

1. 일반 정보

☐ 기본 품목 정보

○ 영 명: Korean traditional liquor

○ HS Code

- 과실주

(사과주) 2206-00-1010

(배술) 2206-00-1020

(기타과실발효주) 2206-00-1090

- 곡물발효주

(청주) 2206-00-2010

(약주) 2206-00-2020

(기타곡물발효주) 2206-00-2090

- 기타발효주

(과실, 곡물발효주 이외 기타) 2206-00-9090

품 목	HS Code	영문명
탁 주	2206002030	Takju
약 주	2206002020	Yakju
청 주	2206002010	Cheongju
기타과실발효주	2208709000	Fermented beverage prepared from fruits
인삼주	2208701000	Ginseng wine
기타 주류	2208709000	Other Liqueurs

□ 전통주의 개념

○ 통주라 함은 통상 주세법 시행령 “제9조 제2항 2호 다~라”에 규정한 「민속주」와 동
시행령 “제9조 제2항 2호 나”에 규정한 「농민주」를 통칭하여 일컬음

- 주세법 제22조 3항에 민속주와 농민주를 포함한 전통주 개념 명시

○ 민속주 (주세법) 시행령 제9조

- 전통문화 전수보전에 필요하여 문화재청장, 시도지사가 추천하여 지정한 술

- 전통식품명인 중 농림부장관이 추천한 술

○ 농민주 (주세법) 시행령 제9조

- 농업인, 생산자단체가 자기가 생산한 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류

○ 막걸리

- 곡류와 국(곡류 외 전분, 당분 등이 포함된 원료 등) 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술로,
덧을 여과하지 않고 혼탁하게 제성한 것

<전통주 분류방식>

구 분	분 류	주 종
주세법 분류	주 정	
	발효주류	탁주, 약주, 청주, 맥주, 과일주
	증류주류	증류식소주, 희석식소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르주
	기타주류	
전통문화적 분류	발효주	탁 주: 일반탁주(막걸리 등), 고급탁주(이화주 등) 가향약주: 가향주(꽃잎, 과일껍질, 잎 등 부재료 사용) - 약주(인삼, 오가피 등 생약재 사용) 청 주
	증류주	소주: 순곡소주, 가향소주, 약용소주 혼성주(리큐르): 인삼주 등 침출주, 가향, 감미주, 합성주 등
전통민속적 분류	양조곡주	① 순곡주류 < 거르는 방법에 따라 > - 탁주: 일반탁주(밀누룩), 특별탁주(쌀누룩) - 청주: 약주 < 빛는 방법에 따라 > - 일반주(단양주, 이양주, 삼양주, 사양주, 오양주), 이양주(異釀酒) ② 혼양곡주류 - 약용곡주류: 곡물과 약재로 빛은 약용주 ·단양 약용주, 이양 약용주 - 가향곡주류
	증류주	① 순곡증류주: 단양증류주, 이양증류주, 삼양증류주 ② 약용증류주 - 단양약용증류주: 소주에 약재를 넣은 약용증류주 - 이양약용증류주: 곡물과 약재를 넣은 약용증류주

<주종별 주세>

구분	세율(%)	구분	세율(%)	구분	세율(%)	구분	세율(%)
탁 주	5	증류식소주	72	맥 주	100	브랜디	72
약 주	30	희석식소주	72	과실주	30	일반증류주	72
청 주	30	위스키	72	리큐르	72	기타리큐르	72

□ 전통주 관련 제도 변천

○ 농민주/민속주에 대한 별도의 제조면허제 도입(1993)

○ 원료사용 및 제조방법에 대한 규제완화(1998)

- 탁주원료로 인삼, 대추, 잣 등 식물성 약재 첨가 허용

- 탁주(3), 약주(13), 청주(14)의 알콜도수 제한규정 폐지

○ 특정주류에 대한 판매 및 유통규제 완화(1998-2001)

- 특정주류도매업자면허 신설로 슈퍼가맹점 등 직판허용

- 제조업자가 실소비자에게 직접판매 허용

- 1회 5(98), 20(03)병씩 우체국을 통한 우편판매 허용

- 막걸리 지역 내 판매제한 폐지

○ 농민주 및 민속주에 대한 자금지원

- 1991년 이래 52개 업체에 136억원(보조 45억 포함) 지원

- 그밖에 농식품부에 의한 연구개발 및 홍보, 판촉 지원

○ 농민주 중 200㎏ 미만 과실주생산자 주세 50%경감(2005)

- 200㎏ 미만 전통주(증류주는 100㎏미만)에 확대적용(2007)

○ 전통주 산업 육성에 관한 법률 처리(2009)

□ 생산동향

- 전통주 내 비중 생산액 비중이 높은 순서는 약주, 증류식소주, 탁주 순임

- 생산량 기준으로 비중을 차지하는 순서는 막걸리, 약주, 증류식소주 순임

<전통주 연도별 출고량>

(단위: ㎏)

구 분	07년	08년	09년	10년	11년
총 계	967	1,019	920	1,736	2,119
막걸리	268	220	326	940	1,375
약주	467	511	284	508	478
청주	-	-	-	-	-
과실주	-	-	-	7	-
증류식 소주	164	195	197	200	198
리큐르	60	78	67	63	57

자료원: 국세청 통계연보(수입주류의 출고량은 제외)

- 2012년까지의 자료를 보면 전통주의 생산량은 전년 대비 122% 증가한 2,119㎏이며,
그중 막걸리의 비중이 64.8%로 가장 높음

- 최근 막걸리의 인기에 힘입어 주류 중 막걸리의 생산량 비중은 2009년을 기점으로 큰 성장세에 있으며, 이러한 추세는 2011년에도 이어지고 있음

2. 수출입 동향

1) 수출 동향

○ HS Code: 220600, Fermented Beverages, Nsoi (Incl Cider, Perry & Mead); Mixtures Of Fermented Beverages & Mixtures Of Fermented Beverages & Non-Alcohol Beverage Nsoi

< 한국 전통주 수출 실적 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	122,034,365	146,911,427	196,914,939	215,590,058	187,540,606	209,824,165
1	Japan	113,239,165	141,370,508	187,159,013	210,061,008	176,875,957	203,557,428
2	United States	3,800,822	2,329,452	4,147,359	2,347,725	4,050,755	2,352,314
3	China	2,565,046	1,391,754	2,470,429	1,730,933	2,982,918	2,228,381
4	Australia	267,242	202,362	804,512	357,053	819,205	322,452
5	Malaysia	401,416	65,453	510,540	89,051	565,733	122,928
6	Vietnam	421,996	278,506	403,455	277,614	375,653	237,722
7	Hong Kong	170,771	90,451	215,565	114,951	284,210	160,315
8	Singapore	86,097	45,112	115,327	56,718	261,851	155,943
9	Canada	137,352	65,187	122,744	55,935	160,351	61,394
10	Philippines	101,953	75,316	102,259	63,715	127,954	95,967

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 15)

○ 전통주의 2012년 수출액은 187,540,606 달러이며, 수출량은 209,824,165 L임

○ 전통주의 주요 수출국에는 일본, 미국, 중국 등이 있음

○ 2012년 전통주가 가장 많이 수출된 곳은 일본으로 176,875,957 달러이며, 203,557,428 L임

2) 수입 동향

○ HS Code: 220600, Fermented Beverages, Nesoi (Incl Cider, Perry & Mead); Mixtures Of Fermented Beverages & Mixtures Of Fermented Beverages & Non-Alcohol Beverage Nesoi

< 품목의 국가별 수입 실적 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	16,691,292	4,420,839	18,647,825	4,800,615	21,432,390	5,675,097
1	Japan	13,725,051	2,773,115	14,366,491	2,650,699	15,287,868	2,795,894
2	Australia	2,010,742	935,204	2,930,466	1,277,694	3,956,190	1,699,864
3	United States	486,995	243,150	829,739	419,485	1,280,522	467,769
4	Germany	345,657	398,138	328,495	339,172	405,372	460,854
5	Sweden	-	-	-	-	148,212	94,167
6	South Africa	29	1	9,025	479	88,170	31,990
7	China	22,390	3,169	27,220	3,236	60,408	13,305
8	Vietnam	28,312	31,191	41,165	47,035	49,560	44,822
9	Belgium	23,538	9,979	35,097	15,682	41,019	19,122
10	Taiwan	17,944	5,760	17,935	5,760	28,245	8,640

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 15)

○ 전통주의 2012년 수입액은 21,432,390 달러이며, 5,675,097 L임

○ 전통주의 주요 수입국에는 일본, 미국, 호주, 독일 등이 있음

○ 2012년 전통주를 가장 많이 수입한 곳은 일본으로 15,287,868 달러를 수입하였으며, 2,795,894 L를 수입함

3. 일본 시장 동향

□ 일본 생산동향

○ 2012년 7월, 농촌진흥청은 맥주처럼 거품 있는 ‘거품막걸리’를 개발. 외국인 입맛을 사로잡음

- 농촌진흥청은 최근 전통발효기술에 현대적 주조기술을 더해 막걸리 고유의 맛과 색은 유지하면서 맥주처럼 하얀 거품이 일어나는 ‘거품 막걸리’ 개발에 성공

- 복분자, 산수유, 치자 등 소비자의 입맛에 맞춘 과일의 포도당을 첨가해 2차 발효를 하면 막걸리에 포함된 탄산의 양이 늘어 청량감과 함께 붉은색, 노란색 등 눈으로 즐길 수 있는 색깔 있는 막걸리 제조도 가능

○ 일본의 청주 시장동향

- 일본의 전통주인 청주(일본에서는 니혼슈라고 부름)가 퇴조하고 소주가 약진하고 있음. 소주의 경우 칵테일 등 마시는 방법을 다양하게 달리 할 수 있어 특히 젊은층 소비자들에게 인기가 높은 반면, 청주의 경우 같은 알콜도수에 비해 상대적으로 가격이 비싸며 장기불황에 따른 소비자의 저가품 선호, 이튿날의 숙취 등, 건강에 나쁜 이미지 등으로 소주에 비해 상대적으로 소비자들에게 그 인기를 점점 잃어가고 있음

- 주식인 쌀을 양조해서 만드는 청주清酒(日本酒)는 일본의 전통적인 술로서 일본인의 생활에 깊게 파고들어 있으며, 독자적인 음주문화를 형성해왔음

- 청주 양조원(장)은 전국적으로 2,076개소에서 제조되고 있음

- 일본주는 데워도 좋고 차게 해도 좋은 세계에서 보기 드문 술로서 음용 온도도 타 주류에 비해 폭이 넓어 5℃~55℃ 정도까지 광범위하게 걸쳐있으며, 또한 봄, 여름, 가을, 겨울 등 일본의 사계절의 변화와 함께 생겨난 술로서 일본의 독특한 기후풍토가 만들어 낸 술이기도 함

○ 일본 가공식품 생산기업

회사명	분야	매출액 (백만, 엔)	매출액 (백만, 달러)	회계연도
Kirin Brewing Co	알코올 음료	2,071,774	26,017.34	2011-11
Asahi Breweries Ltd	알코올 음료	1,462,736	18,369.04	2011-11
Sapporo Holdings	알코올 음료	454,099	5,702.58	2011-12
Suntory	알코올 음료	1,802,791	22,639.45	2011-12

출처: BMI, Trade Press, 각 회사 웹사이트 (2013.1.30)

□ 일본 수입동향

○ 전통주의 주요 수입국에는 한국, 중국, 프랑스 등이 있으며 특히, 한국에서의 수입이 가장 큼

- 한류의 영향과 막걸리의 지속적인 인기로 인하여 전통주 수입량이 매년 지속적으로

증가하고 있음

- 막걸리 외 최근 복분자주 등 젊은 층을 겨냥한 과실 발효주의 인기 또한 수입량 증가에 영향을 끼치고 있음

○ HS코드 6단위, 220600, Fermented Beverages, Nsoi (Incl Cider, Perry & Mead); Mixtures Of Fermented Beverages & Mixtures Of Fermented Beverages & Non-Alcohol Beverage Nsoi

< 전통주의 국가별 수입추이 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	165,455,759	157,420,300	270,701,124	240,964,558	278,607,885	255,457,801
1	Korea South	120,342,237	132,291,938	209,577,005	202,268,787	201,884,251	202,969,859
2	China	16,435,238	7,178,188	16,496,934	7,160,729	16,536,807	7,088,350
3	Thailand	5,984,845	7,188,397	13,536,945	15,544,948	16,323,443	18,384,794
4	France	9,094,454	1,570,352	12,357,059	1,938,164	15,162,865	2,310,230
5	Belgium	2,600,728	2,030,051	5,262,588	4,296,975	13,548,980	13,693,173
6	Taiwan	3,198,021	3,173,575	4,369,752	4,832,076	3,491,629	3,606,553
7	Vietnam	1,098,081	1,527,049	1,794,674	2,301,435	2,765,049	3,843,805
8	Spain	1,776,031	612,548	2,125,940	692,102	2,584,357	938,808
9	Germany	1,177,513	491,535	1,323,921	483,612	1,752,488	758,352
10	Italy	863,030	147,144	711,298	142,005	1,100,460	251,245

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 8)

- 수입액을 기준으로, 2012년 일본으로 수입된 전통주는 278,607,885 달러로 조사되었음

- 주요 국가는 한국, 태국, 중국, 프랑스 등으로 집계

- 2012년 기준 국가 수입액으로는 한국이 201,884,251 달러로 가장 높으며, 중국이 16,536,807 달러임

○ HS Code: 2206002030, 탁주

< 일본의 對한국 탁주 수입동향 >

(단위: 천 달러, %)

구 분	2011년	2012년	증감률
일 본	48,419	31,990	-33.9

출처: KITA (2013. 5. 20)

- 수입액을 기준으로, 2012년 일본으로 수입된 한국 탁주는 31,990,000 달러로 조사. 이는 전년대비 33.9% 감소한 금액

□ 일본 유통동향

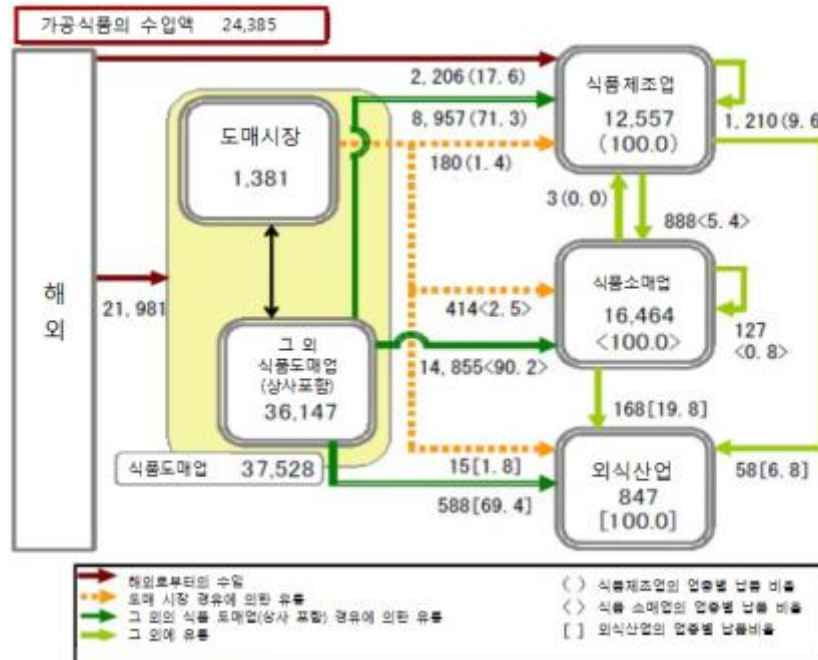
○ 가공식품 유통동향

- 식품 산업에 있어서의 가공 식품의 수입액수는 2조 4,385억 엔으로, 이 중 식품 도매업의 수입 가공식품 구입이 2조 1,981억엔임

- 업종별로 수입 가공 식품의 구입액을 보면, 식품 제조업은 1조 2,557억엔, 식품 소매업은 1조 6,464억엔, 외식산업은 847억엔으로, 그 외 식품 도매업(상사 포함)으로부터의 구입이 각각 71.3%, 90.2%, 69.4%으로 가장 높음

<수입 가공식품의 유통 구조 및 주요 유통 경로별 구입액>

단위: 억 엔, 괄호 안은 %



○ 전통주 유통동향

○ 수입자는 중간 유통상을 통해 최종 소비자 (마트, 대형유통매장, 식당 등에공급

- 판매가(1 litre PET병): 600~650엔(마트, 대형유통매장) / 1,200~1,500엔(식당가)

- PET병 300ml대: 400~500엔, 700ml대: 500~550엔

○ 주요 유통상: 코쿠부, 일본주류판매, 이토츠키식품, 로쇼큐 Liquor 등

○ 유통구조: 주류 전문벤더를 통해 공급되는 비중이 높으며, 동일한 유통상이라도

마트보다 식당가로 들어가는 공급가가 더욱 비싼 편임

- 예컨대 오사카의 한 유통업자는 1리터 PET병 막걸리를 마트에 380엔에 공급, 반면 식당가에는 420엔에 공급

- 수입자 → 중간유통상(1~2차) → 마트, 한국식품양판점, 대형유통매장 등

- 수입자 → 중간유통상(1~3차) → 식당가(한식당, 이자카야 등 일식당)

○ 유통마진율(추정치)

- 수입자(15%), 중간유통상(15~25%), 한인마트(25~50%), 마트, 대형유통매장(30~50%)

- 식당가(50~100%): 식당의 경우 유통단계가 더욱 복잡해 판매가 및 마진율이 가장 높음

○ 소주 유통동향

- 일본 내에서 유통되는 소주의 경우, 크게 두 가지로 구분

- 국내 각 소주 메이커가 일본에 현지법인을 설립하고 일본인 취향에 맞춘 소주를 정식으로 수입하여 일본 내 각 슈퍼나 외식업체를 통해 유통하는 경우

- 국내용 소주를 도매상(인천, 부산 등에 소재)을 통해 구입하여 시노모세키, 오사카, 후쿠오카항을 이용한 정기 페리호를 통해 수입하여 한국 야끼니쿠점을 중심으로

유통되는(이른바 핸디캐리 상품) 경우

- 첫 번째 경우의 상품은 외식업체 및 일반 슈퍼를 통한 판매 비율이 약 7:3 정도인 것으로 파악됨

- 유통경로: 제조업체 → 일본내현지법인 → 주류도매상, 주판점 → 슈퍼 및 외식업체 → 소비자

- 두 번째 경우의 상품은 거의 일본의 일반슈퍼에서는 팔리지 않고 있고 한국의 전문 핸디캐리업자들에 의해 수입되어 한국의 야끼니쿠 식당에서 소비되는 것이 대부분

- 유통경로:

↗ 한국시장 → 한국식당

보따리상 → 일본 내 핸디캐리업체 → 도매업체 → 한국

↘ 한국식당

○ 약주 유통동향

- 산사춘, 복분자주의 경우 주로 한국계 상사들이 수입하여 주류도매업체를 통해 한국식당을 중심으로 판매됨

- 정식으로 이들 주류를 수입하는 업체들의 경우 최근 이들 종류의 주류의 매출이 증가하자 핸디캐리를 통한 물품의 수입이 늘어나 이들과의 경쟁이 다소 심화되고 있음

- 산사춘의 경로는 한국식품취급도매업체(90%정도)가 1차 유통하여 일본주류상과 한국식품취급 중도매업체를 통해 음식점이나 주류 판매소매점 등으로 유통되는 것이 대부분이며 일부는 백화점 등에서 개최되는 한국식품 이벤트에서 도소매가 이루어지고 있음

□ 일본 가격동향

○ 일본에서 판매되고 있는 전통주 가격

제품명	사진	가격 (엔)	무게	원산지	제조사
서울 막걸리		217	350 ml	한국	(주)SUNTORY 서울 탁주
진로 막걸리 (요구르트 맛)		176	350 ml	한국	(주)JINRO
CJ 맛있는 막걸리 그레이프 후르츠맛		217	350 ml	한국	(주)샷보로 맥주 CJ
카르피스 막걸리		176	340 ml	한국	카르피스 (주)
E-DON 막걸리 (석유· 유자 맛)		222	350 ml	한국	(주)이동

가라쿠사 막걸리 (唐草 まっこり)		950	720 ml	일본	하마치주조 浜地酒造
홈란 막걸리 (ホームラ ンまっこ り)		1200	720 ml	일본	다테노 카와 주조(주) 楯の川酒 造(株)

출처: KITA 내부 조사 (2013. 1. 3)

□ 일본 소비동향

○ 술 소비동향

- 일본인이 좋아하는 음료 베스트 20은 응답률 순으로 맥주, 과일주 (매실주 등), 소주, 청주, 와인, 발포주, 칵테일, 사와, 위스키, 스파클링 와인, 브랜디, 진, 아와 모리, 쇼코주, 보드카, 막걸리, 럼주, 젤리형 술로 나타남 (순위의 순서대로 기재)

- 남성의 경우 "소주"가 2 ~ 3위에 랭크되어 있는데, 여성의 경우는 세대별로 5위, 내지 8위로 순위가 낮은 편. 반대로 "과일주 (매실주 등)"는 여성은 1 ~ 2위인 반면, 남성은 4 ~ 7위로, 남녀의 취향 차이가 엇보임

- 복수의 응답률 분포가 남성이 더 다수로 나타나면서 남성이 여성보다 술을 즐기는 경향도

강한 것으로 분석됨

- 한편, 남자는 어느 연령대라도 술을 좋아하는 경향이 있지만, 여성의 경우는 노인보다는 중년층, 중년층보다는 젊은 이가 술을 좋아하는 것으로 분석됨

○ 막걸리 소비 추이

- 2012년 상반기 이후, 선토리(롯데주류 장수막걸리), 진로, 이동이 일본 내 전체 막걸리 시장의 80% 이상 차지하고 있음. 선토리, 진로가 소매의 대부분, 업무용은 이동 막걸리 강세
- 2010년부터 가파른 상승세를 보인 막걸리가 2011년 선토리, 진로 등 대기업의 본격적 시장 참여로 최근까지 매년 3배 가까운 성장세를 보임
- 일본 업체의 막걸리 생산은 청주 생산업체에서 청주 생산 중 틈을 내서 한시적으로 만드는 부분이 많아 시장 장악력이 크지 않았지만 최근 업무용 1,000ml 시장에 일본 막걸리 회사(히마치주조, 다테노카와주조 등)의 기존 판매루트를 활용한 지속적인 공급으로 상당부분 위협을 받고 있는 상태
- 2011년 막걸리 인지도가 한류를 통해 급속히 확산되었으나 주 소비층인 20~30대 여성층이 유행에 민감하고 주류소비 충성도가 낮아 막걸리 소비가 감소하면서 현재 가격을 하락시켜도 소비가 늘지 않고 있음
- 또한 저알콜, 무알콜 도수의 주류가 인기를 끌고 있으며, 장기간의 경기침체로 인해 저가의 제품이 인기가 있는 일본시장(제 3맥주 등 인기)에서 다소 고가의 막걸리의 판세 확대에 걸림돌

- 소비자의 수요가 늘지 않고 있음에 따라 각 업체에서는 저가로 납품하여 소비를 촉진시키려 하고 있으나, 소비가 이루어지지 않는 현 상태에서는 업체 간 과당경쟁으로 이어져 모든 피해가 생산업체에 전가되면서 수출보다는 국내 내수를 다지는 중소기업이 나오고 있음

- 한편 기존 막걸리 시장의 주를 이루었던 6%도수대의 제품보다는 3%대의 저알콜주에 다양한 맛(요구르트, 포도 등)을 첨가한 쉐하이 성격의 막걸리를 출시하고 있으나 안정화에 접어들어 일본 시장에서 신제품의 진입으로 신규 수요를 찾기에 상당한 어려움이 있음

□ 관세율

< 일본의 주류 관세율 >

HS 코드	품목명	일반	WTO
220600	Other fermented beverages	35% or 27 yen/kg	29.8% or 23 yen/kg

출처: 일본 관세청(2013. 5. 20)

< 일본의 주류 관세율 >

HS 코드	품목명	일반	WTO
220870	Liqueurs and cordials	141.10 yen/l	26 yen/l

출처: 일본 관세청(2013. 5. 20)

4. 미국 시장동향

□ 미국 생산동향

○ 미국 내에서 판매되는 술은 크게 도수가 높은 증류주(Distilled Spirits)와 저도주 인맥주, 와인 등 세 부분으로 구분

○ 또한 미국의 주류산업은 380만 개의 일자리와 786억 달러의 임금 지급으로 미국의 고용 창출에 큰 역할을 하고 있음

○ 특히 증류주는 전체 주류시장에서 30.0%를 차지하고 있어 맥주시장의 절반 수준임에도 불구하고 맥주와 같은 수익을 기록한 것은 수익률은 다른 주류보다 월등히 높은 것을 알 수 있음

○ 최근 주류 트렌드

- 주류업체들은 미국 내의 다양한 시장을 타겟으로 하는 다양한 제품군을 선보이고 있으며 다양한 국가로부터 주류를 수입하고 있어, 시장에 항상 새로운 제품이 선보이고 있음

- 최근에는 젊은 소비자층을 대상으로 향이 첨가된 제품들(Flavored liquor)이 다양하게 출시되고 있음

□ 미국 수입동향

○ HS CODE: 220600

- Cider, perry, mead and other fermented beverages and mixtures of fermented beverages and non-alcoholic beverages, n.e.s. (excl. beer, wine or fresh grapes, grape must, vermouth and other wine of fresh grapes flavoured with plants or aromatic substances))

< 미국의 전통주 국가별 수입추이 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	82,342,831	27,921,894	109,575,851	34,724,231	111,595,894	38,489,297
1	Japan	39,425,507	4,255,677	44,730,805	4,696,816	44,565,567	4,609,577
2	Canada	5,009,195	1,522,742	15,819,506	5,492,716	15,698,714	5,553,997
3	Ireland	12,647,730	6,059,112	15,229,400	5,640,862	15,066,825	6,174,426
4	Italy	4,803,251	1,649,313	5,359,086	1,619,636	8,515,473	2,528,196
5	United Kingdom	4,451,905	4,711,981	5,864,293	6,505,596	7,853,182	8,661,682
6	Spain	6,912,884	4,184,168	6,182,834	3,857,631	6,951,025	4,735,033
7	Korea South	4,343,870	3,187,363	4,495,176	2,967,875	4,059,876	2,636,157
8	France	739,371	315,687	1,147,956	369,484	1,414,142	480,193
9	China	790,989	436,191	870,511	464,715	1,014,793	450,908
10	Belgium	154,493	44,898	650,864	181,477	887,735	262,322

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 9)

- 수입액을 기준으로, 2012년 미국으로 수입된 전통주는 111,595,894 00 달러로 조사

- 주요 국가는 일본, 아일랜드, 캐나다, 이탈리아 등으로 집계

○ HS Code: 2206002030, 탁주

< 미국의 對한국 탁주 수입동향 >

(단위: 천 달러, l)

구 분	2011		2012	
구 분	물량	금액	물량	금액
미 국	1,883	2,008,141	2,051,200	1,836

출처: KITA (2013. 5. 21)

- 수입액을 기준으로, 2012년 미국으로 수입된 한국 막걸리는 2,051,200 달러로 조사.

□ 미국 유통동향

○ 음식료품 소매업

- 미국에서 식품소매점은 전체 매출에서 식품의 비중이 50% 이상 되는 점포로 정의되며, 판매되는 식품이 주로 점포 밖에서 소비된다는 점에서 외식 업체와 구분됨

- 미국의 식품소매업은 크게 종합식품점(grocery store)과 전문점(specialty food store)으로 구분됨. 종합식품점은 신선 및 가공식품은 물론 세제, 치약 같은 비식품 생활필수품을 종합적으로 판매하는데 반해, 식품전문점은 육류, 수산물, 청과물, 제과와 같이 단일 품목류에 특화된 식품소매점임

- 미국에서는 전문점에 비해 종합식품점의 비율이 압도적으로 높으며, 전체 식품소매점 중에서 종합식품점이 차지하는 비율은 95%에 이르고 있음. 우리나라와 비교했을 때,

한국은 과일가게, 정육점, 생선가게와 같은 전문점의 비율이 40% 정도로 높은 편

- 종합식품점은 슈퍼마켓, 편의점, 소형 식품점 등으로 구분되며 이 중에서는 슈퍼마켓이 73.6%의 점유율로 가장 비중이 큼. 슈퍼마켓 점포 수는 점포 대형화 추세로 감소하고 있으며, 평균 매장 면적은 취급 상품수의 증가에 따라 증가하고 있음. 슈퍼마켓에서 취급하는 평균 상품의 수는 1980년의 14,000개에서 2000년에는 40,333개로 급증

- 많은 수의 슈퍼마켓이 체인화 되어 체인본부에 의해 상품공급이 이루어지고 단일 경영진에 의해 통제되고 있음. 체인스토어는 종합식품소매점(grocery)의 총 매출액 중 65.2%를 점하고 있으며, 상위 20개 체인이 38.5%를 차지하는 등 집중화된 경향을 보이고 지금도 기업매수 및 합병 등이 진행되고 있음. 2012년 하반기, 상위 4대 슈퍼마켓 체인은 Kroger, American Stores Company, Safeway, Winn-Dixie stores 등

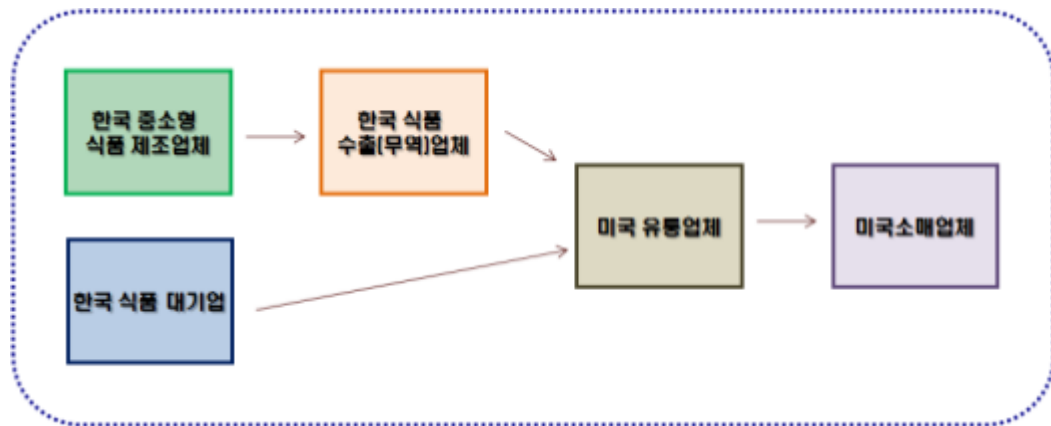
- 최근 미국의 슈퍼마켓은 전통적인 형태로부터 보다 규모가 크고 상품구색이 넓은 점포형태인 슈퍼스토어(Superstores), 콤비네이션 스토어(Combination Stores), 창고형 스토어(Warehouse stores) 등으로 변화하고 있음. 슈퍼마켓 다음으로 비중이 큰 식품 판매점은 10.6%의 점유율을 보인 편의점이며, 50% 정도가 주유소 병설형 점포임

- 그 밖에 소형 슈퍼마켓, 구멍가게, 델리숍 등이 식품소매시장의 나머지 16%를 차지하고 있음. 이들 점포들은 인구 밀도가 높은 대도시 도심지역이나 대형 슈퍼마켓이 없는 농촌지역에 주로 분포. 아울러 대도시 지역에서는 다수의 식품소매점들이 민속음식(ethnic food)과 같은 특수 식품을 판매하기도 함

- 식품 전문점(specialty store)은 베이커리, 청과물 판매점, 축산물 및 수산물 판매점 등으로 구성되어 있으며, 이 중 베이커리의 매출 규모가 가장 큰 것으로 조사되고 있음.

베이커리의 비중이 커지는 이유는 최근 들어 쿠키 및 베이글(bagel) 판매점이 증가하기 때문

< 한국 제품의 미국 유통루트 >



○ 한국 소주의 미국 유통현황

- 한국산소주는 매년 점유비중이 증가하고 있음. 이러한 소주의 수입비중 확대는 소주의 도수가 낮아지면서 과일과 곡물 발효주 제품시장을 저도수인 소주가 잠식하고 있는 것으로 분석됨
- 소주의 고급화와 소주 칵테일의 등장으로 교포 시장뿐만 아니라 주류시장으로의 저변 확대 시도하고 있는데, 대표적인 레몬소주를 비롯해 사과소주, 수박소주, 딸기소주 등 다양한 칵테일 소주가 등장
- 소주의 고급화 저도화로 과일 발효주 등 전통주를 선호하던 여성층의 사랑을 받는 대중주로 소비기반을 넓히고 있음
- 특히 소주는 1999년 특별법을 통해 저도주인 Beer & Wine 면허로 판매 가능토록 함에 따라 Hard Liquor 면허 없이도 소주를 판매할 수 있게 됨. 이에 따라 한식 및 일식당에서 소주의 판매가 보편화 된 바 있는데, 소주를 판매하는 한인업소의 75%는 Beer & Wine

면허를 가지고 소주를 판매하고 있음

- 대부분은 교포시장과 교포음식점에서 소비되나 소주업계의 활발한 박람회 참가 및 홍보이벤트 개최 등으로 히스패닉이나 백인 소비층을 공략할 준비를 하고 있음

○ 한국 전통주의 미국 유통현황

- 전통주는 과거에는 정종이 주종으로 노년층의 소비가 많았으나, 최근에는 각종 한약제 첨가 한약주, 과일발효주 등 다양한 제품이 출시되며, 소비층을 넓혀나가고 있으며 다양한 소비층으로부터 사랑을 받고 있음.

- 전통주는 10여 종이 치열한 경쟁을 보이고 있는데, 크게 약주와 과일주로 구분할 수 있음. 각종 한약재를 재료로 한 백세주가 대표적이며 천년약속, 오가피주, 산사춘, 가을국화 등 다양한 제품이 있으며, 과일주로는 가장 소비가 많은 복분자주에 이어 매실주, 머루주, 석류주 등이 있음

- 안동소주, 이강주 등 도수가 높은 술은 도수가 낮은 부드러운 주류를 선호하는 미국의 술 문화의 영향과 특유의 강한 향으로 교포시장 내에서도 큰 인기를 누리지는 못하고 있어 저도주 제품을 출시하는 등 방향전환을 함

- 복분자, 석류주, 매실주 등 과일 발효주는 건강지향적인 현지의 소비추세에 부응하고, 나름대로 활발한 대중매체를 이용한 홍보노력에 힘입어 꾸준히 교포 소비자의 사랑을 받고 있음

- 백세주, 청하, 정종, 천년의약속 등 청주와 약주계통은 교포시장에 안정적인 소비층을

확보하고 있으나, 소주의 저도주화에 소비층의 이탈로 소비가 보험수준에 머무르고 있음

- 탁주는 노년층을 중심으로 꾸준히 소비되고 있으나, 현지의 주류 소비 트렌드에 영향을 미칠 아이템은 아닌 것으로 보임

□ 미국 가격동향

제품명	사진	가격 (달러)	무게	원산지	제조사
Korean Top Rice Wine		US\$ 25.00~29.00	1Box(16bottle)	한국	Guam
Korean Rice Wine		US\$ 30.00~100.00	1Carton	한국	Kook Soon Dang Draught Makkoli

출처: Alibaba (2013. 4. 1)

○ 2013년 4월 1일 기준 온라인 쇼핑몰 Alibaba에서 파는 전통주 가격은 Guam 제품이 1박스 16병에 25달러에서 ~ 29 달러임.

□ 미국 소비동향

- 맥주가 와인과 증류주에게 갈 수록 소비를 빼앗기고 있음. 여전히 총 판매금액 측면에서는 맥주가 가장 인기 있는 알코올 음료, 하지만 맥주의 판매는 2009년 이후로 계속 하락하고 있음. 동시에 증류주와 와인은 판매량 측면에서 꾸준히 증가. 이러한 경향은 최근 경제 불황기에도 여전했음. 증류주와 와인 분야에서 보여주고 있는 혁신들은 소비자들의 입맛이 변하고 미국 인구의 노령화와 함께, 소비추세가 맥주에서 와인, 증류주로 변하게 함

□ 한인마켓의 품목별 소비자 반응

○ 민속주(이강주, 문배술)

- 소비자들의 인지도가 낮고 특유의 강한 향으로 거부감을 느끼는 소비층이 있음
- 민속주의 경우 대중주 형태의 일반병으로 포장하여 판매하는 것보다 선물용 고급 포장(백자병사용등)으로 선물용 구매고객을 겨냥하는 것이 좋겠다는 반응이 많음

○ 과실주(복분자, 석류주, 머루주)

- 복분자와 석류주는 대형업체의 매체광고 등을 통한 소비자인지도가 높아 소비자들이 선호하는 품목

- 머루주의 경우, 복분자주나 석류주에 비해 선호도는 떨어지나, 포도주 스타일의 선물용 제품을 찾는 소비층이 있음

○ 약주(백세주, 산사춘, 천년약속, 가을국화)

- 대부분 대형업체의 제품으로 적극적인 매체홍보와 판촉활동으로 소비자들의 반응이 가장 양호

- 소비자 중 먹어본 경험이 많은 제품군으로 할인판매행사에 동참하는 고객이 많았으며, 선물용으로 술잔세트를 곁들여 판매한 경우 인기가 높았음

○ 탁주(부자막걸리, 쌀막걸리, 포천일동막걸리)

- 교포커뮤니티 행사 및 일부 매니아층의 소비가 꾸준하나 매우 제한적

○ 중국계 마켓의 품목별 소비자 반응

- 복분자주, 매실주 등이 입점되어 있으나 아직은 마켓 진입초기단계로 소비자들의 인지도가 매우 낮아 판촉홍보의 필요

- 중국마켓 매니저들은 구정 등 중국명절에 선물용 포장으로 공급 희망하며, 생소한 소비자들이 맛을 볼 수 있는 시음기회 제공희망

- 마켓 내 시음을 위해서는 주류 통제국의 허가가 필요하며, 허가 받는데 1개월 정도 소요

○ 주류마켓 소비자 반응

- LA지역 Whole Foods Market 내에는 Sushi 코너 또는 아시안 식품코너가 점차 활성화되는 추세이며, 이에 따라 복분자주, 석류주, 오가피주 등 한국 전통주가 입점된 매장이 증가하고 있으나, 주된 소비층은 아시안계로 백인들의 관심을 끌기 시작한 단계임

- 가격 면에서는 병당 5~10달러 선에 판매되고 있어 시음과 한국적 전통주에 대한
 홍보가 이루어지면 주류(main stream) 와인시장의 틈새시장을 노려볼만하다고 봄

□ 관세율

< 미국의 주류 관세율 >

22060015	품목명	사과주(발효된 것, 증류 또는 발포성)
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	0.4 센트/liter
22060030	품목명	프룬 와인
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	3.1 센트/liter + 22.1 센트/pf. liter(에틸알콜 함유량 기준)
22060045	품목명	청주 또는 사케
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	3 센트/liter
22060060	품목명	발포성 포도주(기타)
	관세인하스케줄	D (5단계균등철폐)
	기존 관세율	13.9 센트/liter
22060090	품목명	발효주(포도주, 맥주, 프룬와인, 사케, 베르뮷 또는 기타 발포성 포도주 제외)
	관세인하스케줄	A (즉시철폐)
	기존 관세율	4.2 센트/liter

출처: KITA (2013년 5월 21일)

4. 중국 시장동향

□ 중국 생산동향

○ 황주 생산동향

- 현재중국은 약 700개 황주(투명한 백주에 대비되는 색이 있는 술의 통칭) 생산업체가 있으며 대체로 절강, 강소, 상해, 강서, 복건, 안휘, 감숙, 산둥, 북경, 동북, 화북 등 지역에 분포되어 있음. 중국 황주 생산업체는 주로 강소, 강서, 상해에 집중되어 있으며 절강의 황주 생산량은 중국 황주 생산량의 70~80%를 차지함
- 황주 산업에서 시장분포가 비교적 균일한 브랜드는 많지 않으며 고월룡산(古越龍山)이 가장 대표적이며 탑패(塔牌), 회계산(會稽山), 화주(和酒)가 이러한 특징을 갖고 있음
- 기타 생산업체의 제품은 이러한 보편적 브랜드 보급능력이 없이 전통적 지역시장의 기초에서 확장하고 있음
- 그러나 이러한 황주 생산업체는 유통망 확장능력이 약하며 브랜드의 영향력이 낮은 문제가 있으며 제품레벨이 너무 낮고 유통망에서 제품수량이 방대함
- 장기적으로 소비자의 이미지가 깊어 신제품을 도입하지 못하며, 브랜드와 유통망이 확장되지 못함
- 황주 산업은 유통망 경쟁과 혁신의 문제가 존재. 광고로 형성된 소비의식이 실적과 이윤으로 전환되는 것은 유통망 또는 판매모델이 결정함

○ 약주 생산동향

- 광둥(廣東), 호남(湖南), 호북(湖北), 산둥(山東), 절강(浙江), 광서(廣西), 상해(上海) 등 지역의 약주시장이 비교적 발달되어 있음

- 생활수준이 향상되고 건강에 대한 관심이 높아지면서 약주는 점차 발전하고 있음. 중국 약주시장은 잠재력과 잠재적 소비자가 아주 많음.

○ 맥주 생산 주요기업

- 국내 라벨인 산미구엘 맥주양조 홍콩지점 기업이 2011년, 판매량 37%를 차지하면서 맥주분야를 선두. 또한 판매량 성장을 2% 기록. 회사는 기존의 인기제품은 유지하면서 새로운 브랜드와 다양한 소비자들의 입맛에 맞는 새로운 맛을 개발하면서 성공을 이뤄냄. 소비자들의 맥주 취향에 대한 세심한 시장분석과 소비자들의 피드백에 귀 기울이면서, 산미구엘 양조 홍콩지점은 2011년 판매량을 꾸준히 늘림

○ 와인 생산 주요기업

- Yantai Changyu는 2011년 중국 와인업계에서 4%의 판매점유율로 1위. Yantai Changyu의 중상급 와인제품들이 Yantai Changyu가 와인업계에서 선두위치를 굳히는 데 일조. 소비자들의 고품질 와인에 대한 선호현상 때문에 Changyu에서 프리미엄 와인이지만 수입제품에 비해 합리적인 가격으로 소비자들에게 선보인 제품들이 중국 소비자들에게 환영받고 있음. 그러므로 Changyu의 Chateau 와인(프리미엄 와인) 판매성장률은 표준와인보다 큼

□ 중국 수입동향

○ HS Code 22060090

- (Other fermented beverages;mixture of fermented bev)

< 중국의 전통주 국가별 수입추이 >

단위: 달러, l

순위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	World	6,722,488	2,240,793	6,279,858	2,691,361	9,700,407	3,308,539
1	Japan	4,298,031	679,227	2,653,517	422,066	5,315,771	725,103
2	Korea South	1,604,451	1,259,174	2,194,967	1,772,827	2,004,689	1,838,217
3	Canada	344,239	36,363	331,905	34,713	591,996	72,541
4	Taiwan	49,492	11,261	256,973	33,588	418,794	49,144
5	United States	17,928	5,315	30,821	13,145	185,058	140,055
6	France	97,455	34,033	173,303	35,952	159,265	53,182
7	United Kingdom	62,659	60,029	21,096	14,777	117,166	68,994
8	Thailand	6,939	9,720	44,316	43,919	108,445	106,560
9	Ireland	2,445	605	21,069	12,024	100,049	41,003
10	Sweden	31,845	17,388	46,937	29,833	93,817	40,369

출처: Global Trade Atlas (2013. 5. 9)

- 수입액을 기준으로, 2012년 중국으로 수입된 전통주는 8,634 천 달러로 조사

- 주요 국가는 일본, 한국, 캐나다, 미국 등으로 집계

- 국가별로는 일본이 5,300 천 달러로 1위, 한국이 1,234 천 달러로 2위, 캐나다가 592 천달러로 3위로 조사

< 중국의 對한국 막걸리 수입동향 >

(단위: 천 달러, %)

구 분	2011 수입액	2012 수입액	증감률
	1,272	1,418	11.4

출처: KITA (2013. 5. 21)

- 수입액을 기준으로, 2012년 일본으로 수입된 한국 막걸리는 1,418,000 달러로 조사.
이는 전년대비 11.4% 증가한 금액

□ 중국 유통동향

○ 중국 막걸리 유통동향

- 수입자는 직접 혹은 중간 유통상을 통해 최종 소비처에 공급하며, 대형유통매장 등 현지인 시장보다 대다수가 한인시장으로 공급

- 판매가: 한국산 18~25元(마트), 30~35元(식당) / 중국산 12元(마트), 20元(식당)

- 주요유통상: 청도(청도삼풍화, 청도홍익태화상무, 국순당 베이징 지사)

- 유통구조(수입자가 직접 최종 소비처에 공급하는 비중이 높음)

1) 수입자 → 한인마트, 한식당, 교포(조선족) 식당

2) 수입자 → 중간 유통상(타지역) → 한인마트, 한식당, 교포(조선족) 식당

- 유통마진율(추정치)

1) 수입자(15%), 중간유통상(30%), 한인마트(25~50%), 한식당(50~100%)

○ 중국산 역시 한인마트, 식당에 주로 공급되며, 상기 브랜드 외 연변지역에서 생산되는 조선족 막걸리는 가내수공업 수준으로 생산 후 벌크 형태로 식당가에 공급

□ 중국 가격동향

○ 중국 온라인 마켓에서 판매되고 있는 전통주 가격

판매처	사진	가격 (위안)	무게	원산지	제조사
아마존닷컴		78.00 (3개)	360ml	한국	진로
아마존닷컴		75.80	1000ml	한국	玛可利

자료 조사일: 2013년 1월 30일

□ 중국 소비동향

○ 황주(투명한 백주에 대비되는 색이 있는 술의 통칭) 소비동향

- 전통적 황주의 비교적 쓴 맛은 마시는 황주의 소비자 확대를 제한하였음. 상해(上海) 황주의 개량 전략은 주로 전통적 황주의 입맛을 개선하여 제품소비층의 장애를 없애는 것임. 개량형 황주는 청도(靑島), 제남(濟南), 북경(北京), 천진(天津) 등 지역에서 일정한 시장수요가 있음

- 오랜 역사를 가진 황주는 소비에 있어서도 중국문화의 일부로 일정한 지역범위에서 정착되어 생활습관으로 되었음. 현재 사천(四川), 북경(北京), 천진(天津) 등 신흥 황주 시장에서 황주를 구매하는 사람도 절강(浙江), 강소(江蘇) 사람이거나 전통적 황주 소비지역의 사람임

○ 약주 소비동향

- 중국 약주시장에서 일부 주요 브랜드는 대부분 보건, 보신 등 기능이 있으며, 생활수준이 향상되고 소비관념과 건강의식이 높아지면서 약주산업은 커다란 발전공간을 갖게 됨

- 현재 80% 이상의 약주 소비자는 주로 중·노년이며 주로 가정에서 복용하고 사용량이 적음. 비록 약주업체는 선물용 약주를 개발하였지만 선물용 약주의 구매자는 사회적 이익관계가 없는 연장자로서 선물용 약주의 구매량이나 복용량은 비교적 적음. 약주의 소비자는 중·노년, 근무 스트레스가 크며 신체가 허약하고 병이 많으며 경제상황이 양호하고 보건의식이 비교적 강한 특징이 있음

□ 관세율

< 중국의 주류 관세율 >

HS Code	이름	MFN 세율	같은 세금 추가 비용(%)	소비세 비율	통관 조건
2206001000	황주(黃酒) (쌀, 좁쌀, 밀 등을 주요 원료로 하며, 한 단계 이상 가공한 것)	40%	17	2백40위안 / 톤	B
2206009000	기타발효음료 (열거하지 않은 발효음료의 혼합물, 발효음료와 무알코올 음료의 혼합물)	40%	17	10	B

출처: KATI 중국 비즈니스 포털 (2013. 5. 21)

4. 호주 시장동향

□ 호주 생산동향

○ 호주의 연간 주류시장 규모는 77억 호주 달러(76억 달러)임. 이는 와인, 맥주, 양주(위스키, 보드카, 럼, 스카치, 테킬라 등), 칵테일주를 포함한 순수 주류 판매량(소매) 기준임. 주류 종류별 판매량은 와인이 가장 높은 38%, 맥주 36%, 양주 18%, 칵테일 8%임

○ 호주 주요 맥주 생산기업

- Carlton United Brewers와 Lion Nathan, 두 맥주 양조회사는 자사브랜드의 다양한 제품 포트폴리오를 갖추었음. 두 회사의 점유율을 합치면 2011년 기준, 전체 맥주 판매량의 89%를 차지. 이는 2010년보다 약간 하락한 수치임

□ 호주 수입동향

○ HS Code: 220600

- 발효음료(Fermented beverages nes(eg cider, perry, mead, etc))

< 호주 전통주 수입량 >

단위: 달러, l

순 위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	33,297,554	n/a	51,999,682	n/a	67,159,492	n/a
1	Sweden	689,370	12,996	9,085,866	163,439	19,320,735	344,711
2	New Zealand	10,585,508	6,566,664	13,178,891	6,558,426	13,413,482	6,443,419
3	Sweden	1,076,463	836,134	5,847,320	6,741,229	8,758,180	12,493,858
4	Ireland	7,378,532	109,266	6,274,262	98,945	5,526,409	95,797
5	China	1,766,052	21,053	3,108,734	15,941	5,366,190	18,343
6	Ireland	4,775,096	5,206,444	5,553,313	5,430,325	4,345,897	7,353,379
7	Japan	1,394,261	247,180	1,851,268	255,970	2,262,762	331,054
8	United Kingdom	151,055	3,095	1,633,122	26,349	2,011,866	30,546
9	United Kingdom	1,396,319	846,667	1,767,171	1,784,615	1,338,678	1,525,862
10	Korea South	668,332	563,390	1,110,071	897,962	899,231	745,630

출처: Global Trade Atlas(2013. 3. 20)

- 2012년 금액기준, 호주는 67,181,148 달러의 발효음료를 수입

- 금액, 물량 모두 꾸준히 증가하고 있음

○ HS Code: 220870

- 혼성주 · 리큐어 술(Liqueurs and cordials)

<호주 혼성주 수입동향>

단위: 달러, l

순 위	Partner Country	2010		2011		2012	
		USD	Quantity	USD	Quantity	USD	Quantity
	Total	89,992,769	2,376,852	108,140,122	2,682,447	103,570,348	2,823,017
1	United States	15,696,810	527,999	17,528,109	625,278	28,158,399	999,522
2	Ireland	21,924,121	373,418	31,612,182	494,820	25,805,190	422,690
3	France	12,218,954	330,314	15,683,478	343,197	13,891,465	334,534
4	Netherlands	8,428,846	204,284	10,712,974	248,569	7,758,025	178,009
5	Italy	7,070,854	174,243	8,811,407	202,980	7,251,582	186,771
6	Germany	6,586,646	274,229	6,610,289	273,867	6,000,874	260,469
7	United Kingdom	8,338,918	190,291	6,236,245	188,945	5,457,543	159,875
8	Mexico	3,481,922	140,402	3,429,394	134,489	3,876,386	141,089
9	New Zealand	1,629,473	17,908	2,518,423	23,483	1,361,254	16,732
10	South Africa	1,064,563	20,196	596,836	10,021	1,051,438	19,303

출처: Global Trade Atlas(2013. 3. 20)

- 2012년 금액기준, 호주는 103,570,348 달러의 혼성주, 리큐어 술을 수입. 물량 기준으로는 2,823,017 톤을 수입

□ 호주 유통동향

○ 와인의 유통은 주로 Woolworths Liquor, Liquorland, Dan Murphy 등 대형 주류체인점을 통해 이뤄짐. 이들 대형 유통상을 통한 판매가 전체 와인 판매량의 약 57%를 차지함. 나머지는 소규모 주류상점, 바, 클럽, 선물집 등을 통해 판매됨.

○ 호주 내 막걸리, 맥주, 소주 등 한국산 주류는 주로 한국 식품점과 음식점 등을 통해 유통되며 현지인들의 구매비율은 매우 낮음

< 호주 주류 전문점인 Dan Murphy 내외부 전경 >



□ 호주 가격동향

○ 호주 온라인 마켓에서 판매되고 있는 전통주 가격

판매처	사진	가격 (달러)	단위
Hardys RR Shiraz		6.99	750ml
Stolichnaya Vodka		38.99	700ml
Chandon Vintage Brut		41.99	750ml

Koonunga Hill Semillon Sauvignon Blanc		15.63	750ml
Leasingham Bin 56 Cabernet Malbec		24.95	750ml
Luigi Cavalli White Lambrusco		8.56	750ml

Banrock Station Semillon Chardonnay		6.99	750ml
Freixenet Brut Cordon Negro		15.79	750ml
Brown Bros Merlot		14.41	750ml

자료 조사일: 2013년 1월 30일

□ 호주 소비동향

○ OECD조사에 따르면, 2007년 호주의 15세 이상 국민 1인당 연간 주류 소비량(순수 알코올 기준)은 10리로 OECD 국가 중 11위를 차지함. 참고로 한국은 연간 주류 소비량이 8리로 18위를 기록했음.

○ 건강을 고려한 음주문화 확산

- IBIS World에 따르면, 호주는 문화가 비슷한 영어권 선진국(영국, 미국 등)에 비해 와인소비량이 전통적으로 많음. 특히 최근에는 와인소비가 더욱 증가하고 맥주, 양주의 소비는 상대적으로 감소하고 있는 추세임

- 호주는 18세 이상부터 음주가 가능한데, 음주 가능 성인 중 66%는 적어도 한 달에 한번 와인을 마시는 것으로 조사돼 호주가 영국(59%)과 미국(33%) 대비 와인을 자주 마시는 것으로 조사됐음

- 호주의 인구 2200만 명 중 약 절반인 1080만 명이 정기적으로 와인을 소비하며, 주 소비 연령층은 45~65세의 중장년층으로 나타남

- 호주 내 와인 소비 증가에는 와인가격 하락도 한몫했음. 호주는 최근 와인 생산량의 증가로 와인 업체 간 판매 경쟁이 치열해져 지난 10년 동안 물가상승률을 감안할 경우 와인 소매가격이 상당폭 하락한 것으로 조사됐음

- 와인 소비는 여름철에 증가하는 경향이 있는데, 이는 호주인들이 여름철에 야외 바비큐를 즐기며 이 때 와인이나 맥주를 곁들이는 문화 때문임

□ 관세율

<2012년 호주 주류 관세율 >

HS 코드	품목명	관세율		
		최소치	평균치	최대치
220600	Other fermented beverages	2.3	0	5

출처: WTO (2013. 1. 30)