

Business Focus

요동치는 주류 시장,
기업의 돌파구는?

February 2024

—
삼성KPMG 경제연구원



Contacts

삼성KPMG 경제연구원

김수경

수석연구원

T 02-2112-3973

E sookyungkim@kr.kpmg.com

이아름

선임연구원

T 02-2112-7962

E alee65@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

Contents

I. 주류 시장 Overview	2
II. 국내 주류 시장 현황	5
III. 주류 시장 주요 비즈니스 이슈와 업계 대응 현황	13
IV. 투자·M&A로 살펴본 글로벌 주류 트렌드	28
V. 결론 및 시사점	34

주류의 개념과 구분

국내 주류산업은 제조·유통·판매 등 전반적인 산업 활동이 다양한 법률에 의해 관리, 통제되는 구조적 특성을 보임. 주류는 주세법에서 규정하고 있는 가운데, 알코올분 1도 이상의 음료로 정의되며 일반적으로 주류 원료가 되는 ‘주정’을 포함하나 전통주는 별도로 분류. 주세법상 주류 종류는 주정, 발효주, 증류주, 기타주류로 나뉨

주세법상 주류의 정의

주세법상의 ‘주류’는 주정과 알코올분 1도 이상의 음료로 정의. ‘전통주’는 관련법에 따라 별도로 분류됨

‘주류산업’은 일반적으로 알코올 1% 이상을 함유하여 음용했을 때 취하는 음료인 주류를 생산하는 산업 활동을 의미

〈 주세법상 주류 분류 기준 〉

주정

- 희석하여 음료로 할 수 있는 것을 말하며, 불순물이 포함되어 있기 때문에 직접 음료로 할 수는 없으나, 정제하면 음료로 할 수 있는 조주정을 포함

알코올분 1도 이상의 음료

- 용해하여 음료로 할 수 있는 분말상태의 것을 포함하되, 약사법에 의한 의약품으로서 알코올분 6도 미만의 것은 제외

[참고] 주류 구분 및 종류

구분	종류	설명 및 하위 분류	
발효주류	맥주	에일, 라거 등	
	과실주	와인, 복분자주, 매실주 등	
	탁주	막걸리, 동동주 등	
	약주	-	
	청주	-	
증류주류	소주	희석식 소주	주정 또는 곡물주정을 물로 희석한 것
		증류식 소주	녹말이 포함된 재료, 국과 물을 원료로 발효시켜 연속식 증류 외 방법으로 증류한 것
	위스키	(원료별 분류) 몰트(맥아), 그레인(보리·옥수수·호밀 등의 곡물), 블렌디드(몰트그레인을 블렌딩) (산지별 분류) 스카치 위스키, 아이리시 위스키, 아메리칸 위스키, 재패니즈 위스키 등	
	브랜디	와인 등 과실주를 증류하여 나무통에 저장한 것 (코냑 등)	
	일반 증류주	타 증류주에 속하지 않는 나머지 증류주	
	리큐르	일반 증류주 중 불휘발분 2도 이상인 주	
기타주류	기타 정의되지 않은 주류 (보드카, 럼, 진, 테킬라 등)		




Source: 기획재정부, 한국농수산식품유통공사, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 전통주는 특정 주종이나 제조 방식에 따른 분류가 아닌 어디서, 누가 만드는지를 유일한 기준으로 두고 있음. 주세법에서 전통주는 ‘무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률’, ‘식품산업진흥법’, ‘농업·농촌 및 식품산업 기본법’, ‘수산업·어촌 발전 기본법’, ‘전통주 등의 산업진흥에 관한 법률’ 등 관련법에 따라 특정 분류 기준을 두고 있으나, 본 보고서에서는 통상적으로 일컬어지는 전통주류도 ‘전통주’로서 분석 대상에 포함

주류산업의 밸류체인

주류산업은 일정 규모의 제조시설을 갖춘 업체만 시장 진입이 가능할 뿐 아니라 주류 도매·유통 등에 관해서도 높은 면허 기준을 제시하고 있어 진입 장벽이 높은 특성. 이에 주요 단계에 적합한 면허를 갖추거나, 면허 받은 업체와의 긴밀한 협력이 필수적. 한편 최근 주류 규제 완화로 진출 가능한 영역이 확대되면서 기업 간 경쟁 구도가 형성 중

국내 주류산업 밸류체인(Value Chain) 단계별 구분

	밸류체인 단계	주요 하위 분야	특징	주요 기업
주류 산업	 주류 원자재	<ul style="list-style-type: none"> 주류 원료: 맥아(맥주 등의 원료), 주정(소주 등의 원료), 전분 등 주류 부자재(중간재): 유리병, 알루미늄 캔, 병마개 등 	<ul style="list-style-type: none"> 주류 원료: 맥아의 경우 90% 수준을, 주정은 절반 가량을 수입에 의존. 주정은 정부와 한국주류산업협회에 의해 제한된 주정 제조업체만 시장에 참여 가능하여 경쟁이 제한됨 주류 부자재: 병마개는 주류제조업체가 아닌, 국세청으로부터 인증 받은 제조업체가 생산 가능 	[주정 제조업체] 창해에탄올, 진로발효, 풍국주정공업 MHe탄올 등 [병마개 제조] 신성이노텍, 세왕금속공업, CSI코리아, 신성이노텍(주) 등 [제병업체] 하이트진로산업, SGC솔루션, 동원시스템즈, 금비 등
	 주류 제조	<ul style="list-style-type: none"> 주류 제조업 OEM(주문자위탁생산) (Original Equipment Manufacturing) ODM (제조업자 개발·생산) (Original Development Manufacturing) 	<ul style="list-style-type: none"> 주류제조업 면허 취득을 위해서는 주종별 일정 기준 요건에 맞는 제조시설을 갖춰야 하나, 맥주·소주 등 대중주의 경우, 제조시설 요건이 과도하여 중소기업 진입이 어렵고 다양한 주류 생산이 곤란함 '20년 7월 주류 제조면허 보유업체의 주류 위탁생산이 허용됨 	하이트진로 오비맥주 롯데칠성음료 등
	 주류 수입·유통·판매	<ul style="list-style-type: none"> 주류 수출입업 주류 도소매업: 종합주류도매업, 특정주류도매업, 주류제조자 직매장, 전문 소매업 등 	<ul style="list-style-type: none"> 주류 수입업체는 일반적으로 현지 주류 생산자로부터 주류를 수입한 뒤, 도소매업체를 통해 국내에 공급하나, '12년 주류 수입업자의 소매업 겸업이 허용됨에 따라 중간 유통업자(도소매상)를 거치지 않고 최종 소비자에게 직접 판매가 가능 기획재정부가 '24년 1월 주류 도매와 유통 등에 관한 면허 발급 기준 완화 등을 예고함에 따라 경쟁 촉진 전망 	신세계L&B 금양인터내셔널 아영FBC 나라셀라 등

Source: ValueSearch, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 주정의 경우 정부 규제하에 원재료 조달·생산·판매가 이뤄지는 구조로, 정부와 한국주류산업협회 의해 제한된 주정 제조기업만이 시장에 참여 가능한 구조로 경쟁이 제한됨. 주정제조업체에서 생산한 주정은 주정도매업자인 대한주정판매가 일괄 구매하여 판매하는 구조로 이뤄짐

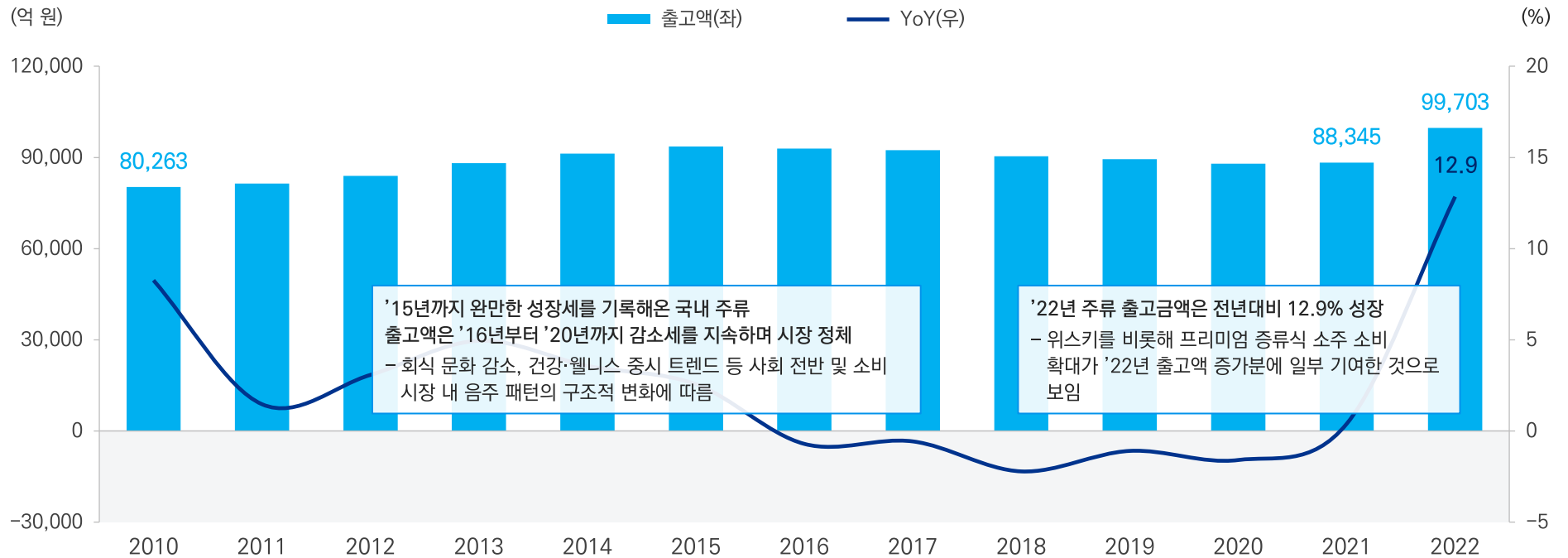
Contents

I. 주류 시장 Overview	2
II. 국내 주류 시장 현황	5
III. 주류 시장 주요 비즈니스 이슈와 업계 대응 현황	13
IV. 투자·M&A로 살펴본 글로벌 주류 트렌드	28
V. 결론 및 시사점	34

국내 주류 시장 동향 (1/2) - 출고액

국내 주류 시장 규모를 가늠할 수 있는 국내 주류 출고액은 2022년 전년대비 12.9% 성장하며 10조 원에 근접한 규모를 기록. 주류는 일반적으로 큰 폭의 수요 변동을 보이지 않지만, 사회 전반에서의 음주 패턴 변화, 소비자 기호 다양화, 코로나19 등의 영향으로 시장 변동성이 확대되는 추이

국내 주류 출고액 추이

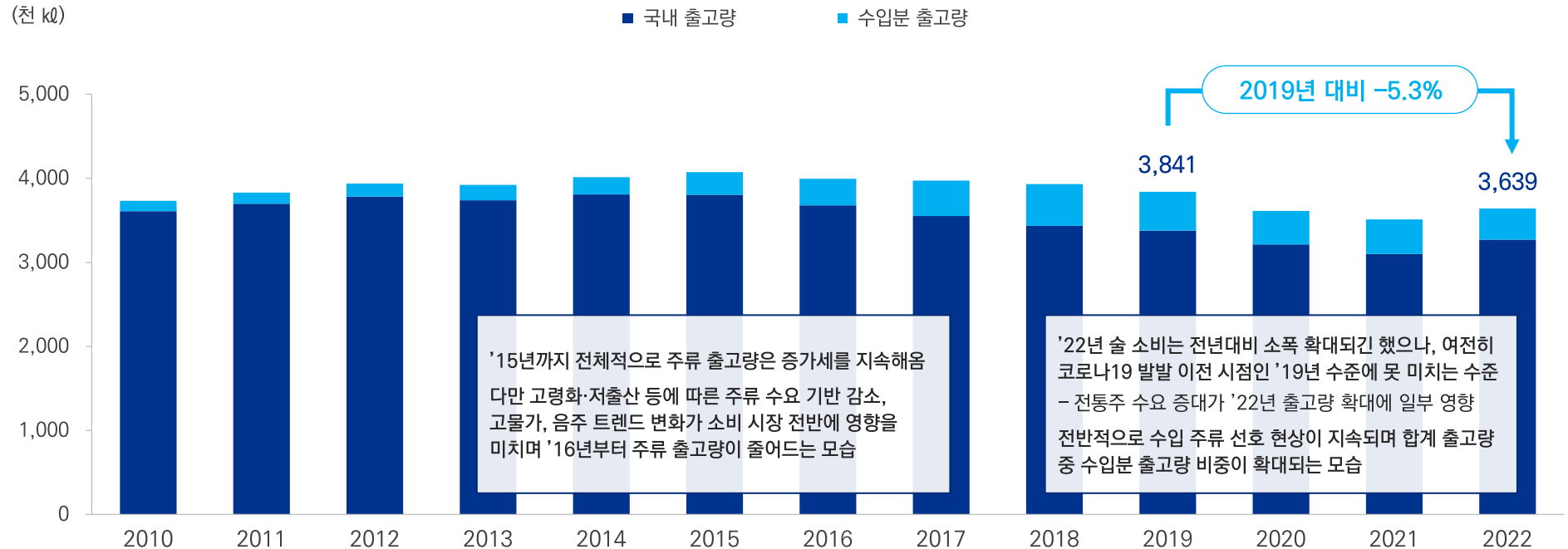


Source: 국세청 '국세통계', 삼정KPMG 경제연구원

국내 주류 시장 동향 (2/2) - 출고량

1인 가구 확대 및 주류 소비 가능 인구 감소 등 인구 구조적 변화와 더불어 경기 변동, 소비 트렌드 변화로 인해 주류 수요 둔화세가 이어지며 2022년 국내 주류 합계 출고량은 코로나19 발발 이전 시점인 2019년 대비 5.3% 감소. 한편 수입 주류 소비가 확대되면서 수입분 출고량 비중은 10년 전인 2012년 3.9%에서 2022년 10.2%로 상승

국내 주류 출고량 추이



Source: 국세청, '국세통계', 삼정KPMG 경제연구원

Note: 합계 출고량은 국내분(주류 제조자가 제조장에서 출고한 수량)과 수입분(주류 수입업자가 수입 신고한 수량)을 합산한 출고량을 의미. 천 단위 기준 반올림하여 작성함에 따라 합계에 차이가 발생할 수 있음

II. 국내 주류 시장 현황

국내 주요 주종별 시장 현황 (1/2) - 출고액

국내 주류 시장은 오랜 기간 맥주와 희석식 소주가 시장을 양분하는 구조로, 맥주 및 희석식 소주가 2022년 전체 출고액의 약 82%를 점유. 2020년과 2021년에는 시장 전반에서 출고액이 감소하거나 주춤한 모습을 보였으나 소비 주종 다변화 영향으로 2022년 맥주, 소주 외 위스키, 전통주 등으로 수요가 분산되며 모든 주종에서 출고액이 증가

국내 주요 주종별 출고액 추이

(백만 원)

	2019	2020	2021	2022	비중 ('22)	YoY ('22)	CAGR ('19~'22)
맥주	3,688,267	3,497,418	3,626,057	4,148,585	41.6%	14.4%	4.0%
희석식 소주	3,738,247	3,703,775	3,545,010	3,984,178	40.0%	12.4%	2.1%
탁주	442,967	470,579	509,815	518,974	5.2%	1.8%	5.4%
증류식 소주	38,382	44,805	64,628	141,206	1.4%	118.5%	54.4%
과실주	91,653	97,032	127,819	127,967	1.3%	0.1%	11.8%
청주	108,247	106,264	114,249	126,584	1.3%	10.8%	5.4%
약주	62,400	53,916	64,455	69,218	0.7%	7.4%	3.5%
리큐르	19,218	15,962	27,982	33,444	0.3%	19.5%	20.3%
위스키	5,098	4,039	5,841	19,240	0.2%	229.4%	55.7%
일반 증류주	12,643	10,916	11,804	16,175	0.2%	37.0%	8.6%
브랜드	-14	-49	7	36	0.0%	414.3%	-
기타주류	252,129	290,776	271,633	299,055	3.0%	10.1%	5.9%
주정	482,041	504,106	465,240	485,660	4.9%	4.4%	0.2%

- 전반적으로 '22년 주류 출고액이 크게 성장한 가운데, 특히 전통주 성장세가 두드러짐
 - 탁주·청주·약주·증류식 소주 등을 포괄하는 전통주 출고액은 '22년 전년대비 11.8% 증가. 전체 주류 출고액에서 차지하는 비중 또한 '19년 11.5%에서 '22년 13.4%로 꾸준히 확대
 - 증류식 소주, 청주 등의 프리미엄화 및 수요 확대 영향이 큰 것으로 분석

- 희석식 소주와 맥주의 '21년 전년대비 출고금액 증감률은 각각 -4.3%, 3.7%로 나타났으나 '22년에는 10%대를 초과하는 양호한 성장세를 기록

Source: 통계청, 국세청

Note: 주종별 '국내 출고액'만을 대상으로 집계. 주세법상의 '전통주' 분류에는 탁주, 청주, 과실주, 약주, 증류식 소주, 리큐르, 일반 증류주, 기타주류가 포함. 브랜드는 반품된 재고로 인해 마이너스 수치로 확인됨

국내 주요 주종별 시장 현황 (2/2) - 출고량

국내 주종별 출고량 순위는 2022년 맥주가 전체 시장의 52%를 점유하며 1위, 이어 희석식 소주(26%), 탁주(11%)순으로 조사. 코로나19 기간 중 와인에 대한 관심 증대로 2021년 과실주 출고량이 2019년과 비교해 60% 늘었으나 이후 주류 소비가 다양화되며 2022년 과실주 출고량은 줄고 위스키, 증류식 소주, 일반 증류주 출고량이 급증

국내 주요 주종별 출고량 추이

(kℓ)

	2019	2020	2021	2022	비중 ('22)	YoY ('22)	CAGR ('19~'22)
맥주	1,715,995	1,566,914	1,538,968	1,697,823	51.9%	10.3%	-0.4%
희석식 소주	915,596	874,537	825,848	861,540	26.4%	4.3%	-2.0%
탁주	370,500	379,976	363,132	342,517	10.5%	-5.7%	-2.6%
청주	17,784	17,113	18,217	19,661	0.6%	7.9%	3.4%
과실주	10,926	11,315	17,485	14,128	0.4%	-19.2%	8.9%
약주	11,213	9,483	11,317	11,438	0.3%	1.1%	0.7%
증류식 소주	1,714	1,929	2,480	4,905	0.2%	97.8%	42.0%
리큐르	2,536	1,989	3,238	3,151	0.1%	-2.7%	7.5%
일반 증류주	1,683	1,559	1,585	2,491	0.1%	57.2%	14.0%
위스키	72	56	74	234	0.0%	216.2%	48.1%
브랜드	-2	-1	0	0	0.0%	-	-100.0%
기타주류	29,178	35,951	31,495	30,574	0.9%	-2.9%	1.6%
주정	299,519	313,986	285,989	280,161	8.6%	-2.0%	-2.2%

- 맥주는 전체 출고량의 절반 이상을 점유하는 대중주이지만, 술 소비 취향이 다변화되며 맥주 소비 둔화 추이가 관찰

- '19~'22년 최근 4개년간 희석식 소주 출고량은 감소 중이나 증류식 소주에 대한 소비자들의 관심 증대로 높은 성장세가 관찰

- 위스키는 '20년부터 출고량이 급증하여 '22년에는 '19년 대비 3배 이상 확대

Source: 통계청, 국세청

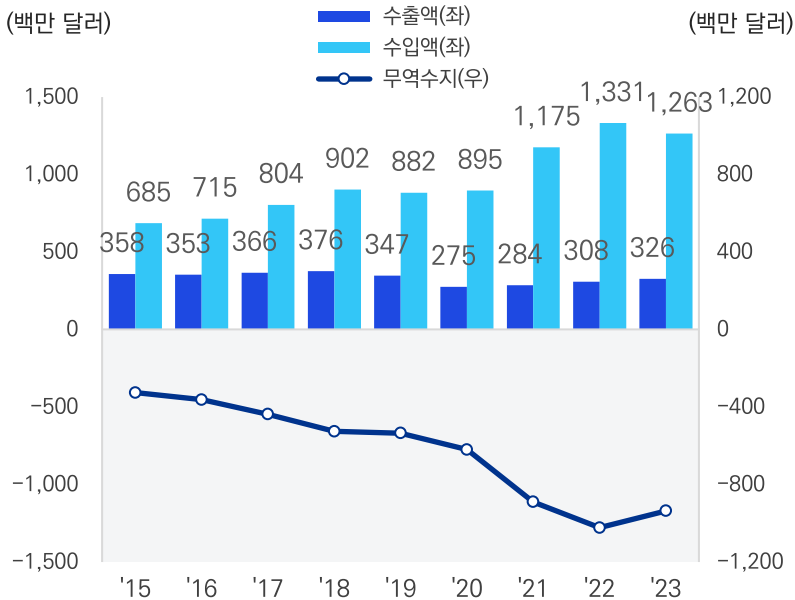
Note: 주종별 '국내 출고량'만을 대상으로 집계. 주세법상의 '전통주' 분류에는 탁주, 청주, 과실주, 약주, 증류식 소주, 리큐르, 일반 증류주, 기타 주류가 포함. 브랜드는 반품된 재고로 인해 마이너스 수치로 확인됨

II. 국내 주류 시장 현황

국내 주류 수출입 동향

코로나19 기간 중 흡술·혼술 문화 확산으로 주류 수입은 큰 폭 성장세를 보인 반면 주류 수출 부진의 결과로 2022년 무역수지가 급격히 악화되며 1조 원대로 나타남. 주류 수출은 정부 및 기업 등에서 지속해온 수출 활로 개척 및 K-주류 세계화 노력에 따라 회복세가 가시화. 한편 기호 파편화가 주류 수입 시장에 영향을 끼치며 수입 주종 다변화가 관찰

국내 주류 수출입 추이



Source: 한국무역협회, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 맥주(2203), 포도주(와인)(2204), 베르무트(2205), 발효주(2206)(청주, 탁주, 약주, 사과주, 배술, 인삼주, 오미자주 등), 조주정(2207101000), 주류 제조용 발효주정(2207109010), 증류주(2208)(소주, 위스키, 코냑, 보드카, 리큐르, 럼, 진, 브랜디, 테킬라, 고량주 등)의 수출입 추이

주요 주종별 수출입 추이

- 글로벌 시장 내 소주·맥주 등의 인지도 및 선호가 점차 상승하며 주류 수출을 견인하고 있음. 소주는 최근 몇 년간 전 세계에서 두각을 나타내고 있는 가운데 '23년 소주 수출액은 1억 달러를 돌파. 기타 리큐어 수출 실적은 과일소주 수출 호조에 힘입어 같은 해 0.9억 달러를 넘어섬. 한편 한국 맥주 또한 꾸준한 수출 성장세를 보이며 '21년부터 '23년까지 연평균 성장률 13%를 기록
- 주류 수입 주종은 와인과 위스키로 조사된 가운데, 특히 '21년부터 '23년 기간 중 위스키 수입 규모 성장세가 두드러짐. 한편 소비 주종 다변화 현상이 수입 주류 시장에 영향을 끼치며 와인·위스키 외 청주, 고량주, 코냑 등 대다수 주종의 수입액이 큰 폭 상승

(백만 달러)

주종	수출				주종	수입			
	2021	2022	2023	CAGR ('21~'23)		2021	2022	2023	CAGR ('21~'23)
소주	82.4	93.3	101.4	11%	와인	559.8	581.3	506.0	-5%
기타 리큐어	81.0	89.0	91.3	6%	위스키	175.3	266.8	259.6	22%
맥주	60.0	69.5	76.6	13%	맥주	223.1	195.1	218.2	-1%
탁주	15.8	15.7	14.7	-4%	기타 리큐어	18.1	26.2	31.2	31%
과실주*	5.8	7.0	7.7	15%	청주	15.6	21.5	24.8	26%
위스키	1.0	1.5	2.1	45%	고량주	13.0	17.5	17.7	17%
청주	0.8	0.9	0.7	-6%	코냑	7.2	10.8	9.4	14%

Source: 한국무역협회, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 과실주는 사과주, 배술, 기타과실발효주의 수출액의 합계

II. 국내 주류 시장 현황

국내 주류 시장 주요 Players 현황 - ① 주류 제조 부문

국내 주류업계 내 하이트진로(주)와 오비맥주(주)가 타 기업과 큰 폭의 매출 격차를 유지하며 1·2위 업체로서 지위를 유지 중. 한편 국산 위스키 중심에서 수입 싱글몰트 및 맥주 등 제품군·주종을 확장하고 있는 (주)골든블루와 막걸리로 해외 시장을 적극 공략 중인 (주)국순당의 입지가 확대되고 있음

국내 주요 주류 제조 기업 재무실적 추이

(억 원)

기업명	주력 품목	주요 브랜드	2020		2021		2022		매출액 YoY ('22)	매출액 CAGR ('20~'22)
			매출액	영업손익	매출액	영업손익	매출액	영업손익		
하이트진로(주)	소주·맥주	참이슬, 진로, 켈리, 테라 등	20,493	1,808	19,771	1,505	22,222	1,655	12.4%	4.1%
오비맥주(주)	맥주	카스, 한맥, 필굿, 버드와이저 등	13,529	2,945	13,445	2,620	15,601	3,618	16.0%	7.4%
롯데칠성음료(주)*	소주·맥주	처음처럼, 클라우드, 순하리 등	6,097	-260	6,722	245	7,745	369	15.2%	12.7%
(주)골든블루	위스키·맥주	골든블루, 팬덤, 밀러, 블루문 등	1,270	202	1,379	196	2,176	536	57.8%	30.9%
(주)무학	소주	좋은데이, 석류톡톡, 청춘소주 등	1,360	28	1,219	-4	1,482	163	21.6%	4.4%
보해양조(주)	소주·합성주	보해소주, 복분자주, 매취순 등	786	18	837	11	909	1	8.6%	7.5%
원저글로벌(주)**	증류주·합성주	원저 시리즈	2,004	200	833	258	767	242	-7.9%	-38.1%
(주)국순당	탁주·약주	백세주, 국순당생막걸리 등	503	51	617	83	713	89	15.6%	19.1%
(주)금복주	소주	금복주, 참, 경주법주 등	712	98	627	49	640	64	2.1%	-5.2%
대선주조(주)	소주	시원, 대선블루 등	712	111	611	55	616	100	0.8%	-7.0%

Source: ValueSearch, 사업보고서

Note: 한국표준산업분류상 '알코올 음료 제조업'에 속한 기업 중 2022년 매출액 기준 상위 10개 기업의 재무실적을 기입. 단, '주정 제조업'으로 분류된 기업은 순위에서 제외함

Note*: 롯데칠성음료(주)는 한국표준산업분류상 '기타 비알콜 음료 제조업'에 속하며, 주류 부문 재무실적을 별도 기준으로 기입. Note**: 원저글로벌은 2023년 10월 파인트리자산운용에 매각됨

국내 주류 시장 주요 Players 현황 - ② 주류 도매 부문

주류 수입·유통 사업을 영위하는 도매 부문에서는 와인 수입과 함께 ‘와인앤모어’ 등 오프라인 소매점을 운영하는 (주)신세계엘앤비가 2022년 매출액 기준 1위로 기록됨. 한편 최근 위스키 및 고급 샴페인·와인 수요가 급격히 확대되며 쿼텀리커(주), 엠에이치샴페인즈앤드와인즈코리아(주), (주)아영에프비씨 등 양주 및 와인 도매업체의 성장세가 두드러짐

국내 주요 주류 도매 기업 재무실적 추이

(억 원)

기업명	주요 사업	2020		2021		2022		매출액 YoY ('22)	매출액 CAGR ('20~'22)
		매출액	영업손익	매출액	영업손익	매출액	영업손익		
(주)신세계엘앤비	주류 도매	1,454	103	2,000	212	2,064	116	3.2%	19.1%
쿼텀리커(주)	주류 도매	628	-	1,035	-	1,691	-	63.4%	64.2%
(주)페르노리카코리아	수입 양주 도매	916	161	1,205	269	1,598	395	32.6%	32.2%
(주)금양인터내셔널	양주 도소매	917	139	1,345	265	1,414	187	5.1%	24.2%
하이네켄코리아(주)	맥주 수입 및 도소매	1,329	213	1,380	179	1,372	129	-0.6%	1.6%
포도주류(유)	주류 도매 및 부동산 임대	998	-25	944	-4	1,256	27	33.1%	12.2%
(주)아영에프비씨	양주 도매	693	60	1,010	111	1,242	82	23.0%	33.9%
엠에이치샴페인즈앤드와인즈코리아(주)	주류 도매 및 수입	511	71	719	120	1,093	179	52.1%	46.3%
나라셀라(주)	와인 도소매	595	61	889	121	1,072	123	20.5%	34.2%
(주)비어케이	주류 도소매 및 전자상거래	1,018	68	1,052	69	1,015	-21	-3.5%	-0.1%

Source: ValueSearch, 사업보고서

Note: 한국표준산업분류상 '주류 도매업'에 포함된 기업 중 2022년 매출액 기준 상위 10개 기업의 재무실적을 기입

Contents

I. 주류 시장 Overview	2
II. 국내 주류 시장 현황	5
III. 주류 시장 주요 비즈니스 이슈와 업계 대응 현황	13
IV. 투자·M&A로 살펴본 글로벌 주류 트렌드	28
V. 결론 및 시사점	34

변화하는 국내 주류 트렌드

주요 주종별 트렌드 현황

1 맥주



위스키·하이볼 등 타 주류로 수요 이전, 고물가와 맞물린 경기 침체 등에 따라 맥주 시장의 위축 지속

- 웰니스와 함께 NoLo(무알코올·저알코올) 트렌드가 부상하며 업계는 무알코올(Non-Alcoholic) 맥주*로 틈새 수요 공략 중
- 수제맥주는 주세법 개정 등에 따라 '19년 이후 폭발적 성장세를 지속해왔으나 차별력 부재한 콜라보레이션 제품의 난립과 동시에 소비자들의 주종 기호 다변화로 인해 시장의 가파른 하향세 관찰

2 소주



희석식 소주

- 홈술·혼술 트렌드와 함께 소주 가격 인상 등으로 희석식 소주 소비는 감소세. 한편 젊은 소비층을 중심으로 헬시 플레저(Healthy Pleasure) 열풍 지속으로 제로슈거(Zero Sugar·무설탕) 및 저도수 소주가 인기

증류식 소주

- 믹솔로지(Mixology)** 트렌드에 힘입어 수요 증가 추세. 도수는 높지만 향이 강하지 않고 투명해 섞어 마시기 좋은 특성. 한편 프리미엄 제품을 둔 기업 간 경쟁이 심화

3 전통주



탁주·청주·약주 등 전통주에 대한 소비자 인식 변화와 더불어 온라인 등 판로 확대에 힘입어 매출 상승세

- 전통주는 저도주부터 고도주, 증류주부터 과실주 등 스펙트럼이 넓어 젊은 소비층 니즈에 부합하는 특성
- 청주, 약주 등은 사케 대체재로서 특히 매출 상승세가 두드러짐
- 탁주는 각 지역 소규모 양조장에서 제조한 로컬 맥걸리를 선호하는 경향

4 위스키



'21년부터 위스키를 즐기는 소비자가 증가 ... 최고급 위스키부터 가성비 위스키까지 제품 다변화

- 하이볼이 불러 일으킨 믹솔로지 붐으로 위스키 소비자 저변 확장. 최근 하이볼용 중저가 위스키 수요가 증가하는 추이
- '23년 위스키 수입량은 3만 톤을 돌파하며 역대 최고 물량을 기록한 반면 '23년 수입액은 전년대비 2.7% 감소

스피릿에 대한 관심은 위스키로 시작하여 코냑, 테킬라 등으로 확산됨에 따라 타 스피릿 수입 또한 큰 폭 성장

5 와인



와인 소비는 코로나19 시기 크게 증가했으나 이후 점차 감소하는 추이

- 기존 중저가 1만~3만 원대 제품으로 와인 시장에 입문한 소비자는 서서히 중고가 와인으로 이동함에 따라 와인 시장 내 양극화가 관찰
- 한편 '23년 수입 와인 시장의 전체적인 감소세에도 불구하고 스파클링 와인 수요는 건조한 성장세를 기록 (YoY 6.7%)

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 소비 시장에서 무알코올(Non-Alcoholic) 맥주라 함은 알코올 함량이 0%('무알코올 맥주'로 일컬으며 '탄산음료'로 분류)이거나, 알코올 함량이 1% 미만으로 아주 소량 포함된 맥주(정식 명칭은 '비알코올 맥주'로 '혼합음료'로 분류)를 모두 포함하여 칭함

Note**: 믹솔로지(Mixology)는 '섞다(Mix)'와 '기술(Technology)'을 뜻하는 영단어의 합성어로, 시럽이나 과일, 음료 등을 술과 함께 섞어 만든 칵테일이나 문화·트렌드를 일컫음

키워드로 본 주류 소비 취향 변화

술자리는 싫지만 혼술·홈술은 즐기는 소비자	고가 주류 탐닉하는 소비자 증가	나만의 술 찾는 소비자	디토(Ditto) 소비 확산
<p>코로나19를 기점으로 혼술·홈술 확산됨과 동시에 음주 패턴이 급격히 변화하기 시작</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소용량 및 저도주를 즐기는 라이트 유저(Light Users)가 증가 - 회식 중심의 음주 문화, 취하기 위한 목적에서 즐기기 위한 목적으로 소비 패턴이 변화 - 음주 시에도 건강과 즐거움을 동시에 추구하는 헬시 플래저 문화가 확산 	<p>혼술 장기화 및 고급화 영향으로 엔트리급 주류에서 고가 주류로 소비 스펙트럼을 넓히는 동시에 프리미엄 주류(와인·위스키 등)로 디깅(Digging) 성향을 보이는 소비자가 증가</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이들 소비자는 제품 맛·품질 및 브랜드 스토리를 관심있게 들여다보고 아낌없이 소비 - 스카치 위스키에 편중됐던 수요가 고가 싱글몰트로 이동하는 추이가 나타나는 한편 스코틀랜드뿐만 아니라 인도·일본 등 위스키 수입 국가가 다변화 	<p>새로운 맛, 좋은 품질 주류 찾아 나선 소비자에 주류 수요 분산·파편화 지속</p> <ul style="list-style-type: none"> - 혼술과 '홈텐딩(홈+바텐딩)' 문화가 확산하며 집에서 스스로 술을 섞어 마시는 '믹솔로지(Mixology)' 트렌드가 새로운 주류 문화로 정착 - 원하는 비율로 섞어 마시는 소맥 외 다양한 섞음주가 등장 (예시) 하이볼(위스키+탄산수), 막사(막걸리+사이다), 연맥(연태고량주+맥주) 등이 각광 	<p>주류 구매로부터 실패를 최소화하기 위해 유튜브·SNS로부터 주류 인플루언서들의 술 추천 게시물 및 영상을 보고 따라 구매하는 '디토(Ditto)' 소비가 급격히 확산 중</p> <ul style="list-style-type: none"> - 디토소비는 남을 따라 구매하는 구매 패턴을 의미. 이는 복잡한 소비 환경에서 정보 검색에 드는 시간과 실패 확률을 줄여줄 소비 전략으로 부상 - 주류의 경우 종류가 다양하고, 값비싸 디토 소비에 적합한 특성
<p>헬시 플래저</p> <p>저도주</p> <p>혼술</p> <p>소용량</p> <p>홈술</p> <p>무알코올</p> <p>제로슈거</p>	<p>프리미엄</p> <p>위스키</p> <p>와인</p> <p>싱글몰트</p> <p>재패니즈 위스키</p>	<p>RTD</p> <p>믹솔로지</p> <p>취향</p> <p>하이볼</p> <p>토닉워터</p> <p>연맥·막사</p> <p>섞음주</p>	<p>디토소비(Ditto)</p> <p>술 먹방</p> <p>SNS 유튜브</p> <p>주류 인플루언서</p>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 디토 소비는 남을 따라 구매하는 구매 패턴을 의미. 이는 복잡한 소비 환경에서 정보 검색에 드는 시간과 실패 확률을 줄여줄 소비 전략으로 여겨짐

ISSUE 1. 무한경쟁에 돌입한 주류업계 – 수입·유통업계 사업 다각화 속도

주류 수입·유통업계는 계열사 보유 공장을 흡수합병하여 위탁생산에 진출하거나, MOU 체결로 전통주 생산사업에 뛰어들고 있음. 아울러 B2C 직영 소매채널·외식 사업을 통해 고객 접점을 구축하며 수익성 개선을 도모 중. 이들은 B2B 유통사업에서 축적한 노하우를 다양한 분야에 접목하며 시장 영향력을 높여 나갈 것으로 전망

주류 수입·유통업계 사업 다각화 주요 분야

주류 생산·제조 분야 진출

- ✓ 유통 분야를 넘어 주류 생산·제조 분야로의 진출로 전방위적 사업 확장에 속도 내며 부가가치 증대
- ✓ 계열사 보유 공장을 흡수합병하여 위탁생산·병입사업에 나서거나 직접 생산에 진출 위해 MOU 체결을 단행

신세계L&B

- 신세계그룹의 주류 유통 계열사 신세계L&B는 신세계그룹 소유 제조소주를 '22년 흡수합병하고 소주 공장을 확보 후 재정비하여 소주 위탁생산에 진출. 유통에서 '제조' 분야로 사업 범위 확대
 - 수출용 과일소주 생산 외 제조사업소에서 와인 병입사업을 전개 중인 가운데 '23년 와인 병입사업 형태의 첫 자체 와인 '아이보리 베이 샤도네이'를 론칭

나라셀라

- 전통주 직접 생산 사업에 진출 위해 '23년 경북 안동시와 300억 원 규모 MOU를 체결
 - '28년까지 안동소주 생산라인 구축 완료 후, 자사 와이너리 네트워크를 통해 미국 등지로 수출할 계획

B2B → B2C 소매점 확대

- ✓ 기존 B2B에서 B2C 채널 공략에 박차. 제품 가격 및 마진을 조정이 용이한 자체 운영 형태의 소매매장으로 수익성을 강화하는 한편 외형 성장 달성 목표
- ✓ 자체 물류센터를 이용하는 주류 수입사의 경우, 빠른 공급과 회전을 통해 재고 관리 효율화 달성 가능

나라셀라

- 고물가로 B2B 주류 소비가 위축되자 가정용 수요 공략에 박차를 가하며 '와인픽스', '와인타임' 등 오프라인 직영점 운영 전략을 재정비
 - 제품군 다양성, 가격 경쟁력을 내세워 매장을 리뉴얼하며 단기적으로는 수익성 개선, 중장기적으로 외형 성장 도모

아영FBC

- '23년 소매채널 '와인나라'를 와인나라B에 흡수합병시키고 점포별 특화 정책을 바탕으로 수도권 외 권역으로 직영 점포를 지속 확장할 계획을 밝힘
 - 기존 와인나라는 관계사 와인나라B와 자사의 수입 와인을 판매하는 채널로서 역할하고 있었으나 재고 관리 및 매출 성장 효과를 높이고자 흡수합병 결정

외식 및 연관 분야로 확장

- ✓ 외식 분야 진출로 수입 고급 주류에 대한 소비자 접근성을 개선하고 고객 취향 분석 및 신제품에 대해 실시간 고객 피드백 확보
- ✓ 프리미엄 수입 와인 글라스 등 와인 연관 분야로 사업 확장하며 신규 성장 기회 모색

아영FBC

- 기존 '사브서울'·'무드서울' 등을 통해 자사가 수입·유통 중인 와인을 합리적 가격에 제공하며 사업 호조세를 지속해왔음. '23년 외식 사업의 전문화·확장 위해 F&B 담당 부서를 신설

나라셀라

- 레스토랑을 자사 수입 와인의 인지도를 효과적으로 높이기 위해 파인다이닝 레스토랑, 와인·위스키바, 쿠킹 스튜디오가 마련된 와인 복합문화공간 '도운'을 구축하고 신성장동력 모색

금양인터내셔널

- '23년 독일 프리미엄 테이블웨어 브랜드 '지허(Zieher)'의 독일 수입·유통 개시. 와인 글라스를 전문적으로 유통하는 신사업에 진출함으로써 돌파구 마련

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

ISSUE 1. 무한경쟁에 돌입한 주류업계 – 이종업계 주류 사업 강화

식품·유통 등 이종업계는 해외 와이너리를 인수하거나 수입·유통 전문 자회사를 설립하며 주류 사업을 본격적으로 전개. 와인 시장의 성숙기 진입에도 불구하고 프리미엄 와인에 대한 견조한 수요가 유지될 것이라는 전망에서 와인 등 관련 투자를 확대. 대체로 이들은 와인으로 주류 사업에 진출한 뒤, 위스키 등 타 주종으로 보폭을 넓히고 있음

SHINSEGAE PROPERTY	한화갤러리아	hy 에치와이	HYUNDAI DEPARTMENT STORE GROUP	SPC
신세계프라퍼티	한화갤러리아	hy	현대백화점	SPC그룹
<ul style="list-style-type: none"> • '22년 미국 나파밸리 고급 와인 라인업을 갖춘 셰이퍼빈야드(Shafer Vineyards) 와이너리를 인수 <ul style="list-style-type: none"> - 셰이퍼빈야드를 통해 나파밸리 와이너리 두 곳(Wildfoote Vineyard, Altimeter Vineyard)을 추가 확보 - 와인 수입을 넘어 생산 역량 강화에 직접 나서며 경쟁사와 차별화 도모하고 부동산 가치 상승에 따른 수익 창출 효과 기대 	<ul style="list-style-type: none"> • 한화갤러리아는 '23년 와인 자회사 '비노갤러리아'를 설립하며 주류 사업을 본격화 <ul style="list-style-type: none"> - 주류 수출입업, 주류 도소매업, 와인잔 수출입업 등 사업을 확장하고자 함 - 주류 수입면허를 취득하여 유럽·미국 등지로부터 고급 와인을 직수입하며 백화점과 시너지 창출 계획 - 한편 '22년 한화솔루션이 인수한 미국 나파밸리 와이너리 세븐스톤즈와의 협업 기회 모색 가능성 	<ul style="list-style-type: none"> • hy는 '23년 주류 수입면허를 취득 후 와인 수입·유통 사업에 진출 <ul style="list-style-type: none"> - B2C가 아닌 B2B 사업 역량 강화에 집중하며 주류 도매상 위주로 와인 공급처를 확대할 계획. 한편 희소가치 높은 와인을 선별해 차별성·경쟁력 제고 계획 	<ul style="list-style-type: none"> • 현대백화점그룹은 '22년 와인 수입·유통업체를 설립하고 와인 사업에 진출 <ul style="list-style-type: none"> - 비노에이치는 '22년 6월 프랑스 및 이탈리아 와이너리 10여 곳과 와인 100여 종에 대한 수입 계약을 체결한 바 있으며, 와인 전문 매장 '와인웍스', '와인리스트' 등을 운영하며 관련 사업을 적극 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • SPC그룹은 프랑스 와인 수입 전문업체 타이거인태내셔널을 설립하고 주류 사업을 강화 중 <ul style="list-style-type: none"> - SPC그룹은 타이거인태내셔널을 통해 자사 매장에 와인을 공급하는 한편 '22년 프랑스 코냑 브랜드 '폴 지로'와 독점 계약을 추진함으로써 와인을 넘어 코냑으로 주류 사업을 확장
<p>와이너리 인수로 소싱 경쟁력 확보. 단순 유통 넘어 생산 영역으로 확장하는 한편 주류 계열사와 시너지 창출 효과 기대</p>	<p>주류 수입면허 취득한 뒤 자회사 설립하여 주류 사업 본격화</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 계열사 보유 와이너리 및 유통 계열사 등과의 사업 시너지 예상 	<p>주류 수입면허 취득하며 수입·유통사업 신규 진출</p>	<p>기 보유하고 있던 주류 수입 담당 자회사 활용해 사업 범위 확장</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 제품 포트폴리오 확장 ✓ 사업 범위 확장 	

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

ISSUE 2. 주류업계, 포트폴리오 재정비 지속하며 성장 모멘텀 강화

주류 기업은 다변화된 소비자 니즈를 고려해 전체적인 포트폴리오 재조정을 가속화하고 있음. 기업들은 매스 소비자의 보편적 취향과 세분화된 취향을 동시 공략하는 투트랙(Two-track) 전략을 구사하는가 하면, 주류 카테고리 확장, 편의성을 강화한 RTD(Ready to Drink) 제품 개발 등으로 성장 모멘텀을 확보하고자 함

국내 주류업계의 포트폴리오 재정비 동향

1	2	3	4
<p>기존 수요와 신규 수요 동시 공략하는 투트랙(Two-track) 전략으로 시장 지배력 유지·강화</p>	<p>기타 주류 제품 라인업 확충하며 성장동력 확보</p>	<p>차세대 신제품 개발로 다양한 주종에 대한 소비자 니즈 충족</p>	<p>주종 카테고리 확장하며 경쟁 심화에 대응</p>
<p>대표 주종 맥주·소주 시장에 대해서는 주력 제품인 레귤러 제품과 제로슈거·무알코올·저도주 등 신제품을 동시에 내세우는 투트랙 전략을 바탕으로 지배력 유지·확보</p> <p>보편적 취향(Taste) 및 세분화된 취향 보유한 수요층을 동시 공략하기 위함</p>	<p>주류업계는 맥주 등에서의 부진을 극복하고 다양한 주종에 대한 소비자 니즈 충족 위해 청주, 증류식 소주 등 기타 주류 제품 라인업을 강화하며 성장 모멘텀 확보</p>	<p>주류 기업은 상대적으로 가격이 저렴한 맥주 대체재 ‘발포주’ 취급을 확대하거나 하이볼 응용법을 참고하여 개발한 RTD(Ready to Drink) 주류 제품 등으로 신규 수요 공략</p>	<p>기존 맥주·소주 중심에서 위스키, 사케, 와인 등 수입 주류를 강화하거나 직접 증류주 주종에 나서는 모습</p> <p>한편 위스키 시장을 리딩하는 수입 주류 유통사는 위스키 제품 라인업을 다양화하며 경쟁력 제고</p>

하이브리드	<ul style="list-style-type: none"> 소주·맥주 등 대표 주종 시장 내 점유율 방어 위해 레귤러 제품과 신제품을 동시 공략하며 단기간 브랜드 인지도 상승 및 기존·신규 음용층 동시 확보에 성공 <ul style="list-style-type: none"> - 참이슬-진로(소주), 테라-켈리(맥주) 등 발포주 ‘필라이트’, 16도 ‘참이슬 후레쉬’ 출시 등으로 저도화 트렌드 주도 소주·맥주 넘어 위스키, 와인, 사케, 코냑 등 주종 카테고리를 다변화 <ul style="list-style-type: none"> - ‘23년 말 글로벌 블렌디드 위스키 브랜드 ‘커티삭(Cutty Sark)’ 및 ‘케이류(溪流)’, ‘카가토비(加賀鷹)’ 등 신규 사케 브랜드 수입·유통을 개시하며 주류 수입·유통 사업을 강화
다양한 주종에 대한 니즈를 충족하고자 와인인 소싱 역량을 제고하며 핵심 브랜드를 늘리고 있고, 위스키는 싱글몰트·버번 등 제품 라인업 다양화에 주력	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 주종에 대한 니즈를 충족하고자 와인인 소싱 역량을 제고하며 핵심 브랜드를 늘리고 있고, 위스키는 싱글몰트·버번 등 제품 라인업 다양화에 주력 기존 보유 청주 제품에 스파클링을 추가하거나, 믹솔로지 연관 제품 등 기타주류 라인업 강화로 취향 다변화에 대응 <ul style="list-style-type: none"> - 별빛청하 스파클링(청주), 처음처럼x술의눈(기타주류) 등 점유율 유지·확보 위해 레귤러 제품과 제로슈거 및 NoLo*(무알코올·저도주) 트렌드를 반영한 신제품으로 맥주·소주 시장 동시 공략 <ul style="list-style-type: none"> - 처음처럼-새로(소주), 클라우드 라이트(맥주)
카피워	<ul style="list-style-type: none"> 버드와이저 제로·호가든 프룻브루 등 무알코올 맥주 및 레귤러 맥주 등 투트랙 전략으로 수요 흡수 시도 믹솔로지 트렌드에 맞춰 해외 RTD 제품 수입 및 팝업스토어로 고객 접점 확대 <ul style="list-style-type: none"> - ‘21년 럼·테킬라·보드카 베이스의 미국 캔 컷데일 ‘CutWater’ 수입 개시

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: NoLo는 ‘No alcohol or Low alcohol’의 줄임말로, 급성장 중인 무알코올·저도주 수요가 확대됨에 따라 만들어진 신조어

ISSUE 3. 내수 넘어 글로벌 시장에서 활로 모색하는 주류 기업

K-주류의 호응 확대에 힘입어 글로벌 시장으로 적극 모색하는 주류 기업이 증가. 과일소주·증류주를 포함해 최근 전통주, 맥주 등으로 수출 주종이 확대. 기업들은 해외 생산공장을 설립하거나, 현지 판매사와 계약을 맺고 ODM 방식으로 현지인 기호에 맞는 제품 생산에 나서며 해외 시장에서의 성공적인 안착하기 위해 수출 전략을 다변화

기업명	내용
하이트진로	<ul style="list-style-type: none"> 하이트진로는 이제껏 국내에서 생산한 주류를 미국, 러시아, 중국, 일본, 필리핀 등 해외 법인을 통해 수출·판매하는 방식을 택했으나 해외 소주 시장 성장세에 힘입어 '23년 말 해외 첫 생산공장 건립 추진에 나서며 글로벌 소주 시장 공략 행보를 본격화 - 지리적 입지 및 물류 접근성, 물가, 현지 브랜드 출시 가능성 등 전반을 고려해 베트남을 해외 첫 생산 거점으로 삼음. 하이트진로는 생산비용 및 운송료 절감으로 원가 경쟁력을 확보하며 베트남을 비롯해 동남아시아 시장에 대한 직접 진출의 교두보를 마련하고자 함
오비맥주	<ul style="list-style-type: none"> 오비맥주는 전 세계 30여 개국에 30여 종의 제품을 수출 중인 가운데, 오비맥주는 제조업체가 독자적인 기술력과 노하우를 바탕으로 현지인의 기호에 맞는 제품을 직접 개발해 현지 유통업체에 공급하는 ODM(제조업자 개발·생산) 수출 방식을 취함 - 홍콩·중국 소비자 입맛에 맞춘 제품 '블루걸'을 오비맥주 자체 레시피를 바탕으로 광주공장에서 제조하여, 자사와 계약 관계에 있는 홍콩·중국 유통업체 쟈슨(Jebson)을 통해 공급. 블루걸은 현지인 기호에 맞춘 제품으로 높은 점유율을 유지 중
카브루·GS리테일	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁력 갖춘 수제맥주 기업은 업체 간 경쟁이 격화되는 국내 맥주 시장을 벗어나 해외 시장으로 판로 개척에 속도 내며 생존 전략을 모색 중인 가운데, 수제맥주업체 카브루는 국내 편의점 GS리테일의 수출 경험과 해외 네트워크를 활용해 해외 판로 적극 개척 - 카브루는 수출 개시한 지 2년 만인 '22년 기준 수출국 16개국을 돌파하고 전년 대비 149% 늘어난 55만 캔의 수출 물량을 기록하는 등 가시적인 수출 성과를 거두고 있음
롯데칠성음료	<ul style="list-style-type: none"> 롯데칠성음료는 국가별 현지 소비자 기호에 맞는 다수의 수출 전용 제품을 통한 해외 시장 개척에 활발 - '23년 필리핀펍시(PCPPI) 경영권을 13년 만에 독자적으로 확보한 가운데, 향후 필리핀펍시에서 '처음처럼', '새로' 등 자체 소주 브랜드 및 음료 브랜드의 현지 생산·유통 계획을 발표 - '23년 말 미국 현지 시장 내 처음처럼, 새로, 순하리 등 미국 내 소주류 판매 강화를 위해 미국 주류 시장 유통에 막강한 영향력과 전문성을 가진 와이너리 이앤제이겔로(E.&J. GALLO)와 업무협약 체결
원스피리츠	<ul style="list-style-type: none"> '원소주'를 필두로 북미, 아시아, 유럽 등으로 진출을 본격화. 마트·리커스토어(Liquor Stores) 등 오프라인 및 온라인으로 판매채널을 다변화하는 한편 파인다이닝을 거점으로 미식 경험과 주류를 동시 제공하며 현지인 공략 강화 - 파인다이닝 레스토랑에서는 푸드 페어링을 바탕으로 미식 경험과 원소주 체험 계기를 함께 제공함으로써, 단순 '판매'보다는 현지인들의 원소주 '경험' 확대 및 제품 인지도 상승을 목표

- ✓ 해외 생산공장 설립

생산비용 및 운송료 절감 통해 원가 경쟁력 확보하며 동남아 직접 진출의 교두보 마련
- ✓ 해외 법인 설립 및 직접 수출

국내에서 생산한 주류를 해외 법인을 통해 수출 및 판매
- ✓ ODM(제조업자 개발·생산) 방식 기반

제조사의 높은 양조 기술로 현지인 기호에 맞는 제품 생산 및 체계적인 품질 관리 가능
- ✓ 중소 양조장, 유통사와 동반 수출




유통업체 보유 해외 온·오프라인 판로 및 해외 진출 경험 활용

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

ISSUE 4. 가속화되는 주류 시장의 디지털화 (1/2)

주류 시장은 정부 규제 영향으로 디지털화(Digitalization) 속도가 상대적으로 더딘 편이나, 주류 규제가 점차 완화되며 디지털화가 진전되고 있음. 제품 구매 전 주류 가격을 비교하기도 하고, 스마트오더 플랫폼으로 선(先)주문·후(後)픽업 방식으로 제품을 구매하거나 취향에 맞는 주류를 정기 구독하는 등 소비자의 주류 소비 패턴도 함께 변화 중

탐색 - 제품 선택 및 구매 - 배송 등 주류 구매 패턴의 변화

 <p>주류 정보 검색 플랫폼</p>	<ul style="list-style-type: none"> 국내 주류 시장에서는 수입 주류 제품 가격이 투명하게 공개되지 않는 경우가 많아 소비자들의 정보 접근성이 제한되는 경향 따라서 주류 취급 매장 간 가격 비교가 용이하지 않은 상황이나 최근 들어 주류 정보 검색 및 가격 비교를 도와주고 다양한 주류 행사 정보를 제시해주는 플랫폼이 생겨나며 소비자들의 불편 해소를 돕고 있음
 <p>주류 정기 구독 및 큐레이션 플랫폼</p>	<ul style="list-style-type: none"> 동일한 주종 내에서도 신제품이 잇따라 출시되면서 소비자 선택권이 필요 이상으로 많아지고 있음. 제품 탐색 과정에 소모되는 시간이 늘면서 큐레이션 및 구독 서비스 가치를 느끼는 소비자가 증가 주류 정기 구독 플랫폼은 전통주·수제맥주처럼 로컬 소규모 양조장 주류를 소비자 취향 데이터에 맞춰 제공하며 2030세대 음주 소비자층으로부터 호응
 <p>주류 스마트오더</p>	<ul style="list-style-type: none"> '17년 전통주 온라인 판매 개시, '20년 주류 전자상거래 규제 완화와 더불어 스마트오더 방식을 통한 제한적 유통이 허용되면서 주류 구매채널이 오프라인 매장에서 온라인, 배달앱, 모바일 플랫폼 등으로 다변화 특히 플랫폼으로 주류를 편리하게 주문한 뒤 매장에서 픽업하는 스마트오더 제공 플랫폼이 급증함에 따라 주류 커머스 시장이 빠른 속도로 성장 거듭

구분	플랫폼명	기업명	누적 투자금 (억 원)	플랫폼 설명
정보 검색	데일리샷	데일리샷	124.8	동네 술 할인 정보 제공 앱
	와인그래프	와인그래프	4	알고리즘 기반 와인 큐레이션
정기 구독	술담화	담화컴퍼니	30	전통주 구독 서비스 제공
	벨루가	벨루가 브루어리	N/A	수제맥주 정기배송 서비스
스마트오더	키하	키하	N/A	주류 스마트오더 플랫폼
	갯주	보나캠프	11	주류·푸드 스마트오더 플랫폼
	술편	술편	N/A	주류 스마트오더
	와인루트	와인루트	15	카카오톡 기반 와인 스마트오더

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: The VC(2024.01), 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

ISSUE 4. 가속화되는 주류 시장의 디지털화 (2/2)

주류 제조 - 유통·판매 - 고객 경험 등 밸류체인 전반에 AI(인공지능) 등 차세대 기술 활용이 확산하며 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)이 가속화. 주류산업과 디지털 기술 간 융합을 스타트업이 주도하며 혁신하고 있는 가운데, 대규모 주류 기업은 이들 스타트업과의 협력 방안을 다각도로 모색하고 기술 경쟁력 확보에 나설 시점

AI(인공지능) 등 디지털 기술과 주류 시장의 디지털 트랜스포메이션

첨단 기술 기반 신상품 기획 및 생산 효율·품질 관리	유통·판매 과정 고도화	맞춤형 추천·고객 경험 제공	
<p>부루구루 (한국)</p> <ul style="list-style-type: none"> 주류 제조업체 부루구루는 GS리테일과 함께 AI 챗봇 서비스 'AskUp'이 추천한 레시피로 하이볼을 제조·출시 <p>IntelligentX (영국)</p> <ul style="list-style-type: none"> 영국 기반 비어테크(Beer Tech) 기업 인텔리전트X는 AI 알고리즘과 머신러닝을 맥주 제조에 활용 <p>Sugar Creek Brewing Company (미국)</p> <ul style="list-style-type: none"> 미국의 소규모 양조장 슈거크릭 브루잉컴퍼니는 맥주 양조기술에 AI, IoT 기술을 접목해 제품 품질 제고 및 생산 효율성 향상 실현 <p>Kirin Holdings (일본)</p> <ul style="list-style-type: none"> 기린은 '23년 12월부터 고객 피드백을 학습시킨 생성형 AI 기반의 RTD(Ready to Drink) 주류 개발 계획을 밝힘. 일반적으로 신규 주류 개발 시, 고객 의견 수렴 과정에 평균 50시간이 소요되나 신제품 개발 시간이 단축될 것으로 기대 	<p>달리 (한국)</p> <ul style="list-style-type: none"> 주류 통합 플랫폼을 통해 스마트오더 서비스를 제공 중인 달리는 AI 기반 서비스 고도화를 위해 '23년 AI 전문업체 와이즈넷과 MOU를 체결. 달리는 AI 챗봇을 활용한 B2B·B2C 서비스 범위를 확대해 AI를 통해 개인별 취향에 맞는 주류 추천 및 배송 서비스를 강화해 나갈 것을 목표 	<p>퍼플독 (한국)</p> <ul style="list-style-type: none"> AI로 맞춤 와인을 선별하여 매달 집까지 정기 배송 제공 <p>인터마인즈 (한국)</p> <ul style="list-style-type: none"> AI 기반 무인 주류 판매기 '도어 팝' 개발업체로, 도어 팝은 이마트24, CU 등 편의점 3사에 공급되고 있음. 도어 팝은 냉장고에서 물건을 꺼내지만 해도 카드 결제까지 완료되는 방식으로, 해당 분야에 대해 독보적 기술력을 보유 	<p>카스 (한국)</p> <ul style="list-style-type: none"> 카스는 '23년 자사 팝업스토어에서 AI 기술을 활용해 소비자가 직접 자신만의 디자인을 담은 '아트캔' 제작이 가능한 참여형 프로그램을 제공한 데 이어 맥주를 따라주는 맥주 로봇으로 신개념 고객 경험을 제공 <p>IWCB (이탈리아)</p> <ul style="list-style-type: none"> 이탈리아의 와인·식품 마케팅 기업 IWCB(Italian Wine Crypto Bank)는 오픈AI의 챗GPT 등을 활용해 이전에 마셔본 와인이나 지난 추천 리스트를 고려해 개인별 와인을 추천·제안하는 개인 맞춤형 'GPT 소믈리에' 서비스를 개발하여 제공

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

ISSUE 5. ESG 경영 강화하는 주류 기업

내용물 변질 우려로 포장재 변화에 보수적이었으나, 소비자들의 가치소비 인식이 주류업계로 번지며 기업들의 친환경 포장재 적용 행보가 가속화. 특히 주류는 브랜드 이미지가 판매와 직결되는 특성상 기업들은 가격 할인 프로모션보다는 지속가능성에 대한 우선순위를 높여 나가며 소비자를 공략해 나갈 필요

주류업계에 부는 ESG		국내 주요 기업의 ESG 경영 동향: 주류업계 친환경 행보 가속화	
<p>▪ 건강한 먹거리와 윤리적 의식이 주류 구매에도 영향을 끼치기 시작</p> <ul style="list-style-type: none"> - 고품질 원료로 만들어진 프리미엄 주류, 인공적인 공정을 최소화한 생산 방식이 소비자들의 호응을 얻고 있음 <p>▪ 국내외 주류 기업은 ESG(Environmental, Social, Governance)를 강조한 친환경 경영에 적극 동참</p> <ul style="list-style-type: none"> - 최근 국내외 주류 시장에서 청정원료, 발효 등을 강조한 자연주의 기반 생산 방식뿐만 아니라 포장 방식에 있어서도 저탄소·순환경제를 강조한 친환경 소재 기반 패키징 도입 움직임이 가속화 	<p>ESG 분야 오픈 이노베이션</p>	<p>지속 가능한 환경 기술 분야 스타트업에 대한 지분 투자 및 협업을 통한 ESG 경영을 강화</p>	<p>하이트진로</p> <ul style="list-style-type: none"> • 미래 먹거리 확보를 위해 업종 경계를 넘나들며 여러 스타트업에 투자 중인 가운데, 친환경 소재, 자원순환 등 ESG 분야에 대해서도 오픈 이노베이션 프로그램을 통한 기업 육성을 진행 중 - '22년 공공기관과 함께 농수산 분야 오픈 이노베이션 프로그램을 진행한 뒤, 최종 선정된 기업 중 친환경 펄프 몰드 및 용기·패키징 관련 스타트업 '나누'에 지분 투자를 단행. 하이트진로는 나누의 기술 고도화 및 비즈니스 전략 수립 등을 지원하는 한편 기술 측면에서 자사와의 시너지 창출을 목표
	<p>친환경 패키지 개발</p>	<p>환경부가 '19년 발표한 '유색 페트병 사용금지 방침'에 따라 '25년부터 맥주업계의 패키지가 교체될 예정. 이에 기업들은 맥주 원재료 변질을 방지하는 패키지 신기술 개발에 적극 나서는 중</p>	<p>롯데칠성음료</p> <ul style="list-style-type: none"> • 롯데칠성음료는 기존 갈색 맥주 페트병을 대체하기 위한 솔루션을 마련하기 위해 오랫동안 기술개발에 매진해왔으며 '23년 7월 페트 투명화 관련 특허 출원에 성공하고 신제품에 적용. 한편 SK마이크로웍스 등 소재 기업과의 협업을 추진한 끝에 무라벨·투명 페트병 등 친환경 패키지 기술을 집약시킨 제품으로 재활용 편의성을 높임
	<p>에너지 전환</p>	<p>주류업 특성상 전력, 물 사용이 많음. 이에 자가 발전을 통한 재생에너지를 맥주 생산에 이용하고, 탄소 배출량 감축으로 지속 가능한 비즈니스 환경을 조성하고자 함</p>	<p>오비맥주</p> <ul style="list-style-type: none"> • 오비맥주는 RE100* 이행 수단 중 하나로 자사 생산공장에 태양광 패널 설치를 구축. 자가 발전한 재생에너지를 맥주 생산에 이용하는 방식으로 에너지 전환에 속도 내며 친환경 경영에 박차 - 자가소비형 태양광 설치 외, '전력구매계약(PPA)', '녹색요금제' 등 다양한 방식으로 재생에너지 사용을 꾸준히 확대해 나갈 계획

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: RE100은 기업에서 사용하는 전력의 100%를 재생에너지로 대체하는 캠페인을 말함

ISSUE 6. 변곡점 맞은 수제맥주 시장 – 다운턴 진입한 수제맥주

국내 수제맥주 시장은 주세법 개정과 더불어 코로나19에 따른 홈술 기조, 독창적 맛을 찾는 소비자들의 기호 변화가 맞물리며 2021년까지 선풍적인 인기를 끌었으나 2022년 이후 성장세가 한풀 꺾이며 위기감이 고조. 수제맥주업계의 무분별한 콜라보레이션으로 제품별 특색이 사라지고 유사 제품이 난립하는 등 내실 없는 성장의 결과로 풀이

국내 수제맥주 시장, 주세법 개정으로 폭발적 성장 거듭

- 한국수제맥주협회 추산에 따르면 국내 수제맥주 시장 규모는 '19년 800억 원대에서 '20년 1,000억 원을 돌파한 이후 '21년 1,520억 원 수준으로 확대
 - 소규모 맥주 제조업체에 대한 기준이 완화됨과 동시에 세금 감면폭 확대, 병입·소매판매 허용 등으로 소규모 맥주 제조 면허 수가 급증하며 외형 성장을 거듭
 - 주세법 개정과 더불어 코로나19에 따른 홈술 기조 확산이 수제맥주 시장 성장을 부추김

수제맥주 시장의 다운턴(Downturn) 가속화

국내 수제맥주 시장의 악화일로에 주요 수제맥주업계 실적 부진 심화 수제맥주업계의 부활을 위해 질적 경쟁으로 전환이 필요한 시점

- '21년 수제맥주업계 최초로 코스닥 시장에 상장한 제주맥주(주)는 '21년 매출이 전년대비 33% 늘었으나 '22년에는 전년대비 18% 감소하며 실적 악화
- 세븐브로이맥주(주)의 경우 수제맥주를 넘어 주류 전반의 콜라보레이션 트렌드 열풍을 일으킨 '공표 밀맥주'로 '21년 10배 이상 매출이 성장했으나 '22년에는 매출이 14% 감소한 데 이어 '23년 3분기에는 전년동기대비 3분의 1 수준으로 폭락한 79억 원으로 나타남

〈 국내 주요 수제맥주 기업의 매출액 추이 〉

기업명	2020	2021	2022	매출액 YoY ('22)
세븐브로이맥주(주)	31	352	303	-14%
제주맥주(주)	215	285	234	-18%
(주)카브루	56	55	61	11%
(주)스퀴즈맥주	17	74	53	-28%
버드나무양조장(주)	23	32	38	19%
플래티넘크래프트맥주(주)	64	74	34	-54%
코리아크래프트비어(주)	20	22	24	9%

성장세 꺾인 수제맥주 시장, 이유는?

과거에는 브랜드·제품마다 고유 차별점이 뚜렷했으나, 최근에는 단기간 화제를 집중시키기 위해 업체 간 무분별한 콜라보레이션(Collaboration)이 급격히 증가

- 맛·풍미 등에서 느낄 수 있던 기성맥주와의 차별성이 사라지고 패키지만 화려한 제품이 난립하면서 소비자들의 선택 피로도가 증대
- 소비자 관심이 하이볼, 무알코올 맥주 등 타 카테고리로 이동
- 제품력 보유한 수제맥주 부재, 소비자 주류 기호 다변화, NoLo 트렌드 확대 등이 맞물린 데 따른

Source: Cretop(2024.02), 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원
Note: 별도 기준

ISSUE 6. 변곡점 맞은 수제맥주 시장 – 돌파구 모색하는 수제맥주업계

침체 국면에 접어든 국내 수제맥주 시장에서 주요 수제맥주업체는 RTD 하이볼·칵테일, 무알코올 맥주 등 제품 다각화에 나서거나 해외 시장 개척을 본격화하며 돌파구를 마련하는 모습. 다만 실적 회복을 이끌기 위해서는 끊임없는 연구·개발을 바탕으로 원료, 제조방식, 레시피 등 본업 경쟁력 강화가 필수적

적자와 생존 기로에 선 수제맥주업계, 돌파구는?

기업명	주요 내용
세븐브로이 맥주	<ul style="list-style-type: none"> (제품 다각화) 대량생산 시스템, 무알코올 생산 라인을 두루 갖춘 완전 자동화 기반의 생산시설을 활용해 RTD 형태의 하이볼, 무알코올 맥주 등 주류 제품과 함께 홉 성분 기반의 탄산음료, 건강음료 등 제품 다각화 등으로 실적 회복을 목표 (신사업 강화) 자회사 세븐브로이이즈를 통해 위스키 사업 진출을 본격화. '22년 증류기 도입 후 '23년부터 본격 위스키 증류에 나서며 수제맥주 시장 위축에 대비하고자 함 (매출처 다변화) 글로벌 전자상거래 및 국내 플랫폼업체와의 협업을 기반으로 미국, 일본, 중국 등 수출 거래가 중단된 국가에 대한 판로 재확보를 비롯해 아시아 신규 매출처 다변화에 주력
제주맥주	<ul style="list-style-type: none"> (신사업 강화) '23년 6월 달래에프앤비 지분 약 64%를 90억 원에 인수. 외식 프랜차이즈업계 진출 기회를 확보하고 수제맥주 사업과의 시너지를 창출하며 질적 성장을 가속화하고자 함 (본업 강화) 자사 핵심 제품뿐만 아니라 대량생산 방식 기반의 일반 제품과 달리 고급 위스키, 초콜릿 브랜드와의 협업으로 탄생한 레시피와 고품질 원료를 바탕으로 소규모 생산하는 장기 숙성 한정판 맥주, 독특한 원료와 양조기술을 집약한 사워비어 등 고부가가치 제품 라인업 강화에 주력하며 경쟁력 제고
카브루	<ul style="list-style-type: none"> (제품 다각화) '23년 캔 형태 칵테일, 하이볼 등으로 RTD 시장에 본격 진출했으며, 향후 RTD 제품 포트폴리오를 확장할 계획 (B2B 사업 확대) 카브루는 B2B 대상 RTS(Ready to Serve, 사전혼합) 하이볼을 개발. 업소용 RTS 하이볼은 생맥주처럼 대용량 케그(Keg, 주류저장용기)에 완제품 하이볼을 담은 형태로, 카브루는 해당 신제품을 통해 레스토랑·펍 등 B2B로 매출처를 다변화하며 수익 창출 기회를 확보하고자 함

< 글로벌 수제맥주업계 사업 전개 동향 >

Boston Beer Company (미국)

- 사무엘아담스(Samuel Adams) 등 대표 제품을 보유한 미국의 보스턴비어컴퍼니는 애플사이다, 알코올 티(Alcohol Tea), 하드셀처(Hard Seltzer) 등 주류 하위 섹터 중 틈새 시장을 선제적으로 개척한 뒤, 소규모 다품종 전략을 바탕으로 프리미엄 제품 위주로 출시하여 성장 지속

Sapporo Breweries (일본)

- 일본의 삿포로맥주는 통풍환자를 겨냥해 '14년 통풍의 원인이 되는 퓨린 성분을 0%로 줄인 기능성 맥주를 개발, 출시. 삿포로맥주는 퓨린뿐만 아니라 당질, 칼로리, 알코올 제로 등 복합기능성 제품으로 시장 공략

Omni Polo (스웨덴)

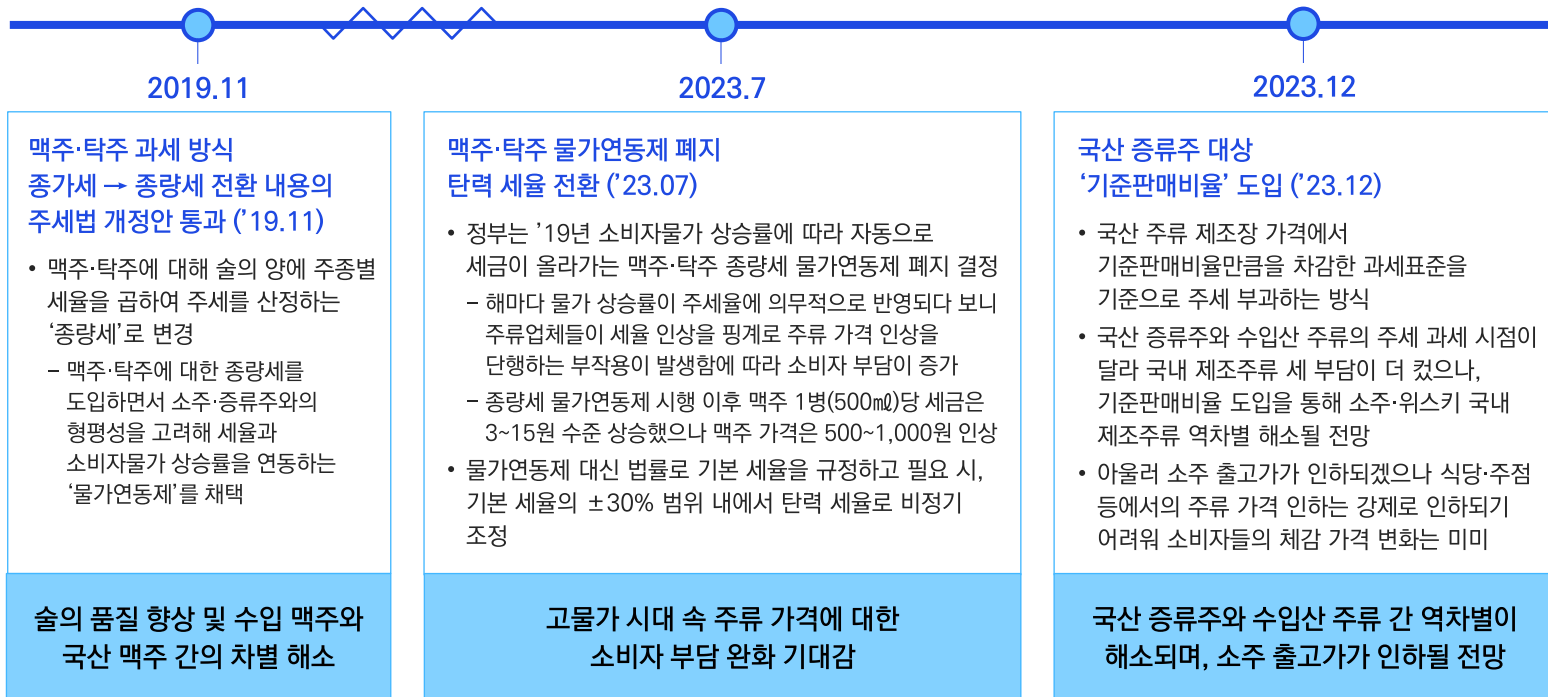
- 스웨덴 기반 옴니폴로는 자체 양조기술과 레시피만 가지고, 집시처럼 여러 양조장을 떠돌며 맥주를 생산하는 '집시양조(Gypsy brewing)' 방식을 바탕으로 전 세계 유명 브루어리와 협업을 거쳐 400여 종의 맥주를 생산. 집시양조 방식은 창업 초기 단계의 수제맥주 브랜드가 활용해볼 수 있는 방식이나, 경쟁력 있는 레시피 및 맥주에 대한 전문성이 요구됨

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Policy. 주세 체계 개편에 따른 영향 점검

①품질 향상 통한 제품 차별화 도모, ②주류 가격에 대한 소비자 부담 완화, ③국산 주류와 수입 주류 간 과세 형평성 제고 등의 기대효과를 목표로 주세 제도가 합리적 방향으로 개편되는 양상. 정부는 2019년부터 맥주, 탁주 과세 기준 변화에 이어 2023년 소주·위스키 등 증류주에 붙는 주세율 체계를 개편하여 국산 주류의 경쟁력을 강화하고자 함

주세 체계 변화 내용 및 주요 영향



종가세
종가세는 판매가의 일정 비율에 따라 세금을 부과하는 방식 - 약주, 청주, 소주 등 전통주가 대상 - 술 가격이 비쌀수록 세금 부담이 큼. 저가 제품에 유리하며, 주질 고급화에 장애물이 될 수 있음
종량세
종량세는 주류의 양이나 주류에 함유된 알코올 양에 비례해 세금을 매기는 제도 - 도수가 높은 술일수록 세금 부담이 커짐 - 품질 경쟁에 따른 주질 고급화 유도 가능

Source: 기획재정부, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Appendix. 주류 규제 완화로 산업 활성화 도모 - 주류 규제개선방안 (1/2)

정부는 국내 주류 시장의 성장세 정체에 따라 주류산업의 경쟁력을 강화하기 위한 주류 규제 개선 방안 시행. 제조, 유통, 판매 등 주류산업 전반의 규제를 개선하고, 실제 주류 소비 패턴과 규제 사이의 간극을 완화하여 소비자 편의성을 제고

주류 분야별 주요 규제개선방안 내용 (2020.05)

분야	관련 법안	주요 내용	기대효과
제조	「주세법」 제6조	<ul style="list-style-type: none"> 타 제조업체의 제조시설을 이용한 주류의 OEM(위탁제조) 허용 <ul style="list-style-type: none"> (기존) 주류 제조면허는 주류 제조장별로 발급되기 때문에 주류를 타 제조장에서 생산하는 방식의 위탁제조 불가 (개정) 제조시설을 갖추어 주류 제조면허를 받은 업체의 타사 제조시설을 이용한 위탁제조 허용 (*법령 개정이 필요하여 '21년부터 시행) 	<ul style="list-style-type: none"> 제조시설의 효율적 활용을 통한 원가 절감, 해외 생산 물량의 국내 전환, 시설투자 부담 완화, 신속한 제품 출시 기대 <ul style="list-style-type: none"> 소규모 제조업체와 대형 제조업체의 협업 가능
	「주세사무처리규정」 제32조	<ul style="list-style-type: none"> 주류 제조 시설을 이용한 주류 이외의 제품 생산 허용 <ul style="list-style-type: none"> (기존) 주류 제조 작업장은 독립된 건물이거나 완전히 구획되어 주류 제조가 아닌 다른 목적의 시설과 구분될 필요 (개정) 주류 제조시설에서 생산 가능한 제품이나 주류 제조 시 생산되는 부산물은 주류 제조장에서 생산 허용 	<ul style="list-style-type: none"> 별도의 생산시설 설치 없이 주류 제조 시설에서 생산 가능한 음료 혹은 부산물을 제조 및 판매 가능 <ul style="list-style-type: none"> 주류 제조 시설에서 무알코올 음료 혹은 무알코올 맥주 제조 가능 탁주 등 제조 시 남는 술지게미 등을 활용한 장아찌, 빵, 화장품 등 제조 가능
유통	「주세법 시행령」 제46조의2 「주류의 양도·양수 방법, 상대방 및 기타의 관한 명령위임 고시」 제32조, 제8조	<ul style="list-style-type: none"> 주류제조자 및 주류수입업자의 주류 판매 시 택배 운반이 가능하도록 개선 <ul style="list-style-type: none"> (기존) 주류제조자·수입업자는 '주류 운반차량 검인 스티커'가 부착된 소유·임차차량 및 물류업체 차량을 이용하여 주류 운반 가능 (개정) 주류제조자·수입업자가 물류업체 차량을 이용하여 도·소매업자에게 주류 운반 시 주류 운반차량 표시 의무 면제 	<ul style="list-style-type: none"> 주류 제조업체의 물류 효율화 기대 <ul style="list-style-type: none"> '주류 운반차량 검인 스티커'를 택배 차량에 부착하기 어려워 이전에는 택배를 이용한 주류 운반이 불가능했으나, 의무 면제로 택배업체를 이용한 주류 운반이 가능 주류 운반 시 택배업체 이용이 가능해짐에 따라 '주류 운반차량 검인 스티커'가 부착된 자사 운반차량의 보유 필요성이 낮아짐

Source: 기획재정부 '주류 규제개선방안'(2020.5.19), 삼정KPMG 경제연구원
 Note: '주류의 OEM(위탁제조) 허용'을 제외하고, 위 개선안 대다수는 2020년 7월 1일 시행

Appendix. 주류 규제 완화로 산업 활성화 도모 - 주류 규제개선방안 (2/2)

주류 판매 부문에서는 통신판매 허용 기준을 명확히 함에 따라 배달외식업체의 주류 판매 활성화 효과가 기대됨. 납세 부문과 관련하여, 상표 용도 구분을 폐지 및 납세 증명 표지를 간소화하여 주류 기업의 비용 절감 효과를 도모

주류 분야별 주요 규제개선방안 내용 (2020.05)

분야	관련 법안	주요 내용	기대효과
판매	「주류 통신판매에 관한 명령위임 고시」 제3조	<ul style="list-style-type: none"> 통신판매가 허용되는 '음식점의 주류 배달' 기준 명확화 <ul style="list-style-type: none"> (기존) '음식에 부수하여' 주류를 배달하는 통신판매는 허용 (개정) 음식*과 함께 배달하는 주류로서 주류 가격이 음식 가격보다 낮은 경우에 한해 통신판매 허용 *음식은 「식품위생법 시행령」 제21조에 따른 일반음식점에서 전화, 휴대전화 앱 등을 통해 주문 받아 직접 조리한 음식을 의미 	<ul style="list-style-type: none"> 배달 전문 외식업체의 주류 판매 증대 <ul style="list-style-type: none"> 이전에도 주류 배달 판매는 가능했으나 '부수'의 범위가 불명확하여 현장의 혼란 소지가 존재하여 주류 배달 판매가 활성화되지 않았음
납세	「주류의 상표사용에 관한 명령위임 고시」 제8조	<ul style="list-style-type: none"> 소주·맥주에 대한 대형매장용 용도 구분 표시 폐지 <ul style="list-style-type: none"> (기존) 희석식 소주·맥주는 유흥음식점용, 가정용, 대형매장용으로 용도가 구분되어 있으며, 상표에 용도별로 표시 (개정) 희석식 소주·맥주의 용도별 표시(가정용, 대형매장용)를 '가정용'으로 통합 	<ul style="list-style-type: none"> 주류 제조업체 및 판매업체의 재고관리 비용 절감 <ul style="list-style-type: none"> 가정용과 대형매장용은 최종 소비자에게 판매되는 동일 제품임에도 용도가 다르게 표시됨에 따라 별도 재고 관리에 따른 비용이 발생하였음
	「납세증명 표지 제조자 등이 지켜야 할 사항」 제2조	<ul style="list-style-type: none"> 맥주 및 탁주의 납세증명 표지 표시사항 간소화 <ul style="list-style-type: none"> (기존) 주류 제조자는 주류의 용기에 주류의 종류, 상표명, 규격, 용량 등이 표시된 납세증명표지를 첨부 (개정) 맥주·탁주 제조자의 경우 납세증명표지 표시의무 사항 중 상표명과 규격을 주류제조자명으로 대체 	<ul style="list-style-type: none"> 상표별, 규격별로 별도의 납세증명 표지를 구매하지 않아도 되어 비용 절감 가능

Source: 기획재정부 '주류 규제개선방안'(2020.5.19), 삼정KPMG 경제연구원

Note: '주류의 OEM(위탁제조) 허용'을 제외하고, 위 개선안 대다수는 2020년 7월 1일 시행

Contents

I. 주류 시장 Overview	2
II. 국내 주류 시장 현황	5
III. 주류 시장 주요 비즈니스 이슈와 업계 대응 현황	13
IV. 투자·M&A로 살펴본 글로벌 주류 트렌드	28
V. 결론 및 시사점	34

글로벌 주류 시장의 M&A 트렌드

글로벌 주류업체들은 끊임없는 수요 변화와 더불어 주류 시장의 성장 한계 및 기업 간 경쟁 심화 같은 위기 요인을 마주함에 따라 M&A를 바탕으로 매출처 다변화, 카테고리 및 브랜드 다각화, 차세대 성장동력 발굴에 나서고 있음. 이들은 시장 주도권을 확보해 나가기 위해 M&A 행보를 지속하며 균형 잡힌 포트폴리오를 구축해 나갈 것으로 전망

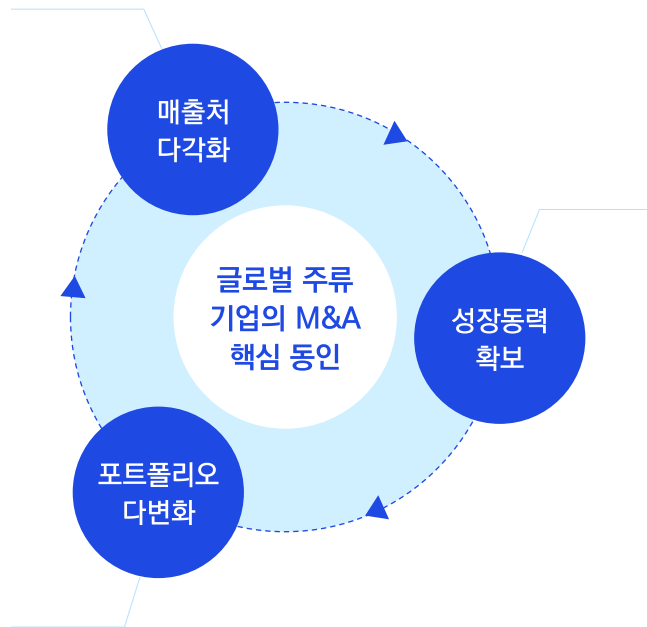
글로벌 주류 시장 M&A 트렌드

글로벌 주요 주류 기업은 지역별 매출 다변화 전략으로 안정적 수익 창출에 주력

- ✓ 특히 인구 구조적·경제적 측면에서 중산층 및 음주 가능 인구가 확대되고 있는 인도, 중국, 남미 등 성장 잠재력이 높은 지역의 로컬 업체 및 브랜드 인수에 나서며 공략 발판 마련
- ✓ 글로벌 시장 내 입지를 빠르게 확보하기 위해 로컬 지역 소비자 선호에 맞는 독특한 향·맛(Flavor)이 첨가된 주류 브랜드 혹은 희소가치를 보유한 브랜드에 대한 인수도 이어지는 추이

고성장 카테고리로 부상한 위스키·테킬라·코냑 등 증류주 관련 초프리미엄·프리미엄 브랜드 라인업에 대한 선택과 집중

- ✓ 증류주는 맥주나 와인대비 폭넓은 응용 경험을 제공할 수 있다는 점에서 성장 잠재력을 가지며, 중저가-초고가와 같이 양극단에 치우치기보다는 가성비·중가·프리미엄 고가·초고가 등 가격대가 다양해 폭넓은 선택권을 제공
- ✓ 글로벌 주류 시장 내 프리미엄·수퍼 프리미엄에 포지셔닝한 브랜드를 대상으로 한 다수 M&A가 기록된 반면, 최근 2~3년 사이 가성비 및 중간 가격대 브랜드에 대한 매각 시도가 관찰됨



홈솔 트렌드 확산, 글로벌 웰니스(Wellness) 등으로 NoLo 트렌드가 지속 → 글로벌 기업들은 차별화 경쟁력을 보유한 RTD·RTS 제품 및 무알코올 음료 브랜드를 발굴 중

- ✓ RTD(Ready to Drink)·RTS(Ready to Serve) 시장에서도 원료, 블렌딩 기술, 편리한 제형 등 차별화 요소를 보유한 브랜드가 경쟁력을 가질 것으로 보임에 따라 프리미엄 RTD 브랜드 중심으로 M&A가 추진되고 있음
- ✓ 한편 인당 알코올 소비량이 줄어들어 따라 무알코올 음료가 알코올 대체재로서 주목받고 있으며, 무알코올 맥주·와인 등 다양한 제품군을 보유한 중소규모 음료 기업이 대규모 주류 기업의 투자금을 유치 중

Source: 삼성KPMG 경제연구원

글로벌 주류업계 투자·M&A 동향 - ① 매출처 다변화

글로벌 주류 기업은 매출처를 다변화하기 위해 무조건적인 수출이 아닌, M&A를 전략적 방안으로 택하고 북미, 중미, 아프리카 등을 중심으로 시장 개척에 활발. 기업들의 이 같은 행보는 글로벌 경쟁 심화 국면 속 신시장 내 점유율을 빠르게 높이는 동시에 진출국 외 인접 시장으로 점차 영향력을 강화해 나가기 위한 전략적 판단에서 비롯한 것으로 분석

글로벌 주류업계 투자·M&A 트렌드

인수 기업	피인수 대상	공시일	내용	인수 목적
Pernod Ricard USA (미국)	Skrewball Whiskey (미국)	'23.03	<ul style="list-style-type: none"> 페르노리카(Pernod Ricard)는 북미·중미 소비자층 선호에 맞는 브랜드를 확보하며 지배력 강화에 집중 '21년 옥수수로 만든 멕시코 위스키 아바솔로(Abasolo) 인수로 새로운 소비자층을 확보하고, 멕시코 증류주 시장 진출 발판을 마련. 페르노리카의 아바솔로 인수는 멕시코 증류주 시장 확대를 고려한 흐름으로 분석 한편 같은 해 코냑·와인 등 다양한 주류를 소유한 미국의 소버린브랜즈(Sovereign Brands)에 지분 매입을 시도하며 미국 시장 공략을 가속화. '23년 미국 내 호응을 얻고 있는 피넛버터향이 가미된 스크류볼 위스키(Skrewball Whiskey) 인수로 수요 흡수 시도 	북미 중심의 지역 매출 확대 및 지배력 강화
Pernod Ricard (프랑스)	Abasolo (멕시코)	'21.10		
Heineken (네덜란드)	Distell, Namibia Breweries (남아프리카공화국)	'21.11	<ul style="list-style-type: none"> 하이네켄은 남아프리카공화국 주류회사 디스텔(Distell)과 나미비아 브루어리(Namibia Breweries) 두 개 업체를 인수 후 합작법인 'HEINEKEN Beverages' 설립. 하이네켄은 남아프리카 내 현지 맞춤 제품 개발·생산이 가능한 시설을 구축하고 남아프리카 대륙 전역에 고품질 주류를 공급할 계획 스태티스타(Statista)에 따르면 아프리카 권역 내 맥주 매출은 '22~'28년까지 연평균 6.8%의 성장세를 기록하며 타 권역 대비 빠른 성장세를 기록할 것으로 전망되는 가운데, 하이네켄은 신시장 개척으로 글로벌 경쟁 심화 국면 속 매출처 다변화로 성장 기반을 확보하고자 함 	신시장 개척 통한 매출처 다변화
Stock Spirits (폴란드)	Borco (독일)	'23.07	<ul style="list-style-type: none"> 증류주 생산업체 스톡스피리츠(Stock Spirits)는 독일 시장 내 강력한 입지를 보유 중인 보르코(Borco Market Import Matthiesen) 인수로 독일 시장 진출 발판을 확보했으며, 보르코의 유명 테킬라 브랜드 '시에라 테킬라(Sierra Tequila)'를 브랜드 포트폴리오에 추가함으로써 테킬라 카테고리 진출 계기를 마련 스톡스피리츠는 사모펀드 CVC Capital Partners가 경영권을 소유하는 구조로, '21년 경영권 인수 당시 스톡스피리츠의 국제적 확장을 전략적 개선 영역으로 제시하며 신시장 진출 및 고품질 제품 포트폴리오 개발을 실현시키기 위한 M&A 기회를 지속적으로 모색해 왔음 	독일 시장 진출 발판 마련 및 테킬라 브랜드 신규 추가

Source: CB Insights(2024.01), 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

글로벌 주류업계 투자·M&A 동향 - ② 포트폴리오 재정비

소비자들의 구매력이 전반적으로 약화되는 추세이나, 소비 양극화 현상 심화로 글로벌 주류 시장에서는 점점 더 차별화된 프리미엄 제품에 대한 선호가 강세를 나타내고 있음. 이에 디아지오, 페르노리카 등 증류주 분야 선도 기업뿐만 아니라 맥주, 와인업계에서도 프리미엄 전략 기조하에 M&A를 통한 포트폴리오 재조정에 돌입

글로벌 주류업계 투자·M&A 트렌드 - 프리미엄화 전략을 바탕으로 포트폴리오 재조정

인수 기업	피인수 대상	공시일	내용
Diageo (영국)	Don Papa Rum (필리핀)	'23.01	• 디아지오는 자사가 중점을 두고 있는 프리미엄화 전략을 뒷받침하기 위해 필리핀의 고성장 수퍼 프리미엄(Super Premium) 럼 제조사 '돈파파 럼(Don Papa Rum)'을 인수
Stock Spirits (폴란드)	Polmos Bielsko-Biala (폴란드)	'22.08	• 폴모스 비엘스코비아와(Polmos Bielsko-Biala)는 엄선된 원료와 맑은 물을 사용하여 고품질 보드카 등을 제조하는 프리미엄 증류주 생산업체로, 스톡스피리츠는 '22년 7월 폴모스 비엘스코비아와를 인수하고 프리미엄 제품 포트폴리오를 강화
Molson Coors (미국)	Blue Run Sprits (미국)	'23.08	• 글로벌 맥주업체 몰슨쿠어스(Molson Coors Beverage Company)는 프리미엄화 전략을 필두로 종합음료회사로의 도약을 목표로하며 자사 주류 사업을 지속 확장 중. 버번위스키 및 라이위스키 생산에 전문성을 보유한 소규모 증류주 양조장 블루런 스피리츠(Blue Run Sprits) 인수를 계기로 기존 맥주 위주의 제품 포트폴리오를 증류주 카테고리 확장
TWE (호주)	DAOU Vineyards (미국)	'23.10	• 대규모 호주 와인 생산·유통업체 TWE(Treasury Wine Estates)는 중저가 와인 수요 감소세가 지속되자 고가 와인 공급업체로 포지셔닝 전환을 목표하고, 빠른 속도로 성장 중인 미국 캘리포니아의 다우 빈야드(DAOU Vineyards)를 포트폴리오에 추가. 이번 인수는 '21년 프랭크 패밀리 빈야드(Frank Family Vineyards) 인수에 이은 두 번째 딜로 기록
Campari Group (이탈리아)	Courvoisier (프랑스)	'23.12	• 이탈리아 국민 식전주 캄파리를 비롯 버번위스키 '와일드터키', 싱글몰트 위스키 '글렌그란트' 등을 보유한 캄파리그룹은 세계 5위 안에 드는 코냑 브랜드 쿠르부아지에(Courvoisier)를 13억 2,000만 달러에 매입. 이번 인수로 미국·중국 내 영향력을 높일 수 있을 것으로 기대되며, 여러 코냑 브랜드를 소유한 영국 디아지오(Diageo), 프랑스 페르노리카의 강력한 경쟁자로 부상할 전망

엄선한 고품질 원료로 제조되는 프리미엄 제품을 중심으로 매출 호조세가 지속되자 자본을 보유한 글로벌 주류 기업들은 프리미엄화 전략을 앞세워 고가 주류 브랜드를 확충

프리미엄 증류주와 와인 시장 주도권을 확보하기 위해 M&A 행보를 지속

Source: CB Insights(2024.01), 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

글로벌 주류업계 투자·M&A 동향 - ③ 성장동력 확보 (1/2)

전 세계적으로 RTD(Ready to Drink) 제품이 실용성과 편의성 등에 힘입어 수요가 확대되고 있음. RTD 알코올 제품이 상대적으로 높은 성장 잠재력을 가짐에 따라 RTD를 차세대 성장 카테고리를 강화하기 위해 M&A를 바탕으로 빠른 속도로 제품 라인업을 확충하는 모습

글로벌 주류업계 투자·M&A 트렌드 - 새로운 제품 카테고리 확대

인수 기업	피인수 대상	피인수 대상 대표 제품	공시일	내용
Pernod Ricard (프랑스)	Cockorico (프랑스)	RTS 칵테일	'22.12	<ul style="list-style-type: none"> 페르노리카는 글로벌 RTD 시장의 고성장세에 대응해 즉석 음용 주류 시장 공략에 박차를 가하고자 자국 내 RTS(Ready to Serve, 사전혼합) 칵테일 제조업체 코코리코(Cockorico) 과반 지분 확보 <ul style="list-style-type: none"> 페르노리카는 코코리코가 보유한 사전 제조 칵테일 제품에 대한 전문성과 자사의 유통 네트워크 결합을 통해 상호보완적 혁신 역량을 제고하며 시장을 빠르게 장악해 나가고자 함
Spirit of Gallo (미국)	Fishers Island Lemonade (미국)	RTD 칵테일	'23.05	<ul style="list-style-type: none"> E. & J. Gallo Winery의 Sprints(증류주) 사업부 'Sprit of Gallo' 주도하에 칵테일 RTD 생산업체 Fishers Island Lemonade 인수를 결정. 기존 주류 기반 탄산수 증류주 RTD 브랜드 'High Noon'에 RTD 전문 브랜드를 추가함에 따라 RTD 제품 개발에 주력해 나갈 것으로 보임
E. & J. Gallo Winery (미국)	Bev (미국)	RTD 와인·스피리처	'23.06	<ul style="list-style-type: none"> 와인 시장 내 잔, 팩, 캔 형태의 RTD 와인 수요가 확대되는 등 판도 변화가 관찰. 미국 대형 와이너리 E. & J. Gallo Winery는 7,960만 달러를 투자해 프리미엄 캔 와인 스피리처(Spiritzer, 화이트와인과 탄산수를 혼합한 음료) 생산업체 Bev를 인수 <ul style="list-style-type: none"> Bev는 와인의 새로운 영역을 개척하고 소비자 니즈에 적합한 제품을 적시 공급하기 위해 R&D를 지속해왔으며, 일반 제품 외 제로슈거, 글루텐프리 캔와인 등 폭넓은 제품 라인업 확보
Corby Spirit & Wine (캐나다)	Ace Beverage Group (캐나다)	RTD 보드카·테킬라 소다	'23.06	<ul style="list-style-type: none"> 페르노리카의 캐나다 유통·마케팅 담당 계열사 코비스피릿앤와인(Corby Spirit and Wine)은 RTD 시장 공략을 목적으로 캐나다의 에이스베버리지그룹(Ace Beverage Group)을 인수 <ul style="list-style-type: none"> 에이스베버리지그룹은 보드카 및 테킬라와 소다를 혼합한 믹솔로지 캔 형태 주류 라인업을 다양하게 보유. 코비스피릿앤와인은 이번 인수로 RTD 시장 전문성과 생산 효율성 제고가 가능할 것으로 기대

주류 수요 감소세에도 불구하고 맛과 음용 편의성 등 RTD 제품이 가지는 장점이 부각되기 시작

글로벌 주류업계는 RTD 시장에서 영향력을 높이기 위해 빠른 속도로 RTD 제품 카테고리 확장에 집중

브랜딩, 제품 개발 등 다방면에서 역량 갖춘 고성장 믹솔로지 브랜드에 대한 투자 열기는 당분간 이어질 전망

Source: CB Insights(2024.01), 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

글로벌 주류업계 투자·M&A 동향 - ③ 성장동력 확보 (2/2)

전 세계적으로 주류 소비가 감소하며 발 빠르게 주류 이외 분야로 사업 다각화를 시도하는 주류업체가 증가. 기업들은 소비자 니즈가 급변하고 시장의 양적 성장 둔화세가 지속되며 경쟁이 심화되는 등 어려운 경영 여건이 이어질 것으로 예상됨에 따라 다양한 분야 기업에 대한 투자를 검토하며 중장기 대응 전략 수립에 나서고 있음

글로벌 주류업계 투자·M&A 트렌드 - 사업 다각화하며 차세대 먹거리 발굴 강화

기업	투자 대상	공시일	내용	진출 분야
Kirin Holdings (일본)	Blackmores (호주)	'23.04	일본 주류 소비 감소 등 주류 시장 업황이 악화됨에 따라 호주 건강기능식품 기업을 인수하며 사업 다각화 <ul style="list-style-type: none"> 일본 기린 맥주 모회사 기린홀딩스는 'Kirin Health Science Australia'를 내세워 호주 건강기능식품업체 블랙모어스(Blackmores) 인수를 추진하고 '23년 8월 완료 	건강기능식품 분야로 사업 다각화
Constellation Brands (미국)	Tost Beverages (미국)	'23.05	미국 맥주 기업 컨스텔레이션 브랜드(Constellation Brands)는 자사 CVC(기업 주도형 벤처캐피탈) 'Constellation Ventures'을 내세워 프리미엄 무알코올 음료 분야의 토스트(Tost Beverages) 소수 지분 인수 <ul style="list-style-type: none"> Tost는 발효를 거치지 않는 탄산수, 백차, 허브 음료 제품 포트폴리오를 갖추고 있는 기업으로, 소비자 라이프스타일 및 프리미엄 음료에 대한 니즈 변화에 빠른 속도로 대응하고자 함 	무알코올 음료 분야로 다각화
Diageo (영국)	Mr Black Roasters & Distillers (호주)	'22.09	현대적 제조 기술 기반 커피·리큐어 간 조화로운 블렌딩으로 고품질 커피 칵테일 생산업체 인수로 신규 수요층 확보 <ul style="list-style-type: none"> 디아지오는 커피 칵테일 분야에서 두각을 보이는 호주 수제 콜드브루 리큐어 제조사 미스터블랙(Mr Black Roasters & Distillers)을 인수. 미스터블랙은 스페셜티 커피 원두 및 보드카 등 고품질 원료에 현대적 제조 기술을 결합하여 커피와 보드카의 향·풍미가 균형을 이룰 수 있는 제품을 생산하는 데 전문성을 보유. 미스터블랙 인수는 커피 리큐어를 비롯해 미국 내 전문적 수준의 RTD·RTS 칵테일 수요 확대에 따른 대응책으로 분석 	고성장세를 기록 중인 커피 리큐어 카테고리를 포트폴리오에 추가하며 신규 수요 확보

Source: CB Insights(2024.01), 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I. 주류 시장 Overview	2
II. 국내 주류 시장 현황	5
III. 주류 시장 주요 비즈니스 이슈와 업계 대응 현황	13
IV. 투자·M&A로 살펴본 글로벌 주류 트렌드	28
V. 결론 및 시사점	34

주류 시장 환경 변화와 기업의 도전 과제

주류 시장 환경 변화

음주 문화 및 술에 대한 소비자 인식
변화로 주류 수요 둔화세 ...
중장기적으로 시장 위축 가능성

- 국내 주류산업은 확고한 내수 수요 기반을 바탕으로 안정적 성장세를 시현해왔으나 음주 트렌드 변화, 음주 수요층 감소로 인해 국내 주류 시장 위축 우려 ↑
 - 건강 중시 및 웰니스(Wellness) 기조와 함께 음주 가능 인구 감소 등 인구구조적 변화 등 복합적인 요인으로 주류 소비 둔화 우려 증대
 - 주류 시장의 양적 성장세 둔화와 함께 점유율 변동이 전반적인 영업실적, 사업 안정성에도 큰 영향을 미치고 있음

주류산업 내 허물어지는 업역 경계 ...
잇따른 신규 Players 진입에
경쟁 강도 증가

- 주류 제조업체 간 판촉 경쟁에서 제조업체 vs. 수입·유통업체 vs. 이종업계 간 경쟁 구도로 변모하며 경쟁강도 증가
 - 주류 규제 완화 등의 영향으로 수입·유통업체는 생산 및 B2C 부문으로 사업 영역을 확장하고 있으며, 이종업계의 주류 시장 진출이 가속화되는 변화가 관찰
 - 과거 장기간 상위 소주·맥주 제조사 중심의 과점적 경쟁이 지속되어 왔으나 완전 경쟁으로 전환

주류 소비층이 2030세대로 확산되며
회식 문화에서도 개인화된 소비가 관찰.
다양한 주종·브랜드로 소비 분산

- 핵심 소비층, 음주 목적, 소비 주종 다양화 등 소비 시장 전반에서 변화가 관찰
 - ①핵심 수요층이 2030세대로 이동하고, ②취하기 위해 마시는 데서 즐기고 경험하기 위해 마시는 방향으로 음주 목적이 변화하고 있으며, ③주류 소비 취향이 파편화
 - 과거에는 특종 주종에 대한 충성도가 비교적 높은 구조가 허물어지고 있음. 장기간 지속되던 기호 변화 주기가 짧아지고 있음

기업의 도전 과제

국내 주류 시장 정체 국면 속 주류 기업은
단기·중장기 관점에서 지속 가능한 성장
기회 창출 위한 돌파구 모색 필요

요동치는 주류 시장의 주도권
유지·강화하기 위한
기업들의 대응책은?

파편화되는 주류 소비 취향을
지속적으로 모니터링하고 적시
대응하기 위한 전략은?

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Key Takeaways (1/2)

01

내수 시장 한계 극복 위해
수출 활성화 등으로
외연 확장 기회 마련

- ✓ 고령화 등 인구구조적 변화는 주류의 절대적인 소비 감소를 부추기는 핵심 동인으로 꼽힘. 국내 주류 시장은 이미 포화상태로 주류업계는 성장 잠재력 높은 지역으로 진출 기회 모색이 필수적. 다만 해외 시장 내 소주·막걸리 등 우리나라 술 자체에 대한 글로벌 인지도 제고 노력이 선행되어야 함. 한편 유통 과정 중 변질 이슈가 발생하지 않도록 제품 품질 관리 체계 마련, 국가별 상이한 주류 규제·정책에 대한 정확한 이해가 요구됨
- ✓ 아울러 기업들은 국가별 주류 소비 시장에 부합하는 주종 선별 등 핵심 주종과 주력 제품·브랜드의 포지셔닝부터 현지 생산·유통체계에 이르기까지 정교한 Go-to-Market 전략을 수립하여 글로벌 시장 개척 성공 가능성을 높여야 함

02

제조·유통 등 주류 밸류체인
전반에 첨단 기술 융합해
차별화 경쟁력 제고

- ✓ 주류업체가 안정적 경영을 지속하기 위해서는 양조기술을 끊임없이 개발하고 축적하려는 노력이 필수적이며, 오늘날 그 중요성이 더 강조되고 있음
- ✓ 주류산업의 디지털 전환 속도는 타 산업대비 상대적으로 더딘 편이긴 하나, 생산 - 유통 - 고객 경험 전반에 걸쳐 빅데이터·AI 등 디지털 기술 결합이 진전 중. 기업들은 디지털 기술, 자사 비즈니스, 고객 여정 간 유기적 연계에 주력하며 중장기적으로 마주할 디지털 비즈니스 환경에 선제적으로 대비해야 함. AI 기술 기반 큐레이션을 통한 개인 맞춤형 주류 추천 서비스, 무인 와인숍 구축 등 리테일 테크 활용을 보다 폭넓게 검토하며 고객 경험 고도화에 나설 시점

03

취향 파편화 지속 ...
포트폴리오 재점검 통해
주종 다변화 및
제품 라인업 확장 필요

- ✓ 주류 선호도는 크게 바뀌지 않는 특성을 보이지만, 최근 들어 젊은 소비층을 중심으로 도전적인 경향이 관찰. 주류 제조업계는 다양한 소비자들의 기대와 요구를 반영한 신제품과 레귤러 제품으로 시장을 동시에 공략하는 투트랙 (Two-track) 전략으로 시장 지배력 유지·확대 가능
- ✓ 당분간 믹솔로지 트렌드가 지속됨과 동시에 칵테일 위주의 RTS(Ready to Serve)·RTD(Ready to Drink) 시장의 고성장세가 전망. RTD 제품 등 신제품 개발 등 R&D를 지속하며 음용 경험의 다양화를 주도함으로써 고객에게 차별화 가치를 제안해야 함

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Key Takeaways (2/2)

국내 주류 기업의 투자 방향성



국내 주류 시장의 성숙기 진입으로 성장 여력 확보가 다소 제한적

자본력을 갖춘 기업이라면 투자 및 M&A 기회를 추가적으로 모색하여 규모의 경제 실현 및 시장 지배력을 빠르게 높여 나가는 방안 제언



성장 가능성 높은 지역 중심으로 매출처 다변화

강력한 브랜드 가치 및 독보적 양조기술을 갖춘 프리미엄 브랜드 확보

음주 소비에 관한 구조적 변화에 대비해 장기적 관점에서 성장동력 모색



글로벌 시장에서 경쟁력을 빠르게 높이기 위해서는 단순 해외 수출하는 방안 외에 현지 주류 기업에 대한 M&A 기회를 적극적으로 모색하여 해외 주류 시장 내 안정적 입지를 구축하고 해외 주류 시장에서 지배력 강화에 나서야 함

- 기업들은 대규모 생산설비를 보유한 현지 기업 혹은 온·오프라인 유통망을 폭넓게 구축한 기업 등에 대해 M&A 기회를 검토하며 비교적 적은 시간을 들여 신시장 진입을 시도할 수 있음. 한편 그린필드(Greenfield) 투자는 해외에 진출하고자 하는 기업이 투자 대상국에 신규 생산시설을 직접 설립하는 방식을 의미. 그린필드 방식은 진출 초기에 대규모 비용이 소요되는 단점이 있으나 해외 진출 기업이 직접 생산시설에 대한 통제권을 가지며, 새로운 생산기술이나 경영기법을 접목해 나가며 경쟁력을 제고해 나갈 수 있다는 이점이 존재. 주류 기업은 자사의 목표나 상황에 따라 투자 방식을 전략적으로 택해야 함

높은 브랜드 가치 및 양조기술을 보유한 중소규모 크래프트 증류소·양조장 등과의 파트너십, 투자·M&A 하며 경영 안정성 확보

- 국내외 주류 시장에서 증류과정에서부터 병입, 포장 등 주류 전 공정에 걸쳐 장인정신을 기반으로 제조하는 프레스티지 스피릿(Spirits)이라든지 한정 생산되는 소물 배치 와인(Small-batch wines) 등 프리미엄화가 주류 트렌드를 견인하며 양조기술과 브랜드 가치 중요성이 강조되고 있음
- 전통 양조법에 첨단 IT 기술을 접목해 혁신을 주도하고 있는 중소규모 양조장과의 협업 또는 투자·M&A를 추진함으로써 새로운 공법을 확보, 생산 효율성 제고는 물론 맛·풍미가 향상된 고품질 제품으로 소비자 기대 충족이 가능

글로벌 경쟁력 제고 위해 위스키, 테킬라 등 고성장 카테고리를 필두로 프리미엄 브랜드에 로컬 소비자 선호도에 맞춘 브랜드를 더한 균형 잡힌 포트폴리오 구축 필요

- 보편적 취향을 공략할 수 있는 프리미엄 브랜드를 핵심 브랜드로 내세워 전 세계 시장을 공략하는 동시에 희소가치가 높은 리미티드(Limited, 한정판) 제품 또는 독특한 향·맛(Flavor)을 바탕으로 현지에서 확고한 입지를 구축하고 있는 로컬 브랜드의 포트폴리오 편입을 고려하며 소비자 저변 확대

중장기적 주류 수요 둔화에 대비하여 비관련 사업 분야로 다각화 고려 가능

- 해외 기업은 장기적 관점에서 중소규모 양조장 및 증류소, 친환경 패키징, 건강기능식품, 여행 플랫폼, D2C(Direct-to-Consumer) 등 주류를 넘어 다양한 분야에 가능성을 열어 두고 CVC(기업 주도형 벤처캐피탈) 등을 통해 개방형 혁신을 추진 중인 것으로 분석. 국내 주류 기업은 ①스타트업 발굴과 육성을 전담하는 사내 부서를 신설하거나, ②CVC(기업 주도형 벤처캐피탈)를 설립하고, 장기적 관점에서 기업의 미래 먹거리가 될 신사업에 투자하여 지속 가능한 기반을 마련해 나갈 필요

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Appendix . (1/2)

주요 주종 카테고리별 향후 전망/경쟁력 비교 (경쟁력/유망하위섹터)

	맥주	수제맥주	소주
시장 현황 및 전망	<ul style="list-style-type: none"> 맥주 외 타 주류로 소비자 관심이 이동하며 맥주 시장 성장세가 둔화 수제맥주의 경우 장인정신(Craftmanship) 등 경쟁력 갖춘 양조장이 점차 사라지고, 차별력 부재한 협업 기반의 수제맥주가 난립함에 따라 소비자들의 피로도가 증가하며 급격한 시장 하향세가 관찰 	<ul style="list-style-type: none"> 주류 OEM 허용('21) 등 규제 완화를 기점으로 소규모 양조장이 급격히 증가하며 시장의 폭발적 성장세가 지속됐으나 양조기술을 기반으로 차별성을 강조한 제품이 아닌, 콜라보레이션 등으로 단기간 화제 집중에 초점을 둔 제품이 난립하면서 시장의 가파른 하향세가 이어지는 상황 현재는 OEM 허용에 따라 대기업과 같이 자본력 싸움으로 번지고 있고 대기업은 생존하는 구도로 형성 중 	<ul style="list-style-type: none"> 희석식 소주 <ul style="list-style-type: none"> 희석식 소주는 희석 자리를 주도하는 술로 대표되어 왔으나, ①유휴용 대비 가정용 시장의 성장, ②홈술 기조 장기화로 출고량이 하락하는 추이 향후 저도수를 선호하는 Z세대가 주류 시장의 주류 소비층으로 부상하게 될 경우, 전체 주류 시장 내 희석식 소주 입지가 점차 악화될 가능성 증류식 소주 <ul style="list-style-type: none"> '원소주'를 기점으로 연예인과 전통 양조장 간의 협업이 급증함과 동시에 소비자들의 이목이 쏠리며 관련 시장의 폭발적 성장세
대응 전략	<p>건강을 이유로 절주하는 소비자가 줄고, 저출산·고령화 등 인구구조적 변화에 따라 음주인구의 점진적 감소가 예상되는 상황에서 맥주업계는 무알코올·비알코올 맥주 시장을 적극 개척해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> 무알코올 맥주는 특히 풍미, 감칠맛 등을 살리기 위한 기술력이 중요하며, 제품 경쟁력을 높일 기술 투자를 지속하며 독자적인 양조기술을 확보하여 시장 선점 아직까지 가정용 채널 외 주점 등 유희용 채널에서의 무알콜 맥주 공급이 활발하지 않은 가운데, 무알코올 맥주 수요층을 타깃으로 공급처를 폭넓게 확대해 나갈 필요 	<p>수제맥주업계의 부활을 위해 현재의 양적 경쟁에서 질적 경쟁으로 전환이 필요한 시점</p> <ul style="list-style-type: none"> 무분별한 마케팅성 콜라보레이션은 지양하고, 본연의 맛과 특색을 구현하며 제품 경쟁력을 제고하는 데 중점을 둘 필요 <p>소규모 양조장에 대한 M&A로 규모의 경제 확보하여 내수 시장 및 해외 시장 공략 가능성</p> <p>하이볼 등 RTD 연관 제품화 기술 보유한 업체에 대한 투자 기회 모색 가능. 이를 통해 하이볼 등 RTD 등으로 제품 다각화를 고려하며 부가 수익 창출 가능</p>	<p>확대되는 홈술 시장에서의 정착 여부가 주류업계 순위·판도를 뒤바꿀 것으로 예상. 소주업계는 희석시장에서 탈피해 가정용 수요에 적합한 신제품 개발 시도를 지속해 나갈 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> 소주업계는 확대되는 가정용 시장을 타깃 하여 소주 기반의 섞음주 RTD 제품 개발 등으로 신수요 공략 가능 <p>소주업계는 증류식 소주 등 신규 비즈니스 개척에 적극 나서는 한편 자사가 보유한 네트워크를 활용하여 '코리안 위스키'의 글로벌 저변 확대에 힘쓸 것</p>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Appendix. (2/2)

국내 주요 주종별 시장 현황 및 향후 전망

	전통주	증류주	와인
시장 현황 및 전망	<ul style="list-style-type: none"> 전통주 시장 전반의 질적·양적 성장이 눈에 띈. 다만 전통주 시장 내 '지역 특산주 면허' 취득 수 추이가 급격히 증가하며 경쟁이 심화 전통주 중 약주와 청주 시장도 '22년 급성장했는데, 와인, 특히 화이트와인과 유사한 풍미를 가진 특성상 와인 음용 소비자 일부가 청주와 약주에 대한 관심으로 이어진 것으로 분석 (와인과 음용 패턴이 유사한 약주와 청주의 소비 증진으로 연결, 확장) → 약주와 청주 출고액 급증 <ul style="list-style-type: none"> 청주업계는 라벨링 및 패키징 다변화 등으로 소비자들의 관심을 끌면서 시장 성장세를 지속 중. 전통주에 대한 소비자들의 관심은 이어질 전망 	<ul style="list-style-type: none"> 위스키 소비자 저변이 확대되며 국내 소비자들의 위스키 수요는 고가에서 초저가 등으로 선택 범위가 넓어짐 <ul style="list-style-type: none"> 한편 최근에는 소장용 목적의 고가 위스키에서 하이볼용 중저가 위스키로 수요가 이동하는 경향 위스키로 시작된 타 고도수 증류주에 대한 관심으로 이어지고 있음. 글로벌 시장뿐만 아니라 국내 시장에서도 테킬라 시장의 성장 잠재력이 높은 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> 와인 시장 내 양극화로 칠레 등 중저가 와인 대비 프랑스 등지의 고가 와인에 대한 수요가 확대 <ul style="list-style-type: none"> '23년 칠레로부터의 와인 수입액은 전년 대비 28% 감소했으나, 프랑스 와인 수입액은 동기 대비 0.5% 증가 술을 음미하는 소비자가 늘면서 스파클링 와인 및 샴페인, 로제와인이 와인 시장의 성장을 주도할 유망 카테고리 부상. '23년 스파클링 와인 수입액은 1억 달러를 돌파하며 역대 최대 수입 규모를 경신
대응 전략	<p>전통주 시장에서의 업체 간 경쟁은 제조 및 숙성방식, 원료, 맛·풍미, 패키징 등 전반에 걸친 경쟁으로 변모할 것으로 전망됨에 따라 기업들은</p> <p>아울러 경쟁력을 높이고 생산시설, 유통·물류인프라 등에 대한 투자를 확대하여 글로벌 시장을 공략 필요</p>	<p>소비자들의 주류 기호 다변화 현상은 장기간 지속될 트렌드로, 주류업계는 변화하는 소비 패러다임에 맞춰 포트폴리오를 재정비하며 주종 카테고리별, 가격대별, 국가·권역 등 제품 라인업을 다양하게 구축해야 함</p>	<p>상대적으로 낮은 도수와 하이엔드 이미지 등이 샴페인 등 스파클링 와인 시장의 성장을 부추기고 있는 가운데, 주류 기업은 다변화되는 와인 수요를 고려해 스파클링 와인, 로제 등의 제품 라인업 다양화 필요</p> <p>단순 와인의 수입·유통 넘어 브랜드 가치 높은 와이너리에 대한 투자·M&A로 고가 와인에 대한 직접 생산력 확보</p> <p>✓ 유서 깊은 명성 등 브랜드 가치는 물론 최첨단·대규모 생산시설 등 와이너리 자체 생산역량, D2C(Direct-to-Consumer) 채널 보유 여부 등 투자 대상 와이너리를 다양한 각도에서 살펴보고 시너지 창출 기회 마련</p>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Business Contacts

주류산업 전문팀

Audit

신장훈
소비재·유통산업 리더, 부대표
T 02-2112-0808
E jshin@kr.kpmg.com

한상일
부대표
T 02-2112-0832
E sangilhan@kr.kpmg.com

이용호
부대표
T 02-2112-0677
E yongholee@kr.kpmg.com

이종우
전무
T 02-2112-0648
E jongwoolee@kr.kpmg.com

김수광
상무
T 02-2112-6798
E sukwangkim@kr.kpmg.com

김중규
상무
T 02-2112-3238
E joongkyukim@kr.kpmg.com

이상기
상무
T 02-2112-3441
E sangkilee@kr.kpmg.com

Deal Advisory

양진혁
전무
T 02-2112-0432
E jinhyukyung@kr.kpmg.com

이준상
상무
T 02-2112-7566
E joonsanglee@kr.kpmg.com

Consulting Services

이동석
부대표
T 02-2112-7954
E dongseoklee@kr.kpmg.com

신기진
전무
T 02-2112-7738
E kshin1@kr.kpmg.com

home.kpmg/kr

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2024 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.