



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2024(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

보 고 서

2024. 12



 Gallup 한국갤럽

2023 기준 주요 내용 INFORGRAPHIC

주류산업정보 실태조사

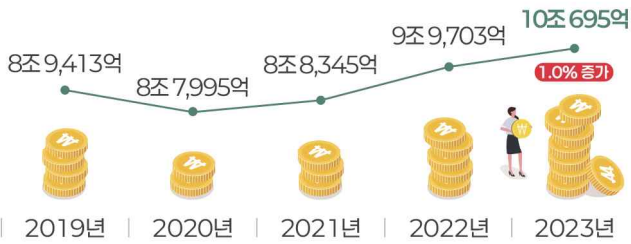


주류 출고 현황

| 출처: 국세청 통계연보 |

전체 주류 현황

(출고금액 기준)



전통주 현황

(출고금액 기준)



주종별 출고 추이

(단위: %)

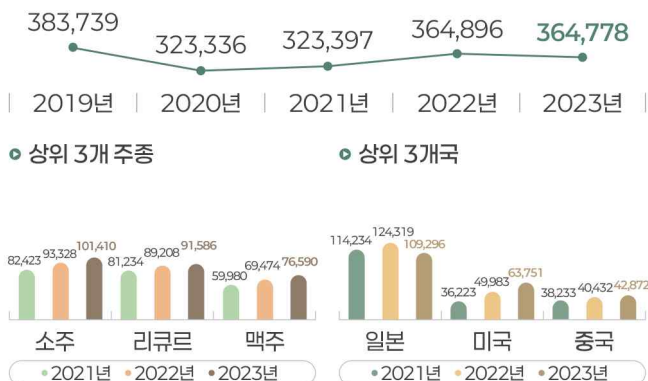


주류 수출입 현황

| 출처: 관세청 수출입현황 통계 |

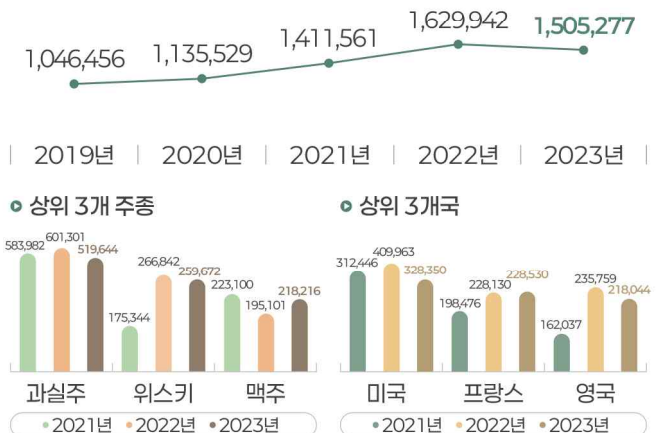
주류 수출 현황

(단위: 1,000\$)



주류 수입 현황

(단위: 1,000\$)



이용자 필독 사항

- 본 주류산업정보 실태조사에서 사용한 ‘전통주’ 용어는 생산 부문과 유통·소비 부문에서 다르게 사용하고 있으므로 주의가 필요함

주세법의 “전통주” ≠ 통념상의 “전통주”

- 생산 부문: 전통주 제조면허 기준 (주세법상의 전통주)
 - 유통·소비 부문: 사회적 통념상의 전통주 기준
 - ※ 사회적 통념상(소비자 인식상)의 전통주 기준
주류 제조면허의 전통주 여부와 별개로 탁주(막걸리), 청주/약주(경주법주, 백세주 등), 과실주(국산 포도주, 복분자주, 매실주 등), 증류식 소주/리큐르를 포괄하는 전통주류 전반
-
- 본 조사의 출고량, 출고금액은 과세와 면세 부분을 합한 수치로서 과세 부분만을 집계한 국세청 주류통계와는 차이가 있음. 또한 출고량의 경우 본 조사는 기준 도수 적용 없이 조사하였으나, 국세청은 기준도수를 기준으로 환산하여 집계한 수치임
 - ※ (국세청) 주종별 기준 도수
 - 탁주: 7% / 맥주: 4% / 희석식 소주, 기타주류: 25% / 일반증류주: 40%
 - 약주: 11% / 청주: 16% / 과실주: 12% / 리큐르, 증류식 소주: 35%
 - 브랜디, 위스키: 40%
-
- 조사 부문에 따라 시간적 범위가 상이함으로 주의가 필요함
 - 제조업체 실태조사, 유통·수입업체 실태조사 : 2023년
 - 주류산업 전망조사 : 2024년
 - 주류 유통·소비 트렌드 분석 : 2023년 8월 31일 ~ 2024년 8월 30일

이용자 필독 사항

- 본 조사의 주종별 시장점유율은 출고금액을 기준으로 계산함
- 세계 주류 시장의 원화 환산은 각 연도의 원/달러 평균환율을 이용하였으며, 2028년 수치는 환율이 2023년과 동일하다는 가정하에 환산함
- 모든 자료의 수치는 세부항목과 합계가 반올림(소수점 이하) 되었으므로 세부항목의 합이 합계와 일치하지 않을 수 있음
- 세부항목의 모름/무응답으로 인해 세부항목의 합이 합계와 일치하지 않을 수 있음
- 전통주업체는 전통주 면허를 하나 이상 가지는 업체로 전통주업체에서 일반 면허 등으로 출고하는 비전통주종(희석식 소주, 맥주, 브랜디, 위스키)은 기입하지 아니해 세부 항목의 합이 합계가 일치하지 않을 수 있음
- 사례수 30개 미만은 해석에 유의가 필요함

목차

2024(23년 기준) 주류산업정보 실태조사 보고서



I. 조사 개요

PART 1. 조사 배경 및 목적	3
1. 조사 배경	3
2. 조사 목적	4

PART 2. 조사 설계	5
1. 주류산업 현황 조사	5
2. 주류 제조업체 실태조사	6
3. 주류 유통·수입업체 실태조사	8
4. 주류산업 전망조사	10
5. 주류 유통·소비 트렌드 분석	11

II. 조사 결과 요약

1. 국내 주류 생산·면허 현황	15
2. 주류 제조업체 실태조사 결과	20



목차

2024(23년 기준) 주류산업정보 실태조사 보고서



Ⅲ. 산업 현황

PART 1. 주류 정의 및 주종 현황	25
1. 주류의 정의	25
2. 주종 현황	26
3. 국내 주류 시장 현황	28

PART 2. 주류 인증/면허/주세체계 현황	30
1. 주류 면허 현황	30
2. 주류 인증 현황	37
3. 국내 주세체계 현황	38

PART 3. 세계 주류 시장 동향	41
1. 세계 주류산업 동향	41
2. 주종별 세계 주류산업 동향	44

Ⅳ. 생산 현황

PART 1. 국내 주류 출고 및 수출입 현황	63
1. 주류 출고 현황	63
2. 주류 수출입 현황	68

PART 2. 주류 제조업체 실태조사	77
1. 응답자 특성	77
2. 출고 및 원료 현황	78
3. 업체 일반 사항	108
4. 대표 제품	115
5. 원료 조달	117
6. 품질 관리 및 인증	123
7. 유통채널별 판매 비중	130
8. 홍보 방법	133



목차

2024(23년 기준) 주류산업정보 실태조사 보고서



V. 유통 현황

PART 1. 국내 유통 체계	141
1. 도매업체	143
2. 수입업체	145
3. 소매업체	146
4. 통신판매	147

PART 2. 주류 유통·수입업체 실태조사	149
1. 종합주류도매업체	149
2. 특정주류도매업체	152
3. 수입업체	154
4. 소매유통업체	156
5. 전통주전문주점	158

VI. 산업 트렌드

PART 1. 주류산업 전망조사	163
1. 주류산업 현황	163
2. 주류산업 전망	165
3. 전통주업계 대응 전략	167
4. 전통주업계 발전 방안	169

PART 2. 주류 유통·소비 트렌드 분석	171
1. 소셜 빅데이터 분석 개요	171
2. 소셜 언급량 분석	172
3. 소셜 연관어 분석	178



목차

2024(23년 기준) 주류산업정보 실태조사 보고서



부 록

PART 1. 주류 분야 쌀 사용량 현황.....	187
PART 2. 주정 생산량 및 원료 지정량 현황.....	190
PART 3. 주요 국가별 주류산업 현황.....	195



I

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

조사 개요



Part 1

조사 배경 및 목적

1 조사 배경

- 주세법에서 정의하는 ‘주류’와 ‘전통주’의 의미는 다음과 같음.

주세법 제2조(정의) <개정 2023. 8. 8.>

1. “주류”란 다음 각 목의 것을 말한다.

- 가. 주정(酒精)[희석하여 음용할 수 있는 에틸알코올을 말하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음용할 수는 없으나 정제하면 음용할 수 있는 조주정(粗酒精)을 포함한다]
- 나. 알코올분 1도 이상의 음료[용해하여 음용할 수 있는 가루 상태인 것을 포함하되, 「약사법」에 따른 의약품 및 알코올을 함유한 조미식품으로서 대통령령으로 정하는 것은 제외한다]
- 다. 나목과 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것

...

8. “전통주”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 주류를 말한다.

- 가. 「무형유산의 보전 및 진흥에 관한 법률」 제17조에 따라 인정된 주류부문의 국가무형유산 보유자 및 같은 법 제32조에 따라 인정된 주류부문의 시·도무형유산 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

- 사회적 통념상 ‘전통주’는 과거에서부터 이어져 오는 양조법으로 만든 술로, 전통적인 양조법을 계승 및 보존하여 빚는 술을 의미함. 주세법에서 정의하는 전통주와 차이가 있어, 본 조사에서는 생산 부문은 전통주 제조면허를 기준으로 주세법의 정의를 따르며, 유통 및 소비 부문은 소비자가 인식하고 있는 사회적 통념상의 전통주 의미를 따름.
- ‘주류산업’이란 주세법에서 정의하는 알코올 도수 1도 이상인 음료 등의 제조, 유통, 판매 및 수출입, 소비를 포괄하는 정부 규제 산업임.
- 우리나라 주류 시장규모는 2015년까지 확대 후 2020년 감소하였다가 이후 2022년 출고 금액 9조 9,700억원까지 대폭 확대됨. 코로나19 시기에 형성된 혼술, 홈술 소비에 더해 포스트 코로나의 외부 활동 증가와 보상 소비 성향이 함께 작용하면서 출고량 기준으로 5.4%p 성장함.

〈표 1-1〉 국내 주류 시장규모 추이(2018~2023)

(출처: 국세청 통계연보)

	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
출고량(kℓ)	3,436,313	3,376,714	3,214,807	3,099,828	3,268,623	3,237,036
출고금액(백만원)	9,039,379	8,941,278	8,799,538	8,834,539	9,970,322	10,069,489

- 홈술, 혼술문화의 정착으로 온라인 유통·판매가 가능한 전통주를 중심으로 온라인 판매·정기 구독서비스 등의 새로운 유통 채널이 나타남.
- 포스트 코로나의 보상 소비로 ‘미코노미’(나를 위한 소비), ‘플렉스’(젊은 세대의 과시적 소비 성향), ‘믹솔로지’(자신의 취향에 맞게 직접 술을 제조해서 마시는 트렌드) 유행이 불러온 2030 중심의 위스키 열풍이 증류식 소주로 옮겨가며 프리미엄 증류식 소주에 대한 관심이 증가하였고, 유명 연예인이 지역양조장과 협업하여 출시한 증류식 소주가 큰 인기를 끌면서 지역원료를 사용한 증류식 소주가 함께 조명 받음.
- 취하기 위해서 마시는 것에서 즐기기 위해 마시는 것으로 음주문화가 변화하면서 선호하는 주종도 일반적인 주류인 소주, 맥주에서 벗어나 전통주, 저당·저알코올 주류 등으로 확대 됨.
- 정부에서는 주세법 개정을 통해 주류 제조·유통업계의 부담을 완화하여 국내 주류의 경쟁력을 강화하고, 제3차(2023-2027) 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 등 전통주와 소규모주류의 수출판로를 모색할 수 있는 정책을 추진하고 있음.

2 조사 목적

- 본 조사는 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 제9조(통계조사) 및 동법 시행규칙 제5조(통계조사의 내용 등)에 근거하여 ‘주류산업 기초통계 구축을 통한 전통주 경쟁력 강화 방안 도출’을 목적으로 함.
- 주류의 생산(경영)-유통-소비 측면에서 산업 동향 분석을 통해 전통주 유통 및 소비 활성화 및 시장 확대 방안 도출하고자 함.
- 주류 소비 트렌드 분석을 통해 주류업체 경영전략 수립지원 및 합리적 의사결정을 위한 자료를 제공하고자 함.

Part 2

조사 설계

1

주류산업 현황 조사

(1) 조사 대상

- 정부 및 공공기관의 통계자료·보고서
- 신뢰할 수 있는 연구기관의 보고서·조사 결과

(2) 조사 방법

- 문헌조사

(3) 조사 기간

- 2024. 08. ~ 2024. 11.

2 주류 제조업체 실태조사

(1) 조사 대상

- 국세청 주류 제조면허 등록업체(2023년 12월 기준)
- 각 업체 대표자 임원, 과장급 이상 중간 관리자, 해당 업체 3년 이상 근무자

(2) 조사 방법

- 구조화된 설문지를 통한 설문지법(Structured Questionnaire)
- 1:1 면접조사(TAPI)
 - 소규모 업체 중 강력 거절 업체에 한해 제한적으로 전화/이메일 조사 병행

(3) 조사 규모

- 사업체 기준 1,407개사
- 유효 리스트 1,337개사(휴폐업 등 제외)
- 최종 응답 927개사(응답률 69.3%)

(4) 조사 기간

- 2024. 09. ~ 2024. 10.
 - 2023년 연간에 대한 조사 실시
 - 조사 기준일 : 2023. 12. 31.

(5) 조사 내용

〈표 1-2〉 주류 제조업체 실태조사 조사 내용

SQ (응답 업체 일반현황)	소재지, 면허보유현황, 생산주종, 조직형태, 사업체 구분 등
A. 업체 일반현황	설립 시기, 전체 종사자 수(상세 근로자 수), 매출액, 영업이익 등
B. 생산현황	생산주종별 1년간 출고량, 세후 출고가 기준 매출액(출고금액), 매출액 중 내수/수출 비율, 대표 제품명, 대표 제품의 패키지 형태/용량 등
C. 원료조달 현황	1년간 사용한 원료, 원료별 사용량, 산지 비율, 생산주종별 산지별 원료 사용량 비율, 국내산 원료별 조달 방법 비율, 수입산 원료 사용 이유, 생산주종별 발효제 종류별 수급 방법 등
D. 유통 및 제조 현황	1년간 유통채널별 판매 비율, 품질 관리 방법, 보유한 술 관련 인증·지정 종류, 준비 중인 술 관련 인증·지정, 술 관련 부설연구소/연구전담부서 보유 여부, 품질관리 전담직원 보유 여부 등
E. 통신판매 현황	1년간 통신판매 채널별 매출 비율 등
F. 주류업체 홍보 현황	술 관련 홍보 방법, 관광 및 체험 프로그램 운영 여부, 1년간 관광객 수, 홍보관 운영 여부, 향후 시작/확대하고 싶은 홍보 방법, 향후 해외 시장 활성화를 위해 필요한 홍보 방법 등

3

주류 유통·수입업체 실태조사

(1) 조사 대상

- 주류 도매, 소매, 수입업체 (도매, 수입업체는 매출액 상위부터 순서대로 조사)
- 각 업체 대표자 임원, 과장급 이상 중간 관리자, 해당 업체 3년 이상 근무자

(2) 조사 방법

- 구조화된 설문지를 통한 설문지법(Structured Questionnaire)
- 개별심층면접(In-Depth Interview)

(3) 조사 규모

- 전체 64개 사업체
 - 도매업체 20개사(특정주류도매업체 10개사, 종합주류도매업체 10개사)
 - 소매업체 34개사(전통주전문주점 14개사, 소매유통업체 13개사, 통신온라인 판매 7개사)
 - 수입업체 10개사

(4) 조사 기간

- 2024. 09. ~ 2024. 10.- 2023년 연간에 대한 조사 실시
 - 조사 기준일 : 2023. 12. 31.

(5) 조사 내용

- 도매업체(특정주류도매, 종합주류도매), 소매업체(전통주전문주점, 소매유통업체, 통신온라인판매), 수입업체 각 성격에 맞는 설문 구성으로 유형에 따라 문항이 다소 상이함.

〈표 1-3〉 주류 유통·수입업체 실태조사 조사 내용

SQ (응답 업체 선정질문)	전통주 취급 여부, 전통주 수출 여부 등
A. 사업체 일반사항	응답자 직급 및 업무, 근무 기간, 사업체 현황(사업체명, 설립 시기, 소재지, 대표자, 종사자 수 등), 연간 매출액, 전년 대비 매출 증감률, 취급 품목 현황, 판매 현황 등
B. 유통·수출입 현황	(도매업체, 수입업체만) 주류 조달 방법(경로), 유통경로, 연간 수출/수입액, 수출/수입 취급품목 현황 등
B/C 주류 유통·소비 트렌드	전체 주류산업의 전반적인 트렌드, 취급 주종별 유통·소비 트렌드, 주류 수급 과정 애로사항 및 개선 사항, (도매업체)한국와인의 내수 촉진 및 해외 수출 활성화를 위한 방안, 전통주 유통·판매 활성화 방안, 전통주 판매 애로 및 개선 사항, 전통주 주종별 해외 진출 가능성 등
C/D. 전통주 현황 및 진흥 방안	마케팅 전략 및 효과, 패키지, 가격, 맛 등에서의 전통주 개선 사항, 주류 수급·판매·마케팅 등 영업 애로사항, 전통주 유통·판매 활성화 방안 등

4

주류산업 전망조사

(1) 조사 대상

- 한국농수산물유통공사(aT)와 협의하여 선정된 전문가 7인
 - 제조업체 2인
 - 유통업체 2인
 - 15년 이상의 경력을 가진 주류산업 전문가 3인

(2) 조사 방법

- 구조화된 설문지를 통한 설문지법(Structured Questionnaire)
- 개별심층면접(In-Depth Interview)

(3) 조사 규모

- 전체 7인의 전문가
 - 제조업체 2인(탁/약주 1인, 과실주 1인)
 - 유통업체 2인(도매 1인, 소매 1인)
 - 15년 이상의 경력을 가진 주류산업 전문가 3인

(4) 조사 기간

- 2024. 10. ~ 2024. 11.
 - 조사기준일 : 2024년 조사 진행 시점

(5) 조사 내용

- 주류산업 현황
- 주류산업 전망
- 전통주업계 대응 전략 및 발전 방안
- 전통주 정책 방향

5 주류 유통·소비 트렌드 분석

(1) 조사 대상

- 소셜 내 주류 관련 키워드
 - 커뮤니티, 인스타그램, 블로그, 뉴스, X(舊트위터)
- 유튜브 내 주류 관련 키워드

(2) 조사 방법

- 다양한 유료 분석 툴을 활용한 주요 주류 트렌드 분석

(3) 조사 기간

- 2024. 08. ~ 2024. 11.
 - 조사기준일 : 2023. 08. 31 ~ 2024. 08. 30. (1년간)

(4) 조사 내용

- 주류 키워드 관련 언급량, 연관어, 긍·부정어 분석

II

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

조사 결과 요약

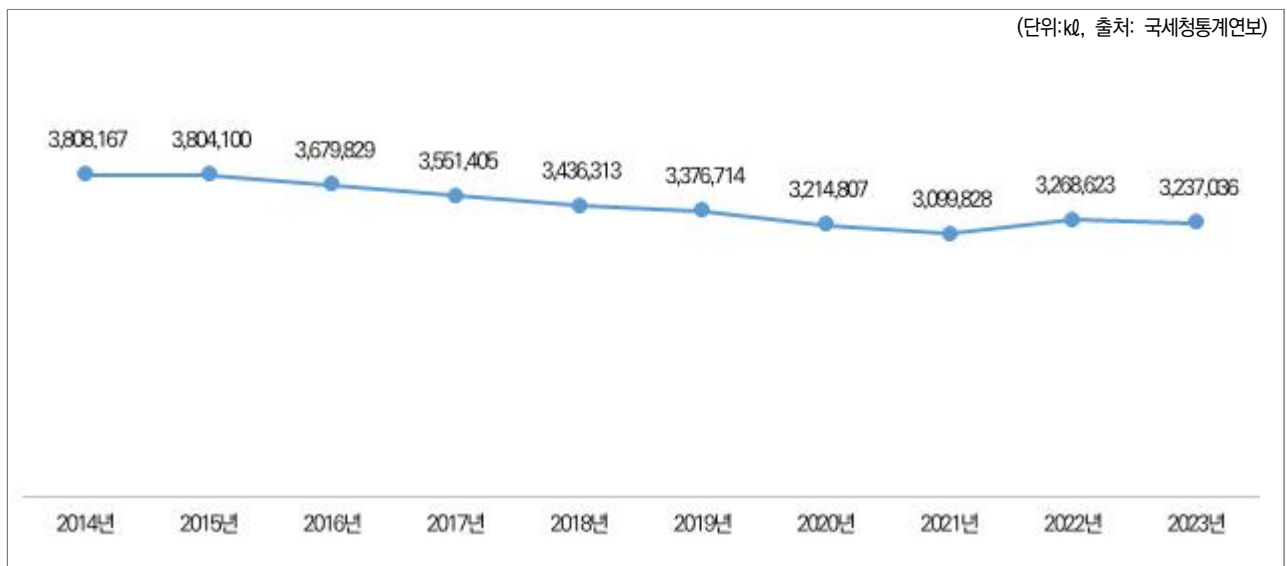


1 국내 주류 생산·면허 현황

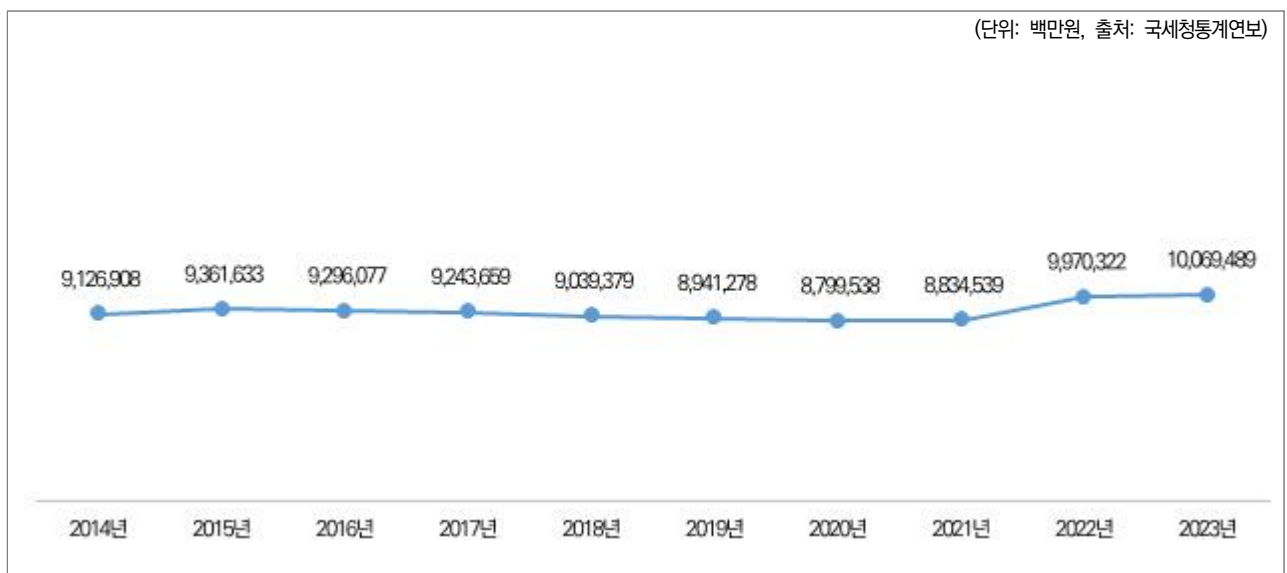
(1) 전체 주류 출고 현황

- 국세청 통계연보에 따른 '23년 주류 출고량은 3,237,036kl로 '22년 대비 1.0% 감소하였으나, 출고금액은 10조 695억원으로, '22년 대비 출고금액은 1.0% 증가함.
- '23년 주류 시장에서 출고량과 출고금액 모두 기준 가장 많은 비중을 차지하는 주종은 맥주(52.1%, 41.6%)이며, 다음으로 희석식 소주(26.1%, 39.7%), 탁주(10.5%, 5.2%) 순임.

〈그림 2-1〉 전체 주류 출고량 추이



〈그림 2-2〉 전체 주류 출고금액 추이



〈표 2-1〉 국내 전체 주류 시장현황 (국세청 통계)

(단위: kℓ, 백만원, %, 출처: 국세청 통계연보)

구 분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		'22년 대비 증감률(%)	
	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액
전체	3,376,714	8,941,277	3,214,807	8,799,538	3,099,828	8,834,539	3,268,623	9,970,322	3,237,036	10,069,489	▼1.0	▲1.0
탁주	370,500	442,967	379,976	470,579	363,132	509,815	342,517	518,974	338,876	522,632	▼1.1	▲0.7
약주	11,213	62,400	9,483	53,916	11,317	64,455	11,438	69,218	8,493	54,421	▼25.7	▼21.4
청주	17,784	108,247	17,113	106,264	18,217	114,249	19,661	126,584	17,299	113,170	▼12.0	▼10.6
과실주	10,926	91,653	11,315	97,032	17,485	127,819	14,128	127,967	14,196	137,750	▲0.5	▲7.6
증류식 소주	1,714	38,382	1,929	44,805	2,480	64,628	4,905	141,206	4,877	132,972	▼0.6	▼5.8
희석식 소주	915,596	3,738,247	874,537	3,703,775	825,848	3,545,010	861,540	3,984,178	844,250	3,993,772	▼2.0	▲0.2
맥주	1,715,995	3,688,267	1,566,914	3,497,418	1,538,968	3,626,057	1,697,823	4,148,585	1,687,101	4,186,592	▼0.6	▲0.9
브랜드	-2	-14	-1	-49	-	7	-	36	15	1,727	-	▲4,697.2
위스키	72	5,098	56	4,039	74	5,841	234	19,240	64	7,824	▼72.6	▼59.3
일반증류주	1,683	12,643	1,559	10,916	1,585	11,804	2,491	16,175	1,785	18,632	▼28.3	▲15.2
리큐르	2,536	19,218	1,989	15,962	3,238	27,982	3,151	33,444	3,406	60,415	▲8.1	▲80.6
기타주류	29,178	252,129	35,951	290,776	31,495	271,633	30,574	299,055	29,928	306,443	▼2.1	▲2.5
주정	299,519	482,041	313,986	504,106	285,989	465,240	280,161	485,660	286,746	533,139	▲2.4	▲9.8

〈표 2-2〉 상위 4개 주종 출고금액 추이

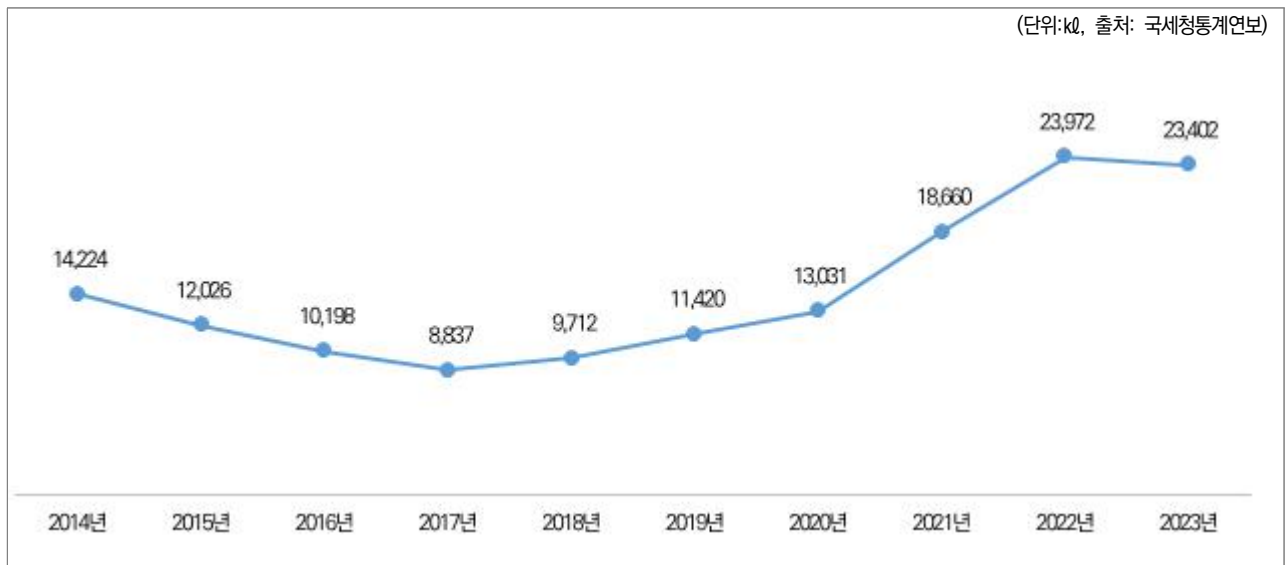
(단위: 백만원, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	전체	맥주		희석식 소주		탁주		기타주류	
		출고금액 (백만원)	비중 (%)	출고금액 (백만원)	비중 (%)	출고금액 (백만원)	비중 (%)	출고금액 (백만원)	비중 (%)
2023년	10,069,489	4,186,592	41.6	3,993,772	39.7	522,632	5.2	306,443	3.0
2022년	9,970,322	4,148,585	41.6	3,984,178	40.0	518,974	5.2	299,055	3.0
2021년	8,834,539	3,626,057	41.0	3,545,010	40.1	509,815	5.8	271,633	3.1
2020년	8,799,538	3,497,418	39.7	3,703,775	42.1	470,579	5.3	290,776	3.3
2019년	8,941,278	3,688,267	41.2	3,738,247	41.8	442,967	5.0	252,129	2.8

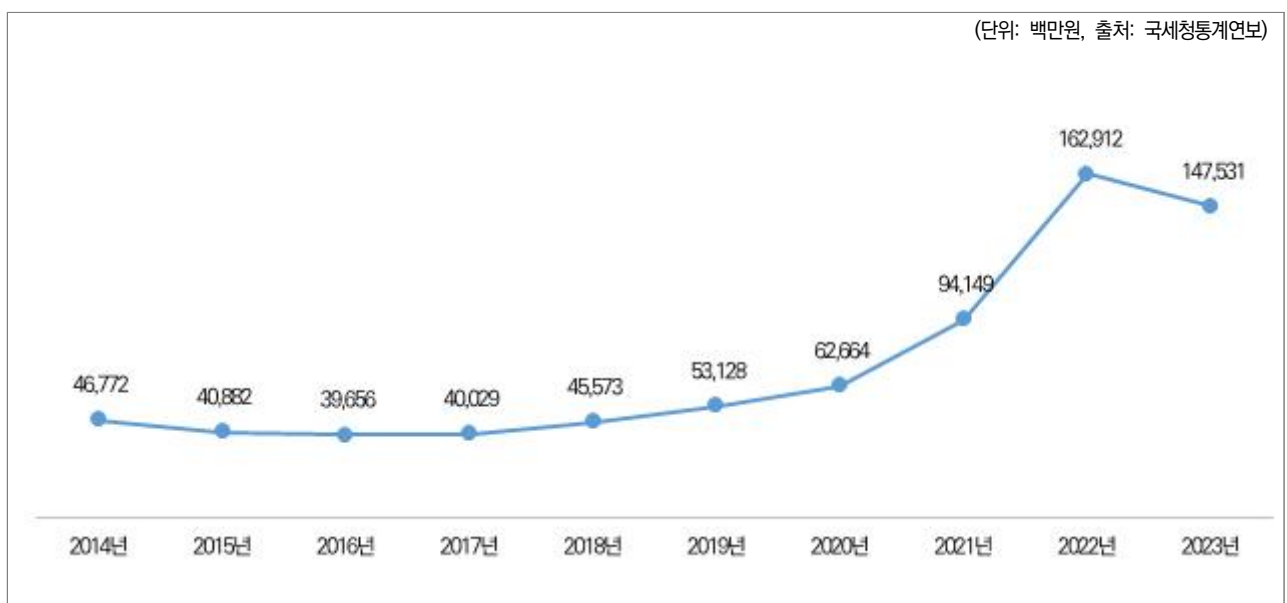
(2) 전통주 출고 현황

- '23년 전통주 출고량은 23,402kℓ, 출고금액은 1,475억원으로 '22년 대비 2.4%, 9.4%씩 감소함.
- '23년 전체 출고량 대비 전통주 출고량은 0.7%로 '22년과 유사한 수준임. 출고금액은 소폭 감소한 1.5%임.
- 전통주 등의 출고량과 출고금액은 '23년 전체 대비 각각 12.9%, 13.4%로, 출고량은 전년 대비 감소한 반면, 출고금액은 유사한 수준임.

〈그림 2-3〉 전통주 출고량 추이



〈그림 2-4〉 전통주 출고금액 추이



〈표 2-3〉 전통주 시장현황

(단위: kℓ, 백만원, %, 출처: 국세청 통계연보)

구 분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		'22년 대비 증감률(%)	
	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액
전체	11,420	53,128	13,030	62,664	18,659	94,149	23,972	162,912	23,402	147,531	▼2.4	▼9.4
탁주	5,631	11,905	6,927	18,113	9,842	31,487	12,002	46,340	12,739	49,746	▲6.1	▲7.4
청주	100	441	386	1,049	409	1,439	378	1,651	494	1,905	▲30.7	▲15.4
약주	1,946	10,075	1,420	9,301	2,152	11,320	2,581	14,741	2,497	14,967	▼3.3	▲1.5
과실주	1,621	14,256	1,673	14,504	2,385	21,403	2,979	29,686	2,775	27,537	▼6.8	▼7.2
증류식 소주	590	6,781	655	7,835	887	10,696	2,428	47,665	1,942	26,738	▼20.0	▼43.9
일반증류주	726	4,052	1,013	5,782	1,273	8,402	2,137	12,567	1,470	13,741	▼31.2	▲9.3
리큐르	344	3,733	471	3,974	664	5,948	906	7,504	771	9,234	▼14.9	▲23.1
기타주류	462	1,885	485	2,106	1,048	3,454	561	2,758	715	3,663	▲27.5	▲32.8

〈표 2-4〉 전체 출고금액 대비 전통주 출고금액 비중 추이

(단위: 백만원, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	전체	전통주		전통주 등*	
		출고금액 (백만원)	비중 (%)	출고금액 (백만원)	비중 (%)
2023년	10,069,489	147,531	1.5	1,346,435	13.4
2022년	9,970,322	162,912	1.6	1,332,623	13.4
2021년	8,834,539	94,149	1.1	1,192,385	13.5
2020년	8,799,538	62,664	0.7	1,090,250	12.4
2019년	8,941,278	53,128	0.6	1,027,639	11.5

* 전통주 등: 전통주를 포함하면서, 지역 특성과 지리적 표시 보호를 받는 기타주류까지 포괄하는 넓은 개념

(3) 주종별 주류 제조면허 현황

- 주류 제조면허 수는 '17년부터 지속 증가해온 가운데 '23년 3,160개로 집계됨.
 - '23년 주류 제조면허 수는 대부분 주종에서 '22년 대비 증가함.
- 전체 주류면허(3,160개) 중 전통주 면허는 57.3%(1,812개)를 차지함.
 - 전통주 면허 중에는 약주 면허가 21.2%(384개)로 가장 많고, 이어서 탁주 20.2%(366개), 일반증류주 17.9%(324개) 등의 순서임.
 - 전통주 면허 수는 '22년 대비 16.1% 증가함.

〈표 2-5〉 주종별 주류 제조면허 현황

(단위: 개, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비(%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	2,443	2,571	2,717	2,885	3,160	100.0	▲9.5
탁주	931	961	992	1,029	1,092	34.6	▲6.1
청주	25	32	43	43	44	1.4	▲2.3
약주	401	436	460	504	536	17.0	▲6.3
과실주	283	283	285	287	304	9.6	▲5.9
맥주	164	174	189	195	196	6.2	▲0.5
증류식 소주	112	133	152	175	216	6.8	▲23.4
화석식 소주	21	21	20	20	21	0.7	▲5.0
위스키	11	11	11	12	15	0.5	▲25.0
브랜드	8	7	7	8	8	0.3	-
일반증류주	221	245	270	300	357	11.3	▲19.0
리큐르	122	125	132	137	169	5.3	▲23.4
기타주류	134	133	146	165	192	6.1	▲16.4
주정	9	9	9	9	9	0.3	-
술덧	1	1	1	1	1	0.0	-

〈표 2-6〉 주종별 전통주 제조면허 현황

(단위: 개, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비(%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	1,162	1,272	1,400	1,560	1,812	100.0	▲16.1
탁주	176	203	243	294	366	20.2	▲24.5
청주	14	21	29	31	33	1.8	▲6.5
약주	262	291	310	346	384	21.2	▲11.0
과실주	253	254	253	253	262	14.5	▲3.6
증류식 소주	92	113	131	155	193	10.7	▲24.5
일반증류주	194	216	242	271	324	17.9	▲19.6
리큐르	91	96	103	107	129	7.1	▲20.6
기타주류	80	78	89	103	121	6.7	▲17.5

2

주류 제조업체 실태조사 결과

(1) 응답자 특성

- 2023년 기준 주류 제조업체 실태조사에 응답한 사업체는 927개사로, 적격 사업체 기준 응답률은 69.3%임.

(2) 출고 및 원료 현황

(가) 전체

- 주류업체를 대상으로 조사한 '23년 주류 출고수량은 2,801,797kl이며, 총 출고금액은 9조 778억원임.
- 주종별 점유율은 맥주가 출고수량 56.9%, 출고금액 43.9%로 가장 높음.
- 응답 업체 총 원료 사용량은 214,899톤으로, 그중 국내산이 38,498톤, 수입산이 175,235톤임.
- 가장 많이 사용하는 원료는 맥아로 94,857톤을 사용함.
- 국내산 원료로는 쌀이 21,284톤으로 가장 많으며, 수입산 원료로는 맥아가 85,645톤으로 가장 많음.

(나) 전통주업체

- 전통주업체에 해당하는 사업체의 '23년 주류 출고수량은 22,161kl, 총 출고금액은 1,421억원, 원료사용량은 10,263톤으로 전체 대비 0.8%, 1.6%, 4.8% 수준임.
- 주종별 점유율은 탁주가 출고수량 54.4%, 출고금액 33.4%로 가장 높음.
- 전통주업체 총 원료 사용량은 10,263톤으로, 그중 국내산이 9,711톤이며, 수입산은 없음.
- 가장 많이 사용하는 원료는 쌀로, 사용량은 5,492톤임

(3) 업체 일반 사항

(가) 지역

- 응답 업체의 19.0%가 경기도에 분포하여 가장 높은 비중을 차지하며, 전통주업체 역시 경기도가 24.8%로 가장 많음.

(나) 설립시기

- 응답 업체 전체의 설립 시기는 2020년 이후가 27.3%로 가장 많으며, 전통주업체 역시 2020년 이후가 36.1%로 가장 많음.

(다) 종사자 수

- 응답 업체 전체의 종사자 수는 2인 이하가 59.5%로 과반수이며, 종사자 수가 증가할수록 그 비율은 감소함.
- 전통주업체 역시 2인 이하가 52.6%로 가장 많음.
- 평균 종사자 수는 전체 사업체 5.0명, 전통주업체 3.5명임.

(4) 대표 제품

- 응답 업체 전체의 대표 제품 패키지 형태는 유리용기(52.7%)가 가장 많으며, 전통주업체 역시 유리용기가 66.0%임.
- 대표 제품의 86.7%가 300mℓ-1,000mℓ 미만의 용량으로 출고됨.

(5) 원료 조달

- 국내산 원료의 조달 방법은 구입이 77.0%로 가장 많음.
- 수입산 원료를 사용하는 이유에 대해서는 ‘수입산이 국내산보다 저렴하기 때문에’가 76.1%로 가장 높게 나타남.
- 발효제 중 효모와 전통누룩을 사용하는 생산주종에서 효모는 구입하여 사용하는 것이 47.2%로 가장 많고, 전통누룩은 접종하는 곡물이 국내산인 경우가 47.5%로 가장 많음.
- 입국과 정제효소, 조효소제는 사용하지 않는 생산주종이 더 많은 것으로 나타남.

(6) 품질 관리 방법 및 인증

- 품질 관리 방법은 위탁 제품검사가 65.6%로 가장 많으며, 그 분석 항목으로 법적인 의무 사항을 사용하는 업체가 94.2%, 그 외 자체 수립한 항목을 사용하는 업체가 21.1%로 나타남(중복응답).
- 술 관련 인증·지정은 ‘보유 인증·지정 없음’과 ‘준비 중인 인증·지정 없음’이 가장 많았으며, 보유한 인증·지정 및 준비 중인 인증·지정으로는 ‘술 품질인증’이 가장 많음.
- 술 관련 부설연구소 또는 연구전담부서, 품질관리 전담직원 모두 없음이 가장 많음.

(7) 유통채널별 판매 비중

- 전체 응답 업체 생산주종의 유통채널 판매 비중은 직거래가 평균 37.8%로 가장 높고, 다음으로 소매가 36.8%, 도매가 25.3% 순임.
- 직거래에서는 직접 판매의 비중이 평균 24.1%로 가장 높으며, 소매에서는 주점/일반음식점이 평균 13.2%, 도매에서는 특정주류 도매업체가 평균 12.7%로 가장 높게 나타남.
- 통신판매 채널별 판매 비중은 네이버가 평균 48.1%로 가장 높음.

(8) 홍보 방법

- 술 관련 홍보 방법과 향후 시작 또는 확대할 홍보 방법 모두 술 관련 축제 및 박람회가 가장 많음.
- 술 관련 관광 체험 프로그램 운영 사업체는 14.3%, 술 관련 홍보관 운영 사업체는 17.6%임

III

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

산업 현황



part 1

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 것을 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

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: 사회적 통념상의 전통주 기준

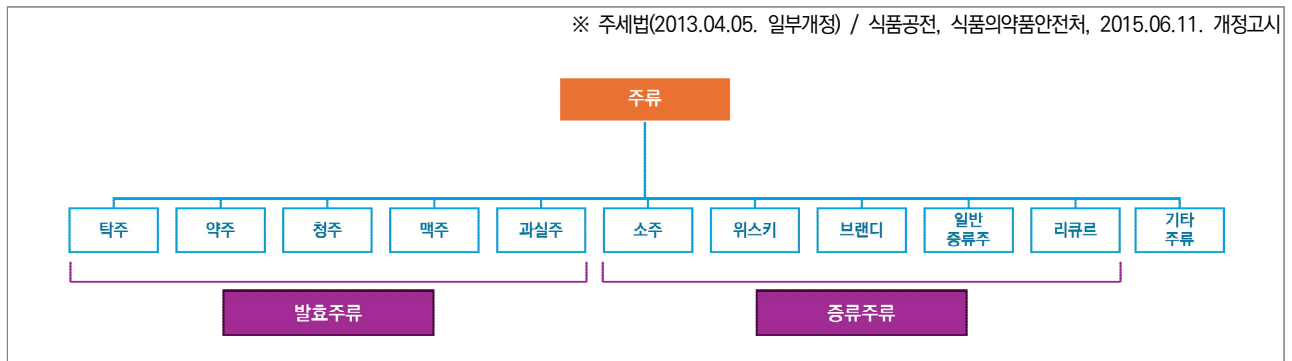
2

주종 현황

- 주세법에서 말하는 주류의 종류는 크게 주정과 발효주류, 증류주류, 기타주류로 구분됨.
 - 발효주류는 탁주, 약주, 청주, 맥주, 과실주로, 증류주류는 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르로 구분되며, 와인은 과실주로 발효주류에 포함됨.
- 가공식품 제조 기준인 '식품공전'에도 주류가 정의 및 분류되나, 일반적으로 주세법에서 규정한 주류를 의미함.
 - 식품공전에서 정의한 주류는 곡류, 서류, 과일류 및 전분질 원료 등을 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 제성 과정에 주류 등을 첨가한 것을 말함.
 - 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, 과일(포도 등 발효시킬 수 있는 과일 제외) 등을 침출시킨 것이거나 발효 증류 제성과정에 인삼, 또는 주정, 소주, 일반증류주의 발효, 증류, 제성과정에서 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



3

국내 주류 시장 현황

(1) 시장현황

- '23년 주류 시장규모는 출고가 기준 10조 695억원으로, '22년 대비 출고금액은 1.0% 증가하였으나, 출고량은 3,237,036kl로 '22년 대비 1.0% 감소함.
- '23년 주류 시장은 희석식 소주, 맥주가 81.2%(8조 1,804억원)를 차지함.
- 탁주는 '22년 대비 출고량은 감소(1.1%)한 반면, 출고금액은 증가함(0.7%)
- 약주·청주는 '22년 대비 출고량과 출고금액 모두 감소함.
- 증류식 소주는 '22년 대비 출고량(0.6%)과 출고금액(5.8%) 모두 감소함.
- 희석식 소주는 '22년 대비 출고량은 감소(2.0%)하고 출고금액은 소폭 증가함(0.2%).
- 맥주는 '22년 대비 출고량은 소폭 감소(0.6%)하였으나 출고금액은 소폭 증가함(0.9%).
- 일반증류주는 '22년 대비 출고량은 감소(28.3%)하였으나 출고금액은 증가함(15.2%).
- 브랜드는 출고금액이 다른 주종에 비해 폭발적으로 증가(4,697.2%)하였으나, 위스키는 크게 감소함(59.3%)
- 과실주와 리큐르는 다른 주종에 비해 '22년 대비 출고량과 출고금액 모두 증가함.

〈표 3-1〉 국내 전체 주류 시장현황

(단위: kl, 백만원, %, 출처: 국세청 통계연보)

구 분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		'22년 대비 증감률(%)	
	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액
전체	3,376,714	8,941,277	3,214,807	8,799,538	3,099,828	8,834,539	3,268,623	9,970,322	3,237,036	10,069,489	▼1.0	▲1.0
탁주	370,500	442,967	379,976	470,579	363,132	509,815	342,517	518,974	338,876	522,632	▼1.1	▲0.7
청주	17,784	108,247	17,113	106,264	18,217	114,249	19,661	126,584	17,299	113,170	▼12.0	▼10.6
약주	11,213	62,400	9,483	53,916	11,317	64,455	11,438	69,218	8,493	54,421	▼25.7	▼21.4
과실주	10,926	91,653	11,315	97,032	17,485	127,819	14,128	127,967	14,196	137,750	▲0.5	▲7.6
증류식 소주	1,714	38,382	1,929	44,805	2,480	64,628	4,905	141,206	4,877	132,972	▼0.6	▼5.8
희석식 소주	915,596	3,738,247	874,537	3,703,775	825,848	3,545,010	861,540	3,984,178	844,250	3,993,772	▼2.0	▲0.2
맥주	1,715,995	3,688,267	1,566,914	3,497,418	1,538,968	3,626,057	1,697,823	4,148,585	1,687,101	4,186,592	▼0.6	▲0.9
브랜드	-2	-14	-1	-49	-	7	-	36	15	1,727	-	▲4,697.2
위스키	72	5,098	56	4,039	74	5,841	234	19,240	64	7,824	▼72.6	▼59.3
일반증류주	1,683	12,643	1,559	10,916	1,585	11,804	2,491	16,175	1,785	18,632	▼28.3	▲15.2
리큐르	2,536	19,218	1,989	15,962	3,238	27,982	3,151	33,444	3,406	60,415	▲8.1	▲80.6
기타주류	29,178	252,129	35,951	290,776	31,495	271,633	30,574	299,055	29,928	306,443	▼2.1	▲2.5
주정	299,519	482,041	313,986	504,106	285,989	465,240	280,161	485,660	286,746	533,139	▲2.4	▲9.8

* 브랜드의 음수 수치는 반품된 재고로 인한 통계인 것으로 확인됨

(2) 전통주산업 현황

- 전통주는 '19년부터 '22년까지 출고량과 출고금액이 지속적으로 상승하였으나, '23년에는 '22년 대비 출고량과 출고금액 모두 감소함.
- '23년 탁주, 청주, 기타주류를 제외한 나머지 주종에서 전통주 시장의 출고량이 감소한 반면, 동 기간 과실주, 증류식 소주를 제외한 모든 주종에서 출고금액은 증가함.
- '23년 출고금액 기준으로 전통주 시장에서 탁주 비중(33.7%)이 가장 크고, 이어서 과실주(18.7%), 증류식 소주(18.1%), 약주(10.1%)의 순서임.
- 특히, 기타주종의 출고금액은 '22년 대비 '23년 대폭 증가했으나(32.8%), 증류식 소주 출고금액은 더 큰 폭으로 감소함(43.9%).
- 증류식 소주, 과실주, 약주를 제외한 나머지 주종의 출고금액은 '22년 대비 '23년 5.0% 이상 증가함.

〈표 3-2〉 전통주 시장현황

(단위: kℓ, 백만원, %, 출처: 국세청 통계연보)

구 분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		'22년 대비 증감률(%)	
	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액	출고량	출고금액
전체	11,420	53,128	13,030	62,664	18,659	94,149	23,972	162,912	23,402	147,531	▼2.4	▼9.4
탁주	5,631	11,905	6,927	18,113	9,842	31,487	12,002	46,340	12,739	49,746	▲6.1	▲7.4
청주	100	441	386	1,049	409	1,439	378	1,651	494	1,905	▲30.7	▲15.4
약주	1,946	10,075	1,420	9,301	2,152	11,320	2,581	14,741	2,497	14,967	▼3.3	▲1.5
과실주	1,621	14,256	1,673	14,504	2,385	21,403	2,979	29,686	2,775	27,537	▼6.8	▼7.2
증류식 소주	590	6,781	655	7,835	887	10,696	2,428	47,665	1,942	26,738	▼20.0	▼43.9
일반증류주	726	4,052	1,013	5,782	1,273	8,402	2,137	12,567	1,470	13,741	▼31.2	▲9.3
리큐르	344	3,733	471	3,974	664	5,948	906	7,504	771	9,234	▼14.9	▲23.1
기타주류	462	1,885	485	2,106	1,048	3,454	561	2,758	715	3,663	▲27.5	▲32.8

part 2

주류 인증/면허/주세체계 현황

1

주류 면허 현황

(1) 주류 면허의 구분

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

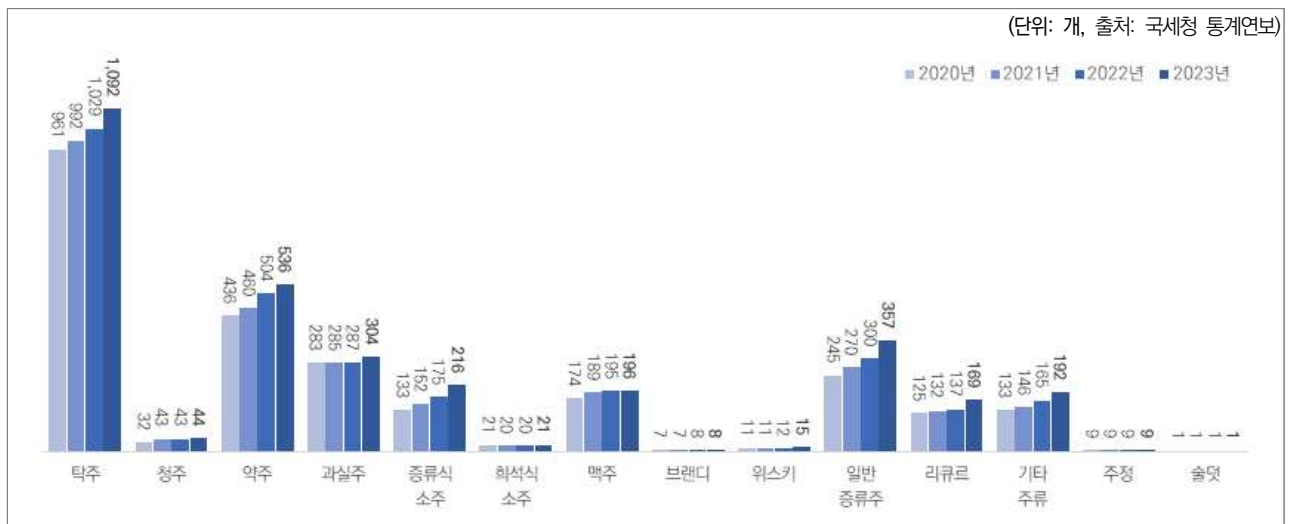
〈표 3-3〉 주류 면허의 구분

구 분		항 목
일반면허		▪ 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, 과실주를 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 받은 자, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점 또는 이와 유사한 상점에서 주류를 소매하는 자(2018.4.1. 개정)

(2) 제조면허 현황

- 주류 제조면허 수는 '17년부터 지속 증가해온 가운데 '23년 3,160개로 집계됨.
 - '23년 주류 제조면허 수는 대부분 주종에서 '22년 대비 증가함.
 - 특히, 위스키, 증류식 소주, 리큐르, 일반증류주, 기타주류의 면허수가 상대적으로 큰 폭으로 증가함.
 - '22년 대비 제조면허 증감률은 위스키가 25.0%로 가장 큼.

〈그림 3-2〉 제조면허 현황



〈표 3-4〉 제조면허 현황

(단위: 개, %, 출처: 국세청 통계연보)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비 (%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	2,130	2,281	2,443	2,571	2,717	2,885	3,160	100.0	▲9.5
탁주	857	898	931	961	992	1,029	1,092	34.6	▲6.1
청주	19	22	25	32	43	43	44	1.4	▲2.3
약주	355	372	401	436	460	504	536	17.0	▲6.3
과실주	265	278	283	283	285	287	304	9.6	▲5.9
증류식 소주	78	92	112	133	152	175	216	6.8	▲23.4
희석식 소주	21	21	21	21	20	20	21	0.7	▲5.0
맥주	109	136	164	174	189	195	196	6.2	▲0.5
브랜드	8	8	8	7	7	8	8	0.3	-
위스키	11	10	11	11	11	12	15	0.5	▲25.0
일반증류주	173	194	221	245	270	300	357	11.3	▲19.0
리큐르	112	119	122	125	132	137	169	5.3	▲23.4
기타주류	112	121	134	133	146	165	192	6.1	▲16.4
주정	9	9	9	9	9	9	9	0.3	-
술덧	1	1	1	1	1	1	1	0.0	-

〈표 3-5〉 2023년 지역별 제조면허 현황

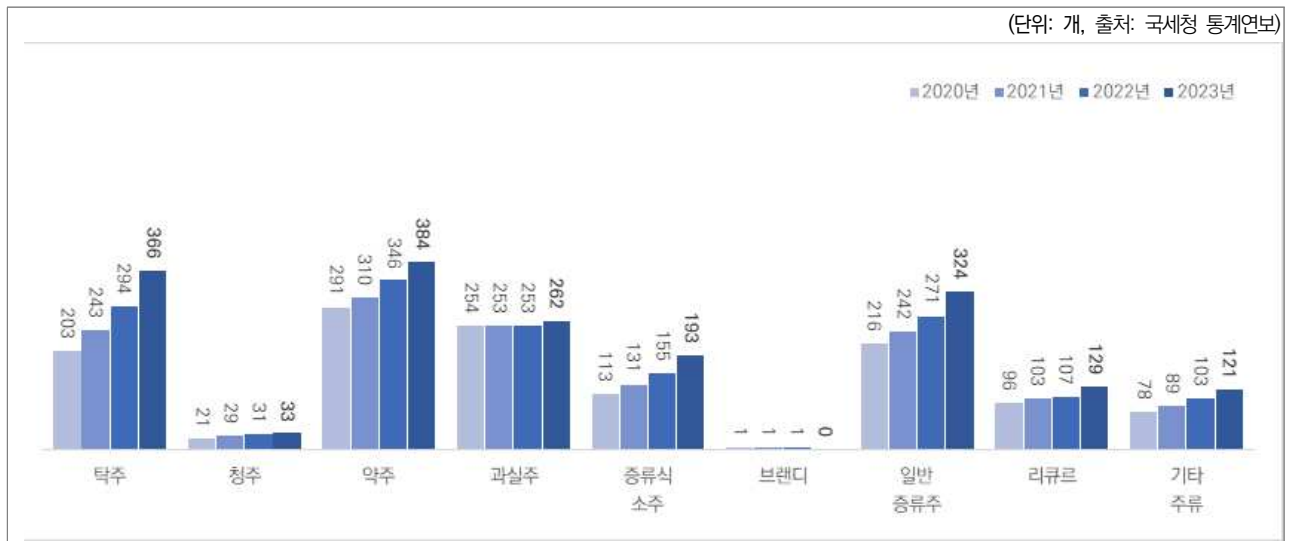
(단위: 개, 출처: 국세청 통계연보)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
전체	130	55	566	322	35	368	362	19	19	281	267	34	323	55	29	230	65
탁주	70	19	180	99	13	97	100	6	8	96	133	12	109	25	10	101	14
청주	-	2	9	6	1	4	3	-	-	5	5	-	3	1	2	3	-
약주	17	9	97	46	7	45	123	3	2	46	42	6	42	10	5	29	7
과실주	5	1	29	29	1	79	15	4	1	39	15	1	59	1	-	20	5
증류식 소주	5	5	49	34	3	18	23	1	1	14	14	2	23	2	2	12	8
희석식 소주	-	-	1	1	1	4	-	-	-	2	1	1	2	1	1	4	2
맥주	25	5	56	18	1	14	8	1	3	13	6	2	13	11	4	11	5
브랜드	-	-	-	2	-	2	1	-	-	-	-	-	2	-	-	-	1
위스키	-	1	5	1	-	1	-	-	-	2	1	-	1	1	-	-	2
일반증류주	3	4	63	43	4	50	52	2	2	32	23	4	40	-	1	24	10
리큐르	3	5	28	25	-	22	16	1	-	12	16	3	16	1	-	18	3
기타주류	2	4	47	18	4	32	21	1	2	16	11	2	13	2	3	6	8
주정	-	-	1	-	-	-	-	-	-	4	-	1	-	-	1	2	-
술덧	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
구성비(%)	4.1	1.7	17.9	10.2	1.1	11.6	11.5	0.6	0.6	8.9	8.4	1.1	10.2	1.7	0.9	7.3	2.1

(3) 전통주 제조면허 현황

- 전체 주류면허(3,160개) 중 전통주 면허는 57.3%(1,812개)를 차지함.
 - 전통주 면허 중에는 약주 면허가 21.2%(384개)로 가장 많고, 이어서 탁주 20.2%(366개), 일반증류주 17.9%(324개) 등의 순서임.
- 전통주 면허 수는 '22년 대비 16.2% 증가함.
 - 전 주종에서 증가하는 추세로, 청주, 과실주를 제외한 6개 주종에서 10% 이상 증가함.
 - '22년 대비 전통주 제조면허 증감률은 증류식 소주와 탁주가 24.5%로 가장 큼.

〈그림 3-3〉 전통주 제조면허 현황



〈표 3-6〉 전통주 제조면허 현황

(단위: 개, %, 출처: 국세청 통계연보)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비 (%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	942	1,036	1,162	1,272	1,400	1,560	1,812	100.0	▲16.2
탁주	129	145	176	203	243	294	366	20.2	▲24.5
청주	7	11	14	21	29	31	33	1.8	▲6.5
약주	218	236	262	291	310	346	384	21.2	▲11.0
과실주	236	247	253	254	253	253	262	14.5	▲3.6
증류식 소주	58	71	92	113	131	155	193	10.7	▲24.5
일반증류주	147	167	194	216	242	271	324	17.9	▲19.6
리큐르	84	90	91	96	103	107	129	7.1	▲20.6
기타주류	63	69	80	78	89	103	121	6.7	▲17.5

〈표 3-7〉 전통주 제조면허 현황 (민속주/지역특산주 구분)

(단위: 개, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		구성비 (%)		'22년 대비 증감률(%)	
	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주	민속주	지역 특산주
전체	55	1,107	54	1,218	52	1,348	47	1,513	46	1,766	100.0	100.0	▼2.1	▲16.7
탁주	9	167	9	194	8	235	7	287	7	359	15.2	20.3	-	▲25.1
청주	-	14	-	21	-	29	-	31	-	33	-	1.9	-	▲6.5
약주	20	242	19	272	17	293	16	330	16	368	34.8	20.8	-	▲11.5
과실주	-	253	-	254	-	253	-	253	-	262	-	14.8	-	▲3.6
증류식 소주	9	83	9	104	10	121	8	147	8	185	17.4	10.5	-	▲25.9
일반증류주	8	186	8	208	8	234	8	263	7	317	15.2	18.0	▼12.5	▲20.5
리큐르	6	85	6	90	6	97	5	102	5	124	10.9	7.0	-	▲21.6
기타주류	3	77	3	75	3	86	3	100	3	118	6.5	6.7	-	▲18.0

〈표 3-8〉 2023년 전통주(민속주, 지역특산주) 지역별 제조면허 현황

(단위: 개, 출처: 국세청 통계연보)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
전체	22	31	329	200	19	215	267	12	6	171	140	15	206	14	7	115	43
탁주	7	7	92	36	5	24	36	2	3	34	33	4	38	9	1	25	10
청주	0	2	5	5	1	3	3	0	0	4	4	0	2	1	1	2	0
약주	5	6	62	35	4	22	109	2	1	33	34	5	35	3	1	21	6
과실주	0	1	23	25	1	71	13	3	0	36	14	0	53	0	0	18	4
증류식 소주	5	5	43	31	2	17	23	1	1	13	12	1	21	1	1	10	6
일반증류주	2	3	54	39	3	46	52	2	1	31	20	2	37	0	1	22	9
리큐르	1	4	19	20	0	16	16	1	0	9	14	2	13	0	0	13	1
기타주류	2	3	31	9	3	16	15	1	0	11	9	1	7	0	2	4	7
구성비(%)	1.2	1.7	18.2	11.0	1.0	11.9	14.7	0.7	0.3	9.4	7.7	0.8	11.4	0.8	0.4	6.3	2.4

〈표 3-9〉 2023년 민속주 지역별 제조면허 현황

(단위: 개, 출처: 국세청 통계연보)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
전체	-	-	7	2	-	2	11	-	-	6	4	1	7	3	-	-	3
탁주	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	1	3	-	-	1
청주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
약주	-	-	1	1	-	1	6	-	-	1	2	1	3	-	-	-	-
과실주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
증류식 소주	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-	-	1
일반증류주	-	-	2	1	-	1	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-	-
리큐르	-	-	-	-	-	-	3	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
기타주류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
구성비(%)	-	-	15.2	4.3	-	4.3	23.9	-	-	13.0	8.7	2.2	15.2	6.5	-	-	6.5

〈표 3-10〉 2023년 지역특산주 지역별 제조면허 현황

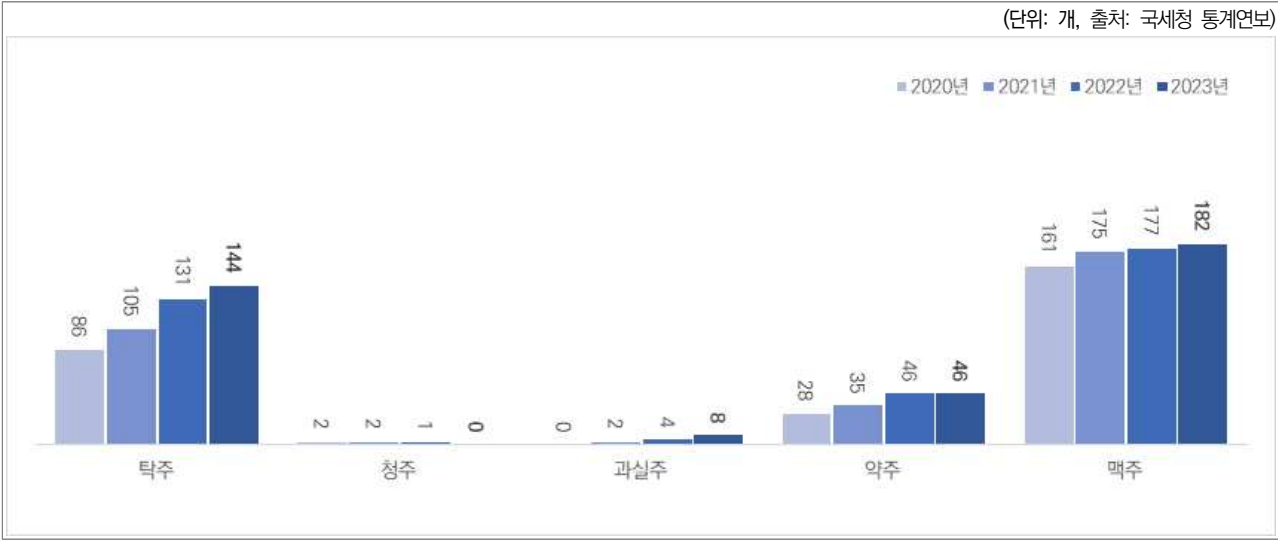
(단위: 개, 출처: 국세청 통계연보)

구분	서울	인천	경기	강원	대전	충북	충남	세종	광주	전북	전남	대구	경북	부산	울산	경남	제주
전체	22	31	322	198	19	213	256	12	6	165	136	14	199	11	7	115	40
탁주	7	7	92	36	5	24	34	2	3	34	33	4	37	6	1	25	9
청주	-	2	5	5	1	3	3	-	-	4	4	-	2	1	1	2	-
약주	5	6	61	34	4	21	103	2	1	32	32	4	32	3	1	21	6
과실주	-	1	23	25	1	71	13	3	-	36	14	-	53	-	-	18	4
증류식 소주	5	5	39	31	2	17	23	1	1	13	11	1	19	1	1	10	5
일반증류주	2	3	52	38	3	45	52	2	1	29	19	2	37	-	1	22	9
리큐르	1	4	19	20	-	16	13	1	-	7	14	2	13	-	-	13	1
기타주류	2	3	31	9	3	16	15	1	-	10	9	1	6	-	2	4	6
구성비(%)	1.2	1.8	18.2	11.2	1.1	12.1	14.5	0.7	0.3	9.3	7.7	0.8	11.3	0.6	0.4	6.5	2.3

(4) 소규모 주류면허 현황

- 소규모 주류면허 수는 '22년 대비 '23년 상승하였으며, 맥주가 182개로 가장 많고, 이어서 탁주 144개, 약주 46개, 과실주 8개 등의 순서임.

〈그림 3-4〉 소규모 주류면허 현황



〈표 3-11〉 2023년 소규모 주류면허 현황

(단위: 개, %, 출처: 국세청 통계연보)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비 (%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	277	319	359	380	100.0	▲5.8
탁주	86	105	131	144	37.9	▲9.9
청주	2	2	1	-	-	▼100.0
약주	28	35	46	46	12.1	-
과실주	-	2	4	8	2.1	▲100.0
맥주	161	175	177	182	47.9	▲2.8

2 주류 인증 현황

● 주류 품질인증 현황은 다음과 같음.

- 술 품질인증제는 ‘가’형과 ‘나’형이 있으며, 기타 인증으로 지리적 표시제, 친환경 인증 등이 있음.

〈표 3-12〉 농림축산식품부의 주류 품질관리 현황

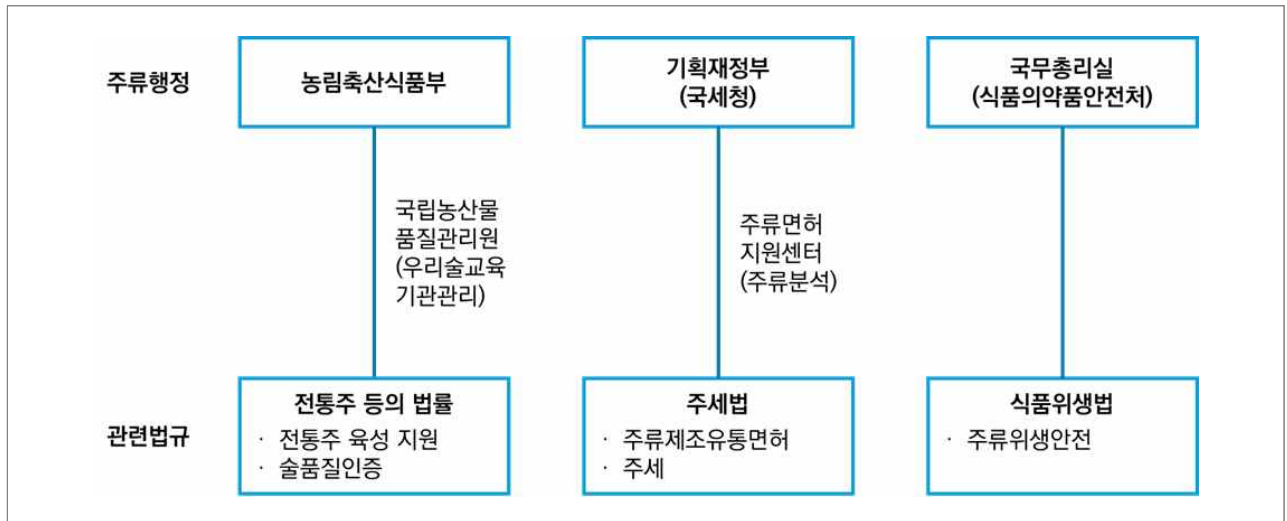
품질인증	내용		
술 품질인증제	술의 품질향상, 고품질 술의 생산 장려 및 소비자 보호를 위한 인증제도임. 2010년 8월 5일 시행되었으며, 제조장 심사 및 품질기준 적합성 심사를 통해 ‘술 품질인증서’를 발급함. 인증유형은 가형과 나형이 있음.		
	구분	‘가’형	‘나’형
	사용기준	품질인증 받은 제품에 사용 가능	주원료와 국(麴)의 제조에 사용된 농산물이 100% 국내산인 경우
	인증표시		
지리적 표시제	주류의 특정지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 지리적표시를 통한 지역 명주 브랜드를 육성, 경쟁력 강화 및 소비자 알권리 충족에 기여함.		
친환경 인증	농림축산식품부와 해양수산부가 친환경으로 인정한 농산물, 축산물, 수산물에 부여하는 인증임. 인증 종류로는 유기농산물, 유기축산물, 유기양봉제품, 유기가공식품, 비식용유기가공품, 무농약 농산물, 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. HACCP은 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 종량 세제 채택

〈그림 3-5〉 주류 관리 체계



(2) 주세율의 변천

- 국민 건강 측면에서 저도주에는 저세율을 고도주에는 고세율을 부과하여 국민의 음주량을 감소시키는 효과가 있으며, 주세 외에도 간접세인 교육세, 부가세가 추가적으로 부과됨에 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 효과

를 얻을 수 있는 대표적인 과세체계임.

- '73년 이후 종가세 체계로 변경된 이후 고도주이면서 외국의 주류에 해당하는 위스키(250%), 브랜디(160%), 맥주(150%), 청주(120%) 등에 매우 높은 주세율이 적용되었고, 한국의 전통주인 탁주(10%), 약주(60%), 소주(35%)는 낮은 주세율이 적용됨.
- '99년 한·EU, 한·미국 간 WTO 주세분쟁에서 패소하면서 '00년 1월 31일부터 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주 등 모든 증류주의 주세율이 동일하게 72%로 하향 조정되면서 전통주 등 국산주류의 경쟁력 저하로 이어짐.
- 알코올도수가 가장 낮은 주종이며, 주류 중 소비량이 50% 이상을 차지하는 맥주(알코올도수 4~5%)의 경우 증류주와 동일한 72% 주세율을 적용받으며 국민의 알코올 섭취량 감소 목적은 사실상 상실함.
- '20년 1월부터 탁주와 맥주에 대해 종량세율을 적용하며, 탁주는 1킬로리터 당 41,700원, 맥주는 킬로리터 당 830,300원으로 함. (상기 주류가격은 2021년 2월말까지 유효하며 물가상승률에 따라 조정이 가능함.)
- '21년부터는 탁주는 1킬로리터 당 41,900원, 맥주는 1킬로리터 당 834,000원으로 조정되었으며, '22년 4월부터 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.”)
- '23년부터 탁주와 맥주에 대한 세율 산정 방식을 가격변동지수를 활용하여 탄력적으로 세율을 조정 가능하도록 변경하였으며, 그 기준에 따라 탁주는 1킬로리터 당 44,000원, 맥주는 1킬로리터 당 885,700원으로 조정됨. (기존에는 ‘직전연도의 세율×소비자물가상승률’ 값으로 세율을 산정하였으나, 타 주류와의 과세 형평성 및 주류 출고가격 변동, 주류 가격안정 등 다양한 요소를 고려하여 소비자물가상승률의 70~130% 한도에서 결정하는 ‘가격변동지수’를 산정하여 직전연도의 세율에 곱한 값을 세율로 하도록 변경함으로써 탁주와 맥주의 세율을 탄력적으로 조정할 수 있도록 함. 이와 더불어, 별도의 추출장치를 사용하는 8리터 이상의 용기에 담아 판매되는 맥주에 대하여 일반 맥주에 적용되는 세율의 80퍼센트로 경감된 세율을 적용하도록 하는 기간을 2026년 12월 31일까지로 3년 연장함.)

〈표 3-13〉 주류의 종류별 주세율 변천 연혁

(단위: %, 원)

구분		'94	'96	'97	'00	'01	'02	'05	'06	'07~ 19	'20	'21	'22	'23
증류 주류	증류식 소주	50	50	50	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	희석식 소주	35	35	35	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	위스키	120	100	100	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	브랜드	120	100	100	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	일반증류주	80	80	80	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	리큐르	50	50	50	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
발효 주류	탁주	5	5	5	5	5	5	5	5	5	41,700/kℓ	41,900/kℓ	42,900/kℓ	44,000/kℓ
	약주	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	청주	70	70	70	70	70	30	30	30	30	30	30	30	30
	맥주	150	150	130	100	100	100	90	80	72	83,300/kℓ	83,400/kℓ	85,200/kℓ	85,700/kℓ
	과실주	30	30	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	57,000	57,000

part 3

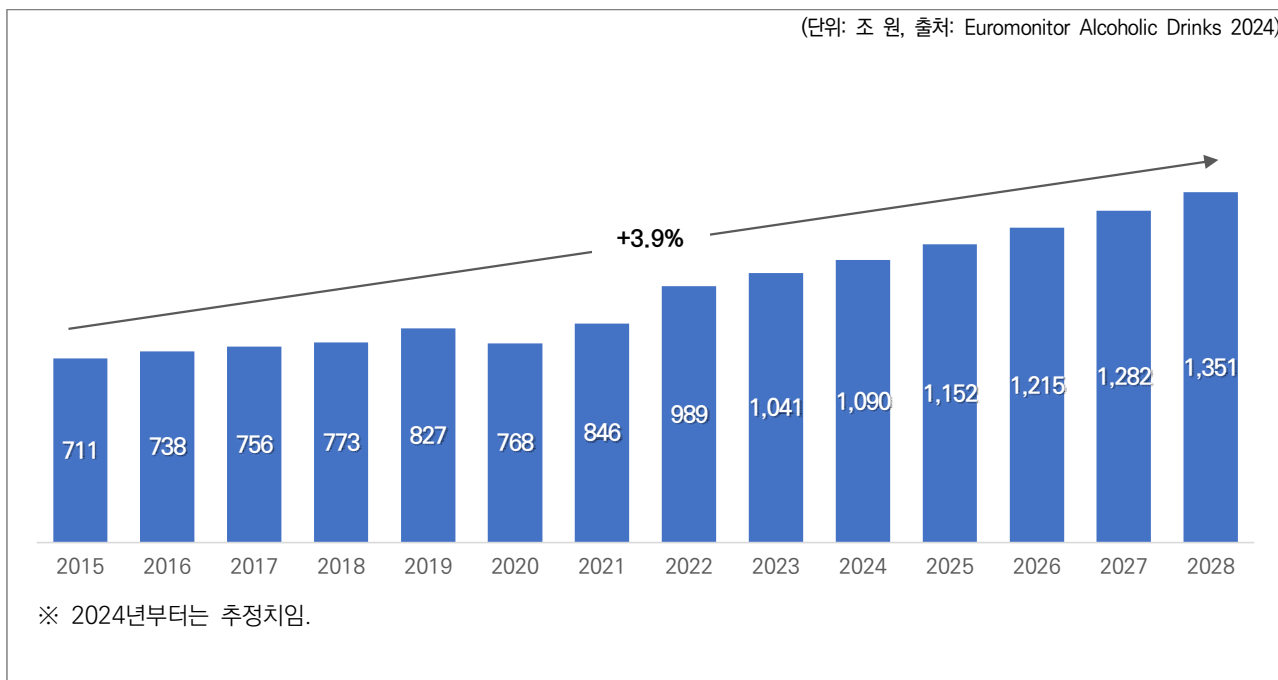
세계 주류 시장 동향

1 세계 주류산업 동향

(1) 전체 시장

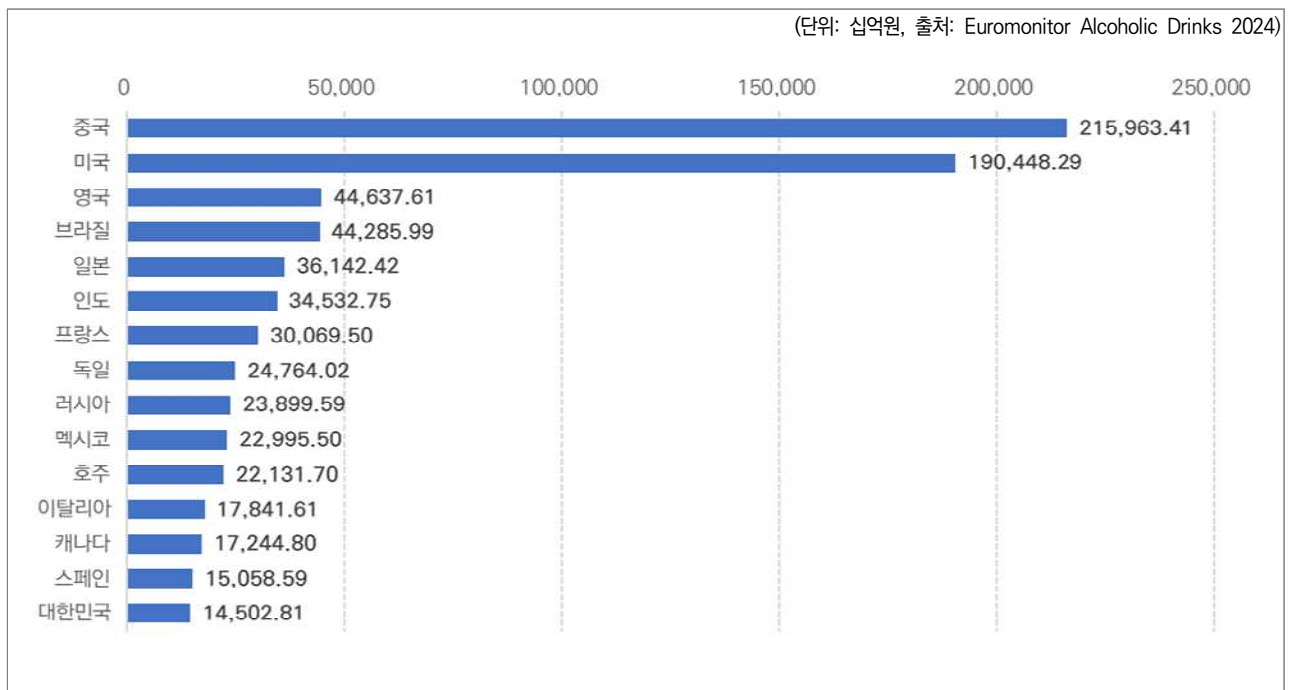
- '23년 기준 세계 주류 시장 출고금액은 1,041조 원 수준임.
- 세계 주류 시장은 '15~'28년까지 연평균 3.9% 성장 전망됨.
- 맥주(45.5%)가 가장 큰 시장이며, 그 뒤를 증류주(32.9%)와 와인(17.9%) 시장이 잇고 있음
- 세계 주류제조 리딩사로는 AB InBev, Heineken, Kirin(맥주), Diagio(증류주), E&J Gallo (와인) 등이 있음.

〈그림 3-6〉 세계 주류 시장규모



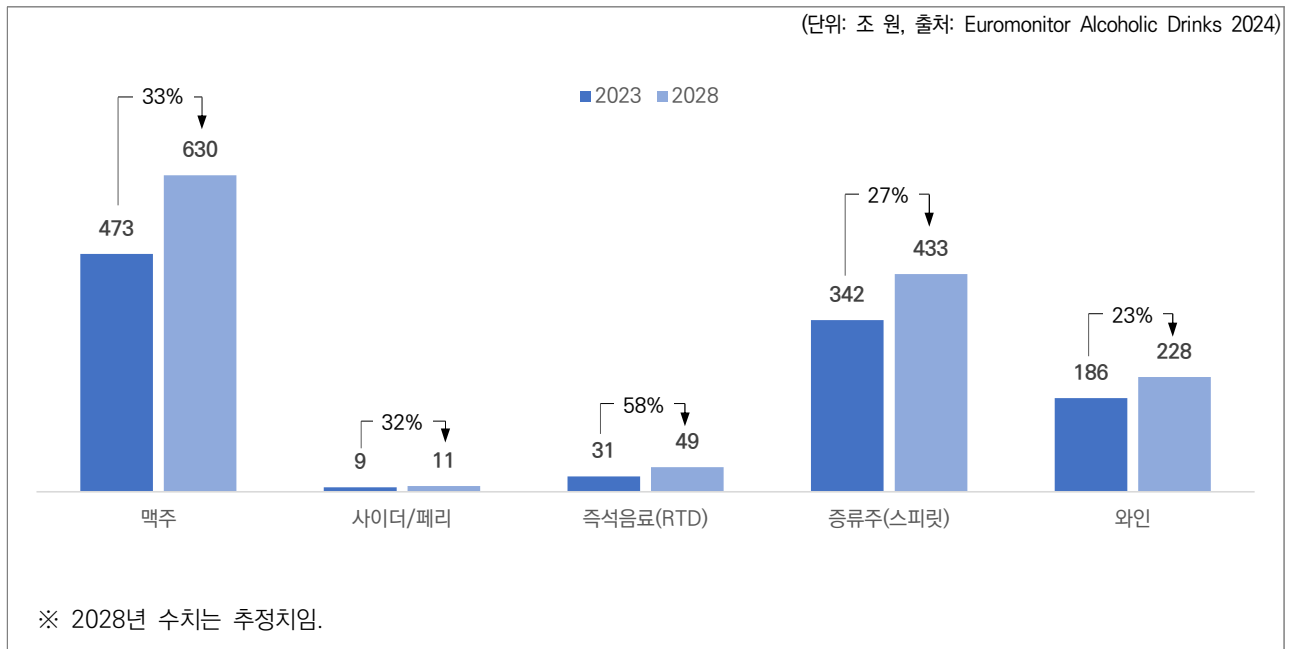
- 국가별 주류 시장규모를 보면, 상위 15개국이 세계 주류 시장의 72%를 차지함(755조 원).
- 중국이 216조 원으로 가장 큰 시장을 형성하고, 그 뒤를 미국, 영국이 잇고 있음('23년 기준).
- 유럽에서는 영국, 프랑스, 독일이, 아시아 지역에서는 중국, 일본, 대한민국, 태국 등이 큰 시장을 형성하고 있음.
- 남미에서는 브라질이, 아프리카에서는 남아프리카공화국 및 나이지리아가 가장 큰 시장을 형성하고 있음.

〈그림 3-7〉 국가별 주류 시장규모(2023년 기준)



- 주종별 세계 주류 시장 추이를 보면, '28년까지 맥주와 증류주 시장은 각각 33%, 27% 성장이 전망됨.
- 증류주(스피릿) 시장은 27%, 특히 즉석음료(RTD) 시장은 매년 9.6% 성장하여 '28년까지 58% 신장할 것으로 전망됨.

〈그림 3-8〉 주종별 주류 시장 변화 추이

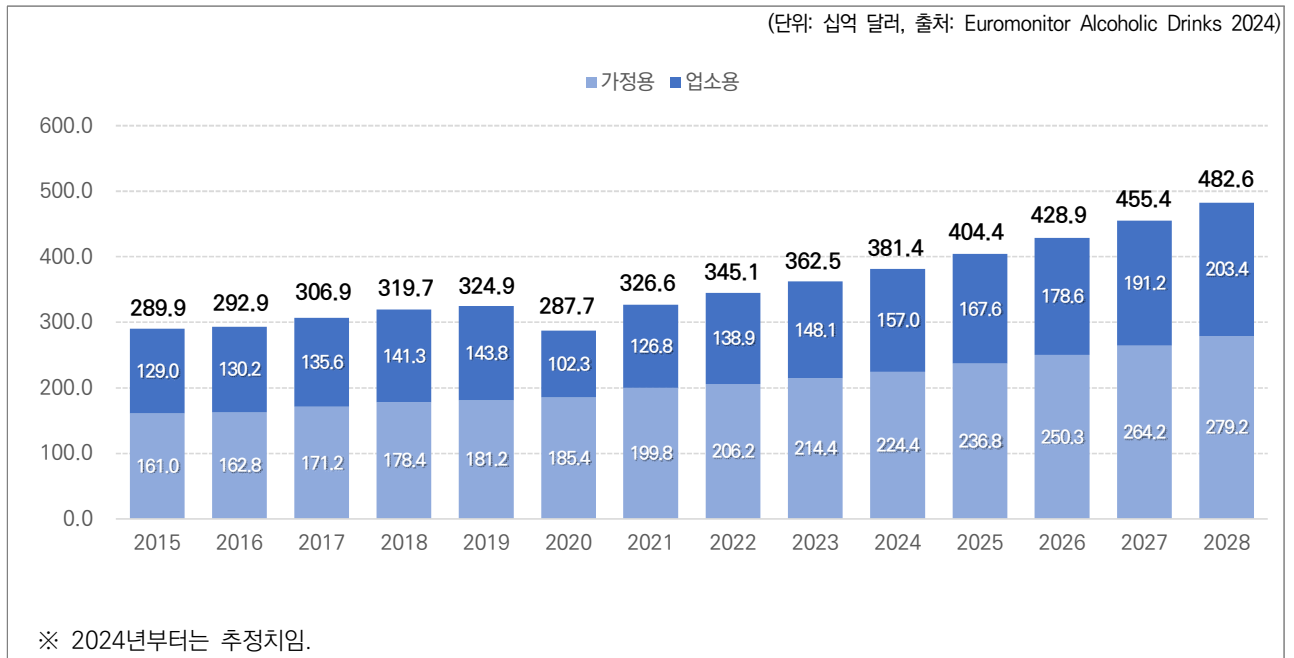


2 주종별 세계 주류산업 동향

(1) 맥주 시장

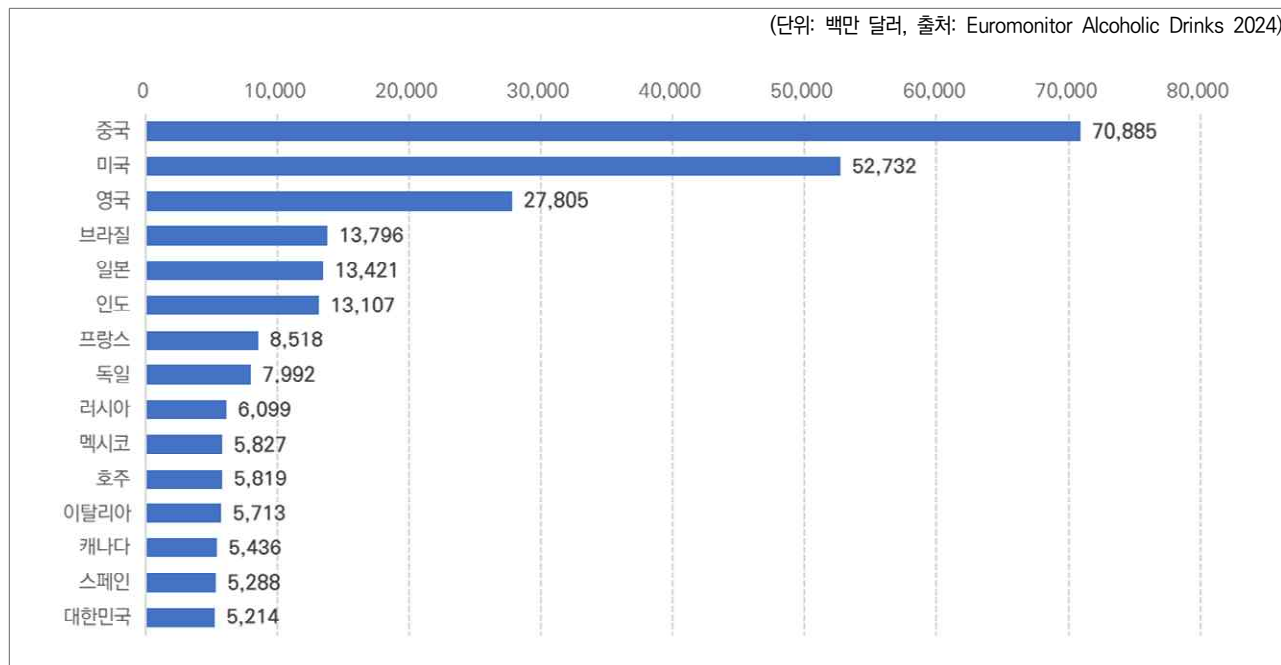
- 맥주 시장의 매출액은 '23년 기준 3,625억 달러 수준이며, 매년 5.9%씩 성장을 거듭하여 '28년까지 4,826억 달러에 이를 것으로 예측됨.
- 가정용(Off-trade) 맥주 매출액은 2023년 2,144억 달러에서 매년 5.4%의 성장률로 '28년 2,792억 달러에 이를 것으로 전망
- 업소용(On-trade)의 경우 2023년 1,481억 달러 수준에서 매년 6.5%의 성장률을 보이며 '28년 2,034억 달러에 도달할 것으로 전망

〈그림 3-9〉 세계 맥주 매출액 추이



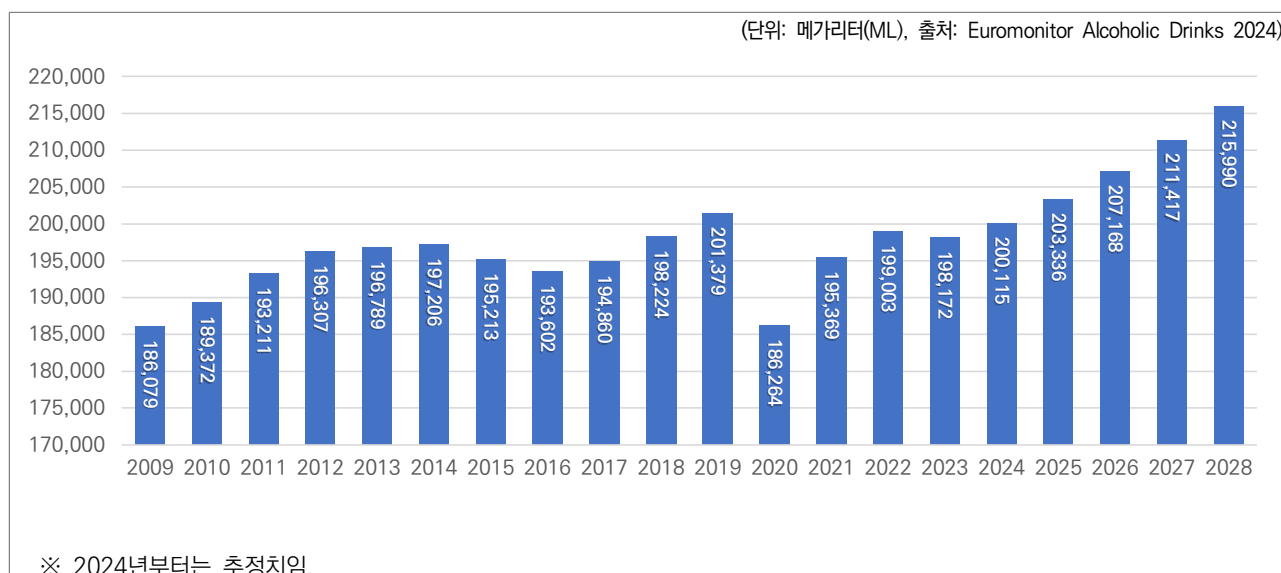
- 국가별로는 중국이 '23년 기준 709억 달러로 세계 1위를 차지했으며, 이어서 미국(527억 달러), 영국(278억 달러) 등의 순서였으며, 대한민국은 52억 달러로 15위를 차지함.

〈그림 3-10〉 국가별 맥주 매출액 현황(2023년 기준)



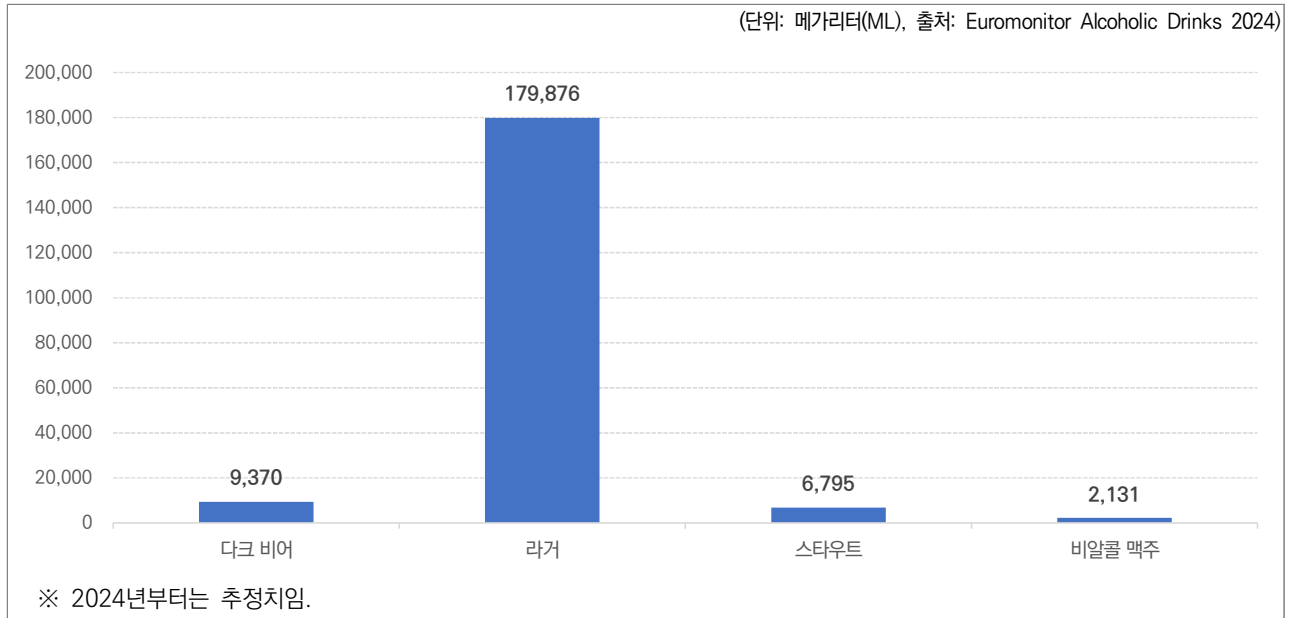
- '23년 기준 세계 맥주 출고량은 19만 8,172메가리터(ML)로, '09년 18만 6,079메가리터 대비 6.5% 증가함.
 - 세계 맥주 출고량은 매년 1.7%씩 증가하여 '28년에는 21만 5,990메가리터에 이를 것으로 추정됨.

〈그림 3-11〉 세계 맥주 출고량 현황



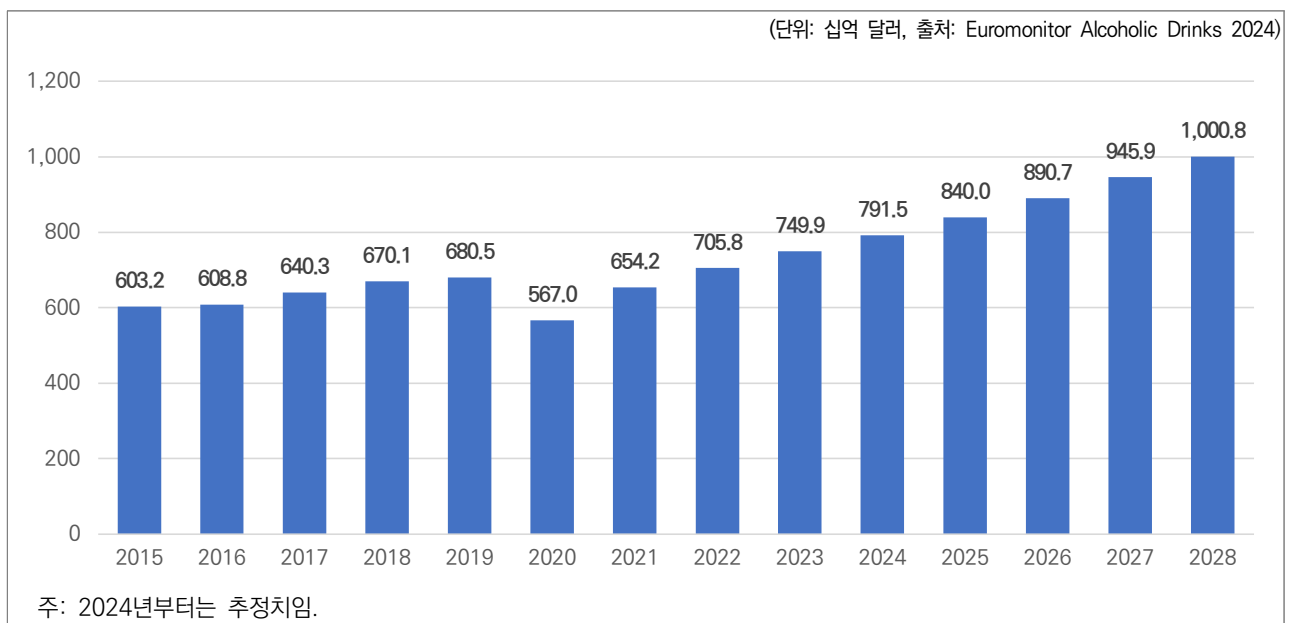
- '23년 기준 맥주 품목별 출고량은 단일품목 기준으로 라거가 17만 9,876메가리터로 전체의 90% 이상을 차지하였으며, 이어서 다크 비어(에일 등), 스타우트, 비알코올 맥주 순임.

〈그림 3-12〉 맥주 품목별 출고량 현황(2023년 기준)



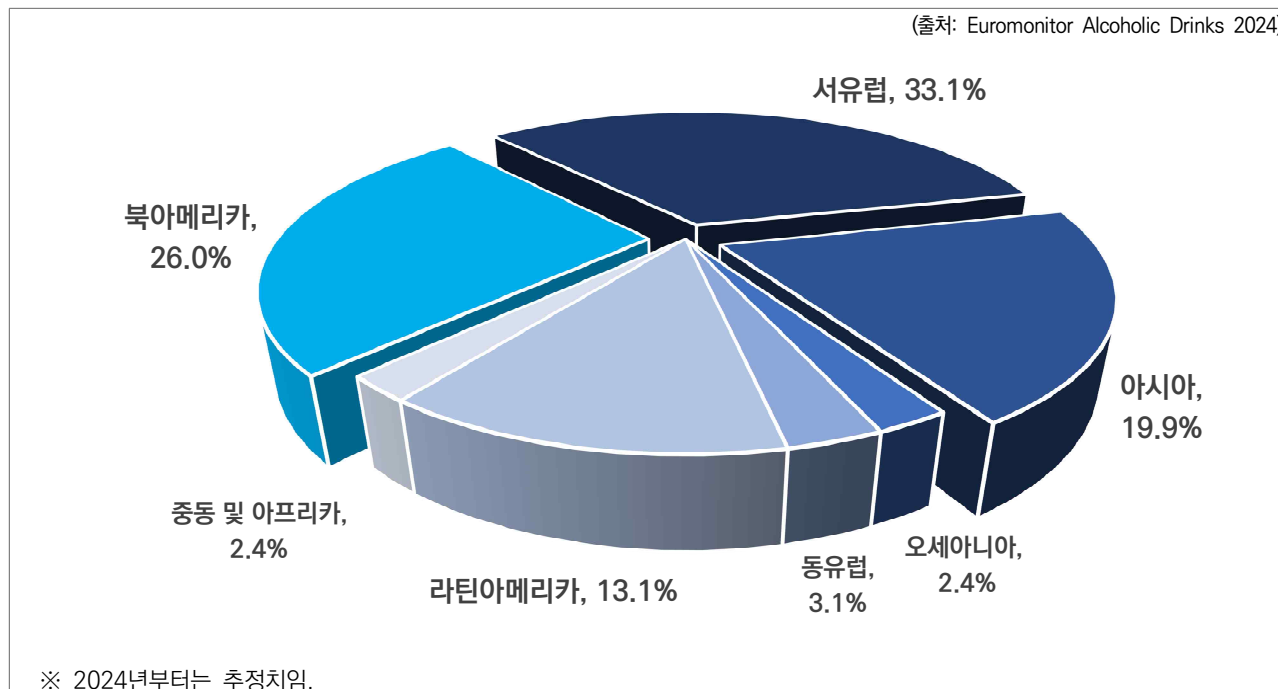
- '23년 기준 세계 맥주 소비 규모는 7,499억 달러로, 2015년(6,032억 달러) 대비 24.3% 상승하였으며, 매년 4.0%씩 증가하여 '28년에는 1조 달러에 이를 것으로 추정됨.

〈그림 3-13〉 세계 맥주 소비 현황



- 대륙별로 서유럽이 '23년 기준 전 세계 맥주 소비에서 가장 큰 비중(33.1%)을 차지하였으며, 이어서 북아메리카(26.0%), 아시아(19.9%), 라틴아메리카(13.1%) 등의 순임.

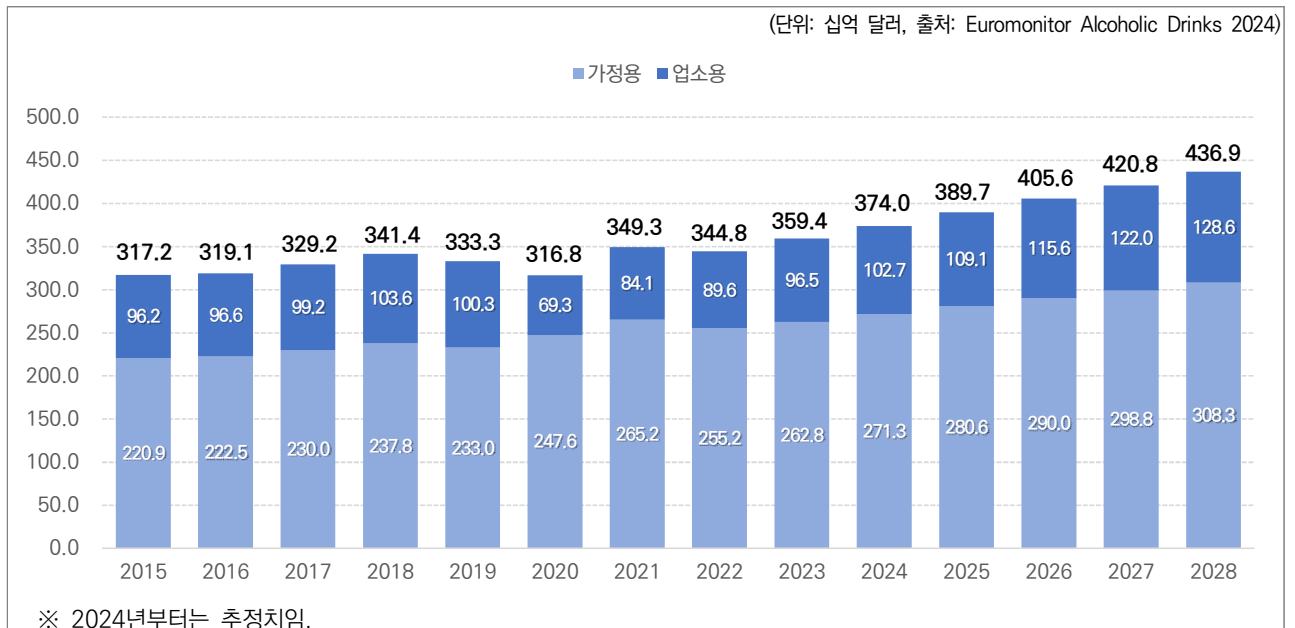
〈그림 3-14〉 대륙별 세계 맥주 소비 현황



(2) 와인 시장

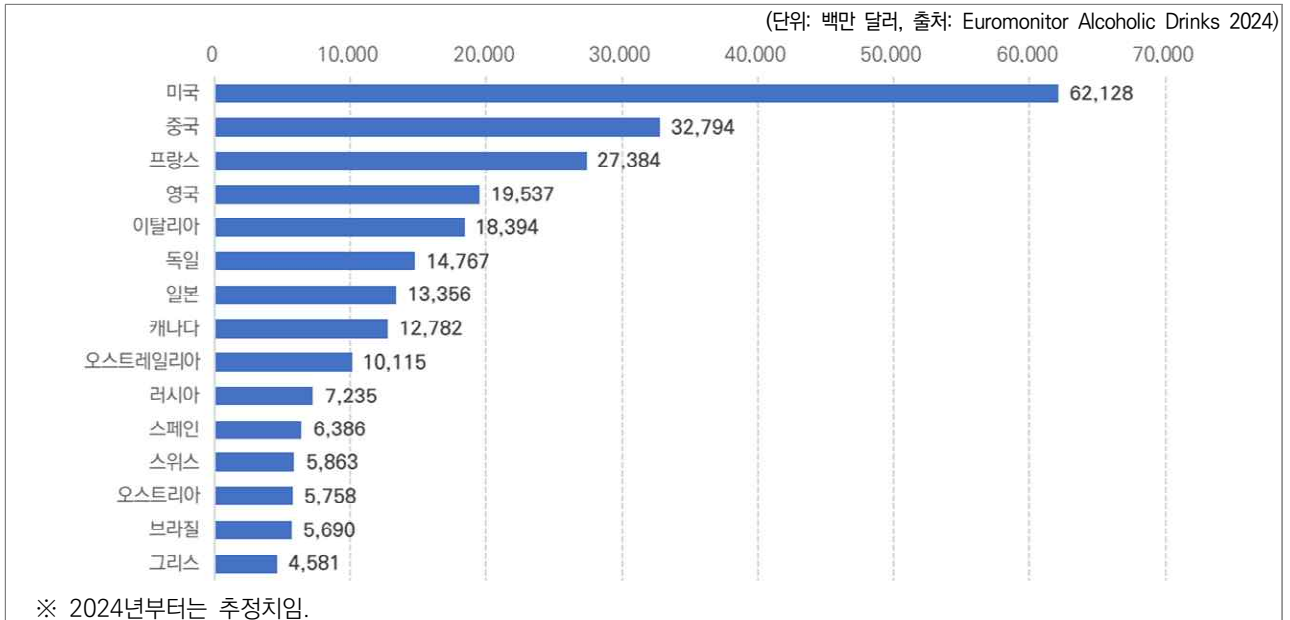
- 세계 와인 매출액은 '23년 기준 3,594억 달러였으며, 매년 4.0%씩 성장을 거듭하여 '28년까지 4,369억 달러에 이를 것으로 예측됨.
- 가정용(Off-trade) 와인 매출액은 2023년 2,628억 달러에서 매년 3.2% 성장하여 '28년 3,083억 달러에 이를 것으로 전망
- 업소용(On-trade)의 경우 2023년 965억 달러 수준에서 매년 5.9%의 성장률을 보이며 '28년 1,286억 달러에 도달할 것으로 전망

〈그림 3-15〉 세계 와인 매출액 추이



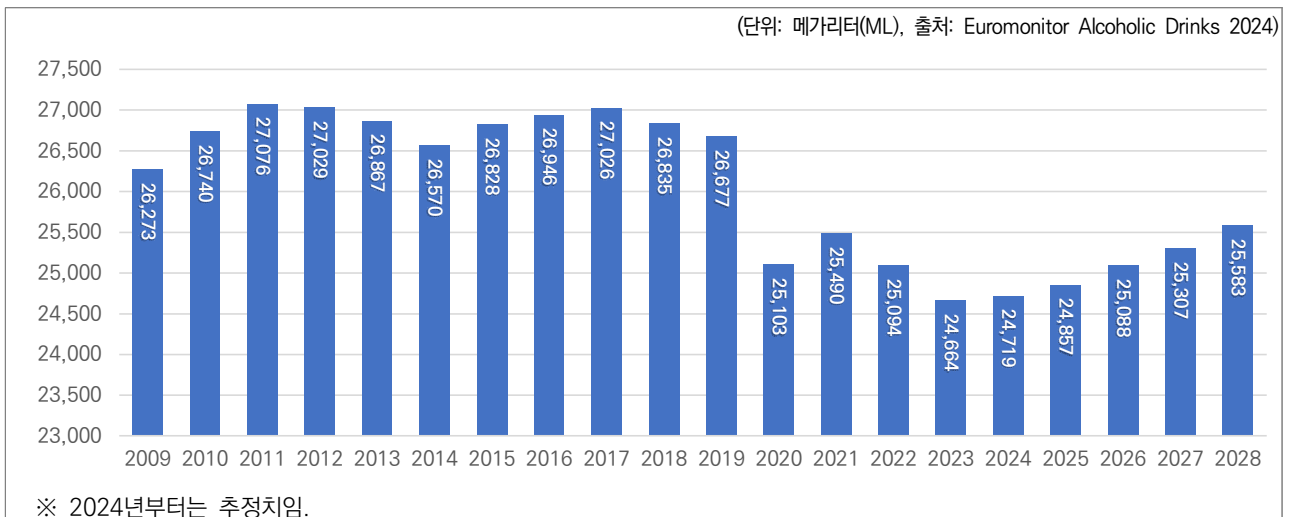
- 국가별 와인 매출액은 미국이 '23년 기준 621억 달러로 세계 1위를 차지했으며, 이어서 중국(327억 달러), 프랑스(273억 달러) 등의 순서임.

〈그림 3-16〉 국가별 와인 매출액 현황(2023년 기준)



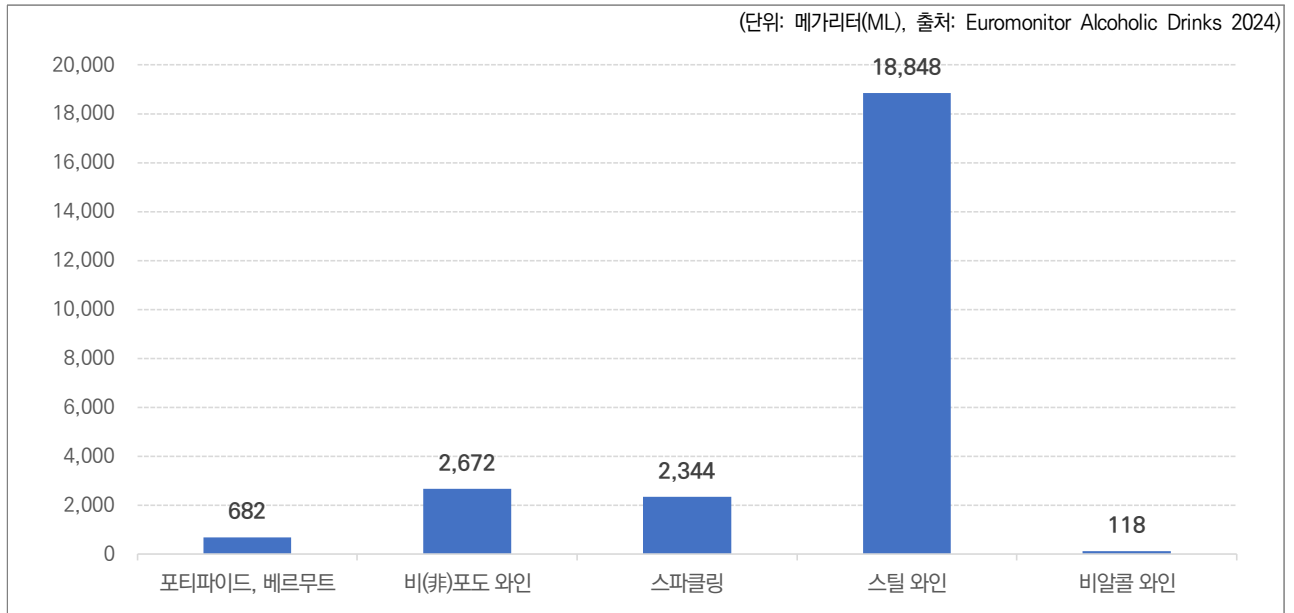
- '23년 기준 세계 와인 출고량은 2만 4,664메가리터로, '09년 2만 6,273메가리터 대비 6.1% 감소함.
- 한편, 세계 와인 판매량은 매년 0.7%씩 증가하여 '28년에는 2만 5,583메가리터에 이를 것으로 추정됨.

〈그림 3-17〉 세계 와인 출고량 현황



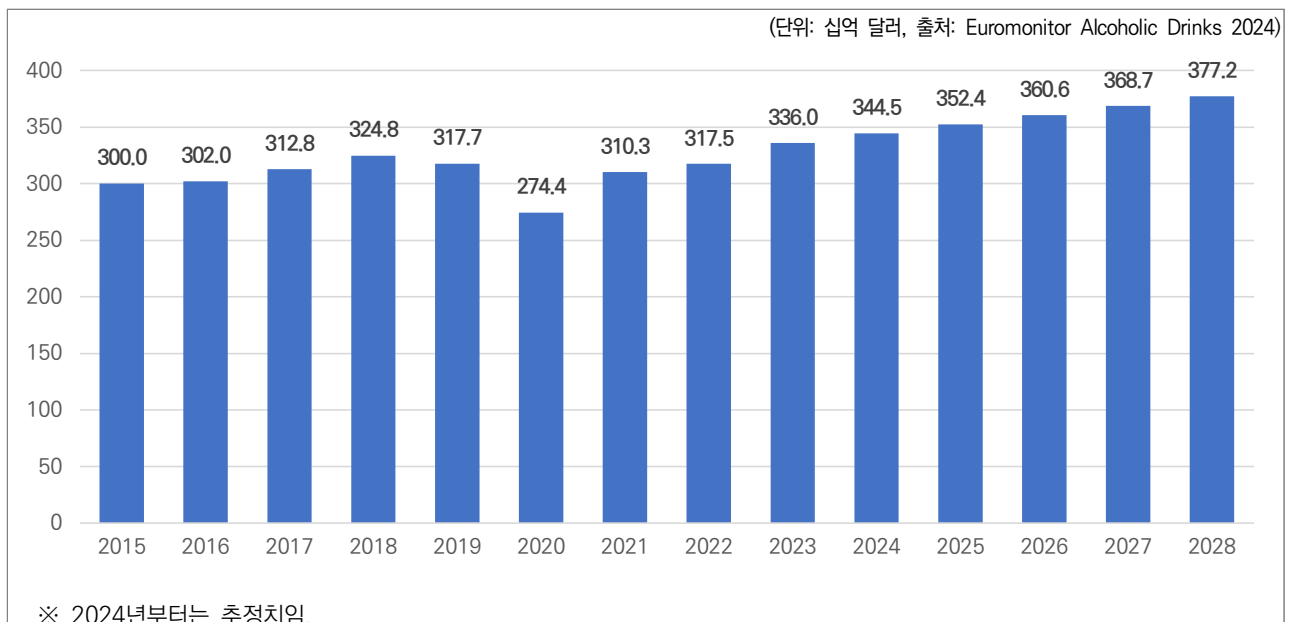
- '23년 기준 와인의 품목별 출고량은 단일품목 기준으로 스틸 와인이 1만 8,848메가리터로 전체 와인 시장에서 76%가량을 차지하였으며, 이어서 비(非)포도 와인(10.8%), 스파클링(9.5%), 포티파이드/베르무트(2.8%), 비알코올 와인(0.5%) 순으로 확인됨.

〈그림 3-18〉 와인 품목별 출고량 현황(2023년 기준)



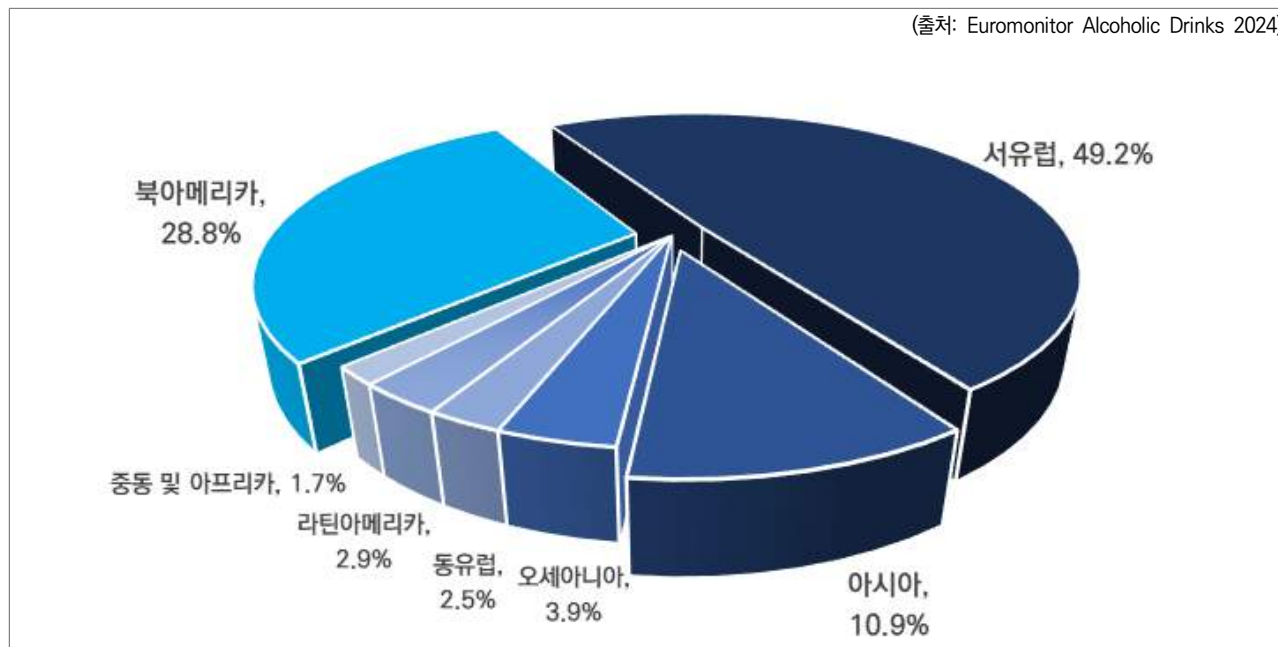
- '23년 기준 세계 와인 소비 규모는 3,360억 달러로 추산되어 2015년(3,000억 달러) 대비 12.0% 상승함. 와인 소비 규모는 매년 1.8%씩 증가하여 '28년에는 3,772억 달러에 이를 것으로 추정됨.

〈그림 3-19〉 세계 와인 소비 현황



- 대륙별로 서유럽이 '23년 기준 전 세계 와인 소비에서 가장 큰 비중(49.2%)을 차지하였으며, 이어서 북아메리카(28.8%), 아시아(10.9%) 등의 순서임.

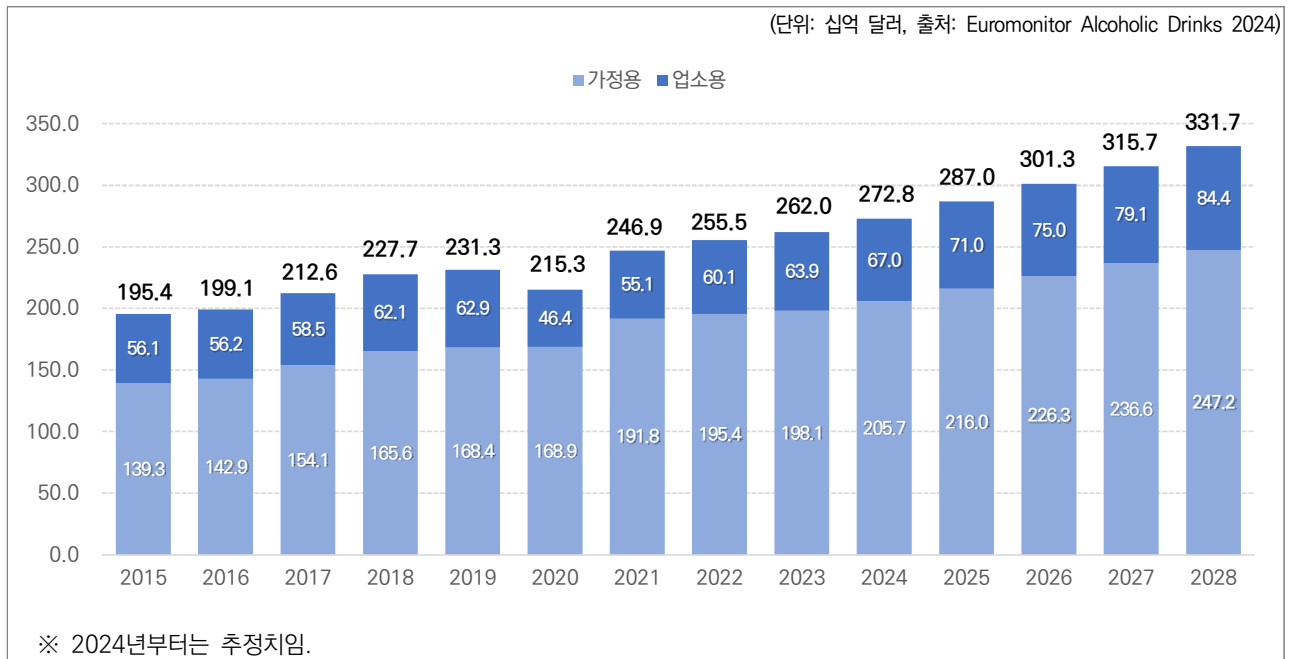
〈그림 3-20〉 대륙별 세계 와인 소비 현황



(3) 증류주 시장

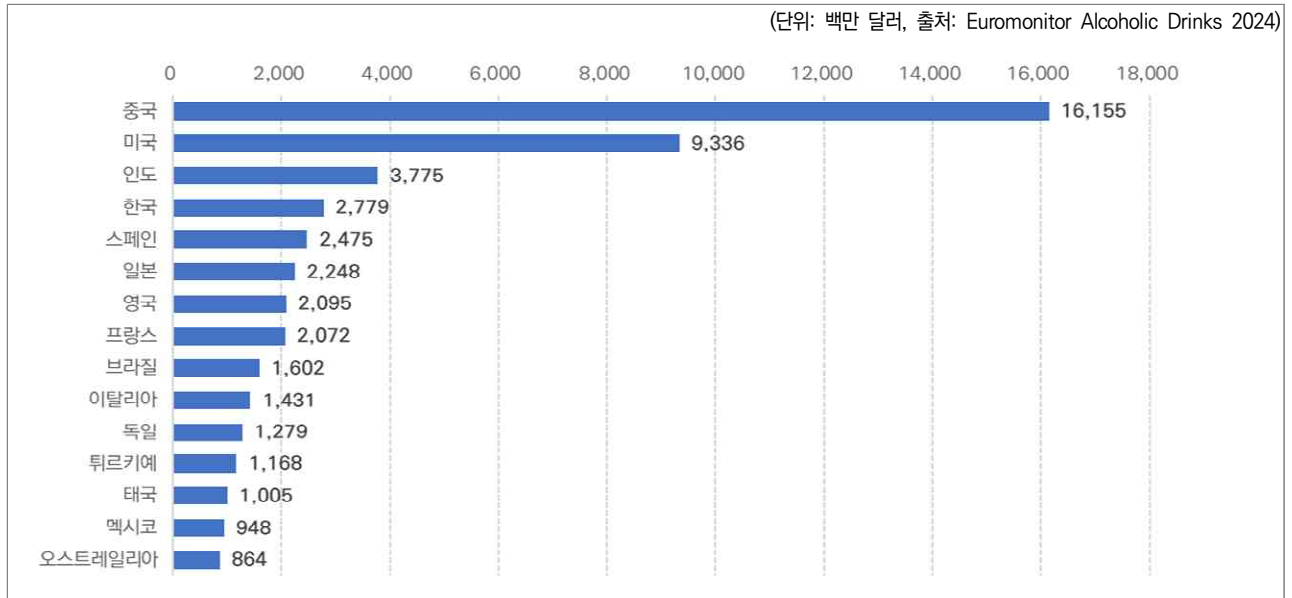
- 세계 증류주 시장은 '23년 기준 2,620억 달러로 집계되었으며, 매년 4.8%의 성장률로 '28년에 3,317억 달러에 이를 것으로 전망됨.
- 가정용(Off-trade) 증류주 매출액은 2023년 1,981억 달러에서 매년 4.5% 성장하여 '28년 2,472억 달러에 이를 것으로 전망됨.
- 업소용(On-trade)의 경우, 2023년 639억 달러에서 매년 5.7%의 성장률을 보이며 '28년 844억 달러에 도달할 것으로 전망됨.

〈그림 3-21〉 세계 증류주 매출액 추이



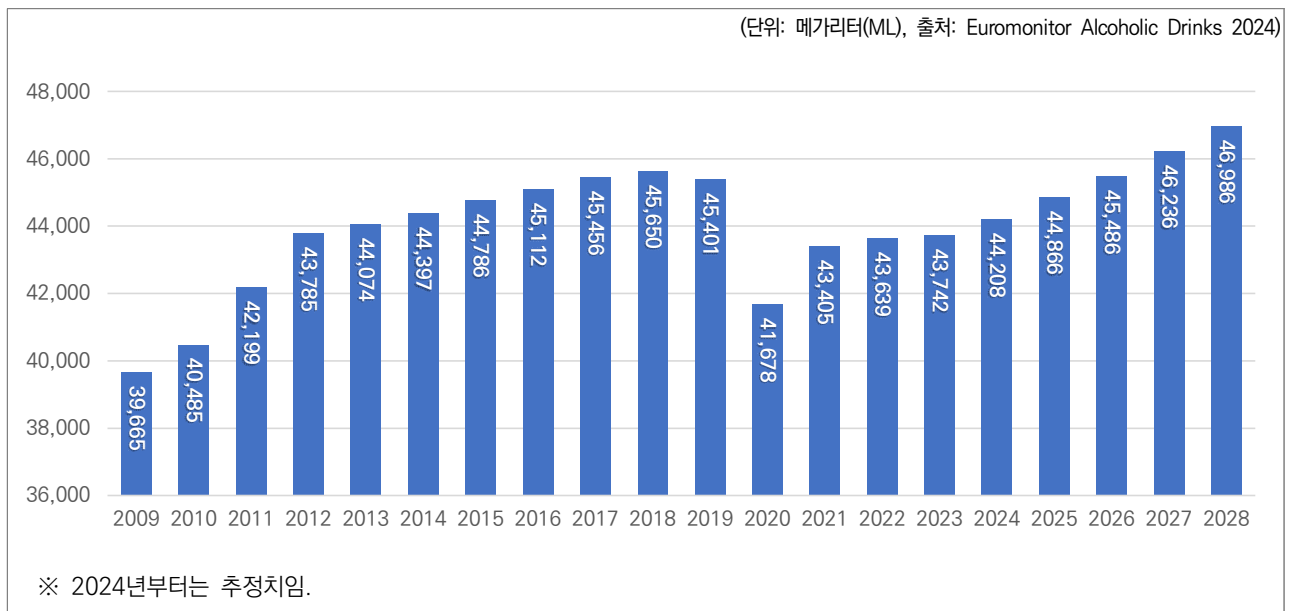
- 국가별 증류주 매출액은 중국이 '23년 기준 161억 달러로 세계 1위를 차지했으며, 이어서 미국(93억 달러), 인도(38억 달러) 등의 순으로 나타남.

〈그림 3-22〉 국가별 증류주 매출액 현황(2023년 기준)



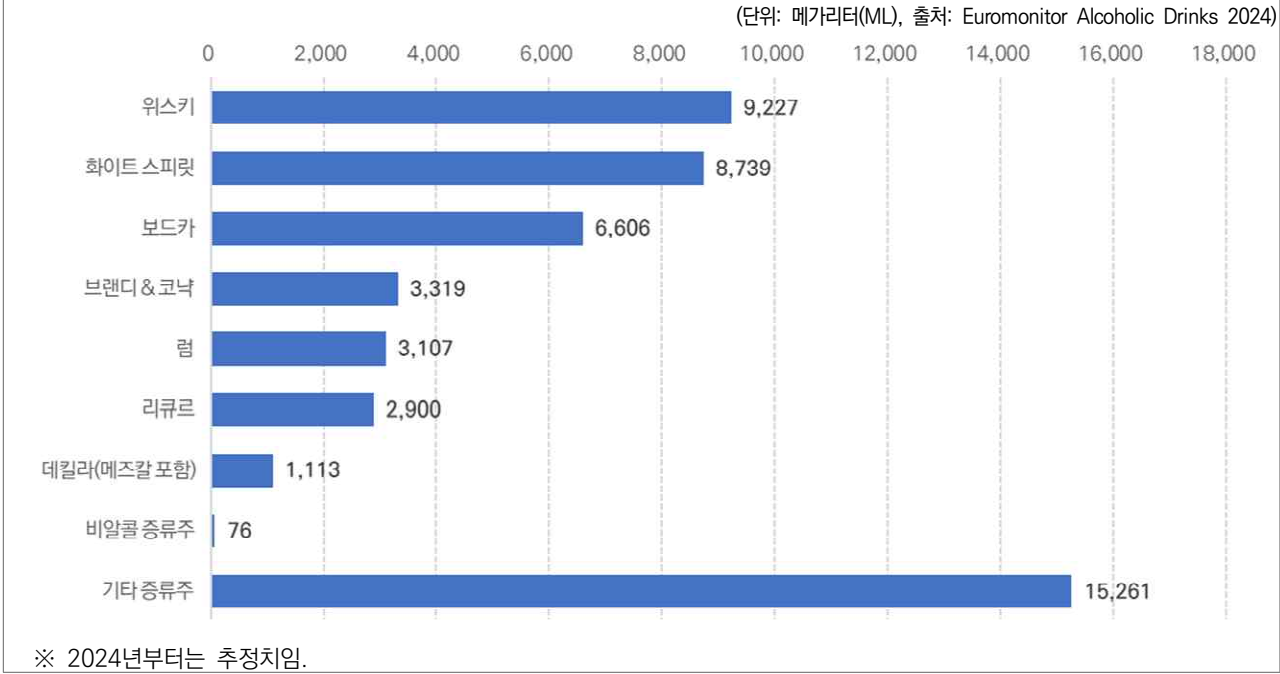
- '23년 기준 세계 증류주 출고량은 4만 3,742메가리터로, '09년 3만 9,665메가리터 대비 10.3% 증가함.
 - 세계 증류주 판매량은 매년 1.4%씩 증가하여 '28년에는 4만 6,986메가리터에 이를 것으로 전망됨.

〈그림 3-23〉 세계 증류주 출고량 현황



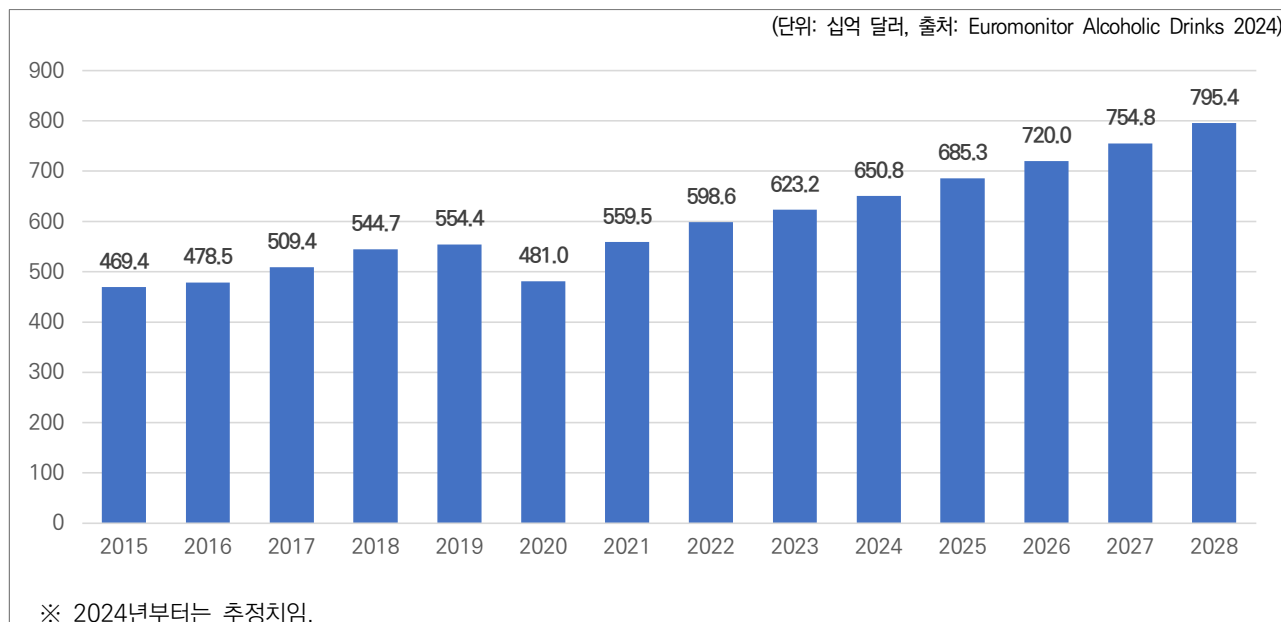
- '23년 기준 증류주 품목별 출고량은 단일품목 기준으로 위스키가 9,227메가리터로 가장 크고, 이어서 화이트 스피릿(백주), 보드카, 브랜디·코냑 등의 순으로 확인됨.

〈그림 3-24〉 증류주 품목별 출고량 현황(2023년 기준)



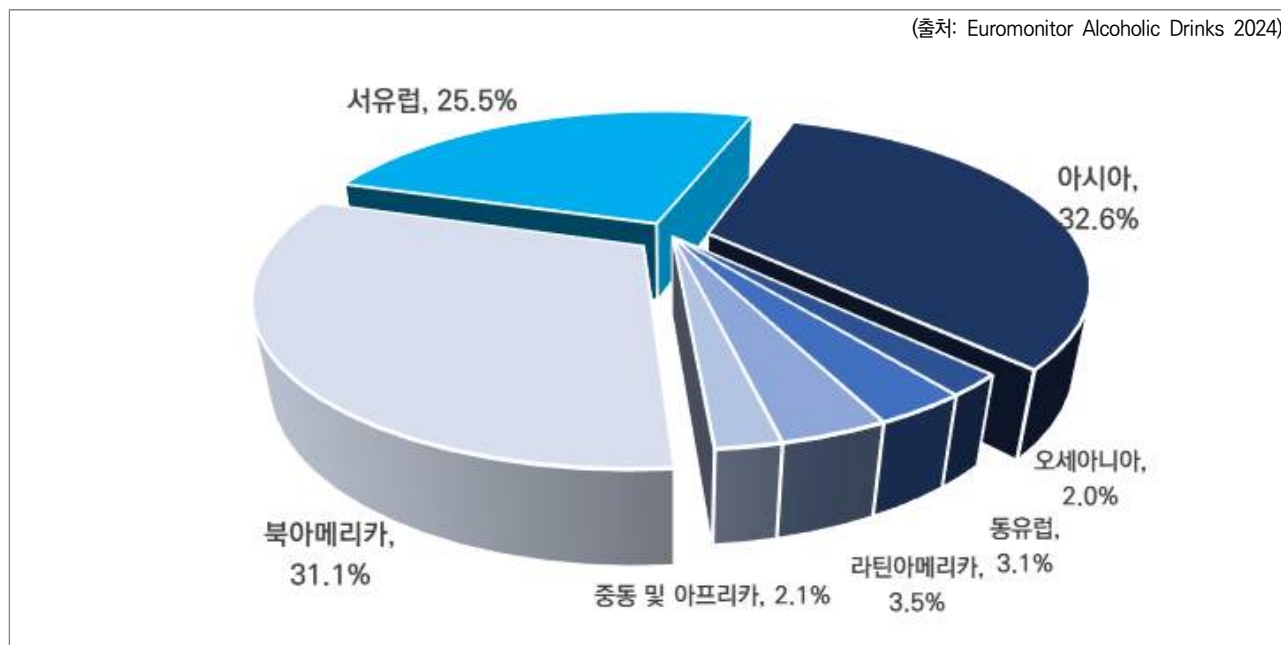
- '23년 기준 세계 증류주 소비 규모는 6,232억 달러로 추산되어 2015년(4,694억 달러) 대비 32.8% 상승함. 증류주 소비 규모는 매년 4.1%씩 증가하여 '28년에는 7,954억 달러에 달할 것으로 추정됨.

〈그림 3-25〉 세계 증류주 소비 현황



- 대륙별로 아시아가 '23년 기준 전 세계 증류주 소비에서 가장 큰 비중(32.6%)을 차지하였으며, 이어서 북아메리카(31.1%), 서유럽(25.5%) 등의 순서임.

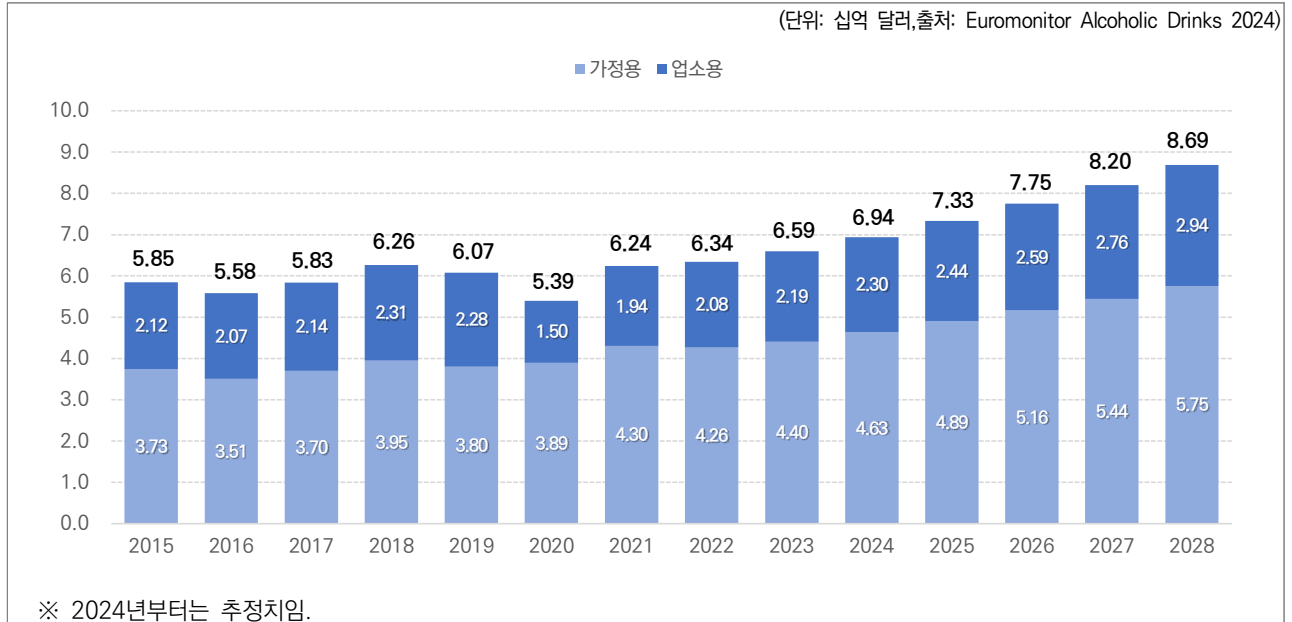
〈그림 3-26〉 대륙별 세계 증류주 소비 현황



(4) 기타 주류 시장

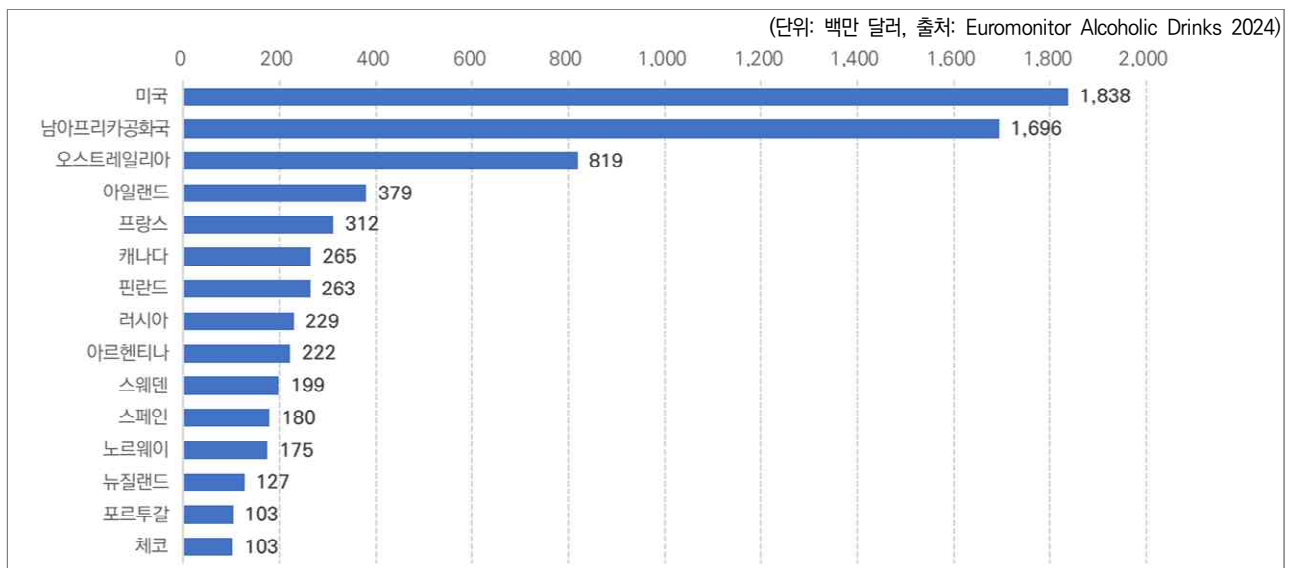
- 사이더/페리 시장의 매출액은 '23년 기준 66억 달러로 집계되어 다른 주류에 비해 시장규모가 큰 편은 아니지만, 매년 5.7%의 성장률로 '28년에는 87억 달러에 이를 것으로 전망됨.

〈그림 3-27〉 세계 사이더/페리 매출액 추이



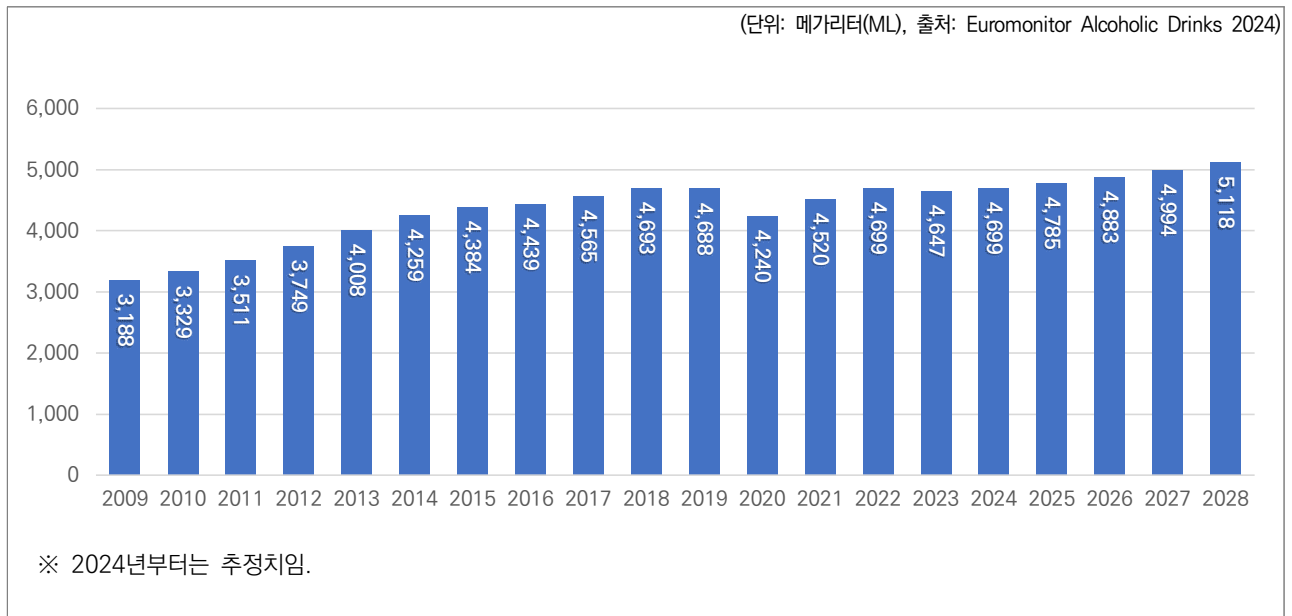
- 국가별 사이더/페리 매출액은 미국이 '23년 기준 18억 달러로 세계 1위를 차지했으며, 이어서 남아프리카공화국(17억 달러), 오스트레일리아(8억 달러) 등의 순으로 나타남.

〈그림 3-28〉 국가별 사이더/페리 매출액 현황(2023년 기준)



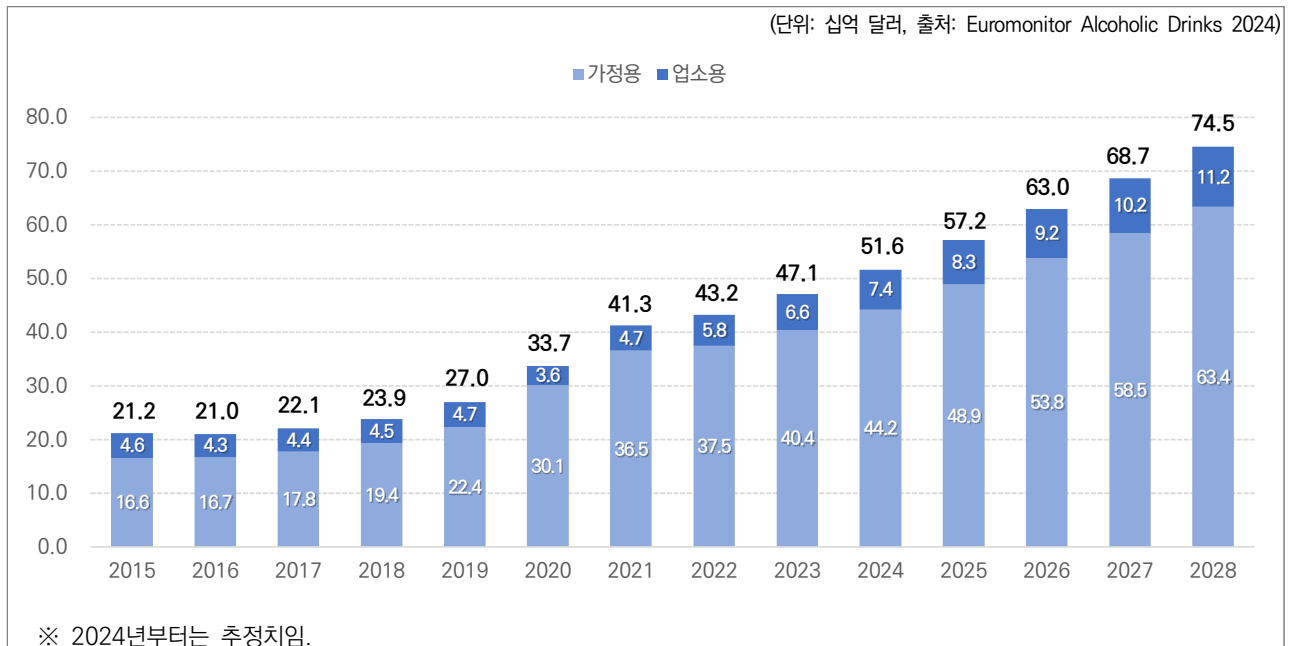
- '23년 기준 세계 사이더/페리 출고량은 4,647메가리터로, '09년 3,188메가리터 대비 큰 폭으로(45.8%) 증가함.
- 세계 사이더/페리 판매량은 매년 1.9%씩 증가하여 '28년에는 5,118메가리터에 이를 것으로 전망됨.

〈그림 3-29〉 세계 사이더/페리 출고량 현황



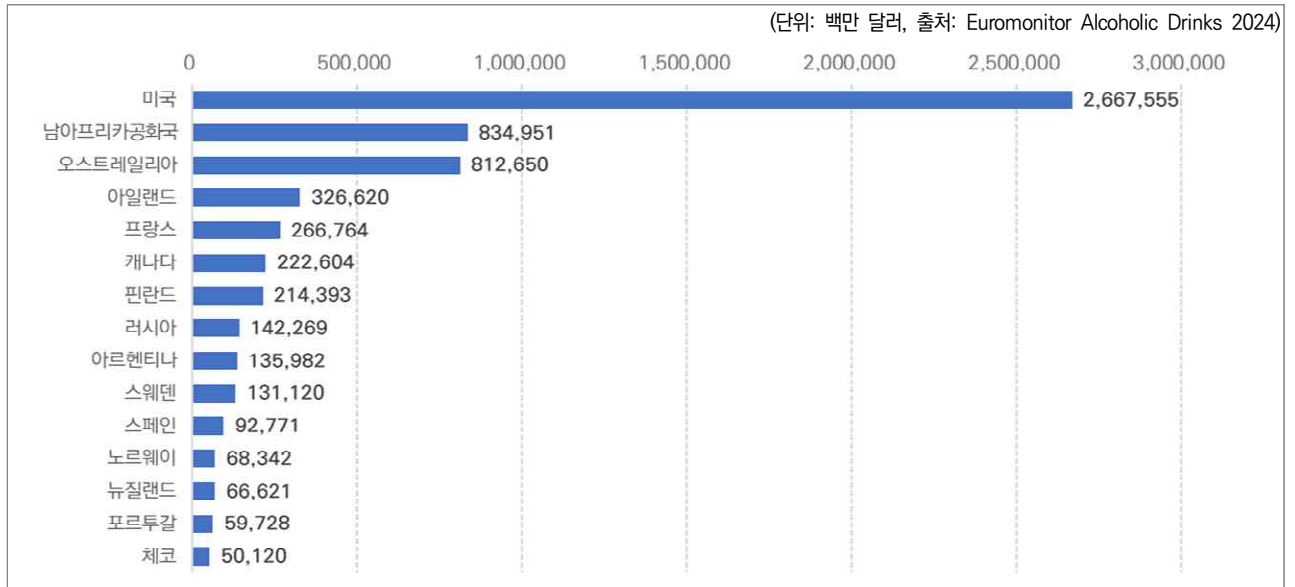
- RTD 주류의 경우, 별도의 주조 과정이 없이 바로 마실 수 있도록 상품화되어 2020년에 매출이 감소하지 않은 유일한 주종임.
- '23년 기준 RTD 주류의 매출액은 471억 달러로 집계되었으며, 매년 10%에 육박하는 성장률을 보이며 '28년에는 745억 달러에 이를 것으로 전망됨.
 - 가정용(Off-trade) RTD 주류 매출액은 2023년 404억 달러에서 매년 9.4% 성장하여 '28년 634억 달러에 이를 것으로 전망
 - 업소용(On-trade)의 경우, 2023년 66억 달러에서 매년 11.0%의 성장률을 보이며 '28년 112억 달러에 도달할 것으로 전망

〈그림 3-30〉 세계 RTD 주류 매출액 추이



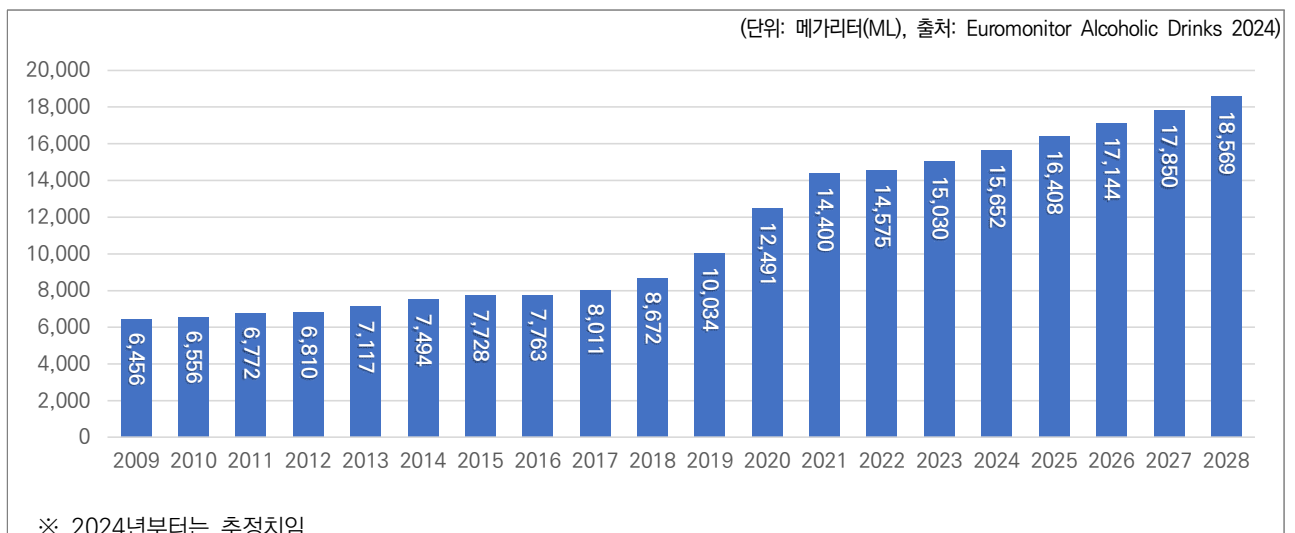
- 국가별 RTD 주류 매출액은 미국이 '23년 기준 2조 6,675억 달러로 압도적으로 세계 1위를 차지했으며, 이어서 남아프리카공화국(8,350억 달러), 오스트레일리아(8,126억 달러) 등의 순으로 나타남.
- 대한민국의 RTD 매출액은 72억 달러 수준으로, 세계 37위에 머무르는 것으로 확인됨.

〈그림 3-31〉 국가별 RTD 주류 매출액 현황(2023년 기준)



- '23년 기준 세계 RTD 주류 출고량은 1만 5,030메가리터로, '09년 6,456메가리터 대비 2배 이상(132.8%) 증가함.
- 세계 RTD 주류 판매량은 매년 4.3%씩 증가하여 '28년에는 1만 8,569메가리터에 이를 것으로 전망됨.

〈그림 3-32〉 세계 RTD 주류 출고량 현황



IV

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

생산 현황



part 1

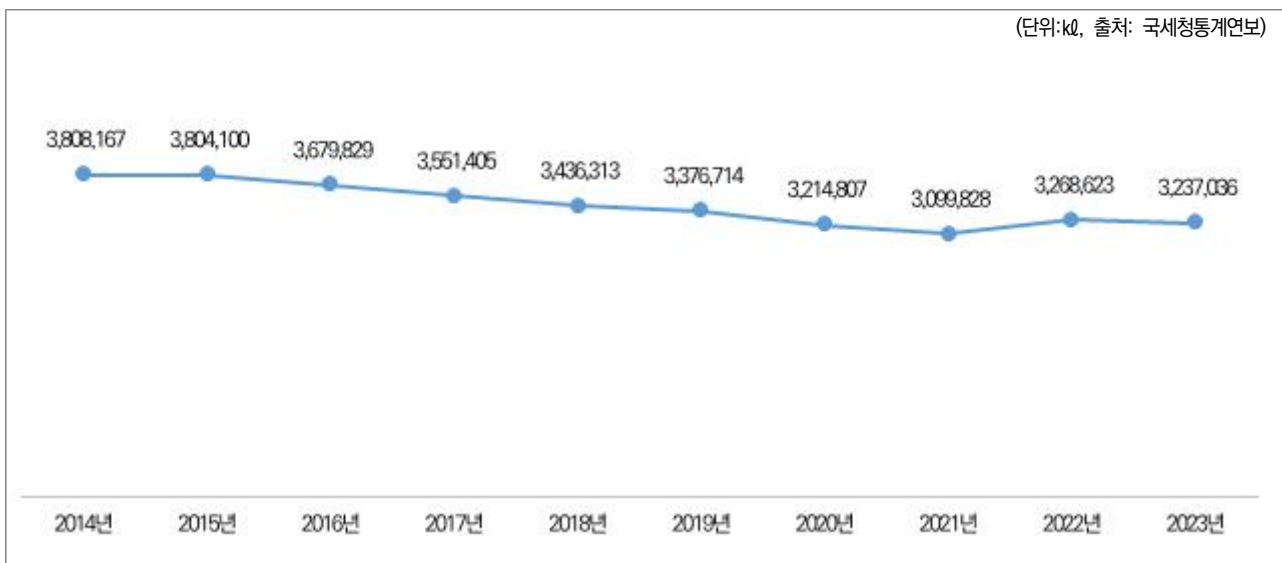
국내 주류 출고 및 수출입 현황

1 주류 출고 현황

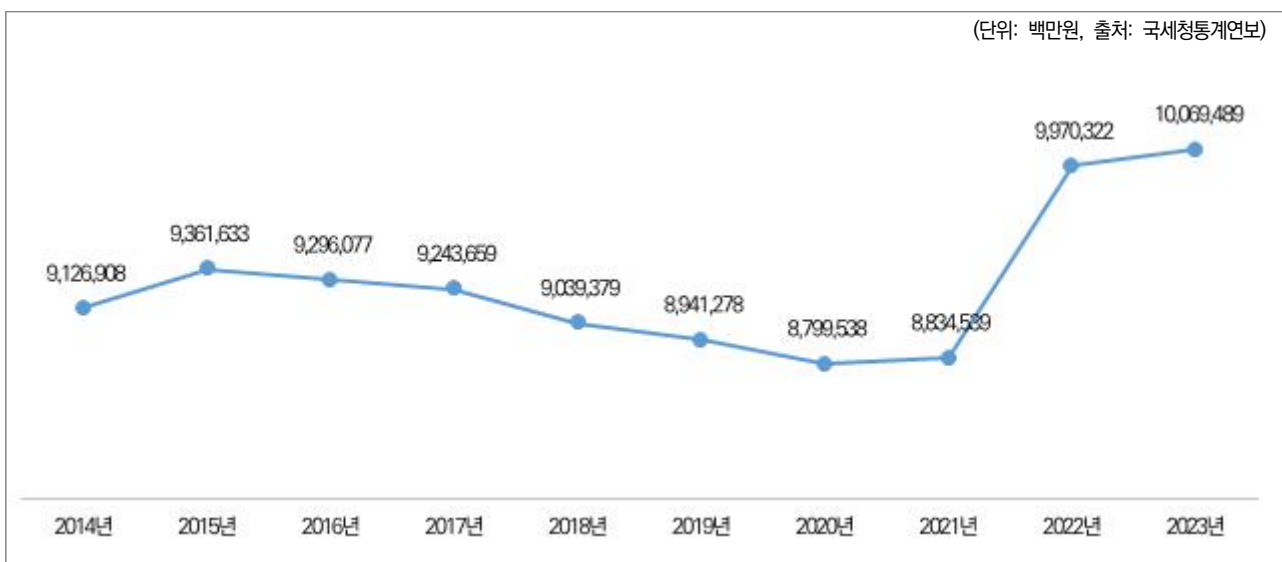
(1) 전체

- 국세청 통계연보에 따른 '23년 주류 출고량은 3,237,036kℓ로 '22년 대비 1.0% 감소하였으나, 출고금액은 10조 695억원으로, '22년 대비 출고금액은 1.0% 증가함.

〈그림 4-1〉 전체 주류 출고량 추이



〈그림 4-2〉 전체 주류 출고금액 추이



- '23년 주류 시장에서 출고량과 출고금액 모두 기준 가장 많은 비중을 차지하는 주종은 맥주(52.1%, 41.6%)이며, 다음으로 희석식 소주(26.1%, 39.7%), 탁주(10.5%, 5.2%) 순임.
- '22년 대비 출고량이 가장 크게 증가한 주종은 리큐르로 8.1% 증가함. 출고금액은 브랜드가 4,697.2%로 가장 크게 증가함.
- '22년 대비 출고량이 가장 크게 감소한 주종은 위스키로 72.6% 감소함. 출고금액 역시 위스키가 가장 큰 폭으로 감소함(59.3%).

〈표 4-1〉 주종별 출고량 추이

(단위: kℓ, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비(%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	3,376,714	3,214,807	3,099,828	3,268,623	3,237,036	100.0	▼1.0
탁주	370,500	379,976	363,132	342,517	338,876	10.5	▼1.1
청주	17,784	17,113	18,217	19,661	17,299	0.5	▼12.0
약주	11,213	9,483	11,317	11,438	8,493	0.3	▼25.7
과실주	10,926	11,315	17,485	14,128	14,196	0.4	▲0.5
맥주	1,715,995	1,566,914	1,538,968	1,697,823	1,687,101	52.1	▼0.6
증류식 소주	1,714	1,929	2,480	4,905	4,877	0.2	▼0.6
희석식 소주	915,596	874,537	825,848	861,540	844,250	26.1	▼2.0
위스키	72	56	74	234	64	0.0	▼72.6
브랜드	-2*	-1*	-	-	15	0.0	-
일반증류주	1,683	1,559	1,585	2,491	1,785	0.1	▼28.3
리큐르	2,536	1,989	3,238	3,151	3,406	0.1	▲8.1
기타주류	29,178	35,951	31,495	30,574	29,928	0.9	▼2.1
주정	299,519	313,986	285,989	280,161	286,746	8.9	▲2.4

* 브랜드의 음수 수치는 반품된 재고로 인함.

〈표 4-2〉 주종별 출고금액 추이

(단위: 백만원, %, 출처: 국세청통계연보)

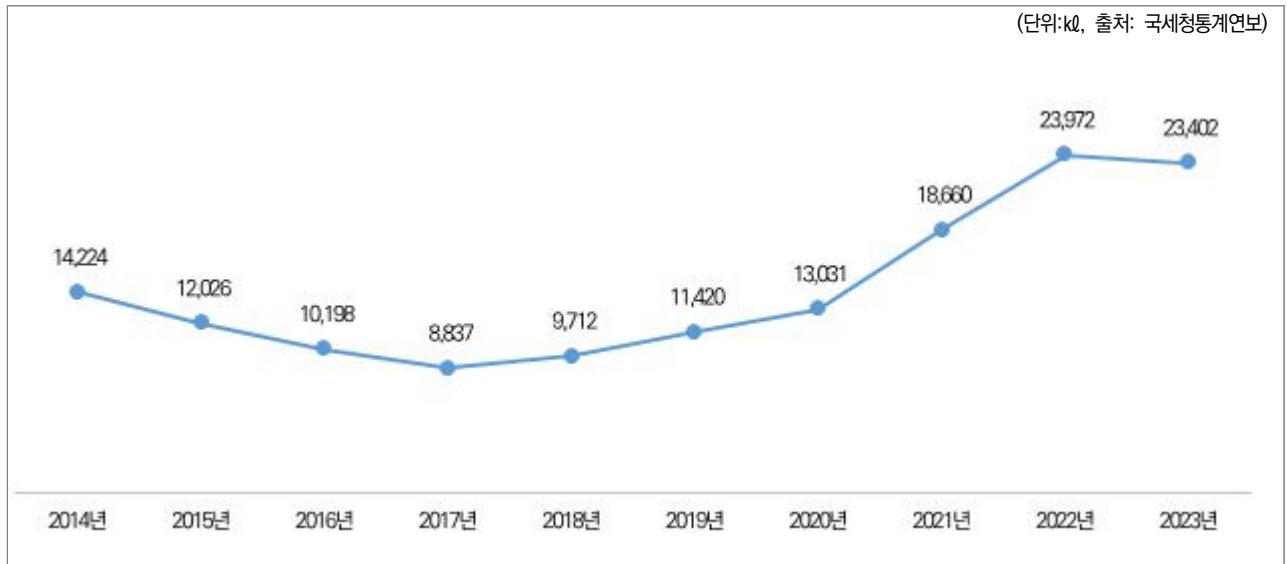
구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비 (%)	'22년 대비 증감률(%)
전체	8,941,278	8,799,538	8,834,539	9,970,322	10,069,489	100.0	▲1.0
탁주	442,967	470,579	509,815	518,974	522,632	5.2	▲0.7
청주	108,247	106,264	114,249	126,584	113,170	1.1	▼10.6
약주	62,400	53,916	64,455	69,218	54,421	0.5	▼21.4
과실주	91,653	97,032	127,819	127,967	137,750	1.4	▲7.6
맥주	3,688,267	3,497,418	3,626,057	4,148,585	4,186,592	41.6	▲0.9
증류식 소주	38,382	44,805	64,628	141,206	132,972	1.3	▼5.8
화석식 소주	3,738,247	3,703,775	3,545,010	3,984,178	3,993,772	39.7	▲0.2
위스키	5,098	4,039	5,841	19,240	7,824	0.1	▼59.3
브랜디	-14	-49	7	36	1,727	0.0	▲4,697.2
일반증류주	12,643	10,916	11,804	16,175	18,632	0.2	▲15.2
리큐르	19,218	15,962	27,982	33,444	60,415	0.6	▲80.6
기타주류	252,129	290,776	271,633	299,055	306,443	3.0	▲2.5
주정	482,041	504,106	465,240	485,660	533,139	5.3	▲9.8

* 브랜디의 음수 수치는 반품된 재고로 인함.

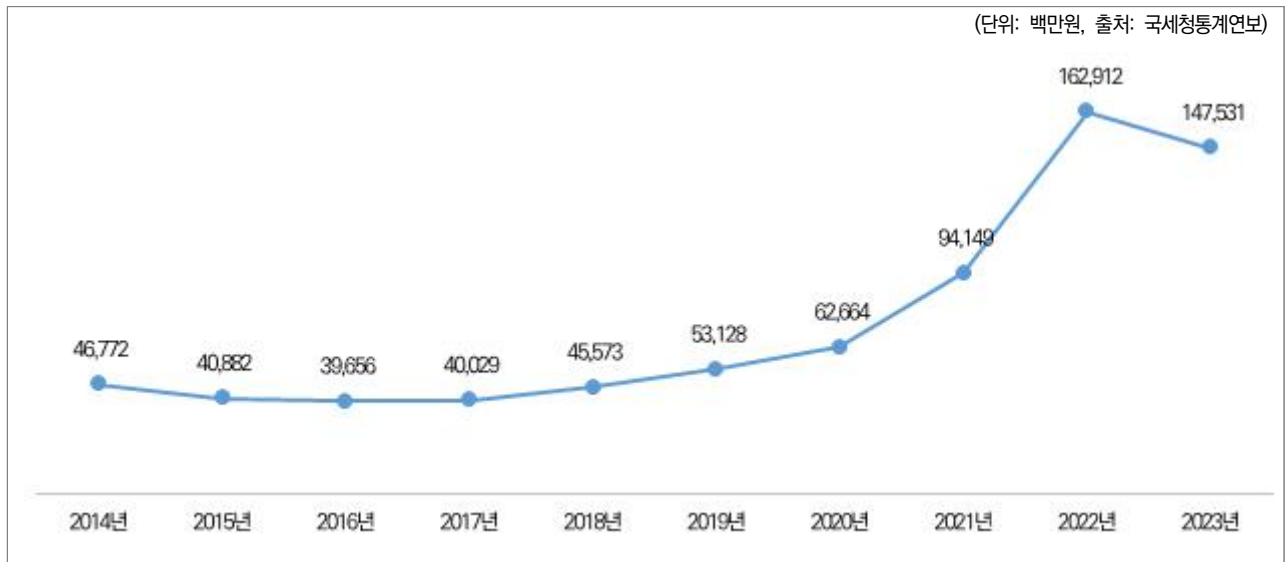
(2) 전통주

- '23년 전통주 출고량은 23,402kℓ, 출고금액은 1,475억원으로 '22년 대비 2.4%, 9.4%씩 감소함.

〈그림 4-3〉 전통주 출고량 추이



〈그림 4-4〉 전통주 출고금액 추이



- '23년 전체 출고량 대비 전통주 출고량은 0.7%로 '22년과 유사한 수준임. 출고금액은 소폭 감소한 1.5%임.
- 전통주 등의 출고량과 출고금액은 '23년 전체 대비 각각 12.9%, 13.4%로, 출고량은 전년 대비 감소한 반면, 출고금액은 유사한 수준임.

〈표 4-3〉 전체 대비 전통주 출고량, 출고금액 비중 추이

(단위: kℓ, 백만원, %, 출처: 국세청통계연보)

구분	출고량			출고금액		
	전체 (kℓ)	전통주 (kℓ)	비중 (%)	전체 (백만원)	출고금액 (백만원)	비중 (%)
2023년	3,237,036	23,402	0.7	10,069,489	147,531	1.5
2022년	3,268,623	23,972	0.7	9,970,322	162,912	1.6
2021년	3,099,828	18,660	0.6	8,834,539	94,149	1.1
2020년	3,214,807	13,031	0.4	8,799,538	62,664	0.7
2019년	3,376,714	11,420	0.3	8,941,278	53,128	0.6

* 전통주 등: 전통주를 포함하면서, 지역 특산성과 지리적 표시 보호를 받는 기타주류까지 포괄하는 넓은 개념

2

주류 수출입 현황

(1) 주종별 수출 추이

- 관세청 수출입현황에 따른 '24년 주류 수출중량은 298,106톤, 수출금액은 3억 4,976만 달러로, '23년 대비 각각 7.8%, 4.1% 감소함.
- 주종별로는 소주의 수출금액이 1억 409만 달러로 가장 높으며, 다음으로 리큐르, 맥주 등의 순임(주정, 기타 제외).
- '23년 대비 수출금액은 탁주, 맥주, 소주, 브랜디, 리큐르 등에서 증가함.

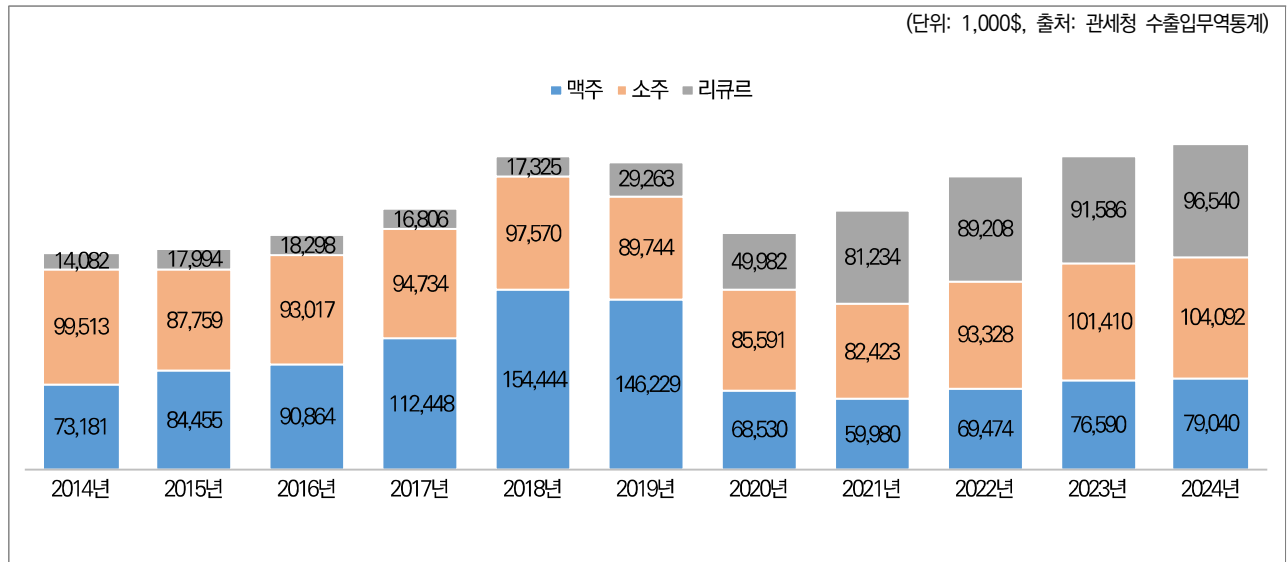
〈표 4-4〉 주종별 수출 추이

(단위: 톤, 1,000\$, %, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		2024년		'23년 대비 '24년 증감(%)	
	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 (%)
전체	427,082	383,739	343,981	323,336	320,810	323,397	351,975	364,896	323,186	364,778	298,106	349,762	▼7.8	▼4.1
탁주	12,772	12,191	12,556	12,469	14,643	15,804	15,396	15,677	13,983	14,688	14,733	14,734	▲5.4	▲0.3
청주	357	768	291	663	372	845	362	920	318	658	263	492	▼17.3	▼25.2
약주	224	722	186	648	242	837	221	825	208	821	185	709	▼11.1	▼13.6
과실주	1,337	3,680	1,851	4,378	2,554	6,036	2,965	7,295	3,177	8,135	3,446	7,848	▲8.5	▼3.5
맥주	209,624	146,229	109,336	68,530	95,976	59,980	102,464	69,474	103,672	76,590	103,164	79,040	▼0.5	▲3.2
소주	65,812	89,744	62,189	85,591	59,529	82,423	67,103	93,328	68,477	101,410	70,055	104,092	▲2.3	▲2.6
위스키	1,268	8,016	502	3,052	182	998	266	1,523	193	2,083	231	1,313	▲19.7	▼37.0
브랜디	1,630	4,150	269	478	7	55	5	27	2	42	2	47	-	▲11.9
일반증류주	1,682	3,279	937	1,680	11	30	-	1	5	31	1	7	▼80.0	▼77.4
리큐르	18,507	29,263	32,088	49,982	50,870	81,234	54,024	89,208	50,060	91,586	53,504	96,540	▲6.9	▲5.4
기타주류	61,691	48,823	60,896	47,350	47,332	36,193	41,464	28,366	41,155	30,207	32,426	27,856	▼21.2	▼7.8
주정	51,223	35,865	61,958	47,537	48,376	38,064	67,145	57,572	41,371	37,886	19,576	16,405	▼52.7	▼56.7
기타	955	1,010	923	979	717	899	559	681	565	641	519	677	▼8.1	▲5.6

- '24년 수출금액 상위 3개 주종은 맥주, 소주, 리큐르이며, 그중 리큐르의 수출금액이 증가하고 있는 것으로 나타남.

〈그림 4-5〉 수출 상위 3개 주종 수출금액 추이



(2) 주종별 수입 추이

- 관세청 수출입현황에 따른 '24년 주류 수입중량은 734,578톤, 수출금액은 13억 7,464만 달러로, '23년 대비 각각 3.6%, 8.4% 감소함.
- 주종별로는 과실주의 수입금액이 4억 8천 달러 수준으로 가장 높으며, 다음으로 위스키, 맥주 등의 순임(주정, 기타 제외).
- '23년 대비 주종별 수입금액은 청주, 기타주류, 기타를 제외한 모든 주종에서 감소함.

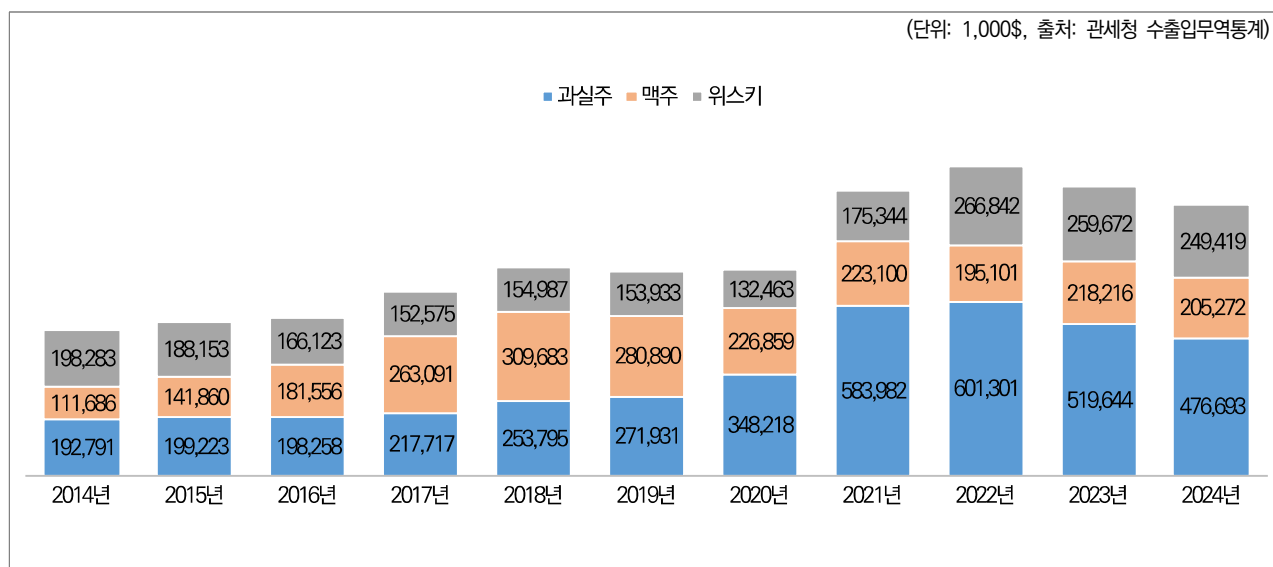
〈표 4-5〉 주종별 수입 추이

(단위: 톤, 1,000\$, %, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		2024년		'23년 대비 '24년 증감(%)	
	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 (%)
전체	837,073	1,046,456	899,480	1,135,529	833,570	1,411,561	827,430	1,629,942	762,229	1,501,277	734,578	1,374,639	▼3.6	▼8.4
탁주	-	-	16	25	1	10	24	47	1	6	1	6	-	-
청주	4,111	15,797	2,379	11,736	3,109	15,589	4,840	21,512	5,415	24,753	5,684	26,354	▲5.0	▲6.5
약주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	8	-	-
과실주	53,336	271,931	68,797	348,218	95,343	583,982	86,364	601,301	65,947	519,644	62,393	476,693	▼5.4	▼8.3
맥주	360,132	280,890	277,927	226,859	257,932	223,100	228,747	195,101	238,696	218,216	225,282	205,272	▼5.6	▼5.9
소주	129	686	173	734	95	700	251	1,209	316	1,697	327	1,549	▲3.5	▼8.7
위스키	19,836	153,933	15,923	132,463	15,662	175,344	27,038	266,842	30,586	259,672	27,441	249,419	▼10.3	▼3.9
브랜드	2,057	11,599	1,741	11,631	1,935	15,236	2,613	21,770	2,666	21,406	2,134	18,311	▼20.0	▼14.5
일반증류주	11,625	25,374	9,919	20,248	9,843	22,937	10,981	30,861	10,456	30,293	9,923	29,761	▼5.1	▼1.8
리큐르	5,835	18,720	4,982	15,780	5,053	18,100	7,346	26,236	11,987	31,210	14,048	28,270	▲17.2	▼9.4
기타주류	7,463	8,998	12,049	11,844	19,718	20,003	17,275	21,016	14,221	21,785	13,328	22,132	▼6.3	▲1.6
주정	362,092	242,704	487,830	331,913	405,652	311,465	425,577	419,146	362,735	343,294	346,456	286,357	▼4.5	▼16.6
기타	10,457	15,826	17,745	24,077	19,230	25,095	16,374	24,901	19,205	29,301	27,559	30,507	▲43.5	▲4.1

- '24년 수입금액 상위 3개 주종은 과실주, 맥주, 위스키이며, 그중 과실주의 비중이 가장 크게 나타남(주정, 기타 제외).

〈그림 4-6〉 수입 상위 3개* 주종 수입금액 추이



*주정, 기타를 제외한 수입 상위 3개 주종임.

(3) 국가별 수출 추이

- 국가별로는 일본이 '24년 수출중량 104,359톤, 수출금액 9,171만 달러로 가장 많으며, '23년 대비 15.3%, 16.1%씩 감소함.

〈표 4-6〉 국가별 수출 추이

(단위: 톤, 1,000\$, %, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		2024년		'23년 대비 '24년 증감(%)	
	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 (%)
전체	427,082	383,739	343,981	323,336	320,810	323,397	351,975	364,886	323,186	364,778	298,106	349,760	▼7.8	▼4.1
일본	165,400	151,930	135,780	120,856	123,765	114,234	147,344	124,319	123,138	109,296	104,359	91,711	▼15.3	▼16.1
미국	18,508	27,300	24,425	36,313	22,294	36,233	26,309	49,983	27,840	63,751	30,446	67,861	▲9.4	▲6.4
중국	123,683	103,207	46,688	47,957	26,554	38,233	26,915	40,432	27,040	42,872	28,870	46,090	-	-
홍콩	56,713	33,874	52,353	29,060	55,325	31,849	52,275	29,081	57,175	33,748	49,562	32,436	▼13.3	▼3.9
몽골	1,988	1,439	1,509	1,244	5,652	4,051	12,177	10,655	13,553	11,403	24,379	19,794	▲79.9	▲73.6
베트남	4,620	7,258	24,471	18,003	28,120	25,801	26,679	28,685	21,587	23,711	7,086	10,962	▼67.2	▼53.8
필리핀	4,731	7,469	12,300	17,745	8,541	13,267	6,906	9,400	7,214	10,484	6,326	9,163	▼12.3	▼12.6
호주	4,279	5,602	4,906	5,851	4,560	6,049	6,099	8,741	6,860	9,832	6,623	8,600	▼3.5	▼12.5
대만	3,232	3,461	3,610	4,047	4,401	5,790	4,497	6,106	4,135	6,106	4,660	7,736	▲12.7	▲26.7
싱가포르	6,787	5,781	9,390	9,061	7,342	8,268	7,590	7,116	6,192	6,804	5,828	6,109	▼5.9	▼10.2
말레이시아	1,372	2,467	2,787	4,712	2,805	4,465	3,810	6,123	3,272	5,799	3,165	5,366	▼3.3	▼7.5
캐나다	1,228	2,444	1,267	2,462	1,198	2,215	2,269	4,583	1,917	3,556	2,672	4,935	▲39.4	▲38.8
태국	2,052	3,036	3,028	4,786	3,215	4,794	4,278	6,121	2,772	4,391	2,676	4,556	▼3.5	▲3.8
캄보디아	1,356	1,540	1,018	1,674	2,236	3,798	2,895	4,887	2,251	3,854	1,771	3,062	▼21.3	▼20.6
멕시코	178	264	263	398	510	600	531	890	965	1,818	1,293	2,445	▲34.0	▲34.5
독일	327	540	274	401	416	779	437	780	762	1,377	1,124	2,303	▲47.5	▲67.2
뉴질랜드	827	1,143	830	1,228	1,077	1,592	1,005	1,614	1,189	2,041	1,430	2,255	▲20.3	▲10.5
네덜란드	487	1,048	586	939	948	1,471	1,302	2,089	1,280	2,070	1,598	2,183	▲24.8	▲5.5
프랑스	367	596	280	492	361	651	554	1,238	866	1,871	954	2,130	▲10.2	▲13.8
영국	431	695	377	735	715	1,255	1,030	1,863	1,508	2,797	900	1,743	▼40.3	▼37.7
이라크	13,427	8,306	8,649	5,004	11,532	6,022	8,061	6,824	1,879	1,807	2,112	1,688	▲12.4	▼6.6
라트비아	119	215	141	249	300	449	568	627	656	1,080	1,060	1,667	▲61.6	▲54.4
인도네시아	1,559	2,604	1,531	2,274	1,817	2,839	1,963	3,314	1,603	2,877	825	1,423	▼48.5	▼50.5
미얀마	106	171	118	225	633	1,038	1,082	1,680	1,150	1,911	790	1,338	▼31.3	▼30.0
인도	274	351	195	262	292	373	943	827	1,353	1,428	865	1,288	▼36.1	▼9.8
브라질	112	182	93	181	158	272	280	482	287	515	656	1,071	▲128.6	▲108.0
러시아 연방	10,246	6,809	3,121	2,069	1,889	1,157	885	749	290	255	802	1,015	▲176.6	▲298.0
아랍 에미리트 연합	341	427	229	493	273	583	298	658	320	708	444	878	▲38.8	▲24.0
라오스	239	373	220	354	426	665	499	824	563	915	495	802	▼12.1	▼12.3
괌	113	180	214	291	215	260	368	431	546	596	525	574	▼3.8	▼3.7
기타	1,981	3,024	3,330	3,950	3,242	4,353	1,940	3,388	2,840	4,714	3,815	6,576	▲34.3	▲39.5

(4) 국가별 수입 추이

- 국가별로는 미국이 '24년 수입총량 222,086톤, 수입금액 2억 8,933만 달러로 가장 많으며, '23년 대비 1.1%, 11.9%씩 감소함.

〈표 4-7〉 국가별 수입 추이

(단위: 톤, 1,000\$, %, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		2024년		'22년 대비 '23년 증감(%)	
	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 (%)
전체	837,073	1,046,455	889,480	1,135,529	833,570	1,411,551	827,430	1,629,942	762,229	1,501,277	734,575	1,374,616	▼3.6	▼8.4
미국	238,932	202,920	287,518	251,014	266,524	312,446	291,431	409,963	224,568	328,350	222,086	289,331	▼1.1	▼11.9
영국	20,400	147,621	15,910	126,446	14,747	162,037	24,836	235,759	27,688	218,044	22,778	208,004	▼17.7	▼4.6
프랑스	13,214	100,044	12,147	108,422	18,154	198,476	17,573	228,130	13,499	228,530	11,036	196,596	-	-
일본	53,355	59,592	9,456	20,835	11,555	28,909	24,934	47,710	80,126	102,836	101,999	121,734	▲27.3	▲18.4
브라질	81,222	57,187	142,266	97,473	139,853	99,623	136,492	134,623	140,910	130,124	133,551	108,489	▼5.2	▼16.6
이탈리아	7,803	43,118	8,556	53,165	13,142	96,205	13,944	94,149	9,994	74,916	8,953	66,576	▼10.4	▼11.1
중국	73,836	65,435	128,063	111,732	79,038	74,178	66,152	69,204	63,063	68,604	56,960	62,468	▼9.7	▼8.9
칠레	11,459	48,660	14,703	58,550	16,994	74,829	14,291	66,719	10,349	47,873	10,617	46,934	▲2.6	▼2.0
네덜란드	41,516	33,635	55,494	43,810	60,180	48,322	48,782	39,444	40,709	39,667	33,724	33,583	▼17.2	▼15.3
스페인	14,138	27,212	15,085	31,745	19,807	49,371	20,438	45,900	16,165	37,275	13,047	32,097	▼19.3	▼13.9
뉴질랜드	2,757	7,164	2,579	9,283	3,457	17,923	4,083	18,741	3,638	18,750	4,615	26,896	▲26.9	▲43.4
독일	27,570	28,876	22,712	25,709	20,791	26,861	21,589	32,404	16,090	30,921	12,174	26,476	▼24.3	▼14.4
호주	6,906	16,987	7,215	22,849	8,069	34,899	7,373	35,767	6,198	24,554	6,510	22,630	▲5.0	▼7.8
아일랜드	16,939	18,800	17,886	18,871	18,438	19,607	17,917	20,235	12,225	17,709	11,141	16,293	▼8.9	▼8.0
파키스탄	50,617	35,347	15,093	12,409	2,165	1,503	13,463	12,089	11,900	10,726	14,083	12,030	▲18.3	▲12.2
폴란드	22,915	19,662	21,058	18,737	20,189	20,337	16,920	16,185	14,064	13,985	10,921	11,689	▼22.3	▼16.4
체코공화국	16,314	8,762	8,182	4,989	10,390	8,010	12,328	9,673	13,877	12,216	13,115	11,578	▼5.5	▼5.2
덴마크	13,186	12,131	18,191	17,656	19,416	20,975	16,532	16,612	9,621	10,476	10,410	11,314	▲8.2	▲8.0
남아프리카 공화국	10,124	9,754	7,804	7,966	10,193	10,345	6,860	9,507	8,159	9,762	6,419	7,206	▼21.3	▼26.2
멕시코	3,916	7,600	3,057	4,782	2,402	5,338	3,080	8,869	2,207	9,006	864	7,205	▼60.9	▼20.0
아르헨티나	1,657	5,593	2,127	7,792	2,055	11,439	1,722	11,017	1,268	8,227	907	7,202	▼28.5	▼12.5
베트남	2,701	2,777	3,645	3,879	2,115	2,398	4,258	4,755	4,450	4,993	6,360	7,040	▲42.9	▲41.0
싱가포르	4,070	4,005	4,618	4,104	7,530	6,954	6,552	6,453	6,370	7,335	4,468	5,420	▼29.9	▼26.1
포르투갈	268	1,869	893	4,405	1,137	7,527	1,061	7,244	772	5,960	624	4,859	▼19.2	▼18.5
태국	2,039	2,373	5,844	7,053	6,071	7,405	3,834	4,997	4,527	5,490	3,283	4,139	▼27.5	▼24.6
벨기에	59,305	39,225	37,008	27,551	32,437	29,820	8,245	9,738	2,292	4,311	1,788	3,778	▼22.0	▼12.4
대만	193	535	238	831	267	1,393	288	2,430	377	2,686	565	3,586	▲49.9	▲33.5
오스트리아	5,573	4,426	5,060	5,022	5,542	6,100	4,806	5,267	3,169	4,466	2,073	2,666	▼34.6	▼40.3
필리핀	2,044	2,334	1,484	1,798	1,246	1,544	1,458	1,956	1,312	1,979	1,194	1,849	▼9.0	▼6.6
리투아니아	2,000	1,376	1,957	1,467	2,681	2,312	2,039	1,540	2,209	1,747	2,196	1,840	▼0.6	▲5.3
기타	30,106	31,418	17,816	21,320	16,986	24,457	7,119	16,022	5,308	13,852	6,117	13,108	▲15.2	▼5.4

(5) 전통주 등 수출 추이

- '23년 전통주 등은 총 중량 18,520톤이 수출되었고, 수출금액은 2,375만 달러로, '23년 대비 수출중량은 5.3% 증가, 수출금액은 1.2% 감소함.
- 주종별로는 탁주의 수출액이 1천 5백만 달러 수준으로 가장 높으며, 다음으로 사과주, 과실발효주 등의 순임.

〈표 4-8〉 전통주 등 주종별 수출 추이

(단위: 톤, 1,000\$, %, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		2024년		'22년 대비 '23년 증감(%)	
	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 (%)
전통주 등	14,558	17,362	14,780	18,224	17,704	23,521	18,918	24,661	17,588	24,040	18,520	23,748	▲5.3	▼1.2
탁주	12,772	12,191	12,556	12,469	14,643	15,804	15,396	15,677	13,983	14,688	14,733	14,734	▲5.4	▲0.3
약주	224	722	186	648	242	837	221	825	208	821	185	709	▼11.1	▼13.6
청주	357	768	291	663	372	845	362	920	318	658	263	492	-	-
사과주	448	868	983	1,700	1,449	2,609	1,875	3,526	2,046	4,172	2,080	4,183	▲1.7	▲0.3
과실발효주*	713	2,393	720	2,340	960	3,144	1,036	3,463	1,015	3,488	1,237	3,377	▲21.9	▼3.2
인삼주	43	419	44	404	39	282	27	251	18	213	21	253	▲16.7	▲18.8

* 수출입 현황에서 과실발효주는 포도주, 사과주, 배술 이외 기타 과실발효주임(HS코드: 2206001090).

- 주종별로 '24년 수출금액이 가장 큰 국가는 약주, 사과주, 과실 발효주의 3개 주종에서 미국으로 나타남. 탁주는 일본, 청주는 중국, 인삼주는 오스트리아에서 가장 크게 나타남.

〈표 4-9〉 2024년 전통주 등 주종별 수출금액 상위 국가 현황

(단위: 1,000\$, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	탁주		약주		청주		사과주		과실발효주*		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\$)
1순위	일본	7,002	미국	349	중국	144	미국	2,896	미국	1,519	오스트리아	72
2순위	미국	2,507	중국	71	미국	121	호주	789	호주	658	미국	41
3순위	중국	1,318	말레이시아	39	호주	103	뉴질랜드	337	중국	249	일본	33

* 수출입 현황에서 과실발효주는 포도주, 사과주, 배술 이외 기타 과실발효주임(HS코드: 2206001090).

(6) 전통주 등 수입 추이

- '23년 전통주 등은 총 중량 14,183톤이 수입되었고, 수입금액은 3,692만 달러로, '23년 대비 각각 16.9%, 11.7% 증가함.
- 주종별로는 청주의 수입액이 2천 6백만 달러로 가장 많으며, 다음으로 사과주, 과실발효주 등의 순임.

〈표 4-10〉 전통주 등 주종별 수입 추이

(단위: 톤, 1,000\$, %, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년		2023년		2024년		'23년 대비 '24년 증감(%)	
	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 (%)
전통주 등	10,677	22,896	13,822	24,274	17,819	32,612	16,354	34,275	12,137	33,040	14,183	36,919	▲16.9	▲11.7
탁주	-	-	16	25	1	10	24	47	1	6	1	6	-	-
약주	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	8	-	-
청주	4,111	15,797	2,379	11,736	3,109	15,589	4,840	21,512	5,415	24,753	5,684	26,354	▲5.0	▲6.5
사과주	1,496	1,594	2,677	2,673	3,272	3,339	1,759	1,870	3,336	4,145	7,294	8,866	▲118.6	▲113.9
과실발효주*	5,071	5,504	8,750	9,839	11,437	13,673	9,731	10,844	3,386	4,134	1,202	1,685	▼64.5	▼59.2
인삼주	-	-	-	1	-	1	-	1	-	2	-	-	-	▼100.0

* 수출입 현황에서 과실발효주는 포도주, 사과주, 배술 이외 기타 과실발효주임(HS코드: 2206001090).

- 주종별로 '24년 수입금액이 가장 큰 국가는 탁주와 청주는 일본, 약주는 중국, 사과주와 과실 발효주는 덴마크로 나타남.

〈표 4-11〉 2024년 전통주 주종별 수입금액 상위 국가 현황

(단위: 1,000\$, 출처: 관세청 수출입현황 통계)

구분	탁주		약주		청주		사과주		과실발효주*		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\$)
1순위	일본	5	중국	8	일본	22,968	덴마크	7,408	덴마크	1,340	-	-
2순위	미국	1	-	-	미국	2,991	중국	1,324	일본	99	-	-
3순위	-	-	-	-	중국	376	프랑스	53	이탈리아	95	-	-

* 수출입 현황에서 과실발효주는 포도주, 사과주, 배술 이외 기타 과실발효주임(HS코드: 2206001090).

(7) 수출입 현황 HS 코드

- 수출입 현황을 파악을 위해 활용한 HS 코드 구분은 다음과 같음.

〈표 4-12〉 수출입 현황 HS 코드

HS코드	주종	품목명	비고
2206002030	탁주	탁주	전통주 등
2206002020	약주	약주	전통주 등
2206002010	청주	청주	전통주 등
2204100000	과실주	발포성(發泡性) 포도주	.
2204211000		붉은 포도주	.
2204212000		흰 포도주	.
2204219000		기타	.
2204221000		붉은 포도주	.
2204222000		흰 포도주	.
2204229000		기타	.
2204291000		붉은 포도주	.
2204292000		흰 포도주	.
2204299000		기타	.
2204300000		그 밖의 포도즙	.
2205100000		2리터 이하의 용기에 넣은 것	.
2205900000		기타	.
2206001010		사과술	전통주 등
2206001020		배술	.
2206001090		기타	전통주 등
2206009010		와인쿨러(제2009호나 제2202호의 물품을 첨가한 것으로 한정하며, 포도를 원료로 한 것을 포함한다)	.
2203000000	맥주	맥주	.
2208904000	소주	소주	.
2208301000	위스키	스카시 위스키	.
2208302000		버본 위스키	.
2208303000		라이(rye) 위스키	.
2208309000		기타	.
2208201000	브랜디	꼬냑	.
2208209000		기타	.
2208400000		럼(rum)과 발효된 사탕수수제품을 증류하여 얻은 그 밖의 증류주	.
2208500000		진(gin)과 제네바(geneva)	.
2208901000		브랜디류(소호 제2208.20호의 것은 제외한다)	.
2208600000	일반증류주	보드카	.
2208906000		고량주	.
2208907000		데킬라	.
2208701000	리큐르	인삼주	전통주 등
2208709000		기타	.
2206002090	기타주류	기타	.
2206009090		기타	.
2208909000		기타	.
2207101000	주정	조주정(粗酒精)	.
2207109010		주류 제조용 발효주정	.
2207109090		기타	.
2207200000		변성 에틸알코올과 그 밖의 변성 주정(알코올의 용량은 상관없다)	.
2905430000	기타	만니톨	.
2905440000	기타	디-글루시톨(소르비톨)	.

part 2

주류 제조업체 실태조사

1 응답자 특성

- '23년 기준 주류 제조업체 실태조사에 응답한 사업체는 927개사로, 적격 사업체 기준 응답률은 69.3%임.

〈표 4-13〉 응답자 특성

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

구분		사례수	%	구분		사례수	%
전체		(927)	100.0	전체		(927)	100.0
전통주 업체 구분	일반업체	(499)	53.8	연간 매출액	2천만원 미만	(146)	15.7
	전통주업체*	(302)	32.6		2천~5천만원 미만	(157)	16.9
	기타업체	(126)	13.6		5천~2억원 미만	(289)	31.2
면허 종류별	일반	(499)	53.8		2억~10억원 미만	(217)	23.4
	전통주	(261)	28.2		10억~30억원 미만	(66)	7.1
	일반+전통주	(26)	2.8		30억원 이상	(50)	5.4
	기타(소규모, 기타 등)	(141)	15.2		모름/무응답	(2)	0.2
면허 종류별 (상세) (중복응답)	일반	(550)	59.3	연간 출고량	10kℓ 미만	(273)	29.4
	전통주(무형)	(12)	1.3		10~100kℓ 미만	(270)	29.1
	전통주(식품명인)	(11)	1.2		100~250kℓ 미만	(114)	12.3
	전통주(지역특산)	(282)	30.4		250~500kℓ 미만	(55)	5.9
	소규모주류면허	(134)	14.5		500~1,000kℓ 미만	(41)	4.4
	기타	(7)	0.8		1,000~10,000kℓ 미만	(59)	6.4
	해당없음	(927)	100.0		10,000~100,000kℓ 미만	(23)	2.5
생산 주종별 (중복응답)	탁주	(531)	57.3		100,000kℓ 이상	(11)	1.2
	청주	(8)	0.9		모름/무응답	(81)	8.7
	약주	(207)	22.3	조직형태	개인사업체	(521)	56.2
	과실주	(136)	14.7		회사 법인	(375)	40.5
	증류식 소주	(58)	6.3		회사 이외 법인	(31)	3.3
	희석식 소주	(11)	1.2	사업체 구분	단독사업체	(809)	87.3
	맥주	(93)	10.0		본사/본점 등	(91)	9.8
	브랜드	(2)	0.2		공장/지사/영업소 등	(27)	2.9
	위스키	(2)	0.2	종사자 수	2인 이하	(552)	59.5
	일반증류주	(94)	10.1		3~4인	(183)	19.7
	리큐르	(43)	4.6		5~9인	(108)	11.7
	기타주류	(35)	3.8		10~19인	(52)	5.6
지역별	서울	(36)	3.9		20인 이상	(32)	3.5
	부산	(18)	1.9	대표자 성별	남자	(679)	73.2
	대구	(6)	0.6		여자	(248)	26.8
	인천	(12)	1.3	대표자 연령별	20대 이하	(6)	0.6
	광주	(5)	0.5		30대	(87)	9.4
	대전	(9)	1.0		40대	(171)	18.4
	울산	(12)	1.3		50대	(237)	25.6
	세종	(9)	1.0		60대 이상	(426)	46.0
	경기	(176)	19.0	* 전통주업체는 전통주 면허를 하나 이상 보유한 업체임.			
	강원	(61)	6.6				
	충북	(91)	9.8				
	충남	(108)	11.7				
	전북	(77)	8.3				
	전남	(82)	8.8				
	경북	(116)	12.5				
	경남	(90)	9.7				
	제주	(19)	2.0				

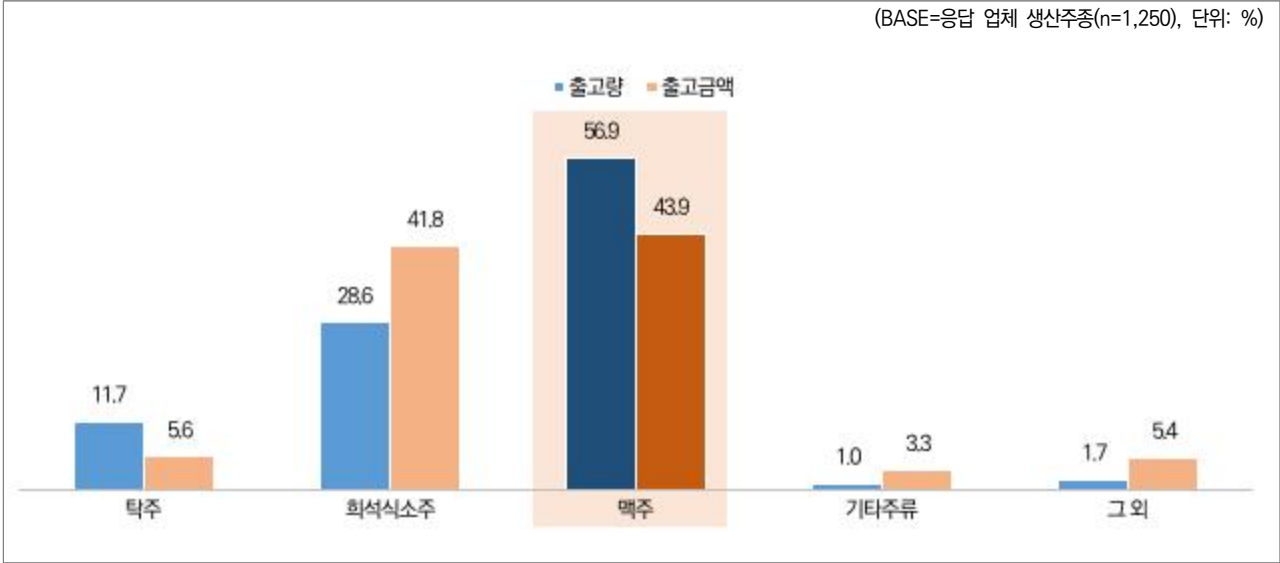
2 출고 및 원료 현황

(1) 전체

(가) 출고 현황

- 주류업체를 대상으로 조사한 '23년 주류 출고수량은 2,801,797kl이며, 총 출고금액은 9조 778억원임.
- 주종별 점유율은 맥주가 출고수량 56.9%, 출고금액 43.9%로 가장 높고 그 다음으로는 희석식소주가 각각 28.6%, 41.8%로 높음.

〈그림 4-7〉 응답 업체 상위 주종 출고 비중_전체



〈표 4-14〉 2021~2023년(3개년) 주종별 출고수량_전체

(2021년 647개사, 2022년 711개사, 2023년 927개사)

생산주종	2021년		2022년		2023년			'22년 대비 증감률(%)
	출고수량 (kℓ)	점유율 (%)	출고수량 (kℓ)	점유율 (%)	출고수량 (kℓ)	점유율 (%)	순위	
전체	3,036,199	100.0	3,042,845	100.0	2,801,797	100.0		▼7.9
탁주	372,759	12.3	341,437	11.2	327,879	11.7	3위	▼4.0
청주	18,814	0.6	19,093	0.6	16,148	0.6	5위	▼15.4
약주	13,082	0.4	11,068	0.4	8,181	0.3	7위	▼26.1
과실주	17,026	0.6	13,957	0.5	13,602	0.5	6위	▼2.5
증류식소주	3,159	0.1	4,829	0.2	4,629	0.2	8위	▼4.1
희석식소주	869,735	28.6	879,027	28.9	802,383	28.6	2위	▼8.7
맥주	1,560,880	51.4	1,675,695	55.1	1,595,610	56.9	1위	▼4.8
브랜드	30	0.0	25	0.0	14	0.0	12위	▼44.0
위스키	345	0.0	382	0.0	63	0.0	11위	▼83.5
일반증류주	3,935	0.1	4,066	0.1	1,712	0.1	10위	▼57.9
리큐르	4,920	0.2	3,119	0.1	3,267	0.1	9위	▲4.7
기타주류	171,515	5.6	90,146	3.0	28,310	1.0	4위	▼68.6

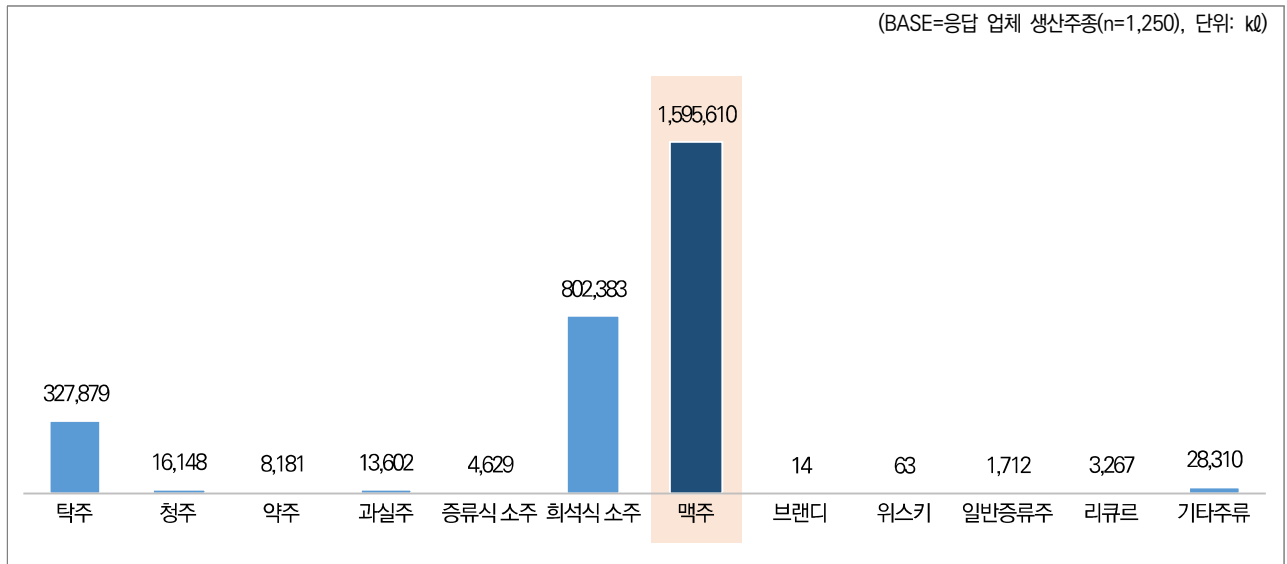
〈표 4-15〉 2021~2023년(3개년) 주종별 출고금액_전체

(2021년 647개사, 2022년 711개사, 2023년 927개사)

생산주종	2021년		2022년		2023년			'22년 대비 증감률(%)
	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	순위	
전체	8,653,004	100.0	9,249,352	100.0	9,077,837	100.0		▼1.9
탁주	489,661	5.7	498,280	5.4	504,463	5.6	3위	▲0.1
청주	81,130	0.9	91,958	1.0	108,126	1.2	7위	▲0.2
약주	72,177	0.8	61,837	0.7	51,699	0.6	9위	▼0.1
과실주	124,274	1.4	124,610	1.3	131,766	1.5	5위	▲0.1
증류식소주	59,786	0.7	133,717	1.4	126,099	1.4	6위	▼0.1
희석식소주	3,606,529	41.7	3,947,318	42.7	3,790,836	41.8	2위	▼1.7
맥주	3,761,519	43.5	4,023,620	43.5	3,984,376	43.9	1위	▼0.4
브랜드	1,941	0.0	2,203	0.0	1,570	0.0	12위	▼0.0
위스키	11,368	0.1	19,162	0.2	7,502	0.1	11위	▼0.1
일반증류주	20,664	0.2	21,690	0.2	18,369	0.2	10위	▼0.0
리큐르	50,148	0.6	32,824	0.4	57,648	0.6	8위	▲0.3
기타주류	373,808	4.3	292,133	3.2	295,382	3.3	4위	▲0.0

- 응답 업체의 총 출고수량은 2,801,797kℓ로, 50kℓ 미만을 응답한 사업체가 56.5%로 가장 많음.
- 주종별로는 맥주가 1,595,610kℓ로 가장 많았으며, 다음으로 희석식 소주(802,382kℓ), 탁주(327,879kℓ) 순임.

〈그림 4-8〉 응답 업체 주종별 출고수량_전체



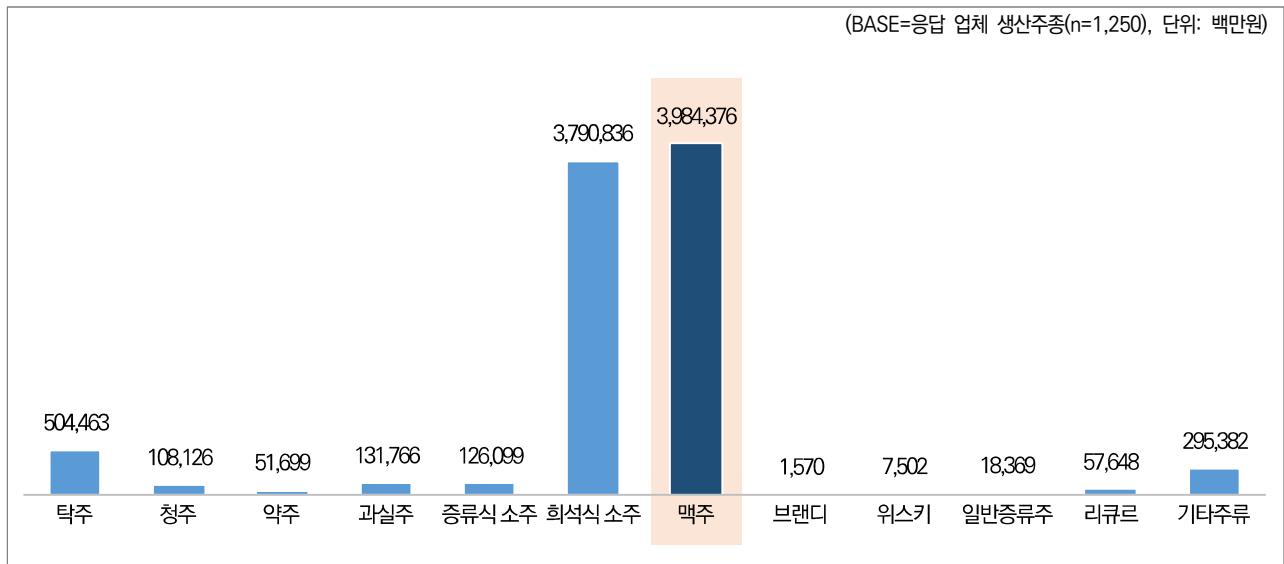
〈표 4-16〉 응답 업체 출고수량 현황_전체

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 단위: 개, %)

구분	사례수	출고수량 (kℓ)	50kℓ 미만	50~100kℓ 미만	100~500kℓ 미만	500~1,000kℓ 미만	1,000~5,000kℓ 미만	5,000~10,000kℓ 미만	10,000kℓ 이상	모름/무응답
전체	(1,250)	2,801,797	56.5	8.6	14.5	3.1	4.3	1.1	2.6	9.0
탁주	(531)	327,879	46.9	9.8	19.8	4.2	6.4	1.7	2.1	9.4
청주	(8)	16,148	25.0	-	25.0	-	25.0	25.0	-	12.5
약주	(207)	8,181	74.4	6.3	9.7	2.0	-	-	-	8.2
과실주	(160)	13,602	68.8	8.8	10.6	1.9	-	0.6	-	9.4
증류식 소주	(58)	4,629	70.7	6.9	10.2	3.4	1.7	-	-	6.9
희석식 소주	(11)	802,383	9.1	-	-	-	45.5	-	36.4	9.1
맥주	(93)	1,595,610	19.4	9.7	24.8	7.6	8.7	2.2	18.3	9.7
브랜드	(2)	14	100.0	-	-	-	-	-	-	-
위스키	(2)	63	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
일반증류주	(94)	1,712	80.9	7.4	5.4	-	-	-	-	6.4
리큐르	(43)	3,267	67.4	11.6	7.0	2.3	2.3	-	-	9.3
기타주류	(41)	28,310	56.1	4.9	7.3	4.8	9.8	-	2.4	14.6

- 응답 업체의 출고금액은 9조 778억원으로, 주종별로는 맥주가 3조 9,844억원로 가장 많았으며, 다음으로 희석식 소주(3조 7,908억원), 탁주(5,045억원) 순임.

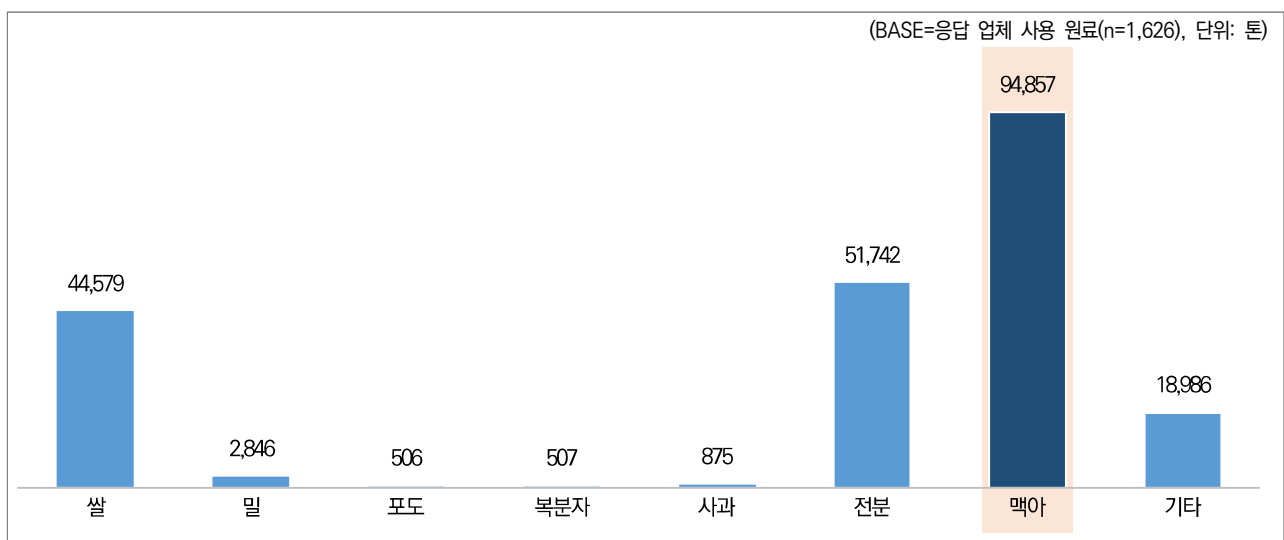
〈그림 4-9〉 응답 업체 주종별 출고금액_전체



(나) 원료 사용량

- 응답 업체 총 원료 사용량은 214,899톤으로, 그중 국내산이 38,498톤, 수입산이 175,235톤임.
- 가장 많이 사용하는 원료는 맥아로 94,857톤을 사용함. 그 다음으로는 쌀(44,579톤), 전분(51,742톤) 순임

〈그림 4-10〉 응답 업체 원료별 사용량_전체



〈표 4-17〉 응답 업체 원료별 사용량_전체

(BASE=응답 업체 사용 원료(n=1,626), 단위: 개, kg)

구분	사례수	원료 사용량 (kg)	구매/조달 지역별 원료량	
			국내산 (kg)	수입산 (kg)
전체	(1,626)	214,899,451	38,497,807	175,234,675
쌀	(658)	44,579,229	21,283,883	23,196,947
밀	(209)	2,846,039	1,359,792	1,208,757
포도	(71)	506,402	264,842	241,560
복분자	(19)	507,251	429,882	-
사과	(28)	875,450	875,150	300
전분	(7)	51,741,797	2	51,183,360
맥아	(86)	94,857,480	9,197,558	85,644,547
기타	(548)	18,985,803	5,086,700	13,759,204

- 주종별로는 맥주에서 103,086톤의 가장 많은 원료를 사용하며, 그중 90.5%가 수입산 원료임.
- 리큐르를 제외한 모든 주종에서 사용 원료량이 전년 대비 감소하였으며, 리큐르의 경우 90.5% 증가함.

〈표 4-18〉 2021~2023년(3개년) 주종별 사용 원료량_전체

(2021년 647개사, 2022년 711개사, 2023년 927개사)

구분	2021년 총 사용원료량 (kg)	2022년 총 사용원료량 (kg)	2023년					'22년 대비 증감률(%)
			총 사용원료량 (kg)	국내산 (kg)	수입산 (kg)	국내산 비율 (%)	수입산 비율 (%)	
합계	478,905,077	545,793,479	214,899,451	38,498,707	175,234,675	24.3	75.7	▼37.6
합계-주정	285,494,308	344,646,279						
탁주	40,101,856	62,093,869	34,479,639	16,671,293	17,808,346	48.4	51.6	▼44.5
청주	7,257,371	10,480,541	6,344,411	2,836,250	3,508,161	44.7	55.3	▼39.5
약주	4,136,681	2,303,142	1,671,754	1,225,436	446,317	73.3	26.7	▼27.4
과실주	2,996,964	6,717,455	2,831,287	2,205,630	625,657	77.9	22.1	▼57.9
증류식소주	2,726,155	3,629,278	3,275,020	1,827,434	1,447,586	55.8	44.2	▼9.8
화석식소주	193,410,769	201,147,200	-	-	-	-	-	-
맥주	206,461,863	237,864,458	103,085,704	9,807,449	93,278,254	9.5	90.5	▼56.7
일반증류주	559,655	3,101,763	2,483,132	2,041,746	441,386	82.2	17.8	▼19.9
리큐르	431,297	815,599	1,554,098	1,254,780	299,318	80.7	19.3	▲90.5
기타주류	20,822,466	17,640,173	2,958,148	628,688	2,329,459	21.3	78.7	▼83.2

※ 생산주종은 중복응답으로 해석에 유의가 필요함.

- 1) 탁주

- 탁주의 '23년 주류 출고수량은 327,879kℓ, 총 출고금액은 5,045억원, 원료사용량은 34,480톤으로 전체 대비 11.7%, 5.6%, 16.0% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 338,876kℓ, 총 출고금액은 5,226억원임.
- 탁주의 원료사용량은 국내산이 16,671톤, 수입산이 17,808톤으로 나타나 수입산 원료의 비율이 더 높음

〈표 4-19〉 2017~2023년(7개년) 탁주 현황

(2017년 406개사, 2018년 387개사, 2019년 358개사, 2020년 346개사, 2021년 485개사, 2022년 395개사, 2023년 531개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2023	탁주 (막걸리)	327,879	504,463	5.6	쌀	31,236,424	15,202,446	16,033,977	48.7	51.3
					밀	1,957,632	965,569	992,063	49.3	50.7
					기타	1,285,583	503,278	782,306	39.1	60.9
					소계	34,479,639	16,671,293	17,808,346	48.4	51.6
2022	탁주 (막걸리)	341,437	498,280	5.4	쌀	35,773,182	12,845,920	22,927,262	35.9	64.1
					밀	3,645,406	935,360	2,710,046	25.7	74.3
					기타	22,675,281	4,320,846	18,354,434	19.1	80.9
					소계	62,093,869	18,102,127	43,991,742	29.2	70.8
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 '23년 주류 출고수량은 16,148kℓ, 총 출고금액은 1,081억원, 원료사용량은 6,344톤으로 전체 대비 0.6%, 1.2%, 3.0% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 17,299kℓ, 총 출고금액은 1,132억원임.
- 청주의 원료 사용량은 국내산이 2,836톤, 수입산이 3,508톤으로 수입산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-20〉 2017~2023년(7개년) 청주 현황

(2017년 6개사, 2018년 7개사, 2019년 9개사, 2020년 10개사, 2021년 13개사, 2022년 13개사, 2023년 8개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2023	청주	16,148	108,081	1.2	쌀	5,498,616	2,026,030	3,472,586	36.8	63.2
					기타	845,795	810,220	35,575	95.8	4.2
					소계	6,344,411	2,836,250	3,508,161	44.7	55.3
2022	청주	19,093	91,958	1.0	쌀	5,494,238	1,158,659	4,335,579	21.1	78.9
					기타	4,986,303	117,859	4,868,444	2.4	97.6
					소계	10,480,541	1,276,518	9,204,024	12.2	87.8
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
2020	청주	17,434	75,400	0.9	쌀	7,122,649	4,069,649	3,053,000	57.1	42.9
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

- 3) 약주

- 약주의 '23년 주류 출고수량은 8,181㎏, 총 출고금액은 517억원, 원료사용량은 1,672톤으로 전체 대비 0.3%, 0.6%, 0.8% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 8,493㎏, 총 출고금액은 544억원임.
- 약주의 원료 사용량은 국내산이 1,225톤, 수입산이 446톤으로 국내산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-21〉 2017~2023년(7개년) 약주 현황

(2017년 152개사, 2018년 150개사, 2019년 150개사, 2020년 156개사, 2021년 164개사, 2022년 157개사, 2023년 207개사)

연도	주종	출고 수량 (㎏)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2023	약주	8,181	51,699	0.6	쌀	1,381,420	963,192	418,228	69.7	30.3
					밀	45,542	35,101	10,441	77.1	22.9
					전분	8	-	8	-	100.0
					기타	244,783	227,143	17,640	92.8	7.2
					소계	1,671,754	1,225,436	446,317	73.3	26.7
2022	약주	11,068	61,837	0.7	쌀	1,031,220	689,205	342,016	66.8	33.2
					밀	45,798	-	45,798	-	100.0
					전분	438,655	403,552	35,103	92.0	8.0
					기타	787,470	654,302	133,167	83.1	16.9
					소계	2,303,143	1,747,059	556,084	75.9	24.1
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	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					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 '23년 주류 출고수량은 13,602kℓ, 총 출고금액은 1,318억원, 원료사용량은 2,831톤으로 전체 대비 0.5%, 1.5%, 1.3% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 14,196kℓ, 총 출고금액은 1,378억원임.
- 과실주의 원료 사용량은 국내산이 2,206톤, 수입산이 626톤으로 국내산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-22〉 2017~2023년(7개년) 과실주 현황

(2017년 117개사, 2018년 117개사, 2019년 100개사, 2020년 105개사, 2021년 121개사, 2022년 105개사, 2023년 136개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황				
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2023	과실주	13,602	131,765	1.5	복분자	349,854	349,854	-	100.0
					포도	432,621	263,529	169,092	60.9
					머루	62,780	62,780	-	100.0
					사과	230,806	230,806	-	100.0
					기타	1,755,226	1,298,661	456,565	74.0
					소계	2,831,287	2,205,630	625,657	77.9
2022	과실주	13,957	124,610	1.3	복분자	690,585	690,585	-	100.0
					포도	1,850,450	1,850,450	-	100.0
					머루	78,035	78,035	-	100.0
					오디	51,126	51,126	-	100.0
					사과	120,487	120,487	-	100.0
					기타	3,926,772	2,583,715	1,343,057	65.8
2021	과실주	17,026	124,274	1.4	복분자	434,447	434,447	-	100.0
					포도	1,622,348	1,622,348	-	100.0
					머루	186,528	186,528	-	100.0
					기타	753,641	723,285	30,356	96.0
					소계	2,996,964	2,966,608	30,356	99.0
2020	과실주	10,448	89,288	1.0	복분자	327,636	327,636	-	100.0
					포도	1,275,270	1,275,270	-	100.0
					머루	112,364	112,364	-	100.0
					기타	888,383	861,538	26,846	97.0
					소계	2,603,653	2,576,808	26,846	99.0
2019	과실주	9,330	81,552	0.9	복분자	291,404	291,404	-	100.0
					포도	765,280	765,280	-	100.0
					머루	206,200	206,200	-	100.0
					기타	496,287	470,374	25,913	94.8
					소계	1,759,171	1,733,258	25,913	98.5
2018	과실주	10,071	82,074	1.0	복분자	1,498,323	1,498,323	-	100.0
					포도	620,030	620,030	-	100.0
					머루	196,020	196,020	-	100.0
					기타	356,452	330,539	25,913	92.7
					소계	2,670,825	2,644,911	25,913	99.0
2017	과실주	10,902	85,748	1.0	복분자	1,478,796	1,478,796	-	100.0
					포도	526,597	526,597	-	100.0
					머루	162,100	162,100	-	100.0
					기타	760,623	721,305	39,319	94.8
					소계	2,928,116	2,888,797	39,319	98.7

- 5) 증류식 소주

- 증류식 소주의 '23년 주류 출고수량은 4,629kℓ, 총 출고금액은 1,261억원, 원료사용량은 3,275톤으로 전체 대비 0.2%, 1.4%, 1.5% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 4,877kℓ, 총 출고금액은 1,330억원임.
- 증류식 소주의 원료 사용량은 국내산이 1,827톤, 수입산이 1,448톤으로 국내산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-23〉 2017~2023년(7개년) 증류식 소주 현황

(2017년 30개사, 2018년 30개사, 2019년 33개사, 2020년 30개사, 2021년 69개사, 2022년 43개사, 2023년 58개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2023	증류식 소주	4,629	126,099	1.4	쌀	2,788,309	1,398,103	1,390,205	50.1	49.9
					기타	486,711	429,330	57,380	88.2	11.8
					소계	3,275,020	1,827,434	1,447,586	55.8	44.2
2022	증류식 소주	4,829	133,717	1.4	쌀	3,336,123	3,336,123	-	100.0	-
					기타	293,155	293,155	-	100.0	-
					소계	3,629,278	3,629,278	-	100.0	-
2021	증류식 소주	3,159	59,786	0.7	쌀	2,444,880	2,444,880	-	100.0	-
					기타	281,275	281,275	-	100.0	-
					소계	2,726,155	2,726,155	-	100.0	-
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	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					수수	98,323	98,323	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					보리	75,000	75,000	-	100.0	-
					기타	184,321	184,321	-	100.0	-
					소계	2,048,481	2,048,481	-	100.0	-

- 6) 희석식 소주

- 희석식 소주의 '23년 주류 출고수량은 802,383kℓ, 총 출고금액은 3조 7,908억원으로 전체 대비 28.6%, 41.8% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 844,250kℓ, 총 출고금액은 3조 9,938억원임.

〈표 4-24〉 2017~2023년(7개년) 희석식 소주 현황

(2017년 10개사, 2018년 10개사, 2019년 10개사, 2020년 9개사, 2021년 9개사, 2022년 9개사, 2023년 11개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)
2023	희석식 소주	802,382	3,790,835	41.8
2022	희석식 소주	879,027	3,947,318	42.7
2021	희석식 소주	869,735	3,606,529	41.7
2020	희석식 소주	923,286	3,768,578	44.0
2019	희석식 소주	982,919	3,780,267	44.0
2018	희석식 소주	974,308	3,636,791	42.3
2017	희석식 소주	1,007,247	3,751,342	41.8

- 7) 맥주

- 맥주의 '23년 주류 출고수량은 1,595,610kℓ, 총 출고금액은 3조 9,844억원, 원료사용량은 103,086톤으로 전체 대비 56.9%, 43.9%, 48.0% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 1,687,101kℓ, 총 출고금액은 4조 1,866억원임.
- 맥주의 원료 사용량은 국내산이 9,807톤, 수입산이 93,278톤으로 수입산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-25〉 2017~2023년(7개년) 맥주 현황

(2017년 18개사, 2018년 36개사, 2019년 44개사, 2020년 44개사, 2021년 51개사, 2022년 61개사, 2023년 93개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황				
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2023	맥주	1,595,610	3,984,376	43.9	맥아	89,183,447	9,121,858	80,061,588	10.2
					기타	13,902,257	685,591	13,216,666	4.9
					소계	103,085,704	9,807,449	93,278,254	9.5
2022	맥주	1,675,695	4,023,620	43.5	맥아	144,948,506	2,941,119	142,007,387	2.0
					기타	92,915,952	34	92,915,918	0
					소계	237,864,458	2,941,153	234,923,305	1.2
2021	맥주	1,560,880	3,761,519	43.5	맥아	122,232,454	143	122,232,312	0.0
					전분	62,073,204	-	62,073,204	-
					보리	20,609,343	19,553,205	1,056,138	94.9
					쌀	416,105	412,239	3,865	99.1
					호프	277,264	-	277,264	-
					기타	853,494	61,469	792,024	7.2
					소계	206,461,863	20,027,056	186,434,807	9.7
2020	맥주	1,591,111	3,620,326	42.3	맥아	122,573,490	25,280	122,548,210	0.0
					전분	63,275,437	-	63,275,437	-
					보리	21,820,277	20,056,286	1,763,991	91.9
					쌀	394,026	390,086	3,940	99.0
					호프	222,628	13	222,615	0.0
					기타	1,101,507	66,392	1,035,115	6.0
					소계	209,387,364	20,538,057	188,849,307	9.8
2019	맥주	1,721,596	3,709,289	43.2	맥아	140,707,573	-	140,707,573	-
					전분	72,983,683	-	72,983,683	-
					보리	28,992,538	27,848,837	1,143,701	96.1
					쌀	559,189	553,697	5,492	99.0
					호프	288,304	-	288,304	-
					기타	1,945,842	107,385	1,838,457	5.5
					소계	245,477,129	28,509,919	216,967,210	11.6
2018	맥주	1,835,762	3,843,540	44.7	맥아	150,282,323	1,161,872	149,120,451	0.8
					전분	77,849,725	-	77,849,725	-
					보리	30,956,070	30,027,848	928,222	97.0
					쌀	688,228	634,207	54,020	92.2
					호프	693,726	507,326	186,400	73.1
					기타	1,652,522	177,547	1,474,975	10.7
					소계	262,122,594	32,508,800	229,613,794	12.4
2017	맥주	1,900,605	4,208,976	46.9	맥아	155,219,295	-	155,219,295	-
					전분	80,445,196	-	80,445,196	-
					보리	33,947,824	32,880,926	1,066,898	96.9
					쌀	651,527	644,904	6,624	99.0
					호프	278,182	200	277,982	0.1
					기타	1,780,138	104,455	1,675,683	5.9
					소계	272,322,163	33,630,485	238,691,678	12.3

- 8) 브랜디

- 브랜디의 '23년 주류 출고수량은 14kℓ, 총 출고금액은 16억원으로 모두 전체 대비 0.1% 미만 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 15kℓ, 총 출고금액은 17억원임.

〈표 4-26〉 2017~2023년(7개년) 브랜디 현황

(2017년 4개사, 2018년 4개사, 2019년 1개사, 2020년 4개사, 2021년 4개사, 2022년 4개사, 2023년 2개사)

연도	주종	출고수량 (kℓ)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)
2023	브랜디	14	1,570	0.0
2022	브랜디	25	2,203	0.0
2021	브랜디	30	1,941	0.0
2020	브랜디	29	1,634	0.0
2019	브랜디	1	8	0.0
2018	브랜디	13	517	0.0
2017	브랜디	109	4,254	0.0

- 9) 위스키

- 위스키의 '23년 주류 출고수량은 62kℓ, 총 출고금액은 75억원으로 전체 대비 0.1% 미만, 0.1% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 64kℓ, 총 출고금액은 78억원임.

〈표 4-27〉 2017~2023년(7개년) 위스키 현황

(2017년 3개사, 2018년 3개사, 2019년 3개사, 2020년 3개사, 2021년 3개사, 2022년 3개사, 2023년 2개사)

연도	주종	출고수량 (kℓ)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)
2023	위스키	62	7,502	0.1
2022	위스키	382	19,162	0.2
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

- 10) 일반증류주

- 일반증류주의 '23년 주류 출고수량은 1,712kℓ, 총 출고금액은 184억원, 원료사용량은 2,483톤으로 전체 대비 0.1%, 0.2%, 1.2% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 1,786kℓ, 총 출고금액은 186억원임.
- 일반증류주의 원료 사용량은 국내산이 2,042톤, 수입산이 441톤으로 국내산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-28〉 2017~2023년(7개년) 일반증류주 현황

(2017년 40개사, 2018년 32개사, 2019년 46개사, 2020년 56개사, 2021년 44개사, 2022년 73개사, 2023년 94개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2023	일반 증류주	1,712	18,369	0.2	쌀	1,168,486	821,100	347,386	70.3	29.7
					포도	401	401.25	-	100.0	-
					사과	635,850	635,549.5	300	100.0	0.0
					기타	678,395	584,695	93,700	86.2	13.8
					소계	2,483,132	2,041,746	441,386	82.2	17.8
2022	일반 증류주	4,066	21,690	0.2	쌀	1,395,880	1,288,683	107,197	92.3	7.7
					포도	54,700	54,700	-	100.0	-
					사과	814,000	814,000	-	100.0	-
					기타	837,183	714,608	122,575	85.4	14.6
					소계	3,101,763	2,871,991	229,772	92.6	7.4
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	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					포도	36,783	36,783	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					포도	74,000	74,000	-	100.0	-
					기타	10,610	10,610	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					포도	78,480	78,480	-	100.0	-
					기타	65,749	65,749	-	100.0	-
					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	-	100.0	-
					보리	127,000	127,000	-	100.0	-
					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 '23년 주류 출고수량은 3,267kℓ, 총 출고금액은 576억원, 원료사용량은 1,554톤으로 전체 대비 0.1%, 0.6%, 0.7% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 3,406kℓ, 총 출고금액은 604억원임.
- 리큐르의 원료 사용량은 국내산이 1,255톤, 수입산이 299톤으로 국내산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-29〉 2017~2023년(7개년) 리큐르 현황

(2017년 38개사, 2018년 31개사, 2019년 27개사, 2020년 29개사, 2021년 21개사, 2022년 30개사, 2023년 43개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)		국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)
2023	리큐르	3,267	57,648	0.6	쌀	548,318	548,188	130	100.0	0.0
					기타	1,005,780	706,592	299,188	70.3	29.7
					소계	1,554,098	1,254,780	299,318	80.7	19.3
2022	리큐르	3,119	32,824	0.4	쌀	334,360	334,360	-	100.0	-
					기타	3,162,967	819,592	2,343,375	25.9	71.1
					소계	3,497,327	1,153,952	2,343,375	33.0	67.0
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	7,300	89.1	10.9
					소계	199,038	183,604	15,434	92.2	7.8
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

- 12) 기타주류

- 기타주류의 '23년 주류 출고수량은 28,310kℓ, 총 출고금액은 2,954억원, 원료사용량은 2,958톤으로 전체 대비 1.0%, 3.3%, 1.4% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 29,928kℓ, 총 출고금액은 3,064억원임.
- 기타주류의 원료 사용량은 국내산이 629톤, 수입산이 2,329톤으로 수입산 원료의 비율이 더 높음.

〈표 4-30〉 2017~2023년(7개년) 기타 주류 현황

(2017년 27개사, 2018년 23개사, 2019년 21개사, 2020년 22개사, 2021년 22개사, 2022년 29개사, 2023년 35개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	원료 사용 현황					
					사용원료량 (kg)	국내 (kg)	수입 (kg)	국내 비율 (%)	수입 비율 (%)	
2023	기타 주류	28,310	295,382	3.3	맥아	835,466	75,700	759,767	9.1	90.9
					쌀	1,713,793	180,400	1,533,393	10.5	89.5
					밀	18,413	75	18,338	0.4	99.6
					기타	390,475	372,514	17,962	95.4	4.6
					소계	2,958,148	628,688	2,329,459	21.3	78.7
2022	기타 주류	90,146	292,133	3.2	맥아	8,480,005	60,363	8,419,642	0.7	99.3
					쌀	2,310,505	393,458	1,917,047	17.0	83.0
					밀	241,183	108,838	132,345	45.1	54.9
					전분	5,689,360	5,689,360	-	100.0	-
					기타	919,119	469,951	449,168	51.1	48.9
2021	기타 주류	171,515	373,808	4.3	소계	17,640,173	6,721,971	10,918,202	38.1	61.9
					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
					맥아	8,702,173	522,130	8,180,043	6.0	94.0
2019	기타 주류	163,653	356,561	4.2	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
					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
2018	기타 주류	161,623	358,359	4.2	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
					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
2017	기타 주류	160,218	201,814	2.3	소계	18,969,249	6,479,459	12,489,790	34.2	65.8

(2) 전통주업체

(가) 출고 현황

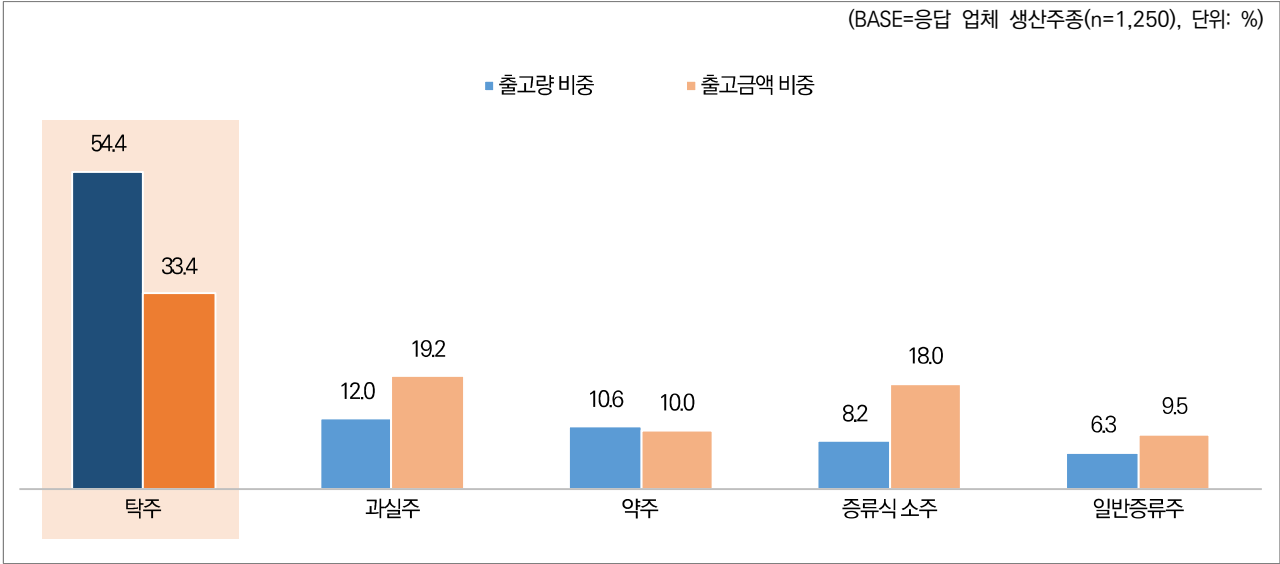
- 전통주업체에 해당하는 사업체의 '23년 주류 출고수량은 22,161kℓ, 총 출고금액은 1,421억원, 원료사용량은 10,263톤으로 전체 대비 0.8%, 1.6%, 4.8% 수준임.

〈표 4-31〉 응답 업체 전체 대비 출고 현황, 원료 사용량_전통주업체
(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 응답 업체 사용 원료(n=1,626) 단위: kℓ, 백만원, kg, %)

구분	출고수량(kℓ)	출고금액(백만원)	원료사용량(kg)
전체	2,801,797	9,077,837	214,899,451
전통주업체	22,161	142,099	10,262,780
전체 대비 전통주업체(%)	0.8	1.6	4.8

- 주종별 점유율은 탁주가 출고수량 54.4%, 출고금액 33.4%로 가장 높음.
- 탁주 다음으로는 과실주가 출고수량 12.0%, 출고금액 19.2%로 높음.

〈그림 4-11〉 응답 업체 상위 주종 출고 비중_전통주업체



〈표 4-32〉 2021~2023년(3개년) 주종별 출고수량_전통주업체

(2021년 321개사, 2022년 401개사, 2023년 302개사)

구분	2021년		2022년		2023년			'21년 대비 증감률(%)
	출고수량 (㎏)	점유율 (%)	출고수량 (㎏)	점유율 (%)	출고수량 (㎏)	점유율 (%)	순위	
전통주업체 전체	24,333	100.0	24,539	100.0	22,161	100.0	.	▼9.7
탁주	16,407	67.4	12,855	52.4	12,059	54.4	1위	▼6.2
청주	344	1.4	374	1.5	462	2.1	3위	▲23.5
약주	1,541	6.3	2,552	10.3	2,354	10.6	8위	▼7.8
과실주	2,434	10.0	2,891	11.8	2,657	12.0	2위	▼8.1
증류식 소주	1,098	4.5	2,375	9.7	1,807	8.2	4위	▼23.9
일반증류주	1,239	5.1	2,076	8.5	1,392	6.3	5위	▼32.9
리큐르	644	2.6	856	3.5	738	3.3	6위	▼13.8
기타주류	626	2.6	560	2.3	692	3.1	7위	▲23.6

〈표 4-33〉 2021~2023년(3개년) 주종별 출고금액_전통주업체

(2021년 321개사, 2022년 401개사, 2023년 302개사)

생산주종	2021년		2022년		2023년			'21년 대비 증감률(%)
	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	출고금액 (백만원)	점유율 (%)	순위	
전통주업체 전체	124,753	100.0	162,329	100.0	142,099	100.0		▼12.5
탁주(막걸리)	37,666	32.7	45,434	28.0	47,438	33.4	1위	▲4.4
청주	560	0.5	1,611	1.0	1,800	1.3	4위	▲4.4
약주	16,243	14.1	13,410	8.3	14,265	10.0	8위	▲11.7
과실주	26,061	22.6	28,617	17.6	27,335	19.2	2위	▼4.5
증류식소주	19,816	17.2	47,620	29.3	25,638	18.0	3위	▼46.2
일반증류주	6,032	5.2	12,107	7.5	13,446	9.5	5위	▲11.1
리큐르	14,218	12.3	10,794	6.6	8,753	6.2	6위	▼18.9
기타 주류	4,157	3.6	2,736	1.7	3,425	2.4	7위	▲25.2

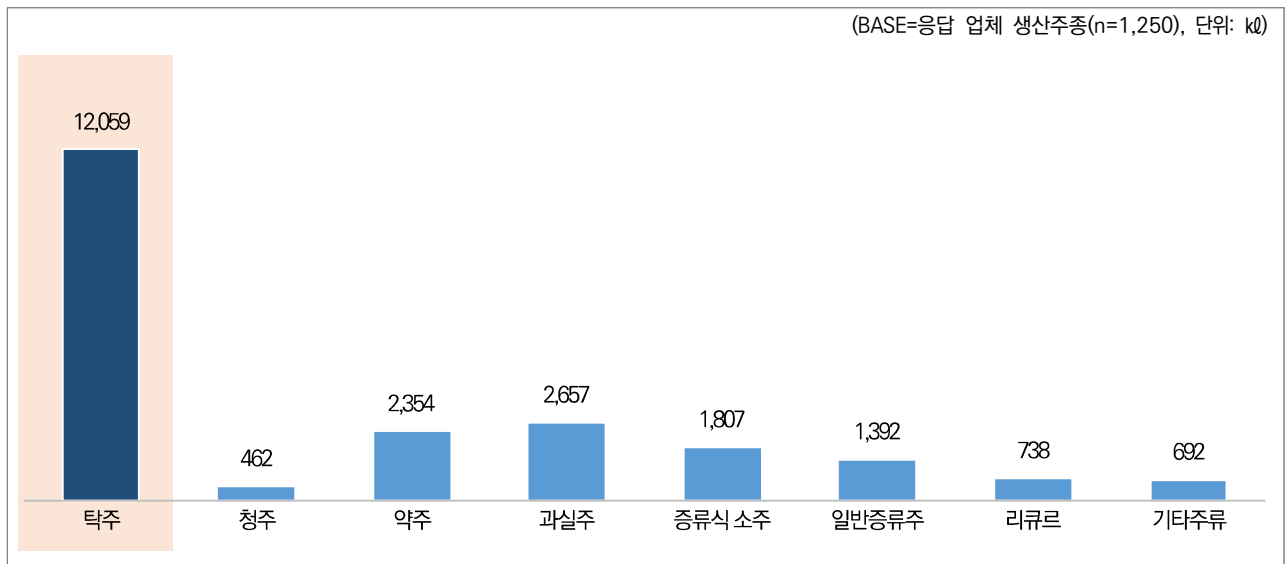
〈표 4-34〉 2023년 전통주업체 주종별 현황

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 응답 업체 사용 원료(n=1,626) 단위: kℓ, 백만원, kg, %)

주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
전통주업체 전체	22,161	142,099	100.0	쌀	5,491,612
				밀	1,092,687
				포도	144,700
				복분자	429,477
				머루	62,770
				사과	773,630
				기타	2,267,904
				소계	10,262,780
탁주	12,059	47,438	33.4	쌀	3,868,944
				밀	476,687
				기타	177,588
				소계	4,523,219
청주	462	1,800	1.3	쌀	48,500
				기타	335,020
				소계	383,520
약주	2,354	14,265	10.0	쌀	380,125
				기타	32,596
				소계	412,721
과실주	2,657	27,335	19.2	복분자	339,854
				머루	61,170
				사과	212,135
				기타	1,073,350
				소계	1,686,509
증류식 소주	1,807	25,638	18.0	쌀	514,058
				기타	349,813
				소계	863,872
일반 증류주	1,392	13,446	9.5	쌀	160,558
				사과	554,400
				포도	300
				복분자	41,580
				기타	163,302
				소계	920,140
리큐르	738	8,753	6.2	쌀	283,170
				기타	52,076
				소계	335,246
기타 주류	692	3,425	2.4	쌀	137,877
				기타	371,791
				소계	509,668

- 응답 업체의 총 출고수량은 22,161kℓ로, 50kℓ 미만을 응답한 사업체가 69.9%로 가장 많음.
- 주종별로는 탁주가 12,059kℓ로 가장 많았으며, 다음으로 과실주(2,657kℓ), 약주(2,354kℓ) 순임.

〈그림 4-12〉 응답 업체 주종별 출고수량_전통주업체



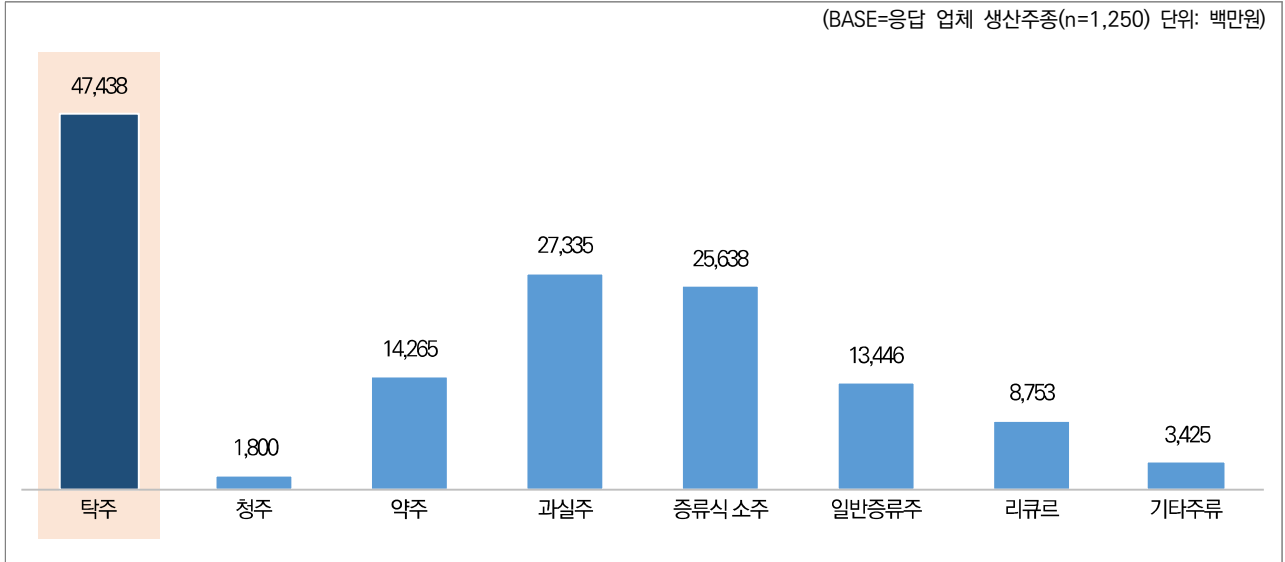
〈표 4-35〉 응답 업체 출고수량 현황_전통주업체

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 단위: 개, %)

구분	사례수	출고수량 (kℓ)	50kℓ 미만	50~100kℓ 미만	100~500kℓ 미만	500~1,000kℓ 미만	1,000~5,000kℓ 미만	5,000~10,000kℓ 미만	10,000kℓ 이상	모름/무응답
전통주업체 전체	(471)	22,161	69.9	7.9	9.8	1.2	0.2	-	-	10.8
탁주	(184)	12,059	66.8	6.5	11.3	2.1	0.5	-	-	12.5
청주	(2)	462	50.0	-	50	-	-	-	-	-
약주	(86)	2,354	74.4	6.3	9.7	-	-	-	-	14
과실주	(72)	2,657	66.7	9.7	11.2	-	-	-	-	12.5
증류식 소주	(34)	1,807	73.5	5.9	11.7	2.9	-	-	-	5.9
일반증류주	(51)	1,392	76.5	11.8	7.9	-	-	-	-	3.9
리큐르	(15)	738	73.3	6.7	13.4	-	-	-	-	6.7
기타주류	(22)	692	81.8	4.5	-	4.5	-	-	-	9.1

- 응답 업체의 출고금액은 1,421억원으로, 주종별로는 탁주가 474억원으로 가장 많았으며, 다음으로 과실주(273억원), 증류식 소주(256억원) 순임.

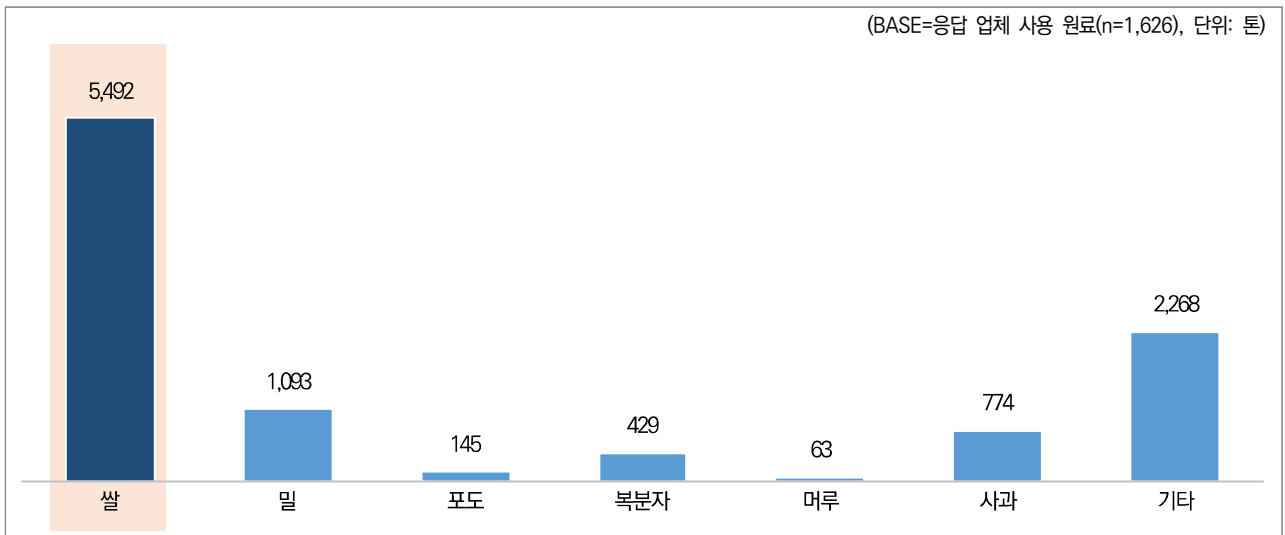
〈그림 4-13〉 응답 업체 주종별 출고금액_전통주업체



(나) 원료 사용량

- 전통주업체 총 원료 사용량은 10,263톤으로, 그중 국내산이 9,711톤이며, 수입산은 없음. 국내에서는 소재지 내(관할 시군구)에서 조달하는 원료량이 5,153톤으로 가장 많음.

〈그림 4-14〉 응답 업체 원료별 사용량_전통주업체



〈표 4-36〉 응답 업체 원료 사용량_전통주업체

(BASE=응답 업체 사용 원료(n=1,626), 단위: 개, kg)

구분	사례수	원료 사용량 (kg)	구매/조달 지역별 원료량	
			국내산	수입산
전통주업체 전체	(524)	10,262,780	9,710,638	-
쌀	(222)	5,491,612	5,393,212	-
밀	(34)	1,092,687	815,197	-
포도	(30)	144,700	144,700	-
복분자	(14)	429,477	415,837	-
머루	(11)	62,770	62,770	-
사과	(12)	773,630	773,630	-
기타	(201)	2,267,904	2,105,292	-

- 주종별로는 탁주에 4,523톤의 가장 많은 원료를 사용하며, 모두 국내산임.

〈표 4-37〉 2021~2023년(3개년) 주종별 사용 원료량_전통주 업체

(2021년 321개사, 2022년 401개사, 2023년 471개사)

주종	2021년 총 원료 사용량 (kg)	2022년 총 원료 사용량 (kg)	2023년 총 원료 사용량 (kg)	'22년 대비 증감률 (%)
합계	8,892,828	11,871,759	10,262,780	▼32.6
탁주	3,264,975	3,774,486	4,523,219	▲25.2
청주	54,116	207,617	383,520	▲84.7
약주	1,442,655	772,121	412,721	▼46.5
과실주	2,311,309	1,582,854	1,686,509	▼16.2
증류식소주	926,105	2,156,943	863,872	▼76.6
일반증류주	439,895	2,050,045	920,140	▼87.0
리큐르	326,133	815,599	335,246	▼63.3
기타주류	127,640	512,094	509,668	▼58.8

- 1) 탁주

- 전통주업체에서 탁주의 '23년 주류 출고수량은 12,059㎏, 총 출고금액은 474억원, 원료사용량은 4,523톤으로 전체 대비 54.4%, 33.4%, 44.1% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 12,739㎏, 총 출고금액은 497억원임.

〈표 4-38〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 탁주 현황

(2017년 45개사, 2018년 45개사, 2019년 57개사, 2020년 64개사, 2021년 121개사, 2022년 160개사, 2023년 184개사)

연도	주종	출고 수량 (㎏)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	탁주	12,059	47,438	33.4	쌀	3,868,944
					밀	476,687
					기타	177,588
					소계	4,523,219
2022	탁주	12,855	45,434	28.0	쌀	2,465,960
					밀	699,781
					기타	608,746
					소계	3,774,486
2021	탁주	16,407	37,666	32.7	쌀	2,775,799
					밀	304,858
					기타	184,318
					소계	3,264,975
2020	탁주	7,366	18,850	24.9	쌀	2,239,651
					밀	154,827
					기타	41,658
					소계	2,436,136
2019	탁주	7,012	14,210	23.6	쌀	2,104,348
					밤	1,000
					복분자	22,000
					기타	30,371
					소계	2,157,719
2018	탁주	6,026	10,478	23.1	쌀	958,344
					밀	18,770
					복분자	22,000
					밤	5,300
					기타	6,174
					소계	1,010,588
2017	탁주	5,647	8,897	22.4	쌀	868,106
					밀	7,039
					기타	14,032
					소계	889,177

- 2) 청주

- 전통주업체에서 청주의 '23년 주류 출고수량은 462kℓ, 총 출고금액은 18억원, 원료사용량은 384톤으로 전체 대비 2.1%, 1.3%, 3.7% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 494kℓ, 총 출고금액은 19억원임.

〈표 4-39〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 청주 현황

(2018년 2개사, 2019년 3개사, 2020년 5개사, 2021년 7개사, 2022년 10개사, 2023년 2개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	청주	462	1,800	1.3	쌀	48,500
					기타	335,020
					소계	383,520
2022	청주	374	1,611	1.0	쌀	124,340
					기타	83,277
					소계	207,617
2021	청주	344	560	0.5	쌀	24,126
					기타	29,990
					소계	54,116
2020	청주	124	404	0.5	쌀	216,964
					기타	28,900
					소계	245,864
2019	청주	81	118	0.2	쌀	623,182
					소계	623,182
2018	청주	31	41	0.1	쌀	20,000
					소계	20,000
2017	청주	-	-	-	-	-

- 3) 약주

- 전통주업체에서 약주의 '23년 주류 출고수량은 2,354kℓ, 총 출고금액은 143억원, 원료사용량은 413톤으로 전체 대비 10.6%, 10.0%, 4.0% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 2,497kℓ, 총 출고금액은 150억원임.

〈표 4-40〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 약주 현황

(2017년 43개사, 2018년 61개사, 2019년 47개사, 2020년 98개사, 2021년 127개사, 2022년 154개사, 2023년 86개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	약주	2,354	14,265	10.0	쌀	380,125
					기타	32,596
					소계	412,721
2022	약주	2,552	13,410	8.3	쌀	421,837
					기타	350,284
					소계	772,121
2021	약주	1,541	16,243	14.1	쌀	704,791
					잡쌀	416,029
					밀	57,152
					기타	264,683
					소계	1,442,655
2020	약주	1,012	9,390	12.4	쌀	398,510
					잡쌀	276,010
					밀	91,242
					기타	21,699
					소계	787,461
2019	약주	1,299	11,317	18.8	쌀	287,759
					잡쌀	108,415
					기타	10,375
					소계	406,549
2018	약주	893	10,271	22.6	쌀	227,872
					잡쌀	330,253
					밀	8,395
					기타	2,641
					소계	569,161
2017	약주	651	7,890	19.8	쌀	280,143
					밀	16,625
					기타	270,385
					소계	567,153

- 4) 과실주

- 전통주업체에서 과실주의 '23년 주류 출고수량은 2,657kℓ, 총 출고금액은 273억원, 원료 사용량은 1,687톤으로 전체 대비 12.0%, 19.2%, 16.4% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 2,775kℓ, 총 출고금액은 275억원임.

〈표 4-41〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 과실주 현황

(2017년 76개사, 2018년 76개사, 2019년 81개사, 2020년 75개사, 2021년 106개사, 2022년 100개사, 2023년 61개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	과실주	2,657	27,335	19.2	복분자	339,854
					포도	143,500
					머루	61,170
					사과	212,135
					기타	929,850
					소계	1,686,509
2022	과실주	2,891	28,617	17.6	복분자	336,706
					머루	63,717
					사과	120,487
					기타	1,061,943
					소계	1,582,854
2021	과실주	2,434	26,061	22.6	복분자	247,484
					포도	1,536,925
					머루	127,590
					기타	399,310
					소계	2,311,309
2020	과실주	1,672	17,561	23.2	복분자	195,118
					포도	1,116,519
					머루	41,918
					기타	423,427
					소계	1,776,982
2019	과실주	1,267	16,398	27.2	복분자	154,104
					포도	540,580
					머루	174,200
					사과	93,380
					기타	121,535
					소계	1,083,799
2018	과실주	1,312	11,368	25.0	복분자	148,820
					머루	174,220
					포도	386,040
					기타	63,464
					소계	772,544
2017	과실주	1,225	11,148	28.0	복분자	98,220
					머루	83,500
					포도	363,755
					주청	4,750
					기타	186,484
					소계	736,709

- 5) 증류식 소주

- 전통주업체에서 증류식 소주의 '23년 주류 출고수량은 1,807kℓ, 총 출고금액은 256억원, 원료사용량은 864톤으로 전체 대비 8.1%, 18.1%, 8.4% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 1,942kℓ, 총 출고금액은 267억원임.

〈표 4-42〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 증류식 소주 현황

(2017년 13개사, 2018년 14개사, 2019년 15개사, 2020년 15개사, 2021년 32개사, 2022년 38개사, 2023년 34개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	증류식 소주	1,807	25,638	18.0	쌀	514,058
					기타	349,813
					소계	863,872
2022	증류식 소주	2,375	47,620	29.3	쌀	1,915,942
					기타	241,001
					소계	2,156,943
2021	증류식 소주	1,098	19,816	17.2	쌀	669,830
					기타	256,275
					소계	926,105
2020	증류식 소주	779	13,465	17.8	쌀	380,917
					기타	195,498
					소계	576,415
2019	증류식 소주	525	8,473	14.1	쌀	320,885
					기타	182,820
					소계	503,705
2018	증류식 소주	508	6,343	14.0	쌀	196,783
					보리	40,000
					기타	174,321
					소계	411,104
2017	증류식 소주	521	6,555	16.5	쌀	218,370
					보리	75,000
					기타	174,075
					소계	467,445

- 6) 일반증류주

- 전통주업체에서 일반증류주의 '23년 주류 출고수량은 1,392kℓ, 총 출고금액은 134억원, 원료사용량은 920톤으로 전체 대비 6.3%, 9.5%, 9.0% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 1,470kℓ, 총 출고금액은 137억원임.

〈표 4-43〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 일반증류주 현황

(2017년 13개사, 2018년 14개사, 2019년 15개사, 2020년 15개사, 2021년 32개사, 2022년 38개사, 2023년 51개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	일반 증류주	1,392	13,446	9.5	쌀	160,558
					사과	554,400
					포도	300
					복분자	41,580
					기타	163,302
					소계	920,140
2022	일반 증류주	2,076	12,107	7.5	쌀	299,110
					사과	964,000
					포도	100,000
					복분자	120,000
					기타	566,935
					소계	2,050,045
2021	일반 증류주	1,239	6,032	5.2	쌀	291,012
					밀	30,570
					기타	118,313
					소계	439,895
2020	일반 증류주	994	4,140	5.5	쌀	242,267
					보리	35,197
					사과	15,000
					기타	108,273
					소계	400,737
2019	일반 증류주	879	3,627	6.0	쌀	147,540
					보리	12,500
					기타	71,207
					소계	231,247
2018	일반 증류주	416	2,246	4.9	쌀	64,358
					보리	12,500
					포도	2,480
					기타	50,274
					소계	129,612
2017	일반 증류주	370	1,613	4.1	쌀	54,608
					사과	19,000
					기타	53,244
					소계	126,852

- 7) 리큐르

- 전통주업체에서 리큐르의 '23년 주류 출고수량은 738kℓ, 총 출고금액은 88억원, 원료사용량은 335톤으로 전체 대비 3.3%, 6.2%, 3.3% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 771kℓ, 총 출고금액은 92억원임.

〈표 4-44〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 리큐르 현황

(2017년 26개사, 2018년 20개사, 2019년 16개사, 2020년 23개사, 2021년 127개사, 2022년 26개사, 2023년 15개사)

연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	리큐르	738	8,753	6.2	쌀	283,170
					기타	52,076
					소계	335,246
2022	리큐르	856	10,794	6.6	쌀	304,360
					기타	511,239
					소계	815,599
2021	리큐르	644	14,218	12.3	쌀	199,639
					기타	126,494
					소계	326,133
2020	리큐르	617	9,491	12.5	쌀	224,830
					기타	125,528
					소계	350,358
2019	리큐르	572	3,843	6.4	쌀	81,930
					보리	9,400
					기타	16,709
					소계	108,039
2018	리큐르	385	3,599	7.9	쌀	54,074
					기타	30,084
					소계	84,158
2017	리큐르	372	2,947	7.4	쌀	31,300
					기타	40,831
					소계	72,131

- 8) 기타주류

- 기타주류의 '23년 주류 출고수량은 692kℓ, 총 출고금액은 34억원, 원료사용량은 510톤으로 전체 대비 3.1%, 2.4%, 5.0% 수준임.
- 국세청 주세 현황 자료 기준 출고수량은 715kℓ, 총 출고금액은 37억원임.

〈표 4-45〉 2017~2023년(7개년) 전통주업체 기타주류 현황

(2017년 13개사, 2018년 14개사, 2019년 11개사, 2020년 13개사, 2021년 14개사, 2022년 16개사, 2023년 18개사)

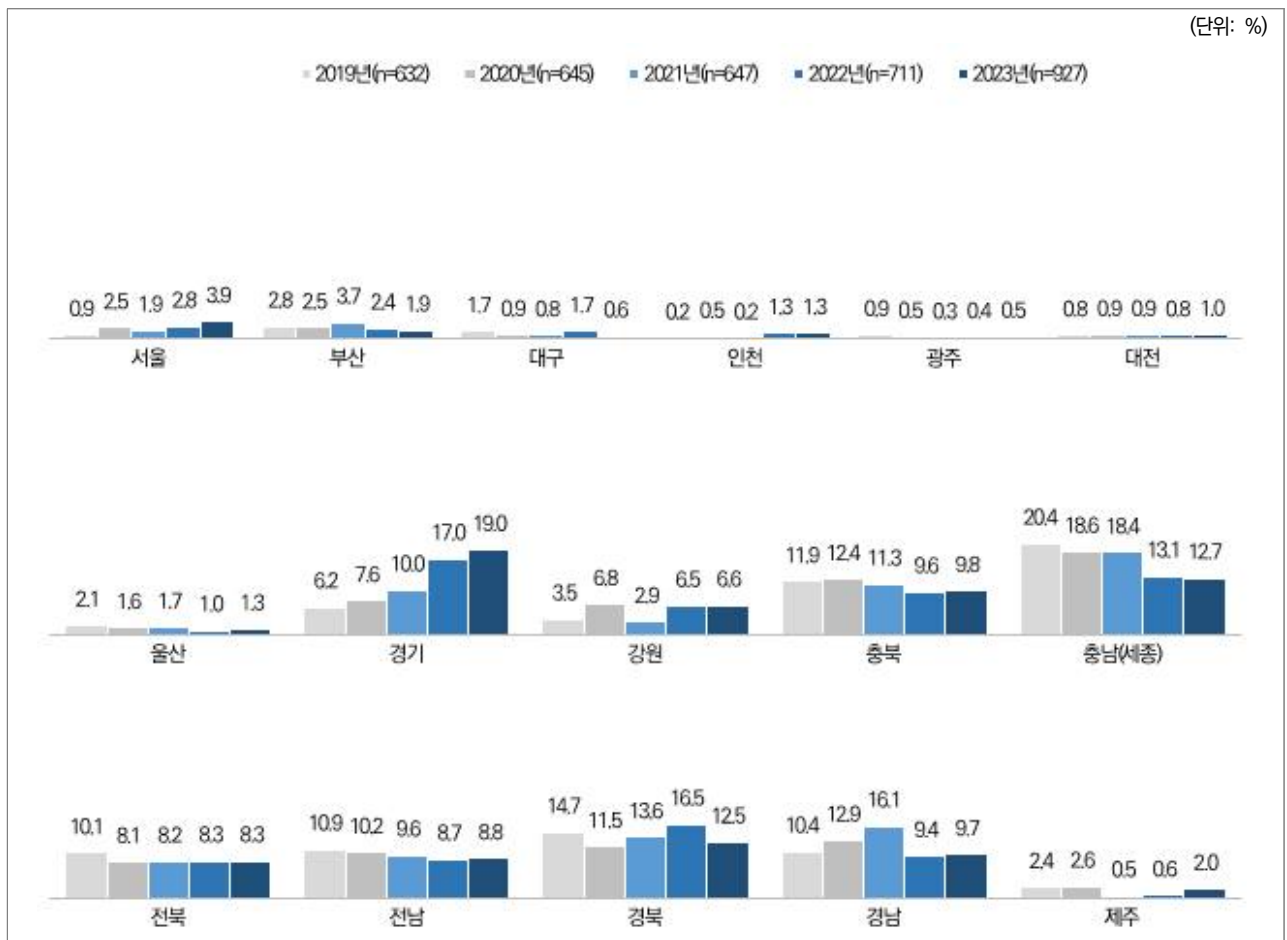
연도	주종	출고 수량 (kℓ)	출고 금액 (백만원)	점유율 (%)	사용원료량 (kg)	
2023	기타 주류	692	3,425	2.4	쌀	137,877
					기타	371,791
					소계	509,668
2022	기타 주류	560	2,736	1.7	쌀	134,862
					기타	377,232
					소계	512,094
2021	기타 주류	626	4,157	3.6	쌀	77,885
					기타	49,755
					소계	127,640
2020	기타 주류	298	2,510	3.3	쌀	28,340
					기타	93,855
					소계	122,195
2019	기타 주류	286	2,295	3.8	쌀	111,700
					기타	26,996
					소계	138,696
2018	기타 주류	152	1,063	2.3	쌀	14,830
					기타	12,780
					소계	27,610
2017	기타 주류	120	728	1.8	쌀	10,130
					기타	19,504
					소계	29,634

3 업체 일반 사항

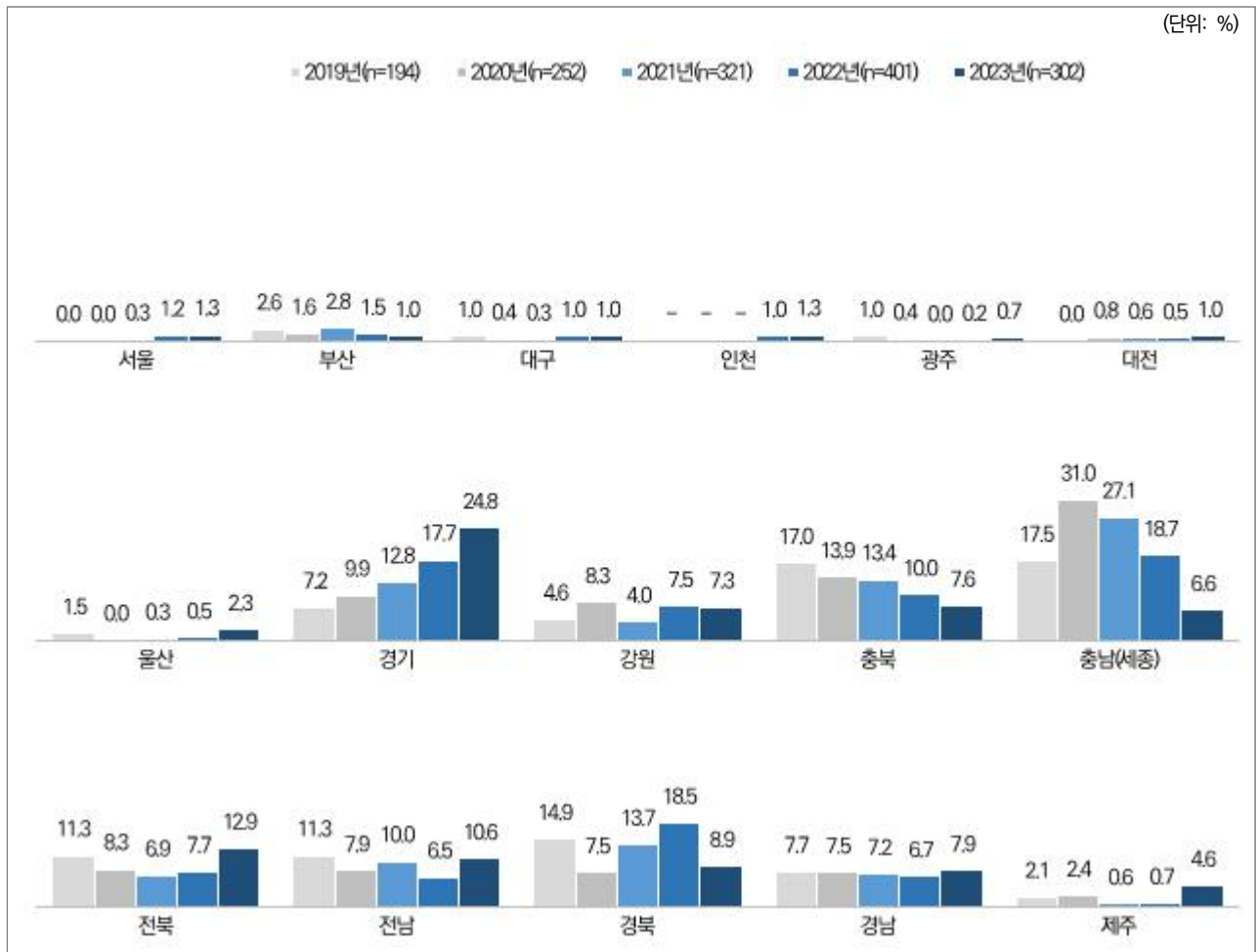
(1) 지역

- 응답 업체의 19.0%가 경기도에 분포하여 가장 높은 비중을 차지하며, 이어서 경북(12.5%), 충남(11.7%) 순임.
- 전통주업체 역시 경기도(24.8%) 가장 많이 분포하고 있으며, 다음으로 전북(12.9%), 전남(10.6%) 순임.
- 탁주, 증류식 소주, 맥주는 경기(20.0%, 20.7%, 35.5%), 청주, 기타주류는 전북(37.5%, 25.7%), 약주는 충남(32.9%), 과실주, 브랜드는 충북(22.8%, 100.0%), 희석식 소주는 충북과 전북(각각 27.3%), 위스키, 일반증류주는 경기와 전북(각각 50.0%, 13.8%), 리큐르는 경남(18.6%)에 가장 많은 생산 업체를 두고 있음.

〈그림 4-15〉 지역별 업체 분포 현황_전체 업체



〈그림 4-16〉 지역별 업체 분포 현황_전통주업체



〈표 4-46〉 지역별 업체 분포 및 생산 주종 현황

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

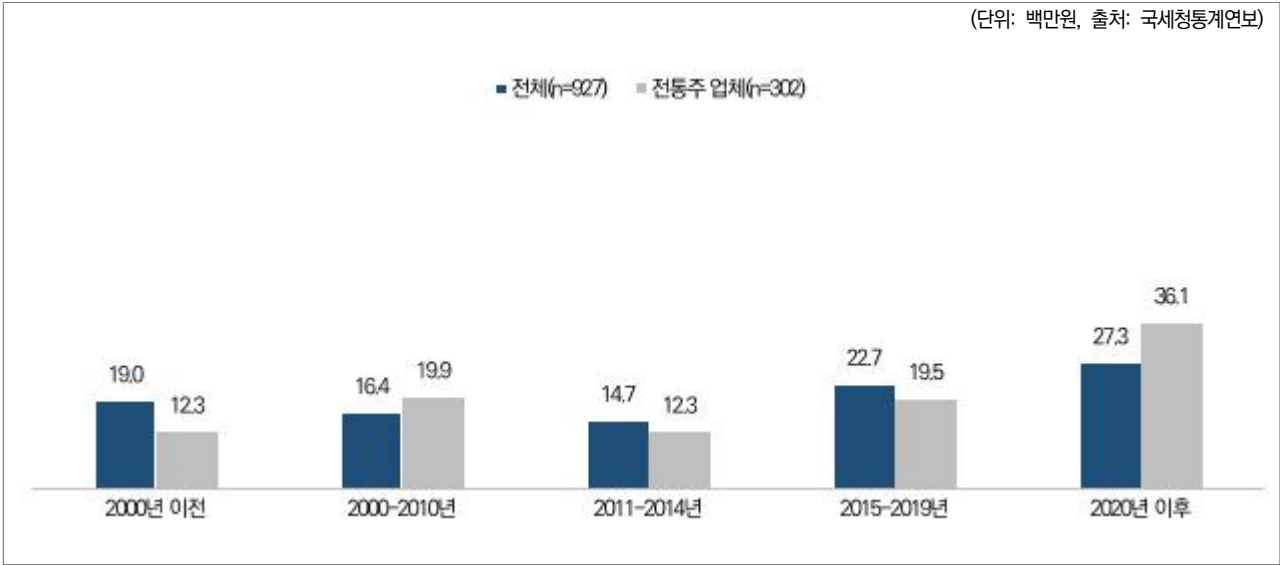
구분	사례수	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
전체	(927)	3.9	1.9	0.6	1.3	0.5	1.0	1.3	1.0	19.0	6.6	9.8	11.7	8.3	8.8	12.5	9.7	2.0
전통주업체	(302)	1.3	1.0	1.0	1.3	0.7	1.0	2.3	1.7	24.8	7.3	7.6	5.0	12.9	10.6	8.9	7.9	4.6
탁주	(531)	4.9	2.6	0.8	1.7	0.8	1.5	1.3	0.8	20.0	6.0	8.3	5.3	8.5	11.5	12.2	12.2	1.7
청주	(8)	-	-	-	-	-	12.5	-	-	-	-	-	12.5	37.5	-	25.0	12.5	-
약주	(207)	2.4	2.9	1.0	0.5	0.5	1.4	1.0	1.0	10.6	6.3	7.7	32.9	6.8	8.2	7.7	7.2	1.9
과실주	(136)	0.7	-	-	0.7	-	-	-	1.5	11.0	5.9	22.8	5.9	14.7	2.9	22.1	8.8	2.9
증류식 소주	(58)	1.7	-	3.4	-	1.7	1.7	-	3.4	20.7	12.1	15.5	6.9	10.3	3.4	10.3	5.2	3.4
희석식 소주	(11)	-	-	9.1	-	-	-	-	-	-	-	27.3	18.2	27.3	-	-	-	18.2
맥주	(93)	7.5	2.2	1.1	1.1	-	1.1	3.2	-	35.5	10.8	8.6	5.4	8.6	3.2	4.3	6.5	1.1
브랜드	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
위스키	(2)	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
일반증류주	(94)	2.1	-	1.1	-	-	1.1	1.1	2.1	13.8	8.5	9.6	12.8	13.8	6.4	12.8	11.7	3.2
리큐르	(43)	2.3	-	-	-	-	-	-	2.3	7.0	9.3	7.0	9.3	11.6	16.3	11.6	18.6	4.7
기타주류	(35)	2.9	-	-	-	2.9	-	-	2.9	17.1	8.6	17.1	2.9	25.7	8.6	2.9	2.9	5.7

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(2) 설립 시기

- 응답 업체 전체의 설립 시기는 2020년 이후가 27.3%로 가장 많으며, 다음으로 2015-2019년(22.7%), 2000년 이전(19.0%) 순임.
- 전통주업체 역시 2020년 이후가 36.1%로 가장 많으며, 뒤이어 2000년-2010년이 19.9%, 2015-2019년이 19.5% 순임.

〈그림 4-17〉 설립 시기



〈표 4-47〉 설립 시기

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

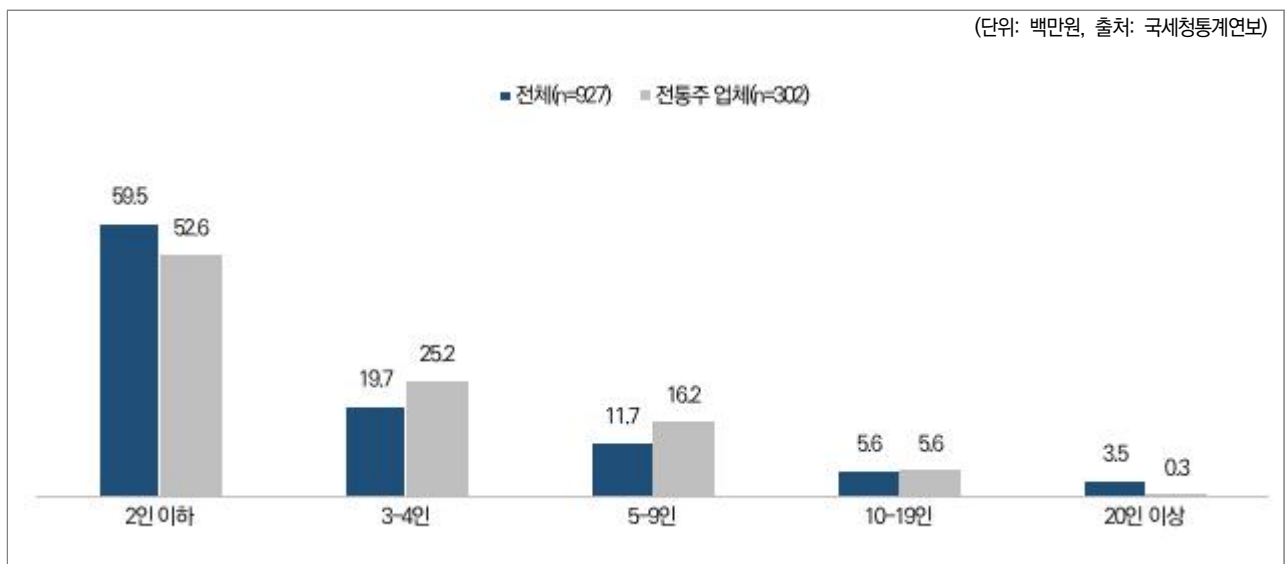
구분	사례수	2000년 이전	2000-2010년	2011-2014년	2015-2019년	2020년 이후
전체	(927)	19.0	16.4	14.7	22.7	27.3
전통주업체	(302)	12.3	19.9	12.3	19.5	36.1
탁주	(531)	26.7	15.4	10.5	18.8	28.4
청주	(8)	37.5	-	25.0	25.0	12.5
약주	(207)	10.1	13.0	25.6	23.2	28.0
과실주	(136)	8.8	36.0	17.6	19.9	17.6
증류식 소주	(58)	13.8	10.3	13.8	15.5	46.6
화석식 소주	(11)	45.5	-	-	27.3	27.3
맥주	(93)	3.2	8.6	4.3	57.0	26.9
브랜드	(2)	50.0	50.0	-	-	-
위스키	(2)	50.0	-	50.0	-	-
일반증류주	(94)	10.6	21.3	14.9	23.4	29.8
리큐르	(43)	32.6	20.9	9.3	18.6	18.6
기타주류	(35)	14.3	17.1	20.0	17.1	31.4

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(3) 종사자 수

- 응답 업체 전체의 종사자 수는 2인 이하가 59.5%로 가장 많으며, 종사자 수가 증가할수록 그 비율은 감소함.
- 응답 업체 전체의 평균 종사자는 5.0명으로 가족노동자는 평균 1.0명, 고용노동자는 평균 4.1명임.
- 전통주업체 역시 2인 이하가 52.6%로 가장 많으며, 순서대로 3-4인(25.2%), 5-9인(16.2%) 순임.
- 전통주업체의 평균 종사자는 3.5명으로 전체 평균보다 1.5명 적음. 가족노동자는 평균 1.0명, 고용노동자는 평균 2.5명임.

〈그림 4-18〉 종사자 수



〈표 4-48〉 종사자수

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %, 명)

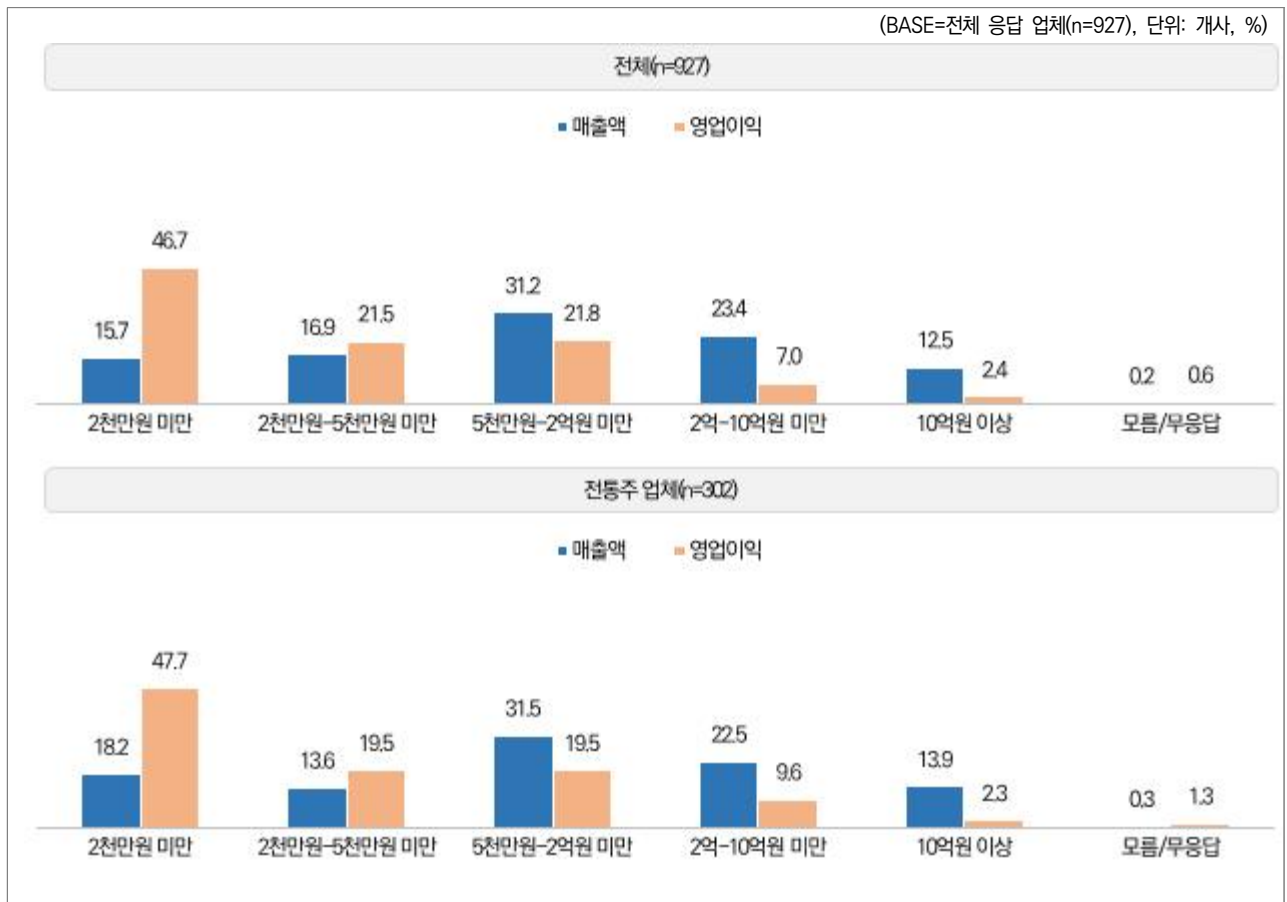
구분	사례수	2인 이하	3-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	평균(명)		
							종사자	가족노동자	고용노동자
전체	(927)	59.5	19.7	11.7	5.6	3.5	5.0	1.0	4.1
전통주업체	(302)	52.6	25.2	16.2	5.6	0.3	3.5	1.0	2.5
탁주	(531)	61.4	19.4	11.7	4.7	2.8	4.1	1.0	3.0
청주	(8)	37.5	12.5	25.0	-	25.0	31.8	1.6	30.1
약주	(207)	63.3	20.8	10.1	2.9	2.9	4.6	1.1	3.4
과실주	(136)	56.6	20.6	11.0	8.1	3.7	8.0	1.0	7.0
증류식 소주	(58)	37.9	29.3	15.5	12.1	5.2	8.5	0.6	7.9
희석식 소주	(11)	18.2	18.2	18.2	-	45.5	31.9	0.8	31.1
맥주	(93)	30.1	23.7	22.6	14.0	9.7	13.3	0.3	13.1
브랜드	(2)	50.0	-	-	-	50.0	30.0	-	30.0
위스키	(2)	-	-	-	50.0	50.0	76.5	-	76.5
일반증류주	(94)	41.5	30.9	18.1	5.3	4.3	6.2	1.0	5.2
리큐르	(43)	39.5	18.6	16.3	11.6	14.0	12.1	0.6	11.4
기타주류	(35)	28.6	20.0	14.3	20.0	17.1	30.9	0.4	30.4

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(4) 재무 현황

- 응답 업체 전체의 매출액은 5천만원~2억원 미만이 31.2%로 가장 많음. 그 다음으로는 2억~10억원(23.4%), 2천만원~5천만원(16.9%) 순임.
 - 영업이익은 2천만원 미만이 46.7%로 가장 많음.
 - 평균 매출액은 37억원, 평균 영업이익은 4억원.
- 전통주업체 역시 5천만원~2억원 미만이 31.5%로 가장 많으며, 다음으로 2억~10억원 (22.5%), 2천만원 미만(18.2%) 순임.
 - 영업이익은 2천만원 미만이 47.7%로 가장 많음.
 - 평균 매출액은 6억원, 평균 영업이익은 1억원임.

〈그림 4-19〉 재무 현황



〈표 4-49〉 매출액

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %, 백만원)

구분	사례수	2천만원 미만	2천만원-5천만원 미만	5천만원-2억원 미만	2억-10억원 미만	10억원 이상	모름/무응답	평균(백만원)
전체	(927)	15.7	16.9	31.2	23.4	12.5	0.2	3,695.0
전통주업체	(302)	18.2	13.6	31.5	22.5	13.9	0.3	568.0
탁주	(531)	13.6	16.9	35.6	23.0	10.5	0.4	688.0
청주	(8)	12.5	-	25.0	25.0	37.5	-	2,318.7
약주	(207)	20.3	24.6	26.6	17.9	10.1	0.5	494.6
과실주	(136)	21.3	15.4	24.3	22.8	16.2	-	3,723.6
증류식 소주	(58)	6.9	8.6	31.0	31.0	22.4	-	1,536.3
희석식 소주	(11)	-	9.1	27.3	9.1	54.5	-	13,416.5
맥주	(93)	2.2	5.4	17.2	45.2	30.1	-	29,766.8
브랜드	(2)	-	-	50.0	-	50.0	-	7,670.0
위스키	(2)	-	-	50.0	-	50.0	-	6,917.7
일반증류주	(94)	9.6	10.6	34.0	26.6	19.1	-	890.7
리큐르	(43)	18.6	7.0	16.3	30.2	27.9	-	2,691.5
기타주류	(35)	5.7	5.7	22.9	20.0	45.7	-	79,214.5

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

〈표 4-50〉 영업이익

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %, 백만원)

구분	사례수	2천만원 미만	2천만원-5천만원 미만	5천만원-2억원 미만	2억-10억원 미만	10억원 이상	모름/무응답	평균(백만원)
전체	(927)	46.7	21.5	21.8	7.0	2.4	0.6	400.2
전통주업체	(302)	47.7	19.5	19.5	9.6	2.3	1.3	117.0
탁주	(531)	45.6	22.8	21.8	6.4	2.6	0.8	120.3
청주	(8)	25.0	25.0	25.0	25.0	-	-	149.0
약주	(207)	52.7	18.4	19.3	6.8	1.4	1.4	55.5
과실주	(136)	41.2	21.3	22.1	11.8	2.9	0.7	1,405.1
증류식 소주	(58)	43.1	13.8	20.7	17.2	3.4	1.7	72.0
희석식 소주	(11)	36.4	9.1	27.3	9.1	18.2	-	356.5
맥주	(93)	41.9	11.8	32.3	11.8	2.2	-	2,990.2
브랜드	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-2,041.0
위스키	(2)	-	-	-	100.0	-	-	537.0
일반증류주	(94)	36.2	25.5	25.5	7.4	4.3	1.1	40.6
리큐르	(43)	46.5	7.0	32.6	11.6	2.3	-	85.5
기타주류	(35)	34.3	8.6	34.3	14.3	8.6	-	8,285.8

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(가) 주류 판매 비율

- 응답 업체 전체의 매출액을 구성하는 주류 판매 비율은 100%가 86.4%로 대부분을 차지함. 그 다음으로는 75%~100% 미만(7.6%), 50%~75%(2.7%) 순임.
 - 평균 주류 판매 비율은 매출액의 95.2%임.
- 전통주업체의 매출액을 구성하는 주류 판매 비율 역시 100%가 78.1%로 대부분을 차지하며, 다음으로 75%~100% 미만(13.2%), 50%~75%(4.3%) 순임.
 - 평균 주류 판매 비율은 매출액의 93.2%로 전체보다 낮음.

〈표 4-51〉 매출액_주류 판매 비율

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

구분	사례수	25%미만	25%-50% 미만	50%-75% 미만	75%-100% 미만	100%	평균(%)
전체	(927)	2.6	0.8	2.7	7.6	86.4	95.2
전통주업체	(302)	3.6	0.7	4.3	13.2	78.1	93.2

(나) 기타 수익 비율

- 응답 업체 전체의 매출액 중 기타 수익 비율은 25% 미만이 93.7%로 대부분을 차지함. 그 다음으로는 75%~100% 미만(2.0%), 50%~75%(1.9%) 순임.
 - 평균 기타 수익 비율은 매출액의 4.8%임.
- 전통주업체의 매출액 중 기타 수익 비율은 25% 미만이 91.4%로 대부분을 차지하며, 다음으로 75%~100% 미만(3.0%), 50%~75%(2.6%) 순임.
 - 평균 기타 수익 비율은 매출액의 6.8%로 전체보다 높음.

〈표 4-52〉 매출액_기타 수익 비율

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

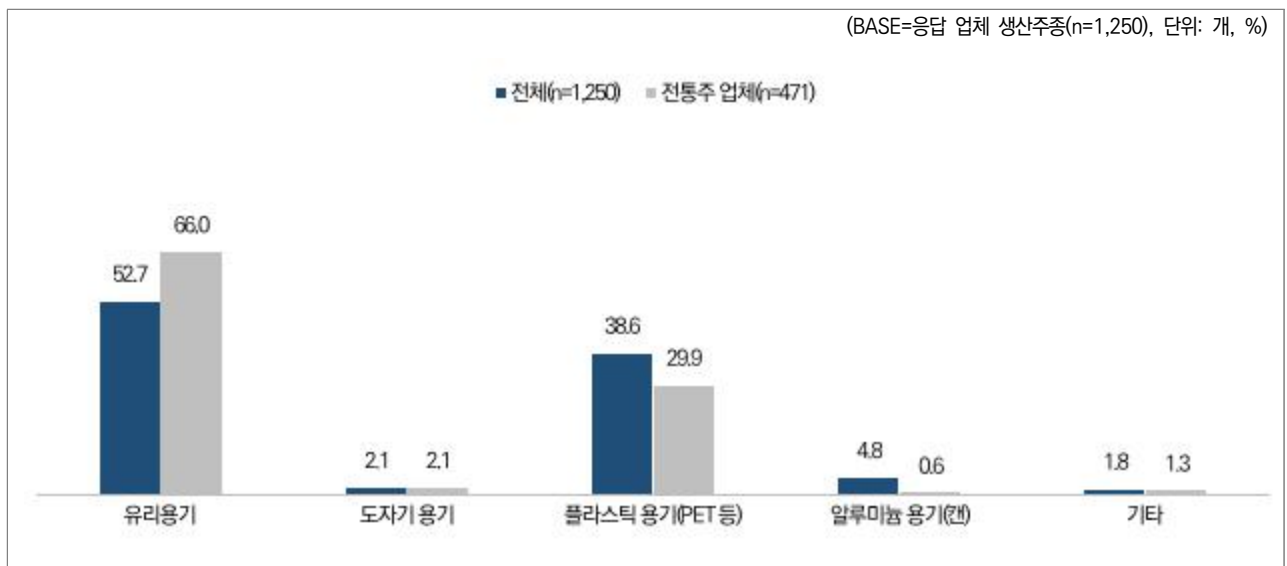
구분	사례수	25%미만	25%-50% 미만	50%-75% 미만	75%-100% 미만	100%	평균(%)
전체	(927)	93.7	1.7	1.9	2.0	0.5	4.8
전통주업체	(302)	91.4	2.3	2.6	3.0	0.7	6.8

4 대표 제품

(1) 패키지 형태

- 응답 업체 전체의 대표 제품 패키지 형태는 52.7%의 유리용기가 가장 많음. 그 다음으로 플라스틱 용기(38.6%), 알루미늄 용기(4.8%) 순임.
- 전통주업체의 대표 제품 패키지 형태 역시 유리용기가 66.0%로 가장 많으며, 다음으로 플라스틱 용기(29.9%), 도자기 용기(2.1%) 순임.

〈그림 4-20〉 대표 제품 패키지 형태



〈표 4-53〉 대표 제품 패키지 형태

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 단위: 개, %)

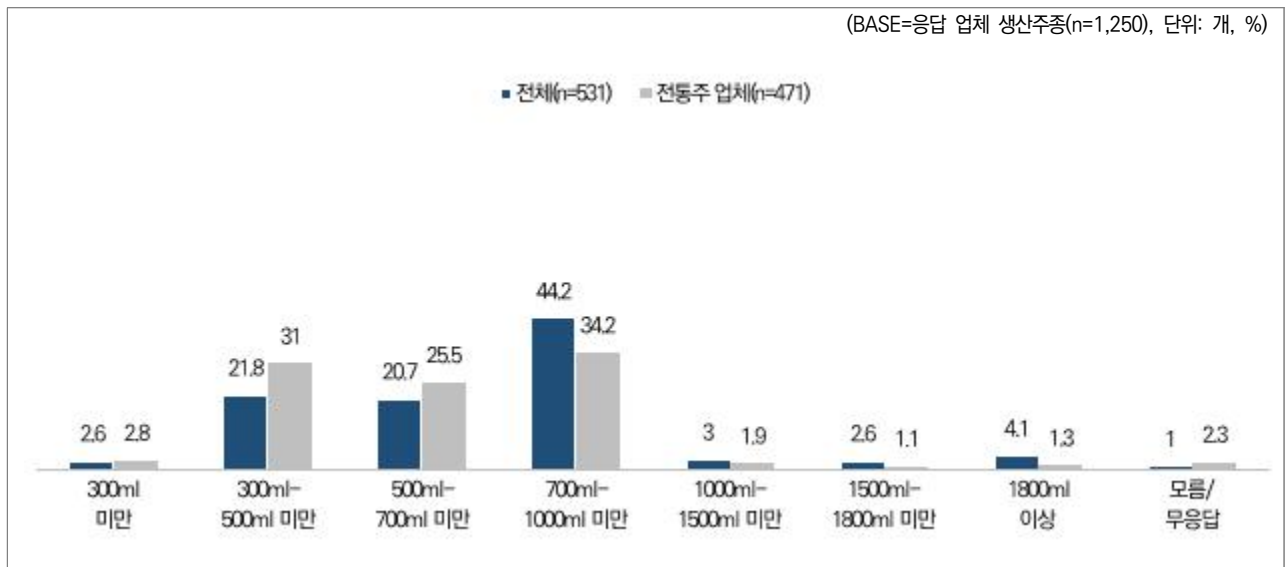
구분	사례수	유리용기	도자기 용기	플라스틱 용기(PET 등)	알루미늄 용기(캔)	기타
전체	(1,250)	52.7	2.1	38.6	4.8	1.8
전통주업체	(471)	66.0	2.1	29.9	0.6	1.3
탁주	(531)	18.6	0.9	79.8	0.2	0.4
청주	(8)	62.5	12.5	25.0	-	-
약주	(207)	86.0	2.9	9.7	0.5	1.0
과실주	(160)	91.9	1.9	5.0	0.6	0.6
증류식 소주	(58)	89.7	10.3	-	-	-
희석식 소주	(11)	81.8	-	-	-	18.2
맥주	(93)	29.0	-	6.5	52.7	11.8
브랜드	(2)	100.0	-	-	-	-
위스키	(2)	100.0	-	-	-	-
일반증류주	(94)	85.1	2.1	10.6	-	2.1
리큐르	(43)	81.4	4.7	4.7	7.0	2.3
기타주류	(41)	56.1	2.4	26.8	12.2	2.4

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(2) 대표 제품 용량

- 응답 업체 전체의 대표 제품 용량은 700ml-1,000ml 미만이 44.2%로 가장 많음. 뒤이어 300ml-500ml 미만이 21.8%, 500ml-700ml 미만이 20.7% 순으로, 대부분의 대표 제품이 300ml-1,000ml 미만의 용량으로 출고됨.
- 전통주업체의 대표 제품 용량은 700ml-1,000ml 미만이 34.2%로 가장 많음. 그 다음으로 300ml-500ml 미만(31.0%), 500ml-700ml 미만(25.5%) 순임.

〈그림 4-21〉 대표 제품 용량



〈표 4-54〉 대표 제품 용량

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 단위: 개, %)

구분	사례수	300ml 미만	300ml-500ml 미만	500ml-700ml 미만	700ml-1000ml 미만	1000ml-1500ml 미만	1500ml-1800ml 미만	1800ml 이상	모름/무응답
전체	(1,250)	2.6	21.8	20.7	44.2	3.0	2.6	4.1	1.0
전통주업체	(471)	2.8	31.0	25.5	34.2	1.9	1.1	1.3	2.3
탁주	(531)	0.9	5.6	15.3	67.0	5.8	4.3	0.4	0.6
청주	(8)	50.0	-	12.5	25.0	-	12.5	-	-
약주	(207)	1.9	24.2	28.0	27.5	1.9	2.9	12.1	1.4
과실주	(160)	2.5	23.1	15.0	56.3	0.6	-	0.6	1.9
증류식 소주	(58)	5.2	63.8	22.4	5.2	1.7	-	1.7	-
화석식 소주	(11)	-	54.5	9.1	18.2	-	-	18.2	-
맥주	(93)	5.4	28.0	45.2	5.4	1.1	2.2	12.9	-
브랜드	(2)	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-
위스키	(2)	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-
일반증류주	(94)	8.5	50.0	19.1	14.9	-	-	5.3	2.1
리큐르	(43)	2.3	37.2	30.2	23.3	-	-	4.7	2.3
기타주류	(41)	7.3	43.9	17.1	26.8	-	2.4	2.4	-

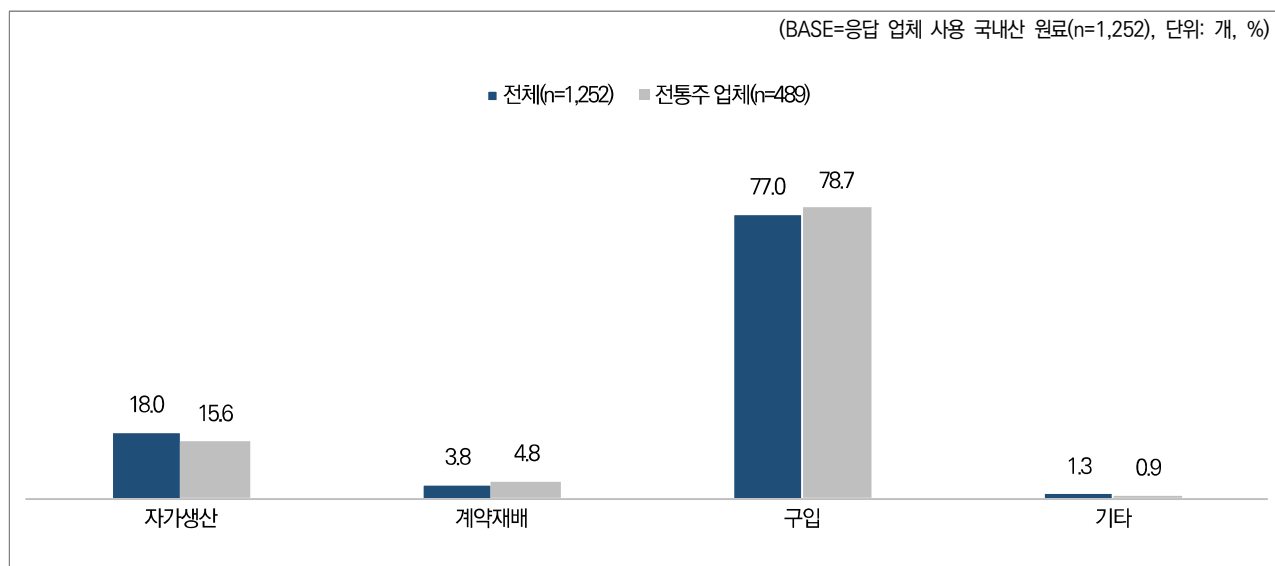
※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

5 원료 조달

(1) 국내산 원료 조달 방법

- 국내산 원료의 조달 방법은 구입이 77.0%로 가장 많으며, 다음으로 자가생산(18.0%), 계약재배(3.8%) 순임.
 - 포도를 제외한 모든 원료에서 구입이 가장 많은 것으로 나타남. 포도의 경우 자가생산이 62.0%로 구입(33.3%)보다 많음.
- 전통주업체 역시 구입(78.7%)이 가장 많으며, 뒤이어 자가생산(15.6%), 계약재배(4.8%) 순임.

〈그림 4-22〉 국내산 원료 조달 방법



〈표 4-55〉 국내산 원료 조달 방법_전체

(BASE=응답 업체 사용 국내산 원료(n=1,252), 단위: 개, %)

구분	사례수	자가생산	계약재배	구입	기타
전체	(1252)	18.0	3.8	77.0	1.3
쌀	(569)	14.4	3.9	80.8	0.9
밀	(100)	10.7	2.0	86.3	1.0
옥수수	(5)	20.0	-	80.0	-
보리	(16)	7.5	6.3	86.3	-
고구마	(13)	7.7	11.5	80.8	-
감자	(6)	-	-	100.0	-
포도	(69)	62.0	4.2	33.3	0.6
복분자	(17)	15.3	2.1	82.6	-
머루	(14)	36.8	20.7	41.8	0.7
사과	(27)	15.9	5.6	78.5	-
전분	(1)	-	-	100.0	-
맥아	(18)	11.1	-	87.8	1.1
호프	(7)	14.3	-	85.7	-
기타	(390)	18.3	3.3	76.0	2.3

※ 사용원료는 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

〈표 4-56〉 국내산 원료 조달 방법_전통주업체

(BASE=응답 업체 사용 국내산 원료(n=1,252), 단위: 개, %)

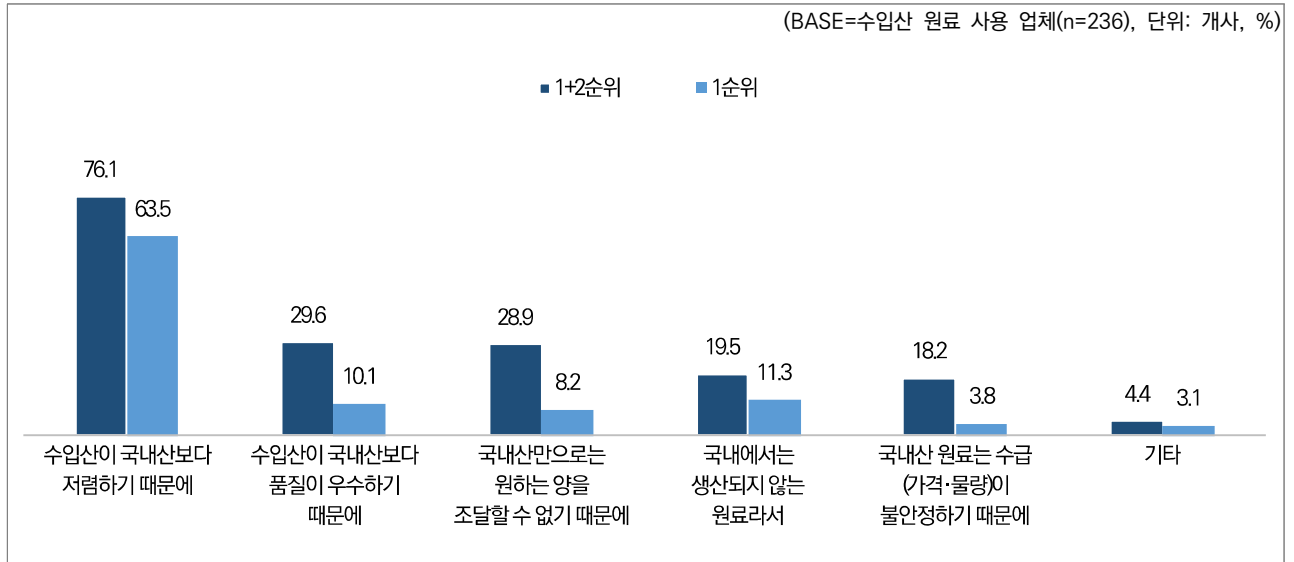
구분	사례수	자가생산	계약재배	구입	기타
전통주업체 전체	(489)	15.6	4.8	78.7	0.9
쌀	(217)	7.4	4.0	88.2	0.5
밀	(18)	9.4	5.6	85.0	-
옥수수	(1)	100.0	-	-	-
보리	(4)	-	25.0	75.0	-
고구마	(8)	12.5	18.8	68.8	-
감자	(3)	-	-	100.0	-
포도	(30)	63.8	3.3	31.5	1.3
복분자	(13)	20.0	2.7	77.3	-
머루	(11)	24.1	21.8	53.2	0.9
사과	(12)	19.2	4.2	76.7	-
전분	-	-	-	-	-
맥아	(3)	33.3	-	66.7	-
호프	(2)	50.0	-	50.0	-
기타	(167)	16.8	4.2	77.2	1.8

※ 사용원료는 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(2) 수입산 원료 사용 이유

- 수입산 원료를 사용하는 이유(1+2순위)에 대해서는 ‘수입산이 국내산보다 저렴하기 때문에’가 76.1%로 가장 높게 나타남. 그 다음으로는 ‘수입산이 국내산보다 품질이 우수하기 때문에’(29.6%), ‘국내산만으로는 원하는 양을 조달할 수 없기 때문에’(28.9%) 순임.

〈그림 4-23〉 수입산 원료 사용 이유(1+2순위)



〈표 4-57〉 수입산 원료 사용 이유(1+2순위)

(BASE=수입산 원료 사용 업체(n=274), 단위: 개사, %(1+2순위))

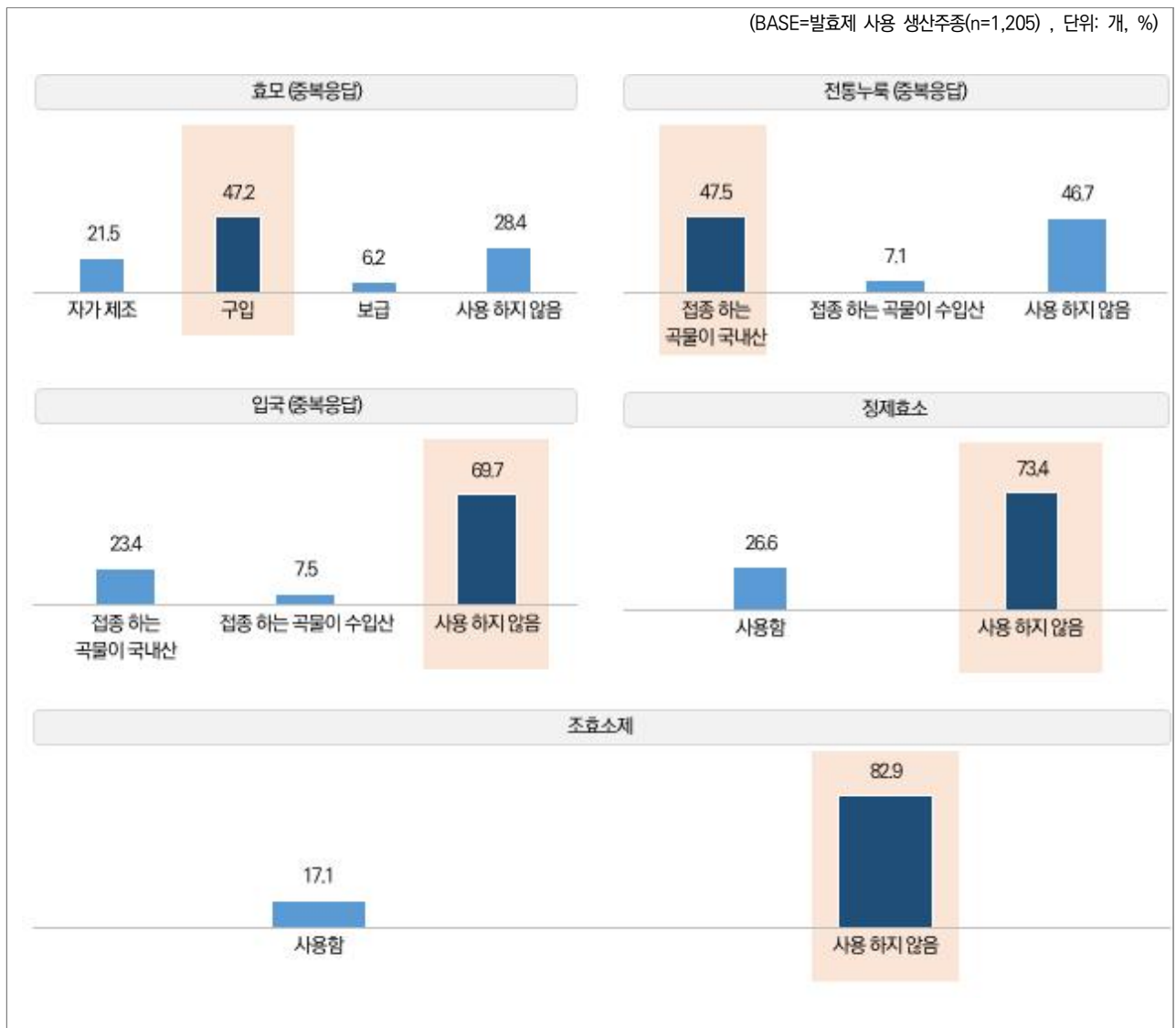
구분	사례수	수입산이 국내산보다 저렴하기 때문에	수입산이 국내산보다 품질이 우수하기 때문에	국내산만으로는 원하는 양을 조달할 수 없기 때문에	국내에서는 생산되지 않는 원료라서	국내산 원료는 수급(가격·물량)이 불안정하기 때문에	기타
전체	(159)	76.1	29.6	28.9	19.5	18.2	4.4
탁주	(89)	93.3	19.1	27.0	9.0	21.3	5.6
청주	(2)	100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
약주	(8)	75.0	12.5	50.0	25.0	12.5	12.5
과실주	(4)	75.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
증류식 소주	(3)	66.7	33.3	100.0	0.0	0.0	0.0
희석식 소주	(4)	50.0	25.0	75.0	25.0	0.0	0.0
맥주	(61)	54.1	45.9	29.5	36.1	14.8	1.6
브랜드	(1)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
위스키	(1)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
일반증류주	(5)	80.0	0.0	60.0	0.0	20.0	0.0
리큐르	(6)	66.7	33.3	50.0	33.3	0.0	0.0
기타주류	(6)	83.3	16.7	50.0	0.0	33.3	0.0

※ 응답 업체 수와 중복응답인 생산주종, 응답 업체 사용원료의 수는 서로 상이함.

(3) 발효제 사용 내역

- 발효제 중 효모와 전통누룩을 사용하는 생산주종이 사용하지 않는 생산주종보다 많음. 특히 효모는 구입하여 사용하는 것이 47.2%로 가장 많고, 전통누룩은 접종하는 곡물이 국내산 인 경우가 47.5%로 가장 많음.
- 입국과 정제효소, 조효소제는 사용하지 않는 생산주종이 더 많은 것으로 나타남.

〈그림 4-24〉 발효제 사용 내역



〈표 4-58〉 효모 사용내역

(BASE=발효제 사용 생산주종(n=1,205), 단위: 개, %(중복응답))

구분	사례수	자가 제조	구입	보급	사용하지 않음
전체	(1,205)	21.5	47.2	6.2	28.4
전통주업체	(455)	22.0	40.7	5.5	35.6
탁주	(531)	23.0	49.3	6.4	24.3
청주	(8)	50.0	37.5	-	12.5
약주	(207)	19.8	30.9	6.3	45.4
과실주	(136)	22.8	61.8	3.7	17.6
증류식 소주	(58)	15.5	41.4	8.6	34.5
맥주	(93)	19.4	65.6	6.5	11.8
일반증류주	(94)	21.3	40.4	10.6	35.1
리큐르	(43)	18.6	30.2	2.3	48.8
기타주류	(35)	17.1	57.1	2.9	25.7

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

〈표 4-59〉 전통누룩 사용내역

(BASE=발효제 사용 생산주종(n=1,205), 단위: 개, %(중복응답))

구분	사례수	접종 하는 곡물이 국내산	접종 하는 곡물이 수입산	사용하지 않음
전체	(1,205)	47.5	7.1	46.7
전통주업체	(455)	54.3	4.0	42.6
탁주	(531)	64.0	11.3	25.8
청주	(8)	75.0	12.5	25.0
약주	(207)	63.8	7.7	30.4
과실주	(136)	3.7	0.7	96.3
증류식 소주	(58)	53.4	1.7	46.6
맥주	(93)	2.2	-	97.8
일반증류주	(94)	31.9	4.3	66.0
리큐르	(43)	37.2	2.3	62.8
기타주류	(35)	28.6	5.7	66.7

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

〈표 4-60〉 입국 사용내역

(BASE=발효제 사용 생산주종(n=1,205), 단위: 개, %(중복응답))

구분	사례수	접종 하는 곡물이 국내산	접종 하는 곡물이 수입산	사용하지 않음
전체	(1,205)	23.4	7.5	69.7
전통주업체	(455)	24.0	4.0	72.1
탁주	(531)	33.7	15.3	52.4
청주	(8)	50.0	-	50.0
약주	(207)	21.7	3.4	74.9
과실주	(136)	1.5	-	98.5
증류식 소주	(58)	19.0	1.7	79.3
맥주	(93)	1.1	-	98.9
일반증류주	(94)	20.2	1.1	78.7
리큐르	(43)	30.2	-	69.8
기타주류	(35)	22.9	-	77.1

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

〈표 4-61〉 정제효소 사용내역

(BASE=발효제 사용 생산주종(n=1,205), 단위: 개, %)

구분	사례수	사용함	사용하지 않음
전체	(1,205)	26.6	73.4
전통주업체	(455)	18.2	81.8
탁주	(531)	34.3	65.7
청주	(8)	50.0	50.0
약주	(207)	20.3	79.7
과실주	(136)	10.3	89.7
증류식 소주	(58)	31.0	69.0
맥주	(93)	7.5	92.5
일반증류주	(94)	31.9	68.1
리큐르	(43)	27.9	72.1
기타주류	(35)	31.4	68.6

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

〈표 4-62〉 조효소제 사용내역

(BASE=발효제 사용 생산주종(n=1,205), 단위: 개, %)

구분	사례수	사용함	사용하지 않음
전체	(1,205)	17.1	82.9
전통주업체	(455)	12.7	87.3
탁주	(531)	19.0	81.0
청주	(8)	37.5	62.5
약주	(207)	28.5	71.5
과실주	(136)	3.7	96.3
증류식 소주	(58)	15.5	84.5
맥주	(93)	6.5	93.5
일반증류주	(94)	17.0	83.0
리큐르	(43)	11.6	88.4
기타주류	(35)	5.7	94.3

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

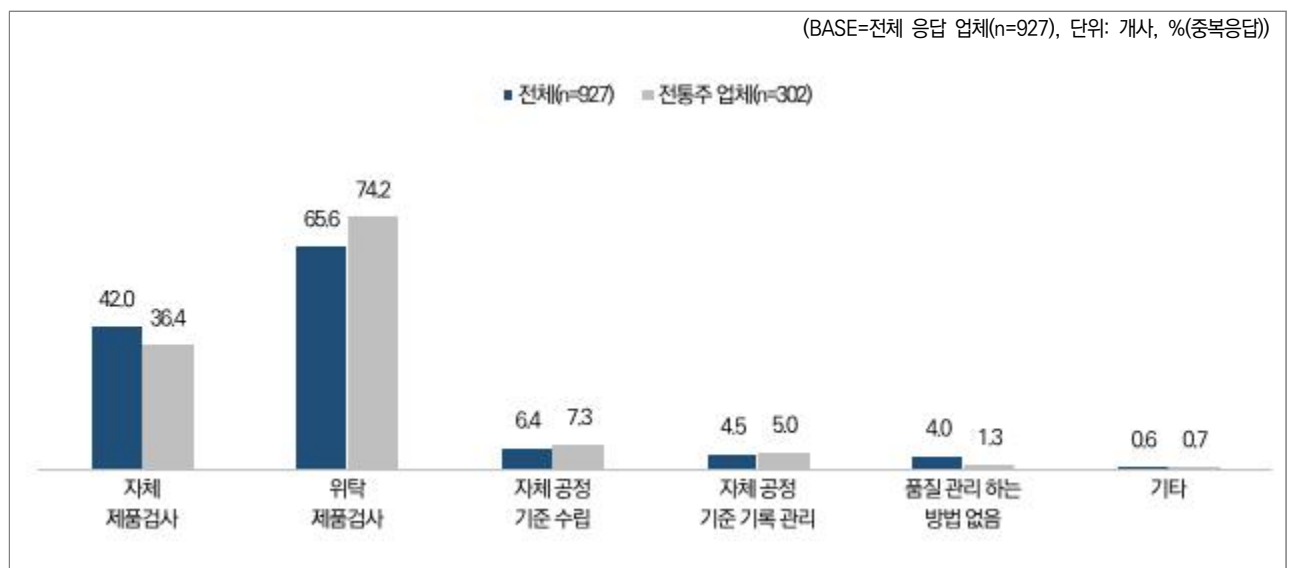
6

품질 관리 방법 및 인증

(1) 품질 관리 방법

- 응답 업체 전체의 품질 관리 방법은 위탁 제품검사가 65.6%로 가장 많았으며, 다음으로 자체 제품검사(42.0%), 자체 공정 기준 수립(6.4%) 순임.
- 전통주업체의 품질 관리 방법은 위탁 제품검사가 74.2%로 가장 많으며, 다음으로 자체 제품검사(36.4%), 자체 공정 기준 수립(7.3%) 순임.

〈그림 4-25〉 품질 관리 방법



〈표 4-63〉 품질 관리 방법

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %(중복응답))

구분	사례수	자체 제품검사	위탁 제품검사	자체 공정 기준 수립	자체 공정 기준 기록 관리	품질 관리 하는 방법 없음	기타
전체	(927)	42.0	65.6	6.4	4.5	4.0	0.6
전통주업체	(302)	36.4	74.2	7.3	5.0	1.3	0.7
탁주	(531)	39.5	69.7	5.1	4.0	2.3	0.2
청주	(8)	50.0	62.5	25.0	12.5	-	-
약주	(207)	46.9	54.1	8.2	7.2	12.6	1.0
과실주	(136)	36.0	76.5	8.1	3.7	1.5	1.5
증류식 소주	(58)	56.9	58.6	10.3	8.6	3.4	-
희석식 소주	(11)	63.6	36.4	18.2	18.2	18.2	-
맥주	(93)	53.8	54.8	12.9	10.8	-	1.1
브랜드	(2)	50.0	100.0	-	-	-	-
위스키	(2)	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-
일반증류주	(94)	46.8	67.0	7.4	3.2	2.1	1.1
리큐르	(43)	46.5	74.4	7.0	2.3	-	-
기타주류	(35)	40.0	65.7	17.1	14.3	2.9	-

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(가) 제품 검사 시 분석 항목

- 품질 관리 방법으로 제품 검사를 한다고 응답한 업체의 경우, 그 분석 항목으로 법적인 의무사항은 업체의 94.2%, 그 외 자체 수립한 항목은 업체의 21.1%가 사용함.

〈표 4-64〉 제품검사 시 분석 항목

(BASE=제품검사 응답(n=868), 단위: 개사, %(중복응답))

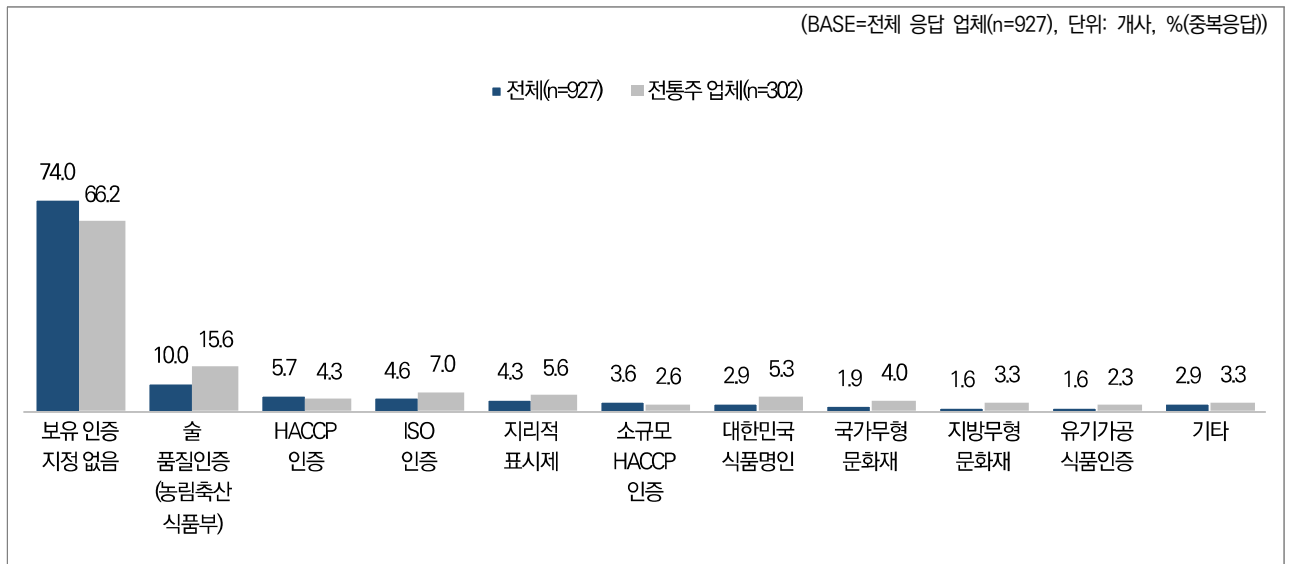
구분	사례수	법적인 의무사항	법적 의무 분석사항 외 자체 수립
전체	(868)	94.2	21.1
전통주업체	(291)	93.8	18.6
탁주	(509)	93.9	22.2
청주	(8)	100.0	37.5
약주	(174)	95.4	24.1
과실주	(131)	96.9	18.3
증류식 소주	(55)	90.9	27.3
희석식 소주	(9)	88.9	55.6
맥주	(87)	90.8	24.1
브랜드	(2)	100.0	50.0
위스키	(2)	100.0	50.0
일반증류주	(91)	94.5	28.6
리큐르	(42)	100.0	16.7
기타주류	(31)	96.8	22.6

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(2) 보유한 술 관련 인증·지정

- 응답 업체 전체의 보유한 술 관련 인증·지정은 ‘보유 인증·지정 없음’이 74.0%로 가장 많았으며, 보유한 인증·지정으로는 ‘술 품질인증’이 10.0%로 가장 많음.
- 전통주업체의 보유한 술 관련 인증·지정은 ‘보유 인증·지정 없음’이 66.2%로 전체 대비 보유한 비중이 높은 것으로 나타남. 보유한 인증·지정으로는 ‘술 품질인증’이 15.6%로 가장 많음.

〈그림 4-26〉 보유한 술 관련 인증·지정



〈표 4-65〉 보유한 술 관련 인증·지정

(BASE=응답 업체 사용 국내산 원료(n=1,285), 단위: 개, %)

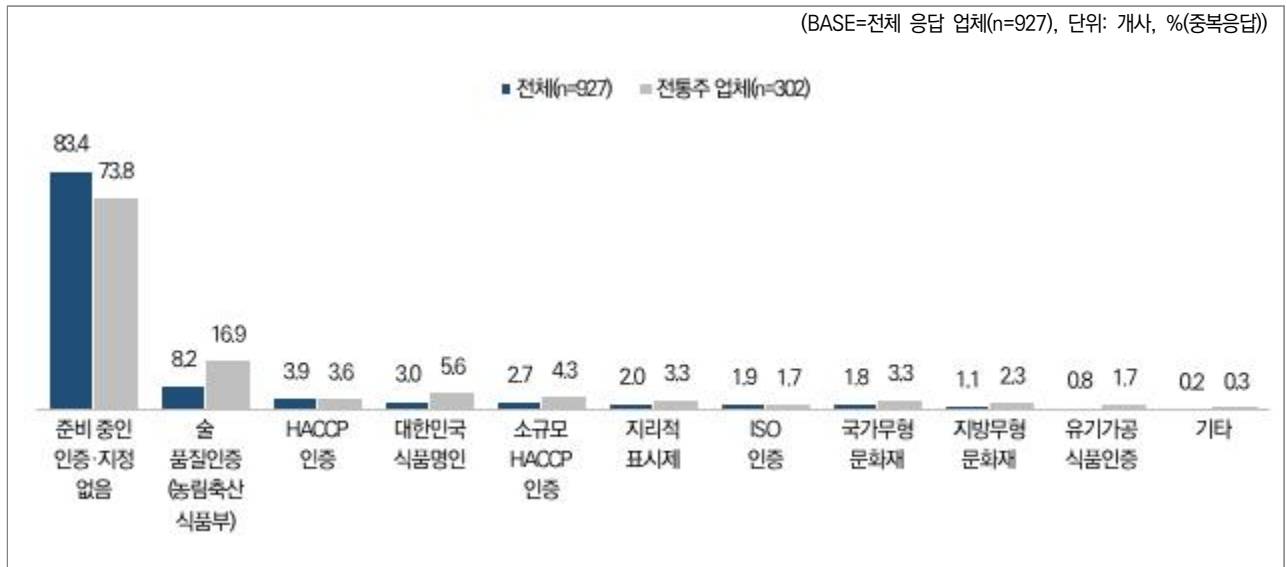
구분	사례수	보유 인증·지정 없음	술 품질인증 (농림축산 식품부)	HACCP 인증	ISO 인증	지리적 표시제	소규모 HACCP 인증	대한민국 식품명인	국가무형 문화재	지방무형 문화재	유기가공 식품인증	기타
전체	(927)	74.0	10.0	5.7	4.6	4.3	3.6	2.9	1.9	1.6	1.6	2.9
전통주업체	(302)	66.2	15.6	4.3	7.0	5.6	2.6	5.3	4.0	3.3	2.3	3.3
탁주	(531)	78.2	11.5	5.1	2.6	2.4	2.6	2.6	2.1	1.5	1.7	2.3
청주	(8)	62.5	25.0	25.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
약주	(207)	64.7	15.0	4.3	3.9	5.8	3.9	3.9	1.9	3.4	1.4	3.4
과실주	(136)	61.0	11.8	7.4	11.0	8.8	4.4	1.5	0.0	0.0	3.7	5.1
증류식 소주	(58)	44.8	24.1	13.8	12.1	5.2	5.2	5.2	3.4	0.0	0.0	6.9
화석식 소주	(11)	9.1	27.3	63.6	36.4	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맥주	(93)	83.9	4.3	9.7	5.4	3.2	7.5	3.2	3.2	2.2	2.2	1.1
브랜드	(2)	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
위스키	(2)	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
일반증류주	(94)	56.4	11.7	8.5	12.8	4.3	4.3	6.4	1.1	3.2	1.1	5.3
리큐르	(43)	39.5	9.3	20.9	20.9	14.0	7.0	9.3	0.0	0.0	2.3	4.7
기타주류	(35)	54.3	8.6	17.1	22.9	8.6	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.7

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(3) 준비 중인 술 관련 인증·지정

- 응답 업체 전체의 준비 중인 술 관련 인증·지정은 ‘준비 중인 인증·지정 없음’이 83.4%로 가장 많았으며, 준비 중인 인증·지정으로는 ‘술 품질인증’이 8.2%로 가장 많음.
- 전통주업체의 준비 중인 술 관련 인증·지정은 ‘준비 중인 인증·지정 없음’이 73.8%로 전체 대비 준비 중인 비중이 높은 것으로 나타남. 준비 중인 인증·지정으로는 ‘술 품질인증’이 16.9%로 가장 많음.

〈그림 4-27〉 준비 중인 술 관련 인증·지정



〈표 4-66〉 준비 중인 술 관련 인증·지정

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %(중복응답))

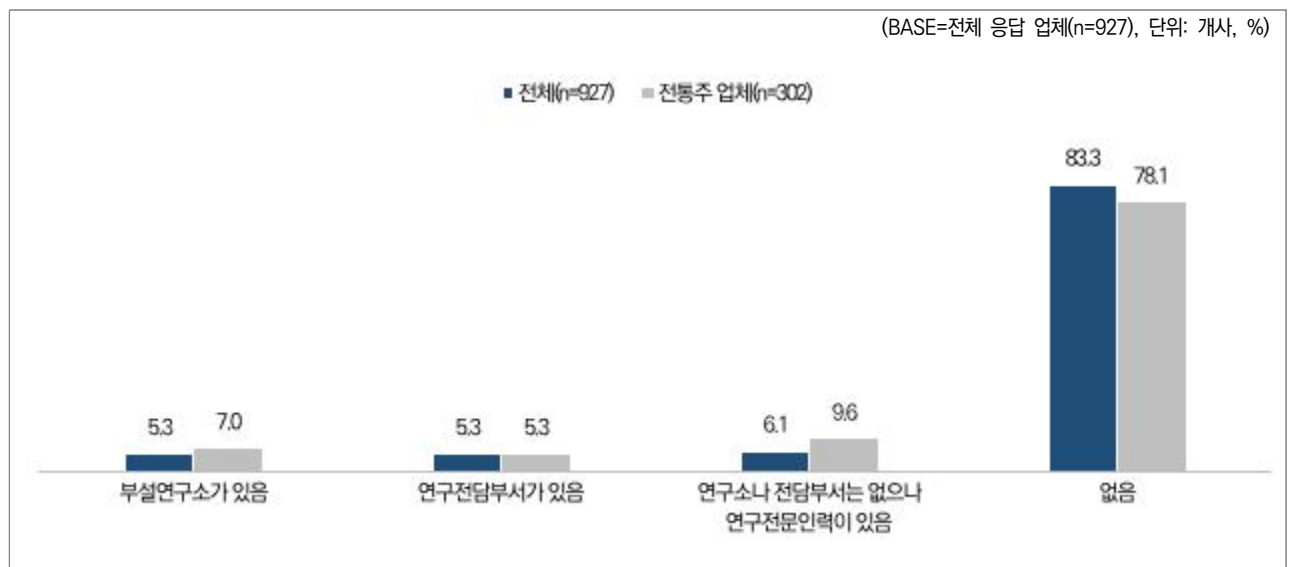
구분	사례수	준비 중인 인증·지정 없음	술 품질인증 (농림축산식품부)	HACCP 인증	대한민국 식품명인	소규모 HACCP 인증	지리적 표시제	ISO 인증	국가무형 문화재	지방무형 문화재	유기가공 식품인증	기타
전체	(927)	83.4	8.2	3.9	3.0	2.7	2.0	1.9	1.8	1.1	0.8	0.2
전통주업체	(302)	73.8	16.9	3.6	5.6	4.3	3.3	1.7	3.3	2.3	1.7	0.3
탁주	(531)	83.8	9.4	3.8	3.2	1.9	2.1	1.5	2.1	1.5	0.9	0.2
청주	(8)	75.0	12.5	12.5	-	-	-	12.5	-	-	-	-
약주	(207)	74.4	12.6	5.8	4.3	2.9	3.4	1.9	1.9	1.9	1.4	0.5
과실주	(136)	75.7	8.1	7.4	2.2	4.4	2.9	6.6	0.7	0.7	1.5	0.7
증류식 소주	(58)	74.1	10.3	5.2	3.4	6.9	1.7	3.4	1.7	-	-	-
희석식 소주	(11)	72.7	9.1	18.2	-	-	-	18.2	-	-	-	-
맥주	(93)	89.2	3.2	5.4	3.2	3.2	1.1	2.2	3.2	1.1	-	1.1
브랜드	(2)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
위스키	(2)	50.0	-	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
일반증류주	(94)	69.1	13.8	8.5	4.3	7.4	2.1	3.2	1.1	1.1	-	-
리큐르	(43)	69.8	11.6	9.3	4.7	9.3	0.0	2.3	-	-	-	-
기타주류	(35)	68.6	8.6	14.3	2.9	5.7	2.9	5.7	2.9	-	-	2.9

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(4) 술 관련 부설연구소 또는 연구전담부서 보유

- 응답 업체 전체의 술 관련 부설연구소 또는 연구전담부서는 ‘없음’이 83.3%로 가장 많았으며, 보유한 경우에는 ‘연구소나 전담부서는 없으나 연구전문인력이 있음’이 6.1%로 가장 많음.
- 전통주업체 역시 ‘없음’이 78.1%로 가장 많으며, 보유한 경우에는 ‘연구소나 전담부서는 없으나 연구전문인력이 있음’이 9.6%로 가장 많음.

〈그림 4-28〉 술 관련 부설연구소 또는 연구전담부서 보유



〈표 4-67〉 술 관련 부설연구소 또는 연구전담부서 보유

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

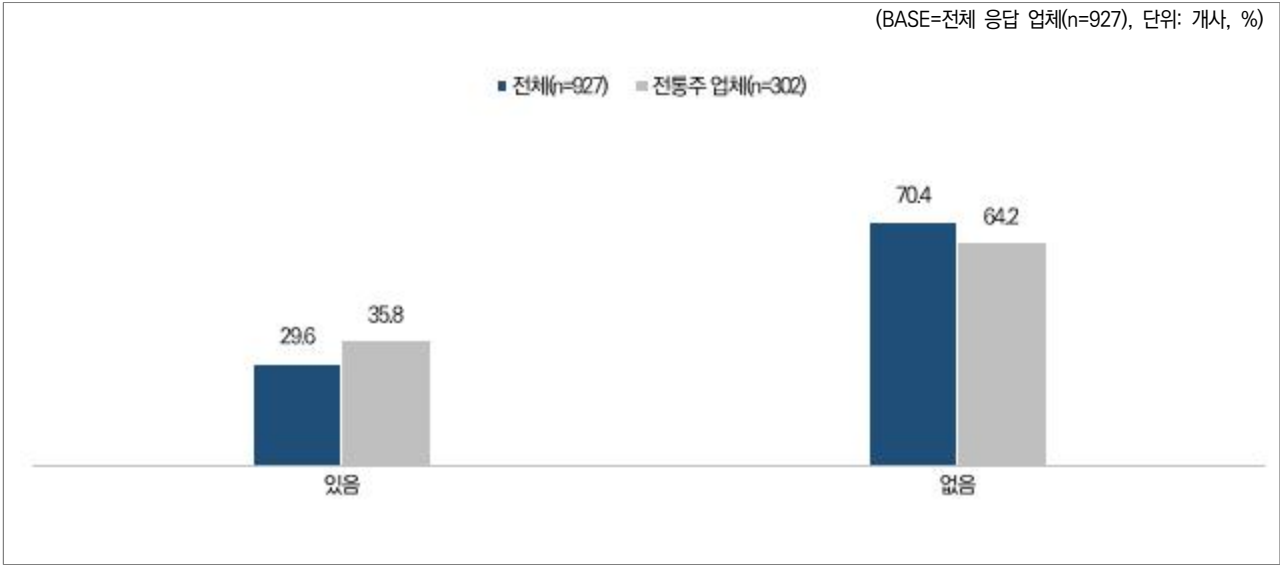
구분	사례수	부설연구소가 있음	연구전담부서가 있음	연구소나 전담부서는 없으나 연구전문인력이 있음	없음
전체	(927)	5.3	5.3	6.1	83.3
전통주업체	(302)	7.0	5.3	9.6	78.1
탁주	(531)	5.3	4.1	5.5	85.1
청주	(8)	37.5	12.5	-	50.0
약주	(207)	3.9	5.8	8.2	82.1
과실주	(136)	6.6	6.6	4.4	82.4
증류식 소주	(58)	3.4	13.8	15.5	67.2
희석식 소주	(11)	18.2	27.3	18.2	36.4
맥주	(93)	11.8	8.6	8.6	71.0
브랜드	(2)	50.0	-	-	50.0
위스키	(2)	50.0	-	-	50.0
일반증류주	(94)	6.4	12.8	12.8	68.1
리큐르	(43)	18.6	4.7	11.6	65.1
기타주류	(35)	8.6	20.0	8.6	62.9

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(5) 품질관리 전담직원 보유

- 응답 업체 전체의 품질관리 전담직원은 ‘없음’이 70.4%로 ‘있음’(29.6%)보다 40.8%p 많음.
- 전통주업체 역시 ‘없음’이 64.2%로 더 많으나, 전체 대비 품질관리 전담직원을 보유한 비율이 높은 것으로 나타남.

〈그림 4-29〉 품질관리 전담직원 보유



〈표 4-68〉 품질관리 전담직원 보유

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

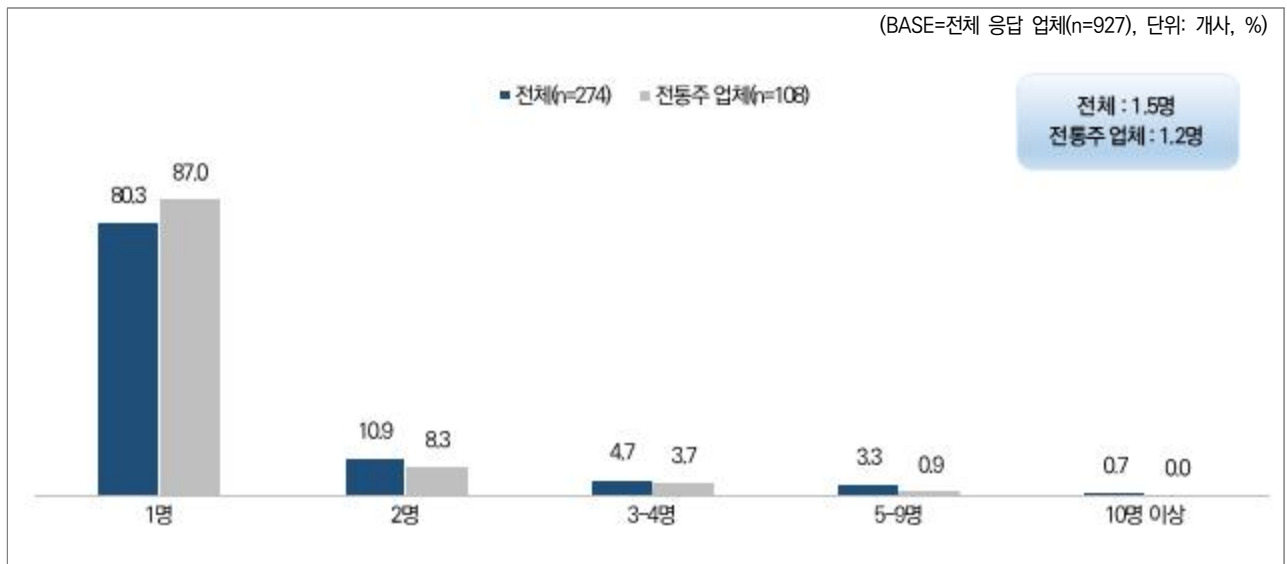
구분	사례수	있음	없음
전체	(927)	29.6	70.4
전통주업체	(302)	35.8	64.2
탁주	(531)	28.6	71.4
청주	(8)	62.5	37.5
약주	(207)	34.3	65.7
과실주	(136)	25.7	74.3
증류식 소주	(58)	46.6	53.4
희석식 소주	(11)	63.6	36.4
맥주	(93)	49.5	50.5
브랜드	(2)	50.0	50.0
위스키	(2)	50.0	50.0
일반증류주	(94)	41.5	58.5
리큐르	(43)	55.8	44.2
기타주류	(35)	54.3	45.7

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(가) 품질관리 전담직원 수

- 품질관리 전담직원을 보유한 응답 업체의 평균 품질관리 전담직원 수는 1.5명으로 1명인 업체가 80.3%로 가장 많음. 다음으로 2명(10.9%), 3~4명(4.7%) 순임.

〈그림 4-30〉 품질관리 전담직원 보유_인원



〈표 4-69〉 품질관리 전담직원 보유_인원

(BASE=품질관리 전담직원 보유 업체(n=274), 단위: 개사, %, 명)

구분	사례수	1명	2명	3-4명	5-9명	10명 이상	평균(명)
전체	(274)	80.3	10.9	4.7	3.3	0.7	1.5
전통주업체	(108)	87.0	8.3	3.7	0.9	-	1.2
탁주	(152)	88.2	5.9	3.9	2.0	-	1.2
청주	(5)	60.0	-	20.0	20.0	-	2.6
약주	(71)	84.5	9.9	1.4	4.2	-	1.3
과실주	(35)	68.6	11.4	8.6	11.4	-	1.9
증류식 소주	(27)	66.7	18.5	3.7	7.4	3.7	2.0
희석식 소주	(7)	14.3	28.6	14.3	28.6	14.3	4.6
맥주	(46)	63.0	19.6	10.9	4.3	2.2	2.0
브랜드	(1)	-	-	-	-	100.0	10.0
위스키	(1)	-	-	-	100.0	-	7.0
일반증류주	(39)	74.4	20.5	-	2.6	2.6	1.6
리큐르	(24)	62.5	12.5	12.5	8.3	4.2	2.2
기타주류	(19)	68.4	5.3	5.3	15.8	5.3	2.8

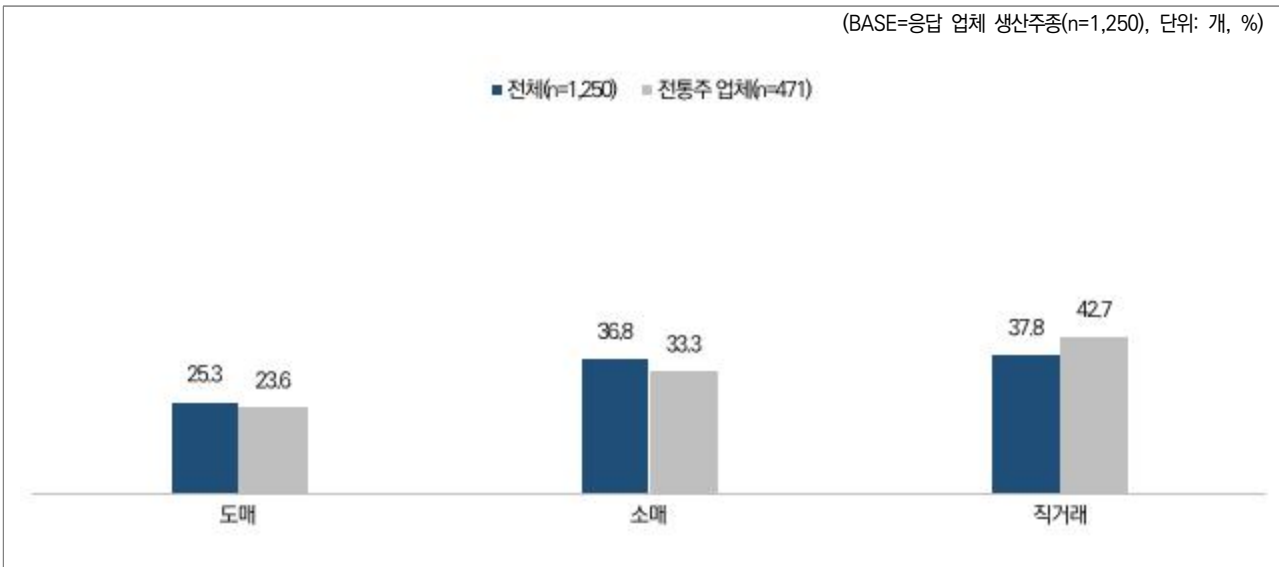
※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

7 유통채널별 판매 비중

(1) 유통채널별 판매 비중(대분류)

- 전체 응답 업체 생산주종의 유통채널 판매 비중은 직거래가 평균 37.8%로 가장 높고, 다음으로 소매가 36.8%, 도매가 25.3% 순임.
- 전통주업체의 경우 직거래가 평균 42.7%, 소매가 33.3%, 도매가 23.6% 순으로 전체 대비 직거래의 비중이 높음.

〈그림 4-31〉 유통채널별 주류 판매 비중 평균(대분류)



〈표 4-70〉 유통채널별 주류 판매 비중 평균(대분류)

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 단위: 개, %)

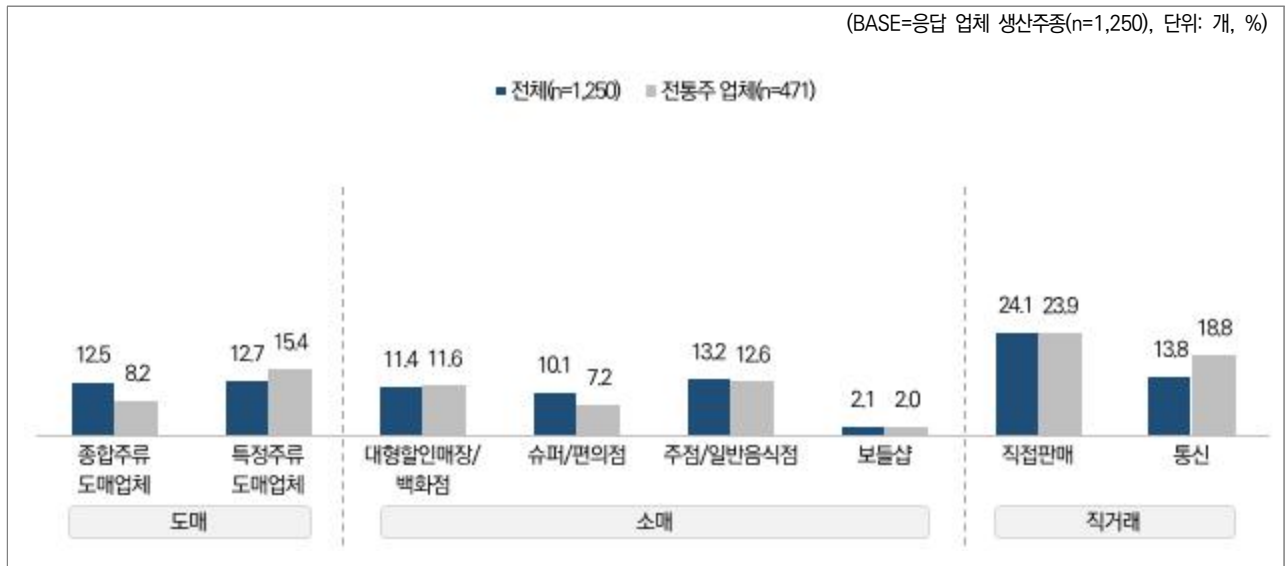
구분	사례수	도매	소매	직거래
전체	(1,250)	25.3	36.8	37.8
전통주업체	(471)	23.6	33.3	42.7
탁주	(531)	22.6	51.1	26.3
청주	(8)	38.8	21.3	40.0
약주	(207)	18.2	22.1	59.9
과실주	(160)	25.4	22.2	51.5
증류식 소주	(58)	32.8	21.3	45.8
희석식 소주	(11)	47.7	15.5	36.8
맥주	(93)	28.6	46.5	25.0
브랜드	(2)	30.0	15.0	55.0
위스키	(2)	70.0	27.5	2.5
일반증류주	(94)	32.1	22.2	44.7
리큐르	(43)	27.5	40.3	32.2
기타주류	(41)	47.0	23.5	29.5

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(2) 유통채널별 판매 비중(중분류)

- 유통채널 판매 비중을 상세히 살펴보면 직접 판매의 비중이 업체 평균 24.1%로 가장 높음.
 - 도매에서는 특정주류 도매업체가 평균 12.7%, 소매에서는 주점/일반음식점이 평균 13.2%로 가장 높게 나타남.
- 전통주업체 역시 직거래가 업체 평균 23.9%로 가장 높고, 도매에서는 특정주류 도매업체가 15.4%, 소매에서는 주점/일반음식점이 12.6%로 가장 높음.

〈그림 4-32〉 유통채널별 주류 판매 비중 평균(중분류)



〈표 4-71〉 유통채널별 주류 판매 비중 평균(중분류)

(BASE=응답 업체 생산주종(n=1,250), 단위: 개, %)

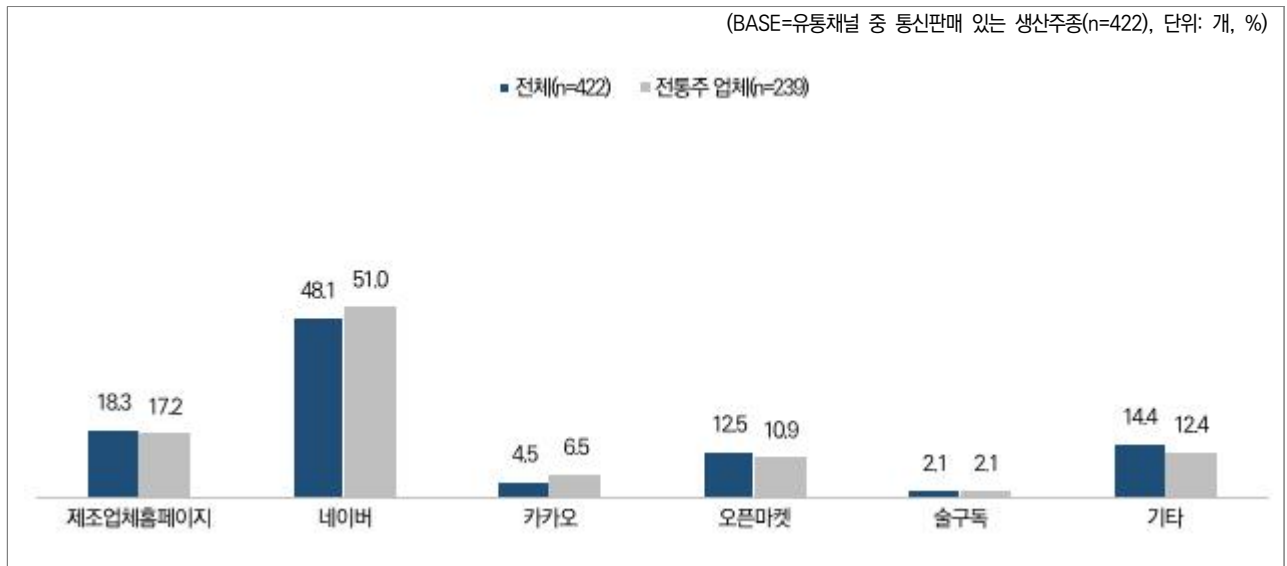
구분	사례수	도매_종합주류 도매업체	도매_특정주류 도매업체	소매_대형할인 매장/백화점	소매_슈퍼/ 편의점	소매_주점/ 일반 음식점	소매_보틀샵	직거래_직접판매	직거래_통신	직거래_통신 제조업체 홈페이지	직거래_통신 온라인 판매처	직거래_통신 라이브 방송	직거래_통신 술구독
전체	(1,250)	12.5	12.7	11.4	10.1	13.2	2.1	24.1	13.8	3.8	9.6	0.2	0.2
전통주업체	(471)	8.2	15.4	11.6	7.2	12.5	2.0	23.9	18.8	13.0	0.5	0.4	0.4
탁주	(531)	10.8	11.8	15.7	15.5	18.3	1.7	17.9	8.4	1.6	6.4	0.3	0.1
청주	(8)	26.3	12.5	8.8	2.5	1.3	8.8	28.8	11.3	1.9	9.4	-	-
약주	(207)	7.6	10.7	5.7	4.0	10.7	1.8	43.3	16.6	4.9	10.9	0.4	0.3
과실주	(160)	14.7	10.7	10.9	4.9	4.0	2.3	30.8	20.7	6.5	13.6	0.2	0.4
증류식 소주	(58)	11.6	21.2	8.3	5.0	4.4	3.6	21.0	24.8	7.3	17.1	-	0.4
희석식 소주	(11)	28.2	19.5	1.8	11.8	1.8	-	16.4	20.5	13.6	6.8	-	-
맥주	(93)	20.9	7.7	7.0	11.1	24.5	3.9	23.7	1.3	-	1.3	-	-
브랜드	(2)	25.0	5.0	5.0	5.0	5.0	-	45.0	10.0	0.0	10.0	-	-
위스키	(2)	70.0	-	15.0	5.0	5.0	2.5	2.5	-	-	-	0.0	-
일반증류주	(94)	11.4	20.7	8.2	4.7	6.7	2.6	18.7	27.0	7.1	19.3	0.1	0.5
리큐르	(43)	18.2	9.3	19.4	13.0	7.2	0.7	15.8	16.4	4.4	11.0	-	1.0
기타주류	(41)	20.0	27.0	4.1	9.0	9.4	1.0	10.1	19.4	7.8	11.6	-	-

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(3) 통신판매 채널별 판매 비중

- 전체 응답 업체 생산주종의 통신판매 채널별 판매 비중은 네이버가 평균 48.1%로 가장 높음. 그 다음으로는 제조업체 홈페이지(18.3%), 오픈마켓(12.5%) 순임.
- 통신판매 채널을 통한 직접 판매가 가능한 전통주업체 역시 네이버가 평균 51.0%로 가장 높으며, 다음으로 제조업체 홈페이지(17.2%), 오픈마켓(10.9%) 순임.

〈그림 4-33〉 통신판매 채널별 매출액 비중 평균



〈표 4-72〉 통신판매 채널별 매출액 비중 평균

(BASE=유통채널 중 통신판매 있는 생산주종(n=422), 단위: 개, %)

구분	사례수	제조업체홈페이지	네이버	카카오	오픈마켓	술구독	기타
전체	(422)	18.3	48.1	4.5	12.5	2.1	14.4
전통주업체	(239)	17.2	51.0	6.5	10.9	2.1	12.4
탁주	(128)	13.7	62.3	2.3	8.2	1.8	11.8
청주	(4)	25.0	42.5	5.0	-	-	27.5
약주	(87)	21.3	44.7	1.9	14.0	2.8	15.3
과실주	(72)	18.8	42.3	9.9	13.6	1.2	14.2
증류식 소주	(40)	20.9	43.9	2.5	13.5	2.3	17.0
희석식 소주	-	-	-	-	-	-	-
맥주	-	-	-	-	-	-	-
브랜드	(2)	-	45.0	10.0	5.0	-	40.0
위스키	-	-	-	-	-	-	-
일반증류주	(56)	18.8	35.9	7.7	17.5	2.4	17.8
리큐르	(21)	23.8	44.3	5.5	16.0	4.5	6.0
기타주류	(12)	24.2	35.5	5.0	14.2	-	21.2

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

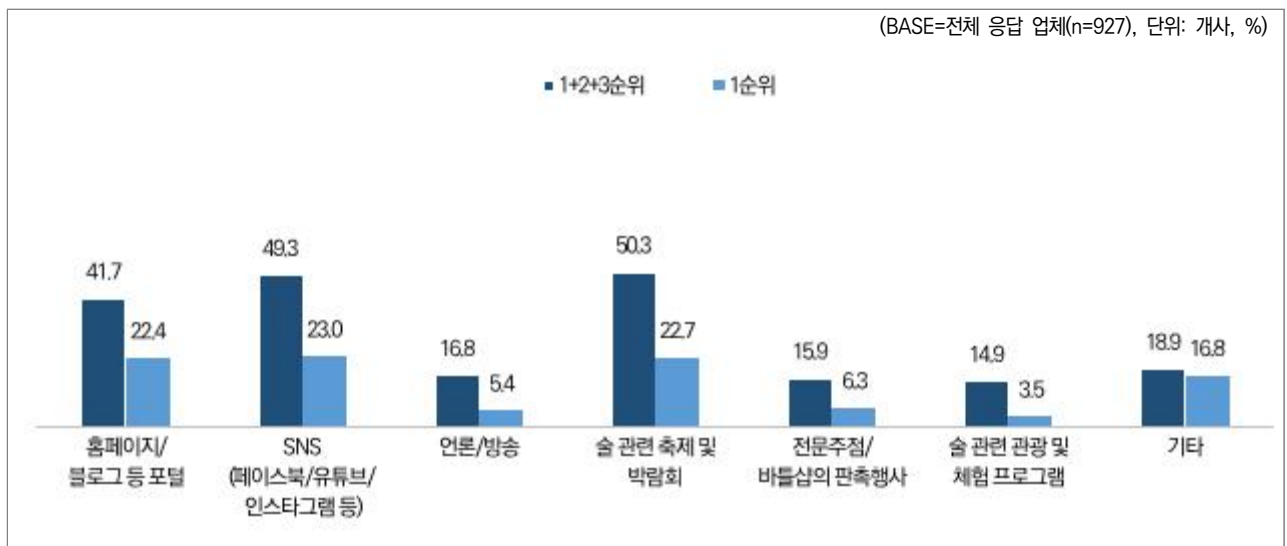
8

홍보 방법

(1) 술 관련 홍보 방법

- 응답 업체 전체의 술 관련 홍보 방법(1+2+3순위)은 술 관련 축제 및 박람회(50.3%)로 가장 많으며, 다음으로 SNS(49.3%), 홈페이지/블로그 등 포털(41.7%) 순임.
- 1순위는 SNS가 23.0%로 가장 많음. 그 다음으로는 술 관련 축제 및 박람회(22.7%), 홈페이지/블로그 등 포털(22.4%) 순임.

〈그림 4-34〉 술 관련 홍보 방법



〈표 4-73〉 술 관련 홍보 방법

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %(1+2+3순위))

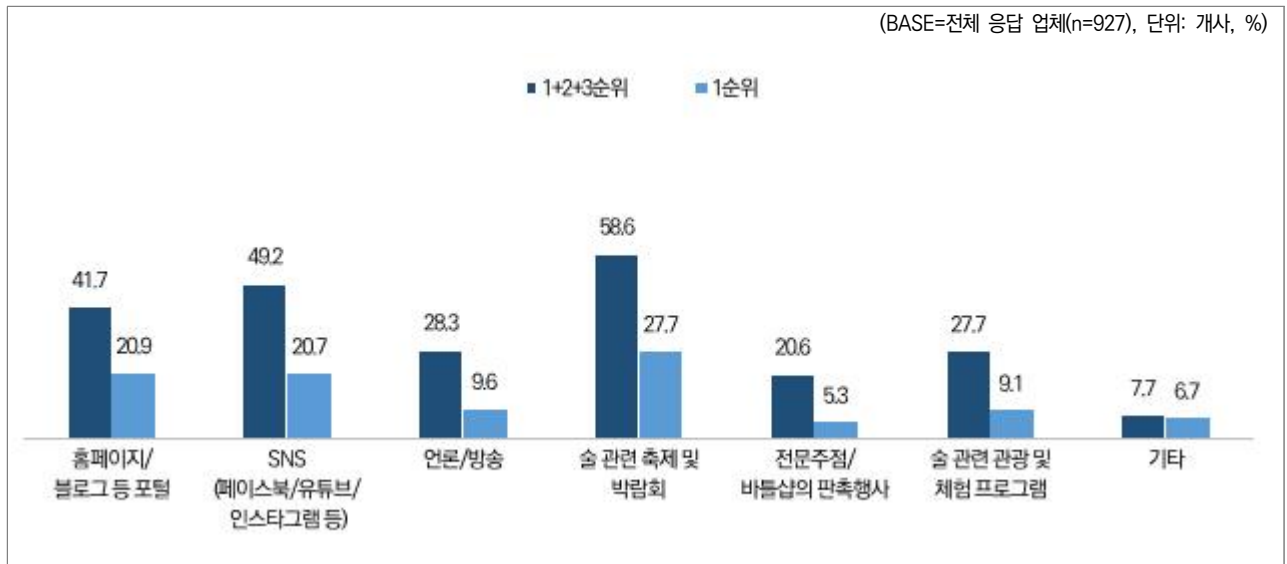
구분	사례수	홈페이지/블로그 등 포털	SNS(페이스북/유튜브/인스타그램 등)	언론/방송	술 관련 축제 및 박람회	전문주점/바를삼의 판촉행사	술 관련 관광 및 체험 프로그램	기타
전체	(927)	41.7	49.3	16.8	50.3	15.9	14.9	18.9
전통주업체	(302)	47.4	57.0	15.6	54.0	13.6	21.2	9.9
탁주	(531)	36.9	45.4	15.4	46.9	15.1	13.4	21.8
청주	(8)	62.5	25.0	12.5	50.0	12.5	25.0	12.5
약주	(207)	40.1	48.3	14.0	48.3	12.6	19.3	21.3
과실주	(136)	48.5	48.5	22.1	64.0	14.7	25.7	11.8
증류식 소주	(58)	70.7	65.5	22.4	51.7	15.5	13.8	1.7
희석식 소주	(11)	90.9	72.7	36.4	45.5	18.2	-	9.1
맥주	(93)	53.8	69.9	9.7	57.0	28.0	7.5	5.4
브랜드	(2)	50.0	-	50.0	100.0	-	50.0	-
위스키	(2)	100.0	-	100.0	50.0	50.0	-	-
일반증류주	(94)	53.2	52.1	22.3	56.4	16.0	22.3	7.4
리큐르	(43)	58.1	53.5	32.6	53.5	20.9	11.6	4.7
기타주류	(35)	54.3	54.3	14.3	42.9	11.4	8.6	11.4

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(2) 향후 시작/확대할 홍보 방법

- 응답 업체 전체의 향후 시작 또는 확대할 홍보 방법(1+2+3순위)은 술 관련 축제 및 박람회 58.6%로 가장 많으며, 다음으로 SNS(49.2%), 홈페이지/블로그 등 포털(41.7%) 순임.
- 1순위 역시 술 관련 축제 및 박람회가 27.7%로 가장 많음. 그 다음으로는 홈페이지/블로그 등 포털(20.9%), SNS(20.7%) 순임.

〈그림 4-35〉 향후 시작/확대할 홍보 방법



〈표 4-74〉 향후 시작/확대할 홍보 방법

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %(1+2+3순위))

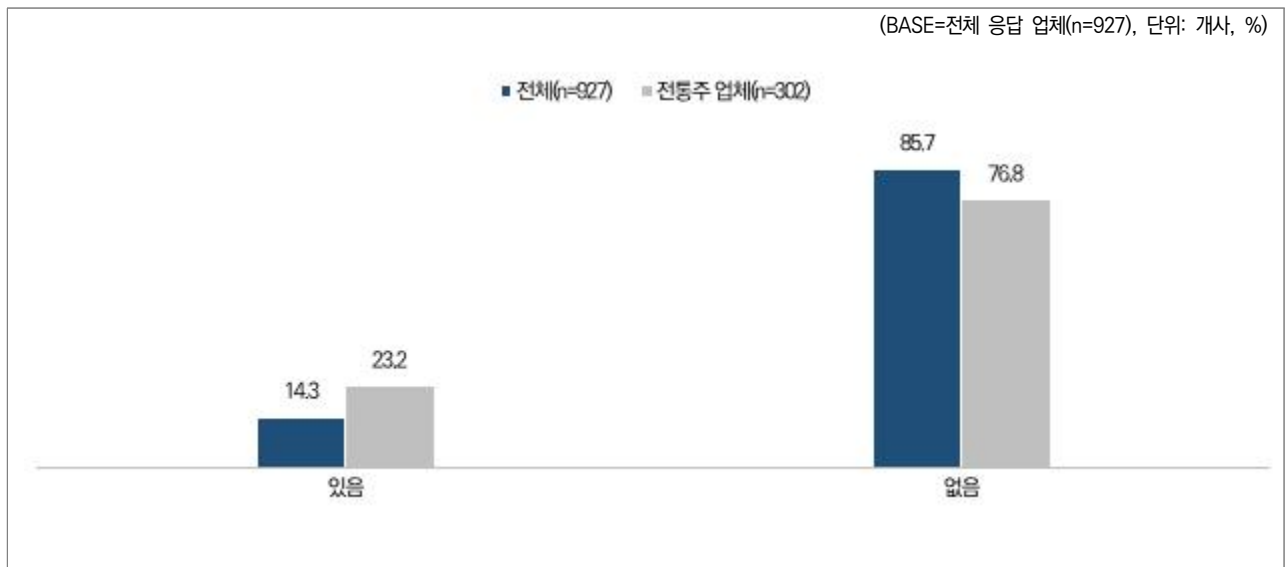
구분	사례수	홈페이지/블로그 등 포털	SNS(페이스북/유튜브/인스타그램 등)	언론/방송	술 관련 축제 및 박람회	전문주점/바틀샵의 판촉행사	술 관련 관광 및 체험 프로그램	기타
전체	(927)	41.7	49.2	28.3	58.6	20.6	27.7	7.7
전통주업체	(302)	47.7	54.0	29.5	57.3	18.2	32.1	4.0
탁주	(531)	41.8	46.1	25.8	57.8	18.3	26.0	9.0
청주	(8)	37.5	12.5	37.5	50.0	50.0	12.5	-
약주	(207)	42.5	45.9	30.4	60.4	15.5	32.9	7.7
과실주	(136)	40.4	55.1	28.7	66.2	23.5	27.2	5.9
증류식 소주	(58)	62.1	58.6	37.9	48.3	24.1	25.9	3.4
희석식 소주	(11)	72.7	63.6	72.7	54.5	9.1	9.1	-
맥주	(93)	41.9	60.2	21.5	60.2	25.8	28.0	2.2
브랜드	(2)	100.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-
위스키	(2)	50.0	50.0	50.0	0.0	100.0	50.0	-
일반증류주	(94)	52.1	54.3	39.4	43.6	19.1	29.8	3.2
리큐르	(43)	46.5	55.8	39.5	53.5	18.6	25.6	7.0
기타주류	(35)	40.0	60.0	37.1	42.9	11.4	22.9	2.9

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(3) 술 관련 관광 체험 프로그램 여부

- 응답 업체 전체의 술 관련 관광 체험 프로그램 여부는 ‘없음’이 85.7%로 ‘있음’(14.3%) 대비 71.4%p 더 많음.
- 전통주업체 역시 ‘있음’ 23.2%, ‘없음’ 76.8%로 ‘없음’이 더 많으나, 전체 대비 전통주업체에서 관광 체험 프로그램이 있는 비율이 더 높음.

〈그림 4-36〉 술 관련 관광 체험 프로그램 여부



〈표 4-75〉 술 관련 관광 체험 프로그램 여부

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

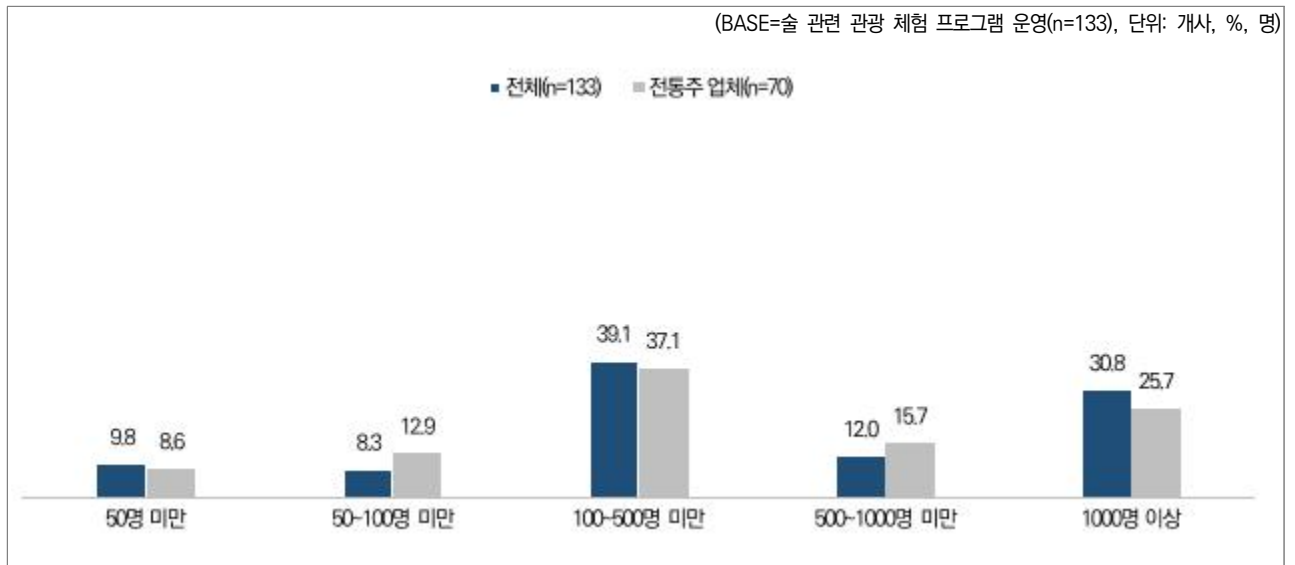
구분	사례수	있음	없음
전체	(927)	14.3	85.7
전통주업체	(302)	23.2	76.8
탁주	(531)	13.4	86.6
청주	(8)	-	100.0
약주	(207)	20.3	79.7
과실주	(136)	22.8	77.2
증류식 소주	(58)	20.7	79.3
희석식 소주	(11)	9.1	90.9
맥주	(93)	16.1	83.9
브랜드	(2)	-	100.0
위스키	(2)	50.0	50.0
일반증류주	(94)	21.3	78.7
리큐르	(43)	14.0	86.0
기타주류	(35)	17.1	82.9

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(가) 술 관련 관광 체험 프로그램 한해 관광객 수

- 술 관련 관광 체험 프로그램이 있는 업체의 한해 관광객 수는 평균 3,374.2명으로, 100~500명 미만이 39.1%로 가장 많음.
- 전통주업체의 경우 평균 4,266.8명으로 전체 대비 전통주업체에서 한해 평균 관광객 수가 더 많음.

〈그림 4-37〉 술 관련 관광 체험 프로그램 한해 관광객 수



〈표 4-76〉 술 관련 관광 체험 프로그램 한해 관광객 수

(BASE=술 관련 관광 체험 프로그램 운영(n=133), 단위: 개사, %, 명)

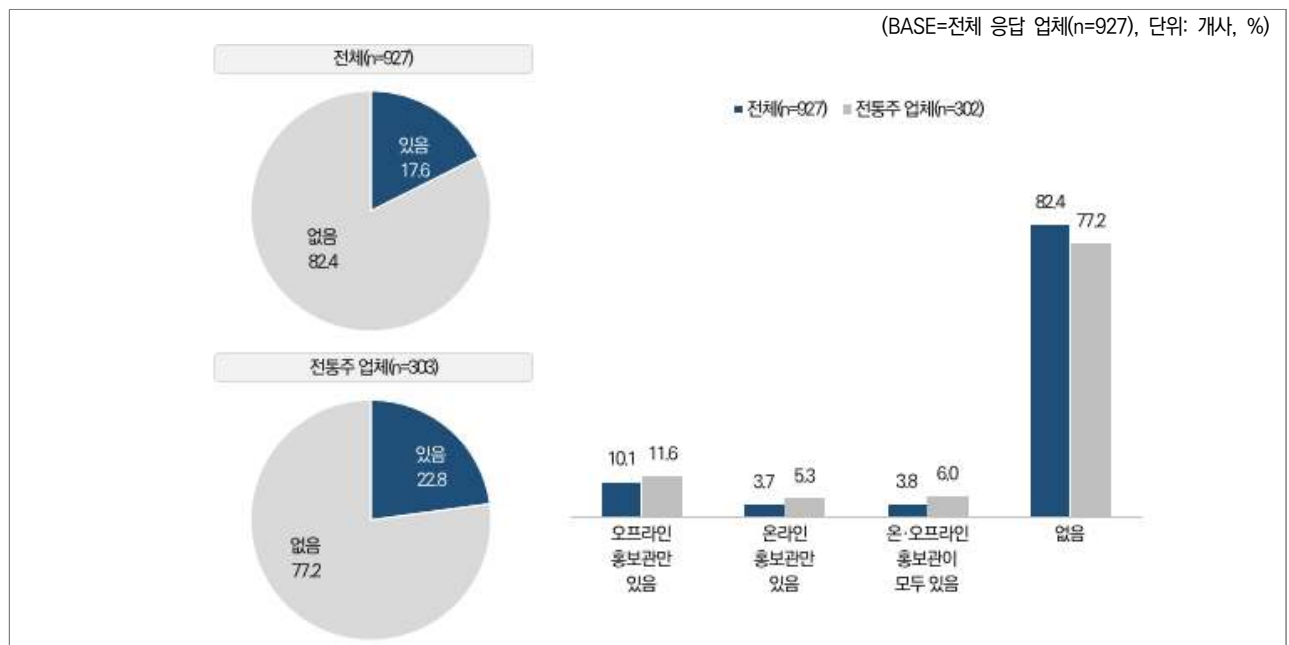
구분	사례수	50명 미만	50~100명 미만	100~500명 미만	500~1000명 미만	1000명 이상	평균(명)
전체	(133)	9.8	8.3	39.1	12.0	30.8	3,374.2
전통주업체	(70)	8.6	12.9	37.1	15.7	25.7	4,266.8
탁주	(71)	8.5	11.3	43.7	11.3	25.4	1,008.1
청주	-	-	-	-	-	-	-
약주	(42)	9.5	14.3	42.9	11.9	21.4	1,056.0
과실주	(31)	6.5	3.2	19.4	16.1	54.8	10,892.9
증류식 소주	(12)	-	-	58.3	16.7	25.0	1,287.5
희석식 소주	(1)	-	-	-	-	100.0	5,000.0
맥주	(15)	13.3	-	46.7	13.3	26.7	6,602.0
브랜드	-	-	-	-	-	-	-
위스키	(1)	-	-	-	-	100.0	2,000.0
일반증류주	(20)	15.0	5.0	40.0	10.0	30.0	3,396.3
리큐르	(6)	-	16.7	50.0	-	33.3	2,626.7
기타주류	(6)	16.7	16.7	16.7	16.7	33.3	2,913.3

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

(4) 술 관련 홍보관 운영 여부

- 응답 업체 전체의 술 관련 홍보관은 ‘없음’이 82.4%, ‘있음’이 17.6%로 64.8%p의 차이로 ‘없음’이 더 많음.
- 술 관련 홍보관이 있는 경우, ‘오프라인 홍보관만 있음’이 10.1%로 가장 많음.
- 전통주업체 역시 ‘없음’ 77.2%, ‘있음’ 22.8%로 없음이 더 많으나, 전체 대비 전통주업체에서 홍보관을 운영하는 비율이 더 높음.

〈그림 4-38〉 술 관련 관광 홍보관 운영 여부



〈표 4-77〉 술 관련 홍보관 운영 여부

(BASE=전체 응답 업체(n=927), 단위: 개사, %)

구분	사례수	오프라인 홍보관만 있음	온라인 홍보관만 있음	온·오프라인 홍보관이 모두 있음	없음
전체	(927)	10.1	3.7	3.8	82.4
전통주업체	(302)	11.6	5.3	6.0	77.2
탁주	(531)	6.4	2.3	2.6	88.7
청주	(8)	12.5	12.5	-	75.0
약주	(207)	20.3	2.9	4.8	72.0
과실주	(136)	15.4	5.1	5.1	74.3
증류식 소주	(58)	10.3	13.8	12.1	63.8
화석식 소주	(11)	18.2	27.3	-	54.5
맥주	(93)	6.5	6.5	9.7	77.4
브랜드	(2)	-	50.0	-	50.0
위스키	(2)	50.0	50.0	-	-
일반증류주	(94)	13.8	8.5	4.3	73.4
리큐르	(43)	18.6	11.6	2.3	67.4
기타주류	(35)	2.9	8.6	5.7	82.9

※ 생산주종은 중복응답으로 응답 업체 수와 상이함.

V

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

유통 현황



part 1

국내 유통 체계

- 주류산업은 제조업체, 도매업체, 소매업체, 소비자 간의 복잡한 유통 네트워크를 통해 운영되고 있음. 특히 주류의 제조, 유통, 판매는 철저히 규제된 면허 체계 아래에서 관리되며, 이를 통해 품질 관리와 불법 유통 방지가 이루어지고 있음.
- 주류유통채널 구조 및 특징에 관한 법적 근거는 주류의 양도·양수방법, 상대방 및 기타에 관한 명령위임 고시(국세청 고시 제 2021-12호)에 따라 관리됨. 이 고시는 주류의 양도, 양수, 판매처, 구매처와 취급 가능 주종을 명확히 규정함.
 - 이에 기초한 주류의 반출·판매 등에 관한 명령위임 고시(국세청 고시 제2022-19호), 주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시(국세청 고시 제2023-12호)에 따라 세무적·법적 절차와 비대면 판매를 규정하고 있음.
- 탁주, 약주, 청주, 민속주, 지역특산주 및 조미용주류 제조자는 특정주류도매업자, 종합주류도매업자, 주류중개업자, 유통음식업자, 주류소매업자, 의제판매업자 및 실수요자에게 주류를 판매할 수 있음.
 - 일반탁주(생막걸리)는 종합주류도매업자와 주류중개업자에게 판매 금지됨.
 - 민속주, 지역특산주 제조자는 전통주 판매 승인을 받은 희석식 소주나 맥주 제조자에게 판매 가능함.
 - 탁·약주 제조자는 관할 세무서장으로부터 실수요자 증명을 받아 길홍사 관련인이나 농어민에게 직접 공급 가능함.
- 소규모 주류의 판매 및 유통 소규모주류는 병입한 주류를 제조장에서 소비자에게 직접 판매할 수 있음.
 - 제조자는 용기주입시설, 세척시설, 냉장보관시설을 갖추고 납세증명표지(청주, 맥주)와 식품표시기준(식약처 고시)에 따른 상표 등을 부착해야 하며, 이를 통해 최종 소비자에게 판매할 수 있음.
 - 이 경우 주류의 용도 구분 표시는 생략 가능함.

- 소규모 주류를 영업장에서 판매하려면 이동·저장 용기에 용량, 검정 연월일, 식품 등의 표시 기준을 표시해야 하며, 판매 전까지 규격 위반이 발생하지 않도록 냉장 시설 등을 이용해 보관해야 함.
- 소규모 주류의 외부 유통이 가능함. 종합주류도매업자와 특정주류도매업자를 통해 주류소매업 면허를 보유한 자, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점 등에 판매 가능함.
- 제조자는 용기주입시설, 세척시설, 냉장보관시설 등을 갖추고 납세증명표지와 식품 등의 표시 기준(식약처 고시)에 따른 상표 등을 부착해야 하며, 여과·살균시설을 갖추거나 냉장유통·보관시설을 갖추어야 판매하고 운반 가능함.

● 주류 통신판매

- 통신판매를 통한 주류 판매는 성인인증과 대면 결제를 통해 가능함. 통신판매업자는 법적 인증 절차를 거쳐 판매해야 하며, 이 과정에서 비대면 판매에 대한 규제가 적용됨.
- 주류소매업자가 통신판매를 할 때는 반드시 대면 결제를 통해 주류를 판매해야 하며, 온라인 판매가 허용되지 않는 주류가 있음.

1

도매업자

(1) 종합주류도매업자

- 종합주류도매업자는 탁주, 약주, 청주, 소주, 맥주, 과일주 등 다양한 주종을 취급하며, 제조업체와 수입업자로부터 주류를 구매하여 소매업자, 유통음식업소, 실수요자에게 공급하는 대규모 유통 역할을 수행함.
- 주류제조업체와 수입업자로부터 주류를 구입하여 소매업자(대형마트, 주류 전문점, 편의점 등), 유통음식업자(바, 클럽, 노래방 등), 실수요자(주류를 직접 소비하는 개인이나 단체로 기타 주소지 또는 사업장 관할 세무서장으로부터 실수요자 증명을 받은 자)에게 판매할 수 있음.

(국세청 고시 제2022-19호) 제4조(종합주류도매업자의 준수사항)

- ① 종합주류도매업자는 주류 제조자와 수입업자로부터 주류를 구입하여야 한다. 다만, 살균하지 않은 생탁주는 구입할 수 없다.
- ② 종합주류도매업자는 주류 면허 등에 관한 법률 시행령 제8조 및 제9조에 따라 주류소매업 면허를 받은 자에게 주류를 판매하여야 한다. 다만 관할 세무서장으로부터 실수요자 증명을 받은 자에게는 직접 판매할 수 있다.
- ③ 종합주류도매업자가 주류를 판매할 때에는 다음 각 호의 구분에 따라 용도별로 판매하여야 한다. 다만, 주류의 제조, 생산 및 상표 등에 관한 명령위임 고시(국세청 고시)에 따라 용도구분 표시가 생략된 주류는 용도별 구분 없이 판매할 수 있다.
 1. 유통음식업자 : 유통음식점용 주류
 2. 주류소매업자 : 가정용 주류
 3. 기타 주소지 또는 사업장 관할 세무서장으로부터 실수요자 증명을 받은 자 : 가정용 주류

- 소주, 청주, 맥주 등 대부분의 주류 취급이 가능하나, 살균하지 않은 생탁주는 취급이 불가함.

(국세청 고시 제2022-19호) 제4조(종합주류도매업자의 준수사항)

- ① 종합주류도매업자는 주류 제조자와 수입업자로부터 주류를 구입하여야 한다. 다만, 살균하지 않은 생탁주는 구입할 수 없다.

(2) 특정주류도매업자

- 특정주류도매업자는 탁주, 약주, 청주 등 특정 주종을 중심으로 소규모 제조업체나 전통주 제조업체와 협력하여 유통하는 도매업자임.
- 전통주, 소규모 제조 주류 등 특정 주류 제조업체 또는 다른 특정주류도매업자를 통해 주류를 구입하여 소매업자(전통주전문점 등), 유통음식업자(전통주 취급 음식점 등), 실수요자(지역 축제나 전통 행사 주최 단체 등)에게 판매할 수 있음.
 - 특정주류도매업자 간 주류 구입·판매를 허용한 것은 특정 주류의 유통 확장을 위함임.

(국세청 고시 제2022-19호) 제6조(특정주류도매업자의 준수사항)

① 특정주류도매업자는 다음 각 호의 주류를 주류제조자로부터 구입하여야 한다.

1. 탁주·약주 및 청주
2. 전통주
3. 소규모주류제조자가 제조한 맥주
4. 「주세법 시행령」 제4조제2호에 따라 주류 수량을 산정하는 중소기업이 제조한 맥주
5. 「주세법」 별표 제2호가목에 따른 주류의 발효·제성(製成: 조제하여 만듦) 과정에 같은 법 시행령 별표 1 제2호가목1)의 첨가재료 외의 재료를 첨가한 기타 주류

② 제1항에도 불구하고 제1항제2호의 주류는 다른 특정주류도매업자로부터 구입할 수 있다.

③ 특정주류도매업자가 주류를 판매할 때에는 다음 각 호의 구분에 따라 용도별로 판매하여야 한다.

다만, 「주류의 제조, 설비 및 표시 등에 관한 명령위임 고시」(국세청 고시)에 따라 용도구분 표시가 생략된 주류는 용도별 구분 없이 판매할 수 있다.

1. 유통음식업자: 유통음식점용 주류
2. 주류소매업자: 가정용 주류
3. 기타 주소지 또는 사업장 관할 세무서장으로부터 실수요자 증명을 받은 자: 가정용 주류

- 전통주, 탁주, 약주, 청주의 취급이 가능하며, 대량 생산된 일반 주류는 취급이 불가함.

(국세청 고시 제2022-19호) 제6조(특정주류도매업자의 준수사항)

④ 주류를 판매할 때에는 판매할 때마다 주류판매계산서를 2매 작성하여 1매는 보관, 1매는 거래상대방에게 교부하거나 주류구매전용카드용 단말기에서 출력하여 교부하여야 한다. 다만, 「부가가치세법」 제32조에 따라 세금계산서를 발급한 때에는 이를 생략할 수 있다.

2

수입업자

- 수입업자는 외국에서 완제품 주류(와인, 위스키, 맥주 등)를 수입하여 국내 시장에 유통하는 면허를 취급한 업체로, 국내 종합도매업자와 소매업자에게 주류를 공급함.
- 외국 제조업체로부터 와인, 위스키, 맥주 등 외국산 완제품 주류를 수입하여 판매면허를 가진 종합주류도매업자, 특정주류도매업자, 소매업자(와인샵, 주류전문점 등), 유흥음식업자(바, 호텔 등)에 판매함.
 - 수입업자로부터 수입주류를 공급받은 종합주류도매업자는 수입주류를 국내 유통망으로 공급하며, 특정주류도매업자는 특정 주류를 추가적으로 유통함.
 - 국가지방자치단체 및 외국기관장 또는 세무서장이 허용하는 특별한 경우에 한해 실수요자에게 판매가 가능함.

(국세청 고시 제2022-19호) 제7조(주류 수입업자의 준수사항)

- ① 주류수입업자는 주류를 외국에서 직접 수입해야 한다.
- ② 주류수입업자가 주류를 판매할 때에는 다음 각 호의 구분에 따라 용도별로 판매하여야 한다. 다만, 「주류의 제조, 설비 및 표시 등에 관한 명령위임 고시」(국세청 고시)에 따라 용도구분 표시가 생략된 주류는 용도별 구분 없이 판매할 수 있다.
 1. 종합주류도매업자 및 수입주류전문도매업자(구(舊) 주세법시행령 제15975호 개정 이전에 면허를 받은 자를 말한다. 이하 이 고시에서 같다) : 가정용·유흥음식점용 주류
 2. 주류중개업자(수출입중개업자는 제외함) : 가정용 주류
 3. 유흥음식업자 : 유흥음식점용 주류
 4. 주류소매업자 : 가정용 주류
 5. 「주세법」 제20조, 「조세특례제한법」 제115조에 따라 면세주류를 취급할 수 있는 자 : 주세면세용 주류
 6. 기타 주소지 또는 사업지 관할 세무서장으로부터 실수요자 증명을 받은 자 : 가정용 주류
- ③ 제2항에도 불구하고 주류수입업자는 다음 각 호의 자에게 직접 판매할 수 있다.
 1. 국가지방자치단체 및 외국기관이 직접 소비하는 것으로 해당 기관장의 구입확인서의 제출이 있는 경우
 2. 문화체육관광부장관의 허가를 받은 사단법인으로서 외국과의 문화교류 또는 친선도모 등을 목적으로 운영되고 있는 사교클럽이라고 세무서장이 인정하는 경우

3 소매업자

- 소매업자는 도매업체로부터 주류를 구매하여 최종 소비자에게 직접 판매하여 가정용 주류 판매의 핵심 역할을 수행하며, 전문소매업자, 의제소매업자, 기타소매업자로 구분됨.
 - 전문소매업자: 대형마트, 편의점, 와인샵 등에서 가정용 주류를 소비자에게 판매하는 전문 소매업자
 - 의제소매업자: 전통주 제조업체가 자사가 생산한 전통주를 방문객이나 행사에서 직접 판매할 수 있는 소매업자로, 타 제조사 주류는 취급이 불가하며 통신판매가 일부 허용됨.
 - 기타소매업자: 전통시장이나 동네 상점에서 소주, 맥주 등 소량의 가정용 주류를 취급하는 일반 소매업자
 - 슈퍼·연쇄점 본부·지부 등 가맹점은 소매업이 아닌 중개업으로 분류됨.
 - 음식점용 주류를 취급하는 식당, 바, 호텔 등은 유흥음식업자로 분류됨.
- 도매업체(종합주류도매업자, 특정주류도매업자)로부터 주류를 구매하여 최종 소비자에게 판매함. 전통주 및 소규모 제조 주류의 경우는 제조업체로부터 직접 구매가 가능함,

(국세청 고시 제2022-19호) 제10조(주류소매업자의 준수사항)

- ① 주류소매업자는 다음 각 호에서 정하는 바에 따라 주류 제조업자 또는 판매업자에게서 가정용 주류를 구입하여야 한다. 다만, 「주류의 제조, 설비 및 표시 등에 관한 명령위임 고시」(국세청 고시)에 따라 용도구분 표시가 생략된 주류는 용도별 구분 없이 구입할 수 있다.
 1. 종합주류도매업자, 특정주류도매업자, 국내주류중개업자, 주류수입업자, 수입주류전문도매업자로부터 주류를 구입할 것
 2. 제1호에도 불구하고 탁주, 약주, 청주, 전통주, 「주류 면허 등에 관한 법률」 제2조제3항에서 정하는 소규모주류는 제조자로부터 직접 주류를 구입할 수 있음
- ② 주류소매업자는 가정용 주류를 소비자에게 대면 판매하여야 하며, 용도를 위반한 주류를 면허장소 내에 보관해서는 안 된다. …
- ④ 주류소매업자는 자동판매기를 이용하여 주류를 판매할 수 없다.

- 대부분의 가정용 주류와 특정 전통주의 취급이 가능함.

(국세청 고시 제2021-12호) 제10조(전문소매업자 등의 준수사항)

- ① 전문소매업자와 의제소매업자(슈퍼·연쇄점 가맹점은 제외, 이하 이조에서 같다)는 주류도매업자로부터 가정용 및 「주류의 상표사용에 관한 명령위임 고시」(국세청 고시)에 따라 용도구분 표시가 생략된 주류를 구입하여야 한다. 다만, 탁주, 약주, 청주, 소규모주류제조자가 제조한 주류, 민속주, 지역특산주는 제조자로부터 직접 구입할 수 있으며, 수입주류는 주류수입업자, 수입주류전문도매업자 및 종합주류도매업자에게서 구입하여야 한다. (2021.5.14. 개정)

4

통신판매

- 통신판매는 주류 제조업체 및 소매업자가 전화, 인터넷 등을 통해 주류를 판매하는 방식으로, 엄격한 규제 하에 운영됨.
- 전통주 제조 주류에 한해 허용되며, 성인 인증 및 결제 완료 후에 인도 가능함.

(국세청 고시 제2023-12호) 제3조(주류 통신판매자)

① 다음 각 호의 주류를 생산하는 주류제조자로서 관할 세무서장의 승인을 받은 자는 이 고시에서 정하는 바에 따라 주류를 통신판매 할 수 있다.

1. 무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률 제17조에 따라 인정된 주류부문의 국가무형문화재 보유자 및 같은 법 제32조에 따라 인정된 주류부문의 시·도무형문화재 보유자가 제조하는 주류
2. 「식품산업진흥법」 제14조에 따라 지정된 주류부문의 대한민국식품명인이 제조하는 주류
3. 「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

(국세청 고시 제2023-12호) 제5조(주류 통신판매자의 준수사항)

① 제3조에 따라 주류를 통신판매하려는 자는 다음 각 호의 사항을 지켜야 한다. (2023.7.1. 개정) …

2. 미성년자에게 판매할 수 없음 …
6. 휴대전화나 아이폰 또는 「전자서명법」 제2조제6호에 따른 인증서로 성인인증을 받은 자에 한하여 통신판매를 할 것. 다만, 전통주를 해외에 판매할 때에는 그러하지 아니하다.

- 일반 소매업체의 온라인 판매는 불가하며, 식품과 함께 제공될 경우에 한해 주류 배달이 가능함.

(국세청 고시 제2023-12호) 제3조(주류 통신판매자)

①다음 각 호의 주류를 생산하는 주류제조자로서 관할 세무서장의 승인을 받은 자는 이 고시에서 정하는 바에 따라 주류를 통신판매 할 수 있다.

1. 무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률 제17조에 따라 인정된 주류부문의 국가무형문화재 보유자 및 같은 법 제32조에 따라 인정된 주류부문의 시·도무형문화재 보유자가 제조하는 주류
2. 「식품산업진흥법」 제14조에 따라 지정된 주류부문의 대한민국식품명인이 제조하는 주류
3. 「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

②관할 지방국세청장의 승인을 받아 직매장에서 제1항 각 호의 주류를 구입하여 판매하는 전통주제조자는 이 고시에서 정하는 바에 따라 주류를 통신판매 할 수 있다.

(국세청 고시 제2023-12호) 제3조의2(음식과 함께 배달하는 주류 등)

다음에 해당하는 사업자는 통신판매 수단을 이용하더라도 관할 세무서장의 승인없이 주류를 판매할 수 있다. (2023.7.1. 개정)

1. 전화, 휴대전화 앱(app) 등 통신판매 수단을 통해 주문받아 직접 조리한 음식과 함께 주류(1회 총 주문금액 중 주류 판매금액이 50% 이하인 주류에 한한다)를 배달하는 음식업자(「식품위생법시행령」 제21조의 일반음식점 영업을 하는 자)
2. 전화, 휴대전화 앱(app) 등 통신판매 수단을 통해 주문받은 주류를 판매영업장 안에서 직접 대면하여 소비자에게 인도하는 주류소매업자
3. 전화, 휴대전화 앱(app) 등 통신판매 수단을 통해 주문받은 주류에 대해 교환권을 배부하고 출국장 내 인도장에서 여권, 항공권 등을 확인 후 주류와 교환하도록 하는 시내면세점 사업자
4. 전화, 휴대전화 앱(app) 등 통신판매 수단을 통해 주문받은 주류에 대해 교환권을 배부하고 외국을 왕래하는 항공기 또는 선박에서 주류와 교환하도록 하는 항공사업자 또는 선박사업자

part 2

주류 유통·수입업체 실태조사

- 본 조사에 참여한 유통·수입업체 수는 다음과 같음.
 - 도매업체 20개사(종합주류도매업체 10개사, 특정주류도매업체 10개사)
 - 소매업체 34개사(전통주전문주점 14개사, 소매유통업체 13개사, 통신온라인 판매 7개사)
 - 수입업체 10개사

1

종합주류도매업체

(1) 판매/홍보 현황

- '22년 대비 전통주 매출액이 증가했다고 응답한 종합주류도매업체는 전통주 다양화에 따른 수요 증가를, 비슷하다 또는 감소했다고 응답한 업체는 경기침체를 이유로 꼽았으며, 홈술과 믹솔로지 열풍을 공통적으로 언급함.
- 판매에서 달라진 점으로는 소비자 성향 변화와 전통주의 질적 성장을 꼽음.

(2) 유통 및 수출입 현황

- 주로 대규모 제조업체(롯데, 하이트 등)에서 주류를 조달하고 있으며, 수입을 병행 또는 수출입업체로부터 매입함.
- 애로사항으로는 주류 리베이트, 주말 근무 불가피함, 최소 주문 수량이 많음, 국내 대형 제조업체의 파업, 잦은 법률 변경이 있음.
- 응답한 종합주류도매업체 중 주류 수출을 하는 업체는 1개사로 베트남(희석식 소주)임.

(3) 유통·소비 트렌드

- 유통 트렌드로는 믹솔로지 열풍, 저도수 주류 관심 증가, 가정용 주류의 확대가 있으며, 소비 트렌드로는 위스키/보드카 수요 증가 및 와인 수요 감소, 국내 맥주 관심 증가, 저가 주류 선호, 편의점 통한 구입 증가 등이 있음.
- 전통주 관해서는 믹솔로지 열풍에 따라 소비자들이 전통주를 찾는다는 의견을 주었으며, 아직 공급 대비 소비가 부족하다는 점, 가격 선택폭이 좁다는 점을 지적함.
- 주종별로는 다음과 같음.
 - 탁주: 프리미엄 탁주가 선호되고 있음
 - 청주: 명절에 수요가 높음. 다양한 연령층이 찾고 있음.
 - 약주: 건강주라는 언급이 많음.
 - 과실주: 여성을 위한 술, 다양한 선택지를 제공해 줌.
 - 증류식 소주: 고급스러운 이미지로 유통, 소비됨.
 - 희석식 소주: 가성비와 대중성에서 꾸준히 강세임.
 - 맥주: 대중성과 다양성이 특징적임.
 - 브랜디: 고급스러운 이미지로, 최근 국내 인지도가 올라감.
 - 위스키: 하이볼의 인기로 하이볼 제조를 위한 위스키 소비가 이루어짐.
 - 일반증류주: 눈에 보이는 트렌드 없음.
 - 리큐르: 칵테일로 소비됨.
 - 기타주류: 다양성이 강조되는 소비 트렌드에 힘입어 함께 확대됨.

(4) 업계 현안 및 애로사항

- 업계 현안으로는 도매업계에 대한 인력의 부족, 치열한 경쟁이 있으며, 이는 곧 업체의 애로사항인 실정임.

(5) 전통주 현황 및 진흥 방안

- 경쟁력 있는 전통주 주종으로는 주로 탁주를 선택함.
이유로는 지역특산물 활용을 통한 다양한 종류 생산과 소비자가 적응하기 좋다는 점이 있으며, 가격과 유통에 대한 개선점이 함께 언급됨.
 - 속성에 대한 개선점으로는 향보다는 원재료 첨가가 강화될 것, 유통기한을 늘릴 것 등의 의견이 있음.
 - 적정가로는 대중주(소주, 맥주)보다 저렴해야 한다는 의견이 있음.
 - 적정 패키지 디자인으로는 원료가 잘 보일 것, 도자기 병, 친환경 포장재의 의견이 있음.
 - 적절한 프로모션으로는 1+1행사, 시음회 등의 체험행사, 음식 페어링 등을 통해 소비자들의 직접 경험을 늘려야 한다는 의견임.
 - 사용 원료의 지역과 접목시킨 홍보를 통해 지역하면 떠오르는 술로 만들어야 함.
 - 젊은 층의 기피가 우려되나 지역의 역사와 문화를 반영한 가치 있는 상품은 높은 품질을 선호하는 소비자들의 수요와 잘 맞아떨어질 수 있다는 의견임. 또한, MZ나 여성 소비자에게 신경 써야 할 것이라는 의견임.
- 해외에서 경쟁력 있을 주종으로 증류식 소주를 선택함. 그 이유로는 높은 도수와 한류를 꼽았으며, 다양한 프로모션이 필요하다는 의견임.
- 한국와인의 내수 촉진 및 해외 수출 활성화를 위해 필요한 것으로는 품질 인증과 홍보가 가장 많이 언급되었으며, 이를 견인할 정부의 지원책이 필요하다는 의견임.

2 특정주류도매업체

(1) 판매/홍보 현황

- '22년 대비 전통주 매출액이 증가했다고 응답한 특정주류도매업체는 젊은 세대와 음식점 중심의 수요 증가를, 비슷하다 또는 감소했다고 응답한 업체는 경기침체와 가격 상승을 이유로 꼽음.
- 전통주의 다양화와 홍보에 따른 호의적인 실수요자의 반응을 달라진 점으로 꼽음.

(2) 유통 및 수출입 현황

- 전국 각지의 생산처로부터 납품을 받고 있으며, 주종에 따른 조달방법의 차이는 없음. 이례적으로 와인 등을 수입받는 경우에는 해상 운송을 통해 수입함.
- 유통과정에서의 손실, 국내 대형 제조업체의 파업, 특정 주종의 과세, 해상 운임 비용의 상승
- 응답한 특정주류도매업체 중 주류 수출을 하는 업체는 1개사로 일본(청주)임.

(3) 유통·소비 트렌드

- 유통 트렌드로는 경기침체 등을 언급하였으며, 소비 트렌드로는 저가, 저도수 주류의 강세를 언급함.
- 전통주 트렌드에 대해서는 전통주 다양화와 프리미엄 막걸리에 대한 의견을 주었으며, 젊은 층의 소비 증가에 대해서는 체감하지 못하는 업체도 있었음.
- 주종별로는 다음과 같음.
 - 탁주: 프리미엄 탁주, 맑은 탁주, 달달한 탁주가 선호됨.
 - 청주: '수복'이 강세임.
 - 과실주: 가볍게 즐기는 술
 - 희석식 소주: 참이슬이 압도적임.
 - 맥주: 카스가 많이 유통되고 있으나 트렌드에 따라 외국 브랜드가 선호되고 있음.
 - 위스키: 저가와 프리미엄의 극과극 구매 성행임.
 - 일반증류주: 하락세임.

(4) 업계 현안 및 애로사항

- 업계 현안으로는 온라인 판매와 소비 위축, 주류산업의 규제가 있음.
- 애로사항으로는 유통, 재고 관리 등의 비용 문제 등을 언급함.

(5) 전통주 현황 및 진흥 방안

- 경쟁력 있는 전통주 주종으로 주로 증류식소주를 선택함.
이유로는 깔끔한 술맛을 꼽았으며, 가격과 다양화에 대한 개선점이 함께 언급됨.
 - 속성에 대한 개선점으로는 숙성기간 연장을 통한 향과 목넘김 개선, 낮은 도수 개발 등이 있음.
 - 적정가로는 희석식 소주와의 경쟁에도 가격경쟁력이 있는 5,000원 내외가 적당하는 의견임.
 - 적정 패키지 디자인으로는 유리병 형태를 유지하되, 세련된 디자인의 라벨, 패키지 등으로 젊은 층을 겨냥할 수 있도록 해야 함.
 - 적절한 프로모션으로는 시음행사, 박람회 등이 있음.
 - 프리미엄 시장에 대해서는 맛과 품질에서 확연한 차이를 느낄 수 있는 차별화 전략이 필요하며, 한편으로는 수입주류보다는 저렴해야 한다는 의견임.
- 해외에서 경쟁력 있을 주종으로 증류식 소주를 선택함. 그 이유는 깔끔한 맛으로 경쟁력 있는 주종으로 증류식 소주를 선택한 것과 동일한 이유임. 개선점으로는 살균을 통한 유통기한 등 유통 이슈 해소, 홍보와 가격경쟁력을 꼽음.
- 한국와인의 내수 촉진 및 해외 수출 활성화를 위해 필요한 것으로는 품질향상과 적극적 홍보를 통한 긍정적 인식 확산에 대한 의견이 있었음.
- 전통주 활성화를 위한 제도적 지원으로는 홍보 기회 제공과 세금 혜택이 있음.

3 수입업체

(1) 판매/홍보 현황

- 소셜미디어 홍보를 하고 있으나 효과가 미미하다는 업체가 많음.
- 현재 방식을 유지하거나 이후 오프라인 이벤트 확대, 온라인 박람회 참여 등 다양한 방식으로 홍보를 확장하려 함.

(2) 유통 및 수출입 현황

- 주로 미국이나 유럽에서 수입하며, 대부분 단일 주종을 수입함.
- 수입 시 애로사항으로는 복잡한 수입절차, 식약처의 낮은 현업 이해도, 입항 지연, 유통 중 제품 파손이 있음.

(3) 유통·소비 트렌드

- 주류산업 트렌드로는 가격 양극화, 저도수 주류에의 관심 등이 있음.
- 주류 소비는 소비력 저하에 따라 감소하고 있음. 하이볼 유행 등에 따른 위스키 소비 증가와 해당 트렌드가 데킬라와 칵테일로 옮겨가고 있다는 의견도 있음.
- 국내 역시 해외와 크게 다르지 않으며, 특히 하이볼의 소비량이 많이 늘어남.
- 주종별로는 다음과 같음.
 - 과실주: 미디어, SNS 다수 노출이 되는 고가 샴페인 혹은 가성비 와인 구매로 갈림.
 - 맥주: 점차 감소하고 있으며, 무알코올 맥주가 트렌드임.
 - 브랜드: 트렌드를 감지하기에는 소비가 저조함.
 - 위스키: 잔술 소비가 많아졌으며, 다양한 연령층에서 선호함.
 - 일반증류주: 트렌드를 감지하기에는 소비가 저조함.
 - 리큐르: 복잡한 칵테일을 대신할 간편한 음주의 위치에서 캔 하이볼, 홈 하이볼 세트 판매가 활성화 됨.

(4) 업계 현안 및 애로사항

- 업계 현안으로는 주세와 가격에 대한 의견 대립, 시장 축소에 따른 소비 감소 등을 언급함. 온라인 직구에 대한 피해가 우려된다는 의견도 있음.
- 애로사항은 관세, 주류세와 과다경쟁, 과한 규제, 입항 지연임.
- 소매판매를 하고있는 수입업체에서는 스마트오더에 대해 효율성이 올랐다는 평임. 단, 매출 효과에 대해서는 각각 상이한 견해를 보임.
- 주류산업을 위해 필요한 것으로는 주세 완화, 온라인 판매 허용 등의 규제 완화와 시음회 등의 행사, 식약처의 유연함에 대한 의견이 있음.

4

소매유통업체

(1) 매출 및 판매 변화

- '22년 대비 전통주 매출액이 증가했다는 업체는 업체 소재지 특성을 이유로 삼았음.
반면, 감소했다는 업체는 코로나 이후 흡술 감소, 젊은 층의 저렴한 주류 선호, 위스키로의 유행 변화를 이유로 꼽음.
- 전통주 판매에 있어 달라진 점으로는 전통주에 대해 알고 구매하는 소비자가 많아졌다는 점을 꼽음.

(2) 유통 및 판매 현황

- 주류 조달 방법으로는 종합주류도매업자, 특정주류도매업체, 직매입의 방식을 함께 사용하는 업체가 많으며, 주종마다 적합한 도매처를 선택하여 조달 받음.
- 전통주만 취급하여 판매하거나, 일반주류와 함께 판매하는 경우 카테고리별로 매대를 구분하여 판매함. 주로 주종과 보관 방법에 따름.
- 선물주 매대도 따로 구성하여 판매하고 있으며, 선물주는 특정 시기에 매출이 몰려 있음. 3040남성들이 주 고객이며, 5만원 내외를 선호함.
- 주로 인스타그램과 네이버 블로그를 통해 홍보함. 메인 제품, 신규 입고 상품 등을 홍보에 활용함.
- 현재 활용하고 있는 SNS와 인터넷 홍보를 계속 진행하되, 다양한 콘텐츠를 통해 홍보를 확대한다는 의견임.

(3) 유통·소비 트렌드

- 주류산업 트렌드로는 코로나 이후 전통주 관심 감소와 소비의 축소에 더해 저가와 고가. 저도수와 고도수의 양극단으로 주류 소비 성향이 갈리고 있다는 의견임.
- 전통주 소비 트렌드로는 전통주하면 떠오르던 막걸리에서 이제는 보다 다양한 주종까지도 관심이 넘어가고 있다는 의견임. 특히 오크 숙성 증류주에 대한 관심이 있음.

(4) 업계 현안 및 애로사항

- 업계 현안으로는 온라인 판매, 대형 유통업체와의 경쟁이 있음.
- 애로사항으로는 유통기한에 대한 언급이 가장 많음. 특히 탁주의 유통기한이 큰 손실을 야기하고 있음.

(5) 전통주 현황 및 진흥 방안

- 경쟁력 있는 전통주 주종은 탁주임. 다양한 종류와 대중성, 가격 경쟁력이 그 이유임. 다만, 소비기한, 냉장 보관, 살균, 유통에 대한 개선점을 안고 있음. 그동안 저품질의 막걸리로 인해 고착화된 인식을 바꾸는 것 또한 필요함.
 - 속성에 대한 개선점으로는 원재료인 쌀의 품질 개선에 대한 의견이 있음.
 - 가격은 1만원 내외가 적당하다는 의견임.
 - 적정 패키지 디자인으로는 유리병과 페트병이 언급되었으며, 트렌디하면서도 주류의 특성을 잘 살리는 라벨 디자인이 필요하다는 의견임.
 - 적절한 프로모션으로는 시음 행사, 음식(레스토랑)과의 콜라보 행사, 또한 유통기한 문제를 고려하여 제품의 회전율을 높이는 1+1행사가 있음.
 - 탁주의 종류가 다양한 만큼 그에 맞는 고객에게 홍보해야 하며, 기존의 제품과는 다르다는 점을 확실히 보여줄 수 있어야 함.
 - 프리미엄 시장에 대해서는 긍정적이나 소비자 인식 개선이 필요하다는 의견임. 이를 위해서는 제품의 높은 퀄리티와 그를 유지할 수 있는 보관, SNS를 통한 홍보가 필요함.

5

전통주전문주점

(1) 매출 및 판매 변화

- '22년 대비 매출은 대체로 감소한 것으로 나타남. 주된 이유는 경기침체로 인한 소비 저하와 음주량 감소함. 주점의 매출은 증가하였으나 전통주 자체의 매출액은 하락한 경우도 있는데 이는 일반 주류, 하이볼의 소비가 주류이기 때문임.
- 전통주 판매에서 달라진 점으로는 인식 개선과 인지도 제고, 주류의 다양화가 있음.

(2) 유통 및 판매 현황

- 도매업체와 직매입을 통해 주류를 구입하고 있으며, 일원화를 희망하는 의견이 있음. 또한, 최소 주문 수량을 맞춰야 하거나 소량 주문으로 매입가가 비싸지는 부분, 유통기한에 대한 애로사항이 있음.
- SNS와 인터넷을 통해 홍보하는 업체의 경우, 주로 인스타그램과 네이버 플레이스를 주로 사용함.

(3) 유통·소비 트렌드

- 주류산업 트렌드로는 저가, 저도수 중심의 주류 소비와 음식과 함께 페어링해서 마시는 술을 찾는다는 의견임.

(4) 업계 현안 및 애로사항

- 업계 현안으로는 아직 소비자가 전통주에 관심이 있으며, 기존의 탁주에서 증류식 소주로 관심이 옮겨가고 있다는 점이 있음. 그러나 일반주류에 비해서는 관심이 미미하다는 지적도 있음.

(5) 전통주 현황 및 진흥 방안

- 경쟁력 있는 전통주 주종은 탁주임. 가격 경쟁력과 저도수, 대중성이 그 이유임.
다만, 유통기한에 대한 우려가 크기 때문에 이에 대한 개선이 필요함.
 - 속성에 대한 개선점으로는 원재료의 품질 개선과 그 맛이 잘 느껴지도록 하는 연구와 개발 필요를 꼽음.
 - 가격은 3천 원 또는 6천 원 내외가 적당하다는 의견임.
 - 적정 패키지 디자인으로는 유리병과 페트병이 함께 언급되었으며, 깔끔하고 트렌디한 패키지 디자인이 필요하다는 의견임.
 - 적절한 프로모션으로는 음식과의 페어링 행사, 시음회 등이 있으며 신제품 출시 시 전통주전문주점에 샘플 술을 제공하면 좋겠다는 의견도 있음.
 - 숙취가 심하다는 편견을 깰 수 있는 홍보가 필요하며, 특히 젊은 세대에게 어필이 필요함.
 - 프리미엄 시장에 대해서는 아직은 힘들다는 의견과 긍정적이라는 의견으로 나뉨. 긍정적이라는 시각에서는 고급화 전략과 고급 품질이 중요한 요소로 꼽힘.
- 전통주 진흥 및 활성화를 위해서는 유통기한 관리와 유통 중 파손 방지에 대한 관리가 필요하다는 의견이 있음. 또한, 종류가 다양해진 만큼 새로운 제품들에 대한 충분한 정보를 제공해 줄 수 있는 장이 필요하며, 주세법 개정에도 요구도 있음.

VI

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

산업 트렌드



part 1

주류산업 전망조사

1

주류산업 현황

- 전년도의 흐름에 이어 웰빙추구형 음주, 홈술 트렌드, 새로운 원료/첨가물을 섞은 신개념 주류의 증가, 프리미엄 주류 소비 증가, 셀럽 브랜드 주류의 등장, 주종별 술의 저도수화, 무알코올/저알코올 음료 시장의 성장, 인터넷 주류 판매 증가 등이 '24년을 대표하는 주요 트렌드로 자리잡고 있음. 글로벌 트렌드의 큰 맥락은 한국의 주류 시장에서도 동일하게 적용되지만 한국 주류산업의 특이성에 따라 완급의 차이, 발현 형태의 차이를 보이고 있음. (김동교, 신평양조장 대표)
- 최근 우리나라의 주류 시장은 수입 제품이 인기가 있으며, 그중에서도 알코올 함량이 낮은 위스키와 독특한 디자인의 포장재를 활용한 제품이 더욱 인기가 있어 보임. 소비 트렌드는 전반적으로 건강과 웰빙, 개인화된 경험, 그리고 다양화된 제품 선택에 초점이 맞춰지고 있음. 전통주는 막걸리와 소주가 여전히 강세를 보이고 있지만, 전통주의 고급화와 차별화 전략이 잘 안착되고 있음. 전통주 소비도 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 프리미엄 막걸리와 고급 소주가 주목받고 있음. 전통주 수출이 증가하고 있으며, 특히 고급 전통주가 해외 시장에서 좋은 반응을 얻고 있음. (한임섭, 한국애플리즈 대표)
- 저도수의 소주나, 칵테일 하이볼 등 가볍게 즐길 수 있는 주류의 출시가 매출에 많이 영향을 주었음. 경기침체로 인하여 저렴하고 대중적인 주류만 상대적으로 매출 증대되었음. 소비 트렌드로는 달라진 회식문화, 주종의 다변화, OTT 매체 노출 제품에의 관심이 있음. 전통주는 코로나 종료와 경기침체로 프리미엄 전통주의 소비 감소와 정체로 새로운 양조장과 신제품 출시가 줄어 들었으며, 소비 트렌드로는 증류주 확대, 지역 특산 전통주가 있음. (엄범열, 한국술유통 상무)

- 소주, 맥주, 막걸리뿐만 아니라 표방되던 주류 시장이 끊임없이 새로운 것을 찾아 나서는 MZ 트렌드로 인해 카니발리제이션에도 불구하고 신상품을 지속적으로 출시 중임. 국내 주류산업 트렌드는 '홈술화'와 '프리미엄화'로 표방된다고 할 수 있으며, 전통주산업은 경쟁이 심화되는 과정에서 소비자 니즈를 따라가지 못하는 양조장이 폐업하는 등 '옥석가리기'가 진행 중임. 특수채널에서도 전통주 판매 비중이 점차 늘어가며 전통주를 취급하는 일반음식점이 점차 늘어나고 있음. (이재욱, 술담화 대표)
- 주류산업 현황으로는 소비자 취향의 다양화, 건강을 고려한 음주문화, 믹솔로지 트렌드가 있으며, 트렌드의 변화로는 하이볼의 인기 상승, 와인 소비 감소, 무알코올 주류에 대한 관심 증가가 있음. 전통주산업의 현황으로는 프리미엄 전통주의 부상, MZ세대 관심 증가와 홈술 문화, 정부의 지원 정책 강화가 있으며, 트렌드 변화로는 개성 있는 제품 선호, 개인의 취향을 중시, 믹솔로지 트렌드 지속이 있음. (문선희, K-SOOL 컨설팅 대표)
- 현대인의 주류 소비 트렌드는 기존 주류(희석식 소주, 맥주, 막걸리)에 안주하는 경향의 50-70대와 새로운 브랜드 전략에 힘입어 새로운 전통주와 신규 수입 와인 등을 취향으로 하는 30-40대가 철저히 다른 소비 형태로 나타나고 있음. 전통주산업에서 지역특산주를 중심으로 한 프리미엄급 전통주와 탁주, 그리고 최근 성장 추세에 있는 증류식 소주 시장의 개척은 괄목할 만한 일임. 전통주에 대한 인식은 큰 변화가 없으나, 일부 전문직 종사자들을 중심으로 프리미엄급 전통주를 경험한 세대, 좋은 와인, 위스키에서 전통주로의 이행을 하였고, 철저히 전통주에 대한 매력을 느끼기 시작했음.
(박록담, 한국전통주연구소 소장)
- 경기침체로 외식이 줄고, 회사 내 회식문화도 축소되었으며, 젊은 층의 주류 소비 자체를 줄이려는 트렌드가 겹치면서 소비가 감소하고 있음. 최근 주류 소비 트렌드는 젊은 층의 저도주 선호 현상과 맞물려, 하이볼을 중심으로 칵테일 문화가 확산되는 모습을 보임. 해외 주류에 대한 관심도 눈에 띄게 증가하고 있음. 올해 전통주 시장도 전반적으로 감소한 것으로 예상되나, 다른 주종에 비해 전통주의 감소폭은 상대적으로 적을 것으로 보임. 전통주의 소비 트렌드는 오랫동안 '다양성의 증가'라는 흐름이 뚜렷해지고 있음.
(이대형, 경기도농업기술원 연구사)

2 주류산업 전망

- 과거에도 지속되어 왔고 앞으로도 5년 이상 그 흐름을 이어갈 것으로 보이는 트렌드의 동력은 ‘웰빙 위주의 음주 태도 변화’와 ‘술의 다양성에 대한 니즈’로 판단되며 이 두 가지 동력으로 인해 다양한 형태의 서브 트렌드들이 진화해 나갈 것으로 예상됨.
(김동교, 신평양조장 대표)
- 당분간 저도수와 무알코올 음료의 인기가 지속될 것으로 예상되며, 편의점과 대형마트의 주류 소비가 늘고 있으므로 소매 채널이 더욱 중요해지고 있음. 주류 시장에서 프리미엄화 트렌드는 계속되고 있으며, 이는 수입 주류뿐 아니라, 고급화된 전통주에 대한 수요로 이어질 수 있음. 신세대를 위한 트렌디한 전통주 개발과 함께 외국인 관광객을 겨냥한 마케팅이 주목받고 있음. (한임섭, 한국애플리즈 대표)
- 주류산업의 전망으로는 프리미엄 및 특화 제품 증가, 건강 지향 주류 문화 지속이 있음. 전통주산업의 전망으로는 전통주 시장 정리와 계속되는 정책지원 강화가 있음. '25년 전통주 소비 트렌드 전망으로는 가성비 전통주 인기, 저도수나 하이볼 같은 전통주 수요 증가가 있음. (엄범열, 한국술유통 상무)
- 주류산업 전반은 경기회복의 여파로 기성 소주, 맥주 내수시장은 축소하고, 희석식 소주는 해외 시장을 중심으로 성장할 것으로 전망됨. 유통업체가 제조업으로, 제조업체가 유통업으로 서로의 영역을 침범하는 ‘빅블러 현상’이 도드라질 것으로 예상되며, on-premise*의 축소 및 off-premise**의 성장이 지속될 것임. 또한, 프리미엄 주류의 성장과 저가형 주류의 축소가 예상되어 수익성 있고 근본 있는 클래식 제품들 위주로 판매될 것으로 전망됨. 전통주산업은 중견 사이즈의 양조장들이 일부 탄생하고 전통주 제조업을 중심으로 대기업, 중견기업 등의 직/간접적 시장 참여가 일어날 것으로 전망됨. 중견 제조업체들과 중간벤더사들의 해외 진출 시도가 더욱 강화될 것으로 보이며, 주류산업 전반과 달리 on-premise에서의 전통주를 접하는 소비자층이 많아질 것임. (이재욱, 술담화 대표)

*On-Premise: 구매한 주류를 판매 장소에서 바로 소비하는 방식(예: 레스토랑, 바)

**Off-Premise: 주류를 구매 후 다른 장소로 가져가 소비하는 방식(예: 마트, 편의점)

- 주류산업 전반에 대한 전망으로는 소비자 취향의 다양화, 저도수 주류, 무알코올 및 저알코올 음료에 대한 수요 증가, 믹솔로지 트렌드의 부상 등이 있으며, '25년도 소비 트렌드 전망으로는 다양한 주종의 인기 상승, 건강을 고려한 음주 문화 확산, 믹솔로지 트렌드의 부상이 있음. 전통주산업의 전망으로는 시장 규모의 성장, 프리미엄 전통주의 부상이 있으며, '25년 전통주 소비 트렌드 전망으로는 프리미엄 전통주의 부상, MZ세대의 관심 증가, 정부의 지원 강화가 있음. (문선희, K-SOOL 컨설팅 대표)
- 하우스 맥주(크레프트 맥주 등)와 지역특산주를 중심으로 하는 전통주의 젊은 소비자를 리딩해왔고, 이제 신장세 경향을 띠긴 했으나 아직도 걸음마 단계임. 20-30대의 젊은 층의 욕구가 바람직한 주류산업정책이라고 생각됨. 대기업 중심의 희석식 소주 등은 큰 변화가 없을 것 같지만, 전통주나 지역특산주 애호가와 소비층 확산에 민감하게 반응할 것임. 전통주산업은 끊임없이 새로운 형태의 다양하고 참신한 아이디어를 반영한 브랜드의 등장이 예측됨. 전통주업체들은 신기술의 접목과 설비의 현대화로 소비층의 다양한 기호를 충족시켜 나갈 것으로 판단됨. (박록담, 한국전통주연구소 소장)
- 우리나라에서 일반 맥주와 희석식 소주는 80%의 시장점유율을 차지하고 있는데, 이 주류들은 식당 판매가 주를 이루기 때문에 외식업이 위축되면 소비 역시 줄어들 수밖에 없을 것임. 반면, 내년도 소비 트렌드인 저도수와 무알코올 주류의 소비는 크게 증가할 것으로 예상됨. 주류 시장에서 다양한 제품들이 꾸준히 출시되며, '다양성'이 더욱 중요해질 것이며, 저가 시장과 고가 시장으로 더욱 명확히 양극화될 가능성이 큼. 전통주 역시 전체적으로는 감소세를 보일 수 있겠으나 그 감소 폭은 일반 주류에 비해서는 작을 것으로 보임. 지역특산주를 생산하는 양조장의 수는 계속해서 증가할 것으로 예상되며, 이에 따라 전통주 시장 내의 경쟁도 더욱 치열해질 것임. 또한, 술을 새로운 SNS 노출 도구로 삼는 소비자들이 많아짐에 따라, 기존에 마시던 술보다는 새로운 술, 즉 신상 제품을 찾는 경향이 강화될 것으로 보임. (이대형, 경기도농업기술원 연구사)

3 전통주업계 대응 전략

- 주요 전통주 회사들은 R&D 투자를 늘리고 개발기간을 단축시켜 기민하게 트렌드 변화에 대응함으로써 전통주의 시장 크기를 확대할 필요가 있음. 막걸리 수출 경험이 있는 대형 양조장의 출신의 전문가들의 컨설팅 지원을 통해 현장경험에서 나오는 조언이 큰 도움이 있을 것임. 1년에 한 번 정도는 유통 현장에서의 경험을 공유하고 이러한 요구들이 제조사의 제품개발에 반영될 수 있는 장이 마련되면 도움이 될 것임.
(김동교, 신평양조장 대표)
- 고급 원료와 차별화된 재료, 자동화 및 효율적 생산이 필요하며, 젊은 층과 해외 소비자들이 주류 시장에서 새로운 경험을 찾고 있기 때문에 이들의 취향을 반영한 전략이 필수적임. 해외로 진출하기 위해서는 제품 특성과 브랜드를 글로벌 소비자들에게 매력적으로 전달할 수 있는 수출 전략, 전통주가 가진 전통성과 한국적 요소를 부각하면서도 해외 소비자의 취향에 맞춘 접근법이 중요함. MZ세대와 같은 젊은 소비층에게는 온라인 전용 상품을 출시하거나 맞춤형 패키지 상품을 구성하여 어필할 수 있으며, 고급화를 추구하는 전통주는 프리미엄 마트나 백화점과 협력해 고급 소비층을 타겟으로 하는 것이 효과적임. 또한, 체계적 교육 프로그램을 마련하고, 전통주에 대한 문화와 가치를 널리 알리기 위해 소비자와 관련 종사자를 대상으로 하는 교육 프로그램이 필요함. (한임섭, 한국애플리즈 대표)
- 전통 제조방식 유지, 균일한 품질 유지, 원료 확보의 중요성, 브랜드 이미지 강화가 필요함. 국내와 다르게 해외 수출 제품은 각국의 규제를 정확히 파악하여야 하며, 또한 현지 소비자의 입맛에 맞게 제품의 맛이나 향의 조절 및 니즈에 맞는 맞춤 패키지 개발이 필요함. 또한, 전통주업계는 다채로운 유통 전략을 통해 시장 확장을 도모해야 함. 온라인과 오프라인 유통망을 동시에 강화하는 것이 가장 중요함. 디지털화, 프리미엄화, 지속 가능성, MZ세대의 소비 형태 등의 트렌드를 반영하여 제품을 다양화하고, 마케팅과 유통 전략을 현대화하는 방향으로 나아가야 함. 국가적인 예산지원이나 체계적인 교육이 수반되어야 원활한 대응이 가능할 것임. (엄범열, 한국술유통 상무)

- 규모의 경제를 갖춘 소수의 제조업체들 위주로 OEM을 활성화시키고, 제조업체 간 제조 역량을 효율적으로 나눌 수 있도록 하는 것이 산업 발전을 위해 필수적인 전략임. 또한, 경쟁력 있는 제조업체와 유통업체를 발굴하여 선택과 집중을 통해 수출 지원이 필요함. 우리나라에도 JFC와 같은 유통사가 탄생해야 하며, 실리콘투와 같은 수출 중간벤더사의 존재가 필수적임. 현재 제조업에 치중되어 있는 지원사업 예산을 일부 유통업체 및 On-premise 채널 육성으로 분배될 필요가 있음. (이재욱, 술담화 대표)
- 전통주산업의 질적 성장을 위해 프리미엄화와 품질 관리 강화, 다양한 맛과 향을 지닌 제품 개발, 발효 및 숙성 기술의 고도화, 현대적 설비 도입으로 효율성 강화가 필요함. 수출 측면에서는 수출 대상국의 주류 규제와 인증 획득, 가격 경쟁력 확보와 물류 효율화, 글로벌 마케팅과 K푸드 연계, 온라인 플랫폼과 현지 유통망 확대, 현지 시음회와 이벤트 개최, 해외 소비자 교육 및 홍보 자료 제작이 필요함. 유통·판로 측면에서는 온라인 유통채널 강화, 대형마트와 편의점 입점 확대, 소규모 전통주 바틀샵과의 협력 확대, 다양한 프리미엄 채널 진출, 한식당 및 외식업체와의 협력 강화가, 트렌드 대응 전략으로는 프리미엄 전통주와 고급 패키지 제공, 다양한 맛과 향을 가진 전통주 개발, 칵테일 문화에 맞춘 믹솔로지 전통주, 소규모 한정판 제품 및 실험적 제품 출시, 온라인 소셜 미디어 활용이 필요함. (문선희, K-SOOL 컨설팅 대표)
- 단기적 계획보다 장기적 생산, 판매 전략을 세우고 기술과 경험 축적을 위한 노력을 경주해야 함. 수출 측면에서는 국가, 지자체와의 전략적 지원책 모색, 생산설비의 개선과 위생, 차별화된 스토리 개발과 콘텐츠 구성, 해외 주류박람회 출품을 위한 국가, 지자체의 지원 정책 요구가 필요함. 유통·판로 측면에서는 충성고객의 지속적 관리, 젊은 층의 기호도 반영한 주질 개발과 안정화, 주병과 디자인 개발, 직거래를 통한 경쟁력 확대가 필요함. 업체 고유의 브랜드에 대한 고민이 필요하며, 전통주 순수령 도입에 대한 논의의 확산과 이의 의견 수렴을 통한 순수령 추진이 필요함. (박록담, 한국전통주연구소 소장)
- 전통주 품질 균일화가 우선 확보되고 제품의 다양성도 추가되었으면 함. 제품의 라벨이나 제품명이 젊어져야 하며, 수출 측면에서는 한식과의 공동 수출이 필요함. 해외에서 수출 가능한 제품 위주로 시음회를 적극적으로 개최 또는 해외 유명 한식당에서 전통주 판매와 한식과의 페어링을 지원하는 시스템이 필요함. 소규모 양조장들이 어려워하는 유통업에 대한 지식과 노하우를 공유해야 하며 무엇보다도 직접적인 유통 및 판로 지원책보다는 전통주 소비를 확대함으로써 자연스럽게 유통과 판로가 넓어지는 것이 더 효과적인 접근법이라고 생각함. (이대형, 경기도농업기술원 연구사)

4

전통주업계 발전 방안

- 1:1로 현장 방문하여 업체별로 필요한 사항에 대해 맞춤형 지원할 수 있는 프로그램이 더 실효성 있는 교육 컨설팅이 될 것임. 신제품 출시 비용 지원사업, 혁신 디자인 지원사업 등 ‘혁신기술을 토대로 소비자 니즈에 맞는 제품개발’에 도움을 주는 것이 소규모 전통주업체들에게 가장 현실적인 지원 정책일 것임.(김동교, 신평양조장 대표)
- 필요한 교육과 컨설팅 분야는 크게 품질관리와 생산 기술, 브랜드 마케팅 및 해외 진출 전략, 그리고 유통채널 구축 및 시장 조사 분야임. 제도·규제 개선 과제로는 지방세로의 주세 전환이 필요함. 정책 및 지원체계로는 표준화된 품질 인증 제도 도입이 필요함.
(한임섭, 한국애플리즈 대표)
- 효모와 발효 기술에 대한 교육, 전통주 제조 과정에서의 위생관리, 미생물 관리, 숙성 관리 등에 대한 기술 교육이 필요함. 최근 판매에 있어서는 디지털 마케팅과 온라인 판매에 대한 교육이 필요하며, 제도적으로는 세금 개선, 저금리 대출, 기술 지원 등을 강화하여 시장 진입장벽을 낮추는 것이 중요하다고 생각함. 전통주는 지역에 기반하여 개발되고 성장하기에 지자체에 과감한 예산을 투입하여 체계적인 지원이 이루어져야 함.
(엄범열, 한국술유통 상무)
- 교육·컨설팅 분야로는 선진화된 제조방식이 필요함. 제도·규제 개선 과제로는 지리적 표시제의 강력한 도입, 홈쇼핑 판로 허가, 전통주에 대한 각종 광고 및 표현 규제 완화가 필요함. 정책 및 지원체계로는 JFC와 같은 유통업체 육성, 실리콘투와 같은 수출 중간벤더사 육성, 각 밸류체인별 경쟁력 있는 일부 업체들에 대한 선택과 집중된 지원, 전통주와 일반주류에 대한 규제 분리 및 제조업체에 치중된 지원사업 분배가 필요함.
(이재욱, 술담화 대표)

- 교육·컨설팅 분야로는 품질 관리 및 제조 기술 방안, 브랜딩 및 마케팅 전략 컨설팅, 소셜 미디어 및 인플루언서 마케팅 활용, 해외 수출 및 글로벌 시장 진출 컨설팅, 법률 및 규제 교육, 유통 및 판로 확대 컨설팅이 필요함. 제도·규제 개선 과제로는 세제 혜택 및 주세 개편, 소규모 양조장에 대한 지원 강화, 온라인 판매 규제 완화, 해외 진출을 위한 규제 개선 및 지원이 필요함. 정책 및 지원체계로는 세제 지원 및 주세 개편, 소규모 양조장 지원 확대, 온라인 판매 및 유통 규제 완화, 수출 지원 및 해외 마케팅 강화, R&D 및 교육 지원이 필요함. (문선희, K-SOOL 컨설팅 대표)
- 소비자 및 미래 소비자에 대한 지속적 체험과 교육 방법 모색이 필요함. 원료의 생산지, 생산방법, 조달방법 등에 대한 명확한 지침과 제도의 명료화가 필요함. 관리 감독 기관의 업무 일원화와 업체에 대한 행정지원이 필요함. 정책 및 지원체계로는 주세 인하, 지역 대표 전통주를 발굴 육성하는 정책 도입이 필요함. (박록담, 한국전통주연구소 소장)
- 전통주업계에서 가장 필요한 교육과 컨설팅 분야는 제품 개발 및 공정 문제 해결에 집중되어야 할 것임. 컨설팅 분야에서는 유통 및 마케팅에 대한 교육이 중요함. 양조장들이 필요로 하는 맞춤형 교육과 컨설팅을 제공할 수 있는 상설 기관이 필요하다고 생각함. 제도·규제 개선 과제로는 지역특산주와 관련하여 타 지역 원료 사용 문제 해결을 통해 자유로운 제품 개발이 가능해지기를 바램. 또한, 전통주 주세의 지방세 전환이 이루어지면 전통주 소비 증대를 위해 지자체에서 더 많은 노력을 기울일 것이라고 생각함. 정책적으로는 전통주를 장기적으로 발전시키기 위해 ‘한국술 산업 진흥원(가칭)’의 설립이 필요함. 정책과 지원의 작은 부분으로 원료 구매를 지원하는 정책이 마련된다면 양조장에 큰 도움이 될 것임. (이대형, 경기도농업기술원 연구사)

part 2

주류 유통·소비 트렌드 분석

1 소셜 빅데이터 분석 개요

- 주요 키워드에 대해 2023년 8월 31일부터 2024년 8월 30일까지 1년간의 소셜 미디어 데이터 빅데이터를 수집하여 분석함.

〈표 6-1〉 소셜 빅데이터 분석 개요

항목	세부내용
분석 방법	소셜 미디어 빅데이터 분석 서비스를 활용한 키워드 수집 및 분석
분석 대상	주요 SNS 및 온라인 서비스 관련 키워드 - 커뮤니티, 인스타그램, 블로그, 뉴스, X(舊 트위터), 유튜브
분석 내용	온라인 상 '전통주', '막걸리', '전통주점' 등 주요 키워드 7개 언급량, 연관어 및 감성 분석
수집/분석 도구	소셜 미디어 빅데이터 분석 서비스 '썸트렌드(Sometrend)'
대상 기간	2023년 8월 31일 ~ 2024년 8월 30일 (1년)

- 본 분석에서 활용한 주요 6개 키워드는 '전통주', '막걸리', '증류식 소주', '국내산 와인', '전통주점', '전통주 칵테일'임. 유사한 단어를 추가 키워드로 선정하여 다른 단어 사용으로 인한 키워드 수집의 누락이 없도록 함.

〈표 6-2〉 분석 주요 키워드

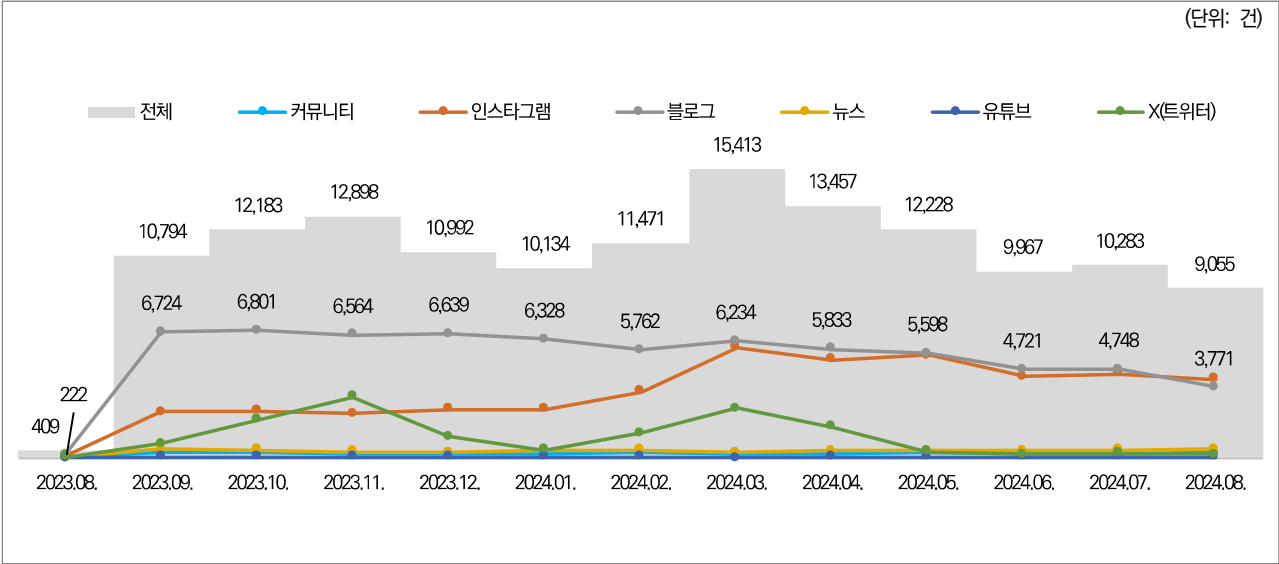
키워드	추가 키워드
전통주	전통 술, 민속주, 지역특산주
막걸리	막걸리
증류식 소주	증류주, 전통 증류주, 전통주 증류주
국내산 와인	국산 와인, 전통 과실주, 전통주 과실주, 전통주 와인
전통주점	전통주전문점, 민속주점
전통주 칵테일	전통주 하이볼

2 소셜 언급량 분석

(1) 전통주

- 키워드 ‘전통주’에 대한 언급량은 2024년 3월이 15,413건으로 가장 많음. 언급량이 가장 많은 채널은 ‘블로그’로 그중 언급량이 가장 많은 달은 2023년 10월(6,801건)임.

〈그림 6-1〉 소셜 언급량_전통주



〈표 6-3〉 채널별 소셜 언급량_전통주

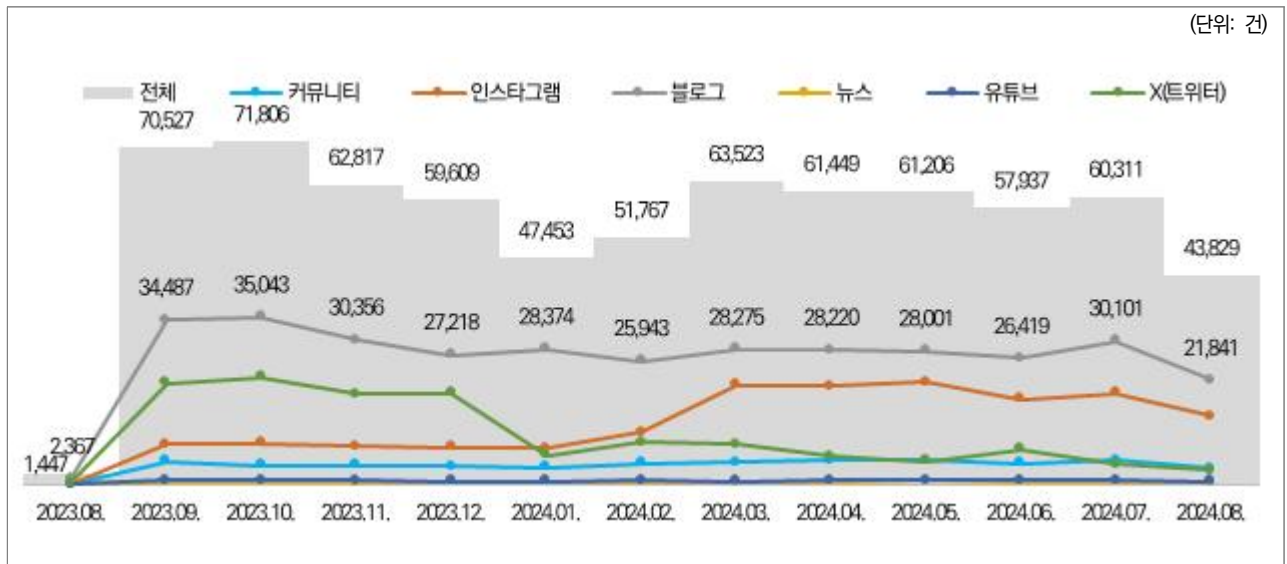
(기간: 2023. 08. 31. ~ 2024. 08. 30. 단위: 건)

키워드	전체	커뮤니티	인스타그램	블로그	뉴스	유튜브	X
전통주	139,284	3,360	46,015	69,945	4,889	634	14,441

(2) 막걸리

- 키워드 ‘막걸리’에 대한 언급량은 2023년 10월이 71,806건으로 가장 많음. 언급량이 가장 많은 채널은 ‘블로그’로 그중 언급량이 가장 많은 달은 2023년 10월(35,043건)임.

〈그림 6-2〉 소셜 언급량_막걸리



〈표 6-4〉 채널별 소셜 언급량_막걸리

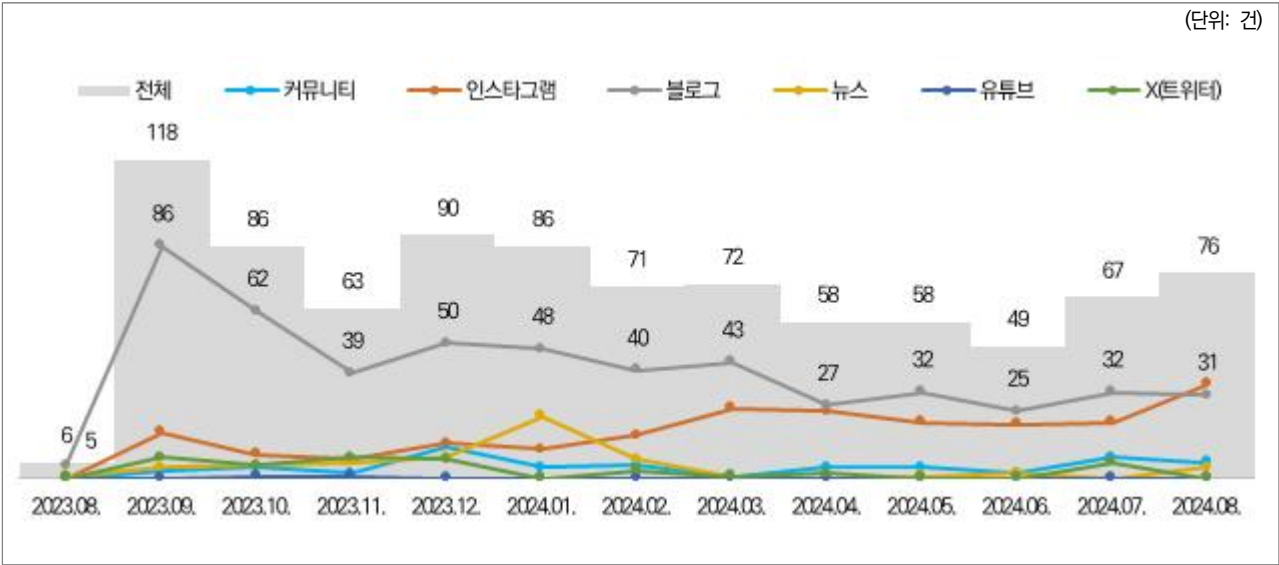
(기간: 2023. 08. 31. ~ 2024. 08. 30. 단위: 건)

키워드	전체	커뮤니티	인스타그램	블로그	뉴스	유튜브	X
막걸리	714,601	52,993	166,177	345,725	8,385	10,211	131,110

(3) 국내산 와인(과실주)

- 키워드 ‘국내산 와인’에 대한 언급량은 2023년 9월이 118건으로 가장 많음. 언급량이 가장 많은 채널은 ‘블로그’로 그중 언급량이 가장 많은 달은 2023년 9월(86건)임.

〈그림 6-3〉 소셜 언급량_국내산 와인



〈표 6-5〉 채널별 소셜 언급량_국내산 와인

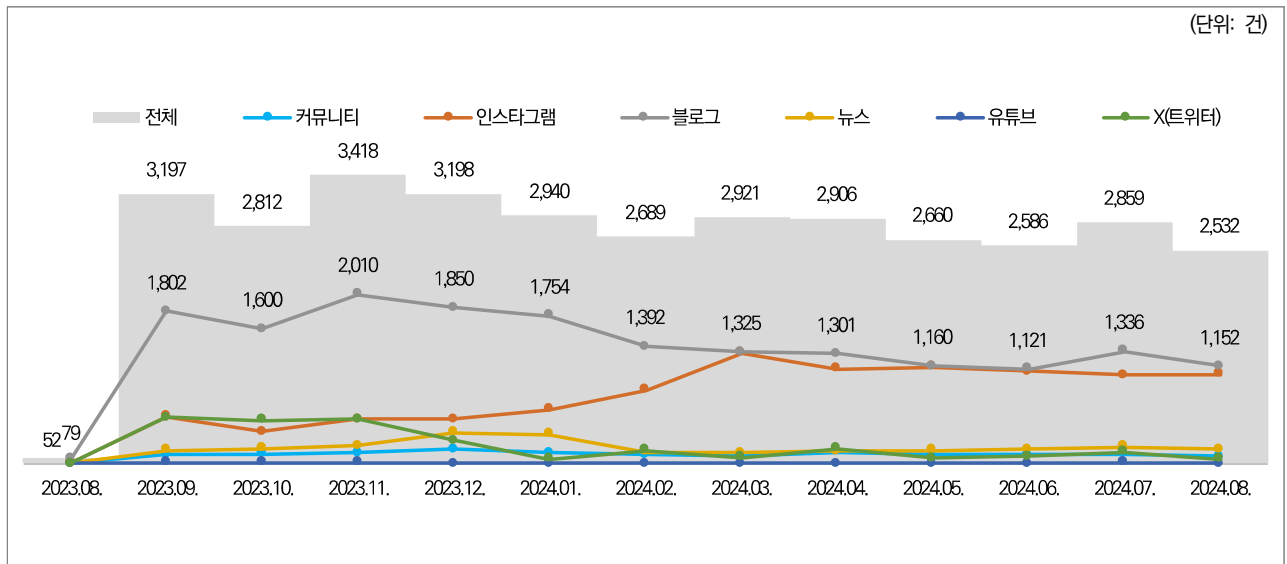
(기간: 2023. 08. 31. ~ 2024. 08. 30. 단위: 건)

키워드	전체	커뮤니티	인스타그램	블로그	뉴스	유튜브	X
국내산 와인	900	55	221	520	62	2	40

(4) 증류식 소주

- 키워드 ‘증류식 소주’에 대한 언급량은 2023년 11월이 3,418건으로 가장 많음. 언급량이 가장 많은 채널은 ‘블로그’로 그중 언급량이 가장 많은 달은 2023년 11월(2,010건)임.

〈그림 6-4〉 소셜 언급량_증류식 소주



〈표 6-6〉 채널별 소셜 언급량_증류식 소주

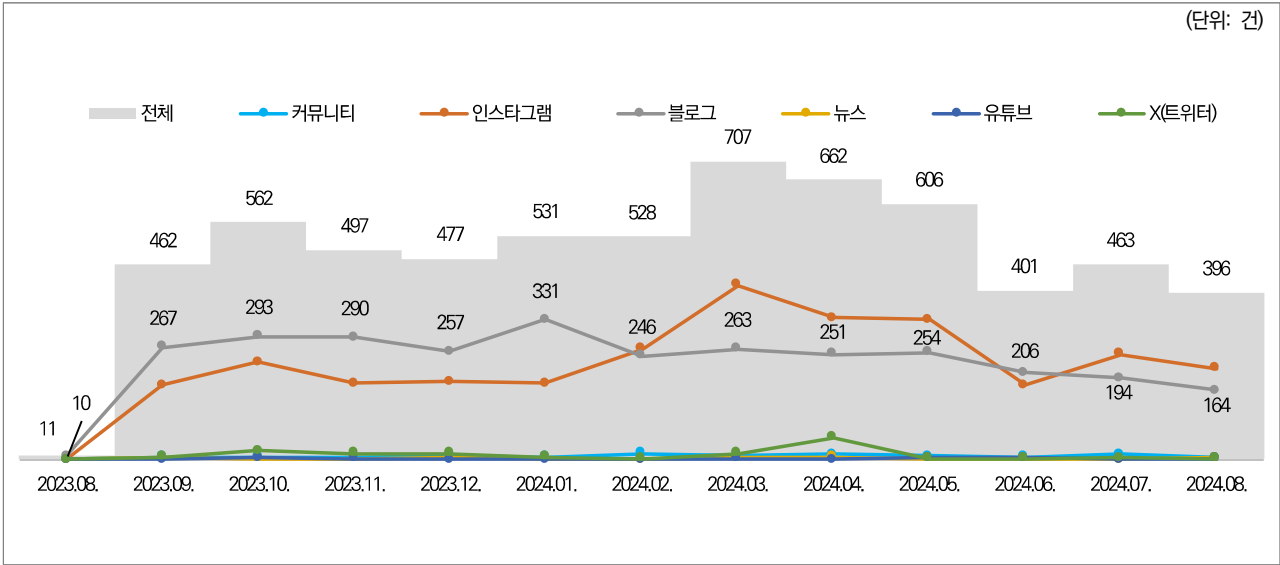
(기간: 2023. 08. 31. ~ 2024. 08. 30. 단위: 건)

키워드	전체	커뮤니티	인스타그램	블로그	뉴스	유튜브	X
증류식 소주	34,797	1,416	10,316	17,855	2,425	90	2,695

(5) 전통주점

- 키워드 ‘전통주점’에 대한 언급량은 2024년 3월이 707건으로 가장 많음. 언급량이 가장 많은 채널은 ‘블로그’로 그중 언급량이 가장 많은 달은 2024년 1월(331건)임.

〈그림 6-5〉 소셜 언급량_전통주점



〈표 6-7〉 채널별 소셜 언급량_전통주점

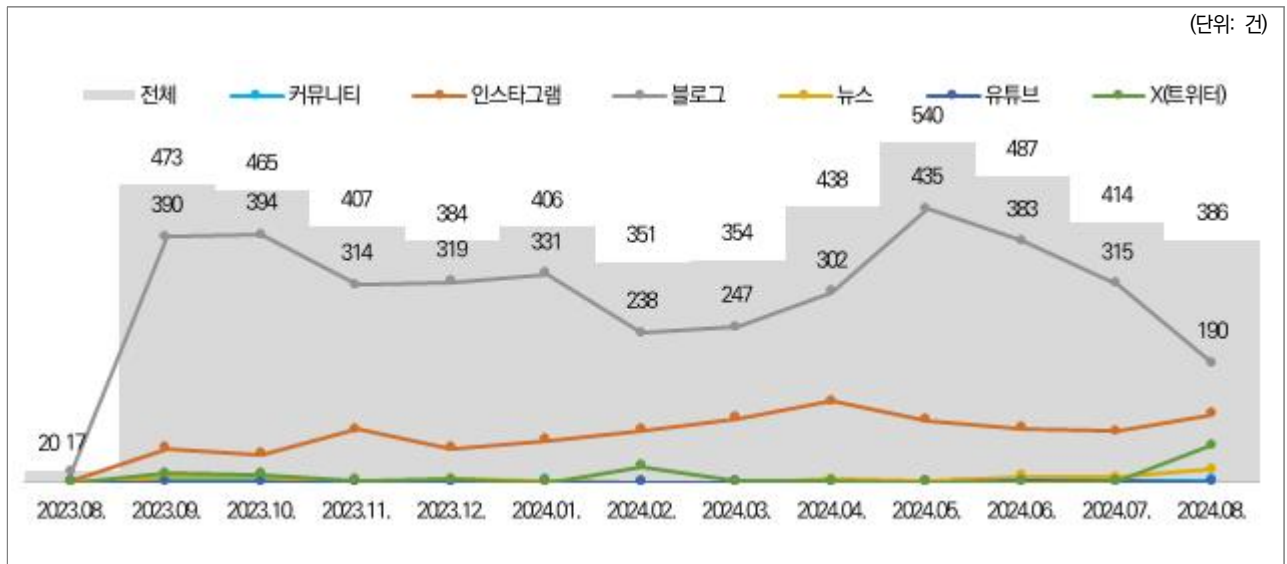
(기간: 2023. 08. 31. ~ 2024. 08. 30. 단위: 건)

키워드	전체	커뮤니티	인스타그램	블로그	뉴스	유튜브	X
전통주점	6,303	115	2,944	3,026	43	26	149

(6) 전통주 카테고리

- 키워드 ‘전통주 카테고리’에 대한 언급량은 2024년 5월이 540건으로 가장 많음. 언급량이 가장 많은 채널은 ‘블로그’로 그중 언급량이 가장 많은 달은 2024년 5월(435건)임.

〈그림 6-6〉 소셜 언급량_전통주 카테고리



〈표 6-8〉 채널별 소셜 언급량_전통주 카테고리

(기간: 2023. 08. 31. ~ 2024. 08. 30. 단위: 건)

키워드	전체	커뮤니티	인스타그램	블로그	뉴스	유튜브	X
전통주 카테고리	5,125	31	1,004	3,875	75	9	131

3 소셜 연관어 분석

(1) 전통주

- 키워드 ‘전통주’에 대한 연관어 분석 결과, 전체적으로는 ‘맛집’, ‘메뉴’, ‘술집’, ‘안주’와 같이 전통주와 함께 먹는 음식 또는 그러한 음식을 파는 장소에 대한 연관어가 크게 나타남.

〈그림 6-7〉 소셜 연관어_전통주



(2) 막걸리(탁주)

- 키워드 ‘막걸리’에 대한 연관어 분석 결과, 전체적으로는 ‘술’, ‘청주’, ‘약주’와 같이 다양한 주류에 대한 연관어가 크게 나타남.

〈그림 6-8〉 소셜 연관어_막걸리



(3) 증류식 소주

- 키워드 ‘증류식 소주’에 대한 연관어 분석 결과, 전체적으로는 ‘술’, ‘소주’, ‘전통주’, ‘하이볼’ 등 다양한 주류에 대한 연관어가 많이 나타남.

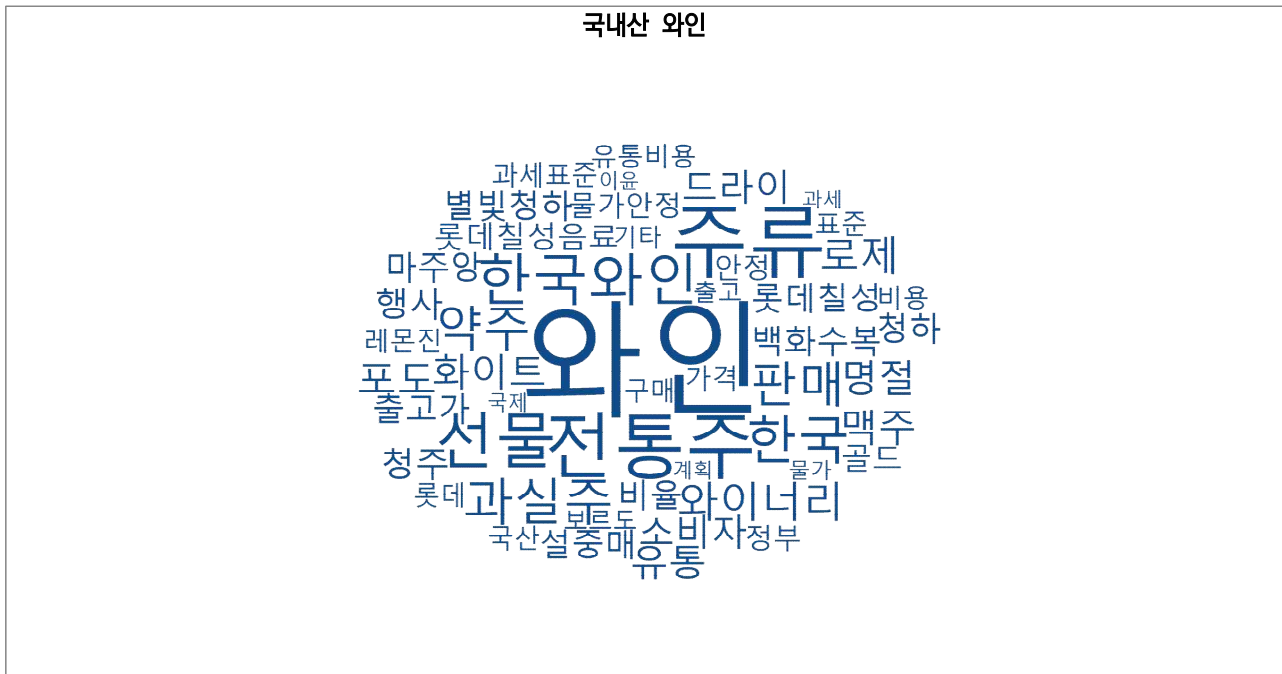
〈그림 6-9〉 소셜 연관어_증류식 소주



(4) 국내산 와인(과실주)

- 키워드 ‘국내산 와인’에 대한 연관어 분석 결과, 전체적으로는 주류에 관한 연관어와 더불어 ‘와이너리’, ‘포도’, ‘로제’, ‘화이트’, ‘드라이’ 등 와인과 직접적인 관련이 있는 연관어가 주로 나타남.

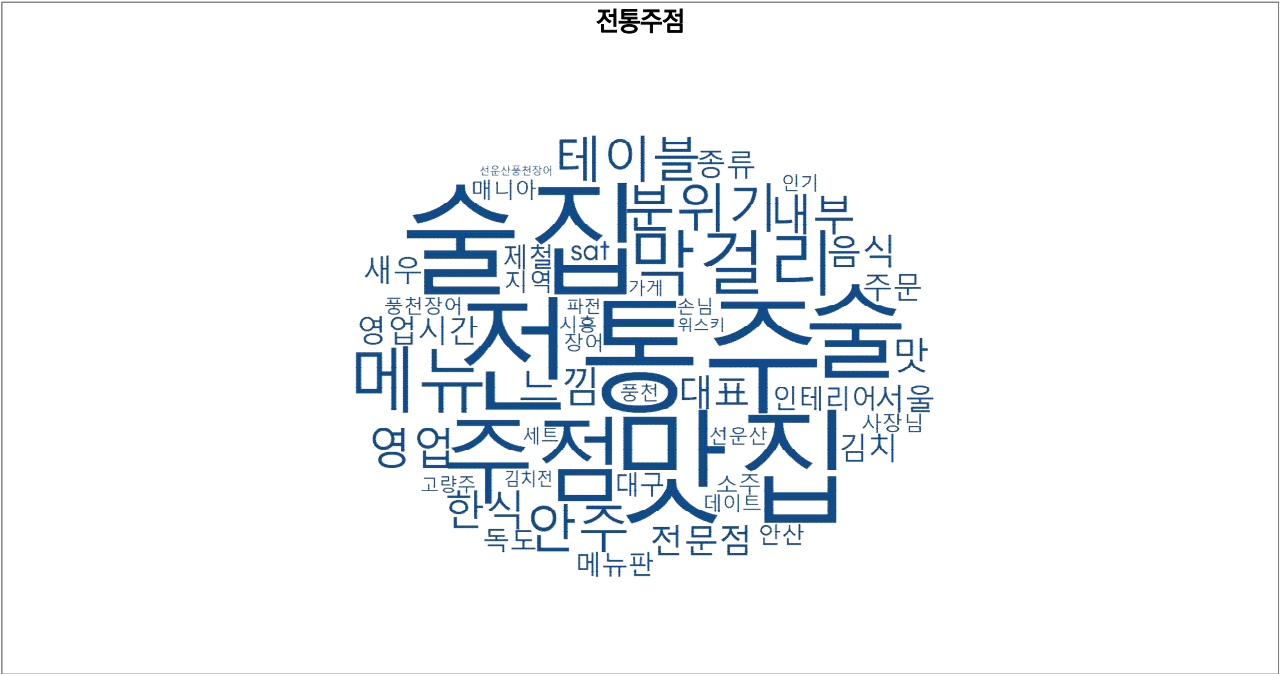
〈그림 6-10〉 소셜 연관어_국내산 와인



(5) 전통주점

- 키워드 ‘전통주점’에 대한 연관어 분석 결과, 전체적으로는 ‘맛집’, ‘술집’, ‘주점’ 등 장소에 대한 연관어가 주로 나타났으며, ‘분위기’, ‘느낌’ 등 인테리어에 대한 연관어가 다양하게 나타남.

〈그림 6-11〉 소셜 연관어_전통주점



(6) 전통주 카테고리

- 키워드 ‘전통주 카테고리’에 대한 연관어 분석 결과, 전체적으로는 ‘맛집’, ‘메뉴’, ‘전골’, ‘수육’ 등 함께 먹는 음식 또는 그러한 음식을 파는 장소에 대한 연관어가 주로 나타남.

〈그림 6-12〉 소셜 연관어_전통주 카테고리



VII

2024년(23년 기준) 주류산업정보 실태조사

부록



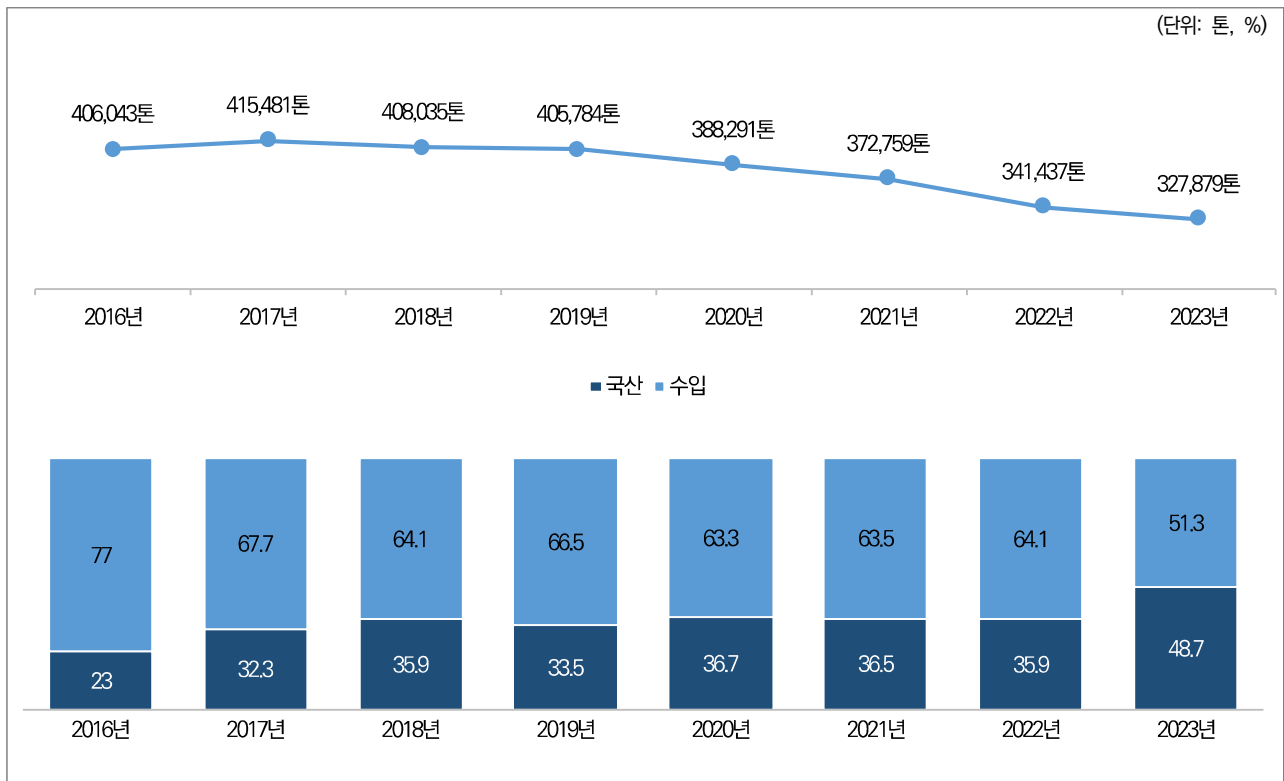
part 1

주류 분야 쌀 사용량 현황

(1) 탁주(막걸리) 분야 쌀 사용량

- 탁주(막걸리) 주종의 쌀 사용량은 '22년 대비 감소하였으며, 국내산 사용량 비율은 '22년 대비 12.8%p 증가함. ('22년 국내산 사용량 비율: 35.9%, '23년 국내산 사용량 비율 48.7%)

〈그림 7-1〉 2016~2023년 탁주(막걸리) 분야 쌀 사용량



〈표 7-1〉 2016~2023년 탁주(막걸리) 분야 쌀 사용량

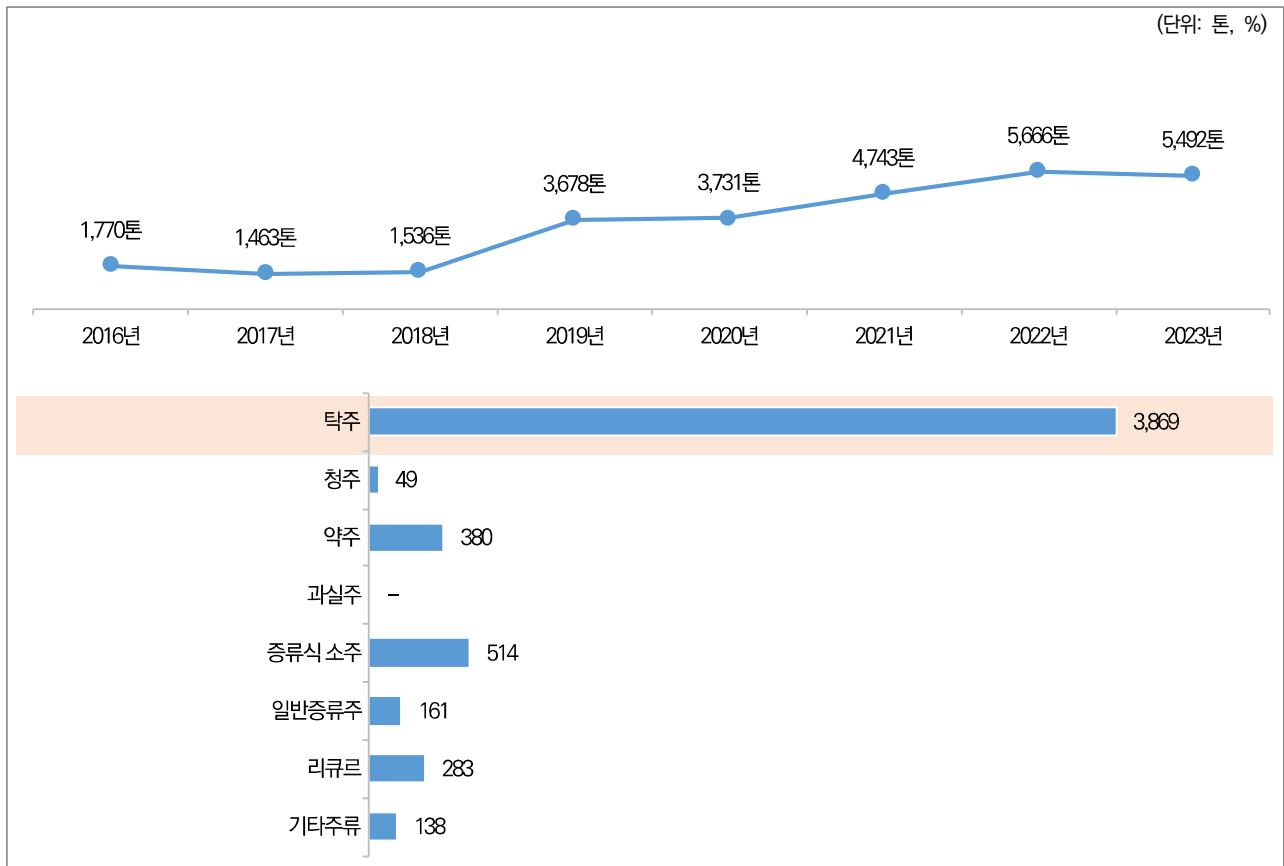
(단위: kℓ, 톤, %)

구 분		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
탁주 출고량(kℓ)		406,043	415,481	408,035	405,784	388,291	372,759	341,437	327,879
사용량(톤)	쌀 사용량	40,467	39,164	36,773	41,834	37,595	31,954	35,773	31,236
	국내산	9,299	12,639	13,217	14,027	13,816	11,657	12,846	15,202
	수입	31,168	26,525	23,556	27,808	23,779	20,297	22,927	16,034
비율(%)	국내산	23.0	32.3	35.9	33.5	36.7	36.5	35.9	48.7
	수입	77.0	67.7	64.1	66.5	63.3	63.5	64.1	51.3
탁주원료전체사용량(톤)		47,300	45,415	44,010	47,713	48,287	40,102	49,645	34,480

(2) 전통주 분야 쌀 사용량

- 전통주 원료 중 쌀의 경우 '23년 5,492톤으로 '22년 5,666톤 대비 소폭 하락함.
- 전통주 분야의 주종별 쌀 사용량은 탁주가 3,869톤으로 가장 큰 비중을 차지함.

〈그림 7-2〉 2016~2023년 전통주 분야 쌀 사용량



〈표 7-2〉 2016~2023년 전통주 분야 쌀 사용량

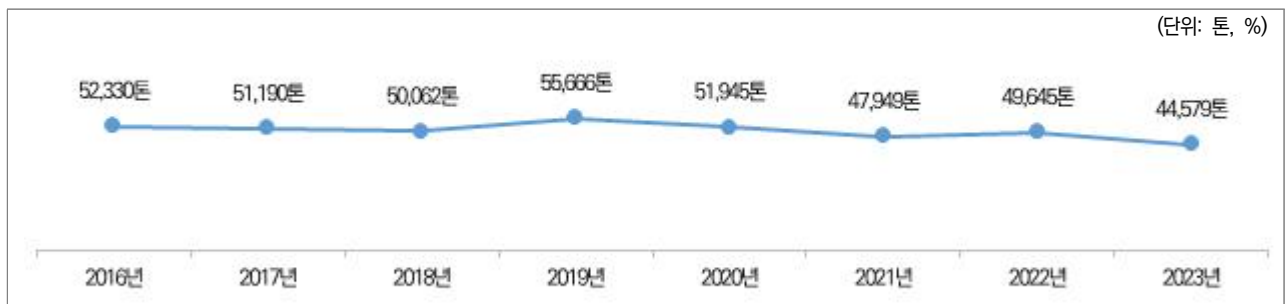
(단위: 톤)

구 분		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
쌀사용량 (톤)	전체	1,770	1,463	1,536	3,678	3,731	4,743	5,666	5,492
	탁주	829	868	958	2,104	2,239	2,776	2,466	3,869
	탁주 외	909	595	578	1,574	1,491	1,967	3,200	1,623
전체원료 사용량(톤)	전체	3,164	2,888	3,234	5,253	6,696	8,893	11,872	10,263
	탁주	932	889	1,220	2,158	2,436	3,265	3,774	4,523
	탁주 외	2,232	1,999	2,014	3,095	4,260	5,628	8,097	5,740

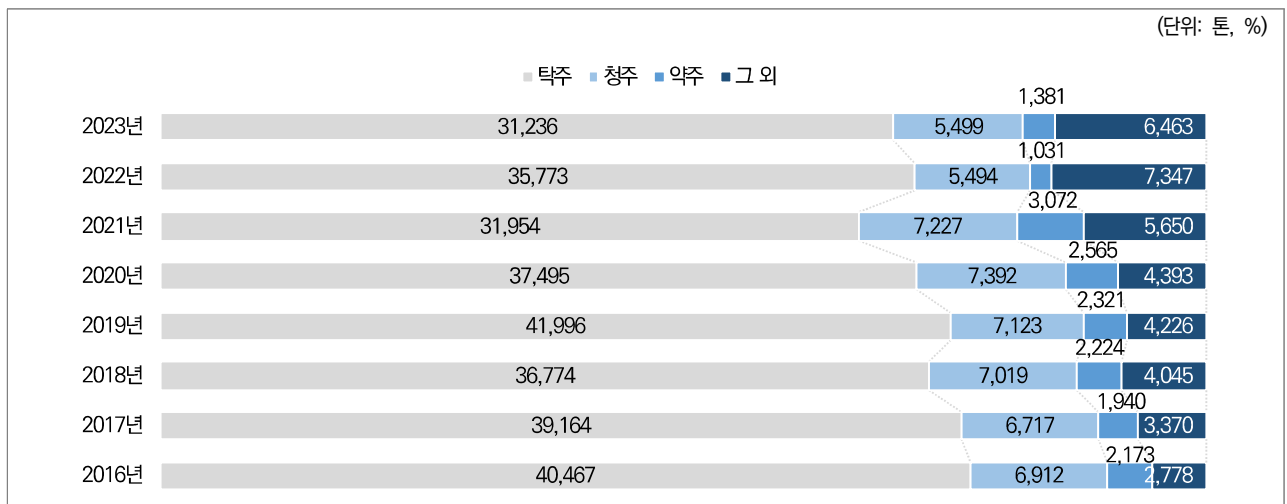
(3) 전체 주류 쌀 사용량

- '23년 전체 주류에서 사용된 쌀 사용량은 44,579톤으로, '22년 49,645톤 대비 소폭 하락함.
 - 이 중 국내산 비율은 47.8%, 수입산 비율은 52.2%로 수입산 원료 사용이 상대적으로 높으며, 국내산 쌀 사용 비율은 '22년 대비 7.5%p 증가하였음.
- 주종별 쌀 사용량은 탁주가 31,236톤으로 가장 큰 비중을 차지함.

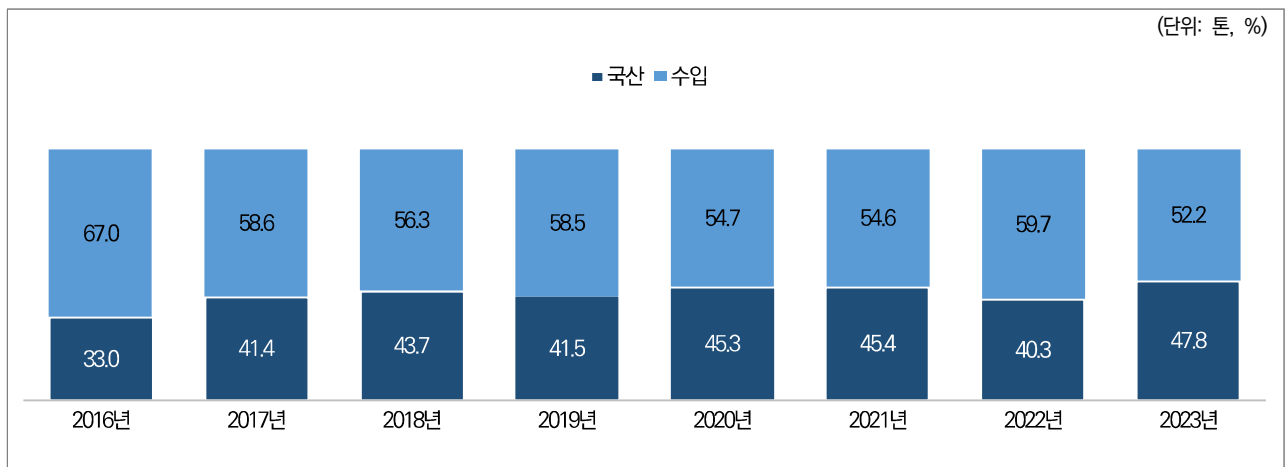
〈그림 7-3〉 2016~2023년(8개년) 전체 주류 쌀 사용량 추세



〈그림 7-4〉 2016~2023년(8개년) 전체 주류별 쌀 사용량 추세



〈그림 7-5〉 2016~2023년(8개년) 전체 주류 쌀 국내산/수입산 비율



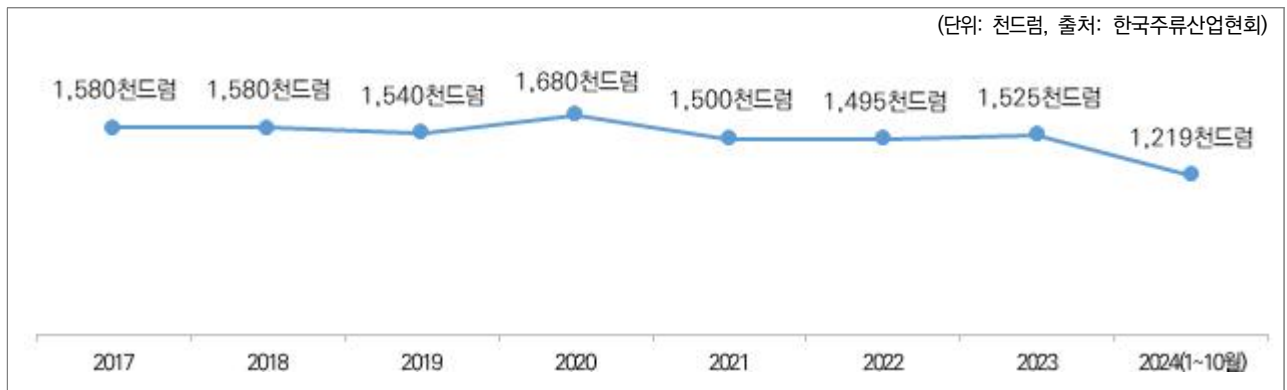
part 2

주정 생산량 및 원료 지정량 현황

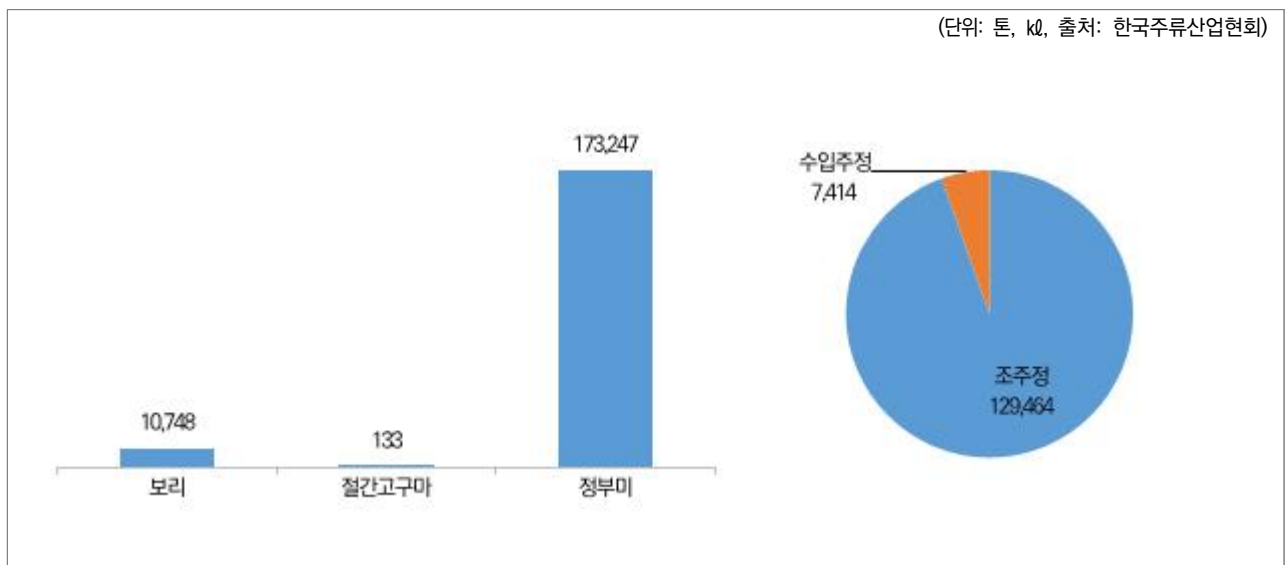
(1) 연도별 주정 생산량

- '24년 10월까지의 국내 주정사의 주정 생산량은 1,219천 드럼임.
- '24년 10월까지의 주정원료 중 발효시설 원료 지정량은 정부미가 173,247톤으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 보리(10,748톤), 절간고구마(133톤)의 순임.
- 정제시설 원료 지정량은 조주정이 129,464kℓ로 수입주정(7,414kℓ)보다 높은 비중을 차지함

〈그림 7-6〉 2017~2024(10월) 주정 생산량 추이



〈그림 7-7〉 2024년(1월~10월) 주정원료 지정량(발효시설, 정제시설 원료)



※ 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 타피오키는 비지정 원료임.

(정부에서 지정한 원료 우선사용을 원칙으로 하고 부족분에 한해 타피오키를 수입하여 원료로 사용함.)

※ 1드럼 = 200리터

〈표 7-3〉 원료별 주정원료 지정표(2014~2024년)

(단위: 톤, kℓ, 출처: 한국주류산업협회)

연도	주정사	연간 주정 생산량 (단위: 드럼)	원료 지정량									비지정 원료 사용량 (단위: 톤) 타피 오카
			발효시설 원료 (단위: 톤)						정제시설 원료 (단위 : kℓ)			
			보리	절간 고구마	감자	국산밀	농협 현미	농협 백미	정부미	조주정	수입 주정	
20 24 *	전체	1,219,423	10,748	133	-	1,992	-	5	173,247	129,464	7,414	47,273
	A	88,704	968	133	-	153	-	-	13,210	9,035	383	4,410
	B	116,965	1,284	-	-	162	-	1	18,651	11,066	884	4,984
	C	81,617	579	-	-	-	-	-	12,061	8,968	691	1,911
	D	128,100	1,384	-	-	-	-	1	23,360	10,997	898	3,944
	E	137,000	851	-	-	750	-	2	21,648	11,807	531	6,918
	F	202,737	2,227	-	-	352	-	1	32,986	19,229	1,424	7,439
	G	237,400	2,249	-	-	374	-	-	33,073	26,708	-	11,000
	H	115,319	1,206	-	-	201	-	-	18,259	10,698	866	6,667
	I	111,581	-	-	-	-	-	-	-	20,956	1,737	-
20 23	전체	1,384,459	175,541	183	-	-	-	-	211,581	156,373	10,333	65,686
	A	115,362	2,896	-	-	-	-	-	16,381	10,983	732	-
	B	146,852	3,824	-	-	-	-	-	23,097	13,407	861	-
	C	102,145	2,283	-	-	-	-	-	13,659	10,618	683	-
	D	159,353	4,509	-	-	-	-	-	25,597	13,780	886	-
	E	164,066	4,645	-	-	-	-	-	27,861	13,656	903	-
	F	252,205	6,635	-	-	-	-	-	40,734	22,755	1,488	-
	G	299,685	6,787	-	-	-	-	-	41,322	31,402	2,083	-
	H	144,791	3,421	183	-	-	-	-	22,930	13,093	870	-
	I	-	140,541	-	-	-	-	-	-	26,679	1,827	-
20 22	전체	1,349,220	195,780	233	-	-	-	-	118,242	156,620	10,333	130,825
	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	-

* 2024년은 11월 기준 공개된 2024년 10월 수치까지 수록함.

연도	주정사	연간 주정 생산량 (단위: 드럼)	원료 지정량										비지정 원료 사용량 (단위: 톤) 타피 오카
			발효시설 원료 (단위: 톤)							정제시설 원료 (단위 : kg)			
			보리	절간 고구마	감자	국산밀	농협 현미	농협 백미	정부미	조주정	수입 주정		
20 21	전체	1,360,156	189,844	169	-	-	-	-	146,323	160,249	10,333	88,493	
	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	전체	1,524,014	205,986	204	-	-	-	-	130,000	192,777	10,333	116,198	
	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	-	
20 19	전체	1,540,000	32,100	190	-	3,070	26,082	1,781	190,000	128,394	8,552	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	-	
	I	138,353	-	-	-	-	26,082	1,781	-	-	-	-	

연도	주정사	연간 주정 생산량 (단위: 드럼)	원료 지정량									비지정 원료 사용량 (단위: 톤) 타피 오카
			발효시설 원료 (단위: 톤)							정제시설 원료 (단위 : kg)		
			보리	절간 고구마	감자	국산밀	농협 현미	농협 백미	정부미	조주정	수입 주정	
20 18	전체	1,436,891	174,359	352	-	7,249	-	-	190,000	156,879	10,333	95,560
	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	-
	I	-	143,109	-	-	-	-	-	-	27,041	1,781	-
20 17	전체	1,435,422	154,297	504	-	-	2,698	16,000	190,000	158,722	10,333	-
	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	-
	I	-	144,578	-	-	-	-	-	-	27,278	1,852	-
20 16	전체	1,500,165	31,185	759	-	-	2,918	-	210,000	133,421	8,484	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	-
	J	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	K	93,818	1,345	33	-	-	126	-	7,300	11,267	716	-

연도	주정사	연간 주정 생산량 (단위: 드럼)	원료 지정량									비지정 원료 사용량 (단위: 톤) 타피 오카
			발효시설 원료 (단위: 톤)							정제시설 원료 (단위 : kℓ)		
			보리	절간 고구마	감자	국산밀	농협 현미	농협 백미	정부미	조주정	수입 주정	
20 15	전체	1,510,126	174,874	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	-
	K	94,538	865	35	-	-	42	392	10,926	11,350	716	-
	I	-	154,874	-	-	-	-	-	-	29,333	1,849	-
20 14	전체	1,420,466	163,683	1,029	11,301	-	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	-
	K	88,102	724	41	457	-	344	-	2,453	10,817	726	-
	I	-	145,534	-	-	-	-	-	-	27,478	1,831	-

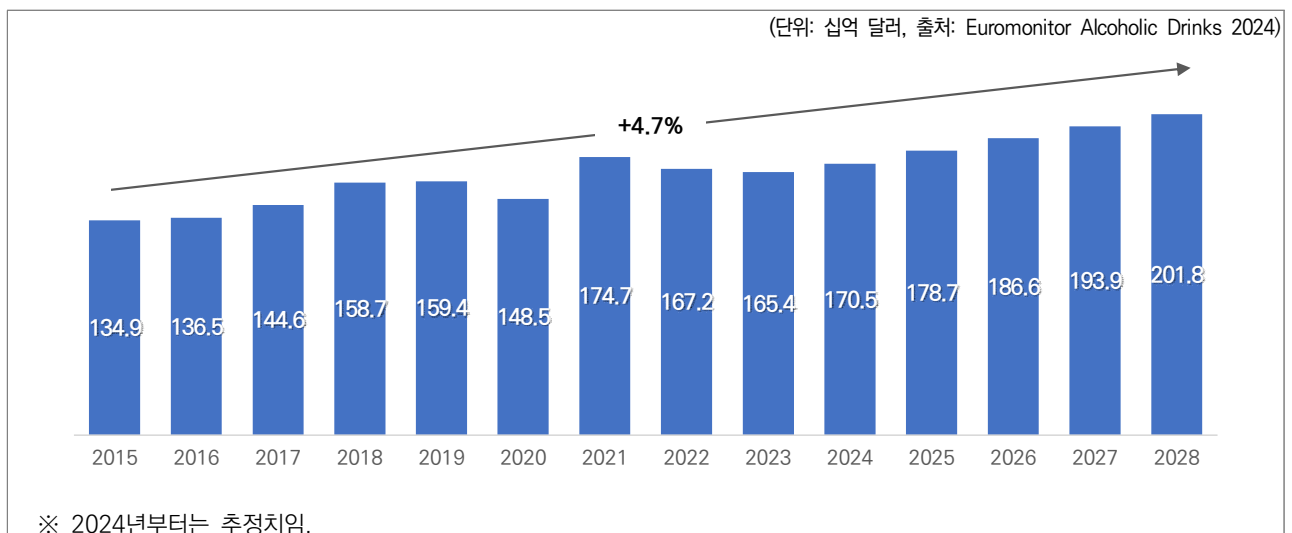
part 3

주요 국가별 주류산업 현황

(1) 중국

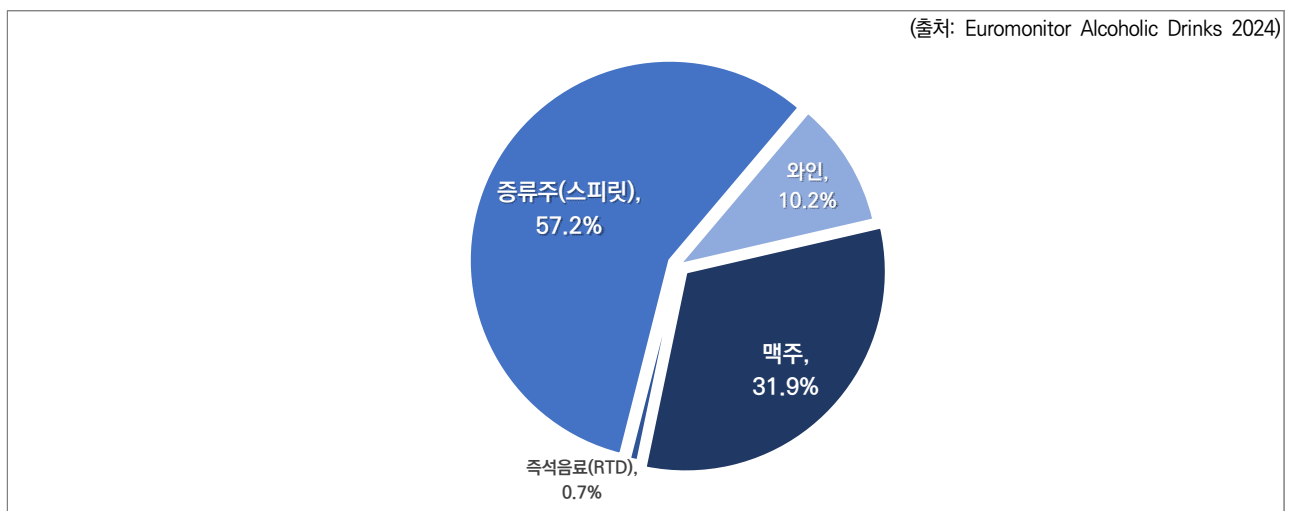
- 중국은 세계 주류 시장에서 규모가 가장 큰 국가로, '23년 기준 중국의 주류 시장 매출액은 1,654억 달러(215조 원)로 집계됨.
- 향후 매년 4.7%씩 성장을 거듭하여 '28년까지 2,018억 달러에 이를 것으로 예측됨.

〈그림 7-8〉 중국 주류 시장 매출액 추이



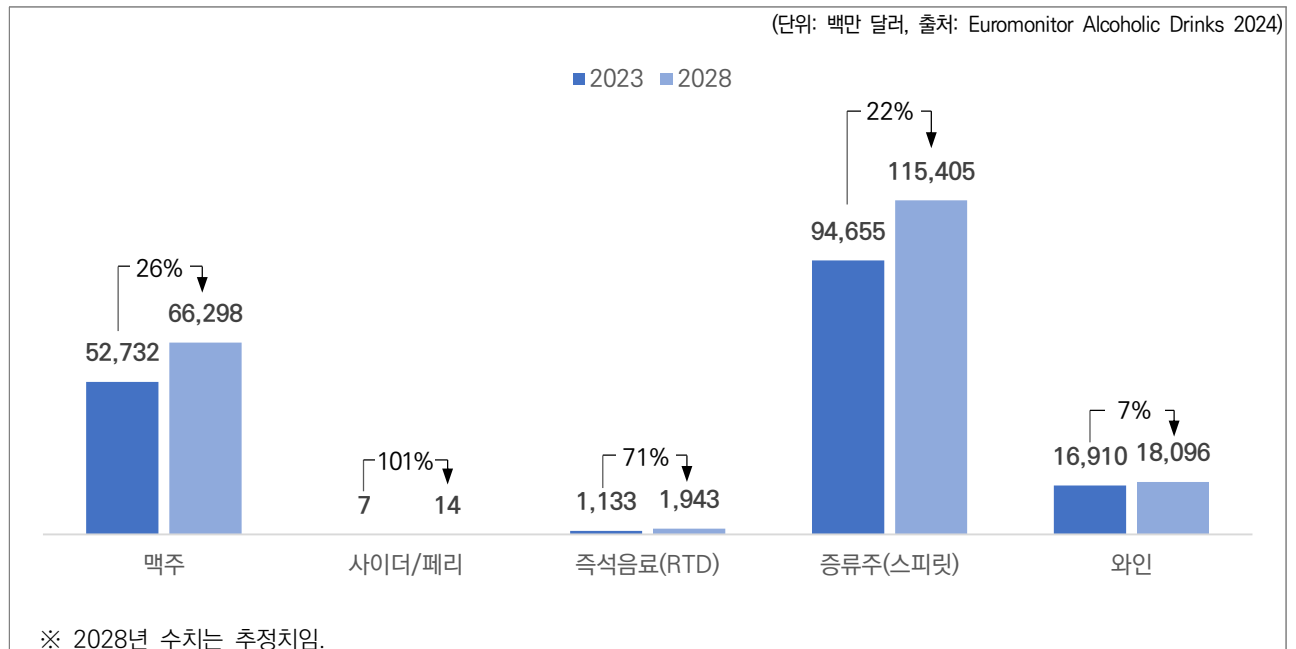
- 중국 주류 시장 내 증류주의 매출액 비중이 57.2%로 가장 컸으며, 이어서 맥주(31.9%), 와인(10.2%), RTD(0.7%) 등의 순으로 확인됨.

〈그림 7-9〉 중국 주류 시장 내 주종별 매출액 비중(2023년 기준)



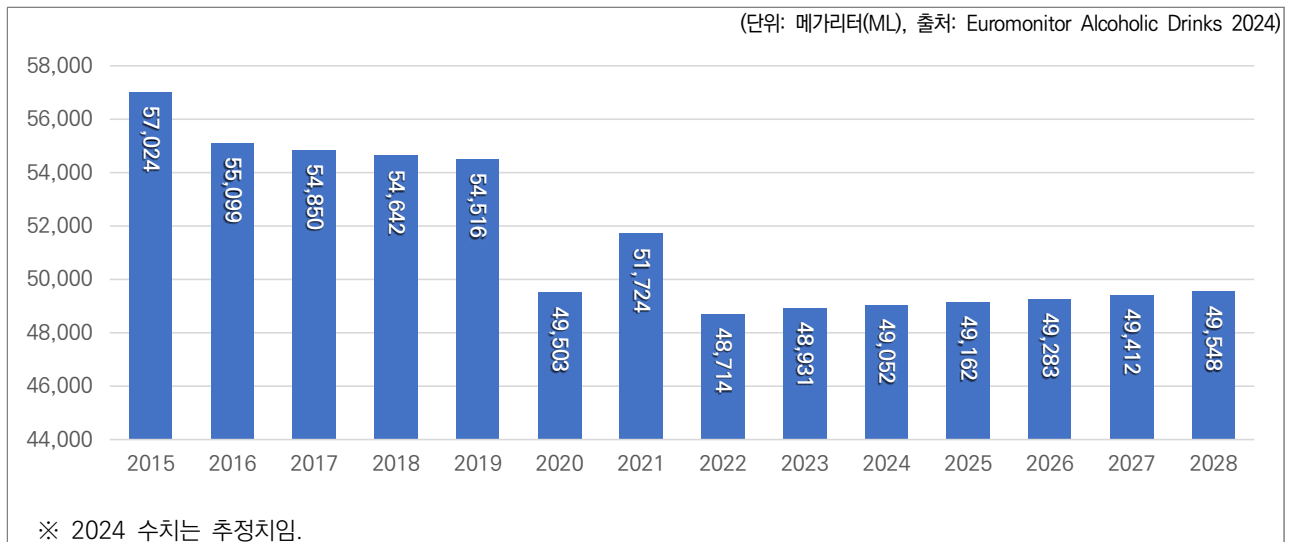
- 주종별 중국 내 주류 시장 매출액 추이를 보면, '28년까지 증류주 시장은 22% 성장하여 1,150억 달러를 돌파할 것으로 예상되며, 맥주 또한 26% 성장하여 662억 달러를 돌파할 것으로 전망됨.
- 상대적으로 시장규모가 작은 즉석음료(RTD) 시장은 매년 11.4%의 성장률을 보이며 '28년까지 71% 신장한 194억 달러 수준에 육박할 것으로 전망됨.

〈그림 7-10〉 중국 주류 시장 내 주종별 매출 변화



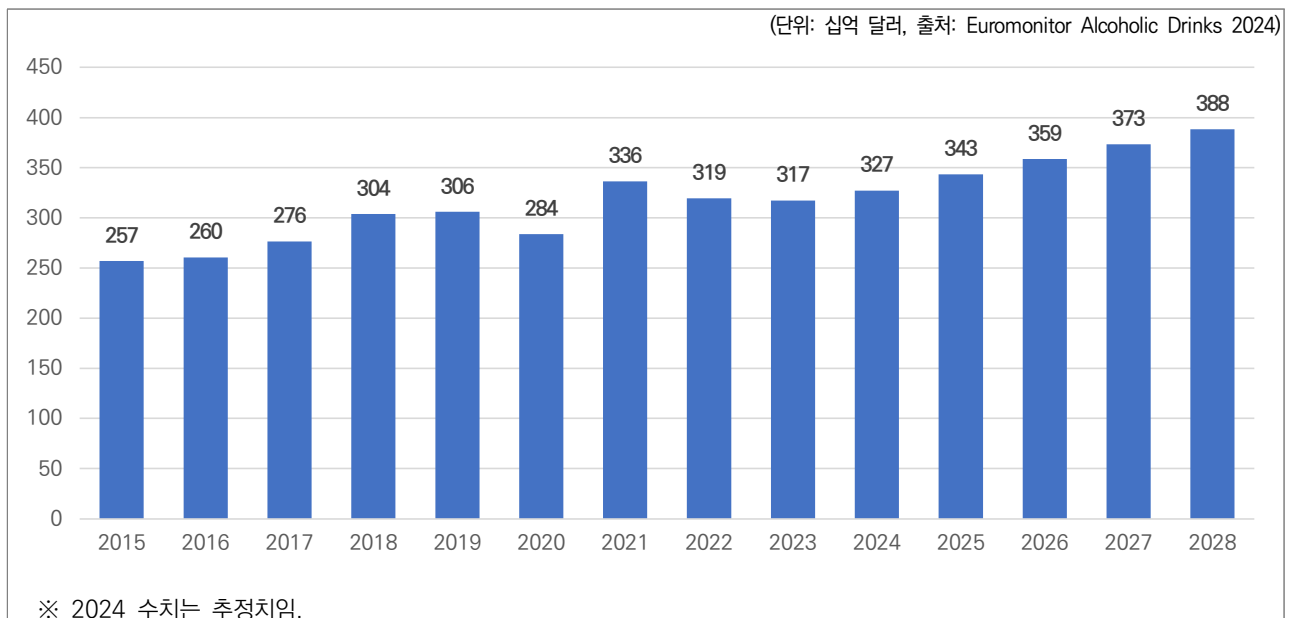
- 한편, 중국의 주류 출고량은 2019년까지 5만 메가리터를 상회하였으나, 코로나19 이후 급감 후 더딘 회복세를 보임. '23년 기준으로 4만 8,931메가리터로 집계됨.
 - 그럼에도 중국 내 주류 출고량은 매년 소폭 상승하여 '28년에는 4만 9,500메가리터 수준에 이를 것으로 전망됨.
 - '23년 기준 맥주 출고량은 4만 2,900메가리터, 증류주는 3,500메가리터, 와인은 2,100메가리터 등으로 집계됨.

〈그림 7-11〉 중국 내 주류 출고량 현황



- '23년 기준 중국 내 주류 소비 규모는 3,170억 달러로 추산되어 2015년(2,570억 달러) 대비 23.4% 상승함. 이와 더불어 주류 소비 규모는 매년 4.1%씩 증가하여 '28년에는 3,880억 달러에 달할 것으로 추정됨.

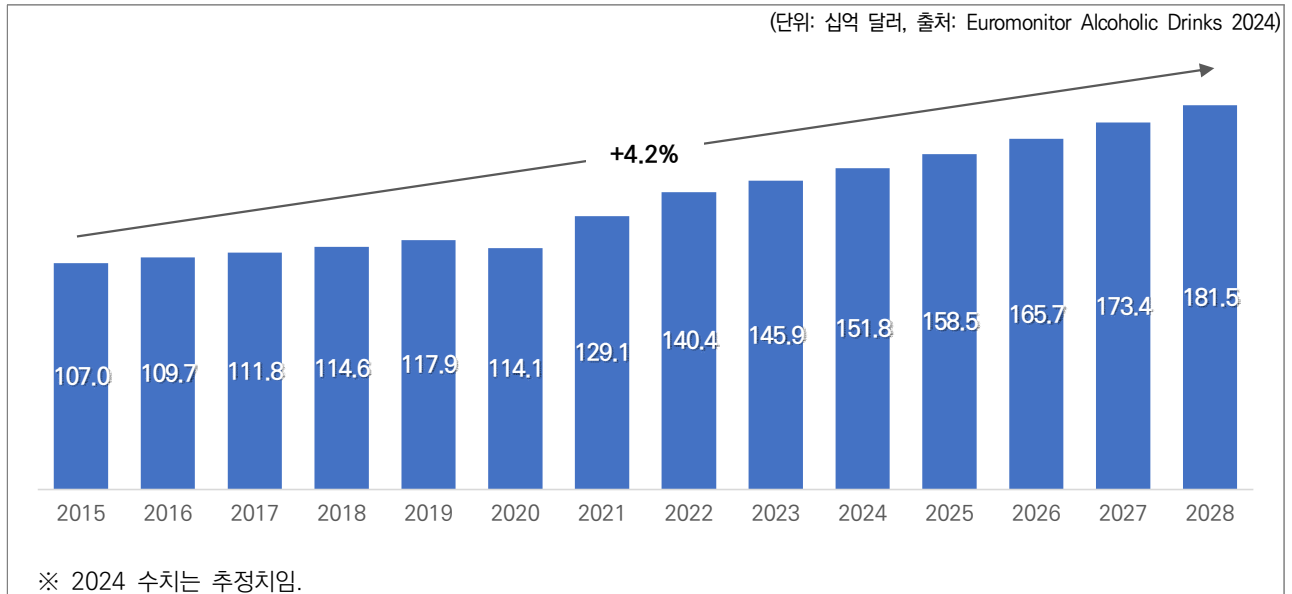
〈그림 7-12〉 중국 내 주류 소비 현황



(2) 미국

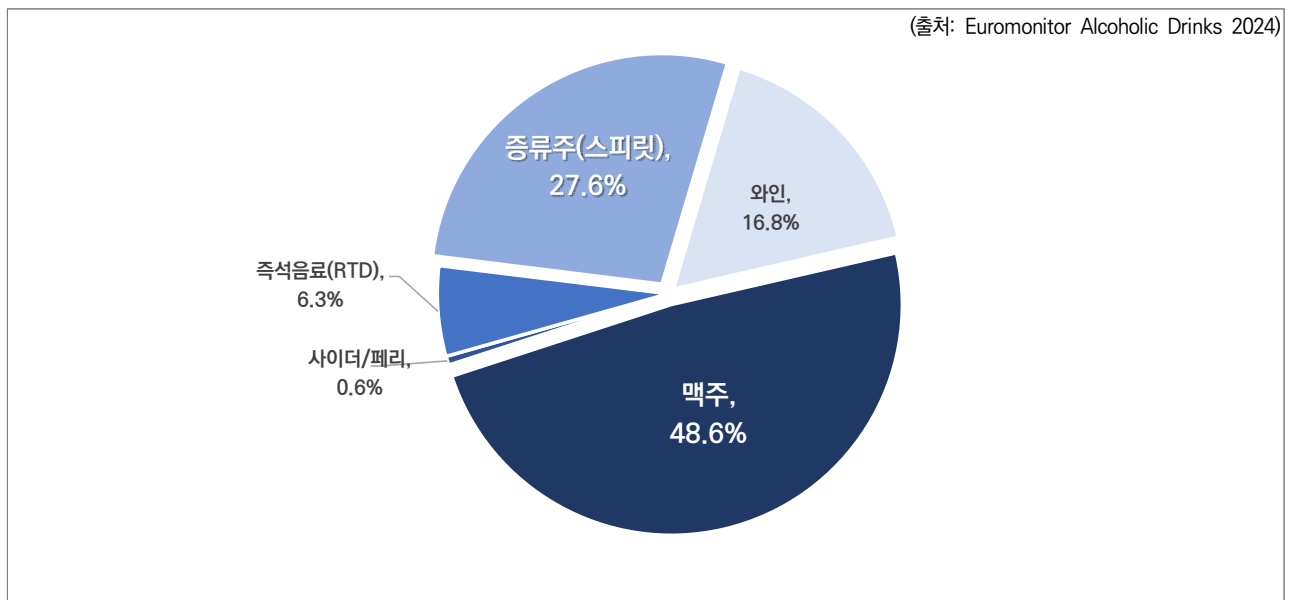
- '23년 기준 미국의 주류 시장 매출액은 1,459억 달러(190조 원) 수준이며, 매년 4.2%의 성장률로 '28년 1,815억 달러에 도달할 것으로 전망됨.

〈그림 7-13〉 미국 주류 시장 매출액 추이



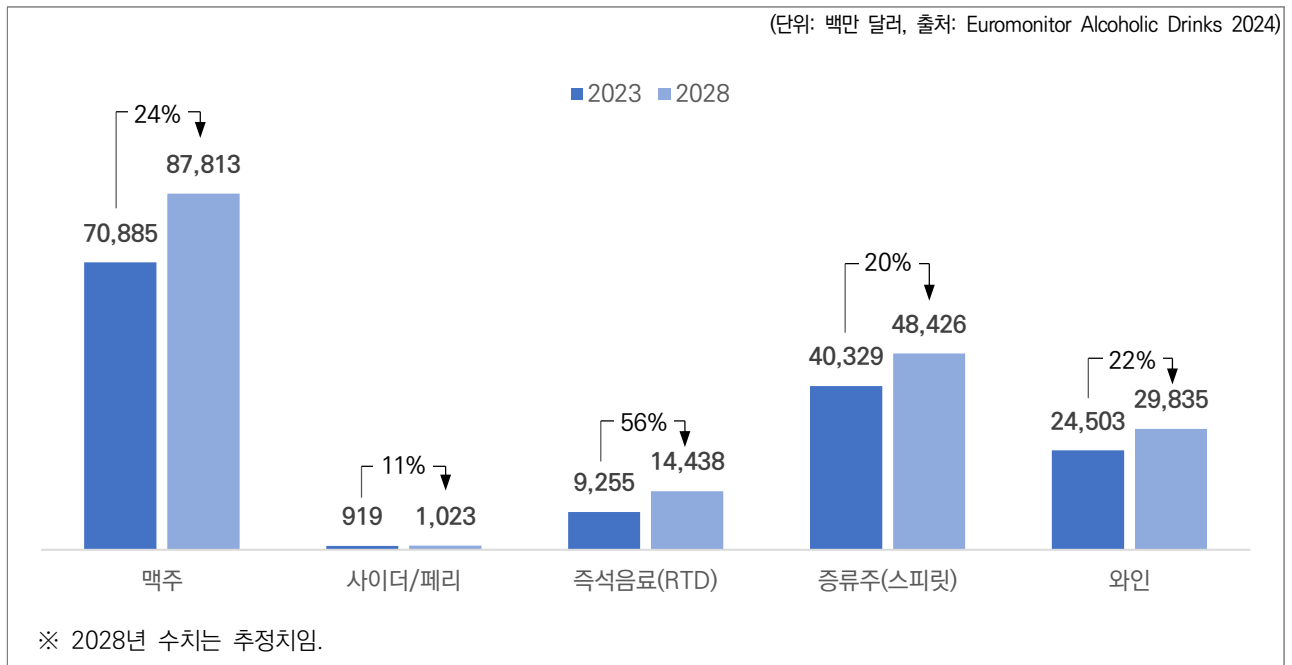
- 미국 주류 시장에서는 맥주의 매출액 비중이 48.6%로 가장 컸으며, 이어서 증류주(27.6%), 와인(16.8%), RTD(6.3%) 등의 순으로 확인됨.

〈그림 7-14〉 미국 주류 시장 내 주종별 매출액 비중(2023년 기준)



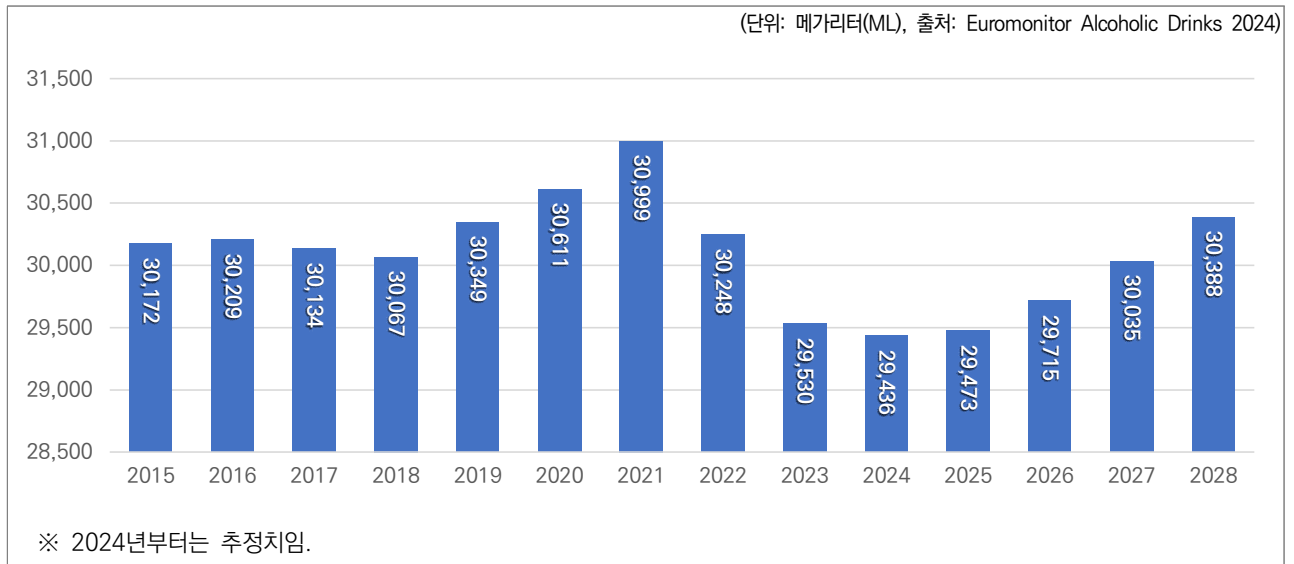
- 주종별 미국 내 주류 시장 매출액 추이를 보면, '28년까지 맥주 시장은 24% 성장하여 880억 달러 수준에 육박할 돌파할 것으로 예상되며, 증류주 또한 20% 성장한 480억 달러, 와인은 22% 성장하여 300억 달러에 근접할 것으로 전망됨.
- 즉석음료(RTD) 시장은 매년 9.3%의 성장률로 '28년까지 56% 신장하여 140억 달러를 넘어설 것으로 전망됨.

〈그림 7-15〉 미국 주류 시장 내 주종별 매출 변화



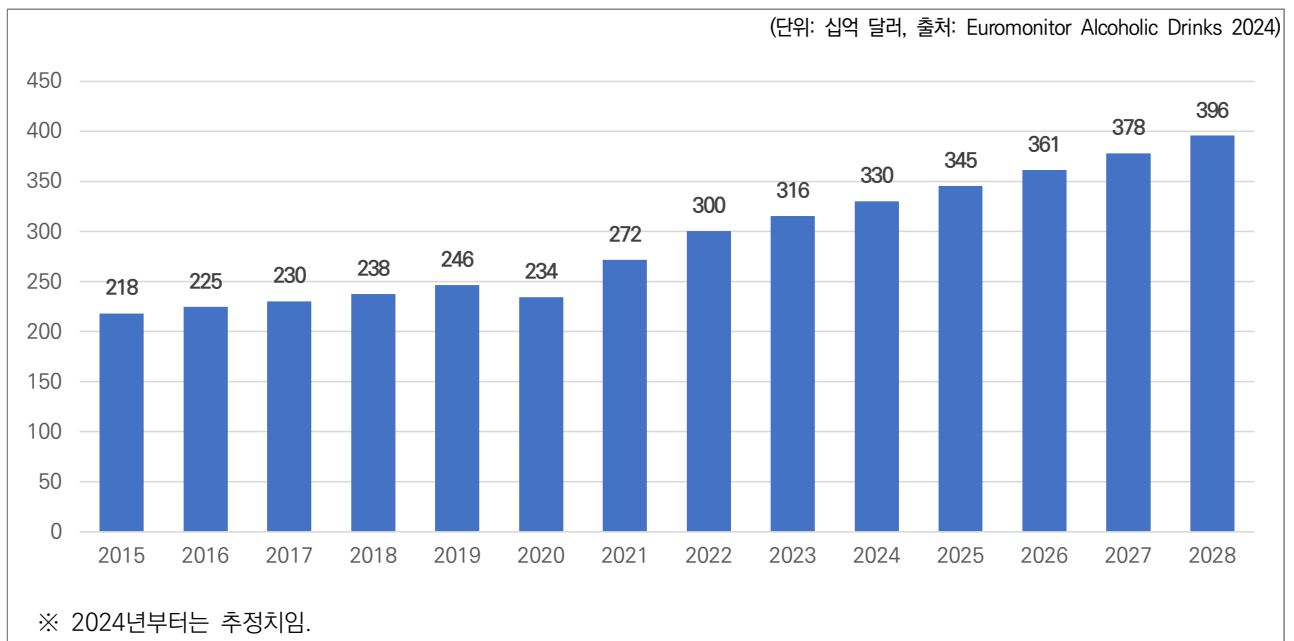
- 미국의 주류 출고량은 2010년대 점진적 증가세를 보였으나, 2021년 정점 도달 후 매년 급감하면서 '23년 2만 9,500메가리터 수준으로 나타남.
- 다만, 출고량은 매년 소폭 상승하다가 2026년에는 본격적으로 회복세를 되찾을 것으로 보이며, '28년에는 3만 300메가리터 수준이 될 것으로 전망됨.
- '23년 기준 맥주 출고량은 2만 1,470메가리터, 와인은 3,080메가리터, 증류주는 2,200메가리터, RTD는 1,070메가리터 등으로 집계됨.

〈그림 7-16〉 미국 내 주류 출고량 현황



- '23년 기준 미국의 주류 소비 규모는 3,160억 달러로 추산되어 2015년(2,180억 달러) 대비 44.7% 증가함. 이와 같은 증가세가 지속되면서 주류 소비 규모는 매년 4.6%씩 증가하여 '28년에는 3,960억 달러에 달할 것으로 추정됨.

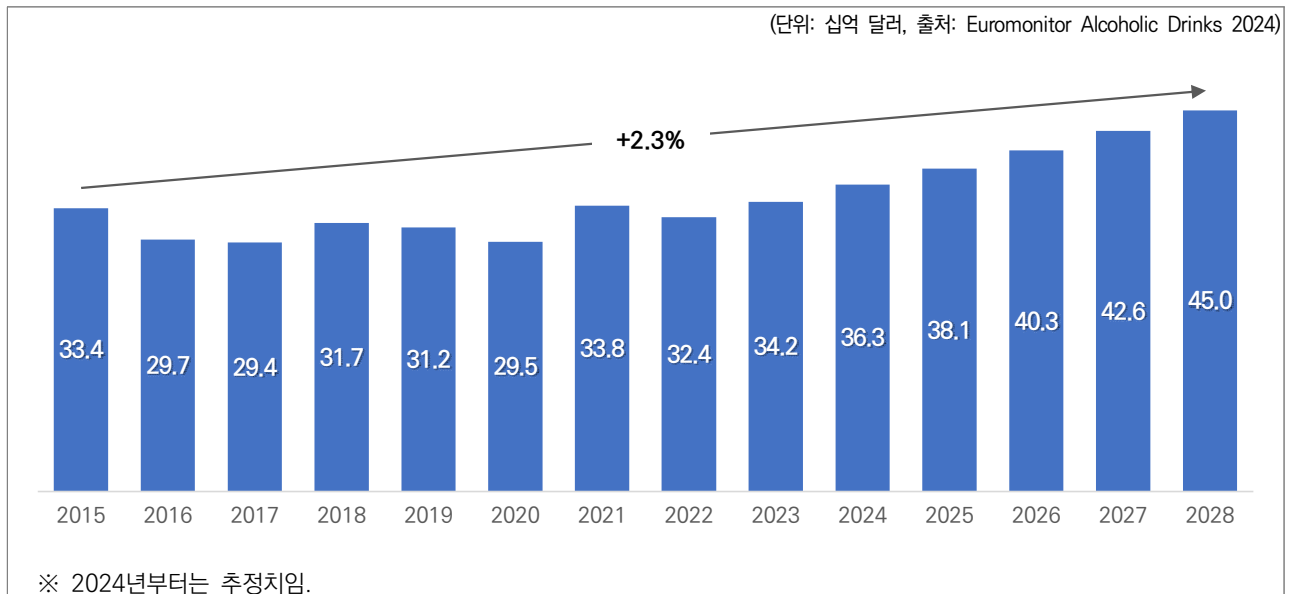
〈그림 7-17〉 미국 내 주류 소비 현황



(3) 영국

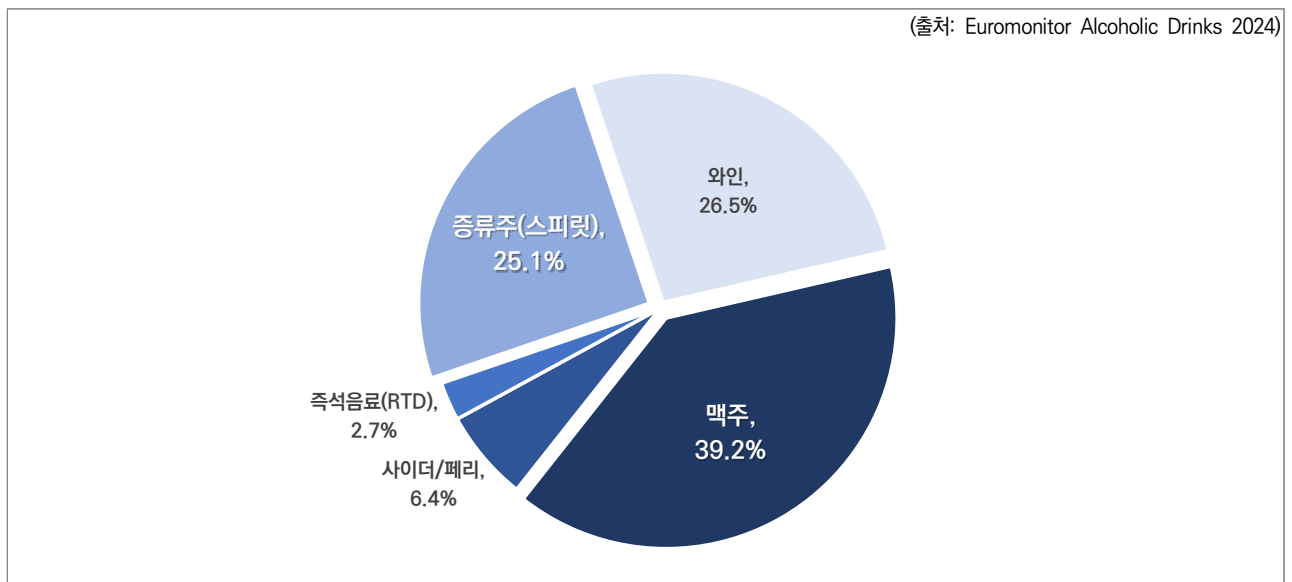
- '23년 기준 영국의 주류 시장 매출액은 342억 달러(45조 원) 수준이며, 매년 2.3%의 성장률로 '28년에는 450억 달러를 돌파할 것으로 전망됨.

〈그림 7-18〉 영국 주류 시장 매출액 추이



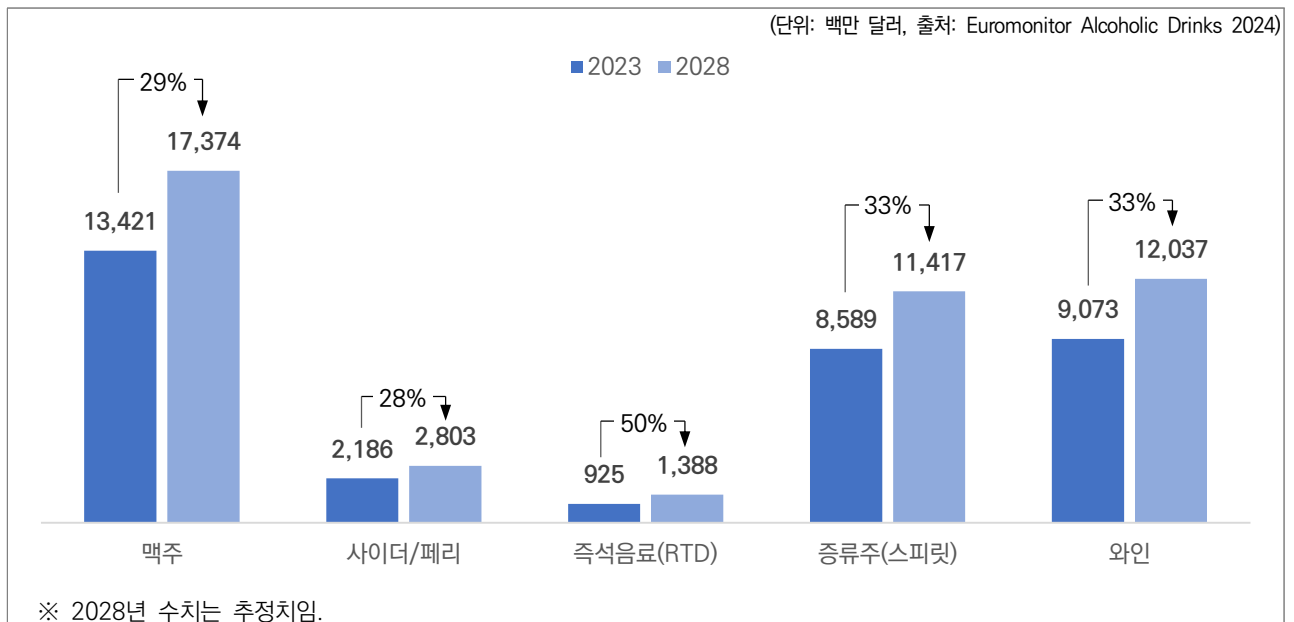
- 영국 주류 시장에서는 맥주의 매출액 비중이 39.2%로 가장 크게 나타났으며, 이어서 와인(26.5%), 증류주(25.1%), 사이더/페리(6.4%), RTD(2.7%) 순임.

〈그림 7-19〉 영국 주류 시장 내 주종별 매출액 비중(2023년 기준)



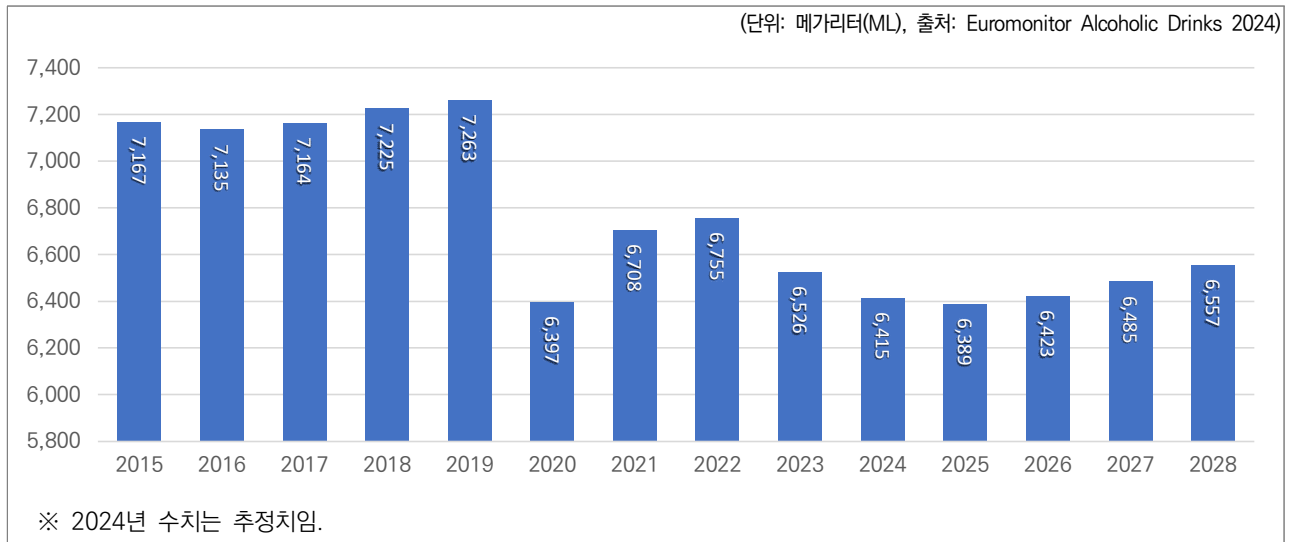
- 주종별 영국 내 주류 시장 매출액 추이를 보면, '28년까지 맥주 시장은 29% 성장하여 173억 달러 수준에 도달할 것으로 예상되며, 와인의 경우 33% 성장한 120억 달러, 증류주 또한 33% 성장하여 114억 달러 수준을 상회할 것으로 전망됨.
- 한편, 사이더/페리 시장은 매년 5.1%의 성장률로 '28년까지 28% 신장하여 28억 달러 수준으로 전망되며, RTD 시장은 매년 8.4%의 성장률로 '28년에는 10억 달러를 돌파할 것으로 예상됨.

〈그림 7-20〉 영국 주류 시장 내 주종별 매출 변화



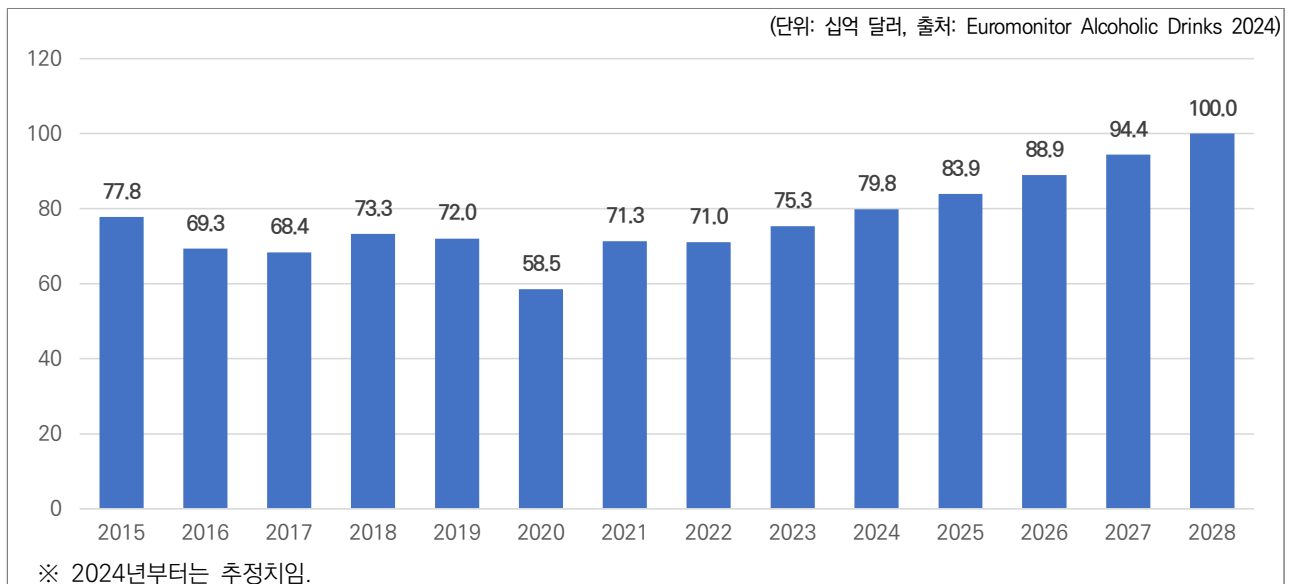
- 영국의 주류 출고량은 2019년까지 7,000메가리터 수준에 육박했으나, 2020년 코로나19 충격에 따른 급감 후 증감을 반복하다가 '23년 6,500메가리터 수준으로 집계됨.
- 향후 2025년까지는 출고량이 소폭 감소할 것으로 예상되며, 2026년부터는 회복세로 전환되어 '28년 6,557메가리터로 2023년 수준으로 회복될 것으로 전망됨.
- '23년 기준 맥주 출고량은 4,000메가리터, 와인은 1,220메가리터, 증류주는 750메가리터, RTD는 170메가리터 등으로 집계됨.

〈그림 7-21〉 영국 내 주류 출고량 현황



- '23년 기준 영국의 주류 소비 규모는 753억 달러로 추산되어 2015년(778억 달러) 대비 3.2% 감소함. 그러나 향후 주류 소비 규모는 매년 5.8%씩 성장하여 '28년에는 1,000억 달러에 도달할 것으로 추정됨.

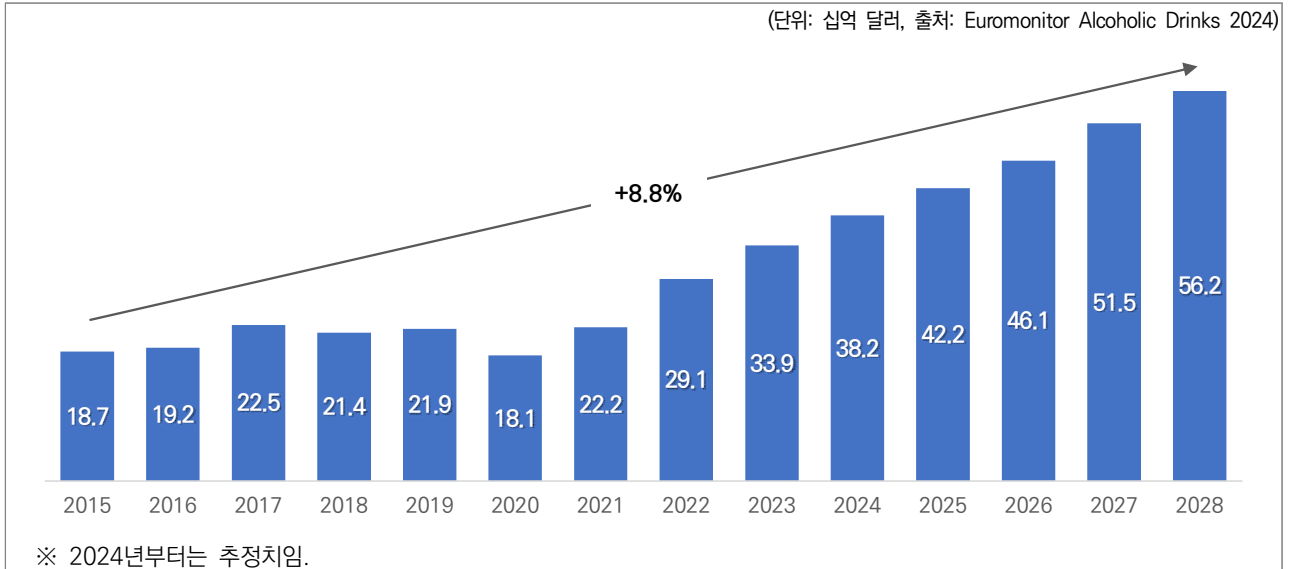
〈그림 7-22〉 영국 내 주류 소비 현황



(4) 브라질

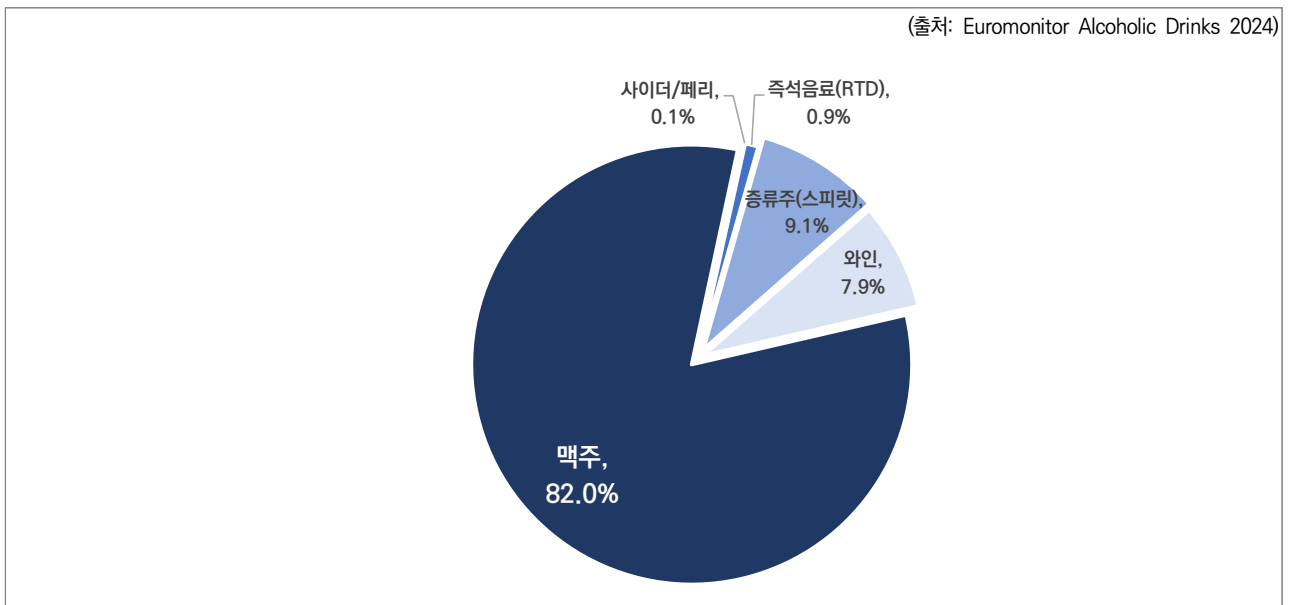
- 브라질은 최근 주류 시장이 급성장하고 있는 국가 중 하나로, '23년 기준 주류 시장 매출액은 339억 달러(45조 원) 수준이며, 매년 8.8%씩 성장하여 '28년에는 562억 달러를 돌파할 것으로 전망됨.

〈그림 7-23〉 브라질 주류 시장 매출액 추이



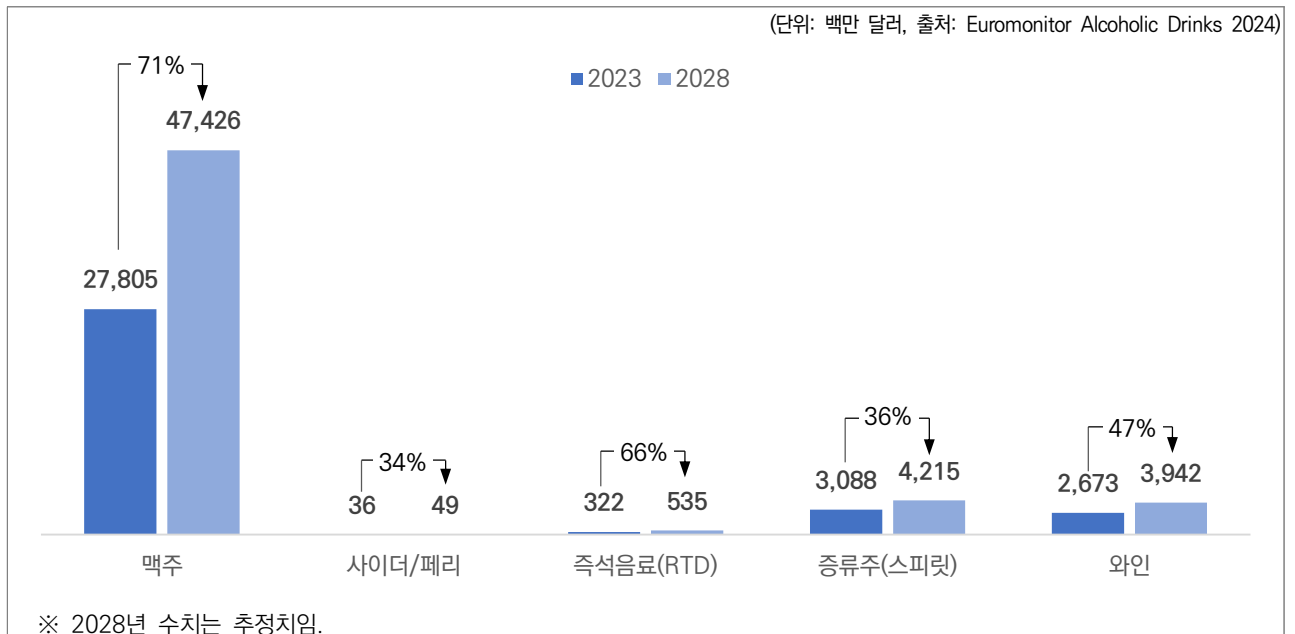
- 브라질 주류 시장은 맥주의 매출액 비중이 82.0%로 타 주종 대비 압도적으로 높으며, 이어서 증류주(9.1%), 와인(7.9%), RTD(0.9%), 사이더/페리(0.1%) 순임.

〈그림 7-24〉 브라질 주류 시장 내 주종별 매출액 비중(2023년 기준)



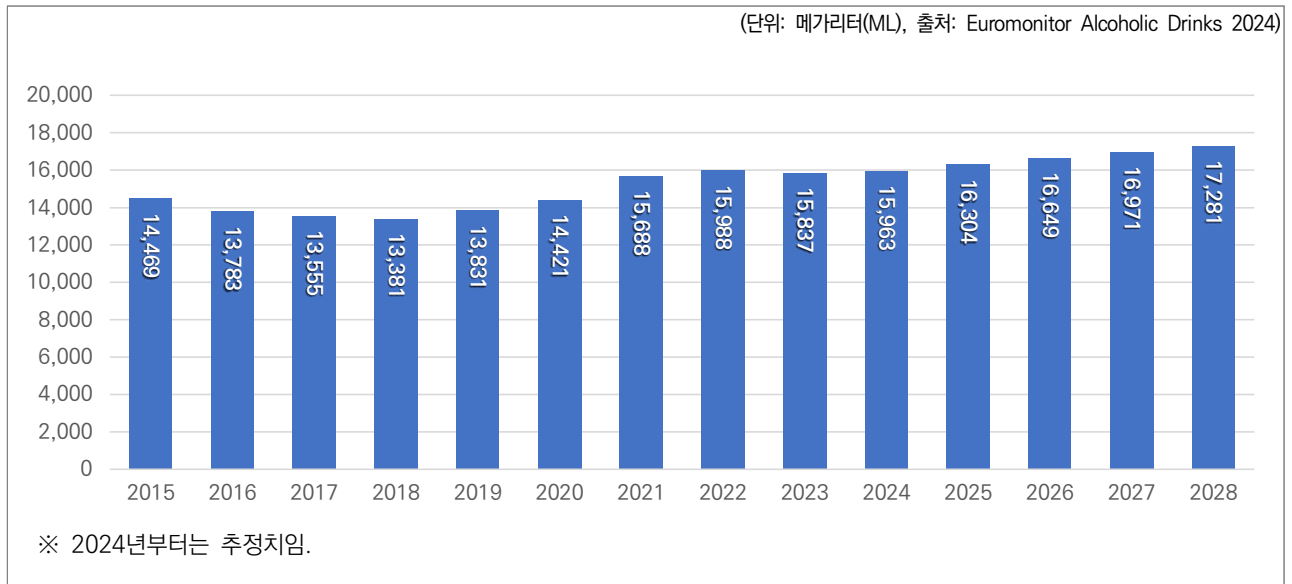
- 주종별로 브라질 주류 시장 매출액 추이를 보면, '28년까지 맥주 시장은 폭발적인 성장세로 470억 달러를 돌파할 것으로 예상되며, 증류주는 36% 성장한 42억 달러, 와인 47% 성장하여 40억 달러에 근접할 것으로 전망됨.
- RTD 시장은 매년 10.7%의 성장률로 '28년에는 5억 달러를 돌파할 것으로 예상됨.

〈그림 7-25〉 브라질 주류 시장 내 주종별 매출 변화



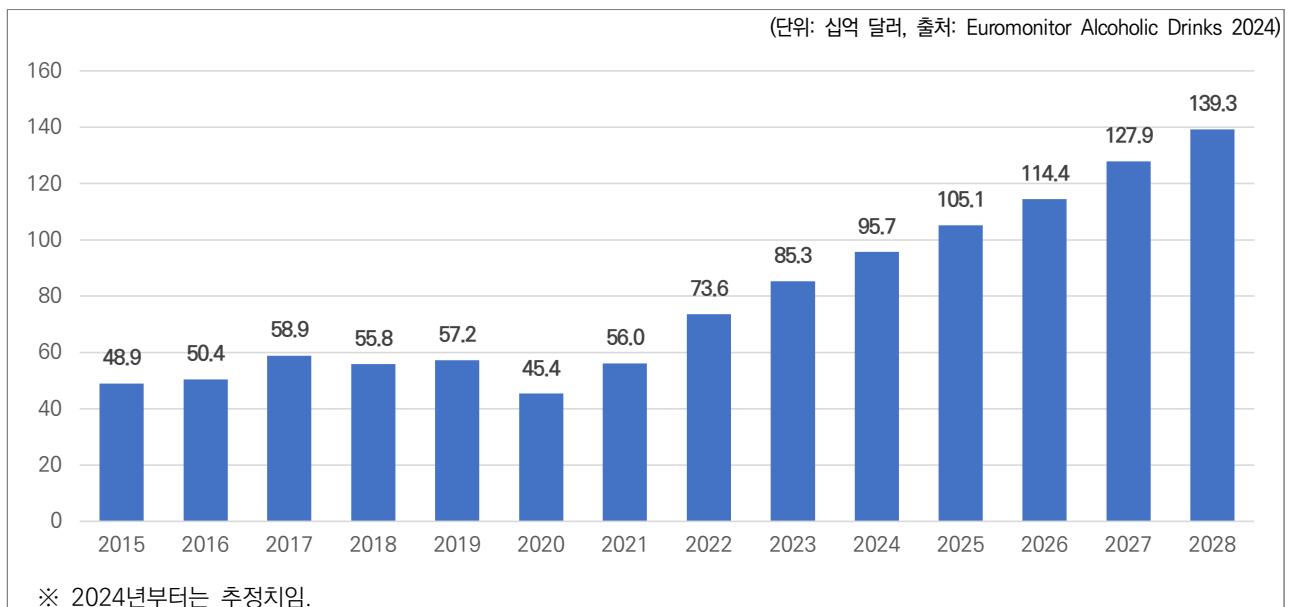
- 브라질의 주류 출고량은 2018년 이후 점진적으로 증가하며 '23년 1만 5,837메가리터 수준으로 확인됨.
- 이와 같은 상승세는 지속되어 매년 1.8%의 성장세를 보이며 '28년 1만 7,281메가리터에 이를 것으로 전망됨.
- '23년 기준 맥주 출고량은 1만 4,500메가리터, 증류주 770메가리터, 와인 360메가리터, RTD는 170메가리터, 사이더/페리는 15메가리터로 집계됨.

〈그림 7-26〉 브라질 내 주류 출고량 현황



- '23년 기준 브라질의 주류 소비 규모는 850억 달러로 추산되어 2015년(489억 달러) 대비 74.3% 증가함. 향후 주류 소비 규모는 이러한 증가세가 지속될 것으로 예상되며, 매년 10.3%씩 고성장하여 '28년에는 1,400억 달러에 근접할 것으로 전망됨.

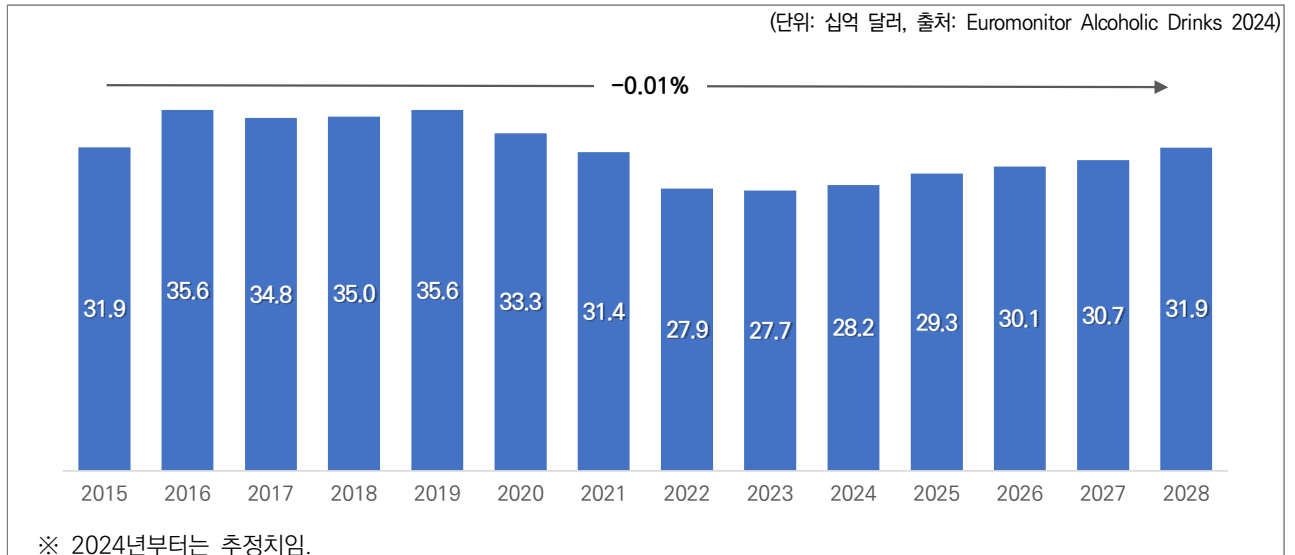
〈그림 7-27〉 브라질 내 주류 소비 현황



(5) 일본

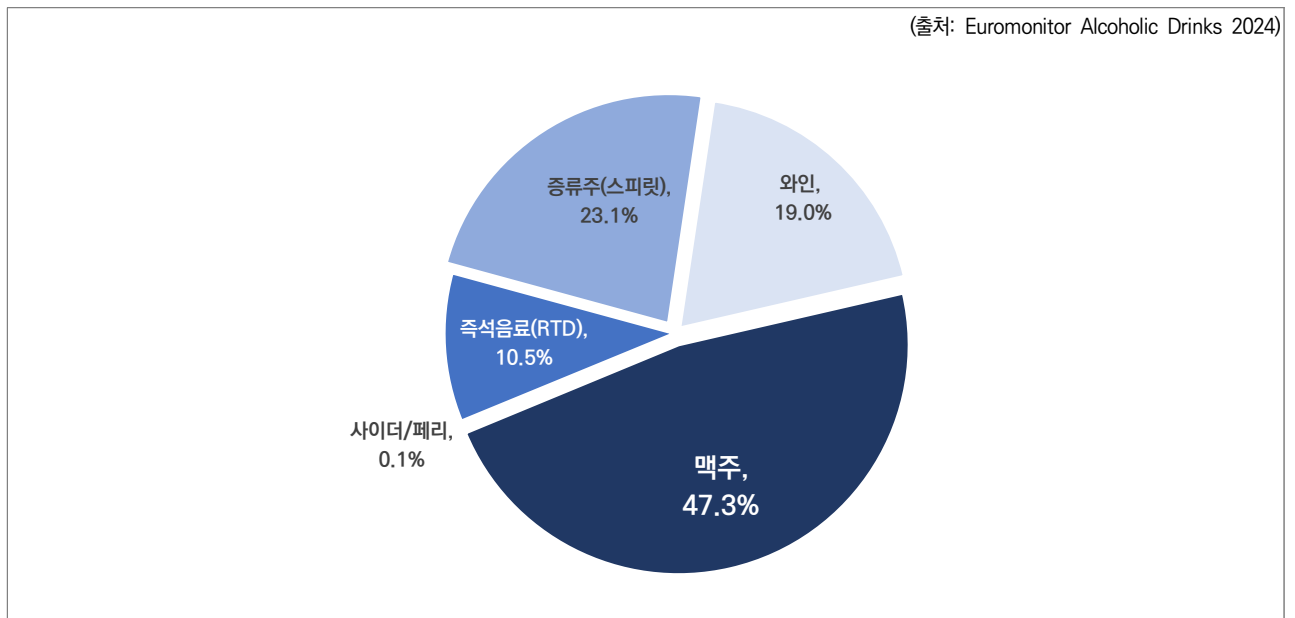
- 일본은 매출액 기준 세계 5위의 규모를 자랑하나, 2016년 이후 오히려 역성장하는 모습을 보이고 있음. '23년 기준 주류 시장 매출액은 277억 달러(36조 원) 수준임. 다만 '24년부터 상승세로 전환되어 '28년에는 320억 달러 수준으로 회복할 것으로 전망됨.

〈그림 7-28〉 일본 주류 시장 매출액 추이



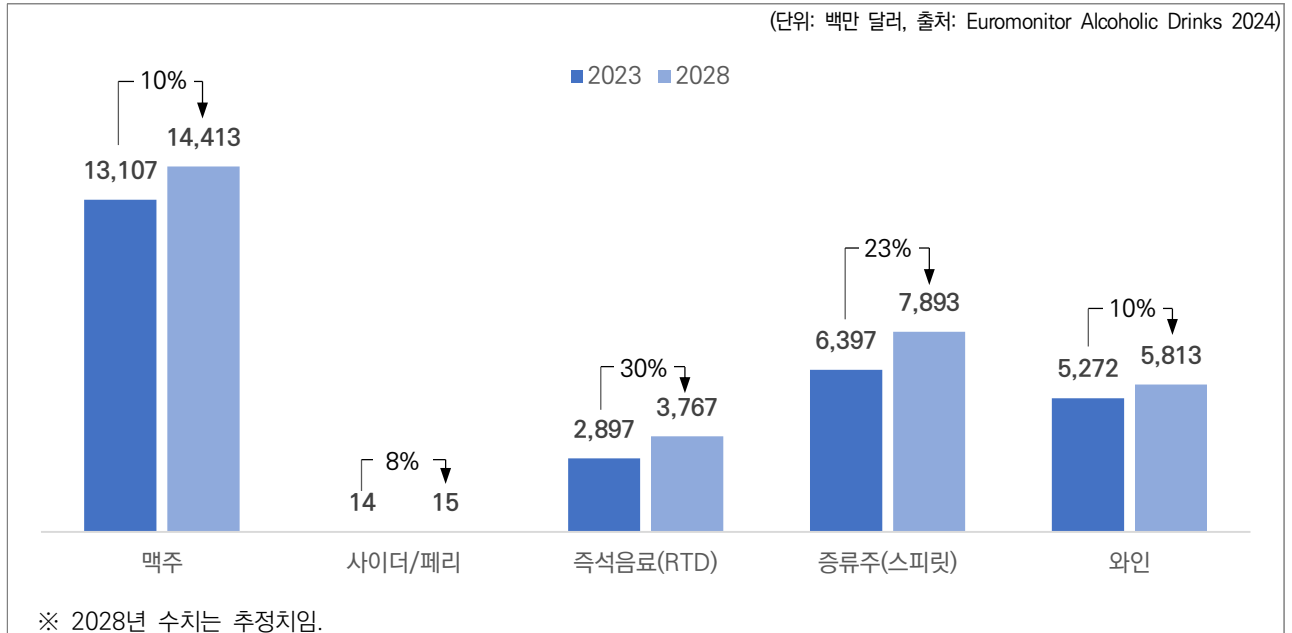
- 일본 주류 시장에서는 맥주의 매출액 비중이 47.3%로 절반가량을 차지하며, 이어서 증류주(23.1%), 와인(19.0%), RTD(10.5%) 등으로 비교적 고르게 분포된 편임.

〈그림 7-29〉 일본 주류 시장 내 주종별 매출액 비중(2023년 기준)



- 주종별로 일본 주류 시장 매출액 추이를 보면, '28년까지 맥주 시장은 10% 성장하여 144억 달러 수준이 될 것으로 예상되며, 증류주는 23% 성장한 79억 달러, 와인은 10% 성장하여 58억 달러 수준을 상회할 것으로 전망됨.
- RTD 시장은 매년 5.4%의 성장률로 '28년에는 37억 달러를 돌파할 것으로 예상됨.

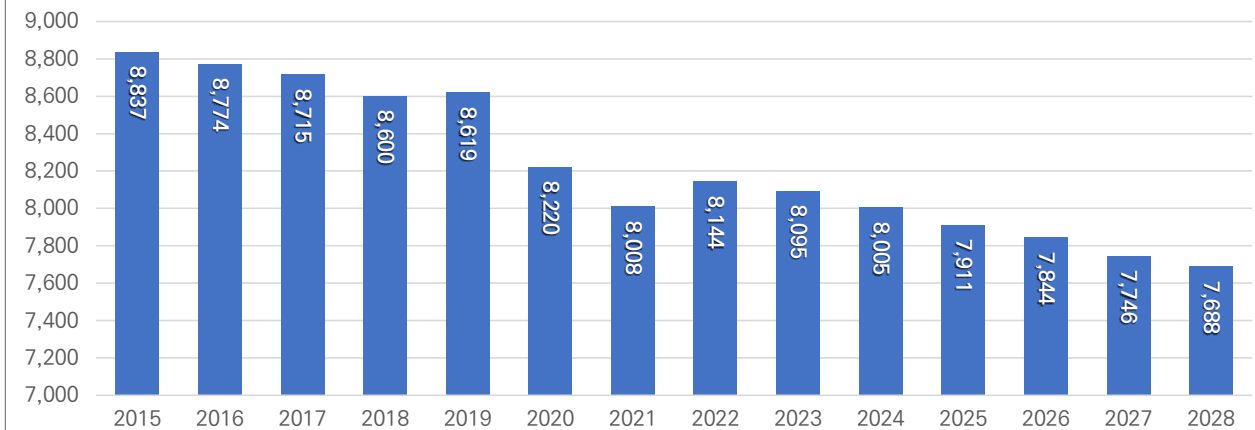
〈그림 7-30〉 일본 주류 시장 내 주종별 매출 변화



- 일본 내 주류 출고량은 '15년 이후 점진적으로 감소 추세를 보이며 '23년 8,095메가리터 수준으로 '15년 출고량의 74.3% 수준에 불과한 것으로 나타남.
- 이와 같은 감소세는 지속되어 매년 1.0%씩 감소하여 '28년에는 7,688메가리터로 전망됨.
- '23년 기준 맥주 출고량은 4,770메가리터, RTD 1,750메가리터, 증류주 780메가리터, 와인 680메가리터 등으로 집계됨.

〈그림 7-31〉 일본 내 주류 출고량 현황

(단위: 메가리터(ML), 출처: Euromonitor Alcoholic Drinks 2024)

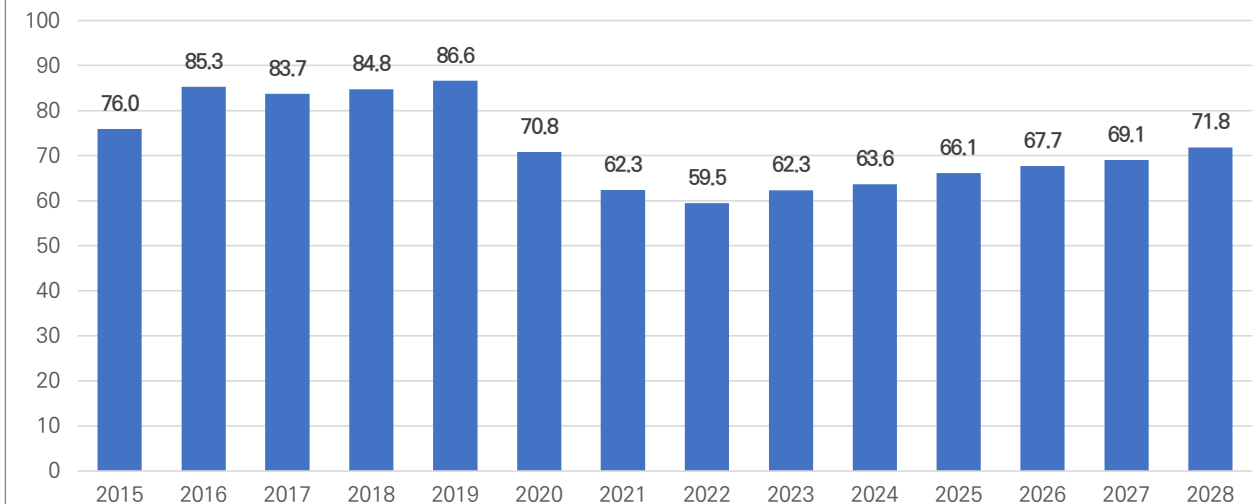


※ 2024년부터는 추정치임.

- 일본의 주류 소비는 2020년대 들어 지속 감소하는 양상을 보이다 '23년부터 소폭 회복함. 주류 소비 규모는 623억 달러로 추산되어 2015년(760억 달러) 대비 18.0% 감소함. 다만, 향후 주류 소비는 매년 2.9%씩 성장하여 '28년에는 720억 달러에 근접할 것으로 전망됨.

〈그림 7-32〉 일본 내 주류 소비 현황

(단위: 십억 달러, 출처: Euromonitor Alcoholic Drinks 2024)



※ 2024년부터는 추정치임.