

전통주의 해외진출과 전망

2011. 05. 28

백석예술대학 관광학부
조교수 김맹진

목차

- I. 국내주류의 해외진출현황
- II. 전통주의 해외수출
- III. 막걸리의 수출증가
- IV. 전통주 해외진출의 문제
- V. 전망과 대책

I. 국내주류의 해외진출현황

수출현황 개관

1

수출규모: \$313,266천

2

주요 수출상품: 소주 39%, 맥주 15%, 막걸리 6%

3

주요 수출국: 일본, 미국, 중국

품종별 수출현황

품종	수출국	수출액(\$1,000)	비중
소주	57	123,056	39.3%
맥주	43	46,836	15.0%
막걸리	38	19,095	6.1%
약주	21	1,310	0.4%
청주	18	1,010	0.3%
기타과실주	28	2,609	0.8%
리큐르	34	1,134	0.4%
포도주	14	775	0.4%
기타주류	-	117,441	37.5%
계		313,266	100.0%

자료: 2010년 주류수출액(관세청, 2011)

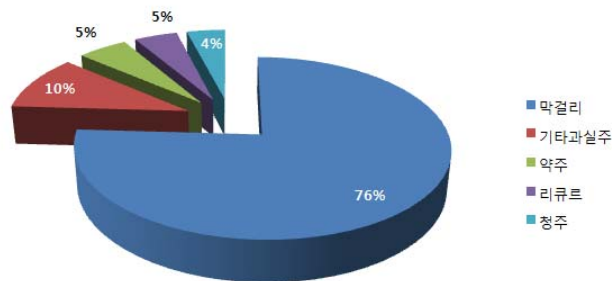
전체 주류수출액 중 전통주 비중은 8.0%에 불과함

II. 전통주 해외진출

전통주 품종별 수출비중

1. 전통주의 해외진출은 막걸리 중심(76%)으로 이루어지고 있음
2. 과실주, 약주, 리큐르, 청주 등은 비중이 미약함

전통주 품종별 수출비중



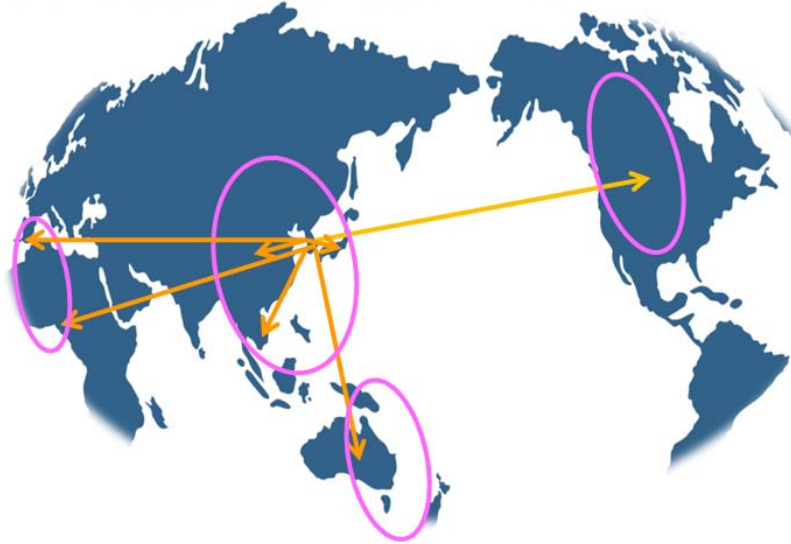
품종별 주요수출국

1. 주로 일본, 중국, 베트남, 홍콩, 말레이시아 등 동아시아 시장 위주로 진출
2. 북미, 오세아니아, 유럽, 아프리카 등의 시장으로 확대 중

	1위	2위	3위	4위	5위
막걸리	일본	미국	중국	베트남	호주
과실주	미국	일본	중국	말레이시아	베트남
약주	미국	일본	중국	캐나다	베트남
인삼주	나이지리아	홍콩	몽골	일본	베트남
청주	중국	일본	미국	스페인	홍콩

주요 수출권역

1. 동아시아에 집중
2. 북미, 오세아니아, 유럽/아프리카 진출 모색 중



Ⅲ. 막걸리의 수출증가

막걸리 주요수출국 연도별 수출액

1. 2001년~2010년까지 연평균 43.3% 증가
2. 2010년 전년비 204.2% 증가
3. 수출국 3개국(2000년)에서 38개국(2010년)으로 확대

(단위: \$1,000)

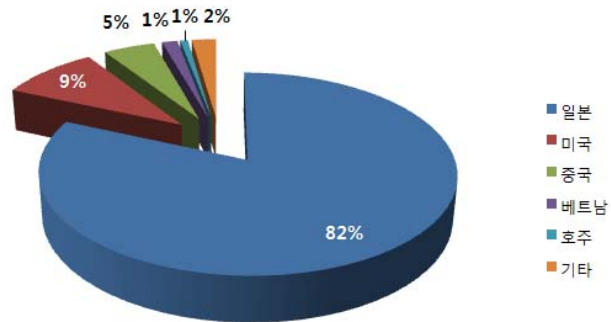
연도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
일본	753	751	1,034	1,092	1,495	1,988	2,243	2,632	4,026	5,400	15,585
미국	125	113	142	119	111	145	180	183	197	463	1,757
중국			8				22	14	25	139	912
기타	17	15	8	15	11	33	60	76	174	275	841
Total	895	879	1192	1226	1617	2166	2505	2905	4422	6277	19095
증가율		-1.8%	35.6%	2.9%	31.9%	34.0%	15.7%	16.0%	52.2%	41.9%	204.2%

자료: 관세청(2011)

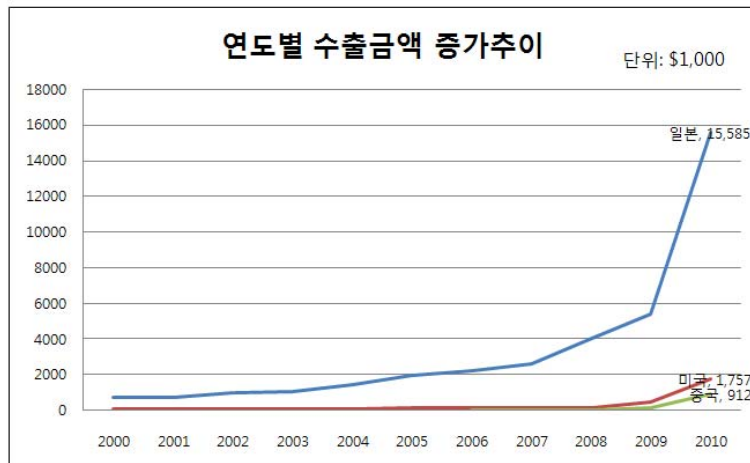
막걸리 주요수출국 비중

1. 막걸리 주요 수출국은 일본(82%), 미국(9%), 중국(5%) 등임
2. 일본에 대한 수출의존도가 현저히 높음

막걸리 주요 수출국



주요 수출국 증가추이



	연평균	2010
일본	39.6%	188.6%
미국	38.4%	279.6%
중국	408.9%	556.8%
Total	39.9%	204.2%

자료: 관세청(2011)

- 일본시장의 지속적이고 괄목할만한 증가추세
- 늦게 진출한 중국시장의 잠재가능성 대두

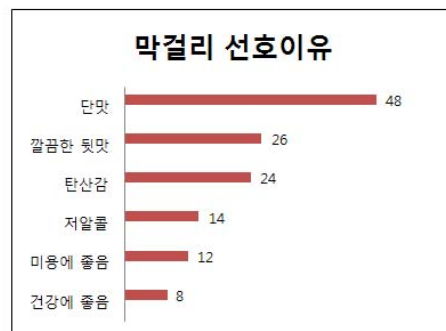
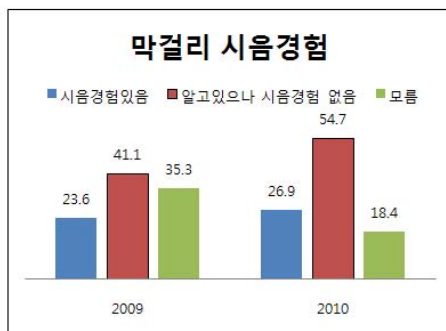
막걸리 해외시장확대 배경

1. 한류의 영향
2. 여성고객들의 선호도 80%(단맛, 저도주, 미용, 건강)
3. 저렴한 가격
4. 일본의 전통주 사케와 막걸리의 공통점 - 쌀 음료
5. 중소기업의 시장개척 이후 대기업의 참여



일본의 막걸리소비자 조사

1. 인지도 증가(81.6%): TV · CM · 잡지광고 등의 영향
2. 선호이유: 단맛, 깔끔한 뒷맛, 탄산감
3. 주 음용장소: 한식당 및 막걸리 바(48.3%), 야키니쿠, 가정, 이자카야



일본 막걸리 시장 진출 형태

1 직접수출

- 현지법인 : 이동주조 이동재팬 통해 시장개척
- 현지 수입상과 거래: 대부분의 중소 양조업체



2 OEM 방식

- 진로주조 국내 OEM 생산 '진로막걸리'브랜드로 진출
- 진로재팬 자력 시장개척



3 현지 주류기업과 협약

- 롯데주류 서울탁주에서 생산 '서울막걸리'브랜드로 진출
- 산토리 조직활용: 유통, 마케팅, 품질관리



IV. 전통주 해외진출의 문제

문제의 인식

1 막걸리 편중 현상

2 과도한 특정국가 의존도

3 수출 절차의 어려움

4 해외시장 개척 마케팅 미흡

V. 전망과 대책

향후전망

국가 전략사업으로 육성

- 농업·외식산업과 동반 성장하는 전통주 산업
- 유럽의 포도 와인 vs. 한국의 라이스 와인

문화와 동반진출

- 한류의 흐름 활용
- 긍정적인 국가이미지와 문화로서의 음식

Glocalization

- 진출국가 및 품종의 다변화
- 진출국 소비자의 기호 및 현지 음식과의 조화

대책의 모색

산업계

1. 품질수준 향상
2. 마케팅 전략
 - 용기·용량·디자인 개선
 - 브랜드 자산 구축
(일본 사케업체 막걸리 생산우려)
 - 시장 다변화
(ex: 동아시아-발효주, 북유럽·미주-증류주)
3. 한식과 동반 진출



대책의 모색

정부 · 관련기관

1. 전통주 육성의 국가 프로젝트화
 - 품종별 육성: 선택과 집중
2. 주세제도의 전환
 - 세제: 증가세제 → 증량세제
 - 세율: 약 · 청 · 과실주의 세율 인하
3. 해외시장 개척 지원
 - 주류수출 지원조직 운영
 - 국가 홍보물에 전통주 반영

대책의 모색

학계 · 연구단체

1. 상품가치 제고 연구
 - 제품개발
2. 해외 마케팅 활성화 연구
 - 브랜드 전략
 - 신시장 개척
3. 전통주 산업의 관련산업 파급효과 연구
 - 외식, 관광, 식품, 농업 등과의 연관성

참고문헌

- 문승일 · 송영덕(2010). 한국 외식문화의 대표주류인 막걸리의 해외 마케팅 방안에 관한 연구 -칠레 와인의 수출 성공 사례를 중심으로-. 한양대학교 관광연구소, 관광연구논총 22(1), 187-203.
- 육지훈 · 김태환(2007). 한국 전통 탁주의 이미지 개선을 위한 패키지디자인 연구 - 서울탁주 장수 생막걸리, 이동주조, 이동동동주, 국순당, 쌀막걸리 중심으로 -. 한국브랜드디자인학회 9, 199-213.
- 이승우(2010). 우리술 막걸리의 브랜드화. 한국마케팅연구원, 마케팅 44(8), 7-87.
- 천성수 · 노성원 · 이계성 · R.E, Inot(2010). 우리나라의 주세체계와 건강증진사업의 연계방안에 대한 연구. 대한보건연구 36-2. 1-18.
- 관세청(2011). 무역통계.
- 농수산물유통센터(2011). 2010년 농림수산물수출동향.
- 국순당 홈페이지(<http://www.ksdb.co.kr>)
- 롯데주류BG 홈페이지(<http://www.lotteliquor.com>)
- 이동주조 이동재팬 홈페이지(<http://e-dong.co.jp>)
- 진로주조 진로재팬 홈페이지(<http://www.jinro.co.jp>)
- Suntory Liquors Limited(<http://www.suntory.com/business/liquor/shochu.html>)