

일본단신뉴스	맥주계 음료의 주류세 조정 움직임	2014.10.27
도쿄aT센터		

일본 정부·여당은 맥주계통 음료에 부과하는 주류세에 대하여 주류간 세액격차를 단계적으로 축소하는 방향에 대해 검토를 시작했다. 맥주에 대한 세율을 낮추고, 맥주보다 세액이 적은 발포주와 제3맥주는 올리겠다는 것이다. 주류세가 상품 가격에 큰 영향을 끼치며 시장 경쟁을 부추겼다고 판단했기 때문이며, 맥주업계의 상품 개발과 경영전략에도 영향을 줄 것으로 본다.

☞ 맥주계통 음료란?

맥아의 비율과 제법으로 각 4종류로 나뉘지며 각각 다른 세율이 적용된다. 그 중 소비율과 세율이 가장 높은 것은 **맥주**로써 원료의 3분의 2 이상의 맥아를 사용한다. 맥아의 사용량을 그보다 줄인 것이 **발포주**이고 세액은 맥주 다음으로 높다. 맥아의 사용량이 가장 낮은 것은 **제3맥주**로써 그 중에도 발포주에 증류수를 더해 술로 분류된 것과, 맥아 이외의 주원료를 사용한 것 2 종류가 있다.

- 일본 여당은 ‘15년 10월에 소비세의 추가 증세의 영향과 맥주업계의 동향을 지켜보면서 12월에 있을 15년도 세금제정대강에서 해당 실시 내용, 즉 시기 및 축소 폭을 적용할 방침이다.
- 자민당 세제조사회 등은 맥주의 감세로 소비자의 이해를 얻을 수 있다고 생각하고 있으나 발포주등의 가격이 오르게 되면 저가격 지향의 소비자의 불만을 사게 되어 검토 작업이 난항에 부딪힐 가능성도 배제할 수 없다.
- 현재, 맥주계통 음료에 드는 주류세는 보리의 비율 등 사용되어지는 원료에 따라 세금의 차가 발생한다.
350ml당 맥주의 세액은 77엔이며 발포주가 47엔, 제3맥주는 28엔이다.
(평균소매가격은 맥주가 223엔, 제3맥주가 144엔으로 이 가격차 79엔 중 세금에 의한 차가 약 60%를 차지하고 있다.)

< 맥주계통 음료(350ml당) 주류세 현황 >



*재무성 자료에 따라 적성, 소매가격은 대형 편의점 3사 가격 평균 (소비세포함)

- 세제조사회는 ‘세 부담이 적은 상품의 개발을 유도하는 것은 좋지 않다’며 세제개편에 대한 강한 의지를 표시했다. 정부·여당은 세액차를 단계적으로 축소하여 중장기적으로 통일할 것을 염두하고 있다.

■ 일본의 맥주계통 음료 시장

- 정부 여당이 맥주계통 음료의 세율격차 축소를 검토함에 따라 맥주 대기업들은 그에 상응하는 상품전략 수립을 피할 수 없게 되었다.
- 소비자들의 저가격 지향에 대응하기 위해 각 기업들은 비교적 저렴한 제3맥주의 판매를 강화해왔으나 점두의 가격차가 좁혀지면서 맥주 회복의 흐름이 일어나고 있으며 제법과 원료에 제약이 많은 제 3맥주는 상품 범위를 축소할 가능성도 있다.
- 제3맥주는 2003년 등장 이래, 저렴한 가격으로 수요를 늘려 맥주계통 음료의 약 3분의 1을 차지할 만큼 성장했다. 그러나 사용이 가능한 곡물 및 원료 발포주에 대한 제법 등의 규정이 생기기 시작하면서 상품 개발의 자유도가 낮아져 최근에는 이렇다 할 히트상품이 나오지 못했다. 올해 1월부터 8월의 출하량은 여름 이상기후의 영향으로 전년 동기에 비해 3.5% 감소하였다.

- 맥주계통 음료의 절반을 차지하는 맥주는 경기 회복과 더불어 제대로 된 상품을 선호하는 소비자들의 성향이 높아지면서 점차 회복 조짐을 보이고 있으며 각 업체들은 광고 선전과 판촉활동을 강화하고 있다.
- 시장규모가 큰 맥주의 세율이 낮아지는 것에 대해 업계에서는 긍정적으로 생각하고 있으나 3개 카테고리의 구성비가 각 업체별로 다르기 때문에 그 영향 또한 다르게 나타날 것이라는 추측이다.
- 아사히 맥주는 맥주의 비율이 약 76%로 가장 높으며, 산토리 맥주는 약 51%, 기린 맥주는 45%에 그친다. 따라서 이번 적용 세율의 재검토 방침에 따라 아사히의 경우 긍정적 영향이 있을 것으로 보이는 반면, 산토리, 기린의 경우 불리하게 작용할 가능성이 있다.

■ 시사점

- 현재 한국산 맥주계통 음료는 대부분이 가격이 저렴한 제3맥주가 대형유통 업체의 PB제품으로 수입 판매되고 있어 세율조정 시 시장규모 축소 가능성이 높음.
- 유통업체의 판매전략을 고려하여 맥주 등 프리미엄 제품의 개발 제안 등 일본시장 환경 변화에 따른 상품개발 및 마케팅 노력 추진이 필요함.

<자료원 : 일본경제신문 '14.10.24>