쵸이노미(ちょい飲み) 분석

오사카지사 자체기획 단신 35호 (2015.9.29)

쵸이노미 배경

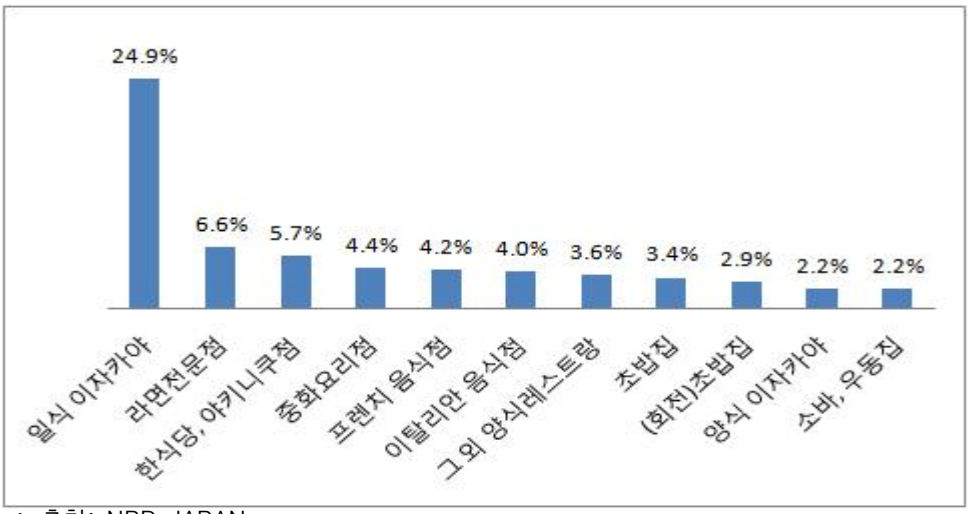
- "ちょい飲み(쵸이노미)"라는 것은 혼자 또는 소규모로 약 1시간 정도의 짧은 시간을 가지며 1,000엔 정도의 비용으로 술을 즐기는 스타일을 말함.

- 임금 급감 또는 물가 상승으로 인해 외식이 감소추세를 보이고 있으며 집에서 먹는 나카쇼쿠 수요가 증가하여 전체적 외식산업들에게 큰 영향을 끼치고 있음. 그 위기를 극복하기 위해 이자카야, 패밀리 레스토랑 등 각종 전문점들이 도입하기 시작했음.

- 가격 면으로 맥주 혹은 안주를 저가로(객단가 1,000엔 정도)로 제공함으로써 즐길 수 있으며 맥주 혹은 안주를 짧은 시간 내에 제공함으로써 가볍게 한잔 할 수 있다는 점, 또 소수는 물론 혼자서라도 부담 없이 즐길 수 있다는 등 이유로 인기를 얻고 있음.

- 도입 음식점은 이자카야가 가장 많으며 패밀리레스토랑, 최근에 들어서는 패스트푸드점에서도 즐길 수 있게 되었음.

<쵸이노미 도입 음식점>



※ 출처: NPD JAPAN

패스트푸드에서의 쵸이노미

- 주로 이자카야에서 도입되고 있는 쵸이노미 문화는 최근에 들어 패스트푸드시장에 진출하면서 소비자들에게 보다 가까운 문화로써 정착하였음.
  - 일본 KFC홀딩스는 올 7월23일부터 9월말까지 72점포에서 기간한정으로 맥주판매를 도입하였음.

상품	상품명	가격
프리몰 세트 (*1)	오리지널치킨 프리몰 세트 (오리지널치킨 2피스 & 더 프리미엄 몰츠)	840엔
	뼈없는 켄터키 프리몰 세트 (뼈없는 켄터키 2피스 & 더 프리미엄 몰츠)	840엔
	커널 크리스피 프리몰 세트 (커널 크리스피 2피스 & 더 프리미엄 몰츠)	750엔
더 프리미엄 모루쯔	더 프리미엄 몰츠 (생맥주)(*2)	490엔
	더 프리미엄 몰츠 (캔 350ml)	350엔

(*1)캔 맥주 판매점에서는 -50엔으로 제공.
(*2)해피 아워 (17시~19시)는 350엔으로 제공.
※ 출처: 일본KFC홀딩스홈페이지

- 규동(소고기덮밥) 대형 패스트푸드점 요시노야는 "吉呑み(요시노미)"를 전개하여 화제가 되고 있음.
  - 요시노야에서 제공되는 규동을 비롯하여 오리지널 안주, 주류를 저가격으로 즐길 수 있음.

요시노야 "吉呑み(요시노미)" 사진		

- 기타 패스트 푸드점인 롯테리아, 프레시 니스 버거가 마찬가지로 알코올 판매를 일부 점포에서 시작하고 있음. 각사 야간의 고객수가 적어 알코올 도입으로 통한 집객력 강화를 노리고 있음. 프레시 니그 버거는 알코올 도입으로 매출이 30% 증가했음.

시사점

- "ちょい飲み(쵸이노미)"문화를 통해 경제악화를 온화시킬 수 있으며 또 회사원 간의 커뮤니케이션 폭을 넓힐 수 있다는 분위기가 많아지고 있음.
- 소규모, 저가격으로 누구나 즐길 수 있는 주류, 안주류 등 한국음식 메뉴 개발 필요.