□ 일본 소비동향

○ 술 소비동향

- 일본인이 좋아하는 음료 베스트 20은 응답률 순으로 맥주, 과일주 (매실주 등), 소주, 청주, 와인, 발포주, 칵테일, 사와, 위스키, 스파클링 와인, 브랜디, 진, 아와 모리, 쇼코주, 보드카, 막걸리, 럼주, 젤리형 술로 나타남 (순위의 순서대로 기재)

- 남성의 경우 "소주"가 2 ~ 3위에 랭크되어 있는데, 여성의 경우는 세대별로 5위, 내지 8위로 순위가 낮은 편. 반대로 "과일주 (매실주 등)"는 여성은 1 ~ 2위인 반면, 남성은 4 ~ 7위로, 남녀의 취향 차이가 엿보임

- 복수의 응답률 분포가 남성이 더 다수로 나타나면서 남성이 여성보다 술을 즐기는 경향도 강한 것으로 분석됨

- 한편, 남자는 어느 연령대라도 술을 좋아하는 경향이 있지만, 여성의 경우는 노인보다는 중년층, 중년층보다는 젊은 이가 술을 좋아하는 것으로 분석됨

○ 막걸리 소비 추이

- 2012년 상반기 이후, 선토리(롯데주류 장수막걸리), 진로, 이동이 일본 내 전체 막걸리 시장의 80% 이상 차지하고 있음. 선토리, 진로가 소매의 대부분, 업무용은 이동 막걸리 강세

- 2010년부터 가파른 상승세를 보인 막걸리가 2011년 선토리, 진로 등 대기업의 본격적 시장 참여로 최근까지 매년 3배 가까운 성장세를 보임

- 일본 업체의 막걸리 생산은 청주 생산업체에서 청주 생산 중 틈을 내서 한시적으로 만드는 부분이 많아 시장 장악력이 크지 않았지만 최근 업무용 1,000ml 시장에 일본 막걸리 회사(히마치주조, 다테노카와주조 등)의 기존 판매루트를 활용한 지속적인 공급으로 상당부분 위협을 받고 있는 상태

- 2011년 막걸리 인지도가 한류를 통해 급속히 확산되었으나 주 소비층인 20~30대 여성층이 유행에 민감하고 주류소비 충성도가 낮아 막걸리 소비가 감소하면서 현재 가격을 하락시켜도 소비가 늘지 않고 있음

- 또한 저알콜, 무알콜 도수의 주류가 인기를 끌고 있으며, 장기간의 경기침체로 인해 저가의 제품이 인기가 있는 일본시장(제 3맥주 등 인기)에서 다소 고가의 막걸리의 판세 확대에 걸림돌

- 소비자의 수요가 늘지 않고 있음에 따라 각 업체에서는 저가로 납품하여 소비를 촉진시키려 하고 있으나, 소비가 이루어지지 않는 현 상태에서는 업체 간 과당경쟁으로 이어져 모든 피해가 생산업체에 전가되면서 수출보다는 국내 내수를 다지는 중소업체가 나오고 있음

- 한편 기존 막걸리 시장의 주를 이루었던 6%도수대의 제품보다는 3%대의 저알콜주에 다양한 맛(요구르트, 포도 등)을 첨가한 츄하이 성격의 막걸리를 출시하고 있으나 안정화에 접어든 일본 시장에서 신제품의 진입으로 신규 수요를 찾기에 상당한 어려움이 있음