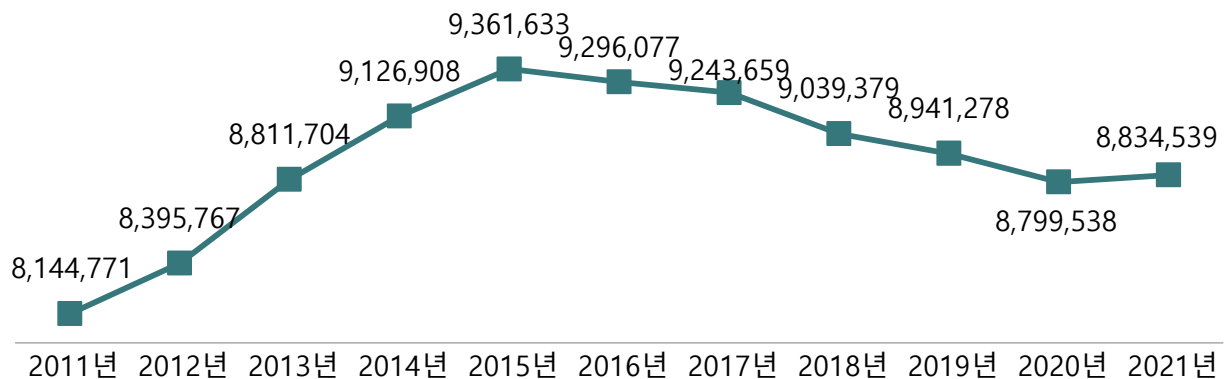
부록

3. 국내 주류시장현황

- '21년 전체 주류시장 규모는 출고금액 기준 약 8조 8천 3백억원 규모이며, 소주, 맥주가 약 81.2%(7조 1천 7백억)를 차지하였으며, 2015년까지 지속 증가세를 유지하다가 2016년부터 지속적으로 감소하였으며 2021년 다시 소폭 증가함.
- '20년도 대비 전체 주류시장은 출고금액 기준 0.4% 증가하였고, 출고량은 3.6% 감소한 것으로 나타나 출고금액 기준으로 전체 주류 소비는 약간 증가한 것으로 나타남.

[그림 2-1] 전체 주류 출고금액 추이

[단위: 백만원, 출처: 국세통계연보]



- 주류시장은 희석식 소주(약 3조 5천억)와 맥주(약 3조 6천억)가 81.1%이며, 그 외 나머지 주종 제조업체의 대부분은 중소기업에 속함.

[표 2-1] 주류 출고금액 추이

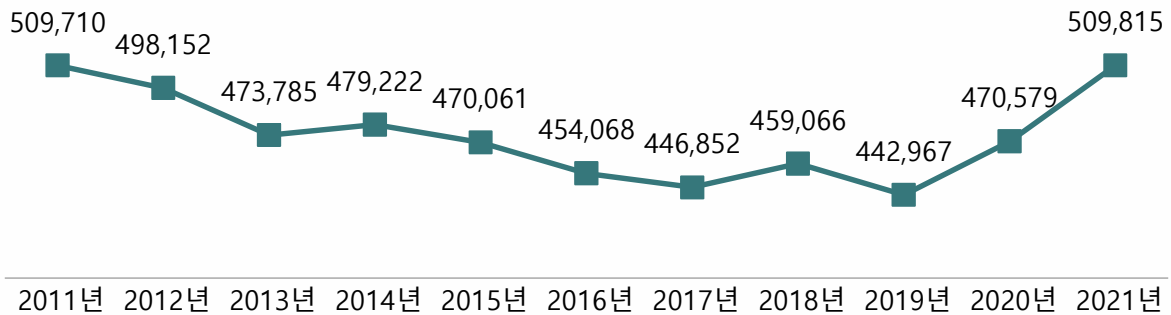
[단위: 백만원, %, 출처: 국세통계연보]

구분	맥주		희석식 소주		탁주		기타	
	출고금액 (백만원)	비중(%)	출고금액 (백만원)	비중(%)	출고금액 (백만원)	비중(%)	출고금액 (백만원)	비중(%)
2018	3,859,120	42.7	3,618,349	40.0	459,066	5.1	1,102,844	12.2
2019	3,688,267	41.2	3,738,247	41.8	442,967	5.0	1,071,797	12.0
2020	3,497,418	39.7	3,703,775	42.0	470,579	5.3	1,127,766	12.8
2021	3,626,057	41.0	3,545,010	40.1	509,815	5.8	1,153,658	13.1

- '21년 탁주 시장 규모는 출고금액 기준 약 5,098억원 규모임.
- 탁주 시장의 출고금액은 '11년부터 '17년까지 전반적으로 감소 추세에 있다가 '18년에 다소 증가한 후 '19년에 다시 하락한 것으로 나타났으며, '20년부터 다시 크게 증가하였고 '21년도에도 큰 폭으로 증가하여 최근 5년간 가장 높은 수준으로 나타남.

[그림 2-2] 탁주 출고금액 추이

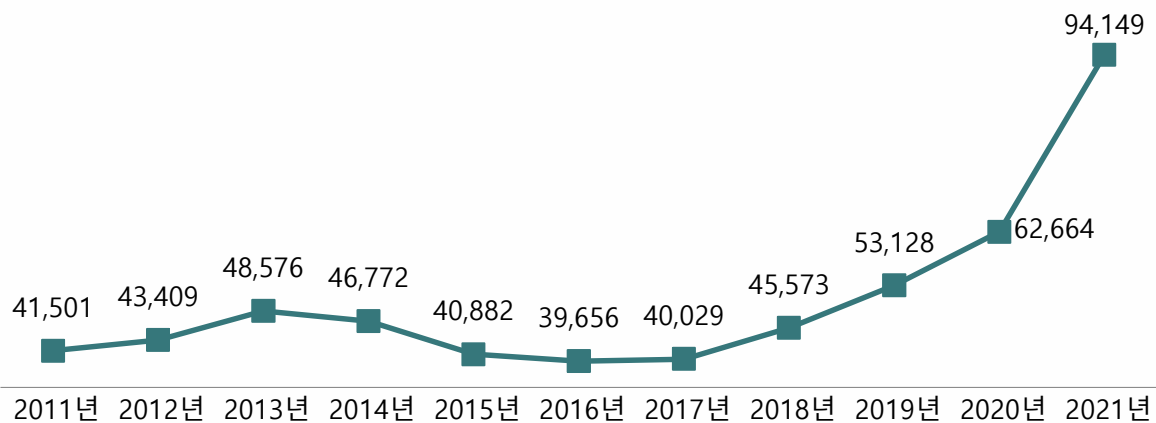
[단위: 백만원, 출처: 국세통계연보]



- '14년부터 '16년까지 전통주 출고량은 감소추세를 보였고, '17년부터 지속적으로 증가하는 추세임. '20년 대비 '21년에는 출고금액이 50.2% 대폭 증가함.
- 전체 주류시장에서 차지하는 전통주 비중은 출고금액 대비 1.1% 수준임.
- 출고금액 기준 탁주가 전통주 시장에서 가장 큰 비율을 차지(33.4%)하고, 과실주(22.7%), 약주(12.0%)가 그 다음으로 나타남.

[그림 2-3] 전통주 출고금액 추이

[단위: 백만원, 출처: 국세통계연보]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 2-2] 주류 출고금액 추이

[단위: 백만원, 출처: 국세통계연보]

주류 출고금액	년도									
	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
전체 주류	8,395,767	8,811,704	9,126,908	9,361,633	9,296,077	9,243,659	9,039,379	8,941,278	8,799,538	8,834,539
탁주	498,152	473,785	479,222	470,061	454,068	446,852	459,066	442,967	470,579	509,815
전통주	43,409	48,576	46,772	40,882	39,656	40,029	45,573	53,128	62,664	94,149

[표 2-3] 전체 출고금액 대비 전통주 출고금액 비중 추이

[단위: 백만원, %]

주류 출고금액	년도									
	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
전체 주류	8,395,767	8,811,704	9,126,908	9,361,633	9,296,077	9,243,659	9,039,379	8,941,278	8,799,538	8,834,539
전통주	43,409	48,576	46,772	40,882	39,656	40,029	45,573	53,128	62,664	94,149
전체 대비 전통주 비중(%)	0.52	0.55	0.51	0.44	0.43	0.43	0.50	0.59	0.71	1.07

[표 2-4] 전체 주류 제조면허 현황

(단위: 개, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	구성비(%)	'20년 대비 증감률(%)
탁주	835	857	898	931	961	992	36.5	3.2
약주	328	355	372	401	436	460	16.9	5.5
청주	12	19	22	25	32	43	1.6	34.4
맥주	88	109	136	164	174	189	7.0	8.6
과실주	259	265	278	283	283	285	10.5	0.7
증류식소주	64	78	92	112	133	152	5.6	14.3
희석식소주	20	21	21	21	21	20	0.7	-4.8
위스키	10	11	10	11	11	11	0.4	-
브랜드	8	8	8	8	7	7	0.3	-
일반증류주	164	173	194	221	245	270	9.9	10.2
리큐르	110	112	119	122	125	132	4.9	5.6
기타주류	102	112	121	134	133	146	5.4	9.8
주정	10	9	9	9	9	9	0.3	-
술덧	1	1	1	1	1	1	0.0	-
합 계	2,011	2,130	2,281	2,443	2,571	2,717	100.0	5.7

* 출처: 국세청 통계연보

[표 2-5] 전통주 제조면허 현황

(단위: 개, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	구성비(%)	'20년 대비 증감률(%)
탁주	121	129	145	176	203	243	17.3	19.7
약주	195	218	236	262	291	310	22.1	6.5
청주	3	7	11	14	21	29	2.1	38.1
과실주	233	236	247	253	254	253	18.1	-0.4
증류식소주	43	58	71	92	113	131	9.4	15.9
브랜드	1	1	1	1	1	1	0.1	-
일반증류주	139	147	167	194	216	242	17.3	12.0
리큐르	81	84	90	91	96	103	7.4	7.3
기타주류	56	63	69	80	78	89	6.4	14.1
합 계	872	943	1,037	1,163	1,273	1,401	100.0	10.1

* 출처: 국세청 통계연보

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 2-6] 전통주 제조면허 현황 (민속/지역특산주 구분)

(단위: 개)

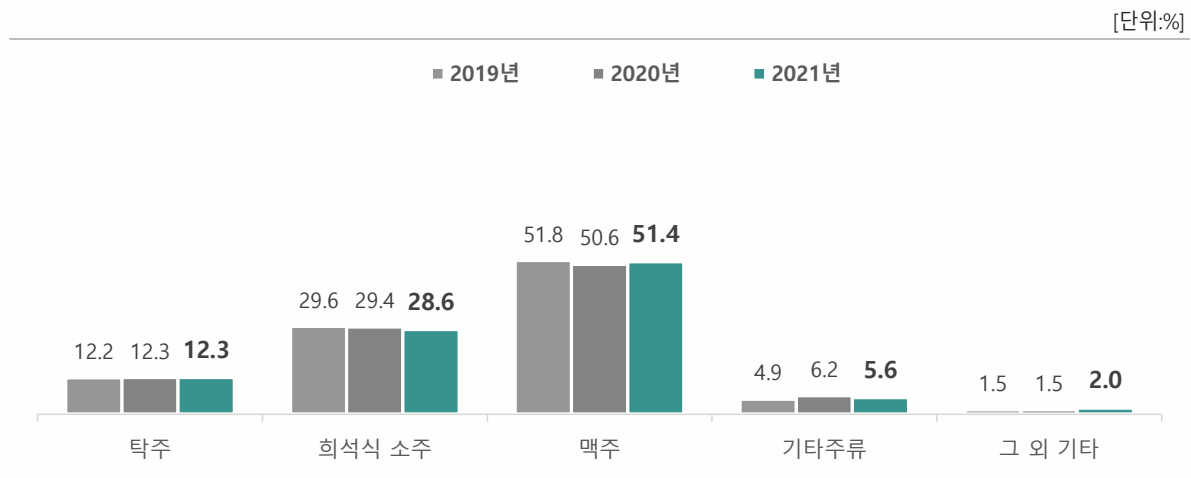
구분	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년		구성비(%)		'20년 대비 증감률(%)	
	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주
탁주	121	8	134	11	167	9	194	9	235	8	17.4	15.4	21.1	-11.1
약주	197	21	212	24	242	20	272	19	293	17	21.7	32.7	7.7	-10.5
청주	7	-	11	-	14	-	21	-	29	0	2.1	0.0	38.1	-
과실주	236	-	246	1	253	-	254	-	253	0	18.8	0.0	-0.4	-
증류식소주	49	9	61	10	83	9	104	9	121	10	9.0	19.2	16.3	11.1
브랜드	1	-	1	-	1	-	1	-	1	0	0.1	0.0	-	-
일반증류주	139	8	158	9	186	8	208	8	234	8	17.3	15.4	12.5	-
리큐르	78	6	83	7	85	6	90	6	97	6	7.2	11.5	7.8	-
기타주류	61	2	67	2	77	3	75	3	86	3	6.4	5.8	14.7	-
합 계	889	54	973	64	1,108	55	1,219	54	1,349	52	100.0	100.0	10.7	-3.7

* 출처: 국세청 통계연보

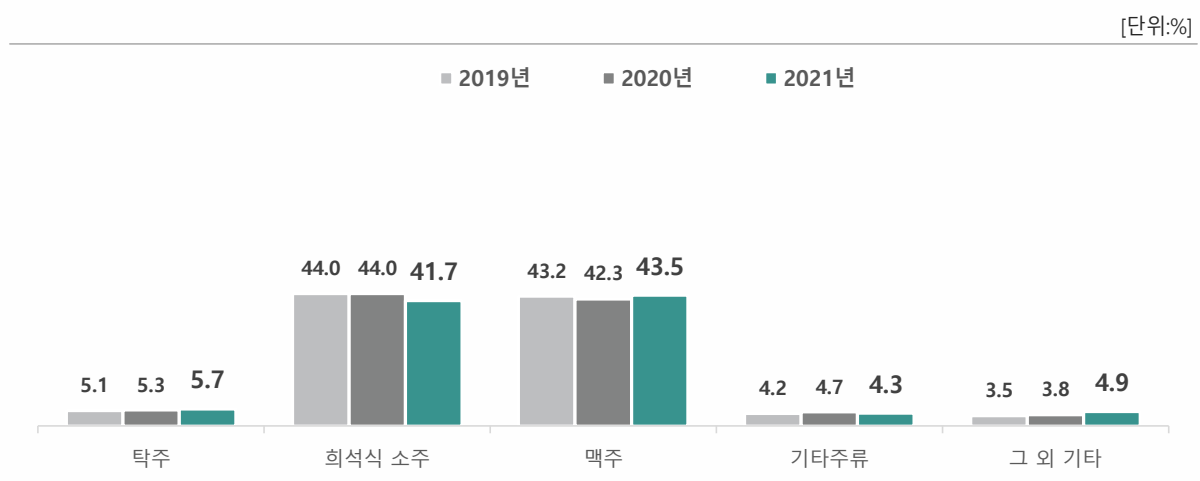
제2절 2021년 생산 현황 (설문조사 결과)

- 2021년 기준, 주류업체를 대상으로 조사한 국내 전체 주류시장의 총 출고수량은 3,036,199kℓ이며 총 출고금액은 약 8조 6,530억원임.
- 2020년(3,144,930kℓ) 대비 출고수량은 3.5% 감소했으며, 출고금액(2020년 약 8조 5,620억원)은 1.1% 증가함.
- ✓ 주종별 점유율은 출고금액 기준으로 맥주의 점유율이 43.5%로 가장 높고, 다음으로 희석식 소주가 41.7%로 높게 나타나, 맥주와 희석식 소주가 전체 85.2%의 점유율을 차지하고 있음.

[그림 2-4] 주류시장현황_출고수량 비중 (설문조사 결과)



[그림 2-5] 주류시장현황_출고금액 비중 (설문조사 결과)



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 2-7] 2021년 주류시장 현황 전체 주종별 순위 (설문조사 결과)

주종	출고수량(kℓ)	출고수량 비중	출고수량 순위	출고금액 (백만원)	출고금액 비중	출고금액 순위
탁주	372,759	12.3	3위	489,661	5.7	3위
청주	18,814	0.6	5위	81,130	0.9	6위
약주	13,082	0.4	7위	72,177	0.8	7위
과실주	17,026	0.6	6위	124,274	1.4	5위
증류식 소주	3,159	0.1	10위	59,786	0.7	8위
희석식 소주	869,735	28.6	2위	3,606,529	41.7	2위
맥주	1,560,880	51.4	1위	3,761,519	43.5	1위
브랜드	30	0.0	12위	1,941	0.0	12위
위스키	345	0.0	11위	11,368	0.1	11위
일반증류주	3,935	0.1	9위	20,664	0.2	10위
리큐르	4,920	0.2	8위	50,148	0.6	9위
기타주류	171,515	5.6	4위	373,808	4.3	4위
합계	3,036,199	100.0	-	8,653,004	100.0	-

[표 2-8] 주류시장현황_전체 (설문조사 결과)

주종	출고 수량 (kl)	출고금액		원료 사용 현황					
		금액 (백만원)	비중 (%)	사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
탁주	372,759	489,661	5.7	쌀	31,953,614	11,656,801	20,296,813	36.5	63.5
				밀	5,714,119	313,517	5,400,602	5.5	94.5
				전분	707,720	0	707,720	0.0	100.0
				기타	1,726,404	235,798	1,490,606	13.7	86.3
				소계	40,101,856	12,206,116	27,895,741	30.4	69.6
청주	18,814	81,130	0.9	쌀	7,227,081	4,162,981	3,064,100	57.6	42.4
				기타	30,290	21,890	8,400	72.3	27.7
				소계	7,257,371	4,184,871	3,072,500	57.7	42.3
약주	13,082	72,177	0.8	쌀	3,071,520	2,409,053	662,467	78.4	21.6
				찰쌀	428,439	428,439	0	100.0	0.0
				밀	161,952	58,812	103,140	36.3	63.7
				기타	474,770	254,666	220,104	53.6	46.4
				소계	4,136,681	3,150,970	985,711	76.2	23.8
과실주	17,026	124,274	1.4	복분자	434,447	434,447	0	100.0	0.0
				포도	1,622,348	1,622,348	0	100.0	0.0
				머루	186,528	186,528	0	100.0	0.0
				기타	753,641	723,285	30,356	96.0	4.0
				소계	2,996,964	2,966,608	30,356	99.0	1.0
증류식 소주	3,159	59,786	0.7	쌀	2,444,880	2,444,880	0	100.0	0.0
				기타	281,275	281,275	0	100.0	0.0
				소계	2,726,155	2,726,155	0	100.0	0.0
희석식 소주	869,735	3,606,529	41.7	주정	193,410,769	98,639,492	94,771,277	51.0	49.0
맥주	1,560,880	3,761,519	43.5	맥아	122,232,455	143	122,232,312	0.0	100.0
				전분	62,073,204	0	62,073,204	0.0	100.0
				보리	20,609,343	19,553,205	1,056,138	94.9	5.1
				쌀	416,104	412,239	3,865	99.1	0.9
				호프	277,264	0	277,264	0.0	100.0
				기타	853,493	61,469	792,024	7.2	92.8
				소계	206,461,863	20,027,056	186,434,807	9.7	90.3
브랜드	30	1,941	0.0	-	-	-	-	-	-
위스키	345	11,368	0.1	-	-	-	-	-	-
일반증류주	3,935	20,664	0.2	쌀	375,898	354,037	21,861	94.2	5.8
				밀	37,784	30,570	7,214	80.9	19.1
				포도	40,037	40,037	0	100.0	0.0
				기타	105,937	104,737	1,200	98.9	1.1
				소계	559,656	529,381	30,275	94.6	5.4
리큐르	4,920	50,148	0.6	쌀	289,551	284,227	5,324	98.2	1.8
				기타	141,746	132,546	9,200	93.5	6.5
				소계	431,297	416,773	14,524	96.6	3.4
기타주류	171,515	373,808	4.3	맥아	8,742,273	62,230	8,680,043	0.7	99.3
				쌀	2,170,485	85,435	2,085,050	3.9	96.1
				기타	9,909,708	6,057,870	3,851,838	61.1	38.9
				소계	20,822,466	6,205,535	14,616,931	29.8	70.2
합계	3,036,199	8,653,004	100.0	쌀	47,949,133	21,809,653	26,139,480	45.5	54.5
				밀	5,913,855	402,899	5,510,956	6.8	93.2
				보리	20,609,343	19,553,205	1,056,138	94.9	5.1
				포도	1,662,385	1,662,385	0	100.0	0.0
				맥아	130,974,728	62,373	130,912,355	0.0	100.0
				전분	62,780,924	0	62,780,924	0.0	100.0
				주정	193,410,769	98,639,492	94,771,277	51.0	49.0
				복분자	434,447	434,447	0	100.0	0.0
				머루	186,528	186,528	0	100.0	0.0
				찰쌀	428,439	428,439	0	100.0	0.0
				호프	277,264	0	277,264	0.0	100.0
				기타	14,277,264	7,873,536	6,403,728	55.1	44.9
				소계	478,905,079	151,052,957	327,852,122	31.5	68.5

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제3절 2021년 탁주 생산 현황 (설문조사 결과)

- 탁주(막걸리)의 출고수량은 372,759kℓ이었으며, 출고금액은 약 4,897억원으로 전체 주류시장에서 5.7%의 점유율을 차지함.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 182,699kℓ, 출고금액이 약 1,374억원으로 전체 탁주(막걸리) 출고금액 기준 시장점유율 28.1%를 차지함.
- ✓ 조사된 전체 탁주(막걸리) 업체 중 상위 업체 20개가 출고금액 기준 전체 시장의 69.4%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 5,098억원으로 2020년(약 4,705억원) 대비 8.3% 증가함.

[표 2-9] 2021년 탁주 생산 현황 (설문조사 결과)

[2021년 n=485]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	탁주 (막걸리)	372,759	489,661	5.7	쌀	31,953,614	11,656,801	20,296,813	36.5	63.5
					밀	5,714,119	313,517	5,400,602	5.5	94.5
					기타	2,434,124	235,798	2,198,326	9.7	90.3
					소계	40,101,856	12,206,116	27,895,741	30.4	69.6

제4절 2021년 전통주 생산 현황 (설문조사 결과)

- 2021년 기준 전통주 업체의 총 출고수량은 24,333kℓ이며, 총 출고금액은 약 1,248억원으로 나타남.
- ✓ 출고금액 기준 탁주가 약 376억원으로 전통주 시장에서 30.2%의 점유율을 차지함.

[표 2-10] 2021년 전통주 생산 현황 (설문조사 결과)

주종	출고 수량 (kℓ)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
				사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
탁주	16,407	37,666	30.2	쌀	2,775,799	2,775,799	0	100.0	0.0
				밀	304,858	304,858	0	100.0	0.0
				기타	184,318	184,318	0	100.0	0.0
				소계	3,264,975	3,264,975	0	100.0	0.0
청주	344	560	0.4	쌀	24,126	24,126	0	100.0	0.0
				기타	29,990	29,990	0	100.0	0.0
				소계	54,116	54,116	0	100.0	0.0
약주	1,541	16,243	13.0	쌀	704,791	704,791	0	100.0	0.0
				참쌀	416,029	416,029	0	100.0	0.0
				기타	321,835	321,835	0	100.0	0.0
				소계	1,442,655	1,442,655	0	100.0	0.0
과실주	2,434	26,061	20.9	복분자	247,484	247,484	0	100.0	0.0
				포도	1,536,925	1,536,925	0	100.0	0.0
				머루	127,590	127,590	0	100.0	0.0
				기타	399,310	399,310	0	100.0	0.0
				소계	2,311,309	2,311,309	0	100.0	0.0
증류식 소주	1,098	19,816	15.9	쌀	669,830	669,830	0	100.0	0.0
				기타	256,275	256,275	0	100.0	0.0
				소계	926,105	926,105	0	100.0	0.0
일반증류주	1,239	6,032	4.8	쌀	291,012	291,012	0	100.0	0.0
				기타	148,883	148,883	0	100.0	0.0
				소계	439,895	439,895	0	100.0	0.0
리큐르	644	14,218	11.4	쌀	199,639	199,639	0	100.0	0.0
				기타	126,494	126,494	0	100.0	0.0
				소계	326,133	326,133	0	100.0	0.0
기타주류	626	4,157	3.3	쌀	77,885	77,885	0	100.0	0.0
				기타	49,755	49,755	0	100.0	0.0
				소계	127,640	127,640	0	100.0	0.0
합계	24,333	124,753	100.0	쌀	4,743,082	4,743,082	0	100.0	0.0
				복분자	247,484	247,484	0	100.0	0.0
				머루	1,536,925	1,536,925	0	100.0	0.0
				포도	127,590	127,590	0	100.0	0.0
				기타	2,237,747	2,237,747	0	100.0	0.0
				소계	8,892,828	8,892,828	0	100.0	0.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제5절 제조업체 일반 현황 (설문조사 결과)

1. 지역별 업체 분포 현황

- 전체 주류 업체의 지역별 분포는 충남(세종)이 119개 업체(18.4%)로 가장 많이 나타남.
- 전통주 업체의 지역별 업체 분포 현황은 충남(세종)이 87개(27.1%)로 가장 많음.

2. 설립시기 및 인력 현황

(1) 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 설립 시기는 2000년 이전이 30.9%로 가장 많음.
- 전체 주류 제조업체 대표자의 성별은 남성(74.2%)이 여성(25.8%) 대비 많음.
- 전체 주류 제조업체 종사자수는 2인 이하(61.7%)가 가장 많은 것으로 나타남.

(2) 전통주 업체

- 전통주 업체의 설립시기는 2011~2014년이 29.0%로 가장 많음.
- 전통주 업체 대표자의 성별 역시 남성(71.7%)이 여성(28.3%) 대비 많음.
- 전통주 업체 종사자수는 2인 이하가 60.7%로 가장 많음.

3. 재무 현황

(1) 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 매출액 분포는 5천만원~2억원 미만(24.4%)이 가장 많았음.
- 전체 주류 제조업체의 순이익은 2천만원 미만(63.7%)이 가장 높게 나타남.

(2) 전통주 업체

- 전통주 업체의 매출액 분포는 2억~10억원 미만(23.7%)이 가장 많음.
- 전통주 업체의 순이익도 2천만원 미만(67.3%)이 가장 높게 나타남.

4. 주류 생산 비용

- 전체 주류 제조업체의 영업비용 구성비를 살펴보면, 원료구입비가 49.2%로 가장 높게 나타남.
- 전통주 업체 역시 원료구입비가 47.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 인건비가 13.2%로 높게 나타남.

5. 품질 관리 및 인증 현황

(1) 품질 관리 방법

- 전체 주류 제조업체의 품질 관리 방법은 위탁검사가 77.4%, 자체검사가 35.5%로 나타남.
- 전통주 업체의 품질 관리 방법을 살펴보면, 위탁검사가 74.5%, 자체검사는 42.4%로 나타남.

(2) 술 관련 인증

- 전체 주류 제조업체의 술 관련 인증 사항을 살펴보면, 79.4%가 보유 인증이 없다고 응답하였으며, 술 품질인증(농림축산식품부)(8.2%), HACCP 인증(3.9%) 등의 순으로 나타남.
- 전통주 업체에서는 71.7%가 술 관련 보유 인증이 없다고 응답하였으며, 술 품질인증(농림축산식품부)(10.6%), 무형문화재(4.3%), ISO 인증(3.7%), 대한민국식품명인인증(3.7%) 등의 순으로 나타남.

(3) 준비 중인 술 인증

- 전체 주류 제조업체의 준비 중인 술 인증 현황을 보면, 92.1%가 준비 중인 인증이 없다고 응답하였으며, 술 품질인증(농림축산식품부)(3.1%), HACCP 인증(2.3%) 등을 준비하고 있는 것으로 나타남.
- 전통주 업체는 89.4%가 준비 중인 술 인증이 없는 것으로 나타났으며, 술 품질인증(농림축산식품부)(5.6%), HACCP 인증(1.2%), 대한민국식품명인 인증(0.6%) 등을 준비하고 있는 것으로 나타남.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

6. 술 관련 부설연구소 및 연구전담부서 보유 여부

(1) 술 관련 부설연구소 및 연구전담부서 보유

- 전체 주류 제조업체는 연구전담부서가 있다 8.8%, 연구 전문 인력이 있다 6.8%, 부설연구소가 있다 2.3% 등의 순임.
- 전통주 업체는 연구전담부서가 있다 10.9%, 연구 전문 인력이 있다 9.7%, 부설연구소가 있다 1.2% 등의 순임.

(2) 품질관리 전담직원 보유

- 전체 주류 제조업체 중 품질관리 전담직원을 보유하고 있는 경우는 21.5%로 나타났으며, '없다'는 응답은 78.5%로 나타남.
- 전통주 업체의 품질관리 전담직원 보유율은 24.0%로 나타남.

7. 대표제품 패키지 형태/용량/출고가격

(1) 패키지 형태

- 전체 제조업체의 대표제품 패키지 형태는 주로 유리 용기가 45.5%로 가장 높게 나타남.
- 전통주 업체에서도 유리 용기가 68.0%로 가장 높은 것으로 나타남.

(2) 용량

- 전체 제조업체의 대표제품 용량으로는 700~1000ml 제품이 51.3%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 전통주 업체에서도 700~1000ml 제품이 45.0%로 가장 높게 나타남.

(3) 출고가격

- 전체 제조업체의 대표제품 출고가격은 2천원 미만이 34.8%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 반면, 전통주 업체에서는 2만원~5만원 미만이 31.1%로 가장 높게 나타남.

8. 원료 조달

(1) 국내산 원료의 조달 방법

- 국내산 원료의 조달방법은 구입하는 비율이 72.3%로 가장 높음. 그 다음으로는 자가생산(23.9%), 계약재배(3.5%) 순으로 높게 나타남.
- 생산 주종별로 대부분이 구입을 통해 원료를 조달하는 것으로 나타남. 특히, 탁주 및 청주의 구입 비중이 높았으며, 과실주는 자가생산 비율이 높았음.

(2) 수입산 원료 사용 이유

- 수입산 원료를 사용하는 이유로는(1+2순위 기준), '외국산이 국내산보다 더 저렴하기 때문에'(91.1%)가 가장 높음.
- 그 다음으로는 '국내산만으로 원하는 양을 조달할 수 없기 때문에'(38.5%)가 높게 나타남.

9. 발효제 사용내역

- 전체 주류 제조업체의 발효제 사용 내역은 효모가 75.7%로 가장 많이 사용되는 것으로 나타남. 이어서, 입국 11.8%, 정제효소·조효소제(개량누룩 포함) 8.4% 등임.
- 전통주 업체의 발효제 사용 내역 비중은 전통누룩이 37.5%로 가장 많이 사용되는 것으로 나타남. 이어서, 입국 32.7%, 효모 25.4%, 정제효소·조효소제(개량누룩 포함) 4.4% 등임.

10. 판매 경로

- 전체 주류 업체의 판매 경로는 직거래의 비중(52.3%)이 가장 높았으며, 이어서 바로 소매상 비중(24.7%)이 높게 나타남.
- 세부적으로 살펴보면, 직거래 중 직접판매(35.7%), 주점/일반음식점/바들샵(14.2%)의 순으로 비중이 나타남.
- 전통주 업체가 주류를 판매하는 방법의 비중은 직거래의 비중이 71.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 소매 비중이 26.9%, 도매 비중이 16.6% 등의 순임.
- 세부적으로 살펴보면, 도매상에서 특정주류 도매업체(11.6%), 종합주류 도매업체(5.0%), 소매상에서는 대형 할인 매장/백화점/슈퍼/소매점(14.0%)의 순임.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

11. 통신 판매

- 2021년 통신판매 세부 경로를 보면, 매출액 비중을 기준으로 상업 온라인 쇼핑몰을 통한 판매가 81.3%로 가장 높으며, 이어서 제조업체 홈페이지가 11.6%로 높음.
- 상업 온라인 쇼핑몰별 매출액 비중은 네이버(54.3%)가 가장 높게 나타남.
- 전통주 온라인 판매 허용이 전통주 활성화 및 매출 증가에 도움이 된다는 의견이 70.1%임.
- 전통주 외 온라인 판매 허용에 대해서 찬성하는 의견이 38.0%로 나타남. 찬성 이유로는 '자사의 매출이 늘어날 것이다', 반대 이유로는 '영세 전통주 업체의 매출이 떨어질 수 있다'가 주요 의견임.
- 전통주 외 주류의 온라인 판매가 허용된다면 허용 기업 범위에 대해 전체 업체는 '소기업'이 84.7%로 높고, 전통주 업체에서도 '소기업'이 86.9%로 높게 나타남.

12. 주류업체 홍보

(1) 주류업체 홍보 및 기타

- 전체 업체의 술 관련 홍보 방법으로 홈페이지/블로그 등 포털(33.4%), SNS(27.2%), 술 관련 축제 및 박람회(22.4%) 등의 순으로 높게 나타남.
- 술 관련 홍보 방법 중에서 '확대하고 싶은 방법'으로는 SNS가 30.4%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 술 관련 관광 체험 프로그램을 '보유하고 있는 업체'는 10.7%로 나타남.

(2) 스마트 오더

- 스마트 오더 방식의 주류 판매에 대해서는 '인지' 응답이 43.7%로 나타남.
- 스마트 오더 방식의 주류 판매를 해 본 '경험이 있다'는 응답은 4.3%에 불과함.
- 스마트 오더 방식의 주류 판매가 매출 증가에 '도움이 된다'는 응답은 57.1%로 나타남.
- 스마트 오더 방식의 주류 판매에 대해서는 '의향 있다'는 응답이 30.9%로 나타남.

13. 주요 정책

(1) 양조용 발효제 보급사업

- 양조용 발효제 보급사업에 대한 인지도는 71.7%로 나타남.
- 양조용 발효제 보급사업이 전통주 품질향상 및 매출증가에 '도움된다'는 응답이 41.6%로 나타남.
- 양조용 발효제 보급사업의 활성화를 위해서는 '홍보를 강화해야 한다'는 응답이 12.7%로 가장 높게 나타남.
- 양조용 발효제 기술이전을 위한 보안 방안으로는 '술 맛 보존'이라는 응답이 3.4%로 가장 높게 나타남.
- 양조용 발효제를 자가생산 하지 않는 이유로는 '발효제 개발 및 생산에 필요한 인력/시간/비용이 없어서'가 주된 이유인 것으로 나타남.

(2) 종량세제

- 종량세제를 타 주종으로 확대하는 것에 대해서는 '확대되어야 한다'는 응답이 20.9%로 나타남.
- 확대되어야 하는 이유로는 '세금 절감 효과가 있다'가 45.9%로 가장 높게 나타남.

(3) 주류산업 진흥 정책 만족도

- 전체 업체의 주류산업 진흥 정책에 대한 만족한다는 의견이 10.8%, 불만족한다는 의견이 19.8%로 나타남. 주종별로, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르에서 비교적 만족도가 높은 것으로 나타남.
- 전통주 업체에서는 만족한다는 의견이 17.1%, 불만족한다는 의견이 19.3%로 나타남. 주종별로, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르에서 비교적 만족도가 높은 것으로 나타남.
- 만족 이유로는 '유통/판로 확대에 도움이 된다', 불만족 이유로는 '지원 정책 내용이 현실과 맞지 않아 타당성이 떨어진다'가 주된 이유인 것으로 나타남.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

14. 제조업체 심층 인터뷰

(1) 제도/규제 부문

- 현재 식품 업체 기준의 HACCP을 주류 업체 특성에 맞게 조정할 필요가 있음.
- 생산 과정에서 어쩔수 없이 알코올 도수 편차가 발생할 수 있는데 현재는 너무 기준이 엄격하여 알코올 도수 편차를 확대할 필요가 있음.
- 원재료 지역 기준에 대한 범위를 확대할 필요가 있음.

(2) 제조/생산 관련 부문

- 술 지게미 재활용에 대한 규제를 완화해야 하고, 다양한 활용 방안이 필요함.
- 부재료 사용에 대한 규제 완화가 필요함.
- 술 제조 후 발생하는 폐수를 활용할 수 있는 방안과 폐수처리 문제 해결 방안이 필요함.

(3) 지원사업 부문

- 국가에서 진행하고 있는 지원사업을 쉽게 정보를 획득하고 파악할 수 있게 종합적인 정보를 알려주는 통합사이트 구축이 필요함.
- 지역, 소규모 양조장들은 전문적인 인력의 부족으로 힘든 상황인데, 온라인 판매 등 전문적인 인력지원 사업이 필요함.

(4) 판로/영업 부문

- 온라인 판매는 매출 상승의 이점이 있지만, 규모가 영세, 인력 부족으로 인해 활성화가 어려움. 온라인 마케팅 등 정부차원의 지원이 필요함.
- 홈쇼핑, 라이브커머스 등을 통한 전통주 판매가 활성화되었으면 좋겠음.

(5) 술품질인증제 관련 부문

- 소규모 업체에서는 주종별로 인증이 필요해 비용 부담이 큼. 인증도 재료와 제조 방식 등으로 세분화 되었으면 함.
- 술품질인증제에 대한 소비자의 인지가 낮음. 소비자들을 대상으로 술품질인증에 대한 적극적인 홍보가 필요함.

(6) 찾아가는 양조장 사업 관련 부문

- 코로나19로 인해 주춤했던 찾아가는 양조장에 대한 적극적인 홍보가 필요함.
- 지속적으로 잘 운영될 수 있도록 사후관리가 필요함.
- 찾아가는 양조장 지원사업에 대한 정부 부처와 지자체의 연계가 강화되어야 함.

(7) 연구 및 교육 부문

- 주세법 개정에 대한 업체 대상 교육과 문의 사항에 대한 대응이 잘 이루어져야 함.
- 업체들이 본인의 주류 면허 기준을 정확하게 알 수 있는 교육 시행이 필요함.
- 전통주가 수입 주류와의 경쟁력을 갖출 수 있도록 국가 주도의 연구기관과 국가법인, 사단법인 설립이 필요함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제6절 유통 현황

1. 도매유통 심층 인터뷰 (종합주류 도매)

(1) 전통주 시장 활성화

- 젊은층의 전통주 창업과 맞물려 적은 규모지만 외형적으로는 전통주 산업이 커지는 상황임.
- 다만 최근 젊은층의 전통주 창업붐은 근본적으로 취업난에서 비롯된 측면이 강하기 때문에 일시적인 창업붐이 아닌 전통주 산업이 국내에서 자리를 잡고 성장하려면 중견기업을 육성하는 정부차원의 중장기적인 정책과 지원책이 필요함.

(2) 전통주 제품 관련 이슈

- 전통주에 대한 소비자의 관심도가 증가하는 추세에 있고 디자인도 우수하지만 여전히 대부분의 소비자는 전통주에 대한 인지도가 낮고 기존 제품과의 차별성을 크게 느끼지 못하고 있음.
- 따라서 정부차원 또는 협회 차원의 지속적인 홍보와 광고 그리고 조직적인 마케팅 활동이 선행되어야 전통주 산업 활성화에 도움이 될것임.

(3) 향후 전통주 시장 전망

- 향후 수입주류 시장의 확대로 국내 시장축소는 불가피할 것으로 판단됨.
- 전통주의 경우는 산업육성이란기보다는 자영업자 육성에 가깝다고 평가하 는것이 타당할 것임. 국내 쌀 소비와 농가소득 증대 그리고 산업진흥을 위해서는 중견기업 육성을 위한 정부 차원의 대안이 필요한 시점임.

(4) 전통주 육성 정책 방안

- 국내에 다양한 전통주 품목이 많지만 스타 브랜드가 없고 일시적으로 유행했다가 사라지는 제품이 많음. 농림축산식품부 차원에서 품질 경쟁력을 갖춘 스타브랜드 육성 사업을 통해 시장에서 장기간 살아남는 지속가능한 제품군 육성 정책을 펼칠 필요가 있음

(5) 전통주 업체와 대기업간의 상생 협력 방안

- 수입주류 시장의 국내 시장을 잠식하는 상황에서 대기업과 전통주 업계간의 상생 협력방안을 마련 국내 주류시장 보호와 육성을 위한 공동 대안 마련이 필요한 시점임.
- 해외의 경우 대기업 맥주사와 소규모 맥주업체간의 기술적 협력과 마케팅 협력을 통해 전략적 상생하는 사례를 참조할 필요가 있음.

2. 도매유통 심층 인터뷰 (특정주류 도매)

(1) 전통주 시장의 현황

- 최근 전통주 시장은 합한 제품들 덕분에 활기를 띄고 있고 장수막걸리만 팔던곳이 다양한 막걸리들을 판매하고 있음. 시장 반응은 좋은 방향으로 가고 있다고 보여지고 현재 전통주류가 보다 다양화되고 고급화됨에 따라 제조장뿐만 아니라 특정주류도매 업체의 경영환경도 개선되고 있음.
- 전체적인 주류 소비량은 줄고 있지만 전통주 매출액은 높아지고 있음을 체감하고 있음. 요즈음 기타 주류에 속한 막걸리를 전통주에 편입시키려 하는 움직임이 있는데, 이것은 농림축산식품부에서 전통주 시장을 그만큼 신경써주고 있는거라 생각됨. 일반 막걸리가 전통주 시장에 들어온다면 특정주류도매업체의 입장에서 마켓이 더 커지는 상황이라 전체적인 시장 활성화를 기대하고 있음.

(2) 전통주 판매

- 최근 젊은층의 전통주 소비가 많은 추세라 다행이지만 유행에 따라 전통주 선택을 하는 경향이 강하고 품질보다는 SNS상에서 자주 노출되는 제품에 일시적인 구매가 일어나는 현상도 나타남. 특히 연예인들의 제품이 품귀현상이 나타나는데 품질과 가격 경쟁력보다는 유행에 치우쳐 판매되는 경향을 보여 우려스러움.
- 병 라벨 디자인 등이 많이 세련되고 소비자 감성에 어필되는 우수 디자인이 많지만 주질이 일정치 않고 품질 대비 가격대가 맞지않아 시장에서 장기적으로 생존하기가 쉽지 않음.

3. 소매점(대형마트) 심층 인터뷰

(1) 전반적인 트렌드

- 전반적인 혼술, 홈술 트렌드는 지속, 탁주를 중심으로 소비 트렌드가 이어지고 있음.
- 특이한 맛이나 색깔이 예쁜 퓨전 탁주의 인기가 여성층 중심으로 상승하는 가운데, 증류식 소주에 대한 선호도 나타나고 있음.

(2) 제품 트렌드

- 최근 전통주가 다양화되면서 가격이 상승하는 경향이 있는데, 대형마트나 백화점에서는 대중주는 기본적으로 가격 접근성이 높아야 한다고 보고 있음.
- 패키지 디자인은 최근 셸럽 마케팅과 같이 새로운 시도가 필요하다는 의견이 제시됨.
- 프리미엄 전통주 시장의 가능성은 긍정적으로 보고 있으나, 광고와 홍보를 강화해야 한다고 보고 있음.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

4. 전통주 전문 판매점 심층 인터뷰

(1) 주류 트렌드

- 다양한 탁주 출시에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있으며, 특히 신규 진입하는 양조장에서 새롭게 만드는 탁주에 대해 소비자가 호기심을 보이고 있음.
 - ✓ 연예인, 셀럽, 인플루언서가 참여하여 개발하고 판매하는 전통주 사례가 증가
- 젊은 층을 중심으로 전통주를 선물하는 트렌드가 증가하고 있음. 선물주의 경우 패키지에 대한 관여도가 증가함.
- 전통주 전문 판매점은 소규모 지역 양조장과 협업하는 경우도 많고, 매장이 위치한 지자체와 협업하여 지역 경제활성화 및 도시재생사업과 연계하는 골목 상권 진흥의 일환을 담당할 수 있음.

(2) 제품 트렌드

- 탁주는 무겁고 점도가 있는 제품이 인기를 얻는 경우도 있으나, 저도수에서 가볍고 마시기 편하며 약간의 단맛이 있는 제품의 인기가 지속되고 있음.
- 약주와 과실주 역시 마시기 편하고 가볍고 단맛이 나는 제품이 선호되고 있으며, 와인과 같은 고급스럽고 풍부한 맛에 대한 선호가 나타남.
- 젊은 층 취향을 반영할 수 있는 패키지 디자인 개선을 계속해 나가야 함.
 - ✓ 직관적이고 재미있는 콘셉트의 패키지 디자인, 선물용의 고급스러운 패키지 디자인 등 다양한 패키지 전략 필요

(3) 진흥 방안

- 전통주 전문 판매점이 참여할 수 있는 행사나 지원사업 확대 필요
- 새로운 지원 정책 발굴 이상으로 과거 지원 정책 중 변화된 환경에서 다시 시도해 볼 수 있는 것이 있는지 점검해 보는 것도 필요
- 인터넷 판매, 택배 시 파손 등 법규 등이 애매한 부분에 대해 문의할 수 있고 필요시 지원 받을 수 있는 채널 필요

5. 통신판매 심층 인터뷰

(1) 전반적 트렌드

- 최근 탁주에서 맛의 차별성이 크지 않은 상황에서 신규 출시되는 술의 빛깔, 패키지 디자인 같은 시각적 요소나, 제조사의 마케팅을 중심으로 판매가 이뤄지는 경향이 나타남.
 - ✓ 신제품 중에서 소셜 미디어나 주류 박람회 등에서 이슈가 되거나, 유명 인플루언서와 협업하는 술을 중심으로 판매되는 경향이 있음.
- 명절 이외 시기에도 전통주 온라인 구매가 증가하는 추세임.
- 젊은 세대를 중심으로 고급 전통주를 즐기는 트렌드가 확산됨.
- 온라인 구매는 구색의 다양성과 저렴한 가격이 강점임.

(2) 제품 트렌드

- 온라인 판매 특성 상 변질 우려가 없는 증류주와 과실주를 주력 제품군으로 고려하고 있음.
 - ✓ 증류식 소주는 최근 주류 소비 고급화 트렌드의 영향을 받고 있으나, 상대적으로 높은 가격 대비 고급 위스키와 비교해서도 품질을 높여야 한다는 과제가 있음.
 - ✓ 유통 기한의 한계와 유통 과정에서 주질 유지가 어렵다는 한계에도 불구하고, 다양한 맛을 만들기 쉽고, 가성비 좋은 탁주도 경쟁력이 있음. 이전에 비해 많이 개선되었으나, 여전히 패키지와 라벨 등 시각적 요소는 개선해야 할 과제임. 다른 한편으로 패키지와 라벨을 개선한 경우 브랜드 정체성이 모호한 문제가 있는 경우도 나타남.
- 최초 구매는 인지도와 브랜드, 패키지와 라벨에 좌우되는 경우가 있지만, 재구매를 좌우하는 것은 맛임.
 - ✓ 전통주의 맛을 다양하게 확대해야 함.
 - ✓ 최근에는 부재료를 통해 맛을 다양화하는 전략과, 이미 성공한 술의 안정된 맛을 따라하는 경향이 나타남. 이럴 경우 신제품의 종류는 다양하지만 맛 자체는 다양하지 못한 현상이 있음
- 셀럽이 참여해서 이슈가 되는 것은 긍정적이거나, 해당 제품만 이슈가 되고 다른 전통주에 대한 관심으로 확산되지 못하는 경우가 많음.

(3) 진흥 방안

- 영세한 양조장들의 공동 마케팅과 홍보 지원, 고령 종사자들에 대한 온라인 마케팅 교육 지원
- 온라인으로 판매할 수 있는 전통주의 범위 확대
- 대형 플랫폼 이외에 소규모 스타트업 채널에 대한 지원 확대
- 전통주 법규 등 복잡한 관련 규정을 쉽게 알아 볼 수 있는 채널

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제7절 주류 트렌드 분석

1. 전통주 전반적 트렌드

(1) 전통주 검색량 추이

- 1년간(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일) 네이버 쇼핑에서 '전통주' 키워드 검색량 추이를 분석한 결과, 2021년 10월 말, 2022년 1월 말~2월 초, 2022년 6~7월 말, 2022년 9월 초 경에 전통주에 대한 검색어 빈도가 상대적으로 높게 나타남.
- 대체로 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 완화되는 시점과 설, 추석 등 명절 시점에 검색량이 증가했음.

(2) 전통주 검색어 분석

- 전통주는 추석 등 명절 선물주로 인식되는 경우가 많음.
- 전통주의 대표주는 탁주라는 인식이 강한 가운데, 최근 국내산 와인과 과실주에 대한 관심 등 인식 범위에 대한 확대가 나타나고 있음.
- 전통주는 추천과 소개를 받아야 하는 술, 아직은 잘 모르는 술, 내가 마시는 술이라기보다는 남에게 선물하는 술이라는 인식이 있음.
- 한편 편의점에서 구할 수 있는 술이라는 인식도 나타나, 최근 편의점을 통한 접근성 제고가 반영되고 있음.

(3) 전통주 검색어 분석

- 전통주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 복순도가의 '복순도가 손막걸리', 죽향도가의 '대대포 블루', 배상면주가의 '느린마을막걸리', 설악프로방스의 '바다한잔 동해소주', 사곡양조원의 '공주 알밤 왕밤주' 등의 순으로 나타남.
- ✓ 상위 5개 제품 중 4종이 탁주 또는 부재료를 추가한 탁주임.
- ✓ 탁주가 상위 제품을 차지하고 있으나, 이외에도 증류식 소주, 과실주, 약주 등 다양한 주종의 제품이 순위권에 나타나고 있음.

2. 탁주 트렌드

(1) 탁주 검색어 분석

- 탁주 연관 키워드 분석 결과, ‘해창막걸리’, ‘막걸리’, ‘느린마을막걸리’, ‘막걸리 안주’, ‘프리미엄’, ‘막걸리 한잔’, ‘막걸리 칼로리’, ‘막걸리 도수’, ‘버터 막걸리’, ‘바밤바 막걸리’ 등이 나타남.
- ✓ ‘해창’, ‘느린마을’ 등 인기 제품 브랜드가 검색어 상위 순위를 차지한 가운데, ‘막걸리 안주’, ‘막걸리 칼로리’, ‘막걸리 도수’, 등 음용과 관련된 검색어가 나타남.
- ✓ ‘버터 막걸리’, ‘바밤바 막걸리’, ‘우도 땅콩 막걸리’와 같이 단맛이 강한 탁주 제품명이 검색어로 나타나, 다양한 부재료로 맛, 향, 색의 다양성을 확대하는 기타주류형 탁주의 시도가 호응을 얻고 있음.

(2) 탁주 구매 트렌드

- 탁주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 복순도가의 ‘손막걸리’, 죽향도가의 ‘대대표 블루’, 배상면주가의 ‘느린마을막걸리’, 사곡양조원의 ‘공주 알밤 왕밤주’, 해창주조의 ‘해창막걸리’, 한강주조의 ‘표문 막걸리’ 등의 순으로 나타남.
- ✓ 마시기 편한 탁주, 탄산 탁주, 단맛이 강한 탁주 등이 상위권을 차지하고 있음.
- ✓ 타 분야 브랜드와 콜라보레이션 마케팅을 한 제품도 상위권에 나타남.

3. 약주 트렌드

(1) 약주 검색어 분석

- 약주 연관 키워드 분석 결과, ‘한산’, ‘청주’, ‘한산소곡주’, ‘소곡주’, ‘고흥유자주’, ‘인삼주’, ‘청주술’, ‘전통주 선물’, ‘명인’, ‘술송주’ 등이 나타남.
- ✓ 청와대 선물주 등으로 인지도가 높은 한산 소곡주가 상위 키워드로 나타남.
- ✓ 그 외 유자주, 술송주, 니모메, 오메기술, 풍정사계 춘 등 인지도 높은 제품명이 언급되고 있으며, 선물주, 명절의 차례주로 인식되고 있음.

(2) 약주 구매 트렌드

- 약주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 술소리의 ‘지리산기운내린강쇠’, 제주샘주의 ‘니모메’, 고현정의 ‘동학 1957’, 이상재명가소곡주의 ‘한산소곡주’, 한산소곡주의 ‘우희열명인 한산소곡주’, 오대서양주양조의 ‘평창 서주 감자술’, 술송주의 ‘술송주’ 등의 순으로 나타남.
- ✓ 1만원 미만대 제품의 구매 순위가 높은 편임.
- ✓ 가성비가 좋은 제품을 중심으로 약주 구매 경향이 나타남

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

4. 과실주 트렌드

(1) 과실주 검색어 분석

- 과실주 연관 키워드 분석 결과, ‘와인’, ‘선물세트’, ‘명절’, ‘심술’, ‘프리미엄’, ‘와인 쇼핑몰’, ‘담금주’, ‘복분자주’, ‘화이트와인’, ‘스파클링와인’ 등이 나타남.
 - 과실주 연관 키워드에서 국내산 와인 관련 내용이 많아, 과거 대비 국내산 와인에 대한 높은 관심을 반영함.
 - 명절 선물주 키워드도 여전히 나타나고 있음.

(2) 과실주 구매 트렌드

- 과실주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 배상면주가의 ‘빙탄복’, 산내들와의 ‘소백산 스위트와인’, 오미나라의 ‘오미로제 연’, 컨츄리농원의 ‘컨츄리캠벨스위트’, 금이산농원의 ‘복숭아와인’ 등의 순으로 나타남.
 - 국내산 와인 제품이 대다수를 차지함.

5. 증류식 소주 트렌드

(1) 증류식 소주 검색어 분석

- 증류식 소주 연관 키워드 분석 결과, ‘청와대’, ‘안동소주’, ‘소주 도수’, ‘토끼소주’, ‘서울의 밤’, ‘소주 가격’, ‘술마켓’, ‘증류식 소주’, ‘증류주’, ‘문배술’ 등이 나타남.
 - 전통적으로 인지도가 높은 증류식 소주 브랜드와 함께, 최근 인지도가 높아진 브랜드도 같이 나타남.
 - 소주 도수나 가격에 대한 언급도 나타나, 고도수, 프리미엄 소주 등 특성에 대한 관심을 보여줌.

(2) 증류식 소주 구매 트렌드

- 소주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 박재서 안동소주의 ‘박재서명인 안동소주 22도’, 박재서 안동소주의 ‘박재서명인 안동소주 45도’, 토끼소주의 ‘토끼소주 화이트 23도’, 안동소주일품의 ‘안동소주일품 40도’, 명품안동소주의 ‘참조은 안동소주’, 안동소주일품의 ‘안동소주일품 21도’ 등의 순으로 나타남.
 - 주요 제품의 경우 도수별로 40도 이상, 30도대, 20도대로 나누어 출시되어 각기 다른 수요를 공략하고 있음.
 - 전통적으로 인지도가 높은 제품이 높은 순위를 차지한 가운데, 최근 새롭게 출시되는 제품 구매도 나타나고 있음.

제8절 정책 시사점

1. 주류산업 현황

(1) 전체 시장

- 21년 전체 주류시장 규모는 출고금액 기준 약 8조 8천 3백억 원 규모이며, 소주, 맥주가 약 81.1%(7조 1천 7백억)를 차지하였으며, 2015년까지 지속 증가세를 유지하다가 2016년부터 지속해서 감소하였으며 2021년 다시 소폭 증가함.
- ✓ '20년도 대비 전체 주류시장은 출고금액 기준 0.4% 증가하였고, 출고량은 3.6% 감소한 것으로 나타나 출고금액 기준으로 전체 주류 소비는 약간 증가.
- ✓ 주류시장은 희석식 소주(약 3조 5천억)와 맥주(약 3조 6천억)가 81.1%이며, 그 외 나머지 주종 제조업체의 대부분은 중소기업 영세업체에 속함.
- ✓ 국내 주류시장은 '15년부터 '20년까지 지속해서 감소하는 추세를 보이다 '21년 정체하는 추세임. 이는 전 세계적인 추세로 웰빙에 따른 주류 소비 감소와 칵테일류 주류시장 및 비알코올성 음료 시장의 확대가 주원인임.
- ✓ 향후 국내 주류시장은 소주와 맥주 시장 주도의 시장구조는 당분간 유지될 것으로 전망되지만, 소비자의 수입 주류 선호 특히 위스키와 와인에 대한 소비가 큰 폭으로 증가하는 현상이 나타남. 특히 MZ 세대의 고급주류 소비 추세가 위스키와 와인 소비를 이끄는 주요 소비층으로 부각하는 추세이며, 특정 주류와 브랜드에 팬덤을 형성해 시장 구도에 상당한 영향을 미치는 소비층으로 등장함에 따라 MZ 세대 취향에 맞는 주류 개발 및 마케팅 전략에 시사하는 바가 큼.
- ✓ 혼술이 유행하던 코로나 시기가 지남에 따라 주류시장의 판도는 다시 코로나 이전의 오프라인 주류 소비 분위기로 전환되는 시점이지만, 코로나 시기의 주류 소비 패턴은 여전히 남아있고 고급주(위스키, 와인)의 소량 패키지 상품이 시장에 선보여 호응도가 매우 높은 편임. 전통주 시장에서도 이와 같은 소비자의 주류 소비 패턴과 판매전략 등을 파악해 시장변화에 대한 전략 대응이 필요한 시점임.
- ✓ 한편 술 열량 표시 시행 계획에 따라 대기업 주류업체들은 이미 소주를 중심으로 슈거 제로 제품을 출시 중임. 알코올 함량이 높고 당분이 함유된 술의 열량이 높아져 소비자의 부정적인 인식 해소를 위한 조치임. 탄수화물과 알코올 함량이 높은 일부 전통주 업체에는 이러한 열량 표시가 제품 판매에 불리할 수 있어 공정위/식약처와의 협의를 통해 주류 영세업체의 제품에 대한 열량 표시에 대한 예외가 적용되도록 정책적 협의 필요함.
- ✓ 국내 주류시장의 대부분은 소주/맥주가 주를 이루고 있지만, 국내 농산물 소비와는 거리가 먼 상황임. 주류산업의 진흥은 술 소비가 아닌 지역농산물 소비와 농가소득 창출이 주된 목적임을 감안하면 국내 주류시장 육성은 우리 농산물 소비 촉진 방안에 초점을 맞춰 대안을 마련하는 것이 타당함. 해외의 경우 대표적인 주종에 대부분 자국의 농산물을 소비하는 정책과 제도가 구축되어 주류시장과 농업과의 연계성이 탄탄한 것은 국내 주류시장과 산업에 시사하는 바가 매우 크며, 세원 당국과 농업 당국 간의 긴밀한 정책/제도 마련 더불어 산학연이 공동 참여하는 주류산업진흥협의체 발족이 필요한 시점임. 그간 농림축산식품부 전통주 담당자들의 순환보직으로 인해 정책 시행과 추진에 일관성이 결여된 측면도 있고 장기적인 정책추진에 걸림돌로 작용한 부분도 있음. 이러한 문제점을 해소하기 위해서는 주류산업진흥협의체와 같은 민관합동 기구 마련이 필요함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(2) 전통주 시장

- ‘14년부터 ‘16년까지 전통주 출고량은 감소추세를 보였고, ‘17년부터 지속해서 증가하는 추세임. ‘20년 대비 ‘21년에는 출고금액이 50.2% 대폭 증가함. 전체 주류시장에서 차지하는 전통주 비중은 출고금액 대비 1.1% 수준임. 출고금액 기준 탁주가 전통주 시장에서 가장 큰 비율을 차지(33.4%)하고, 과실주(22.7%), 약주(12.0%)가 그 다음으로 나타남.
 - ✓ 그간 농림축산식품부의 전통주 진흥 정책의 효과와 더불어 전통주에 대한 소비자의 관심 증가 및 요식업계의 전통주 시장 진입 등이 복합적으로 작용하여 점진적 성장세의 동력 요인으로 판단됨.
 - ✓ 또한 일반 고급주류 소비에 관심이 많은 MZ 세대가 전통주에 관심을 두면서 전통주 시장 확대에 영향을 미친것으로 보임. 이와 더불어 젊은 층의 전통주 창업 붐 역시 전통주 산업 확대를 견인한 측면도 있음.
 - ✓ 특히 MZ 세대가 전통주 시장에 참여하면서 다양한 맛이 시장에 등장하고 젊은 세대에 맞는 세련된 디자인 등이 보급된 것도 전통주 시장 활성화에 일조한 측면이 있음.
 - ✓ 무엇보다 농림축산식품부 주도의 전통주 진흥정책과 지원사업(우리 술 대축제, 술 품평회, 전통주 갤러리, 우리 술 교육 기관지원 등)이 전통주 산업 발전에 큰 효과가 있는 것으로 판단됨. 다만 지원사업이 주로 홍보와 마케팅사업에 집중되어 기반사업(정책/제도개선, 쌀 품종개발 등), 산업육성사업(품질개선, 설비구축 등)등에 지원이 소홀하여 이에 대한 개선이 필요함.
 - ✓ 일반 주류시장은 그 성장이 정체현상을 보이지만, 전통주는 전 주종에서 꾸준한 성장을 이어가는 추세임. 다만 당분간 전통주 산업의 확대는 이어질 것으로 전망되나 타 주류의 시장 진입과 국내 소비자 특히 MZ 세대의 주류선호도 충성도가 크지 않음을 감안할 때 지속가능한 전통주 소비에 대한 중장기적인 대안 마련 필요함.
 - ✓ 한편으로는 국내 전통주 진흥사업을 예산과 인력이 한정돼 있는 국가 주도로 이끌다 보니 전통주 산업육성에 한계가 있음. 따라서 그간 10년간 국가 주도의 전통주 진흥사업을 통해 기반구축을 하였다고 하면, 향후에는 공공영역과 민간영역 간 그 역할을 구분할 필요가 있음. 민간영역은 대학과 협회의 역할이 필수적이며 국내 대학에 관련 학과와 전문 교수가 거의 없는 실정을 감안하면 협회 중심으로 그 역할을 수행하는 것이 타당함. 다만 농림축산식품부 산하 전통주 관련 협회들의 조직과 기능을 감안할 때 그 역량이 미미하여 전통주산업진흥연합회 설립이 필요한 시점임. 민간영역과 공공영역의 역할 분담과 기능은 해외 주류 관련 대학과 협회 등의 활동이 시사하는 바가 크므로 벤치마킹할 필요가 있음.
 - ✓ 최근 젊은 층을 중심으로 지역의 창업자금 지원을 빌미로 전통주 창업 붐이 일어나고 있으나 창업 후 90%가량이 폐업하는 현실이며 이러한 창업 붐이 지속되기는 어려울 것임. 일부 교육기관 등에서 전통주 창업을 무분별하게 유도하거나 추천하는 문제점 등도 발생하고 있음. 그리고 표준화된 제조기술 및 품질관리, 주류 홍보/마케팅, 경영전략 등에 대한 전문교육이 미비한 상황이며 이에 대한 보완이 필요함.
 - ✓ 다른 한편으로는 전통주 산업이 양적으로 성장세를 이어가고 있으나 양조 전문인력양성, 품질향상 및 산업경쟁력 등 질적인 측면에서는 발전이 없는 실정임. 일반 사설학원에서 단기교육을 받고 제조면허 취득 후 제품생산을 시도하는 예가 다수 발생하고, 품질은 매우 열악한 상황임.
 - ✓ 또한 최근 유명연예인들의 전통주 시장 진입으로 전통주 시장이 확대된 측면도 있어 단기적으로는 긍정적으로 평가할 사안이나 중장기적인 측면에서는 부정적으로 작용할 요인도 감안해야함. MZ 세대의 전통주에 관한 관심은 전통주 품질과 가격 등 제품경쟁력이 아닌 연예인들의 진입으로 인한 팬덤 현상에 동참한 측면이 강해 단기 유행으로 끝날 수도 있는 상황임.
 - ✓ 젊은 층의 전통주 소비는 술 자체의 품질보다는 SNS를 통한 소비 흐름과 사진 찍기용 특별한 디자인

인을 가진 제품에 관심을 두기 때문에 전통주 소비통계에 착시현상도 있음을 감안해야함. 또한 일부 전통주 업체에서는 최근 유행하는 콜라보를 통해 판매를 늘리는 전략을 구사하지만, 이 또한 일시적인 판매 현상일뿐 지속가능한 홍보 판매전략은 아님이 수제 맥주 시장에서 증명되고 있음. 향후 전통주 시장은 조정 기간을 거칠 것으로 전망되며 중견기업 중심으로 시장이 재편되고 영세업체가 틈새시장에 진입해 생존하는 구도를 형성할 것으로 예측됨.

- ✓ 이러한 전통주 시장환경을 감안할 때 농림축산식품부에서는 술 품질인증제를 술 품질 등급제로 개편하여 소비자가 일시적인 팬덤현상에 의지하지 않고 술 품질과 가격으로 판단하여 제품을 구매하도록 정책과 제도를 구축하고 홍보할 필요가 있음. 해외의 술 산업육성의 기반은 술 품질 등급제 도입이 결정적인 역할을 한 것을 인식하고 해외 제도를 벤치마킹하여 국내 전통주 품질을 상향 평준화하는데 제도 마련이 필요함. 국내 제조장들도 술 품질인증제도가 술 품평회의 가점을 받기 위한 제도로 전략한 상황을 우려하고 있으며 이에 대한 시정을 요구하는 민원이 꾸준히 제기됨. 술 품질 등급제 도입에는 주종별 평가 기준 설정이 선행되어야 하고 이에 대한 심도 있는 정책연구가 필요함.
- ✓ 국립농산물품질관리원에서 위탁운영 하는 우리 술 교육기관 운영은 나름 양조 인력 양성 차원에서 효과가 있다고 볼 수 있으나 대부분의 지정 교육기관의 교육내용이 유사하고 강사구성이나 교육내용이 중복으로 운영되는 경우도 많음. 또한 그 교육내용이 검증되지 않고 역사성과 양조학을 설파하는 예도 발생함. 이는 양조 분야의 교과서적인 교재부재로 발생한 것이기 때문에 향후 메타버스를 기반한 온라인 학습용 양조 교재 개발(제조, 위생 안전, 품질관리, 공정개선, 홍보/마케팅 등)하여 표준화되고 검증된 주종별 교육교재를 통해 교육을 받을 수 있도록 정책추진을 해야함.
- ✓ 또한 중앙정부 예산과 인력만으로 전통주 산업육성에 한계가 있는 만큼 지자체와의 협업을 통해 지역 양조장을 중견기업으로 성장시켜 지역 명주와 명가가 탄생되도록 정책을 펼칠 필요가 있음. 그리고 국내 전통주의 수요가 한계가 있는 만큼 해외에서 국내 전통주 수요를 파악하고 국가별 맞춤형 주종과 품질 및 가격에 맞는 상품을 출시하도록 정보를 제공할 필요가 있음. 이와 관련하여 주류정보실태조사를 다변화된 조사내용을 지양하고, 국내 제조 현황과 수출 동향 파악에 집중하여 업계에서 필요로 하는 내실 있는 통계자료 구축이 필요함.
- ✓ 일부 연예인들의 전통주 시장 진입으로 촉발된 전통주에 대한 정의와 개념에 대한 논란은 현재진행형으로 농림축산식품부 주도로 빠른 시기에 종료를 할 필요가 있는 사안으로 산업계를 보고 있음.
- ✓ 향후 전통주를 포함한 주류시장의 가장 큰 이슈는 종량제 전면 도입과 온라인판매 전면 도입 문제가 될 것임. 해외 사례를 면밀히 파악하여 전통주 산업 보호 육성에 유리한 방향으로 대책을 준비할 필요가 있음.

2. 주요 주종별 시장 현황

(1) 탁주(막걸리)

- 전체 출고량은 다소 정체현상을 보이지만 출고금액은 증가하는 추세로 이는 일반 탁주가 아닌 지역특산주에 속하는 막걸리의 가격상승이 주 원인임.
 - * 출고량/출고금액 : ('18) 403천kl/4,560억원 → ('19) 371/4,430 → ('20)380/4,706 → ('21) 363/5,098
- ✓ 업체 수는 많으나(800개 이상) 상위 30개 업체가 시장의 약 88.1%를 차지하고 있으며 대부분 업체는 지역에 기반을 둔 영세규모임.(연간 매출 1억 원 미만인 약 55%)
- ✓ 막걸리 산업계를 이끄는 주요 업체는 대부분 서울탁주를 비롯한 지역 합동양조장(대구탁주, 울산탁주, 인천탁주 등)이며 이 구도는 앞으로도 유지될 것으로 전망됨. 또한 지역 합동양조장들은 국내 농산물 소비가 적어 우리 쌀 소비에 기여도가 상대적으로 작은 편인데 이러한 비대칭 산업구조의 개편을 위

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

한 정부 차원의 대안 제시가 숙제로 남아있음.

- ✓ 최근 일반 막걸리 시장은 소비 측면에서 정체 또는 감소추세이지만 지역특산주 막걸리 시장은 '20년부터 급격히 증가추세를 보이며 '21년에는 최근 5년간 가장 큰 폭으로 성장하였음.
- ✓ 다만 일부 인기 연예인이나 SNS 셀럽들이 형성한 팬덤 현상으로 일시적으로 지역특산주 판매가 큰 폭으로 증가하는 현상도 나타나고 있으나 이는 일시적인 현상으로 실제 장기적으로 지역특산주 판매로 이어질지는 미지수임.

(2) 맥주

- 술 산업 중 가장 큰 규모(약 41% 차지)로 2개사 독점 체제임.
 - ✓ 원료인 맥아, 홉 등이 대부분 수입되고 국산 원료는 소량(약 10%) 사용하고, 앞으로도 수입 원료 사용은 국내 농업환경을 감안할때 유지될 것으로 전망됨. 대기업 중심으로 구축된 국내 맥주 시장은 당분간 유지될 것으로 전망되며 이들 업체는 국내 시장의 포화에 따라 수출 등 해외시장 개척에 집중하고 있음.
 - ✓ 코로나 시기를 거치면서 폭발적인 성장세를 구가하던 수제 맥주 시장은 큰 폭으로 하락함에 따라 조정 기간에 진입한 것으로 판단됨. 이는 그간 수제 맥주 시장에 무분별하게 진입에 따른 과다경쟁이 주원인이며, 콜라보 등으로 시장을 형성하고 개성 없는 품질과 편의점 위주의 판매전략이 실패의 또 다른 원인으로 지목되고 있음. 즉 수제 맥주 기업들이 직접 만드는 제품을 키우지 않고, 편의점이 주문하는 대로 만드는 위탁 생산 형태 제품에 집중한 탓이라고 평가되고 있음.
 - ✓ 한편으로는 양적성장에만 치중되고 품질향상 등 질적 성장에는 소홀히 한 전략적 실패도 원인이며, MZ 세대에서의 맥주 품질보다는 브랜드 명과 디자인 등에 의존하여 일시적으로 소비하는 현상도 수제 맥주 시장의 하락에 한몫한 것으로 전문가들은 보고 있음. 이러한 현상은 주류산업계에 나타나는 전반적인 현상으로 전통주 산업계에도 시사하는 바가 큼.

(3) 희석식 소주

- 전년도와 동일하게 희석식 소주부문에서는 하이트진로가 압도적인 1위로 시장 자체는 큰 변동이 없는 것으로 나타났으나, 전년도 대비 출고량이 감소하여 지속적으로 소비가 감소하는 추세로 판단됨.
 - * 하이트진로(1위), 롯데주류(2위), 무학(3위)이 84.4% 차지
 - ✓ 최근 소주 시장에서는 무설탕 제품이 등장해 시선을 끌고 있으며, 지난해에는 무학이 과당 제로를 강조하며 내놓은 '좋은데이'는 출시 1년 만에 1억6000만 병이 팔리며 시장을 선도했으며, 롯데칠성 음료에서 발매한 '처음처럼 새로'는 출시 두 달 만에 1200만 병 이상 판매하며 흥행하여, 건강한 주류에 대한 소비 심리가 높아짐.

(4) 과실주

- ‘19년까지 복분자, 포도주 중심으로 매출이 하락하였으나 ’20년부터 반등하여 ’21년에 큰 폭으로 상승세임.
- * 출고금액 : (’18) 1,028억 원 → (’19) 917억 원 → (’20) 970억 원 → (’21) 1,278억 원
 - ✓ 그간 쌀소비에 집중하여 과실주 산업육성과 지원에 소홀히 한 측면이 있었으나 향후 과실주 산업 성장과 해외 수출에 정부 차원의 정책지원이 필요한 시점임.

(5) 약주/청주

- 국내 타 주류 성장 및 수입 주류 증가, 명절 등 특정 시기 판매 집중 등으로 인한 시장 다각화 미흡 등에 따라 ’17년 이후 정체중임.
- * 출고금액 : (’18) 1,749억 원 → (’19) 1,706억 원 → (’20) 1,602억 원 → (’21) 1,787억 원
 - ✓ 그간 막걸리 산업육성에 치우친 정부/지자체 지원사업을 우리나라 전통주인 약청주의 진흥사업에 관심을 기울일 필요가 있음. 특히 품질과 공정개선을 위한 현장 컨설팅이 필요한 시점임.

(6) 증류식 소주

- 쌀을 이용한 국내 증류식 소주에 대한 MZ 세대의 구매력이 크며, ’17년부터 큰 폭의 성장세에 있음.
- * 출고금액 : (’18) 333억 원 → (’19) 384억 원 → (’20) 448억 원 → (’21) 646억 원
 - ✓ 최근 일부 인기 연예인들의 OEM 형태의 시장진압으로 증류식 소주 시장이 단기적으로는 큰 폭으로 증가한 측면도 있으나, OEM 방식의 시장 확대는 장기적인 측면에서는 양조장 자체의 산업경쟁력 향상에는 부정적으로 작용할 수 있음. 이러한 증류식 소주의 성장은 질적 성장이 아닌 양적성장으로 볼 수도 있으며, 최근 위스키 수입시장의 폭발적인 증가는 향후 증류식 소주 시장의 성장에 장애물로 작용할 수 있음.
 - ✓ 한편으로는 증류식 소주의 성장과 품질향상에는 종량제 도입이 필수적이며 세원 관리 당국과 긴밀한 협의가 필요함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter 03

주류산업 현황

제1절 주류 정의 및 주종 현황

1. 주류의 정의

- "주류"란 다음 각 목의 것을 말함.
 - 가. 주정(酒精)[희석하여 음료로 할 수 있는 에틸알코올을 말하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음료로 할 수는 없으나 정제하면 음료로 할 수 있는 조주정(粗酒精)을 포함]
 - 나. 알코올분 1도 이상의 음료[용해(鎔解)하여 음료로 할 수 있는 가루 상태인 것을 포함하되, 「약사법」에 따른 의약품으로서 알코올분이 6도 미만인 것은 제외]
 - 다. 나목과 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것
- "전통주"란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 주류를 말함.²⁾
 - 가. 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」 제17조에 따라 인정된 주류부문의 국가무형문화재 보유자 및 같은 법 제32조에 따라 인정된 주류부문의 시·도 무형문화재 보유자가 제조하는 주류
 - 나. 「식품산업진흥법」 제14조에 따라 지정된 주류부문의 대한민국식품명인이 제조하는 주류
 - 다. 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조에 따른 농업경영체 및 생산자단체와 「수산업·어촌 발전 기본법」 제3조에 따른 어업경영체 및 생산자단체가 직접 생산하거나 주류제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도 또는 시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다) 및 그 인접 특별자치시 또는 시·군·구에서 생산한 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류로서 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」 제8조제1항에 따라 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사의 추천을 받아 제조하는 주류

2. 주종 현황

- 주세법에서 말하는 주류의 종류는 크게 주정과 발효주류, 증류주류, 기타주류로 나뉨.
 - ✓ 발효주류는 탁주, 약주, 청주, 맥주, 과일주로 다시 나뉘며, 증류주류는 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르로 나뉨. 참고로 와인(포도주)은 과일주로 발효주류에 포함됨.
- 가공식품 제조 기준인 '식품공전'에도 주류가 정의 및 분류되어 있는데, 기본적으로 주세법에서 규정한 주류를 말하고 있음. 식품공전에서 정의한 주류는 곡류, 서류, 과일류 및 전분질 원료를 주원료로 하여 발효 등 제조·가공한 양조주, 증류주 등 주세법에서 규정한 주류를 말함.
 - ✓ 탁주는 전분질 원료와 국을 주원료로 하여 발효시킨 술덧(주요)을 혼탁하게 제성한 것을 말함.
 - ✓ 약주는 전분질 원료와 국을 주원료로 하여 발효시킨 술덧(주요)을 여과하여 제성한 것을 말함.
 - ✓ 청주는 전분질 원료와 국을 주원료로 하여 발효시킨 술덧(주요)을 여과 제성한 것 또는 발효 제성과정에 주류 등을 첨가한 것을 말함.

2) 본 조사의 '전통주' 용어는 생산 부문과 유통 및 소비 부문에서 다르게 사용하고 있으므로 주의를 요함. - 생산 부문: 전통주 제조면허 기준
- 유통 및 소비 부문: 소비자 인식상의 전통주 기준

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

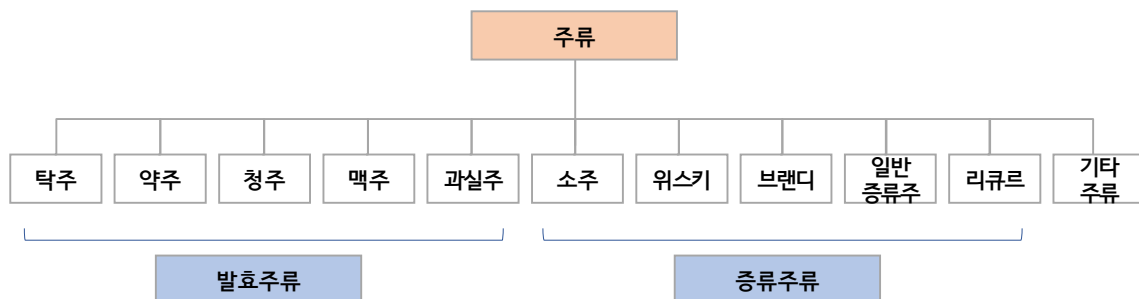
주류
트렌드
분석

부록

- ✓ 맥주는 맥아 또는 맥아와 전분질 원료, 호프 등을 주원료로 하여 발효시켜 여과 제성한 것을 말함.
- ✓ 과실주는 과실 또는 과즙을 주원료로 하여 발효시킨 술덧(주요)을 여과 제성한 것 또는 발효 과정에 과실, 당질 또는 주류 등을 첨가한 것을 말함.
- ✓ 소주는 전분질 원료, 국을 원료로 하여 발효시켜 증류 및 제성한 것 또는 주정을 물로 희석하거나 이에 주류나 곡물주정을 첨가한 것을 말함.
- ✓ 위스키는 발아된 곡류 또는 이에 곡류를 넣어 발효시킨 술덧(주요)을 증류하여 나무통에 넣어 저장한 것이나 또는 이에 주류 등을 첨가한 것을 말함.
- ✓ 브랜디는 과실(과즙 포함) 또는 이에 당질을 넣어 발효시킨 술덧(주요)이나 과실주(과실주박 포함)를 증류하여 나무통에 넣어 저장한 것 또는 이에 주류 등을 첨가한 것을 말함.
- ✓ 일반증류주는 전분질 또는 당분질을 주원료로 하여 발효, 증류한 것, 증류주를 혼합한 것, 과실(포도 등 발효시킬 수 있는 과실 제외)의 추출액을 첨가한 것으로서 주정, 소주, 위스키, 브랜디 이외의 주류로서 주세법에서 규정한 것을 말함.
- ✓ 리큐르는 전분질 또는 당분질을 주원료로 하여 발효시켜 증류한 주류에 인삼, 과실(포도 등 발효시킬 수 있는 과실 제외) 등을 침출시킨 것이거나 발효 증류 제성과정에 인삼, 또는 주정, 소주, 일반증류주의 발효, 증류, 제성과정에 주세법에서 정한 물료를 첨가한 것을 말함.
- ✓ 기타주류에는 발포주가 포함되며, 따로 기준 및 규격이 제정되지 아니한 주류로서 주세법에서 규정한 것을 말함.

[그림 3-1] 주류의 종류

※ 주세법(2013.04.05. 일부개정) / 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.개정고시



3. 국내 주류시장 현황 (국세청 통계)

(1) 시장현황

- '21년 전체 주류시장 규모는 출고가 기준 약 8조 8천 3백억원 규모이며, 소주, 맥주가 약 81.2%(약 7조 1천 7백억원)를 차지함.
- '20년도 대비 전체 주류시장은 출고금액 기준 0.4% 증가하였고, 출고량은 3.6% 감소한 것으로 나타남.
- 탁주는 '20년 대비 출고량은 하락하였고 출고금액은 상승하였음.
- 탁주의 경우 '20년 대비 출고량이 4.4% 하락하였으며, 출고금액은 8.3% 상승한 것으로 나타남.
- 약/청주의 경우는, '20년 대비 출고량과 출고금액 모두 상승하였으며, 특히 약주는 크게 상승함.
- 증류식 소주는 출고량이 '20년 대비 출고량과 출고금액이 모두 20% 이상 크게 상승한 것으로 나타남. 출고량은 28.6%, 출고금액은 44.2% 상승하였음.
- 희석식 소주는 '20년 대비 출고량과 출고금액이 각각 5.6%, 4.3% 하락한 것으로 나타났으며 맥주는 '20년 대비 출고량이 1.8% 하락하였으나, 출고금액은 3.7% 상승함.
- 그 외 위스키, 일반증류주, 리큐르는 다른 주종에 비해 '20년 대비 출고량과 출고금액의 상승 폭이 비교적 큰 것으로 나타남.
- 기타주류의 경우, '20년 대비 출고량과 출고금액이 각각 12.4%, 6.6% 하락한 것으로 나타남.

[표 3-1] 국내 전체 주류시장현황 (국세청 통계)

[단위: 백만원, kℓ]

구분	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년		'20년 대비 증감률	
	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액
탁주	409,407	446,852	402,580	459,066	370,500	442,967	379,976	470,579	363,132	509,815	-4.4	8.3
청주	18,312	105,924	19,068	110,514	17,784	108,247	17,113	106,264	18,217	114,249	6.5	7.5
약주	10,820	59,826	11,479	64,433	11,213	62,400	9,483	53,916	11,317	64,455	19.3	19.5
과실주	13,193	109,651	12,054	102,798	10,926	91,653	11,315	97,032	17,485	127,819	54.5	31.7
증류식소주	1,857	33,161	1,651	33,332	1,714	38,382	1,929	44,805	2,480	64,628	28.6	44.2
희석식소주	945,860	3,678,401	917,959	3,618,349	915,596	3,738,247	874,537	3,703,775	825,848	3,545,010	-5.6	-4.3
맥주	1,823,899	4,098,330	1,736,927	3,859,120	1,715,995	3,688,267	1,566,914	3,497,418	1,538,968	3,626,057	-1.8	3.7
브랜드	77	945	1	99	-2	-14	-1	-49	0	7	-100.0	-114.3
위스키	205	12,902	126	7,551	72	5,098	56	4,039	74	5,841	32.1	44.6
일반증류주	3,861	15,910	1,740	13,426	1,683	12,643	1,559	10,916	1,585	11,804	1.7	8.1
리큐르	5,604	43,730	3,255	25,656	2,536	19,218	1,989	15,962	3,238	27,982	62.8	75.3
기타주류	15,167	144,475	28,645	256,686	29,178	252,129	35,951	290,776	31,495	271,633	-12.4	-6.6
주정	303,143	493,552	300,828	488,349	299,519	482,041	313,986	504,106	285,989	465,240	-8.9	-7.7
합 계	3,551,405	9,243,659	3,436,313	9,039,379	3,376,714	8,941,278	3,214,807	8,799,538	3,099,828	8,834,539	-3.6	0.4

* 출처: 국세청 통계연보

* 브랜드의 음수 수치는 반품된 재고로 인한 통계인 것으로 확인됨

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(2) 전통주 산업 현황

- '13년부터 '17년까지 전통주 출고량은 감소추세를 보였고, '18년부터 출고량과 출고금액이 지속적으로 상승하여, '21년에는 '20년 대비 출고량 43.2%, 출고금액 50.2% 상승함.
- 전통주 출고량 및 출고금액은 '17년 이후 매년 상승하고 있는 추세임.
- 전체 주류시장에서 차지하는 전통주 비중은 출고금액 대비 1.1% 수준임.
- '21년 모든 주종에서 전통주 시장은 출고량 및 출고금액이 상승하였음.
- '21년 출고금액 기준 탁주가 전통주 시장에서 가장 큰 비율을 차지(33.4%)하고, 과실주(22.7%), 약주(12.0%), 증류식 소주(11.4%)가 그 뒤를 잇고 있음. ('20년 탁주 비중 28.9%, 과실주 비중 23.1%)
- '20년 출고금액 대비 탁주의 비중이 크게 증가하였으며, 그 외에 모든 주종에서 20.0% 이상 크게 증가함.

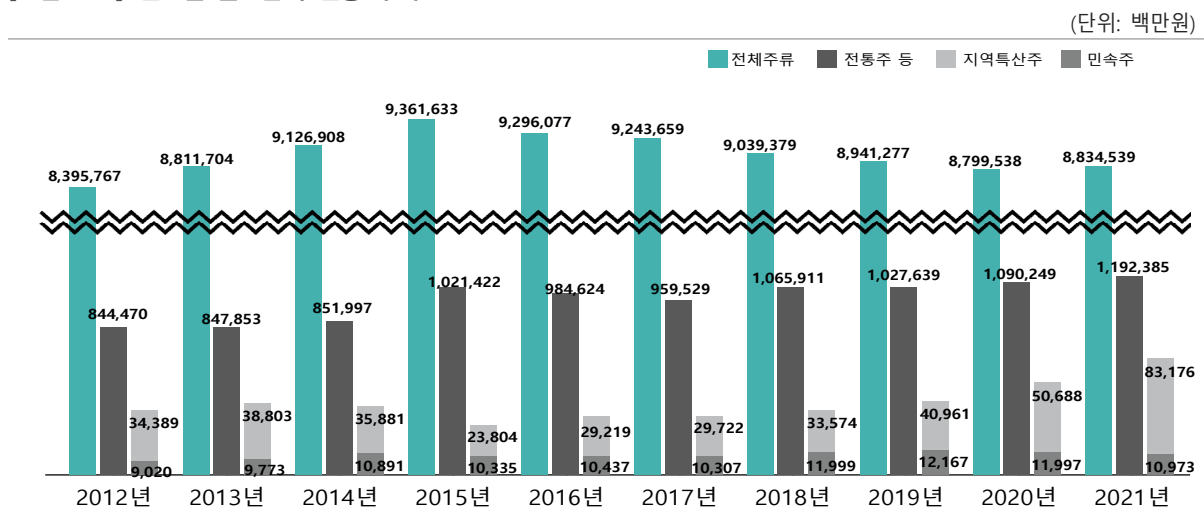
[표 3-2] 전통주 시장 현황

[단위: 백만원, k]

구분	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년		'20년 대비 증감률	
	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액
탁주	4,953	8,674	5,247	10,295	5,631	11,905	6,927	18,113	9,842	31,487	42.1	73.8
청주	4	24	45	168	100	441	386	1,049	409	1,439	6.0	37.2
약주	966	6,320	1,325	8,321	1,946	10,075	1,420	9,301	2,152	11,320	51.5	21.7
과실주	1,645	13,876	1,760	14,188	1,621	14,256	1,673	14,504	2,385	21,403	42.6	47.6
증류식소주	511	5,812	498	5,648	590	6,781	655	7,835	887	10,696	35.4	36.5
일반증류주	300	1,716	337	2,381	726	4,052	1,013	5,782	1,273	8,402	25.7	45.3
리큐르	321	2,734	332	3,336	344	3,733	471	3,974	664	5,948	41.0	49.7
기타주류	137	875	168	1,236	462	1,885	485	2,106	1,048	3,454	116.1	64.0
합 계	8,837	40,029	9,712	45,573	11,420	53,128	13,031	62,664	18,660	94,149	43.2	50.2

* 출처: 국세청 통계연보

[그림 3-2] 연도별 출고금액 변동 추이



제2절 주류 면허/인증/주세체계 현황

1. 주류 면허 현황

(1) 주류 면허의 구분

- 주류 면허는 일반 면허, 전통주 면허, 소규모주류 면허 3가지로 구분되어 있음.
- 그 중 전통주 면허는 민속주 면허와 지역특산주 면허로 구분됨.
- 일반 면허는 전통주 면허와 소규모주류 면허를 제외한 그 외의 면허임.

[표 3-3] 주류 면허의 구분

주류면허의 구분		
일반면허		• 아래의 전통주 및 소규모주류 면허 이외의 면허
전통주 면허	민속주 면허	• 주류부문의 시·도지정문화재 보유자가 제조하는 주류 • 주류부문의 식품명인이 제조하는 주류
	지역 특산주 면허	• 농어업경영체 및 생산자단체가 직접 생산하거나, 제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도·시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다) 및 그 인접 특별자치시·시·군·구에서 생산한 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류 중 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사의 제조면허 추천을 받은 주류
소규모주류 면허		• 탁주, 약주, 청주, 맥주, 과일주를 제조하여 아래 방법으로 판매할 수 있는 제조자 - 병입한 주류를 제조장에서 최종소비자에게 판매하는 방법 - 영업장(직접 운영하는 타 영업장 포함)안에서 마시는 고객에게 판매하는 방법 - 해당 제조자 외에 「식품위생법」에 따른 식품접객업 영업허가를 받거나 영업신고를 한 자의 영업장에 판매하는 방법(종합주류 및 특정주류 도매업자를 통하여 판매하는 것 포함) - 주류소매업의 면허를 받은자, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점 또는 이와 유사한 상점에서 주류를 소매하는 자(2018.4.1. 개정)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

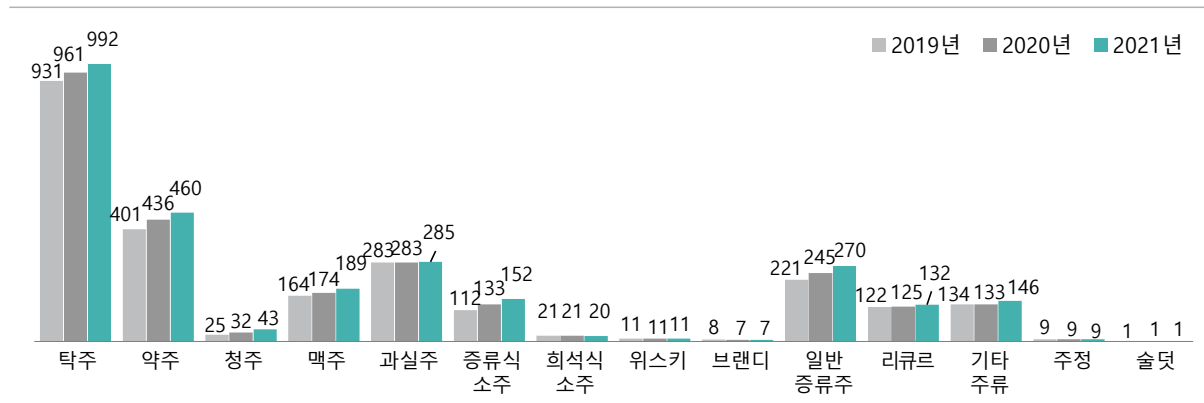
주류
트렌드
분석

부록

(2) 제조면허 현황

- '21년 전체 주류 제조면허 수는 2,717개이며 2015년부터 꾸준히 증가하는 추세임.
- 주류제조 면허 수는 전 대부분 주종에서 증가하였으며, 특히 청주, 증류식 소주, 일반 증류주, 기타주류의 면허수가 상대적으로 큰 폭으로 증가하였음.
- '20년 대비 '21년에 청주의 제조면허가 34.4% 증가하여 가장 큰 증가율을 보임.

[그림 3-3] 제조면허 현황



[표 3-4] 제조면허 현황

(단위: 개)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	구성비(%)	'20년 대비 증감률(%)
탁주	835	857	898	931	961	992	37.4	3.2
약주	328	355	372	401	436	460	17	5.5
청주	12	19	22	25	32	43	1.2	34.4
맥주	88	109	136	164	174	189	6.8	8.6
과실주	259	265	278	283	283	285	11	0.7
증류식소주	64	78	92	112	133	152	5.2	14.3
희석식소주	20	21	21	21	21	20	0.8	-4.8
위스키	10	11	10	11	11	11	0.4	-
브랜디	8	8	8	8	7	7	0.3	-
일반증류주	164	173	194	221	245	270	9.5	10.2
리큐르	110	112	119	122	125	132	4.9	5.6
기타주류	102	112	121	134	133	146	5.2	9.8
주정	10	9	9	9	9	9	0.4	-
술덧	1	1	1	1	1	1	0	-
합계	2,011	2,130	2,281	2,443	2,571	2,717	100.0	5.7

* 출처: 국세청 통계연보

[표 3-5] 2021년 지역별 제조면허 현황

(단위: 개)

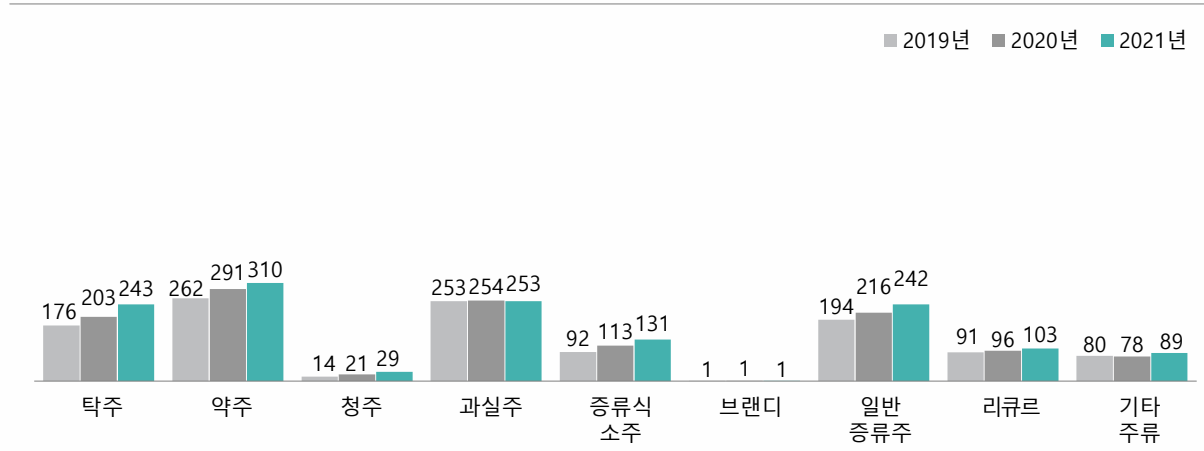
구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
탁주	52	15	153	80	11	94	102	3	8	94	120	8	100	19	10	107	16
약주	11	4	76	34	6	44	124	2	2	41	34	2	34	7	5	28	6
청주	2	1	9	4	1	4	3	0	0	4	5	0	3	1	2	4	0
맥주	27	5	53	18	2	13	5	0	4	13	4	3	10	11	4	12	5
과실주	3	1	28	23	0	83	14	3	0	39	14	1	55	0	0	17	4
증류식소주	2	2	32	20	1	18	20	0	0	10	14	2	15	1	2	7	6
희석식소주	0	0	1	1	1	3	0	0	0	2	1	1	2	1	1	4	2
위스키	-	1	5	1	-	-	-	-	-	1	1	-	1	1	-	-	-
브랜디	-	-	1	2	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-
일반증류주	2	1	44	28	1	45	48	1	1	24	17	3	29	-	1	19	6
리큐르	4	3	14	18	-	20	15	1	-	11	13	1	15	1	-	14	2
기타주류	1	1	25	13	2	28	19	1	1	15	9	1	12	2	3	5	8
주정	-	-	1	-	-	-	-	-	-	4	-	1	-	-	1	2	-
술덧	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	104	34	443	242	25	353	351	11	16	258	233	23	277	44	29	219	55
구성비(%)	3.8	1.3	16.3	8.9	0.9	13.0	12.9	0.4	0.6	9.5	8.6	0.8	10.2	1.6	1.1	8.1	2.0

* 출처: 국세청 통계연보

(3) 전통주 제조면허 현황

- 전통주 면허는 전체 주류면허에서 51.6%(1,401개)를 차지하며, 전통주 면허 중에는 약주 면허가 22.1%(310개)로 가장 많고 그 뒤를 과실주가 18.1%(253개), 탁주가 17.3%(243개)이고 있음.
- 전통주 면허 수는 전년 대비 10.1% 증가하였고 과실주를 제외한 전 주종에서 증가하는 추세임. 특히, 탁주, 청주, 증류식소주, 기타주류 면허가 크게 증가함.
- '20년 대비 '21년에 청주의 제조면허가 38.1% 증가하여 가장 큰 증가율을 보였으며, 청주의 제조면허는 매년 크게 증가하고 있음.

[그림 3-4] 전통주 제조면허 현황



[표 3-6] 전통주 제조면허 현황

(단위: 개)

구분	2016 년	2017 년	2018 년	2019 년	2020 년	2021 년	구성비(%)	'20 년 대비 증감률(%)
탁주	121	129	145	176	203	243	17.3	19.7
약주	195	218	236	262	291	310	22.1	6.5
청주	3	7	11	14	21	29	2.1	38.1
과실주	233	236	247	253	254	253	18.1	-0.4
증류식소주	43	58	71	92	113	131	9.4	15.9
브랜드	1	1	1	1	1	1	0.1	-
일반증류주	139	147	167	194	216	242	17.3	12.0
리큐르	81	84	90	91	96	103	7.4	7.3
기타주류	56	63	69	80	78	89	6.4	14.1
합 계	872	943	1,037	1,163	1,273	1,401	100.0	10.1

* 출처: 국세청 통계연보

[표 3-7] 전통주 제조면허 현황 (민속/지역특산주 구분)

(단위: 개)

구분	2017 년		2018 년		2019 년		2020 년		2021 년		구성비(%)		'20 년 대비 증감률(%)	
	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주
탁주	121	8	134	11	167	9	194	9	235	8	17.4	15.4	21.1	-11.1
약주	197	21	212	24	242	20	272	19	293	17	21.7	32.7	7.7	-10.5
청주	7	0	11	0	14	0	21	0	29	0	2.1	0.0	38.1	-
과실주	236	0	246	1	253	0	254	0	253	0	18.8	0.0	-0.4	-
증류식소주	49	9	61	10	83	9	104	9	121	10	9.0	19.2	16.3	11.1
브랜드	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0.1	0.0	-	-
일반증류주	139	8	158	9	186	8	208	8	234	8	17.3	15.4	12.5	-
리큐르	78	6	83	7	85	6	90	6	97	6	7.2	11.5	7.8	-
기타주류	61	2	67	2	77	3	75	3	86	3	6.4	5.8	14.7	-
합 계	889	54	973	64	1,108	55	1,219	54	1,349	52	100.0	100.0	10.7	-3.7

* 출처: 국세청 통계연보

[표 3-8] 2021년 전통주(민속주, 지역특산주) 지역별 제조면허 현황

(단위: 개)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
탁주	2	2	55	20	1	23	35	0	1	23	23	1	18	7	1	22	9
약주	2	2	40	25	2	22	110	1	0	25	26	2	25	3	1	19	5
청주	0	1	5	3	1	3	3	0	0	3	4	0	2	1	1	2	0
과실주	0	1	22	20	0	76	11	3	0	37	13	0	50	0	0	16	4
증류식소주	2	2	25	18	0	18	20	0	0	9	12	1	13	0	1	5	5
브랜드	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
일반증류주	0	0	38	24	0	43	48	1	0	23	14	1	26	0	1	17	6
리큐르	2	2	11	14	0	16	15	1	0	9	11	0	12	0	0	9	1
기타주류	1	0	15	5	1	16	14	1	0	11	7	0	6	0	2	3	7
합계	9	10	211	129	5	217	256	7	1	140	111	5	152	11	7	93	37
구성비(%)	0.6	0.7	15.1	9.2	0.4	15.5	18.3	0.5	0.1	10.0	7.9	0.4	10.8	0.8	0.5	6.6	2.6

* 출처: 국세청 통계연보

[표 3-9] 2021년 민속주 지역별 제조면허 현황

(단위: 개)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
탁주	-	-	1	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	3	-	-	1
약주	-	-	1	1	-	1	6	-	-	1	2	1	4	-	-	-	-
청주																	
과실주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
증류식소주	-	-	4	-	-	1	-	-	-	-	1	-	3	-	-	-	1
브랜드																	
일반증류주	-	-	2	1	-	1	1	-	-	2	1	-	-	-	-	-	-
리큐르	-	-	-	-	-	-	3	-	-	2	-	-	1	-	-	-	-
기타주류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	1
합계	-	-	8	2	-	4	12	-	-	6	4	1	9	3	-	-	3
구성비(%)	-	-	15.4	3.8	-	7.7	23.1	-	-	11.5	7.7	1.9	17.3	5.8	-	-	5.8

* 출처: 국세청 통계연보

[표 3-10] 2021년 지역특산주 지역별 제조면허 현황

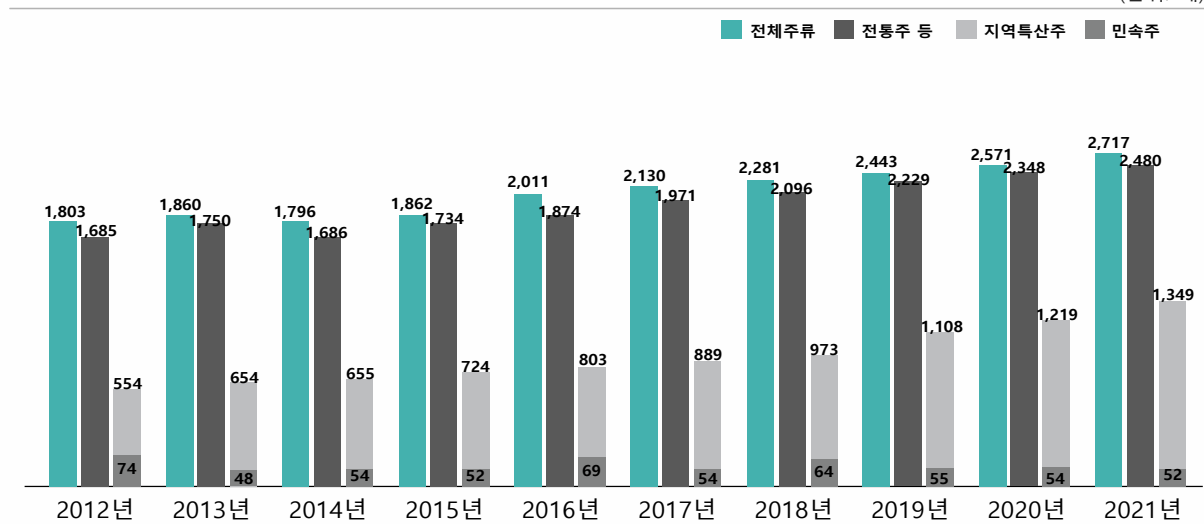
(단위: 개)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
탁주	2	2	54	20	1	22	33	-	1	23	23	1	18	4	1	22	8
약주	2	2	39	24	2	21	104	1	-	24	24	1	21	3	1	19	5
청주	-	1	5	3	1	3	3	-	-	3	4	-	2	1	1	2	-
과실주	-	1	22	20	-	76	11	3	-	37	13	-	50	-	-	16	4
증류식소주	2	2	21	18	-	17	20	-	-	9	11	1	10	-	1	5	4
브랜드	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
일반증류주	-	-	36	23	-	42	47	1	-	21	13	1	26	-	1	17	6
리큐르	2	2	11	14	-	16	12	1	-	7	11	-	11	-	-	9	1
기타주류	1	-	15	5	1	16	14	1	-	10	7	-	5	-	2	3	6
합계	9	10	203	127	5	213	244	7	1	134	107	4	143	8	7	93	34
구성비(%)	0.7	0.7	15.0	9.4	0.4	15.8	18.1	0.5	0.1	9.9	7.9	0.3	10.6	0.6	0.5	6.9	2.5

* 출처: 국세청 통계연보

[그림 3-5] 연도별 면허수 변동 추이

(단위: 개)



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

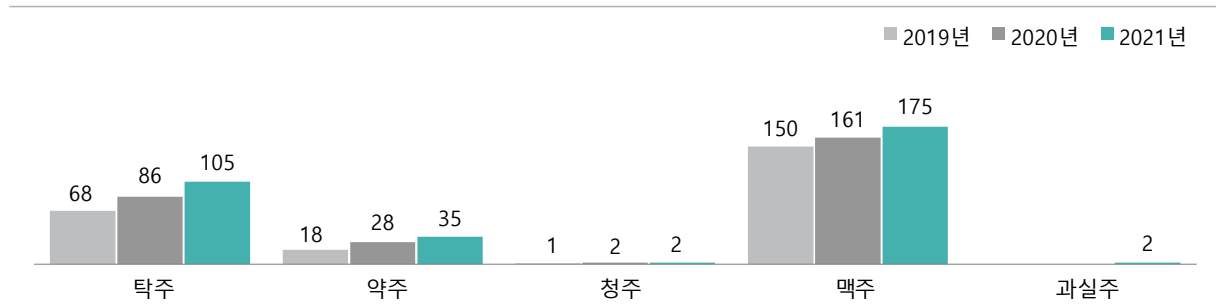
주류
트렌드
분석

부록

(4) 소규모 주류면허 현황

- 소규모 주류면허에서는 맥주가 175개로 가장 많고, 그 다음으로 탁주 105개, 약주 35개, 청주 2개, 과실주 2개로 나타났으며, 전년도 대비 소규모 주류면허 수가 상승한 것으로 나타남.

[그림 3-6] 2021년 소규모 주류면허 현황



[표 3-11] 2021년 소규모 주류면허 현황

(단위: 개, %)

구분	2019년	2020년	2021년	구성비(%)	'20년 대비 증감률(%)
탁주	68	86	105	32.9	22.1
약주	18	28	35	11.0	25.0
청주	1	2	2	0.6	-
맥주	150	161	175	54.9	8.7
과실주	-	-	2	0.6	-

* 출처: 국세청 통계연보

2. 주류 인증 현황

- 주류의 품질인증 현황은 다음과 같음.³⁾
- 술 품질인증제에는 '가'형과 '나'형이 있으며, 기타 인증으로 지리적 표시제, 친환경 인증 등이 있음.

[표 3-12] 농림축산식품부의 주류 품질관리 현황

품질인증	내용	
술 품질인증제	술의 품질향상, 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호를 위한 인증제도임. 2010년 8월 5일부터 시행되었으며, 제조장 심사 및 품질기준 적합성 심사를 통해 '술 품질인증서'를 발급함 인증유형은 가형과 나형이 있음	
	구분	'가'형 품질인증 받은 제품에 사용 가능 주원료와 국(麴)의 제조에 사용된 농산물이 100% 국내산인 경우
	인증표시	 국가지정-가-제○호  국가지정-가-제○호

3) 식품의약품안전처 주류안전정책과, 주류제조업체 영업등록 등 관리, 2019

[표 3-13] 기타 품질관리 인증

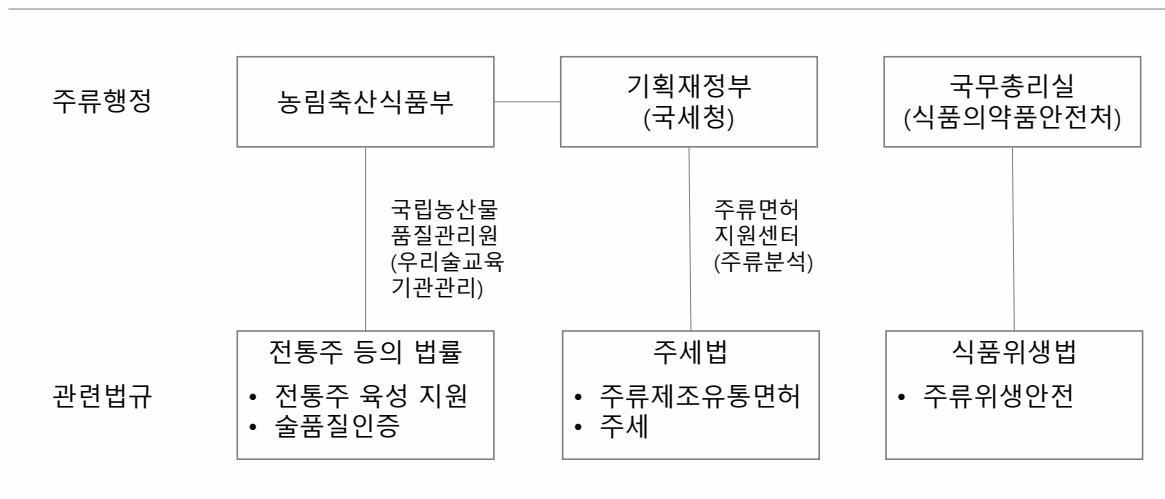
품질인증	내용
지리적 표시제	주류의 특정지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 지리적표시를 통한 지역 명주 브랜드를 육성, 경쟁력 강화 및 소비자 알권리 충족에 기여함
친환경 인증	농림축산식품부와 해양수산부가 친환경으로 인정한 농산물, 축산물, 수산물에 부여하는 인증 인증 종류로는 유기농산물, 유기축산물, 유기양봉제품, 유기가공식품, 비식용유기가공품, 무농약농산물, 무농약원료가공식품, 무항생제축산물 등이 있음
HACCP	위해분석과 중요관제점(Hazard Analysis and Critical Control Points) 식품, 축산물, 사료 등을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적인 규정을 말함 HACCP 는 식품의약품안전처에서 관리하는 인증임

3. 국내 주세체계 현황

(1) 주류관리체계

- 1949.10.21 법률 제60호로 주세법 제정 (종량세제)
- 1967.11월 종가세 전환 (주정, 탁주, 약주 제외)
- 1972년~현재 탁주와 맥주를 제외한 모든 주류(주정제외) 종가세 과세체계 (탁주, 맥주는 2020년 1월 1일부로 종량세제 적용)
- OECD 회원국 중 5개국(멕시코, 터키, 칠레, 이스라엘, 한국)을 제외한 모든 국가가 종량세제 채택

[그림 3-7] 주류관리체계



(2) 주세율의 변천

- 주류는 국민 건강 측면에서 저도주에는 저세율을 고도주에는 고세율을 부과하여 국민의 음주량을 줄이고, 주세 외에도 간접세인 교육세, 부가세가 추가적으로 부가됨에 따라 소비에 따른 조세부담이 과중되는 물품세의 일종임.
 - ✓ 한국은 주세를 종가세 체계로 운영하고 있지만 부분적으로나마 국민의 음주량을 줄이는 목적에서 저도주에는 낮은 주세율을, 고도주에는 높은 주세율을 부과하는 형태로 증류주의 경우 높은 종가세율이 부과됨.
 - ✓ 종량세 제도는 저도주에는 저세율, 고도주에는 고세율을 부과할 수 있어 국민 건강보호 효과를 얻을 수 있는 대표적인 과세체계임.
- 1973년 이후 종가세 체계로 변경된 이후 고도주이면서 외국의 주류에 해당하는 위스키(종가세율 250%), 브랜디(160%), 맥주(150%), 청주(120%)등에 매우 높은 주세율이 적용되었고, 한국의 전통주인 탁주(10%), 약주(60%), 소주(35%)는 낮은 주세율이 적용됨.
 - ✓ 1999년 한·EU, 한·미국 간 WTO 주세분쟁에서 패소하면서 2000년 1월 31일부터 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주 등 모든 증류주의 주세율이 동일하게 72%로 하향 조정되면서 전통주 등 국산주류의 경쟁력 저하로 이어짐.
 - ✓ 알코올도수가 가장 낮은 주종이면서 주류 중 소비량이 50%이상을 차지하는 맥주(알코올도수 4~5%)의 경우 증류주와 동일한 72% 주세율을 적용받으면서 사실상 국민의 알코올 섭취량 감소 목적은 상실한 상태임.
- 2020년 1월부터 탁주와 맥주에 대해 종량세율을 적용하여, 탁주는 1킬로리터 당 41,700원, 맥주는 킬로리터 당 830,300원으로 한다. 상기 주류가격은 2021년 2월말까지 유효하며 물가 상승률에 따라 조정이 가능하도록 했음.
- 2021년부터는 탁주는 1킬로리터 당 42,900원, 맥주는 1킬로리터 당 855,200원으로 조정됨.
 - ✓ “전통주로서 대통령령으로 정하는 주류 중 대통령령으로 정하는 출고 수량 이하의 것에 대한 세율은 제2항이나 제3항에 따른 세율의 100분의 50으로 한다.”

[표 3-14] 주류의 종류별 주세율 변천 연혁

(단위:%, 원)

구분		'94	'96	'97	'00	'01	'02	'05	'06	'07~ '19	'20	'21
증류 주류	증류식소주	50	50	50	72	72	72	72	72	72	72	72
	희석식소주	35	35	35	72	72	72	72	72	72	72	72
	위스키	120	100	100	72	72	72	72	72	72	72	72
	브랜디	120	100	100	72	72	72	72	72	72	72	72
	일반증류주	80	80	80	72	72	72	72	72	72	72	72
	리큐르	50	50	50	72	72	72	72	72	72	72	72
발효 주류	탁주	5	5	5	5	5	5	5	5	5	41,700/kl	42,900/kl
	약주	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	청주	70	70	70	70	70	30	30	30	30	30	30
	맥주	150	150	130	100	100	100	90	80	72	830,300/kl	855,200/kl
	과실주	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	주정	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000

Chapter 04

생산 현황 (설문조사)

제1절 주류 출고 및 원료 현황 (설문조사)

1장

조사개요

1. 전체

(1) 전체 현황 요약

- 2021년 기준, 주류업체를 대상으로 조사한 국내 전체 주류시장의 총 출고수량은 3,036,199kℓ이며 총 출고금액은 약 8조 6,530억원임.
- 2020년(3,144,930kℓ) 대비 출고수량은 3.5% 감소했으며, 출고금액(2020년 약 8조 5,620억원)은 1.1% 증가함.
 - ✓ 주종별 점유율은 출고금액 기준으로 맥주의 점유율이 43.5%로 가장 높고, 다음으로 희석식 소주가 41.7%로 높게 나타나, 맥주와 희석식 소주가 전체 85.2%의 점유율을 차지하고 있음.
 - ✓ 그 다음으로는 탁주가 5.7%, 기타주류가 4.3%, 과실주가 1.4% 등의 순임.
 - ✓ 주종별로 맥주가 출고수량이 1,560,880kℓ, 출고금액이 3조 7,615억원이며, 희석식 소주가 출고수량이 869,735kℓ, 출고금액이 3조 6,065억으로 나타남.

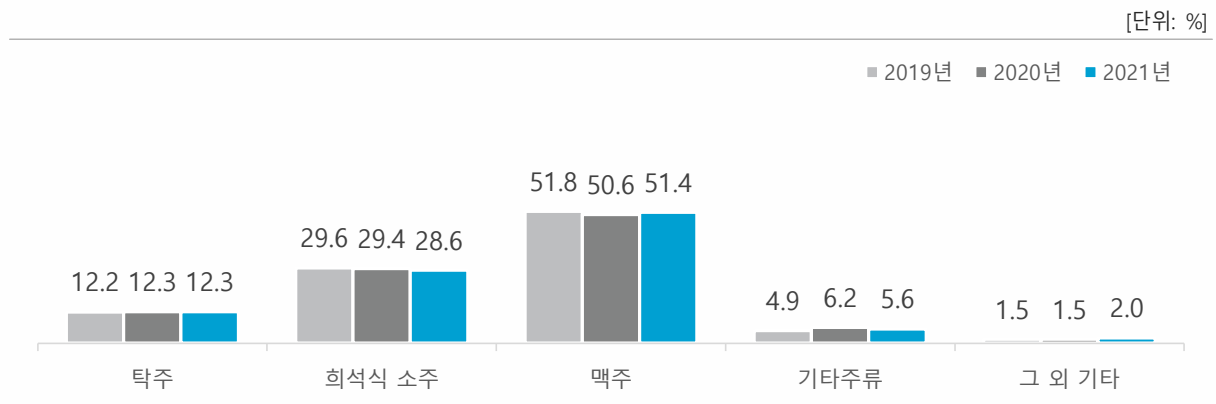
2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

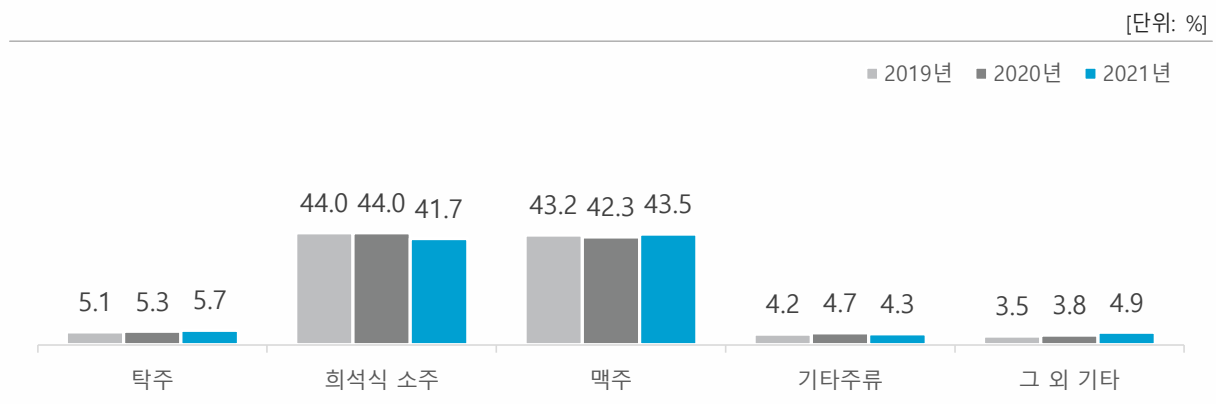
[그림 4-1] 주류시장현황_출고수량 비중 (설문조사 결과)



4장

생산 현황

[그림 4-2] 주류시장현황_출고금액 비중 (설문조사 결과)



5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-1] 2021년 주류시장현황

주종	출고수량 (kℓ)	출고수량 비중(%)	출고수량 순위	출고금액 (백만원)	출고금액 비중(%)	출고금액 순위
탁주	372,759	12.3	3위	489,661	5.7	3위
청주	18,814	0.6	5위	81,130	0.9	6위
약주	13,082	0.4	7위	72,177	0.8	7위
과실주	17,026	0.6	6위	124,274	1.4	5위
증류식 소주	3,159	0.1	10위	59,786	0.7	8위
희석식 소주	869,735	28.6	2위	3,606,529	41.7	2위
맥주	1,560,880	51.4	1위	3,761,519	43.5	1위
브랜디	30	0.0	12위	1,941	0.0	12위
위스키	345	0.0	11위	11,368	0.1	11위
일반증류주	3,935	0.1	9위	20,664	0.2	10위
리큐르	4,920	0.2	8위	50,148	0.6	9위
기타주류	171,515	5.6	4위	373,808	4.3	4위
합계	3,036,199	100.0	-	8,653,004	100.0	-

[표 4-2] 주류시장현황_전체

주종	출고 수량 (kl)	출고금액		원료 사용 현황					
		금액 (백만원)	비중 (%)	사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
탁주	372,759	489,661	5.7	쌀	31,953,614	11,656,801	20,296,813	36.5	63.5
				밀	5,714,119	313,517	5,400,602	5.5	94.5
				전분	707,720	0	707,720	0.0	100.0
				기타	1,726,404	235,798	1,490,606	13.7	86.3
				소계	40,101,857	12,206,116	27,895,741	30.4	69.6
청주	18,814	81,130	0.9	쌀	7,227,081	4,162,981	3,064,100	57.6	42.4
				기타	30,290	21,890	8,400	72.3	27.7
				소계	7,257,371	4,184,871	3,072,500	57.7	42.3
약주	13,082	72,177	0.8	쌀	3,071,520	2,409,053	662,467	78.4	21.6
				참쌀	428,439	428,439	0	100.0	0.0
				밀	161,952	58,812	103,140	36.3	63.7
				기타	474,770	254,666	220,104	53.6	46.4
				소계	4,136,681	3,150,970	985,711	76.2	23.8
과실주	17,026	124,274	1.4	복분자	434,447	434,447	0	100.0	0.0
				포도	1,622,348	1,622,348	0	100.0	0.0
				머루	186,528	186,528	0	100.0	0.0
				기타	753,641	723,285	30,356	96.0	4.0
				소계	2,996,964	2,966,608	30,356	99.0	1.0
증류식 소주	3,159	59,786	0.7	쌀	2,444,880	2,444,880	0	100.0	0.0
				기타	281,275	281,275	0	100.0	0.0
				소계	2,726,155	2,726,155	0	100.0	0.0
희석식 소주	869,735	3,606,529	41.7	주정	193,410,769	98,639,492	94,771,277	51.0	49.0
맥주	1,560,880	3,761,519	43.5	맥아	122,232,455	143	122,232,312	0.0	100.0
				전분	62,073,204	0	62,073,204	0.0	100.0
				보리	20,609,343	19,553,205	1,056,138	94.9	5.1
				쌀	416,104	412,239	3,865	99.1	0.9
				호프	277,264	0	277,264	0.0	100.0
				기타	853,493	61,469	792,024	7.2	92.8
				소계	206,461,863	20,027,056	186,434,807	9.7	90.3
브랜디	30	1,941	0.0	-	-	-	-	-	-
위스키	345	11,368	0.1	-	-	-	-	-	-
일반증류주	3,935	20,664	0.2	쌀	375,898	354,037	21,861	94.2	5.8
				밀	37,784	30,570	7,214	80.9	19.1
				포도	40,037	40,037	0	100.0	0.0
				기타	105,937	104,737	1,200	98.9	1.1
				소계	559,656	529,381	30,275	94.6	5.4
리큐르	4,920	50,148	0.6	쌀	289,551	284,227	5,324	98.2	1.8
				기타	141,746	132,546	9,200	93.5	6.5
				소계	431,297	416,773	14,524	96.6	3.4
기타주류	171,515	373,808	4.3	맥아	8,742,273	62,230	8,680,043	0.7	99.3
				쌀	2,170,485	85,435	2,085,050	3.9	96.1
				기타	9,909,708	6,057,870	3,851,838	61.1	38.9
				소계	20,822,466	6,205,535	14,616,931	29.8	70.2
합계	3,036,199	8,653,004	100.0	쌀	47,949,133	21,809,653	26,139,480	45.5	54.5
				밀	5,913,855	402,899	5,510,956	6.8	93.2
				보리	20,609,343	19,553,205	1,056,138	94.9	5.1
				포도	1,662,385	1,662,385	0	100.0	0.0
				맥아	130,974,728	62,373	130,912,355	0.0	100.0
				전분	62,780,924	0	62,780,924	0.0	100.0
				주정	193,410,769	98,639,492	94,771,277	51.0	49.0
				복분자	434,447	434,447	0	100.0	0.0
				머루	186,528	186,528	0	100.0	0.0
				참쌀	428,439	428,439	0	100.0	0.0
				호프	277,264	0	277,264	0.0	100.0
				기타	14,277,264	7,873,536	6,403,728	55.1	44.9
				소계	478,905,079	151,052,957	327,852,122	31.5	68.5

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-3] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (탁주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	137,474,322
2	일반	업체 2	38,731,253
3	일반	업체 3	27,058,582
4	일반	업체 4	19,029,615
5	일반	업체 5	14,481,548
6	일반	업체 6	13,520,354
7	일반	업체 7	12,956,346
8	일반	업체 8	12,341,582
9	일반	업체 9	9,075,550
10	전통주	업체 10	8,274,786
11	일반	업체 11	7,161,434
12	일반	업체 12	6,902,568
13	일반	업체 13	5,809,731
14	전통주	업체 14	5,046,787
15	전통주	업체 15	4,381,372
16	일반	업체 16	4,105,662
17	일반	업체 17	3,948,670
18	전통주	업체 18	3,810,588
19	전통주	업체 19	2,930,428
20	일반	업체 20	2,702,530
계			339,743,708

[표 4-4] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (청주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	74,863,532
2	일반	업체 2	3,375,131
3	전통주	업체 3	906,325
4	전통주	업체 4	236,636
5	전통주	업체 5	134,442
6	전통주	업체 6	94,741
7	전통주	업체 7	74,684
8	전통주	업체 8	59,219
9	일반	업체 9	26,698
10	전통주	업체 10	21,314
11	전통주	업체 11	41,627
12	전통주	업체 12	33,748
13	전통주	업체 13	13,395
14	전통주	업체 14	8,071
15	전통주	업체 15	7,500
16	전통주	업체 16	511
17	전통주	업체 17	160
계			79,897,734

[표 4-5] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (약주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	14,846,126
2	일반	업체 2	10,110,578
3	일반	업체 3	9,591,473
4	전통주	업체 4	4,026,685
5	전통주	업체 5	1,245,641
6	전통주	업체 6	812,832
7	전통주	업체 7	797,728
8	전통주	업체 8	666,612
9	전통주	업체 9	520,250
10	전통주	업체 10	494,710
11	전통주	업체 11	422,436
12	전통주	업체 12	400,120
13	일반	업체 13	394,318
14	전통주	업체 14	361,329
15	전통주	업체 15	345,514
16	전통주	업체 16	341,706
17	전통주	업체 17	327,480
18	전통주	업체 18	267,619
19	전통주	업체 19	250,755
20	일반	업체 20	236,264
21	전통주	업체 21	234,035
22	전통주	업체 22	231,312
23	전통주	업체 23	223,748
24	전통주	업체 24	214,660
25	일반	업체 25	214,628
26	전통주	업체 26	210,199
27	일반	업체 27	202,107
28	전통주	업체 28	200,246
29	전통주	업체 29	196,663
30	전통주	업체 30	195,640
계			48,583,414

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-6] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (과실주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	35,666,132
2	일반	업체 2	22,648,714
3	일반	업체 3	16,175,254
4	전통주	업체 4	2,161,365
5	전통주	업체 5	1,973,740
6	전통주	업체 6	1,808,066
7	전통주	업체 7	1,634,940
8	일반	업체 8	1,561,176
9	전통주	업체 9	1,357,130
10	전통주	업체 10	1,289,639
11	전통주	업체 11	1,054,822
12	전통주	업체 12	858,410
13	전통주	업체 13	783,943
14	전통주	업체 14	658,100
15	전통주	업체 15	642,844
16	전통주	업체 16	618,856
17	전통주	업체 17	599,396
18	전통주	업체 18	590,110
19	전통주	업체 19	583,799
20	전통주	업체 20	509,850
21	전통주	업체 21	490,874
22	전통주	업체 22	479,314
23	전통주	업체 23	439,565
24	전통주	업체 24	427,726
25	전통주	업체 25	424,027
26	전통주	업체 26	409,477
27	전통주	업체 27	401,948
28	전통주	업체 28	389,807
29	전통주	업체 29	382,145
30	전통주	업체 30	379,649
계			97,400,818

[표 4-7] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (증류식 소주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	17,109,134
2	전통주	업체 2	4,765,716
3	전통주	업체 3	2,763,810
4	전통주	업체 4	2,596,932
5	전통주	업체 5	1,888,966
6	전통주	업체 6	1,174,679
7	전통주	업체 7	920,911
8	전통주	업체 8	569,124
9	전통주	업체 9	550,360
10	전통주	업체 10	501,540
11	전통주	업체 11	370,933
12	전통주	업체 12	229,857
13	전통주	업체 13	182,816
14	전통주	업체 14	171,439
15	전통주	업체 15	162,145
16	전통주	업체 16	128,963
17	전통주	업체 17	117,676
18	전통주	업체 18	111,612
19	전통주	업체 19	105,241
20	전통주	업체 20	95,249
계			34,517,103

[표 4-8] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (희석식 소주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	2,355,252,640
2	일반	업체 2	358,498,931
3	일반	업체 3	217,684,319
4	일반	업체 4	124,095,192
5	일반	업체 5	100,495,977
6	일반	업체 6	71,488,894
7	일반	업체 7	71,171,950
8	일반	업체 8	41,611,578
9	일반	업체 9	22,648,613
10	일반	업체 10	1,606,187
계			3,364,554,281

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-9] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (맥주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	1,202,377,113
2	일반	업체 2	710,813,120
3	일반	업체 3	95,304,925
4	일반	업체 4	42,228,448
5	일반	업체 5	38,701,942
6	일반	업체 6	11,939,875
7	일반	업체 7	8,299,427
8	일반	업체 8	7,900,370
9	일반	업체 9	6,124,785
10	일반	업체 10	4,392,290
11	일반	업체 11	4,297,110
12	일반	업체 12	3,117,358
13	일반	업체 13	3,027,050
14	일반	업체 14	2,632,988
15	일반	업체 15	2,364,140
16	일반	업체 16	2,272,078
17	일반	업체 17	1,732,890
18	일반	업체 18	1,590,755
19	일반	업체 19	1,348,260
20	일반	업체 20	1,003,724
21	일반	업체 21	983,065
22	일반	업체 22	927,795
23	일반	업체 23	884,879
24	일반	업체 24	875,360
25	일반	업체 25	872,481
26	일반	업체 26	798,990
27	일반	업체 27	773,068
28	일반	업체 28	719,110
29	일반	업체 29	698,105
30	일반	업체 30	681,212
계			2,159,682,713

[표 4-10] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (브랜드)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	731,825
2	일반	업체 2	674,426
3	일반	업체 3	533,120
4	일반	업체 4	1,455
계			1,940,826

[표 4-11] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (위스키)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	8,947,520
2	일반	업체 2	1,485,668
3	일반	업체 3	836,810
4	일반	업체 4	50,326
5	일반	업체 5	48,063
계			11,368,387

[표 4-12] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (일반증류주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	2,095,432
2	일반	업체 2	1,999,510
3	일반	업체 3	1,019,233
4	일반	업체 4	878,521
5	일반	업체 5	848,190
6	일반	업체 6	625,528
7	일반	업체 7	487,364
8	일반	업체 8	398,060
9	일반	업체 9	390,825
10	일반	업체 10	363,690
11	일반	업체 11	324,578
12	일반	업체 12	304,964
13	일반	업체 13	303,881
14	일반	업체 14	297,322
15	일반	업체 15	274,863
16	일반	업체 16	264,179
17	일반	업체 17	238,410
18	일반	업체 18	227,550
19	일반	업체 19	222,385
20	일반	업체 20	201,024
21	일반	업체 21	191,838
22	일반	업체 22	191,800
23	일반	업체 23	190,920
24	일반	업체 24	189,363
25	일반	업체 25	155,425
26	일반	업체 26	140,583
27	일반	업체 27	117,922
28	일반	업체 28	117,462
29	일반	업체 29	114,855
30	일반	업체 30	111,420
계			13,287,097

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-13] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (리큐르)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	7,042,670
2	전통주	업체 2	3,197,195
3	전통주	업체 3	2,960,792
4	전통주	업체 4	1,886,153
5	일반	업체 5	1,501,854
6	일반	업체 6	881,120
7	일반	업체 7	733,384
8	전통주	업체 8	607,429
9	전통주	업체 9	467,810
10	전통주	업체 10	381,966
11	전통주	업체 11	377,880
12	전통주	업체 12	314,015
13	일반	업체 13	239,872
14	전통주	업체 14	219,446
15	전통주	업체 15	205,575
16	일반	업체 16	199,360
17	전통주	업체 17	176,423
18	전통주	업체 18	139,211
19	일반	업체 19	117,060
20	전통주	업체 20	103,108
21	전통주	업체 21	102,455
22	전통주	업체 22	93,425
23	전통주	업체 23	82,599
24	전통주	업체 24	49,875
25	일반	업체 25	49,175
26	전통주	업체 26	48,976
27	일반	업체 27	44,235
28	전통주	업체 28	44,050
29	전통주	업체 29	42,571
30	전통주	업체 30	38,595
계			22,348,279

[표 4-14] 주종별 주요 주류 제조업체 출고금액 (기타주류)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	일반	업체 1	77,423,826
2	일반	업체 2	46,035,315
3	일반	업체 3	6,472,710
4	일반	업체 4	2,421,226
5	일반	업체 5	936,125
6	전통주	업체 6	934,993
7	전통주	업체 7	885,472
8	일반	업체 8	498,790
9	전통주	업체 9	461,622
10	일반	업체 10	335,220
11	전통주	업체 11	317,365
12	전통주	업체 12	297,158
13	전통주	업체 13	262,921
14	전통주	업체 14	248,470
15	일반	업체 15	228,596
16	전통주	업체 16	219,328
17	전통주	업체 17	218,915
18	전통주	업체 18	188,120
19	전통주	업체 19	165,760
20	전통주	업체 20	153,735
21	일반	업체 21	149,514
22	전통주	업체 22	132,914
23	전통주	업체 23	105,510
24	전통주	업체 24	89,576
25	전통주	업체 25	81,970
26	일반	업체 26	81,933
27	전통주	업체 27	80,674
28	전통주	업체 28	76,992
29	전통주	업체 29	72,756
30	일반	업체 30	70,720
계			139,648,226

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

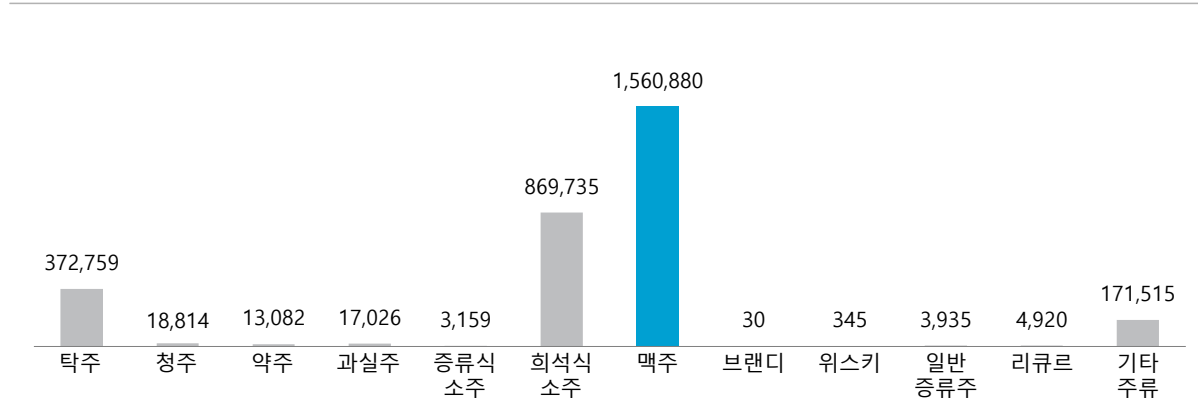
부록

(2) 출고수량 현황

- 2021년 기준 국내 전체 주류시장의 총 출고수량은 3,036,199kℓ로 조사 되었음.
- ✓ 출고수량 기준으로 맥주가 1,560,880kℓ(51.4%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 희석식 소주 869,735kℓ(28.6%), 탁주(막걸리) 372,759kℓ(12.3%) 순으로 나타남.
- 전체 출고수량은 2020년(3,144,930kℓ) 대비 약 3.5% 감소함.

[그림 4-3] 주종별 출고수량_전체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: kℓ]



[표 4-15] 주종별 출고수량_전체

[Base: 전체]

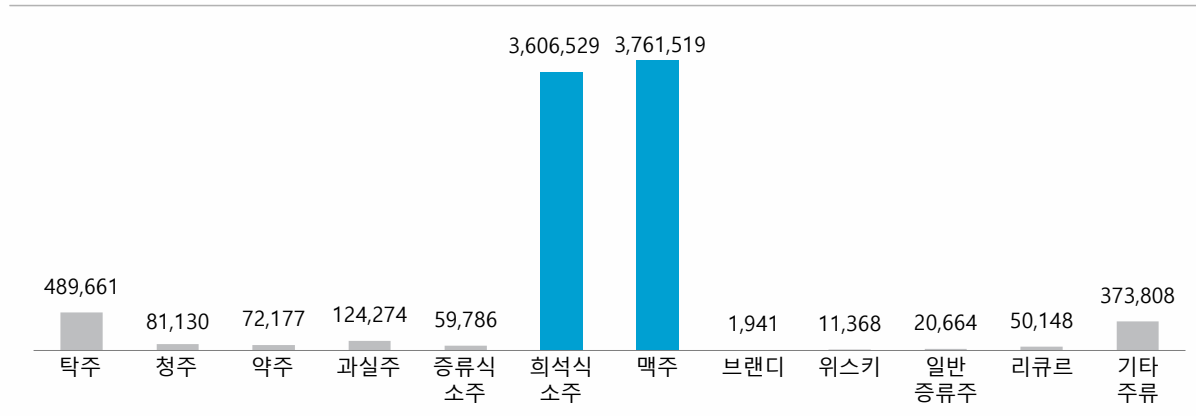
생산주종	2019년 (n=632)		2020년 (n=645)		2021년 (n=647)		'20년 대비 증감률(%)
	출고수량 (kℓ)	점유율(%)	출고수량 (kℓ)	점유율(%)	출고수량 (kℓ)	점유율(%)	
탁주	405,784	12.2	388,291	12.3	372,759	12.3	-4.0
청주	20,894	0.6	17,434	0.6	18,814	0.6	7.9
약주	10,453	0.3	10,984	0.3	13,082	0.4	19.1
과실주	9,330	0.3	10,448	0.3	17,026	0.6	63.0
증류식소주	2,415	0.1	2,458	0.1	3,159	0.1	28.5
희석식소주	982,919	29.6	923,286	29.4	869,735	28.6	-5.8
맥주	1,721,596	51.8	1,591,111	50.6	1,560,880	51.4	-1.9
브랜디	1	0.0	29	0.0	30	0.0	3.4
위스키	266	0.0	180	0.0	345	0.0	91.7
일반증류주	3,592	0.1	3,232	0.1	3,935	0.1	21.7
리큐르	3,641	0.1	3,015	0.1	4,920	0.2	63.2
기타주류	163,653	4.9	194,462	6.2	171,515	5.6	-11.8
합계	3,324,544	100.0	3,144,930	100.0	3,036,199	100.0	-3.5

(3) 출고금액 현황

- 2021년 기준 국내 전체 주류시장의 총 출고금액은 약 8조 6,530억원으로 조사 되었음.
 - ✓ 출고금액 기준으로 맥주가 약 3조 7,615억원(43.5%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 희석식 소주가 약 3조 6,065억원(41.7%), 탁주(막걸리)가 약 4,896억원(5.7%) 순으로 나타남.
- 전체 출고금액은 2020년(8조 5,620억원) 대비 약 1.1% 증가하였음.
 - ✓ 전년 대비 증류식 소주가 44.1% 증가, 과실주가 39.2% 증가, 리큐르는 72.0% 증가함.

[그림 4-4] 주종별 출고금액_전체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: 백만원]



[표 4-16] 주종별 출고금액_전체 업체

[Base: 전체]

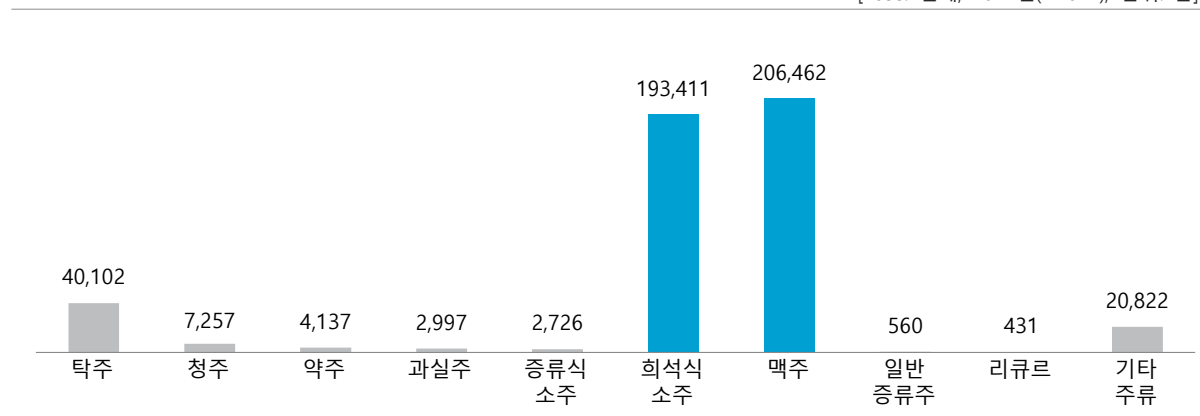
생산주종	2019년 (n=632)		2020년 (n=645)		2021년 (n=647)		'20년 대비 증감률 (%)
	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	
탁주	437,863	5.1	452,970	5.3	489,661	5.7	8.1
청주	72,569	0.8	75,400	0.9	81,130	0.9	7.6
약주	59,591	0.7	61,012	0.7	72,177	0.8	18.3
과실주	81,552	0.9	89,288	1.0	124,274	1.4	39.2
증류식소주	33,972	0.4	41,489	0.5	59,786	0.7	44.1
희석식소주	3,780,267	44.0	3,768,578	44.0	3,606,529	41.7	-4.3
맥주	3,709,289	43.2	3,620,326	42.3	3,761,519	43.5	3.9
브랜디	8	0.0	1,634	0.0	1,941	0.0	18.8
위스키	10,040	0.1	6,778	0.1	11,368	0.1	67.7
일반증류주	14,026	0.2	16,906	0.2	20,664	0.2	22.2
리큐르	30,563	0.4	29,156	0.3	50,148	0.6	72.0
기타주류	356,561	4.2	398,516	4.7	373,808	4.3	-6.2
합계	8,586,301	100.0	8,562,053	100.0	8,653,004	100.0	1.1

(4) 사용 원료량 현황

- 2021년 총 사용 원료량은 약 478,905톤으로 나타남.
 - ✓ 주종별로 맥주의 사용 원료량이 약 206,461톤으로 가장 많았으며, 다음으로 희석식 소주 193,410톤 등의 순으로 많음.
- 전체 사용 원료량은 전년 대비 20,284톤(-4.1%) 감소함.
 - ✓ 국내산 원료 사용량은 31.5%, 수입산 원료는 68.5%로 나타남.

[그림 4-5] 주종별 사용 원료량_전체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: 톤]



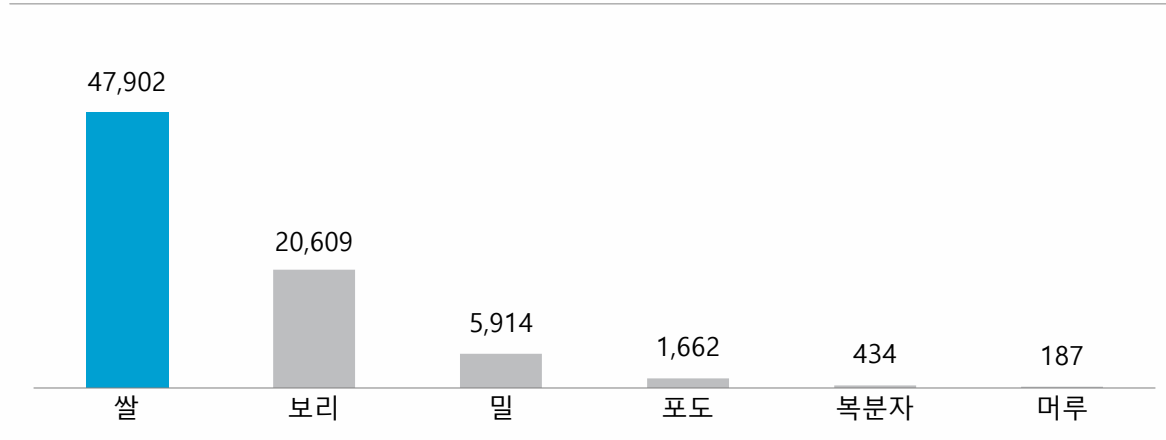
[표 4-17] 주종별 사용원료량_전체

[Base: 전체]

생산주종	2019년 (n=632)	2020년 (n=645)	2021년 (n=647)			'20년 대비 증감률(%)
	총 사용원료량(kg)	총 사용원료량(kg)	총 사용원료량(kg)	국내산 (%)	수입산 (%)	
탁주	47,713,278	48,286,785	40,101,856	30.4	69.6	-17.0
청주	7,122,649	7,420,978	7,257,371	57.7	42.3	-2.2
약주	2,658,410	3,552,496	4,136,681	76.2	23.8	16.4
과실주	1,759,171	2,603,653	2,996,964	99.0	1.0	15.1
증류식소주	2,049,760	2,080,396	2,726,155	100.0	0.0	31.0
희석식소주	223,439,333	205,319,288	193,410,769	51.0	49.0	-5.8
맥주	245,477,129	209,387,364	206,461,863	9.7	90.3	-1.4
일반증류주	203,460	584,005	559,655	94.6	5.4	-4.2
리큐르	199,038	390,898	431,297	96.6	3.4	10.3
기타주류	19,553,983	19,563,850	20,822,466	29.8	70.2	6.4
합계	550,176,211	499,189,713	478,905,077	31.5	68.5	-4.1

[그림 4-6] 원료별 사용현황_전체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: 톤]



[표 4-18] 주요 원료별 사용현황_전체

[Base: 전체]

주요 원료	2019년 (n=632)	2020년 (n=645)	2021년 (n=647)	'20년 대비 증감률(%)
	주요 원료사용량(kg)	주요 원료사용량(kg)	주요 원료사용량(kg)	
쌀	55,504,623	51,944,772	47,949,311	-7.7
보리	29,005,038	21,845,277	20,609,343	-5.7
밀	4,644,331	7,717,695	5,913,855	-23.4
포도	839,280	1,312,053	1,662,385	26.7
복분자	291,404	327,636	434,447	32.6
머루	206,200	112,364	186,528	66.0

[표 4-19] 주요 원료별 국내산/수입산 사용현황_전체

[Base: 전체]

주요 원료		2019년 (n=632)		2020년 (n=645)		2021년 (n=647)		'20년 대비 증감률 (%)
		원료사용량 (kg)	비율 (%)	원료사용량 (kg)	비율 (%)	원료사용량 (kg)	비율 (%)	
쌀	국내산	23,059,112	41.5	23,540,836	45.3	21,809,653	45.3	-7.4
	수입산	32,445,512	58.5	28,403,935	54.7	26,139,480	54.6	-8.0
보리	국내산	27,861,337	96.1	20,081,286	91.9	19,553,205	94.9	-2.6
	수입산	1,143,701	3.9	1,763,991	8.1	1,056,138	5.1	-40.1
밀	국내산	173,961	3.7	39,411	0.5	402,899	6.8	922.3
	수입산	4,470,370	96.3	7,678,284	99.5	5,510,956	93.2	-28.2
포도	국내산	839,280	100.0	1,312,053	100.0	1,662,385	100.0	26.7
	수입산	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-
복분자	국내산	291,404	100.0	327,636	100.0	434,447	100.0	32.6
	수입산	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-
머루	국내산	206,200	100.0	112,364	100.0	186,528	100.0	66.0
	수입산	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

2. 주종별

(1) 탁주(막걸리)

- 탁주(막걸리)의 출고수량은 372,759kℓ이었으며, 출고금액은 약 4,896억원으로 전체 주류시장에서 5.7%의 점유율을 차지함.
 - ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 182,699kℓ, 출고금액이 약 1,374억원으로 전체 탁주(막걸리) 출고금액 기준 시장점유율 28.1%를 차지함.
 - ✓ 조사된 전체 탁주(막걸리) 업체 중 상위 업체 20개가 출고금액 기준 전체 시장의 69.4%를 차지함.
 - ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 5,098억원으로 2020년(약 4,705억원) 대비 8.3% 증가함.

[표 4-20] 탁주(막걸리) 원료 사용 현황

[2017년(n=406), 2018년(n=387), 2019년(n=358), 2020년(n=346), 2021년(n=485)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2021	탁주 (막걸리)	372,759	489,661	5.7	쌀	31,953,614	11,656,801	20,296,813	36.5	63.5
					밀	5,714,119	313,517	5,400,602	5.5	94.5
					기타	2,434,124	235,798	2,198,326	9.7	90.3
					소계	40,101,856	12,206,116	27,895,741	30.4	69.6
2020	탁주 (막걸리)	388,291	452,970	5.3	쌀	37,594,748	13,815,992	23,778,755	36.7	63.3
					밀	7,356,258	35,842	7,320,416	0.5	99.5
					기타	3,335,780	124,724	3,211,056	3.7	96.3
					소계	48,286,785	13,976,558	34,310,226	28.9	71.1
2019	탁주 (막걸리)	405,784	437,863	5.1	쌀	41,834,533	14,026,803	27,807,730	33.5	66.5
					밀	4,641,593	171,493	4,470,100	3.7	96.3
					기타	1,237,152	144,870	1,092,282	11.7	88.3
					소계	47,713,278	14,343,166	33,370,112	30.1	69.9
2018	탁주 (막걸리)	408,035	439,463	5.1	쌀	36,773,237	13,217,257	23,555,980	35.9	64.1
					밀	6,006,983	323,670	5,683,313	5.4	94.6
					기타	1,020,772	182,964	837,808	17.9	82.1
					소계	43,800,992	13,723,891	30,077,101	31.3	68.7
2017	탁주 (막걸리)	415,481	427,856	4.8	쌀	39,163,976	12,638,751	26,525,225	32.3	67.7
					밀	4,288,722	508,337	3,780,385	11.9	88.1
					기타	1,962,414	494,016	1,468,398	25.2	74.8
					소계	45,415,112	13,641,104	31,774,008	30.0	70.0

(2) 청주

- 청주의 출고수량은 18,814kℓ, 출고금액은 약 811억원 규모로 시장점유율은 0.9%임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 16,701kℓ, 출고금액이 748억원으로 전체 시장의 약 92.3%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 1,142억원으로 2020년(약 1,062억원) 대비 7.5% 증가함.

[표 4-21] 청주 원료 사용 현황

[2017년(n=6), 2018년(n=7), 2019년(n=9), 2020년(n=10), 2021년(n=13)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	청주	18,814	81,130	0.9	쌀	7,227,081	4,162,981	3,064,100	57.6	42.4
					기타	30,290	21,890	8,400	72.3	27.7
					소계	7,257,371	4,184,871	3,072,500	57.7	42.3
2020	청주	17,434	75,400	0.9	쌀	7,392,078	4,396,663	2,995,415	59.5	40.5
					기타	28,900	21,400	7,500	74.0	26.0
					소계	7,420,978	4,418,063	3,002,915	59.5	40.5
2019	청주	20,894	72,569	0.8	쌀	7,122,649	4,069,649	3,053,000	57.1	42.9
2018	청주	22,907	74,746	0.9	쌀	7,019,400	3,966,400	3,053,000	56.5	43.5
2017	청주	21,999	71,642	0.8	쌀	6,716,673	4,186,649	2,530,024	62.3	37.7

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(3) 약주

- 약주의 출고수량은 13,082kℓ이었으며, 출고금액은 약 721억원으로 시장점유율은 0.8%로 나타남.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 4,452kℓ, 출고금액이 약 148억원으로 전체 시장의 20.6%를 차지함.
- ✓ 또한 조사된 약주 업체 중 상위 업체 10개가 전체 시장의 59.7%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 645억원으로 2020년(약 539억원) 대비 19.5% 증가함.

[표 4-22] 약주 원료 사용 현황

[2017년(n=152), 2018년(n=150), 2019년(n=150), 2020년(n=156), 2021년(n=164)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	약주	13,082	72,177	0.8	쌀	3,071,521	2,409,053	662,467	78.4	21.6
					찹쌀	428,439	428,439	0	100.0	0.0
					밀	161,952	58,812	103,140	36.3	63.7
					기타	474,769	254,666	220,104	53.6	46.4
					소계	4,136,681	3,150,970	985,711	76.2	23.8
2020	약주	10,984	61,012	0.7	쌀	2,564,646	2,487,695	76,951	97.0	3.0
					찹쌀	335,057	334,714	343	99.9	0.1
					밀	361,437	3,569	357,868	1.0	99.0
					기타	291,356	113,106	178,250	38.8	61.2
					소계	3,552,496	2,939,084	613,412	82.7	17.3
2019	약주	10,453	59,591	0.7	쌀	2,321,435	2,232,809	88,626	96.2	3.8
					찹쌀	240,935	240,935	0	100.0	0.0
					밀	2,738	2,468	270	90.1	9.9
					기타	93,302	21,297	72,005	22.8	77.2
					소계	2,658,410	2,497,509	160,901	93.9	6.1
2018	약주	10,514	60,399	0.7	쌀	2,224,077	2,183,923	40,154	98.2	1.8
					찹쌀	423,053	423,053	0	100.0	0.0
					밀	122,573	99,395	23,178	81.1	18.9
					기타	103,760	23,836	79,924	23.0	77.0
					소계	2,873,463	2,730,207	143,256	95.0	5.0
2017	약주	9,910	57,544	0.6	쌀	1,940,214	1,814,008	126,207	93.5	6.5
					찹쌀	388,658	384,658	4,000	99.0	1.0
					밀	64,875	9,550	55,325	14.7	85.3
					기타	208,061	15,131	192,930	7.3	92.7
					소계	2,601,808	2,223,346	378,462	85.5	14.5

(4) 과실주

- 과실주의 출고수량은 17,026kℓ, 출고금액은 약 1,242억원 규모로 시장점유율은 1.4%를 차지하고 있음.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고량 6,027kℓ, 출고금액 356억원으로 전체 과실주 시장의 28.7%를 차지함.
- ✓ 또한 조사된 과실주 업체 중 상위 10개 업체가 전체 시장의 69.4%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 1,278억원으로 2020년(약 970억원) 대비 31.7% 증가함.

[표 4-23] 과실주 원료 사용 현황

[2017년(n=117), 2018년(n=117), 2019년(n=100), 2020년(n=105), 2021년(n=121)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	과실주	17,026	124,274	1.4	복분자	434,447	434,447	0	100.0	0.0
					포도	1,622,348	1,622,348	0	100.0	0.0
					머루	186,528	186,528	0	100.0	0.0
					기타	753,641	723,285	30,356	96.0	4.0
					소계	2,996,964	2,966,608	30,356	99.0	1.0
2020	과실주	10,448	89,288	1.0	복분자	327,636	327,636	0	100.0	0.0
					포도	1,275,270	1,275,270	0	100.0	0.0
					머루	112,364	112,364	0	100.0	0.0
					기타	888,383	861,538	26,846	97.0	3.0
					소계	2,603,653	2,576,808	26,846	99.0	1.0
2019	과실주	9,330	81,552	0.9	복분자	291,404	291,404	0	100.0	0.0
					포도	765,280	765,280	0	100.0	0.0
					머루	206,200	206,200	0	100.0	0.0
					기타	496,287	470,374	25,913	94.8	5.2
					소계	1,759,171	1,733,258	25,913	98.5	1.5
2018	과실주	10,071	82,074	1.0	복분자	1,498,323	1,498,323	0	100.0	0.0
					포도	620,030	620,030	0	100.0	0.0
					머루	196,020	196,020	0	100.0	0.0
					기타	356,452	330,539	25,913	92.7	7.3
					소계	2,670,825	2,644,911	25,913	99.0	1.0
2017	과실주	10,902	85,748	1.0	복분자	1,478,796	1,478,796	0	100.0	0.0
					포도	526,597	526,597	0	100.0	0.0
					머루	162,100	162,100	0	100.0	0.0
					기타	760,623	721,305	39,319	94.8	5.2
					소계	2,928,116	2,888,797	39,319	98.7	1.3

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(5) 증류식 소주

- 증류식 소주의 출고수량은 3,159kℓ, 출고금액은 약 597억원 규모로 시장점유율은 0.7%를 차지하고 있음.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 1,839kℓ, 출고금액이 171억원으로 전체 시장의 28.6%를 차지함.
- ✓ 조사된 증류식 소주 업체 상위 10개 업체의 점유율은 54.9%로 나타남.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 646억원으로 2020년(448억원) 대비 44.2% 증가함.

[표 4-24] 증류식 소주 원료 사용 현황

[2017년(n=30), 2018년(n=30), 2019년(n=33), 2020년(n=30), 2021년(n=69)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2021	증류식 소주	3,159	59,786	0.7	쌀	2,444,880	2,444,880	0	100.0	0.0
					기타	281,275	281,275	0	100.0	0.0
					소계	2,726,155	2,726,155	0	100.0	0.0
2020	증류식 소주	2,458	41,489	0.5	쌀	1,871,237	1,861,637	9,600	99.5	0.5
					기타	209,159	208,159	1,000	99.5	0.5
					소계	2,080,396	2,069,796	10,600	99.5	0.5
2019	증류식 소주	2,415	33,972	0.4	쌀	1,840,840	1,840,240	600	100.0	0.0
					기타	208,920	208,920	0	100.0	0.0
					소계	2,049,760	2,049,160	600	100.0	0.0
2018	증류식 소주	2,156	33,506	0.4	쌀	1,691,495	1,691,495	0	100.0	0.0
					수수	98,323	98,323	0	100.0	0.0
					기타	124,648	123,648	1,000	99.2	0.8
					소계	1,914,466	1,913,466	1,000	99.9	0.1
2017	증류식 소주	2,560	33,223	0.4	쌀	1,789,160	1,789,160	0	100.0	0.0
					보리	75,000	75,000	0	100.0	0.0
					기타	184,321	184,321	0	100.0	0.0
					소계	2,048,481	2,048,481	0	100.0	0.0

(6) 희석식 소주

- 희석식 소주의 출고수량은 869,735kℓ, 출고금액은 약 3조 6,065억원으로 나타났으며, 전체 시장점유율은 41.7%로 나타남.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 556,198kℓ, 출고금액이 약 2조 3,552억원으로 전체 시장의 65.3%를 차지하며 1위 업체로 나타남.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 3조 5,450억원으로 2020년(3조 7,037억원) 대비 4.3% 감소함.

[표 4-25] 희석식 소주 원료 사용 현황

[2017년(n=10), 2018년(n=10), 2019년(n=10), 2020년(n=9), 2021년(n=9)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유 율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	희석식 소주	869,735	3,606,529	41.7	주정	193,410,769	98,639,492	94,771,277	51.0	49.0
2020	희석식 소주	923,286	3,768,578	44.0	주정	205,319,288	104,712,837	100,606,451	51.0	49.0
2019	희석식 소주	982,919	3,780,267	44.0	주정	223,439,333	113,954,060	109,485,273	51.0	49.0
2018	희석식 소주	974,308	3,636,791	42.3	주정	207,494,749	105,822,322	101,672,427	51.0	49.0
2017	희석식 소주	1,007,247	3,751,342	41.8	주정	214,509,662	109,399,928	105,109,734	51.0	49.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(7) 맥주

- 맥주의 출고수량은 1,560,880kl, 출고금액은 약 3조 7,615억원 규모로 전체 시장의 43.5%를 차지하고 있음.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체가 출고금액 약 1조 2,023억원으로 시장의 32.0%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 3조 6,260억원으로 2020년(3조 4,974억원) 대비 3.7% 증가함.

[표 4-26] 맥주 원료 사용 현황

[2017년(n=18), 2018년(n=36), 2019년(n=44), 2020년(n=44), 2021년(n=51)]

연도	주종	출고 수량 (kl)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	맥주	1,560,880	3,761,519	43.5	맥아	122,232,454	143	122,232,312	0.0	100.0
					전분	62,073,204	0	62,073,204	0.0	100.0
					보리	20,609,343	19,553,205	1,056,138	94.9	5.1
					쌀	416,105	412,239	3,865	99.1	0.9
					호프	277,264	0	277,264	0.0	100.0
					기타	853,494	61,469	792,024	7.2	92.8
					소계	206,461,863	20,027,056	186,434,807	9.7	90.3
2020	맥주	1,591,111	3,620,326	42.3	맥아	122,573,490	25,280	122,548,210	0.0	100.0
					전분	63,275,437	0	63,275,437	0.0	100.0
					보리	21,820,277	20,056,286	1,763,991	91.9	8.1
					쌀	394,026	390,086	3,940	99.0	1.0
					호프	222,628	13	222,615	0.0	100.0
					기타	1,101,507	66,392	1,035,115	6.0	94.0
					소계	209,387,364	20,538,057	188,849,307	9.8	90.2
2019	맥주	1,721,596	3,709,289	43.2	맥아	140,707,573	0	140,707,573	0.0	100.0
					전분	72,983,683	0	72,983,683	0.0	100.0
					보리	28,992,538	27,848,837	1,143,701	96.1	3.9
					쌀	559,189	553,697	5,492	99.0	1.0
					호프	288,304	0	288,304	0.0	100.0
					기타	1,945,842	107,385	1,838,457	5.5	94.5
					소계	245,477,129	28,509,919	216,967,210	11.6	88.4
2018	맥주	1,835,762	3,843,540	44.7	맥아	150,282,323	1,161,872	149,120,451	0.8	99.2
					전분	77,849,725	0	77,849,725	0.0	100.0
					보리	30,956,070	30,027,848	928,222	97.0	3.0
					쌀	688,228	634,207	54,020	92.2	7.8
					호프	693,726	507,326	186,400	73.1	26.9
					기타	1,652,522	177,547	1,474,975	10.7	89.3
					소계	262,122,594	32,508,800	229,613,794	12.4	87.6
2017	맥주	1,900,605	4,208,976	46.9	맥아	155,219,295	0	155,219,295	0.0	100.0
					전분	80,445,196	0	80,445,196	0.0	100.0
					보리	33,947,824	32,880,926	1,066,898	96.9	3.1
					쌀	651,527	644,904	6,624	99.0	1.0
					호프	278,182	200	277,982	0.1	99.9
					기타	1,780,138	104,455	1,675,683	5.9	94.1
					소계	272,322,163	33,630,485	238,691,678	12.3	87.7

(8) 브랜드

- 브랜드의 출고수량은 30kℓ, 출고금액은 약 19억원 규모로 전체 시장의 0.1% 미만임.

[표 4-27] 브랜드 원료 사용 현황

[2017년(n=4), 2018년(n=4), 2019년(n=1), 2020년(n=4), 2021년(n=4)]

연도	주종	출고수량 (kℓ)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)
2021	브랜드	30	1,941	0.0
2020	브랜드	29	1,634	0.0
2019	브랜드	1	8	0.0
2018	브랜드	13	517	0.0
2017	브랜드	109	4,254	0.0

(9) 위스키

- 위스키의 출고수량은 345kℓ, 출고금액은 약 113억원 규모로 전체 시장의 0.1%를 차지하고 있음.
 - ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고금액이 약 89억원으로 전체 시장의 79.1%를 차지한 것으로 나타남.
 - ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 58억원으로 2020년(40억원) 대비 44.6% 증가함.

[표 4-28] 위스키 원료 사용 현황

[2017년(n=3), 2018년(n=3), 2019년(n=3), 2020년(n=3), 2021년(n=3)]

연도	주종	출고수량 (kℓ)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)
2021	위스키	345	11,368	0.1
2020	위스키	180	6,778	0.1
2019	위스키	266	10,040	0.1
2018	위스키	394	14,871	0.2
2017	위스키	1,375	51,890	0.6

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(10) 일반 증류주

- 일반 증류주의 출고수량은 3,935kℓ, 출고금액은 약 206억원 규모로 전체 시장의 0.2%를 차지하고 있음.
- ✓ 업체별로는 주식회사 1위 업체가 출고량 143kℓ, 출고금액 약 21억원으로 10.1%의 시장점유율, 2위 업체가 출고량 516kℓ, 출고금액 약 12억원으로 5.9%의 시장점유율을 보임.
- ✓ 일반 증류주 업체 중 상위 업체 15개가 전체 시장의 47.6%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 118억원으로 2020년(109억원) 대비 8.1% 증가함.

[표 4-29] 일반 증류주 원료 사용 현황

[2017년(n=40), 2018년(n=32), 2019년(n=46), 2020년(n=56), 2021년(n=44)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	일반 증류주	3,935	20,664	0.2	쌀	375,897	354,037	21,861	94.2	5.8
					밀	37,784	30,570	7,214	80.9	19.1
					포도	40,037	40,037	0	100.0	0.0
					기타	105,937	104,737	1,200	98.9	1.1
					소계	559,655	529,380	30,275	94.6	5.4
2020	일반 증류주	3,232	16,906	0.2	쌀	352,903	297,533	55,370	84.3	15.7
					보리	25,000	25,000	0	100.0	0.0
					포도	36,783	36,783	0	100.0	0.0
					기타	169,319	162,049	7,270	95.7	4.3
					소계	584,005	521,365	62,640	89.3	10.7
2019	일반 증류주	3,592	14,026	0.2	쌀	106,350	82,850	23,500	77.9	22.1
					보리	12,500	12,500	0	100.0	0.0
					포도	74,000	74,000	0	100.0	0.0
					기타	10,610	10,610	0	100.0	0.0
					소계	203,460	179,960	23,500	88.4	11.6
2018	일반 증류주	4,140	14,571	0.2	쌀	103,463	79,963	23,500	77.3	22.7
					보리	12,500	12,500	0	100.0	0.0
					포도	78,480	78,480	0	100.0	0.0
					기타	65,749	65,749	0	100.0	0.0
					소계	260,192	236,692	23,500	91.0	9.0
2017	일반 증류주	9,186	17,267	0.2	쌀	72,792	72,792	0	100.0	0.0
					보리	127,000	127,000	0	100.0	0.0
					기타	128,838	125,428	3,410	97.4	2.6
					소계	328,630	325,220	3,410	99.0	1.0

(11) 리큐르

- 리큐르의 출고수량은 4,920kℓ, 출고금액은 약 501억원 규모로 전체 시장의 0.6%를 차지하고 있음.
- ✓ 업체별로는 1위 업체가 출고량 1,541kℓ, 출고금액 약 70억원으로 14.0%의 시장점유율을 보임.
- ✓ 또한 조사된 리큐르 업체 중 상위 업체 10개가 전체 시장의 39.2%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 279억원으로 2020년(159억원) 대비 75.3% 증가함.

[표 4-30] 리큐르 원료 사용 현황

[2017년(n=38), 2018년(n=31), 2019년(n=27), 2020년(n=29), 2021년(n=21)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유 율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	리큐르	4,920	50,148	0.6	쌀	289,551	284,227	5,324	98.2	1.8
					기타	141,746	132,546	9,200	93.5	6.5
					소계	431,297	416,773	14,524	96.6	3.4
2020	리큐르	3,015	29,156	0.3	쌀	253,950	239,816	14,134	94.4	5.6
					기타	136,948	134,948	2,000	98.5	1.5
					소계	390,898	374,764	16,134	95.9	4.1
2019	리큐르	3,641	30,563	0.4	쌀	131,934	123,800	8,134	93.8	6.2
					기타	67,104	59,804	14,050	89.1	20.9
					소계	199,038	183,604	22,184	92.2	11.1
2018	리큐르	3,956	33,590	0.4	쌀	76,078	67,944	8,134	89.3	10.7
					기타	37,389	35,390	2,000	94.7	5.3
					소계	113,467	103,334	10,134	91.1	8.9
2017	리큐르	6,800	57,251	0.6	쌀	56,000	42,000	14,000	75.0	25.0
					기타	80,888	43,888	37,000	54.3	45.7
					소계	136,888	85,888	51,000	62.7	37.3

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(12) 기타주류

- 기타 주류의 출고수량은 171,515kℓ, 출고금액은 약 3,738억원 규모로 전체 시장의 4.3%를 차지하고 있음.
- ✓ 조사 업체 중 상위 10개의 업체의 비중이 36.5%로 나타남.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 2,716억원으로 2020년(2,907억원) 대비 6.6%p 감소함.

[표 4-31] 기타 주류 원료 사용 현황

[2017년(n=27), 2018년(n=23), 2019년(n=21), 2020년(n=22), 2021년(n=22)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)		원료 사용 현황					
				점유 율 (%)	사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2021	기타 주류	171,515	373,808	4.3	맥아	8,742,273	62,230	8,680,043	0.7	99.3
					쌀	2,170,485	85,435	2,085,050	3.9	96.1
					기타	9,909,708	6,057,870	3,851,838	61.1	38.9
					소계	20,822,466	6,205,535	14,616,931	29.8	70.2
2020	기타 주류	194,462	398,516	4.7	맥아	8,702,173	522,130	8,180,043	6.0	94.0
					쌀	1,521,184	51,414	1,469,770	3.4	96.6
					기타	9,340,493	5,764,461	3,576,032	61.7	38.3
					소계	19,563,850	6,338,005	13,225,845	32.4	67.6
2019	기타 주류	163,653	356,561	4.2	맥아	8,702,173	522,130	8,180,043	6.0	94.0
					쌀	1,587,694	129,264	1,458,430	8.1	91.9
					기타	9,264,116	5,741,924	3,522,192	62.0	38.0
					소계	19,553,983	6,393,318	13,160,665	32.7	67.3
2018	기타 주류	161,623	358,359	4.2	맥아	8,702,173	522,130	8,180,043	6.0	94.0
					쌀	1,485,741	29,471	1,456,270	2.0	98.0
					기타	9,252,675	5,730,246	3,522,429	61.9	38.1
					소계	19,440,589	6,281,847	13,158,742	32.3	67.7
2017	기타 주류	160,218	201,814	2.3	맥아	8,702,173	522,130	8,180,043	6.0	94.0
					쌀	800,067	13,130	786,937	1.6	98.4
					기타	9,467,009	5,944,199	3,522,810	62.8	37.2
					소계	18,969,249	6,479,459	12,489,790	34.2	65.8

제2절 전통주 출고 및 원료 현황 (설문조사)

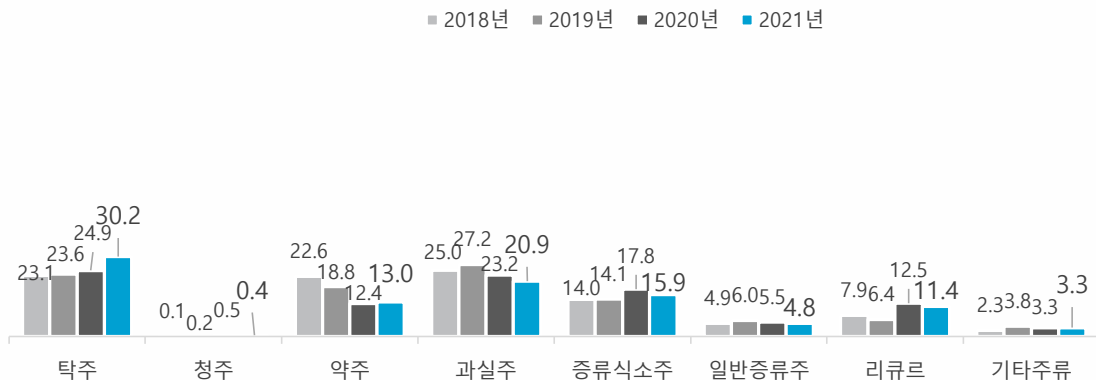
1. 전체

(1) 전체 현황 요약

- 2021년 기준 전통주 업체의 총 출고수량은 24,333kl이며, 총 출고금액은 약 1,247억원으로 나타남.
- ✓ 출고금액 기준 탁주가 약 376억원으로 전통주 시장에서 30.2%의 점유율을 차지함.

[그림 4-7] 주류시장현황_전통주 업체 출고금액 점유율 비중 (설문조사 결과)

[단위: %]



- 전체 주류 출고금액 대비 전통주 출고금액이 비중이 '17년도 0.4%에서 '21년 1.4%로 최근 5년간 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남.
- 특히, '21년도에 크게 증가한 것으로 나타남.

[표 4-32] 전체 출고금액 대비 전통주 출고금액 비중 (설문조사 결과)

[단위: 백만원/%]

주류 출고금액	년도				
	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
전체 주류	8,968,806	8,592,426	8,586,301	8,562,053	8,653,004
전통주	39,778	45,409	60,281	75,811	124,753
전체 대비 전통주 비중(%)	0.4	0.5	0.7	0.9	1.4

1장
조사개요

2장
조사결과
요약

3장
주류산업
현황

4장
생산 현황

5장
유통 현황

6장
주류
트렌드
분석

부록

[표 4-33] 주류시장현황_전통주 업체 (설문조사 결과)

주종	출고 수량 (kℓ)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
				사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
탁주	16,407	37,666	30.2	쌀	2,775,799	2,775,799	0	100.0	0.0
				밀	304,858	304,858	0	100.0	0.0
				기타	184,318	184,318	0	100.0	0.0
				소계	3,264,975	3,264,975	0	100.0	0.0
청주	344	560	0.4	쌀	24,126	24,126	0	100.0	0.0
				기타	29,990	29,990	0	100.0	0.0
				소계	54,116	54,116	0	100.0	0.0
약주	1,541	16,243	13.0	쌀	704,791	704,791	0	100.0	0.0
				참쌀	416,029	416,029	0	100.0	0.0
				기타	321,835	321,835	0	100.0	0.0
				소계	1,442,655	1,442,655	0	100.0	0.0
과실주	2,434	26,061	20.9	복분자	247,484	247,484	0	100.0	0.0
				포도	1,536,925	1,536,925	0	100.0	0.0
				머루	127,590	127,590	0	100.0	0.0
				기타	399,310	399,310	0	100.0	0.0
				소계	2,311,309	2,311,309	0	100.0	0.0
증류식 소주	1,098	19,816	15.9	쌀	669,830	669,830	0	100.0	0.0
				기타	256,275	256,275	0	100.0	0.0
				소계	926,105	926,105	0	100.0	0.0
일반증류주	1,239	6,032	4.8	쌀	291,012	291,012	0	100.0	0.0
				기타	148,883	148,883	0	100.0	0.0
				소계	439,895	439,895	0	100.0	0.0
리큐르	644	14,218	11.4	쌀	199,639	199,639	0	100.0	0.0
				기타	126,494	126,494	0	100.0	0.0
				소계	326,133	326,133	0	100.0	0.0
기타주류	626	4,157	3.3	쌀	77,885	77,885	0	100.0	0.0
				기타	49,755	49,755	0	100.0	0.0
				소계	127,640	106,640	0	100.0	0.0
합계	24,333	124,753	100.0	쌀	4,743,082	4,743,082	0	100.0	0.0
				복분자	247,484	247,484	0	100.0	0.0
				포도	1,536,925	1,536,925	0	100.0	0.0
				머루	127,590	127,590	0	100.0	0.0
				기타	2,237,747	2,237,747	0	100.0	0.0
				소계	8,892,828	8,892,828	0	100.0	0.0

[표 4-34] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (탁주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	8,274,786
2	전통주	업체 2	5,046,787
3	전통주	업체 3	4,381,361
4	전통주	업체 4	3,810,588
5	전통주	업체 5	2,930,428
6	전통주	업체 6	2,482,500
7	전통주	업체 7	1,805,310
8	전통주	업체 8	1,496,857
9	전통주	업체 9	1,310,760
10	전통주	업체 10	1,193,295
11	전통주	업체 11	1,175,990
12	전통주	업체 12	1,099,180
13	전통주	업체 13	1,080,894
14	전통주	업체 14	1,065,760
15	전통주	업체 15	1,044,950
16	전통주	업체 16	963,240
17	전통주	업체 17	945,453
18	전통주	업체 18	833,658
19	전통주	업체 19	829,534
20	전통주	업체 20	698,684
21	전통주	업체 21	693,467
22	전통주	업체 22	655,757
23	전통주	업체 23	785,556
24	전통주	업체 24	584,575
25	전통주	업체 25	576,395
26	전통주	업체 26	511,951
27	전통주	업체 27	492,487
28	전통주	업체 28	481,317
29	전통주	업체 29	410,598
30	전통주	업체 30	477,250
31	전통주	업체 31	468,729
계			48,608,097

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-35] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (청주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	906,325
2	전통주	업체 2	236,636
3	전통주	업체 3	134,442
4	전통주	업체 4	94,741
5	전통주	업체 5	74,684
6	전통주	업체 6	59,219
7	전통주	업체 7	41,627
8	전통주	업체 8	33,748
9	전통주	업체 9	21,314
10	전통주	업체 10	13,395
11	전통주	업체 11	8,071
12	전통주	업체 12	7,500
13	전통주	업체 13	511
14	전통주	업체 14	160
계			1,632,373

[표 4-36] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (약주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	4,026,685
2	전통주	업체 2	1,245,641
3	전통주	업체 3	812,832
4	전통주	업체 4	797,728
5	전통주	업체 5	666,612
6	전통주	업체 6	520,250
7	전통주	업체 7	494,710
8	전통주	업체 8	422,436
9	전통주	업체 9	400,120
10	전통주	업체 10	361,329
11	전통주	업체 11	345,514
12	전통주	업체 12	341,706
13	전통주	업체 13	327,480
14	전통주	업체 14	267,619
15	전통주	업체 15	250,755
16	전통주	업체 16	234,035
17	전통주	업체 17	231,312
18	전통주	업체 18	223,748
19	전통주	업체 19	214,660
20	전통주	업체 20	210,199
21	전통주	업체 21	200,246
22	전통주	업체 22	196,663
23	전통주	업체 23	195,640
24	전통주	업체 24	195,270
25	전통주	업체 25	155,612
26	전통주	업체 26	153,020
27	전통주	업체 27	147,115
28	전통주	업체 28	146,508
29	전통주	업체 29	140,196
30	전통주	업체 30	133,151
계			14,058,792

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-37] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (과실주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	2,161,365
2	전통주	업체 2	1,973,740
3	전통주	업체 3	1,781,066
4	전통주	업체 4	1,634,940
5	전통주	업체 5	1,357,130
6	전통주	업체 6	1,289,639
7	전통주	업체 7	1,054,822
8	전통주	업체 8	858,410
9	전통주	업체 9	783,943
10	전통주	업체 10	658,100
11	전통주	업체 11	642,844
12	전통주	업체 12	618,856
13	전통주	업체 13	599,396
14	전통주	업체 14	590,110
15	전통주	업체 15	583,799
16	전통주	업체 16	509,850
17	전통주	업체 17	490,874
18	전통주	업체 18	479,314
19	전통주	업체 19	439,565
20	전통주	업체 20	427,726
21	전통주	업체 21	424,027
22	전통주	업체 22	409,477
23	전통주	업체 23	401,948
24	전통주	업체 24	389,807
25	전통주	업체 25	382,145
26	전통주	업체 26	379,649
27	전통주	업체 27	369,552
28	전통주	업체 28	363,105
29	전통주	업체 29	340,335
30	전통주	업체 30	324,780
계			22,720,314

[표 4-38] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (증류식 소주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	4,765,716
2	전통주	업체 2	2,763,810
3	전통주	업체 3	2,596,932
4	전통주	업체 4	1,888,966
5	전통주	업체 5	1,174,679
6	전통주	업체 6	920,911
7	전통주	업체 7	569,124
8	전통주	업체 8	550,360
9	전통주	업체 9	501,540
10	전통주	업체 10	370,933
11	전통주	업체 11	229,857
12	전통주	업체 12	182,816
13	전통주	업체 13	171,439
14	전통주	업체 14	162,145
15	전통주	업체 15	128,963
16	전통주	업체 16	117,676
17	전통주	업체 17	111,612
18	전통주	업체 18	105,241
19	전통주	업체 19	95,249
계			17,407,969

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-39] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (일반증류주)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	2,095,432
2	전통주	업체 2	1,999,510
3	전통주	업체 3	878,521
4	전통주	업체 4	625,528
5	전통주	업체 5	487,364
6	전통주	업체 6	398,060
7	전통주	업체 7	390,825
8	전통주	업체 8	363,690
9	전통주	업체 9	324,578
10	전통주	업체 10	304,964
11	전통주	업체 11	303,881
12	전통주	업체 12	297,322
13	전통주	업체 13	274,863
14	전통주	업체 14	264,179
15	전통주	업체 15	238,410
16	전통주	업체 16	227,550
17	전통주	업체 17	222,385
18	전통주	업체 18	201,024
19	전통주	업체 19	191,838
20	전통주	업체 20	190,920
21	전통주	업체 21	189,363
22	전통주	업체 22	155,425
23	전통주	업체 23	117,922
24	전통주	업체 24	117,462
25	전통주	업체 25	114,855
26	전통주	업체 26	111,420
27	전통주	업체 27	104,474
28	전통주	업체 28	87,392
29	전통주	업체 29	63,460
30	전통주	업체 30	111,028
계			11,453,645

[표 4-40] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (리큐르)

[단위: 천원]

순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	3,197,195
2	전통주	업체 2	2,960,792
3	전통주	업체 3	1,886,153
4	전통주	업체 4	607,429
5	전통주	업체 5	467,810
6	전통주	업체 6	381,966
7	전통주	업체 7	377,880
8	전통주	업체 8	314,015
9	전통주	업체 9	289,650
10	전통주	업체 10	219,446
11	전통주	업체 11	205,575
12	전통주	업체 12	176,423
13	전통주	업체 13	139,211
14	전통주	업체 14	103,108
15	전통주	업체 15	102,455
16	전통주	업체 16	93,425
17	전통주	업체 17	82,599
18	전통주	업체 18	49,875
19	전통주	업체 19	48,976
20	전통주	업체 20	44,050
21	전통주	업체 21	42,571
22	전통주	업체 22	38,595
23	전통주	업체 23	34,960
24	전통주	업체 24	22,871
25	전통주	업체 25	19,772
26	전통주	업체 26	16,769
27	전통주	업체 27	12,032
28	전통주	업체 28	9,895
29	전통주	업체 29	8,710
30	전통주	업체 30	7,644
계			11,961,852

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-41] 주종별 주요 전통주 제조업체 출고금액 (기타주류)

[단위: 천원]

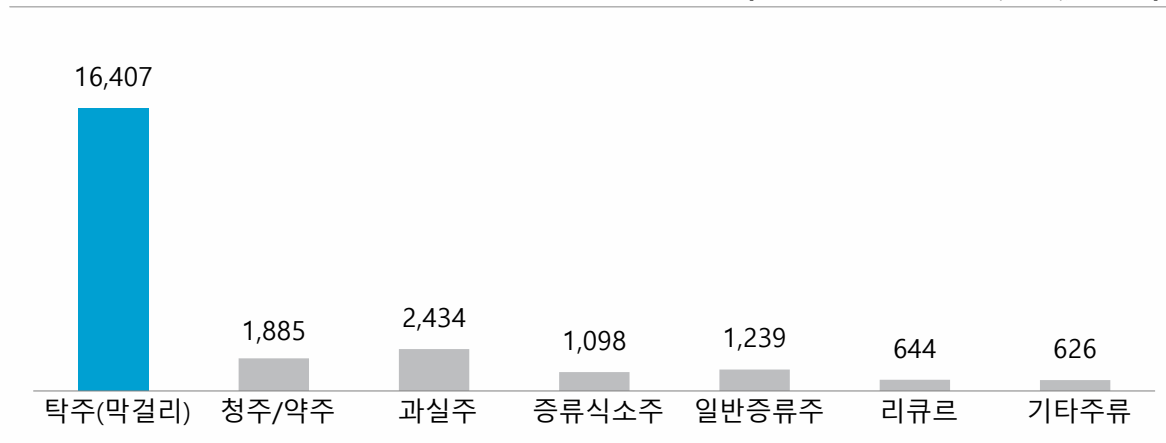
순번	면허구분	업체명	출고금액
1	전통주	업체 1	934,993
2	전통주	업체 2	885,472
3	전통주	업체 3	461,622
4	전통주	업체 4	317,365
5	전통주	업체 5	297,158
6	전통주	업체 6	262,921
7	전통주	업체 7	248,470
8	전통주	업체 8	219,328
9	전통주	업체 9	218,915
10	전통주	업체 10	188,120
11	전통주	업체 11	165,760
12	전통주	업체 12	153,735
13	전통주	업체 13	132,914
14	전통주	업체 14	105,510
15	전통주	업체 15	89,576
16	전통주	업체 16	81,970
17	전통주	업체 17	80,674
18	전통주	업체 18	76,992
19	전통주	업체 19	72,756
20	전통주	업체 20	62,320
21	전통주	업체 21	53,569
22	전통주	업체 22	44,793
23	전통주	업체 23	34,621
24	전통주	업체 24	33,880
25	전통주	업체 25	29,815
26	전통주	업체 26	24,730
27	전통주	업체 27	15,922
28	전통주	업체 28	12,664
29	전통주	업체 29	13,352
30	전통주	업체 30	12,573
계			5,332,490

(2) 출고수량 현황

- 2021년 기준 국내 전통주 시장의 총 출고수량은 24,333kℓ로 조사되었음.
 - ✓ 출고수량 기준으로 탁주(막걸리)가 16,407kℓ(67.4%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 과실주가 2,434kℓ로 전체의 10.0%로 나타남.
- 전체 출고수량은 2020년(12,862kℓ) 대비 89.2% 큰 폭으로 증가함.
- 2021년도에는 전년 대비 전반적으로 출고수량이 증가하는 추세이며, 특히 탁주와 기타주류의 증가폭이 큰 것으로 나타남.

[그림 4-8] 주종별 출고수량_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: kℓ]



[표 4-42] 주종별 출고수량_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2019년(n=194), 2020년(n=252), 2021년(n=321)]

생산주종	2019년		2020년		2021년		'20년 대비 증감률(%)
	출고수량 (kℓ)	점유율(%)	출고수량 (kℓ)	점유율(%)	출고수량 (kℓ)	점유율(%)	
탁주(막걸리)	7,012	58.8	7,366	57.3	16,407	67.4	122.7
청주/약주	1,380	11.6	1,136	8.8	1,885	7.8	65.9
과실주	1,267	10.6	1,672	13.0	2,434	10.0	45.6
증류식소주	525	4.4	779	6.1	1,098	4.5	40.9
일반증류주	879	7.4	994	7.7	1,239	5.1	24.6
리큐르	572	4.8	617	4.8	644	2.6	4.4
기타 주류	286	2.4	298	2.3	626	2.6	110.1
합계	11,921	100.0	12,862	100.0	24,333	100.0	89.2

1장

조사개요

2장

조사결과 요약

3장

주류산업 현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류 트렌드 분석

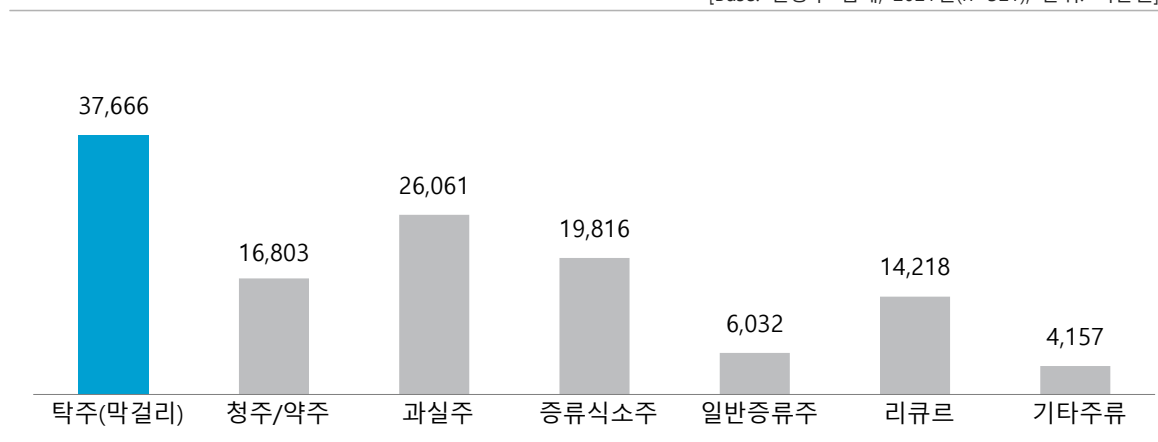
부록

(3) 출고금액 현황

- 2021년 기준 국내 전통주 시장의 총 출고금액은 약 1,247억원으로 조사되었음.
 - ✓ 주종별 출고금액을 살펴보면, 탁주가 약 376억원(30.2%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 과실주 약 260억원(20.9%), 증류식소주 약 198억원(15.9%) 등의 순으로 나타남.
- 전체 출고금액은 2020년(약 758억원) 대비 64.6% 증가하였음.
- 2021년도에는 전년 대비 전반적으로 출고금액이 증가하는 추세이며, 특히 탁주 및 약주의 증가폭이 큰 것으로 나타남.

[그림 4-9] 주종별 출고금액_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: 백만원]



[표 4-43] 주종별 출고금액_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2019년(n=194), 2020년(n=252), 2021년(n=321)]

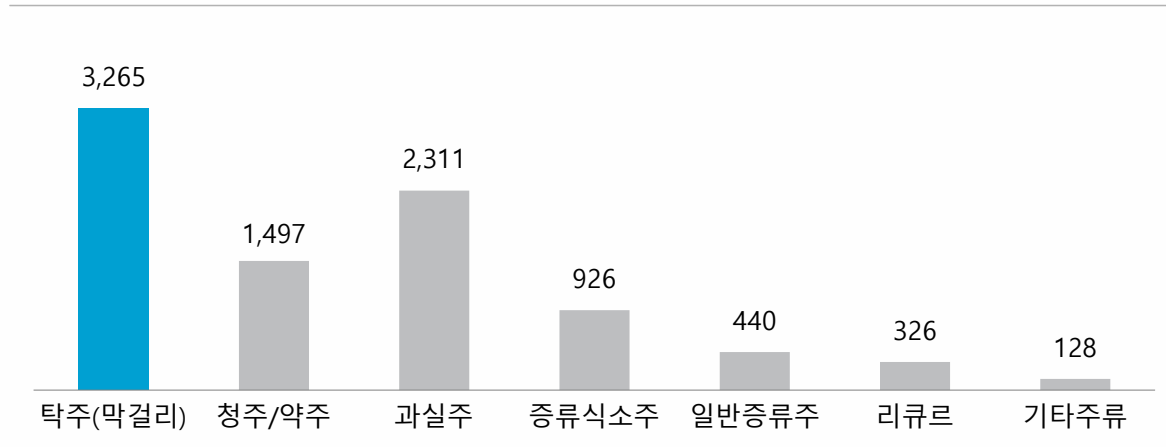
생산주종	2019년		2020년		2021년		'20년 대비 증감률(%)
	출고금액 (백만원)	점유율(%)	출고금액 (백만원)	점유율(%)	출고금액 (백만원)	점유율(%)	
탁주(막걸리)	14,210	23.6	18,850	24.9	37,666	32.7	99.8
청주/약주	11,435	19.0	9,794	12.9	16,803	14.6	71.6
과실주	16,398	27.2	17,561	23.2	26,061	22.6	48.4
증류식소주	8,473	14.1	13,465	17.8	19,816	17.2	47.2
일반증류주	3,627	6.0	4,140	5.5	6,032	5.2	45.7
리큐르	3,843	6.4	9,491	12.5	14,218	12.3	49.8
기타 주류	2,295	3.8	2,510	3.3	4,157	3.6	65.6
합계	60,281	100.0	75,811	100.0	124,753	100.0	64.6

(4) 사용 원료량 현황

- 2021년 총 사용 원료량은 약 8,892톤으로 나타남.
 - ✓ 주종별로 탁주 사용 원료량이 약 3,265톤으로 가장 많았으며, 다음으로 과실주 약 2,311톤, 청주/약주 약 1,497톤 등의 순으로 사용 원료량이 많음.
- 전통주에 사용되는 원료는 모두 100.0% 국내산을 사용하고 있음.
 - ✓ 주요 원료별 사용 원료량의 경우 쌀이 약 4,743톤으로 가장 많이 나타남.
- 전통주산업계에서 최근 3년간 원료사용량 추이를 보면, 2020년 대비 원료사용량이 32.8% 대폭 증가한 것으로 나타남.

[그림 4-10] 주종별 사용 원료량_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: 톤]



[표 4-44] 주종별 사용 원료량_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2019년(n=194), 2020년(n=252), 2021년(n=321)]

생산주종	2019년 총 사용원료량(kg)	2020년 총 사용원료량(kg)	2021년			'20년 대비 증감률(%)
			총 사용원료량(kg)	국내산 (%)	수입산 (%)	
탁주(막걸리)	2,157,719	2,436,136	3,264,975	100.0	0.0	34.0
청주/약주	1,029,731	1,033,325	1,496,771	100.0	0.0	44.8
과실주	1,083,799	1,776,982	2,311,309	100.0	0.0	30.1
증류식소주	503,705	576,415	926,105	100.0	0.0	60.7
일반증류주	231,247	400,737	439,895	100.0	0.0	9.8
리큐르	108,039	350,358	326,133	100.0	0.0	-6.9
기타주류	138,696	122,195	127,640	100.0	0.0	4.5
합계	5,252,936	6,696,147	8,892,828	100.0	0.0	32.8

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

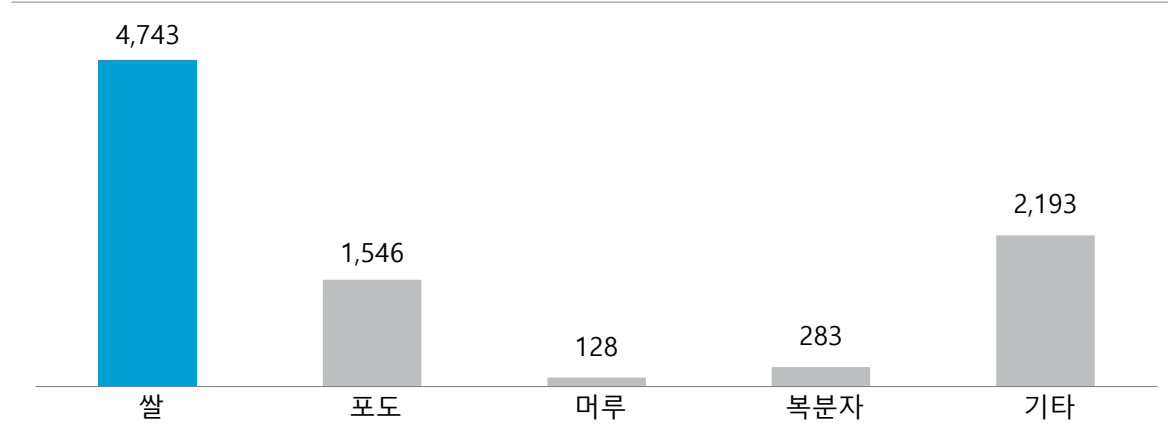
6장

주류
트렌드
분석

부록

[그림 4-11] 주요 원료별 사용현황_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: 톤]



[표 4-45] 주요 원료별 사용현황_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2019년(n=194), 2020년(n=252), 2021년(n=321)]

주요 원료	2019년 주요 원료 사용량(kg)	2020년 주요 원료 사용량(kg)	2021년 주요 원료 사용량(kg)	'20년 대비 증감률(%)
쌀	3,677,344	3,731,478	4,743,082	27.1
포도	540,580	1,116,519	1,546,175	38.5
머루	174,200	41,918	127,590	204.4
복분자	154,104	195,118	283,034	45.1
기타	706,708	1,611,114	2,192,947	36.1
합계	5,252,936	6,696,147	8,892,828	32.8

2. 전통주 주종별

(1) 탁주(막걸리)

- 2021년 기준 전통주 탁주(막걸리) 생산 업체의 총 출고수량은 16,407kℓ이고, 총 출고금액은 약 376억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 379kℓ, 출고금액이 약 82억원으로 나타남.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 8,241kℓ, 출고금액이 약 327억원으로 시장점유율은 86.9%로 나타남.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 314억원으로 2020년(약 181억원) 대비 73.8% 증가함.

[그림 4-12] 전통주 시장 탁주(막걸리) 원료 사용 현황

[2017년(n=45), 2018년(n=45), 2019년(n=57), 2020년(n=64), 2021년(n=121)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	탁주 (막걸리)	16,407	37,666	32.7	쌀	2,775,799	2,775,799	0	100.0	0.0
					밀	304,858	304,858	0	100.0	0.0
					기타	184,318	184,318	0	100.0	0.0
					소계	3,264,975	3,264,975	0	100.0	0.0
2020	탁주 (막걸리)	7,366	18,850	24.9	쌀	2,239,651	2,239,651	0	100.0	0.0
					밀	154,827	154,827	0	100.0	0.0
					기타	41,658	41,658	0	100.0	0.0
					소계	2,436,136	2,436,136	0	100.0	0.0
2019	탁주 (막걸리)	7,012	14,210	23.6	쌀	2,104,348	2,104,348	0	100.0	0.0
					밤	1,000	1,000	0	100.0	0.0
					복분자	22,000	22,000	0	100.0	0.0
					기타	30,371	30,371	0	100.0	0.0
					소계	2,157,719	2,157,719	0	100.0	0.0
2018	탁주 (막걸리)	6,026	10,478	23.1	쌀	958,344	958,344	0	100.0	0.0
					밀	18,770	18,770	0	100.0	0.0
					복분자	22,000	22,000	0	100.0	0.0
					밤	5,300	5,300	0	100.0	0.0
					기타	6,174	6,174	0	100.0	0.0
					소계	1,010,588	1,010,588	0	100.0	0.0
2017	탁주 (막걸리)	5,647	8,897	22.4	쌀	868,106	868,106	0	100.0	0.0
					밀	7,039	7,039	0	100.0	0.0
					기타	14,032	14,032	0	100.0	0.0
					소계	889,176	889,176	0	100.0	0.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(2) 청주

- 2021년 기준 전통주 청주 생산업체의 총 출고수량은 344kℓ, 총 출고금액은 약 5억 6천만원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 82kℓ, 출고금액이 1억 3천 5백만원으로 점유율은 24.1%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 14억원으로 2020년(약 11억원) 대비 37.2% 증가함.

[표 4-46] 전통주 시장 청주 원료 사용 현황

[2018년(n=2), 2019년(n=3), 2020년(n=5), 2021년(n=7)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2021	청주	344	560	0.5	쌀	24,126	24,126	0	100.0	0.0
					기타	29,990	29,990	0	100.0	0.0
					소계	54,116	54,116	0	100.0	0.0
2020	청주	124	404	0.5	쌀	216,964	216,964	0	100.0	0.0
					기타	28,900	28,900	0	100.0	0.0
					소계	245,864	245,864	0	100.0	0.0
2019	청주	81	118	0.2	쌀	623,182	623,182	0	100.0	0.0
					소계	623,182	623,182	0	100.0	0.0
2018	청주	31	41	0.1	쌀	20,000	20,000	0	100.0	0.0
					소계	20,000	20,000	0	100.0	0.0
2017	청주	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(3) 약주

- 2021년 기준 전통주 약주 생산 업체의 총 출고수량은 1,541kℓ, 총 출고금액은 약 162억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 184kℓ, 출고금액이 40억원으로 점유율 24.8%를 차지했음.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 897kℓ, 출고금액이 97억원으로 시장점유율은 60.0%로 나타남.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 113억원으로 2020년(약 93억원) 대비 21.7% 증가함.

[표 4-47] 전통주 시장 약주 원료 사용 현황

[2017년(n=43), 2018년(n=61), 2019년(n=47), 2020년(n=98), 2021년(n=127)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	약주	1,541	16,243	14.1	쌀	704,791	704,791	0	100.0	0.0
					참쌀	416,029	416,029	0	100.0	0.0
					밀	57,152	57,152	0	100.0	0.0
					기타	264,683	264,683	0	100.0	0.0
					소계	1,442,655	1,442,655	0	100.0	0.0
2020	약주	1,012	9,390	12.4	쌀	398,510	398,510	0	100.0	0.0
					참쌀	276,010	276,010	0	100.0	0.0
					밀	91,242	91,242	0	100.0	0.0
					기타	21,699	21,699	0	100.0	0.0
					소계	787,461	787,461	0	100.0	0.0
2019	약주	1,299	11,317	18.8	쌀	287,759	287,759	0	100.0	0.0
					참쌀	108,415	108,415	0	100.0	0.0
					기타	10,375	10,375	0	100.0	0.0
					소계	406,549	406,549	0	100.0	0.0
2018	약주	893	10,271	22.6	쌀	227,872	227,872	0	100.0	0.0
					참쌀	330,253	330,253	0	100.0	0.0
					밀	8,395	8,395	0	100.0	0.0
					기타	2,641	2,641	0	100.0	0.0
					소계	569,161	569,161	0	100.0	0.0
2017	약주	651	7,890	19.8	쌀	280,143	280,143	0	100.0	0.0
					밀	16,625	15,625	0	100.0	0.0
					기타	270,385	270,385	0	100.0	0.0
					소계	566,153	566,153	0	100.0	0.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(4) 과실주

- 2021년 기준 전통주 과실주 생산 업체의 총 출고수량은 2,434kℓ, 총 출고금액은 약 260억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 340kℓ, 출고금액 약 21억원으로 점유율 8.3%를 차지함.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 1,429kℓ, 출고금액이 약 135억원에 달하여 출고금액 기준 시장 점유율 52.0%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 214억원으로 2020년(약 145억원) 대비 47.6% 증가함.

[표 4-48] 전통주 시장 과실주 원료 사용 현황

[2017년(n=76), 2018년(n=76), 2019년(n=81), 2020년(n=75), 2021년(n=106)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유 율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2021	과실주	2,434	26,061	22.6	복분자	247,484	247,484	0	100.0	0.0
					포도	1,536,925	1,536,925	0	100.0	0.0
					머루	127,590	127,590	0	100.0	0.0
					기타	399,310	399,310	0	100.0	0.0
					소계	2,311,309	2,311,309	0	100.0	0.0
2020	과실주	1,672	17,561	23.2	복분자	195,118	195,118	0	100.0	0.0
					포도	1,116,519	1,116,519	0	100.0	0.0
					머루	41,918	41,918	0	100.0	0.0
					기타	423,427	423,427	0	100.0	0.0
					소계	1,776,982	1,776,982	0	100.0	0.0
2019	과실주	1,267	16,398	27.2	복분자	154,104	154,104	0	100.0	0.0
					포도	540,580	540,580	0	100.0	0.0
					머루	174,200	174,200	0	100.0	0.0
					사과	93,380	93,380	0	100.0	0.0
					기타	121,535	121,535	0	100.0	0.0
					소계	1,083,799	1,083,799	0	100.0	0.0
2018	과실주	1,312	11,368	25.0	복분자	148,820	148,820	0	100.0	0.0
					머루	174,220	174,220	0	100.0	0.0
					포도	386,040	386,040	0	100.0	0.0
					기타	63,464	63,464	0	100.0	0.0
					소계	772,544	772,544	0	100.0	0.0
2017	과실주	1,225	11,148	28.0	복분자	98,220	98,220	0	100.0	0.0
					머루	83,500	83,500	0	100.0	0.0
					포도	363,755	363,755	0	100.0	0.0
					주정	4,750	2,423	2,327	51.0	49.0
					기타	186,484	186,484	0	100.0	0.0
					소계	736,709	734,382	2,327	99.7	0.3

(5) 증류식 소주

- 2021년 기준 전통주 면허 증류식 소주 생산 업체의 총 출고수량은 1,098kℓ, 총 출고금액은 약 198억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 235kℓ, 출고금액은 47억원으로 시장점유율 24.1%를 차지하고 있음.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 1,011kℓ, 출고금액이 약 161억원에 달하여 출고금액 기준 시장점유율 81.3%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 106억원으로 2020년(78억원) 대비 36.5% 증가함.

[표 4-49] 전통주 시장 증류식 소주 원료 사용 현황

[2017년(n=13), 2018년(n=14), 2019년(n=15), 2020년(n=15), 2021년(n=32)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	증류식 소주	1,098	19,816	17.2	쌀	669,830	669,830	0	100.0	0.0
					기타	256,275	256,275	0	100.0	0.0
					소계	926,105	926,105	0	100.0	0.0
2020	증류식 소주	779	13,465	17.8	쌀	380,917	380,917	0	100.0	0.0
					기타	195,498	195,498	0	100.0	0.0
					소계	576,415	576,415	0	100.0	0.0
2019	증류식 소주	525	8,473	14.1	쌀	320,885	320,885	0	100.0	0.0
					기타	182,820	182,820	0	100.0	0.0
					소계	503,705	503,705	0	100.0	0.0
2018	증류식 소주	508	6,343	14.0	쌀	196,783	196,783	0	100.0	0.0
					보리	40,000	40,000	0	100.0	0.0
					기타	174,321	174,321	0	100.0	0.0
					소계	411,104	411,104	0	100.0	0.0
2017	증류식 소주	521	6,555	16.5	쌀	218,370	218,370	0	100.0	0.0
					보리	75,000	75,000	0	100.0	0.0
					기타	174,075	174,075	0	100.0	0.0
					소계	467,445	467,445	0	100.0	0.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(6) 일반 증류주

- 2021년 기준 전통주 일반증류주 생산 업체의 총 출고수량은 1,239kℓ, 총 출고금액은 약 60억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 143kℓ, 출고금액이 약 20억을 기록하여 출고금액 기준 시장점유율 34.7%로 나타남.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 1,121kℓ, 출고금액이 약 53억에 달하여 출고금액 기준 시장점유율 88.1%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 84억원으로 2020년(약 57억원) 대비 45.3% 증가함.

[표 4-50] 전통주 시장 일반 증류주 원료 사용 현황

[2017년(n=29), 2018년(n=32), 2019년(n=22), 2020년(n=39), 2021년(n=127)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	일반 증류주	1,239	6,032	5.2	쌀	291,012	291,012	0	100.0	0.0
					밀	30,570	30,570	0	100.0	0.0
					기타	118,313	118,313	0	100.0	0.0
					소계	439,895	439,895	0	100.0	0.0
2020	일반 증류주	994	4,140	5.5	쌀	242,267	242,267	0	100.0	0.0
					보리	35,197	35,197	0	100.0	0.0
					사과	15,000	15,000	0	100.0	0.0
					기타	108,273	108,273	0	100.0	0.0
					소계	400,737	400,737	0	100.0	0.0
2019	일반 증류주	879	3,627	6.0	쌀	147,540	147,540	0	100.0	0.0
					보리	12,500	12,500	0	100.0	0.0
					기타	71,207	71,207	0	100.0	0.0
					소계	231,247	231,247	0	100.0	0.0
2018	일반 증류주	416	2,246	4.9	쌀	64,358	64,358	0	100.0	0.0
					보리	12,500	12,500	0	100.0	0.0
					포도	2,480	2,480	0	100.0	0.0
					기타	50,274	50,274	0	100.0	0.0
					소계	129,612	129,612	0	100.0	0.0
2017	일반 증류주	370	1,613	4.1	쌀	54,608	54,608	0	100.0	0.0
					사과	19,000	19,000	0	100.0	0.0
					기타	53,244	53,244	0	100.0	0.0
					소계	126,852	126,852	0	100.0	0.0

(7) 리큐르

- 2021년 기준 전통주 리큐르 생산 업체의 총 출고수량은 644kℓ, 총 출고금액은 약 142억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 215kℓ, 출고금액이 32억원을 기록하여 출고금액 기준 시장점유율이 22.5%로 나타남.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 642kℓ, 출고금액이 약 107억원에 달하여 출고금액 기준 시장점유율 75.3%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 59억원으로 2020년(약 40억원) 대비 49.7% 증가함.

[표 4-51] 전통주 시장 리큐르 원료 사용 현황

[2017년(n=26), 2018년(n=20), 2019년(n=16), 2020년(n=23), 2021년(n=127)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2021	리큐르	644	14,218	12.3	쌀	199,639	199,639	0	100.0	0.0
					기타	126,494	126,494	0	100.0	0.0
					소계	326,133	326,133	0	100.0	0.0
2020	리큐르	617	9,491	12.5	쌀	224,830	224,830	0	100.0	0.0
					기타	125,528	125,528	0	100.0	0.0
					소계	350,358	350,358	0	100.0	0.0
2019	리큐르	572	3,843	6.4	쌀	81,930	81,930	0	100.0	0.0
					보리	9,400	9,400	0	100.0	0.0
					기타	16,709	16,709	0	100.0	0.0
					소계	108,039	108,039	0	100.0	0.0
2018	리큐르	385	3,599	7.9	쌀	54,074	54,074	0	100.0	0.0
					기타	30,084	30,084	0	100.0	0.0
					소계	84,158	84,158	0	100.0	0.0
2017	리큐르	372	2,947	7.4	쌀	31,300	31,300	0	100.0	0.0
					기타	40,831	40,831	0	100.0	0.0
					소계	72,131	72,131	0	100.0	0.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(8) 기타 주류

- 2021년 기준 전통주 기타 주류 생산 업체의 총 출고수량은 626kℓ, 총 출고금액은 약 41억원 규모임.
- ✓ 업체별 시장현황을 살펴보면 1위 업체의 출고수량이 128kℓ, 출고금액이 약 9억을 기록하여 출고금액 기준 시장점유율 22.5% 차지함.
- ✓ 또한 상위 업체 10개의 출고수량이 604kℓ, 출고금액이 약 40억에 달하여 출고금액 기준 시장 점유율 97.0%를 차지함.
- ✓ 국세청 주세 현황 자료 기준 출고금액은 약 35억원으로 2020년(약 21억원) 대비 64.0% 증가함.

[표 4-52] 전통주 시장 기타주류 원료 사용 현황

[2017년(n=13), 2018년(n=14), 2019년(n=11), 2020년(n=13), 2021년(n=14)]

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2021	기타 주류	626	4,157	3.6	쌀	77,885	77,885	0	100.0	0.0
					기타	49,755	49,755	0	100.0	0.0
					소계	127,640	106,640	0	100.0	0.0
2020	기타 주류	298	2,510	3.3	쌀	28,340	28,340	0	100.0	0.0
					기타	93,855	93,855	0	100.0	0.0
					소계	122,195	122,195	0	100.0	0.0
2019	기타 주류	286	2,295	3.8	쌀	111,700	111,700	0	100.0	0.0
					기타	26,996	26,996	0	100.0	0.0
					소계	138,696	138,696	0	100.0	0.0
2018	기타 주류	152	1,063	2.3	쌀	14,830	14,830	0	100.0	0.0
					기타	12,780	12,780	0	100.0	0.0
					소계	27,610	27,610	0	100.0	0.0
2017	기타 주류	120	728	1.8	쌀	10,130	10,130	0	100.0	0.0
					기타	19,504	19,504	0	100.0	0.0
					소계	29,634	29,634	0	100.0	0.0

제3절 수출입 현황

1. 주종별 수출 현황

- 2022년 주종별 수출현황에 따르면, 총 중량 351,422톤이 수출되었고, 수출금액은 약 3억 6백만 달러로 나타남.
- 전년 대비 수출량은 9.8% 증가, 수출액은 12.9% 증가함.
 - ✓ 주종별로는(기타 주류 제외) 소주의 수출액이 약 9천 3백만 달러로 가장 높으며, 다음으로 리큐르, 맥주, 주정, 기타주류, 탁주 등의 순임.
- 전반적으로 대부분의 주종에서 수출액이 증가하였으나, 일반증류주, 기타주류 등에서는 수출액이 크게 감소한 것으로 나타남.

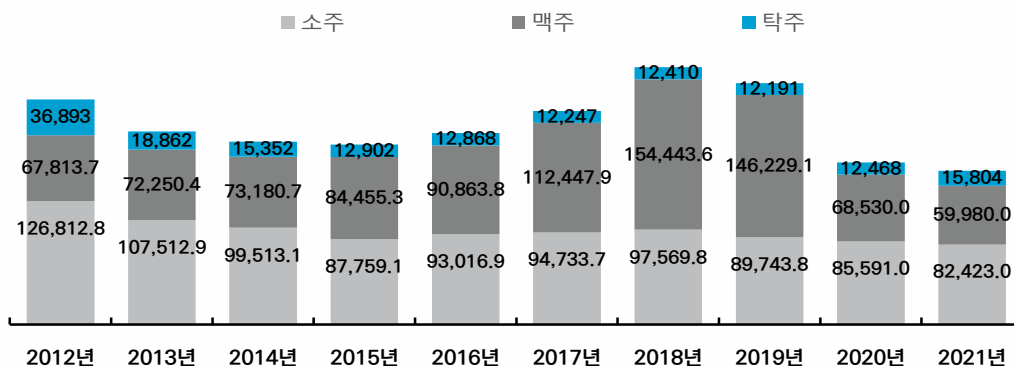
[표 4-53] 주종별 수출 현황

	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		'21년 대비 증감율	
	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (%)	금액 (%)
[총계]	452,502	384,835	462,352	405,707	426,126	382,728	343,058	322,357	320,093	322,499	351,422	364,229	9.8	12.9
탁주	12,904	12,247	12,848	12,410	12,772	12,191	12,556	12,468	14,643	15,804	15,396	15,677	5.1	-0.8
청주	356	726	384	795	357	768	291	663	372	845	362	920	-2.4	8.9
약주	226	662	245	782	224	722	186	648	242	837	221	825	-8.3	-1.4
과실주	1,095	3,360	1,178	3,444	1,337	3,679	1,851	4,377	2,554	6,038	2,965	7,295	16.1	20.8
소주	71,064	94,734	72,181	97,570	65,812	89,744	62,189	85,591	59,529	82,423	67,105	93,327	12.7	13.2
맥주	158,199	112,448	211,688	154,444	209,624	146,229	109,336	68,530	95,976	59,980	102,464	69,475	6.8	15.8
브랜드	1,796	3,910	2,324	4,472	1,630	4,150	269	478	7	55	5	27	-21.5	-50.9
위스키	1,174	8,219	1,089	7,418	1,268	8,016	502	3,052	182	998	266	1,523	46.1	52.6
일반 증류주	1,699	3,560	1,659	3,375	1,682	3,279	937	1,680	11	30	0	1	-99.1	-96.7
리큐르	10,602	16,806	11,157	17,325	18,507	29,263	32,088	49,982	50,870	81,234	54,027	89,216	6.2	9.8
기타 주류	168,658	109,809	105,199	73,912	61,691	48,823	60,897	47,350	47,332	36,192	41,465	28,366	-12.4	-21.6
주정	24,730	18,355	42,402	29,761	51,223	35,865	61,958	47,538	48,376	38,063	67,145	57,577	38.8	51.3

*출처: 관세청 수출입현황 통계

[그림 4-13] 연도별 주류 수출 Top3

[단위: 천달러]



2. 주종별 수입 현황

- 2022년 주종별 수입 현황을 보면, 총 중량 811,055톤이 수입되었고, 수입금액은 약 16억 달러로 나타남.
- 전년 대비 수입량은 0.4% 감소, 수입액은 15.8% 증가함.
 - ✓ 주종별로는(기타 주류 제외) 과실주의 수입액이 약 6억 달러로 가장 높으며, 다음으로 주정, 위스키, 맥주 등의 순으로 높음.
- 주류 수입금액은 주종별로 전년 대비 대체로 증가한 것으로 나타났으나, 맥주의 수입금액만 크게 하락한 것으로 나타남.

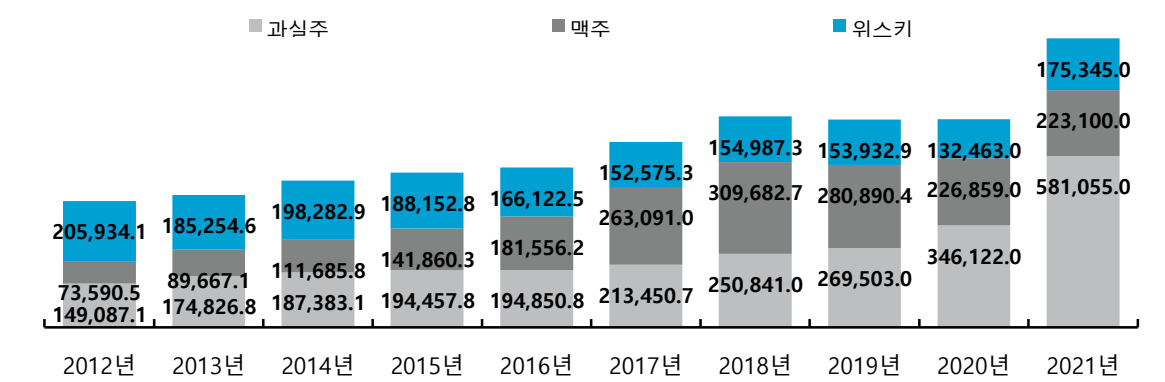
[표 4-54] 주종별 수입 현황

	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		'21년 대비 증감율	
	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (%)	금액 (%)
[총계]	728,561	921,604	841,603	1,045,361	826,616	1,030,630	881,735	1,111,452	814,340	1,386,466	811,055	1,604,965	-0.4	15.8
탁주	0	0	3	5	-	-	16	24	1	10	24	47	3,371.4	370.0
청주	5,400	18,565	6,308	22,511	4,111	15,797	2,379	11,736	3,109	15,589	4,840	21,512	55.7	38.0
약주	0	0	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-
과실주	40,911	217,717	46,357	253,795	53,336	271,931	68,797	348,218	95,343	583,981	86,364	601,286	-9.4	3.0
소주	106	508	124	687	129	686	173	734	95	700	251	1,209	164.8	72.7
맥주	331,211	263,091	387,981	309,683	360,132	280,890	277,927	226,859	257,932	223,100	228,747	195,101	-11.3	-12.5
브랜드	1,544	9,389	1,868	11,159	2,057	11,599	1,741	11,631	1,935	15,236	2,613	21,769	35.1	42.9
위스키	20,290	152,575	19,966	154,987	19,836	153,933	15,923	132,463	15,662	175,345	27,038	266,815	72.6	52.2
일반	10,005	22,050	12,022	24,868	11,625	25,374	9,919	20,249	9,843	22,937	10,981	30,861	11.6	34.5
증류주	6,155	16,874	6,387	19,355	5,835	18,720	4,982	15,780	5,053	18,100	7,346	26,235	45.4	44.9
리큐르	6,017	7,505	8,464	8,987	7,463	8,998	12,049	11,844	19,718	20,003	17,275	21,020	-12.4	5.1
기타	306,921	213,329	352,124	239,325	362,092	242,704	487,830	331,914	405,652	311,465	425,576	419,110	4.9	34.6
주정														

*출처: 관세청 수출입현황 통계

[그림 4-14] 연도별 주류 수입 Top3

[단위: 천달러]



3. 국가별 주류 수출 현황

- 국가별 수출 현황을 보면, 일본 수출량이 147,060톤, 수출액 약 1억 2천만 달러로 가장 많음.
- ✓ 전년과 비교하여 일본에 대한 수출량은 19.1% 증가, 수출액은 8.6% 증가함.

[표 4-55] 국가별 주류 수출 현황

	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		'21년 대비 증감율	
	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (%)	금액 (%)
[총계]	462,352	405,707	426,126	382,728	343,058	322,357	320,093	322,499	351,422	364,229	9.8	12.9
일본	204,840	176,903	165,228	151,922	135,472	120,595	123,447	114,322	147,060	124,099	19.1	8.6
미국	17,057	24,029	18,508	27,301	24,425	36,314	22,287	36,153	26,299	49,967	18.0	38.2
중국	117,398	99,599	123,339	102,917	46,735	48,040	26,545	38,225	26,910	40,428	1.4	5.8
베트남	5,380	8,324	4,619	7,254	24,430	17,941	28,007	25,629	26,624	28,557	-4.9	11.4
홍콩	59,777	38,717	56,689	33,853	52,322	29,030	55,296	31,818	52,235	29,033	-5.5	-8.8
몽골	2,134	1,483	1,988	1,439	1,509	1,244	5,651	4,050	12,175	10,652	115.4	163.0
호주	4,435	5,503	4,279	5,601	4,906	5,850	4,560	6,047	6,099	8,742	33.8	44.6
필리핀	5,287	8,189	4,731	7,470	12,300	17,743	8,541	13,266	6,906	9,406	-19.1	-29.1
이라크	12,931	8,465	13,427	8,306	8,649	5,004	11,532	6,022	8,061	6,824	-30.1	13.3
싱가포르	7,210	5,477	6,787	5,782	9,390	9,062	7,342	8,269	7,590	7,118	3.4	-13.9
말레이시아	2,433	3,363	1,372	2,467	2,787	4,712	2,805	4,467	3,810	6,122	35.8	37.0
태국	2,090	2,974	2,052	3,030	3,027	4,783	3,215	4,791	4,278	6,121	33.1	27.8
대만	3,986	3,738	2,769	2,930	3,359	3,770	4,122	5,440	4,383	5,932	6.3	9.0
캄보디아	2,050	2,371	1,356	1,540	1,018	1,674	2,236	3,798	2,895	4,887	29.5	28.7
캐나다	1,155	2,095	1,228	2,445	1,266	2,461	1,198	2,215	2,271	4,591	89.6	107.3
인도네시아	889	1,631	1,559	2,603	1,530	2,270	1,815	2,836	1,963	3,311	8.2	16.7
네덜란드	387	572	486	1,048	586	940	948	1,471	1,317	2,102	38.9	42.9
영국	457	544	431	695	377	735	715	1,254	1,030	1,863	44.1	48.6
뉴질랜드	691	938	827	1,143	830	1,229	1,077	1,592	1,005	1,613	-6.7	1.3
미얀마	45	67	106	170	118	224	633	1,038	1,082	1,680	70.9	61.8
프랑스	380	561	367	596	280	492	361	650	554	1,240	53.5	90.8
멕시코	218	317	178	264	263	399	510	600	531	891	4.1	48.5
독일	278	410	327	540	274	400	416	779	437	781	5.0	0.3
러시아연방	7,431	4,481	10,246	6,809	3,121	2,069	1,889	1,157	885	749	-53.1	-35.3
아랍에미리트 연합	423	569	341	426	229	493	273	582	298	658	9.2	13.1
브라질	88	140	112	182	93	182	158	272	280	483	77.2	77.6
인도	618	660	271	352	195	262	292	373	931	809	218.8	116.9
괌	239	260	113	181	215	293	215	260	368	431	71.2	65.8
아르헨티나	171	243	121	183	26	46	129	209	141	265	9.3	26.8
과테말라	199	316	168	192	89	175	146	205	124	177	-15.1	-13.7
파라과이	63	92	21	30	19	29	26	53	89	157	242.3	196.2
북마리아나 군도	60	80	75	107	71	88	59	75	134	137	127.1	82.7
튀르키예	13	24	7	11	1,654	1,303	1,461	1,233	4	8	-99.7	-99.4
기타	1,539	2,572	1,998	2,939	1,493	2,505	2,186	3,348	2,653	4,395	21.4	31.3

*출처: 관세청 수출입현황 통계

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

4. 국가별 주류 수입 현황

- 국가별 수입현황을 살펴보면, 수입량은 미국이 291,310톤으로 가장 많고, 수입액은 약 4억 8백만 달러로 가장 많음.
- ✓ 전년 대비 미국에 대한 수입량은 9.3% 증가, 수입액은 31.1% 증가함.

[표 4-56] 국가별 주류 수입 현황

	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		'21년 대비 증감율	
	증량 (톤)	금액 (1,000\$)	증량 (톤)	금액 (1,000\$)	증량 (톤)	금액 (1,000\$)	증량 (톤)	금액 (1,000\$)	증량 (톤)	금액 (1,000\$)	증량 (%)	금액 (%)
총합계	841,603	1,045,361	826,616	1,030,630	881,735	1,111,452	814,340	1,386,466	811,055	1,604,965	-0.4	15.8
미국	238,205	198,604	238,856	202,266	287,434	250,258	266,454	311,873	291,310	408,901	9.3	31.1
영국	21,224	149,975	20,400	147,620	15,911	126,445	14,747	162,038	24,836	235,711	68.4	45.5
프랑스	15,188	96,526	11,563	95,479	10,737	103,928	16,205	194,552	15,707	221,900	-3.1	14.1
브라질	42,551	29,811	81,170	57,010	142,227	97,339	139,814	99,475	136,439	134,389	-2.4	35.1
이탈리아	8,377	39,559	7,802	43,112	8,564	53,167	13,142	96,203	13,943	94,146	6.1	-2.1
칠레	10,989	46,291	11,459	48,659	14,703	58,550	16,994	74,829	14,291	66,719	-15.9	-10.8
중국	64,124	55,170	68,824	59,307	117,786	100,095	68,215	61,575	55,466	56,848	-18.7	-7.7
스페인	12,973	25,900	14,138	27,211	15,077	31,716	19,807	49,369	20,437	45,896	3.2	-7.0
일본	95,325	104,128	53,335	59,391	9,446	20,708	11,529	28,436	24,914	47,287	116.1	66.3
네덜란드	36,034	24,680	41,516	33,634	55,494	43,809	60,180	48,323	48,782	39,445	-18.9	-18.4
호주	36,114	38,388	6,903	16,985	7,215	22,849	8,069	34,902	7,373	35,748	-8.6	2.4
독일	31,281	33,219	27,560	28,678	22,697	25,551	20,787	26,743	21,577	32,152	3.8	20.2
아일랜드	15,750	19,839	16,938	18,801	17,886	18,871	18,438	19,607	17,917	20,234	-2.8	3.2
뉴질랜드	2,460	6,868	2,757	7,163	2,579	9,283	3,457	17,923	4,083	18,741	18.1	4.6
덴마크	7,413	7,290	13,186	12,131	18,191	17,656	19,416	20,975	16,532	16,611	-14.9	-20.8
폴란드	11,768	10,422	22,915	19,662	21,058	18,737	20,189	20,337	16,920	16,185	-16.2	-20.4
파키스탄	60,815	44,390	50,617	35,347	15,093	12,409	2,165	1,503	13,463	12,089	521.8	704.3
아르헨티나	953	4,977	1,657	5,585	2,127	7,792	2,055	11,439	1,722	11,016	-16.2	-3.7
벨기에	54,514	36,887	59,305	39,225	37,008	27,551	32,437	29,820	8,244	9,738	-74.6	-67.3
남아프리카공화국	7,382	8,446	10,124	9,755	7,804	7,967	10,193	10,346	6,860	9,508	-32.7	-8.1
체코공화국	19,678	10,628	16,314	8,762	8,182	4,989	10,390	8,011	12,328	9,673	18.7	20.7
멕시코	4,109	6,913	3,916	7,601	3,057	4,781	2,402	5,339	3,080	8,869	28.2	66.1
포르투갈	192	1,192	268	1,869	893	4,405	1,137	7,526	1,061	7,244	-6.7	-3.7
싱가포르	2,468	2,378	4,070	4,005	4,618	4,104	7,530	6,954	6,552	6,453	-13.0	-7.2
오스트리아	6,168	5,259	5,573	4,427	5,060	5,023	5,542	6,101	4,806	5,267	-13.3	-13.7
베트남	3,271	3,093	2,701	2,777	3,645	3,879	2,115	2,398	4,258	4,755	101.3	98.3
홍콩	3,598	2,621	4,366	2,967	5,814	3,846	5,947	4,717	4,378	3,630	-26.4	-23.0
스웨덴	891	3,678	912	3,869	559	2,312	831	3,589	783	3,366	-5.8	-6.2
대만	246	639	193	534	238	832	267	1,393	288	2,427	7.9	74.2
태국	1,098	1,183	916	1,025	2,338	2,832	2,179	2,616	1,930	2,531	-11.4	-3.2
헝가리	11	251	10	276	23	192	3,481	3,452	2,477	2,308	-28.8	-33.1
캐나다	817	3,531	566	2,527	399	2,201	228	2,170	228	2,215	0.0	2.1
필리핀	2,175	2,436	2,044	2,334	1,484	1,798	1,246	1,544	1,458	1,955	17.0	26.6
푸에르토리코	75	343	77	373	106	511	158	765	160	776	1.3	1.4
러시아 연방	309	476	367	702	683	1,034	552	677	339	497	-38.6	-26.6
인도	17	24	42	79	15	36	75	230	97	347	29.3	50.9
우크라이나	175	283	183	334	245	451	182	339	170	374	-6.6	10.3
튀르키예	118	48	221	84	282	119	283	196	241	181	-14.8	-7.7
핀란드	186	265	320	327	111	114	2	15	12	85	500.0	466.7
캄보디아	15,661	12,514	18,032	14,117	3,213	2,676	16	17	34	53	112.5	211.8
쿠바	13	49	15	53	8,071	6,005	16	59	14	63	-12.5	6.8
인도네시아	1,433	842	1,335	807	689	520	169	123	40	58	-76.3	-52.8
페루	1	11	1	12	2	14	2	11	2	12	0.0	9.1
기타	5,453	5,334	3,149	3,748	2,971	4,097	5,297	7,956	5,503	8,562	3.9	7.6

*출처: 관세청 수출입현황 통계

5. 전통주류⁴⁾ 수출 현황

- 2022년 전통주는 총 중량 18,918톤이 수출되었고, 수출금액은 약 2천 4백만 달러로 나타남.
- ✓ 전통주 수출은 전년 대비 수출량 6.9%, 수출액 4.9% 증가함.
- ✓ 주종별로는 탁주의 수출액이 약 1천 5백만 달러로 가장 높으며, 다음으로 사과주, 기타 과실주 등의 순임.
- ✓ 탁주의 경우, 주로 일본(수출금액 약 764만 달러), 미국(수출금액 약 256만 달러), 중국(수출금액 약 125만 달러) 등으로 수출함.
- ✓ 약주는 주로 미국(수출금액 약 40만 달러), 홍콩(수출금액 약 8만 달러) 등으로 수출함.
- ✓ 청주는 주로 미국(수출금액 약 36만 9천 달러), 중국(수출금액 약 18만 5천 달러), 호주(수출금액 약 10만 달러) 등으로 수출함.

[표 4-57] 전통주 수출 현황

	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		'21년 대비 증감율	
	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (%)	금액 (%)
[총계]	14,611	17,663	14,558	17,362	14,780	18,223	17,704	23,521	18,918	24,662	6.9	4.9
탁주	12,848	12,410	12,772	12,191	12,556	12,468	14,643	15,804	15,396	15,677	5.1	-0.8
약주	245	782	224	722	186	648	242	837	221	825	-8.7	-1.4
청주	384	795	357	768	291	663	372	845	362	920	-2.7	8.9
사과주	268	547	448	868	983	1,700	1,449	2,609	1,875	3,526	29.4	35.1
과실발효주	819	2,650	713	2,393	720	2,340	960	3,144	1,036	3,463	7.9	10.1
인삼주	48	480	43	419	44	404	39	282	27	251	-30.8	-11.0

*출처: 관세청 수출입현황 통계

[표 4-58] 2022년 전통주 주종별 수출금액 상위 국가 현황

	탁주		약주		청주		사과주		기타 과실주		인삼주	
	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)
1 순위	일본	7,647	미국	402	미국	369	미국	1,865	미국	1,655	홍콩	57
2순위	미국	2,561	홍콩	79	중국	185	호주	819	호주	249	호주	49
3순위	중국	1,255	일본	50	호주	100	태국	553	중국	195	일본	42

* 수출 상위 3순위 국가 제시

* 출처: 관세청 수출입현황 통계

4) 법적으로 규정된 전통주 외의 통상적인 전통주류 포함

6. 전통주류 수입 현황

- 2022년 전통주는 총 중량 16,354톤이 수입되었고, 수입금액은 약 3천 4백만 달러로 나타남.
 - ✓ 전통주 수입은 전년 대비 수입량 8.2% 감소, 수입액은 5.1% 증가함.
 - ✓ 청주 수입액이 약 2천 1백만 달러로 대다수를 차지하며, 그 다음으로 과실발효주, 사과주 등임.
 - ✓ 사과주와 과실발효주는 수입량과 수입액이 감소하였으나, 탁주, 청주는 증가한 것으로 나타남.
 - ✓ 청주의 경우, 주로 일본(수입금액 약 1천 9백만 달러), 미국(수입금액 약 215만 달러), 중국(수입금액 약 34만 1천 달러) 등에서 수입함.
 - ✓ 과실발효주는 주로 덴마크(수입금액 약 1천 56만 달러), 이탈리아(수입금액 약 8만 달러) 등에서 수입하는 것으로 나타남.

[표 4-59] 전통주 수입 현황

	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		'21년 대비 증감율	
	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (톤)	금액 (1,000\$)	중량 (%)	금액 (%)
[총계]	9,359	26,330	10,677	22,896	13,822	24,273	17,819	32,612	16,354	34,274	-8.2	5.1
탁주	3	5	-	-	16	24	1	10	24	47	2,300.0	370.0
청주	6,308	22,511	4,111	15,797	2,379	11,736	3,109	15,589	4,840	21,512	55.7	38.0
사과주	157	314	1,496	1,594	2,677	2,673	3,272	3,339	1,759	1,870	-46.3	-44.0
과실발효주 ⁵⁾	2,891	3,500	5,071	5,504	8,750	9,839	11,437	13,673	9,731	10,844	-14.9	-20.7

*출처: 관세청 수·출입현황 통계

[표 4-60] 2022년 전통주 주종별 수입금액 상위 국가 현황

	탁주		청주		사과주		기타 과실주	
	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)	국가	금액 (1,000\$)
1 순위	미국	32	일본	18,985	싱가포르	680	덴마크	10,568
2순위	호주	9	미국	2,156	벨기에	627	이탈리아	80
3순위	일본	7	중국	341	라트비아	148	호주	59

* 수입 상위 3순위 국가 제시

* 출처: 관세청 수·출입현황 통계

5) 수입 과실발효주는 포도주, 사과주, 배술을 제외한 기타 과실주 (매실주, 블루베리주 등)

제4절 업체 일반 현황 (설문조사 결과)

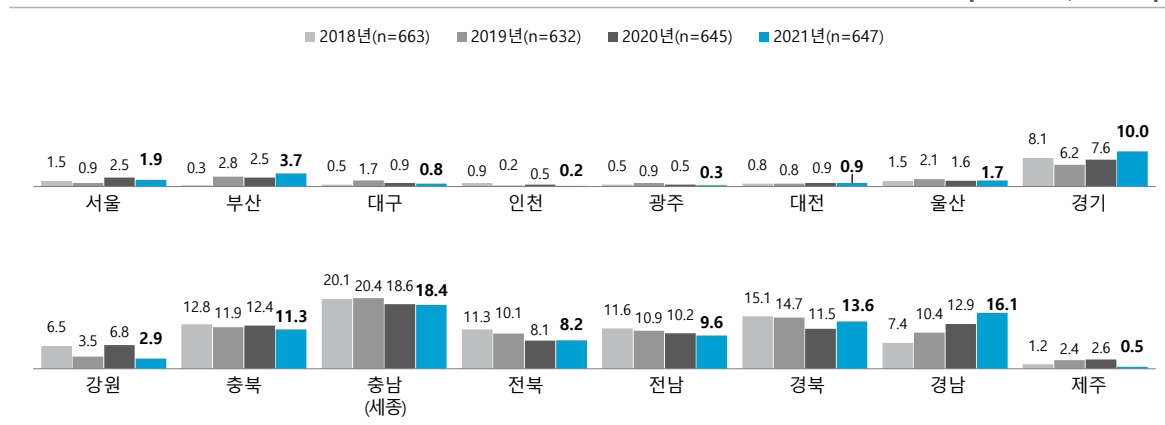
1. 지역별 업체 분포 현황

(1) 전체

- 전체 주류 업체의 지역별 분포는 충남(세종)이 119개 업체(18.4%)로 가장 많게 나타남.
✓ 그 다음으로는 경남 104개(16.1%), 경북 88개(13.6%) 등의 순으로 나타남.

[그림 4-15] 지역별 업체 분포 현황(비율)_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



[표 4-61] 지역별/면허주종별 업체 분포 현황_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: 개소/%]

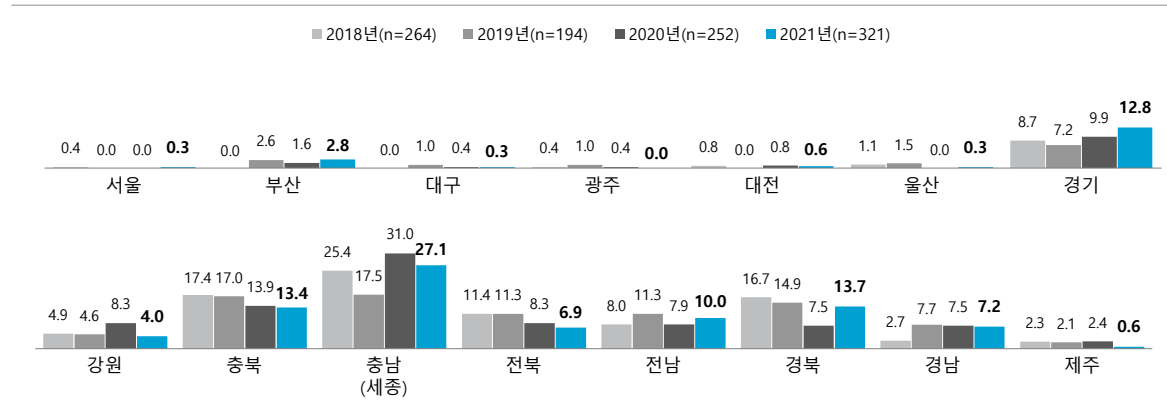
면허주종	탁주(막걸리)		청주		약주		과실주		증류식소주		희석식소주		맥주		브랜드		일반증류주		리큐르		기타주류	
	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%
[전체]	368	100.0	9	100.0	167	100.0	104	100.0	40	100.0	8	100.0	49	100.0	2	100.0	59	100.0	20	100.0	21	100.0
서울	7	1.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	10.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
부산	14	3.8	0	0.0	4	2.4	0	0.0	0	0.0	1	12.5	7	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
대구	2	0.5	0	0.0	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	4.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
인천	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
광주	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
대전	4	1.1	1	11.1	2	1.2	0	0.0	1	2.5	1	12.5	1	2.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
울산	7	1.9	0	0.0	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	4.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	9.5
경기	43	11.7	2	22.2	11	6.6	11	10.6	5	12.5	0	0.0	8	16.3	1	50.0	8	13.6	1	5.0	2	9.5
강원	10	2.7	0	0.0	3	1.8	3	2.9	3	7.5	0	0.0	5	10.2	0	0.0	0	0.0	1	5.0	0	0.0
충북	37	10.1	1	11.1	15	9.0	29	27.9	5	12.5	1	12.5	2	4.1	0	0.0	10	16.9	1	5.0	8	38.1
충남(세종)	39	10.6	1	11.1	85	50.9	10	9.6	7	17.5	0	0.0	0	0.0	1	50.0	20	33.9	3	15.0	2	9.5
전북	35	9.5	0	0.0	11	6.6	10	9.6	3	7.5	1	12.5	4	8.2	0	0.0	5	8.5	2	10.0	2	9.5
전남	50	13.6	0	0.0	12	7.2	4	3.8	6	15.0	0	0.0	2	4.1	0	0.0	6	10.2	6	30.0	0	0.0
경북	44	12.0	1	11.1	11	6.6	26	25.0	7	17.5	2	25.0	2	4.1	0	0.0	7	11.9	3	15.0	0	0.0
경남	73	19.8	3	33.3	10	6.0	10	9.6	2	5.0	2	25.0	8	16.3	0	0.0	2	3.4	3	15.0	5	23.8
제주	1	0.3	0	0.0	1	0.6	1	1.0	1	2.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.7	0	0.0	0	0.0

(2) 전통주 업체

- 전통주 업체의 지역별 업체 분포 현황은 충남(세종)이 87개(27.1%)로 가장 많음.
- ✓ 이어서, 경북 44개(13.7%), 충북 43개(13.4%) 등의 순으로 많은 것으로 나타남.

[그림 4-16] 지역별 업체 분포 현황(비율)_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-62] 지역별/면허 주종별 업체 분포 현황_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: 개소/%]

면허 주종	탁주 (막걸리)		청주		약주		과실주		증류식 소주		희석식 소주		브랜드		일반 증류주		리큐르		기타 주류	
	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%	개소	%
[전체]	131	100.0	6	100.0	132	100.0	92	100.0	36	100.0	1	100.0	2	100.0	55	100.0	17	100.0	11	100.0
서울	1	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
부산	9	6.9	0	0.0	2	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
대구	0	0.0	0	0.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
대전	2	1.5	1	16.7	2	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
울산	1	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
경기	30	22.9	2	33.3	10	7.6	8	8.7	3	8.3	0	0.0	1	50.0	7	12.7	1	5.9	1	9.1
강원	8	6.1	0	0.0	3	2.3	3	3.3	3	8.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	5.9	0	0.0
충북	10	7.6	1	16.7	9	6.8	28	30.4	5	13.9	0	0.0	0	0.0	10	18.2	1	5.9	5	45.5
충남(세종)	18	13.7	1	16.7	70	53.0	10	10.9	7	19.4	0	0.0	1	50.0	19	34.5	3	17.6	2	18.2
전북	9	6.9	0	0.0	9	6.8	9	9.8	3	8.3	0	0.0	0	0.0	5	9.1	2	11.8	1	9.1
전남	23	17.6	0	0.0	10	7.6	4	4.3	6	16.7	0	0.0	0	0.0	6	10.9	5	29.4	0	0.0
경북	10	7.6	0	0.0	9	6.8	20	21.7	6	16.7	1	100.0	0	0.0	7	12.7	2	11.8	0	0.0
경남	10	7.6	1	16.7	6	4.5	9	9.8	2	5.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	11.8	2	18.2
제주	0	0.0	0	0.0	1	0.8	1	1.1	1	2.8	0	0.0	0	0.0	1	1.8	0	0.0	0	0.0

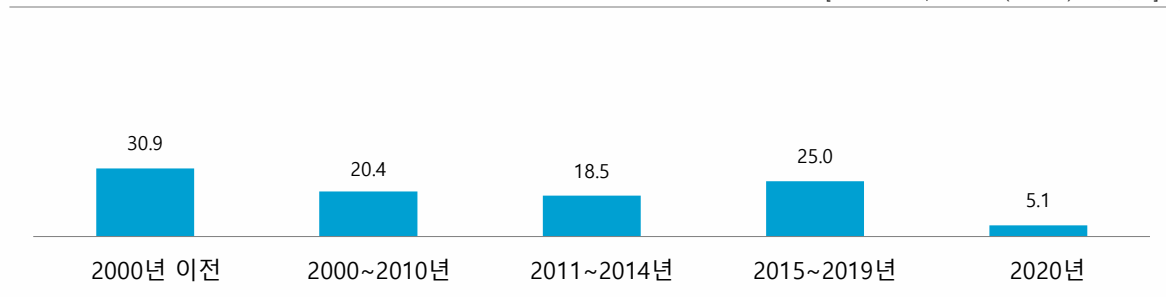
2. 설립시기 및 인력 현황

(1) 설립시기: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 설립 시기는 2000년 이전이 30.9%로 가장 많음.
- 그 다음으로, 2015~2019년 25.0%, 2000~2010년 20.4% 등의 순임.

[그림 4-17] 설립시기_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647) 단위: %]

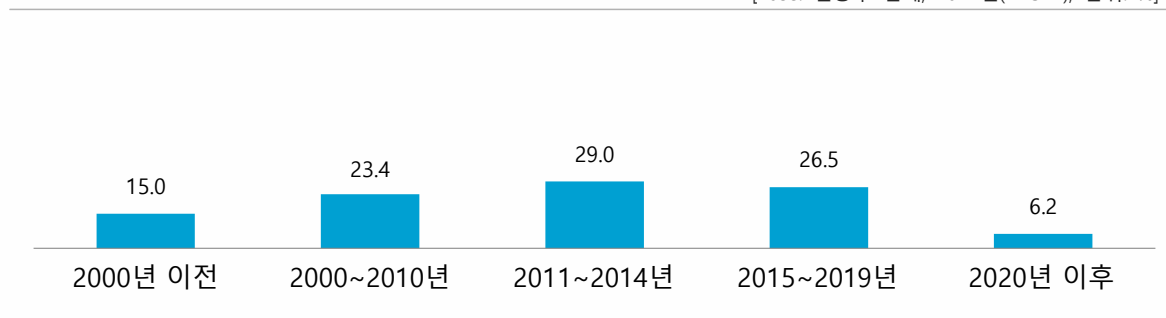


(1) 설립시기: 전통주 업체

- 전통주 업체의 설립시기는 2011~2014년이 29.0%로 가장 많음.
- 그 다음으로 2015~2019년 26.5%, 2000~2010년 23.4% 등의 순임.

[그림 4-18] 설립시기_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321) 단위: %]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

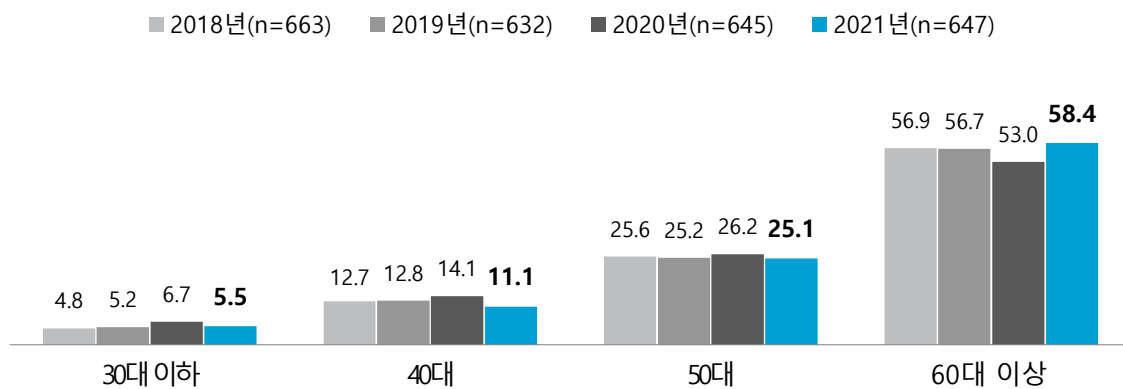
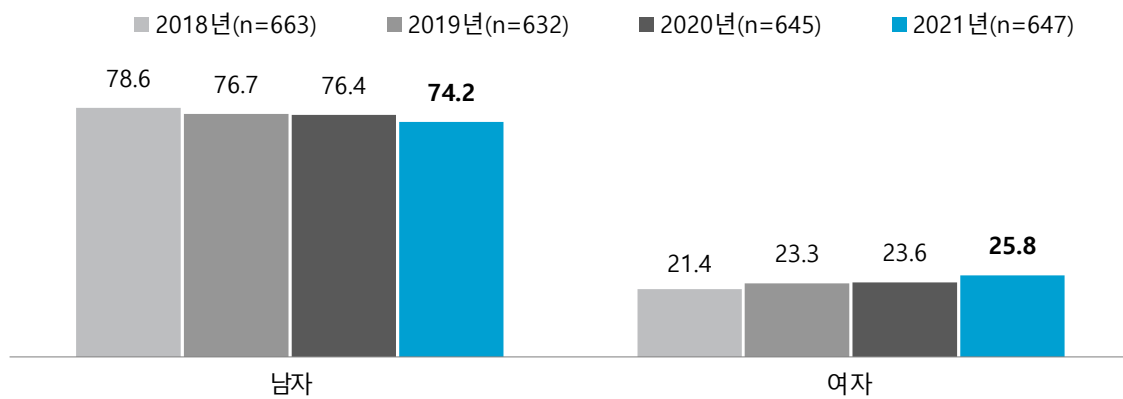
부록

(2) 대표자 성, 연령: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체 대표자의 성별은 남성(74.2%)이 여성(25.8%) 대비 많음.
- 연령대는 60대 이상(58.4%)이 가장 많으며, 전체 주류 제조업체 대표자의 과반수 이상을 차지하고 있음.

[그림 4-19] 대표자 성, 연령_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]

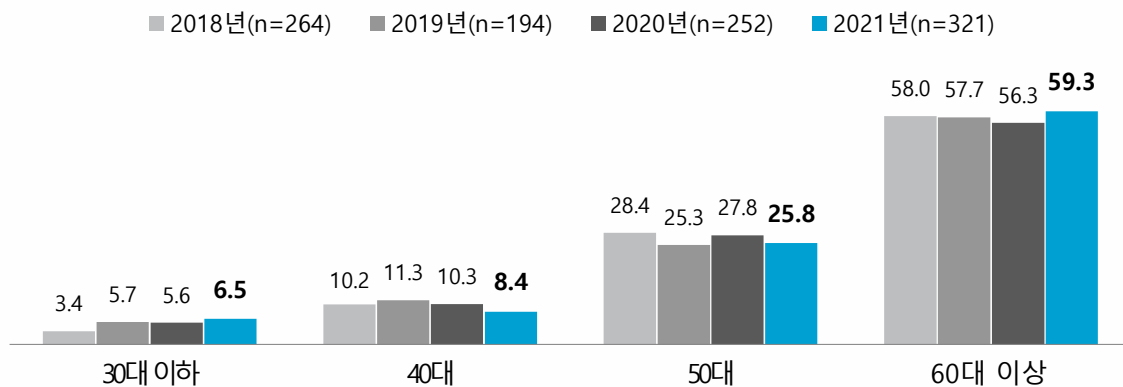
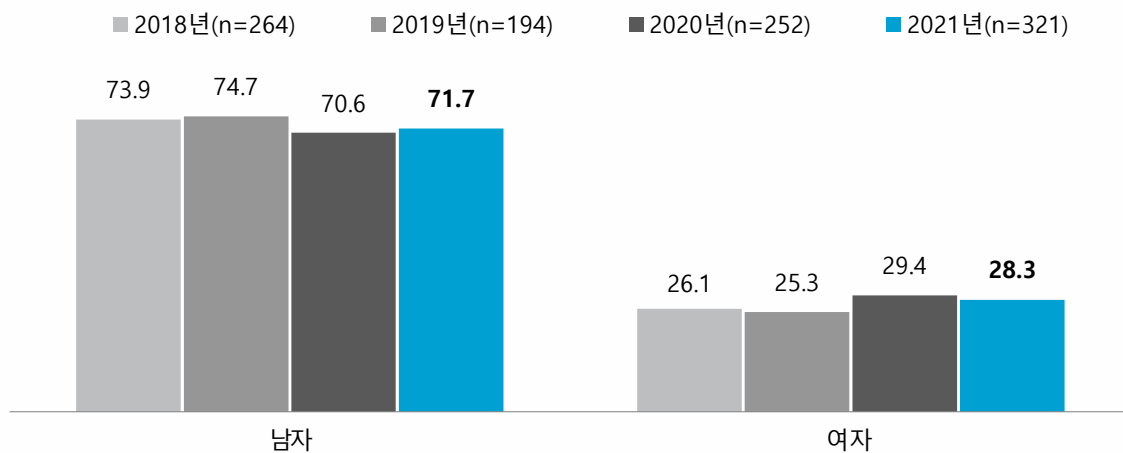


(2) 대표자 성, 연령: 전통주 업체

- 전통주 업체 대표자의 성별 역시 남성(71.7%)이 여성(28.3%) 대비 많음.
- 연령대는 60대 이상이 59.3%로 가장 많으며, 그 다음으로 50대가 25.8%로 많은 것으로 나타남.

[그림 4-20] 대표자 성, 연령_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

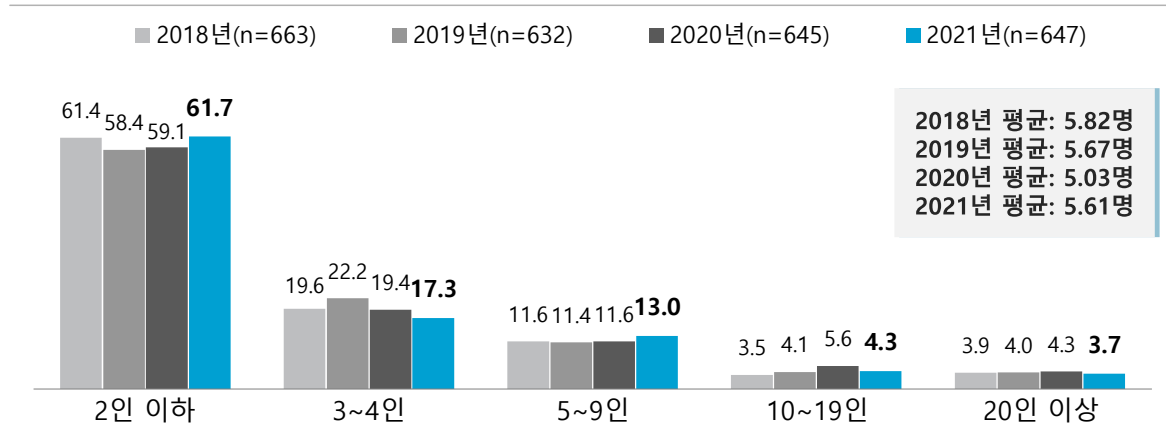
부록

(3) 종사자수: 전체

- 전체 주류 제조업체 종사자수는 2인 이하(61.7%)가 가장 많은 것으로 나타남.
 - ✓ 그 다음으로 3~4인(17.3%), 5~9인(13.0%) 등의 순으로 높게 나타남.
 - ✓ 전체 주류 제조업체 평균 종사자수는 약 5.6명 정도임.
 - ✓ 2020년 대비 2인 이하와 5~9인 업체가 증가한 것으로 나타남.

[그림 4-21] 종사자수_전체

[Base: 전체, 단위: %]

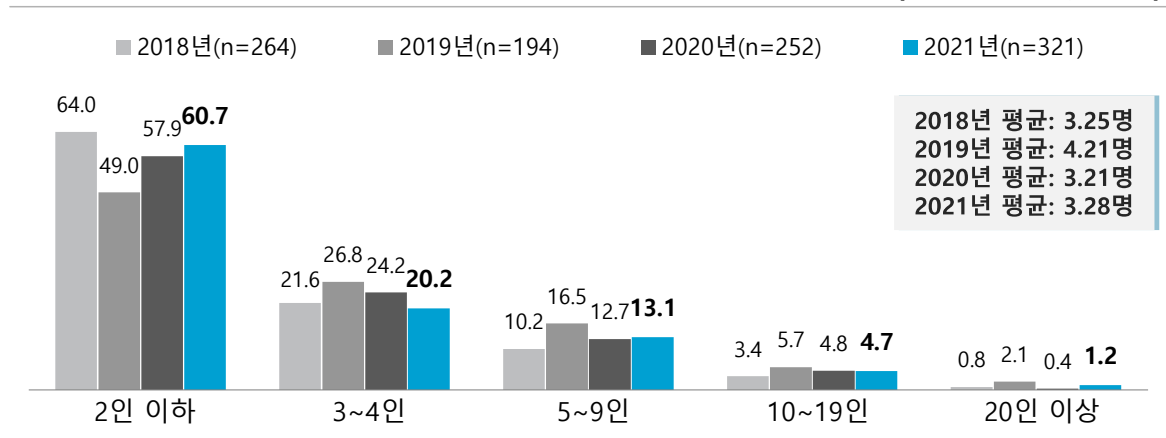


(3) 종사자수: 전통주 업체

- 전통주 업체 종사자수는 2인 이하가 60.7%로 가장 많으며, 그 다음으로 3~4인(20.2%), 5~9인(13.1%) 등의 순으로 나타남.
 - ✓ 전통주 업체 평균 종사자수는 약 3.3명 정도임.
 - ✓ 2020년 대비 종사자 수 2인 이하 업체가 증가한 것으로 나타남.

[그림 4-22] 종사자수_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



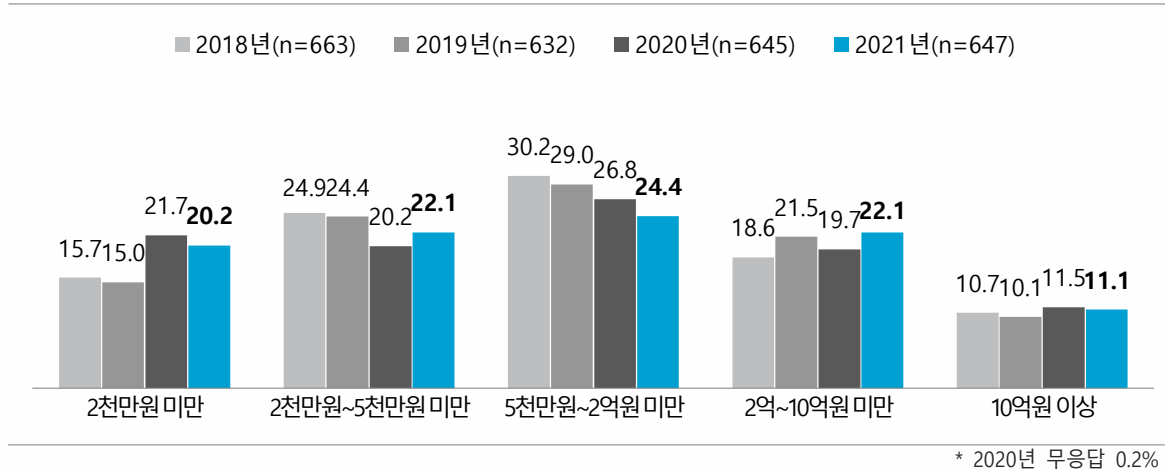
3. 재무 현황

(1) 매출액: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 매출액 분포를 살펴보면, 5천만원~2억원 미만(24.4%)이 가장 많았음.
- ✓ 그 다음으로는 2천만원~5천만원 미만(22.1%) 및 2억~10억원 미만(22.1%) 등의 순으로 높게 나타남.
- ✓ 2020년 대비 '2천만원~5천만원 미만' 업체 및 '2억~10억원 미만' 업체가 증가함.

[그림 4-23] 매출액_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



[표 4-63] 매출액_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: 개소/백만원/%]

매출액	업체 수(개소)	평균(백만원)	비중(%)
[전체]	647	2,301	100.0
2천만원 미만	131	8	20.2
2천만원~5천만원 미만	143	29	22.1
5천만원~2억원 미만	158	94	24.4
2억원~10억원 미만	143	443	22.1
10억원 이상	72	24,653	11.1

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

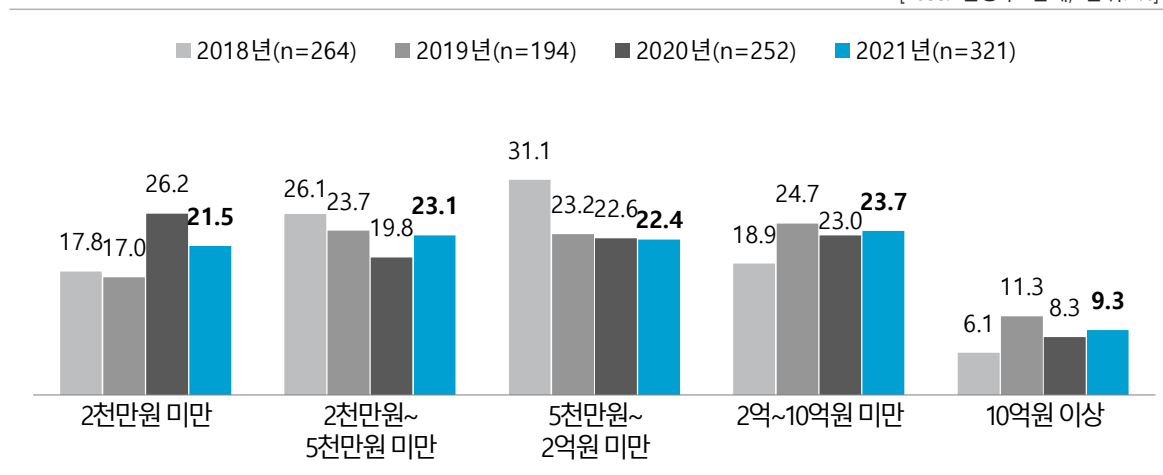
부록

(1) 매출액: 전통주 업체

- 전통주 업체의 매출액 분포는 2억~10억원 미만(23.7%)이 가장 많음.
 - ✓ 그 다음으로는 2천만원~5천만원 미만(23.1%), 5천만원~2억원 미만(22.4%) 등의 순으로 높게 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 대부분 증가하였지만, '2천만원 미만' 업체는 크게 감소한 것으로 나타남.

[그림 4-24] 매출액_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-64] 매출액_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: 개소/백만원/%]

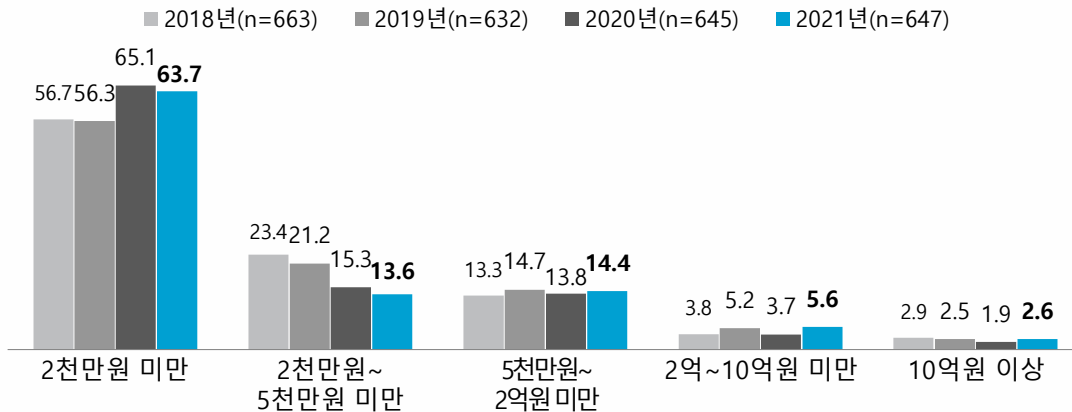
매출액	업체 수(개소)	평균(백만원)	비중(%)
[전체]	321	390	100.0
2천만원 미만	69	7	21.5
2천만원~5천만원 미만	74	29	23.1
5천만원~2억원 미만	72	92	22.4
2억원~10억원 미만	76	454	23.7
10억원 이상	30	3,957	9.3

(2) 순이익: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 순이익은 2천만원 미만(63.7%)이 가장 높게 나타났으며, 이어서 5천만원~2억원 미만(14.4%), 2천만원~5천만원 미만(13.6%)의 순으로 높게 나타남.
- ✓ 2020년 대비 2천만원 미만 업체가 1.4%p 감소한 것으로 나타남.

[그림 4-25] 순이익_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]

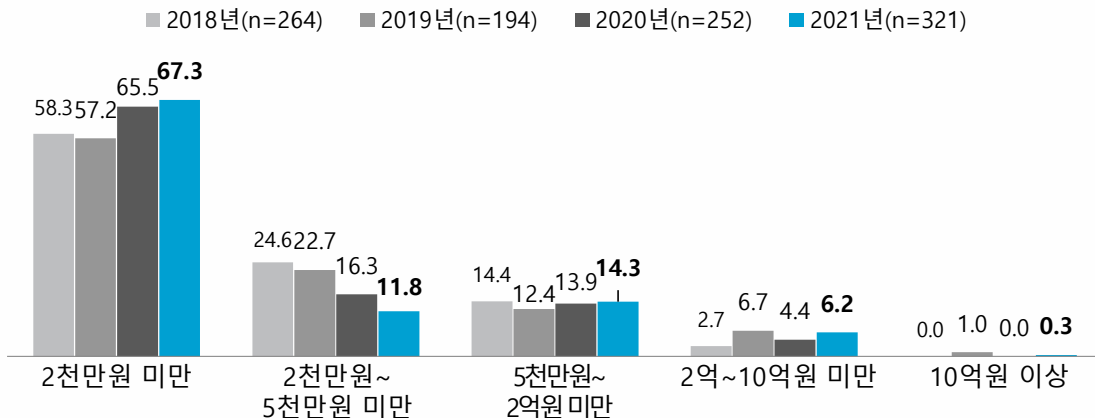


(2) 순이익: 전통주 업체

- 전통주 업체의 순이익도 2천만원 미만(67.3%)이 가장 높게 나타남.
- ✓ 그 다음으로는 5천만원~2억원 미만(14.3%), 2천만원~5천만원 미만(11.8%)의 순으로 높음.
- ✓ 2020년 대비 2천만원 미만 업체가 1.8%p 증가한 것으로 나타남.

[그림 4-26] 순이익_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

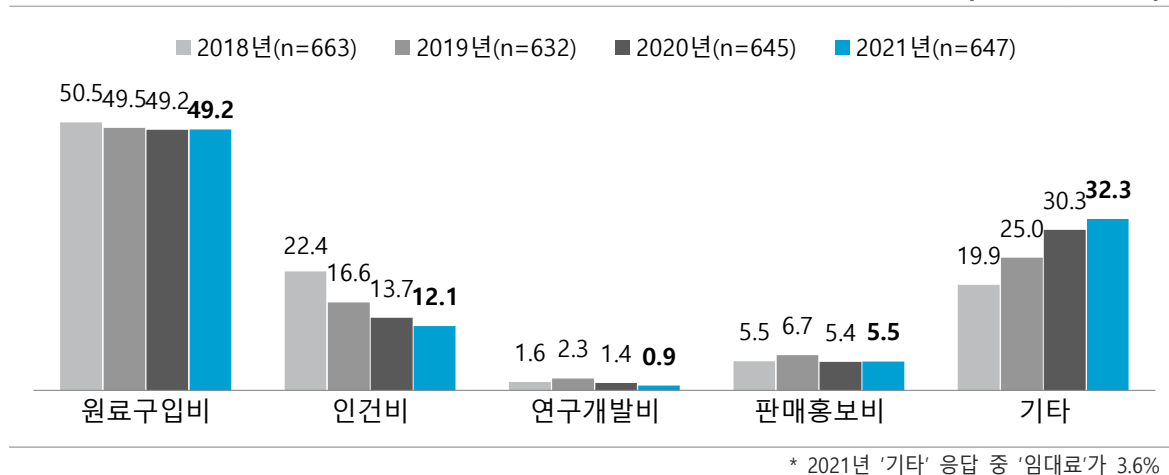
4. 주류 생산 비용(영업비용)

(1) 영업비용 세부 구성비: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 영업비용 구성비를 살펴보면, 원료구입비가 49.2%로 가장 높게 나타남.
 ✓ 이어서, 인건비가 12.1%로 높게 나타남.(기타 제외)
 ✓ 임대료/세금 등의 기타 비용이 2018년 이후 지속적으로 증가함.

[그림 4-27] 영업비용 세부 구성비_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



[표 4-65] 생산주종별/세부구성별 평균 영업비용_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 단위: 백만원]

	원료구입비	인건비	연구개발비	판매홍보비	기타
[전체] 영업비용	1,074	397	87	185	560
탁주(막걸리)	302	130	21	35	197
청주	461	252	50	86	256
약주	197	89	30	39	133
과실주	1,702	766	5	549	766
증류식 소주	315	152	10	77	190
희석식 소주	35,110	13,118	4,219	5,077	21,329
맥주	3,968	1,808	125	1,257	1,767
브랜드	223	110	23	7	230
일반증류주	187	102	7	30	101
리큐르	384	201	29	43	185
기타주류	19,063	6,239	721	3,915	8,092

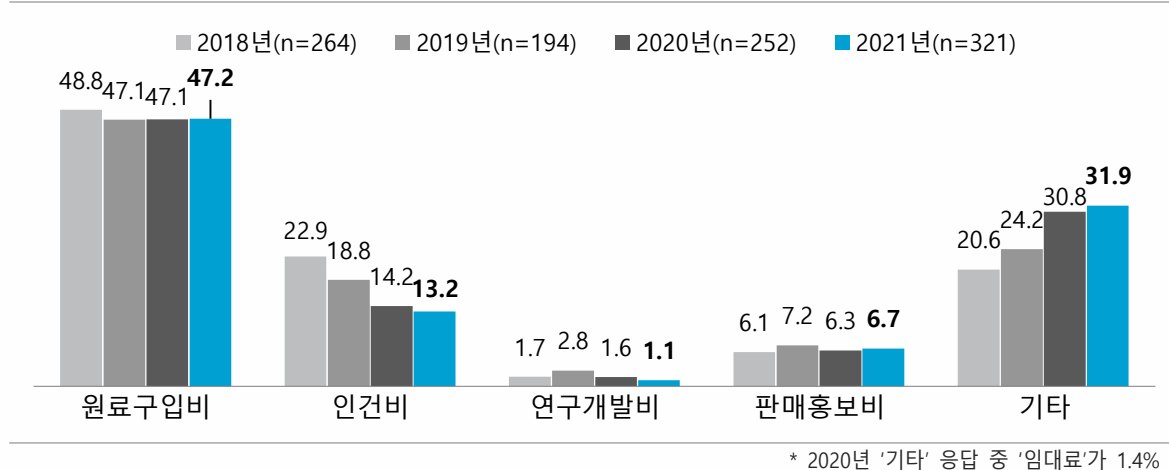
* '기타'는 수도광열비, 임대료, 세금 등 포함

(1) 영업비용 세부 구성비: 전통주 업체

- 전통주 업체 역시 원료구입비가 47.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 인건비가 13.2%로 높게 나타남.
- ✓ 2020년 대비 인건비, 연구개발비가 감소하였으나, 임대료/세금 등의 기타 비용이 증가함.

[그림 4-28] 영업비용 세부 구성비_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-66] 생산주종별/세부구성별 평균 영업비용_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: 백만원]

	원료구입비	인건비	연구개발비	판매홍보비	기타
[전체] 영업비용	159	83	14	29	92
탁주(막걸리)	219	122	25	40	129
청주	557	288	51	89	312
약주	182	86	27	33	97
과실주	108	59	6	16	58
증류식 소주	325	157	11	79	196
브랜드	223	110	23	7	230
일반증류주	198	109	8	33	108
리큐르	454	239	35	50	219
기타주류	317	131	14	53	298

* '기타'는 수도광열비, 임대료, 세금 등 포함

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

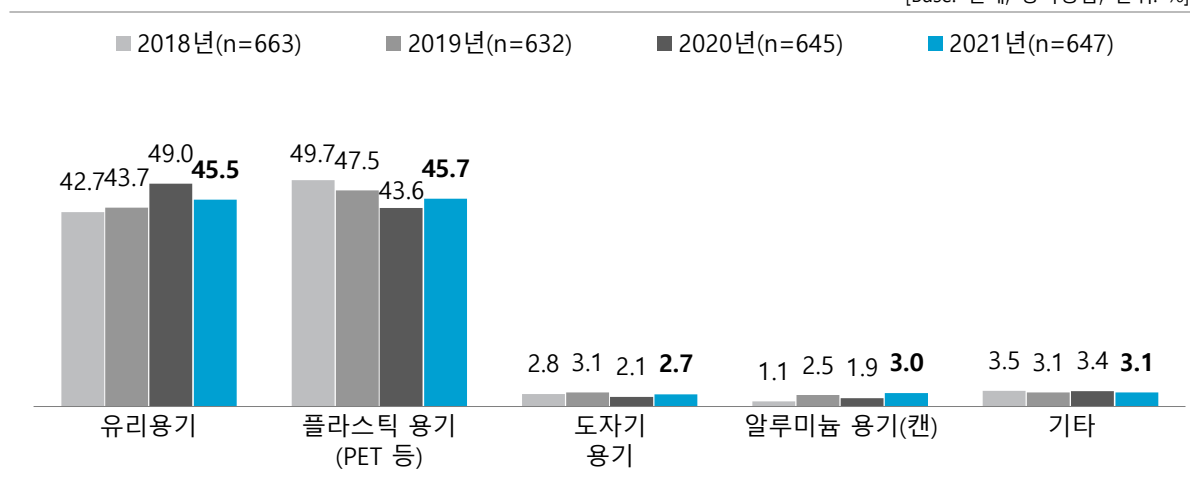
5. 대표제품 패키지 형태/용량/출고가격

(1) 패키지 형태

- 전체 제조업체의 대표제품 패키지 형태는 주로 유리 용기가 45.5%로 가장 높게 나타났으며, 전통주 업체에서도 유리 용기가 68.0%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 2020년 대비 유리 용기가 소폭 감소하였으며, 플라스틱 용기가 증가한 것으로 나타남.

[그림 4-29] 대표제품 패키지 형태_전체 업체

[Base: 전체, 중복응답, 단위: %]



* 2020년 기타: 케그(1.4%), 스테인레스(1.1%), 드럼통(0.4%), 탱크로리(0.2%) 등

[표 4-67] 대표제품 패키지 형태_생산 주종별_전체 업체

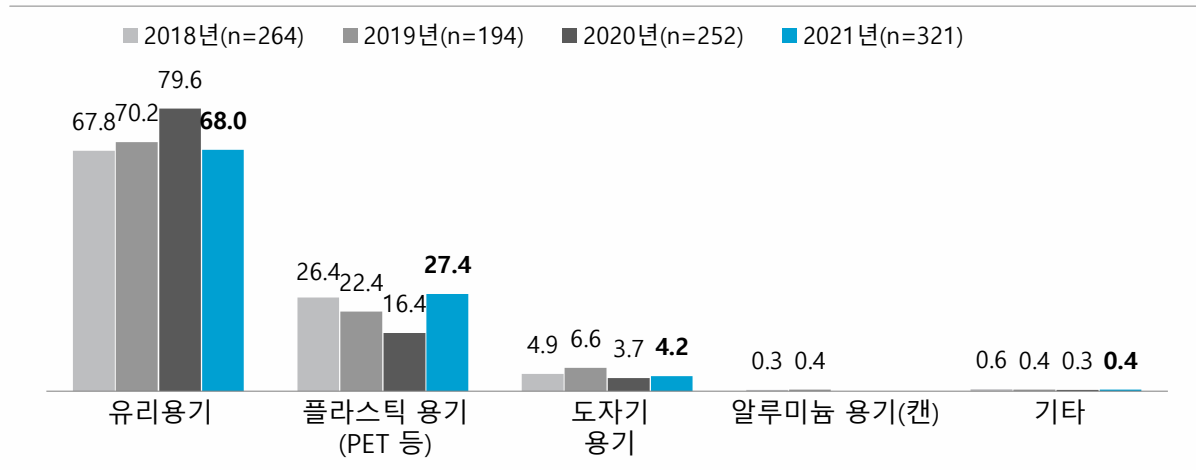
[Base: 전체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

패키지 형태	유리용기	플라스틱 용기(PET 등)	알루미늄 용기(캔)	도자기 용기	기타
[전체]	45.5	45.7	3.0	2.7	3.1
탁주(막걸리)	22.2	77.2	0.4	0.2	0.0
청주	56.0	44.0	0.0	0.0	0.0
약주	67.4	28.0	0.0	4.5	0.0
과실주	93.4	2.9	2.2	0.7	0.7
증류식 소주	75.0	19.7	0.0	5.3	0.0
희석식 소주	87.5	0.0	0.0	0.0	12.5
맥주	13.5	3.8	46.2	0.0	36.5
브랜드	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
일반증류주	76.5	18.6	0.0	3.9	1.0
리큐르	85.0	7.5	0.0	7.5	0.0
기타주류	47.1	35.3	8.8	0.0	8.8

* 맥주의 '기타'에는 케그, 스테인리스 등이 포함

[그림 4-30] 대표제품 패키지 형태_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 중복응답, 단위: %]



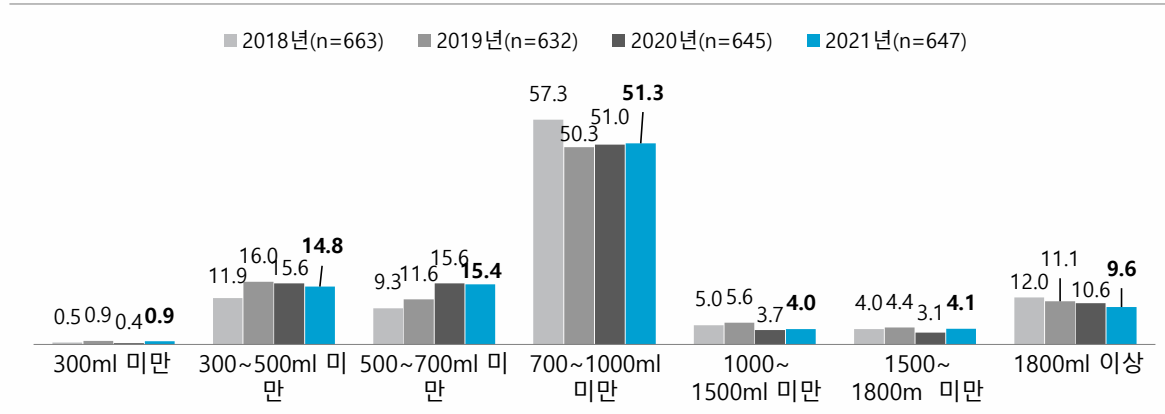
* 2020년 기타: 대나무통(0.3%)

(2) 용량

- 전체 제조업체의 대표제품 용량으로는 700~1000ml 제품이 51.3%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 전통주 업체에서도 700~1000ml 제품이 45.0%로 가장 높게 나타남.
- 2020년 대비 전체 업체 및 전통주 업체 모두 500~700ml 제품이 증가한 것으로 나타남.
- 특히, 전통주 업체의 700~1000ml 제품 증가 폭이 큰 것으로 나타났으며 반면, 500~700ml 미만 제품은 감소함.

[그림 4-31] 대표제품 용량_전체 업체

[Base: 전체, 중복응답, 단위: %]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

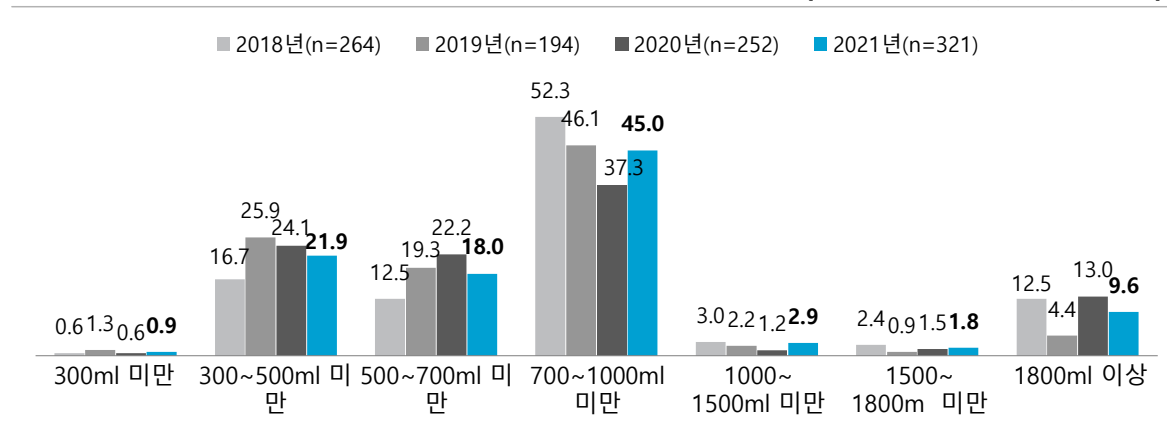
[표 4-68] 대표제품 용량_생산 주종별_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

용량	300ml 미만	300~500ml 미만	500~700ml 미만	700~1000ml 미만	1000~1500ml 미만	1500~1800ml 미만	1800ml 이상
[전체]	0.9	14.8	15.4	51.3	4.0	4.1	9.6
탁주(막걸리)	0.2	9.3	13.9	62.8	5.4	7.0	1.3
청주	0.0	20.0	20.0	40.0	12.0	4.0	4.0
약주	0.4	22.3	23.9	29.2	3.0	2.7	18.6
과실주	1.5	21.9	12.4	62.0	0.0	0.0	2.2
증류식 소주	1.3	27.6	38.2	26.3	2.6	0.0	3.9
희석식 소주	12.5	87.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맥주	0.0	7.7	44.2	7.7	5.8	0.0	34.6
브랜드	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0
일반증류주	3.9	37.3	14.7	35.3	1.0	1.0	6.9
리큐르	0.0	37.5	20.0	35.0	2.5	0.0	5.0
기타주류	2.9	35.3	14.7	26.5	5.9	2.9	11.8

[그림 4-32] 대표제품 용량_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 중복응답, 단위: %]

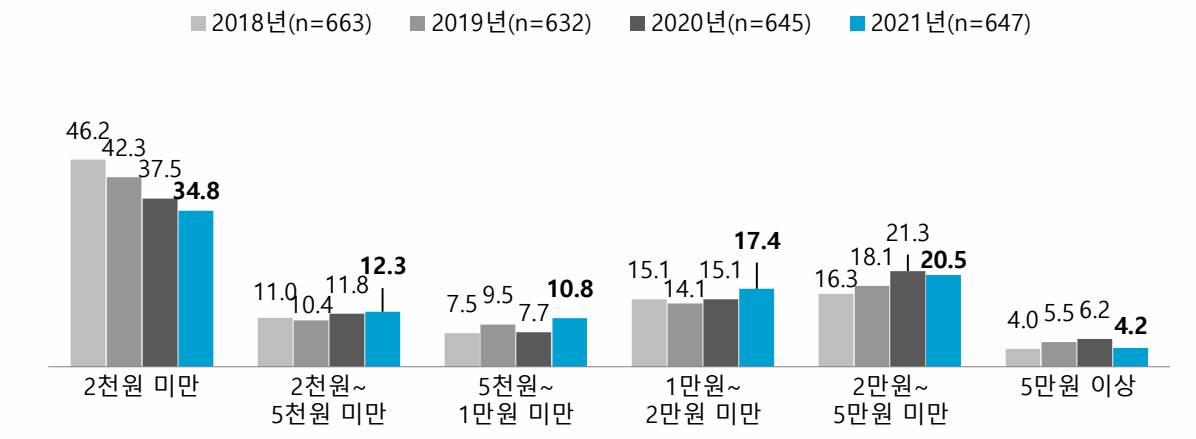


(3) 출고가격

- 전체 제조업체의 대표제품 출고가격은 2천원 미만이 34.8%로 가장 높은 것으로 나타났으나, 전통주 업체에서는 2만원~5만원 미만이 31.1%로 가장 높게 나타남.
- 전통주 업체의 경우, 2만원~5만원 미만이 크게 감소한 것으로 나타남.
- 탁주(막걸리)는 대표제품 평균 출고가격이 5,555원, 청주는 17,004원 등으로 나타남.

[그림 4-33] 출고가격_전체 업체

[Base: 전체, 중복응답, 단위: %]



* 2021년 모름/무응답(2.8%)

[표 4-69] 대표제품 출고가격_생산 주종별

[Base: 전체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %/원]

출고가격	2천원 미만	2천원~5천원 미만	5천원~1만원 미만	1만원~2만원 미만	2만원~5만원 미만	5만원 이상	평균값(원)
[전체]	34.8	12.3	10.8	17.4	20.5	4.2	13,213
탁주(막걸리)	56.7	15.4	11.3	10.2	5.4	0.9	5,555
청주	20.0	20.0	16.0	28.0	8.0	8.0	17,004
약주	14.4	12.1	14.4	25.0	33.3	0.8	14,531
과실주	5.1	5.8	8.0	34.3	41.6	5.1	19,645
증류식 소주	10.5	11.8	13.2	30.3	27.6	6.6	20,131
희석식 소주	87.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1,284
맥주	13.5	23.1	25.0	1.9	1.9	34.6	40,053
브랜드	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	38,600
일반증류주	9.8	10.8	17.6	22.5	33.3	5.9	18,361
리큐르	10.0	10.0	10.0	30.0	37.5	2.5	16,670
기타주류	32.4	23.5	5.9	20.6	14.7	2.9	11,065

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

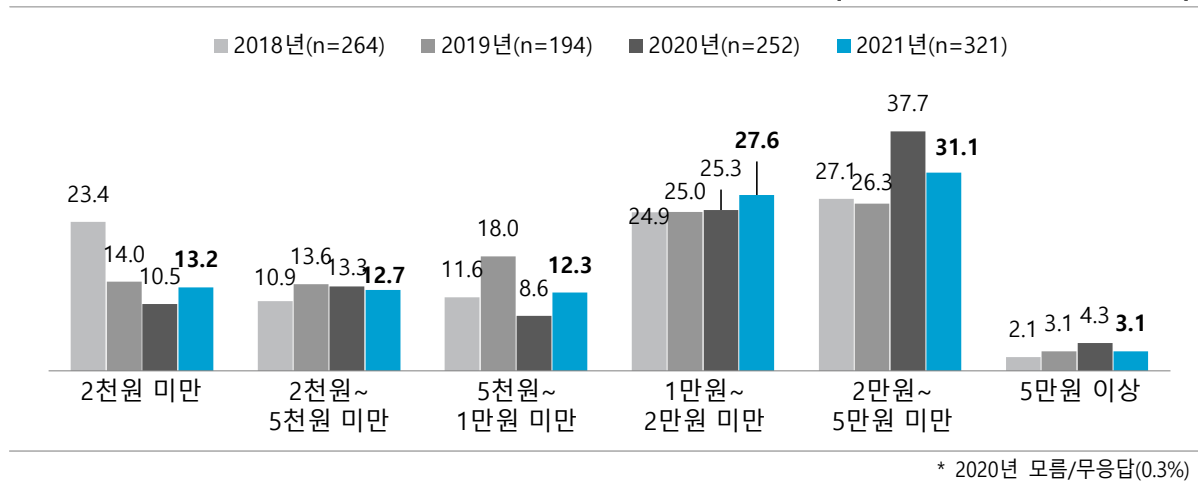
6장

주류
트렌드
분석

부록

[그림 4-34] 출고가격_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 중복응답, 단위: %]



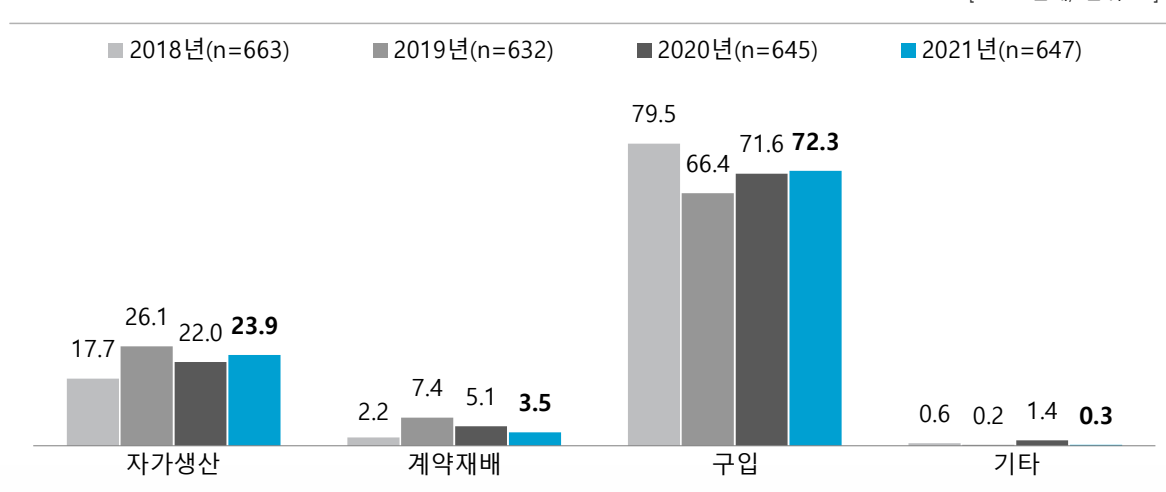
6. 원료조달

(1) 국내산 원료의 조달 방법

- 국내산 원료의 조달방법은 구입하는 비율이 72.3%로 가장 높음.
 - ✓ 그 다음으로는 자가생산(23.9%), 계약재배(3.5%) 순으로 높게 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 2021년에는 자가생산하는 비율이 1.9%p 증가한 것으로 나타남.
 - ✓ 면허종류별로 살펴보면, 자가생산은 전통주 면허 업체(29.5%)에서 일반 면허 업체(20.1%) 대비 높게 나타났으며, 구입은 일반 면허 업체(77.0%)에서 전통주 면허 업체(65.5%) 대비 높게 나타남.
 - ✓ 생산 주종별로 살펴보면, 대부분이 구입을 통해 원료를 조달하는 것으로 나타난 가운데, 특히 탁주, 청주의 구입 비중이 높았으며 과실주는 자가생산 비율이 높았음.

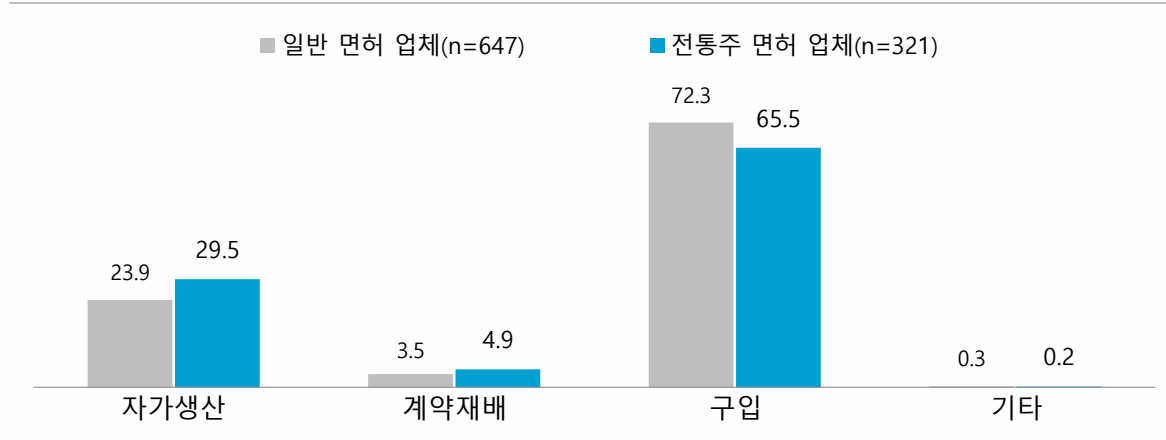
[그림 4-35] 국내산 원료 조달방법_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



[그림 4-36] 국내산 원료 조달방법_전체 및 전통주 업체

[단위: %]



[표 4-70] 국내산 원료 조달방법_원료별

[Base: 전체 업체(n=647), 전통주 업체(n=321), 단위: %]

원료조달 방법	전체 업체				전통주 업체			
	자가생산	계약재배	구입	기타	자가생산	계약재배	구입	기타
[전체]	23.9	3.5	72.3	0.3	29.5	4.9	65.5	0.2
쌀	11.8	2.3	85.7	0.2	17.8	3.2	78.6	0.4
잡쌀	41.3	6.6	51.1	1.1	42.0	8.0	50.0	0.0
포도	68.8	4.4	26.8	0.0	65.3	4.9	29.8	0.0
복분자	15.6	3.1	81.3	0.0	10.7	3.6	85.7	0.0
사과	38.5	15.4	46.2	0.0	41.7	16.7	41.7	0.0
머루	30.8	6.7	62.5	0.0	33.6	7.3	59.1	0.0
밀	9.1	0.0	90.9	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
보리	27.7	10.9	61.4	0.0	29.3	17.1	53.6	0.0

* 주요 사용 원료만 제시함

[표 4-71] 국내산 원료 조달방법_생산 주종별

[Base: 전체 업체(n=647), 전통주 업체(n=321), 단위: %]

원료조달 방법	전체 업체				전통주 업체			
	자가생산	계약재배	구입	기타	자가생산	계약재배	구입	기타
[전체]	23.9	3.5	72.3	0.3	29.5	4.9	65.5	0.2
탁주(막걸리)	4.6	1.6	93.8	0.0	6.0	2.0	92.0	0.0
청주	0.0	5.0	95.0	0.0	0.0	6.7	93.3	0.0
약주	31.2	5.8	62.3	0.6	32.7	6.5	60.5	0.3
과실주	47.5	5.7	46.8	0.0	44.0	6.2	49.7	0.0
증류식 소주	14.5	5.0	80.5	0.0	14.2	5.1	80.7	0.0
희석식 소주	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-	-
맥주	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-	-
브랜드	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
일반증류주	23.8	1.2	75.0	0.0	22.8	1.3	75.9	0.0
리큐르	11.7	3.3	83.1	1.9	5.3	3.6	89.1	2.1
기타주류	14.3	0.0	85.7	0.0	16.7	0.0	83.3	0.0

* 사례수 10 이상 생산주종만 제시

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

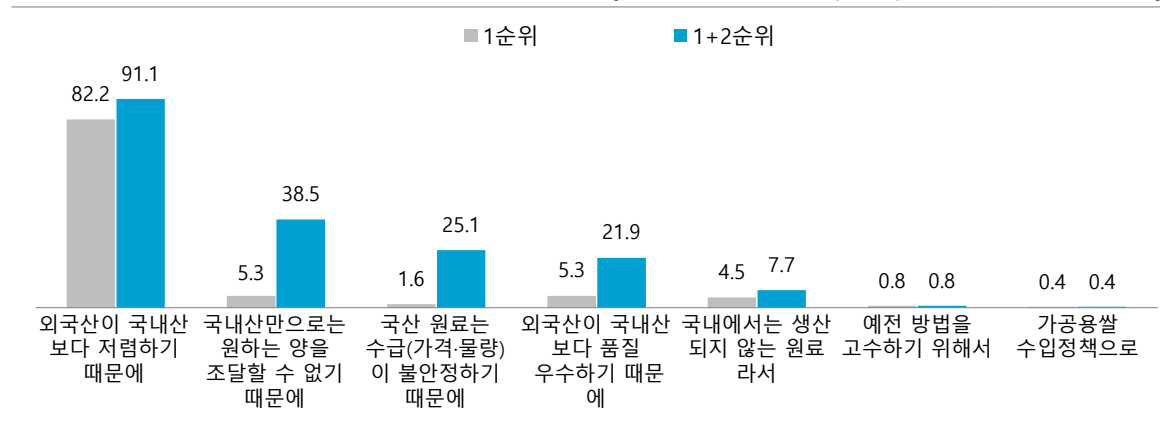
부록

(2) 수입산 원료 사용 이유

- 수입산 원료를 사용하는 이유로는(1+2순위 기준), '외국산이 국내산보다 더 저렴하기 때문에'(91.1%)가 가장 높음.
- ✓ 그 다음으로는 국내산만으로 원하는 양을 조달할 수 없기 때문에(38.5%), 국산 원료는 수급(가격·물량)이 불안정하기 때문에(25.1%) 등의 순으로 높게 나타남.

[그림 4-37] 수입산 원료 사용 이유_전체 업체

[Base: 수입산 원료 사용(n=247), 중복응답, 단위: 1+2순위%]



[표 4-72] 생산주종별 수입산 원료 사용 이유_전체 업체

[Base: 수입산 원료 사용(n=247), 중복응답, 단위: 1+2순위%]

	외국산이 국내산보다 저렴하기 때문에	국내산 만으로는 원하는 양을 조달할 수 없기 때문에	국산 원료는 수급 (가격·물량)이 불안정하기 때문에	외국산이 국내산보다 품질 우수하기 때문에	국내에서는 생산되지 않는 원료라서	예전 방법을 고수하기 위해서	가공용쌀 수입정책으로
[전체]	91.1	38.5	25.1	21.9	7.7	0.8	0.4
탁주(막걸리)	94.1	35.8	29.4	16.0	4.3	1.1	0.5
청주	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
약주	91.7	41.7	37.5	8.3	4.2	0.0	0.0
과실주	75.0	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0
증류식 소주	75.0	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0
희석식 소주	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맥주	81.3	45.8	8.3	45.8	16.7	0.0	0.0
일반증류주	87.5	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
리큐르	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
기타주류	100.0	12.5	50.0	0.0	37.5	0.0	0.0

7. 발효제 사용내역

(1) 전체

- 전체 주류 제조업체의 발효제 사용 내역은 효모가 75.7%로 가장 많이 사용되는 것으로 나타남.
- ✓ 이어서, 입국 11.8%, 정제효소·조효소제(개량누룩 포함) 8.4% 등임.
- ✓ 모든 발효제가 구입하는 경우가 가장 많은 것으로 나타남.

[표 4-73] 생산주종별 발효제 사용내역 비중_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

	효모			전통누룩		입국		정제효소·조효소제 (개량누룩 포함)	
	75.7%			4.1%		11.8%		8.4%	
	자가제조	구입	보급	자가제조	구입	자가제조	구입	자가제조	구입
[전체]	0.0	99.8	0.2	35.0	65.0	12.0	88.0	22.0	78.0
탁주	0.1	97.9	2.0	34.0	66.0	11.7	88.3	22.1	77.9
청주	0.0	100.0	0.0	76.6	23.4	0.0	100.0	27.2	72.8
약주	0.1	99.9	0.0	44.0	56.0	28.3	71.7	0.0	100.0
과실주	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
증류식 소주	0.2	99.8	0.0	79.1	20.9	26.1	73.9	18.5	81.5
희석식 소주	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	-	-	0.0	100.0
맥주	0.0	99.9	0.1	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
브랜드	0.0	100.0	0.0	-	-	-	-	-	-
일반증류주	0.0	99.7	0.3	78.4	21.6	36.7	63.3	0.0	100.0
리큐르	2.7	97.3	0.0	42.4	57.6	16.9	83.1	0.0	100.0
기타주류	0.0	100.0	0.0	85.4	14.6	14.5	85.5	99.8	0.2

(2) 전통주 업체

- 전통주 업체의 발효제 사용 내역 비중은 전통누룩이 37.5%로 가장 많이 사용되는 것으로 나타남.
- ✓ 이어서, 입국 32.7%, 효모 25.4%, 정제효소·조효소제(개량누룩 포함) 4.4% 등임
- ✓ 모든 발효제는 구입이 많은 것으로 나타남.

[표 4-74] 생산주종별 발효제 사용내역 비중_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 중복응답, 단위: %]

	효모			전통누룩		입국		정제효소·조효소제 (개량누룩 포함)	
	25.4%			37.5%		32.7%		4.4%	
	자가제조	구입	보급	자가제조	구입	자가제조	구입	자가제조	구입
[전체]	0.0	99.9	0.1	37.6	62.4	26.9	73.1	3.3	96.7
탁주	0.0	100.0	0.0	36.3	63.7	27.1	72.9	3.8	96.2
청주	0.0	100.0	0.0	76.6	23.4	-	-	94.1	5.9
약주	0.0	100.0	0.0	27.9	72.1	34.0	66.0	0.0	100.0
과실주	1.7	95.2	3.1	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
증류식 소주	0.2	99.8	0.0	79.1	20.9	26.1	73.9	18.5	81.5
브랜드	0.0	100.0	0.0	-	-	-	-	-	-
일반증류주	0.0	99.7	0.3	78.8	21.2	32.6	67.4	0.0	100.0
리큐르	3.2	96.8	0.0	42.4	57.6	16.9	83.1	0.0	100.0
기타주류	0.0	100.0	0.0	87.2	12.8	14.5	85.5	0.0	100.0

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

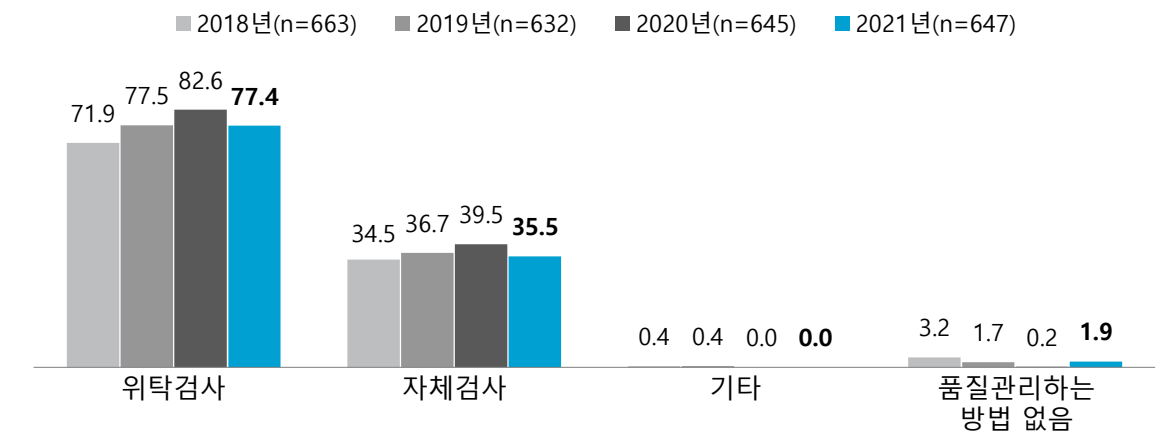
8. 품질 관리 및 인증 현황

(1) 품질 관리 방법: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 품질 관리 방법은 위탁검사가 77.4%, 자체검사가 35.5%로 나타남.
 - ✓ 한편, 품질 관리하는 방법이 없는 경우는 1.9%로 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 위탁검사 방법이 5.2%p, 자체검사 방법은 4.0%p 감소함.
 - ✓ 위탁검사 및 자체검사 방법이 지난 3년간 증가추세에 있다가 2021년 소폭 감소함.

[그림 4-38] 품질 관리 방법_전체 업체

[Base: 전체, 2018년(n=663), 2019년(n=632), 2020년(n=645), 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

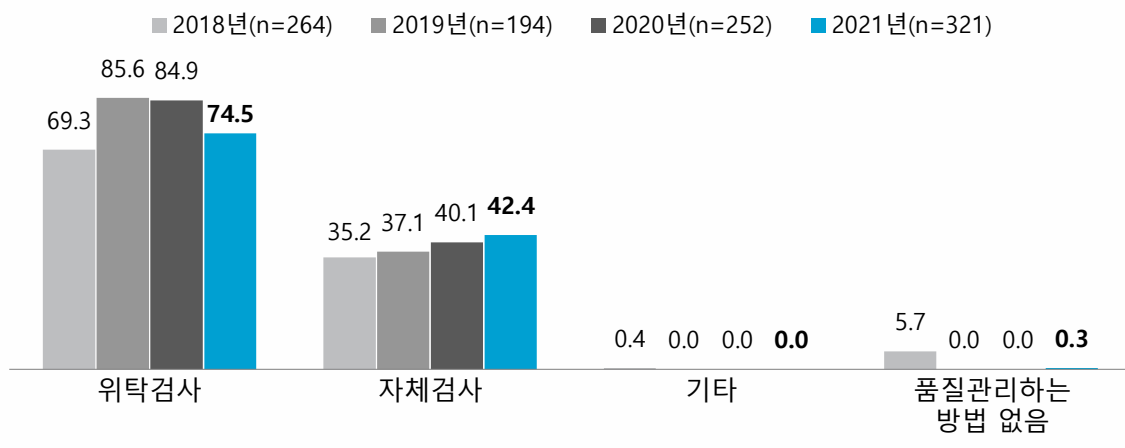


(1) 품질 관리 방법: 전통주 업체

- 전통주 업체의 품질 관리 방법을 살펴보면, 위탁검사가 74.5%, 자체검사는 42.4%로 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 위탁 검사 비율은 10.4%p 크게 감소하였으며, 자체 검사 비율은 2.3%p 증가한 것으로 나타남.
 - ✓ 전통주 업체의 자체검사 방법이 최근 4년간 지속적으로 증가 추세인 것으로 나타남.

[그림 4-39] 품질 관리 방법_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 중복응답, 단위: %]

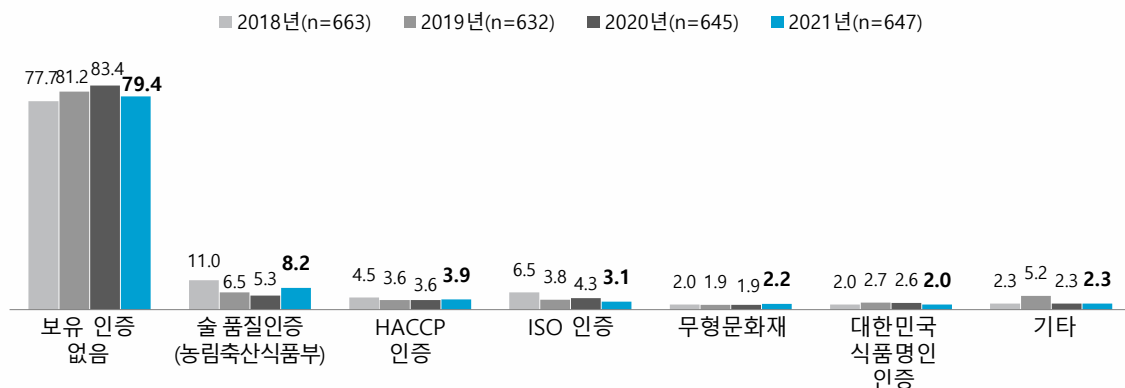


(2) 술 관련 인증: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 술 관련 인증 사항을 살펴보면, 79.4%가 보유 인증이 없다고 응답함.
 - ✓ 그 다음으로는 술 품질인증(농림축산식품부)(8.2%), HACCP 인증(3.9%) 등의 순으로 나타남.
 - ✓ 보유 인증이 없다는 업체가 2020년 대비 4.0%p 감소함.

[그림 4-40] 술 관련 인증_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



* 1.0% 미만은 '기타'로 묶음. '기타' 응답에는 유기농식품인증, 지리적표시제, 도지사품질인증 등이 있음

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

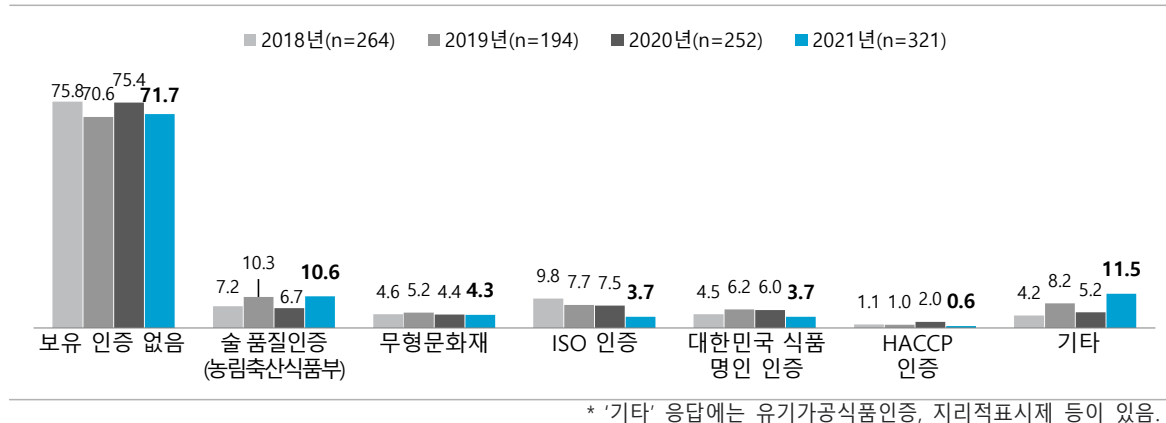
부록

(2) 술 관련 인증: 전통주 업체

- 전통주 업체에서는 71.7%가 술 관련 보유 인증이 없다고 응답함.
 - ✓ 그 다음으로 술 품질인증(농림축산식품부)(10.6%), 무형문화재(4.3%), ISO 인증(3.7%), 대한민국식품명인인증(3.7%) 등의 순으로 나타남.
 - ✓ 보유 인증이 없다는 업체가 2020년 대비 3.7%p 감소함.

[그림 4-41] 술 관련 인증_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]

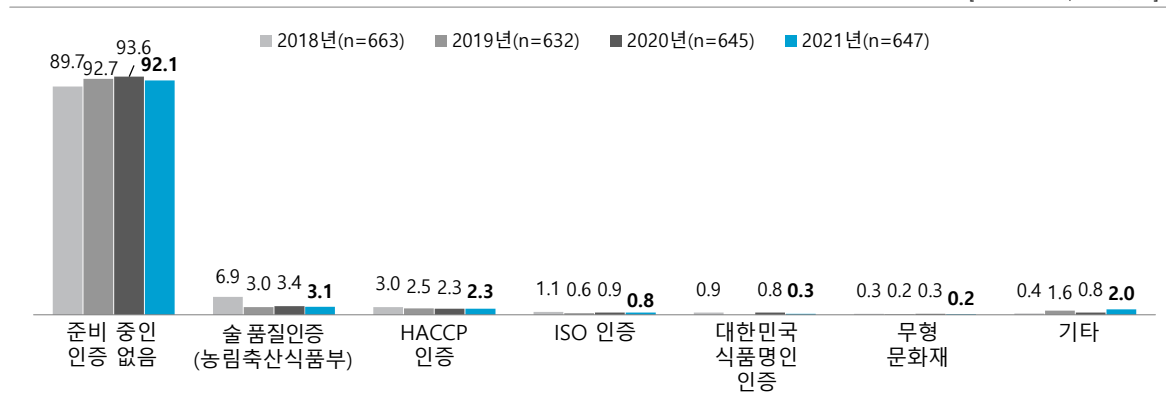


(3) 준비 중인 술 인증: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 준비 중인 술 인증 현황을 보면, 92.1%가 준비 중인 인증이 없다고 응답함.
 - ✓ 그 다음으로는 술 품질인증(농림축산식품부)(3.1%), HACCP 인증(2.3%) 등을 준비하고 있는 것으로 나타남.
 - ✓ 준비 중인 술 인증이 없다는 업체가 2020년 대비 1.5%p 소폭 감소함.

[그림 4-42] 준비 중인 술 인증_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]

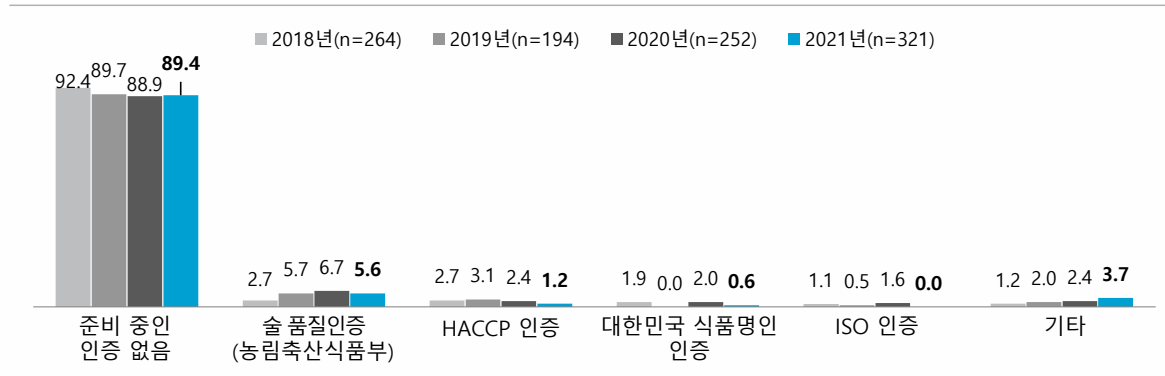


(3) 준비 중인 술 인증: 전통주 업체

- 전통주 업체는 89.4%가 준비 중인 술 인증이 없는 것으로 나타남.
 - ✓ 그 다음으로는 술 품질인증(농림축산식품부)(5.6%), HACCP 인증(1.2%), 식품명인 인증(0.6%) 등을 준비하고 있는 것으로 나타남.
 - ✓ 준비 중인 인증이 없다는 업체가 2020년 대비 0.5%p 소폭 증가함.

[그림 4-43] 준비 중인 술 인증_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



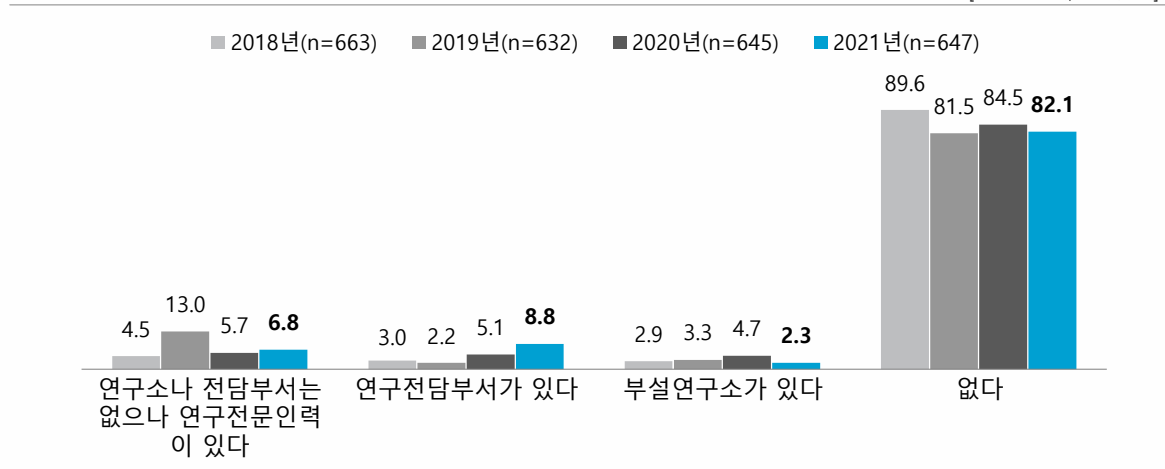
9. 술 관련 부설연구소 및 연구전담부서의 보유 여부

(1) 술 관련 부설연구소 및 연구전담부서의 보유 여부: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 술 관련 부설 연구소 및 연구 전담 부서는 82.1%가 없다고 응답하였으며, 연구전담부서가 있다 8.8%, 연구 전문 인력이 있다 6.8%, 부설연구소가 있다 2.3% 등의 순임.
 - ✓ 연구전담부서가 있다는 업체가 2020년 대비 증가함.

[그림 4-44] 술 관련 부설 연구소, 연구전담부서 여부_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

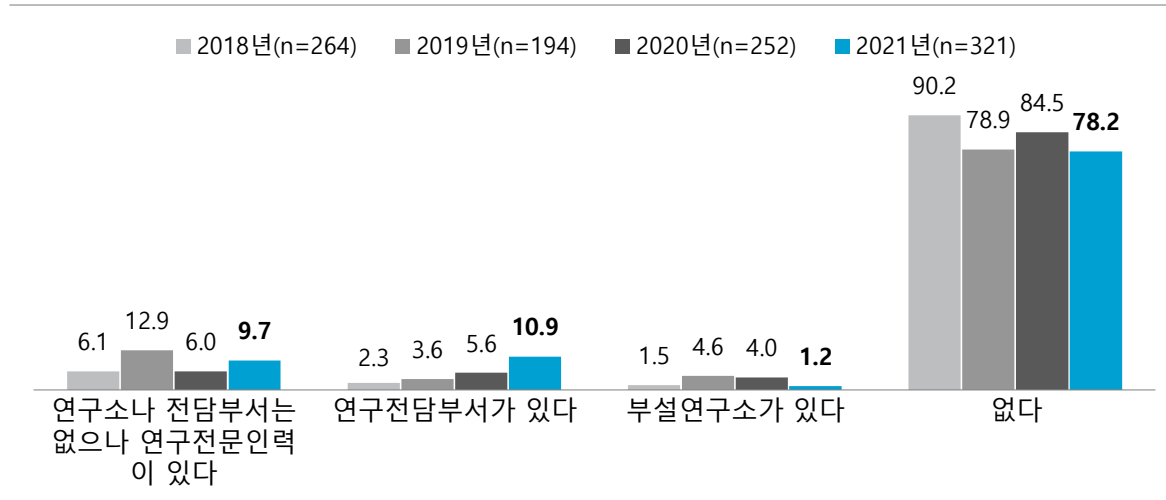
부록

(2) 술 관련 부설연구소 및 연구전담부서의 보유 여부: 전통주 업체

- 전통주 업체의 술 관련 부설 연구소 및 연구전담부서는 78.2%가 없다고 응답하였으며, 연구전담부서가 있다 10.9%, 연구 전문 인력이 있다 9.7%, 부설연구소가 있다 1.2% 등의 순임.
- ✓ 연구전담부서가 있다는 업체가 2020년 대비 증가함.

[그림 4-45] 술 관련 부설 연구소, 연구전담부서 여부_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]

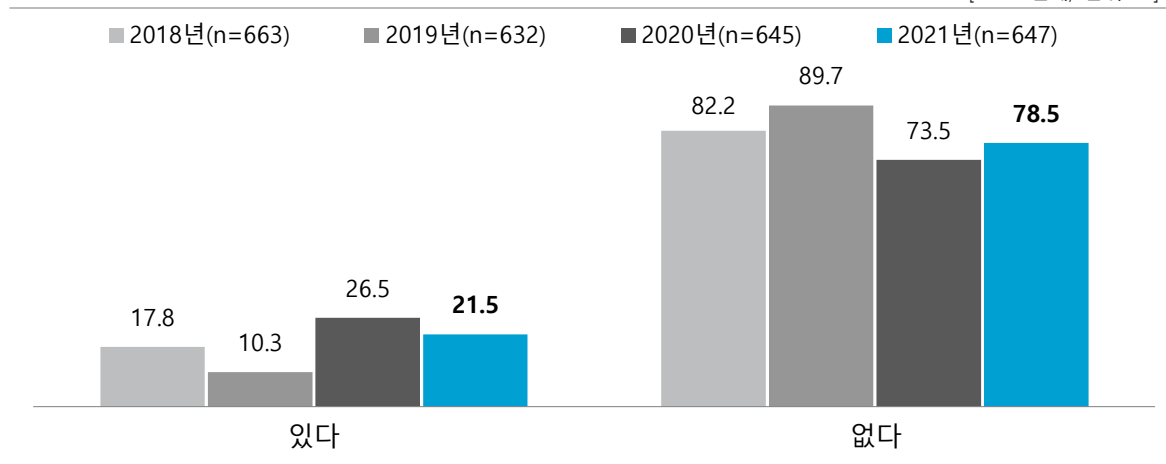


(3) 품질관리 전담직원 보유 여부: 전체 업체

- 전체 주류 제조업체 중 품질관리 전담직원을 보유하고 있는 경우는 21.5%로 나타났으며, '없다'는 응답은 78.5%로 나타남.
- ✓ 2020년 대비 품질관리 전담직원이 있다는 응답이 5.0%p 소폭 감소함.

[그림 4-46] 품질관리 전담직원 보유 여부_전체 업체

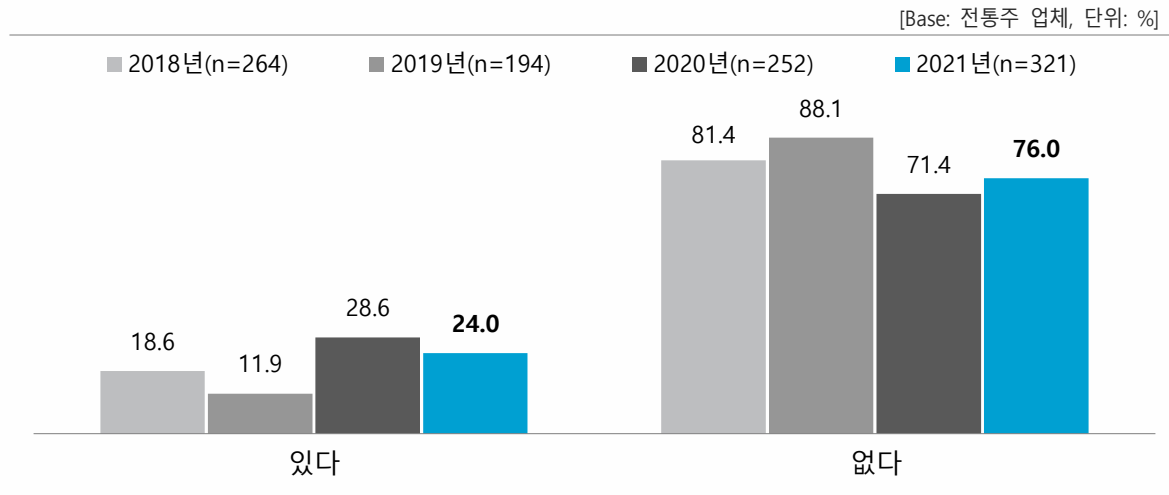
[Base: 전체, 단위: %]



(4) 품질관리 전담직원 보유 여부: 전통주 업체

- 전통주 업체의 품질관리 전담직원 보유율은 24.0%로 나타남. 반면, 없는 경우는 76.0%로 나타남.
- ✓ 2020년 대비 품질관리 전담직원이 있다는 응답이 4.6%p 소폭 감소함.

[그림 4-47] 품질관리 전담직원 보유 여부_전통주 업체



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제5절 판매 현황

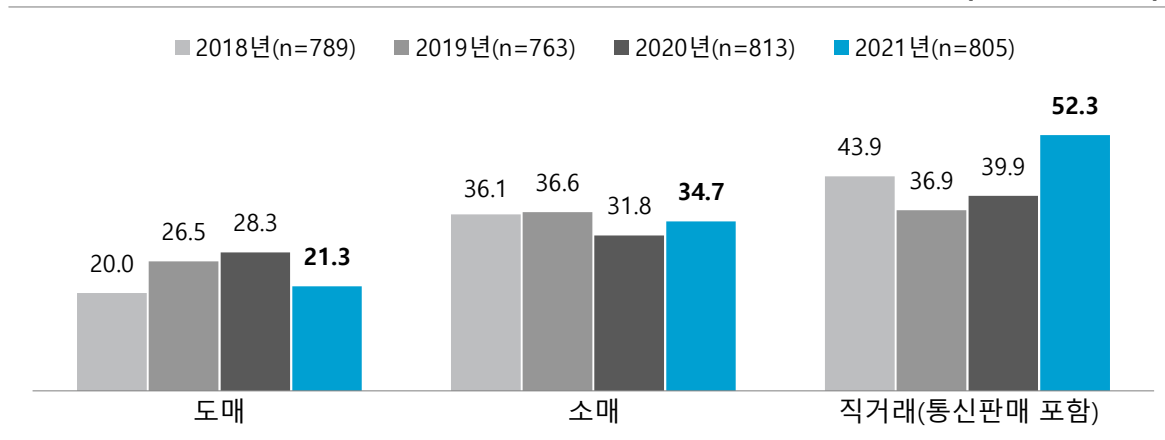
1. 판매 경로

(1) 전체: 주종별 판매 방법별 판매 비중(대분류)

- 전체 주류 제조업체가 판매하는 경로의 비중을 조사한 결과, 직거래의 비중(52.3%)이 가장 높았으며, 이어서 바로 소매상 비중(24.7%)이 높게 나타남. 도매상 비중은 21.3%로 나타남.
 - ✓ 주종별로 도매를 통한 판매는 기타주류(54.6%), 소맥은 탁주(막걸리)(48.2%), 직거래는 과실주(78.8%), 일반증류주(70.8%) 등에서 상대적으로 높음.
 - ✓ 통신판매는 증류식소주(17.2%)에서 높게 나타남.
 - ✓ 도매로 판매한다는 응답이 3년간 증가추세이다가, 21년에 7.0%p 큰 폭으로 하락하였으며, 직거래를 통한 판매 비중이 12.4%p 증가함.

[그림 4-48] 주종별 판매 방법별 판매 비중(대분류)_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



[표 4-75] 주종별 판매 방법별 판매 비중(대분류)_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=805)%, 단위: %]

	도매	소매	직거래 (통신판매 포함)
[전체]	21.3	34.7	52.3
탁주(막걸리)	22.4	48.2	35.2
청주	34.8	40.7	39.8
약주	17.5	24.4	68.4
과실주	16.5	20.7	78.8
증류식 소주	15.4	38.3	63.5
맥주	41.2	18.1	40.7
일반증류주	17.8	26.5	70.8
리큐르	26.9	22.3	63.4
기타주류	54.6	23.9	32.5

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

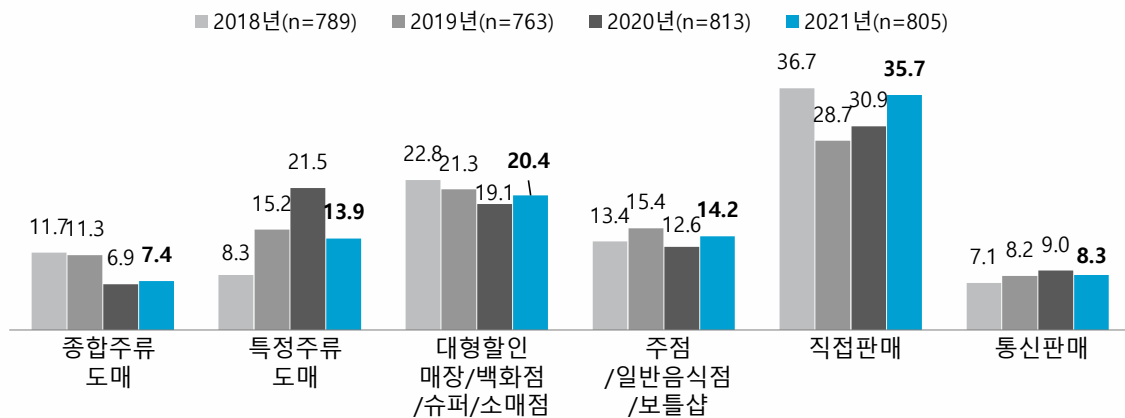
6) 사례 수는 사업체의 수가 아니라 사업체가 제조하는 주종별로 판매 비중이 집계되어 사례 수가 많이 집계됨.
즉, 한 개 업체가 여러 주종을 제조할 경우, 제조하는 주종의 개수만큼 사례 수가 집계됨 (이하 동일)

(1) 전체: 주종별 판매 방법별 판매 비중(중분류)

- 판매 방법별 판매 비중을 세부적으로 살펴보면, 직거래 중 직접판매(35.7%), 주점/일반음식점/바들샵(14.2%), 특정주류 도매업체(13.9%)의 순으로 비중이 나타남.
- ✓ 통신판매는 8.3%로 2020년 대비 0.7%p 소폭 감소한 것으로 나타남.
- ✓ 주종별로는 전반적으로 직접판매 비율이 높은 가운데, 청주와 기타주류의 경우는 특정주류 도매업체(34.8%, 43.8%)가 높은 것으로 나타남.

[그림 4-49] 주종별 판매 방법별 판매 비중(중분류)_전체 업체

[Base: 전체, 단위: %]



[표 4-76] 주종별 판매 방법별 판매 비중(중분류)_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=805), 단위: %]

	도매		소매			직거래			
	28.3%		31.8%			39.9%			
	종합주류 도매업체	특정주류 도매업체	대형 할인 매장/백화점	슈퍼/소매점	주점/ 일반음식점/ 바들샵	직접 판매	통신판매		
							쇼핑몰	라이브 방송	구독
[전체]	7.4	13.9	9.0	11.4	14.2	35.7	8.0	0.0	0.3
탁주(막걸리)	6.4	16.0	11.9	17.5	18.9	23.6	5.7	0.0	0.1
청주	0.0	34.8	24.8	9.5	6.4	9.2	14.9	0.0	0.4
약주	6.0	11.5	7.6	6.2	10.6	47.8	9.4	0.0	0.9
과실주	6.5	10.0	6.8	4.3	9.7	46.8	16.0	0.0	0.0
증류식 소주	3.0	12.4	17.5	5.5	15.3	29.1	14.3	0.0	2.8
맥주	14.7	26.5	2.1	3.6	12.5	40.7	0.0	0.0	0.0
일반증류주	2.1	15.8	14.5	4.3	7.7	40.6	15.1	0.0	0.0
리큐르	14.3	12.6	12.0	1.6	8.6	38.4	12.4	0.0	0.1
기타주류	10.9	43.8	12.4	7.4	4.1	10.4	11.0	0.0	0.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

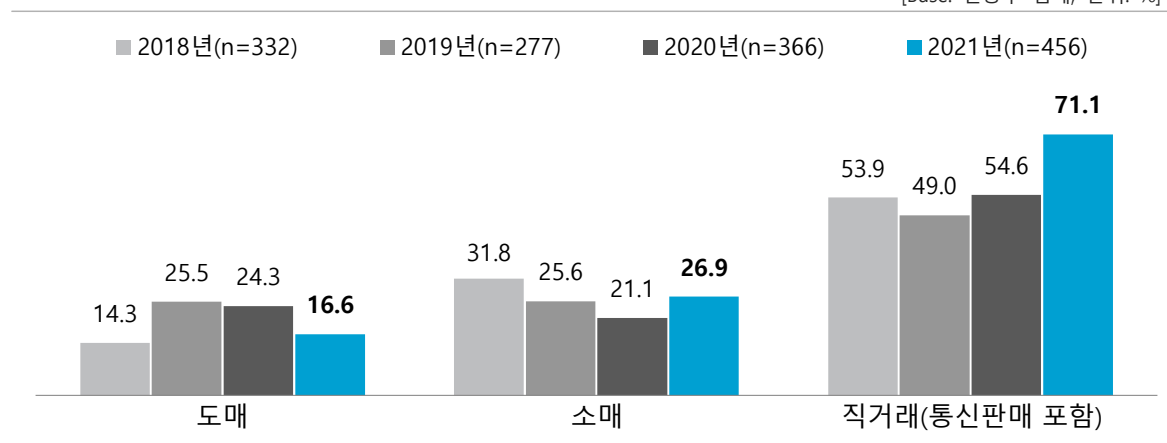
부록

(2) 전통주 업체: 주종별 판매 방법별 판매 비중(대분류)

- 전통주 업체가 주류를 판매하는 방법의 비중은 직거래의 비중이 71.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 소매 비중이 26.9%, 도매 비중이 16.6% 등의 순으로 높게 나타남.
- ✓ 주종별로 도매상을 통한 판매는 기타주류(50.4%)에서, 소매상은 증류식 소주(38.8%), 직거래는 과실주(63.4%), 통신판매는 청주(18.2%)에서 상대적으로 높음.
- ✓ 도매 비중이 2020년 대비 감소한 반면, 직거래는 16.5%p 대폭 상승한 것으로 나타남.

[그림 4-50] 주종별 판매 방법별 판매 비중(대분류)_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-77] 주종별 판매 방법별 판매 비중(대분류)_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=456), 단위: %]

	도매	소매	직거래 (통신판매 포함)
[전체]	16.6	26.9	71.1
탁주(막걸리)	21.4	38.3	53.0
청주	41.4	33.7	43.0
약주	15.6	23.4	73.5
과실주	15.2	21.5	81.1
증류식 소주	14.3	38.8	64.2
일반증류주	17.5	27.2	71.2
리큐르	29.1	20.0	64.5
기타주류	50.4	23.8	41.5

* 전통주 업체(전통주 면허 보유 업체) 중 일반 주류를 생산하는 업체의 결과가 전체값에 포함되어 있음.

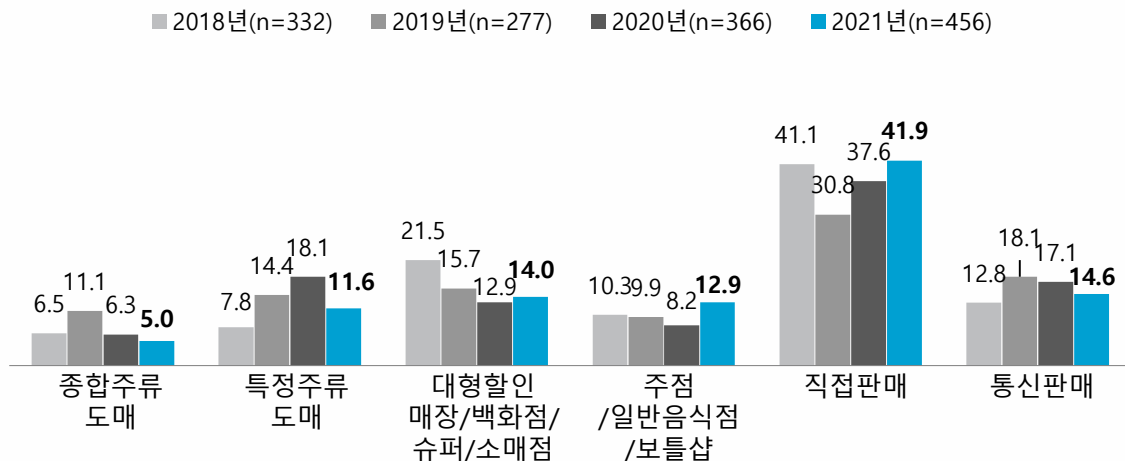
* 사례수 10 이상의 주종만 제시

(2) 전통주 업체: 주종별 판매 방법별 판매 비중(중분류)

- 전통주 업체의 판매방법 비중을 세부적으로 살펴보면, 도매상에서 특정주류 도매업체(11.6%), 종합주류 도매업체(5.0%), 소매상에서는 대형 할인 매장/백화점/슈퍼/소매점(14.0%), 주점/일반음식점/바틀샵(12.9%)의 순으로 비중이 나타남.
- 직거래에서는 직접판매(41.9%), 통신판매(14.6%) 등의 순으로 높게 나타남.
 - ✓ 통신판매 중 라이브방송과 구독 판매는 아직까지 미미한 것으로 나타남.

[그림 4-51] 주종별 판매 방법별 판매 비중(중분류)_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-78] 주종별 판매 방법별 판매 비중(중분류)_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=456), 단위: %]

	도매		소매		직거래			
	종합주류 도매업체	특정주류 도매업체	대형 할인 매장/백화점 /슈퍼/소매점	주점/ 일반음식점/ 바틀샵	직접 판매	통신판매		
						쇼핑몰	라이브 방송	구독
[전체]	5.0	11.6	14.0	12.9	41.9	14.1	0.0	0.6
탁주(막걸리)	4.4	17.0	19.0	19.3	27.6	12.4	0.0	0.3
청주	0.0	41.4	32.3	1.4	6.7	17.7	0.0	0.5
약주	4.1	11.5	12.1	11.3	48.4	11.4	0.0	1.2
과실주	7.1	8.0	11.3	10.1	45.6	17.7	0.0	0.0
증류식 소주	3.1	11.3	23.3	15.5	29.5	14.5	0.0	2.9
일반증류주	2.0	15.5	19.1	8.1	39.5	15.9	0.0	0.0
리큐르	15.4	13.6	14.7	5.3	37.4	13.4	0.0	0.1
기타주류	13.3	37.1	20.4	3.3	10.2	15.6	0.0	0.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

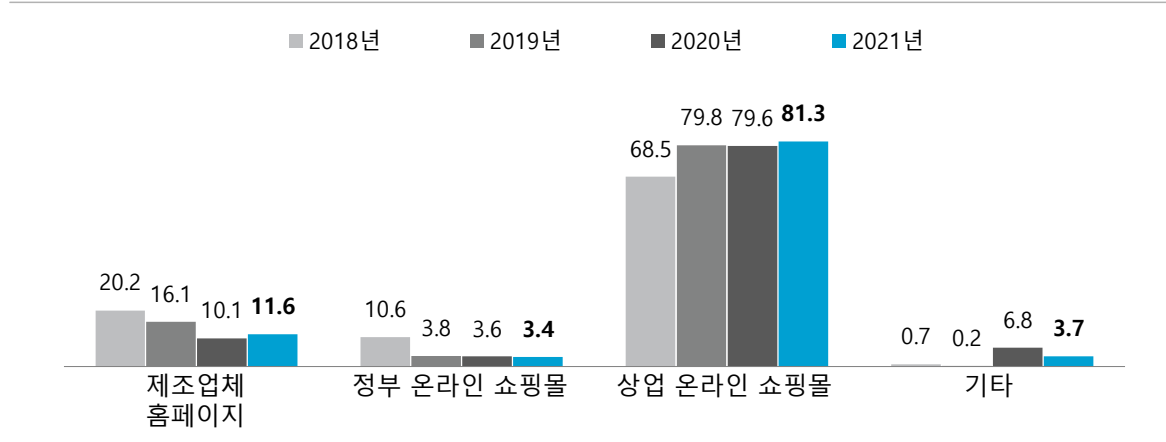
2. 전통주 통신판매

(1) 2021년 전통주 통신판매 경로별 매출액

- 2021년 통신판매 세부 경로를 보면, 매출액 비중을 기준으로 상업 온라인 쇼핑몰을 통한 판매가 81.3%로 가장 높으며, 이어서 제조업체 홈페이지가 11.6%로 높음.
 - ✓ 주종별로 살펴보면, 상업 온라인 쇼핑몰에서는 탁주, 과실주, 약주의 판매 비중이 높으며, 제조업체 홈페이지에서는 탁주의 판매 비중이 높은 것으로 나타남.
 - ✓ 전체적으로 탁주의 판매 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 과실주, 약주, 증류식 소주 등의 순임.
 - ✓ 2020년 대비 제조업체 홈페이지 비중이 1.5%p, 상업 온라인 쇼핑몰 비중이 1.7%p 증가함.

[그림 4-52] 2021년 통신판매 경로별 매출액 비중

[Base: 2021년 통신판매 이용(n=178), 중복응답, 단위: %]



[표 4-79] 2021년 통신판매 경로별 매출액_생산주종별 비중

[Base: 2021년 통신판매 이용(n=178), 중복응답, 단위: %/백만원]

	제조업체 홈페이지	정부 온라인 쇼핑몰	상업 온라인 쇼핑몰	기타	전체
[전체] 비율	11.6	3.4	81.3	3.7	100.0
[전체] 매출액	2,932	867	20,455	921	25,175
탁주(막걸리)	1,564	85	5,321	325	7,295
청주	30	10	105	20	165
약주	573	143	4,388	50	5,154
과실주	624	270	4,924	366	6,184
증류식 소주	109	289	3,613	72	4,083
일반증류주	4	52	1,264	83	1,403
리큐르	19	17	681	0	717
기타주류	9	1	159	5	174

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

[표 4-80] 2022년 1월~6월 통신판매 경로별 매출액_생산주종별 비중

[Base: 2022년 1월~6월 통신판매 이용(n=180), 중복응답, 단위: %/백만원]

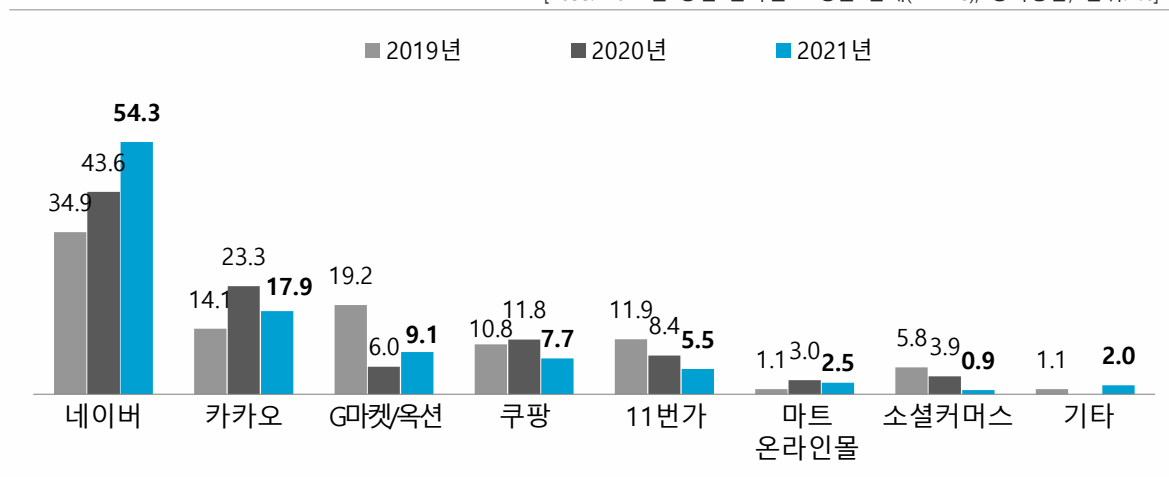
	제조업체 홈페이지	정부 온라인 쇼핑몰	상업 온라인 쇼핑몰	기타	전체
[전체] 비율	13.3	4.0	79.7	3.0	100.0
[전체] 매출액	1,418	425	8,508	324	10,675
탁주(막걸리)	938	29	3,078	156	4,201
청주	12	5	50	10	77
약주	171	84	1,395	24	1,672
과실주	215	168	2,118	91	2,592
증류식 소주	40	84	864	0	988
일반증류주	2	26	367	43	438
리큐르	10	29	414	0	453
기타주류	30	0	223	1	254

(2) 2021년 상업 온라인 쇼핑몰별 매출액

- 상업 온라인 쇼핑몰을 통한 매출액은 약 204억 수준이며, 상업 온라인 쇼핑몰별 매출액 비중은 네이버(54.3%)가 가장 높게 나타남.
- 그 다음으로는 카카오(17.9%), G마켓/옥션(9.1%), 쿠팡(7.7%), 11번가(5.5%), 등의 순으로 높게 나타남.
 - ✓ 주종별로 살펴보면, 네이버에서는 탁주, 카카오에서는 리큐르 및 과실주가 가장 많은 판매 비중을 차지하고 있음.
 - ✓ 2019년 대비 판매 비중을 보면, 양대 플랫폼(네이버, 카카오)으로 비중이 점차 옮겨가고 있는 것을 확인할 수 있음.

[그림 4-53] 2021년 상업 온라인 쇼핑몰별 매출액 비중

[Base: 2021년 상업 온라인 쇼핑몰 판매(n=178), 중복응답, 단위: %]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-81] 2021년 상업 온라인 쇼핑물별 매출액_생산주종별 비중

[Base: 2021년 상업 온라인 쇼핑물 판매(n=178), 중복응답, 단위: %/백만원]

	네이버	카카오	G마켓/옥션	쿠팡	11번가	마트 온라인 몰	소셜 커머스	기타 (술구독)	전체
[전체] 비율	54.3	17.9	9.1	7.7	5.5	2.5	0.9	2.0	100.0
[전체] 매출액	11,115	3,657	1,859	1,578	1,124	522	192	408	20,455
탁주(막걸리)	3,430	0	639	820	47	281	88	16	5,321
청주	20	0	20	10	10	40	0	5	105
약주	1,881	718	763	374	510	41	53	50	4,388
과실주	2,345	1,817	237	234	187	103	0	0	4,924
증류식 소주	2,994	72	78	64	66	10	0	329	3,613
일반증류주	175	744	42	8	276	0	19	0	1,264
리큐르	217	268	65	46	15	42	28	0	681
기타주류	52	38	16	22	13	5	5	8	159

[표 4-82] 2022년 1월~6월 상업 온라인 쇼핑물별 매출액_생산주종별 비중

[Base: 2022년 1월~6월 상업 온라인 쇼핑물 판매(n=180), 중복응답, 단위: %/백만원]

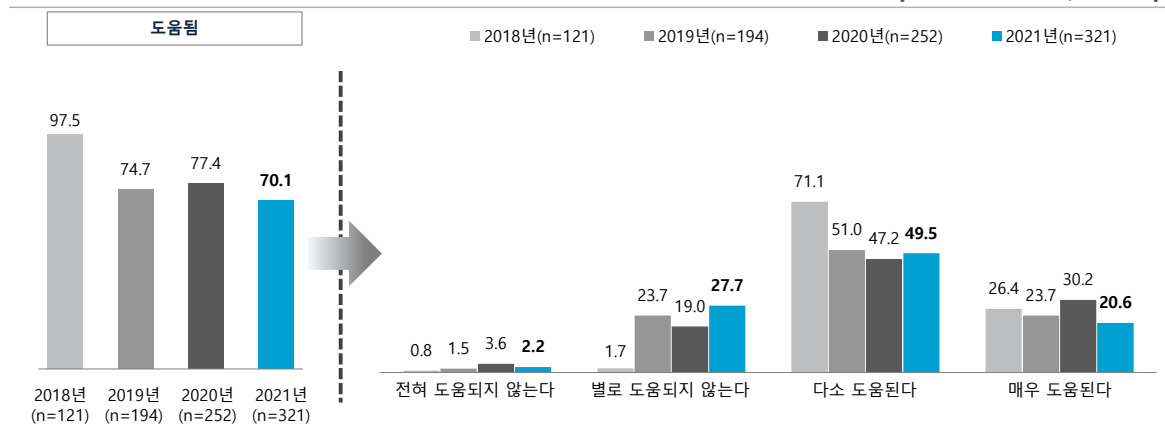
	네이버	카카오	G마켓/옥션	쿠팡	11번가	마트 온라인 몰	소셜 커머스	기타 (술구독)	전체
[전체] 비율	54.8	17.7	8.8	9.8	3.1	2.7	0.8	2.3	100.0
[전체] 매출액	4,661	1,505	748	835	267	232	67	193	8,508
탁주(막걸리)	2,034	0	382	523	22	95	17	5	3,078
청주	10	0	10	5	5	20	0	0	50
약주	696	235	167	145	81	20	25	25	1,395
과실주	939	862	127	107	77	6	0	0	2,118
증류식 소주	676	4	8	4	4	6	0	163	864
일반증류주	104	175	22	4	54	0	9	0	367
리큐르	134	166	11	4	3	84	14	0	414
기타주류	68	63	23	43	22	1	1	1	223

(3) 전통주 온라인 판매 허용의 전통주 활성화 및 매출 증가 도움 정도

- 전통주 온라인 판매 허용이 전통주 활성화 및 매출 증가에 도움이 된다는 의견이 70.1%로 매우 높게 나타남.
 - ✓ 주종별로는 대체로 도움이 된다는 의견이 대다수인 것으로 나타났으며 특히 증류식 소주에서 높은 것으로 나타남.
 - ✓ ‘도움된다’는 응답은 2020년 대비 7.3%p 감소함.

[그림 4-54] 전통주 온라인 판매 허용의 전통주 활성화 및 매출 증가 도움 정도

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-83] 전통주 온라인 판매 허용의 전통주 활성화 및 매출 증가 도움 정도

[단위: %]

	사례수	전혀 도움 되지 않는다	별로 도움 되지 않는다	다소 도움된다	매우 도움된다	도움안됨	도움됨
[전체 업체]	(647)	4.6	38.6	43.1	13.6	43.3	56.7
[전통주 업체]	(321)	2.2	27.7	49.5	20.6	29.9	70.1
탁주(막걸리)	(123)	0.8	22.0	54.5	22.8	22.8	77.2
약주	(127)	3.9	32.3	49.6	14.2	36.2	63.8
과실주	(92)	1.1	28.3	47.8	22.8	29.3	70.7
증류식 소주	(31)	0.0	16.1	64.5	19.4	16.1	83.9
일반증류주	(42)	0.0	19.0	54.8	26.2	19.0	81.0
리큐르	(16)	0.0	18.8	50.0	31.3	18.8	81.3

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

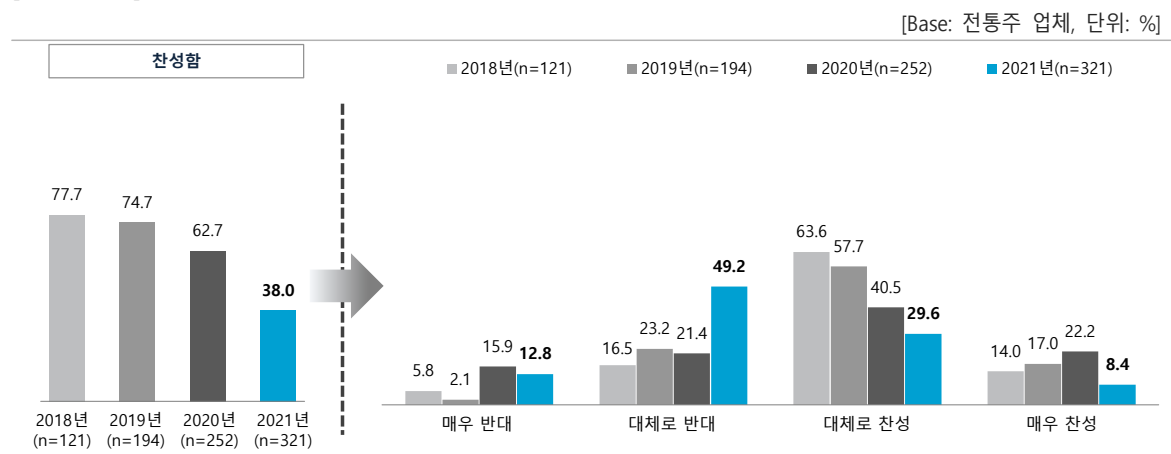
주류
트렌드
분석

부록

(4) 전통주 외 온라인 판매 허용에 대한 의견

- 전통주 외 온라인 판매 허용에 대해서 찬성하는 의견이 38.0%로 반대한다는 의견 62.0% 보다 낮게 나타남.
- ✓ 주종별로 살펴보면, 대체로 반대하는 비율이 높게 나타났으며, 리큐르 생산 업체에서 반대한다는 의견이 특히 높은 편임.
- ✓ 전통주 외 온라인 판매에 대해서는 2018년 이후 지속적으로 찬성 의견이 감소하는 중이며, 특히 2021년에 큰 폭으로 감소한 것으로 나타남.

[그림 4-55] 전통주 외 온라인 판매 허용에 대한 의견



[표 4-84] 전통주 외 온라인 판매 허용에 대한 의견

[단위: %]

	사례수	대체로 반대	매우 반대	매우 찬성	대체로 찬성	반대	찬성
[전체 업체]	(647)	9.6	51.9	31.5	7.0	61.5	38.5
[전통주 업체]	(321)	12.8	49.2	29.6	8.4	62.0	38.0
탁주(막걸리)	(123)	8.9	54.5	26.8	9.8	63.4	36.6
약주	(127)	15.0	52.8	26.0	6.3	67.7	32.3
과실주	(92)	12.0	44.6	35.9	7.6	56.5	43.5
증류식 소주	(31)	16.1	38.7	38.7	6.5	54.8	45.2
일반증류주	(42)	16.7	38.1	33.3	11.9	54.8	45.2
리큐르	(16)	31.3	43.8	25.0	0.0	75.0	25.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

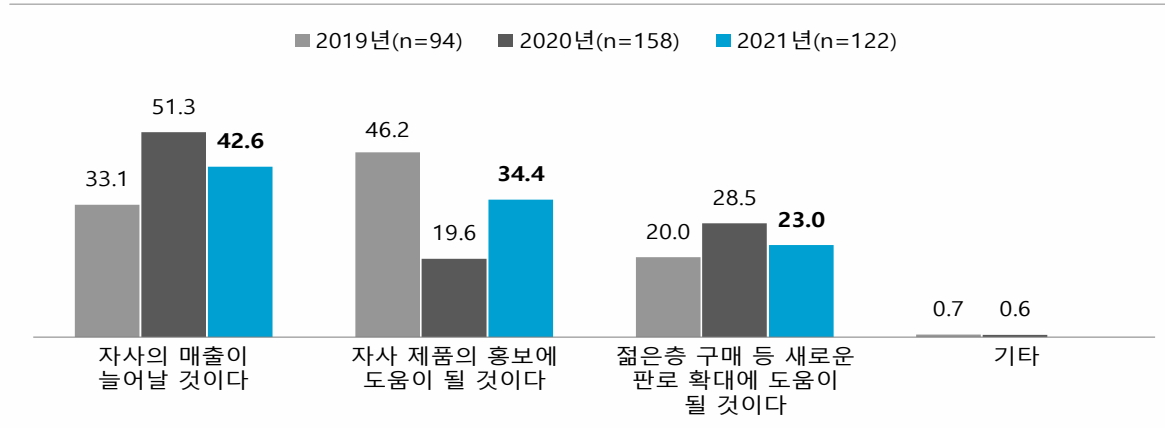
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(5) 전통주 외 온라인 판매 허용 찬성 이유

- 전통주 외 온라인 판매 허용에 대해 찬성하는 이유는 ‘자사의 매출이 늘어날 것이다’가 42.6%로 가장 높게 나타남. 그 다음으로, ‘자사 제품의 홍보에 도움이 될 것이다’가 34.4% 등의 순으로 나타남.
- 한편, 전체 주류 제조업체의 찬성 이유 역시 ‘자사의 매출이 늘어날 것이다’가 40.6%로 가장 높아 전통주 제조업체와 비슷한 의견을 보임.

[그림 4-56] 전통주 외 온라인 판매 허용 찬성 이유

[Base: 전통주 업체 중 찬성 응답자, 단위: %]

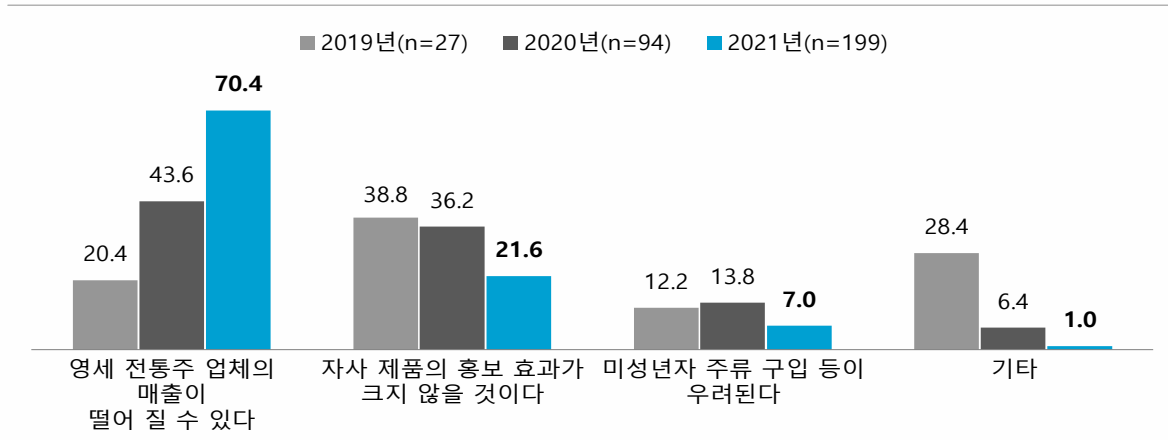


(6) 전통주 외 온라인 판매 허용 반대 이유

- 전통주 외 온라인 판매 허용에 대해 반대하는 이유는 ‘영세 전통주 업체의 매출이 떨어질 수 있다’가 70.4%로 가장 높게 나타남. 그 다음으로, ‘자사 제품의 홍보 효과가 크지 않을 것이다’가 21.6%, ‘미성년자의 주류 구입 우려된다’가 7.0% 등의 순으로 나타남.

[그림 4-57] 전통주 외 온라인 판매 허용 반대 이유

[Base: 전통주 업체 중 반대 응답자, 단위: %]



* 2020년까지는 ‘영세 전통주 업체의 매출이 떨어질 수 있다’ 보기가 ‘자사의 매출이 떨어질 수 있다’로 조사되었음.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

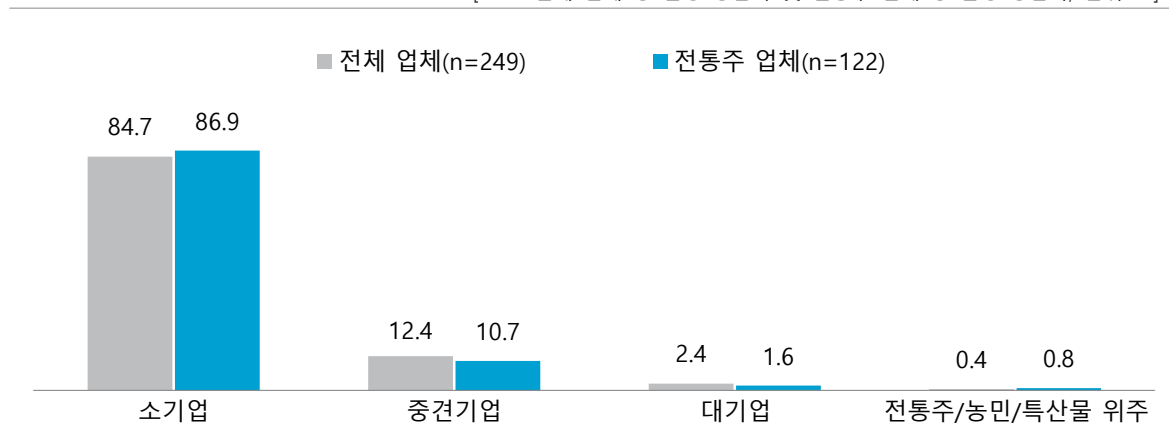
부록

(7) 전통주 외 온라인 판매 허용 기업 범위

- 전통주 외 주류의 온라인 판매가 허용된다면, 허용 가능한 기업 범위에 대해서는 ‘소기업’까지 허용 가능할 수 있다는 응답이 전체 업체와 전통주 업체 모두에서 가장 높게 나타남.
- 전체 업체에서는 ‘소기업’ 응답이 84.7%, 전통주 업체에서는 86.9%로 전통주 업체에서 더 높은 것으로 나타남.

[그림 4-58] 전통주 외 온라인 판매 허용 기업 범위

[Base: 전체 업체 중 찬성 응답자 및 전통주 업체 중 찬성 응답자, 단위: %]



제6절 주류업체 홍보

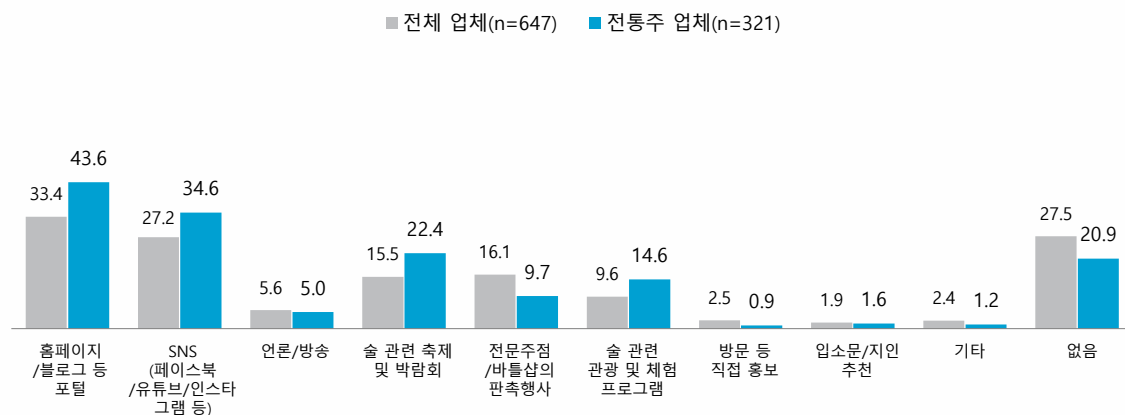
1. 주류업체 홍보 및 기타

(1) 술 관련 홍보 방법

- 전체 업체의 술 관련 홍보 방법으로 홈페이지/블로그 등 포털(33.4%), SNS(27.2%), 술 관련 축제 및 박람회(22.4%) 등의 순으로 높게 나타남.
- 전통주 업체에서도 홈페이지/블로그 등 포털이 43.6%로 가장 높음.

[그림 4-59] 술 관련 홍보 방법

[중복응답, 단위: %]



[표 4-85] 술 관련 홍보 방법

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	홈페이지/블로그 등 포털	SNS	언론/방송	술 관련 축제 및 박람회	전문주점/바를삼의 판촉행사	술 관련 관광 및 체험 프로그램	방문 등 직접 홍보	입소문/지인 추천	기타	없다
[전체]	(647)	33.4	27.2	5.6	15.5	16.1	9.6	2.5	1.9	2.3	27.5
탁주(막걸리)	(356)	30.3	21.6	3.9	12.6	20.8	6.5	3.7	1.7	2.5	30.9
약주	(158)	38.6	23.4	6.3	18.4	10.1	10.1	1.3	1.9	1.9	32.9
과실주	(103)	33.0	34.0	4.9	21.4	4.9	22.3	2.9	1.9	1.9	16.5
증류식 소주	(32)	56.3	46.9	12.5	28.1	3.1	9.4	0.0	3.1	3.1	9.4
맥주	(49)	38.8	63.3	10.2	14.3	34.7	10.2	0.0	0.0	2.0	4.1
일반증류주	(46)	56.5	30.4	8.7	30.4	13.0	13.0	0.0	2.2	0.0	15.2
리큐르	(19)	42.1	42.1	5.3	36.8	5.3	10.5	0.0	5.3	0.0	15.8
기타주류	(16)	68.8	25.0	12.5	31.3	6.3	25.0	0.0	0.0	0.0	12.5

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

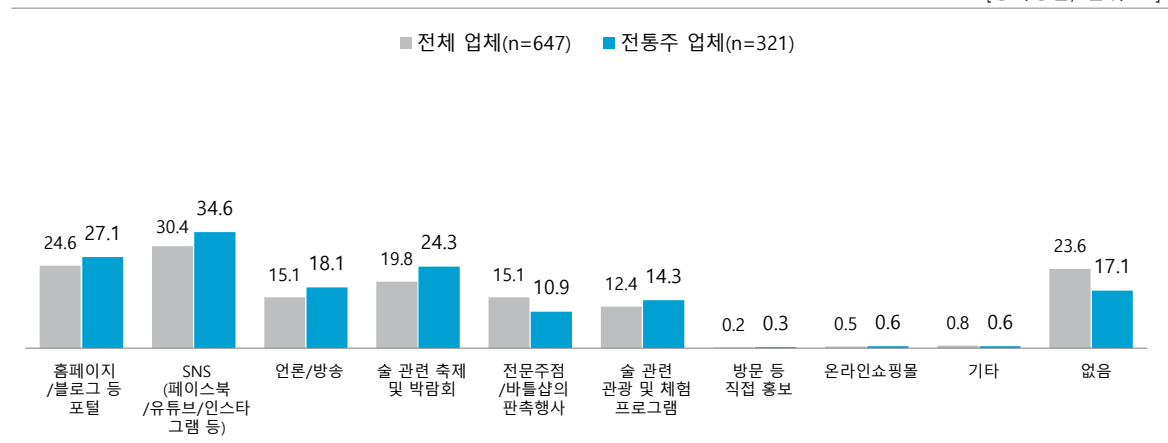
부록

(2) 술 관련 홍보 방법 중 확대하고 싶은 방법

- 술 관련 홍보 방법 중에서 ‘확대하고 싶은 방법’으로는 SNS가 30.4%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 이어서, 홈페이지/블로그 등 포털(24.6%), 술 관련 축제 및 박람회(19.8%) 등의 순으로 높게 나타남.
- 전통주 업체에서도 SNS가 34.6%로 가장 높음.

[그림 4-60] 술 관련 홍보 방법 중 확대하고 싶은 방법

[중복응답, 단위: %]



[표 4-86] 술 관련 홍보 방법 중 확대하고 싶은 방법

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	홈페이지/블로그 등 포털	SNS	언론/방송	술 관련 축제 및 박람회	전문주점/바를삼의 판촉행사	술 관련 관광 및 체험 프로그램	방문 등 직접 홍보	온라인쇼핑몰	기타	없다
[전체]	(647)	24.6	30.4	15.1	19.8	15.1	12.4	0.2	0.5	0.8	23.6
탁주(막걸리)	(356)	22.8	29.8	11.2	16.6	16.3	9.8	0.3	0.3	0.8	26.7
약주	(158)	26.6	19.6	22.8	19.6	8.2	13.3	0.0	0.0	1.9	26.6
과실주	(103)	24.3	34.0	12.6	27.2	9.7	19.4	1.0	1.0	0.0	15.5
증류식 소주	(32)	53.1	37.5	31.3	34.4	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	9.4
맥주	(49)	28.6	49.0	24.5	22.4	38.8	14.3	0.0	2.0	0.0	4.1
일반증류주	(46)	39.1	32.6	34.8	19.6	4.3	15.2	0.0	0.0	0.0	13.0
리큐르	(19)	47.4	47.4	21.1	31.6	21.1	10.5	0.0	0.0	0.0	21.1
기타주류	(16)	18.8	31.3	18.8	12.5	6.3	12.5	0.0	0.0	6.3	18.8

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

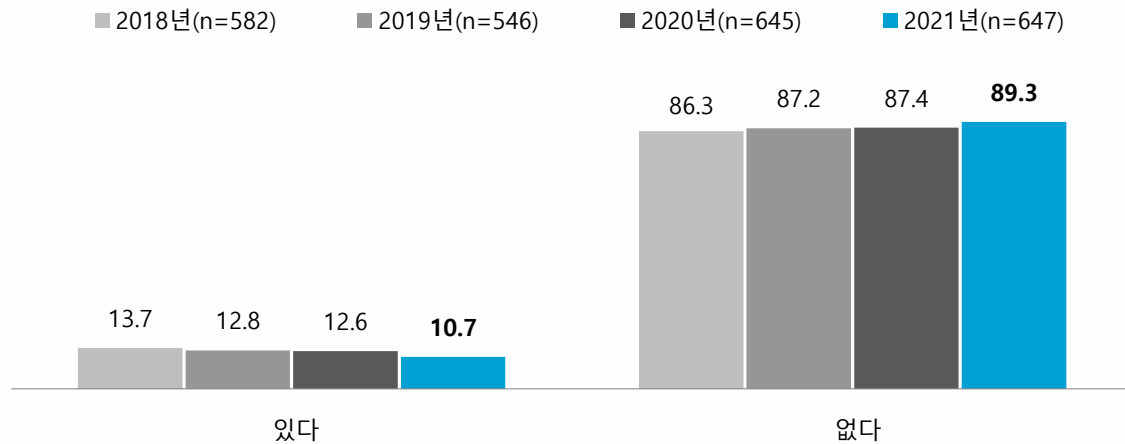
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(3) 술 관련 관광 체험 프로그램 여부

- 술 관련 관광 체험 프로그램을 ‘보유하고 있는 업체’는 10.7%로 나타남.
- ✓ 술 관련 관광 체험 프로그램이 없다는 응답이 2020년 대비 소폭 증가한 것으로 나타남.
- ✓ 술 관련 관광 체험 프로그램 보유 업체는 2018년 이후 매년 하락하고 있는 추세임.

[그림 4-61] 술 관련 관광 체험 프로그램 여부

[Base: 탁주/약주/과실주/증류식 소주 생산업체(2018년~2019년), 전체 업체(2020년~2021년), 단위: %]



[표 4-87] 술 관련 관광 체험 프로그램 여부_지역별

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	있다	없다
[전체]	(647)	10.7	89.3
서울	(12)	33.3	66.7
부산	(24)	8.3	91.7
대구	(5)	0.0	100.0
인천	(1)	0.0	100.0
광주	(2)	0.0	100.0
대전	(6)	0.0	100.0
울산	(11)	9.1	90.9
경기	(65)	10.8	89.2
강원	(19)	0.0	100.0
충북	(73)	21.9	78.1
충남(세종)	(119)	9.2	90.8
전북	(53)	15.1	84.9
전남	(62)	11.3	88.7
경북	(88)	11.4	88.6
경남	(104)	2.9	97.1
제주	(3)	0.0	100.0

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

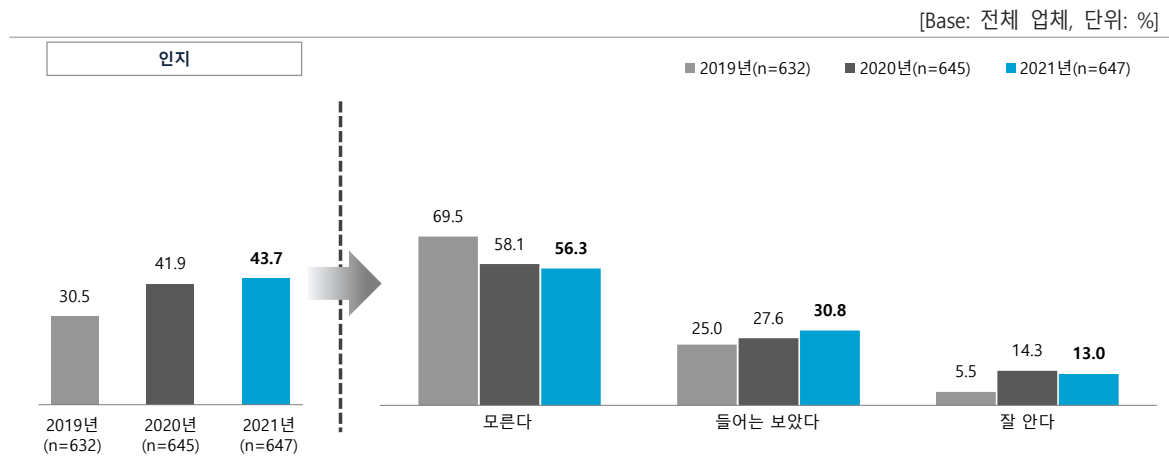
부록

2. 스마트 오더

(1) 스마트 오더 방식 주류 판매 인지도

- 스마트 오더 방식의 주류 판매에 대해서는 ‘인지’ 응답이 43.7%로 나타남.
 - ✓ 주종별로는 스마트 오더 방식의 주류 판매에 대한 인지도가 맥주, 일반증류주, 과실주 생산 업체에서 비교적 높은 것으로 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 ‘인지’ 응답이 1.8%p 상승한 것으로 나타났으며, 최근 3년간 상승하는 추세임.

[그림 4-62] 스마트 오더 방식 주류 판매 인지도



[표 4-88] 스마트 오더 방식 주류 판매 인지도

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	잘 안다	들어는 보았다	모른다	인지	비인지
[전체]	(647)	13.0	30.8	56.3	43.7	56.3
탁주(막걸리)	(356)	9.6	30.3	60.1	39.9	60.1
약주	(158)	15.8	23.4	60.8	39.2	60.8
과실주	(103)	17.5	39.8	42.7	57.3	42.7
증류식 소주	(32)	15.6	37.5	46.9	53.1	46.9
맥주	(49)	30.6	36.7	32.7	67.3	32.7
일반증류주	(46)	19.6	41.3	39.1	60.9	39.1
리큐르	(19)	26.3	26.3	47.4	52.6	47.4
기타주류	(16)	6.3	43.8	50.0	50.0	50.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

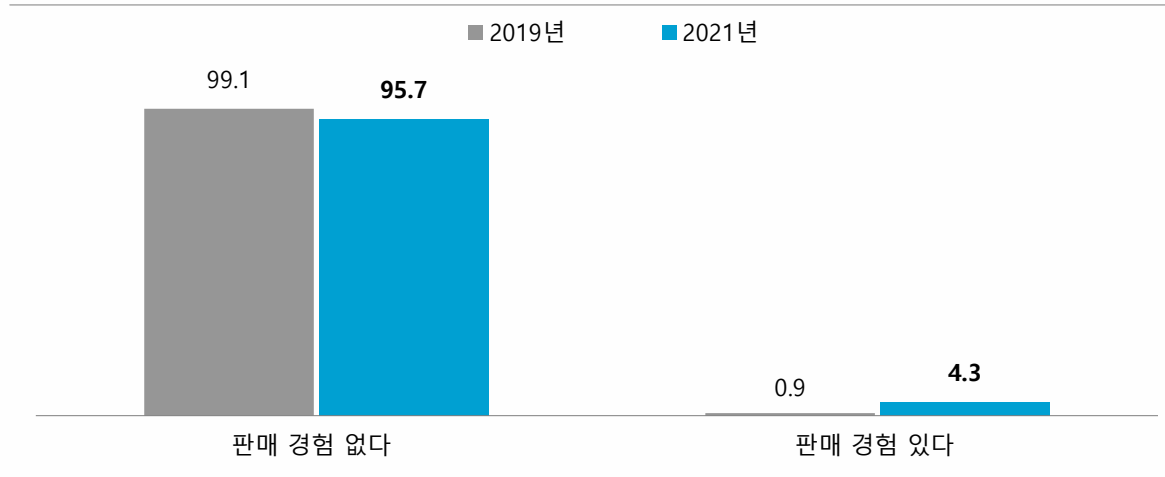
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(2) 스마트 오더 방식 주류 판매 경험

- 스마트 오더 방식의 주류 판매를 해 본 '경험이 있다'는 응답은 4.3%에 불과함.
 - ✓ 주종별로는 증류식 소주 및 맥주 생산 업체에서 스마트 오더 방식으로 판매한 경험이 상대적으로 높은 것으로 나타남.
 - ✓ 2019년 대비 스마트 오더 방식 주류 판매 경험이 3.4%p 증가함.

[그림 4-63] 스마트 오더 방식 주류 판매 경험

[Base: 전체 업체, 단위: %]



[표 4-89] 스마트 오더 방식 주류 판매 경험

[Base: 전체 업체, 2021년 (n=647), 단위: %]

	사례수	판매 경험 없다	판매 경험 있다
[전체]	(647)	95.7	4.3
탁주(막걸리)	(356)	96.9	3.1
약주	(158)	94.3	5.7
과실주	(103)	97.1	2.9
증류식 소주	(32)	84.4	15.6
맥주	(49)	81.6	18.4
일반증류주	(46)	95.7	4.3
리큐르	(19)	94.7	5.3
기타주류	(16)	93.8	6.3

* 사례수 10 이상의 주종만 제시
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

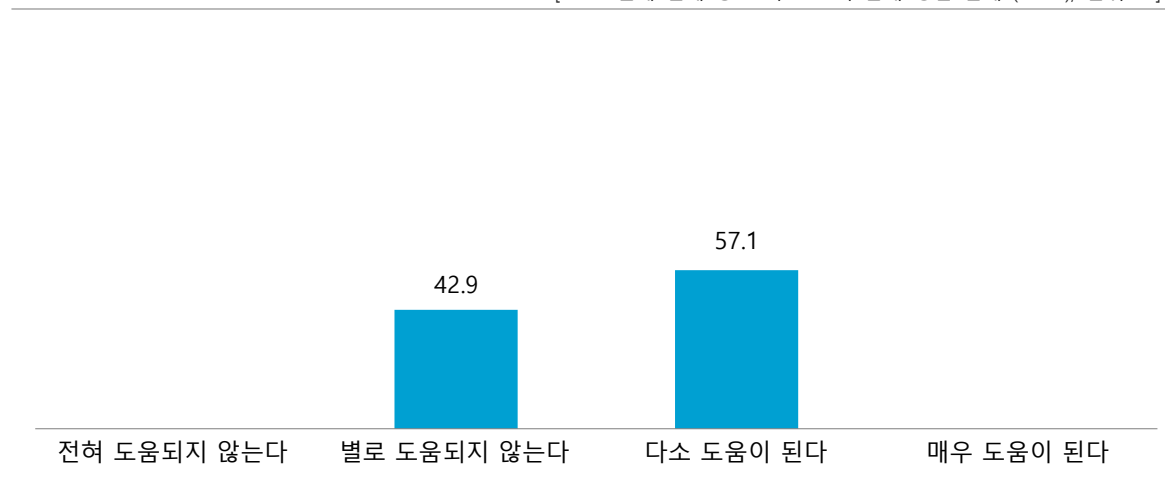
부록

(3) 스마트 오더 방식의 매출 증가 도움정도

- 스마트 오더 방식의 주류 판매가 매출 증가에 ‘도움이 된다’는 응답은 57.1%로 나타남.

[그림 4-64] 스마트 오더 방식의 매출 증가 도움정도

[Base: 전체 업체 중 스마트 오더 판매 경험 업체 (n=28), 단위: %]



[표 4-90] 스마트 오더 방식의 매출 증가 도움정도

[Base: 전체 업체 중 스마트 오더 판매 경험 업체 (n=28), 단위: %]

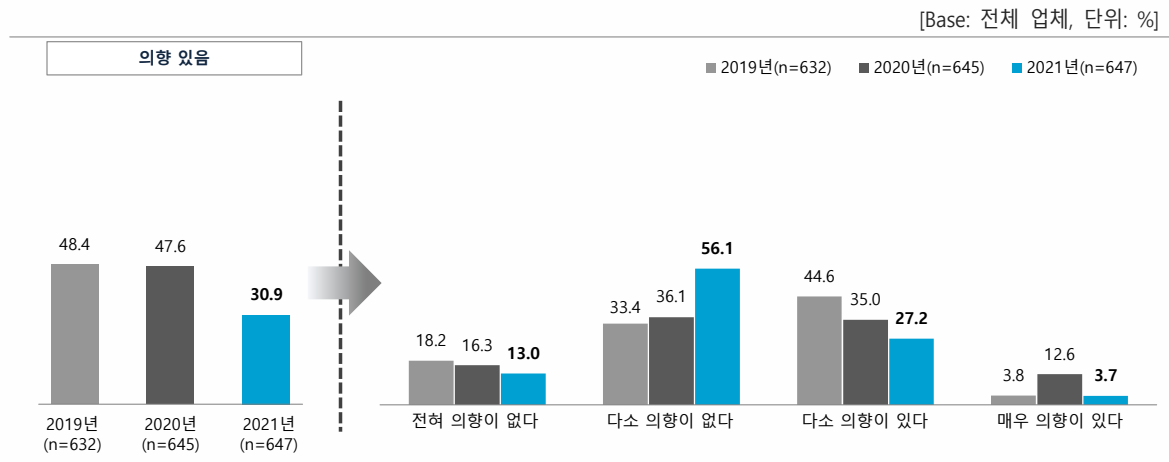
	사례수	전혀 도움되지 않는다	별로 도움되지 않는다	다소 도움이 된다	매우 도움이 된다	도움안됨	도움됨
[전체]	(28)	-	42.9	57.1	-	42.9	57.1
탁주(막걸리)	(11)	-	54.5	45.5	-	54.5	45.5
약주	(9)	-	44.4	55.6	-	44.4	55.6
과실주	(3)	-	66.7	33.3	-	66.7	33.3
증류식 소주	(5)	-	80.0	20.0	-	80.0	20.0
맥주	(9)	-	22.2	77.8	-	22.2	77.8
브랜드	(1)	-	0.0	100.0	-	0.0	100.0
일반증류주	(2)	-	100.0	0.0	-	100.0	0.0
리큐르	(1)	-	100.0	0.0	-	100.0	0.0
기타주류	(1)	-	0.0	100.0	-	0.0	100.0

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(4) 스마트 오더 방식 주류 판매 의향

- 스마트 오더 방식의 주류 판매에 대해서는 ‘의향 있다’는 응답이 30.9%로 나타남.
 - ✓ 주종별로는 리큐르, 증류식 소주, 맥주 생산 업체에서 비교적 스마트 오더를 통한 판매 의향이 높은 것으로 나타남.
 - ✓ ‘의향 있다’는 응답은 2020년 대비 16.7%p 큰 폭으로 감소한 것으로 나타남.

[그림 4-65] 스마트 오더 방식 주류 판매 의향



[표 4-91] 스마트 오더 방식 주류 판매 의향

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	전혀 의향이 없다	다소 의향이 없다	다소 의향이 있다	매우 의향이 있다	의향 없음	의향 있음
[전체]	(647)	13.0	56.1	27.2	3.7	69.1	30.9
탁주(막걸리)	(356)	14.0	57.0	26.4	2.5	71.1	28.9
약주	(158)	18.4	54.4	22.8	4.4	72.8	27.2
과실주	(103)	6.8	54.4	34.0	4.9	61.2	38.8
증류식 소주	(32)	0.0	59.4	31.3	9.4	59.4	40.6
맥주	(49)	2.0	57.1	38.8	2.0	59.2	40.8
일반증류주	(46)	4.3	58.7	28.3	8.7	63.0	37.0
리큐르	(19)	0.0	52.6	42.1	5.3	52.6	47.4
기타주류	(16)	12.5	62.5	18.8	6.3	75.0	25.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제7절 애로사항 및 정책 수요

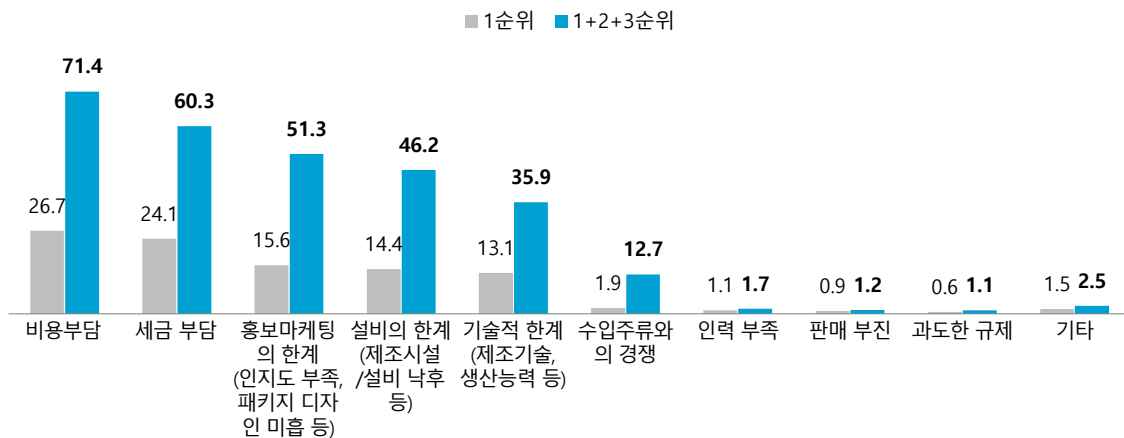
1. 주류 제조업 운영시 애로 사항

(1) 전체 업체

- 전체 주류 제조업체의 2021년 주요 애로사항으로는 비용 부담(71.4%)이 가장 높게 나타났으며, 이어서 세금 부담(60.3%), 홍보마케팅의 한계(51.3%), 설비의 한계(46.2%) 등의 순으로 높게 나타남. (1+2+3순위 기준)

[그림 4-66] 애로사항_전체 업체

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: 1+2+3순위%]

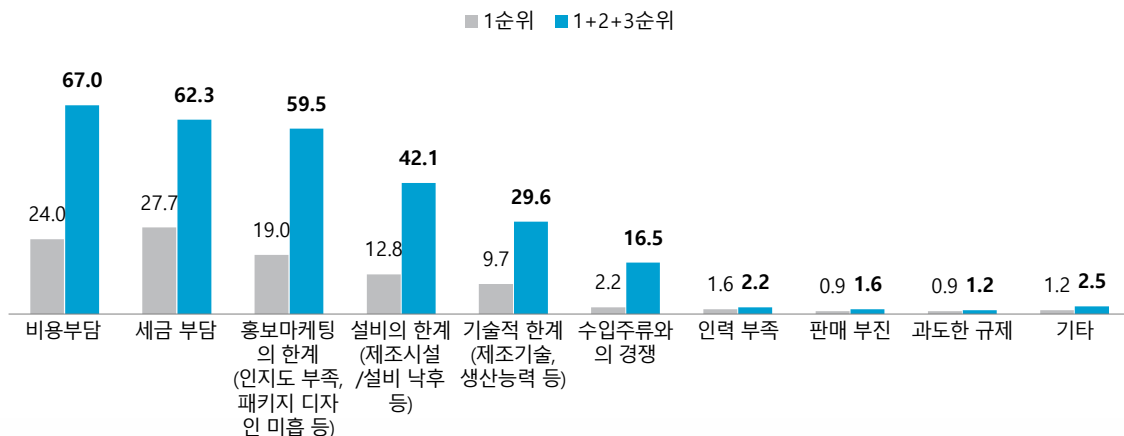


(2) 전통주 업체

- 전통주 업체의 2021년 제조업 운영시 애로사항도 비용 부담(67.1%), 세금 부담(62.3%), 홍보마케팅의 한계(59.5%) 등의 순으로 높게 나타남. (1+2+3순위 기준)

[그림 4-67] 애로사항_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 중복응답, 단위: 1+2+3순위%]



2. 주류산업 진흥 정책 효과성

(1) 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 인지도

- 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 중 ‘대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원’의 인지도가 74.5%로 가장 높으며, 이어서 ‘대한민국 우리술 대축제’를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원’(68.5%) 등의 순임.
- 2020년 대비 정책 전반적으로 인지도가 증가한 가운데, ‘대한민국 우리술 대축제를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원’, ‘우리술 우수제품에 대한 온오프라인 유통·판로를 확대 지원’, ‘주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선’ 정책에 대한 인지도는 소폭 감소함.

[표 4-92] 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 인지도

[Base: 전체 업체, 2020년(n=645), 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

정책	인지%		증감 (%p)
	2020	2021	
대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원	72.9	74.5	1.6
대한민국 우리술 대축제(11월)를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원	70.9	68.5	-2.4
술 품질인증제도 운영을 통한 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호	58.3	66.9	8.6
우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온·오프라인 유통·판로를 확대 지원	67.8	66.6	-1.2
양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제 보급 사업	53.6	66.3	12.7
시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 융자)	60.6	63.7	3.1
전통주 갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상	56.7	63.2	6.5
더술닷컴 운영을 통한 전통주 등 우리술 관련 정보제공 및 정책사업 안내	58.3	63.1	4.8
주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선	67.3	61.8	-5.5
양조장 역량 강화 상담(컨설팅) 사업을 통한 양조장 전문역량 제고	52.7	58.1	5.4
수출 물류비 지원 등 농식품 수출지원 사업	47.3	56.6	9.3
고부가가치 식품개발 등 농림축산식품부의 R&D 사업	45.0	52.6	7.6

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(2) 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 기여도

- 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 기여도 측면에서는 ‘대한민국 우리술 대축제’를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원’이 32.5%로 가장 높은 것으로 나타남. 이어서 ‘우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온오프라인 유통판로 확대지원’(31.5%) 등의 순임.
- 2020년 대비 모든 지원 정책에 대한 기여도가 감소한 가운데, ‘우리술 우수제품에 대한 온오프라인 유통판로 확대 지원’, ‘시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 융자)’, ‘대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원’ 정책에 대한 기여도가 특히 큰 폭으로 감소함.

[표 4-93] 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 기여도

[Base: 전체 업체, 2020년(n=645), 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

정책	기여%		증감 (%p)
	2020	2021	
대한민국 우리술 대축제(11월)를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원	40.2	32.5	-7.7
우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온오프라인 유통판로를 확대 지원	47.6	31.5	-16.1
시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 융자)	41.9	31.1	-10.8
주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선	37.5	28.7	-8.8
대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원	39.5	28.3	-11.2
양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제 보급 사업	35	27.5	-7.5
더술닷컴 운영을 통한 전통주 등 우리술 관련 정보제공 및 정책사업 안내	24.5	23.0	-1.5
전통주 갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상	26.8	22.3	-4.5
술 품질인증제도 운영을 통한 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호	24	21.8	-2.2
양조장 역량 강화 상담(컨설팅) 사업을 통한 양조장 전문역량 제고	27.1	17.9	-9.2
고부가가치 식품개발 등 농림축산식품부의 R&D 사업	15.5	13.0	-2.5
수출 물류비 지원 등 농식품 수출지원 사업	18.9	12.8	-6.1

(3) 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 지원 의향

- 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 지원 의향은 ‘시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원’이 39.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘주류의 제조판매 관련 각종 제도개선’(38.5%), ‘대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원’(37.2%) 등의 순으로 나타남.
- 2020년 대비 전반적으로 정책에 대한 지원 의향이 감소한 가운데, ‘우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온오프라인 유통판로 확대 지원’ 정책에 대한 지원 의향이 특히 큰 폭으로 감소함.

[표 4-94] 주류산업 발전을 위한 농림축산식품부의 정책 지원 의향

[Base: 전체 업체, 2020년(n=645), 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

정책	지원 의향%		증감 (%p)
	2020	2021	
시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 용자)	42.5	39.4	-3.1
주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선	38.4	38.5	0.1
대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원	36.1	37.2	1.1
우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온·오프라인 유통·판로를 확대 지원	48.2	36.8	-11.4
양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제 보급 사업	38.1	34.5	-3.6
대한민국 우리술 대축제(11월)를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원	37.2	34.5	-2.7
더술닷컴 운영을 통한 전통주 등 우리술 관련 정보제공 및 정책사업 안내	29.5	29.7	0.2
술 품질인증제도 운영을 통한 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호	23.9	27.4	3.5
양조장 역량 강화 상담(컨설팅) 사업을 통한 양조장 전문역량 제고	29.6	26.0	-3.6
전통주 갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상	24.7	24.3	-0.4
수출 물류비 지원 등 농식품 수출지원 사업	20.2	19.9	-0.3
고부가가치 식품개발 등 농림축산식품부의 R&D 사업	16.9	18.4	1.5

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

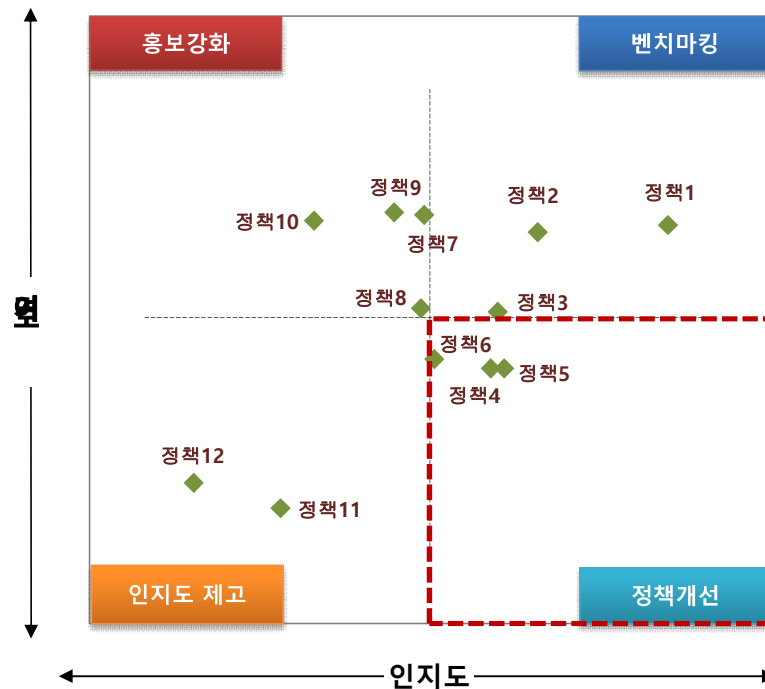
주류
트렌드
분석

부록

(4) 정책 인지도 대비 정책 기여도 포트폴리오 분석

- 주류산업 진흥 정책의 인지도 대비 주류산업 진흥 기여도를 대상으로 포트폴리오 분석을 진행한 결과, 인지도가 높는데 기여도가 낮은 ‘정책 개선’이 필요한 정책은 ‘전통주 갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상’, ‘양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제 보급 사업’, ‘시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금)’이 나타남.

[그림 4-68] 정책 인지도 대비 정책 기여도 포트폴리오 분석

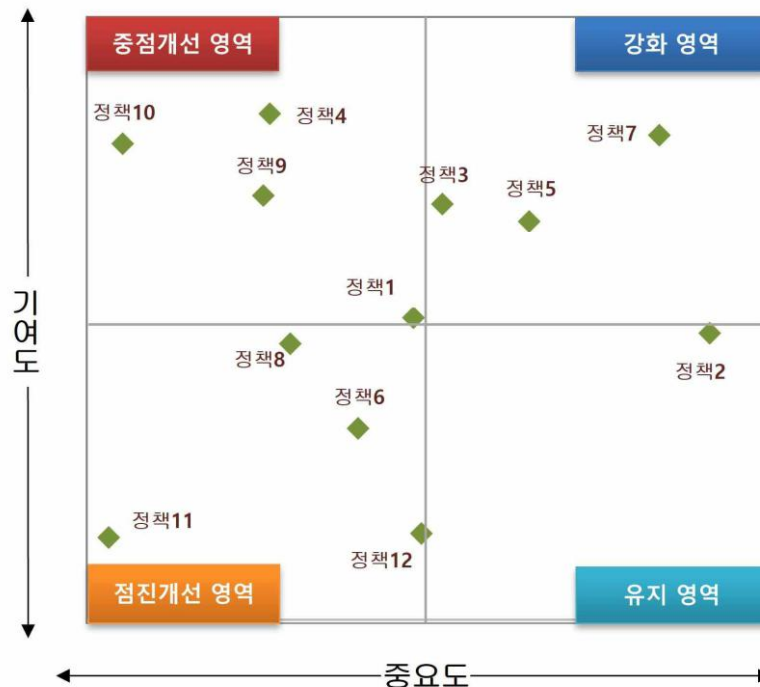


정책		결과
정책4	전통주 갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상	정책개선
정책5	양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제 보급 사업	정책개선
정책10	시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 용자)	정책개선
정책3	더슬닷컴 운영을 통한 전통주 등 우리술 관련 정보제공 및 정책사업 안내	홍보강화
정책6	양조장 역량 강화 상담(컨설팅) 사업을 통한 양조장 전문역량 제고	홍보강화
정책8	술 품질인증제도 운영을 통한 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호	홍보강화
정책9	주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선	홍보강화
정책11	수출 물류비 지원 등 농식품 수출지원 사업	인지도 제고
정책12	고부가가치 식품개발 등 농림축산식품부의 R&D 사업	인지도 제고
정책1	대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원	벤치마킹
정책2	대한민국 우리술 대축제를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원	벤치마킹
정책7	우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온·오프라인 유통⋅판로를 확대 지원	벤치마킹

(5) 정책 중요도 대비 정책 기여도 포트폴리오 분석

- 주류산업 진흥 정책의 중요도 대비 주류산업 진흥 기여도를 대상으로 포트폴리오 분석을 진행한 결과, '전통주갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상' 정책이 중요도가 높은 반면 기여도가 낮아 중점개선 정책으로 나타남.

[그림 4-69] 정책 중요도 대비 정책 기여도 포트폴리오 분석



정책		결과
정책2	전통주갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상	중점개선
정책1	더솔닷컴운영을 통한 전통주등 우리술관련 정보제공 및 정책사업 안내	점진개선
정책5	양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제보급 사업	점진개선
정책6	양조장 역량 강화 상담(컨설팅) 사업을 통한 양조장 전문역량 제고	점진개선
정책8	술 품질인증제도 운영을 통한 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호	점진개선
정책11	수출 물류비지원 등 농식품수출지원 사업	점진개선
정책12	고부가가치 식품개발 등 농림축산식품부의 R&D 사업	점진개선
정책10	시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 융자)	지속유지
정책3	대한민국 우리술품평회를 통한 우수 전통주선발, 입상품홍보 지원	유지강화
정책4	대한민국 우리술대축제(11월)를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비지원	유지강화
정책7	우리술(전통주등) 우수제품에 대한 온오프라인유통판로를확대 지원	유지강화
정책9	주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선	유지강화

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

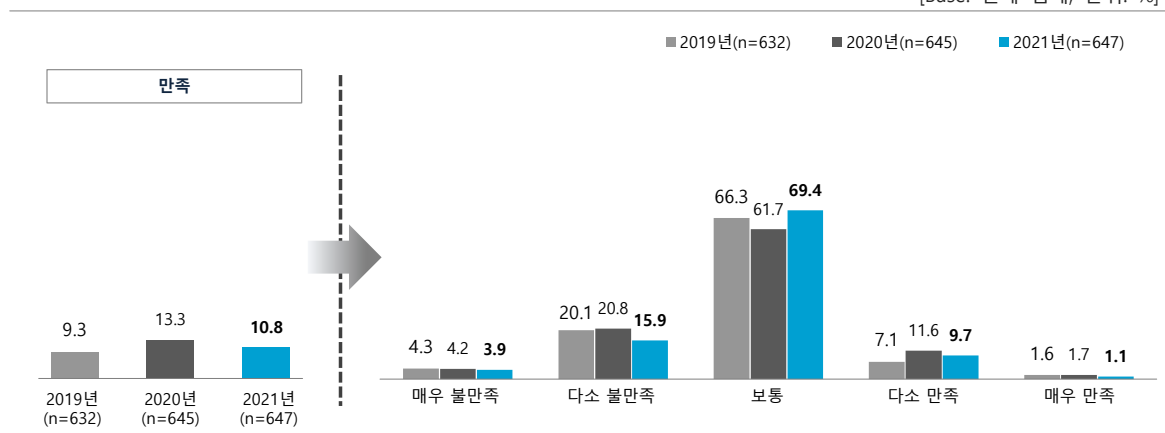
3. 주류산업 진흥 정책 만족도

(1) 주류산업 진흥 정책 전반적 만족도_전체 업체

- 주류산업 진흥 정책에 대한 전반적 만족도를 조사한 결과, 만족한다는 의견이 10.8%로 불만족 19.8%보다 낮게 나타남.
- 주류산업 진흥 정책에 대한 전반적 만족도는 주종별로, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르에서 비교적 만족도가 높은 것으로 나타남.
- 2020년 대비 전반적 만족도는 2.5%p 소폭 감소함.

[그림 4-70] 주류산업 진흥 정책 전반적 만족도_전체 업체

[Base: 전체 업체, 단위: %]



[표 4-95] 주류산업 진흥 정책 전반적 만족도_전체 업체

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	매우 불만족	다소 불만족	보통	다소 만족	매우 만족	불만족	만족
[전체]	(647)	3.9	15.9	69.4	9.7	1.1	19.8	10.8
탁주(막걸리)	(356)	4.2	15.7	70.8	8.1	1.1	19.9	9.3
약주	(158)	3.8	20.3	63.9	12.0	0.0	24.1	12.0
과실주	(103)	3.9	10.7	70.9	13.6	1.0	14.6	14.6
증류식 소주	(32)	6.3	9.4	59.4	21.9	3.1	15.6	25.0
맥주	(49)	4.1	26.5	61.2	8.2	0.0	30.6	8.2
일반증류주	(46)	4.3	10.9	63.0	19.6	2.2	15.2	21.7
리큐르	(19)	10.5	5.3	63.2	21.1	0.0	15.8	21.1
기타주류	(16)	0.0	0.0	81.3	18.8	0.0	0.0	18.8

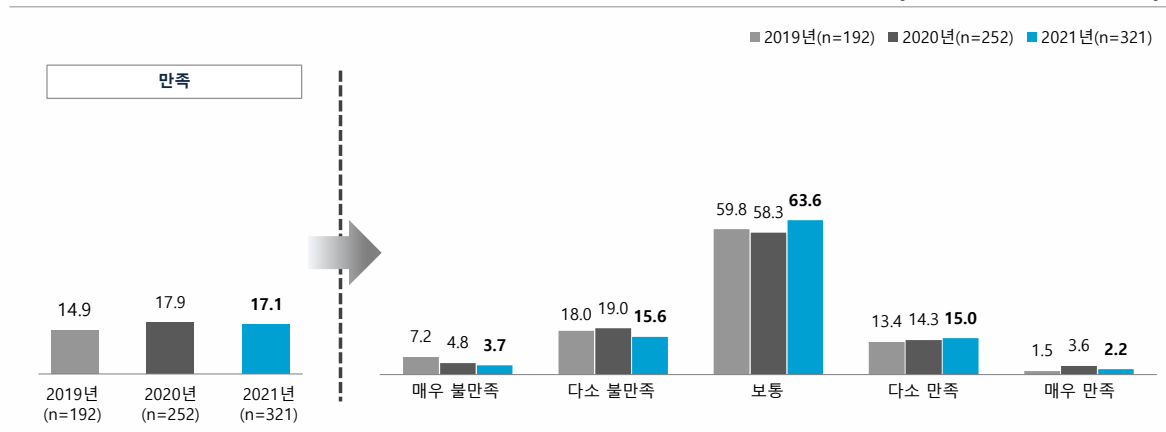
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(1) 주류산업 진흥 정책 전반적 만족도_전통주 업체

- 주류산업 진흥 정책에 대한 전통주 업체의 전반적 만족도를 조사한 결과, 만족한다는 의견이 17.1%로 불만족 19.3%보다 약간 낮게 나타남.
- 주종별로, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르에서 비교적 만족도가 높은 것으로 나타남.
- 2020년 대비 전통주 업체의 전반적 만족도는 0.8%p 소폭 감소함.

[그림 4-71] 주류산업 진흥 정책 전반적 만족도_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 단위: %]



[표 4-96] 주류산업 진흥 정책 전반적 만족도_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 단위: %]

	사례수	매우 불만족	다소 불만족	보통	다소 만족	매우 만족	불만족	만족
[전체]	(321)	3.7	15.6	63.6	15.0	2.2	19.3	17.1
탁주(막걸리)	(123)	4.1	17.1	60.2	15.4	3.3	21.1	18.7
약주	(127)	4.7	22.8	58.3	14.2	0.0	27.6	14.2
과실주	(92)	4.3	8.7	71.7	14.1	1.1	13.0	15.2
증류식 소주	(31)	6.5	9.7	58.1	22.6	3.2	16.1	25.8
일반증류주	(42)	4.8	11.9	59.5	21.4	2.4	16.7	23.8
리큐르	(16)	6.3	6.3	62.5	25.0	0.0	12.5	25.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

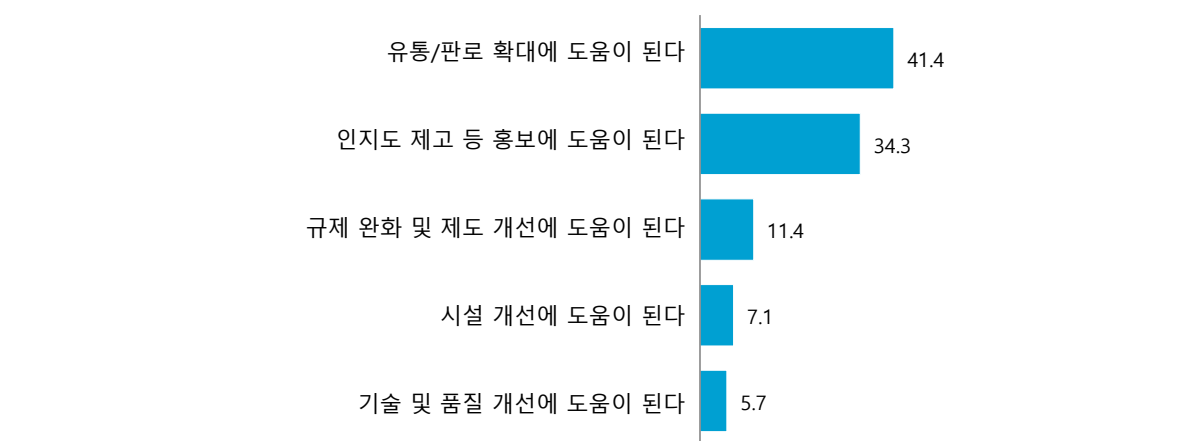
부록

(2) 주류산업 진흥 정책 만족 이유

- 주류산업 진흥 정책에 만족하는 이유로는 '유통/판로 확대에 도움이 된다'(41.4%)가 가장 높은 것으로 나타남.
- 이어서 '인지도 제고 등 홍보에 도움이 된다'(34.3%), '규제 완화 및 제도 개선에 도움이 된다'(11.4%), '시설 개선에 도움이 된다'(7.1%) 등의 의견이 나타남.

[그림 4-72] 주류산업 발전 정책 만족 이유

[Base: 전반적 만족도 만족 응답 업체, 2021년(n=70), 단위: %]



[표 4-97] 주류산업 진흥 정책 만족 이유

[Base: 전반적 만족도 만족 응답 업체, 2021년(n=70), 단위: %]

	사례수	유통/판로 확대에 도움이 된다	인지도 제고 등 홍보에 도움이 된다	규제 완화 및 제도 개선에 도움이 된다	시설 개선에 도움이 된다	기술 및 품질 개선에 도움이 된다
[전체]	(70)	41.4	34.3	11.4	7.1	5.7
탁주(막걸리)	(33)	42.4	33.3	9.1	6.1	9.1
청주	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
약주	(19)	42.1	42.1	10.5	5.3	0.0
과실주	(15)	40.0	26.7	20.0	13.3	0.0
증류식 소주	(8)	37.5	12.5	37.5	0.0	12.5
희석식 소주	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맥주	(4)	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0
브랜드	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
일반증류주	(10)	40.0	50.0	10.0	0.0	0.0
리큐르	(4)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
기타주류	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0

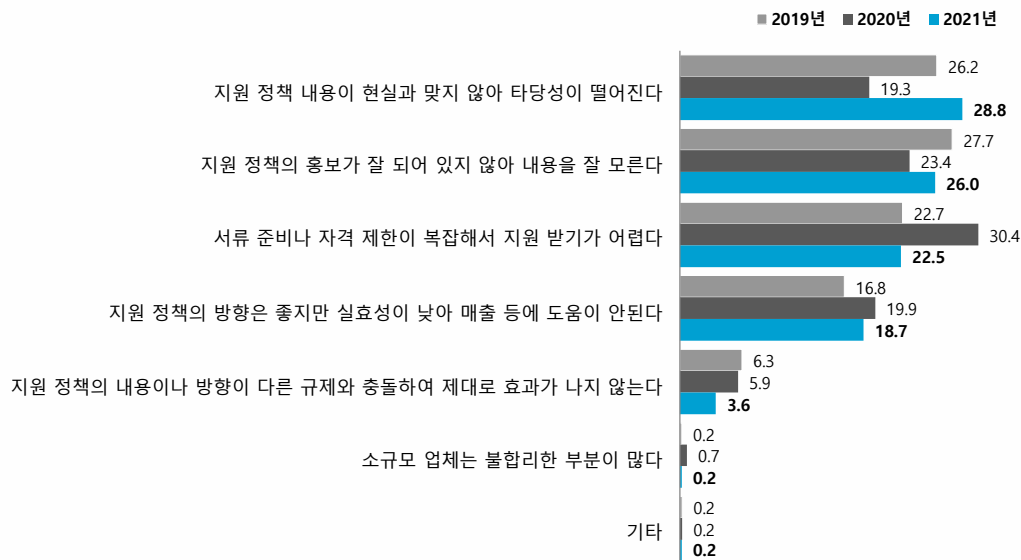
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(3) 주류산업 진흥 정책 불만족 이유

- 주류산업 진흥 정책에 불만족하는 이유로는 ‘지원 정책 내용이 현실과 맞지 않아 타당성이 떨어진다’(28.8%)가 가장 높은 것으로 나타남.
- 이어서, ‘지원 정책의 홍보가 잘 되어 있지 않아 내용을 잘 모른다’(26.0%), ‘서류 준비나 자격 제한이 복잡해서 지원 받기가 어렵다’(22.5%) 등의 의견이 나타남.

[그림 4-73] 주류산업 발전 정책 불만족 이유

[Base: 전반적 만족도 불만족 및 보통 응답 업체, 2021년(n=577), 단위: %]



[표 4-98] 주류산업 진흥 정책 불만족 이유

[Base: 전반적 만족도 불만족 및 보통 응답 업체, 2021년(n=577), 단위: %]

	사례수	지원 정책 내용이 현실과 맞지 않아 타당성이 떨어진다	지원 정책의 홍보가 잘 되어 있지 않아 내용을 잘 모른다	서류 준비나 자격 제한이 복잡해서 지원 받기가 어렵다	지원 정책의 방향은 좋지만 실효성이 낮아 매출 등에 도움이 안된다	지원 정책의 내용이나 방향이 다른 규제와 충돌하여 제대로 효과가 나지 않는다	전통주에 대한 지원 정책이 부족하다	소규모 업체는 불합리한 부분이 많다
[전체]	(577)	28.8	26.0	22.5	18.7	3.6	0.2	0.2
탁주(막걸리)	(323)	24.5	30.7	22.6	19.2	2.5	0.3	0.3
약주	(139)	32.4	20.9	23.0	18.7	4.3	0.7	0.0
과실주	(88)	35.2	19.3	25.0	15.9	4.5	0.0	0.0
증류식 소주	(24)	33.3	8.3	16.7	29.2	8.3	4.2	0.0
맥주	(45)	24.4	22.2	11.1	31.1	11.1	0.0	0.0
일반증류주	(36)	47.2	11.1	16.7	22.2	2.8	0.0	0.0
리큐르	(15)	33.3	20.0	13.3	26.7	6.7	0.0	0.0
기타주류	(13)	38.5	7.7	15.4	30.8	7.7	0.0	0.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

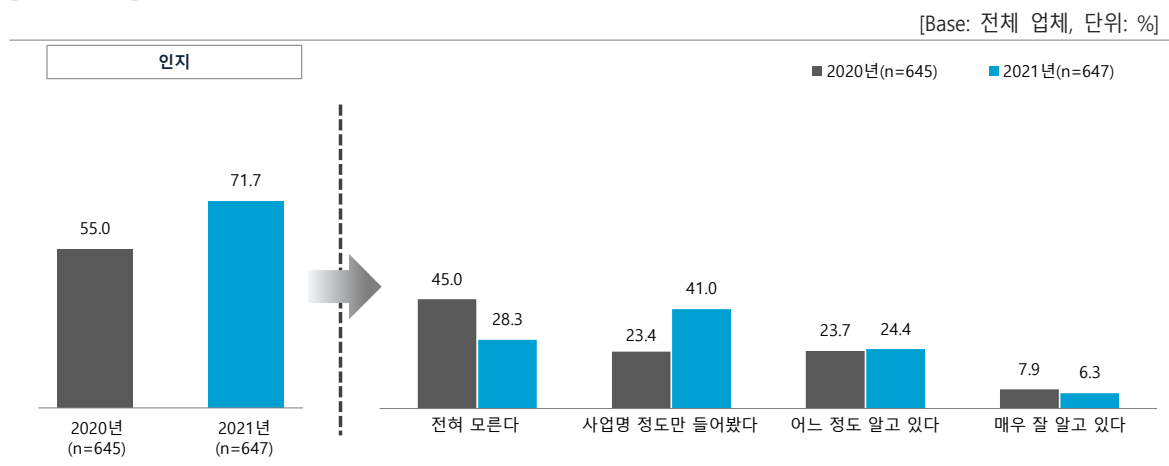
부록

4. 양조용 발효제 보급사업

(1) 양조용 발효제 보급사업 인지도

- 양조용 발효제 보급사업에 대한 인지도는 71.7%로 나타남.
 - 반면, '전혀 모른다'는 응답은 28.3%로 응답자 10명중 3명 정도가 사업에 대해 잘 모르는 것으로 나타남.
 - 2020년 대비 인지도는 16.7%p 큰 폭으로 증가하였으며, '전혀 모른다'는 비인지 응답이 크게 감소한 것으로 나타남.
 - 주종별로는 증류식 소주 및 일반증류주 생산 업체의 인지도가 비교적 높은 것으로 나타남.

[그림 4-74] 양조용 발효제 보급사업 인지도



[표 4-99] 양조용 발효제 보급사업 인지도

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	전혀 모른다	사업명 정도만 들어봤다	어느 정도 알고 있다	매우 잘 알고 있다 (또는 보급받은 적 있다)	비인지	인지
[전체]	(647)	28.3	41.0	24.4	6.3	28.3	71.7
탁주(막걸리)	(356)	30.3	39.9	23.0	6.7	30.3	69.7
약주	(158)	19.0	41.1	33.5	6.3	19.0	81.0
과실주	(103)	26.2	37.9	26.2	9.7	26.2	73.8
증류식 소주	(32)	12.5	53.1	25.0	9.4	12.5	87.5
맥주	(49)	32.7	44.9	12.2	10.2	32.7	67.3
일반증류주	(46)	10.9	52.2	21.7	15.2	10.9	89.1
리큐르	(19)	21.1	42.1	31.6	5.3	21.1	78.9
기타주류	(16)	43.8	18.8	18.8	18.8	43.8	56.3

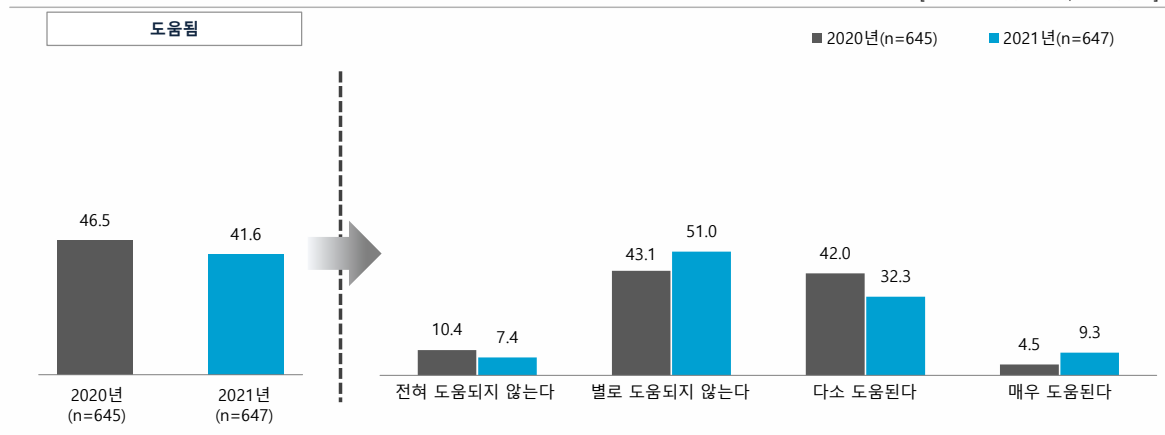
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(2) 양조용 발효제 보급사업의 전통주 품질향상 및 매출증가 도움 정도

- 양조용 발효제 보급사업이 전통주 품질향상 및 매출증가에 ‘도움된다’는 응답이 41.6%로 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 ‘도움된다’는 응답이 4.9%p 감소하였으며, ‘매우 도움된다’는 응답은 소폭 증가하였으나 ‘다소 도움된다’는 응답이 9.7%p 크게 감소한 것으로 나타남.
 - ✓ 주종별로는 증류식 소주 및 리큐르 생산 업체에서 특히 전통주 활성화에 도움이 된다고 생각하는 것으로 나타남.

[그림 4-75] 양조용 발효제 보급사업의 전통주 품질향상 및 매출증가 도움 정도

[Base: 전체 업체, 단위: %]



[표 4-100] 양조용 발효제 보급사업의 전통주 품질향상 및 매출증가 도움 정도

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	전혀 도움되지 않는다	별로 도움되지 않는다	다소 도움된다	매우 도움된다	도움안됨	도움됨
[전체]	(647)	7.4	51.0	32.3	9.3	58.4	41.6
탁주(막걸리)	(356)	8.4	50.0	31.2	10.4	58.4	41.6
약주	(158)	5.7	57.6	28.5	8.2	63.3	36.7
과실주	(103)	3.9	52.4	36.9	6.8	56.3	43.7
증류식 소주	(32)	3.1	37.5	34.4	25.0	40.6	59.4
맥주	(49)	6.1	40.8	34.7	18.4	46.9	53.1
일반증류주	(46)	13.0	41.3	32.6	13.0	54.3	45.7
리큐르	(19)	5.3	36.8	42.1	15.8	42.1	57.9
기타주류	(16)	0.0	62.5	31.3	6.3	62.5	37.5

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

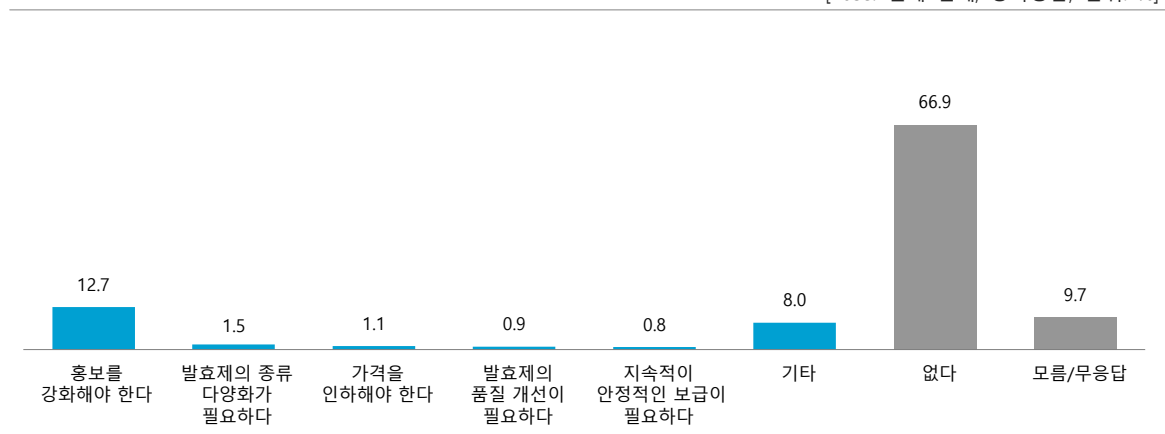
부록

(3) 양조용 발효제 보급사업 활성화를 위한 방안

- 양조용 발효제 보급사업의 활성화를 위해서는 ‘홍보를 강화해야 한다’는 응답이 12.7%로 가장 높게 나타남.
- ✓ 기타 응답으로는 ‘인력지원 필요’, ‘배양시설 지원 필요’, ‘기업별/주종별 맞춤 발효제 개발 필요’, ‘현장적용 R&D 필요’ 등의 응답이 제시됨.

[그림 4-76] 양조용 발효제 보급사업 활성화를 위한 방안

[Base: 전체 업체, 중복응답, 단위: %]



[표 4-101] 양조용 발효제 보급사업 활성화를 위한 방안

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

	사례수	홍보를 강화해야 한다	발효제의 종류 다양화가 필요하다	가격을 인하해야 한다	발효제의 품질 개선이 필요하다	지속적이고 안정적인 보급이 필요하다	기타	없음	모름/무응답
[전체]	(647)	12.7	1.5	1.1	0.9	0.8	8.0	66.9	9.7
탁주(막걸리)	(356)	12.1	0.8	0.8	1.4	0.8	8.7	66.6	10.7
약주	(158)	15.8	2.5	0.0	1.3	1.9	13.9	62.7	6.3
과실주	(103)	10.7	3.9	1.0	0.0	0.0	3.9	72.8	7.8
증류식 소주	(32)	15.6	0.0	0.0	0.0	3.1	12.5	53.1	21.9
맥주	(49)	8.2	0.0	2.0	0.0	0.0	10.2	61.2	20.4
일반증류주	(46)	23.9	2.2	4.3	2.2	0.0	2.2	54.3	10.9
리큐르	(19)	10.5	0.0	5.3	0.0	0.0	5.3	63.2	15.8
기타주류	(16)	18.8	6.3	0.0	0.0	6.3	0.0	68.8	0.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

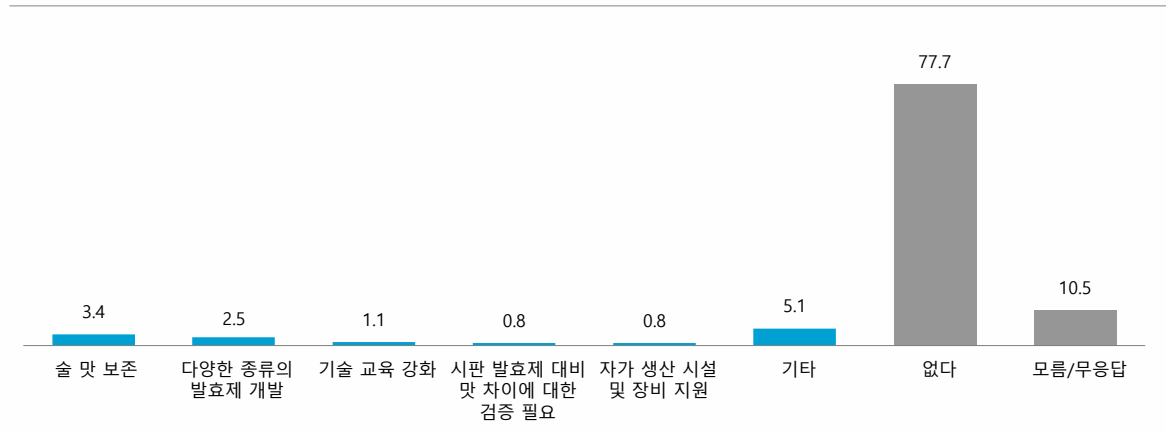
* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

(4) 양조용 발효제 기술이전 보완 방안

- 양조용 발효제 기술이전을 위한 보완 방안으로는 ‘술 맛 보존’이라는 응답이 3.4%로 가장 높게 나타남.
- ✓ 기타 응답으로는 ‘비용이 저렴해야 함’, ‘자가 생산 인력 지원’, ‘달콤한 맛과 풍미’, 기업별/주종별 맞춤 발효제 개발’ 등의 응답이 제시됨.

[그림 4-77] 양조용 발효제 기술이전 보완 방안

[Base: 전체 업체, 중복응답, 단위: %]



[표 4-102] 양조용 발효제 기술이전 보완 방안

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

	사례수	술 맛 보존	다양한 종류의 발효제 개발	기술 교육 강화	시판 발효제 대비 맛 차이에 대한 검증 필요	자가 생산 시설 및 장비 지원	기타	없음	모름 /무응답
[전체]	(647)	3.4	2.5	1.1	0.8	0.8	5.1	77.7	10.5
탁주(막걸리)	(356)	2.2	2.2	1.4	0.3	0.6	5.1	78.7	11.2
약주	(158)	7.6	3.8	0.6	1.9	1.3	10.1	72.2	6.3
과실주	(103)	2.9	3.9	0.0	1.0	0.0	1.0	83.5	7.8
증류식 소주	(32)	6.3	3.1	0.0	0.0	0.0	12.5	59.4	21.9
맥주	(49)	2.0	0.0	2.0	0.0	2.0	0.0	71.4	24.5
일반증류주	(46)	8.7	6.5	0.0	0.0	0.0	10.9	69.6	10.9
리큐르	(19)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5	73.7	15.8
기타주류	(16)	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	87.5	6.3

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

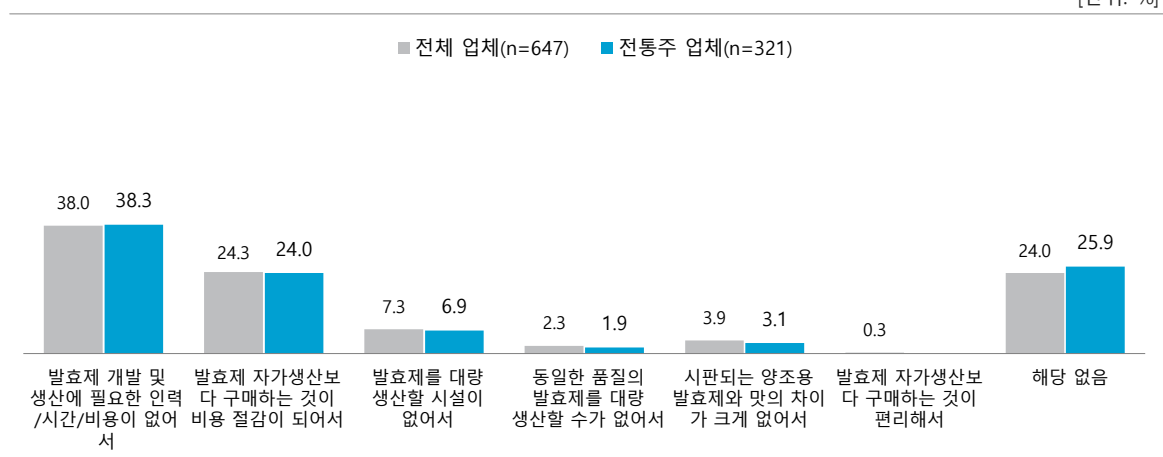
부록

(5) 양조용 발효제 자가 생산하지 않는 이유

- 전체 업체의 양조용 발효제를 자가 생산하지 않는 이유로는 '발효제 개발 및 생산에 필요한 인력/시간/비용이 없어서'가 38.0%로 가장 높게 나타남.
- 이어서, '발효제 자가 생산 보다 구매하는 것이 비용 절감이 되어서'(24.3%) 등의 순임.
- ✓ 전통주 업체에서도 '발효제 개발 및 생산에 필요한 인력/시간/비용이 없어서'가 38.3%로 가장 높으며 전반적으로 전체 업체와 유사한 응답 분포를 보임.

[그림 4-78] 양조용 발효제 자가 생산하지 않는 이유

[단위: %]



[표 4-103] 양조용 발효제 자가 생산하지 않는 이유

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	발효제 개발 및 생산에 필요한 인력/시간/비용이 없어서	발효제 자가생산보다 구매하는 것이 비용 절감이 되어서	발효제를 대량 생산할 시설이 없어서	동일한 품질의 발효제를 대량 생산할 수가 없어서	시판되는 양조용 발효제와 맛의 차이가 크게 없어서	발효제 자가생산보다 구매하는 것이 편리해서	해당 없음
[전체]	(647)	38.0	24.3	7.3	2.3	3.9	0.3	24.0
탁주(막걸리)	(356)	37.9	25.6	7.0	2.0	3.7	0.6	23.3
약주	(158)	33.5	20.9	8.9	2.5	3.8	0.0	30.4
과실주	(103)	44.7	19.4	7.8	3.9	3.9	0.0	20.4
증류식 소주	(32)	43.8	18.8	0.0	0.0	3.1	0.0	34.4
맥주	(49)	34.7	53.1	4.1	2.0	4.1	0.0	2.0
일반증류주	(46)	30.4	13.0	6.5	4.3	6.5	0.0	39.1
리큐르	(19)	36.8	21.1	15.8	5.3	0.0	0.0	21.1
기타주류	(16)	31.3	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	43.8

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

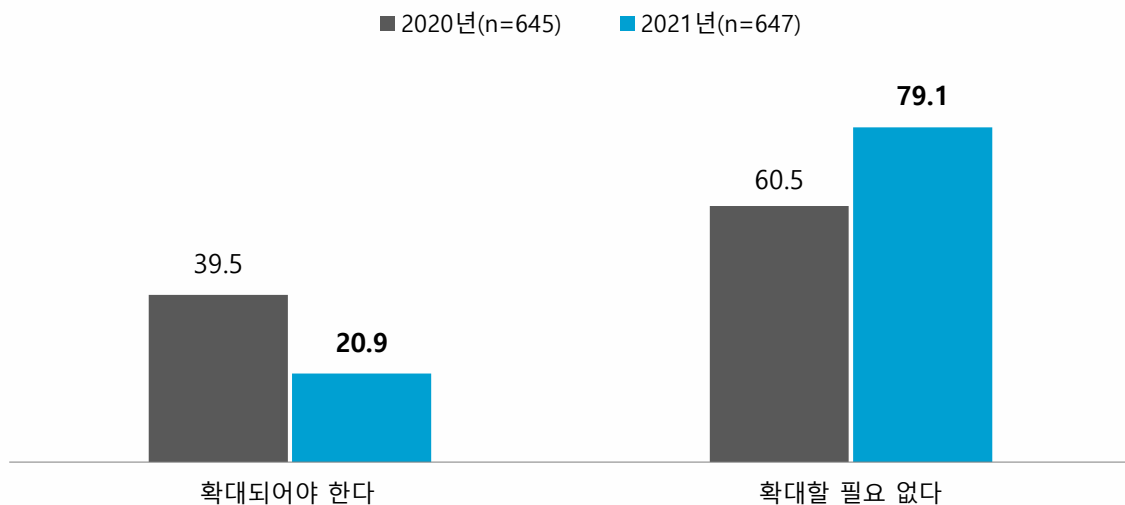
5. 종량세제 인식

(1) 종량세제 타 주종 확대에 대한 의견

- 종량세제를 타 주종으로 확대하는 것에 대해서는 ‘확대되어야 한다’는 응답이 20.9%로 나타남.
 - ✓ 2020년 대비 종량세제가 ‘확대되어야 한다’는 의견이 18.6%p 크게 감소함.
 - ✓ 주종별로는 증류식 소주, 리큐르 등 생산 업체에서 특히 동의한다는 응답이 높은 것으로 나타남.

[그림 4-79] 종량세제 타 주종 확대에 대한 의견

[Base: 전체 업체, 단위: %]



[표 4-104] 종량세제 타 주종 확대에 대한 의견

[Base: 전체 업체, 2021년(n=647), 단위: %]

	사례수	확대되어야 한다	확대할 필요 없다
[전체]	(647)	20.9	79.1
탁주(막걸리)	(356)	15.4	84.6
약주	(158)	24.7	75.3
과실주	(103)	33.0	67.0
증류식 소주	(32)	46.9	53.1
맥주	(49)	10.2	89.8
일반증류주	(46)	30.4	69.6
리큐르	(19)	42.1	57.9
기타주류	(16)	25.0	75.0

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

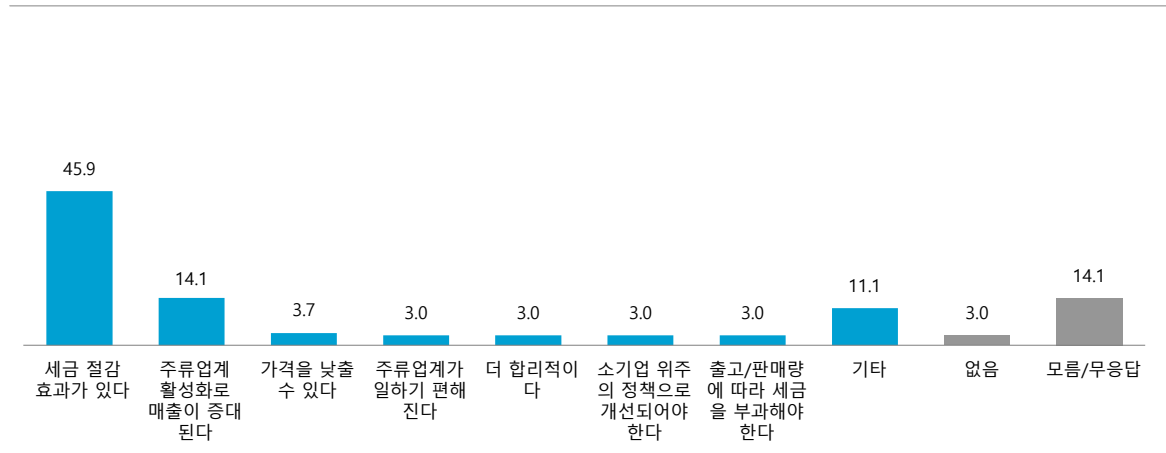
부록

(2) 종량세제가 확대되어야 하는 이유

- 종량세제가 확대되어야 한다는 업체를 대상으로 그 이유에 대해 조사한 결과, ‘세금 절감 효과가 있다’가 45.9%로 가장 높게 나타남.
- 이어서, ‘주류업계 활성화로 매출이 증대된다’(14.1%), ‘가격을 낮출 수 있다’(3.7%) 등의 순임.
- ✓ 기타 응답으로는 ‘비용이 저렴해야 함’, ‘자가 생산 인력 지원’, ‘달콤한 맛과 품미’, 기업별/주종별 맞춤 발효제 개발’ 등의 응답이 제시됨.

[그림 4-80] 종량세제가 확대되어야 하는 이유

[Base: 종량세제 확대되어야 한다는 업체(n=135), 중복응답, 단위: %]



[표 4-105] 종량세제가 확대되어야 하는 이유

[Base: 종량세제 확대되어야 한다는 업체(n=135), 중복응답, 단위: %]

	사례수	세금 절감 효과가 있다	주류 업계 활성화로 매출이 증대된다	가격을 낮출 수 있다	주류업계가 일하기 편해진다	더 합리적이다	소기업 위주의 정책으로 개선되어야 한다	출고/판매량에 따라 세금을 부과해야 한다	기타	없음	모름/무응답
[전체]	(135)	45.9	14.1	3.7	3.0	3.0	3.0	3.0	11.1	3.0	14.1
탁주(막걸리)	(55)	45.5	10.9	5.5	0.0	1.8	5.5	1.8	9.1	3.6	20.0
약주	(39)	61.5	10.3	0.0	0.0	5.1	5.1	2.6	10.3	2.6	12.8
과실주	(34)	44.1	14.7	2.9	11.8	0.0	0.0	2.9	11.8	0.0	11.8
증류식 소주	(15)	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	6.7	33.3
일반증류주	(14)	35.7	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	7.1	7.1	0.0	14.3

* 사례수 10 이상의 주종만 제시

* 사례수 30 미만의 응답은 해석에 주의할 것

6. 주류산업 발전을 위한 건의 사항

(1) 전체 업체

- 주류산업 발전을 위한 건의사항으로는 ‘세금 감면/세금 인하’가 13.6%로 가장 높게 나타남.
- 그 다음으로 ‘홍보 및 마케팅 지원’(7.9%), ‘시설(노후설비) 자금 지원’(5.1%), ‘원료 매입비 지원’(3.9%) 등의 순으로 높게 나타남.
- 기타 응답으로는 ‘주원료 저가 공급’, ‘대기업과의 법작용 차별화 필요’, ‘인력 지원’, ‘기술 지원’ 등의 의견이 제시됨.

[표 4-106] 주류산업 발전을 위한 건의 사항_전체 업체

[Base: 전체, 2021년(n=647), 중복응답, 단위: %]

건의사항	%
세금 감면/세금 인하	13.6
홍보 및 마케팅 지원	7.9
시설(노후설비)자금 지원	5.1
원료 매입비 지원	3.9
영세 업체 지원 강화	2.2
규제 완화	1.5
전통주를 활성화시켜야 한다	1.5
통신 판매 허용/온라인 판매 확대	1.4
국가 정책 자금 지원	1.2
인건비 지원	0.9
절차 간소화	0.9
영세 업체 주세 인하	0.9
전통주 제조업체에 대한 지원을 확대해야 한다	0.9
자금지원 예산 확대	0.8
제조 비용 지원	0.8
개인 온라인몰 통신 판매 허용	0.8
기타	13.6
없다	42.8
모름/무응답	9.7

* 0.6% 이하 응답은 '기타'로 묶음

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(2) 전통주 업체

- 전통주 업체에서도 ‘세금 감면/세금 인하’에 대한 건의가 15.3%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 그 다음으로 ‘홍보 및 마케팅 지원’(10.3%), ‘시설(노후설비) 자금 지원’(4.7%), ‘원료 매입비 지원’(3.7%) 등의 순으로 나타남.
- 기타 응답으로는 ‘기술 지원’, ‘정부 지원 강화’, ‘주원료 저가 공급’, ‘제조 비용 지원’ 등의 의견이 제시됨.

[표 4-107] 주류산업 발전을 위한 건의 사항_전통주 업체

[Base: 전통주 업체, 2021년(n=321), 중복응답, 단위: %]

건의사항	%
세금 감면/세금 인하	15.3
홍보 및 마케팅 지원	10.3
시설(노후설비)자금 지원	4.7
원료 매입비 지원	3.7
영세 업체 지원 강화	2.8
전통주를 활성화시켜야 한다	2.8
국가 정책 자금 지원	1.9
절차 간소화	1.9
규제 완화	1.2
전통주 제조업체에 대한 지원을 확대해야 한다	1.2
인건비 지원	0.9
대기업과의 법 적용 차별화 필요	0.9
자금지원 예산 확대	0.9
영세 업체 주세 인하	0.9
기타	14.0
없다	32.4
모름/무응답	14.6

* 0.6% 이하 응답은 '기타'로 묶음

Chapter 05

유통 현황

제1절 유통채널 구조 및 특징

- 주류유통채널 구조 및 특징에 관한 법적 근거는 주류의 양도·양수방법, 상대방 및 기타에 관한 명령위임 고시(국세청 고시 제2019-08호)에 따름.
- 탁주, 약주, 청주, 민속주, 지역특산주 및 조미용주류 제조자는 특정주류도매업자, 종합주류도매업자, 주류중개업자, 유통음식업자, 주류소매업자, 의제판매업자 및 실수요자에게 주류를 판매할 수 있음.
 - ✓ 일반탁주(생막걸리)는 종합주류도매업자 및 주류중개업자에게 판매 금지
 - ✓ 민속주, 지역특산주 제조자는 전통주 판매 승인을 받은 희석식소주, 맥주제조자에게 판매 가능
- 탁·약주제조자는 관할세무서장으로부터 실수요자증명을 받아 길홍사 관련인 또는 농어민에게 직접 공급 가능함.
- 소규모주류는 병입한 주류를 제조장에서 소비자에게 직접 판매 가능함.
 - ✓ 제조자는 용기주입시설 및 세척시설, 냉장보관시설을 갖추고 납세증명표지(청주, 맥주)와 식품 등의 표시기준(식약처 고시)에 따른 상표 등을 부착하여야 최종소비자에게 판매 가능
 - ✓ 이 경우 주류의 용도구분 표시는 생략할 수 있음.
- 소규모주류를 영업장에서 판매하기 위해 이동·저장 용기를 사용하는 경우 용기에 용량, 검정연월일과 식품 등의 표시기준(식약처 고시)에서 정하는 사항을 표시하고 판매전까지 주류의 규격위반 등이 발생하지 않도록 냉장시설 등을 이용하여 보관함.
- 소규모주류 외부유통 판매(종합주류도매업자, 특정주류도매업자를 통한 판매 포함) 가능함.
 - ✓ 주류소매업의 면허를 받은자, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점 또는 이와 유사한 상점에 판매
 - ✓ 제조자는 용기주입시설 및 세척시설, 냉장보관시설 등을 갖추고 납세증명표지(청주, 맥주)와 식품 등의 표시기준(식약처 고시)에 따른 상표 등을 부착하여 판매
 - * 여과·살균시설을 갖추거나 냉장유통·보관시설 갖추어 판매, 운반해야 함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

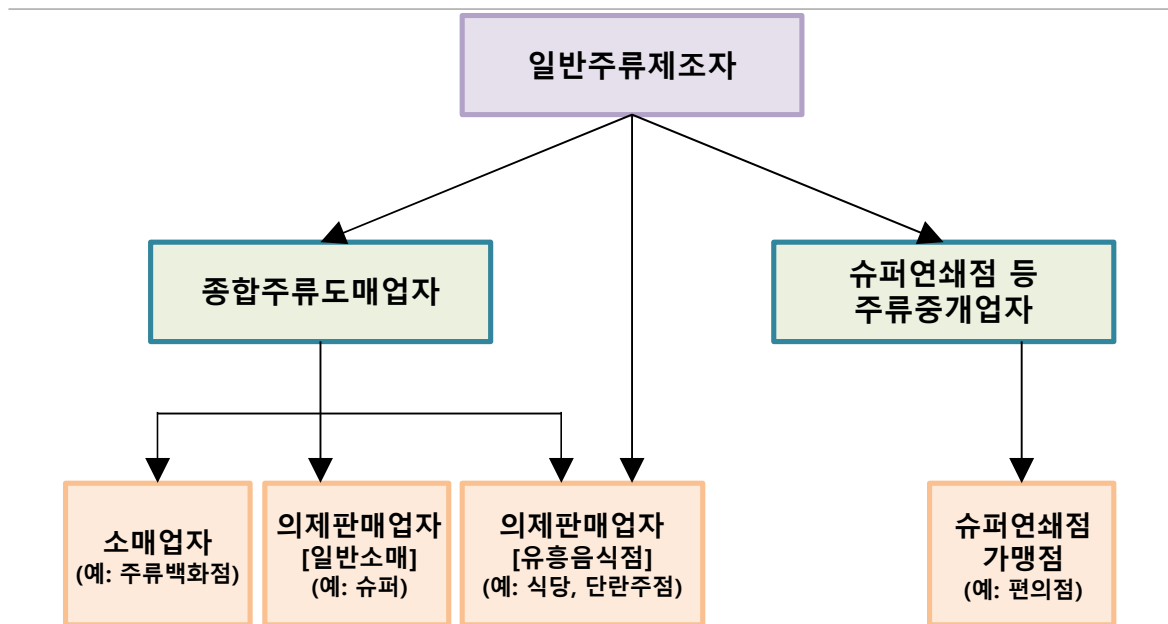
주류
트렌드
분석

부록

1. 종합주류도매업자의 주류구입 및 판매⁷⁾

- 종합주류도매업자는 주류제조자와 수입업자로부터 주류를 구입하여야 함.
- 종합주류도매업자가 주류를 판매하는 때에는 다음 각 호의 구분에 따라 용도별로 판매하도록 하여야 함. 다만, 자가소비 또는 실수요자로서 주류실수요자 증명서에 따라 주소지 또는 사업장 관할세무서장이 인정한 자에게는 직접 판매할 수 있음.
 - ✓ 유흥음식업자 : 유흥음식점용 주류
 - ✓ 주류소매업자 : 가정용 주류
 - ✓ 의제판매업자(소속된 슈퍼·연쇄점본·지부 주류중개업면허가 있는 경우 제외: 다음 각목의 주류)
 - 가. 대형매장, 공무원연금매점, 농·수·신탁매장
 - ① 희석식소주, 맥주, 위스키, 브랜디 : 대형매장용 주류
 - ② 위 ① 이외의 주류: 가정용 주류
 - 나. 위 가목 이외의 의제판매업자: 가정용 주류
- 탁주(일반탁주 제외), 약주, 청주, 민속주, 지역특산주, 조미용 주류는 유흥음식업자, 주류소매업자 및 의제판매업자(소속된 슈퍼·연쇄점 본(지)부가 주류중개업 면허가 있는 경우 제외)에게 판매하여야 함.
- 지역별로 종합주류도매면허 수는 제한됨.(주세사무처리규정 제13조 신규 종합주류도매면허의 허용 범위)
- 인터넷판매(통신판매) 불가함.

[그림 5-1] 일반주류제조자(특정주류제조자 및 소규모 주류제조자 제외)

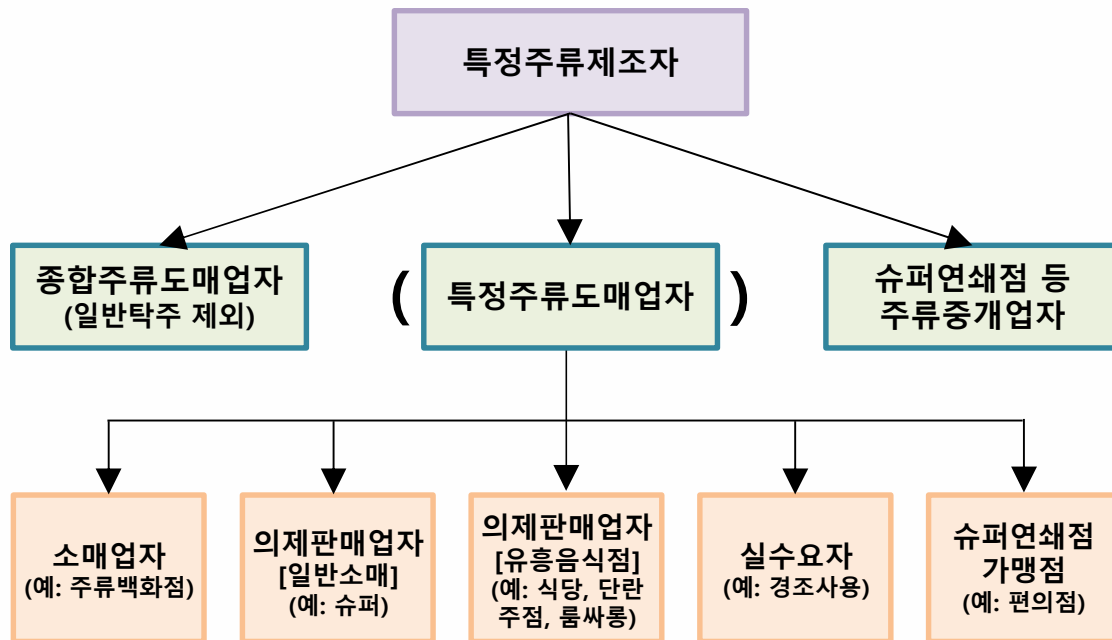


7) 출처: 국세청주류면허지원센터

2. 특정주류도매업자의 주류구입 및 판매

- 탁주, 약주, 청주, 민속주, 지역특산주 및 조미용 주류 제조자로부터 주류를 구입하여 유흥음식업자, 주류소매업자 및 의제판매업자(슈퍼·연쇄점·가맹점 포함), 대형매장, 공무원 연금매점, 농·수·신협매장에게 판매하여야 한다. 다만, 자가소비 또는 실수요자로서 주류실수요자 증명서에 따라 주소지 또는 사업장 관할세무서장이 인정한 자에게는 직접 판매할 수 있음.
- 특정주류제조자: 탁주·약주·청주, 전통주, 조미용 주류제조자, 주세법시행령 제20조제1항제4호에 따라 주류 가격을 산정하는 중소기업이 제조한 맥주
- 특정주류제조자 중 전통주 제조자는 최종소비자에게 직접 공급 가능 및 인터넷 판매 가능함.(주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시)

[그림 5-2] 특정주류제조자⁸⁾

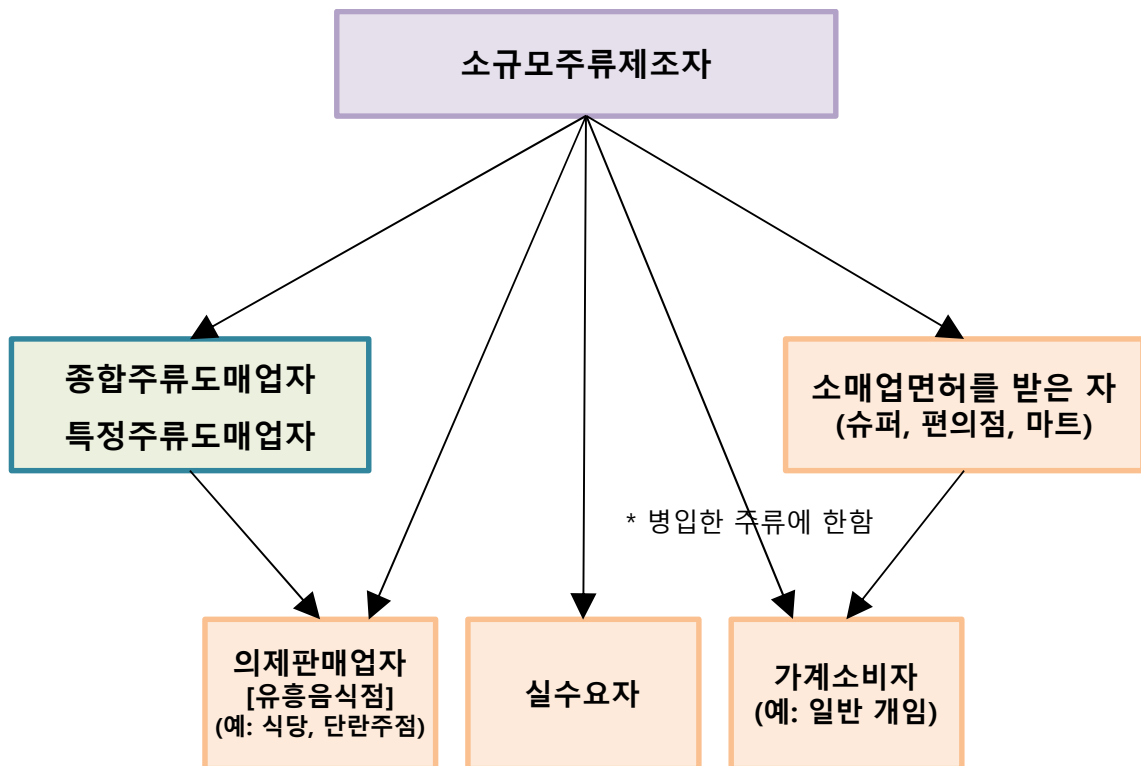


8) 특정주류도매업자를 거치지 않고도 음식점 등에 직접 판매가능함
 종합주류도매업자 및 슈퍼연쇄점 등 주류중개업자: 일반주류제조자의 흐름도와 동일
 일반탁주: 살균탁주 이외의 탁주를 말함
 특정주류제조자 → 슈퍼연쇄점 가맹점 직거래 불가
 * 특정주류제조자라는 용어는 법적인 용어가 아닌 일반주류제조자와 구별하기 위해 만든 용어

3. 소규모주류도매업자의 주류구입 및 판매

- 소규모주류제조자: 일정규모의 제조시설(탁약정주 1kl이상 5kl미만, 맥주 5kl이상 120kl미만)을 갖추고 주류를 제조하여 판매하는 자
- 소규모주류 제조자는 다음 각 호의 구분에 따라 용도별로 주류를 출고하여야 함. 다만, 「주류의 상표사용에 관한 명령위임 고시」(국세청 고시)에 따라 용도구분 표시가 생략된 주류는 용도별 구분 없이 출고할 수 있으며, 일반탁주는 종합주류도매업자, 국내주류중개업자에게 출고할 수 없음.
 1. 종합주류도매업자 특정주류도매업자 및 세무서장이 인정하는 자 : 가정용·대형매장용·유흥음식점용 주류
 2. 국내주류중개업자 : 가정용, 대형매장용 주류
 3. 유흥음식업자, 기타소매업자 : 유흥음식점용 주류
 4. 「주세법」 등에 따라 면세주류를 취급할 수 있는 자 : 주세면세용 주류
 5. 전문소매업자 : 가정용 주류
 6. 의제소매업자 : 다음의 구분에 따른 주류
 - 가. 대형매장, 공무원연금매점, 농협수협신협 매장 : 대형매장용 주류\
 - 나. 위 가목 이외의 의제소매업자 : 가정용 주류

[그림 5-3] 소규모주류제조자



제2절 도매유통 심층 인터뷰

- ☑ 전통주 제조업체가 증가 및 품목이 다양해지는 반면, 품질관리 및 마케팅 미흡
 - △ 제품 품질 측면에서 질이 떨어지는 제품이 난립
 - △ 산업의 지속적 성장을 위해 전통주 품목 정비 및 중장기적인 정책 지원 필요
- ☑ 전통주는 알코올 도수가 높아지는 추세도 나타남.
 - △ 일정한 주질 유지하는 저도주 제품개발에 초점을 맞출 필요하다는 의견
- ☑ 국내에 다양한 전통주 품목이 많지만, 일시적으로 유행했다가 사라지는 제품이 많음.
 - △ 품질 경쟁력을 갖춘 스타브랜드 육성 지원 필요
- ☑ 수입 주류의 국내 시장 잠식 상황에서 대기업과 전통주 업계간 상생 협력 필요
 - △ 국내 주류시장 보호와 육성을 위한 주류 업계 공동의 대안 마련이 필요한 시점
 - △ 지금까지 지원 정책이 소규모 양조장 위주였다면, 쌀 등 국내산 농산물의
 - △ 효과적인 소비 확대를 위해서는 대기업과의 협업 및 중견기업 육성 필요

1. 종합주류 도매

(1) 전통주 시장 활성화

- 최근 전통주에 대한 소비자의 관심이 증가하고, 지자체에서 지역 특산품 장려 차원에서 지원 정책이 활발함에 따라 전통주 제조업 및 관련 산업이 활성화되고 있음.
- 전통주 산업은 젊은 층의 전통주 창업 영향으로 면허 및 사업체 수 증가를 기준으로 보면 양적으로 성장하고 있는 것으로 나타남. 다만 최근 젊은 층의 전통주 창업은 취업난 등의 영향으로 내실이 부족한 측면이 있음. 전통주 산업의 발전에 기여할 수 있는 내실 있는 창업이 될 수 있게 하기 위해서는, 창업 기업을 중견기업으로 성장할 수 있도록 육성하는 정부 차원의 중장기적인 정책과 지원이 필요하다고 봄.

(2) 전통주 홍보·마케팅 이슈

- 최근 전통주 제조업체가 증가하고 품목도 다양해지고 있지만, 대부분 제품의 수준이 높지 않고, 품질관리 및 마케팅 부문이 취약하다는 의견임.
- 젊은 층을 중심으로 전통주 소비가 증가하고 있으나, 제품 품질보다는 디자인과 SNS상에서 이슈화되는 특정 제품군에 대해 호기심 차원의 소비가 증가하는 경우가 있어, 이러한 관심을 지속적인 시장 확대로 이끌기 위한 노력이 필요함.
- 종합주류도매업 차원에서는 전통주 판매에 관심이 있으나, 전통주의 경우는 품목이 너무 많아 홍보·마케팅에 애로 사항이 나타남.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(3) 전통주 제품 관련 이슈

- 세계 주류시장은 알코올 도수가 점차 낮아지는 저도주 트렌드가 시장을 주도하고 있으며, 국내 대기업도 알코올 도수를 낮춘 저도수 제품을 출시하고 있음. 이에 비해 전통주는 증류식 소주와 탁주 등 일부 주종에서 알코올 도수가 높아지는 추세도 나타남. 일정한 주질을 유지하는 저도주 제품개발에 초점을 맞출 필요가 있다는 의견임.
- 전통주에 대한 소비자 관심이 증가 추세이고, 패키지 디자인도 과거 대비 많이 개선되었음. 그러나 대부분의 소비자는 전통주에 대한 인지도가 낮고, 인지도가 있는 경우에도 신제품과 기존 제품과의 차별성을 인지하지 못하는 경우가 많아, 지속적인 홍보와 광고 그리고 조직적인 마케팅 활동이 병행되어야 한다고 보고 있음.

(4) 향후 전통주 시장 전망

- 국내 주류시장은 국내산 주류가 대부분을 차지하고 있으나, 향후 수입 주류 시장 점유율의 확대 및 국내산 주류 점유율 축소는 불가피할 것으로 전망함. 이는 다른 주요 국가의 주류시장에서도 나타나는 현상으로, 일본의 경우는 수입 주류가 40%를 차지하고 있음.
- 지금까지 전통주 정책은 산업 육성이라기보다는 자영업자 육성에 가깝다고 평가할 수 있음. 국내 쌀 소비와 농가소득 증대 그리고 산업진흥을 위해서는 중견기업 육성을 위한 정부 차원의 대안이 필요한 시점으로 보고 있음.

(5) 전통주 육성 정책 방안

- 국내에 다양한 전통주 품목이 많지만, 스타 브랜드는 없는 것으로 평가함. 일시적으로 유행했다가 사라지는 제품이 많음. 품질 경쟁력을 갖춘 스타 브랜드 육성을 통해 시장에서 장기간 살아남을 수 있는 제품군 육성 정책을 펼칠 필요가 있다는 의견이 제기됨.
- 술 품질인증제도 개선을 통해 하향 평준화된 전통주 품질을 상향 평준화시키는 제도적 대안이 필요함. 또한 해외(유럽, 미국, 일본)에서 품질개선을 위한 어떤 제도를 실시하는지 살펴볼 필요가 있음.

(6) 특정주류도매 이슈

- 전통주의 경우 대부분 특정주류도매에서 판매하고 있으나, 일부 특정주류도매업체가 판매를 독점하는 유통구조를 가지고 있음. 또한 1,600개에 달하는 특정주류도매업체 간의 치열한 경쟁으로 수익구조가 열악한 상황임.
- 대부분의 특정주류도매업체는 매우 영세하여 영업망 확충, 제품군 관리, 업체 관리, 시장 관리 등을 하지 못하고 있으며, 전통주를 배송해 주는 역할에 그치는 경우도 있음.
- 최근 불경기로 고가의 전통주 판매가 어려울 것으로 전망되며, 온라인 판매도 어려움을 겪을 것으로 전망함.

(7) 온라인 판매 이슈

- 종합주류도매업의 입장에서는 온라인 판매 확대는 국내 주류시장의 판매 및 유통 구조에 혼란을 초래하는 것으로 반대함.
- 온라인 판매 확대는 도매유통업의 입장뿐 아니라 소매유통업과 일반 소비자의 소비에까지 큰 영향을 미치는 사안으로, 전통주를 제외한 타 주종의 온라인 판매 확대는 국민적 합의가 필요하다는 의견임.

(8) 종량제 이슈

- 맥주와 탁주의 종량제 전환 이후 최근 주류 종량제에 대한 논의가 이루어지고 있음. 현재 국내 주류의 전면적인 종량제 전환이 어려운 이유는 희석식 소주와 증류주(위스키) 간의 세율 그리고 소비 물가에 미치는 영향 때문이며, 학계, 산업계, 정부, 국회가 참여하는 공청회 등 의견 수렴을 통해 합리적인 대안 마련이 필요한 시점으로 보고 있음.
- 국내 주류의 전면적인 종량제 전환은 단순히 희석식 소주와 증류주 업계 간의 문제뿐 아니라 전통주 시장에도 영향을 미칠 수 있음. 국내 주류산업의 전반적인 관점에서 신중히 접근해서 해결할 필요가 있다고 봄.

(9) 전통주 업체와 대기업 간의 상생 협력 방안

- 과거 전통주 판매 촉진 차원에서 대기업과 전통주 업계 간 자매결연을 통해 전통주 판매 활성화를 시도한 바가 있었으나 업계와 정부의 관심 부족으로 큰 성과가 없이 끝났음.
- 소비자의 수입 주류 선호와 다국적 해외 주류사의 공격적인 마케팅 그리고 FTA에 따른 주류 관세 감액에 따라 수입 주류가 국내 시장을 잠식하는 상황에서 대기업과 전통주 업계 간의 상생 협력 방안을 마련해서 국내 주류시장 보호와 육성을 위한 공동 대안 마련이 필요한 시점이라는 의견임.
- 해외의 경우 대기업 맥주회사와 소규모 맥주회사 간의 기술적 협력과 마케팅 협력을 통해 전략적 상생하는 사례를 참조할 필요가 있음.

2. 특정주류 도매

(1) 전통주 시장의 현황

- 온라인 판매가 증가하고 있고, 소규모 양조장의 생산량이 많지 않기에 때문에 종합주류도매에서 전통주를 취급할 필요는 없다고 보고 있음.
- 현재 증류식 소주는 성장세이고 앞으로도 더 성장할 거라 보여짐.
- 최근의 전통주의 문제점은 새로 출시되는 제품이 너무 많아 제품 간에 차별성이 약하다는 것임.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

- 최근 전통주 시장은 트렌디한 제품군의 출시로 활성화되고 있음. 대중적인 탁주만 만 팔던 곳이 다양한 맥거리들을 판매하고 있으며, 이에 대한 소비자의 반응도 우호적임.
- 전통주가 다양화되고 고급화됨에 따라 제조업체뿐 아니라 특정주류도매업체의 경영환경도 개선되고 있음.
- 전체적인 주류 소비량은 줄고 있지만 전통주 매출액은 높아지고 있음을 체감함.
- 최근 기타 주류에 속한 탁주를 전통주에 편입시키려 하는 움직임이 있는데, 이것은 농림축산식품부에서 전통주 시장을 그만큼 신경쓰는 것으로 평가함. 일반 탁주가 전통주 시장에 들어온다면 특정주류도매업체의 입장에서는 시장이 크게 확대되는 것으로, 전반적인 시장 활성화를 기대하고 있음.

(2) 전통주 유통

- 특정주류도매업체가 늘어나는 것 자체는 긍정적으로 보고 있음. 대형 유통업체가 모든 전통주를 유통할 수 없으므로, 지역의 중소규모 양조장의 경우 해당 지역의 특정주류도매업체나 또는 총판이 필요함. 그러나 경쟁력 없이 시장에 무작정 뛰어드는 경우가 있어 우려를 나타냄.
- 총판을 별도로 둘 수 없는 양조장에서는 자신들의 술을 소개하고 판매할 수 있는 중소규모 특정주류도매업체도 있어야 함. 따라서 유통 규모는 작지만 지역의 전통주를 홍보하고 판매할 수 있는 중소규모 특정주류업체를 지원할 수 있는 정책적인 고려가 필요하다고 보고 있음.

(3) 전통주 판매

- 최근 젊은 층의 전통주 소비가 증가하는 추세임. 유행의 영향이 강하고 품질보다는 SNS상에서 자주 노출되는 제품의 소비가 일시적으로 증가하는 현상이 나타남. 특히 셀럽이 관계된 제품의 경우 품귀현상까지 나타나는데, 품질과 가격 경쟁력을 확보하지 못한 경우도 나타남.
- 대다수 소비자는 전통주에 대해 잘 알지 못함. 많은 신제품들이 시장에 출시되지만 대부분 소비자에게 다가가지 못하고 사라지는 제품이 너무 많다고 보고 있음.
- 병 라벨 디자인 등이 이전보다 많이 개선되고 소비자 감성에 맞는 우수한 디자인이 많지만, 이에 비해 주질이 일정치 않고 가격 대비 품질을 제공하지 못하는 경우도 있음.

(4) 전통주 지원사업

- 정부 차원에서 전통주에 대한 홍보와 마케팅을 더 적극적으로 지원할 필요를 제기
- 특히 품질 향상을 위한 제조자 대상 기술지원과 교육 강화를 통해 전통주 품질 개선과 판매 촉진에 도움이 될 수 있을 것으로 보고 있음.
- 주류 온라인 판매에 대해 논란이 있는데, 전통주 보호육성 차원에서 반드시 전통주외 주류에 대해 온라인 판매는 저지해야될 사안으로 판단함. 국세청, 기재부, 보건복지부와 힘을 합쳐 탁주류의 온라인 판매 시장 진입을 방어해야 전통주가 시장에서 생존 가능할 것으로 보고 있음.

제3절 소매유통 심층 인터뷰

- ☑ 혼술 및 흠술 트렌드가 계속되는 가운데, 탁주 중심으로 저도수의, 마시기 편하고, 가벼운 단맛이 경쟁력을 보임. 이는 과실주와 약주도 비슷함. 다른 한편으로 증류주 및 증류식 소주의 고도수 선호도 나타남.
 - △ 전반적으로 전통주의 다양성이 증가하고 있음.
- ☑ 고가 전통주의 프리미엄 시장이 성장하고 있으며, 이에 따른 제품 가격의 양극화가 나타남.
 - △ 이에 맞는 제품 품질, 패키징과 브랜딩의 고급화가 필요
- ☑ 셀럽 마케팅과 프리미엄 브랜딩에 기반한 증류식 소주(‘○소주’ 사례 등)에 대해
 - △ 젊은 층 소비자 확대에 기여했다는 긍정적 평가와 △ 일회성 셀럽 마케팅일 뿐이라는 부정적 평가가 나타남.
- ☑ 제조업체 제품 주질 관리, 생탁주 유통 기한 및 콜드 체인 이슈가 계속해서 제기됨.
- ☑ 전문 판매점이 참여할 수 있는 행사나 지원사업 확대 요구가 나타남.

1. 소매점(대형마트)

(1) 전반적 트렌드

- 전반적인 혼술, 흠술 트렌드는 지속되는 가운데, 탁주를 중심으로 소비 트렌드가 이어지고 있음.
- 특이한 맛이나 색깔이 예쁜 퓨전 탁주의 인기가 여성층 중심으로 상승하는 가운데, 증류식 소주에 대한 선호도 나타나고 있음.
- 다양한 전통주에 대한 관심이 증가하고 있어, 과거에 비해서는 전통주 구색을 많이 갖춰놓으려 하는 편임.
- 오래된 브랜드가 높은 인지도와 친숙성으로 인해 계속해서 판매되는 가운데, 광고와 판촉 행사 등의 영향도 나타나고 있음.

(2) 제품 트렌드

- 탁주는 숙취가 심하다는 이미지가 아직도 남아있음.
- 대형마트나 백화점에서도 탁주 도수를 다양화한 제품 구색을 갖춰야 한다는 의견도 있음.
- 다른 한편으로 대형마트나 백화점의 주류 MD가 다양한 도수의 제품군에 대한 정보가 부족한 문제도 발견됨.
- 최근 전통주가 다양화되면서 가격이 상승하는 경향이 있는데, 대형마트에서는 대중주는 기본적으로 저렴한 가격이 중요하다고 보고 있음.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

- 패키지 디자인은 최근 셀럽 마케팅과 같이 새로운 시도가 필요하다는 의견이 제시됨.
- 프리미엄 전통주 시장의 가능성은 긍정적으로 보고 있으나, 광고와 홍보를 강화해야 한다고 보고 있음.

(3) 유통 트렌드

- 생탁주의 경우 짧은 유통기간이 애로 사항이 되고 있으며, 이러한 이슈에서 상대적으로 자유로운 살균 탁주는 대중적 선호가 낮은 편임.
- 대형마트나 백화점과 같은 매장에서는 전통주 프로모션은 제한적이나, 시음과 쿠폰 등의 판촉 행사가 과거에 비해 증가하고 있음. 특히 전통주 신제품에 대해서는 시음 행사의 효과가 큰 편으로 보고 있음.
- 온라인 구매와 스마트 오더는 과거 대비 노년층의 온라인 쇼핑 증가로 인해 효과가 있을 것으로 보고 있으며, 오프라인 소매유통 매장 입장에서는 경쟁 관계이기는 하지만 전체 시장을 키울 수 있어 긍정적으로 평가함.

2. 전통주 전문 판매점(바틀숍)

(1) 전반적 트렌드

- 다양한 탁주 출시에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있으며, 특히 신규 진입하는 양조장에서 새롭게 만드는 탁주에 대해 소비자가 호기심을 보이고 있음.
 - ✓ 연예인, 셀럽, 인플루언서가 참여하여 개발하고 판매하는 전통주 사례가 증가
- 젊은 층을 중심으로 전통주를 선물하는 트렌드가 증가하고 있음. 선물주의 경우 패키지에 대한 관심이 증가함.
- 이러한 트렌드 속에서 전통주 전문 판매점은 전통주에 대한 전문적 지식을 기반으로 브랜드와 제품에 대한 설명과 추천이 가능하다는 강점으로 소비자에게 접근하고 있음.
- 전통주 전문 판매점은 소규모 지역 양조장과 협업하는 경우가 많고, 매장이 위치한 지자체와 협업하여 지역 경제 활성화 및 도시재생사업과 연계하는 골목 상권 진흥의 일환을 담당할 수 있음.

(2) 제품 트렌드

- 탁주는 전반적으로는 저도수에서 가볍고 마시기 편하며 약간의 단맛이 있는 제품의 인기가 지속되고 있음. 한편, 무겁고 점도가 있는 제품이 인기를 얻는 경우도 있음.
- 약주와 과실주 역시 마시기 편하고 가볍고 단맛이 나는 제품이 선호되고 있으며, 와인과 같은 고급스럽고 풍부한 맛에 대한 선호가 나타남.
 - ✓ 과실주는 다양한 지역 특산물과 결합하여 제품을 개발할 수 있는 장점

- ✓ 국내산 와인은 국내 포도의 특성 상 양조용으로는 당도가 낮아 품질 제고가 과제임.
- 증류주 및 증류식 소주와 같은 고도주 선호도 나타나고 있음.
 - ✓ 선물주 수요가 많은 전통주 전문 판매점 특성상 증류주와 과실주에 대한 소비자 선호가 나타남. 증류주와 과실주는 유통기간이 길다는 점도 전통주 전문 판매점 입장에서 장점임.
 - ✓ 증류주는 고도수 부담이 있으므로, 칵테일 등 다양한 음용 방법 홍보가 필요함.
- 인지도가 높은 제품이 계속해서 선호되는 경향이 강하고, 소용량 패키지에 대한 선호도 나타남.
- 전통주를 한식의 일부로 인식할 수 있게 음식과의 페어링을 개발하고 홍보하는 것이 필요
- 젊은 층 취향을 반영할 수 있는 패키지 디자인 개선을 계속해 나가야 함.
 - ✓ 직관적이고 재미있는 콘셉트의 패키지 디자인, 선물용의 고급스러운 패키지 디자인 등 다양한 패키지 전략 필요
- 인스타그램 등 소셜 미디어를 활용한 홍보와 소통이 효과적이며, 블로그 등은 체험단을 운영하는 데 적합함. 카카오톡을 통한 홍보도 효과적으로 보고 있음.
 - ✓ 인플루언서를 활용한 유튜브 마케팅 등 홍보 강화가 필요함.
 - ✓ '○소주 사례'와 같이 유명인이 참여한 마케팅이 젊은 층 시장 확대에 효과적
 - ✓ 일회성일 뿐 전통주 시장 확대에 기여하지 못한다는 비판도 있음.
- 전통주 제조 과정이나 양조장의 다양한 스토리를 활용한 마케팅이 효과적임.
- 과거 대비 가격대가 상승하면서 소비자가 최초 소비를 시도하는데 어려움을 겪기도 함.
 - ✓ 고가 탁주는 시음 행사기 필요하다는 의견
 - ✓ 최근 고가 가격대 제품이 출시되면서 소비자의 가격 저항도 발생하고 있음. 지금보다 가격부담을 줄인 다양한 가격대 제품의 출시, 높은 가격을 설득할 수 있는 품질과 패키지, 브랜드 전략이 필요함.
 - ✓ 높은 가격대 선물주의 경우 전용잔을 제공하는 판촉 전략이 효과적일 것임.
- 이와 같은 프리미엄 시장은 원료의 고급화, HACCP과 같은 인증 제도 활용, 제조 환경과 판매 환경의 고급화, 패키지와 브랜딩의 고급화 전략이 병행되어야 한다고 보고 있음.

(3) 유통 트렌드

- 제품 품질관리는 계속 이슈가 되고 있음.
- 소규모 양조장과 네트워크를 통한 공동 마케팅 운영을 시도해 볼 수 있음.
- 도매 유통에서 이전보다 소량 구매가 가능한 경우가 늘어남.
- 특정주류 도매나 양조장 직매입에 비해 종합주류 도매가 가격 구조에서 불리한 경우도 있으나 제품 구매의 편의성으로 인해 종합주류 도매를 이용하기도 함.
- 배송에서 콜드체인이 제대로 되지 않는 경우와 유통기간이 짧은 문제는 계속 이슈임.
- 온라인 판매와 스마트 오더는 전통주 전문 판매점 입장에서는 가격대를 낮추는 문제가 있으나, 주종의 다양화와 구매 편리성 제고로 인한 시장확대에는 기여할 것으로 기대함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(4) 진흥 방안

- 전통주 전문 판매점이 참여할 수 있는 행사나 지원사업 확대 필요
- 새로운 지원 정책 발굴 이상으로 과거 지원 정책 중 변화된 환경에서 다시 시도해 볼 수 있는 것이 있는지 점검해 보는 것도 필요하다는 의견임.
- 인터넷 판매, 택배 시 파손 등 법규 등이 애매한 부분에 대해 문의할 수 있고 필요시 지원 받을 수 있는 채널 필요 제기

제4절 통신판매 심층 인터뷰

- ☑ 탁주 맛의 차별성이 크지 않은 가운데, 신규 출시되는 술은 색깔, 패키지 디자인 같은 **시각적 요소나, 제조사의 마케팅을 중심**으로 판매가 이뤄지는 경향이 나타남.
△ 이전에 비해 술의 유행 주기가 빨라짐.
- ☑ **부재료를 통해 맛을 다양화**하는 시도 및 이미 **성공한 술의 안정된 맛**을 따라 하는 경향이 나타남.
△ 신제품의 종류는 다양하지만 맛 자체는 다양하지 못한 현상도 나타남.
- ☑ **가격이 고가와 저가로 양극화**되면서 중간 가격대 제품이 부족한 현상이 나타남.
- ☑ 젊은 층이 선호할 수 있는 **귀엽고 재미있는 디자인의 패키지**는 늘어나고 있음.

1. 전반적 트렌드

- 최근 탁주가 맛의 차별성이 크지 않은 가운데 신규 출시되는 술은 색깔, 패키지 디자인 같은 시각적 요소나, 제조사의 마케팅을 중심으로 판매가 이뤄지는 경향이 나타남.
 - ✓ 신제품 중에서 소셜 미디어나 주류 박람회 등에서 이슈가 되거나, 유명 인플루언서와 협업하는 술을 중심으로 판매되는 경향이 있음.
 - ✓ 이전에 비해 새로운 술이 뜨고, 인기가 유지되는 주기가 짧아짐.
 - ✓ 젊은 층이 선호할 만한 패키지와 브랜딩에 대한 다양한 시도가 나타남.
- 거리두기 해제에 따른 영향은 혼술 감소로 인해 소폭 나타나거나 크지 않은 수준임.
 - ✓ 고가 주류나 새로운 술은 홈술로, 중가와 저가 주류는 매장에서 소비하는 편임.
- 명절 이외 시기에도 전통주 온라인 구매가 증가하는 추세임.
- 젊은 세대를 중심으로 고급 전통주를 즐기는 트렌드가 확산됨.
- 온라인 구매는 구색의 다양성과 저렴한 가격이 강점임.

2. 제품 트렌드

- 온라인 판매 특성상 변질 우려가 없는 증류주와 과실주를 주력 제품군으로 고려
 - ✓ 증류식 소주는 최근 주류 소비 고급화 트렌드의 영향을 받고 있으나, 상대적으로 높은 가격 대비 고급 위스키와 비교해서도 품질을 높여야 한다는 과제가 있음.
 - ✓ 과실주는 유통 과정에서 변질 우려가 없으면서도 가볍게 마실 수 있는 장점이 있음.
 - ✓ 과실주는 와인과 비교되는 경향이 있으며, 특히 국내산 와인은 수입 와인에 비해 제품 품질과 브랜딩이 모두 열세라는 의견
 - ✓ 탁주는 유통 기한의 한계와 유통 과정에서 주질 유지가 어렵다는 한계에도 불구하고, 다양한 맛을 만들기 쉽고, 가성비가 좋아 경쟁력이 있다고 보고 있음.
 - ✓ 패키지와 라벨 등 시각적 요소는 이전에 비해 많이 개선되었으나, 계속해서 개선해야 할 과제임.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

패키지와 라벨을 개선한 경우에도 브랜드 정체성이 모호하다는 문제가 나타나기도 함.

- 최초 구매는 인지도와 브랜드, 패키지와 라벨에 좌우되는 경우가 있지만, 재구매를 좌우하는 것은 맛임.
 - ✓ 전통주의 맛을 다양하게 확대해야 함.
 - ✓ 최근에는 부재료를 통해 맛을 다양화하는 전략과, 이미 성공한 술의 안정된 맛을 따라하는 경향이 나타남. 이런 경우 신제품의 종류는 다양하지만 맛 자체는 다양하지 못한 현상이 나타남.
- 가격이 고가와 저가로 양극화되면서 중간 가격대 제품이 부족한 현상이 나타남.
- 젊은 층이 선호할 수 있는 귀엽고 재미있는 디자인의 패키지는 늘어나고 있음.
 - ✓ 패키지의 개선이 술이 표현하고자 하는 맛이나 양조장의 특성을 반영하지 못하는 경우가 나타남.
 - ✓ 단순히 시각적으로 보기 좋은 디자인이 아니라, 제품과 양조장의 정체성을 반영하는 패키지 디자인이 필요함.
- 셀럽이 참여해서 이슈가 되는 것은 긍정적이거나, 해당 제품만 이슈가 되고 다른 전통주에 대한 관심으로 확산되지 못하는 경우도 있음.
- 오프라인 매장에서의 홍보, 주류 박람회의 시음 행사 등의 확대가 필요함.
- 전통주가 가지고 있는 다양한 풍미, 와인과 같이 술을 개봉하고 시간이 지났을 때 다양한 맛의 변화 같은 특성에 대한 홍보가 필요함.
- 양조장이 만들어지고 술을 만드는 과정에 대한 스토리텔링 홍보가 필요함.
- 음식과 연결 시키는 경우 페어링에 그치지 않고 다양한 TPO로 전통주를 설명할 수 있어야 한다는 의견임.

3. 진흥 방안

- 영세한 양조장들의 공동 마케팅과 홍보 지원, 고령 종사자들에 대한 온라인 마케팅 교육 지원 필요
- 온라인으로 판매할 수 있는 전통주의 범위를 확대해야 한다는 의견도 제기됨.
- 대형 플랫폼 이외에 소규모 스타트업 채널에 대한 지원 확대 필요 제기
- 전통주 법규 등 복잡한 관련 규정을 쉽게 알아볼 수 있는 채널 필요하다는 의견임.

제5절 외식업(전통주점) 심층 인터뷰

- ☑ 저도수 트렌드가 이어지는 가운데, 증류주에 대한 관심도 나타남.
- ☑ 매체에서 다루어졌거나 SNS에서 언급되는 전통주를 찾는 경향 증가
- ☑ 신제품 종류가 크게 증가함에 따라, 인지도가 높은 전통주, 부재료 등을 이용해서 차별적인 맛과 향, 색깔이 있는 전통주, 패키지 비주얼이 독특한 전통주의 인기 상승
- ☑ 전통주 고객층이 젊은 층과 여성 소비자를 중심으로 확대
- ☑ 전통주는 다양성이 중요
△ 소비자 관점에서 독특하고 흥미로운 스토리텔링으로 이를 전달하는 것이 중요
- ☑ 프리미엄 시장은 전통 제조 방식을 재현하는 것을 중요시 하는데 비해, 최근에는 마시기 편하면서 패키지 디자인 등 차별화 요소를 가진 준 프리미엄 시장 확대

1. 전반적 트렌드

- 전반적인 저도수 트렌드가 이어지는 가운데, 증류주에 대한 관심도 나타남.
- 젊은 층 중심으로 취하기 위해 마시는 저렴한 대중주에서 즐기기 위해 마시는, 내 취향에 맞는 고급주, 저도수 트렌드가 강화됨.
 - ✓ 기능성(건강에 좋은 이미지)에서 제품 특성(맛, 향, 색)에 주목하는 트렌드로 확대
- 언론에서 다루어졌거나 SNS에서 인플루언서에 의해 언급되는 전통주를 찾는 경향은 증가
 - ✓ 신제품 종류가 크게 증가함에 따라, 인지도가 높은 전통주, 부재료 등을 이용해서 차별적인 맛과 향, 색깔이 있는 전통주, 패키지 비주얼이 독특한 전통주의 인기 상승
 - ✓ 유명한 홍보 제품의 경우 단기적으로 소비자의 관심이 급증하나, 품질 등 제품력이 부족한 경우도 나타남.
- 전통주 고객층이 점차 확대되고, 젊은 층과 여성 소비자를 중심으로 관심 증가 추세 계속
 - ✓ 트렌디한 술이라는 인식 확산, 과거 대비 높은 가격대 수용도 상승
 - ✓ 전통주를 안주나 식사와 매칭해서 즐기는 경향 증가
- 코로나19 유행 감소 및 사회적 거리두기 해제에 따라 주점 이용 증가하는 경향
 - ✓ 홈술·혼술 트렌드는 계속되고 있지만, 포스트 코로나의 보복 소비 성향에 힘입어 주점 이용도 증가
 - ✓ 회식과 접대가 전반적으로 줄고, 술자리를 일찍 마치는 경향은 여전
- 고급화 및 가격대 상승으로 프리미엄 시장 확대
 - ✓ 반면 가격대 상승에 맞는 제품 품질 상승, 주점에서 접객이 이뤄지지 못하는 경우도 나타남.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

2. 제품 트렌드

- 탁주에 대한 소비자의 선호는 계속되고 있음.
- 최근 소규모 주류 제조업체가 지역 특산주로 전환하여 탁주 생산을 하면서 전통적인 생산 방법이 아닌 다양한 시도를 하는 경우도 증가
 - ✓ 소비자 선호에 부응하는 다양한 종류의 음용 속성과 패키지 디자인의 제품 출시
 - ✓ 디자인이 차별화되고 음용성 좋은 제품 위주로 젊은 층의 선호도 높아짐.
- 탄산 탁주 인기 여전한 가운데 호불호 없는 음용성 좋은 탁주 인기
 - ✓ 젊은 층에서 전통적인 누룩향에 대한 거부감 존재
- 고급화를 위해 유리병을 시도하는 트렌드에서 플라스틱 병을 사용하면서도 전통주의 맛과 향, 캐릭터에 맞는 라벨 디자인을 통해 고급화하는 시도 증가
- 전통주는 다양성이 중요한 특징이며, 소비자 관점에서 독특하고 흥미로운 스토리텔링으로 이를 전달하는 것이 중요하다는 의견임.
 - ✓ 최근 신규 탁주 제품들이 성공한 탁주를 모방하면서 다양성과 차별성이 감소하는 경향
 - ✓ 맛 등 제품 속성 이외에도 스토리텔링을 통한 차별화 강화할 필요
 - ✓ 우리술 품평회, 우리술 대축제처럼 소비자가 다양한 전통주를 접할 수 있는 기회를 확대해야 함.
 - ✓ 기존의 시음 위주 접근에서 정보전달, 콘셉트와 스토리로 확대 필요
 - ✓ 일부 업체의 판매 순위 제공이 좋은 반응을 얻고 있음. 소비자는 전문가나 업체의 추천 보다 다른 소비자의 추천을 선호하는 경향이 나타남.
- 프리미엄 시장은 전통 제조 방식을 재현하는 것을 중요시 하는데 비해, 최근에는 마시기 편하면서 패키지 디자인 등 차별화 요소를 가진 준 프리미엄 시장 확대 경향 나타남.

3. 유통 트렌드

- 제조업체는 술 품질을 일정하게 관리해야 하는 이슈가 여전
 - ✓ 전문주점과의 소통이 잘 되지 않는 경우도 있음.
 - ✓ 최근 제품 종류가 많아지고 있으나 제품 속성이 획일화되는 경향도 있어서 개성 있는 제품은 오히려 부족하다는 의견도 있음.
- 대부분 특정주류 도매업체 통해서 매입하고 있으며, 판매량 많은 소수 제품은 제조업체 직매입
 - ✓ 특정주류 도매업체는 양대 업체 과점 계속되고 있음.
- 여름철 쿨드체인이 되지 않아 관리에 문제 발생하는 경우는 여전
- 온라인 판매와 스마트 오더는 주점 입장에서는 단기적으로 불리할 수 있으나, 중장기적으로 전통주 소비시장을 확대한다는 점에서 긍정적으로 평가하고 있음.

4. 진흥 방안

- 제조업체 지원에 비해 소비자를 직접 만나는 전통주 주점에 대한 지원은 부족하다는 인식이 나타남.
- ✓ 전통 주 오프라인 홍보 행사 참여 지원, 전통주 전문 인력에 대한 교육 지원 필요
- 제조업체 품질 관리 강화 방안 필요 제기됨.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter 06

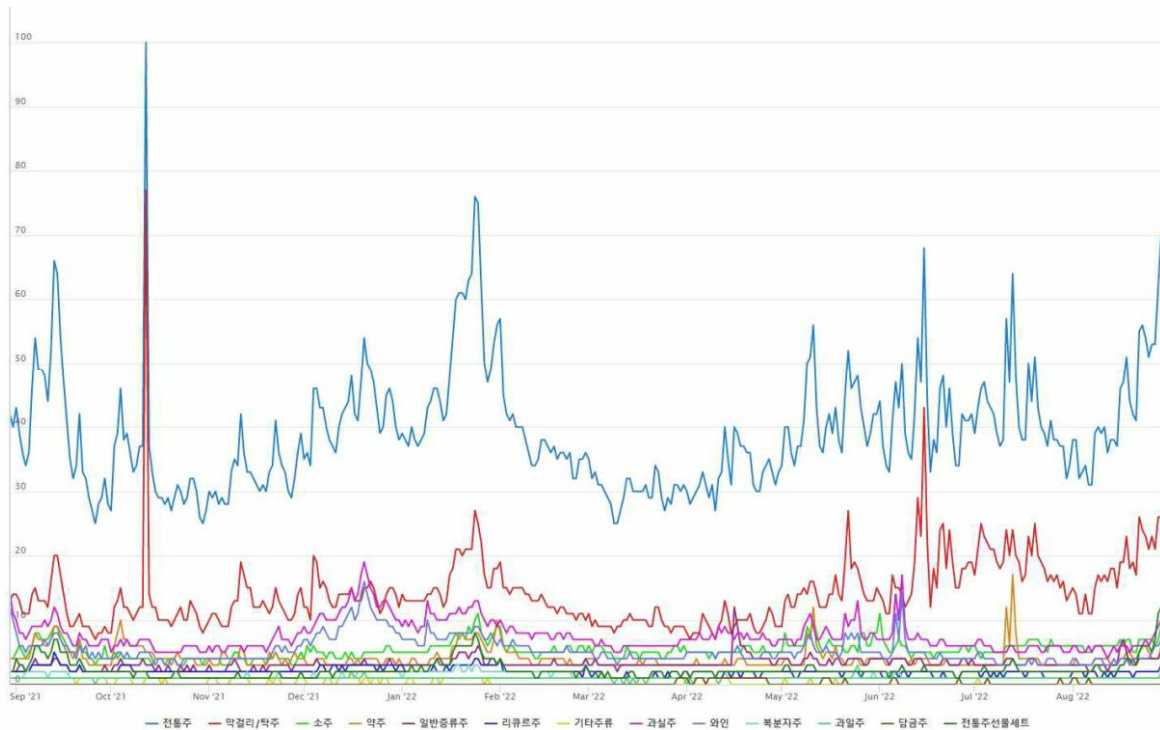
주류 트렌드 분석

제1절 전통주 전반적 트렌드

1. 전통주 검색량 추이

- 1년간(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일) 네이버 쇼핑에서 '전통주' 키워드 검색량 추이를 분석한 결과, 2021년 10월 말, 2022년 1월 말~2월 초, 2022년 6~7월 말, 2022년 9월 초 경에 전통주에 대한 검색어 빈도가 상대적으로 높게 나타남.
- 대체로 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 완화되는 시점과 설, 추석 등 명절 시점에 검색량이 증가했음.
 - ✓ 2021년 10월 말: 단계적 일상 회복(10.31. 4단계 거리두기 종료)
 - ✓ 2022년 1월 말~2월 초: 설(2.1.)
 - ✓ 2022년 6~7월 말: 사회적 거리두기 해제(4.18.) 이후
 - ✓ 2022년 9월 초: 추석(9.10.)

[그림 3-1] 전통주 검색량 추이



* 출처: 네이버 쇼핑(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

2. 전통주 검색어 분석

(1) 전통주 연관 키워드

- 전통주 연관 키워드 분석 결과, ‘추석’, ‘와인’, ‘해창막걸리’, ‘막걸리’, ‘느린마을막걸리’, ‘안동소주’, ‘한산소곡주’, ‘명절’, ‘프리미엄’, ‘와인쇼핑몰’ 등이 나타남.
- ✓ 전통주는 추석 등 명절 선물주로 인식되는 경우가 많음.
- ✓ 전통주의 대표주는 탁주라는 인식이 강한 가운데, 최근 국내산 와인과 과일주에 대한 관심 등 인식 범위에 대한 확대가 나타나고 있음.
- ✓ 유명 증류식 소주 브랜드를 중심으로 인식하는 경향도 있음.

[표 3-15] ‘전통주’ 연관 키워드 Top 20

순위	키워드	순위	키워드
1	추석	11	복분자주
2	와인	12	스파클링와인
3	해창막걸리	13	스파클링
4	막걸리	14	소곡주
5	느린마을막걸리	15	문배주
6	안동소주	16	홍주
7	한산소곡주	17	우도땅콩막걸리
8	명절	18	박재서안동소주
9	프리미엄	19	와인선물세트
10	와인쇼핑몰	20	전주이강주

* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스

(2) 전통주 워드클라우드

- 전통주 관련 워드클라우드 분석 결과, ‘막걸리’, ‘와인’, ‘추천’, ‘전통’, ‘온라인’, ‘소개’ 등이 나타남.
- ✓ 전통주는 추천과 소개를 받아야 하는 술, 아직은 잘 모르는 술, 내가 마시는 술이라기보다는 남에게 선물하는 술이라는 인식이 있음.
- ✓ 한편 편의점에서 구할 수 있는 술이라는 인식도 나타나, 최근 편의점을 통한 접근성 제고가 반영되고 있음.

[그림 3-2] '전통주' 워드클라우드



* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스

3. 전통주 구매 트렌드

- 전통주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 복순도가의 ‘복순도가 손막걸리’, 죽향도가의 ‘대대포 블루’, 배상면주가의 ‘느린마을막걸리’, 설악프로방스의 ‘바다한잔 동해소주’, 사곡양조원의 ‘공주 알밤 왕밤주’ 등의 순으로 나타남.
- ✓ 상위 5개 제품 중 4종이 탁주 또는 부재료를 추가한 탁주임.
- ✓ 탁주가 상위 제품을 차지하고 있으나, 이외에도 증류식 소주, 과실주, 약주 등 다양한 주종의 제품이 순위권에 나타나고 있음.

[표 3-16] 전통주 구매 제품 순위 Top 20⁹⁾

순위	제품명	제조사
1	복순도가 손막걸리	복순도가
2	대대포 블루	죽향도가
3	느린마을 막걸리	배상면주가
4	바다한잔 동해소주	설악프로방스
5	공주 알밤 왕밤주	사곡양조원
6	고창 복분자주 대용량	고창선운산
7	니모메	제주샘주
8	토끼소주 화이트	토끼소주
9	빙탄복	배상면주가
10	해창막걸리	해창주조
11	박재서 안동소주	박재서안동소주
12	우도 땅콩 전통주	조은술세종
13	소백산 스위트와인	산내들 와인
14	마크홀리 오리지널	홀리워터
15	미상 25	시트러스
16	한산소곡주	이상재명가소곡주
17	선운 복분자주	고창서해안복분자
18	담은 막걸리	1932 포천 일동막걸리
19	술송주	술송주
20	제주오메기 맑은술	제주술익는집

* 출처: 네이버 쇼핑(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

9) 같은 제품이지만 용량과 패키지가 다른 경우는 구매 순위가 높은 제품을 기준으로 한 가지만 제시함 (이하 동일)

제2절 주종별 트렌드

1. 탁주

(1) 탁주 검색어 분석

① 탁주 연관 키워드

- 탁주 연관 키워드 분석 결과, ‘해창막걸리’, ‘막걸리’, ‘느린마을막걸리’, ‘막걸리 안주’, ‘프리미엄’, ‘막걸리 한잔’, ‘막걸리 칼로리’, ‘막걸리 도수’, ‘버터 막걸리’, ‘바밤바 막걸리’ 등이 나타남.
- ✓ ‘해창’, ‘느린마을’ 등 인기 제품 브랜드가 검색어 상위 순위를 차지한 가운데, ‘막걸리 안주’, ‘막걸리 칼로리’, ‘막걸리 도수’, 등 음용과 관련된 검색어가 나타남.
- ✓ ‘버터 막걸리’, ‘바밤바 막걸리’, ‘우도 땅콩 막걸리’와 같이 단맛이 강한 탁주 제품명이 검색어로 나타나, 다양한 부재료로 맛, 향, 색의 다양성을 확대하는 기타주류형 탁주의 시도가 호응을 얻고 있음.

[표 3-17] ‘탁주’ 연관 키워드 Top 20

순위	키워드	순위	키워드
1	해창 막걸리	11	해창 막걸리 12 도
2	막걸리	12	배상면주가
3	느린마을 막걸리	13	논산 막걸리
4	막걸리 안주	14	우도 땅콩 막걸리
5	프리미엄	15	막걸리 추천
6	막걸리 한잔	16	막걸리 순위
7	막걸리 칼로리	17	전통주 선물
8	막걸리 도수	18	생막걸리
9	버터 막걸리	19	담은 막걸리
10	바밤바 막걸리	20	복순도가 막걸리

* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

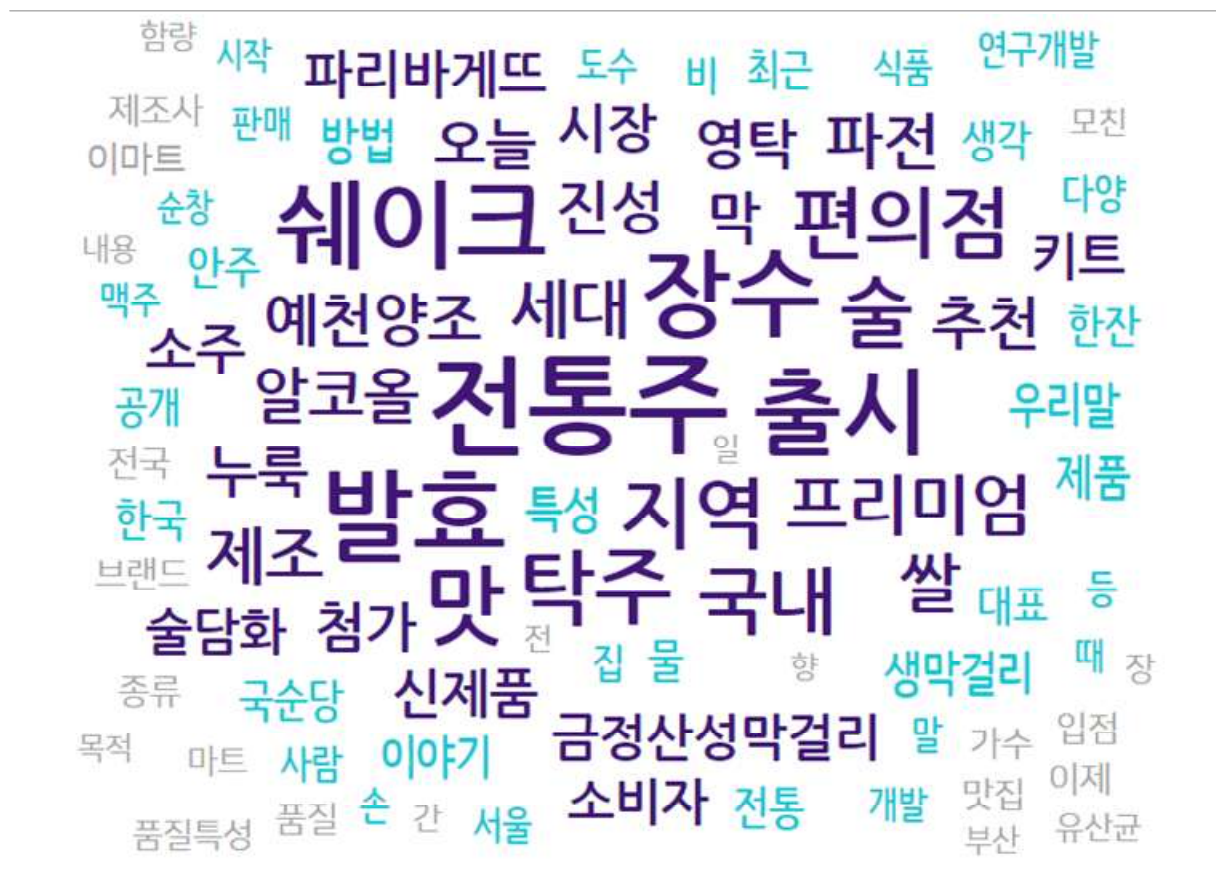
주류
트렌드
분석

부록

② 탁주 워드클라우드

- 탁주 관련 워드클라우드 분석 결과, ‘전통주’, ‘쉐이크’, ‘장수’, ‘발효’, ‘출시’, ‘탁주’, ‘맛’, ‘국내’, ‘편의점’, ‘지역’, ‘프리미엄’, ‘파전’ 등이 나타남.
- ✓ 장수 막걸리 쉐이크와 같은 콜라보레이션 제품의 인기가 나타남.
- ✓ 편의점을 통한 다양한 탁주 구입, 프리미엄 탁주에 대한 관심 등이 나타났으며, 트로트 가수와 같이 언급되는 경우도 나타남.

[그림 3-3] ‘탁주’ 워드클라우드



* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

(2) 탁주 구매 트렌드

- 탁주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 복순도가의 '손막걸리', 죽향도가의 '대대포 블루', 배상면주가의 '느린마을막걸리', 사곡양조원의 '공주 알밤 왕밤주', 해창주조의 '해창막걸리', 한강주조의 '표문 막걸리' 등의 순으로 나타남.
- ✓ 마시기 편한 탁주, 탄산 탁주, 단맛이 강한 탁주 등이 상위권을 차지하고 있음.
- ✓ 타 분야 브랜드와 콜라보레이션 마케팅을 한 제품도 상위권에 나타남.

[표 3-18] 탁주 구매 제품 순위 Top 20

순위	제품명	제조사
1	느린마을 막걸리	배상면주가
2	복순도가 손막걸리	복순도가
3	대대포 블루	죽향도가
4	공주 알밤 왕밤주	사곡양조원
5	해창 막걸리	해창주조
6	표문 막걸리	한강주조
7	우도 땅콩 전통주	조은술세종
8	마크홀리 오리지널	홀리워터
9	호랑이 생막걸리	배혜정도가
10	해창 9 도 찹쌀 생막걸리	해창주조
11	담은 막걸리	1932 포천 일동막걸리
12	강냉이 막걸리	용두산좋은술
13	나루 생막걸리	한강주조
14	금정산성 막걸리	금정산성토산주
15	자연담은 복분자 막걸리	국순당 고창명주
16	이화주	술샘
17	박유덕의 골목막걸리오리지널	골목양조
18	오미자 생막걸리	문경주조
19	조은술세종 바나나 막걸리	조은술세종
20	이박사 신동막걸리 원주	(주)청산녹수

* 출처: 네이버 쇼핑(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

2. 약주

(1) 약주 검색어 분석

① 약주 연관 키워드

- 약주 연관 키워드 분석 결과, ‘한산’, ‘청주’, ‘한산소곡주’, ‘소곡주’, ‘고흥유자주’, ‘인삼주’, ‘청주술’, ‘전통주 선물’, ‘명인’, ‘술송주’ 등이 나타남.
- ✓ 청와대 선물주 등으로 인지도가 높은 한산 소곡주가 상위 키워드로 나타남.
- ✓ 그 외 유자주, 술송주, 니모메, 오메기술, 풍정사계 춘 등 인지도 높은 제품명이 언급되고 있으며, 선물주, 명절의 차례주로 인식되고 있음.

[표 3-19] ‘약주’ 연관 키워드 Top 20

순위	키워드	순위	키워드
1	한산	11	약주
2	청주	12	니모메
3	한산소곡주	13	술 선물
4	소곡주	14	전통주 선물세트
5	고흥유자주	15	오메기술
6	인삼주	16	풍정사계춘
7	청주술	17	인삼주 담그는 법
8	전통주 선물	18	제주오메기술
9	명인	19	전통주 추천
10	술송주	20	차례주

* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

② 약주 워드클라우드

- 약주 관련 워드클라우드 분석 결과, ‘전통주’, ‘탁주’, ‘병’, ‘술’, ‘약주 또는 청주’, ‘증류주’, ‘효모’, ‘중요’, ‘추천’, ‘균주’, ‘발효’, ‘증류’ 등이 나타남.
- ✓ ‘효모’, ‘균주’, ‘발효’, ‘증류’ 등 술 제조 과정과 관련된 언급이 나타남.

[그림 3-4] ‘약주’ 워드클라우드



* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

(2) 약주 구매 트렌드

- 약주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 술소리의 '지리산기운내린강쇠', 제주삼주의 '니모메', 고현정의 '동학 1957', 이상재명가소곡주의 '한산소곡주', 한산소곡주의 '우희열명인 한산소곡주', 오대서양주양조의 '평창 서주 감자술', 술송주의 '술송주' 등의 순으로 나타남.
- ✓ 1만원 미만대 제품의 구매 순위가 높은 편임.
- ✓ 가성비가 좋은 제품을 중심으로 약주 구매 경향이 나타남.

[표 3-20] 탁주 구매 제품 순위 Top 20

순위	제품명	제조사
1	지리산기운내린강쇠	술소리
2	니모메	제주삼주
3	동학 1957	고현정
4	한산소곡주	이상재명가소곡주
5	우희열명인 한산소곡주	한산소곡주
6	평창 서주 감자술	오대서양주양조
7	술송주	술송주
8	오메기술	제주삼주
9	제주오메기 맑은술	고소리술익는집
10	우렁이쌀 청주	양촌양조
11	면천두견주	두견주보존회
12	황진이	술소리
13	청명주	중원당
14	김포약주	김포탁주
15	궁중술 왕주	민속주 왕주
16	김포 특주	김포탁주
17	맑은내일 조선주조사	우포의아침
18	미청	우포의아침
19	백운 대나무술	백운주가
20	천비향	좋은술

* 출처: 네이버 쇼핑(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

3. 과실주

(1) 과실주 검색어 분석

① 과실주 연관 키워드

- 과실주 연관 키워드 분석 결과, ‘와인’, ‘선물세트’, ‘명절’, ‘심술’, ‘프리미엄’, ‘와인 쇼핑물’, ‘담금주’, ‘복분자주’, ‘화이트와인’, ‘스파클링와인’ 등이 나타남.
- ✓ 과실주 연관 키워드에서 국내산 와인 관련 내용이 많아, 과거 대비 국내산 와인에 대한 높은 관심을 반영함.
- ✓ 명절 선물주 키워드도 여전히 나타나고 있음.

[표 3-21] ‘과실주’ 연관 키워드 Top 20

순위	키워드	순위	키워드
1	와인	11	레드와인
2	선물세트	12	스파클링
3	명절	13	빙탄복
4	심술	14	아이스와인
5	프리미엄	15	로제와인
6	와인 쇼핑물	16	무알콜와인
7	담금주	17	문배주
8	복분자주	18	홍주
9	화이트와인	19	담금주병
10	스파클링와인	20	내추럴와인

* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

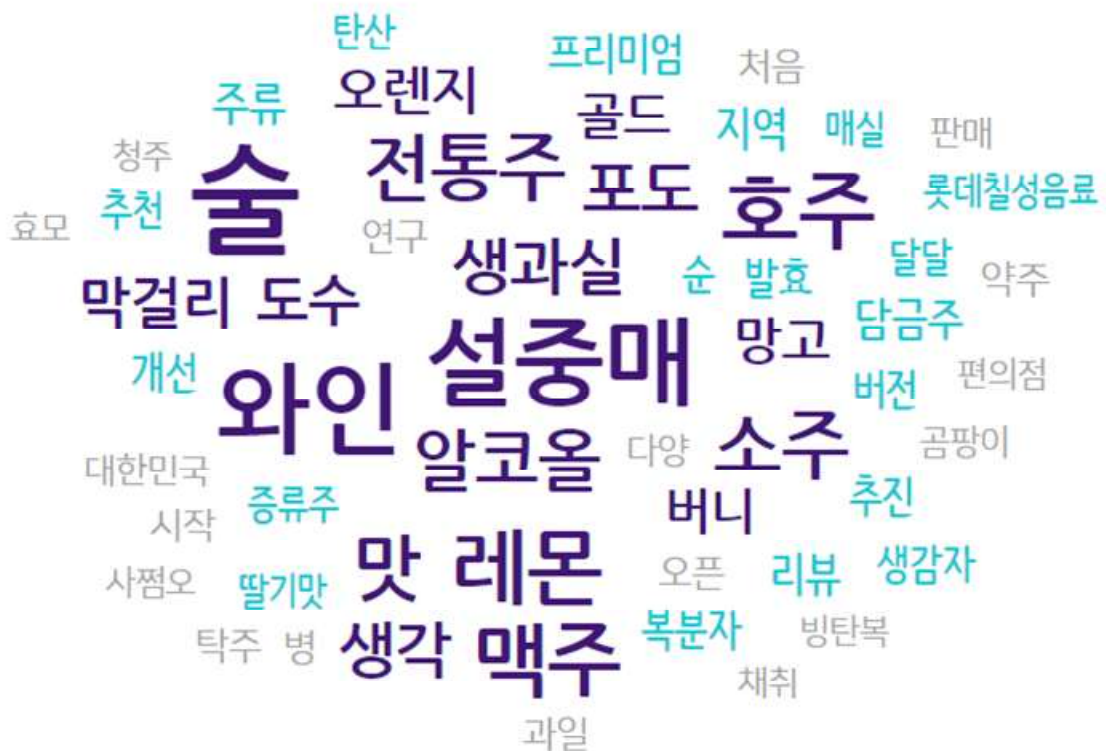
주류
트렌드
분석

부록

② 과실주 워드클라우드

- 과실주 관련 워드클라우드 분석 결과, ‘설중매’, ‘술’, ‘와인’, ‘전통주’, ‘호주’, ‘레몬’, ‘포도’, ‘생과실’, ‘알코올’, ‘맛’ 등이 나타남.
- ✓ 매실을 원료로 하는 과실주 언급이 여전한 가운데, 다양한 과일을 재료로 하는 과실주와 와인에 대한 언급이 나타남.

[그림 3-5] ‘과실주’ 워드클라우드



* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

(2) 과실주 구매 트렌드

- 과실주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 배상면주가의 ‘빙탄복’, 산내들와의인 ‘소백산 스위트와의인’, 오미나라의 ‘오미로제 연’, 컨츄리농원의 ‘컨츄리캠벨스위트’, 금이산농원의 ‘복숭아와의인’ 등의 순으로 나타남.
- ✓ 국내산 와인 제품이 대다수를 차지함.

[표 3-22] 과실주 구매 제품 순위 Top 20

순위	제품명	제조사
1	빙탄복	배상면주가
2	소백산 스위트와의인	산내들와의인
3	오미로제 연	오미나라
4	컨츄리캠벨스위트	컨츄리농원
5	금이산 복숭아와의인	금이산농원
6	베베마루 아내를 위한	월류원
7	고도리 복숭아와의인	고도리와이너리
8	샤토미소 27	샤토미소
9	머루이야기	산들벗
10	샤또무주 프리미엄 스위트	샤또무주
11	단감명작	우포의아침
12	고도리 샤인머스켓 와인	고도리와이너리
13	264 청포도와인 절정	264 청포도와인
14	부안참뽕와의인	내변산양조장
15	비원	산막와이너리
16	무주구천동 머루와의인	덕유
17	요새로제 와쥬블루	댄싱사이더
18	추사애플와의인	예산사과와의인
19	너브내	샤또나드리
20	허니문와의인	아이비허니

* 출처: 네이버 쇼핑(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

4. 증류식 소주

(1) 증류식 소주 검색어 분석

① 증류식 소주 연관 키워드

- 증류식 소주 연관 키워드 분석 결과, ‘청와대’, ‘안동소주’, ‘소주 도수’, ‘토끼소주’, ‘서울의 밤’, ‘소주 가격’, ‘술마켓’, ‘증류식 소주’, ‘증류주’, ‘문배술’ 등이 나타남.
- ✓ 전통적으로 인지도가 높은 증류식 소주 브랜드와 함께, 최근 인지도가 높아진 브랜드도 같이 나타남.
- ✓ 소주 도수나 가격에 대한 언급도 나타나, 고도수, 프리미엄 소주 등 특성에 대한 관심을 보여줌.

[표 3-23] ‘소주’ 연관 키워드 Top 20

순위	키워드	순위	키워드
1	청와대	11	느린마을소주
2	안동소주	12	박재서안동소주
3	소주 도수	13	소주종류
4	토끼소주	14	전통주선물
5	서울의밤	15	명인
6	소주 가격	16	강릉소주
7	술마켓	17	술선물
8	증류식 소주	18	안동소주일품
9	증류주	19	안동소주가격
10	문배술	20	프리미엄소주

* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

② 증류식 소주 워드클라우드

- 소주 관련 워드클라우드 분석 결과, ‘원소주’, ‘박재범’, ‘편의점’, ‘술’, ‘판매’, ‘출시’, ‘도수’, ‘프리미엄’, ‘전통주’, ‘병’ 등이 나타남.
- ✓ 유명 셀럽에 의한 증류식 소주 마케팅에 대한 언급이 주되게 나타남.
- ✓ 특정 연예인이 주도한 브랜드가 편의점에서 출시되면서, 희소성 마케팅과 패키지 디자인도 화제가 되었음.

[그림 3-6] ‘소주’ 워드클라우드



* 출처: 네이버 웹문서/블로그/카페/뉴스(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

(2) 증류식 소주 구매 트렌드

- 소주 제품의 구매 순위를 분석한 결과, 박재서 안동소주의 ‘박재서명인 안동소주 22도’, 박재서 안동소주의 ‘박재서명인 안동소주 45도’, 토끼소주의 ‘토끼소주 화이트 23도’, 안동소주일품의 ‘안동소주일품 40도’, 명품안동소주의 ‘참조은 안동소주’, 안동소주일품의 ‘안동소주일품 21도’ 등의 순으로 나타남.
- ✓ 주요 제품의 경우 도수별로 40도 이상, 30도대, 20도대로 나누어 출시되어 각기 다른 수요를 공략하고 있음.
- ✓ 전통적으로 인지도가 높은 제품이 높은 순위를 차지한 가운데, 최근 새롭게 출시되는 제품 구매도 나타나고 있음.

[표 3-24] 소주 구매 제품 순위 Top 20

순위	제품명	제조사
1	박재서명인 안동소주 22 도	박재서 안동소주
2	박재서명인 안동소주 45 도	박재서 안동소주
3	토끼소주 화이트 23 도	토끼소주
4	안동소주일품 40 도	안동소주일품
5	참조은 안동소주	명품안동소주
6	안동소주일품 21 도	안동소주일품
7	박재서명인 안동소주 35 도	박재서 안동소주
8	황금보리 증류주 17	황금보리
9	맑은내일 김보성 의리남 소주	우포의아침
10	토끼소주 골드 46 도	토끼소주
11	토끼소주 블랙 40 도	토끼소주
12	바다한잔 동해소주	설악프로방스
13	서울의 밤	더한주류
14	안동소주일품 17 도	안동소주일품
15	문배술 40 도	문배주양조원
16	느린마을소주	배상면주가
17	가평소주	우리소주조합
18	문배술 25 도	문배주양조원
19	강릉소주	우리소주조합
20	명품안동 프리미엄 30 도	명품안동소주

* 출처: 네이버 쇼핑(2021년 8월 30일 ~ 2022년 8월 30일)

Chapter

07

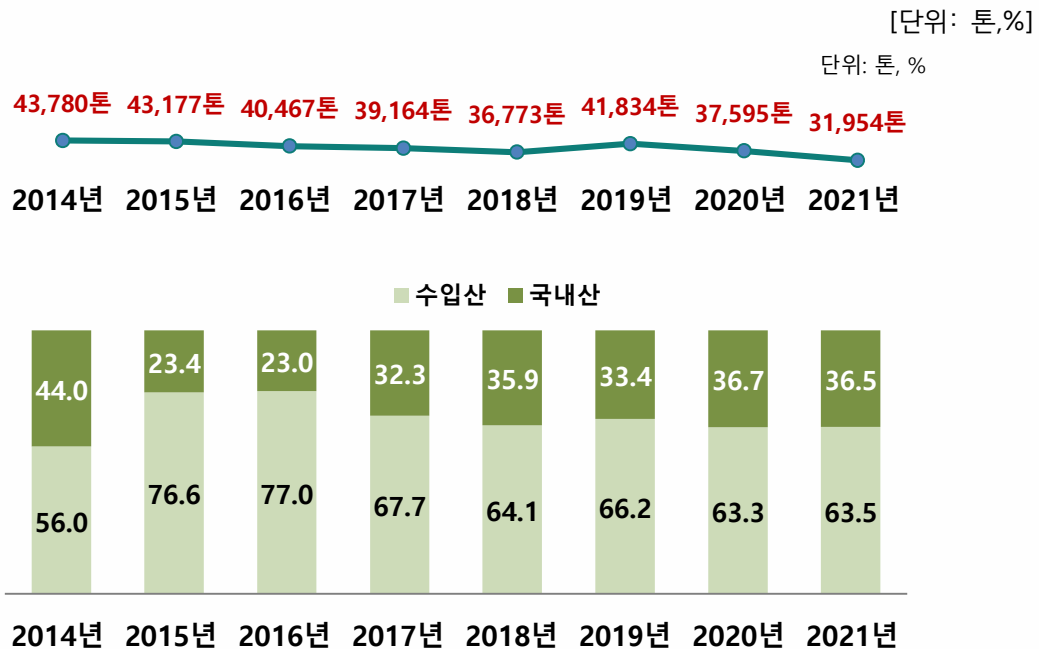
부록

제1절 주류 분야 쌀 사용량 현황 (설문조사 결과)

1. 탁주(막걸리) 분야 쌀 사용량

- 탁주(막걸리) 주종의 쌀 사용량은 2020년 대비 감소하였으며, 국내산 사용량 비율은 2020년 대비 유사한 것으로 나타남.(2020년 국내산 사용량 비율: 36.7%, 2021년 국내산 사용량 비율: 36.5%)

[그림 9-1] 탁주(막걸리) 분야 쌀 사용량



[표 9-1] 탁주(막걸리) 분야 쌀 사용량

[단위: 톤/kℓ/%]

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
출고량(kℓ)		454,348	418,083	406,043	415,481	408,035	405,784	388,291	372,759
사용량(톤)	쌀 사용량	43,780	43,177	40,467	39,164	36,773	41,834	37,595	31,954
	국산	19,277	10,115	9,299	12,639	13,217	14,027	13,816	11,657
	수입	24,503	33,062	31,168	26,525	23,556	27,808	23,779	20,297
비율(%)	국산	44.0	23.4	23.0	32.3	35.9	33.5	36.7	36.5
	수입	56.0	76.6	77.0	67.7	64.1	66.5	63.3	63.5
탁주원료전체사용량(톤)		52,212	51,788	47,300	45,415	44,010	47,713	48,287	40,102

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

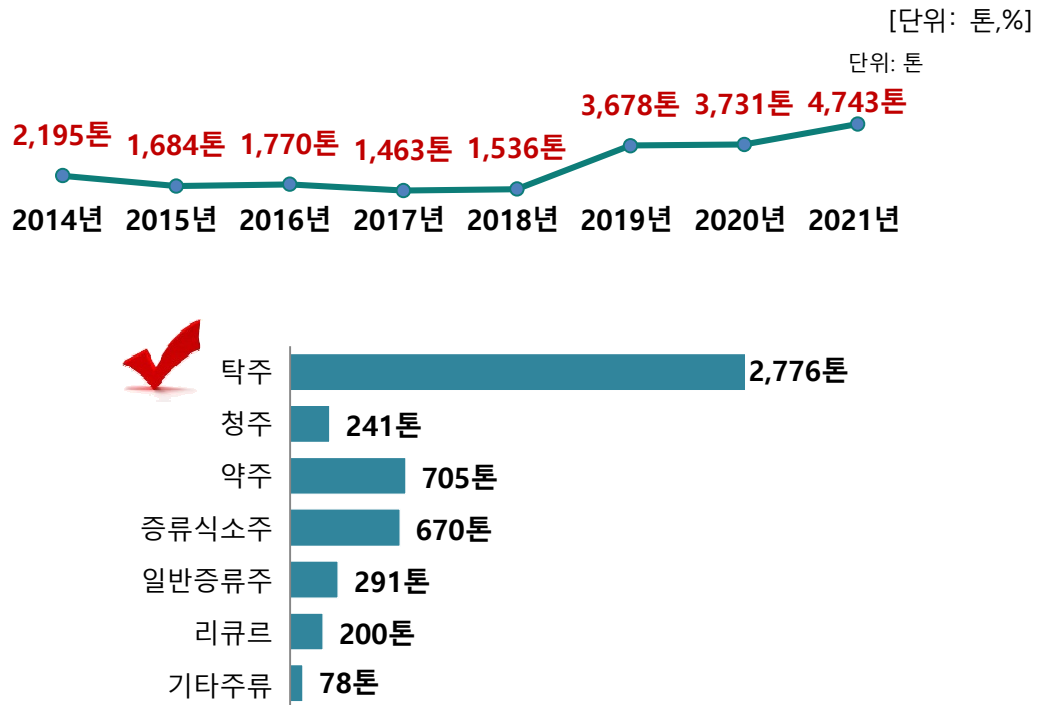
주류
트렌드
분석

부록

2. 전통주 분야 쌀 사용량

- 전통주의 원료 중 특히 쌀의 경우 2021년 4,743톤으로 2020년 3,731톤 대비 소폭 증가했으며, 최근 7년 간 가장 높은 사용을 보임. 탁주에서의 쌀 사용량은 매년 증가하는 추세임.

[그림 9-2] 전통주 분야 쌀 사용량



[표 9-2] 전통주 분야 쌀 사용량

[단위: 톤]

구분		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
쌀사용량 (톤)	전체	2,195	1,684	1,770	1,463	1,536	3,678	3,731	4,743
	탁주	1,262	892	829	868	958	2,104	2,239	2,776
	탁주 외	933	792	909	595	578	1,574	1,491	1,967
전체원료 사용량(톤)	전체	3,649	2,650	3,164	2,888	3,234	5,253	6,696	8,893
	탁주	1,424	947	932	889	1,220	2,158	2,436	3,265
	탁주 외	2,225	1,703	2,232	1,999	2,014	3,095	4,260	5,628

3. 전체 주류 쌀 사용량 (최근 6년)

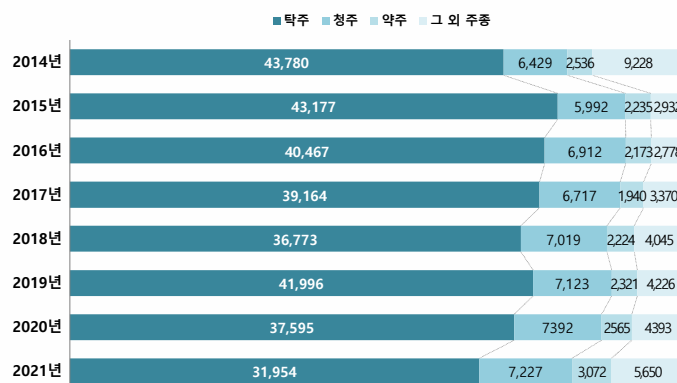
- 2021년 전체 주류에서 사용된 쌀 사용량은 약 47,902톤으로 나타났으며, 쌀 사용량은 2014년 이후로 지속적으로 하락하다가 2019년에 증가한 후 2020년부터 다시 하락 추세임.
- 이 중 국내산 비율은 45.4%, 수입산 비율은 54.6%로 수입산 원료 사용이 상대적으로 높게 나타남.
- 국내산 쌀 사용 비율이 전년 대비 0.1%p 증가하였음.
- 주종별 쌀 사용량은 탁주가 31,954톤으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 청주(7,227톤), 약주(3,072톤) 등의 순임.

[그림 9-3] 최근 8년 전체 주류 쌀 사용량 추세

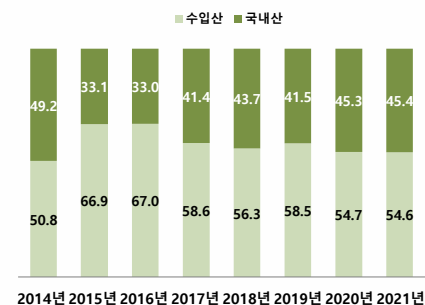
[단위: 톤]



[그림 9-4] 주종별 최근 8년 전체 주류 쌀 사용량 추세
[단위: 톤]



[그림 9-5] 쌀 국내산/수입산 비율
[단위:%]



1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

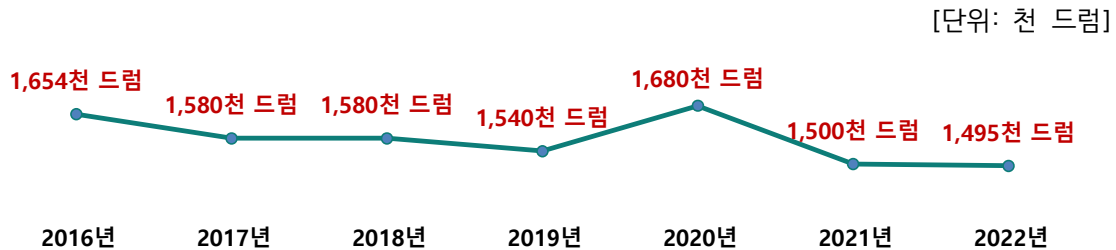
부록

제2절 주정 생산량 및 원료 지정량 현황

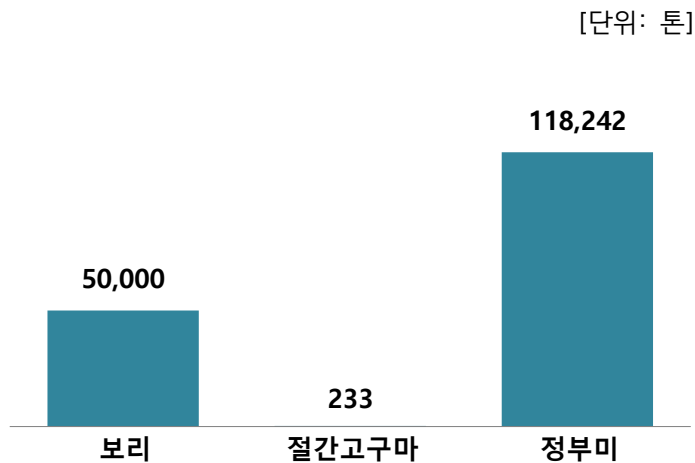
1. 연도별 주정 생산량

- 2022년 국내 주정사의 연간 주정 생산량은 1,495천 드럼으로 나타났으며, 주정 생산량은 2020년 대비 소폭 하락한 것으로 나타남.
- 2022년 주정원료 중 발효시설 원료 지정량은 정부미가 118,242톤으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 보리(50,000톤), 절간고구마(233톤)의 순임.
- 주정원료 중 정제시설 원료 지정량은 조주정 156,620kℓ로 수입주정(10,333kℓ)보다 높은 비중을 차지함.

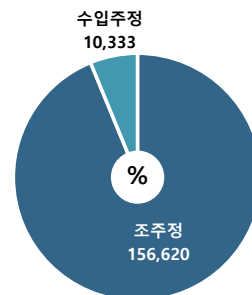
[그림 9-6] 최근 7년 주정 생산량 추세



[그림 9-7] 2022년 주정원료 지정량(발효시설 원료)



[그림 9-8] 2022년 주정원료 지정량(정제시설 원료)
[단위: kℓ]



- * 주정의 원료는 주세법(법 제43조, 시행령 제56조 등)에 따라 정부에서 원료의 종류 및 수량을 지정할 수 있음.
- * 보리, 절간고구마, 감자, 국산밀, 쌀, 정부양곡, 조주정, 수입주정은 정부 지정 원료이며 타피오카는 비지정 원료임.
(정부에서 지정한 원료 우선사용을 원칙으로 하고 부족분에 한해 타피오카를 수입하여 원료로 사용함.)
- * 1드럼 = 200리터

[표 9-3] 원료별 주정원료 지정표(2014~2022)

연도	주정사	연간 주정생 산량 (단위: 드럼)	원료 지정량									비 지정 원료 사용 량 (단위: 톤)
			발효시설 원료 (단위 : 톤)							정제시설 원료 (단위 : kl)		
			보리	절간 고구 마	감 자	국 산 밀	농협 현미	농협 백미	정부 미	조주 정	수입 주정	
20 22	계	1,495,000	50,000	233		-			118,242	156,620	10,333	
	A	113,063	4,100						10,237	11,084	739	
	B	140,161	5,373						13,076	13,020	884	
	C	95,800	3,083						7,412	10,344	689	
	D	160,399	6,350	233					15,242	13,407	904	
	E	160,028	6,624						15,528	13,673	926	
	F	242,727	9,341						20,145	22,537	1,500	
	G	294,954	9,671						23,488	31,562	2,092	
	H	142,088	5,458						13,114	13,179	887	
	I	145,780								27,814	1,712	
20 21	계	1,500,000	50,000	169		-			146,323	160,249	10,333	
	A	113,052	4,056						11,100	11,454	744	
	B	141,886	5,316						14,985	13,703	898	
	C	97,057	3,176						9,271	10,666	713	
	D	154,315	6,131						17,290	13,989	940	
	E	163,912	6,714						20,194	14,322	968	
	F	244,919	9,226	169					28,980	23,254	1,509	
	G	299,002	9,774						27,997	32,487	2,045	
	H	146,013	5,607						16,506	13,719	917	
	I	139,844								26,655	1,599	
20 20	계	1,680,000	50,000	204		-			130,000	192,777	10,333	109,593
	A	127,016	4,226						11,302	13,917	710	
	B	158,917	5,287						13,392	16,783	870	
	C	112,393	3,167						7,569	13,347	668	
	D	174,388	6,109						15,856	17,560	914	
	E	185,330	6,861						17,733	18,113	911	
	F	271,481	9,356						24,848	28,174	1,481	
	G	329,952	9,378	204					24,953	38,071	2,139	
	H	164,537	5,616						14,347	17,129	893	
	I	155,986								29,683	1,747	

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

연도	주정사	연간 주정생 산량 (단위: 드럼)	원료 지정량									비 지정 원료 사용량 (단위: 톤)
			발효시설 원료 (단위 : 톤)							정제시설 원료 (단위 : ㎥)		
			보리	절간 고구 마	감자	국산 밀	농협 현미	농협 백미	정부 미	조주 정	수입 주정	
20 19	계	1,540,000	32,100	190		3,070			190,000	154,476	10,333	88,493
	A	119,008	2,816			249			16,518	10,617	715	
	B	143,203	3,233	86		314			19,573	12,999	869	
	C	94,943	1,824			256			11,062	9,983	676	
	D	160,376	3,950			367			23,174	13,669	903	
	E	170,622	4,297	104		402			25,918	13,640	897	
	F	255,240	6,190			574			36,317	22,154	1,470	
	G	307,927	6,216			575			36,469	31,994	2,124	
	H	150,328	3,574			333			20,969	13,338	898	
	J	138,353							26,082	1,781		
20 18	계	1,580,000	31,250	352		7,249			190,000	156,879	10,333	98,960
	A	121,230	2,666	29		595			16,159	10,852	722	
	B	147,625	3,254	37		750			19,723	13,184	873	
	C	99,505	1,793	22		539			11,454	10,250	687	
	D	163,439	3,801	43		874			23,040	13,702	904	
	E	173,274	4,230	47		959			25,639	13,635	886	
	F	261,630	6,000	67		1,368			36,365	22,315	1,476	
	G	314,128	5,998	68		1,371			36,354	32,256	2,117	
	H	156,060	3,508	39		793			21,266	13,644	887	
	J	143,109							27,041	1,781		
20 17	계	1,580,000	9,719	504	-	-	2,698	16,000	190,000	158,722	10,333	96,045
	A	120,234	808	42			224	1,328	15,795	11,102	713	
	B	148,603	1,019	54			287	1,700	19,923	13,428	859	
	C	101,623	602	32			173	1,025	11,754	10,552	688	
	D	163,957	1,189	61			328	1,944	23,229	13,903	880	
	E	171,335	1,303	67			359	2,127	25,478	13,607	895	
	F	261,579	1,858	94			504	2,992	36,338	22,669	1,483	
	G	313,901	1,862	99			526	3,122	36,417	32,533	2,099	
	H	154,190	1,078	55			297	1,762	21,066	13,650	864	
	J	144,578							27,278	1,852		

연도	주정사	연간 주정생 산량 (단위: 드럼)	원료 지정량									비 지정 원료 사용 량 (단위: 톤)
			발효시설 원료 (단위 : 톤)							정제시설 원료 (단위 : kl)		
			보리	절간 고구 마	감자	국산 밀	농협 현미	농협 백미	정부 미	조주 정	수입 주정	
2016	계	1,654,000	31,185	759	-	-	2,918	-	210,000	162,554	10,333	98,007
	A	125,292	2,589	63			242		17,360	11,217	714	
	B	155,961	3,316	81			310		24,679	13,512	860	
	C	108,100	1,998	49			187		13,267	10,820	688	
	D	169,770	3,788	92			355		22,959	13,848	881	
	E	180,119	4,145	101			388		30,770	14,082	896	
	F	271,959	5,831	142			545		35,808	23,330	1,483	
	G	235,806	4,740	115			444		32,134	21,759	1,382	
	H	159,340	3,433	83			321		25,723	13,586	864	
	I	93,818	1,345	33			126		7,300	11,267	716	
2015	계	1,665,000	20,000	859	197	-	1,000	9,064	192,831	163,903	10,333	124,339
	A	126,179	1,661	71	197		83	753	15,988	11,320	714	
	B	157,011	2,127	91			106	964	18,135	13,633	860	
	C	108,895	1,283	54			63	581	12,462	10,911	688	
	D	170,893	2,428	105			122	1,101	25,834	13,977	881	
	E	181,297	2,657	115			134	1,204	22,656	14,219	896	
	F	273,625	3,738	162			188	1,694	39,244	23,522	1,483	
	G	237,280	3,039	131			152	1,377	28,812	21,929	1,382	
	H	160,408	2,202	95			110	998	18,774	13,709	864	
	I	94,538	865	35			42	392	10,926	11,350	716	
	J	154,874								29,333	1,849	
2014	계	1,566,000	18,149	1,029	11,301	150	8,350	-	60,600	154,723	10,333	229,058
	A	118,220	1,443	85	932		690		4,999	10,673	712	
	B	147,568	2,368	110	1,203		889		6,450	12,866	858	
	C	101,768	1,086	64	708		526		3,795	10,328	691	
	D	160,781	2,059	126	1,382		1,019		7,410	13,157	877	
	E	170,685	2,533	138	1,518		1,118		8,137	13,360	889	
	F	258,568	3,325	194	2,133		1,572		11,438	22,286	1,491	
	G	223,973	2,674	157	1,721		1,271		9,229	20,830	1,396	
	H	150,801	1,937	114	1,247		921		6,689	12,928	862	
	I	88,102	724	41	457		344		2,453	10,817	726	
	J	145,534								27,478	1,831	

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부 록

제3절 수출입 현황 HS코드

1. 주종별 수출입 현황 HS코드

[표 9-4] 주종별 수출입 현황 HS 코드

주종	구분	품목	HS코드
탁주(막걸리)	탁주	탁주	2206002030
청주	청주	청주	2206002010
약주	약주	약주	2206002020
과실주	과실주1	발포성(發泡性) 포도주	2204100000
	과실주2	붉은 포도주	2204211000
	과실주3	흰 포도주	2204212000
	과실주4	기타	2204219000
	과실주5	붉은 포도주	2204291000
	과실주6	흰 포도주	2204292000
	과실주7	기타	2204299000
	과실주8	붉은 포도주(2리터 초과 10리터 이하의 용기에 넣은 것)	2204221000
	과실주9	흰 포도주(2리터 초과 10리터 이하의 용기에 넣은 것)	2204222000
	과실주10	기타(2리터 초과 10리터 이하의 용기에 넣은 것)	2204229000
	과실주11	베르무트 및 기타(2리터 이하의 용기에 넣은 것)	2205100000
	과실주12	베르무트 및 기타(2리터 초과 10리터 이하의 용기에 넣은 것)	2205900000
	과실주13	사과주	2206001010
	과실주14	기타	2206001090
	과실주15	와인쿨러(제2009호나 제2202호의 물품을 첨가한 것으로 한정하며, 포도를 원료로 한 것을 포함한다)	2206009010
소주	소주	소주	2208904000
맥주	맥주	맥주	2203000000
브랜드	브랜드1	교낙	2208201000
	브랜드2	기타	2208209000
	브랜드3	럼(rum)과 발효된 사탕수수제품을 증류하여 얻은 그 밖의 증류주	2208400000
	브랜드4	진(gin)과 제네바(geneva)	2208500000
	브랜드5	브랜드류(소호 제2208.20호의 것은 제외한다)	2208901000
위스키	위스키1	스카시 위스키	2208301000
	위스키2	버본 위스키	2208302000
	위스키3	라이 위스키	2208303000
	위스키4	기타	2208309000
일반증류주	일반증류주1	보드카	2208600000
	일반증류주2	고량주	2208906000
	일반증류주3	데킬라	2208907000
리큐르	리큐르1	기타	2208709000
	리큐르2	인삼주	2208701000
	리큐르3	오가피주	2208702000
기타주류	기타주류1	기타	2208909000
	기타주류2	기타	2206002090
	기타주류3	기타	2206009090
주정	주정1	기타	2207109090
	주정2	조주정(粗酒精)	2207101000
	주정3	주류 제조용 발효주정	2207109010
	주정4	변성 에틸알코올과 그 밖의 변성 주정(알코올의 용량은 상관없다)	2207200000

2. 국가별 수출입 현황 HS 코드

[표 9-5] 국가별 수출입 현황 HS 코드

주종	HS코드
기타의 발효주(2206)	2206
맥주(2203)	2203
베르뭇과 기타 이와 유사한(2205)	2205
변성지 아니한 에틸알코올(2208)	2208
변성하지 아니한 에틸알코올(2207)	2207
포도(2204)	2204

3. 전통주 주종별 수출입 현황 HS 코드

[표 9-6] 전통주 주종별 수출입 현황 HS 코드

주종	구분	품목	HS코드
탁주	탁주	탁주	2206002030
청주	청주	청주	2206002010
약주	약주	약주	2206002020
과실주	과실주13	사과주	2206001010
	과실주14	기타	2206001090
리큐르	리큐르2	인삼주	2208701000
	리큐르3	오가피주	2208702000

*출처: 관세청 수·출입현황 통계

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

제4절 주류제조업체 실태조사 설문지

본 조사의 개인정보는 통계법 제33조(비밀보호)와 제34조(통계종사자 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID

주류제조업체 실태조사

안녕하십니까?

농림축산식품부와 한국농수산물유통공사에서는 우리나라 주류산업의 경쟁력을 강화하고 발전방안을 도출하기 위해 설문조사 전문기관인 글로벌알앤씨를 통해 주류 제조업체를 대상으로 생산 및 운영현황에 대한 실태조사를 실시하고 있습니다.

귀사에서 답변해 주신 내용은 통계적 목적으로만 활용되고 개별 업체의 응답은 통계법에 의해 비밀이 보호되며, 주류산업 발전을 위한 정책수립에 필요한 기초자료로 소중하게 사용될 것입니다.
바쁘신 가운데 시간을 내어 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2022년 7월

- 조사의뢰기관 : 농림축산식품부·한국농수산물유통공사
- 조사수행기관 : 글로벌알앤씨(주)
- 실 사 담당자 :
- 연 락 처 :

응답업체 일반현황 (조사원 기재)

업체명				대표자 성명			
대표자 성별	①남성 ②여성	대표자 연령	()세	대표 연락처	()	-	
응답자 성명				응답자 부서			
응답자 직급				응답자 연락처	()	-	
다수사업장 여부 (리스트로 확인)	①단일 사업장 ②다수 사업장			응답 범위	①기업 전체 ②해당 사업장()		
주소 (도로명 기준)							
소재지역	① 서울	② 부산	③ 대구	④ 인천			
	⑤ 광주	⑥ 대전	⑦ 울산	⑧ 경기			
	⑨ 강원	⑩ 충북	⑪ 충남/세종	⑫ 전북			
	⑬ 전남	⑭ 경북	⑮ 경남	⑯ 제주			

면접원 이름		조사 일시	()월 ()일 오전/오후()시()분부터 ()시()분까지
검증원 이름		검증 결과	

SQ 응답자 선정질문

SQ1. 2021년 12월 현재 귀사에서 보유하고 있는 주종별 면허는 무엇입니까?

해당하는 주종별로 관련 면허를 말씀해주십시오. (☞ 리스트의 주종별 면허와 일치 여부 확인)

(1) 생산주종		(2) 주종별 관련 면허					
		일반주류 면허	전통주 (무형문화재)	전통주 (식품명인)	전통주 (지역특산물, 농민주)	소규모 주류면허	기타
SQ1-1	탁주(막걸리)	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-2	청주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-3	약주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-4	과실주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-5	증류식 소주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-6	희석식 소주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-7	맥주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-8	브랜드	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-9	위스키	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-10	일반증류주	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-11	리큐르	①	②	③	④	⑤	⑥
SQ1-12	기타주류	①	②	③	④	⑤	⑥

※ 소규모 주류면허란?

☞ 탁주/약주/청주 1㎏이상, 5㎏미만, 맥주 5㎏이상 120㎏미만을 갖추고 주류를 제조하여 판매할 수 있는 면허

SQ2. 2021년에 귀사에서 생산하고 있는 주종은 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 말씀해 주십시오. (중복응답)

(☞ SQ1의 보유 면허 주종 중에서 선택)

- ① 탁주(막걸리) ② 청주 ③ 약주 ④ 과실주 ⑤ 증류식 소주
⑥ 희석식 소주 ⑦ 맥주 ⑧ 브랜드 ⑨ 위스키 ⑩ 일반증류주
⑪ 리큐르 ⑫ 기타 주류

□ 응답 가이드

- 1) 설문지 상에 금액과 관련된 모든 응답단위는 '백만원'입니다.
단위에 맞는 칸에 한 개의 숫자로 정확하게 기입하여 주십시오.
만약에 전체 금액이 백만원 미만인 경우 ex) 매출액 5십만원 일 때 0.5로 기입 해주십시오.
EX) 매출액이 3천 231억 2천 150만원일때의 예시
☞ 매출의 조 단위는 작성하지 않으시고, 백만원 단위에서 1.5를 기입해주시면 됩니다.

매출액 예시		금액(백만원)					
		조	천억	백억	십억	억	천만
A3-1	매출액		3	2	3	1	2

- 2) 설문지 상에 모든 생산량, 출고량의 응답단위는 '㎏' 이고, 원료의 사용량, 구입량의 응답단위는 'kg'입니다.
3) 본 조사는 2021년 운영현황에 대한 조사입니다. 모든 응답은 2021년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
(특정한 시간대는 각각의 문항에 기재된 대로 응답)

A 업체 일반 현황

※ 다음은 귀사의 일반 현황에 대한 질문입니다. 조사 내용은 개별 기업별로 절대 공개되지 않고, 통계처리용으로만 사용됩니다.

A1. 귀사의 설립연도는 어떻게 되십니까?

 년

A1-1. 현재 대표자가 창업주입니까? 그렇지 않습니까? ① 그렇다 ② 아니다

A1-2. (A1-1의 ② 아니더라는 응답자) 현재 대표자가 창업주가 아닌 경우, 현 대표자는 언제부터 귀사를 운영하였습니까?

 년

A2. 귀사의 전체 종사자 수는 어떻게 되십니까? 2021년 12월 기준으로 말씀해 주십시오.

 명

※ 전체 종사자 수 = 상용근로자+임시 및 일용 근로자+기타 종사자

구분	정의
상용근로자	고용계약기간(구두계약 포함)이 1년 이상인 임금근로자 또는 고용계약기간이 정해지지 않고 정규직원으로 일하는 자
임시 및 일용 근로자	고용계약기간(구두계약 포함)이 1년 미만인 자
기타 종사자	독자적인 사무실, 점포 또는 작업장이 없고 계약된 사업주에게 종속되어 있지만 스스로 고객을 찾거나 맞이하여 상품이나 서비스를 스스로 직접 제공하고 일한 만큼 실적에 따라 소득(수수료, 봉사료, 수당 등)을 얻으며, 근로제공방법, 근로시간 등은 본인이 독자적으로 결정하는 형태로 일하는 자 또는 그 외 종사자

A3. 귀사의 매출액(세후 출고금액)과 매출액 대비 순이익(%)은 세후 기준으로 어떻게 되십니까? 2021년 12월 기준으로 말씀해 주십시오.

구분		금액(백만원)					
		조	천억	백억	십억	억	천만
A3-1	매출액 (세후 출고금액)						
A3-2	순이익 (법인세 차감 이후 당기 순이익)			매출액의		%	

A4. 그럼 지난 2021년 12월 기준 총 매출액에서 순이익을 뺀 나머지 비용 (주류 생산에 소요된 총 비용(영업비용))의 세부 구성비는 어떻게 되십니까? (~~세~~ **합계가 100%가 되도록 기입**)

원료구입비	인건비 ¹⁾	연구개발비	판매홍보비	임대료	기타 ²⁾	합계
%	%	%	%	%	%	100%

1) 인건비 : 고용인원에 대한 인건비를 말씀해 주십시오.

2) 전기세, 수도세, 가스세, 난방유대, 기타 비용 등 기타 사업 운영에 사용되는 비용을 전부 기입함.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

B. 생산 현황

B1. 귀사 시설의 (1) 생산 주종별, (2) 지난 2021년 1년간 출고량, (3) 세후 출고가 기준 매출액(출고금액), (4) 매출액 중 내수/수출 비율은 어떻게 되십니까? 주종별로 말씀해 주십시오. (☑ SQ2의 생산주종과 일치해야 함) (☑ 전체 매출액(출고금액) '합계'는 A3-1에 기입한 매출액(출고금액)과 동일해야 함)

(1) 생산 주종		(2) 2021년 연간 출고량 (kl)						
		백만	십만	만	천	백	십	일
B1-1	탁주 (막걸리)							
B1-2	청주							
B1-3	약주							
B1-4a	과실주	포도주						
B1-4b		복분자주						
B1-4c		그 외						
B1-5	증류식 소주							
B1-6	화석식 소주							
B1-7	맥주							
B1-8	브랜디							
B1-9	위스키							
B1-10	일반증류주							
B1-11	리큐르							
B1-12a	기타	유사탁주						
B1-12b	주류	그 외						

(1) 생산 주종			(3) 2021년 총 매출액 (출고금액, 백만원)						(4) 매출액(출고금액) 중 내수 / 수출비율		
			조	천억	백억	십억	억	천만	백만	국내 비율	수출 비율
B1-1	탁주 (막걸리)								%	%	100%
B1-2	청주								%	%	100%
B1-3	약주								%	%	100%
B1-4a	과실주	포도주							%	%	100%
B1-4b		복분자주							%	%	100%
B1-4c		그 외							%	%	100%
B1-5	증류식 소주								%	%	100%
B1-6	화석식 소주								%	%	100%
B1-7	맥주								%	%	100%
B1-8	브랜디								%	%	100%
B1-9	위스키								%	%	100%
B1-10	일반증류주								%	%	100%
B1-11	리큐르								%	%	100%
B1-12a	기타	유사탁주							%	%	100%
B1-12b	주류	그 외							%	%	100%

B2. 귀사에서 지난 2021년 1년간 생산 주종별 대표제품 명, 대표제품의 패키지 형태, 대표제품의 용량, 대표제품의

출고가격은 어떻게 되십니까? 주종별로 말씀해 주십시오. (☞ SQ2의 생산주종과 일치)

(☞ 대표제품의 (3) 패키지 형태, (4) 용량 등이 여러 개일 경우 그 중에서 가장 주력인 제품을 기준으로 말씀해 주세요)

(1) 생산 주종		(2) 생산 주종별 대표제품 명	(3) 패키지 형태	(4) 용량	(5) 출고가격 (세후)
예시		000 첫막걸리	① 유리용기 ② 도자기 용기 ③ 플라스틱 용기(PET 등) ④ 알루미늄 용기(캔) ⑤ 종이 용기(종이팩) ⑥ 기타()	750ml	4,500원
B2-1	탁주 (막걸리)			ml	원
B2-2	청주			ml	원
B2-3	약주			ml	원
B2-4a	과실주	포도주		ml	원
B2-4b		복분자주		ml	원
B2-4c		그 외		ml	원
B2-5	증류식 소주			ml	원
B2-6	희석식 소주			ml	원
B2-7	맥주			ml	원
B2-8	브랜디			ml	원
B2-9	위스키			ml	원
B2-10	일반증류주			ml	원
B2-11	리큐르			ml	원
B2-12a	기타 주류	유사탁주		ml	원
B2-12b		그 외		ml	원

C. 원료조달 현황

※ C파트(C1~C5)는 다수사업장 업체의 경우 각 사업장별로 응답 받아주세요.

※ ⑥희석식 소주, ⑨위스키만 생산하는 경우는 D. 유통 및 제조 현황 파트로 이동

C1. 지난 2021년 1년간 사용한 원료는 무엇입니까? 또한, 원료별 사용량과 국내산/수입산의 사용비율은 각각 어느 정도입니까? 원료별로 말씀해 주십시오.

☞ SQ2에서 ⑥희석식 소주, ⑨위스키만 생산하는 경우는 응답하지 않음(아래 보기의 원료를 사용하지 않음)

(1) 원료 종류		(2) 원료 사용량 (kg)									(3) 국내산/수입산 사용 비율		
		억	천만	백만	십만	만	천	백	십	일	국내산	수입산	합계
C1-1	쌀										%	%	100%
C1-2	밀										%	%	100%
C1-3	옥수수										%	%	100%
C1-4	보리										%	%	100%
C1-5	고구마										%	%	100%
C1-6	감자										%	%	100%
C1-7	포도										%	%	100%
C1-8	복분자										%	%	100%
C1-9	머루										%	%	100%
C1-10	사과										%	%	100%
C1-11	전분										%	%	100%
C1-12	맥아										%	%	100%
C1-13	호프										%	%	100%
C1-14	기타()										%	%	100%
C1-15	기타()										%	%	100%
C1-16	기타()										%	%	100%
합계													

C2-1. 주종에 따른 「국내산, 원료 사용량(비율 %)」은 어느 정도입니까? 원료별 합이 100%가 되도록 「국내산, 원료 사용 비율을 말씀해 주십시오.

(☞ SQ2의 생산주종과 일치, 희석식 소주와 위스키만 응답하는 업체는 응답하지 않음)

(☞ C1에서 [국내산] 사용 비율에 응답한 사용원료와 동일해야 함)

(☞ C1에서 기입한 원료 사용량 중 [국내산]의 원료 사용량의 주종별 비율로 응답함, 전체 합이 100%)

(1) 원료 종류		(2) 생산주종별 [국내산] 원료 사용량 (%)										
		탁주 (막걸리)	청주	약주	과실주	종류식 소주	맥주	브랜디	알밤 종류주	리큐르	기타 주류	합계
1	쌀	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
2	밀	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
3	옥수수	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
4	보리	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
5	고구마	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
6	감자	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
7	포도	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
8	복분자	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
9	머루	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
10	사과	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
11	전분	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
12	맥아	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
13	호프	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
14	기타()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
15	기타()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
16	기타()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%

C2-1-2. 국내산 원료의 조달방법은 무엇입니까? 원료별 조달방법의 합계가 100%가 되도록 비율을 말씀해 주십시오.

(☞ C2에서 [국내산] 원료를 사용한 비율이 있는 경우만 응답함)

(☞ C2에서 [국내산]으로 사용하고 있는 원료와 동일해야 함)

(1) 원료 종류		(2) 국내산 원료의 조달 방법 (%)				
		자기생산	계약재배	구입	기타	합계
1	쌀	%	%	%	%	100%
2	밀	%	%	%	%	100%
3	옥수수	%	%	%	%	100%
4	보리	%	%	%	%	100%
5	고구마	%	%	%	%	100%
6	감자	%	%	%	%	100%
7	포도	%	%	%	%	100%
8	복분자	%	%	%	%	100%
9	머루	%	%	%	%	100%
10	사과	%	%	%	%	100%
11	전분	%	%	%	%	100%
12	맥아	%	%	%	%	100%
13	호프	%	%	%	%	100%
14	기타()	%	%	%	%	100%
15	기타()	%	%	%	%	100%
16	기타()	%	%	%	%	100%

1장

조사개요

C2-2. 주중에 따른 「수입산, 원료 사용량(비율 %)」은 어느 정도입니까? 원료별 합이 100%가 되도록 「수입산,

원료 사용 비율을 말씀해 주십시오.

(☞ SQ2의 생산주종과 일치, 희석식 소주와 위스키만 응답하는 업체는 응답하지 않음)

(☞ C1에서 [수입산] 사용 비율에 응답한 사용원료와 동일해야 함)

(☞ C1에서 기입한 원료 사용량 중 [수입산]의 원료 사용량의 주종별 비율로 응답함, 전체 합이 100%)

(1) 원료 종류	(2) 생산주종별 [수입산] 원료 사용량 (%)										
	탁주 (맥칼라)	청주	약주	과실주	증류식 소주	맥주	브랜디	알바 증류주	리큐르	기타 주류	합계
1	쌀	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
2	밀	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
3	옥수수	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
4	보리	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
5	고구마	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
6	감자	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
7	포도	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
8	복분자	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
9	머루	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
10	사과	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
11	전분	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
12	맥아	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
13	호프	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
14	기타()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
15	기타()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
16	기타()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%

C3. [C1에서 [수입산] 원료를 사용한 경우만] 수입산 원료를 사용한 주요한 이유는 무엇입니까?

가장 중요한 순서대로 2순위까지 말씀해 주십시오.

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 외국산이 국내산보다 저렴하기 때문에
- ② 외국산이 국내산보다 품질이 우수하기 때문에
- ③ 국내산만으로는 원하는 양을 조달할 수 없기 때문에
- ④ 국내에서는 생산되지 않는 원료라서
- ⑤ 국산 원료는 수급(가격·물량)이 불안정하기 때문에
- ⑥ 기타 (적어주십시오 :)

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

C4. 2021년 한 해 동안 발효제는 생산주종별, 발효제 종류별로 몇 kg을 사용하셨습니다?

자가제조하여 사용한 경우와 구입한 경우를 구분하여 말씀해주시요.

(※ SQ2의 생산주종과 일치, ⑥희석식 소주와 ⑧브랜드, ⑨위스키만 응답하는 업체는 응답하지 않음)

※ 효모 수급 방법별 설명

구분	정의
자가제조	효모를 직접 제조하여 사용
구입	상업용으로 시판중인 효모를 구입하여 사용
보급	기관 등(농촌진흥청, 한국식품연구원, 지역 농업기술원, 대학 연구소)에서 유 무상으로 배포 받은 것

(1) 생산 주종		효모			누룩		입국		정제효소· 조효소제 (개량누룩 포함)	
					전통누룩					
		자가 제조	구입	보급	자가 제조	구입	자가 제조	구입		
C4-1	탁주 (막걸리)	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-2	청주	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-3	약주	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-4	과실주	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-5	증류식 소주	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-6	맥주	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-7	일반증류주	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-8	리큐르	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg
C4-9	기타주류	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

D. 유통 및 제조 현황

D1. 지난 2021년 1년간 귀사의 판매 경로는 무엇입니까? 주종별 합이 100%가 되도록 판매 비율을 말씀해 주십시오.

(※ SQ2의 생산주종과 일치)

※ 유통 채널 정의

구분	정의
종합주류도매업체	주류제조자 또는 외국산 주류를 직접 수입한 자로부터 주류를 구입하여 도매하는 업체
특정주류도매업체	발효주류 중 탁주·약주 및 청주, 전통주, 소규모주류제조자가 제조한 맥주, 주류 가격을 산정하는 중소기업이 제조한 맥주를 주류제조자로부터 구입하여 도매하는 업체
대형할인매장/백화점	백화점(신세계, 롯데 등), 대형마트(이마트, 홈플러스 등), 슈퍼체인(롯데슈퍼, GS슈퍼 등) 규모가 대형인 유통업체
주점/일반 음식점	음식류를 조리, 판매하는 영업으로 식사와 함께 주류를 판매하는 업체
보틀샵	주류를 판매하지만, 매장 내에서 취식이 금지되어 있는 업체
직접판매	제조업체에서 자체적으로 오프라인 매장을 개설해 직접 판매하는 형태(제조업체 명의 오프라인 판매처를 통해 판매)
쇼핑몰	제조업체에서 자체적으로 온라인 매장을 개설해 온라인을 통해 판매하는 형태(제조업체 명의의 온라인 판매처(쿠팡, 11번가, 네이버스마트스토어, 카카오톡 선물하기 등)를 통해 판매)
라이브 방송	실시간 방송으로 상품을 소개, 판매하는 티브이 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑의 혼합 형태(네이버 쇼핑라이브, 카카오 카카오톡쇼핑라이브, 롯데쇼핑 온라인 등)
술 구독	온라인 유통과 판매가 가능한 전통주를 중심으로 일정한 주기마다 특별히 선정한 술을 구매자의 집으로 보내주는 서비스 (술담화, 술을읽다, 우리술한잔 등)

(1) 생산 주종			(2) 유통채널별 판매 비중									합계
			도매		소매				소비자 직거래			
					(양조장이 소매점에 직접 납품)				직접 판매 (방문객, 직판장 등)	통신판매		
			종합주류 도매업체	특정주류 도매업체	대형 할인 매장/ 백화점	슈퍼/ 편의점	주점/ 일반 음식점	보틀샵		쇼핑몰	라이브 방송	
D1-1	탁주 (막걸리)										100%	
D1-2	청주										100%	
D1-3	약주										100%	
D1-4a	과실주	포도주									100%	
D1-4b		복분자주									100%	
D1-4c		그 외									100%	
D1-5	증류식 소주										100%	
D1-6	화석식 소주										100%	
D1-7	맥주										100%	
D1-8	브랜디										100%	
D1-9	위스키										100%	
D1-10	일반증류주										100%	
D1-11	리큐르										100%	
D1-12a	기타 주류	유시탁주									100%	
D1-12b		그 외									100%	

E 통신판매 현황

E1. [D1에서 '통신판매'로 판매하는 경우에만 응답함] 세후 출고가를 기준으로, 2021년 1년간 귀사의 통신판매를 통한 매출액은 얼마입니까? 주종별, 판매 채널별로 말씀해 주십시오. (☞ SQ2의 생산주종과 일치)

※ 유통 채널 정의

☞ 현재 국내에서는 무형문화재·식품명인이 국내산 농산물로 제조한 주류, 농어업경영체·생산자단체 등이 직접 생산하거나 제조장 인근 지역에서 생산된 농산물로 제조한 주류 중 시·도지사의 제조면허 추천을 받은 것 등을 제외하고는 주류 온라인 판매가 금지되어 있습니다

구분	정의
소셜커머스	위메프, 티몬 등 소셜커머스 업체
마트/온라인몰	마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등), 온라인몰(온라인 주류 판매 사이트 등)
술 구독	온라인 유통과 판매가 가능한 전통주를 중심으로 일정한 주기마다 특별히 선정한 술을 구매자의 집으로 보내주는 서비스 (술담화, 술을읽다, 우리술한잔 등)

(1) 생산 주종		(2) 2021년 통신판매 채널별 매출액 (D1의 판매한 채널 체크)										
		제조업체 홈페이지	정부 온라인 쇼핑몰	네이버	다음 카카오	G마켓/ 옥션	11번가	쿠팡	소셜 커머스	마트 온라인몰	술구독	기타
E1-1	탁주 (막걸리)	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-2	청주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-3	약주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-4	과실주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-5	증류식 소주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-6	브랜드	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-7	일반증류주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-8	리큐르	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-9	기타주류	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원

E1-1. [D1에서 '통신판매'로 판매하는 경우, 2022년에 신규로 통신판매를 시작한 경우에만 응답함] 세후 출고가를 기준으로, 2022년 1월~6월까지 6개월간 통신판매를 통한 매출액은 얼마입니까? 주종별, 판매 채널별로 말씀해 주십시오. (☞ SQ2의 생산주종과 일치)

(1) 생산 주종		(2) 2022년 1~6월 통신판매 채널별 매출액 (D1의 판매한 채널 및 신규 채널 체크)										
		제조업체 홈페이지	정부 온라인 쇼핑몰	네이버	다음 카카오	마켓/옥션	11번가	쿠팡	소셜 커머스	마트 온라인몰	술구독	기타
E1-11	탁주 (막걸리)	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-12	청주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-13	약주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-14	과실주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-15	증류식 소주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-16	브랜드	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-17	일반증류주	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-18	리큐르	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원
E1-19	기타주류	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원	백만원

F. 주류업체 홍보 현황

F1. 귀사의 술과 관련한 홍보방법은 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 말씀해주시시오. (중복응답)

- | | |
|------------------|-------------------------|
| ① 홈페이지/블로그 등 포털 | ② SNS(페이스북/유튜브/인스타그램 등) |
| ③ 언론/방송 | ④ 술 관련 축제 및 박람회 |
| ⑤ 전문주점/바틀샵의 판촉행사 | ⑥ 술 관련 관광 및 체험 프로그램 |
| ⑦ 기타 (적어주시시오 :) | |

F2. 귀사는 술과 관련하여 관광 및 체험 프로그램을 운영하고 있으십니까?

- ① 있다 ② 없다

F3. 귀사에서는 향후에 술과 관련된 홍보방법 중 새롭게 시작하거나, 더 확대하고 싶은 홍보방법이 있다면 무엇입니까?
해당하는 것을 모두 말씀해주시시오.

- | | |
|------------------|-------------------------|
| ① 홈페이지/블로그 등 포털 | ② SNS(페이스북/유튜브/인스타그램 등) |
| ③ 언론/방송 | ④ 술 관련 축제 및 박람회 |
| ⑤ 전문주점/바틀샵의 판촉행사 | ⑥ 술 관련 관광 및 체험 프로그램 |
| ⑦ 기타 (적어주시시오 :) | |

F4. 2020년 4월 3일부터 스마트오더 방식의 주류 판매가 허용되었습니다. 이에 따라 음식점이나 편의점 등에서 소비자는 스마트폰의 앱을 통해 미리 온라인으로 주문해 둔 주류를 구입 할 수 있게 되었습니다.
이러한 스마트오더 방식 주류 판매에 대해 알고 계셨습니까?

※ 스마트오더

- ☞ 모바일을 통해 주문·결제한 상품을 고객이 매장에서 직접 수령하는 방식
- ☞ 방문 수령만 가능하며, 주류 배달 판매는 불가함

- ① 잘 알고 있다 ② 이름만 들어 보았다 ③ 모른다

F5. 귀사는 스마트 오더 방식을 통해 주류를 판매 해본 경험이 있습니까?

- ① 판매 경험이 있다(☞ F6으로) ② 판매 경험이 없다(☞ F7로)

F6. [F5에서 ①을 선택한 응답자만] 스마트 오더 방식을 통한 주류 판매가 매출 증가에 도움이 된다고 생각하십니까?

- | | |
|---------------|---------------|
| ① 전혀 도움되지 않는다 | ② 별로 도움되지 않는다 |
| ③ 다소 도움이 된다 | ④ 매우 도움이 있다 |

F7. 귀사는 향후 스마트 오더 방식으로 음식점이나 소매 판매점 등에 주류를 판매해 볼 의향이 있습니까?

- | | |
|-------------|-------------|
| ① 전혀 의향이 없다 | ② 별로 의향이 없다 |
| ③ 다소 의향이 있다 | ④ 매우 의향이 있다 |

G 지원 정책 현황 및 기타

G1. 다음은 주류산업 발전을 위해, 농림축산식품부가 추진하고 있는 주요 정책입니다. 각 정책에 대해 보기의 번호로 응답해주시시오.

지원 정책 구분	(1) 정책 인지 여부	(2) 주류산업 발전 도움 여부	(3) 정책 지원 의향
	① 잘 알고 있다 ② 이름만 들어보았다 ③ 모른다	① 전혀 도움이 되지 못한다 ② 별로 도움이 되지 못한다 ③ 보통이다 ④ 다소 도움이 된다 ⑤ 매우 도움이 된다	① 의향이 있다 ② 의향이 없다
G1-1	대한민국 우리술 품평회를 통한 우수 전통주 선발, 입상품 홍보 지원		
G1-2	대한민국 우리술 대축제를 통한 대국민 홍보 및 참여업체 부스비 지원		
G1-3	더샵닷컴 운영을 통한 전통주 등 우리술 관련 정보제공 및 정책사업 안내		
G1-4	전통주 갤러리 운영으로 전통주에 대한 소비자, 바이어, 외국 관광객의 인지도 향상		
G1-5	양조용 우수 효모 및 누룩을 보급하는 발효제 보급 사업		
G1-6	양조장 역량 강화 상담(컨설팅) 사업을 통한 양조장 전문역량 제고		
G1-7	우리술(전통주 등) 우수제품에 대한 온·오프라인 유통·관로를 확대 지원		
G1-8	술 품질인증제도 운영을 통한 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호		
G1-9	주류의 제조·판매 관련 각종 제도개선		
G1-10	시설 개보수 및 국산 원료매입 등을 위한 자금지원(식품외식종합자금, 융자)		
G1-11	수출 물류비 지원 등 농식품 수출지원 사업		
G1-12	고부가가치 식품개발 등 농림축산식품부의 R&D 사업		

G2. 정부의 주류산업 발전 정책에 대해 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족 (☞ G2-1로) ② 다소 불만족 (☞ G2-1로) ③ 보통 (☞ G2-1로)
④ 다소 만족 (☞ G2-2로) ⑤ 매우 만족 (☞ G2-2로)

G2-1. [G2에서 ①, ②, ③을 선택한 응답자만] 만족하지 않으신다면 가장 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 지원 정책의 홍보가 잘 되어 있지 않아 내용을 잘 모른다
② 서류 준비나 자격 제한이 복잡해서 지원 받기가 어렵다
③ 지원 정책 내용이 현실과 맞지 않아 타당성이 떨어진다는
④ 지원 정책의 방향은 좋지만 실효성이 낮아 매출 등에 도움이 안된다
⑤ 지원 정책의 내용이나 방향이 다른 규제와 충돌하여 제대로 효과가 나지 않는다
⑥ 기타 (적어주십시오 :)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

G2-2. [G2에서 ④, ⑤를 선택한 응답자만] 만족하신다면 가장 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 인지도 제고 등 홍보에 도움이 된다
- ② 유통/판로 확대에 도움이 된다
- ③ 시설 개선에 도움이 된다
- ④ 기술 및 품질 개선에 도움이 된다
- ⑤ 규제 완화 및 제도 개선에 도움이 된다
- ⑥ 기타 (적어주십시오 :)

※ 주세과세체계 증가세 → 종량세로 전환

- 국산맥주와 수입맥주간 세금 역차별로 촉발된 국내 주세과세체계의 논란
2019 세법개정에 따라 맥주·탁주 과세체계 2020년부터 종량세로 전환(물가연동 조정)

※ 개편 기본 원칙

구분	정의
① 소비자 후생	주세 개편으로 주류가격 인상요인이 발생하지 않는 범위 내 추진
② 국제규범 준수	과거 한-미, 한-GU 주세 분쟁과 같은 통상문제가 발생하지 않도록 WTO 내국민대우 원칙에 부합 필요
③ 교정세 기능 유지	소비자로 하여금 음주의 사회·경제적 비용을 지불하게 하는 교정세로서의 주세의 취지가 훼손되지 않을 필요

※ 추진 방식 : 점진적 접근

- 종가세 체계하에서 50여년간 형성되어 온 현재의 주류 시장·산업 구조의 급격한 변화가 초래할 수 있는 불확실성 최소화
- 개편 기본 원칙에 부합하고, 업계의 의견 등을 고려하여 전환 여건이 성숙된 맥주·탁주부터 우선 종량세 전환
- 여타 주종은 맥주·탁주 전환 효과, 음주 문화 변화*, 소비자 후생 등 측면을 보아가며
향후 업계 의견을 충분히 수렴·추진

G3. 향후 맥주와 탁주 이외에 다른 주종으로도 '종량세제'가 더 확대되어야 한다는 의견에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 확대되어야 한다 (☞ G3-1로)
- ② 확대할 필요 없다 (☞ G4로)

G3-1. [G3에서 ①을 선택한 응답자만] '종량세제'가 확대되어야 하는 이유는 무엇이라 생각하십니까?

※ 양조용 발효제 보급사업

구분	정의
발효제 보급	우리술 양조용 발효제(효모 10종, 씨누룩 17종) 보급 보급기관 : 한국식품연구원
홍보	양조장 대상 사업 인지도 제고 및 참여 독려, 일반 소비자 대상 보급발효제 적용제품 홍보

G4. '양조용 발효제 보급사업' 및 기술이전에 대해 어느정도 알고 계십니까?

- ① 전혀 모른다
- ② 사업명 정도만 들어봤다
- ③ 어느 정도 알고 있다
- ④ 매우 잘 알고 있다 또는 보급 받은 적 있다

G4-1. '양조용 발효제 보급사업' 추진이 전통주 품질향상 및 매출 증가에 어느 정도 도움이 된다고 생각하십니까?

- ① 전혀 도움되지 않는다
- ② 별로 도움되지 않는다
- ③ 다소 도움된다
- ④ 매우 도움된다

G4-2. '양조용 발효제 보급사업'이 활성화되기 위해서는 어느 부분이 보완되어야 한다고 생각하십니까?

G4-3. '양조용 발효제 기술이전'에 대해 어느 부분이 보완되어야 한다고 생각하십니까?

G4-4. '양조용 발효제'를 자가 생산하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 발효제 개발 및 생산에 필요한 인력/시간/비용이 없어서
- ② 발효제 자가생산보다 구매하는 것이 비용 절감이 되어서
- ③ 발효제를 대량 생산할 시설이 없어서
- ④ 동일한 품질의 발효제를 대량 생산할 수가 없어서
- ⑤ 시판되는 양조용 발효제와 맛의 차이가 크게 없어서
- ⑥ 기타 (적어주십시오 :)

G5. 주류 제조업을 운영하는 데 있어서 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

애로사항이 크다고 생각하는 순서대로 3순위까지 말씀해 주세요.

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- ① 비용부담
- ② 기술적 한계(제조기술, 생산능력 등)
- ③ 설비의 한계 (제조시설/설비 낙후 등)
- ④ 홍보마케팅의 한계 (인지도 부족, 패키지 디자인 미흡 등)
- ⑤ 세금 부담
- ⑥ 수입주류와의 경쟁
- ⑦ 기타 (적어주십시오 :)

G5-1. [G5]문항에서 1순위로 응답하신 애로사항과 관련하여 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 국세청 등에 건의하고 싶으신 사항은 무엇입니까?

제5절 전통주 전문주점 인터뷰 질문지

1장

조사개요

본 조사의 개인정보는 통계법 제33조(비밀보호)와 제34조(통계중보자 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID

전통주 전문주점 인터뷰

안녕하십니까? 설문조사 전문기관인 글로벌알앤씨에서는 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사의 의뢰로 우리나라 주류산업의 경쟁력을 강화하고 발전방안을 도출하기 위해 전통주 전문주점을 대상으로 주류 유통 현황, 전통주 판매 현황 및 전통주 진흥과 소비자 주류 트렌드에 대한 의견을 알아보고자 실시하고 있습니다. 귀사에서 답변해 주신 내용은 통계적 목적으로만 활용되고 개별 업체의 응답은 통계법에 의해 비밀이 보호되며, 주류산업 발전을 위한 정책수립에 필요한 기초자료로 소중하게 사용될 것입니다. 바쁘신 가운데 시간을 내어 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2022년 8월

조사의뢰기관 : 농림축산식품부·한국농수산물유통공사

조사수행기관 : 글로벌알앤씨㈜

조사 후 기재 (조사원 작성)

업체명	List ID
응답자 성명	응답자 연락처
업체 주소	_____ 시/도 _____ 구/시/군

응답자 선정질문(인터뷰이 섭외 시 확인)

- SQ1. 귀하께서는 귀사(귀 매장)가 전통주 전문주점이라 생각하십니까?
1. 그렇다 2. 아니다 > 조사 종료
- SQ2. 현재 귀사(귀 매장)에서 판매하는 전통주 가운데 지역 특산주나 민속주에 해당하는 품목이 있으신
1. 있다 2. 없다 > 조사 종료
- SQ3. 귀사(귀 매장)에서 판매하는 전통주(탁주, 약주/청주, 증류식 소주 등) 월 평균 매출액은 전체 주류 약 _____ % > 50% 미만 조사 종료

A. 인터뷰이 및 업체 현황 소개

※ 본격적인 인터뷰에 앞서 먼저 000님과 귀사(귀 매장)에 대한 소개를 부탁드립니다.

A1. 귀하께서 하시는 업무는 어떻게 되십니까? _____

A2. (대표자가 아닌 경우) 귀하의 본 업체(매장) 근무 기간은 어느 정도 되십니까? _____ 년

A3. 귀하께서 전통주와 관련된 일을 하신 기간은 어느 정도 되십니까? _____ 년

A4. 귀사(귀 매장)의 설립연도는 어떻게 되십니까? _____ 년 _____ 월

A5. 귀사(귀 매장)의 2021년 12월 기준 전체 종사자 수는 어떻게 되십니까? _____ 명

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

A6. 귀사(귀 매장)의 연간 매출액은 어느 정도 되십니까? 2021년 12월 기준으로 말씀해 주십시오.

- 올해 1월 이후에 설립된 업체는 최근 1년(연말까지의 추정 매출)을 기준으로 말씀해 주세요.
- 설립 기간 1년 미만인 경우는 예상 연 매출액을 말씀해 주세요.

백억	십억	억	천만	백만(원)

A7. 귀사(귀 매장)의 2021년 전통주 매출액 대비 2022년은 어느 정도 수준인가요?

A7-1. 작년 대비 올해 전통주 매출액이 증가 / 감소 했다면 그 주된 이유는 무엇이라 생각하시나요?

A7-2. 올해 거리두기 해제 이후 매출액 및 이용 행태가 달라졌나요?

A7-3. 2019년에도 영업을 하신 경우, 코로나19 유행 이전인 2019년과 비교하면 어떠한 편인가요?

A8. 귀사(귀 매장)의 전통주 판매는 작년과 올해를 비교하면 매출액 이외에 달라진 점이 있다면, 무엇인가요?

A9. 귀사(귀 매장)의 타 업체 대비 가장 큰 강점/특징은 무엇입니까? 반대로, 향후 가장 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

A10. 귀사(귀 매장)에서 판매하는 전통주는 주종별로 판매 비중이 어떻게 되시나요? 한편, 주종별로 대략 어느 정도 개수의 제품(브랜드)을 갖춰 놓고 있으신가요? 가장 인기 있는 브랜드와 이유는 무엇인가요?

(1) 판매주종 체크		(2) 판매비중 (매출액)	(3) 판매비중 (수량)	(4) 브랜드수	(5) 가장 인기 있는 브랜드	(6) 이유
A10-1.	탁주(막걸리)	1	%	%	중	
A10-2.	청주/약주	2	%	%	중	
A10-3.	과실주	3	%	%	중	
A10-4.	국내산 와인	4	%	%	중	
A10-5.	증류식 소주	5	%	%	중	
A10-6.	기타()	6	%	%	중	
		100%	100%			

1장

조사개요

A11. 도매 채널은 어떻게 되시나요? 불편하거나 개선할 사항이 있으시다면 무엇인가요? 도매 채널이 주종별로 차이가 있나요?(종합주류, 특정주류, 직매입 등)

A12. 귀사(귀 매장)는 소셜 미디어나 인터넷으로 홍보를 하고 있습니까? 있다면 어떻게 하고 있고, 효과가 있는 편인가요? 이후 홍보 계획은 어떠신가요?

2장

조사결과
요약

B. 전통주 전문주점 판매 애로사항

B1. 올해 전통주를 포함한 전반적인 주류 소비 트렌드는 어떻다고 보십니까? 작년과 변화가 있다면 무엇이고, 그 이유는 무엇이라 보십니까?

B2. 전통주 전문주점의 전통주 판매에서 올해 가장 큰 이슈가 있다면 무엇이라 생각하십니까?

B3. 전통주 전문주점의 전통주 판매에서 가장 주된 애로사항은 무엇이라 생각하십니까?

B4. 그 중 귀 매장에서 개선할 수 있는 점(개선하려는 점)은 무엇이라 생각하십니까?

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

C. 전통주 진흥 방안

C1. 전반적으로 볼 때 가장 경쟁력이 있는 주종이 무엇이라 생각하시며, 그 요인은 무엇입니까?
반면에 해당 주종이 어떤 점을 개선해야 한다고 보십니까?

(1) 가장 경쟁력 있는 주종			(2) 경쟁력 요인	(3) 개선해야 할 요인
C1-1.	탁주 (막걸리)	1		
C1-2.	청주/약주	2		
C1-3.	과실주	3		
C1-4.	국내산 와인	4		
C1-5.	증류식 소주	5		
C1-6.	기타()	6		

C2. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 전통주는 맛, 향, 빛깔, 목넘김, 원재료, 기능성, 알콜 도수 등 제품 속성으로 볼 때 어떤 측면을 개선해야 한다고 생각하십니까?

C3. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 가격대를 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C4. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 패키지 재질과 디자인을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C5. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프로모션을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C6. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 고객과 잠재 고객에게 제품의 어떤 점을 주로 홍보해야 한다고 생각하십니까? 고객과의 커뮤니케이션을 어떻게 가져가면 좋을까요?

1장

조사개요

C7. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프리미엄 시장의 가능성에 대해서 어떻게 보십니까? 프리미엄 시장이 가능하려면 어떤 점을 개선해야 할까요?

2장

조사결과
요약

C8. 귀하가 보시기에 전통주 제조업체가 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

C9. 전통주 온라인 구매나 스마트 오더 등 소매구입 경로 변화가 전통주 시장에 어떤 변화를 가져오고 있다고 생각하십니까? 주점 입장에서, 그리고 전통주 전반에 대해서는 어떤가요?

3장

주류산업
현황

C10. 전통주 관련 제도나 법, 정부 지원사업에서 애로사항이나 개선사항은 어떤 것이 있습니까?

4장

생산 현황

C11. 끝으로 전통주 진흥을 위해 해주실 말씀 부탁드립니다.

오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다. 응답해 주신 자료는 소중하게 활용하겠습니다.

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

제6절 전통주 소매유통 인터뷰 질문지

AT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

농림축산식품부

본 조사의 개인정보는 통계법 제33조(비밀보호)와 제34조(통계종사자 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID

전통주 소매유통 인터뷰

안녕하십니까? 설문조사 전문기관인 글로벌알앤씨에서는 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사의 의뢰로 우리나라 주류산업의 경쟁력을 강화하고 발전방안을 도출하기 위해 백화점, 대형마트, 편의점, 전문판매점의 전통주 MD를 대상으로 주류 유통 현황, 전통주 판매 현황 및 전통주 진흥과 소비자 주류 트렌드에 대한 의견을 알아보고자 실시하고 있습니다. 귀사에서 답변해 주신 내용은 통계적 목적으로만 활용되고 개별 업체의 응답은 통계법에 의해 비밀이 보호되며, 주류산업 발전을 위한 정책수립에 필요한 기초자료로 소중한게 사용될 것입니다. 바쁘신 가운데 시간을 내어 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2022년 8월

조사의뢰기관 : 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사

조사수행기관 : 글로벌알앤씨㈜

조사 후 기재 (조사원 작성)

업체명	List ID
응답자 성명	응답자 연락처
업체 주소	시/도 구/시/군
업체 형태	1. 백화점(본사/매장) 2. 대형마트(본사/매장) 3. 편의점(본사/매장) 4. 전문판매점

A. 일반현황 및 주류 유통 현황

※ 본격적인 인터뷰에 앞서 먼저 000님과 귀사(귀 매장)에 대한 소개를 부탁드립니다.

A1. 귀하께서 하시는 업무는 어떻게 되십니까? _____

A2. 귀하께서 본 업체(매장)에 근무하신 기간은 어느 정도 되십니까? _____ 년

A3. 귀사(귀 매장)의 연간 주류 매출은 어느 정도 되십니까? (2021년 12월 기준)

백억	십억	억	천만	백만(원)

※본사 MD는 전사 기준

A3-1. 그러면 전통주 매출 비중은 어느 정도 되시나요? _____ %

A4. 귀사(귀 매장)의 2021년 전통주 매출액 대비 2022년은 어느 정도 수준인가요?

A4-1. 작년 대비 올해 전통주 매출액이 증가 / 감소 했다면 그 주된 이유는 무엇이라 생각하시나요?

A4-2. 올해 거리두기 해제 이후 매출액 및 이용 행태가 달라졌나요?

A4-3. 2019년에도 영업을 하신 경우, 코로나19 유행 이전인 2019년과 비교하면 어떠한 편인가요?

1장

조사개요

A5. 귀사(귀 매장)의 전통주 판매는 작년과 올해를 비교하면 매출액 이외에 달라진 점이 있다면, 무엇인가요?

A6. 귀사(귀 매장)의 타 업체 대비 가장 큰 강점/특징은 무엇입니까? 반대로, 향후 가장 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

A7. 귀사(귀 매장)의 전통주의 전체 주류 매출 대비 비중이 어느 정도 되시나요? 그리고 전통주는 주종별로 판매 비중이 어떻게 되시나요? 한편, 주종별로 대략 어느 정도 개수의 제품(브랜드)을 갖춰 놓고 있으신가요? 가장 인기 있는 브랜드와 이유는 무엇인가요?

(1) 판매주종 체크			(2) 판매비중 (매출액)	(3) 판매비중 (수량)	(4) 브랜드수	(5) 가장 인기 있는 브랜드	(6) 이유
A10-1.	탁주(막걸리)	1	%	%	종		
A10-2.	청주/약주	2	%	%	종		
A10-3.	과실주	3	%	%	종		
A10-4.	국내산 와인	4	%	%	종		
A10-5.	증류식 소주	5	%	%	종		
A10-6.	기타()	6	%	%	종		
			100%	100%			

A8. 도매 채널은 어떻게 되시나요? 불편하거나 개선할 사항이 있으시다면 무엇인가요? 도매 채널이 주종별로 차이가 있나요?(종합주류, 특정주류, 직매입 등)

A9. 귀사(귀 매장)은 전통주 매대를 따로 구분하고 있나요? 구분하고 있다면 어떤 식으로 구성하고 있나요?

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

A10. 귀사(귀 매장)은 전통주 선물주 매대와 일반주(대중주)도 나누어 운영하고 있나요? 선물주 관련 판매 현황은 어떠한가요? (판매 시기, 고객 특성, 선호 제품, 가격대 등)

A11. 귀사(귀 매장)은 소셜 미디어나 인터넷으로 홍보를 하고 있습니까? 있다면 어떻게 하고 있고, 효과가 있는 편인가요? 이후 홍보 계획은 어떤가요?

B. 전통주 소매유통 판매 애로사항

B1. 올해 전반적인 주류 소비 트렌드는 어떻다고 보십니까? 작년과 변화가 있다면 무엇이고, 그 이유는 무엇이라 보십니까?

B1-1. 그 중 전통주의 소비 트렌드는 무엇이라 생각하십니까?

B2. 소매(백화점/대형마트/편의점/전문판매점) 전통주 판매에서 올해 가장 큰 이슈가 있다면 무엇이라 생각하십니까?

B3. 소매(백화점/대형마트/편의점/전문판매점) 전통주 판매에서 가장 주된 애로사항은 무엇이라 생각하십니까?

C 전통주 현황 및 진흥 방안

C1. 전반적으로 볼 때 가장 경쟁력이 있는 주종이 무엇이라 생각하시며, 그 요인은 무엇입니까?
반면에 해당 주종이 어떤 점을 개선해야 한다고 보십니까?

(1) 가장 경쟁력 있는 주종			(2) 경쟁력 요인	(3) 개선해야 할 요인
C1-1.	탁주 (막걸리)	1		
C1-2.	청주/약주	2		
C1-3.	과실주	3		
C1-4.	국내산 와인	4		
C1-5.	증류식 소주	5		
C1-6.	기타()	6		

C2. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 전통주는 맛, 향, 빛깔, 목넘김, 원재료, 기능성, 알코올 도수 등 제품 속성으로 볼 때 어떤 측면을 개선해야 한다고 생각하십니까?

C3. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 가격대를 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C4. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 패키지 재질과 디자인을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C5. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프로모션을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C6. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 고객과 잠재 고객에게 제품의 어떤 점을 주로 홍보해야 한다고 생각하십니까? 고객과의 커뮤니케이션을 어떻게 가져가면 좋을까요?

C7. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프리미엄 시장의 가능성에 대해서 어떻게 보십니까? 프리미엄 시장이 가능하려면 어떤 점을 개선해야 할까요?

C8. 귀하가 보시기에 전통주 제조업체가 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

C9. 전통주 도매 유통업체가 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

C10. 전통주 온라인 구매나 스마트 오더 등 소매구입 경로 변화가 전통주 시장에 어떤 변화를 가져오고 있다고 생각하십니까? 주점 입장에서, 그리고 전통주 전반에 대해서는 어떤가요?

C11. 전통주 관련 제도나 법, 정부 지원사업에서 애로사항이나 개선사항은 어떤 것이 있습니까?

C12. 끝으로 전통주 진흥을 위해 해주실 말씀 부탁드립니다.

오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다. 응답해 주신 자료는 소중하게 활용하겠습니다.

제7절 전통주 통신 온라인 판매 인터뷰 질문지

1장

조사개요

본 조사의 개인정보는 통계법 제33조(비밀보호)와 제34조(통계중보자 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID

전통주 통신 온라인 판매 인터뷰

안녕하십니까? 설문조사 전문기관인 글로벌알앤씨에서는 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사의 의뢰로 우리나라 주류산업의 경쟁력을 강화하고 발전방안을 도출하기 위해 플랫폼의 전통주 온라인 판매 담당자를 대상으로 주류 유통 현황, 전통주 판매 현황 및 전통주 진흥과 소비자 주류 트렌드에 대한 의견을 알아보고자 실시하고 있습니다. 귀사에서 답변해 주신 내용은 통계적 목적으로만 활용되고 개별 업체의 응답은 통계법에 의해 비밀이 보호되며, 주류산업 발전을 위한 정책수립에 필요한 기초자료로 소중하게 사용될 것입니다. 바쁘신 가운데 시간을 내어 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2022년 8월

조사의뢰기관 : 농림축산식품부·한국농수산물유통공사

조사수행기관 : 글로벌알앤씨㈜

업체명	List ID
응답자 성명	응답자 연락처

A. 일반현황 및 전통주 유통 현황

※ 본격적인 인터뷰에 앞서 먼저 000님에 대한 간단한 소개를 부탁드립니다.

A1. 귀하께서 하시는 업무는 어떻게 되십니까? _____

A2. 현재 귀사 플랫폼에 입점한 전통주 업체는 몇 곳 정도 되나요? _____ 개

A3. 귀사의 연간 전통주 매출액은 어느 정도 입니까? 2021년 12월 기준으로 말씀해 주십시오.

백억	십억	억	천만	백만(원)

A4. 귀사의 2021년 전통주 매출액 대비 2022년은 어느 정도 수준인가요?

A4-1. 작년 대비 올해 전통주 매출액이 증가 / 감소 했다면 그 주된 이유는 무엇이라 생각하시나요?

A4-2. 올해 거리두기 해제 이후 매출액 및 이용 행태가 달라졌나요?

A4-3. 2019년에도 영업을 하신 경우, 코로나19 유행 이전인 2019년과 비교하면 어떠한 편인가요?

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

A5. 귀사의 전통주 판매는 작년과 올해를 비교하면 매출액 이외에 달라진 점이 있다면, 무엇인가요?

A6. 귀사에 입점한 전통주는 주종별로 판매 비중이 어떻게 되나요? 한편, 주종별로 대략 어느 정도 개수의 제품(브랜드)을 갖춰 놓고 있으신가요? 가장 인기 있는 브랜드와 이유는 무엇인가요?

(1) 판매주종 체크			(2) 판매비중 (매출액)	(3) 판매비중 (수량)	(4) 브랜드수	(5) 가장 인기 있는 브랜드	(6) 이유
A6-1.	탁주(막걸리)	1	%	%	종		
A6-2.	청주/약주	2	%	%	종		
A6-3.	과실주	3	%	%	종		
A6-4.	국내산 와인	4	%	%	종		
A6-5.	증류식 소주	5	%	%	종		
A6-6.	기타()	6	%	%	종		
			100%	100%			

B. 전통주 온라인 판매 애로사항

B1. 올해 전통주를 포함한 전반적인 주류 소비 트렌드는 어떻다고 보십니까? 작년과 변화가 있다면 무엇이고, 그 이유는 무엇이라 보십니까?

B2. 온라인 전통주 판매에서 올해 가장 큰 이슈가 있다면 무엇이라 생각하십니까?

B3. 온라인 전통주 판매에서 가장 주된 애로사항은 무엇이라 생각하십니까?

1장

조사개요

B4. 그 중 플랫폼에서 개선할 수 있는 점(개선하려는 점)은 무엇이라 생각하십니까?

--

2장

조사결과
요약

C. 전통주 진흥 방안

C1. 전반적으로 볼 때 가장 경쟁력이 있는 주종이 무엇이라 생각하시며, 그 요인은 무엇입니까?
반면에 해당 주종이 어떤 점을 개선해야 한다고 보십니까?

(1) 가장 경쟁력 있는 주종			(2) 경쟁력 요인	(3) 개선해야 할 요인
C1-1.	탁주 (막걸리)	1		
C1-2.	청주/약주	2		
C1-3.	과실주	3		
C1-4.	국내산 와인	4		
C1-5.	증류식 소주	5		
C1-6.	기타()	6		

C2. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 전통주는 맛, 향, 빛깔, 묵념김, 원재료, 기능성, 알콜 도수 등 제품 속성으로 볼 때 어떤 측면을 개선해야 한다고 생각하십니까?

--

C3. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 가격대를 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

--

C4. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 패키지 재질과 디자인을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

--

C5. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프로모션을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

--

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

C6. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 고객과 잠재 고객에게 제품의 어떤 점을 주로 홍보해야 한다고 생각하십니까? 고객과의 커뮤니케이션을 어떻게 가져가면 좋을까요?

C7. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프리미엄 시장의 가능성에 대해서 어떻게 보십니까? 프리미엄 시장이 가능하려면 어떤 점을 개선해야 할까요?

C8. 귀하가 보시기에 전통주 제조업체가 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

C9. 전통주 관련 제도나 법, 정부 지원사업에서 애로사항이나 개선사항은 어떤 것이 있습니까?

C10. 끝으로 전통주 진흥을 위해 해주실 말씀 부탁드립니다.

오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다. 응답해 주신 자료는 소중하게 활용하겠습니다.

제8절 전통주 전문 판매점 인터뷰 질문지

1장

조사개요

본 조사의 개인정보는 통계법 제33조(비밀보호)와 제34조(통계중보자 의무)에 의해 비밀이 철저히 보장됩니다.

ID

전통주 전문 판매점 인터뷰

안녕하십니까? 설문조사 전문기관인 글로벌알앤씨에서는 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사의 의뢰로 우리나라 주류산업의 경쟁력을 강화하고 발전방안을 도출하기 위해 백화점, 대형마트, 편의점, 전문판매점의 전통주 MD를 대상으로 주류 유통 현황, 전통주 판매 현황 및 전통주 진흥과 소비자 주류 트렌드에 대한 의견을 알아보고자 실시하고 있습니다. 귀사에서 답변해 주신 내용은 통계적 목적으로만 활용되고 개별 업체의 응답은 통계법에 의해 비밀이 보호되며, 주류산업 발전을 위한 정책수립에 필요한 기초자료로 소중한게 사용될 것입니다. 바쁘신 가운데 시간을 내어 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2022년 7월

조사의뢰기관 : 농림축산식품부-한국농수산물유통공사

조사수행기관 : 글로벌알앤씨㈜

조사 후 기재 (조사원 작성)

업체명	List ID
응답자 성명	응답자 연락처
업체 주소	시/도 구/시/군
업체 형태	1. 백화점(본사/매장) 2. 대형마트(본사/매장) 3. 편의점(본사/매장) 4. 전문판매점

A. 일반현황 및 주류 유통 현황

※ 본격적인 인터뷰에 앞서 먼저 000님과 귀사(귀 매장)에 대한 소개를 부탁드립니다.

A1. 귀하께서 하시는 업무는 어떻게 되십니까? _____

A2. 귀하께서 본 업체(매장)에 근무하신 기간은 어느 정도 되십니까? _____ 년

A3. 귀사(귀 매장)의 연간 주류 매출은 어느 정도 되십니까? (2021년 12월 기준)

백억	십억	억	천만	백만(원)

※본사 MD는 전사 기준

A3-1. 그러면 전통주 매출 비중은 어느 정도 되시나요? _____ %

A4. 귀사(귀 매장)의 2021년 전통주 매출액 대비 2022년은 어느 정도 수준인가요?

A4-1. 작년 대비 올해 전통주 매출액이 증가 / 감소 했다면 그 주된 이유는 무엇이라 생각하시나요?

A4-2. 올해 거리두기 해제 이후 매출액 및 이용 행태가 달라졌나요?

A4-3. 2019년에도 영업을 하신 경우, 코로나19 유행 이전인 2019년과 비교하면 어떠한 편인가요?

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

부록

A5. 귀사(귀 매장)의 전통주 판매는 작년과 올해를 비교하면 매출액 이외에 달라진 점이 있다면, 무엇인가요?

A6. 귀사(귀 매장)의 타 업체 대비 가장 큰 강점/특징은 무엇입니까? 반대로, 향후 가장 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

A7. 귀사(귀 매장)의 전통주의 전체 주류 매출 대비 비중이 어느 정도 되시나요? 그리고 전통주는 주종별로 판매 비중이 어떻게 되시나요? 한편, 주종별로 대략 어느 정도 개수의 제품(브랜드)을 갖춰 놓고 있으신가요? 가장 인기 있는 브랜드와 이유는 무엇인가요?

(1) 판매주종 체크			(2) 판매비중 (매출액)	(3) 판매비중 (수량)	(4) 브랜드수	(5) 가장 인기 있는 브랜드	(6) 이유
A10-1.	탁주(막걸리)	1	%	%	종		
A10-2.	청주/약주	2	%	%	종		
A10-3.	과실주	3	%	%	종		
A10-4.	국내산 와인	4	%	%	종		
A10-5.	증류식 소주	5	%	%	종		
A10-6.	기타()	6	%	%	종		
			100%	100%			

A8. 도매 채널은 어떻게 되시나요? 불편하거나 개선할 사항이 있으시다면 무엇인가요? 도매 채널이 주종별로 차이가 있나요?(종합주류, 특정주류, 직매입 등)

A9. 귀사(귀 매장)은 소셜 미디어나 인터넷으로 홍보를 하고 있습니까? 있다면 어떻게 하고 있고, 효과가 있는 편인가요? 이후 홍보 계획은 어떠신가요?

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

B. 전통주 소매유통 판매 애로사항

B1. 올해 전반적인 주류 소비 트렌드는 어떻다고 보십니까? 작년과 변화가 있다면 무엇이고, 그 이유는 무엇이라 보십니까?

B1-1. 그 중 전통주의 소비 트렌드는 무엇이라 생각하십니까?

B2. 소매(백화점/대형마트/편의점/전문판매점) 전통주 판매에서 올해 가장 큰 이슈가 있다면 무엇이라 생각하십니까?

B3. 소매(백화점/대형마트/편의점/전문판매점) 전통주 판매에서 가장 주된 애로사항은 무엇이라 생각하십니까?

C 전통주 현황 및 진흥 방안

C1. 전반적으로 볼 때 가장 경쟁력이 있는 주종이 무엇이라 생각하시며, 그 요인은 무엇입니까? 반면에 해당 주종이 어떤 점을 개선해야 한다고 보십니까?

(1) 가장 경쟁력 있는 주종			(2) 경쟁력 요인	(3) 개선해야 할 요인
C1-1.	탁주 (막걸리)	1		
C1-2.	청주/약주	2		
C1-3.	과실주	3		
C1-4.	국내산 와인	4		
C1-5.	증류식 소주	5		
C1-6.	기타()	6		

C2. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 전통주는 맛, 향, 빛깔, 목넘김, 원재료, 기능성, 알콜 도수 등 제품 속성으로 볼 때 어떤 측면을 개선해야 한다고 생각하십니까?

C3. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 가격대를 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C4. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 패키지 재질과 디자인을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C5. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프로모션을 어떻게 가져가야 한다고 생각하십니까?

C6. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 고객과 잠재 고객에게 제품의 어떤 점을 주로 홍보해야 한다고 생각하십니까? 고객과의 커뮤니케이션을 어떻게 가져가면 좋을까요?

C7. (가장 경쟁력 있다고 하신 전통주를 기준으로) 프리미엄 시장의 가능성에 대해서 어떻게 보십니까? 프리미엄 시장이 가능하려면 어떤 점을 개선해야 할까요?

1장

조사개요

C8. 귀하가 보시기에 전통주 제조업체가 개선해야 할 점은 무엇이라 생각하십니까?

C9. 전통주 온라인 구매나 스마트 오더 등 소매구입 경로 변화가 전통주 시장에 어떤 변화를 가져오고 있다고 생각하십니까? 주점 입장에서, 그리고 전통주 전반에 대해서는 어떤가요?

C10. 전통주 관련 제도나 법, 정부 지원사업에서 애로사항이나 개선사항은 어떤 것이 있습니까?

C11. 끝으로 전통주 진흥을 위해 해주실 말씀 부탁드립니다.

오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다. 응답해 주신 자료는 소중하게 활용하겠습니다.

2장

조사결과
요약

3장

주류산업
현황

4장

생산 현황

5장

유통 현황

6장

주류
트렌드
분석

