

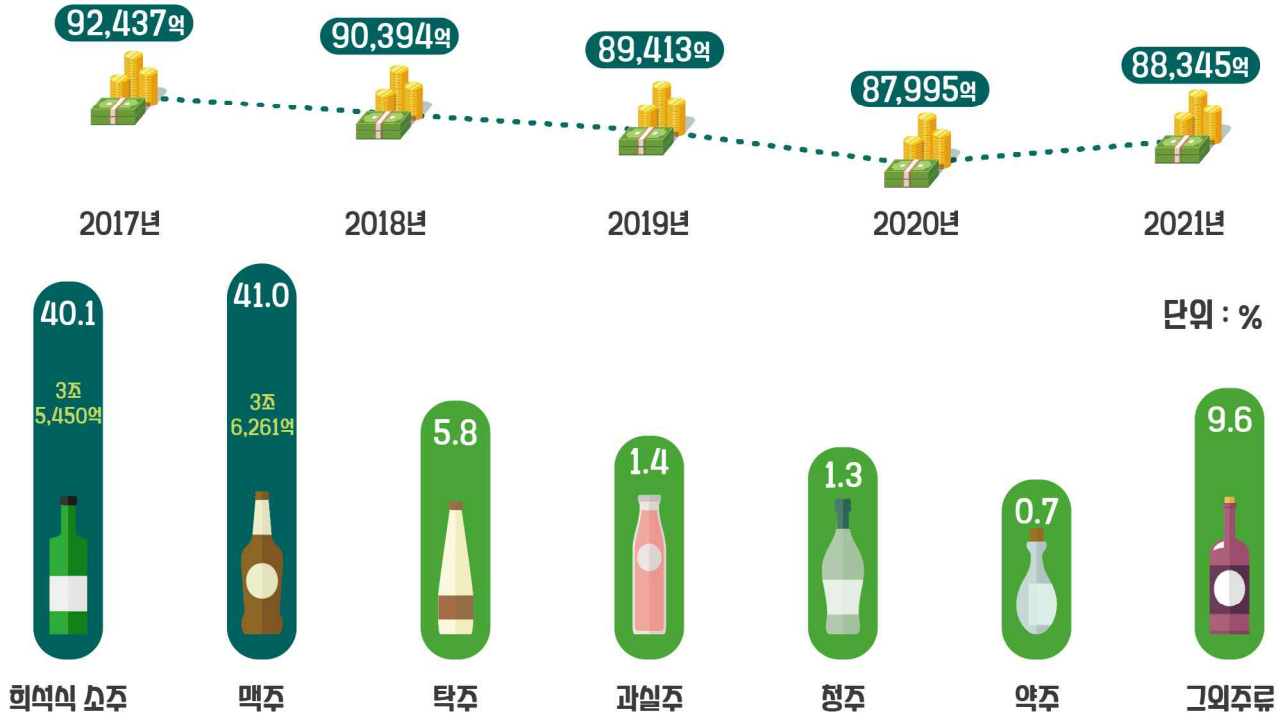
2022년도 주류 시장 트렌드 보고서



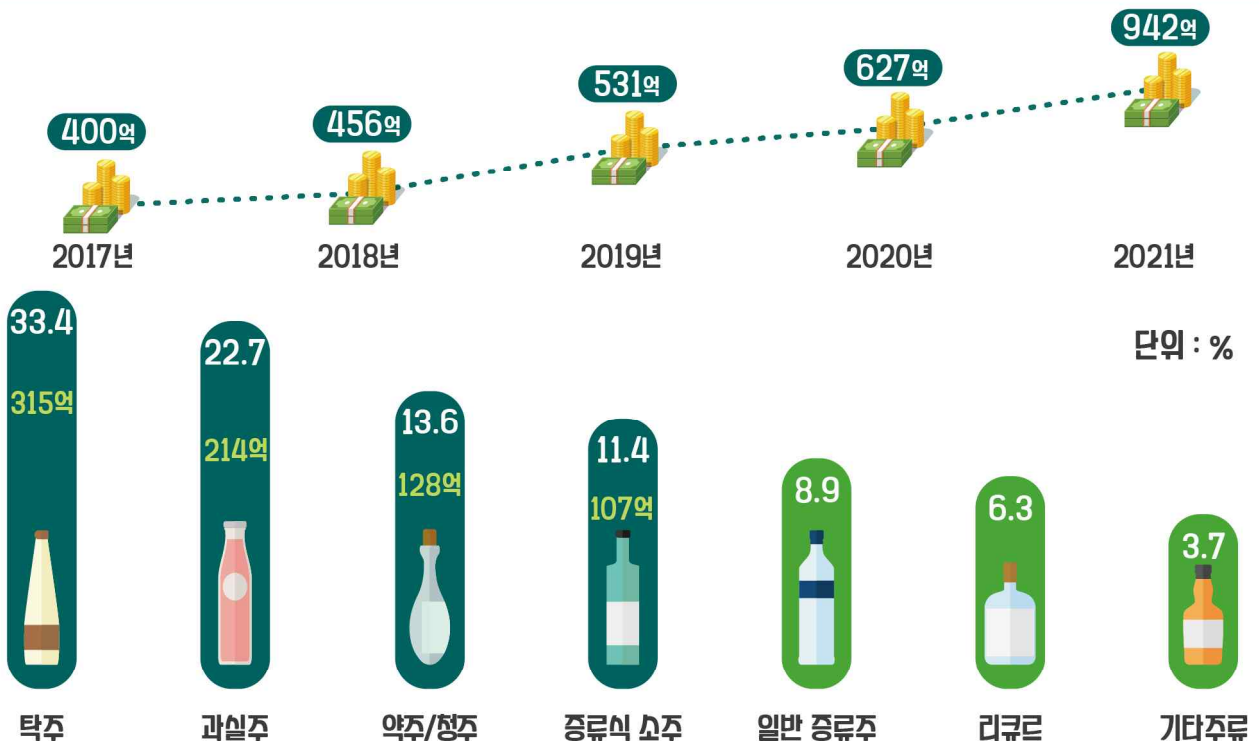
2022년 주류 시장 트렌드



전체 주류현황(출고금액 기준)



전통주 현황(출고금액 기준)

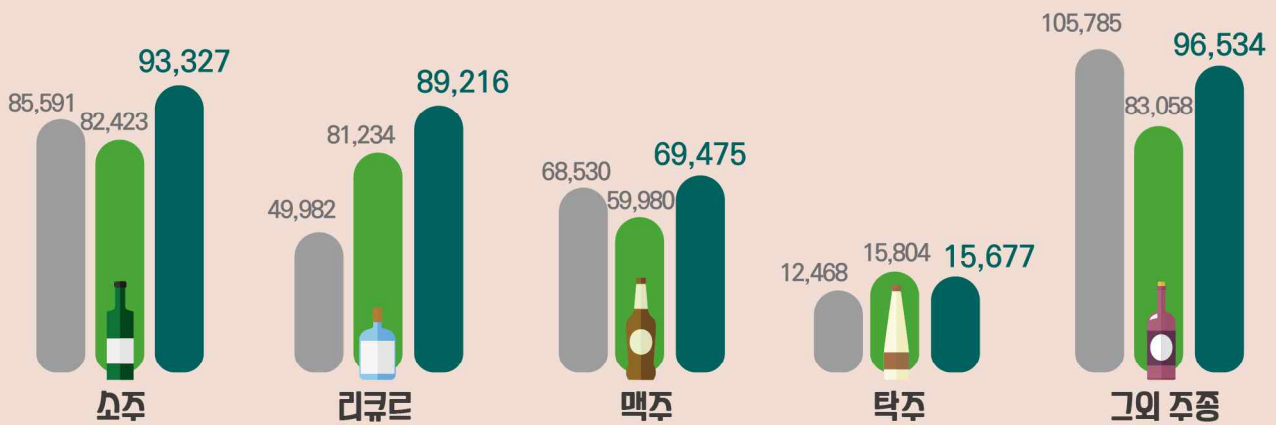


수출 현황 단위 : 1,000\$



주종별 수출현황

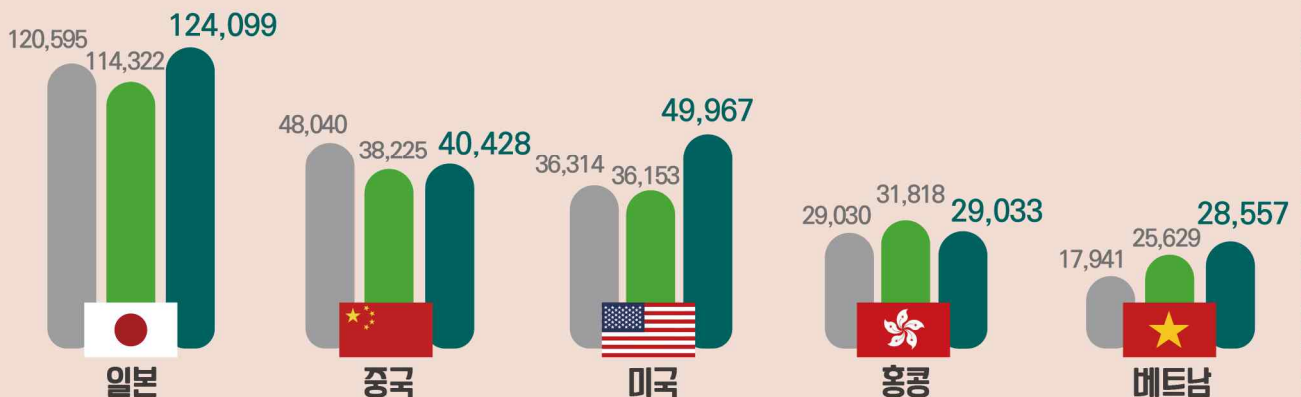
● 2020년 ● 2021년 ● 2022년



(출처: 관세청 수출입현황 통계)

수출 상위 5개국

● 2020년 ● 2021년 ● 2022년



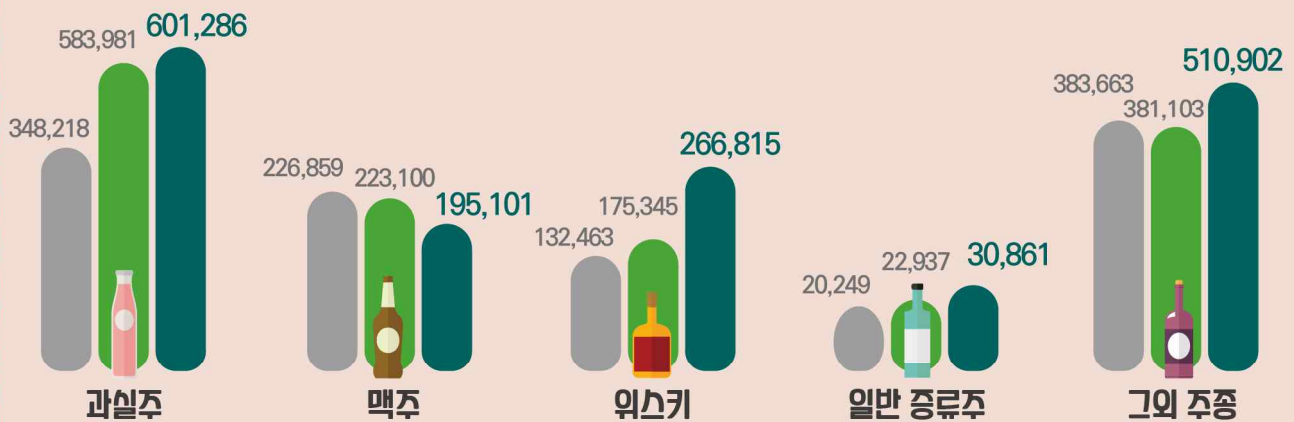
(출처: 관세청 수출입현황 통계)

수입현황 단위 : 1,000\$



주종별 수입현황

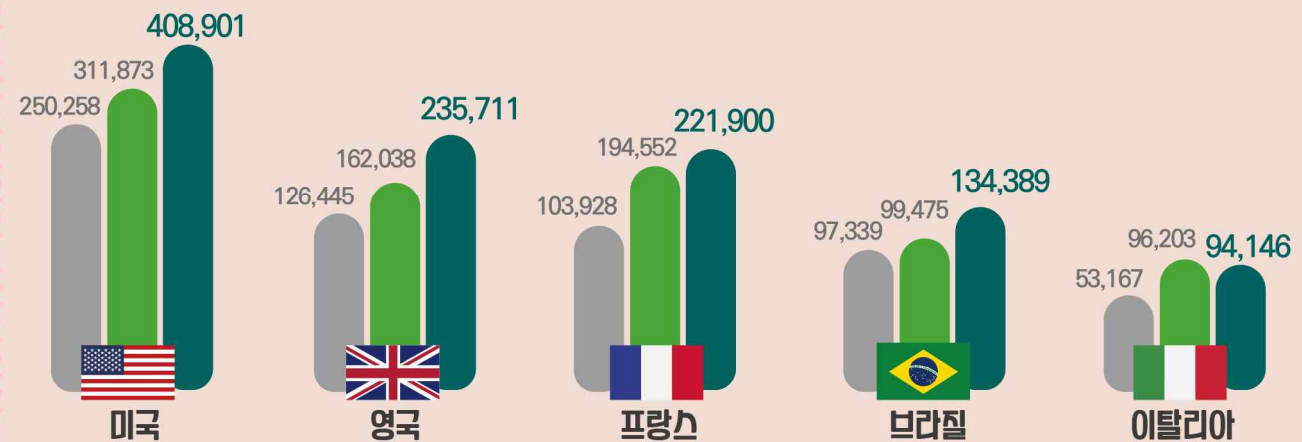
● 2020년 ● 2021년 ● 2022년



(출처: 관세청 수출입현황 통계)

수입 상위 5개국

● 2020년 ● 2021년 ● 2022년



(출처: 관세청 수출입현황 통계)

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

제1장. 조사 개요	1
제1절. 조사 목적	3
제2절. 조사 대상 및 방법	3
제2장. 조사결과 요약	7
제3장. 생산 현황	15
제1절. 주류시장 현황	17
제2절. 수출입 현황	22
제4장. 유통 현황	27
제1절. 도매유통 심층 인터뷰	29
제2절. 소매유통 심층 인터뷰	33
제3절. 통신판매 심층 인터뷰	36
제4절. 전통주 전문주점 심층 인터뷰	38
제5장. 주류 트렌드 분석	43
제1절. 전통주 전반적 트렌드	45
제2절. 주종별 트렌드	49
부록	63
제1절. 주정 생산량 및 원료 지정량 현황	65

Chapter

01

조사 개요

제1절 조사 목적

- 전통주를 중심으로 주류시장의 소비와 생산, 유통 트렌드에 대한 분석을 통해 주류산업과 전통주 부문의 발전에 필요한 기초 통계 자료 구축과 시사점을 도출하고자 함.

제2절 조사 대상 및 방법

1. 조사 개요

제조업체 실태조사	• 제조업체 설문조사
유통업체 실태조사	• 도매업체 심층인터뷰 • 소매업체 심층인터뷰 • 전통주 전문주점 심층인터뷰 • 통신판매업체 심층인터뷰

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	• 최종 응답 647개(응답률 55.3%)
조사 기간	• 2022년 7월 4일 ~ 9월 15일

1장
조사개요

2장
조사결과
요약

3장
생산 현황

4장
유통 현황

5장
주류
트렌드
분석

부록

1. 주류 유통업체 조사 설계

조사 대상	• 종합주류/특정주류 도매업체 • 전통주 전문주점/소매유통점/통신판매점
조사 방법	• 심층인터뷰(IDI: In-Depth Interview)
조사 규모	• 25개 (종합주류 5개, 특정주류 5개 • 전통주 전문주점 6개, 대형마트 4개, 전통주 전문판매점 6개, 통신업 4개
조사 기간	• 2022년 10월 ~ 2022년 11월

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter 02

조사결과 요약

제1절 생산 현황¹⁾

- '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.

[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.
- '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.

[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

1) 본 실태조사의 출고금액은 과세와 면세부분을 합계한 수치로 과세부분만을 집계한 국세청 주류 통계와 차이가 있을 수 있음.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

제2절 유통 현황

1. 도매유통 심층 인터뷰

- 젊은층의 전통주 창업과 맞물려 적은 규모지만 외형적으로는 전통주 산업이 커지는 상황임.
- 최근 전통주 시장은 힙한 제품들 덕분에 활기를 띄고 있고 장수막걸리만 팔던 곳이 다양한 막걸리들을 판매하고 있음. 시장 반응은 좋은 방향으로 가고 있다고 보여지고 현재 전통주류가 보다 다양화되고 고급화됨에 따라 제조장뿐만 아니라 특정주류도매 업체의 경영환경도 개선되고 있음.
- 전통주에 대한 소비자의 관심도가 증가하는 추세에 있고 디자인도 우수하지만 여전히 대부분의 소비자는 전통주에 대한 인지도가 낮고 기존 제품과의 차별성을 크게 느끼지 못하고 있음.
- 향후 수입주류 시장의 확대로 국내 시장축소는 불가피할 것으로 판단됨.
- 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.
- 국내에 다양한 전통주 품목이 많지만, 스타 브랜드가 없고 일시적으로 유행했다가 사라지는 제품이 많음. 농림축산식품부 차원에서 품질 경쟁력을 갖춘 스타 브랜드 육성 사업을 통해 시장에서 장기간 살아남는 지속 가능한 제품군 육성 정책을 펼칠 필요가 있음
- 수입주류 시장의 국내 시장을 잠식하는 상황에서 대기업과 전통주 업계 간의 상생 협력방안을 마련 국내 주류시장 보호와 육성을 위한 공동 대안 마련이 필요한 시점임.
- 해외의 경우 대기업 맥주사와 소규모 맥주업체 간의 기술적 협력과 마케팅 협력을 통해 전략적 상생하는 사례를 참조할 필요가 있음.

2. 소매유통/전문주점 심층 인터뷰

- 전반적인 혼술, 흠술 트렌드는 지속, 탁주를 중심으로 소비 트렌드가 이어지고 있음.
- 다양한 탁주 출시에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있으며, 특히 신규 진입하는 양조장에서 새롭게 만드는 탁주에 대해 소비자가 호기심을 보이고 있음.
- 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.
- 특이한 맛이나 색깔이 예쁜 퓨전 탁주의 인기가 여성층 중심으로 상승하는 가운데, 증류식 소주에 대한 선호도 나타나고 있음.

- 젊은 층을 중심으로 전통주를 선물하는 트렌드가 증가하고 있음. 선물주의 경우 패키지에 대한 관여도가 증가함.
- 패키지 디자인은 최근 셀럽 마케팅과 같이 새로운 시도가 필요하다는 의견이 제시됨.
- 젊은 층 취향을 반영할 수 있는 패키지 디자인 개선을 계속해 나가야 함.
- 프리미엄 전통주 시장의 가능성은 긍정적으로 보고 있으나, 광고와 홍보를 강화해야 한다고 보고 있음.
- 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

3. 통신판매 심층 인터뷰

- 최근 탁주에서 맛의 차별성이 크지 않은 상황에서 신규 출시되는 술의 빛깔, 패키지 디자인 같은 시각적 요소나, 제조사의 마케팅을 중심으로 판매가 이뤄지는 경향이 나타남.
- 명절 이외 시기에도 전통주 온라인 구매가 증가하는 추세임.
- 젊은 세대를 중심으로 고급 전통주를 즐기는 트렌드가 확산됨.
- 온라인 구매는 구색의 다양성과 저렴한 가격이 강점임.
- 최초 구매는 인지도와 브랜드, 패키지와 라벨에 좌우되는 경우가 있지만, 재구매를 좌우하는 것은 맛임.
- 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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

제3절 주류 트렌드 분석

1. 전통주 전반적 트렌드

- 대체로 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 완화되는 시점과 설, 추석 등 명절 시점에 검색량이 증가했음.
- 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.

2. 탁주 트렌드

- 탁주 연관 키워드 분석 결과, ‘해창막걸리’, ‘막걸리’, ‘느린마을막걸리’, ‘막걸리 안주’, ‘프리미엄’, ‘막걸리 한잔’, ‘막걸리 칼로리’, ‘막걸리 도수’, ‘버터 막걸리’, ‘바밤바 막걸리’ 등이 나타남.
- 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.

3. 약주 트렌드

- 약주 연관 키워드 분석 결과, ‘한산’, ‘청주’, ‘한산소곡주’, ‘소곡주’, ‘고흥유자주’, ‘인삼주’, ‘청주술’, ‘전통주 선물’, ‘명인’, ‘술송주’ 등이 나타남.
- 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.

4. 과실주 트렌드

- 과실주 연관 키워드 분석 결과, ‘와인’, ‘선물세트’, ‘명절’, ‘심술’, ‘프리미엄’, ‘와인 쇼핑물’, ‘담금주’, ‘복분자주’, ‘화이트와인’, ‘스파클링와인’ 등이 나타남.

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

5. 증류식 소주 트렌드

- 증류식 소주 연관 키워드 분석 결과, ‘청와대’, ‘안동소주’, ‘소주 도수’, ‘토끼소주’, ‘서울의 밤’, ‘소주 가격’, ‘술마켓’, ‘증류식 소주’, ‘증류주’, ‘문배술’ 등이 나타남.
- 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.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter 03

생산 현황

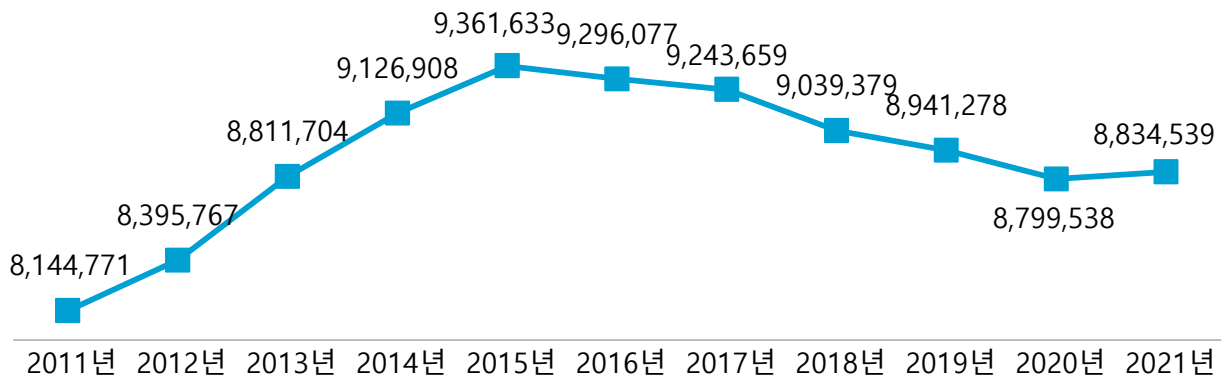
제1절 주류시장 현황

1. 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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

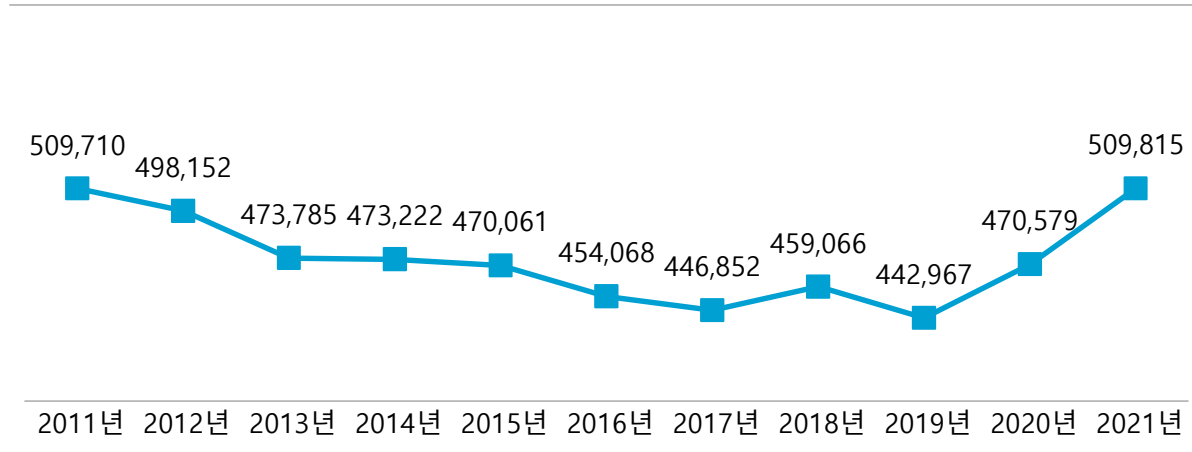
주류
트렌드
분석

부록

- '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

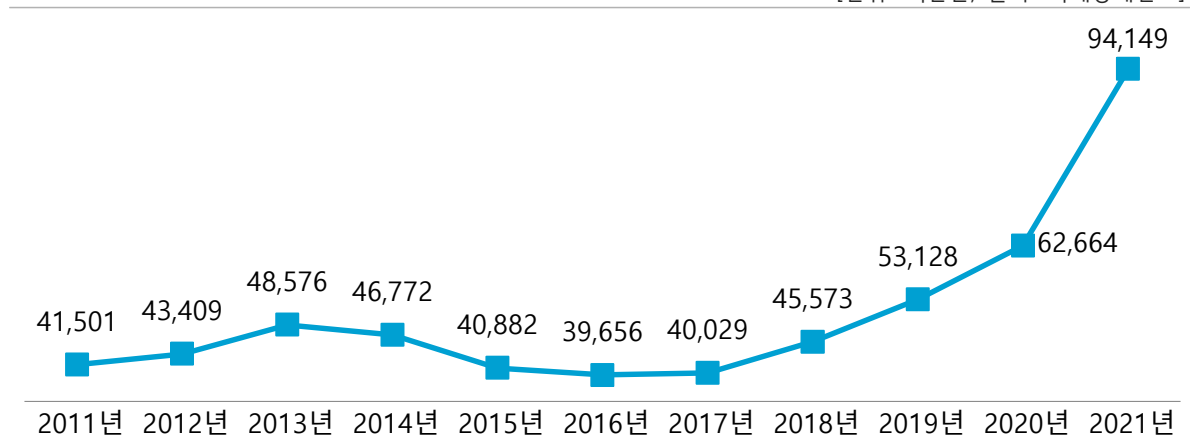
[단위: 백만원, 출처: 국세통계연보]



- '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]



[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 4-1] 전체 주종별 출고금액 추이 (2017년~2021년)

[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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

[표 4-2] 전통주 주종별 출고금액 추이 (2017년~2021년)

[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

2. 주류 면허 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.

[표 3-1] 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

- 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.

[표 3-2] 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 3-3] 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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

제2절 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 4-1] 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

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 4-2] 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 증류주	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
리큐르	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
기타 주류	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
주정	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

*출처: 관세청 수출입현황 통계

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

3. 전통주류²⁾ 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 4-3] 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 4-4] 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

2) 법적으로 규정된 전통주 외의 통상적인 전통주류 포함

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter 04

유통 현황

제1절 도매유통 심층 인터뷰

1. 종합주류 도매

(1) 전통주 시장 활성화

- 최근 전통주에 대한 소비자의 관심이 증가하고, 지자체에서 지역 특산물 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.

(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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

- 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 등의

건 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.
- 최근 전통주 시장은 트렌디한 제품군의 출시로 활성화되고 있음. 대중적인 탁주만 만 팔던 곳이 다양한 막걸리들을 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 들어 온다면 특정주류도매업체의 입장에서는 시장이 크게 확대되는 것으로, 전반적인 시장 활성화를 기대하고 있음.

(2) 전통주 유통

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

- 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 타 주류의 온라인 판매 시장 진입을 방어해야 전통주가 시장에서 생존 가능할 것으로 보고 있음.

제2절 소매유통 심층 인터뷰

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

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.
- 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 양조장과의 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.

(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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

제3절 통신판매 심층 인터뷰

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. 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.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

제4절 전통주 전문주점 심층 인터뷰

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.

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.

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter 05

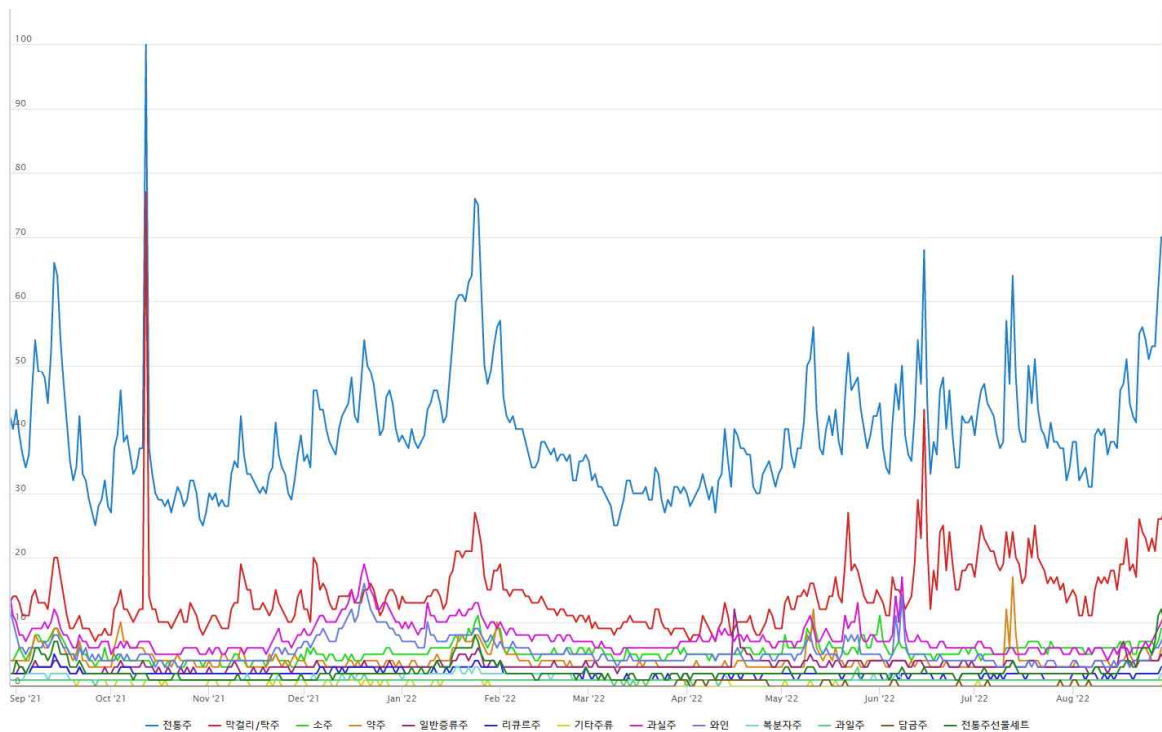
주류 트렌드 분석

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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

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 3-4] ‘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

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 3-5] 전통주 구매 제품 순위 Top 20³⁾

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)

3) 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 3-6] ‘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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

(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 3-7] 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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

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 3-8] ‘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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

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 3-9] 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 3-10] ‘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

생산 현황

4장

유통 현황

5장

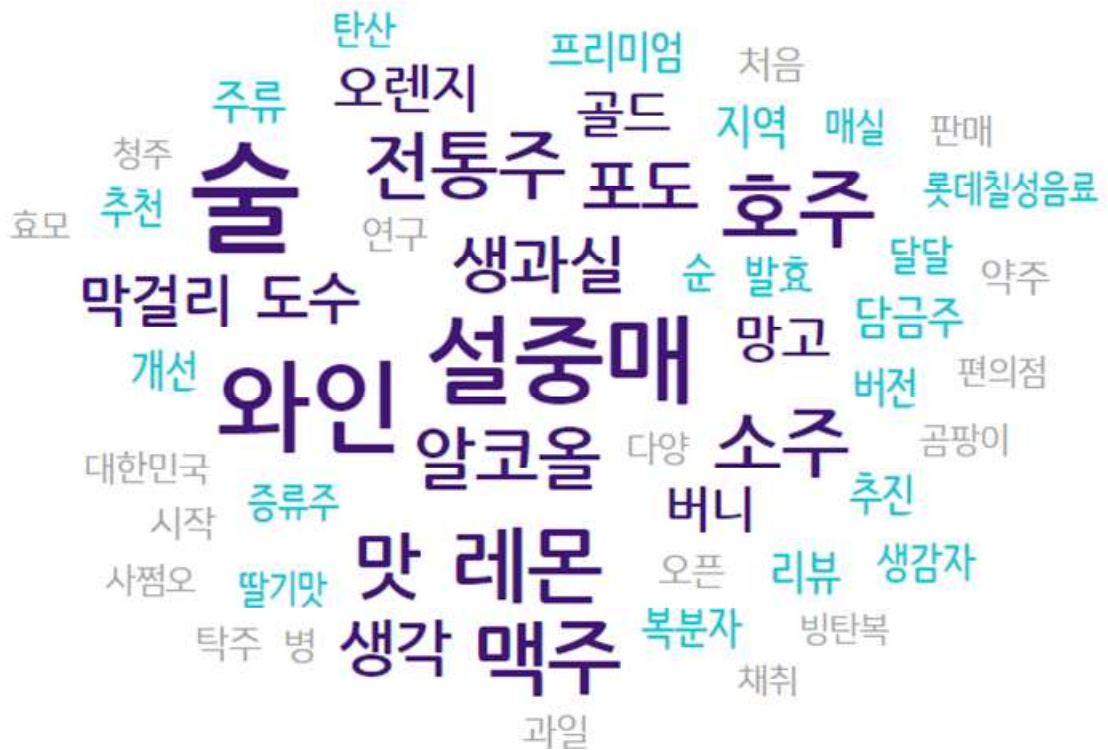
주류
트렌드
분석

부록

② 과실주 워드클라우드

- 과실주 관련 위드클라우드 분석 결과, ‘설종매’, ‘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’, 산내들와의 ‘소백산 스위트와인’, 오미나라의 ‘오미로제 연’, 컨츄리농원의 ‘컨츄리캠벨스위트’, 금이산농원의 ‘복숭아와인’ 등의 순으로 나타남.
- ✓ 국내산 와인 제품이 대다수를 차지함.

[표 3-11] 과실주 구매 제품 순위 Top 20

순위	제품명	제조사
1	빙탄복	배상면주가
2	소백산 스위트와인	산내들와의
3	오미로제 연	오미나라
4	컨츄리캠벨스위트	컨츄리농원
5	금이산 복숭아와인	금이산농원
6	베베마루 아내를 위한	월류원
7	고도리 복숭아와인	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	부안참뽕와인	내변산양조장
15	비원	산막와이너리
16	무주구천동 머루와인	덕유
17	요새로제 와쥬블루	댄싱사이더
18	추사애플와인	예산사과와인
19	너브내	샤또나드리
20	허니문와인	아이비허니

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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

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 3-12] '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 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 3-13] 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)

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

Chapter

06

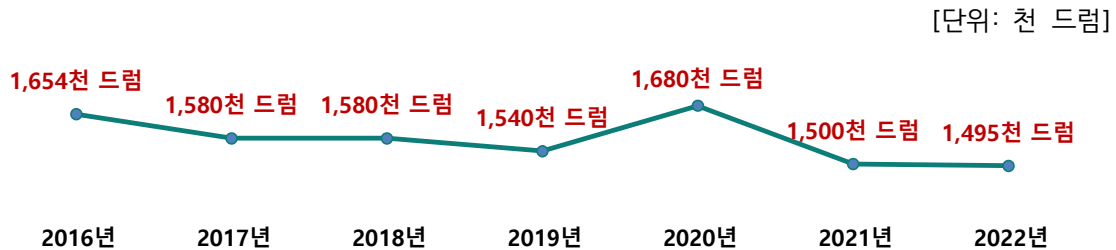
부록

제1절 주정 생산량 및 원료 지정량 현황

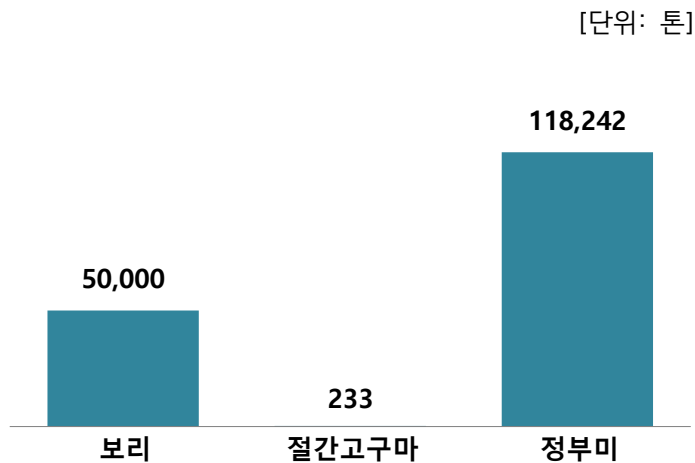
1. 연도별 주정 생산량

- 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 조주정이 156,620kℓ로 수입주정(10,333kℓ)보다 높은 비중을 차지함.

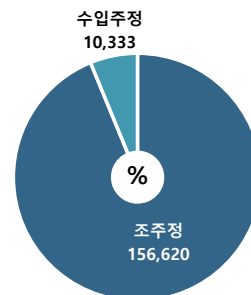
[그림 9-1] 최근 7년 주정 생산량 추세



[그림 9-2] 2022년 주정원료 지정량(발효시설 원료)



[그림 9-3] 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

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부록

[표 9-1] 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	

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		

1장

조사개요

2장

조사결과
요약

3장

생산 현황

4장

유통 현황

5장

주류
트렌드
분석

부 록

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	

