

한국산 제3맥주 대일본 수출동향 분석

오사카aT센터 탄신

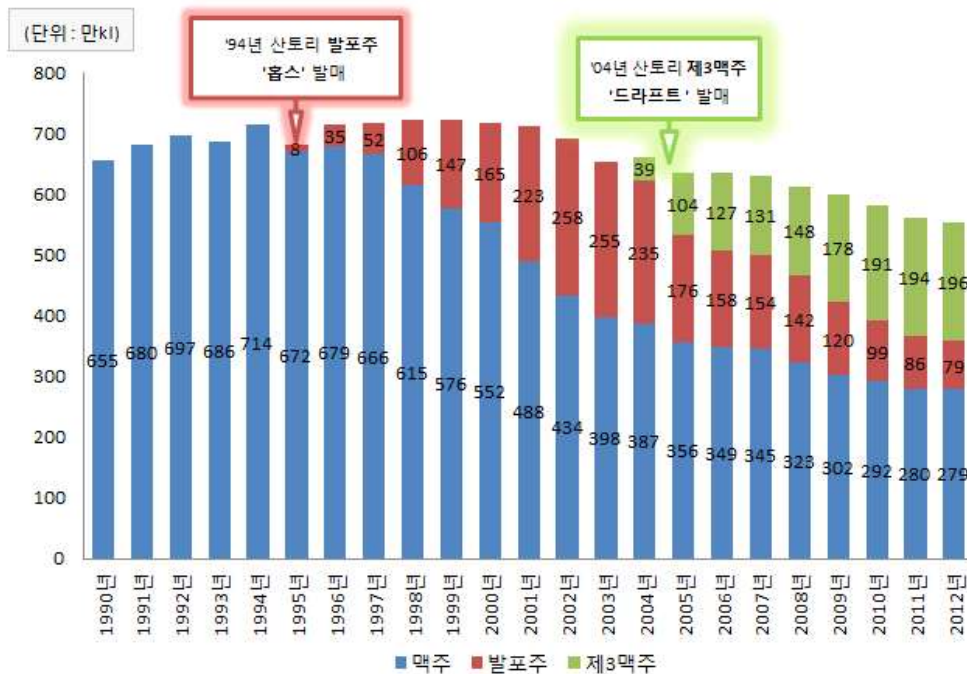
21호 (2014.8.28)

일본 제3맥주 탄생과 한국산 수출증가

● 제3맥주 탄생과 한국산 수입증가

- 장기 불황, 주세 증세, 기호의 다양화 등으로 다양한 맥주류 탄생
- 장기불황 → '94년 발포주 출시 → '03년 주세 인상 → '04년 제3맥주 출시
→ PB 상품증가 → 한국산 수입증가
- ⇒ 일본 5대 맥주사의 PB 상품 출시의 장벽으로 인해 기술력·근거리·가격성을
갖춘 한국산 PB 제3맥주 수출 증가

<일본 맥주류 생산량을 통해 본 제3맥주 탄생>



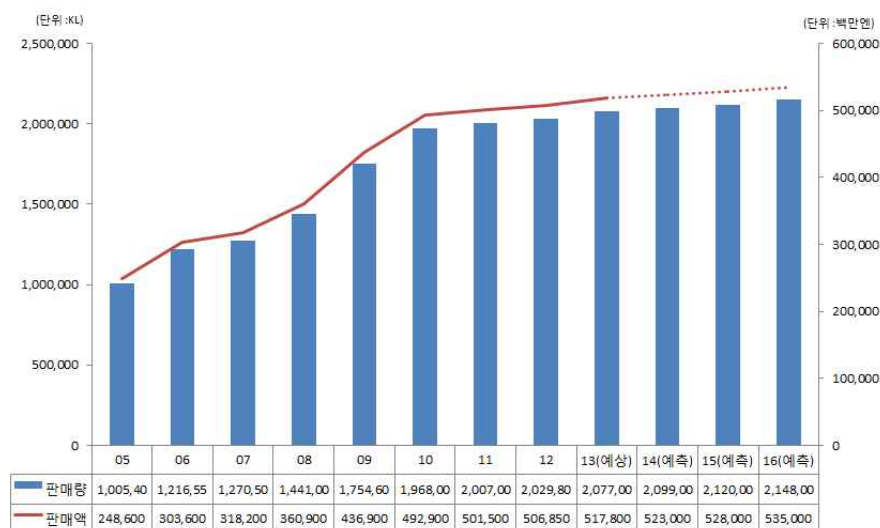
※ 맥주주조조합, 발포주 주세 모임 통계 참고

일본 제3맥주 시장동향

● 일본 제3맥주 시장규모 추이

- 제3맥주는 2003년 주세법 개정에 의해 발포주 가격인상으로 인해 2004년 출시된 이후 꾸준히 성장세를 보이며, 2005년 판매액 248,600백만으로 맥주류 시장의 11% 점유를 보임
- 2006년 주세법 개정에 의해 3.8엔/350ml의 주세증세로 인해 2007년 성장률이 둔화되었지만, 리먼쇼크 이후 저가격지향이 한층 강화되어 수요가 회복되며 2008년부터 2010년까지 두 자리 수 성장 지속
- 2011년 동일본 대지진으로 인해 용기부족, 소비자 음주 자제로 낮은 증가율 보임
- 2012년 경기침체로 '가정내 음주'가 증가하면서 수요 증가가 있었지만, 산토리 주류 '킨무기'를 제외하고는 한국산 제3맥주와 경쟁하며 일본산 제3맥주는 고전
- 2013년 제3맥주 시장이 성숙시장으로 접어들면서 성장률 둔화를 보이며, 기린맥주 '스미키리', 삿포르 맥주 '고쿠 제로' 등 신상품 출시가 이어짐
- 2016년 시장 예측은 2005년보다 215.2% 성장이 전망되며 맥주류 시장의 29%를 차지할 것이 예상됨

<일본 제3맥주 시장 추이>



※ 출처 : 후지경제연구소

● 제3맥주 유통현황

- 가격지향적인 경제성으로 인해 가정용 판매가 99%를 점유
 - 가정용으로 양판점에서 28.6%, 편의점에서 20.5%, 기타 전문할인점에서 50.9%가 판매되고 있음
 - ⇒ 대형유통업체의 PB 상품으로 활용
- 업무용 판매는 1%로 낮지만, 저가형 술집, 노래방 등에 보급되기 시작하고 있으며, '13년 '노도고시(생)'이 업무용 맥주 판매를 개시하고 있는 등 증가추세
 - ※ 맥주는 40%가 업무용 판매
- 원료 사용의 제한에서 자유로운 점 등으로 인해 다양한 제3맥주 출시되고 있으며, 판매 채널도 다양화되고 있음

<제3맥주 용도 및 채널별 판매동향>

(단위 : 백만엔)

구분	2012년		2013년(예상)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시판용	501,550	99.0%	511,300	98.7%
양판점	143,400	28.6%	146,200	28.6%
편의점	102,800	20.5%	104,300	20.4%
기타	255,350	50.9%	260,800	51.0%
업무용	5,300	1.0%	6,500	1.3%
합계	506,850	100.0%	517,800	100.0%

※ 후지경제연구소

● 일본산 제3맥주 브랜드 별 점유현황

- '노도고시(생)'는 톱 브랜드로서 높은 점유율을 가지고 있지만, 2012년부터 침체가 이어지고 있음
- '킨무기'는 발매 이래 순조로운 추이가 계속되고 있으며, 2012년 발매한 '킨무기(당질 70%off)'도 인기를 모으는 등 증가 추세
- '클리어 아사히'는 가정음주에 대응한 TVCM 방영 등으로 성공을 거두고 있으며, 제품면에서도 농후한 맛을 강화하며 인기를 모으고 있음

<일본산 제3맥주 브랜드별 점유현황>

(단위 : 백만엔)

브랜드명 (제조사명)	이미지	가격 (엔/350ml)	2012년		2013년(예측)	
			판매액	점유율	판매액	점유율
노도고시<생> (기린맥주)		116	149,100	29.4%	143,000	27.6%
킨무기 (산토리맥주)		103	83,200	16.4%	87,400	16.9%
클리어 아사히 (아사히맥주)		103	74,300	14.7%	85,400	16.5%
보리와 홉 (삿포르맥주)		110	45,600	9.0%	43,300	8.4%
아사히 오프 (아사히맥주)		110	24,700	4.9%	25,400	4.9%
그 외			608,050	25.6%	133,300	25.7%
합 계			506,850	100.0%	517,800	100.0%

※ 후지경제연구소 통계자료 참고

※ 맥주가격은 www.coneco.net 참고(세별도)

● 일본 제3맥주의 가격구조

- 맥주 45.1%가 주세인 반면, 발포주 34.3%, 제3맥주 24.9%가 주세

※ 제3맥주 주세는 맥주 주세의 55% 정도 저렴

<일본 맥주류 가격구조 분석>

분류	원가	주세	소비세	소비자가격
제3맥주(350ml)	104엔(75.1%)	28엔(24.9%)	7엔	139엔
발포주(350ml)	104엔(65.7%)	47엔(34.3%)	8엔	159엔
맥주(633ml)	189엔(54.9%)	139엔(45.1%)	16엔	345엔

※ 출처 : 맥주주류조합(소비세는 5% 적용)

◆ 참고 : 일본 주세법상 맥주류

- ① 맥주 : 맥아 사용량이 2/3 이상인 것(세율 22만엔/1kl)
- ② 발포주 : 맥아 이외 원료의 사용량이 1/3 이상인 것(세율 13만 4,250엔~22만엔/1kl)
- ③ 신 장르(제3맥주) : 신 장르(제3맥주) : 맥아 이외 또는 발포주에 증류주를 첨가한 것(세율: 8만엔/1kl)

<제 3맥주 : 일본 주세법 제23조 제2항 제3호>

- ① 기타 양조주(발포성) : 당류, 홉, 물 및 대두, 엔도, 옥수수 등을 원료로 하여 발효시킨 것
- ② 리큐얼(발포성) : 맥아비율 50% 미만의 발포주에 스피리츠를 첨가한 것으로 엑기스분이 2% 이상인 것

한국산 제3맥주 시장동향

● 한국산 제3맥주 현황

- 한국산 제3맥주 증가추세
 - '09년 59백만달러에서 '13년 139백만달러 증가(135% 증가)
- 일본 대형유통업체 PB 상품으로 지속적인 증가 추세
 - 이온 '배리얼', 유니 '샤인몰트'('13년도 전년대비 180% 성장)
- 수입벤더업체 PB로 증가추세
 - 가와쇼푸드('04년) 약사스('08년), 도시샤('08년), 일본주류판매 등

<한국산 제3맥주 현황>

제조사	상품명	가격(350ml)	발매년	유통현황	수입사
하이트	무기노스케	88엔	2008년	코노미야 등	도시샤
하이트	프라임 드래프트	87엔	2004년	-	가와쇼푸드
하이트	샤인몰트	88엔	2012년	유니·이즈미야·후지 PB	진로재팬
하이트	배리얼	88엔	2010년	이온 PB	진로재팬
오비	고다와리 링무기	85~100엔	2008년	-	약사스
오비	카이하이	88엔	-	-	일본주류판매
-	爽生	98엔	2011년	헤이와도 등	일본유통산업

<제품 이미지>



무기노스케



프라임
드래프트



샤인몰트



배리얼



고다와리
링무기



카이하이

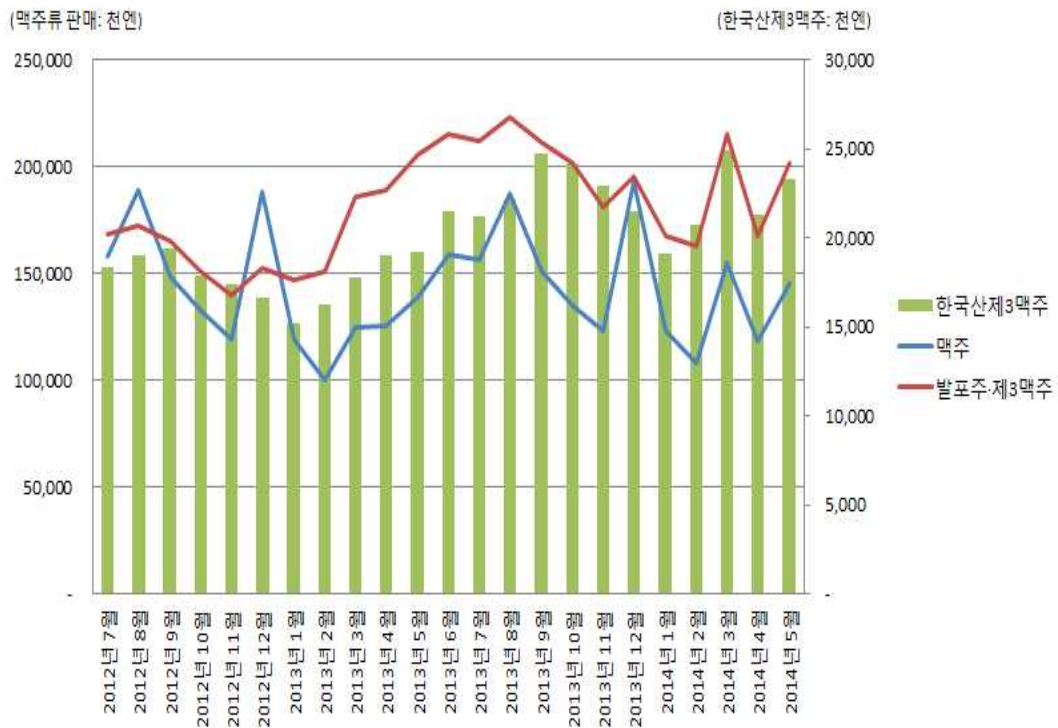


爽生

● K유통업체 한국산 제3맥주 판매현황 분석

- '12년 7월부터 PB로 판매시작 당시 맥주류 판매 점유율 5.6%를 보였으며, '13년 11월은 최고 7.5% 점유율 상승을 보이고 있음
- '14년 들어서서 1월 전년동기 대비 26%, 2월 27%, 3월 40%, 4월 12%, 5월 21%로 각각 상승세를 보이고 있음
- 특히, '14년 3월은 소비세 증세 전 사재기 영향으로 '13년도에 가장 많이 판매 된 9월보다 높은 25백만엔 판매를 보이고 있음

<한국산 제3맥주 판매추이>



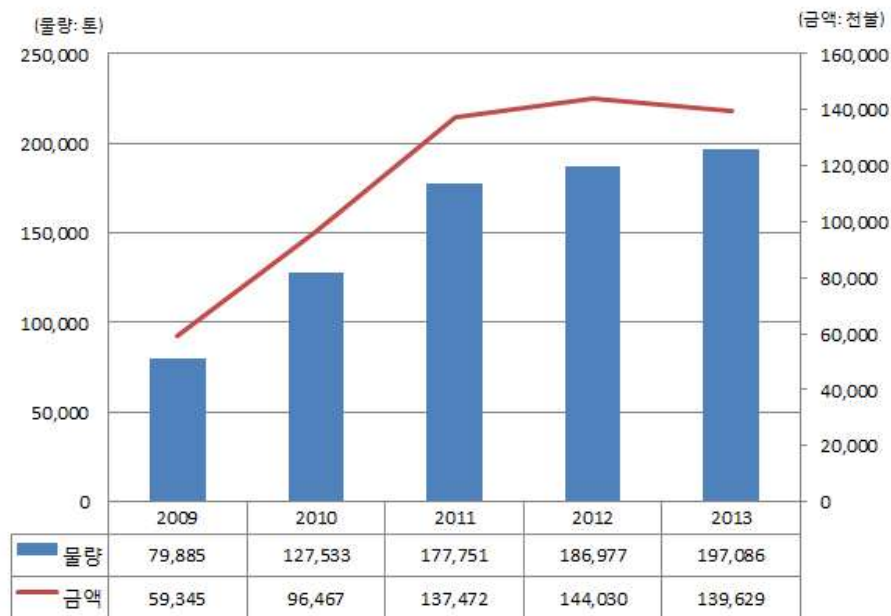
※ 관서지역 K대형유통업체 2013년도 맥주류 POS데이터 분석

● 제3맥주 대일본 수출현황

- 일본과의 근거리인 점으로 인해 물류, 가격경쟁력으로 인해 현재 대형유통업체 PB 상품으로 증가추세이지만, 엔저영향과 일본산 제3맥주 가격인하 경쟁 가속화 속에서 경쟁이 심화되고 있음
- 대일본 한국산 맥주류 수출은 제3맥주가 대부분이며 '10년은 96백만불로

- 전년동기대비 63% 성장을 보이며, '11년은 42% 증가하는 등 성장세를 보임
- '12년은 금액기준 전년동기대비 5% 성장, '13년은 3% 성장하는 등 일본 제3맥주 성숙기 진입으로 인해 증가율 둔화세를 보이고 있음
 - '14년 6월 누계 73백만불로 일본의 '14년 4월 단행된 소비세 인상으로 인한 수요발생으로 전년동기 대비 9% 성장을 보이고 있음

<제3맥주 대일수출현황>



※ 출처 : Kati 무역통계

● 한국산 제3맥주의 경쟁력

- 한국산 제3맥주는 일본산과 비교하여 기술적 격차가 거의 없으며, 근거리이기에 물류비 절감 및 관리 용이 등으로 경쟁력이 있음
- 한국산 제3맥주의 수입가격은 28엔, 일본 내 도매가격은 60엔 정도이며, 소매가격은 다양하게 책정되어 있으나 대략 88엔 정도로 일본산에 비해 58% 정도 저렴한 가격에 소매유통점에서 판매되고 있음

<한국산 제3맥주 일본 내 가격구조>

수입가격	도매가격	소매가격
28엔	60엔	88엔

일본의 제3맥주 시장 전망

- '13년부터 시장 성숙기에 접어든 제3맥주는 맥주류 시장 침체에도 불구하고 점유율은 높아질 것으로 예상되지만, 과거와 같은 급격한 판매 증가는 예상되지 않음
 - 저가격지향 경쟁은 계속되겠지만, 맛과 기능성을 추가한 신상품 출시 가속화 예상
- ⇒ 제3맥주의 맥주류 시장 점유율은 '16년도에 29.2%로 성장 예상

<제3맥주 시장점유율 추이>

(단위: 백만엔)

년도	맥주류	제3맥주	점유율
2005년	2,181,300	248,600	11.4
2006년	2,193,500	303,600	13.8
2007년	2,182,200	318,200	14.6
2008년	2,118,200	360,900	17.0
2009년	2,047,900	436,900	21.3
2010년	2,024,300	492,900	24.3
2011년	1,945,070	501,500	25.8
2012년	1,929,850	506,850	26.3
2013년(예측)	1,913,650	517,800	27.1
2014년(예측)	1,890,200	523,000	27.7
2015년(예측)	1,864,200	528,000	28.3
2016년(예측)	1,831,600	535,000	29.2

※ 후지경제연구소

- 한국산 제3맥주는 일본 내 증가추세이나 엔저 영향과 일본 제3맥주 시장의 성숙기인 점을 감안하면 성장세는 둔화될 것이 예상됨
 - 엔저 지속이 예상되지만, 일본 경기 회복의 불투명성으로 인해 저가격 지향적인 상품의 수요는 지속될 것이 전망되기에 한국산 제3맥주 성장세가 예상됨
 - 일본산과의 가격경쟁과 더불어 품질 차별화를 통한 농후한 맛 강화 및 기능성이 향상된 신규 상품 투입이 계속될 것이 전망되기에 일본산과의 경쟁이 심화될 것이 예상됨

시사점

● 가격경쟁력 향상과 고품질화를 통한 한국산 제3맥주 수출 강화 필요

⇒ 제3맥주는 가격에 민감한 상품이며, 99%가 가정용으로 판매가 되고 있기에 대형유통업체 PB상품화를 통한 수출 확대 노력 필요

※ 맥주는 맛, 제3맥주는 가격이 구매 결정요소

구분	맛	목넘김 맛	가격	저열량,푸린구성	브랜드
맥주	70.7	16.0	7.7	1.1	3.4
발포주	36.9	19.3	28.6	11.5	2.3
제3맥주	35.0	13.0	42.1	6.7	1.5

※ 일본 가격.COM 리서치 조사 참고

● ‘13년 일본의 제3맥주 시장 성숙기 진입에 대한 대응으로 다양한 기능을 추가한 신규상품 투입 등의 수출확대 노력이 요구됨

⇒ 농후한 맥주 맛으로 개선이 필요하며, 칼로리 OFF와 같이 기능성을 향상시킨 상품 강화 필요

※ 일본주료조합, 후지경제연구소, 야노경제연구소, kATI무역통계 참고

[문의 : 오사카aT센터 유정열 / yjy@atcenter.or.jp]