

식품시장 뉴스레터

막걸리



시장규모

“국내 주류 산업의 침체기의 여파로 막걸리 시장 규모 감소”

국내 막걸리 출고 현황



* 출처: 국세청, 2020 국세통계연보

2019년 국내 막걸리 시장 규모는 출고액 기준 4,430억 원으로 2015년 대비 5.8% 하락하였으며, 막걸리 출고량 또한 2015년 42만 kℓ에서 2019년 37만 kℓ로 10.9% 감소함. 전반적 주류 소비량의 감소 추세가 막걸리 시장에도 영향을 준 것으로 보이며, ‘혼술·홈술’ 주류 음용 트렌드에서도 와인에 밀려 시장 성장이 주춤함. 이는 막걸리 특유의 숙취가 심한 주류로 인식되고, 개봉 후 소비 음용량이 큰 반면, 다른 주종에 비해 포만감이 크고 유통기간이 비교적 짧아 저장이 어려워 상시구매해야 하는 불편함 등이 영향을 미침. 또한 코로나19 라는 악재와 겹쳐 외식 소비 위축도 한몫 한 것으로 분석됨. 이러한 불황을 타개하기 위한 현재 막걸리 업계에서는 프리미엄 제품, 비대면 소비(온라인 유통채널 발굴), MZ세대를 겨냥한 다양한 제품을 출시해서 소매시장을 겨냥함

* 출처: 미래경제 2020.11.09. “혼술 문화 확산하는데 유독 ‘막걸리’ 소비는 저조” 기사 인용
* 출처: 한국농어민신문 2020.10.27. “소리소문없이 지나간 ‘막걸리의 날’” 기사 인용

주류 출고 현황

2019년 전체 주류시장 규모는 출고금액 기준 약 8조 9천억 원 규모이며, 이 중 탁주가 약 5.0%를 차지하고 있으며, 출고량 기준으로 '18년 대비 막걸리(탁주)의 출고량이 가장 큰 폭의 하락세를 보임

주류별 출고량 (단위: kℓ)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	'18년 대비 증감률
주류 전체	3,804,100	3,679,829	3,551,405	3,436,313	3,376,714	▼1.7
맥주	2,040,833	1,978,699	1,823,899	1,736,927	1,715,995	▼1.2
희석식 소주	955,507	932,258	945,860	917,959	915,596	▼0.3
탁주	416,046	399,667	409,407	402,580	370,500	▼8.0
주정	305,496	296,721	303,143	300,828	299,519	▼0.4
기타 주류	86,218	72,484	69,096	78,019	75,106	▼3.7

주류별 출고액 (단위: 백만원)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	'18년 대비 증감률
주류 전체	9,361,633	9,296,077	9,243,659	9,039,379	8,941,278	▼1.1
맥주	4,339,914	4,206,039	4,098,330	3,859,120	3,688,267	▼4.4
희석식 소주	3,466,624	3,586,676	3,678,401	3,618,349	3,738,247	▲3.3
탁주	470,061	454,068	446,852	459,066	442,967	▼3.5
주정	503,313	484,901	493,552	488,349	482,041	▼1.3
기타 주류	581,721	564,393	526,524	614,495	589,770	▼4.0

식품시장 뉴스레터

막걸리



소매시장 및 주요업체 현황

“하지만, 막걸리 소매 시장 규모는 증가”

주요 유통업체 2021 상반기
막걸리 매출 증가율

단위:%



* 전년 대비 증가율

* 출처: 한국경제 2021.08.16. “깜깜 달달해진 막걸리..2030 여성 입맛 잡았다”

업체에 따르면 2017년 약 3,500억원이던 막걸리 소매시장 규모는 2019년 4,500억원, 2020년에는 5,000억원 대로 성장이 추정되며, 2021년에는 막걸리 주요 소비 채널인 편의점의 매출 신장이 눈에 띄게 성장함. 특히 20~30대 소비자의 매출비중이 높는데 전통적이고 오래된 이미지를 탈피하기 위한 기존 막걸리 제조업체의 개선 노력이 반영된 결과인 것으로 나타남

연령별	2018년 1분기	2021년 1분기	증감률
20대	3.5	6.3	▲2.8
30대	5.4	9.3	▲3.9
40대	26.3	22.4	▼3.9
50대	28.7	28.3	▼0.4
60대	36.1	33.7	▼2.4

* BGF리테일 자료

* 출처: BUSINESSWATCH 2021. 04.01. “‘합’해진 막걸리, 제 2의 전성기가 온다” 기사 인용

막걸리 주요 업체 현황

서울탁주, 지평주조, 국순당이 막걸리 시장 전체 매출의 56.0%를 차지하고 있으며 MZ세대 공략을 위한 빈티지, 레트로 마케팅을 중심으로 다양한 막걸리와 이색 콜라보레이션을 진행하고 있음

서울탁주	지평주조	국순당
<ul style="list-style-type: none"> ❖ 막걸리 시장의 부동의 1위: 연매출 2,000억 추정(점유율 40% 이상) ❖ GS25 협업 장수보쌈수육 출시 ❖ 유통기간 10일을 강조한 십장생 라벨 ❖ 젊은 층 공략을 위한 굿즈(에코백, 슬리퍼메이커, 화투, 막사유리컵) 마케팅 ❖ 대표 브랜드 : 장수막걸리, 월매 쌀막걸리, 인생막걸리, 달빛유자막걸리, 장흥삼장수막걸리 등 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 2015년 저도수 지평생막걸리 출시 ❖ 2019년 지평 일구이오 출시 ❖ 2020년 웨이크쉐과 콜라보레이션 막걸리에 바닐라 커스터드, 라이스 토핑을 블렌딩한 막걸리 웨이크 출시 ❖ 2020년 탄산강화 스파클링 막걸리 지평 이랑이랑 출시 ❖ 2020년 매출 308억원으로 최대 실적 ❖ 대표 브랜드 : 지평생 쌀막걸리, 지평생 옛막걸리, 지평 일구이오, 지평 이랑이랑 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 프리미엄 막걸리 1000억 유산균 막걸리 시리즈로 2020년 매출 막걸리 부문 213억원 달성 ❖ 2021년 토모토모와 콜라보레이션 바디케이 세트, 홈가운, 타올세트, 비누입욕제 세트, 유리컵, 병 세트 출시 ❖ 대표 브랜드 : 국순당 생막걸리, 대박, 옛날(古), 1000억 유산균, 국순당 쌀, 아이싱, 첫술, 이화주

* 출처: 서울탁주 홈페이지, BIZFACT, 2019.04.06. “로이킴 공동대표인 장수막걸리의 ‘서울탁주제조협회’는 어떤 곳?”

* 출처: 지평주조 홈페이지, 이코노믹리뷰, 2021.03.21. “[유통계 경영상태] 100여년 외길 지평주조, ‘젊은 사장님’의 막걸리 열정”

* 출처: 국순당 홈페이지, 매일경제, 2021.04.04. “술술·혼술 느니 국순당 6년만에 흑자냈다”

식품시장 뉴스레터

막걸리



소비확대를 위한 업계 노력 - (1) 제품의 다양화

막걸리 부흥을 위한 다양한 시도

1 "감성 자극 !! 이색 막걸리"

전국 각 지역별 중소 막걸리 제조업체에서도 홈술 트렌드와 비대면 온라인 채널을 이용, MZ세대를 겨냥한 이색 막걸리를 선보이고 있으며, 독특한 라벨과 기존 막걸리 이미지를 탈피하는 다채로운 색상과 맛의 프리미엄 막걸리를 출시하고 있음

*출처: 매일경제. 2021.06.01. "'아재 술? 무슨 소리야' MZ세대, 막걸리에 취하다" 기사 인용



[강줄겨 막걸리]

- ❖ 제조사: 디오케이브루어리
- ❖ 규격/도수: 600ml, 8%
- ❖ 특징 : 발효 시 석류 즙과 히비스커스를 더해 술에 부족한 산미, 과실향을 보충했으며 베리향이 강조된 막걸리



[술 취한 원숭이 막걸리]

- ❖ 제조사: 술샘
- ❖ 규격/도수: 375ml, 10.5%
- ❖ 특징 : 100% 경기미 홍국쌀 사용, 무인공 색소, 무인공 감미료 임에도 붉은 색의 트렌디한 프리미엄 막걸리



[희양산 막걸리]

- ❖ 제조사: 두술도가
- ❖ 규격/도수: 500ml, 15% / 750ml, 9%
- ❖ 특징 : 열은 단맛과 약간의 신맛이 조화로워 깔끔하고 담백한 맛이 느껴지는 막걸리



[냥이탁주]

- ❖ 제조사: 행주산성주가
- ❖ 규격/도수: 500ml, 9%
- ❖ 특징 : 경기 고양시 농산물 사용, 오미자, 벌꿀, 찹보리 등을 넣어 새콤 달콤하면서도 씹살한 맛의 막걸리



[기다림 시리즈]

- ❖ 제조사: 제이케이크래프트
- ❖ 규격/도수: 750ml, 9% / 750ml, 8% / 500ml, 12%
- ❖ 특징 : 누룩을 빚기 위해, 발효 숙성을 위해 각각 100일을 기다려 1일 200병 한정 생산하는 프리미엄 막걸리



[써머 딜라이트]

- ❖ 제조사: 대동여주도&같이양조장
- ❖ 규격/도수: 750ml, 10%
- ❖ 특징 : 쌀, 물, 전통, 누룩, 포도로 빚은 포도 막걸리, 상큼한 산미와 은근한 달콤함이 느껴지는 막걸리



[도깨비 술]

- ❖ 제조사: 도깨비양조장
- ❖ 규격/도수: 750ml, 7% / 750ml, 9% / 750ml, 11%
- ❖ 특징 : 우리밀 누룩과 100% 멥쌀 사용, 향이 이채롭고, 마신 후 텁텁함이 남지 않는 깔끔함이 특징인 막걸리



[만강에 비친 달]

- ❖ 제조사: 예술주조
- ❖ 규격/도수: 500ml, 10%
- ❖ 특징 : 풍부한 곡물향과 질감이 느껴지며, 쌀과 조화를 이룬 호박의 단맛이 인상적인 탁주

식품시장 뉴스레터

막걸리



소비확대를 위한 업계 노력 - (2) 콜라보레이션

막걸리 부흥을 위한 다양한 시도

2 "이색 콜라보레이션 막걸리. 젊은 감수성을 찾아라"

막걸리 소비의 새로운 주역으로 떠오른 MZ세대의 뉴트로 감수성을 자극하고 기존 막걸리의 오래된, 전통의, 무거운 이미지 개선을 위해 이색적인 콜라보레이션 마케팅을 진행함. 이를 통해 젊은 층의 입맛과 재미와 흥미를 동시에 제공하고 브랜드에 대한 홍보 시너지 효과를 극대화하기 위한 것으로 분석됨

[조리풍당]



- ❖ 제조사: 국순당 X 크라운 제과
- ❖ 규격/도수: 350ml, 4%
- ❖ 특징: 국순당 쌀 막걸리에 조리풍 원물을 섞어 발효, 탄산과 알코올이 강하지 않아 목넘김이 부드럽고 달달한 맛이 특징임

[표문 막걸리]



- ❖ 제조사: 한강주조 X 대한제분 곰표
- ❖ 규격/도수: 500ml, 6%
- ❖ 특징: 국내산 밀누룩과 햅쌀로 만든 무감미료 막걸리, 이름은 기존 전통주 이미지를 뒤집기 위해 '곰표'를 거꾸로 표기한 '표문'임

[테스형 막걸리]



- ❖ 제조사: 포천주조 X CU
- ❖ 규격/도수: 750ml, 6%
- ❖ 특징: 가수 나훈아의 노래 '테스형'이 모티브, 천연 지하 암반수와 밀로 만든 누룩으로 제조하여 담백하고 묵직한 깊은 맛이 특징임

[DOK X 메킷나이스]



- ❖ 제조사: DOK브루어리 X 메킷나이스
- ❖ 규격/도수: 650ml, 8%
- ❖ 특징: 셰프크루 '메킷나이스'가 참여하여 음식과의 조화로움 고려하여 제조, 풍부한 향과 새콤한 산미가 특징인 막걸리

3 "막걸리와 함께 캐릭터, 막걸리 이용 미용 제품"

* 각 사 홈페이지



[장수막걸리 문구류]

- ❖ 십장생 기획상품의 성공적 마케팅 이후 이마트 24와 함께 문구류를 선보임
- ❖ 제품은 장수막걸리를 모티브로 한 실제 막걸리 병모양을 형상화한 '플래너(50매)'와 막걸리를 떠올리게 하는 주막 차림판으로 디자인의 '점착메모지(120매)'임



[지평막걸리 기획상품]

- ❖ 디밀(뷰티 전문컨텐츠 커머스 기업), 유튜브버 '토모토모'와 협업 라이프스타일 제품을 선보임
- ❖ '하루의 시작과 끝을 함께한다'는 콘셉트로 출시되는 이번 상품은 '에센셜 바디케어 세트, 홈가운·타올 세트, 비누·입욕제 세트, 유리컵·병 세트' 등 총 4종으로 구성됨



[기다림 막걸리 미용 제품]

- ❖ 제이케이크래프트는 자체개발 효모를 활용한 샴푸와 트리트먼트, 비누, 클렌저를 출시함
- ❖ 대표제품인 막걸리 두피 샴푸는 단백질 가득한 막걸리 효모에 두피에 좋은 영양분을 더해 두피 건강 관리를 돕고, 막걸리 클렌저는 양조가의 효모로 건강한 피부 컨디션 유지를 도와줌

식품시장 뉴스레터

막걸리



지역별 주요 막걸리

전국 유명 막걸리 도감



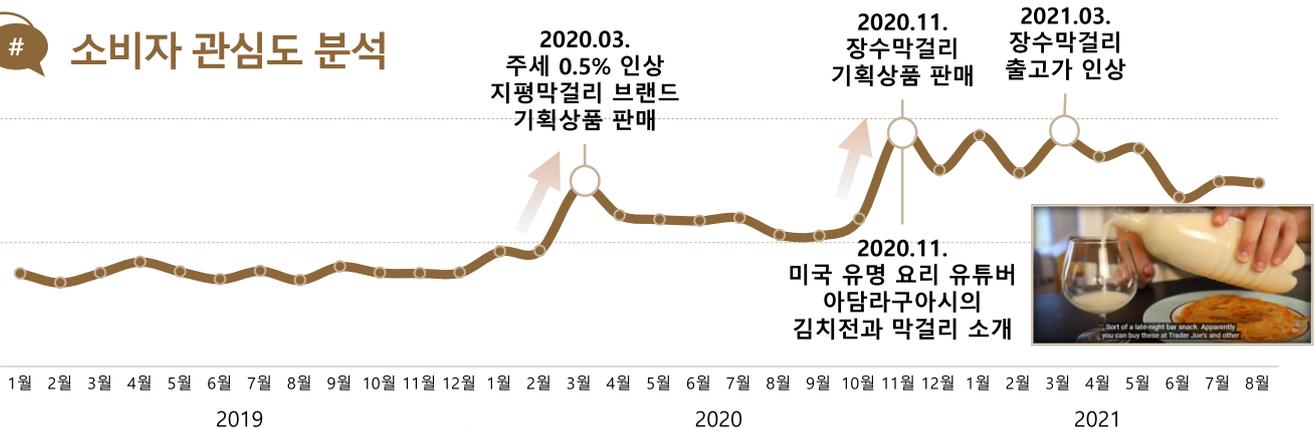
식품시장 뉴스레터

막걸리



소비 트렌드

소비자 관심도 분석



* 출처: 2019. 01~ 2021.08, 네이버 데이터랩 "막걸리" 클릭량 검색 결과

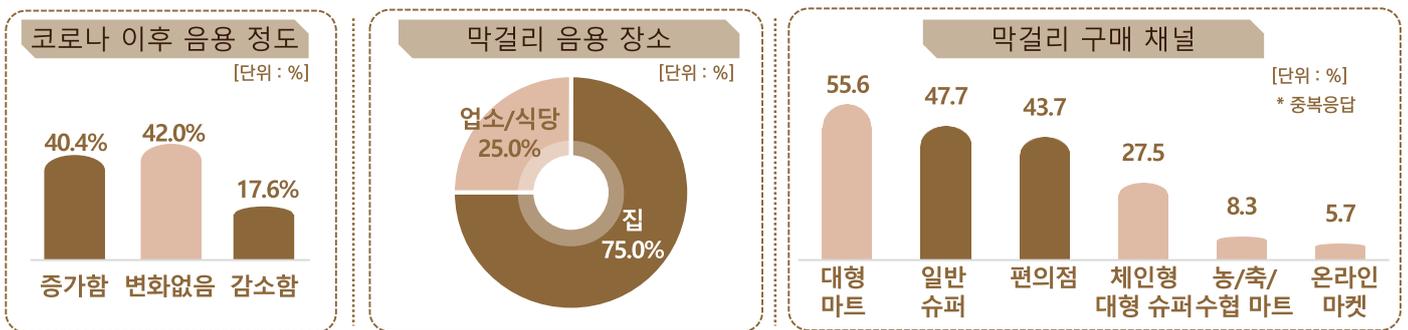
2019년의 막걸리에 대한 언급량은 적었으나, 2020년 3월 주세 인상과 지평막걸리 기획상품에 대한 관심으로 언급량이 증가했다가 같은 해 11월에 미국 유명 유튜버의 김치전과 막걸리에 대한 소개로 언급량이 급증함. 이는 2021년 막걸리에 대한 소비자 관심도가 이전 대비 높은 수준으로 나타난 것으로 같은 음식이라도 개성과 차별성을 부여하며 더 맛있게 먹고자 하는 MZ세대의 특성이 반영된 것으로 분석됨

* 출처: The JoongAng, 2021.08.14. "쌀알 동동 띄운 '막걸리 셰이크' 젊은 입맛 사로잡았다" 기사 인용

막걸리 소비자 조사

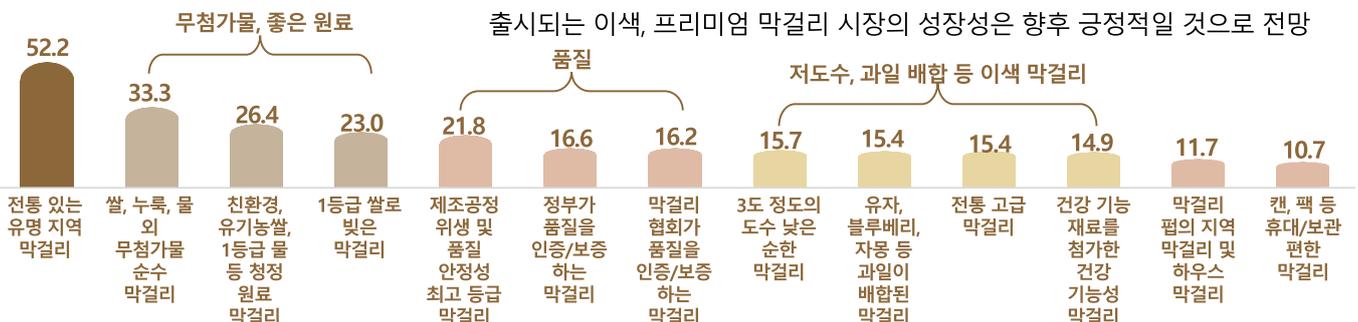
* 글로벌리서치 소비자 조사(최근 6개월 이내 막걸리 음용자 대상, n=579)

코로나19 이전보다 막걸리 체감 구입량이 증가했다고 인식하고 있으며, 막걸리는 업소/식당 보다는 집에서 주로 음용하고, 주요 구입장소는 대형마트, 일반슈퍼, 편의점 순 등으로 나타남



선호하는 막걸리 유형

[단위: %]
* 중복응답



유명 지역 전통 막걸리는 가장 선호하는 막걸리 유형이며, 그 외 무첨가물 및 좋은 재료, 고품질, 프리미엄, 차별화 및 개성있는 막걸리에 대한 관심이 높아 현재 출시되는 이색, 프리미엄 막걸리 시장의 성장성은 향후 긍정적일 것으로 전망