글로벌 투자 파트너 –
MIRAE ASSET
미래에셋대우

음식료
Issue Comment
2019.3.26

[F&B/Tobacco]

백운목
02-3774-1679
wm.baek@miraeasset.com

맥주가격 인상이 주는 의미는?

오비맥주, 맥주가격 평균 5.3% 인상

- 맥주업계 1위인 오비맥주(비상장사) 맥주 출고가격 평균 5.3% 인상
- 16년 11월 가격 인상(6.0%) 이후 약 2년 5개월 만의 인상
- 하이트진로가 동일하게 가격을 인상한다면 맥주 매출액 300억원 정도 증가 예상
- 롯데칠성도 맥주 매출액 60억원 정도 증가 예상
- 맥주 가격 인상은 가격 인상에 목말라 있는 음식료업체의 가격 인상에 촉매제 역할 예상

1. 오비맥주, 맥주 출고가격 평균 5.3% 인상 발표

국내 맥주 1위 업체인 오비맥주(비상장)가 4월 4일부터 카스, 프리미어OB, 카프리 등 주요 맥주 제품의 출고가격(공장도 가격에 세금이 붙은 가격)을 평균 5.3% 인상한다고 발표했다. **오비맥주의 대표적인 브랜드인 카스 병맥주(500ml)의 출고가격은 1병당 1,147.00원에서 1,203.22원으로 56.22원(4.9%) 오른다.**

이번 맥주 가격 인상은 2016년 11월 이후 약 2년 5개월 만에 이루어진 것이다. 2016년 11월 맥주 가격 인상(1병당 1,081.99원→1,147.00원, 6.01% 인상)이 12년 8월 이후 4년 3개월 만에 이루어진 것을 고려하면 이번 가격 인상은 인상 시기가 빨라졌다고 할 수 있다. 편의점과 대형마트의 맥주 소비자 가격은 약 70~100원 정도 오를 전망이다. 다만, 주점과 음식점에서의 판매 가격 인상은 아직 미지수이다.

과잉 설비(공급 과잉), 소비 둔화, 수입 맥주 점유율 상승, 맥주의 다양화, 수제 맥주 활성화 등으로 업체 간 경쟁이 치열한 맥주업계에서 가격이 인상되었다는 것은 맥주업체의 가격 정책에 큰 의미(가격 결정권 보유)를 부여할 수 있다.

맥주업계 1위인 오비맥주(비상장)가 가격을 인상했기에 후발 주자인 하이트진로(상장)와 롯데칠성(상장)의 맥주 가격도 인상이 뒤따를 것으로 예상된다. 다만, 맥주는 시장 경쟁이 치열하기에 후발주자의 가격 인상 시기는 약간 늦어질 수 있다. 특히, 하이트진로는 신제품 맥주 테라(TERRA)를 출시했기에 오비맥주 제품과의 가격 차이를 이용한 시장점유율 확보를 목표로 할 수 있어 가격 인상이 예상보다 늦어질 수도 있다.

표 1. 오비맥주의 카스 병맥주 가격 인상 전/후 비교

항목	인상 전		인상 후		인상액	인상률
	가격(원)	구성비(%)	가격(원)	구성비(%)	(원)	(%)
공장도가격	**538.6**	**37.1**	**565.0**	**37.1**	**26.4**	**4.9**
주세	387.8	26.7	406.8	26.7	19.0	4.9
교육세	116.3	8.0	122.0	8.0	5.7	4.9
공급가격	1,042.7	71.9	1,093.8	71.9	51.1	4.9
부가세	104.3	7.2	109.4	7.2	5.1	4.9
세금합계	608.4	41.9	638.2	41.9	29.8	4.9
출고가격	**1,147.0**	**79.0**	**1,203.2**	**79.0**	**56.2**	**4.9**
담세율(%)	-	53.0	-	53.0	-	-
유통마진	114.7	7.9	120.3	7.9	5.6	4.9
소매마진	189.3	13.0	198.5	13.0	9.3	4.9
소비자가격	**1,451.0**	**100.0**	**1,522.1**	**100.0**	**71.1**	**4.9**

주: 카스 병맥주 500ml 기준, 소비자가격은 추정치
공장도가격(출고원가)은 원가+판관비+마진이 모두 포함, 공장도가격이 맥주업체의 실제 매출액으로 인식되는 가격
출고가격은 공장도가격에 세금을 포함한 가격, 유통마진 10%, 소매마진 15% 가정
자료: 미래에셋대우 리서치센터

2. 맥주 가격 인상 시 주류업체의 효과는?

맥주업체는 페트병, 알루미늄, 맥아 등 주요 원/부재료 가격이 상승한데다 소비량(Q) 증가 둔화(감소), 물류비, 인건비, 광고/선전비 등 판관비용이 지속적으로 증가하고 있어 가격 인상이 없으면 매출 성장과 이익 증가가 어려운 상황이다.

상장사인 하이트진로의 18년 국산 맥주(수입 제외) 매출액은 약 6천 4백억원 정도로 본다. **하이트진로가 맥주 출고가격을 5% 정도 인상한다면 맥주에서 추가적으로 300억원 정도의 매출액이 증가한다.** 상장사인 롯데칠성의 18년 국산 맥주 매출액은 약 1천 3백억원 정도로 추정된다. 롯데칠성도 맥주 가격을 5% 정도 인상한다면, 맥주 매출액은 60억원이 증가할 전망이다. **가격 인상이 된다면 하이트진로와 롯데칠성의 맥주사업은 적자가 축소될 전망이다.**

출고가격 인상을 들어 주점이나 음식점에서 맥주 가격을 인상한다면 일시적으로 소비 감소가 예상되어 출고가격 인상의 효과가 축소될 수도 있다. 하지만, 장기적으로는 맥주 소비는 비탄력적이기에 가격 인상에 의한 소비 감소는 없을 전망이다. **12년과 16년 맥주 가격 인상의 사례를 보면 맥주 가격 인상이 맥주 소비량에는 큰 영향을 주지 않았다.**

3. 맥주 가격 인상이 음식료업체에 주는 의미는?

음식료의 주력 품목인 가공식품의 소비자 가격은 15년 1.3%, 16년 0.5%, 17년 0.7%, 18년 상반기 1.1% 인상이 이루어졌다. 이러한 낮은 인상률은 음식료업체의 이익 증가와 주가 상승의 최대 악재가 되었다. 15년~18년 상반기 가공식품 가격 인상률이 낮았던 이유는 원가 구성 항목(국내/국제 원/부재료 가격과 환율)이 하향 안정세를 보였기 때문이다.

18년 하반기부터 일부 원/부재료 가격이 오르고 판관비용이 증가하고 있어 **이번 맥주 가격 인상은 가격 인상을 고심하고 있는 음식료업체(소주업체, 라면업체, 가공식품업체 등)에게 가격 인상을 할 수 있는 촉매제가 될 수 있을 것으로 본다.**

4. 가격 인상해도 맥주 시장의 환경은 여전히 어려움

맥주 시장의 치열한 경쟁은 향후에도 계속될 전망이다. 고령화에 의한 맥주 소비량 정체(감소), 수입맥주 점유율 확대, 수제 맥주 활성화, 하이트진로와 롯데칠성의 맥주 가동률 하락, 하이트진로의 신제품(TERRA) 출시, 맥주 시장의 카테고리(레귤러, 프리미엄, 발포주, 제3맥주) 확대, 오비맥주의 발포주(맥아 함량을 줄여 세금이 낮아 소비자가격이 기존 맥주보다 저렴) 출시 때문이다.

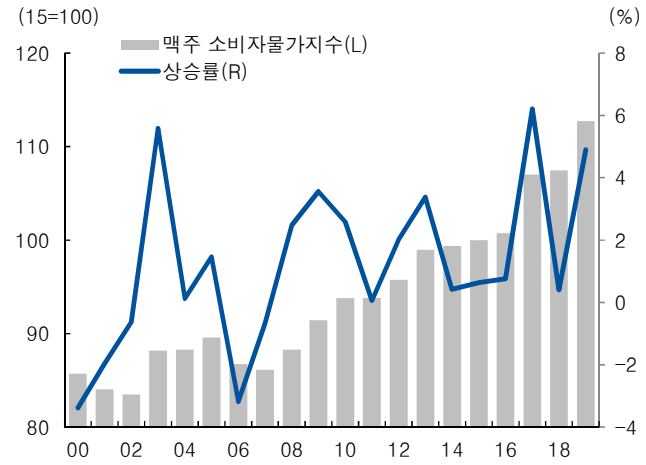
인구 구조의 변화(고령화 진행, 주력 소비층(20~30대)의 인구 비중 감소, 인구 증가 둔화)로 맥주 소비량은 장기적으로 감소할 가능성이 있다. 일본은 94년 이후 GDP 증가율이 둔화되고 고령화 진행으로 1인당 맥주 소비량이 감소했다.

수입 맥주도 맥주 생태계의 변화를 가져오고 있다. 수입 맥주는 17년 44.5% 증가, 18년 17.9% 증가했다. 시장점유율은 13년 4.9%에서 18년에는 19.0%까지 급상승했다. 수입맥주 확대는 국내 맥주의 소비 감소를 가져오기에 2010년 이전에는 국내 맥주업체의 직접 수입 규모는 크지 않았다.

하지만, 소비자의 수입 맥주에 대한 선호도가 상승함에 따라 국내 맥주업체도 맥주를 직접 수입하기 시작했고, 현재는 주요 사업으로 자리매김했다. 참고로 하이트진로의 수입 맥주 판매액은 16년 470억원, 17년 850억원, 18년에는 1천억원(추정)에 달한다. 하이트진로는 맥주 전체에서는 적자이지만 수입 맥주에서는 7~8%의 마진을 내고 있는 것으로 본다.

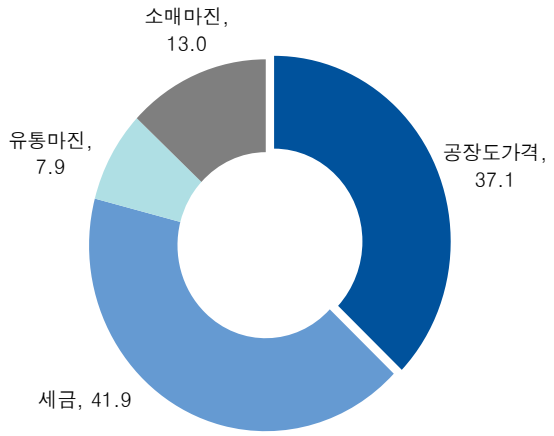
수제 맥주(Microbrew)의 활성화도 기존 맥주업체에게는 위협 요인이다. 소비자의 개성이 강해지면서 독특한 맛과 신선함을 강조한 수제 맥주의 수요는 지속적으로 늘어날 전망이다.

그림 1. 맥주 소비자가격 인상 추이



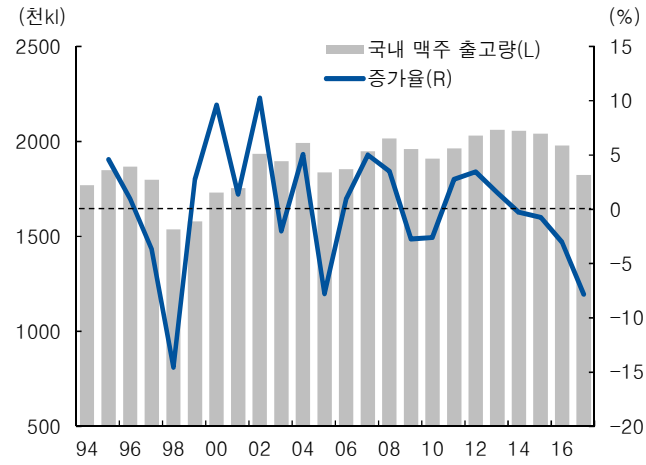
자료: 통계청, 미래에셋대우 리서치센터

그림 2. 맥주 소비자가격(1,522원) 구성비(%)



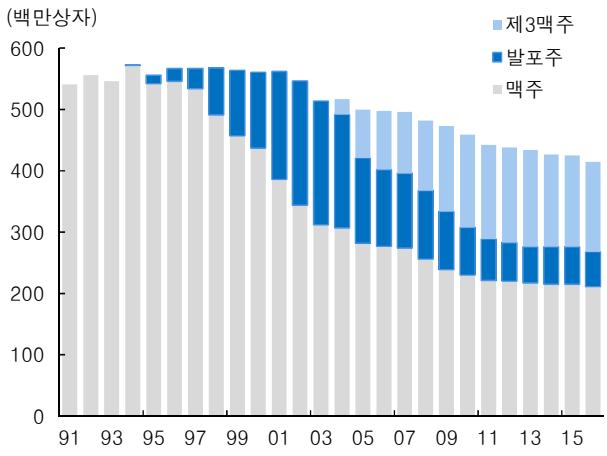
자료: 미래에셋대우 리서치센터

그림 3. 맥주 출고량 추이 및 증가율



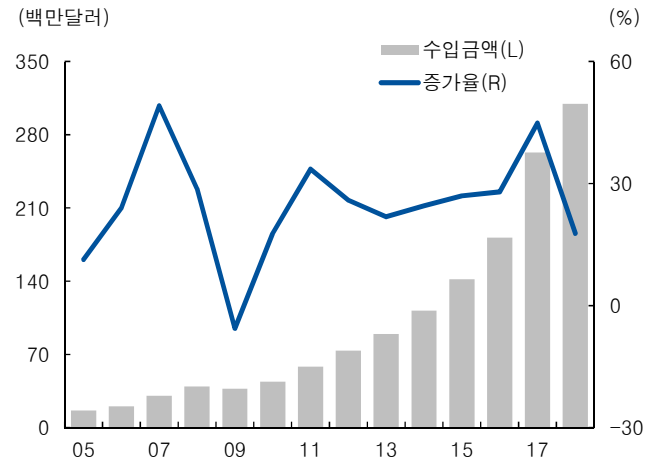
자료: 통계청, 미래에셋대우 리서치센터

그림 4. 일본의 맥주 시장 변화(기존 맥주 감소, 발포주/제3맥주 성장)



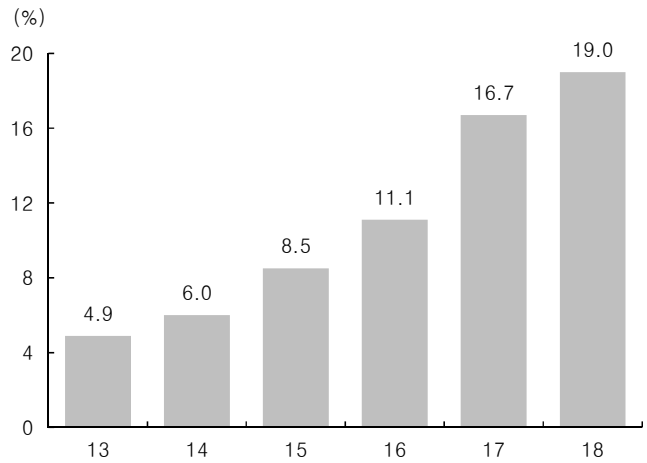
자료: 아사히맥주, 하이트진로, 미래에셋대우 리서치센터

그림 5. 맥주 수입액 및 증가율



자료: 관세청, 미래에셋대우 리서치센터

그림 6. 수입맥주 시장점유율



주: 18년은 추정치
자료: 국세청, 언론자료, 미래에셋대우 리서치센터

Compliance Notice

- 당사는 자료 작성일 현재 해당 회사와 관련하여 특별한 이해관계가 없음을 확인합니다.
- 당사는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 본 자료에서 매매를 권유한 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었음을 확인합니다.

본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목 선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 조사분석자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.