

세계 주류시장 동향 *

유도일
(충북대학교 농업경제학과 조교수)

1. 세계 주류산업 개괄

1.1. 주종별 주류산업 분류

주류(alcoholic beverage; 酒類)는 국가·지역사회별로 광범위하게 다양한 종류가 분포하는데, 이는 주류가 인류 문명과 함께 발달함에 따라 지리, 사회, 종교, 문화적으로 각양각색의 제품으로 제조되어 왔기 때문이다. 주류의 종류가 다양한 만큼 생산, 유통, 무역을 총괄하는 주류산업은 원재료 종류, 제조법, 상품화 여부, 유통 범위 등 여러 기준으로 분류될 수 있다. 원재료 종류는 크게 과일(fruits)과 곡물(grains), 제조법은 발효(fermented), 증류(distilled), 혼성(compounded), 상품화 여부는 상업용(commercial)과 가구단위로 제조되어 소모되는 비상업용(home-made; 가정용), 유통 범위는 지역 혹은 국가를 넘어 유통 및 수출입이 자유로운 글로벌 상품(global commodities)과 국가별 주세법에 의하여 특정 지역 및 국가에서만 유통되는 지역 한정 상품(local products) 등으로 각각 세분화된다.

이와 같이 주류산업은 상이한 기준에 따라 그 범위를 다양하게 분류할 수 있지만,

* (d1yoo@chungbuk.ac.kr, 043-261-2591).

본고에서는 고객이 선호하는 제품별 특성 및 시장점유율을 고려하여 세계 주류시장을 ① 맥주(beer), ② 증류주(distilled spirits), ③ 와인(wine)의 세 가지 주종(酒種)으로 구분한다. 이는 세계 주류 관련 데이터를 제공하는 국제연합 식량농업기구(Food and Agriculture Organization of the United Nations; 이하 FAO)와 주류-건강의 연관관계 분석을 위해 세계 주류시장을 조사하는 세계보건기구(World Health Organization; 이하 WHO)에서 구분하는 기준과도 일치한다.¹⁾

1.2. 주종별 주류 역사 및 특성

역사적으로 와인은 가장 오래된 고대 주류 중의 하나로 알려져 있다. McGovern 외 (2004)는 기원전 7000~6600년경 중국 허난성(河南省) 인근에서 과실, 쌀, 꿀을 재료로 한 발효주(fermented drink)의 흔적을 화학적으로 분석했으며, 와인은 그로부터 500년 후인 기원전 6000년경 현재의 그루지아(Georgia) 및 중동지역에서 최초로 출현한 것으로 추정된다(Vouillamoz 외, 2006). 맥주 역시 고대 주류 중 하나로 고고학계에서는 인류가 농경시대에 접어 든 기원전 9500년 전후를 출현시기로 보기도 한다. 보리로부터 제조된 맥주의 최초 화학적 증거는 기원전 3500~3100년경 현재 이란 서부지역에서 발견된 것으로 알려져 있다(McGovern, 2009). 증류주는 제조기술의 발달로 가장 후대에 제조되었다. Forbes(1970)는 12세기 중엽 유럽에서 최초로 증류주가 제조되어 14세기 초 무렵에 전 유럽대륙으로 확산된 것으로 파악한다.

본고에서 다루는 세 가지 주종에 대한 특성은 <표 1>에 요약되어 있다. 일반적으로 알코올 도수는 제품에 따라 와인이 10~14%, 맥주가 0.5~14%, 증류주가 20~35% 혹은 35%이상 정도의 범위를 보인다. 맥주의 대표적인 주원료는 잘 알려진 바와 같이 보리(barley)이지만 세계시장에서 다양한 제품 종류만큼이나 보리 이외의 곡물들도 많이 사용된다. 주로 수수(sorghum)가 많이 쓰이나, 아프리카 지역에서는 조나 기장(millet) 등이 전통 제조방식에 사용되고, 이외에도 옥수수(maize), 밀(wheat), 쌀(rice) 등의 곡물들도 활용된다. 와인 역시 대표적 주원료는 포도이지만, 고객 선호도에 따라 사과, 베리(berry) 등 다양한 과실이 사용된다. 와인류에 해당하는 제품으로는 샴페인(champagne)과 베르무트(vermouth)²⁾ 등이 있다. 또한 와인은 증류과정을 거치거나 다른 재료를 첨

1) 우리나라의 주종은 주세법 제4조 제2항에 따라 1)주정(에틸알코올): 쌀, 갈보리, 절감, 타피오카, 당밀 등 전분질 혹은 당분질 원료를 발효시켜 알콜분 85도 이상으로 증류한 것, 2)발효주류(탁주, 약주, 청주, 맥주, 과실주), 3)증류주류(소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐어), 4)기타주류로 구분된다(고동수, 2010).
2) 와인에 향료를 첨가하여 만든 술로 칵테일 재료로 많이 쓰인다.

가하여 브랜디(brandies), 코냑(cognac), 리큐어(liqueurs)³⁾, 코디얼(cordial)⁴⁾ 등 증류주로 제조되기도 한다. 아올러 증류주는 사탕수수(cane), 사탕무설탕(beet sugars), 감자(potatoes), 옥수수(corn), 보리(barley), 밀(wheat) 등 다양한 곡물을 원료로 하여 발효시킨 발효주를 증류하여 만들어지며, 대표적인 제품으로는 앞서 기술한 것 이외에 위스키(whiskey), 진(gin), 데킬라(tequila), 럼(rum) 등을 들 수 있다.

표 1 주종별 주류 특성

주종	알코올 도수	원료	제품
맥주(beer)	0.5~14%	보리, 수수, 조, 기장, 옥수수, 밀, 쌀, 기타 곡물	맥주 등
증류주(distilled spirit)	20~35% 혹은 35% 이상	사탕수수, 사탕무설탕, 감자, 옥수수, 보리, 밀, 기타 곡물, 와인, 맥주 등을 증류	브랜디, 코냑, 코디얼, 리큐어, 위스키, 스카치, 진, 데킬라, 럼 등
와인(wine)	10~14%	포도, 사과, 베리(berry), 기타 과일	와인, 샴페인, 베르무트 등

자료: WHO, *Global Status Report on Alcohol*, 1999.

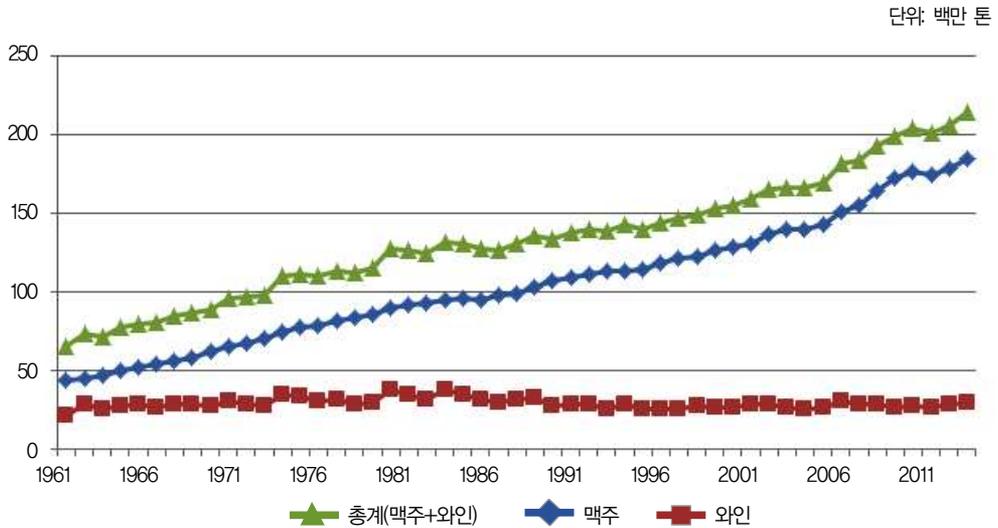
1.3. 주종별 주류 생산, 무역 및 소비 현황

주류의 주원료는 곡물 및 과실이기 때문에 주류산업은 농업과 밀접하게 관련된다. 이에 FAO는 주종별로 각 국가별 생산 및 무역관련 데이터를 제공한다. 먼저 <그림 1>은 1961년부터 2011년까지 와인과 맥주 생산량 및 두 가지 주류의 총계를 나타낸다. 증류주는 FAO에서 제공되지 않아 그림에 표시되지 않았다. 주류 생산량은 1960년대 이후 2011년까지 꾸준히 증가해 왔으며, 이러한 추세는 맥주 생산의 폭발적인 증가에 기인한 것임을 파악할 수 있다. 1961년 맥주와 와인 생산량은 각각 65.2백만 톤, 43.7백만 톤으로 약 21.5백만 톤밖에 차이가 나지 않았지만, 2011년에는 맥주 생산량이 185.2백만 톤으로 1961년 대비 324%의 급격한 신장률을 보인 반면, 와인 생산량은 29.4만 톤으로 동년 대비 37%밖에 증가하지 않아 맥주와 와인의 차이가 무려 155.8백만 톤에 달한다. 와인의 경우 1970년대 후반까지는 생산량이 증가하다가 1980년대 이후부터 생산량이 감소추세로 돌아선 후 25~30백만 톤 수준에 머물고 있다.

3) 과일, 퍼브, 건과류, 향신료, 씨앗, 꽃, 양념, 크림 등을 위스키, 브랜디, 럼 등의 증류주에 섞어서 만든 주류로 달콤한 맛을 낸다. 주로 칵테일 제조, 식후 디저트 음료로 활용된다.

4) 북미지역에서는 리큐어와 동일한 개념으로 사용되며, 영국서는 알코올 성분이 없는 과실음료, 독일에서는 브랜디와 비슷한 개념의 증류주로 통용된다.

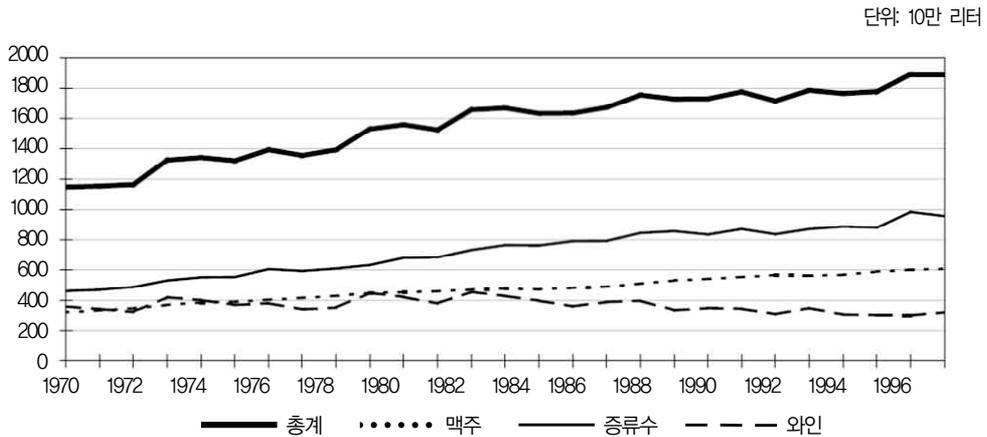
그림 1 1961~2011년 주종별 세계 주류 생산



자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

현재 FAO는 증류주 생산량을 제공하고 있지 않지만, 과거 문헌으로부터 대략의 추세를 가늠할 수 있다. WHO(1999)에 따르면 <그림 2>에서 보이는 바와 같이 1970년~1996년 사이 세 주종의 생산규모는 증류주, 맥주, 와인의 순으로, 증류주 생산량이 가장 크고 그 추세 또한 맥주와 유사하게 증가하는 패턴을 보이는 것으로 조사되었다.

그림 2 주종별 세계 주류 생산, 1970~1996

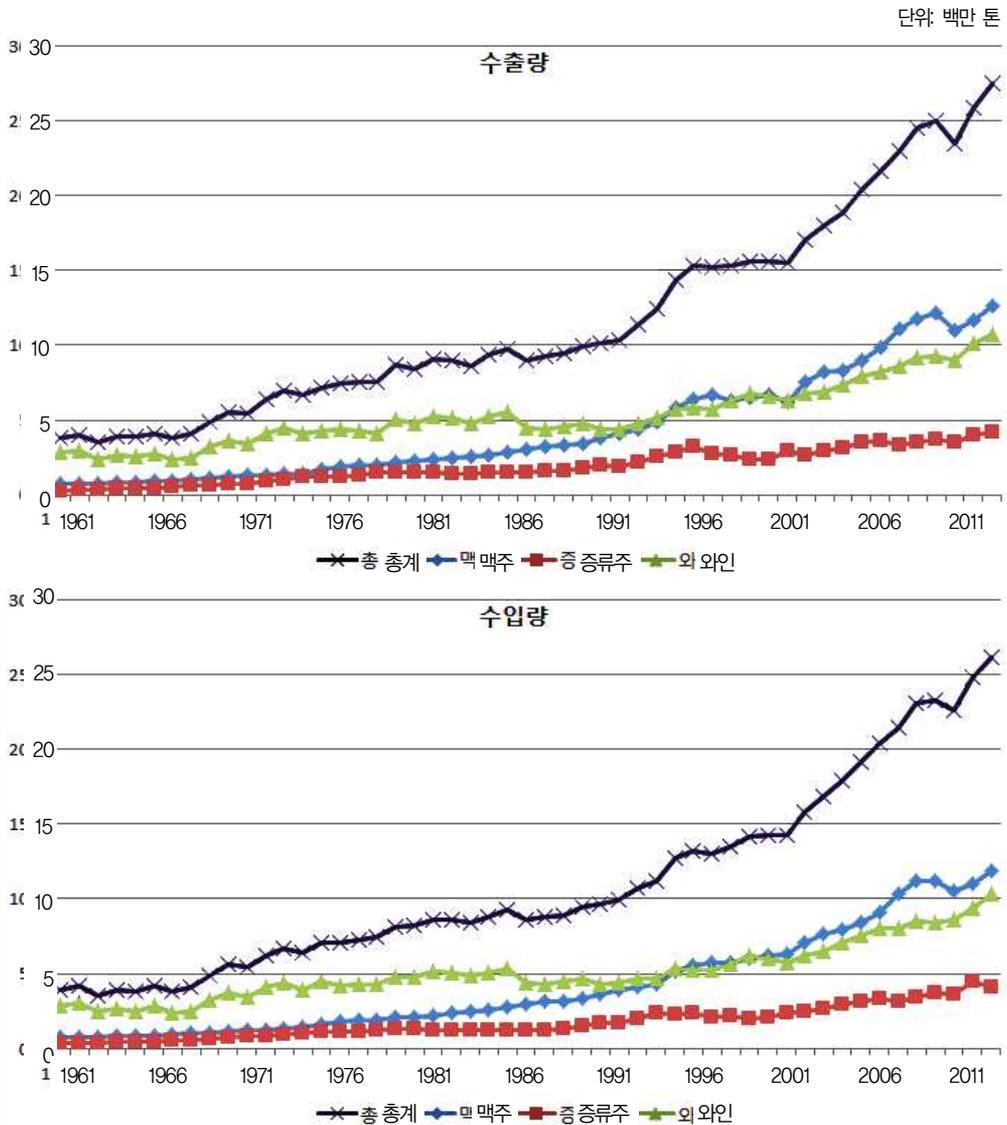


자료: WHO, Global Status Report on Alcohol, 1999.

비록 FAO가 최근의 증류주 생산 자료를 제공하지 않지만, 경제규모의 확대나 과거 추세를 고려할 때, 증류주는 맥주보다 더 큰 생산규모를 가질 것으로 추정된다.

다음으로 <그림 3>은 주종별 세계 주류의 무역량을 나타낸다.5)

그림 3 1961~2011년 주종별 세계 주류 수출량 및 수입량



자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

5) 증류주의 경우 FAOSTAT는 수출 및 수입량은 제공하며, Beverages, Distilled Alcoholic(code: 0634)가 이에 해당한다.

1961~2011년 사이 주종별 수출량과 수입량 그래프는 거의 일치하므로 FAO에서 조사된 국가별 무역량은 통계적 편의(bias)없이 비교적 정확하게 집계되었다고 할 수 있다. 무역량을 수출량에 초점을 맞추어 살펴보면, 1961년 2.8백만 톤이었던 총 교역량은 2011년 27.6백만 톤으로 1961년 대비 630%의 증가율을 보인다. 앞서 생산량 증가의 경우와 마찬가지로 맥주가 전체적인 상승 추세를 주도하고 있다.

맥주의 경우 2011년 전 세계 수출량은 12.6백만 톤으로 1961년의 0.7백만 톤 대비 1,703%라는 경이적인 증가율을 보여 동기간 증류주(1,375%), 와인(284%)의 증가율을 압도한다. 특히 1990년대 초까지 교역량에 있어 절대적인 우위를 보이던 와인을 추월하기 시작하여 1990년대 중반 이래로 세 가지 주종들 중에서 가장 많은 수출 및 수입량을 보임으로써 맥주산업의 세계화(globalization)가 가장 두드러졌다고 이해할 수 있다. 이는 주류산업에 있어 초국적 기업의 시장점유율이 계속 높아져 왔으며, 각 국가별로 초국적 브랜드 맥주의 수입이 증가 추세에 있음을 반영한다(Jernigan, 2009).

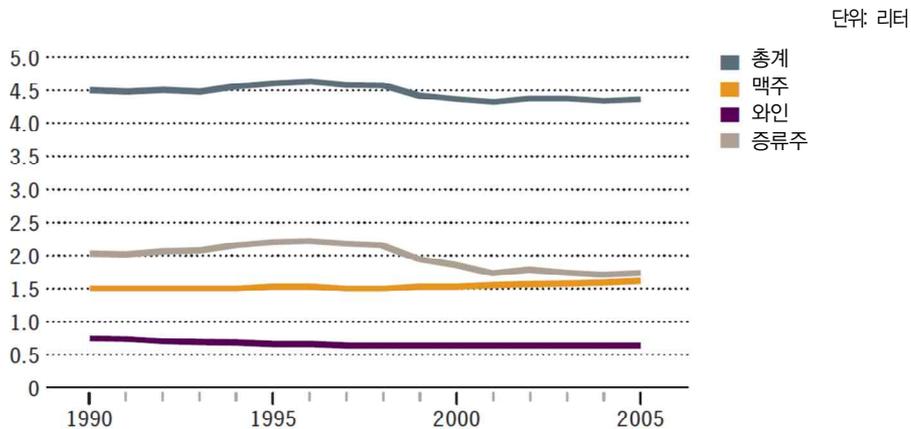
와인과 증류주도 그 교역량이 1980년대 중반 이후 계속 증가하고 있다는 점에서 국가 혹은 지역적 특색이 비교적 강했던 주류산업이 고객 선호도의 변화, 각 국 정부의 무역자유화 등과 맞물려 세계화가 진행 중인 것으로 유추할 수 있다. 예를 들어, 2000년대 이후 일본과 우리나라에서 일었던 와인 붐은 이러한 추세를 반영하는 것이라고 볼 수 있다. 한편 주류시장 조사의 선도기업인 Impact사의 자체 데이터 분석에 의하면 1995년 기준으로 증류주의 대략 54%가 전통(traditional) 혹은 지역한정(local) 주류로 교역 대상(global commodities)보다는 각 지역에서 자체적으로 생산 및 소비된다고 파악되었다(WHO, 1999). 그럼에도 불구하고 1990년대 초반 이후 교역량이 증가하는 것은 증류주의 산업화 및 세계화와 연관이 있다고 볼 수 있다.

FAO는 각국의 생산량과 수출·수입량을 제공하는 반면 소비량은 집계하지 않는다. 따라서 주종별 세계 주류 소비량은 공식적인 국가별 데이터를 확보하기 쉽지 않은 편이다. 주류 소비에 대한 조사는 주류가 건강에 미치는 영향을 분석하는 WHO에 의해 주로 행해져 왔으며, 가장 최근의 보고서는 2011년에 발간되었다(WHO, 2011). 조사기간은 1990년~2005년 사이로, 비록 최근의 소비 자료는 집계되어 있지 않지만, 1990년대 이후 대략적인 추세를 파악하는 데에 도움이 된다. 1990년 이후 성인 1인당 연간 주류 소비량(3년간 평균치)은 <그림 4>에 도식되어 있다. 이에 따르면 1990년대 이후 성인 1인당 주류 소비량은 상대적으로 안정화된 추세를 보이는데, 세계적으로 증류주의 소비 감소가 이를 주도하는 것으로 나타난다. 한편 맥주 소비량은 소폭 상승하였으

며, 와인 소비량은 거의 일정하게 나타난다.

앞서 기술된 생산 및 무역량 증대와 비교하여 다소 안정적인 소비 추세는 직관적으로 이해하기 어려울 수 있다. 그러나 <그림 4>에 제시된 자료는 성인 1인당 소비량을 유의할 필요가 있다. 즉, 1인당 소비량이 안정화 된 것은 소비량 자체가 감소했기 보다는 동기간에 성인 인구가 늘어난 데에서 기인한 측면이 크다고 할 수 있다(WHO, 2011). 다른 한편으로는 1인당 성인 소비량은 집계되지만, 15세 이상 인구 계층에 대한 소비량은 국가별로 일괄적인 집계 어렵다는 점이다. 가령 OECD 국가 중 이탈리아는 14세, 스웨덴은 16세 이상 소비량을 집계하지만, 일본은 20세 이상의 소비량을 집계한다. 또한 비상업용(home-made) 주류 소비량, 자국 내 외국인의 주류 소비량 등의 집계 방식도 국가별로 상이하다(OECD, 2011).⁶⁾

그림 4 주종별 세계 성인 1인당 연간 주류 소비량, 1990~2005



자료: WHO, Global Status Report on Alcohol and Health, 2011.

아울러 증류주 소비의 감소는 주로 러시아 지역에서 나타나는데, 이는 해당 지역에서 공식적으로 파악하기 어려운 불법 증류주의 소비량을 반영하지 못하는 결과로 볼 수 있다(WHO, 1999; WHO, 2011). 즉, 비록 성인 1인당 소비량은 안정화된 것으로 집계되나 FAO의 생산량 및 무역량의 증가를 고려하면, WHO의 자료는 실질적인 전체 소비량을 반영한다고 보기는 쉽지 않고, 단지 1990년대 이후 주종별 주류 소비 추세를 참고하는 데에 활용된다고 할 수 있다.

6) OECD 국가 중 룩셈부르크의 경우 자국 내 거주 외국인들(non-residents)의 주류 소비량이 자국민들(residents)에 대한 소비 집계량을 왜곡할 정도로 영향을 주기 때문에 국내 소비량을 정확히 집계하기가 어렵다(OECD, 2011).

2. 주종별 세계 주류시장 동향

2.1. 맥주(Beer)

맥주는 긴 역사만큼이나 거의 전 세계 모든 국가에서 제조가 가능하며 다양한 제품군을 형성한다. 알코올 도수가 0.5~2.0% 정도인 저알코올(low-alcohol) 혹은 무알코올(no-alcohol) 맥주부터 국내에서 ‘기네스(Guinness)’로 널리 알려진 스타우트(stouts), 15세기 독일에서 시작되어 현대 대중 맥주들의 대부분을 차지하는 라거(lager), 영국에서 주로 애용되는 에일(ales), 밀을 사용한 밀 맥주 등이 있다.⁷⁾ 또한 맥주시장의 경쟁으로 지속적으로 신제품이 개발되고 있으며,⁸⁾ 초국적 맥주 기업들은 양조(brewing) 기술의 현대화와 규모의 경제를 실현하면서 세계 맥주시장에서 높은 점유율을 유지하고 있다.

최근 10여 년간 상위 10대 맥주 생산국은 <표 2>와 같이 나타난다.

표 2 2000~2011년 세계 상위 10대 맥주 생산국

단위: 백만 톤

순위	2000		2005		2010		2011	
	국가	생산	국가	생산	국가	생산	국가	생산
1	미국	23.4	중국	31.3	중국	44.9	중국	48.3
2	중국	22.3	미국	23.1	미국	22.8	미국	22.5
3	독일	10.7	독일	9.5	브라질	12.9	브라질	13.3
4	브라질	8.8	러시아	9.1	러시아	9.8	러시아	9.9
5	멕시코	6.0	브라질	9.0	독일	8.9	독일	8.9
6	영국	5.5	멕시코	7.3	멕시코	8.0	멕시코	8.2
7	일본	5.5	영국	5.6	영국	4.5	영국	4.6
8	러시아	5.2	일본	3.7	폴란드	3.7	폴란드	3.8
9	스페인	2.6	폴란드	3.2	스페인	3.3	스페인	3.4
10	폴란드	2.5	스페인	3.1	우크라이나	3.1	일본	3.1

주: 보리 원료인 맥주(beer of barley)만 포함

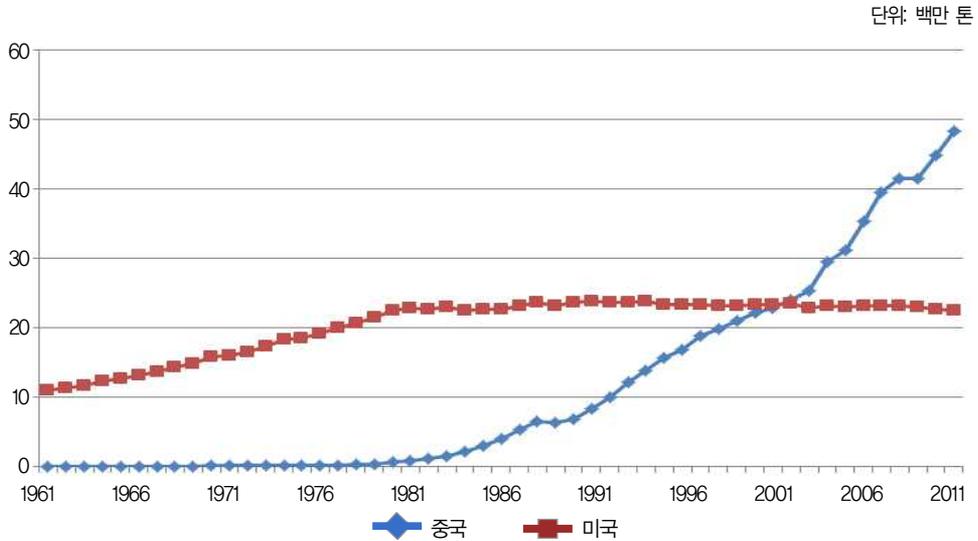
자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

7) 발효 방식에 따라 상면 발효(top fermentation)와 하면 발효(bottom fermentation)로 구분된다. 상면 발효 맥주는 맥아즙이 발효 될 때 통의 상단부에 떠오르는 효모를 사용하며, 상대적으로 알코올 도수가 높고 맛이 진한 편이다(스타우트, 에일, 밀 맥주 등). 하면 발효 맥주는 발효가 완료될 때 통의 하단부에 가라앉는 효모를 사용하고, 알코올 도수가 상대적으로 낮으며 깔끔하고 부드러운 맛이 나는 특징이 있다(라거, 필스너(pilsner), 보크(bock) 등). 국산 맥주의 대부분이 라거 방식을 따른다.

8) 아이스 맥주(ice beer), 드라이 맥주(dry beer), 라이트 맥주(light beer) 등이 그 예이다.

동 기간 가장 두드러진 변화는 중국 맥주 생산의 급격한 증가이다. 미국은 22~23백만 톤 수준으로 생산량에 큰 변화가 없으나, 중국은 2000년 22.3백만 톤으로 만년 2위 생산국에서 2002년을 기점으로 미국의 맥주 생산량을 추월하여 2011년에는 미국의 22.5백만 톤의 두 배 이상인 48.3백만 톤의 생산량을 기록했다<그림 5 참조>.

그림 5 1961~2011년 중국과 미국의 맥주 생산량



주: 보리 원료인 맥주(beer of barley)만 포함
 자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

이는 1980년대 개방화 물결과 함께 급성장하기 시작한 중국 경제와도 그 궤를 같이 한다. 반면, 같은 아시아 지역의 맥주 생산 2위인 일본의 생산량은 지속적으로 감소하여 세계 10위권 전후에 머물고 있다. 그리고 미국, 독일, 영국과 같은 전통적인 맥주 생산국들의 생산량은 계속 감소하고 있으며, 중국, 브라질, 멕시코의 생산량은 점진적으로 증가하고 있는 추세이다.

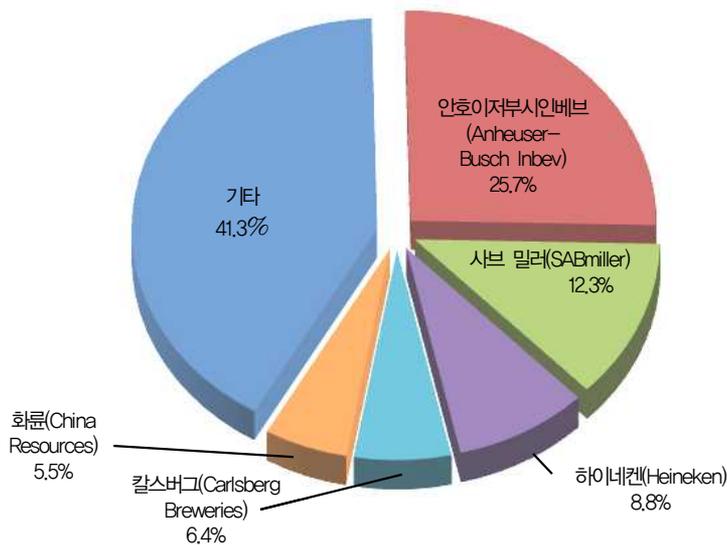
2011년 상위 10대 맥주 소비국은 중국, 미국, 브라질, 러시아, 독일, 멕시코, 일본, 영국, 폴란드, 스페인 순으로 집계되어 일본을 제외하고 맥주 소비량 역시 생산량과 비슷한 패턴을 보인다(IMPACT, 2012.10.). 일본은 생산량이 10위인 반면 소비량이 7위로 다소 높지만, 전반적인 소비량은 1995년의 7.2백만 톤에서 2005년 6.4백만 톤, 2011년 5.6백만 톤으로 소비량이 계속 감소하고 있다.

앞서 기술한 바와 같이 맥주산업은 소수의 초국적 기업들이 세계시장에서 높은 점

유율을 차지하고 있다. 맥주시장을 선도하는 상위 5개 기업은 벨기에에 본사를 둔 ‘안호이저부시 인베브(Anheuser-Busch InBev, AB-InBev)’, 영국 런던 소재의 ‘사브밀러(SAB Miller)’, 네덜란드의 ‘하이네켄(Heineken)’, 덴마크의 ‘칼스버그(Carlsberg)’, 중국의 화룬(華潤; China Resources)’이다. 2011년도 전 세계 맥주 생산량은 약 1,864백만 헥토리터로 추정되며 상기 5개 회사의 점유율은 58.7%에 달한다<그림 6 참조>.

그림 6 세계 상위 5대 맥주 제조사 시장 점유율, 2011

단위 %



자료: IMPACT (2012.10.) Shaken' s Impact Newsletter.

세계 상위 10대 제조사까지 확대한다면 그 점유율은 73.6%에 이르게 된다<표 3 참조>. 중국의 맥주 생산, 소비 급증을 반영하듯 중국계 기업은 10위 안에 화룬(5위)⁹⁾, 칭따오(6위), 베이징 양징(8위)의 3개 사가 포진해 있다. 각 초국적 기업들은 강력한 자본력을 바탕으로 인수합병을 활발히 진행하고 있다. 세계 1위인 안호이저부시 인베브¹⁰⁾는 2012년 6월 ‘코로나(Corona)’로 유명한 멕시코 회사 ‘그루포 모델로(Grupo

9) 2011년 판매량 1위 제품은 중국 화룬(China Resources)의 ‘스노우(설화)’로 총 91.6백만 헥토리터가 판매되었다. 다른 초국적 기업들의 맥주가 전세계에서 판매되는 것과 달리 ‘스노우’는 국내 생산에 힘입은 바가 큰데, 이는 중국내 맥주소비가 급증한 결과에 힘입은 것이라 볼 수 있다.

10) 안호이저부시 인베브 자체가 2008년 11월에 당시 세계 2위인 벨기에의 인베브가 당시 3위 미국의 안호이저부시를 인수합병하여 탄생한 회사이다. 이 회사는 세계적으로 유명한 ‘버드와이저(Budweiser)’를 생산하고 있다.

Modelo) 지분의 50%를 인수하기로 합의하였으며, 2위 사브 밀러는 2011년 12월 호주 ‘포스터(Foster’s)’를 인수했다.

표 3 세계 상위 10대 맥주 제조사, 2011

단위: 백만 헥토리터, %

순위	회사명	본사위치	판매량	시장점유율
1	안호이저부시 인베브(Anheuser-Busch Inbev)	벨기에	479.7	25.7
2	사브 밀러(SAB miller)	영국	229.2	12.3
3	하이네켄(Heineken)	네덜란드	164.6	8.8
4	칼스버그(Carlsberg Breweries)	덴마크	118.7	6.4
5	화룬(China Resources)	중국	102.4	5.5
6	칭따오(Tsingtao Brewing)	중국	71.5	3.8
7	몰슨 쿼스(Molson Coors Brewing)	미국	62.6	3.4
8	베이징 안징(Beijing Yanjing Beer Group)	중국	54.1	2.9
9	기린(Kirin Brewery)	일본	50.7	2.7
10	아사히(Asahi Brewery)	일본	39.1	2.1
	기타		491.4	26.4
	총계		1864	73.6

자료: IMPACT (2012.10.) Shaken's Impact Newsletter.

2.2. 증류주(Distilled Spirits)

지역한정(local) 혹은 전통주의 개념이 강했던 증류주도 점차 산업화되고 교역량이 늘어나고 있다. 즉, 특정 종교나 인종에 한해 자체적으로 소비되던 증류주들 - 예를 들면, 남아메리카의 ‘아과디엔티(火酒; aguardiente)’, 우리나라의 소주, 용설란으로 만든 멕시코의 토속주 ‘풀케(pulque)’, 쌀 혹은 야자 즙으로 만든 인도의 ‘아라크(arrack)주’ 등 - 도 점차 지역한정(local products)을 벗어나 교역 가치가 있는 글로벌 상품(global commodities)으로 탈바꿈하고 있다. 그 예로 제조 과정이 현대화되고 교역량이 증가 추세에 있는 ‘스카치위스키’나 ‘테킬라(tequila)’ 등을 들 수 있다.

세계 증류주 생산량 상위 10대 기업은 <표 4>에 제시되어 있다. 2012년을 기준으로 할 때 상위 10대 기업의 세계 시장 점유율은 48.9%로 절반에 다소 못 미치지만, 그 비율은 2009년의 45%로부터 점진적으로 증가해 왔다. 이는 증류주도 점차 글로벌 상품화 되는 경향을 보여 주는 한편, 앞 절의 맥주시장 만큼은 아니지만 증류주 시장도 초국적 기업들의 점유율이 높아지는 추세를 반영한다.

표 4 2009~2012년 세계 상위 10대 증류주 제조사

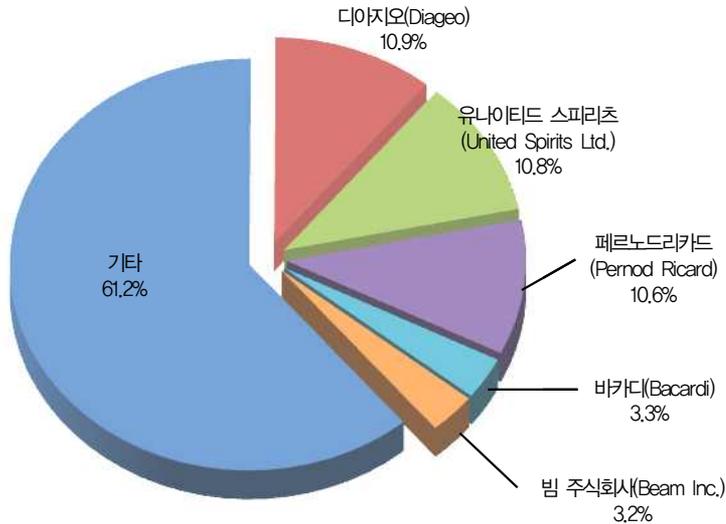
단위: 백만 상자(1상자 = 9리터), %

순위	회사명	본사위치	2009	2010	2011	2012
1	디아지오(Diageo)	영국	114.6	119.6	123	125.5
2	유나이티드 스피리츠(United Spirits Ltd.)	인도	98.4	110.7	120.5	124.9
3	페르노드리카드(Pernod Ricard)	프랑스	96.5	101.1	113.4	122.5
4	바카디(Bacardi)	버뮤다	34.5	36.4	37.5	38
5	빔 주식회사(Beam Inc.)	미국	34.3	35.4	36.3	37.5
6	러시안 스탠다드(Russian Standard Corp.)	러시아	29.8	29	30.8	28.3
7	그루포 캄파리(Groupo Campari)	이탈리아	19.6	21.2	22.2	24
8	브라운포먼(Brown-Forman Beverage Worldwide)	미국	20	20.3	21.5	22.6
9	마르티니크 바디넷 그룹 (Group La Martiniquaise-Bardinet)	프랑스	20.3	21.9	23.6	21.8
10	사제라크(Sazerac Co.)	미국	17.9	18.2	19	19.6
	계		486	513.8	547.8	564.7
	10대 기업의 세계시장 점유율		45.00	46.10	48.20	48.90

자료: IMPACT (2013.9.) Shaken' s Impact Newsletter.

그림 7 2012년 세계 상위 5대 증류주 제조사 시장 점유율

단위: %



자료: IMPACT (2013.9.) Shaken' s Impact Newsletter.

상위 5대 기업의 증류주 시장 점유율은 <그림 7>에 나타나 있다. 이를 <그림 6>의 맥주 시장과 비교하면 세계 증류주 시장은 맥주시장만큼 초국적 기업의 시장 지배

력이 상대적으로 강하지 않다는 것을 알 수 있다. 이는 WHO(1999)에서 밝혔듯이, 증류주의 경우 지역(local) 혹은 전통(traditional) 주류의 비중이 아직 높다는 것과 상통한다. 그러나 상위 기업들은 타 기업을 인수합병하거나 다른 국가의 증류주 시장의 지분을 사들이는 방식으로 시장 점유율을 높여가고 있는데, 일례로 6위에 위치한 ‘러시안 스탠다드사(Russian Standard Corp.)’는 2013년 6월 ‘중앙유럽유통사(CEDC; Central European Distribution Corp.)’를 합병하여 향후 서유럽의 증류주 시장 지형을 변동시킬 것으로 평가받고 있다.

전통적으로 보드카의 선호도가 높은 북미지역에서 최근 증류주 소비 증가를 견인하는 품목은 위스키이다. 1위 기업인 ‘디아지오(Diageo)’사의 위스키 제품인 ‘죤니 워커(Johnie Walker)’, ‘크라운 로얄(Crown Royal)’ 등의 소비가 증가하고 있다. 아울러 스카치의 성장세도 주목할 만하다. 이러한 소비 증가는 최근 북미시장의 소비패턴의 변화에 기인하는데, 기존의 중장년층 고객에서 25~29세의 젊은 층 및 여성 고객의 위스키에 대한 선호도 상승이 주요인으로 분석되고 있다.

BRICs국가로 칭해지는 남미의 브라질, 러시아, 아시아의 중국 및 인도와 함께 멕시코에서의 증류주 소비도 증가 추세에 있다. 중국과 인도에서는 경제 성장과 함께 프리미엄화된 제품을 선호하는 경향이 있어 ‘페르노드 리카드(Pernod Ricard)’사 제품인 ‘마르텔 코냉(Martell Cognac)’의 수입판매가 2013년에 16%가량 증가하였다. 브라질의 증류주 시장은 2010년 7.5%이던 GDP 성장이 2012년엔 0.9%로 크게 둔화되어 증류주 소비는 고작 0.2% 증가하는 데에 그쳤으나, 보드카는 여전히 중요한 시장이고 위스키 시장도 경기 침체에도 불구하고 3년간 20%의 신장률을 보였다. 전통적으로 데킬라의 주요 시장이었던 멕시코는 최근 보드카 소비가 2005년 대비 50% 증가했고, 위스키 소비의 증가는 멕시코 증류주 전체 산업의 3배 속도로 증가세를 보이고 있다. 이는 멕시코 인구 변화에서 원인을 찾을 수 있는데, 최근 법적으로 음주가 가능한 성인 인구의 유입이 급증했기 때문인 것으로 파악되고 있다(Impact, 2013.9.).

2.2.1. 리큐어(Liqueurs)

증류주 내 다른 경쟁 제품인 보드카, 럼, 위스키의 약진으로 리큐어는 상대적으로 더딘 성장세를 보였다. 특히 경기 침체의 영향으로 2010년 리큐어 소비는 0.5% 증가하는 데 그쳤으나, 2011년에는 1%로 소폭 상승하여 향후 점진적으로 소비가 증가할 것이라는 기대를 높이고 있다. <표 5>는 2009~2011년 사이 세계 소비량 상위 10위까지의 리큐어 브랜드를 열거한 것이다.

표 5 2009~2011년 세계 상위 10대 리큐어 브랜드

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	회사명	본사위치	2009	2010	2011	'09~'10 변화율	'10~'11 변화율
1	베일리스(Baileys)	디아지오(Diageo)	아일랜드	6.7	6.7	6.7	0.8	-0.7
2	드카이퍼 (DeKuyper)	DeKuyper Royal Sistillers	네덜란드	4.4	4.3	4.2	-1.8	-2.5
3	서던 컴포트 (Southern Comfort)	브라운 포맨 (Brown-Forman)	미국	2.2	2.1	2.0	-4.0	-8.3
4	갈루아(Kahlua)	페르노드 리카드 (Pernod Ricard)	멕시코	1.7	1.7	1.7	0.6	0.8
5	조야(Choya)	조야 매실주 (Choya Umuchu Co.)	일본	1.9	1.8	1.7	-5.9	-4.5
6	아마레토 (Di Saronno Amaretto)	ILLVA 시라노 (ILLVA Saronno)	이탈리아	1.7	1.7	1.7	-3.0	N/A
7	루벨스카(Lubelska)	스탁 스피리츠 그룹 (Stock Spirits Group)	폴란드	0.5	1.1	1.6	N/A	45.5
8	볼스(Bols)	루카 볼스(Luca Bols)	네덜란드	1.4	1.4	1.5	2.1	2.1
9	그랑 마르니에 (Grand Marnier)	Socitdes Produits Marnier-Lapostolle	프랑스	1.3	1.3	1.3	-1.0	2.0
10	쿠엥트로(Cointreau)	Rémy Cointreau	프랑스	1.3	1.2	1.3	-7.0	8.4
	기타			31.9	31.9	32.2	0.2	0.9
	총 소비량			54.9	55.2	55.8	0.5	1.0

자료: IMPACT (2012.12.) Shaken's Impact Newsletter.

리큐어 시장의 불황은 2010~2011년 변화율에 잘 나타나 있다. 소비량 1~3위를 차지하는 ‘베일리스(Baileys)’, ‘드카이퍼(DeKuyper)’, ‘서던 컴포트(Southern Comfort)’ 모두 마이너스 성장을 기록했다. 이에 대한 리큐어 시장의 대응은 제품 혁신을 통한 자구책으로 이어진다. 비록 7순위이지만 ‘스탁 스피리츠 그룹(Stock Spirits Group)’의 ‘루벨스카(Lubelska)’란 브랜드는 새로운 과실류를 첨가하여 제품 차별화를 꾀함으로써 2010~2011년 한 해 동안 45.5%라는 기록적인 성장률을 보였다.

2.2.2. 진(Gin)

‘진(gin)’은 보드카, 데킬라 등과 함께 백주(white spirits)에 속한다. 같은 백주 계열 중 보드카에 우위를 점하지는 못하지만, 경기침체에도 불구하고 진 시장은 소폭이지만 비교적 성장세를 이어갔다(<표 6>에서 ‘10~’11 변화율 참조).

표 6 2005~2011년 세계 상위 10대 진 브랜드

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	회사명	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'10~'11 변화율
1	히네브라 산 미구엘 (Ginebra San Miguel)	히네브라 산 미구엘 (Ginebra San Miguel)	17.0	18.0	18.5	20.0	21.6	24.0	24.0	0.0
2	고든스(Gordon's)	디아지오(Diageo)	4.7	4.5	4.5	4.3	4.2	4.3	4.3	0.5
3	시그램스(Seagram's)	페르노드 리카드 (Pernod Ricard)	3.3	3.4	3.4	3.4	3.0	2.9	2.8	-5.6
4	비피터(Beefeater)	페르노드 리카드 (Pernod Ricard)	2.3	2.3	2.4	2.4	2.2	2.3	2.4	2.5
5	봄베이(Bombay)	바카디(Bacardi)	1.8	2.1	2.0	2.0	2.0	2.2	2.3	4.5
6	탱커레이(Tanqueray)	디아지오(Diageo)	2.0	2.0	2.2	2.0	2.0	2.0	2.1	2.5
7	케어리스(Carew's)	유나이티드 스피리츠 (United Spirits Ltd.)	0.2	0.4	0.5	0.5	0.7	0.8	1.1	38.0
8	블루 리본 (Blue Riband)	유나이티드 스피리츠 (United Spirits Ltd.)	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.0	-11.5
9	라리오스(Larios)	빔 주식회사(Beam Inc.)	1.6	1.5	1.4	1.0	1.0	1.0	0.9	-4.9
10	뉴 암스테르담 (New Amsterdam)	E&J (E.&J. Distillers)	N/A	N/A	0.1	0.4	0.5	0.6	0.7	12.0
	기타		21.3	20.8	21.2	20.6	19.6	20.4	20.4	N/A
	총 소비량		55.2	56.0	57.1	57.7	58.0	61.7	62.0	0.5

자료: IMPACT (2012.12.) Shaken's Impact Newsletter.

표 7 세계 상위 5대 진 시장, 1990~2011

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	시장	1990	1995	2000	2005	2010	2011	'10~'11 변화율
1	필리핀	12.10	25.40	28.10	27.90	35.22	35.20	-0.10
2	미국	13.16	11.59	10.81	10.50	10.28	10.18	-1.00
3	인도	1.12	1.68	1.75	3.06	4.35	4.45	2.30
4	스페인	6.50	3.99	3.36	3.40	2.88	2.88	0.00
5	영국	2.83	2.80	2.75	2.40	2.22	2.28	2.50
	기타	10.06	10.55	10.43	7.88	6.75	7.00	3.70
	총 소비량	45.77	56.00	57.20	55.15	61.70	61.98	0.50

자료: IMPACT (2012.12.) Shaken's Impact Newsletter.

이러한 소비 성장세의 요인으로서는 첫 번째, 전통 진 소비에 더해 제조사들의 프리미엄 전략(super-premium gins)이 새로운 시장을 창출했고, 두 번째, 미국과 영국에서 카테

일 붐이 일어 진 소비량이 증가하였기 때문이다. 이러한 트렌드는 <표 7>에 반영되어 있다. 전통적으로 진의 소비가 활발한 필리핀(1위)과 인도(3위)의 경우 1990년 이래 최근까지 진의 소비가 급증해 왔는데, 이는 전통 진의 소비는 정체된 상황에서 이루어진 것이기에 프리미엄 진의 소비 증대가 기여한 바가 크다고 볼 수 있다. 아울러 경기 침체에도 불구하고 2위 미국과 5위 영국은 일정 수준의 진 소비를 유지하는데, 이는 칵테일 문화 붐의 조성으로 진 소비가 유지된 것으로 파악된다. 현재 미국과 영국은 칵테일 문화가 전 세계 진 시장으로 퍼져 나갈 수 있는 허브 역할을 담당하고 있다.

2.2.3. 데킬라(Tequila)

데킬라의 전통적 탑 브랜드는 '데킬라 쿠엘보(Tequila Cuervo)'사에서 제조하는 '호세 쿠엘보(Jose Cuervo)'이다. <표 8>에서 나타나듯이 호세 쿠엘보는 점점 시장에서 지위를 잃어가고 있지만, 다음 순위 브랜드들의 판매가 호조를 보여 전체적으로는 시장이 증가하고 있는 추세이다. 2013년 현재 호세 쿠엘보의 입지가 흔들림에 따라 데킬라 시장 내 메이저 제조사들('디아지오(Diageo)', '프록시모(Proximo)', 미국자본 업체들 등) 간 인수합병 및 포트폴리오 전략이 활발히 논의 중에 있다.

표 8 2009~2012년 세계 상위 5대 데킬라 브랜드

단위: 1000 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	회사명	소비량				11~12 변화율	시장 점유율			
			'09	'10	'11	'12		'09	'10	'11	'12
1	호세 쿠엘보 (Jose Cuervo)	데킬라 쿠엘보 (Tequila Cuervo)	7,050	6,975	6,875	6,700	-2.5	38.5	36.1	35.1	33.7
2	사우자 (Sauza)	데킬라 사우자 (Tequila Cuervo) (Beam Inc.)	2,675	3,100	3,155	3,305	4.6	14.6	16.1	16.1	16.6
3	패트론 (Patron)	패트론 증류회사 (The Patron Spirits Co.)	1,740	1,760	1,875	2,000	6.7	9.5	9.1	9.6	10.0
4	카브리토 (Cabrito)	데킬라 센티넬라 (Tequila Centinela)	750	945	1,100	1,255	14.0	4.1	4.9	5.6	6.3
5	엘 히마도르 (El Jimador)	데킬라 헤라두라 (Tequila Herradura) (Brown-Forman)	1,095	1,210	1,205	1,210	0.3	6.0	6.3	6.2	6.1
	기타		16,165	16,875	17,030	17,200	1.0	88.3	87.4	86.9	86.4
	총소비량		18,300	19,300	19,600	19,900	1.5	100	100	100	100

자료: IMPACT (2013.4.) Shaken's Impact Newsletter.

표 9 2005~2012년 세계 상위 10대 데킬라 수입국

단위: 1,000 상자(상자 = 9리터), %

순위	수입국	소비량				'11~'12 변화율	수입량 비율			
		'05	'10	'11	'12		'05	'10	'11	'12
1	미국	9,639	13,149	13,874	14,129	1.8	74.1	77.6	76.2	76.3
2	독일	656	867	717	687	-4.3	5.0	5.1	3.9	3.7
3	스페인	208	390	480	512	6.6	1.6	2.3	2.6	2.8
4	프랑스	216	298	414	407	-1.7	1.7	1.8	2.3	2.2
5	러시아	61	136	227	236	3.9	0.5	0.8	1.2	1.3
6	영국	225	145	204	234	14.7	1.7	0.9	1.1	1.3
7	일본	93	130	143	198	38.2	0.7	0.8	0.8	1.1
8	브라질	37	92	145	146	0.6	0.3	0.5	0.8	0.8
9	파나마	49	117	172	136	-20.6	0.4	0.7	0.9	0.7
10	싱가포르	23	63	104	130	24.2	0.2	0.4	0.6	0.7
	기타	1,801	1,558	1,730	1,708	-1.3	13.8	9.2	9.5	9.2
	총계	13,008	16,944	18,211	18,522	1.7	100	100	100	100

자료: IMPACT (2013.4.) Shaken's Impact Newsletter.

데킬라의 본고장은 멕시코이나 세계 시장에서의 소비량은 인접한 미국이 압도적으로 많다. <표 9>에 따르면 미국이 데킬라 소비에 있어 부동의 1위로 수입량 비율이 2012년 기준 76.3%에 달한다. 미국은 대부분의 데킬라를 멕시코에서 수입하는 것으로 파악된다. 한편 세계적으로도 데킬라의 교역량이 늘어나고 있는 추세이다. 유럽을 비롯한 아시아 지역 중 일본의 수입량 증가가 주목할 만한데, 이는 다른 증류주의 경우와 마찬가지로 멕시코의 전통주였던 데킬라가 점차 국제 시장에서 글로벌 브랜드화 중임을 시사한다.

2.2.4. 럼(Rum)

2012년에 세계 럼 시장은 전년 대비 판매량이 평균 0.5%정도에 그쳐 상대적으로 성장세가 둔화되었다. 이는 <표 10>에서 볼 수 있듯이 서유럽 지역, 특히 스페인에서의 판매가 감소한 것에 기인한다. 럼 1위 소비국가인 인도와 5위 국가인 도미니크 공화국에서의 판매량이 주춤한 것도 한 몫을 하는데, 그 대신 미국, 캐나다 등 북미시장에서의 럼 판매 호조로 어느 정도 소비 감소가 상쇄된다.

북미시장에서 럼 소비 증가는 프리미엄(premium) 럼이 주도하고 있다. 또한 갈색주(brown spirits)의 일종인 럼은 같은 갈색주 중 가격이 부담되는 '스카치(Scotch)', '코냑(Cognac)'과 백주(white spirits)계열 제품 간의 간극을 매우며 시장을 확대하고 있는 중이

다. 아울러 진의 경우와 마찬가지로 각테일 붐의 조성은 럼의 소비도 촉진시키는 데 한 몫을 하고 있는 것으로 평가받고 있다.

표 10 2010~2012년 세계 상위 10대 럼 시장

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	수입국	소비량			변화율		수입량 비율		
		'10	'11	'12	'10~'12	'11~'12	'10	'11	'12
1	인도	46.9	48.2	47.3	2.7	-1.8	38.1	38.3	37.4
2	미국	24.8	25.5	25.9	2.7	1.5	20.1	20.2	20.4
3	필리핀	19.5	19.9	20.2	2.0	1.5	15.8	15.8	15.9
4	쿠바	5.0	5.0	5.5	2.0	7.9	4.0	4.0	4.3
5	도미니카 공화국	4.2	4.0	4.0	-3.0	-0.6	3.4	3.2	3.2
6	독일	3.4	3.5	3.6	2.5	1.9	2.8	2.8	2.8
7	스페인	3.7	3.6	3.5	-4.0	-0.7	3.0	2.8	2.8
8	캐나다	3.2	3.3	3.4	3.5	3.0	2.6	2.6	2.7
9	영국	2.6	2.7	2.7	0.5	0.9	2.1	2.1	2.1
10	칠레	2.5	2.6	2.7	1.0	4.9	2.0	2.0	2.1
	기타	7.5	7.7	7.8	3.4	1.2	6.0	6.1	6.2
	총계	123.3	125.9	126.5	2.1	0.5	100	100	100

자료: IMPACT (2013.7.) Shaken' s Impact Newsletter.

표 11 2011~2012년 세계 상위 5대 럼 브랜드

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	회사명	본사위치	소비량		'11~'12 변화율	시장 점유율	
				'11	'12		'11	'12
1	바카디(Bacardi)	바카디(Bacardi)	푸에트 리코	19.6	19.8	1.0	15.6	15.7
2	탄두아이(Tanduay)	탄두아이(Tanduay Distillers)	필리핀	18.8	19.0	0.6	15.0	15.0
3	맥도웰 (McDowell's) No. 1	유나이티드 스피리츠 (United Spirits Ltd.)	인도	15.6	17.8	13.6	12.4	14.0
4	캡틴 모건 (Captain Morgan)	디아지오(Diageo)	버진 아일랜드	9.5	10.0	5.3	7.5	7.9
5	올드 몽크 (Old Monk)	모한 메킨(Mohan Meakin)	인도	4.5	4.0	-11.0	3.6	3.2
	5개사 합계			68.0	70.5	3.6	54.0	55.7

자료: IMPACT (2013.7.) Shaken' s Impact Newsletter.

2.2.5. 보드카(Vodka)

보드카는 앞 절의 럼과 함께 대표적인 갈색주(brown spirits)에 해당한다. 경기침체에도 불구하고 보드카 시장은 판매량 증가를 보였는데, 이는 프리미엄 보드카 제품의 꾸준한 성장세에 힘입은 바가 크다. <표 12>에서 보듯이 기존 보드카 브랜드들은 성장률이 더디거나 'Khlbniy Dar', '네미로프(Nemiroff)'와 같이 소비가 감소하는 경우도 나타나지만, <표 13>의 프리미엄 보드카 시장은 꾸준한 성장세를 보였다. 실제로 2012년도 보드카 판매량은 전년 대비 0.5%에 그쳤으나 프리미엄 보드카 시장의 성장세는 3.5%에 달한다. 이러한 프리미엄 보드카의 판매 호조는 미국에서 두드러지는데 다른 국가 대비 거의 10배에 달하는 양의 프리미엄 보드카가 소비되고 있다. <표 14>에서 나타나듯이 타 국가 대비 미국의 2011~2012년 프리미엄 보드카 소비량 증가는 5%의 증가율을 보이고 있다.

표 12 2009~2012년 세계 상위 5대 보드카 브랜드

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	회사명	'09	'10	'11	'12	'11~'12 변화율
1	스미노프(Smirnoff)	디아지오(Diageo)	24.4	24.4	25.2	26.3	4.5
2	업솔루트(Absolut)	페르노드 리카드(Pernod Ricard)	10.0	10.9	11.2	11.5	2.5
3	Khlbniy Dar	Bayadera Group	10.2	12.3	9.3	8.0	-14.0
4	네미로프(Nemiroff)	디아지오(Diageo)	9.1	9.2	8.0	8.0	-1.0
5	Khortytza	Khortitsa Distillery	9.2	8.5	7.5	7.5	1.0
	계		355.0	358.5	362.0	363.9	0.5

자료: IMPACT (2013.7.), Shaken' s Impact Newsletter.

표 13 2009~2012년 세계 상위 5대 프리미엄 보드카 브랜드

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	회사명	'09	'10	'11	'12	'11~'12 변화율
1	스미노프(Smirnoff)	디아지오(Diageo)	24.4	24.4	25.2	26.3	4.5
2	업솔루트(Absolut)	페르노드 리카드(Pernod Ricard)	10.0	10.9	11.2	11.5	2.5
3	스베드카(Svedka)	콘스텔레이션 브랜드 (Constellation Brands)	2.8	3.3	3.7	3.9	4.0
4	그레이 구스 (Grey Goose)	바카디(Bacardi)	3.5	3.6	3.8	3.8	0.0
5	Skyy	Gruppo Campari	3.3	3.4	3.5	3.7	7.2
	탑 5 총계		44.0	45.6	47.3	49.1	3.8

자료: IMPACT (2013.7.), Shaken' s Impact Newsletter.

표 14 2010~2012년 세계 상위 10대 프리미엄 보드카 시장

단위: 백만 상자(상자 = 9리터), %

순위	브랜드	소비량			변화율		시장 점유율		
		'10	'11	'12	'10~'11	'11~'12	'10	'11	'12
1	미국	63.1	67.3	70.7	6.7	5.0	62.9	64.2	65.1
2	영국	8.1	8.3	8.4	2.0	1.5	8.1	7.9	7.7
3	독일	6.6	6.5	6.5	-1.5	0.0	6.6	6.2	6.0
4	브라질	6.0	6.0	6.1	1.0	0.3	6.0	5.7	5.6
5	캐나다	3.8	3.9	3.9	2.0	1.0	3.8	3.7	3.6
6	프랑스	2.0	2.1	2.1	4.5	0.0	2.0	2.0	1.9
7	핀란드	1.8	1.8	1.8	0.0	-2.5	1.8	1.8	1.7
8	멕시코	1.5	1.6	1.6	5.0	2.5	1.5	1.5	1.5
9	러시아	1.5	1.5	1.6	4.0	3.0	1.5	1.5	1.5
10	남아프리카	1.5	1.5	1.6	0.5	1.0	1.5	1.5	1.4
	기타	4.4	4.4	4.4	-1.5	0.9	4.4	4.2	4.1
	총계	100.3	104.9	108.5	4.5	3.5	100	100	100

자료: IMPACT (2013.7.) Shaken's Impact Newsletter.

한편, 보드카 제조사들은 아시아, 남미 지역의 시장 가능성에 주목하고 있다. 아시아 시장에서 주된 타겟층은 경제성장과 맞물려 빠른 속도로 증가하는 중국 및 한국의 중산층과 전통적으로 갈색주(brown spirits)를 선호하는 인도 소비자 계층이다. 일례로 ‘콘스텔레이션(Constellation)’사는 우리나라의 롯데주조와 파트너십 계약을 체결하여 한국에서 ‘스베드카(Svedka)’를 출시했다. 또한 ‘디아지오(Diageo)’사는 브라질을 타겟으로 전통 증류주 ‘카차샤(cachaca)’나 ‘카이피로스카(Caipiroska)’ 칵테일에 대응하는 프리미엄 보드카의 판로를 확장하고 있다. 그 결과 2013년 현재 브라질은 세계 시장에서 프리미엄 보드카 ‘시락(Ciroc)’을 두 번째로, ‘스미노프(Sminoff)’를 네 번째로 많이 소비하는 국가이다.

2.3. 와인(Wine)

맥주와 마찬가지로 와인은 오랜 역사를 지녔지만, 주종별 세계 주류 시장에서 와인 산업은 맥주와 증류주에 비해 그 규모가 가장 작다. 또한 1절에서 기술하였듯이 맥주와 증류주 산업은 거대 자본을 바탕으로 한 초국적 기업과 무역량 증가에 힘입어 생산 규모가 증가한 반면, 와인은 과거에 비해 생산이 다소 감소하거나 정체 상태이다. 그러나 중국을 비롯한 신흥국의 소비 증가로 향후 세계 시장에서 성장이 기대되는 주

종이기도 하다.

와인 생산은 FAO에서 제공하는 국가별 데이터를 활용할 수 있다. <표 15>에서 보여 지듯이 생산의 전체 1~4위는 프랑스, 이탈리아, 스페인, 미국의 순으로 최근 10여년간 변화가 없다.

표 15 2000~2011년 세계 상위 10대 와인 생산국

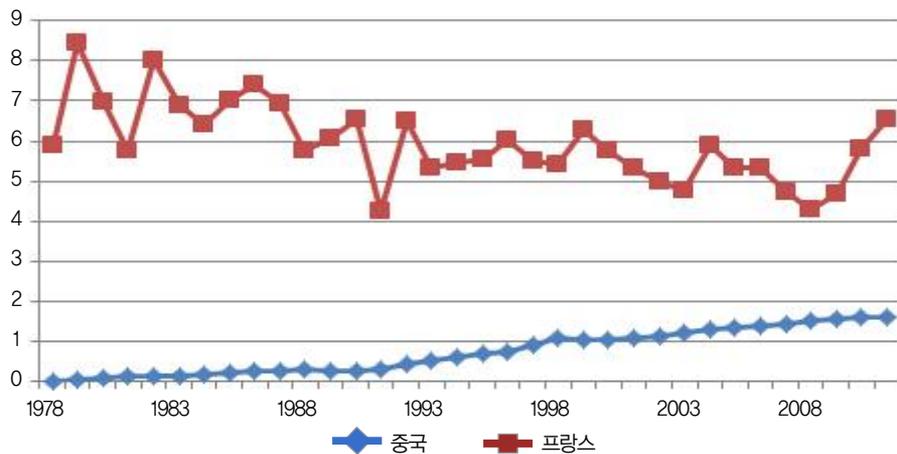
단위: 백만 톤

순위	2000		2005		2010		2011	
	국가	생산	국가	생산	국가	생산	국가	생산
1	프랑스	5.75	프랑스	5.34	프랑스	5.80	프랑스	6.53
2	이탈리아	5.41	이탈리아	5.06	이탈리아	4.58	이탈리아	4.67
3	스페인	4.12	스페인	3.64	스페인	3.61	스페인	3.34
4	미국	2.49	미국	2.89	미국	2.65	미국	2.78
5	아르헨티나	1.25	아르헨티나	1.52	아르헨티나	1.63	중국	1.60
6	중국	1.05	호주	1.43	중국	1.60	아르헨티나	1.55
7	독일	1.01	중국	1.35	호주	1.13	호주	1.15
8	호주	0.81	독일	0.95	남아공	0.92	칠레	1.05
9	포르투갈	0.78	남아공	0.84	칠레	0.92	남아공	0.97
10	남아공	0.69	칠레	0.79	러시아	0.76	독일	0.91

자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

그림 8 1978~2011년 중국과 프랑스의 와인 생산량

단위: 백만 톤



자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

주목할 만한 사항은 중국의 지속적인 성장세이다. <그림 8>에는 중국과 생산국 1위인 프랑스의 1978~2011년 와인 생산량이 도식되어 있는데, 프랑스는 1970~1980년대에 비해 다소 생산이 감소한 것에 반해, 중국은 1990년대부터 꾸준히 증가하여 2000년대 이후 세계 5위권에 들 정도로 급성장하고 있는 것을 확인할 수 있다.

와인 소비에 대한 자료는 FAO가 제공하지 않기 때문에 영국계 컨설팅회사인 International Wine & Spirits Research(IWSR)사가 114개 와인 소비국을 대상으로 한 조사를 인용한다(한국주류산업협회, 2012.3.). <표 16>은 상위 10개 와인 소비국의 2010~2011년 사이 소비량을 보여준다.

표 16 2010~2011년 세계 상위 10대 와인 소비국

단위: 백만 상자(1상자=9리터), %

순위	2010		2011	
	국가	생산	국가	생산
1	이탈리아	307.24	미국	311.31
2	프랑스	306.08	이탈리아	306.53
3	미국	304.87	프랑스	299.58
4	독일	280.77	독일	281.53
5	영국	143.19	중국	156.19
6	중국	128.56	영국	141.17
7	아르헨티나	117.87	아르헨티나	116.41
8	스페인	99.35	스페인	98.24
9	러시아	90.67	러시아	95.19
10	루마니아	57.66	루마니아	57.78
	기타	803.74	기타	814.07
	총계	2,640.00	총계	2,678.00

자료: IWSR; 한국주류산업협회 주류산업(2012.3.)에서 재인용.

2011년 기준으로 미국이 전통적인 와인 소비국인 이탈리아와 프랑스를 제치고 소비 1위를 차지한 것이 주목할 만하며, 생산에서 중국의 약진이 두드러지듯이 소비 또한 가파르게 상승하고 있는 것을 확인할 수 있다.

이러한 경향은 와인 수입·수출에서도 유사하게 나타난다. <표 17>과 <표 18>은 각각 2000~2011년 사이 세계 상위 10대 와인 수출국과 수입국을 나타내는데, 먼저 수출국의 경우 전통적인 와인 생산 강국인 서유럽의 이탈리아, 프랑스, 스페인이 전체

수출 물량의 약 55~60% 정도를 차지하고 있다. 미국은 생산 순위는 4위이나 수출은 6위에 그치는데 이는 생산한 양을 거의 자국에서 소비하기 때문인 것으로 파악된다.

표 17 2000~2011년 세계 상위 10대 와인 수출국

단위: 백만 톤

순위	2000		2005		2010		2011	
	국가	생산	국가	생산	국가	생산	국가	생산
1	프랑스	1.48	이탈리아	1.55	이탈리아	2.19	이탈리아	2.39
2	이탈리아	1.47	프랑스	1.37	스페인	1.77	스페인	2.28
3	스페인	0.78	스페인	1.36	프랑스	1.41	프랑스	1.53
4	칠레	0.40	호주	0.70	호주	0.80	칠레	0.66
5	호주	0.31	칠레	0.41	칠레	0.73	호주	0.66
6	미국	0.28	남아공	0.35	미국	0.40	미국	0.42
7	독일	0.24	미국	0.35	남아공	0.39	독일	0.41
8	포르투갈	0.19	독일	0.28	독일	0.39	남아공	0.37
9	남아공	0.17	몰도바	0.25	아르헨티나	0.28	아르헨티나	0.32
10	몰도바	0.10	포르투갈	0.25	포르투갈	0.25	포르투갈	0.29

자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

표 18 2000~2011년 세계 상위 10대 와인 수입국

단위: 백만 톤

순위	2000		2005		2010		2011	
	국가	생산	국가	생산	국가	생산	국가	생산
1	독일	0.99	영국	1.32	독일	1.42	독일	1.60
2	영국	0.89	독일	1.26	영국	1.25	영국	1.32
3	미국	0.45	미국	0.71	미국	0.94	미국	1.02
4	프랑스	0.44	러시아	0.62	러시아	0.69	프랑스	0.68
5	벨기에	0.26	프랑스	0.54	프랑스	0.58	러시아	0.68
6	캐나다	0.24	네덜란드	0.37	네덜란드	0.36	네덜란드	0.38
7	네덜란드	0.20	벨기에	0.28	캐나다	0.35	중국	0.37
8	포르투갈	0.19	캐나다	0.28	벨기에	0.29	캐나다	0.36
9	스위스	0.18	덴마크	0.19	중국	0.29	벨기에	0.32
10	덴마크	0.18	스위스	0.18	덴마크	0.20	이탈리아	0.23

자료: FAOSTAT(FAO Statistical Database) <http://faostat.fao.org>

다음으로 수입의 경우 영국의 순위가 1, 2위로 높은 것을 확인할 수 있다. 2010~2011년 기준으로 영국의 소비가 5, 6위 수준이고 생산량이 10위권에도 들지 못하는 점을 고려하면 영국은 소비의 전량을 수입에 의존한다고 볼 수 있다. 이러한 교역 상황은 기후의 영향에서 요인을 찾을 수 있다. 일반적으로 와인 생산은 기후에 민감하다. 같은 서유럽권의 프랑스, 이탈리아는 포도 작황 및 와인 생산이 용이한 데 반해 영국은 와인 생산에 적합한 기후대에 속해 있지 않으므로 생산 보다는 수입에 더 의존하는 무역 형태로 나타난다.

3. 요약 및 결론

주류산업은 인류의 역사와 밀접한 관련을 가진다. 이미 원시 수렵·채집시대부터 과실을 발효시켜 음용하였으며 농경시대가 시작되면서는 곡물을 발효시키는 단계에 이르러 그 활용도가 극도로 높아졌다. 전 세계적으로 주류는 지역적, 문화적, 인종적, 종교적 특성으로 다양한 형태로 제조되어 왔으나, 현대에 이르러 초국적 거대 자본과 국가 간 무역의 증가로 산업화, 세계화 과정을 거쳐 이제는 식품 산업에서 큰 부분을 차지하고 있다.

본고에서는 상품 선호도와 산업화 정도를 고려해 주종을 맥주, 증류주, 와인의 세 가지 형태로 구분하여 각 주종별 세계 주류 산업에 대한 현황을 살펴보았다. 공통적으로 나타나는 특징은 전 세계적으로 생산, 소비, 무역량이 증가하고 있다는 점이다. 와인의 경우 과거에 비해 생산이 소폭 하락하긴 했지만 향후 아시아 및 남미 신흥국들의 소비 증가로 시장 규모는 더 커질 것으로 예상된다. 이러한 시장의 확대는 거대 자본에 기반을 둔 초국적 기업들이 지역적으로 생산과 유통이 제한되던 주류 제품들(local products)을 현대식 공정에 맞춘 산업화 과정을 통해 세계화(global commodities)를 주도해 왔기 때문이다. 2000년대 후반 경기침체에도 불구하고 주류 산업의 규모가 커진 데에는 소비 트렌드 변화와 함께 제조사들의 제품 개량을 위한 혁신 과정에서 원인을 찾을 수 있다. 일례로 증류주의 경우 프리미엄 증류주의 개발·보급은 가격 및 상품 차별화를 통해 세대나 성별에 차이 없이 소비를 촉진하는 결과를 가져 왔다.

주류산업은 그 주원료로 곡물이나 과실을 사용하므로 농업과 직접적인 관계를 맺을 수밖에 없다. 지역적 전통주에 머무르던 맥주, 증류주, 와인 등이 산업화 과정을 거쳐 세계 시장에서 교역량이 증대되는 일련의 과정은 국내 농업 및 주류산업계에 시사하

는 바가 크다. 세계 주류산업의 동향을 파악하고 선진 주류 제조사의 전략을 이해하는 것은 국내 주류 산업의 활로를 모색하고 관련 제도 및 정책을 효율적으로 수립하는 데에 도움이 될 것이다.

참고문헌

- 고동수. 2010. “진입규제 완화를 통한 경쟁 활성화 방안-주류산업을 중심으로-.” 「KIET 산업경제분석」 2010년 10월. 산업연구원.
- 한국주류산업협회. 2012.3. 주류산업 통권 제111호. <http://www.kalia.or.kr>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations(FAO). FAOSTAT www.fao.org
- Forbes, R. J. 1970. *A Short History of the Art of Distillation: From the Beginnings up to the Death of Cellier Blumenthal*. BRILL.
- IMPACT. 2012.10., 2012.12., 2013.4., 2013.7., 2013.9. Shaken's Impact Newsletter. <http://ShakenNewsDaily.com>
- Jernigan, D. H. 2009. “The Global Alcohol Industry: an Overview.” *Society for the Study of Addiction* 104(1): 6-12.
- McGovern, P. E. 2009. *Uncorking the Past: The Quest for Wine, Beer, and Other Alcoholic Beverages*. University of California Press.
- McGovern, P. E., J. Zhang, J. Tang, Z. Zhang, G. R. Hall, R. A. Moreau, A. Nuñez, E. D. Butrym, M. P. Richards, C. Wang, G. Cheng, Z. Zhao, and C. Wang. 2004. “Fermented Beverages of Pre- and Proto-historic China.” *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 101(51): 17593-8.
- OECD. 2011. *OECD Health Statistics*. OECD Publishing.
- Vouillamoz, J. F., P. E. McGovern, A. Ergul, G. K. Söylemezoğlu, G. Tevzadze, C. P. Meredith, and M. S. Grando. 2006. “Genetic Characterization and Relationships of Traditional Grape Cultivars from Transcaucasia and Anatolia.” *Plant Genetic Resources* 4(2): 144-158.
- World Health Organization. 1999. *Global Status Report on Alcohol*. Geneva. Department of Mental Health and Substance Abuse (WHP/HSC/SAB/99.11).
- World Health Organization. 2011. *Global Status Report on Alcohol and Health*. Geneva. WHO Press.