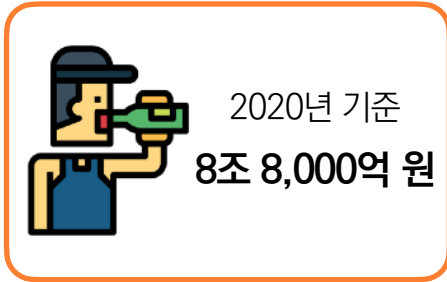




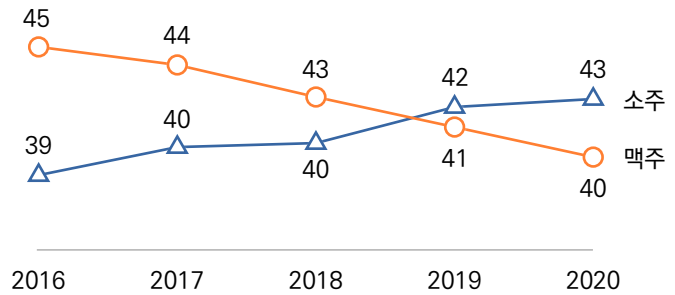
국내 주류 시장, 2019년부터 소주가 맥주를 추월, 2020년 기준 소주 43% 차지!

- ▶ 최근 발표된 한국농수산식품유통공사의 '2021년 주류시장 트렌드 보고서'에 따르면 2020년 기준 국내 주류 시장 규모는 약 8조 8천억 규모이며, 맥주와 소주가 전체 주류의 83%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

[그림] 국내 주류 시장 규모



[그림] 소주 vs 맥주 점유율 추이 (2016~2020, %)

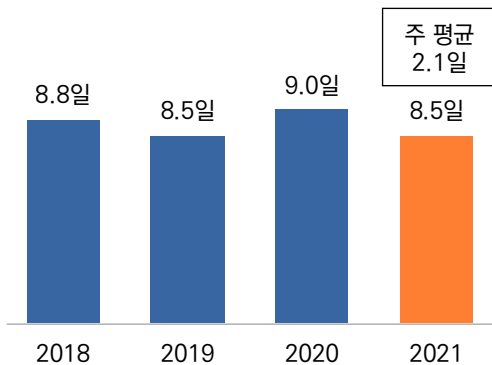


*자료 출처 : 한국농수산식품유통공사, '2021년 주류시장 트렌드 보고서', 2022.03.02.
**위 주류시장 규모는 출고가 기준임

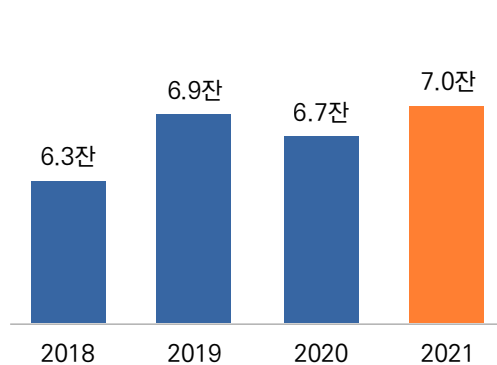
◎ 한국 성인 음주시, 1회 평균 소주 1병 정도 마셔!

- ▶ 지난해 한국 성인은 월평균 8.5일 술을 마셨는데, 이를 주 단위로 환산하면 주 평균 2회 이상 술을 마신 것으로 조사됐다.
- ▶ 한번 마시면 평균 소주 1병 정도의 음주량을 보이고 있는데, 2021년 음주량은 2020년 대비 약간 증가했다.

[그림] 월평균 음주 빈도_2020~2021



[그림] 음주시 1회 평균 음주량**



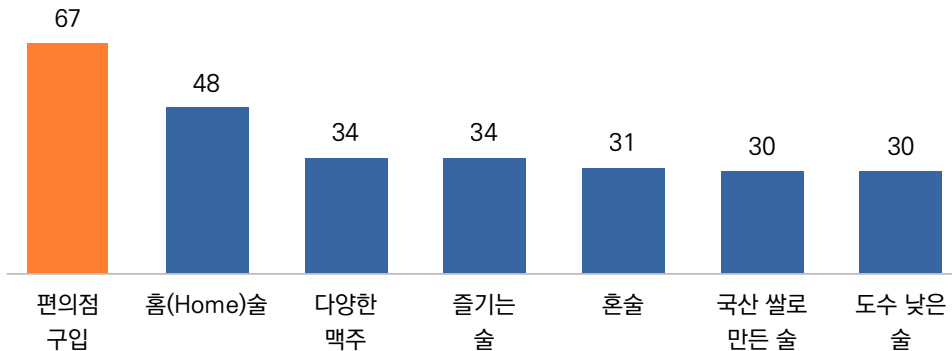
*자료 출처 : 한국농수산식품유통공사, '2021 주류 시장 트렌드 보고서', 2022.03.02. (전국 만 19~59세 성인 남녀 중 월 1회 이상 주류 소비자이면서 6개월 이내 전통주 음용자 2,000명, 2021.07.20.~07.30., 온라인조사)

**음주량 기준 : 소주 1병 7잔, 맥주 1병 1.5잔, 막걸리 1병 4.5잔 등으로 계산함

◎ 음주 트렌드의 변화, 편의점에서 맥주사서 집에서 혼자 마신다!

- ▶ 응답자 본인이 선호하는 주류 트렌드를 질문했는데 ‘편의점 구입’ 67%, ‘홈(Home)술’ 48%, ‘다양한 맥주’ 34%, ‘즐거는 술’ 34%, ‘혼술’ 31% 등의 순으로 나타났다.
- ▶ 편의점 구입과 홈술이 주류 트렌드로 인식되는 것도 코로나19의 영향이 반영된 것으로 보인다. 이제는 술을 즐기는 많은 사람들이 음식점이나 주점보다는 편의점에서 쉽게 다양한 종류의 맥주 등의 주류를 구입하여 홈술**과 집에서 홈술**을 즐기는 것으로 나타났다.

[그림] 본인이 선호하는 음주 트렌드_2021년 (복수응답, 상위 7위, %)



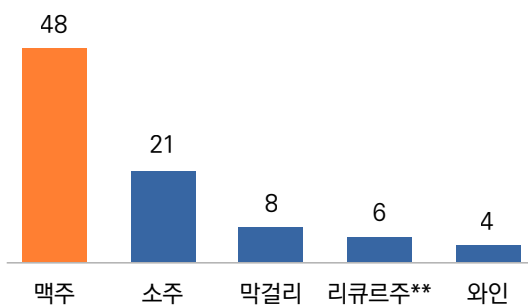
*자료 출처: 한국농수산식품유통공사, '2021 주류 시장 트렌드 보고서', 2022.03.02.,(전국 만 19~59세 성인 남녀 중 월 1회 이상 주류 소비자이면서 6개월 이내 전통주 음용자 2,000명, 2021.07.20.~07.30., 온라인조사)

** '홈술(Home+술)'은 집에서 술을 마시는 소비문화를, '혼술(혼자+술)'은 혼자 술을 즐기는 것을 뜻함.

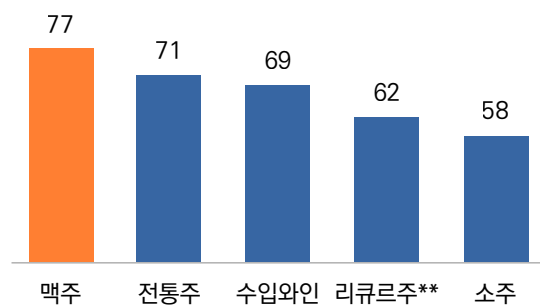
◎ 한국인이 가장 좋아하는 술 1위, '맥주' 48%

- ▶ 가장 좋아하는 술을 질문한 결과, '맥주'가 48%로 가장 높았고, 다음으로 '소주' 21%, '막걸리' 8%, '리큐르주' 6%, '와인' 4% 등의 순으로 나타났다.
- ▶ 주종별 만족도 즉, 실제로 술을 마셨을 때 만족하는 정도를 5점 척도로 평가하게 했을 때 4점 이상을 받은 비율(만족도)은 '맥주'가 77%로 가장 높았으며, 다음으로 '전통주' 71%, '수입와인' 69% 등의 순이었다.

[그림] 가장 좋아하는 술(상위 5위, %)



[그림] 주종별 만족도 (상위 4위, %)



*자료 출처: 한국농수산식품유통공사, 2021 주류 시장 트렌드 보고서, 2022.03.02.,(전국 만 19~59세 성인 남녀 중 월 1회 이상 주류 소비자이면서 6개월 이내 전통주 음용자 2,000명, 2021.07.20.~07.30., 온라인조사)

**리큐르주란 리큐어라고도 불리며, 증류주에 과일, 약초 등 다양한 성분을 첨가해 만드는 혼성주를 뜻한다.(<https://m.blog.naver.com/iiiiooh2/220642853009>)