급성장 일본 크라프트맥주 시장동향분석

- "地-막걸리" 를 통한 수출 활성화 및 6차산업화 제안 -

오사카지사 자체기획단신 10호 (2015. 4. 6)

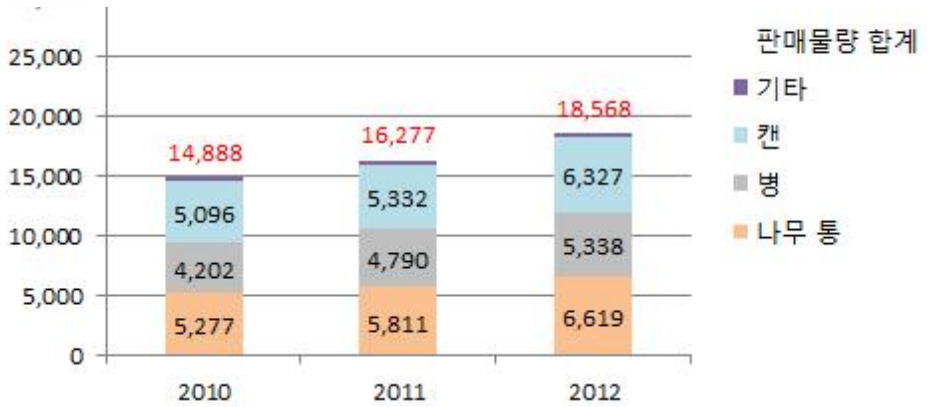
크라프트 맥주(Craft Beer)의 정의

- 소규모 맥주 양조장에서 맥주 장인이 생산한 고품질의 전통 맥주를 지칭함. 예전에는 지역에서 생산된 로컬 브랜드 맥주 "地Beer"로 부르던 것이 맥주 장인이 맛과 향에 정성을 들여 만드는 자세와 그 맛이 국제 품평회에서 점차 평가받게 되자 수공예품(craft)에 비유해 "크래프트 맥주"라는 호칭이 정착함.

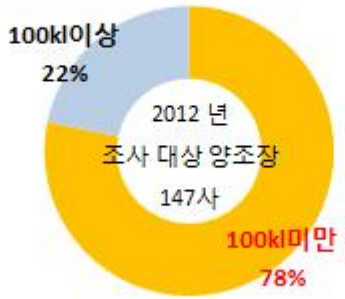
일본 크라프트 맥주 시장 현황

- 크라프트 맥주 현황

- 국세청 조사에 따르면, 2012년 판매 물량 약 18,568kl. 포장 형태는 캔, 병, 나무 통으로 외식에서 소매까지 커버하고 있음.
- 양조장의 약 80%가 연간 제조 물량이 100kl미만으로 소규모임.
- 2020년 일본 국내 맥주 총수요의 1.2% 수준까지 도달할 것으로 예상함.(삿포로 맥주)



2012년 양조장 제조 물량 규모별 구성



* 출처 :「地Beer 등 제조업의 개황 2013년도 조사결과」 (국세청) 를 가공하여 작성
- 일본 국세청 "地Beer(크라프트 맥주) 등 제조업 개황" 조사는 맥주 또는 발포주 제조면허를 가진 주류 제조사에서 5대 메이커(아사히, 기린, 삿포로, 산토리, 오리온) 및 연구소 등 시험면허를 제외한 사업자를 대상으로 함. 맥주 제조면허를 가진 기업 중 매년 약 80%에서 얻은 회답을 베이스로 발표함.

* 일본 소규모 맥주 양조장 기원
- 1994년 신규 사업 창출과 사업 확대 등을 도모하기 위해 실시된 주세법 개정에 따라 맥주 제조면허에 걸린 최저생산물량 기준이 2,000kl에서 60kl로 인하되면서 각 지방에 소규모 맥주 양조장이 생겼음.

일본 크라프트 맥주 인기 상승 키워드 5

1. 양조장의 노력
- 장인 정신에 의거한 맛의 추구를 바탕으로 양조장 제조기술의 축적에 의해 양조기술이 향상하여 소규모 양조장에서 고품질 맥주 생산이 가능하게 되었음.

소규모 양조장 제조기술의 축적 & 맥주 장인의 맛의 추구 ⇒ 고품질 크라프트 맥주

- 캔, 병, 나무 통 등 다양한 포장 형태로 제품을 개발한 결과, 다방면에 걸친 판매 채널 개척 성공(외식, 편의점 한정 판매, 온라인 등)

- 품질을 중시한 맥주 제조로 수많은 양조장 중 국제적 크래프트 맥주 품평회에서 수상 경력 있는 상품이 현재 크라프트 맥주의 화제와 매출을 견인함.

〈 세계5대 크라프트 맥주 품평회 대표 수상제품 〉

대회	IBA	EBC	AIBA	EBS	IBC
	The International Brewing Awards	World Beer Cup	Australian international Beer Awards	European Beer Star	The International Beer Cup
	영국	미국	호주	독일	일본
	1886~	1996~	1996~	2004~	1996~
수상제품					
	미노오 맥주 STOUT	후지자쿠라 맥주 Weizen	히타치노 NEST Pale Ale	COEDO Shikkoku	야호 블루잉그 나 맥주, 너 맥주.

* 참고 :「주요 맥주 품평회 표창 일란」 (일본地Beer협회)

2. 현지 소비 트렌드와의 매칭

- 외식 사업이 "저가 · 획일적 서비스 탈피" 노선을 지향하는 흐름에 따라 크래프트 맥주가 와인이나 일본 청주(SAKE)에 이어 가치 창출 음료의 강력한 아이템으로 자리를 잡고 있음. 또, 이탈리아, 스페인 식 바루(BAR) 붐도 음식과 궁합이 좋아서 크라프트 맥주를 뒷받침함.
- 유통업체 매장의 대부분을 차지하는 저가 PB상품이 전국 획일적인 매장을 만들어, 결국 소비 의욕을 꺾는 제품이 되고 있으나 지역성을 내세운 크라프트 맥주는 매장의 차별화된 프리미엄 요소를 연출하는 제품군이 될 수 있음.

3. 소비자 취향의 다양화

- 독일이나 벨기에 맥주의 보급 등에 의해 고품질 맥주가 “일상의 사치품”으로 인식되면서 차별화된 프리미엄 맥주를 중심으로 소비가 증가하고 있음.
- 다종류의 크라프트 맥주는 SNS에 올리기 좋은 요소(종류, 원재료, 제조법, 양조장 등)가 만점임.

4. 지역 경제 활성화

- 크라프트 맥주는 상품력으로 지역 식문화를 대표하는 제품으로서의 위치를 구축, 지역 관광 수요까지 커버한 폭 넓은 소비가 기대되어 지역 경제 활성화를 유도하는 6차산업 우수사례가 될 수 있음.
- 독일식 맥주 축제 “옥토버페스트” 등 크라프트 맥주를 주제로 한 이벤트가 전국에서 다양한 규모로 개최되어 상품 인지도 상승 및 맛보는 기회 제공, SNS 화제성 등으로 지속적, 발전적으로 소비자가 되고 있음.

5. 5대 맥주 메이커 시장 참여

- 크라프트 맥주 트라이얼의 장벽을 낮춰 일반 소비자도 증가될 것임.
- 시장이 확대되면서 기존의 지역 양조장과 5대 기업도 모두가 win-win.

〈 크라프트 맥주 대형 메이커 제품 트렌드 〉

산토리 크래프트 셀렉트 PALE ALE, BROWN ALE	삿포로 Craft Label 감귤 향나는 Pale Ale	아사히 크라프츠먼십 Dry PORTER	아사히 크라프츠먼십 Dry PALE ALE	기린 SPRING VALLEY BREWERY 496
5%	5.5%	6%	5.5%	5.5%
'15. 5.12 출시	'15. 5.26 출시 외식, 공식 홈페이지 판매	‘15. 2.10 출시 편의점 한정 판매	‘15. 3.24 출시 편의점 한정 판매	'15. 4.30 출시 공식 온라인샵 판매
350ml / 268엔 수준	350ml / 288엔	350ml / 250엔 수준	350ml / 250엔 수준	330ml*12개 4,665엔

〈 기타 크라프트 맥주 제품 트렌드 〉

야호 블루잉그 YONA YONA ALE	야호 블루잉그 나 맥주, 너 맥주.	Baird Brewing Suruga Bay Imperial IPA	BAEREN양조소 CLASSIC
5.5%	5%	8.5%	6%
'15. 3.17 출시 외식, 편의점 판매 프리미엄 맥주	'15. 4.21 재출시 편의점 LAWSON 한정 판매	외국인특파원협회 “일본 크라프트 맥주 베스트 8” 그랑프리 수상('15.4.2)	
350ml / 268엔	350ml / 288엔	330ml*6개 3,000엔	330ml / 360엔 수준

막걸리 수출에 대한 시사점

- 각 양조장의 품질을 중시한 제조법으로 인하여 일본 크라프트 맥주 시장이 급성장을 보이고 있음. 그 사례 분석을 통하여 막걸리 대일 수출 전략에 활용.

1. 다양한 음식과의 궁합 제안 ⇒ 다양한 외식 업체에서 도입 유도

- 현지의 트렌드를 방영하여 향신료와 오일을 사용한 에스닉 음식과의 궁합을 강조

2. 제조사의 얼굴이 보이는 제조 현장 동영상 어필 ⇒ 감성 마케팅으로 소비 마인드 자극

- 단순한 상품 PR 동영상은 흘려버리지만 동영상에 스토리성을 갖게 함으로써 기업과 소비자의 거리감은 좁아지면서 이미지 제고로 이어짐

3. 한국 국내 지역 전통 막걸리의 매출 확대와 함께 지역 관광 수요를 높이는 등 6차산업화 가능

- 고양(배다리쌀막걸리), 포천(이동막쌀걸리), 가평(잣막걸리) 등을 향토요리와 동시에 소개함으로써 지역 특산품을 활용한 6차산업화 추진

[문의 : 오사카aT센터 이무라마유 / imura@atcenter.or.jp]