

Eat

주류 소비 트렌드 리포트 2024

2024.07.
opensurvey.io

opensurvey

들어가며

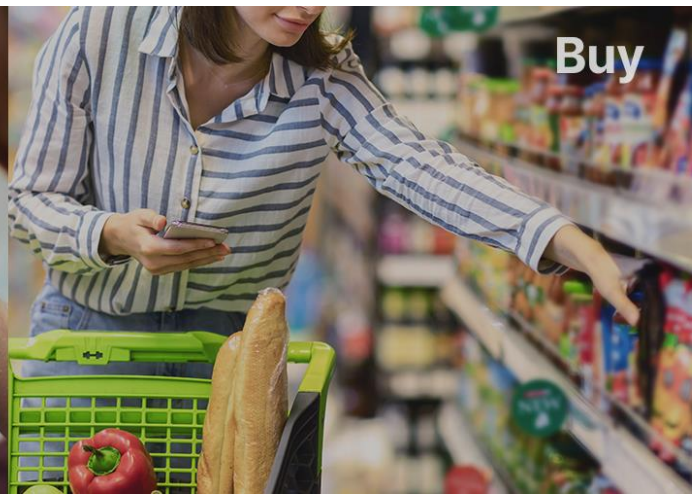
부상하는 하이볼과 시드는 와인, 2024년 한국 소비자의 술 취향은?

이제 술도 취향의 영역입니다. 소비자는 이전보다 여러 주종에 쉽게 접근할 수 있고, 다양한 기호를 반영한 무알콜 주류도 늘었습니다. 한층 확대된 선택지 앞에서 소비자는 어떤 선택을 할까요? 오픈서베이는 올해에도 현시점의 가장 생생한 주류 트렌드를 포착하여 리포트를 발행했습니다.

올해 주류 소비 트렌드 조사에서 가장 눈에 띄는 주종은 하이볼입니다. 생레몬 하이볼 같은 특정 제품이 인기를 끌고, 사람들은 각자 자신만의 레시피를 개발해 직접 만들어 마시기도 합니다. 한편 와인의 음용률은 작년 대비 전반적으로 하락한 점도 눈에 띄는데요. 주류 트렌드는 어떻게 변화하고 있을까요? 주류 구매 채널, 주종별 선호 이유까지 리포트에서 자세한 조사 결과를 확인하세요.



Eat



Buy



Play

조사 개요

- 조사 설계
- 응답자 특성
- 조사 구조

조사 설계

조사 방법

본 조사는 오픈서베이 패널 중, 조사 대상에 해당하는 응답자를 선정하여 모바일 앱으로 응답을 수집하는 **모바일 서베이**로 진행되었습니다.

조사 지역

전국

STEP 1. 스크리너 조사- 만 20~59세 남녀

성x연령 (5세 단위), 수도권/비수도권 인구 비례 할당으로 응답자를 모집

세부할당은 아래 표 참고

	연령								합계	
	20~24세	25~29세	30~34세	35~39세	40~44세	45~49세	50~54세	55~59세		
조사 대상	남성	98	120	122	111	140	134	155	145	1,025
	여성	91	110	110	104	135	130	152	143	975
	합계	189	230	232	215	275	264	307	288	2,000

	합계
수도권	1,064
비 수도권	936
합계	2,000

STEP 2. 본조사 – 최근 1개월 내 주류 음용자

성x연령 (10세 단위) 연령별 대표 표본 구성으로 응답자를 모집

응답자 수

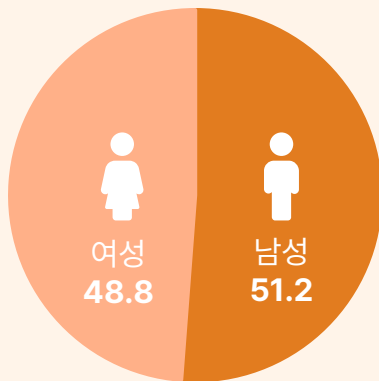
스크리너 조사 2,000명 / 본조사 1,000명

조사 기간

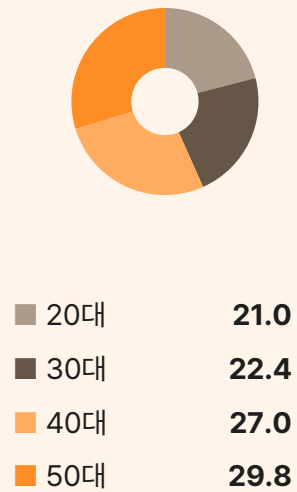
2024년 7월 02일 ~ 05일

전국 만 20~59세 남녀를 대상으로 조사를 진행하였습니다.

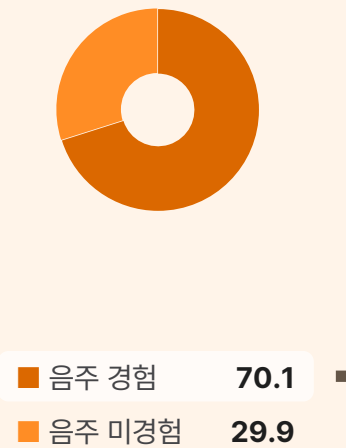
성별



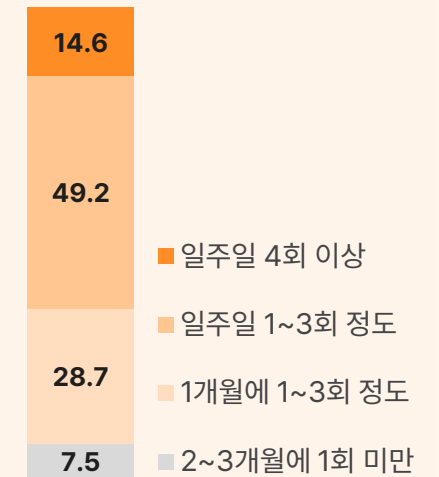
연령



1개월 내 음주 경험



음주 경험자 평소 음주 빈도





트렌드 요약

24년 조사에서 신규 보기로 추가된 하이볼 음용률이 막걸리 다음으로 높은 수준이며, 와인 음용률은 전반적으로 하락했습니다

일반 맥주·일반 소주와 타 주종 간 음용률 격차는 전년 대비 더욱 벌어졌습니다.

특히 20대~30대에서 와인·증류식 소주의 음용률이 다른 연령대 대비 크게 하락했습니다.

최근 1개월 내 음용 경험 주종

[Base: (본조사) 전체 응답자, (23년) N=1000, (24년) N=1000, 중복 응답, %]

	2023년 전체 (1,000)	2024년 전체 (1,000)	20대 (209)	30대 (236)	40대 (276)	50대 (279)
일반 맥주	83.5	84.9	81.3	86.0	86.6	84.9
일반 소주	71.5	72.4	74.2	74.2	70.3	71.7
막걸리/동동주/탁주	34.0	37.2	28.7	37.7	37.7	42.7
하이볼	-	30.9	36.8	35.6	35.9	17.6
위스키	25.0	23.4	23.4	33.9	23.9	14.0
와인	27.1	20.4 (▼6.7%p)	14.8 (▼9.2%p)	24.6 (▼7.4%p)	23.9	17.6 (▼8.6%p)
증류식 소주	19.5	16.7 (▼2.8%p)	17.2 (▼6.3%p)	23.3 (▼6.2%p)	17.0 (0.0)	10.4

*24년 기준 최근 1개월 내 음용 경험률 15% 이상 주종만 제시/23년 조사 시 '하이볼' 보기에 제시되지 않음

* ▼ (24년도-23년도 %p): 전년 대비 통계적으로 유의미하게 감소한 값만 표기 (80% 신뢰수준)

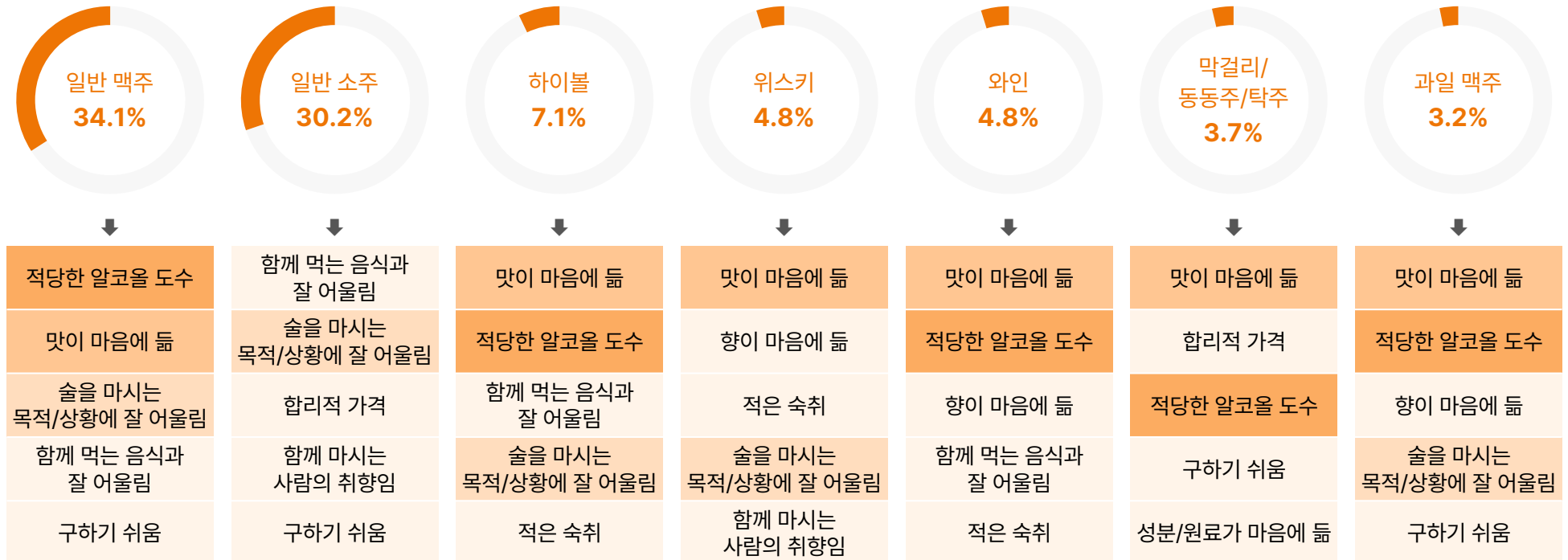
음용률이 높은 일반 맥주·소주는 타 주종 대비 선호율 또한 높습니다

하이볼을 포함한 대부분의 주종에서 맛과 적당한 알코올 도수가 중요한 선호 요소로 언급되는 한편, 일반 소주는 그보다는 함께 먹는 음식과의 페어링 측면에서 선호됩니다.

가장 좋아하는 주종 및 선호 이유 TOP 5

[Base: (본조사) 전체 응답자, N=1000, 순위형 응답(1순위), %]

[Base: (본조사) 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]



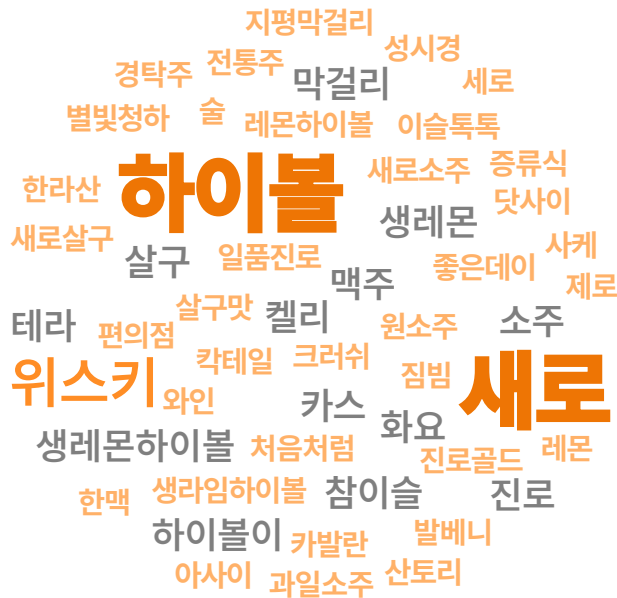
*1순위 선호 n=30 이상 주종만 제시

요즘 있기 있는 주류로는 하이볼/새로가 주로 언급되며, 특정 하이볼 제품(생레몬 하이볼)에 대한 언급이 많습니다

전 연령에서 주류 신제품을 시도해 보는 데 '주변인의 추천'의 영향력이 가장 크고, 20~30대는 특히 소셜미디어·영상 콘텐츠의 영향을 많이 받는 편입니다.

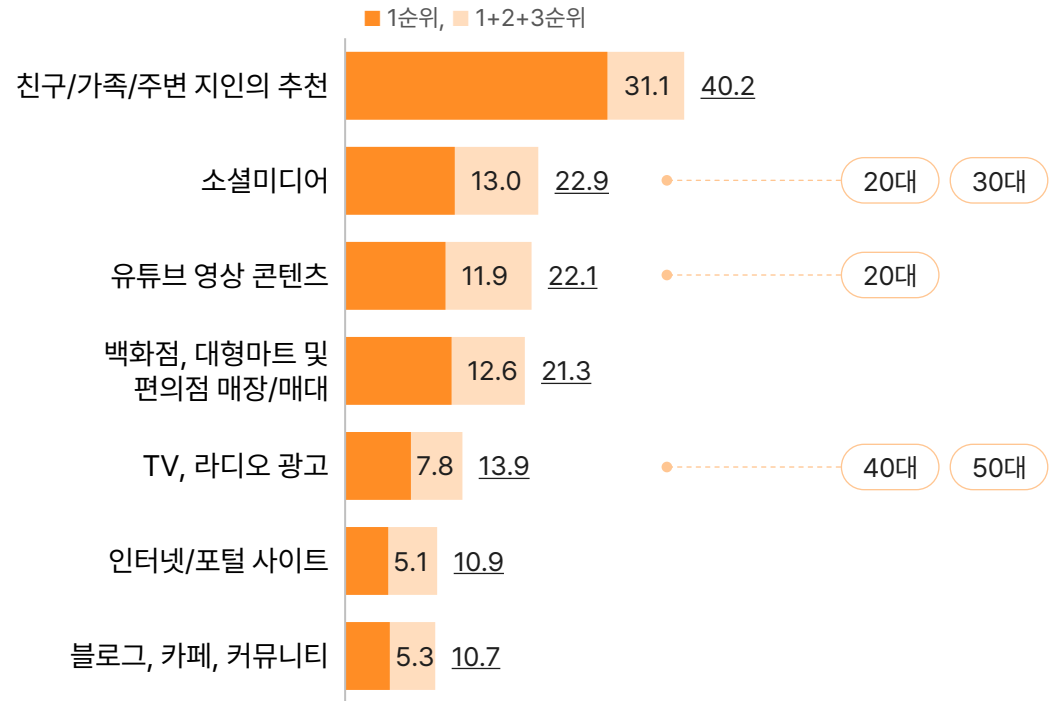
요즘 뜨는/인기 있는 주류

[Base: (본조사) 전체 응답자, N=1000, 주관식 응답]



주류 신제품 구매 시 영향 채널

[Base: (본조사) 전체 응답자, N=1000, 순위형 응답(1~3순위), %]



*1~3순위 응답률 10% 이상인 보기만 제시
* 1~3순위 응답 기준 전체 응답 대비 통계적으로 유의미하게 높음 (80% 신뢰수준)

식당에서는 여러 명과의 모임에서 일반 소주를, 집에서 하루를 마무리하며 일반 맥주를 마시는 경우가 가장 많습니다

식당에서의 주류 음용 상황과 비교하면, 집에서 기분 전환 혹은 하루를 마무리하며 휴식 목적으로 술을 마신다는 비중이 유의미하게 높습니다.

또한 집에서는 식당 대비 함께 술을 마시는 인원이 소규모입니다.

식당 vs 집에서의 주류 음용 상황 (가장 최근 경험 기준)

[Base: 1개월 내 식당에서 음주 경험자, N=733, 순위형 응답(1~3순위), %]

[Base: 1개월 내 가정에서 음주 경험자, N=824, 순위형 응답(1~3순위), %]



식당



집

3.18명

함께 마신 인원

1.91명



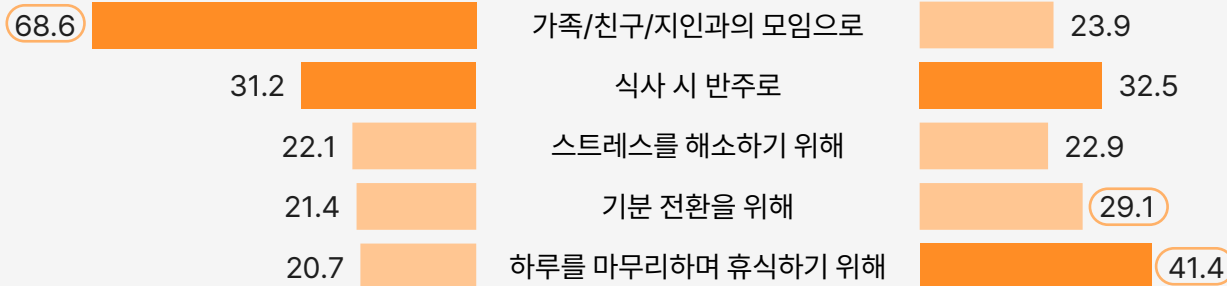
일반 소주 69.0%

가장 많이 마신 주종

72.0% 일반 맥주



주류 음용 목적/상황 TOP5



*함께 마신 인원은 객관식 단일 응답값을 주관식 평균으로 계산
* 1~3순위 응답 기준 전체 응답 대비 통계적으로 유의미하게 높음 (80% 신뢰수준)

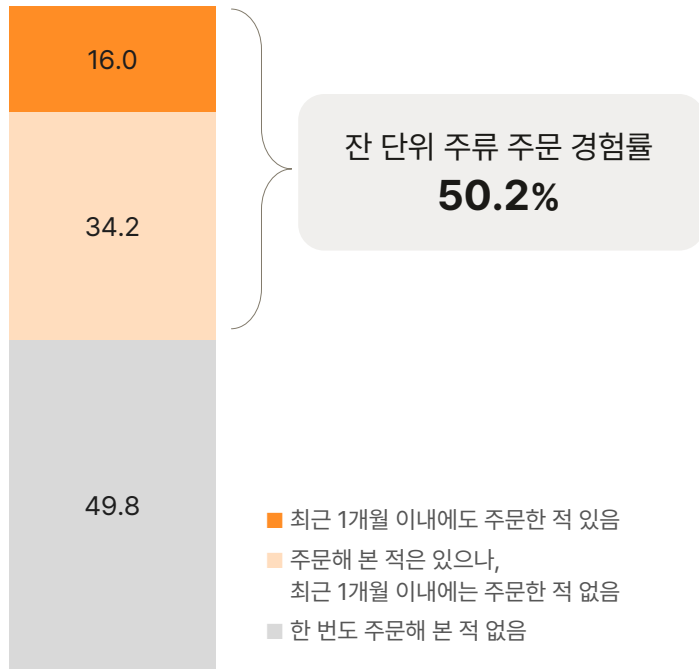
잔 단위로 마셔본 경험은 위스키>하이볼>칵테일 순으로 높으나, 총 잠재 수요는 칵테일이 하이볼보다 높습니다

최근 1개월 내 식당 음주 경험자 중 절반 이상이 잔 단위로 주문한 경험이 있습니다.

증류식 소주는 잔 단위 음용 경험률은 5%미만으로 매우 낮은 반면, 총 잠재 수요는 20% 수준으로 크게 높아지는 점이 눈에 띕니다.

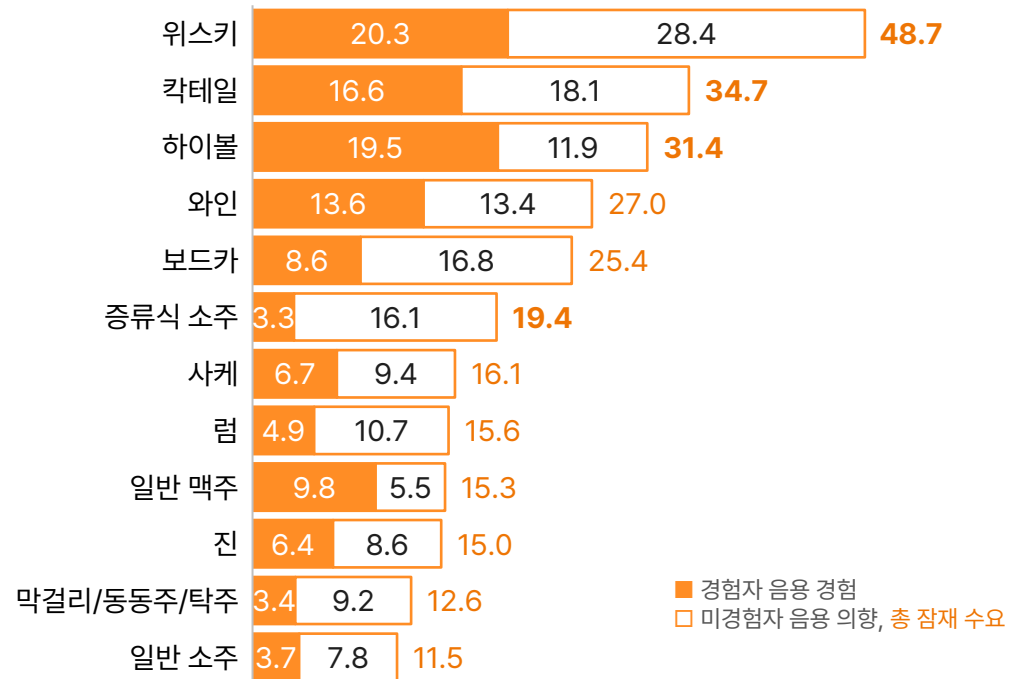
잔 단위 주류 주문 경험

[Base: 1개월 내 식당에서 음주 경험자, N=733, 단일 응답, %]



주종별 잔 단위 음용 경험 및 향후 음용 의향률

[Base: 1개월 내 식당에서 음주 경험자, N=733, 중복 응답, 순위형 응답(1~3순위), %]



*총 잠재 수요: 음용 경험률과 향후 음용 의향률을 합친 것

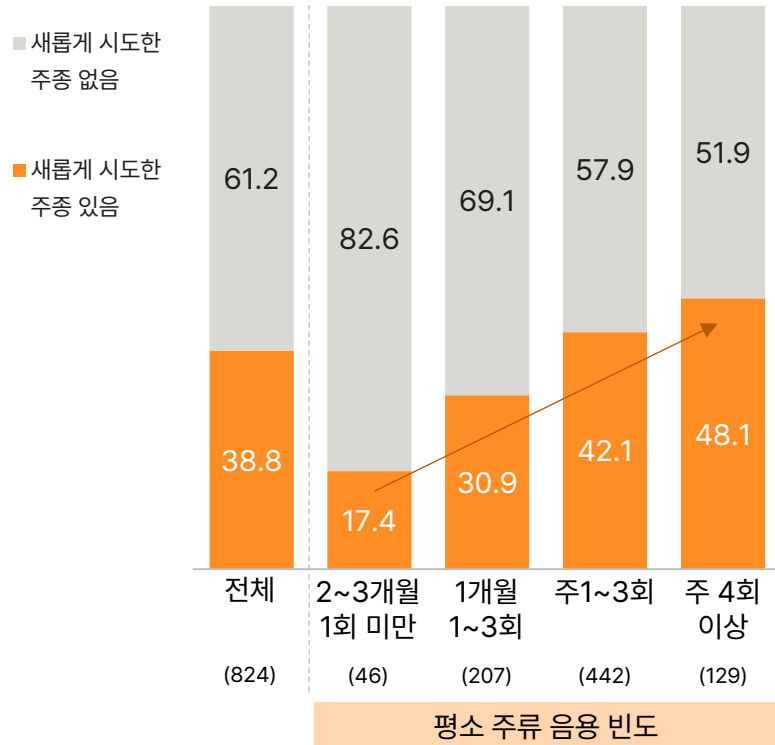
*총 잠재 수요 10%이상인 주종만 제시

최근 집에서 술을 마실 때는 술이나 잔을 얼려 차갑게 하거나 하이볼을 제조해 마신다는 언급이 많습니다

1개월 내 가정에서 술을 마신 경험이 있는 10명 중 4명은 집에서 새로운 주종을 시도해 본 적이 있으며, 이러한 경향은 평소 술 음용 빈도가 높을수록 강해집니다.

집에서 술을 마실 때 새로운 주종 시도 여부

[Base: 1개월 내 가정에서 음주 경험자, N=824, 단일 응답, %]



최근 집에서 술을 마실 때 새롭게 시도해 본 것

[Base: 1개월 내 가정에서 음주 경험자, N=824, 주관식 응답]

“음료와 섞어서 얼려먹기”

- 21세 남성, 자유/전문직, 울산

“와인에 탄산을 섞어서 마셔봤다”

- 24세 남성, 자영업, 광주

“청주를 데워 마시거나 맥주를 살짝 얼려서 탄산음료와 소주를 섞어 마시기도 함”

- 24세 여성, 대학생, 서울

“위스키, 토닉워터, 레몬즙 등을 섞어서 나만의 레시피로 하이볼 제조해 먹음”

- 28세 여성, 사무/기술직, 대구

“컵을 냉동실에서 보관했다가 꺼내서 먹고, 얼음을 넣거나 가루 콤부차 넣어서 먹음”

- 39세 여성, 기타, 서울

“막걸리와 전통주를 혼합해서 마셔봤습니다”

- 37세 남성, 판매/영업 서비스직, 경기

“얼그레이 시럽을 넣어 하이볼을 제조해 보았음”

- 38세 남성, 사무/기술직, 경기

“소주를 미리 냉동실에 넣어두고 살짝 얼려서 먹어요”

- 45세 남성, 기능/작업직, 경기

“조니워커 블랙을 구매해서 하이볼로 다양한 조합을 찾아보고 맛보고 있습니다”

- 30세 남성, 사무/기술직, 서울

“잔을 얼려서 먹은 방법”

- 24세 남성, 무직, 경기

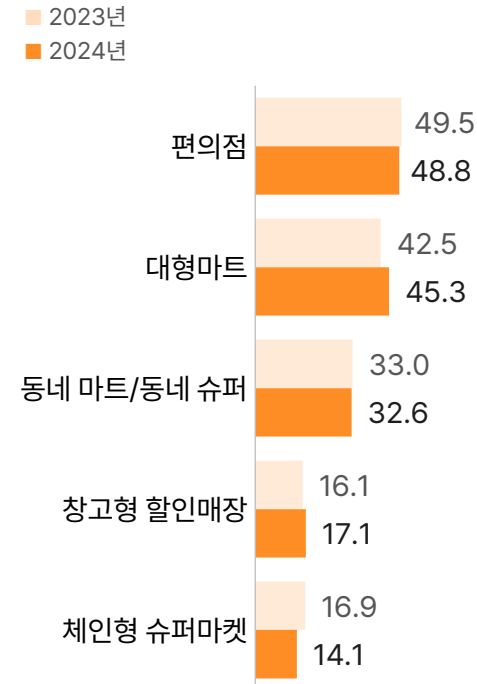
집에서 마실 주류는 편의점에서 가장 많이 구매하며, 주 구매 채널을 선택하는 데는 접근성이 가장 중요합니다

집에서 마실 주류를 주로 구매하는 채널은 작년과 비교했을 때 큰 변화가 없습니다.

편의점은 접근성이 좋고 최근 유행하는 술을 구매할 수 있어서, 대형마트는 저렴한 가격·주류 외 제품도 구매할 수 있는 점·행사·주종 및 브랜드의 다양성 때문에 주로 이용합니다.

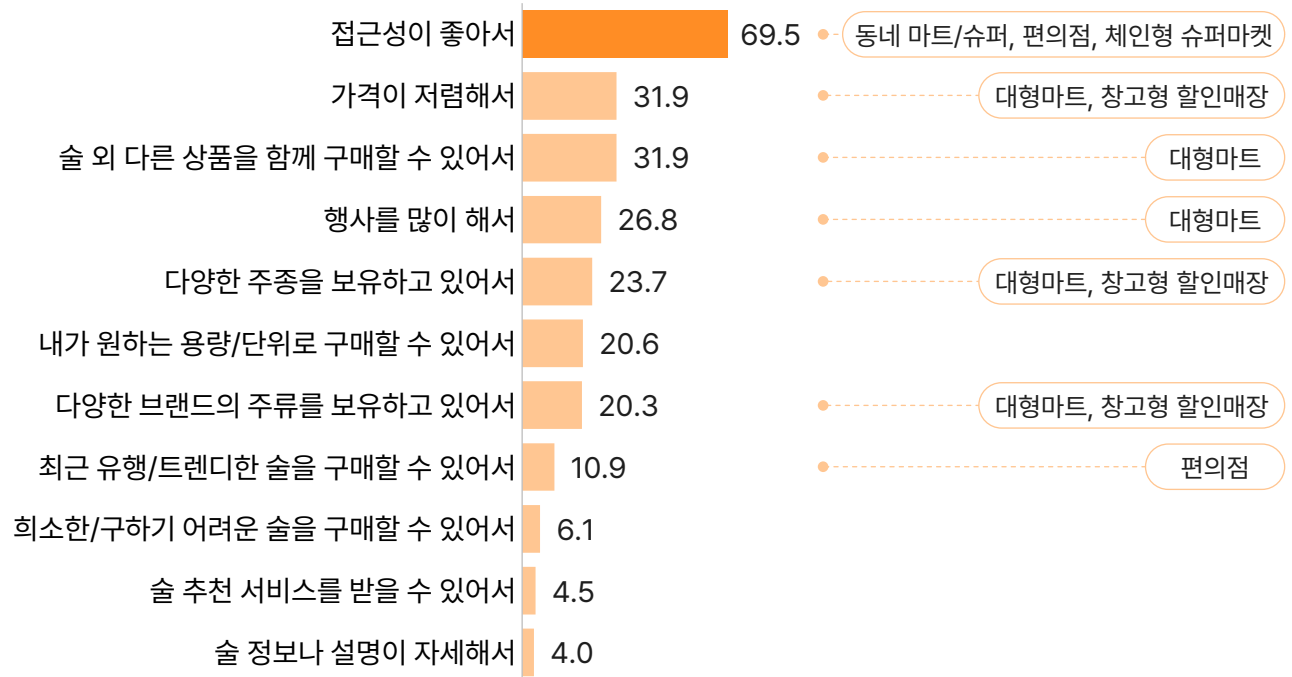
가정 내 음용 주류 주 구매 채널

[Base: 1개월 내 가정에서 음주 경험자,
(23년) N=845, (24년) N=824, 순위형 응답(1~3순위), %]



1순위 주 구매 채널별 주 이용 이유

[Base: 1개월 내 가정에서 음주 경험자, N=824, 중복 응답, %]



*구매 채널 변화: 24년 기준 1~3순위 응답률 10% 이상 채널만 제시

*전체 응답 대비 통계적으로 유의미하게 높음 (80% 신뢰수준)

무알콜 주류는 음용 경험률은 높은 편이지만 최근 1개월 내에는 매우 낮으며, 주로 마시는 주종도 일반 맥주로 한정적입니다

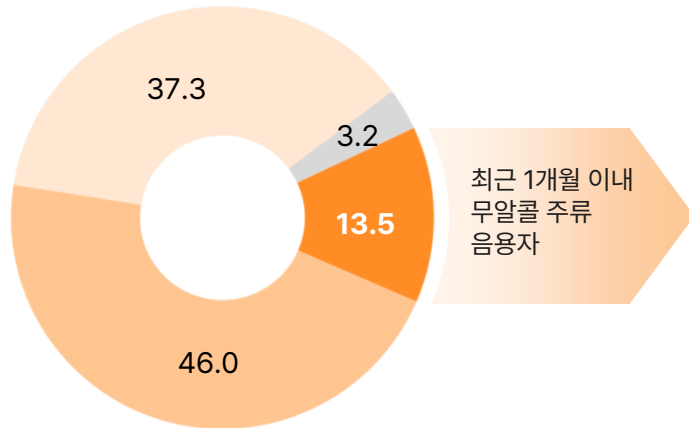
한 번이라도 무알콜 주류를 마셔본 경험률 자체는 높지만, 최근 1개월 내 경험률은 13.5%로 높지 않은 편입니다.

평소 음용률이 높았던 '일반 소주'의 경우, 무알콜일 때는 음용률이 약 6%로 매우 낮아지는 경향을 보입니다.

무알콜 주류를 음용하는 가장 큰 이유는 건강이며, '주량 조절을 위해/취하지 않기 위해' 무알콜로 마신다는 응답이 뒤를 잇습니다.

무알콜 주류 음용 경험

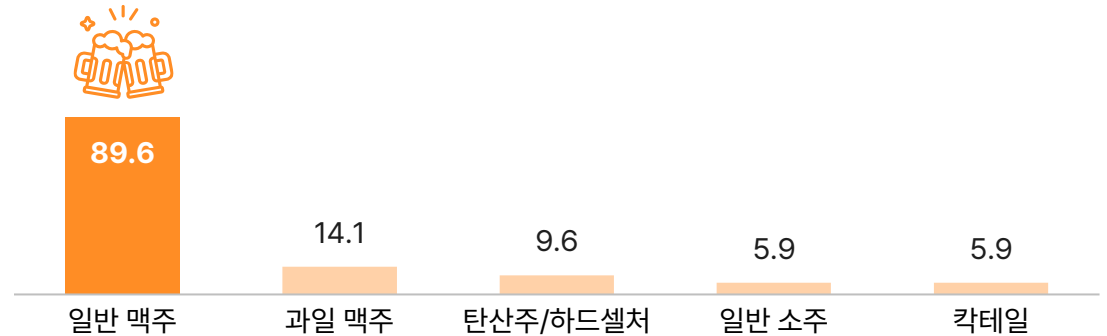
[Base: (본조사) 전체 응답자, N=1000, 단일 응답, %]



- 최근 1개월 이내에도 마신 적 있음
- 직접 마셔본 적 있으나, 최근 1개월 내 마시지 않음
- 들어본 적 있으나, 한 번도 직접 마셔본 적 없음
- 한 번도 들어본 적 없음

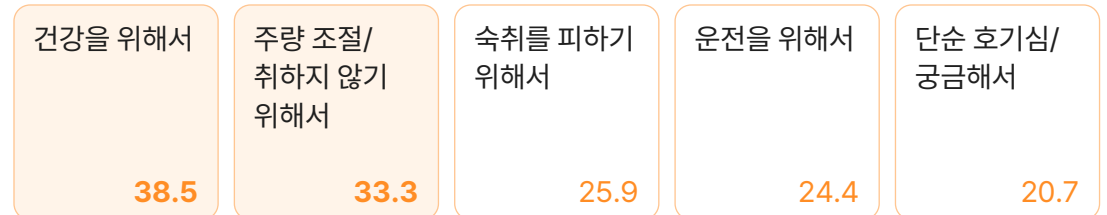
평소 무알콜로 자주 마시는 주종 TOP 5

[Base: 최근 1개월 내 무알콜 주류 음용자, N=135, 순위형 응답(1~3순위), %]



무알콜 주류 음용 이유 TOP 5

[Base: 최근 1개월 내 무알콜 주류 음용자, N=135, 중복 응답, %]



지금까지 무알콜 주류는 일반 맥주에 소비가 집중되어 있지만, 향후 음용 의향은 일반 소주에서도 높게 나타납니다

공통적으로 '알코올 함량이 낮으면 맛있게 즐길 수 있을 것 같아서' 무알콜로 음용할 의향이 있다고 응답한 것으로 나타납니다.

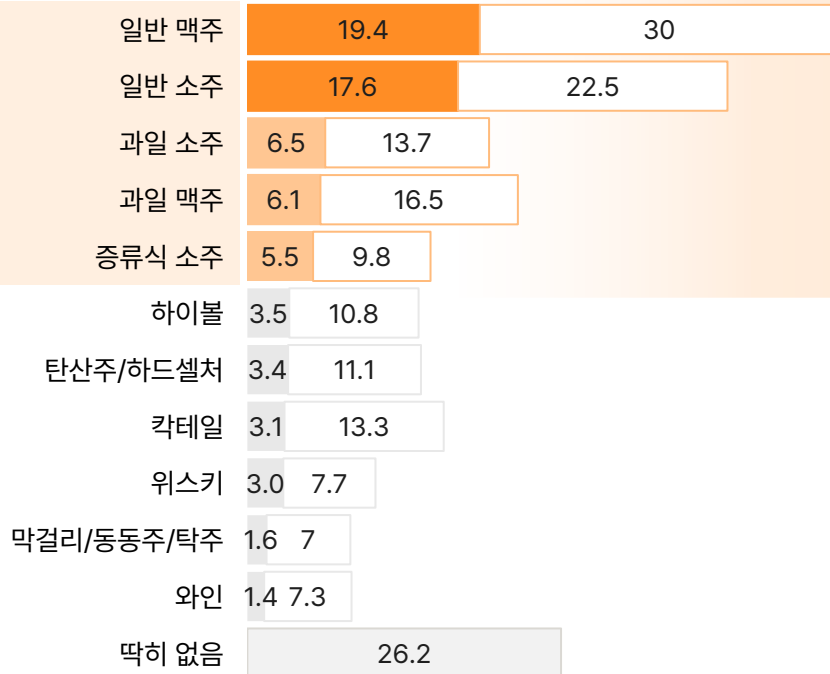
비교적 도수가 낮은 과일 맥주를 제외한 나머지 주종은 무알콜로 숙취 없이 즐기고 싶다고 응답한 비중이 높은 편입니다.

특정한 맛을 가미해 다양한 상품이 있는 과일 소주·과일 맥주는 무알콜로 음용한다면 맛과 종류가 더욱 다양할 것 같다는 기대가 있습니다.

향후 무알콜로 음용 의향 있는 주종

[Base: (본조사) 전체 응답자, N=1000, 순위형 응답(1~3순위), %]

● 1순위, ○ 1+2+3순위



향후 무알콜로 음용 의향 이유 TOP3

[Base: 향후 무알콜 주류 음용 의향이 있는 자, N=738, 중복 응답, %]

일반 맥주 (n=194)

- 숙취 없이 즐기고 싶어서
- 알코올 함량이 낮으면 맛있게 즐길 수 있을 것 같아서
- 평소 자주 즐기는 주종이어서



일반 소주 (n=176)

- 숙취 없이 즐기고 싶어서
- 알코올 함량이 낮으면 맛있게 즐길 수 있을 것 같아서
- 술자리가 아닌 상황과도 잘 어울릴 것 같아서



과일 소주 (n=65)

- 맛과 종류가 다양할 것 같아서
- 숙취 없이 즐기고 싶어서
- 알코올 함량이 낮으면 맛있게 즐길 수 있을 것 같아서

과일 맥주 (n=61)

- 알코올 함량이 낮으면 맛있게 즐길 수 있을 것 같아서
- 맛과 종류가 다양할 것 같아서
- 술자리가 아닌 상황과도 잘 어울릴 것 같아서

증류식 소주 (n=55)

- 알코올 함량이 낮으면 맛있게 즐길 수 있을 것 같아서
- 숙취 없이 즐기고 싶어서
- 맛과 향이 무알콜과 잘 어울릴 것 같아서

*향후 무알콜 음용 의향 있는 주종 : 1순위 응답 기준 Sorting/1+2+3순위 응답률 5% 이상 주종만 제시

조사 결과를 자세히 살펴보고 주류 소비 트렌드를 더욱 깊이 이해해 보세요

데이터스페이스 분석 바로가기 >

데이터스페이스에서 **실제 조사 문항과 응답**을 더욱 자세히 살펴보세요.
데이터는 적합한 형태의 차트로 자동 시각화되며, 교차분석 또한 자유롭게 가능합니다.

주관식 응답은 텍스트 분석 AI가 주제와 언급 빈도를 분석하고 긍정/부정 의견을 분류해 요약해 줍니다.

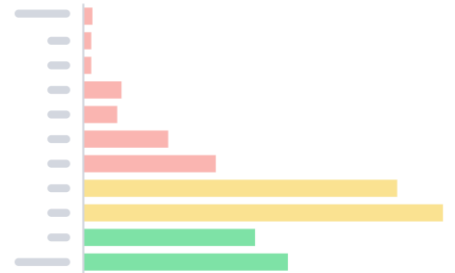
Q2. 해당 음식을 가장 자주 드시는 이유는 무엇인가요?



긍정

중립

부정



고맙습니다

소비자 데이터와 오픈서베이 솔루션에 대해 궁금한 점이 있으시다면
편하게 연락 주시기 바랍니다.

[홈페이지 바로가기](#)[뉴스레터 신청하기](#)

오픈서베이

E data@opensurvey.io
opensurvey.io