



Ⅲ. 주요 수출대상국 시장동향

2. 미국



2 미국

시장동향

□ 전체 시장현황

미국 내에서 판매되는 술은 크게 도수가 높은 증류주 (Distilled Spirits)와 저도주인 맥주, 와인 등 세 부분으로 구분됨

미국 증류주협회에 따르면 미국의 주류시장 규모는 2004년 기준 3,500억 달러로 맥주가 1,988억 달러로 56.8%, 증류주가 1,034억 달러로 30.0%, 와인이 462억 달러로 13.2%를 차지 함

	전체 주류산업		증류주 산업	
	산업자체	전체규모	산업자체	전체규모
종 사 자	1,831천명	3,789천명	624천명	1,211천명
종사자임금	354억 달러	780억 달러	112억 달러	248억 달러
시장규모	1,367억 달러	3,496억 달러	412억 달러	1,034억 달러
연방 및 주세	163억 달러	325억 달러	63억 달러	116억 달러

【자료 : Distilled Sprits Council 2004】

또한 2004년 주류산업에서 발생한 총수익은 160억 달러에 달하며 증류주와 맥주는 각각 71.2억 달러의 수익을 올려 44.5%를 차지하였으며, 와인은 11.0%인 17.6억 달러를 차지 함

또한 미국의 주류산업은 380만개의 일자리와 786억 달러의 임금지급으로 미국의 고용 창출에 큰 역할을 하고 있음

특히 증류주는 전체 주류시장에서 30.0%를 차지하고 있어 맥주 시장의 절반 수준임에도 불구하고 맥주와 같은 수익을 기록한 것은 수익률은 다른 주류보다 월등히 높은 것을 알 수 있음

□ 와인 시장동향

미국은 160억 달러의 세계 최대의 와인 소비시장 이지만 1인당 와인 소비량은 세계29위이며, 미국의 생산량은 스페인, 프랑스, 이태리 다음으로 2006년 기준으로 세계에서 4번째 생산국의 자리를 차지하고 있음. 와인의 총 소비규모는 2006년 기준 독일을 앞질러 세계 3위의 소비시장 임

2006년 미국의 와인시장에 아주 의미 있는 해로, 와인 소비량이 250 백만 케이스, 1인당 와인 소비량은 2.88갤런으로 사상 최고치를 기록했고 13년 연속 소비 증가세를 유지하고 있음

시장의 변화를 보면 1970년대에는 갑작스런 소비의 증가에 이은 1980년대의 장기간의 소비 위축의 시기를 거쳐, 1994년부터 점진적인 상승세로 돌아선 이후 현재 까지 지속적인 증가세를 이어 가고 있음

2006년 21세 이상의 성인 인구 중 주 1회 이상 포도주를 즐기는 Core 소비층은 17.4%, 1달에 3번 ~ 3개월에 1번 정도 가끔 즐기는 Marginal 소비층은 17.0%를 차지 함

2000년과 Core 소비층은 10%에서 17%로, Marginal 소비층은 15%에서 17%로 증가한 반면 맥주나 증류주 소비층은 33%에서 27%로 감소했고, 비음주인구 또한 42%에서 39%로 감소하여 포도주의 소비가 증가하는 것을 알 수 있음

와인을 즐겨 마시는 소비층을 세대별로 분석하면 Millennial 세대(2006년에 29세가되기 시작하는 세대)는 40%가 선호하는 반면, X세대(2006년에 30세에서 41세)는 20%가, Bay Boomer 세대(2006년에 42세에서 60세)는 13%에 그치고 있어 향후의 와인 소비가 더욱 늘어 날 전망이다

가격 대 별로는 6~10불대와 10~15불대 포도주를 많이 구입하며, Core 소비자는 Red 46%, White 35%, Blush 19% 순으로, Marginal 소비자는 White 37%, Red 36%, Blush 27% 순 구매하는 패턴을 보임

미국의 와인소비 시장에 영향을 미치는 요인

건강지향의 소비성향과 언론의 관련 홍보

- 적당한 와인 섭취는 건강에 좋다는 언론의 보도와 와인 업계에 이를 이용한 홍보는 소비에 절대적인 영향을 미침

새로운 세대의 식문화와 연계한 포도주 소비 캠페인

- Millennial 세대의 선도 소비층에 대한 이벤트, 파티, 식사 시 포도주를 반드시 필요한 문화로 홍보함으로써 새로운 소비확산 유도

합법적인 음주가능 연령에 따른 영향도 막대함

- 미국은 80년 대 중반이후 만 21세 이후 음주 가능하며, 80년대의 포도주 선호 붐이 장기간 감소세로 들어간 원인 중의 하나로 음주 가능 연령의 상향 조정 때문이었음

Health와 Fitness 트렌드

- 80년 대 중반의 건강지향과 Fitness 트렌드는 음주를 줄이는 분위기를 조성

음주운전에 따른 혈중 알코올 농도의 변경

- 음주운전 방지를 위한 단속의 강화와 법 규정의 강화도 소비에 큰 영향을 미침

□ 증류주 시장 동향

미국의 증류주 소비는 꾸준히 증가추세에 있다. 1998년부터 2002년까지 7.2% 증가했으며, 2007년까지 4.7%의 추가 성장이 예상된다. 미국은 수요의 40%를 수입에 의존하고 있음

증류주는 미국의 최대 소비 주류제품으로 가장 브랜드가 많은 주류이며, 한국의 소주도 증류주로 분류됨. 대표적인 증류주 제품은 증류주 시장의 1/3(32.5%)를 점유하고 있는 위스키(Whiskey/Whisky), 보드카(Vodka : 23%), Liqueur(칵테일형식의 mixed item: 14%), 브랜디(Brandy : 12%-코냑포함), 럼 (6.8%), 진(4.9%), 데킬라(4.8%) 등이 있음

증류주의 주종별 소비 추이

(단위 : 백만달러)

	2003	2004	2005	2006	최근증가율
버번	1,371	1,432	1,548	1,664	7.5%
진	852	869	819	908	10.9%
럼	1,441	1,556	1,785	1,887	5.7%
스카치	1,310	1,423	1,438	1,500	4.3%
데킬라	962	1,068	1,189	1,403	18.1%
보드카	2,996	3,338	3,582	3,994	11.5%

● 버번

- 소비자의 고급제품 소비취향 증가에 따라 Super Premium급(16.6%)과 High End Premium급(9.4%)의 증가로 소비 증가
- 옥수수 주정으로 만들어 얼음에 타 마시거나 얼음없이 천천히 마시에 좋고 Manhattan이나 Mint Julep 등 과 같은 전통 칵테일 재료로 사용 됨
- 미국 전통 주류로 대표적인 주류수출 품목으로 2006년에 약 46백만 달러가 수출 되었음

● Gin

- 마티니의 주재료로 전체 소비량 중 33.3%가 해외로 부터 수입 되며, 많은 종류의 칵테일에 애용되어 소비가 소폭 증가세임

● Rum

- Bourbon과 같이 Super Premium급(29.2%)의 소비 증가로 소폭 증가세 유지
- 최근 오렌지향, 바닐라향, 산딸기향 등 다양한 Flavor를 첨가한 제품이 출시되어 인기를 얻고 있음
- Cuba Libre, Mohito 등과 같은 칵테일드링크로 많이 이용되나 새로운 프리업급 제품은 on the rock 이나 neat로 애용 됨

● Scotch

- Scotch 또한 소비자의 고급제품 소비취향 증가에 따라 Premium급에서 High End 나 Super Premium급(14.7%)의 소비로 전환되는 추세로 전체적으로는 소폭 상승세 유지 인기
- Super Premium급의 소비증가 이면에는 소비자들의 Single Malt Scotch제품에 대한 관심도가 높아진데 있으며, Single Malt Scotch는 2002년 이래 38.7%가 증가하였음

● 데킬라

- 2002년 이래 수입이 40% 증가한 품목으로 연평균 8.8%신장세를 보이고 있음. 특히 Super Premium제품은 2006년에 79.7%의 높은 신장세를 보였음
- 이러한 성장의 배경에는 연수가 높은 고품질 제품과 적당한 수준의 중저가 제품을 다양하게 생산 할 수 있는 증류능력을 확보하고 있기 때문임

● 보드카

- 미국소비자의 "desire to drink better" 추세의 영향으로 42.6% 증가한 Premium 제품을 중심으로 11.5%의 신장세를 보여 줌
- 최근 오렌지, 바닐라 등의 다양한 Flavor가 첨가된 Vodka의 판매가 늘고 있으며 전체 판매의 12% 정도를 차지 함
- Vodka Matini와 Screwdriver와 같은 칵테일 소비가 보편적이었으나 최근 출시되는 고급 제품은 얼음에 타 마시거나 얼음없이 마시는 방법으로 소비됨

시장 트렌드

□ 다양한 종류의 신제품 출시

주류업체들은 미국 내의 다양한 시장을 타깃으로 하는 다양한 제품군을 선보이고 있으며 다양한 국가로부터 주류를 수입하고 있어, 시장에 항상 새로운 제품이 선보이고 있음

최근에는 젊은 소비자 층을 대상으로 향이 첨가된 제품들(Flavored liquor)이 다양하게 출시 되고 있음

□ 증류주와 와인(사케, 전통주 포함)의 판매증가

미국 증류주협회 (The Distilled Spirits Council) 의 2003년 통계에 따르면 증류주와 와인이 판매신장을 보이고 있는 반면 맥주의 시장점유는 51.2%에서 49%로의 감소를 보여줌으로써 증류주와 와인이 기존의 맥주시장을 잠식하고 있으며, 또한 증류주와 와인 종류의 다양화, 수입 증류주의 판매가 증가되고 있는 추세임

저도주 와인 대중화 확산 : 보드카와 멕시코산 데킬라 등 일부 도수가 높은 주류가 매니아 층을 형성하면서 꾸준히 성장하고 있는 점을 제외하면 전반적인 술 소비트렌드는 도수가 높은 술 소비에서 도수가 낮은 술로 옮겨 가고 있는 추세임

따라서 건강한 술로 구분되는 와인시장에 대한 전망도 낙관적인데, 와인시장의 성장은 세계적인 추세로 업계에서는 올해 미국 내 와인 매출이 지난 해 대비 20% 이상 늘어날 것으로 전망하고 있음

□ 맥주 판매량의 둔화 속에 라이트 · 저칼로리 맥주의 판매 증가

전체 맥주 판매량은 증류주/와인류의 시장확대로 감소세를 보이고 있으나, 라이트 맥주는 전체 맥주류 (Malt Beverage) 시장의 44%를 차지하면서 증가추세를 나타내고 있음. 버저와이즈의 경우 대표제품이 라이트 맥주로 바뀔 정도로 강세는 지속될 전망이다

수입동향

□ 증류주 수입동향

미국 시장의 증류주 수입규모는 2006년 총 45.1억 달러로 2005년 41억 달러에서 약 10% 증가세를 보이고 있음. 수입 증류주 가운데 영국의 진(Jin)은 19.7% 감소한 반면, 러시아의 보드카가 31.7%의 증가세를 보였으며, 멕시코 전통주 데킬라가 19.5%, 한국산 주류가 포함된 혼합주(Cordial)가 13.4%의 증가세를 보였음

2007년 1분기 동안에도 영국의 진(Jin)은 전년 동기보다 수입이 21.1% 감소되었으며, 보드카는 16.7%(러시아산은 16.4%), 데킬라가 19%, 기타 혼합주(Cordial)가 10.2%의 증가세를 보이고 있음

혼합주 가운데 한국산 제품은 2005년에는 140천 달러가 수입됐으나, 2006년에는 40천 달러로 감소하였음. 반면, 일본산 혼합주는 2005년 29천 달러에 불과했으나, 2006년에는 350천달러가 수입되어 큰 증가세를 보였음

2007년 1분기 한국산 혼합주 수입액은 23천 달러로, 전년 동기 보다 21% 가량 증가세를 보였음

한국 주류 가운데 도수가 높은 전통소주와 단맛이 가미된 전통주는 혼합주(Cordial)로 분류돼 위스키, 진, 럼, 브랜디, 보드카, 혼합주, 데킬라 등과 함께 증류주에 포함되며, 도수가 낮은 오가피주, 산사춘, 동동주 등은 곡물발효주로 분류됨

Ⅲ. 주요 수출 대상국 시장동향

증류주 주요 국가별 수입추이

(단위 : 백만달러)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006
전 체	3,091	3,438	3,709	4,090	4,512
캐나다	300	295	318	279	274
아일랜드	179	220	201	216	266
프랑스	737	845	954	1,149	1,285
독 일	59	93	134	159	173
이태리	74	84	91	102	110
멕시코	421	460	435	488	582
네덜란드	130	150	152	144	174
러시아	71	77	78	79	106
스웨덴	290	325	345	373	364
영 국	672	721	818	893	971
중 국	2	2	3	2	5
한 국	5	5	6	7	8
일 본	1	1	2	3	3

□ 와인 수입 동향

미국의 와인 수입액은 2006년 40.9억 달러로 2005년의 37.0억 달러보다 9.5% 증가하였으며, 매년 5~10%대의 신장세를 보여 주고 있음

주 수입국은 프랑스와 이태리로 2006년 기준 각각 31.5%, 25.7%를 점유하고 있으며 수입 포도주 시장을 주도하고 있음

와인 주요국가별 수입추이

(단위 : 백만달러)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006
전 체	2,623	3,216	3,359	3,699	4,086
호 주	458	626	728	761	761
칠 레	137	138	150	163	167
프랑스	911	1,119	1,023	1,085	1,288
이태리	756	905	948	1,055	1,051
뉴질랜드	31	43	61	94	104
스페인	131	155	183	207	234

□ 맥주 및 기타 주류 수입 동향

맥주는 2006년 3,563백만 달러로 2005년 3,080.5백만 달러보다 16% 증가했으며, 한국산 와인은 2006년 167천 달러가 수입되었음

곡물발효주(Rice Wine)와 사케는 2006년 31.5백만 달러로 2005년 29.3백만 달러보다 8%의 증가세를 보였으며, 이중 일본에서 수입된 사케는 25,360천 달러로 한국산 곡물 발효주 수입액 4,870천 달러 의 5.2배에 달함

일본 사케는 2006년도 수입액이 2005년도에 비해 6% 증가한 반면, 한국산 곡물 발효주는 23%의 증가세를 보여 한국산 전통주의 수입이 늘어난 것을 보여 줌

한국산 주류의 수입 유통 현황

□ 한국 주류 수입동향

한국 관세청 기준에 의한 한국산 주류 수입통계

(단위 : 천 달러)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006
전 체	11,627	4,352	16,073	17,465	19,535
맥 주	1,798	1,771	1,806	1,909	2,135
소 주	5,095	5,382	5,644	6,987	8,095
전통주	4,734	7,199	8,623	8,569	9,305
배 술	0	0	0	69	119
기타과실발효주	365	597	1,862	2,131	2,056
청 주	367	346	234	272	213
약 주	781	1,998	1,332	1,479	1,618
탁 주	142	119	111	145	180
기타곡물발효주	107	1,085	1,249	303	148
기타발효주	616	0	45	44	469
리큐르	77	8	11	256	85
기타주	154	207	0	0	0

미국의 통관기준에 의한 한국산 주류 수입통계

(단위 : 천 달러)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006
맥주(병용기)	651	503	1,008	1,264	1,436
맥주(기타용기)	835	803	325	211	131
Rice Wine/Sake	2,233	3,965	4,640	3,941	4,866
기타발효주	2	7	340	643	165
포도브랜디	0	0	120	0	0
리큐르	355	184	187	141	40
증류주	4,812	4,952	5,420	5,487	7,385

□ 소주의 유통현황

2006년 한국산 소주는 전체 한국 주류 수입액의 41.4%를 차지하였는데, 이는 2004년 35.1%, 2005년 40.0%로 매년 점유비중이 증가함을 보여 주고 있음

이러한 소주의 수입 비중 확대는 소주의 도수가 낮아지면서 과일과 곡물발효주 제품 시장을 저도주인 소주가 잠식하고 있는 것으로 분석 됨

소주의 고급화와 소주칵테일의 등장으로 교포시장 뿐만 아니라 주류 시장으로의 저변 확대 시도하고 있는데, 대표적인 레몬소주를 비롯해 사과소주, 수박소주, 딸기소주 등 다양한 칵테일 소주가 등장하고 있음

소주의 고급화 저도화로 과일 발효주 등 전통주를 선호하던 여성층의 사랑을 받는 대중주로 소비기반을 넓히고 있음

특히 소주는 1999년 특별법을 통해 저도주인 Beer & Wine 면허로 판매 가능토록 함에 따라 Hard Liquor 면허 없이도 소주를 판매 할 수 있게 됨에 따라 한식 및 일식당에서 소주의 판매가 보편화 된 바 있는데, 현재 소주를 판매하는 한인업소의 75%는 Beer & Wine 면허를 가지고 소주를 판매하고 있음

대부분은 교포시장과 교포 음식점에서 소비되나 소주업계의 활발한 박람회 참가 및 홍보 이벤트 개최 등으로 히스패닉이나 백인 소비층을 공략할 준비를 하고 있음

□ 전통주의 유통현황

전통주는 5~6년 전까지는 정종이 주종으로 노년층의 소비가 많았으나, 최근에는 각종 한약재 첨가한 약주, 과일 발효주 등 다양한 제품이 출시되며, 소비층을 넓혀나가고 있으며 다양한 소비층으로부터 사랑을 받고 있음

전통주는 10여 종이 치열한 경쟁을 보이고 있는데, 크게 약주와 과일주로 구분 할수 있음. 각종 한약재를 재료로 한 백세주가 대표적이며 천년약속, 오가피주, 산사춘, 가을국화 등 다양한 제품이 있으며, 과일주로는 가장 소비가 많은 복분자주에 이어 매실주, 머루주, 석류주 등이 있음

안동소주, 이강주 등 도수가 높은 술은 도수가 낮은 부드러운 주류를 선호하는 미국의 술문화의 영향과 특유의 강한 향으로 교포시장 내에서도 큰 인기를 누리지 못하는 못하고 있어 저도주 제품을 출시하는 등 방향 전환을 시도하고 있음

복분자, 석류주, 매실주 등 과일 발효주는 건강지향적인 현지의 소비추세에 부응하고, 나름대로 활발한 대중매체를 이용한 홍보 노력에 힘입어 꾸준히 교포소비자의 사랑을 받고 있음

백세주, 청하, 정종, 천년의 약속 등 청주와 약주 계통은 교포시장에 안정적인 소비층을 확보하고 있으나, 소주의 저도주 화에 소비층의 이탈로 소비가 보합 수준에 머무르고 있음

탁주는 노년층을 중심으로 꾸준히 소비되고 있으나, 현지의 주류소비 트렌드에 영향을 미칠 아이템은 아닌 것으로 보임

□ 한인마켓의 품목별 소비자 반응

● 민속주(이강주, 문배술)

- 소비자들의 인지도가 낮고 특유의 강한 향으로 거부감을 느끼는 소비층이 있음
- 민속주의 경우 대중주 형태의 일반병으로 포장하여 판매하는 것보다 선물용 고급포장 (백자병 사용 등)으로 선물용 구매 고객을 겨냥하는 것이 좋겠다는 반응이 많았음

● 과실주(복분자, 석류주, 머루주)

- 복분자와 석류주는 대형업체의 매체 광고 등을 통한 소비자 인지도가 높아 소비자들이 선호하는 품목이었음
- 머루주의 경우는 복분자주나 석류주에 비해 선호도는 떨어졌으나, 포도주 스타일의 선물용 제품은 찾는 소비층이 있었음

● 약주(백세주, 산사춘, 천년약속, 가을국화)

- 대부분 대형업체의 제품으로 적극적인 매체홍보와 판촉 활동으로 소비자들의 반응이 가장 양호하였음.
- 소비자 중 먹어본 경험이 많은 제품군으로 할인 판매행사에 동참하는 고객이 많았으며, 선용물로 술잔세트를 곁들여 판매한 경우 인기가 높았음

● 탁주(부자막걸리, 쌀막걸리, 포천일동막걸리)

- 교포 커뮤니티 행사 및 일부 메니아 층의 소비가 꾸준하나 매우 제한 적임

현재 유통 중인 전통주의 종류

구 분	업 체 명	제 품 명
민속주	Master's Korea	이강주
	Ju Ju Int'l	문배술
과실주	우리술	보해복분자
	Master's Korea	석류주
	Alliance	제주복분자
	P&S	선운산복분자
		산머루농원머루주
약 주	Doorae	산들수(머루주)
	백세주America	백세주
	Sam's Merchant	산사춘
	우리술	천년약속
	무학America	가을국화
탁 주	우리술	부자막걸리
	백세주America	쌀막걸리
	YW Wine Inc.	포천일동 막걸리

☐ 중국계 마켓의 품목별 소비자 반응

복분자주, 매실주등이 입점되어 있으나 아직은 마켓 진입 초기 단계로 소비자들의 인지도가 매우 낮았으나 판촉홍보의 필요성 대두

중국마켓 매니저들은 구정 등 중국 명절에 선물용 포장으로 공급 희망하며, 생소한 소비자들이 맛을 볼수 있는 시음 기회제공 희망

마켓 내 시음을 위해서는 주류통제국의 허가가 필요하며, 허가 받는데 1개월가량 소요 필요

☐ 주류마켓 소비자 반응

LA지역 Whole Foods Market 내에는 Sushi 코너 또는 아시안 식품 코너가 점차 활성화 되는 추세이며, 이에 따라 복분자주, 석류주, 오가피주 등 한국 전통주가 입점된 매장이 증가하고 있으나, 주된 소비층은 아시안 계로 백인들의 관심을 끌기 시작한 단계 임

가격 면에서는 병당 5~10달러 선에 판매되고 있어 시음과 한국적 전통주에 대한 홍보가 이루어진다면 주류(main stream) 와인시장의 틈새시장을 노려 볼만 하다고 봄

수입제도

☐ HS 번호 및 수입 관세

구 분	단 위	HS 번호	관 세	
			일반관세	특별관세
Beer(유리용기)	liters	2203.00.0030	Free	Free
Beer(기타용기)	liters	2203.00.0060	Free	Free
Rice Wine or Sake	liters	2206.00.4500	3 ¢ /liter	Free
Sprituos Beverages	pf.liters	2208.70.0030	Free	Free
기 타	pt.liters	2208.90.7500	Free	Free

【자료 : 자료 : Harmonized Tariff Schedule of United States, 2007】

주) 특별관세는 미국과 FTA체결국가에 적용

2007년 기준 주류에 부과 되는 세금은 없거나 미미한 수준이나, 연방 정부와 주정부가 부과하는 세금은 제외 됨

☐ 술 관련 주세

증류주는 미국에서 가장 세금이 많은 상품 가운데 하나인데, 알콜 농도를 기준으로 증류주 세금은 껀런당 맥주의 2배이며, 와인의 3배임. 증류주에 부과되는 연방 소비세는 표준 알콜함유량(100도=50%)을 기준으로 껀런당 13.50달러가 부과되며, 맥주는 6.18달러, 와인은 4.86달러가 각각 부과 됨

예를 들어, 보통의 알콜 함유량 80도에 해당하는 750ml 증류주 한 병의 가격이 13.10달러 라면, 이 가운데 연방과 주(state), 지역 세금은 술 한 병 판매 금액의 55%에 해당하는 7.23달러가 부과 됨

한국 주류 가운데 도수가 높은 전통소주와 단맛이 가미된 전통주는 혼합주(Cordial)로 분류돼 위스키, 진, 럼, 브랜디, 보드카, 혼합주, 데킬라 등과 함께 증류주에 포함되며, 도수가 낮은 오가피주, 산사춘, 동동주 등은 곡물발효주로 분류됨

한국산 전통주의 수출 확대 방안

☐ 주류시장 진입 가능한 제품의 개발 필요

아직 미국 내 한국 식문화에 대한 인식이 부족하고 더구나 한국 술이 차지하는 비중은 미국 전체 술 시장 규모를 볼 때 미미한 수준임. 따라서 제대로 된 제품만 있다면 한국 전통주의 미국 시장 내 잠재력은 무한하다고 볼 수 있음

포도주 타입 또는 보드카나 데킬라와 같은 외국인의 입맛에 맞는 개량 전통주 개발을 통해 주류시장 공략 필요

☐ 웰빙과 동양적 이미지 강조한 한국 전통주에 대한 인식 및 홍보 강화

한국적 문화와 연계한 한국적 이미지가 강한 인삼이나 오미자, 매실 등 한국 특산품을 원료를 하거나 특유의 양조기술이 통한 세계화 상품 개발에 노력하여야 함

주류 커뮤니티의 행사 시 전통주의 시음 시식홍보와 결들여 한국적 주도과 같은 문화적인 컨셉과 결합한 홍보 방안 개발 필요

☐ 미국 주류(main stream) 유통망을 활용한 마케팅 전략 개발

한국에서 수입되는 술은 각 제조업체들이 독자적이고 개별적인 유통망을 통해 한인 밀집 도시의 교포마켓 중심으로 공급되고 있으며, 미전역에 일괄 배송, 판매되는 주류 유통 시스템을 활용하지 못하고 있음

두산 주류BG가 수출용 소주 제품인 구(Ku)소주를 기존의 서든와인 스피릿에서 미국 최대 맥주 회사인 안호이저 부쉬사로 유통업체를 교체하며 시장 확대에 나서고 있으며, 진로 또한 주류 커뮤니티 레스토랑과 바(Bar)등에서 적극 이벤트를 펼치며 주류시장 진입을 위한 마케팅에 나서고 있는 점은 향후의 전망을 밝게 해주고 있음

중소규모의 전통주 업체들은 개별적인 마케팅 능력이나 기회가 없으므로 주류 전문 박람회 등의 적극적인 참가 지원, 주류제품 콘테스트 출품 장려를 통해 우수성을 알리는 기회를 확대 할 필요성이 있음

개별 상품보다는 한국 술이라는 이미지를 부각시키는 공동마케팅을 펼치며 유통망을 단일화 하면서, 트레이드조와 홀푸드 등 한국 전통주와 이미지가 부합되는 대형마켓으로 적극 진출하는 전략이 필요 함

☐ 교포 시장의 지속적인 소비기반 유지를 위한 꾸준한 마케팅 노력 필요

전통주에 대한 언론 홍보 강화를 통해 전통주의 멋과 맛을 한인 교포 소비자들에게 유지 시켜야 함

설, 추석, Thanks Giving 등 전통 명절에 선물용으로 애용 될 수 있는 고급 상품 개발 필요