

Industry

Focus



술 즐기는 시대

한국 주류 산업 분석

삼일PwC경영연구원

March 2025





들어가며

경기가 어려워지면서 외식업계 곳곳에서 앓는 소리가 터져 나오고 있습니다. 특히 주점업 상황은 더욱 안 좋아 주류업계의 고민도 커져가고 있습니다. 음식과 함께 곁들여진 특성상 주류 산업은 내수 상황과 외식 경기에 크게 영향을 받기 때문입니다. 외식 수요가 계속 축소되면서 기존의 불황형 소비로 여겨지던 저렴한 주류 또한 한계에 맞닥뜨리고 있습니다. 물가를 잡으려는 경제 당국과 국민 건강을 우려하는 보건 당국의 엄격한 이중통제를 받으며 산업 규제를 완화시키기도 힘든 상황입니다. 안 그래도 힘든 수요 부진에 음주를 줄이는 ‘소버 라이프’ 문화 확산은 주류 업계의 고민을 더욱 가중시키고 있는 실정입니다.

전체적인 규모 성장은 딱 내수 경제가 돌아가는 만큼의 저성장으로 답답하게 느껴질 수는 있지만, 그렇다고 해서 역성장은 아닙니다. 누군가는 그래도 술을 마시고, 정부가 완벽하게 통제할 수 없기 때문입니다. 꾸준한 비탄력적인 수요가 있다는 긍정적인 측면입니다.

또한 기회는 항상 있습니다. 빠른 주류 트렌드의 변화, 무알코올 주류 등 새로운 주류 품목들의 등장은 새로운 사업 사이클의 기회를 마련해줄 것입니다.

본 보고서를 통해 한국 주류 산업의 총체적인 현황 및 전망, 이슈를 살펴보고 현재 주류 업계 Player 들에게 어떤 사업 전략이 유효할 지에 대한 고민을 공유하고자 합니다.



Agenda

들어가며	1
1. 주류 시장 개요	3
2. 주류 시장 규모	4
3. 주류 수출입 현황	8
4. 주류 시장 밸류체인	10
5. 주류 품목별 분석	13
6. 주류 시장 트렌드	22
7. 결론 및 시사점	27
Appendix 1. 주세법	28
Appendix 2. Issue: 주류 온라인 판매 허용 논란	30
Appendix 3. 주류업계 주요 M&A	31

1. 주류 시장 개요

■ 주류 정의: 주정(에틸알코올) 및 조주정, 알코올분 1도 이상의 음료(의약품 알코올분 6도 미만 제외)

- 단, 전통주는 별도로 '무형문화재 및 진흥에 관한 법률', '식품산업신풍법', '농업, 농촌 및 식품산업 기본법/수산업, 어촌 발전 기본법/전통주 등의 산업진흥에 관한 법률' 중 하나의 조항을 충족해야 함

■ 주류 구분: (국내 주세법 기준) 주정, 발효주류, 증류주류, 기타주류

- 글로벌 기준 크게 맥주, 증류주, 와인으로 분류. 발효 또는 증류를 통해 에틸 알코올 또는 에탄올을 일정 % 이상 함유한 맥을 수 있는 액체

주류의 분류

글로벌		
분류	주종	설명 및 종류
맥주	에일	높은 온도 발효. 위로 떠오르는 효모 사용. 유럽에서 인기, 강하고 풍부한 맛
	라거	낮은 온도 발효. 아래로 가라앉는 효모 사용. 세계 대부분, 깨끗하고 부드러운 맛
와인	스파클링	프랑스 샹파뉴 지역 생산된 스파클링 와인
	모스카토	이탈리아 전통 백포도 품종 사용. 달고 순하며 향이 강함
	레드	씨와 껌질 발효. 붉은 색소와 탄닌 성분 추출. 숙성 기간 및 보관 기간 길
	스틸	청포도 및 껌질 벚꽃 흑포도 양조. 숙성 기간 및 보관 기간 짧음
	화이트	청포도 및 껌질 벚꽃 흑포도 양조. 숙성 기간 및 보관 기간 짧음
사이다	로제	흑포도 일정 색상 도달 후 과피 제거 후 양조
	주정강화	포트, 셰리, 마르살라, 베르무트, 마데이라 등
사이다	애플사이다	사과를 찹거나 발효한 후 천연 탄산을 더한 알코올 음료로 중저도주 사과 발효주 또는 사과 브랜디로 분류. 주스와 구분할 때 하드 사이다로 치칭
증류주	위스키	(원료) 몰트, 그레이, 블렌디드 (산지) 스카치, 아이리시, 아메리칸 등
	브랜디	과실주를 증류하여 나무통에 저장한 것
	진	곡물 당화, 칵테일 제조용으로 활용
	데킬라	블루 아가베 용설란 증류한 멕시코 증류주. 할리스코주 과달라하라시 제조
	럼	당밀, 사탕수수 발효 후 증류. 달콤한 맛과 향기가 풍부
	리큐르	일반증류주 중 불휘발분 2도 이상인 것
탄산주	하드셀처	탄산수에 알코올, 천연 향료를 추가. 저도수, 저당, 저칼로리가 특징

Source: 하하리빙, 와인21, 삼일PwC경영연구원

국내			
분류	주종	설명	비고
주정	녹말 또는 당분이 포함된 재료를 발효. 알코올분 85도 이상으로 증류한 것		
발효주류	탁주	녹말이 포함된 재료와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하지 않고 혼탁하게 만든 것	
	약주	탁주를 여과하여 맑게 만든 것	
	청주	약주 중 쌀(찹쌀)만을 원료로 한 것	알코올 도수
	맥주	엿기름, 흡, 물 등을 원료로 발효시켜 제성 또는 여과한 것	25도 미만
	과실주	과실 또는 과실과 물을 원료로 발효시킨 술덧을 여과, 제성하거나 나무통에 저장한 것	
증류주류	소주	녹말이 포함된 재료, 국과 물을 원료로 발효시켜 연속식증류 외의 방법으로 증류한 것 (증류식) 주정 또는 곡물주정을 물로 희석한 것(희석식)	
	위스키	발아된 곡류를 원료로 발효시킨 술덧을 증류하여 나무통에 저장한 것	불휘발분 2도 미만
	브랜디	과실주를 증류하여 나무통에 저장한 것	
	일반 증류주	타 증류주에 속하지 않는 나머지 증류주	
	리큐르	일반증류주 중 불휘발분 2도 이상인 것	
기타주류	기타 정의되지 않은 주류		

Source: 한국주류산업협회, 삼일PwC경영연구원

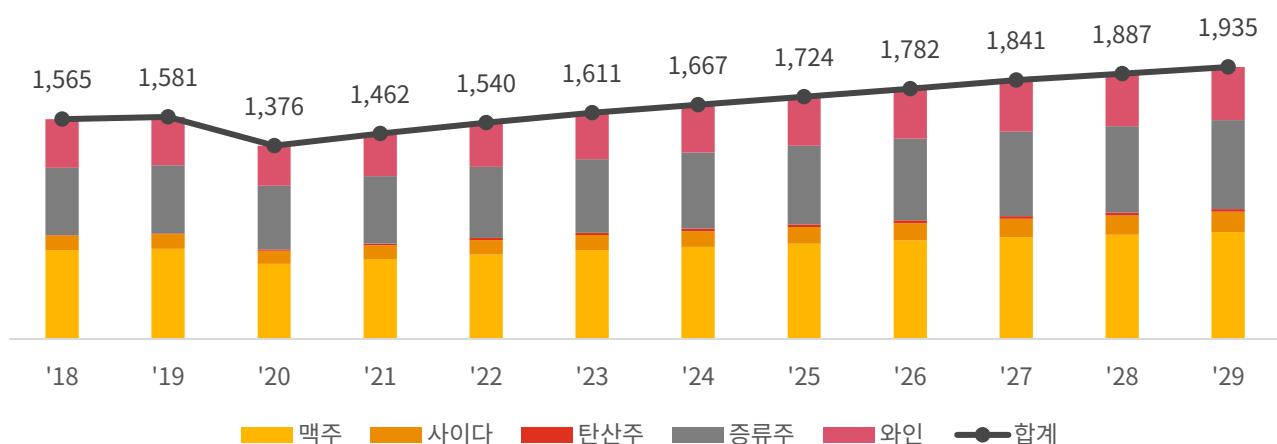
2. 주류 시장 규모

(1) 글로벌

- '23년 기준 세계 주류시장 매출액 1.6조 달러 수준으로 '24~'29년까지 연평균 3% 성장 전망 (Statista)
- 주종별로는 맥주(38.2%)>증류주(32.7%)>와인(20.8%)>사이다(6.6%)>탄산주(1.1%) 순
 - '22년 기준 맥주, 와인은 팬데믹 이전의 매출을 회복하지 못했으나 증류주는 회복했으며 공통적으로 '20년부터는 증가 지속
- 국가별 상위 15개국이 주류시장 매출의 55% 차지. 특히 중국, 미국, 일본의 소비가 큰 비율을 차지함
 - 각 주종별 주요 생산국: 맥주(벨기에, 네덜란드, 중국, 미국), 와인(이탈리아, 프랑스, 스페인), 증류주(중국, 미국, 일본)
 - 세계 주류제조 대표 기업: AB InBev, Heineken, Kirin(맥주), Diageo(증류주), E&J Gallo(와인)

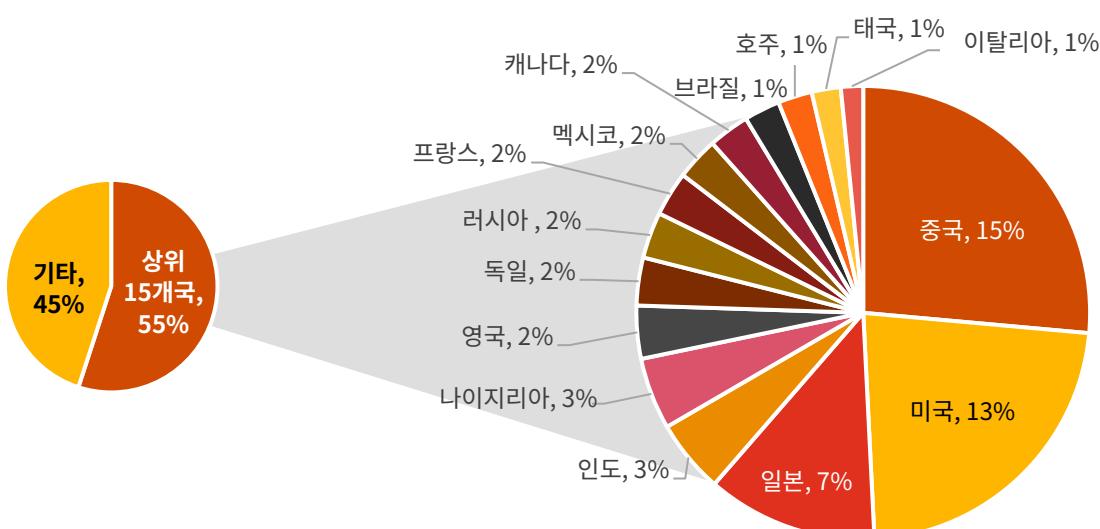
세계 주류시장 규모 추이 및 예상

(단위: 십억 달러)



Source: Statista, 삼일PwC경영연구원

세계 주류시장 국가별 비중('22)



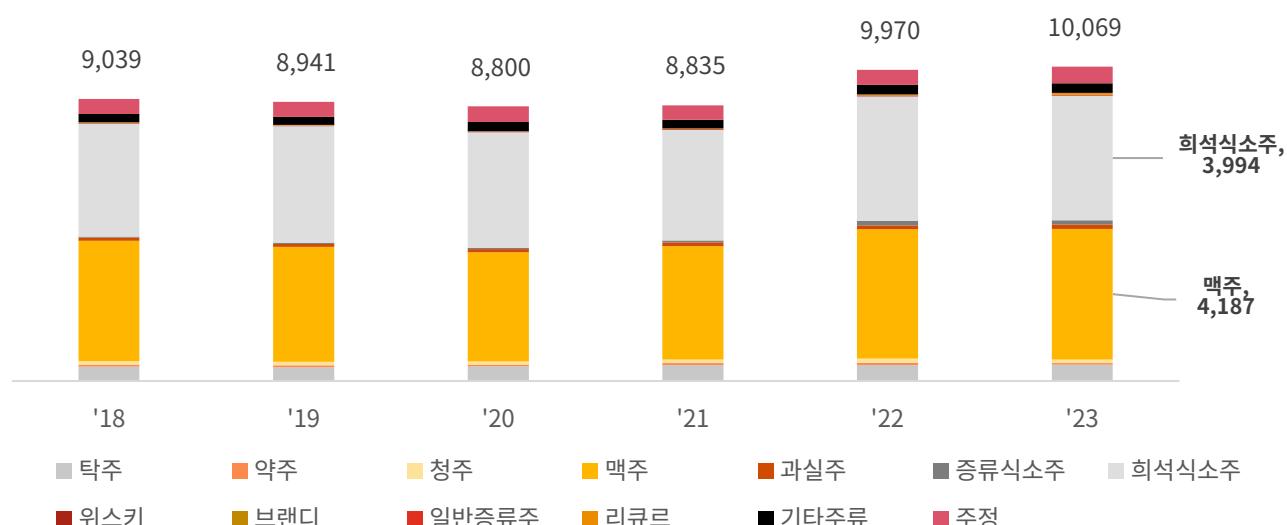
Source: Statista, 한국농수산식품유통공사, 삼일PwC경영연구원

(2) 국내 - 일반

- 출고량은 꾸준한 감소세 vs. 출고금액은 팬데믹 이후 급성장, 증가세
 - '15년부터 감소하던 출고금액이 사회적 거리두기 종료 후 외부 활동 증가하며 '22년부터 대폭 확대, 10조 원 달성
 - 출고량은 '22년 일시적 소폭 반등 외 꾸준히 감소세로 물가 상승 및 주류 가격 상승을 반영
- 전체 출고금액의 81%, 출고량의 70%를 맥주, 희석식 소주가 차지하며 절대적인 영향력 가짐

출고금액 기준 전체 주류 현황

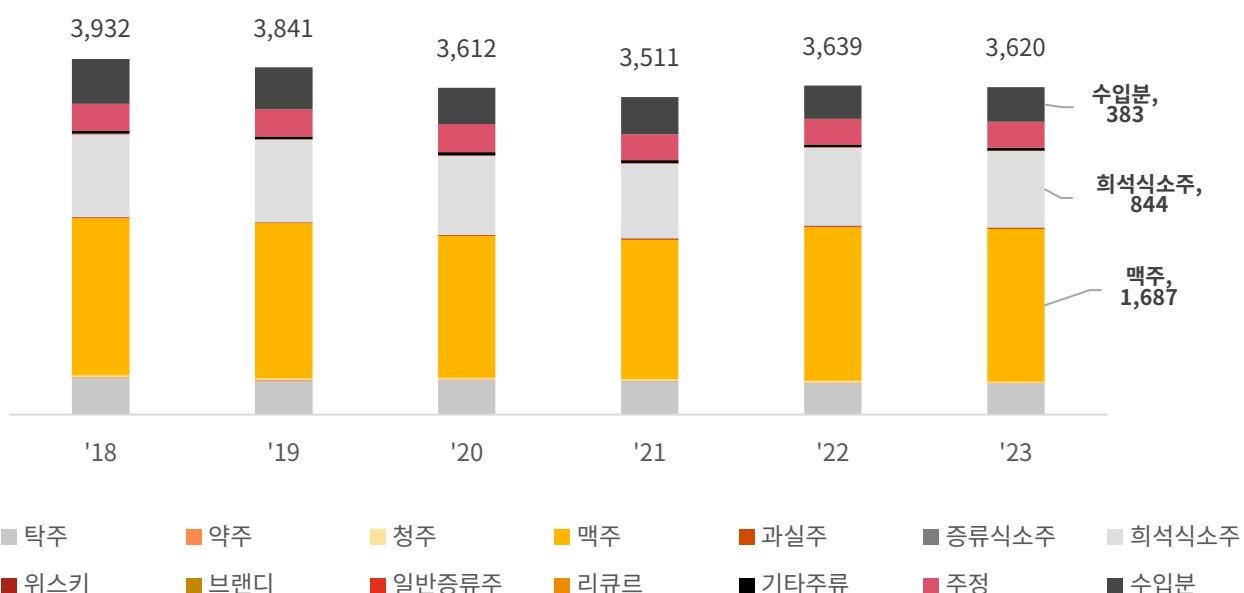
(단위: 십억 원)



Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

출고량 기준 전체 주류 현황

(단위: 1000㎘)



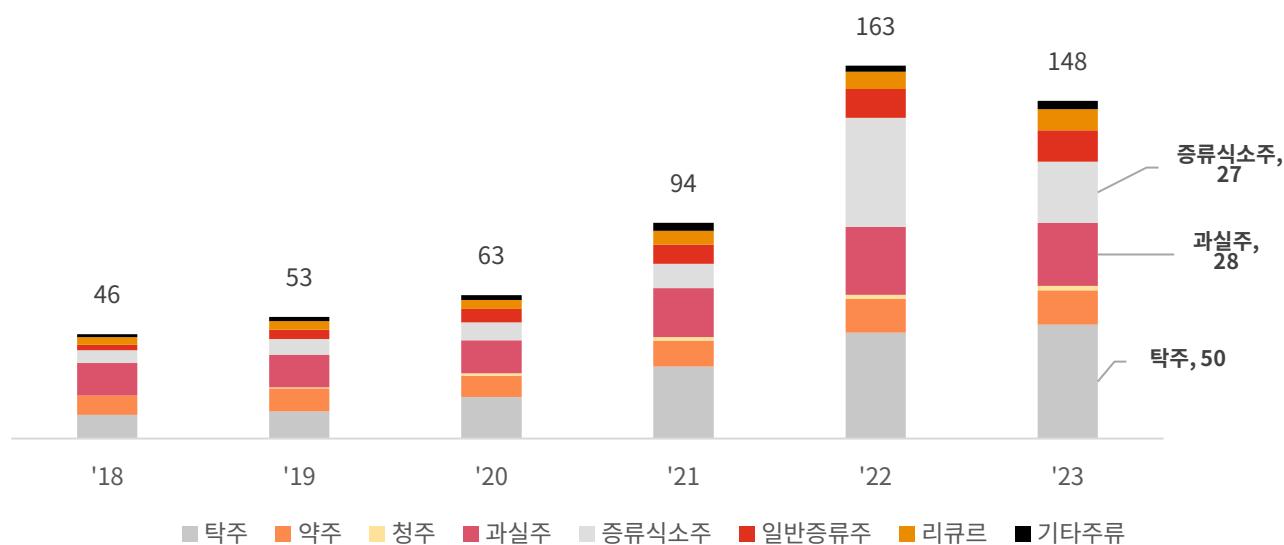
Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

(2) 국내 - 전통주

- '17년부터 전통주 출고금액 및 출고량은 증가 추세를 보이고 특히 '20~'23년 시장이 크게 성장 ('20~'23 성장을 출고 금액 +135%, 출고량 +80% 증가)
 - 전통주 성장의 배경은 진입장벽 낮은 지역특산주 생산 증가, 그에 따른 다양성 총족
 - 민속주: 주류부문 무형문화재 보유자, 전통식품명인이 제조한 술
 - 지역특산주: 지역 농산물 활용하여 생산하는 술
 - 탁주: 출고금액의 34%, 출고량의 54%를 차지. 지속적인 성장세로 전체 전통주 시장 성장을 주도
 - 증류식 소주: '22년 전년대비 출고금액에서 346%, 출고량에서 174% 폭발적 성장하였으나 유행이 지나면서 '23년 성장세가 꺽임

출고금액 기준 전체 주류 현황

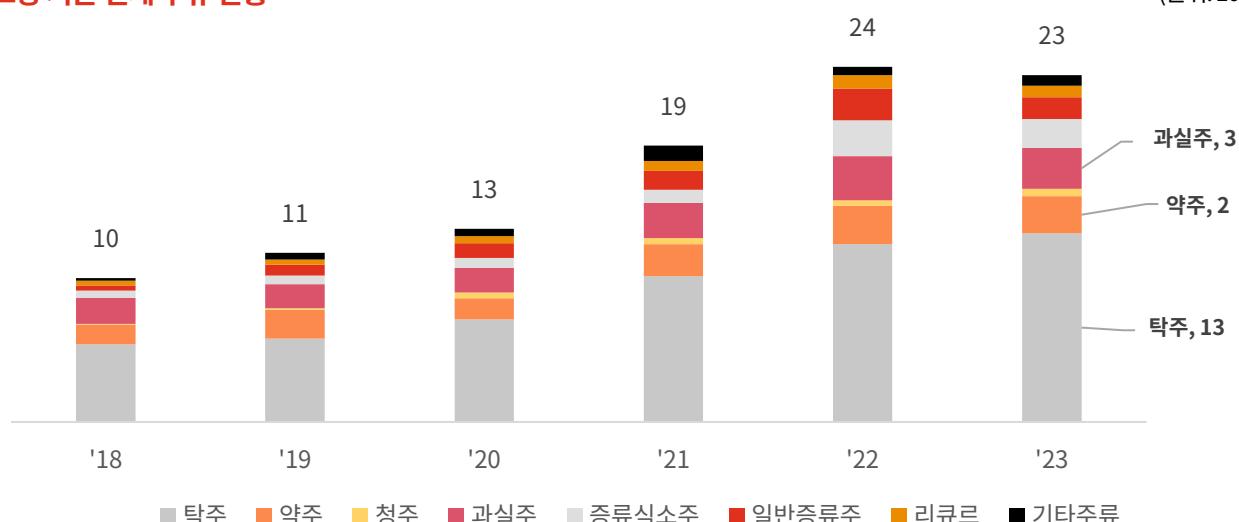
(단위: 십억 원)



Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

출고량 기준 전체 주류 현황

(단위: 1000kL)



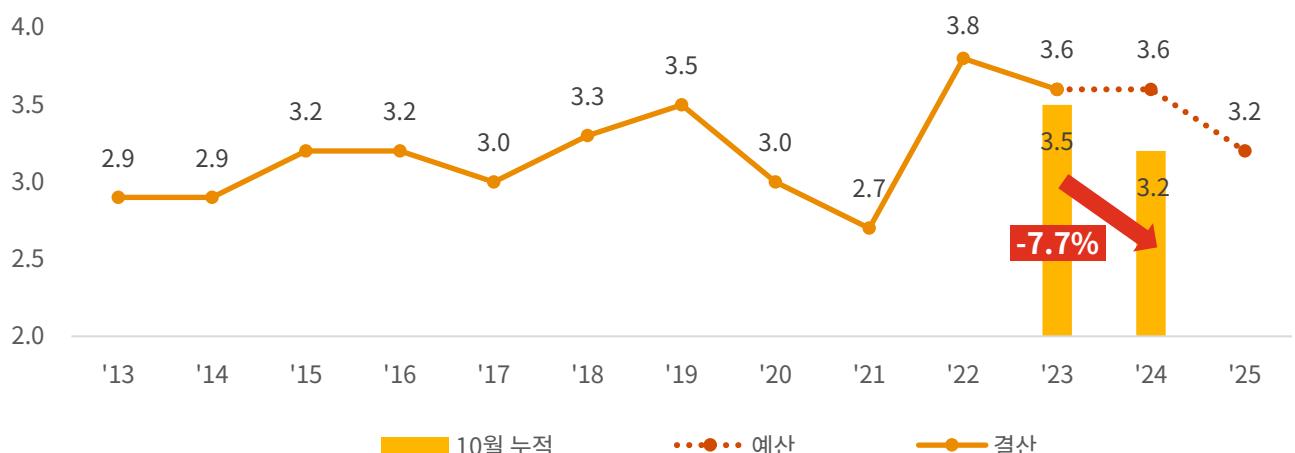
Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

(2) 국내 - 전망

- 팬데믹 충격으로 감소한 주세수입은 '22년 사회적 거리두기 종료 효과로 3.8조 원까지 증가
- 지연 수요가 끝나고 나쁜 체감 경기에 소비심리 축소됨. '24년 10월 누적 3.2조 원까지 감소. 전년 같은 기간대비 7.7% 감소했으며 '24년 예산으로 추정되었던 3.6조 원을 달성하지 못할 것으로 전망
- 줄어드는 주세 반영되어 '25년 주세 수입 예산은 3.2조 원으로 축소. 내수 소비에 영향을 많이 받는 시장인만큼 저성장 우려가 주류 소비를 위축시킴

주세 수입 추이

(단위: 조원)



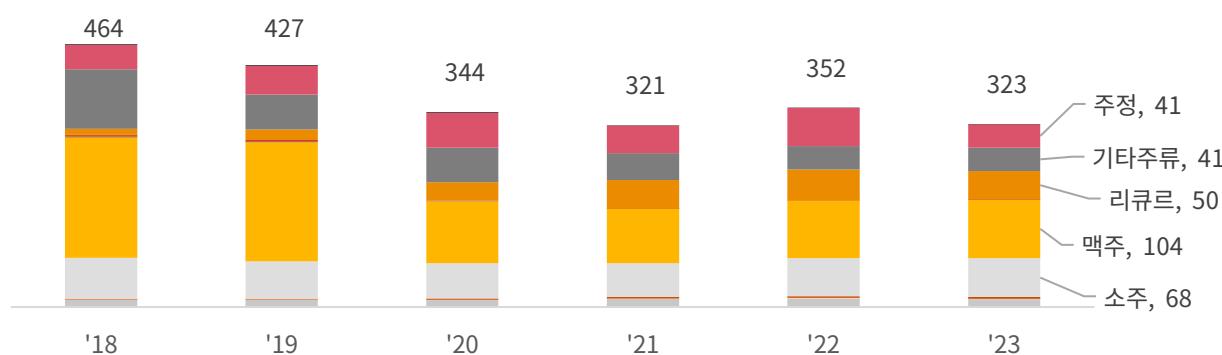
Source: 기획재정부, 국회, 삼일PwC경영연구원
주) 12월 기준 국회 예산 확정안 기준

3. 주류 수출입 현황

- 주류 수입액이 수출액보다 약 4~5배 크고 수입량이 수출량보다 약 2배 큰 **주류 수입국 특성**
- 수출:** '23년 총 323,186톤, 3억 6500만 달러. 전년대비 수출량 8.2% 감소, 수출액 0.03% 감소
 - 주류별 수출은 **소주** 수출액이 제일 높으며 전년대비 수출 증가. 청주 수출액 감소율 큼
 - 국가별 수출은 **일본**>**미국**>**중국** 순이며 일본에 대한 수출량 -16.4%, 수출액 -12.1%로 감소

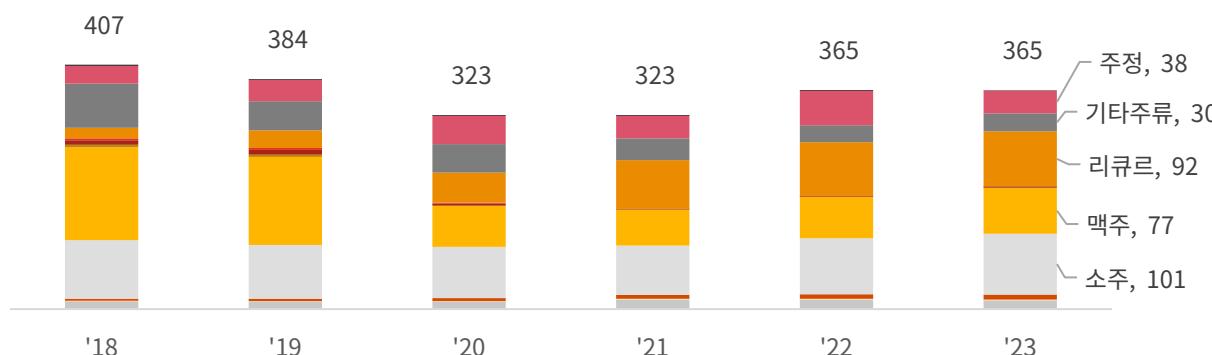
주류별 수출량

(단위: 천 톤)



주류별 수출액

(단위: 백만 달러)



■ 탁주 ■ 청주 ■ 약주 ■ 과실주 ■ 소주 ■ 맥주 ■ 브랜디 ■ 위스키 ■ 일반증류주 ■ 리큐르 ■ 기타주류 ■ 주정 ■ 기타

전년대비 수출 증감율('23)

(단위: %)

주류별 수출		
	증량	금액
브랜디	-70.6%	55.6%
위스키	-27.2%	36.8%
청주	-12.2%	-28.6%
탁주	-9.2%	-6.3%
과실주	7.1%	11.5%
맥주	2.0%	10.2%
소주	1.2%	8.7%
주정	-38.4%	-34.2%

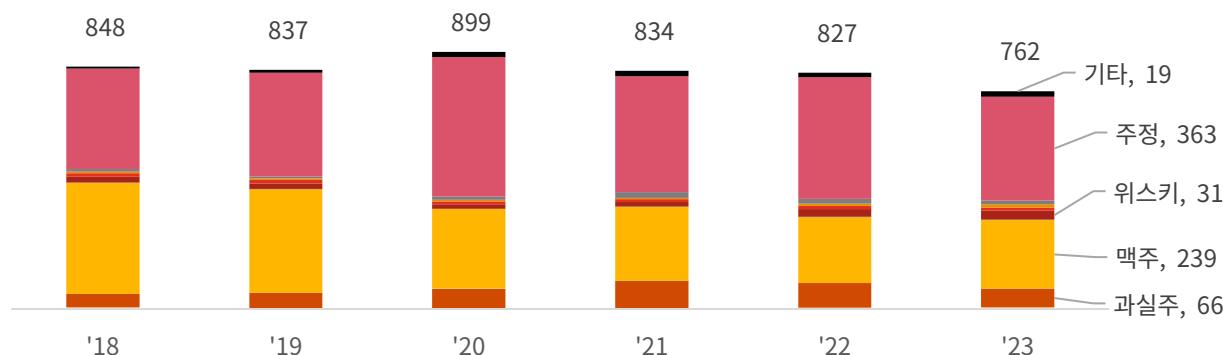
국가별 수출		
	증량	금액
일본	-16.4%	-12.1%
미국	5.8%	27.5%
중국	0.5%	6.0%
홍콩	9.4%	16.0%
베트남	-19.1%	-17.3%

Source: 관세청, 한국농수산식품유통공사, 삼일PwC경영연구원

- 수입: '23년 총 762,229톤, 15억 달러. 전년대비 수입량 7.9% 감소, 수입액 7.9% 감소
 - 주류별 수입은 과실주 수입액이 제일 높으나 전년대비 수입 감소. 소주, 맥주 증가
 - 국가별 수입은 미국>프랑스>영국 순으로 미국에 대한 수입량 -22.9% 수입액 -19.9% 감소

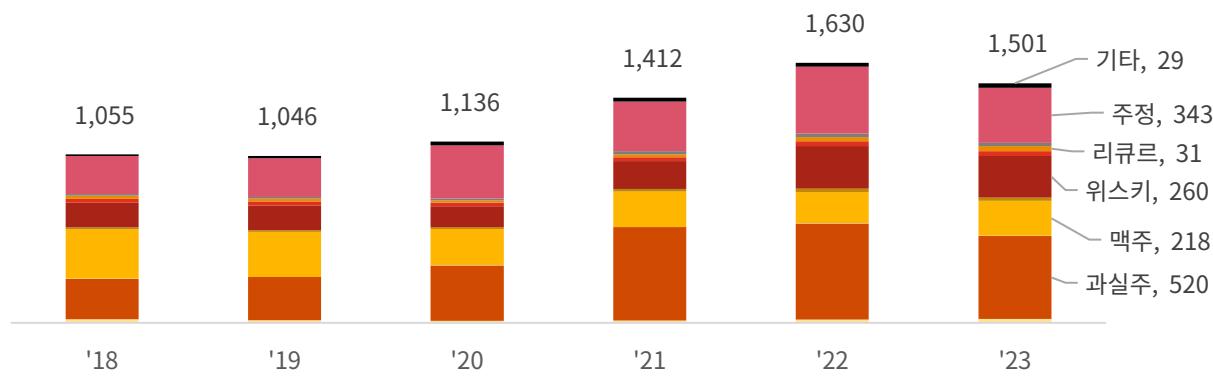
주류별 수입량

(단위: 천 톤)



주류별 수입액

(단위: 백만 달러)



■ 탁주 ■ 청주 ■ 약주 ■ 과실주 ■ 소주 ■ 맥주 ■ 브랜디 ■ 위스キー ■ 일반증류주 ■ 리큐르 ■ 기타주류 ■ 주정 ■ 기타

전년대비 수입 증감율('23)

(단위: %)

주류별 수입		
	증량	금액
탁주	-97.9%	-87.2%
과실주	-23.6%	-13.6%
리큐르	63.2%	19.0%
소주	25.9%	40.4%
위스キー	13.1%	-2.7%
청주	11.9%	15.1%
기타	-17.7%	3.7%
주정	-14.8%	-18.1%

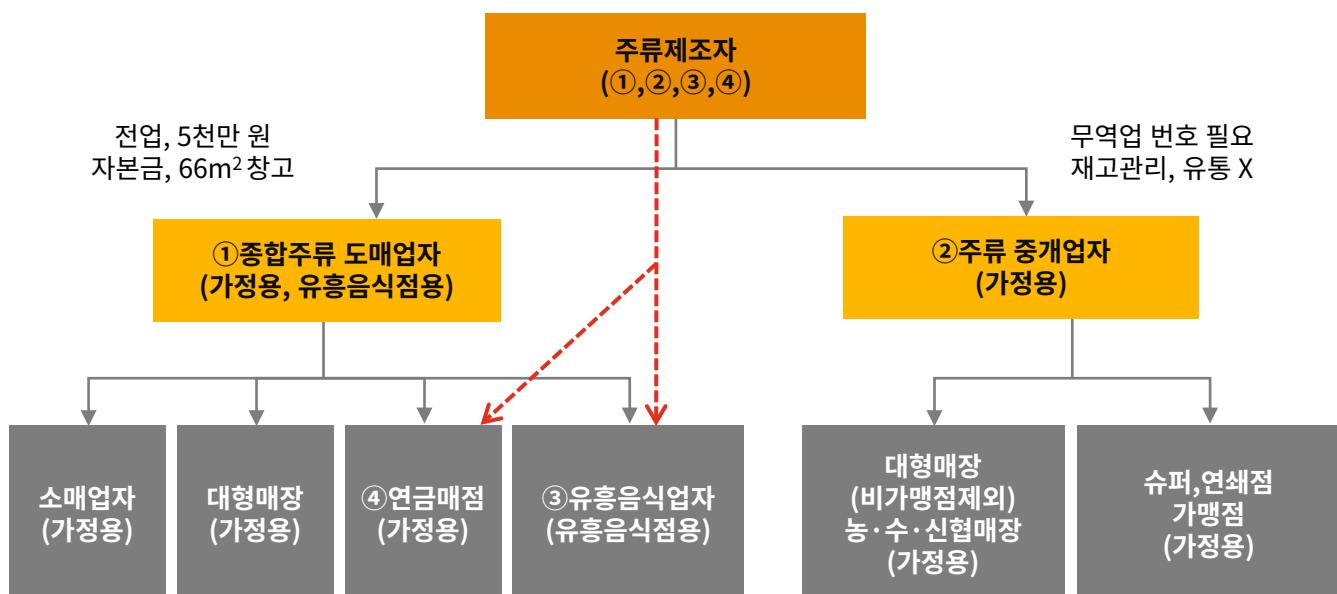
국가별 수입		
	증량	금액
미국	-22.9%	-19.9%
프랑스	-23.2%	0.2%
영국	11.5%	-7.5%
브라질	3.2%	-3.3%
일본	221.4%	115.5%

Source: 관세청, 한국농수산식품유통공사, 삼일PwC경영연구원

4. 주류 시장 밸류체인

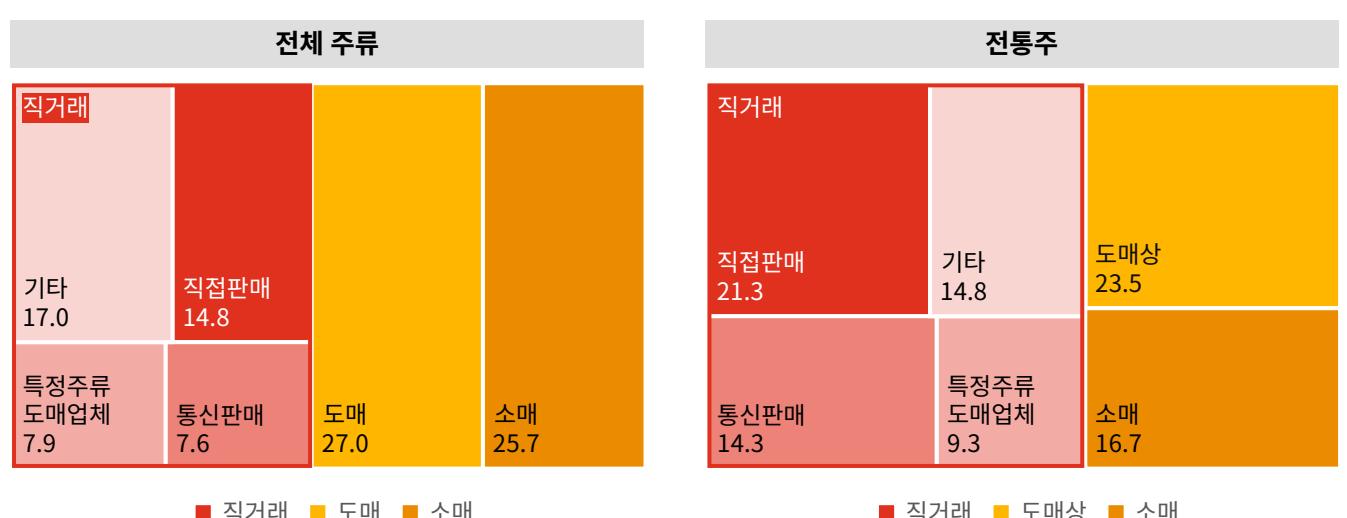
- 주류 용도별로 유통단계 구분. 제조 → 도매 → 소매 → 소비자 **판매단계별 면허제도** 채택
- 주요 단계에 적합한 면허를 가진 업체와의 긴밀한 협력이 필수적이며 최근 기업 간 경쟁 구도 심화
 - 전통주 활성 차원에서 특정주류는 주류 제조자 직접 소매업자, 유통음식업자 및 실수요자판매 허용
- 과점 시장:** (희석식 소주) 상위 5개 업체 93.1%, (맥주) 상위 3개 업체 98.1%. 나머지 주종 영세업체 구조

국내 주류 유통구조



Source: 한국주류산업협회, 삼일PwC경영연구원
주) ①,②,③,④은 제조자의 판매경로 종류

국내 주류 판매경로 비중



Source: 한국농수산식품유통공사, 삼일PwC경영연구원

(1) 제조업자

- 주류산업은 일정 규모의 제조시설 등 엄격한 도매·유통 면허 기준으로 진입장벽이 높음
- 주류 제조면허수는 '16년부터 꾸준히 증가 중으로 '23년 전년대비 9.5% 증가하는 등 증가폭도 큼
 - 증류식 소주, 위스키, 일반증류주, 리큐르와 같은 증류주류 면허수 증가가 두드러짐
- 하이트진로, 오비맥주가 1, 2위 유지하며 타 기업들과 큰 매출 격차 유지

전체 주류 제조면허 현황

(단위: 개수, %)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비	22년대비 증감율
합계	2,571	2,717	2,885	3,160	100.0%	9.5%
탁주	961	992	1,029	1,092	34.6%	6.1%
약주	436	460	504	536	17.0%	6.3%
청주	32	43	43	44	1.4%	2.3%
맥주	174	189	195	196	6.2%	0.5%
과실주	283	285	287	304	9.6%	5.9%
증류식소주	133	152	175	216	6.8%	23.4%
희석식소주	21	20	20	21	0.7%	5.0%
위스키	11	11	12	15	0.5%	25.0%
브랜디	7	7	8	8	0.3%	0.0%
일반증류주	245	270	300	357	11.3%	19.0%
리큐르	125	132	137	169	5.3%	23.4%
기타주류	133	146	165	192	6.1%	16.4%
주정	9	9	9	9	0.3%	0.0%
술덧	1	1	1	1	0.0%	0.0%

Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

국내 주요 주류 제조 기업 ('23)

(단위: 백만 원)

기업명	주력 품목	주요 브랜드	매출	비중
하이트진로(주)	소주·맥주	참이슬, 진로, 켈리, 테라 등	2,246,749	37%
오비맥주(주)	맥주	카스, 한맥, 필굿, 버드와이저 등	1,545,846	26%
롯데칠성음료(주)	소주·맥주	처음처럼, 클라우드, 순하리 등	803,936	13%
(주)골든블루	위스키·맥주	골든블루, 팬덤, 밀러, 블루문 등	200,089	3%
(주)무학	소주	좋은데이, 석류톡톡, 청춘소주 등	142,746	2%
원저글로벌(주)	증류주·합성주	원저 시리즈	110,256	2%
보해양주(주)	소주·합성주	보해소주, 복분자주, 매취순 등	83,085	1%
(주)국순당	탁주·약주	백세주, 국순당생막걸리 등	67,338	1%
(주)금복주	소주	금복주, 참, 경주법주 등	60,296	1%
대선주조(주)	소주	시원, 대선블루 등	56,338	1%
전체 주류 제조업 출하액			6,029,719	100%

Source: 식품산업통계정보, 삼일PwC경영연구원

(2) 유통업자

- 판매면허 증가율은 제조면허 증가율에 비해 미미함
 - 종합주류도매면허 '20년 1,121개 → '21년 1,114개 → '22년 1,109개 → '23년 1,105개로 꾸준히 감소
 - 주류 도매업 신규면허는 '21~'22년 0개, '23년 1개로 진입장벽 높음
- 위스키 수입량 확대에 따라 페르노리카코리아, 디아지오코리아의 매출 성장. 도매업체들의 위탁생산에 진출하거나 소매점 확대 등 사업 외연 확장

전체 주류 판매면허 현황

(단위: 개수, %)

	2020년	2021년	2022년	2023년	구성비	22년대비 증감율
합계	759,041	770,629	785,695	792,775	100.0%	0.9%
도매업면허	4,323	4,476	4,643	4,876	0.6%	5.0%
종합주류도매	1,121	1,114	1,109	1,105	0.1%	-0.4%
특정주류도매	1,649	1,677	1,657	1,662	0.2%	0.3%
수입주류전문도매	92	91	88	88	0.0%	0.0%
수출입업	1,460	1,593	1,788	2,020	0.3%	13.0%
소매업면허	753,705	765,132	779,971	786,760	99.2%	0.9%
일반소매업	130,992	132,715	136,596	135,968	17.2%	-0.5%
유흥음식점	621,601	630,999	641,930	649,180	81.9%	1.1%
전문소매업	1,102	1,402	1,428	1,591	0.2%	11.4%
국내중개업	241	240	245	252	0.0%	2.9%
수출입중개업	64	66	64	65	0.0%	1.6%
직매장	187	194	217	225	0.0%	3.7%
하치장	521	521	555	597	0.1%	7.6%

Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

국내 주요 주류 유통 기업

(단위: 백만 원)

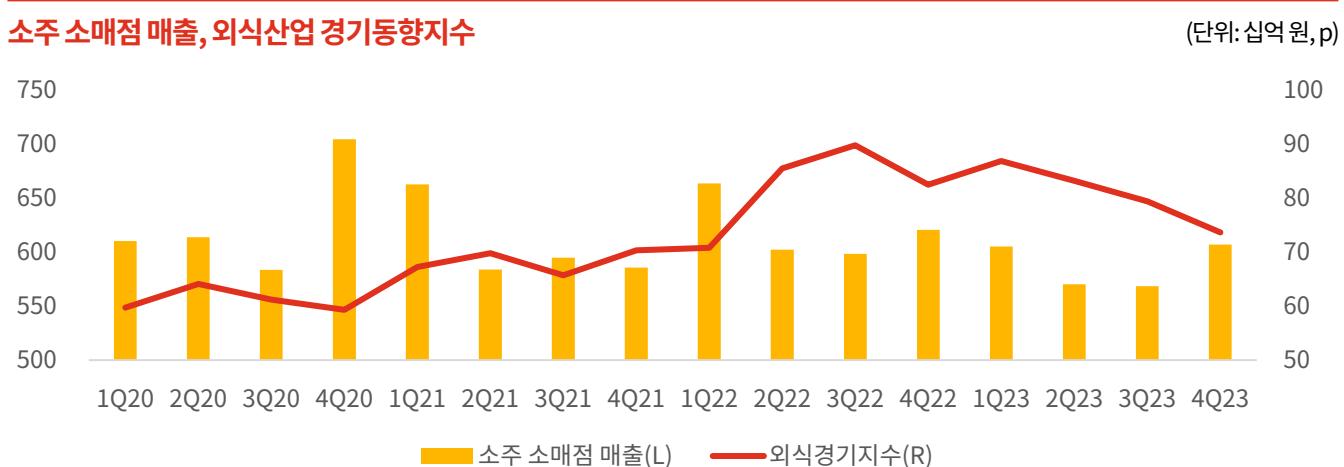
기업명	주요 사업	비고	매출	비중
(주) 페르노리카코리아	수입 양주 도매	발렌타인, 로얄살루트	185,261	1.4%
(주)신세계L&B	주류 도매	와인앤모어	180,636	1.3%
퀀텀리커(주)	양주 도매	-	183,302	1.4%
디아지오코리아(주)	수입 양주 도매	조니워커, 기네스 등	153,369	1.1%
(주)대정	주류 도매	-	136,066	1.0%
(주)금양인터내셔널	양주 도소매	와인21닷컴	132,074	1.0%
하이네켄코리아(주)	맥주 수입 및 도소매	하이네켄	111,272	0.8%
포도주류(유)	주류 도매 및 부동산 임대	-	108,700	0.8%
(주)아영FBC	양주 도매	와인나라	106,683	0.8%
나라셀라(주)	와인 도소매	와인픽스, 와인타임	85,289	0.6%
(주)비어케이	주류 도소매 전자상거래	칭따오	80,642	0.6%
전체 주류 도매업 ('22)			13,392,713	100%

Source: 식품산업통계정보, 삼일PwC경영연구원

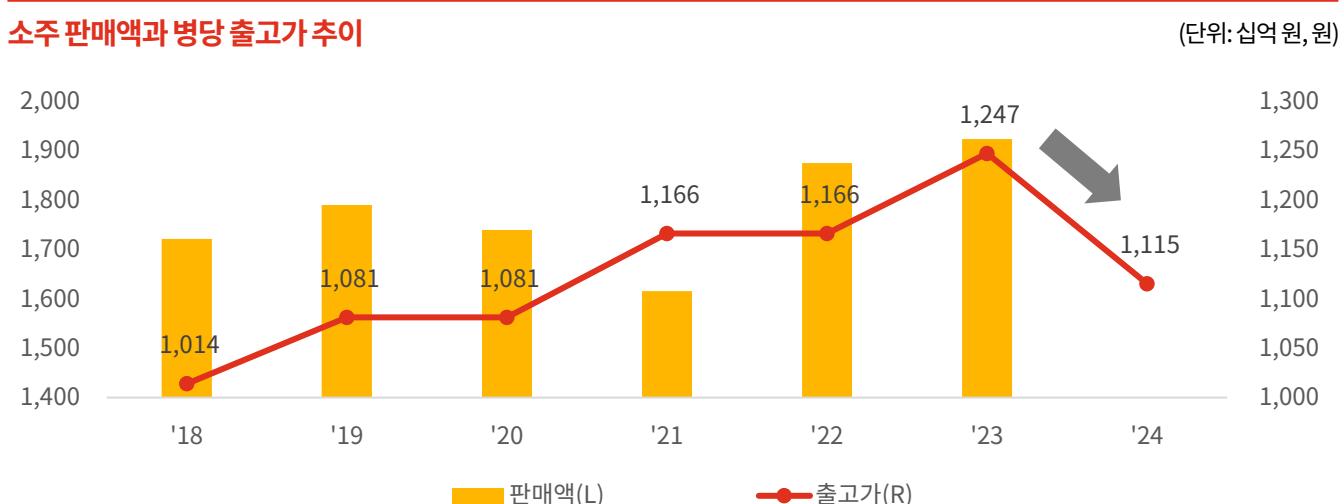
5. 주류 품목별 분석

(1) 소주

- 소주는 통상적으로 불황형 상품이었으나 팬데믹 이후 고물가 부담에 외식 경기에 연동되는 경향 증가
 - 생활밀착형 주류로 물가상승률과 밀접해 정부가 기준판매비율 도입 통해 가격을 통제
 - 단기적으로는 판가 인상, 원료 비용 안정화, 판관비 절감, 불황형 수요로 소주 기업들의 실적은 개선됨
- 저도주 트렌드 및 원가 부담으로 소주 도수는 지속적으로 낮아지는 추세
 - 1924년 '진로' 35도 → 1965년 30도 → 1973년 25도 → 1988년 '참이슬' 23도 → 2006년 '처음처럼' 20.1도 → 2024년 '진로골드' 15.5도
 - 도수 0.1도 하락 시 주정값 0.6원, 병당 출고가 3원 절감 효과



Source: FIS, 삼일PwC경영연구원
주) 지수 100 미만은 위축을 의미



Source: 식품의약품안전처, 하이트진로, 삼일PwC경영연구원

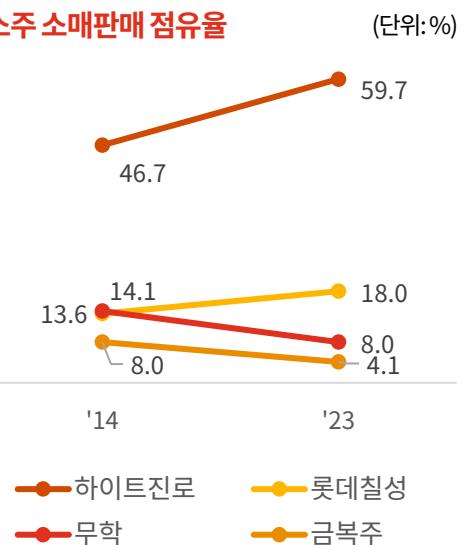
- 내수 시장 한계에 전국권 소주의 독과점이 더 심해지는 양상, 수출 다변화 시도
 - 전국권 소주 기업인 하이트진로, 롯데칠성 2개 기업 소주 소매판매 점유율 약 78% ('23)
 - 오비맥주의 제주소주 인수, 소주, 과실주 상표 출원하며 소주 시장 참전 예상
 - '22년 세계 소주 시장 규모 32억 6350만 달러(4.2조 원) 추산. '29년 38억 80만 달러(약 4.9조 원)까지 연평균 약 2.2% 성장 예상 (Market Globe)
 - 하이트진로: 미국 코스트코, 독일 에데카 등 대형 매장 입점. 베트남 생산공장 2026년 완공 목표
 - 롯데칠성: '순하리' 동남아 시장 선전하며 40여 개국 수출, '새로' 한국 감성 패키지로 침투율 확대
 - 무학: '좋은데이 컬러시리즈' 중국, 필리핀 등 30여 개국 수출. 베트남 하노이 생산시설 갖춤

지역별 소주 기업

기업	대표 브랜드	거점 지역
하이트진로	참이슬, 진로	전국
롯데칠성	처음처럼, 새로, 순하리	전국
무학	좋은데이	경남/울산
금복주	맛있는 참	경북/대구
보해양주	잎새주	전남/광주
대선주조	C1, 대선	부산
충북소주 (롯데칠성 산하)	시원한 청풍	충북
선양소주(구 맥키스컴퍼니)	오투린	충남/대전
하이트진로	하이트	전북
한라산	한라산	제주

Source: 삼일PwC경영연구원

소주 소매판매 점유율



Source: FIS, 삼일PwC경영연구원

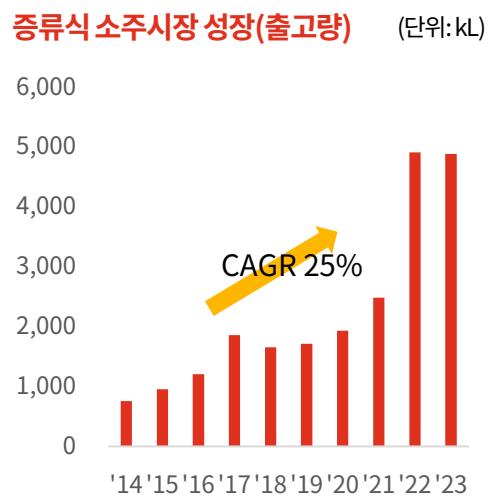
- 희석식 소주의 알코올 향을 싫어하는 층에서 **증류식 소주** 수요 증가, 최근 10년간 연평균 25% 증가
 - 희석식 소주: 연속식증류기로 증류한 주정에 물, 감미료로 희석한 술. 원재료 풍미 사라지나 도수 및 원가 조절에 용이함. Ex) 참이슬, 처음처럼
 - 증류식 소주: 곡주, 고구마주 따위의 맑은 청주를 단식 증류기로 끓여서 얻는 증류식 술. 원재료 풍미 살리며 상대적으로 도수가 높음. Ex) 일풀진로, 원소주
- 유명인, 패키지 등 마케팅, 소주+토닉워터 하이볼 조합, (전통주 기준 부합시) 인터넷으로 구매 가능한 점, 위스키·와인·리큐르보다 저렴한 점은 젊은 층의 증류식 소주 접근 유인을 크게 증가시킴

증류식 소주 vs 희석식 소주 제조법 차이



Source: 조선닷컴 더 스토리, 삼일PwC경영연구원

증류식 소주 시장 성장(출고량)

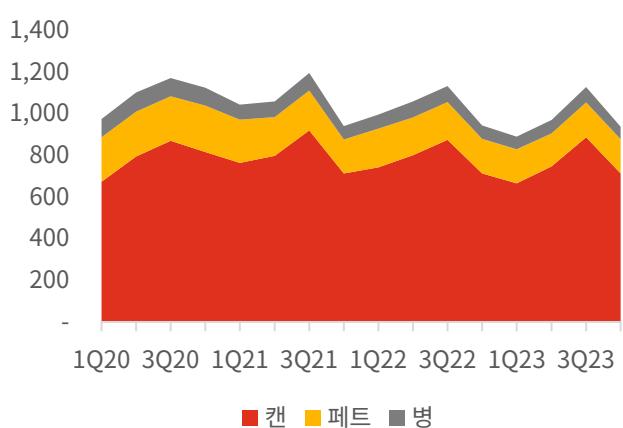


Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

(2) 맥주

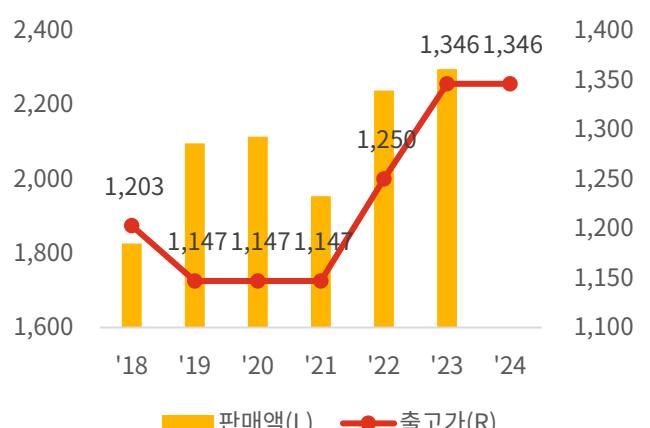
- 희석식 소주와 함께 주류 시장을 양분하는 생활 밀착형 주류. 소비 침체에 저렴한 캔맥주 위주 소비 경향
 - 도수가 높은 소주와 달리 맥주는 홈술과 스포츠 등 레저 문화에서도 즐길 수 있는 포지션
- 민생물가 부담 주제 유지, 맥아와 흡 가격 고점 예상으로 맥주값은 안정화 전망
 - 대기업 독점 시장 - 오비맥주(카스) 50%, 하이트진로(테라, 캘리) 20%, 롯데(아사히, 클라우드) 10%
- 품질로는 수입 맥주에 경쟁력이 부족하다는 인식이 있어 수입 맥주 수요 지속
 - '20년 이후 수입량은 일본 +1,082% vs. 중국 -51%, 네덜란드 -45%, 미국 -46% 증감. **일본 1위 탈환**
 - 기타 유럽 맥주 강국들(폴란드 -52%, 벨기에 -96%, 독일 -53%, 아일랜드 -44%, 체코 +48%) 하락세
- 수제 맥주는 채널의 한계와 높은 비용 구조로 계속 업황이 부진한 상태

맥주 소매점 매출 - 세분시장



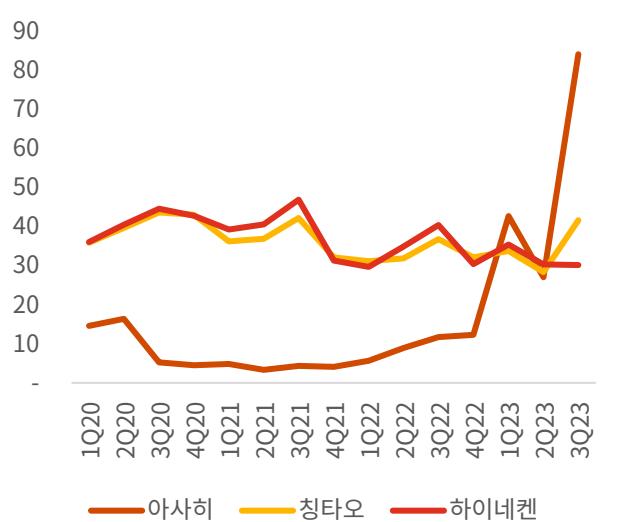
Source: FIS, 삼일PwC경영연구원

맥주 판매액과 병당 출고가 추이



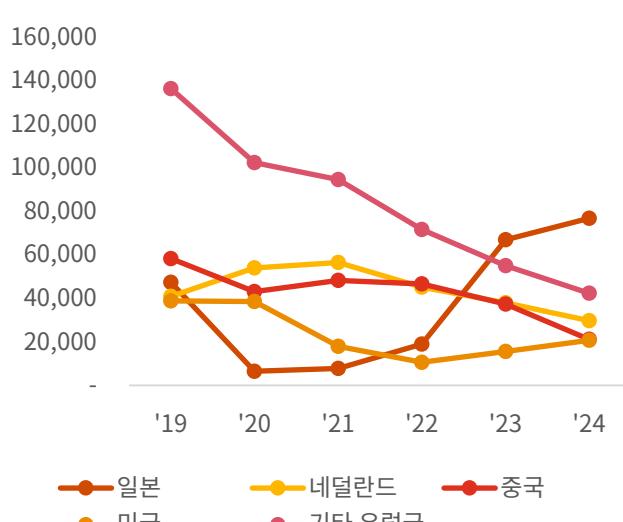
Source: 식품의약품안전처, 오비맥주, 삼일PwC경영연구원
주) 카스 병맥주 500ml 기준

맥주 소매점 매출 - 해외 브랜드



Source: FIS, 삼일PwC경영연구원

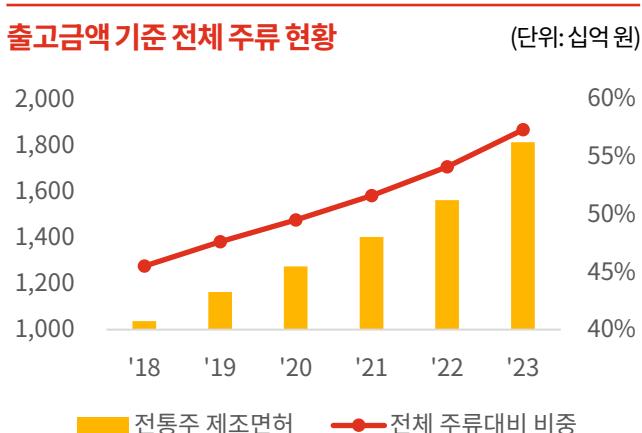
맥주 수입량



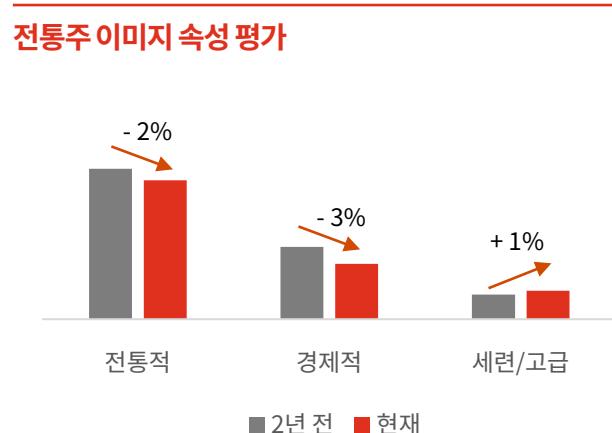
Source: 한국무역협회, 삼일PwC경영연구원
주1) 기타 유럽국: 폴란드, 체코, 독일, 벨기에, 아일랜드 합산
주2) 24년 11월까지 누계값

(3) 전통주

- 전통 의식에 사용하거나 전통 안주에 곁들이는 탁주(막걸리), 과실주(복분자주), 청주·약주가 주도하는 시장이었으나 '22년도 증류식 소주(화요, 일품진로, 원소주) 열풍에 구도 변화 및 관심도 증가
- 젊은 층의 전통주에 대한 이미지 고리타분함에서 세련됨으로 변화되며 소비 증가. 단순 소비 뿐만 아니라 제조면허 취득 증가 등 생산에도 진입하며 전통주 산업 성장세가 지속될 전망
 - 다만 비전문적, 영세한 제조업자가 늘어나며 질적인 성장에 대한 업계 우려 또한 증식
 - 소규모 양조장의 경우 지역 농산물 원가 부담이 커 지속가능성 문제 또한 존재
→ 전통주 산업 성장은 그에 수반된 국산 농산물 소비를 증가시키는 효과가 있어 정부 인센티브 확대 필요
 - '24년 전통주 주세 경감 대상 확대, 지역특산주 원료 수급 기준 완화, 전통주 전용 펀드 조성



Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원



Source: 한국농수산식품유통공사, 삼일PwC경영연구원

(3-1) 탁주·청주·약주

- 전통주, K-컬쳐 붐에 막걸리를 선두로 탁주·청주 시장이 성장했으나, 위스키 등으로 수요가 분산됨
- 대부분 전통주 분류에 들어가거나 저렴한 PET막걸리 등은 수입쌀을 사용하여 전통주로 인정 안 됨
 - 막걸리: 서울탁주제조협회 6개 양조장 + 산하법인 서울장수 생산 '장수막걸리' 서울·수도권 지역 약 70% 점유. 소매점 매출 기준 서울탁주¹⁾(29%), 지평주조(11%), 국순당(8%) 등이 과점 시장 형성
 - 가향막걸리²⁾ 열풍이 사그라들며 막걸리+위스키 조합, 막걸리 아이스크림 등 다양한 형태 도전
- * 주1) 소매 POS 기준 서울탁주도봉, 성동 제조장과 서울장수만 반영
- * 주2) 가향막걸리는 기타주류로 분류되나 생산 업체는 기존 탁주업체이기 때문에 매출이 탁주업체 실적에 반영됨
- 청주: 롯데칠성의 해산물용 '청하'와 제례용 '백화수복' 이외에는 지배적인 브랜드 부재. 일본식 사케 유행에도 불구하고 국내 청주의 반사이익은 크지 않고 해외에서는 사케와 차별화가 어려움
- 약주: 보통 청주에 부재료를 넣은 술로 지칭하며 부재료에 따라 약용약주, 가향주, 과실주로 분류 가능. 거의 전통주로 분류되며 전통주 수요와 연동됨

(3-2) 과실주

- 과일·과즙을 발효시키거나 과일을 담가서 만드는 술을 둘다 포함. 대표적으로는 매실주, 복분자주가 있음
 - 머루 와인 등 지역 특산물을 활용한 한국식 와인 육성 노력 있으나 아직 결과는 미진함

(4) 와인

- 해외와 달리 와인은 소주·맥주의 대중주 포지션을 차지하지 못해 유행에 따른 타격을 받아 수요 부진
 - 시장 양분화된 상황에서 1만원대 와인도 소주, 맥주보단 비싸며 고급화도 소비 계층의 한계로 확장 어려움. 경기 부담에 입문 후 더 단가가 높은 와인으로 이동하는 수요 지체
 - 세계적으로 고물가, 소비 라이프 유행, 중국 수요 감소에 특히 고급 와인 시장 침체
- 폭발적 성장분은 반납하였으나 수입 하락폭이 개선되며 안정화 단계로 접어들 것으로 전망
- '24년 레드와인 점유율 53%까지 감소하고 화이트와인 21%까지 증가

(5) 위스키

- '23년 호황 후 불경기 부담으로 단가가 높은 위스키에 대한 수요 감소, 시장 안정화 추세 보이고 있음
 - 더 저렴한 소주 및 기타 리큐르로 분산되며 하이볼용 위스키 수요도 축소
 - 뉴월드 위스키 등 더 저렴한 위스키 또는 이미 검증된 스테디셀러로 수요 집중. 중간가격대 프레스티지급 위스키 수요가 감소해 전체 위스키 시장 감소
- 면세 주류 병수 제한을 없애면서 중저가 위스키 직구 수요는 다소 증가, 국내 수입업체는 타격 예상

(6) 기타

- 맥아 함량이 10% 미만인 저렴한 발포주 맥주 대신 소비. 맥주로 오인받는 경우 많아 주세법 개정 논란 발발 ex) 필라이트
- 데낄라, 코냑 등 새로운 주종을 수입하며 포트폴리오 재편 중
- 생과일 하이볼 등 RTD 형태 편의점 주류 매출 증가
- 리큐르 매출은 팬데믹 홈술 트렌드를 타고 깔루아 밀크, 예거마이스트 등 유명 외국 리큐르 위주로 서서히 회복 중, 과일소주는 국내가 아닌 해외에서 수요 증가

주요 수입주류 품목 수입량 변동 추이

(단위: 톤)

구분	1H23	1H24	증감율
위스키	16,864	12,663	-24.9%
와인	31,309	24,461	-21.9%
맥주	120,662	109,557	-9.2%

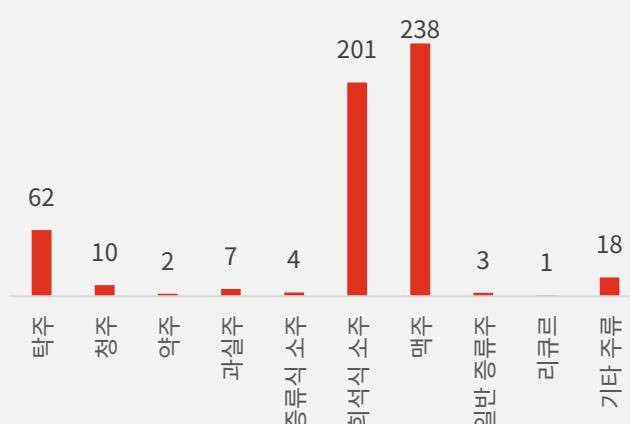
Source: 관세청, 삼일PwC경영연구원

원료 분석

(1) 원료 전반

- 주류 원료는 국내산 26.8%, 수입산 73.2% 사용. 특히 맥주 등의 원료인 맥아의 90%, 소주 등의 원료인 주정의 50% 정도를 수입분에 의존
- 원료 사용량은 출고량에 비례하여 증가 추세. 사용량은 주로 희석식 소주, 맥주에 집중됨
- 팬데믹 이전 대비 전반적인 가격 상승. '22년대비 상승률을 다소 진정되었지만 쌀, 타피오카, 과실, 수입맥아 및 흡 등 주요 원료 가격 상승하여 제조업체 비용 및 수입업체 단가 부담 증가
- 주류 부자재 가격 상승 - '23년 제병 업체 소주병 납품가 180원에서 220원으로 인상(22.2%), '22년 병마개 출고가 평균 2.5원 인상(16%), '21년 알루미늄캔 300원에서 320원으로* 인상(6.7%) * BBQ 발표 기준

주종별 사용 원료량('22) (단위:천톤)



Source: 식품의약품안전처, 삼일PwC경영연구원

원료별 사용 현황 및 전년대비 증감율('22) (단위: 톤, %)



Source: 식품의약품안전처, 삼일PwC경영연구원

국제 원료 가격 변화



Source: 농nett, 한국무역협회, 삼일PwC경영연구원

* 과실은 2020년=100 국내 생산자물가지수

(단위: \$/톤, 2020년=100)

	쌀	보리(대맥)	밀(소맥)	수입맥아	수입흡	옥수수	타피오카	원당	과실*
'18	255.01	185.64	183.06	499.36	17,811.16	146.00	498.80	269.84	92.39
'19	251.80	161.36	181.85	539.49	16,247.50	152.47	451.67	272.27	95.87
'20	294.57	178.65	202.18	548.37	17,534.63	143.96	445.20	283.95	100.00
'21	294.10	251.20	258.04	559.35	19,261.28	228.99	483.17	393.74	109.58
'22	363.95	355.81	331.31	618.02	15,740.20	273.17	506.83	414.91	102.78
'23	374.58	285.00	236.62	725.75	18,025.32	221.92	559.51	530.87	118.74
'24	363.85	217.36	210.33	721.77	17,801.98	166.85	535.10	457.23	180.00

(2) 주정

▪ 주정: 무색, 무취, 무미의 알코올 성분. 발효주정 및 합성주정으로 구분

- 주정의 경우, 한국주류산업협회가 제한한 주정제조업체 9개사에서 생산된 주정을 대한주정판매가 일괄 구매, 판매하는 구조. 안정적인 과정으로 주정업체 간 경쟁 없이 매출 창출 가능
 - 2012년부터 10년간 동결되었던 주정 가격은 **2022년 평균 7.8%, 2023년 평균 9.8%** 증가하며 특히 희석식 소주 원가 부담을 배가시킴
 - 발효주정: 전분질, 당질 원료로 얻은 알코올 도수 95%의 식음용 주정. 주류 및 식품, 의약, 화장품, 기타 공업용으로 다양하게 활용. 생산 방식에 따라 발효주정, 정제주정으로도 분류함
 - 전분질 원료: 곡류(쌀, 보리, 밀, 옥수수 등) 및 서류(타피오카 등). 발효를 촉진하기 위한 전처리 필요
 - 당질 원료: 과실, 당밀, 사탕수수, 사탕무 및 원당 등. 당화 과정이 적어 작업이 간단
 - 정제주정: 외국에서 생산된 조주정을 수입하여 국내 품질기준에 맞게 재정제
 - 합성주정: 석유화학에서 생산되는 에틸렌과 물의 합성물. 공업용으로 한정
- 주류 보고서에서 주정은 **발효주정**을 지칭

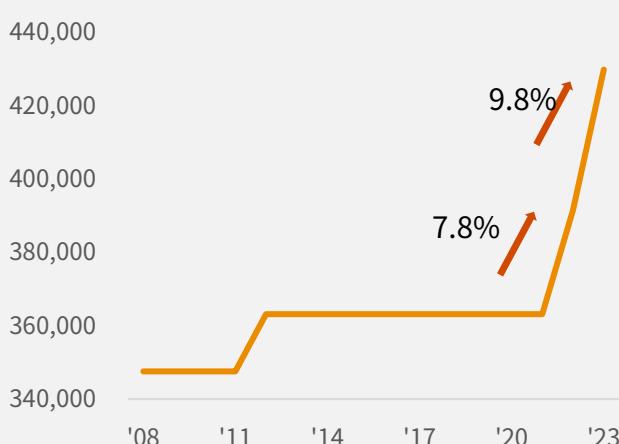
주정 제조 공정



Source: 대한주정판매, 삼일PwC경영연구원

주정 평균 가격

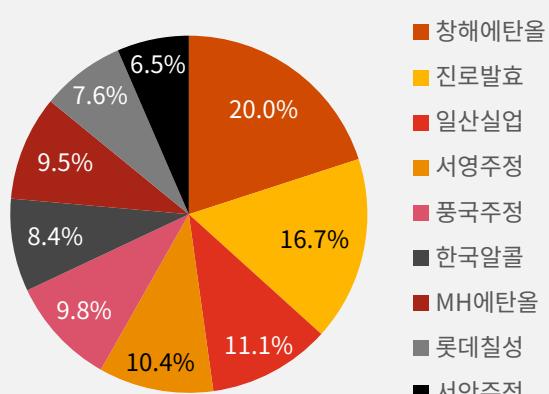
(단위: 원/드럼)



Source: 기사 종합, 삼일PwC경영연구원

대한주정판매 업체별 매입 비중('23)

(단위: %)



Source: 한국IR협의회, 삼일PwC경영연구원

주종별 브랜드

전체 주류 주종별 브랜드

주종	대표 종류/브랜드
탁주	막걸리, 이화주, 모주, 감주
약주	백세주, 구기자주
청주	경주법주, 설화, 청하, 백화수복
맥주	카스, 클라우드, 테라, 켈리
과실주	와인, 매실주, 복분자주
증류식 소주	화요, 일품진로, 원소주
희석식 소주	참이슬, 처음처럼
위스키	발렌타인, 로얄살루트, 조니워커
브랜디	헤네시, 마르텔
일반 증류주	고량주, 럼, 진 보드카, 데킬라
리큐르	순하리, 말리부, 예거마이스터
기타 주류	망고링고, 필라이트, 하이볼

Source: 삼일PwC경영연구원

전통주 주류 주종별 브랜드

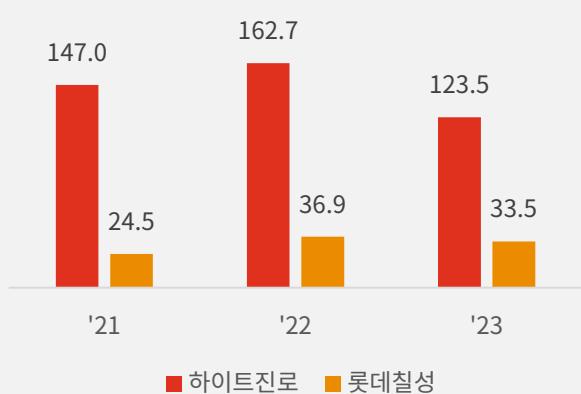
주종	대표 종류/브랜드
탁주	연잎주, 이화주, 모주, 합주
약주	호산춘, 솔송주, 송화주
청주	동종주, 가향주, 약용약주
과실주	오미자주, 혼디주
증류식 소주	원소주, 안동소주
일반 증류주	초화주, 옥선주, 송로주
리큐르	송화백일주
기타 주류	강하주, 과하주
민속주	금산인삼주, 구기자주
지역특산주	삼양춘 약주, 모월 연

Source: 삼일PwC경영연구원

주종별 회사 실적

주요 소주업체 영업이익 추이

(단위: 십억 원)

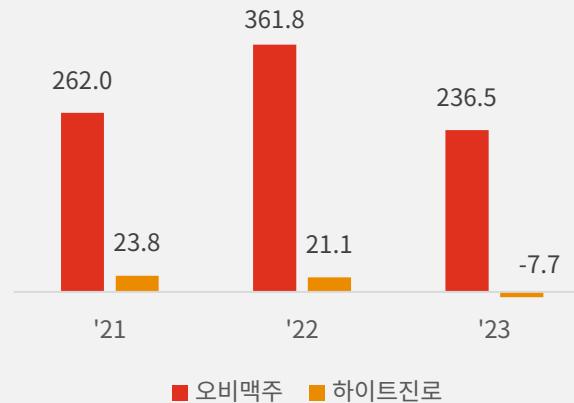


Source: 각 사, 삼일PwC경영연구원

*하이트진로 소주 부문, 롯데칠성 주류 부문

주요 맥주업체 영업이익 추이

(단위: 십억 원)

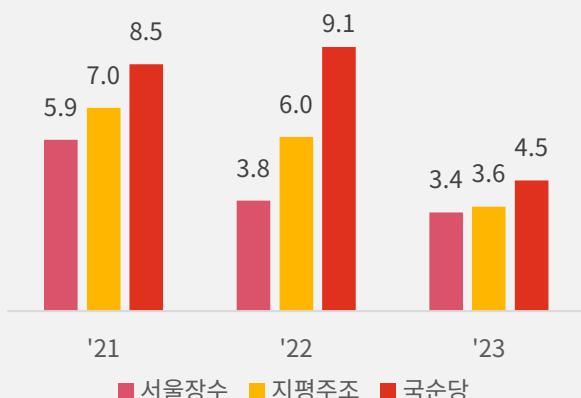


Source: 각 사, 삼일PwC경영연구원

*하이트진로 맥주 부문

주요 탁주업체 영업이익 추이

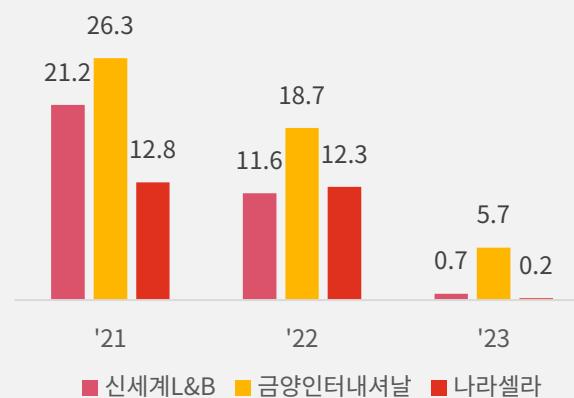
(단위: 십억 원)



Source: 전자공시시스템, 삼일PwC경영연구원

주요 와인 수입업체 영업이익 추이

(단위: 십억 원)



Source: 전자공시시스템, 삼일PwC경영연구원

주요 위스키 수입업체 영업이익 추이

(단위: 십억 원)



Source: 전자공시시스템, 삼일PwC경영연구원

* 21년 디아지오 데이터는 원저글로벌 사용

* '21는 21년 6월 ~ 22년 6월, '22는 22년 6월 ~ 23년 6월, '23은 23년 6월 ~ 24년 6월

세계 주류기업 주가 변화

종목	국가	주종	등락율*
디아지오	영국	종합	-11%
페르노리카	프랑스	종합	-29%
캄파리	이탈리아	리큐르	-42%
AB InBev	벨기에	맥주	-19%

Source: 관세청, 삼일PwC경영연구원

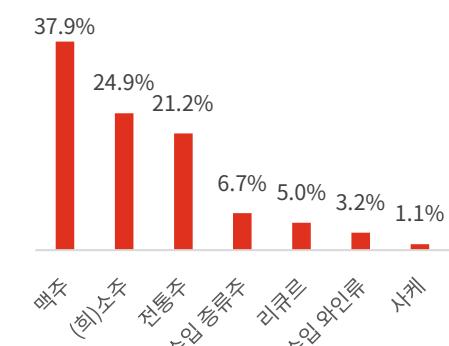
* 24/1/1 vs 25/1/1

6. 주류 시장 트렌드

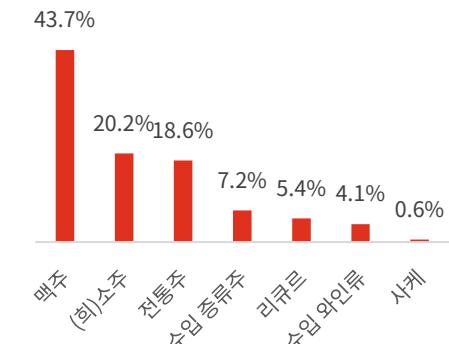
소비행태

- ’23년 주류 소비자 월평균 음주 빈도 9.0일(’21년 8.5일), 하루 평균 음주량 6.7잔(’21년 7.0잔)이며 맥주, 희석식 소주를 가장 자주 마시고 좋아함
- 빠른 유행 교체 속도: 와인 → 위스키 → 데킬라, 사케
- 롱런 트렌드는 즐기는 술, 이쁜 술, 혼술혼술, 저도주, 가성비
- 주목받는 트렌드는 무알코올, RTD, 가성비 위스키, 일본 주류

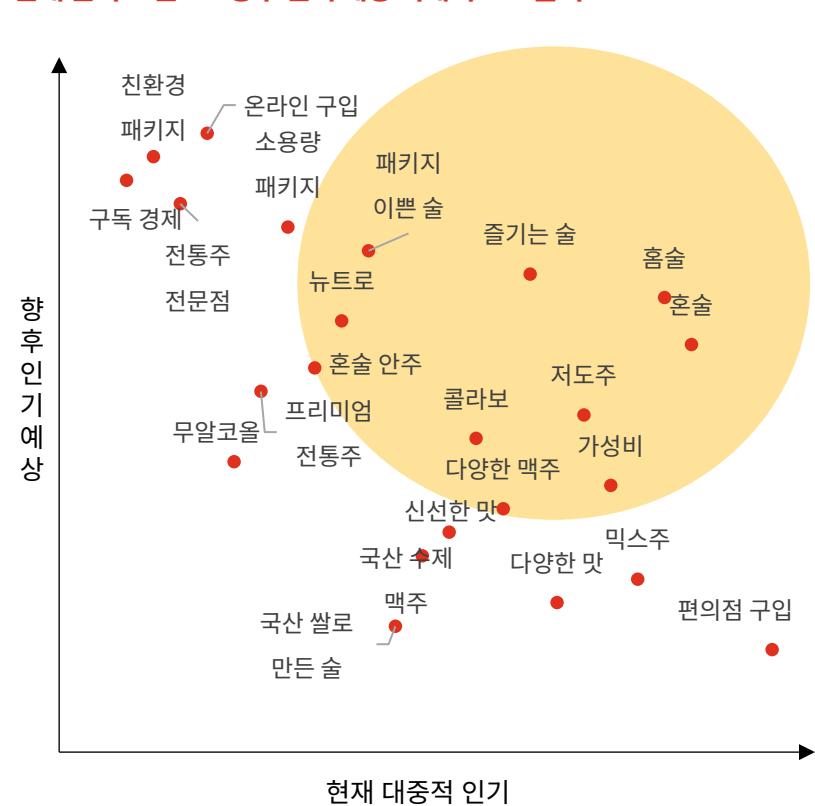
월 평균 주종별 음주 비중 (단위: %)



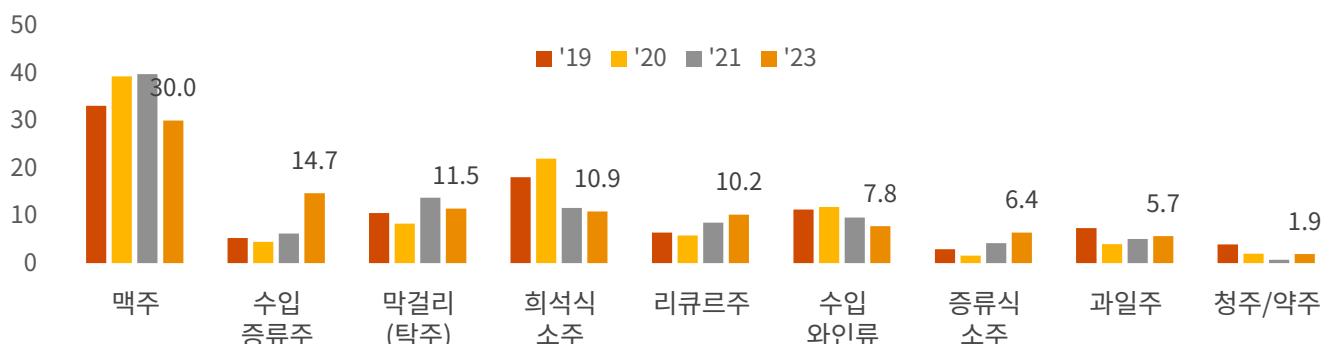
최선호 주종 (단위: %)



현재 인기 트렌드 - 향후 인기 예상 서베이 포트폴리오



음용 비중 증가 예상 주종

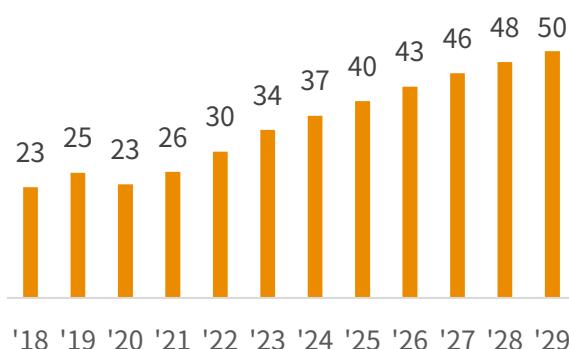


Source: 식품의약품안전처, 삼일PwC경영연구원

(1) 무알코올·논알코올

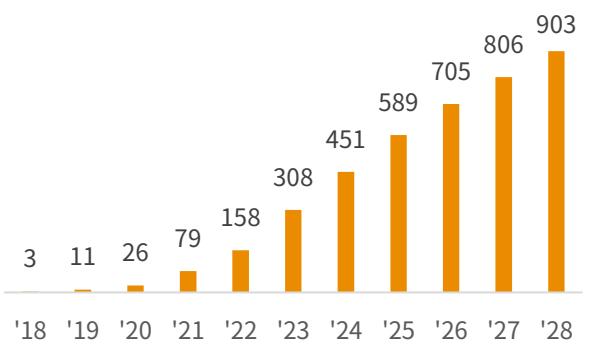
- 무알코올은 알코올을 0% 함유해 '0.0' 표기 가능, 논알코올은 알코올을 1% 미만 함유해 '0.0' 표기 가능. 특히 맥주가 시장을 선도 중
 - 무알코올 맥주는 발효 없이 맥아 액기스에 흡과 향을 추가
 - 논알코올 맥주는 마지막 공정에서 알코올 제거
- 2024/05/21 [주류 면허 등에 관한 법률 시행령 개정안] 통과. 식당에서도 무알코올·논알코올 주류 공급 가능해져 큰 오프라인 판매 경로 개방
- MZ세대 중심으로 알코올 섭취를 최소화하고 건강한 생활을 추구하는 '소비 라이프' 확산
- 무알코올·논알코올 시장 규모는 글로벌 '23년 1.2조 달러에서 '33년 2.5조 달러로 추정, 국내 '21년 200억 원에서 '25년 2000억 원 규모에 이를 것으로 추정
- 아직 한계점으로는 '취하기 위해' 마시는 수요층을 대체하지 못하는 점, 원래 주류와의 맛의 괴리가 있어 무설탕 음료 만큼의 시장 장악력은 기대하기 어려움

글로벌 무알코올·논알코올 맥주 시장 규모 (단위: 십억 달러)



Source: Statista, 삼일PwC경영연구원

미국 무알코올 종류주 매출 규모



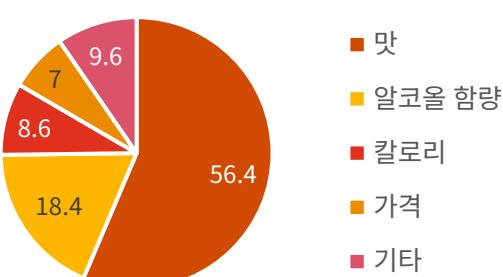
Source: Euromonitor, 삼일PwC경영연구원

무알코올·논알코올 맥주 고객 서베이

무알코올·논알코올 맥주 마시는 상황

- 모임/회식 분위기 맞출 때, 50.4%
- 운전 해야 할 때, 31.2%
- 중요한 일 앞두고, 29.6%
- 운동 전후, 22.8%

무알코올·논알코올 맥주 구매시 고려사항



Source: 하이네켄, 삼일PwC경영연구원

국내 시판 무알코올·논알코올 맥주

기업명	하이트 진로	롯데칠성
제품명	하이트 제로	클라우드 클리어 제로
이미지		

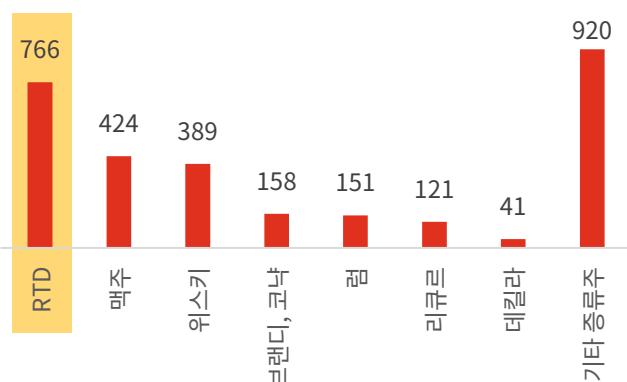
기업명	하이네ken	칭따오
제품명	하이네켄 0.0	칭따오 논알콜릭
이미지		

Source: 기사 종합, 삼일PwC경영연구원

(2) 레디투드링크(RTD)

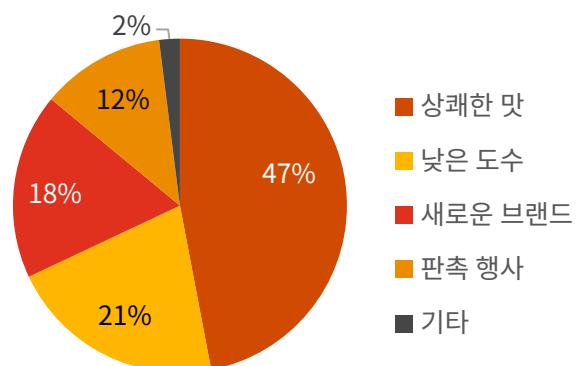
- 2023년 리큐르 주세 190억 원 집계. 2022년 107억 원 대비 77.6%, 2020년 50억 원 대비 4배 급증한 수치로 MZ세대 가트렌드 주도 중
 - CU 수입 주류 라인업인 와인·양주·하이볼 매출에서 하이볼 비중 2022년 8.3% → 2023년 36.3% → 2024년 38.6%로 상승 중. 전년 대비 하이볼 매출 자체는 553.7% 급증
- 세계 종류주 출고량 중 26%를 차지하며 2023년 기준 글로벌 353억 달러, 국내 2,089억 원 시장규모 기록. CAGR 약 10% 성장이 예상되는 잠재력 높은 시장
- ‘소버 라이프’의 연장선상인 10도 이하 저도수 인기 + 술과 음료를 섞어마시는 ‘믹솔로지’ 인기에 RTD 트렌드 등극
- 특히 RTD 하이볼은 편의점에서 다양한 제품 간단하게 제품별로 구매 및 비교해보기 용이함

세계종류주 품목별 출고량 현황 ('21년) (단위: 9L 백만 상자)



Source: Euromonitor, 식품의약품안전처, 삼일PwC경영연구원

RTD 하이볼을 찾는 이유



Source: 소비자동향업체 NIQ, 삼일PwC경영연구원

국내 시판 RTD 제품군

기업명	CU	롯데칠성	보해양조	서울장수
제품명	어프어프 하이볼	처음처럼 하이볼	매실 하이볼	얼그레이주
이미지				

기업명	골든블루	쏘셜	CU	세븐일레븐
제품명	카발란 하이볼	쏘셜	츄-하이	숙성도 하이볼
이미지				

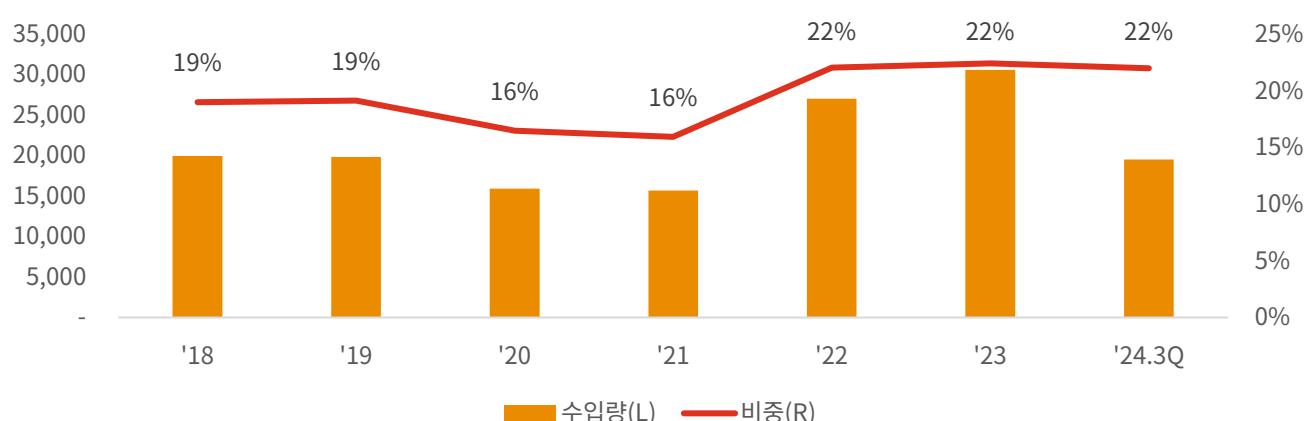
Source: 기사 종합, 삼일PwC경영연구원

(3) 가성비 시대의 위스키

- 팬데믹 때의 홈술 문화 + 엔데믹 후 여행 증가에 따른 위스키 저가 구매 수요로 수입량 크게 증가
 - 하이볼 선호도가 높아지며 하이볼 베이스 용 위스키 소비 증가. 도수가 높아 장기간 보관이 가능하여 비싸다는 이미지보다 실용적이라는 이점이 주목받음
 - 애매한 도수와 많은 양으로 보관이 힘든 와인의 단점을 대체하며 홈술 대세 주류로 자리 잡음
- 위스키 시장 폭발적 성장 꺾였지만 여전히 수입주류 중 22% 비중 차지하며 안정 및 조정기 진입
- 기존 고연산(오래 숙성), 고가 위스키(스코틀랜드, 미국, 일본) 위주에서 상대적으로 저렴한 뉴월드(대만, 인도 등) 위스키로 상품군 확장 (※기타 위스키 통계로 집계)
- 물가 부담, 주류 유행 변화에 대응하기 위해 주류수입업체들은 데킬라 등 다양한 주류 포트폴리오 마련하며 위스키와 투트랙 병행

국내 위스키 수입량, 수입금액 비중 추이

(단위: 톤, %)

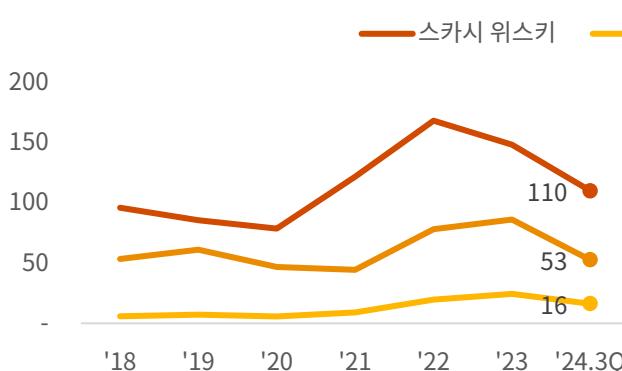


Source: 관세청, 삼일PwC경영연구원
※주) 주정은 수입액 총계에서 제외

위스키 세부 주종별 수입금액

(단위: 백만 달러)

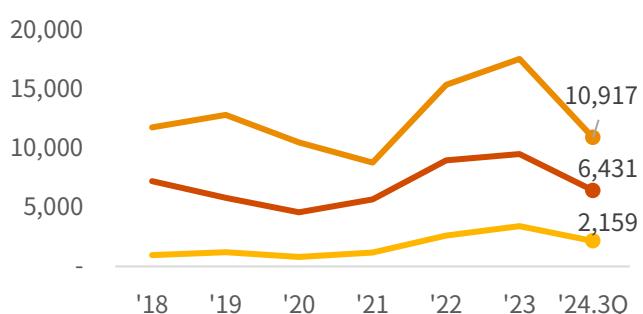
(단위: 톤)



위스키 세부 주종별 수입량

(단위: 톤)

스카시 위스키 버본 위스키 기타 위스キー



스카시 위스키*

\$18.6

스코틀랜드 생산
몰트/그레인 OR 싱글/블렌디드

리터당
가격

버본 위스키*

\$7

옥수수 주원료에 호밀, 몰트 첨가
미국에서 생산

기타 위스키

\$5

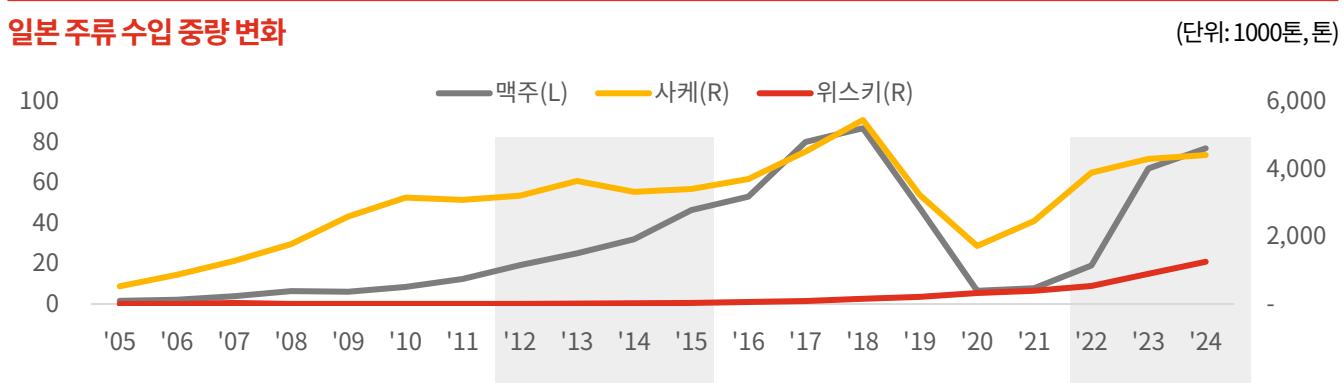
저가 원액 수입 및
대만, 인도 등 생산

Source: 관세청, 삼일PwC경영연구원
주) 통상적으로는 스카치 위스키, 버번 위스키로 표시

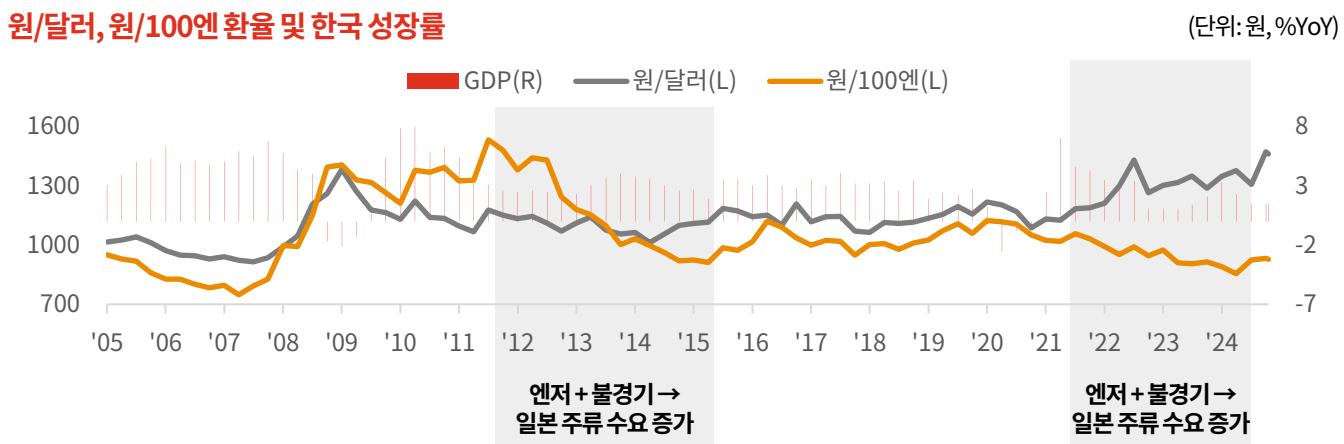
(4) 일본 주류 선호도 증가

- 팬데믹과 불매운동의 여파에서 벗어나 전반적인 일본 주류 수입량 회복
 - 엔저 현상과 경기 침체로 일본 주류의 가성비 매력도 증가
 - 여행 등 일본 문화 향유에 대한 긍정적인 인식 증가로 홈술 및 식당에서의 일본 주류 페어링 증가
- 일본 맥주:** 국가별 수입량 1위 탈환, 롯데아사히주류 소매 판매 점유율 3위 달성
 - 일본산 불매 운동으로 이득을 얻었던 중국산 맥주가 반대로 방뇨 사건으로 이미지 훼손, 일본산 맥주가 중국산 맥주의 시장 영향력을 반사이익으로 거둠
- 일본식 사케:** 사케 수입량 '20년부터 1,082% 증가, GS25 사케류 매출 410% 증가
 - 식도락 경험으로 일본식 사케 및 소주 관심도 증가, 니혼슈코리아 방문객수 1년사이 30% 증가
- 일본 위스키:** 저렴한 가격으로 직구하는 법에서 시작된 관심도가 일본 위스키 전체로 확장
 - 하이볼용으로 유명한 가쿠빈 위스키부터 야마자키, 하쿠슈, 히비키 3개 브랜드 선풍적인 인기

일본 주류 수입 중량 변화

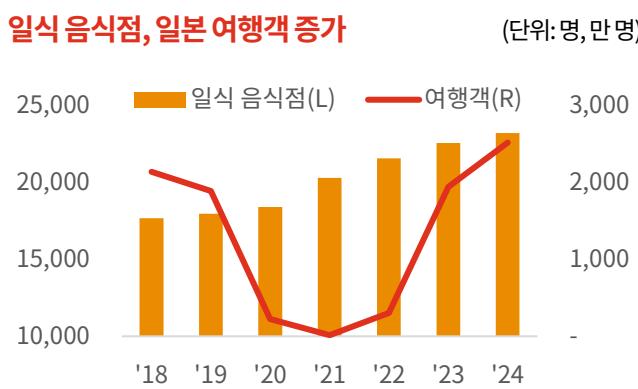


원/달러, 원/100엔 환율 및 한국 성장률



Source: 한국무역협회, Infomax, 삼일PwC경영연구원

일식 음식점, 일본 여행객 증가



Source: 국세청, 국토교통부, 삼일PwC경영연구원
주) 음식점수는 연말값, 여행객수는 연간 국제선 노선 승객 누계값

최근 한국에서 인기였던 일본 주류 상품



Source: 삼일PwC경영연구원

결론: 시사점

외식 경기가 나빠지며 주류 산업의 성장폭이 정체되어 가는 상황에 알코올 섭취량까지 줄어가는 추세다. 수입 주류와의 역차별 및 주류 업계 침체 문제로 규제를 완화해주긴 했지만 가격을 크게 올리거나 사업을 확장하는 것은 힘들 전망이다. 그래도 원가 상승률이 진정되고 물가 부담을 우려한 정부가 주세 인상을 당분간 멈출 것으로 예상된다. 전통적인 경기 흐름에 의존하는 희석식 소주, 맥주가 아닌 주당들의 취향과 트렌드에 적시에 대응하는 신규 상품들을 발굴해 볼 시점이다.

1

면허 산업, 과점시장

→ 신규업체 진입은 쉽지 않을 듯

- ✓ 시장 진입 조건 및 판매 방법, 가격 등이 주세법으로 지정되어 있는 면허 산업
- ✓ 주조 기술 및 마케팅 등에 따른 개별 기업의 경쟁력 차이 있지만 거시적인 법제적, 사회적 흐름에 따른 변화가 큼
- ✓ 면허를 가진 주류 업체들끼리의 네트워킹을 신규 확보하기 어려움
- ✓ 일정한 규모 및 트렌드에 대비할 자본을 갖춰야 하는 반면 폭발적인 수익성을 기대하긴 힘들어 신규 업체 진입은 힘들 것으로 예상

2

정체된 시장(Q의 정체)

→ P(가격)의 상승 전략 필요

- ✓ 국내 시장은 맥주와 소주가 양분하고 있으며 제조는 소수의 3~5개 기업이 과점한 상태
- ✓ 시장 성장세가 크지 않음. 심지어 출고량 기준으로는 감소하여 전반적인 사회의 알코올 소비량 감소 트렌드
- ✓ 다양한 컨셉 및 주종 출시로 P상승 견인 필요

3

소비자 기호 다변화 및 빠른 트렌드 변화

→ M&A 등을 통한 대형화 및 다양화 포트폴리오 구축 필요

- ✓ 시장 전체 규모는 팬데믹, 엔데믹과 같은 큰 사회 변화가 아닌 이상 변동 폭이 크지 않음
- ✓ 다만 세부적인 유행 주종의 트렌드는 빨라 수입 주류의 유행이 과실주에서 증류주, 그 안에서도 위스키, 데킬라 등으로 빠르게 분화
- ✓ 빠른 주종 트렌드 변화에 대비하기 위한 포트폴리오 다양화가 필요
- ✓ 따라서, M&A 등을 통한 종합주류업체화 추세로 전환 시도 많아질 것으로 예상

Appendix 1. 주세법

주세법 과세표준 및 세율

분류	주종	과세표준	주세
주정		반출수량 수입신고량	1킬로리터당 5만 7천원 (알코올분 95도 초과: 초과하는 1도마다 600원 추가)
발효주류	탁주	반출수량 수입신고량	1킬로리터당 4만 4400원 (30% 대통령령 조정 가능)
	약주	반출가격 (주세액 포함 X) 수입신고가	
	청주		30%
	과실주		
	맥주	반출수량 수입신고량	1킬로리터당 88만 5700원 (30% 대통령령 조정 가능) (생맥주는 2026년까지 80%로 감경, 100원 미만은 버림)
증류주류	소주	반출가격 (주세액 포함 X) 수입신고가	
	위스키		
	브랜디		72%
	일반 증류주		
	리큐르		
기타주류		반출가격 (주세액 포함 X) 수입신고가	불휘발분 30도 이상 쌀 및 입국에 주정 첨가, 여과한 것: 10% 발효성 기타 주류: 30% 나머지: 72%
전통주			부여된 주세의 50% 감경

Source: 국가법령정보센터, 삼일PwC경영연구원

- 맥주, 탁주에 2020년 종량세 도입. 2023년 물가연동제 폐지 후 **탄력세율(시행령)**제 전환
 - 물가연동제: 소비자물가상승률 70~130% 수준의 가격변동지수를 전년도 세율에 곱해 매년 세율 새로 정하는 방식. 업체들이 세율 인상 빌미로 주류 가격 대폭 인상한다는 비판에 제도 전환
 - 탄력세율(시행령) 제도: 법정세율 맥주(885.7원/L), 탁주(44.4원/L)의 ±30% 범위 내에서 조정
 - 생맥주 주세 20% 경감해주는 세율 한시경감제도 2026년 12월 31일까지 연장
- 2024년 주류 **기준판매비율** 도입. 출고원가에서 기준판매비율만큼 감경하는 **세금할인율** 개념
 - 소주 22.0%, 위스키 23.9%, 브랜디 8.0%, 일반 증류주 19.7%, 리큐르 20.9%
 - ('24.2.1~) 국산 발효주 - 약주 20.4%, 청주 23.2%, 과실주 21.3%; 기타 주류 - 18.1%
 - 증류주에 종량세 부과하자는 의견 존재하나 주종간 이해관계 복잡하여 주세법 개정 난관 예상
- '24.5.21 주류면허법 시행령 개정안 통과 – 잔술 판매 허용, 무알코올 주류 식당 판매 허용

주세법 개정 후 주세 및 출고가 인하 효과

① 맥주 종량세 도입 주세 경감 효과('20)

(단위: 원)

항목	개편 전 주세	개편 후 주세	인상액	인상률
캔맥주	1,121	830	-291	-26%
병맥주	814	830	16	2%
페트맥주	803	830	27	3.4%
생맥주	519	830 (664)*	311 (145)*	59.9% (27.9%)*

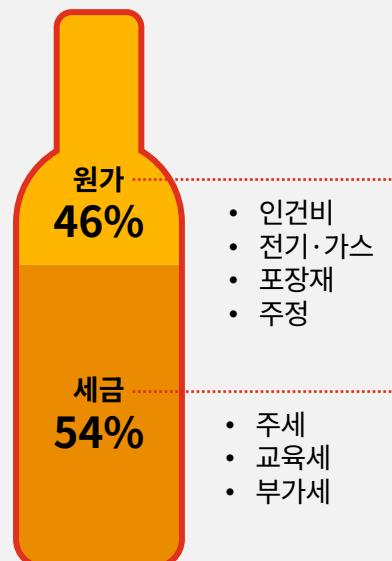
Source: 기사 종합, 삼일PwC경영연구원

*주) 생맥주 세금 20% 경감 후

② 소주 출고 가격 분해 및 출고가 인하 효과

(단위: 원)

구분	조정 전	조정 후	차이
A 반출가격	586	586	A*22%
경감금액	-	129	
B 과세표준	586	457	-129
C 세금	661	529	-132
①주세 = B*72%	422	329	-93
②교육세 = ①*72%	126	99	-27
③부가가치세 = (A+①+②)*72%	113	101	-12
D 출고가격 (A+C)	1,247	1,115	-132



Source: KBS, 국세청, 삼일PwC경영연구원

③ 발효주 및 기타주류 베스트셀러 기준 출고가 인하 효과

주종	청주		약주	과실주	기타주류
브랜드 (기준가격)	백화수복 (4,196원)	청하 (1,669원)	백세주 (3,113원)	복분자주 (6,500원)	필라이트 후레쉬 (717원)
이미지					
절감효과	-242원 (-5.8%)	-96원 (-5.8%)	-146원 (-4.7%)	-343원 (-5.3%)	-33원 (-4.5%)

Source: 국세청, 삼일PwC경영연구원

Appendix 2. Issue: 주류 온라인 판매 허용 논란

찬성 (주류업계, 공정거래위원회)



반대 (대한보건협회, 조세재정연구원)



VS.

- OECD 회원국 중 폴란드, 한국 2개국만 주류 통신판매 금지로 지나치게 보수적인 조치
- 주류 해외 직구 규모가 5년새 15배 이상 증가하는 등 시장 상황 급변. 수요가 줄어드는게 아니라 해외로만 쓸리면서 국내업계 역차별
- 주류 소비가 유통용에서 가정용으로 전환되는 추세에서 여전히 유통용을 기준으로 한 높은 규제는 기업 혁신을 저해할 수 있음
- 기술 발달로 구매 전 단계 본인 인증을 할 방법은 많음

- 알코올은 1군 발암 물질이며 알코올 관련 질환 사망률, 사망자 수 역대 최고 수준 기록 중. 성인 남성 고위험 음주율, 소득분위별 고위험 음주율 격차는 악화된 현실 인지 필요
- 주류 규제 완화는 알코올 소비 확대로 이어져 2030년까지의 정부 국민건강증진계획 목표를 달성하기 어렵게 만들 것
- 이미 오프라인 주류 접근성은 높음. 대리구매, 계정 도용 등 청소년들의 접근 경로를 다양화하여 청소년 음주 문제 추가 유발 가능

→ 음주 사고에 관한 국민 우려가 심화된 상황에서 규제 완화, 시장 확대되기는 힘들 것으로 보임

Appendix 3. 주류업계 주요 M&A

인수일자	인수기업	피인수		딜 설명	딜 규모 (백만\$)
		기업	지역		
2024-09-11	OB맥주	제주소주	한국	신세계 L&B로부터 인수	-
2023-10-27	파인트리 인베스트먼트	디아지오	한국	디아지오 원저브랜드 인수	147.6
2021-02-08	롯데칠성음료	롯데알루미늄	한국	페트병 사업 인수	6.1
2019-03-01	드링크인터내셔널	페르노리카 코리아	한국	한국 지사 운영권 매각	-
2018-04-02	ZX 벤쳐스	핸드앤볼트	한국	벨기에 AB InBev가 인수	-
2017-09-14	까뮤이앤씨	금양 인터내셔널	한국	와인 도매업체 인수	-
2016-12-13	이마트	제주소주	한국	소주 사업 진출	-
2016-07-29	창해에탄올	하이트진로에탄올	한국	하이트진로홀딩스로부터 전액 인수	61.8
2015-12-04	오크라인	나라셀라	한국	나라셀라 지분 80% 인수 이후 나라로지스틱스 설립	21.6
2013-12-24	하이트진로 홀딩스	진로소주	한국	자회사 하이트진로에서 인수	46.6
2013-11-05	하이트진로	보배	한국	소주 제품 유통망 통합	7.0
2013-06-26	롯데웰푸드	롯데칠성음료	한국	롯데쇼핑이 롯데제과, 투자자에 6% 매각	92.6
2012-07-11	하이트홀딩스	하이트진로	한국	하이트진로 주식 6.36% 인수	1,305.1
2012-06-08	페르노리카	페르노리카 코리아	한국	하이트진로가 지분 30% 매각	59.7
2012-01-24	삿포로홀딩스	엠즈베버리지	한국	매일유업이 지분 15% 매각	0.7
2011-12-15	롯데칠성음료	롯데아사히주류(와인)	한국	자회사 와인사업 인수	1.9
2011-12-16	케이프	창해에탄올	한국	보해양조가 창해에탄올 19.2% 매각	7.2
2011-04-27	비엔스틸라	대선주조	한국	비엔그룹 투자	154.8
2011-09-08	하이트홀딩스	하이트진로	한국	진로가 하이트맥주 인수, 합병	1,481.8
2011-03-21	롯데칠성음료	충북소주	한국	자회사 롯데주류BG가 인수	31.2
2010-04-13	하이트	진로	한국	진로 지분 추가 인수, 56.68% 확보	52.8
2003-02-26	국순당	해태그룹	한국	해태주조 98.49% 인수	8.0

Source: Mergermarket, 삼일PwC경영연구원

Author contact

이은영 상무

삼일PwC경영연구원

eunyoung.lee@pwc.com

강수정 연구원

삼일PwC경영연구원

sujeong.j.kang@pwc.com

삼일PwC경영연구원

최재영 원장

jaeyoung.j.choi@pwc.com

Business contact

Consumer Market Sector

Assurance

정 낙 열 Partner
nakyul.jeong@pwc.com

Deals

홍 성 표 Partner
sungpyo.hong@pwc.com

Food & Beverage Sector

Assurance

이 승 훈 Partner
sung-hun.lee@pwc.com

성 현 주 Partner
hyun-joo.sung@pwc.com

성 덕 용 Partner
Deuck-yong.sung@pwc.com

박 준 영 Partner
joon-young.park@pwc.com

www.samil.com

삼일회계법인의 간행물은 일반적인 정보제공 및 지식전달을 위하여 제작된 것으로, 구체적인 회계이슈나 세무이슈 등에 대한 삼일회계법인의 의견이 아님을 유념하여 주시기 바랍니다. 본 간행물의 정보를 이용하여 문제가 발생하는 경우 삼일회계법인은 어떠한 법적 책임도 지지 아니하며, 본 간행물의 정보와 관련하여 의사결정이 필요한 경우에는 반드시 삼일회계법인 전문가의 자문 또는 조언을 받으시기 바랍니다.

S/N: 2502W-RP-025

© 2025 Samil PricewaterhouseCoopers. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to Samil PricewaterhouseCoopers or, as the context requires, the PricewaterhouseCoopers global network or other member firms of the network, each of which is a separate and independent legal entity.