

일본단신뉴스 도쿄aT센터	고급 맥주 판매계획 상향수정	2014.6.12
------------------	-----------------	-----------

◇ 맥주 메이커 각사, 고급 맥주의 판매계획을 상향수정

- 아사히맥주는 연간 판매량을 당초 계획보다 40% 상향 수정하고, 6월부터 생산을 확대하기 시작하였으며, 기린맥주도 추겐(일본에서 여름에 감사 선물을 전하는 시기)에는 50% 정도 확대할 전망.
- 고급 맥주 출하량은 질 좋은 맥주를 추구하고자 하는 고객을 타깃으로 전체 맥주 출하량의 10%를 상회하고 있음.
- 소비세 인상에 따른 선행수요로 인한 판매 감소세가 약화되고 있는 시점에서, 성장분야의 기업간 경쟁이 심화되고 있음

◇ 맥주 대기업 4사, 고급맥주의 수요 환기

 아사히맥주 드라이 프리미엄	◦ 작년 여름 답례용으로 판매를 시작하여 올해 2월부터 편의점 및 마트에서의 연중 판매를 시작으로 360만 케이스를 판매할 예정이었으나 계획을 500만 케이스로 상향수정 ◦ 3월에는 업무용 판매도 시작하여 목표인 4000점포에 대해 5월말에 약 3700점포에 납품되고 추겐용 발주도 순조로움 * 판매가격 : 약250엔/350ml
 기린맥주 이치방 시보리 프리미엄	◦ 금년 6월 11일에 “이치방 시보리 프리미엄”을 발매 ◦ 백화점과 마트의 발주가 많으며 당초 올해 추겐 시즌에 21만 세트의 판매를 예상했지만 약 30만 세트에 달할 전망 ◦ 브랜드 전체의 홍보 판촉비는 작년대비 2배 투입 * 판매가격 : 약 3천엔/ 330ml 11개입
 산토리주류 프리미엄 몰츠	◦ 고급맥주 시장의 약 60%를 차지하고 있음 ◦ 5월말에는 과일향 여름계절 한정품을 발매하였으며, 추겐을 맞이하여 광고량을 전년대비 1.5배로 늘림

- 업계 추정에 의하면 국내 맥주 출하 중 고급맥주가 차지하는 비율은 13년에 약 13%에서 14년에는 약 15%로 늘어날 전망임

◆ 시사점

- 일본의 맥주 시장은 개당 100엔 이하로 살 수 있는 제3맥주와 고급 맥주의 양극화가 심화되고 있음. 한국산 맥주는 가격 소구형이 많으나 품질고급화가 수반되지 않을 시 시장확대에 한계가 내재됨.
- 또한, 일본에서는 맥주뿐만이 아니라 식품 전반에 걸쳐 가격과 품질의 양극화가 심화되고 있어 맛과 품질에서 일본 국내산과 경쟁할 수 있는 고품질 상품개발 노력이 요구됨.

출처 : 일본경제신문(6.12)