한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KATI 농식품수출정보

경쟁력 분석형

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-02

품목 | 막걸리(Makgeolli)

HS CODE | 2206.00-2030

국가 | 일본(Japan)

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

Ⅰ. 요약 04

Ⅱ. 경쟁제품

1. 일본 막걸리 경쟁제품 선정 06
2. 일본 막걸리 경쟁제품 조사지표 선정 11
3. 일본 막걸리 경쟁제품 현지조사 결과 12

Ⅲ. 경쟁기업

1. 일본 막걸리 경쟁기업 선정 27
2. 일본 막걸리 경쟁기업 현지화 분석 기준 28
3. 일본 막걸리 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 30

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 카이린도 사케숍(Kairindo Sake Shop) 39
2. 요시쿠도 사케(Yoshikudo Sake) 42
3. 키누사라 브루어리(Kinusara Brewery) 47

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 49
2. 벤치마킹 제품 분석 53
3. 기업 마케팅 벤치마킹 55
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 56

VI. 시사점 59

※ 참고문헌 60

HS CODE : 2206.00-2030

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY 일본 막걸리 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존

막걸리

쌀 막걸리

라쿠텐

천지수 순생 막걸리

E사 막걸리

야후 쇼핑

생막걸리

서울 막걸리

오프라인 주요 경쟁제품

몽블랑 막걸리 (B사)

가격 218엔 (1,977원)

용량 350ml

350ml 용량의 과일 맛 막걸리

막걸리 (A사)

가격 506엔 (4,589원)

용량 1,000ml

가장 많은 오프라인 및 온라인 매장 입점

경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	F사
포장 현지화	●	◐	●
홍보 현지화	●	●	◐
온/오프라인 모두 입점			

포장 현지화

- ● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ◐ 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- ○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- ● 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ◐ 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ○ 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

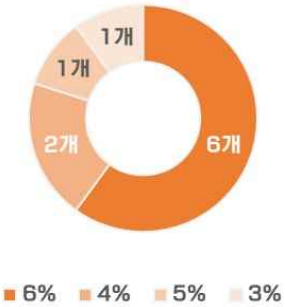
100ml당 가격

단위 : 엔

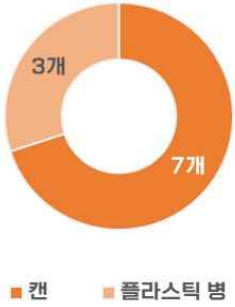
용량

단위 : ml

알코올 도수



포장 형태



요약

Point 01.

1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 76.08엔(690원)으로 조사됨

2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 편, 제품 현지화를 위해 포장 중량 감소 고려 가능

Point 02.

1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 과일 맛 제품 개발 및 다수의 유통채널 입점 권장

2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 일본 소비자 막걸리 제품에 대해 '제품 종류' 관심도 높은 편

II
경쟁제품

1. 일본 막걸리 경쟁제품 선정
2. 일본 막걸리 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 막걸리 경쟁제품 현지조사 결과

1. 일본 막걸리 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	N사 생막걸리
제품 종류	생막걸리
용량	750ml
포장	플라스틱 병
특징	효모균이 살아있고, 감칠맛과 톡 쏘는 청량감이 일품

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명: N사 생막걸리
- 제품 종류: 생막걸리
- 용량: 750ml
- 포장 형태: 플라스틱 병

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 아마존(Amazon)
2. 라쿠텐(Rakuten)
3. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 아마존/라쿠텐/야후 쇼핑에서 확인 : 2개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획

① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장: 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석

① 현지 조사
- 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사

② 제품 분석
- (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석
- 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon 아마존	도서, 가전제품, 리빙, 식품, 주류, 음료 등
Rakuten 라쿠텐	패션, 의류, 전자제품, 식품, 주류, 음료 등
YAHOO! ショッピング 야후 쇼핑	패션, 화장품, 주방용품, 과일, 주류, 음료 등

▶ 막걸리 경쟁제품군 선정

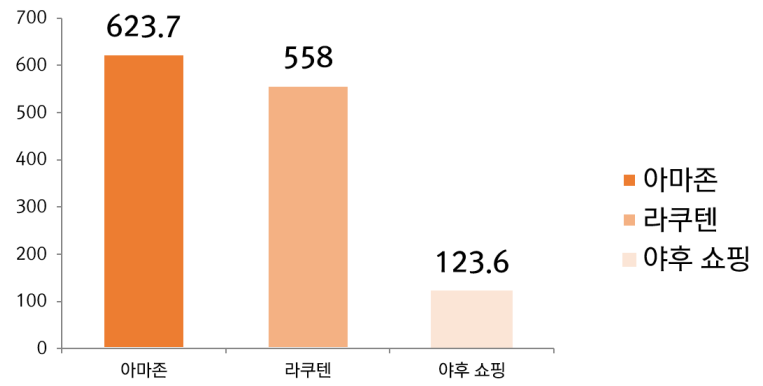
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 생막걸리와 살균막걸리를 포함한 막걸리 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 본 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존과 야후 쇼핑에서는 A사, B사, 산토리(Suntory) 제품이 상위 인기제품이며, 라쿠텐에서는 D사 제품이 가장 많이 팔리는 인기제품인 것으로 조사됨

[표 2.1] 2022년 12월 일본 온라인 쇼핑몰 방문자 수

(단위: 백만 명)



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[1)]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	살균막걸리	A사	막걸리 (マッコリ)	한국	2,991엔 (27,127원[2)])	1,000ml*5병	
2	생막걸리	B사	쌀 막걸리 (米マッコリ)	한국	1,096엔 (9,940원)	750ml	
3	살균막걸리	산토리 (Suntory)	서울 막걸리 (ソウルマッコリ)	한국	5,207엔 (47,226원)	350ml*24캔	

1) 조사일(2023.08.16) 기준
2) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

라쿠텐 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[3]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	생막걸리	D사	천지수 순생 막걸리 (天地水純生マッコリ)	한국	3,520엔 (31,915원)	750ml*6병	
2	생막걸리	E사	E사 막걸리 (マッコリ)	한국	1,100엔 (9,977원)	750ml*2병	
3	생막걸리	B사	생막걸리 (生マッコリ)	한국	550엔 (4,988원)	700ml	

야후 쇼핑 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[4]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	생막걸리	B사	생막걸리 (生マッコリ)	한국	5,800엔 (52,604원)	750ml*12병	
2	살균막걸리	산토리 (Suntory)	서울 막걸리 (ソウルマッコリ)	한국	6,091엔 (55.244원)	750ml*15병	
3	살균막걸리	A사	막걸리 (マッコリ)	한국	2,991엔 (27,127원)	1,000ml*5병	

자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지
사진 자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지

3) 조사일(2023.08.16) 기준
4) 조사일(2023.08.16) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

일본 도쿄 정보[5]	
인구	약 1,350만 명
면적	약 2.2㎢

▸ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

도쿄는 지리적으로 일본 열도의 중앙에 위치하며, 1603년부터 일본의 수도로 지정된 도시임. 세계적인 메가시티[6]에 속하는 도쿄에는 일본 전체 인구의 10%가 거주하고 있으며, 2020년 회계연도 기준 일본 GDP의 약 20.4%를 차지함[7]. 현재 도쿄는 일본의 경제와 문화 산업의 중심지일 뿐만 아니라 정치, 행정의 중심지로도 성장함. 도·소매 산업이 현 경제에 가장 크게 기여하고 있는데, 식품 분야의 유통채널은 2022년 기준 오프라인의 비중이 97.2%, 온라인이 2.8%로 오프라인 채널이 온라인보다 상당히 활성화됨

▸ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓 외 2곳

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 슈퍼마켓, 편의점, 그리고 한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 일본 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	코스트코(Costco), 이온(Aeon)
슈퍼마켓	라이프(Life), 세이유(Seiyu), 이사미야(いさみ屋), 니쿠노하나마사(肉のハナマサ), 오케이마트(OKマート)
아시안/한인마트	칸코쿠 히로바(韓国広場), 소우루 이치바(ソウル市場),
편의점	패밀리마트(Family Mart), 세븐일레븐(7-Eleven), 로손(Lawson)
온라인	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 스태티스타(Statista)
6) 인구 1,000만 명 규모의 대도시
7) 자료: 도쿄 메트로폴리탄

4) 경쟁제품 선정

▶ **오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①**

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 이사미야(いさみ屋), 니쿠노하나마사(肉のハナマサ), 라이프(Life), 오케이마트(OKマート), 세븐일레븐(7-Eleven), 칸코쿠 히로바(韓国広場)

▶ **오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②**

- 막걸리: 쌀로 만든 한국의 전통주로, 효모균의 유무에 따라 생막걸리 또는 살균막걸리로 분류되는 제품

[표 2.4] 일본 막걸리 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	막걸리
① 생막걸리 (B사)	○ (니쿠노하나마사, 칸코쿠 히로바)	○ (아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
② 몽블랑 막걸리 (B사)	○ (니쿠노하나마사, 칸코쿠 히로바)	○ (라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
③ 막걸리 (A사)	○ (라이프, 오케이마트, 세븐일레븐, 칸코쿠 히로바)	○ (아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
④ 1000억 프리바이오 딸기막걸리 (B사)	○ (세븐일레븐, 칸코쿠 히로바)	○ (라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
⑤ 1000억 프리바이오 막걸리 (B사)	○ (오케이마트, 칸코쿠 히로바)	○ (아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
⑥ 막걸리 (E사)	○ (칸코쿠 히로바)	○ (라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
⑦ 쌀 막걸리 (B사)	○ (칸코쿠 히로바)	○ (아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
⑧ 진한술 순배막걸리 (고세이)	○ (칸코쿠 히로바)	○ (야후 쇼핑)	○
⑨ 닛코리 막걸리 (F사)	○ (칸코쿠 히로바)	○ (아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑)	○
⑩ 복숭아 막걸리 (B사)	○ (칸코쿠 히로바)	○ (라쿠텐)	○

(*) 현지 판매 생막걸리 경쟁제품 10개 분석

2. 일본 막걸리 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 일본 막걸리 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 막걸리 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10ml당 가격	제품의 10ml당 가격
용량	용량(ml)	제품의 총 용량
제품 종류	막걸리	쌀로 만든 한국의 전통주로, 효모균의 유무에 따라 생막걸리 또는 살균막걸리로 분류되는 제품
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병, 캔	플라스틱 소재의 병 또는 알루미늄 소재의 캔
원산지		제품의 원산지
기타 표기사항		제품의 알코올 도수
홍보문구		제품의 홍보문구
수입자		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

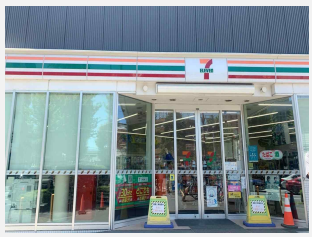
3. 일본 막걸리 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 일본 도쿄에 위치한 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트

도쿄에 위치한 슈퍼마켓인 니쿠노하나마사(肉のハナマサ), 라이프(Life), 오케이마트(OKマート)와 편의점인 세븐일레븐(7-Eleven), 그리고 한인마트인 칸코쿠 히로바(韓国広場)를 방문함. 현지조사 매장들은 모두 전철역 근처에 위치해 접근성이 뛰어나다는 공통점이 있음

[표 2.6] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장명	니쿠노하나마사 (肉のハナマサ)	라이프 (Life)	오케이마트 (OKマート)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	2	1	1
조사 매장 특징	· 육류를 중심으로 식품, 주류 등 다양한 물품 판매 · 일본 내 24개의 매장 운영	· 판매 물품이 다양한 대형 슈퍼마켓 체인 · 일본 내 337개 매장 운영	· 식료품, 음료, 주류, 유제품 등 다양한 물품 판매 · 일본 내 130개 이상의 매장 운영

방문 매장명	세븐일레븐 (7-Eleven)	칸코쿠 히로바 (韓国広場)
방문 매장 전경		
구분	편의점	한인마트
조사 제품 수	1	5
조사 매장 특징	· 북미와 아시아를 중심으로 분포된 글로벌 편의점 체인 · 일본 내 약 21,000개의 매장 운영	· 한국 식품과 화장품 등을 판매하는 한인마트 · 신오쿠보에 오프라인 매장이 있으며 온라인 판매도 병행

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 중 5개 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매

니쿠노하나마사(肉のハナマサ), 라이프(Life), 오케이마트(OKマート), 세븐일레븐(7-Eleven), 칸코쿠 히로바(韓国広場) 총 5개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 총 4개 제품이 2개의 매장에서 판매 중이며, 1개의 제품은 4개의 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨. 칸코쿠 히로바는 조사된 10개의 경쟁제품을 모두 취급하고 있어, 방문한 5개의 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 조사됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

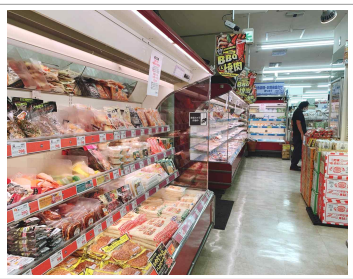
경쟁제품 현황	판매 현황				
	니쿠노하나마사	라이프	오케이마트	세븐일레븐	칸코쿠 히로바
① 생막걸리 (B사)	○				○
② 몽블랑 막걸리 (B사)	○				○
③ 막걸리 (A사)		○	○	○	○
④ 1000억 프리바이오 딸기막걸리 (B사)				○	○
⑤ 1000억 프리바이오 막걸리 (B사)			○		○
⑥ 막걸리 (E사)					○
⑦ 쌀 막걸리 (B사)					○
⑧ 진한술 순배막걸리 (고세이)					○
⑨ 닛코리 막걸리 (F사)					○
⑩ 복숭아 막걸리 (B사)					○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 니쿠노하나마사(肉のハナマサ)

매장 정보

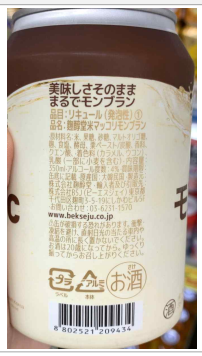
- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  육류를 중심으로 한 다양한 식품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  이케부쿠로 역 근처에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[8]	肉のハナマサ®		니쿠노하나마사는 일본 내 24개의 매장을 운영하고 있는 슈퍼마켓 체인 브랜드임. 도쿄 매장은 토시마 구내에 위치하고, 이케부쿠로 역과 가까워 접근성이 좋음. 육류 중심의 식품과 주류 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음.
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄
		상세주소	3 Chome－9－5 サトミビル 1階, Minamiikebukuro, Toshima City, Tokyo
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 막걸리 경쟁제품 정보		
	생막걸리 (B사)		몽블랑 막걸리 (B사)

사진자료: 현지조사원 자료

8) 니쿠노하나마사(肉のハナマサ) 홈페이지

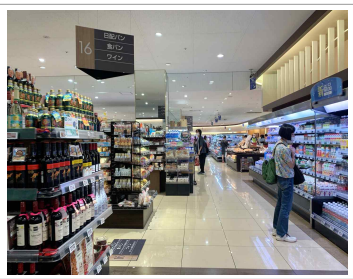
Shop ① 니쿠노하나마사(肉のハナマサ)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	생막걸리 (生マッコリ)	몽블랑 막걸리 (マッコリモンブラン)
제조사 (현지어)	B사	B사
제품 종류	생막걸리	살균막걸리
용량	700ml	350ml
소비자가격	482엔 (4,372원)	218엔 (1,977원)
10ml당 가격	68.86엔 (625원)	62.29엔 (565원)
원산지	한국	한국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병	캔
수입자	G사	G사
기타 표기사항	알코올 도수 6%	알코올 도수 4%
홍보문구	신선함의 새로운 기준, 유산균 80억개, Korean Rice Wind	부드러운 스파클링 알코올 음료, 한국에서 온 부드러운 스파클링 막걸리. 신선한 밤 추출물이 독특하게 블렌딩된 과일 향의 몽블랑 막걸리를 즐겨보세요.
원료 및 첨가물	쌀, 누룩, 포도당, 구연산, 젖산, 감미료(아스파탐, L-페닐알라닌 화합물)	쌀, 과당, 설탕, 맥아 올리고당, 누룩, 소금, 효모, 밤 페이스트, 탄산, 향료, 구연산 등

Shop ② 라이프(Life)

매장 정보

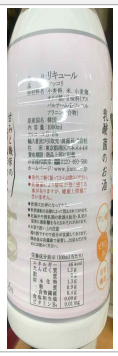
- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  과일, 채소, 가공식품, 조미료, 주류 등의 다양한 제품을 판매
- **매장 주변 특징:**
  센카와 역 근처에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[9]	ライフ		라이프는 일본 전역에서 운영하고 있는 대형 슈퍼마켓 체인 브랜드로, 337개의 매장을 보유함. 도쿄 매장은 센카와 역 인근에 위치해 있으며, 식품, 주류 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음.
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄
		상세주소	3 Chome-45-4 Kanamecho, Toshima City, Tokyo
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 막걸리 경쟁제품 정보		
	막걸리 (A사)		

사진자료: 현지조사원 자료

9) 라이프(Life) 홈페이지

Shop ② 라이프(Life)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	막걸리 (マッコリ)
제조사 (현지어)	A사
제품 종류	생막걸리
용량	1,000ml
소비자가격	506엔 (4,589원)
10ml당 가격	50.60엔 (459원)
원산지	한국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병
수입자	A사
기타 표기사항	알코올 도수 6%
홍보문구	단맛과 신맛의 절묘한 맛, 유산균 첨가 술, 아미노산, 비타민B6, 식이섬유
원료 및 첨가물	밀가루, 쌀, 밀 누룩, 올리고당, 감미료(아스파탐, L-페닐알라닌 화합물)

Shop ③ 오케이마트(OKマート)

매장 정보

- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  과일, 채소, 가공식품, 조미료, 주류 등의 다양한 제품을 판매
- **매장 주변 특징:**
  센카와 역 근처에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[10]			오케이마트는 일본 전역에 약 130여 개의 매장을 운영하고 있는 슈퍼마켓 체인 브랜드임. 식료품, 음료, 주류, 유제품 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄
		상세주소	1 Chome-32-21 Komone, Itabashi City, Tokyo
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
제품 판매 정보	판매 막걸리 경쟁제품 정보		
	1000억 프리바이오 막걸리 (B사)		

사진자료: 현지조사원 자료

10) 오케이마트(OKマート) 공식 홈페이지

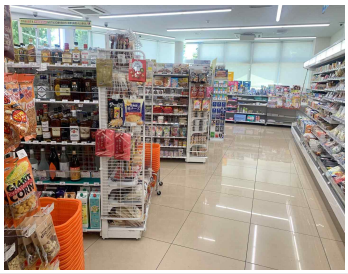
Shop ③ 오케이마트(OKマート)

	경쟁제품 ④
제품 사진	
제품명 (현지어)	1000억 프리바이오 막걸리 (1000億プリバイオマッコリ)
제조사 (현지어)	B사
제품 종류	살균막걸리
용량	750ml
소비자가격	877엔 (7,954원)
10ml당 가격	116.93엔 (1,061원)
원산지	한국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병
수입자	G사
기타 표기사항	알코올 도수 5%
홍보문구	Prebio
원료 및 첨가물	쌀, 과당, 밀가루, 누룩, 효모, 탄산, 젖산

Shop ④ 세븐일레븐(7-Eleven)

매장 정보

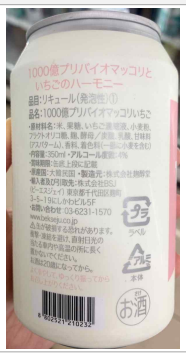
- **유형: 편의점**
- **판매 제품 특징:**
  즉석식품, 냉동식품, 음료, 주류 등의 다양한 제품을 판매
- **매장 주변 특징:**
  고타케무카이하라 역 인근 대로변에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[11]			세븐일레븐은 글로벌 편의점 체인으로 일본 내 약 21,000여 개의 매장을 운영하고 있음. 즉석식품, 냉동식품, 음료, 주류 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄
		상세주소	4 Chome-25-2 Komone, Itabashi City, Tokyo
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 막걸리 경쟁제품 정보		
	1000억 프리바이오 딸기막걸리 (B사)		

사진자료: 현지조사원 자료

11) 세븐일레븐(7-Eleven) 공식 홈페이지

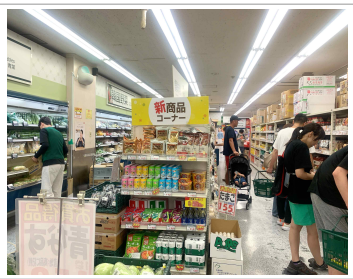
Shop ④ 세븐일레븐(7-Eleven)

	경쟁제품 ⑤
제품 사진	
제품명 (현지어)	1000억 프리바이오 딸기막걸리 (1000億プリバイオマッコリいちご)
제조사 (현지어)	B사
제품 종류	살균막걸리
용량	350ml
소비자가격	393엔 (3,564원)
10ml당 가격	112.29엔 (1,018원)
원산지	한국
포장 형태 (외부/내부)	캔
수입자	G사
기타 표기사항	알코올 도수 4%
홍보문구	내 몸속 유산균을 키우는 막걸리, Strawberry
원료 및 첨가물	쌀, 과당, 딸기 농축액, 밀가루, 누룩, 효모, 탄산, 젖산, 감미료(아스파탐), 향료, 색소

Shop ⑤ 칸코쿠 히로바(韓国広場)

매장 정보

- **유형: 한인마트**
- **판매 제품 특징:**
  한국 식품과 화장품 등 다양한 한국산 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  신주쿠 전철 역세권에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 전철 이용객, 관광객

브랜드 기본 정보[12]	Hiroba 韓国広場		칸코쿠 히로바는 신주쿠 전철 역세권에 자리하고 있는 한인마트로 한국 식품과 화장품 등 다양한 한국산 제품을 판매하고 있음. 오프라인 매장과 더불어 온라인 판매를 병행하며 1개 매장으로 운영되는 점을 보완하고 있음
	조사 제품 수: 5개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄
		상세주소	4th floor of 2nd Monami Building, Kabukicho 2-chome 31-11 Shinjuku Ward, Tokyo
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 막걸리 경쟁제품 정보		
	막걸리 (E사)	쌀막걸리 (B사)	진한술 순배막걸리 (고세이)
	닛코리 막걸리 (F사)	복숭아 막걸리 (B사)	

사진자료: 현지조사원 자료

12) 칸코쿠 히로바(韓国広場) 홈페이지

Shop ⑤ 칸코쿠 히로바(韓国広場)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	막걸리 (マッコリ)	쌀 막걸리 (米マッコリ)
제조사 (현지어)	E사	B사
제품 종류	생막걸리	살균막걸리
용량	1,000ml	750ml
소비자가격	613엔 (5,560원)	572엔 (5,188원)
10ml당 가격	61.30엔 (556원)	76.27엔 (692원)
원산지	한국	한국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병	캔
수입자	동양물산 (東洋物産)	G사
기타 표기사항	알코올 도수 6%	알코올 도수 6%
홍보문구	부드럽고 상쾌한 뒷맛, 전통과 조화가 돋보이는 한국식 블렌딩 막걸리	전통제법을 복원한 생쌀발효법으로 빚어 필수아미노산이 풍부하며 부드러운 맛이 일품입니다.
원료 및 첨가물	쌀, 밀 누룩, 효모, 과당, 이산화탄소, 구연산, 젖산	밀가루, 쌀, 정제된 씨누룩 감미료(아스파탐, L-페닐알라닌화합물)

Shop ⑤ 칸코쿠 히로바(韓国広場)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	진한술 순배막걸리 (ジンハン酒梨マッコリ)	닛코리 막걸리 (にっこりマッコリ)
제조사 (현지어)	고세이 (GOSEI)	F사
제품 종류	살균막걸리	살균막걸리
용량	1,000ml	1,000ml
소비자가격	547엔 (4,961원)	547엔 (4,961원)
10ml당 가격	54.70엔 (496원)	54.70엔 (496원)
원산지	한국	한국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병	플라스틱 병
수입자	고세이 (GOSEI)	F사
기타 표기사항	알코올 도수 6%	알코올 도수 6%
홍보문구	배 막걸리, 자연을 벗삼아, 배맛, 무과즙	막걸리는 한국의 대표적인 전통주입니다. 옹기 항아리에서 쌀과 밀로 빚어집니다. 편안하고 부드러운 맛을 즐겨보세요.
원료 및 첨가물	쌀, 밀가루, 누룩, 올리고당, 향료, 감미료(아스파탐, L-페닐알라닌 화합물)	쌀, 과당, 설탕, 누룩, 이산화탄소 감미료(아스파탐, L-페닐알라닌 화합물)

Shop ⑤ 칸코쿠 히로바(韓国広場)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	복숭아 막걸리 (Peach マッコリ)
제조사 (현지어)	B사
제품 종류	살균막걸리
용량	350ml
소비자가격	360엔 (3,265원)
10ml당 가격	102.86엔 (933원)
원산지	한국
포장 형태 (외부/내부)	캔
수입자	G사
기타 표기사항	알코올 도수 3%
홍보문구	부드러운 스파클링 알코올 음료, 한국에서 온 부드라운 스파클링 막걸리. 신선한 복숭아 추출물이 독특하게 블렌딩된 과일 향 막걸리 복숭아를 즐겨보세요.
원료 및 첨가물	쌀, 효모, 누룩, 과당, 이산화탄소, 구연산, 복숭아 향료, 복숭아 농축액, 젖산, 감미료(아스파탐, L-페닐알라닌 화합물)

Ⅲ

경쟁기업

1. 일본 막걸리 경쟁기업 선정
2. 일본 막걸리 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 일본 막걸리 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 일본 막걸리 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 한국기업 3개사 선정

일본 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하며 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 70년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1924년에 설립되어 경쟁기업 중 가장 긴 99년의 업력을 보유하고 있음. B사는 1983년 설립 이후 40년째 사업을 이어오고 있으며, F사는 1957년 설립된 후 66년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 막걸리 동일 품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 막걸리 동일 품목 수를 조사한 결과, F사가 총 26개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 A사가 7개, B사가 4개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 일본 막걸리 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
A사	한국	99년	7개
B사	한국	40년	4개
F사	한국	66년	26개

자료: 일본 진출 막걸리 경쟁기업 3개사 분석

2. 일본 막걸리 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준		설명
① 기업명		기업의 이름
② 위치		기업 본사 위치
③ 규모	매출액	기업 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	막걸리 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	◐ (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	니쿠노하나마사, 라이프, 오케이마트, 세븐일레븐, 칸코쿠 히로바
온라인	아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑

3. 일본 막걸리 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 일본 오프라인 매장 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. A사는 라이프(Life), 오케이마트(OKマート), 세븐일레븐(7-Eleven), 칸코쿠 히로바(韓国広場) 4곳에 입점하였음. B사 역시 니쿠노하나마사(肉のハナマサ), 오케이마트, 세븐일레븐, 칸코쿠 히로바 4곳에 입점하였으며, F사는 칸코쿠 히로바 1곳에만 입점한 것으로 확인됨. 제품에 따라 온라인 입점 매장이 상이하지만, 3개사 모두 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑에 입점해있는 것으로 나타남

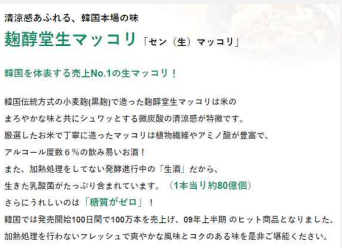
▶ 경쟁기업, SNS를 통한 활발한 제품 홍보 활동

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. A사는 일본 현지 홈페이지만 운영하고 있으며, B사는 현지 홈페이지 외에도 영어와 중국어, 일본어 선택이 가능한 별도의 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. F사는 한국과 글로벌 홈페이지를 운영 중임. SNS의 경우, A사는 현지 인스타그램, 유튜브, 트위터를 운영하고 있으며 틱톡 중국 계정, 인스타그램 베트남 계정 등 국가별로 적합한 SNS를 운영 중인 것으로 조사됨. B사는 일본 현지 페이스북, 인스타그램, 트위터를 운영하고 있으며 F사는 한국 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 보유해 경쟁기업 3개사 모두 SNS를 통해 적극적인 제품 홍보 활동을 하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 원산지와 제품 맛 강조

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원산지와 제품의 맛을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘한국 전통 유산균 술’, ‘한국 본고장의 맛’, ‘한국을 대표하는 매출 No.1의 생막걸리!’, ‘한국 전통 방식의 밀 누룩으로 만들어’ 등 제품이 한국 전통 술이라는 것을 강조하는 수식어가 사용되고 있음. 또한, ‘단맛과 신맛이 절묘한 맛’, ‘과즙감 가득한 진한 망고 맛’, ‘복숭아의 진한 단맛’, ‘부드러운 맛’ 등 맛을 묘사한 수식어를 사용하여 홍보하고 있음

[표 3.7] 일본 생막걸리 경쟁기업 현황

경쟁기업	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	• 오프라인 매장 - 라이프 - 오케이마트 - 세븐일레븐 - 칸코쿠 히로바 • 온라인 매장 - 아마존 - 라쿠텐 - 야후 쇼핑	• 자사 홈페이지 (일본) • SNS 플랫폼 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 - 틱톡	- 단맛과 신맛이 절묘한 맛, 한국 전통 유산균 술 - 과즙감 가득한 진한 망고 맛 - 복숭아의 진한 단맛과 향을 부드럽게 마시는 기분	
B사	• 오프라인 매장 - 니쿠노하나마사 - 오케이마트 - 세븐일레븐 - 칸코쿠 히로바 • 온라인 매장 - 아마존 - 라쿠텐 - 야후 쇼핑	• 자사 홈페이지 (한국/글로벌/일본/중국) • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	- 청량감 넘치는 한국 본고장의 맛 - 한국을 대표하는 매출 No.1의 생막걸리! - 한국 전통 방식의 밀 누룩으로 만들어 쌀의 부드러운 맛과 함께 미탄산의 청량감이 특징	
F사	• 오프라인 매장 - 칸코쿠 히로바 • 온라인 매장 - 아마존 - 라쿠텐 - 야후 쇼핑	• 자사 홈페이지 (한국/글로벌) • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 일본에 막걸리 열풍을 확산시킨 대표 막걸리	

자료: 일본 진출 막걸리 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 1924년에 설립된 주류 기업으로, 2011년 한국 주요 주류 기업과 단일회사로 통합되었고, 2021년에는 막걸리 제조 계열사를 한국 투자회사에 매각함. 다만, A사 막걸리 제품은 매각과 관련 없이 위탁 생산을 통해 제조 및 판매하고 있으며 현재 일본에서만 유통되고 있음		
	위치	강원도 홍천군 홍천군 삼마치리 474		
	규모	동일 품목 수	7개	
		설립연도	1924년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 라이프 오케이마트 세븐일레븐 칸코쿠 히로바 〈온라인 매장〉 라쿠텐 아마존 야후 쇼핑		제품명	막걸리 (マッコリ)
			용량	1,000ml
			소비자가격	506엔 (4,589원[13])
			제품 종류	생막걸리
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

13) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

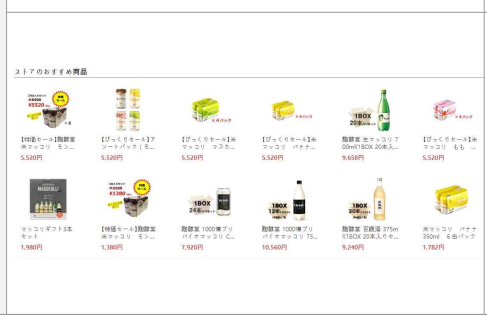
<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(일본),
인스타그램/유튜브/트위터/틱톡(일본 외 다수 국가)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 정보, 제품 카테고리, 제품 정보 및 레시피 관련 정보 제공</td></tr>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기업 개요, 경영 이념, 연혁, 뉴스 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 제품 카테고리 안내</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 제품으로 만든 칵테일 레시피, 잘 어울리는 요리 등 소개</td></tr>
</table>

사진자료: D사 홈페이지

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 1983년에 설립된 주류 기업으로, 2007년에 일본 법인을 설립함. 한국을 대표하는 우리 술을 만들자는 취지로 제품을 개발해 맥주와 소주가 주류였던 시장에서 전통주 분야를 개척함. 별도의 연구소를 운영하며 한국 전통주를 현대에 맞게 복원 및 개발하는 등 대중화를 위해 노력하고, 수출을 적극적으로 추진하고 있음		
	위치	강원도 횡성군 둔내면 강변로 975		
	규모	동일 품목 수	4개	
		설립연도	1983년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 니쿠노하나마사 오케이마트 세븐일레븐 칸코쿠 히로바 〈온라인 매장〉 라쿠텐 아마존 야후 쇼핑		제품명	생막걸리 (生マッコリ)
			용량	700ml
			소비자가격	482엔 (4,372원)
			제품 종류	생막걸리
현지 진출 방법	포장 현지화	◐ (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌/일본/중국), 페이스북/인스타그램/트위터(일본)
	게시 주기	정기적
	게시물 유형	기업 정보, 제품 정보, 온라인 판매 링크 정보 제공
게시물 유형		• 기업 정보, 연혁, 경영 이념 등 기업 정보 소개
		• 제품 소개
		• 홈페이지 내 온라인 구매처 링크 연결

사진자료: D사 홈페이지

③ F사

기업 기본 정보	기업명	F사		
	기업 설명	1957년 설립된 막걸리 전문 기업으로, 막걸리 단일 상품만 생산 및 판매하고 있음. 막걸리로 유명한 포천 지역의 전통을 잇는다는 점을 국내에 적극 홍보 중이며 미국, 중국, 러시아, 몽골 등 해외 여러 국가에 상표를 등록하는 등 해외 수출을 적극적으로 추진하고 있음		
	위치	경기도 포천시 이동면 포화로 21-26		
	규모	동일 품목 수	26개	
		설립연도	1957년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 칸코쿠 히로바 〈온라인 매장〉 라쿠텐 아마존 야후 쇼핑		제품명	닛코리 막걸리 (にっこりマッコリ)
			용량	1,000ml
			소비자가격	547엔 (4,961원)
			제품 종류	살균막걸리
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	◐ (중)	글로벌 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(한국/글로벌),
페이스북/인스타그램/유튜브(한국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 정보, 제품 정보, 재료 및 제품 제작 공정 소개</td></tr>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기업 정보, 연혁, 경영 이념, 특허 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 제품 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 재료 및 제품 제작 공정 소개</td></tr>
</table>

사진자료: D사 홈페이지

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 카이린도 사케숍(Kairindo Sake Shop)
2. 요시쿠도 사케(Yoshikudo Sake)
3. 키누사라 브루어리(Kinusara Brewery)

Interview ①

[14]

카이린도 사케숍(Kairindo Sake Shop) International Sales Department

카이린도 사케숍 (Kairindo Sake Shop)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 주류 및 안주 제품 수입 유통업체
  - 당일 배송을 포함한 온라인 판매, 대량 구매 등의 다양한 판매 방식
  - 일본 전통주, 수입 맥주 및 와인 등 다양한 주종을 취급

담당자 정보

International Sales Department

고객사 제품 정보

용량	750ml
포장 형태	플라스틱 병
특징	효모균이 살아있고, 감칠맛과 톡 쏘는 청량감이 일품

Q1. 고객사 제품의 가격, 용량, 포장, 원료, 인증, 유통기한, 원산지, 홍보문구는 일본에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

먼저 제품을 살펴보면, 고객사 제품의 용량은 750ml인데 일본 현지에서 판매 중인 경쟁제품은 보통 비슷하거나 더 적은 경우가 많습니다. 포장 형태는 맛에 영향을 주지 않는다면 어느 것이나 크게 상관이 없지만, 만약 플라스틱 병을 사용한다면 재활용할 수 있어야 합니다. 참고로, 주류 시장에서 가장 선호하는 재질은 밀봉이 확실하고, 제품을 더 신선하게 보관할 수 있는 유리를 가장 선호하는 편입니다. 또한, HACCP 인증은 수출을 위해서 꼭 받아야 하는 의무사항이기 때문에 마케팅으로 활용하기에는 큰 이점이 없습니다. 한편, 최근에는 일본에서 10여 년 전 불던 한국 막걸리 열풍이 사라지고 있습니다. 현재는 현지 양조장에서 막걸리를 제조하거나 현지화된 제품이 대체하고 있어 소비자가 '한국산' 제품만을 고집하지는 않는 편입니다. 따라서 한국 브랜드와 한국산 제품인 것보다는 다른 홍보 방법을 모색하는 것이 좋습니다.

Q2. 유통업체와 현지 소비자가 막걸리 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

맛이 구매를 결정하는 가장 중요한 요소이지만, 제품을 직접 먹어보기 전까지는 알 수 없으므로 구매를 결정하기 전에 다수의 소비자가 온라인에 쓴 리뷰를 찾아봅니다.

14) 사진자료: 카이린도 사케숍(Kirindo Sake Shop) 공식 홈페이지

Q3. 현지 소비자는 생막걸리와 살균막걸리 중 어떤 제품을 더 선호하는 편인가요?

생막걸리를 더 선호한다고 자신 있게 말씀드릴 수 있습니다. 막걸리는 맥주나 사케처럼 자주 마시는 술이 아닙니다. 일반적으로 식당에서 야키토리[15]나 구이, 전골 등과 먹는 경우가 많습니다. 그래서 이러한 요리와 잘 어울리는 생막걸리가 인기 있습니다.

Q4. 막걸리 및 저도주 제품에 대한 일본 현지 트렌드와 소비자의 인식은 어떤가요?

일본에서는 막걸리뿐만 아니라 전반적인 주류 소비가 감소하고 있습니다. 특히 코로나 펜데믹 기간 동안 더욱 줄었습니다. 사케와 막걸리는 코로나 팬데믹 기간에 사회적 거리두기로 인해 영업이 제한되었던 식당에서 주로 판매되었기에 자연스럽게 수요가 줄어들었습니다. 펜데믹 이후에는 사람들이 더 건강한 식단을 선호하게 되었고, 이제 막걸리와 같은 주류는 최소한만 마시려고 하는 편입니다. 참고로, 막걸리는 10년 전만 해도 일본에서 굉장히 인기가 많았습니다. 그 시기에 일본에 거주하던 사람이라면 누구나 한국 막걸리를 맛본 적이 있을 것입니다. 하지만 지금은 유행이 사라졌고, 일본식으로 현지화된 제품이 늘어났습니다. 물론 여전히 막걸리가 판매되고 있긴 하지만, 이전보다는 소비량이 매우 감소했습니다.

Q5. 일본에서 특히 인기 있는 막걸리 맛은 무엇인가요?

쌀의 감칠맛이 살짝 느껴지고, 요구르트 같은 뒷맛이 어우러진 맛이라면 프리미엄 제품이 될 수 있습니다. 앞서 말씀드렸듯이, 저 또한 이러한 맛이 구운 일본 요리와 잘 어울린다고 생각합니다.

Q6. 일본에서 막걸리를 특히 선호하는 고객층은 누구인가요?

몇 년 전, 일본에서 막걸리는 한류 문화에 매료된 젊은 층을 주축으로 트렌드로 자리 잡았습니다. 그 당시 한류 문화를 좋아하던 젊은 소비자들의 현재 나이를 고려하면, 30-40대의 연령층이 타깃이 될 수 있다고 봅니다.

15) 한입 크기로 자른 닭고기를 꼬챙이에 꿰어 소금, 양념 등을 묻혀 구운 요리

Q7. 일본에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

막걸리를 제조하는 양조장이 오래될수록 제품의 가격과 가치가 높아집니다. 현지에는 사케나 맥주를 제조하다가 막걸리도 제조하기 시작한 오래된 양조장이 종종 있습니다. 현지 소비자는 이러한 역사 있는 양조장에서 제조한 막걸리를 소중하게 여기고, 프리미엄 가격까지 책정합니다. 따라서 양조장이 하나의 마케팅 요소가 될 수 있습니다.

Q8. 일본에서 막걸리 제품 판매 시, 가장 효과 있는 판촉 방식은 무엇인가요?

오래된 양조장에서 빚은 막걸리 중에는 정말 멋지고, 고전적인 디자인의 병에 담긴 제품이 있습니다. 다수의 소비자가 막걸리를 다 마신 후 그 병을 기념품으로 간직하거나, 집 또는 가게에 진열해두는 경우가 많습니다. 그러므로 특별히 제작한 유리병 형태로 판매하여 소비자가 진열하게끔 만든다면 자연스럽게 다른 소비자의 눈길을 끌 수 있을 것입니다.

Q9. 막걸리 제품이 일본 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

막걸리를 전문으로 유통하는 수입업체가 있는지는 잘 모릅니다. 일본 한인타운에 있는 식당에 납품하는 것이 소비자를 만날 수 있는 가장 확실하고 좋은 방법일 것입니다.

Interview ②

16)

요시쿠도 사케(Yoshikudo Sake) Sales Department

日本酒一品 吉久保酒造株式会社
Sake Ippin - Yoshikubo Brewing Co., Ltd.

요시쿠도 사케 (Yoshikudo Sake)

- 유형: 도매·유통·양조업체
- 업체 특징:
  - 에도 시대부터 주류를 생산한 전통 주조 업체
  - 이바라키 지역의 쌀과 물로 사케 제조
  - 최근 온라인을 포함한 도매 및 유통까지 사업 영역 확장

담당자 정보

Sales Department

고객사 제품 정보

용량	750ml
포장 형태	플라스틱 병
특징	효모균이 살아있고, 감칠맛과 톡 쏘는 청량감이 일품

Q1. 고객사 제품의 가격, 용량, 포장, 원료, 인증, 유통기한, 원산지, 홍보문구는 일본에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

일본에서 일반적인 주류의 용량은 720ml입니다. 그래서 아주 약간 큰 편이지만, 크게 중요하진 않은 정도입니다. 참고로 저희가 취급하는 막걸리의 가격은 1,000엔(9,070원[17]) 정도입니다. 병의 재질에 대해서는, 사용된 플라스틱 병이 재활용 관련 기관의 승인을 받았고, 일본에서도 재활용 가능한 재질이라면 상관없습니다. 일본에서 소모품 수입 시 HACCP 인증이 요구되므로 세관을 통과할 때 유리할 것입니다. 다만 소비자는 이런 인증에 대해 그다지 신경 쓰지 않습니다. 맛의 경우, 한국산이라면 현지에서 양조한 막걸리에 비해 맛에 차이가 있을 것으로 보이는데, 신선한 양조 맥주도 유통기한이 90일 정도이므로 한국에서 일본으로 유통되는 시간을 포함해 90일 정도의 유통기한은 맛을 유지하기에 괜찮아 보입니다.

Q2. 유통업체와 현지 소비자가 막걸리 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

일본 소비자는 알코올 도수가 낮은 제품을 선호합니다. 특히 알코올 도수가 5-6% 정도인 제품은 쓴맛이 나는 높은 도수를 선호하지 않는 여성들이 많이 찾습니다.

16) 사진자료: 요시쿠도 사케(Yoshoku Sake) 공식 홈페이지
17) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 현지 소비자는 생막걸리와 살균막걸리 중 어떤 제품을 더 선호하는 편인가요?

막걸리를 자주 마시는 소비자는 살균막걸리를 더 선호합니다. 그러나 가끔 마시는 소비자는 막걸리가 생막걸리인지 아니면 살균막걸리인지를 크게 신경 쓰지 않습니다. 젊은 소비자들은 편의점에서 파는 막걸리를 구매해 한식이나 중식을 안주로 마시는 경우가 많습니다. 편의점에서는 살균막걸리를 판매하는 경우가 많은데, 이들에게는 살균 여부보다는 그 맛이 한국 막걸리 맛에 가까운지가 중요합니다.

Q4. 막걸리 및 저도주 제품에 대한 일본 현지 트렌드와 소비자의 인식은 어떤가요?

코로나19 이후 모든 사람이 정신적, 정서적으로 불안정해졌습니다. 이러한 상황에서 술이 불안감을 유발하거나 악화시키는 것으로 여기면서 많은 사람이 주류 소비에 대해 다시 생각하고 있는 것 같습니다. 어떤 상황에서도 통제력과 침착성을 잃지 않기 위해 모임에서도 술 대신 칵테일이나 주스 같은 음료를 마시는 사람들이 늘었습니다.

Q5. 일본에서 특히 인기 있는 막걸리 맛은 무엇인가요?

일본에는 다양한 맛의 막걸리가 있으며, 아직까지 많은 양조장에서 새로운 맛을 개발하려고 노력합니다. 앞서 말씀드렸듯이, 술 대신 주스 음료가 대세로 자리 잡으면서 레몬, 자두, 복숭아 등 과일 맛 막걸리가 여성 사이에서 특히 주목받고 있습니다. 또한, 젊은 소비자들은 막걸리를 한식과 함께 즐기므로 한식에 잘 어울리는 맛을 선호합니다.

Q6. 일본에서 막걸리를 특히 선호하는 고객층은 누구인가요?

젊은 여성들이 주로 선호하며, 한국 음식을 먹을 때 함께 마시거나 한국 드라마를 보면서 마시기도 합니다.

Q7. 일본에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

현지의 거의 모든 지역에서 제조하는 막걸리는 지역 정보와 해당 지역의 재료를 사용했다는 점을 제품 태그라인(Tagline)으로 활용해 제품을 차별화합니다. 따라서, 고객사의 제품도 지역적 특색이나 원료를 강조하는 문구로 홍보하는 방식을 추천합니다.

Q8. 일본에서 막걸리 제품 판매 시, 가장 효과 있는 판촉 방식은 무엇인가요?

술을 전문으로 취급하는 바나 술집에서 제품 시음 행사를 진행하는 것이 가장 효과적입니다. 바에서 여는 파티나 행사에서 소비자에게 막걸리를 제공하고, 소비자는 제품을 시음해보고 구매할 수 있기 때문입니다.

Q9. 막걸리 제품이 일본 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

주류 판매점은 소비자가 제품을 구매할 때 가장 신뢰할 수 있는 유통채널입니다. 또한, 클럽이나 바도 좋은 유통채널이 될 수 있습니다. 다만 이러한 곳에서는 기본 맛의 막걸리보다는 다른 향과 맛이 첨가된 제품을 추천합니다. 비슷한 맥락으로, 이자카야[18]도 막걸리를 취급하기 좋습니다. 온라인으로 판매하기도 하지만, 배송 중에 병이 깨지거나 너무 많이 흔들려 이 방법을 신뢰하지 않는 소비자가 많습니다. 그래서 말씀드린 사케 및 주류 전문점, 슈퍼마켓, 한인마트 등이 소비자가 막걸리를 구매하기 가장 좋은 유통채널입니다.

18) 일본식 술집

Interview ③

키누사라 브루어리(Kinusara Brewery) CEO[19]

키누사라 브루어리 (Kinusara Brewery)

- 유형: 도매·소매·양조업체
- 업체 특징:
  - 일본 현지 원료를 활용해서 한국식 막걸리를 개발한 업체
  - 시즈오카 지역의 물과 아이치의 쌀, 일본산 삼나무씨를 원료로 활용
  - 자체 제조한 막걸리의 온라인 판매 및 도매 사업 진행

담당자 정보

CEO

고객사 제품 정보

용량	750ml
포장 형태	플라스틱 병
특징	효모균이 살아있고, 감칠맛과 톡 쏘는 청량감이 일품

Q1. 고객사 제품의 가격, 용량, 포장, 원료, 인증, 유통기한, 원산지, 홍보문구는 일본에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

한국산 막걸리는 일본 막걸리보다 맛이 뚜렷합니다. 특히 한국산 생막걸리는 신맛과 약간의 단맛으로 매운 요리와 잘 어울리지만, 일본 전통 구이나 야키토리와는 잘 어울리지 않습니다. 그래서 고객사의 제품은 한국 요리와 술을 곁들이기 원하는 소비자에게 적합한 제품입니다. 용량은 표준 용량인 720ml 보다 조금 큽니다. 1,000엔 전후가 표준 가격이므로 이 점을 고려하여 가격을 책정하면 좋습니다. 포장 형태는 유리병을 추천하는데, 플라스틱 병보다 폐기물이 적게 발생하기 때문입니다. HACCP 인증을 받아 대형 소매점에서 판매할 수 있고, 유통기간도 충분해 보여 전반적으로 양호한 제품입니다.

Q2. 유통업체와 현지 소비자가 막걸리 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

대부분의 현지 소비자는 전골이나 구이 등 현지 요리와 잘 어울리는 막걸리를 찾는데, 한국 막걸리의 신맛은 매운 한식에는 잘 어울리지만 현지 요리에는 어울리지 않습니다. 또한, 시큼한 향이 강해 일부 민감한 소비자는 부담스럽고, 썩은 냄새라고 느낄 수도 있습니다. 따라서 과일 등 맛이 첨가된 막걸리를 선호합니다.

19) 사진자료: 요시쿠도 사케(Yoshoku Sake) 공식 홈페이지

Q3. 현지 소비자는 생막걸리와 살균막걸리 중 어떤 제품을 더 선호하는 편인가요?

현지 소비자는 막걸리를 아주 소량씩 마시기 때문에 720ml짜리 한 병으로 오래 버틸 수 있는 유통기한이 긴 살균막걸리를 가장 선호합니다. 그래서 많은 양조장에서 적은 용량의 병에 담긴 제품을 생산하고 있습니다.

Q4. 막걸리 및 저도주 제품에 대한 일본 현지 트렌드와 소비자의 인식은 어떤가요?

특히 여성 소비자가 늘어나고 있는데, 1인당 소비량이 적기 때문에 작은 사이즈의 막걸리 제품이 트렌드로 자리 잡고 있습니다. 또한, 이들은 단맛을 선호하기 때문에 막걸리에 과일 향을 첨가하는 양조장도 많습니다.

Q5. 일본에서 특히 인기 있는 막걸리 맛은 무엇인가요?

알코올 도수가 낮고 과일 맛이 나는 막걸리가 특히 여성 소비자들 사이에서 유행하고 있습니다. 알코올 도수가 낮으면 덜 취해 과음을 피할 수 있고, 과일 맛 막걸리는 일본 막걸리 특유의 감칠맛을 싫어하는 사람들도 부담없이 마실 수 있습니다.

Q6. 일본에서 막걸리를 특히 선호하는 고객층은 누구인가요?

주로 젊은 층의 수요가 많습니다. 젊은 여성은 향이 첨가된 막걸리를 즐겨 마십니다. 반면, 젊은 남성은 생막걸리와 살균막걸리도 가끔 마시긴 하지만 사케나 맥주를 더 선호하는 경향이 있습니다.

Q7. 일본에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

주류 전문점과 식당이 막걸리 마케팅에 가장 좋고 안정적인 채널입니다. 온라인 채널도 좋지만, 평점이 한 번 나빠지면 매출이 급감하는 등의 문제가 있으므로 온라인 채널에 너무 집중하는 것은 좋은 전략이 아닙니다.

Q8. 일본에서 막걸리 제품 판매 시, 가장 효과 있는 판촉 방식은 무엇인가요?

퇴근 후 모임을 가지는 주류 전문점이나 식당에서 막걸리 무료 시음 행사를 진행하면 막걸리의 맛을 알리고, 브랜드의 인지도를 높일 수 있습니다.

Q9. 막걸리 제품이 일본 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

주류 전문점이나 식당이 적절합니다. 온라인 판매도 가능하지만, 소비자의 평가에 매우 민감한 채널이기 때문에 주의가 필요합니다.

V
경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10ml당 가격

경쟁제품(제조사)

① 생막걸리 (B사)
② 몽블랑 막걸리 (B사)
③ 막걸리 (A사)
④ 1000억 프리바이오 딸기막걸리 (B사)
⑤ 1000억 프리바이오 막걸리 (B사)
⑥ 막걸리 (E사)
⑦ 쌀 막걸리 (B사)
⑧ 진한술 순배막걸리 (고세이)
⑨ 닛코리 막걸리 (F사)
⑩ 복숭아 막걸리 (B사)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 76.08엔

오프라인에서 조사된 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 약 76.08엔(690원)[20]인 것으로 조사됨. B사의 유산균 함유를 강조한 프리바이오 제품(4, 5번)의 가격대는 평균 114.61엔(1,039원)으로 매우 높은 편이었으며, 1,000ml의 대용량 막걸리 제품(3, 6, 8, 9번)의 가격대는 평균 55.33엔(502원)으로 비교적 낮은 편임

[표 5.1] 일본 막걸리 가격 경쟁력 분석

(단위: 100ml/엔)

20) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 용량

경쟁제품(제조사)

① 생막걸리 (B사)
② 몽블랑 막걸리 (B사)
③ 막걸리 (A사)
④ 1000억 프리바이오 딸기막걸리 (B사)
⑤ 1000억 프리바이오 막걸리 (B사)
⑥ 막걸리 (E사)
⑦ 쌀 막걸리 (B사)
⑧ 진한술 순배막걸리 (고세이)
⑨ 닛코리 막걸리 (F사)
⑩ 복숭아 막걸리 (B사)

▶ 고객사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 약간 큼

고객사 제품 1개의 용량은 750ml로, 막걸리 경쟁제품 10개의 평균 용량인 약 725ml의 약 103% 수준으로 경쟁제품 대비 약간 큰 편으로 조사됨. 그러나 일본 현지 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트에서 유통되고 있는 막걸리 경쟁제품이 용량이 크게 350ml, 700~750ml, 1,000ml로 분류되는 것을 보아 고객사 제품 용량은 적절하다고 볼 수 있음. 다만, 조사된 10개의 경쟁제품 중 3개는 350ml이고, 4개는 1,000ml인 것을 참고하여 제품 용량을 낮추거나, 늘리는 방안도 고려할 수 있음

[표 5.2] 일본 막걸리 용량 경쟁력 분석

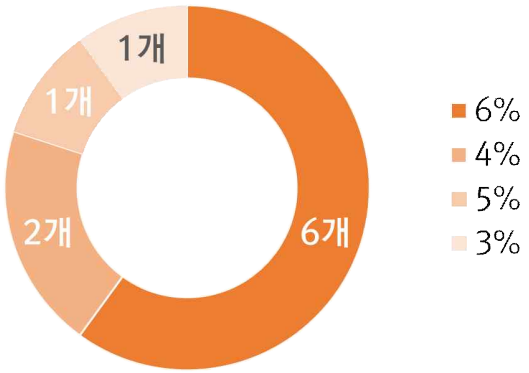
(단위: g)

3) 기타 표기사항

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품, 알코올 도수 6%

일본에서 판매되고 있는 막걸리 경쟁제품 10개의 알코올 도수를 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개의 제품의 알코올 도수가 6%인 것으로 확인됨. 2개 제품은 알코올 도수 4%였으며, 5%와 3%의 제품이 각각 1개씩으로 조사됨. 고객사 제품의 알코올 도수는 6%로 현지 시장에 적합한 제품임

[표 5.3] 일본 막걸리 제품 알코올 도수 분석

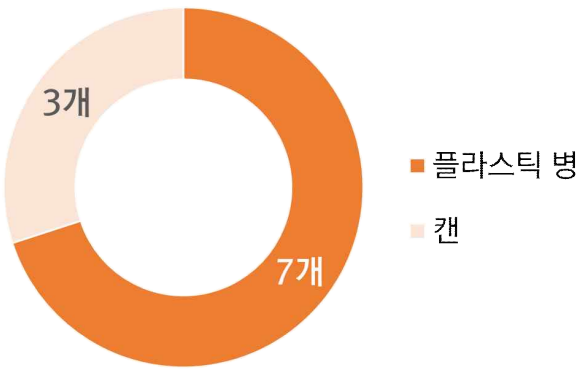


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품, 10개 중 7개 제품 플라스틱 병

일본에서 판매 중인 막걸리 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개의 제품 중 7개의 제품이 플라스틱 병, 3개의 제품이 캔 형태로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 고객사 제품은 플라스틱 병으로 포장되어 현지 시장에 적합한 제품임

[표 5.4] 일본 막걸리 제품 포장 형태 분석

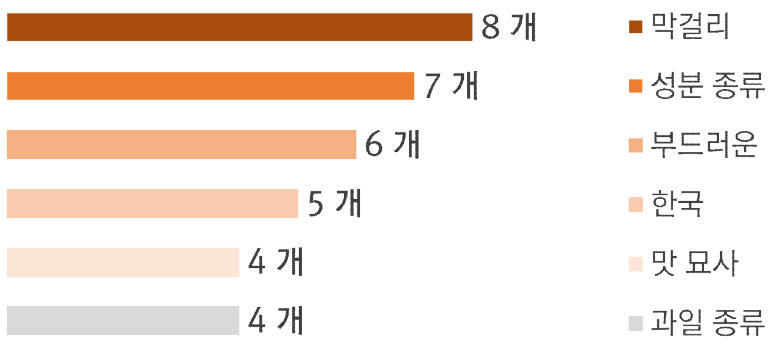


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 다양한 홍보문구 사용

일본에서 판매 중인 막걸리 경쟁제품 10개의 홍보문구를 중복 조사한 결과, '막걸리'를 직접적으로 나타낸 문구 8개가 조사되었음. 또한, '아미노산', '유산균' 등 제품에 함유된 성분을 나타낸 문구 7개가 확인됨. 또한, '부드러운 스파클링 알코올 음료', '부드럽고 상쾌한 뒷맛', '부드러운 맛이 일품입니다' 등 목넘김이 부드럽다는 것을 강조한 수식어를 사용한 문구 6개가 확인됨. 이와 유사하게 '단맛과 신맛의 절묘한 맛' 등 맛을 묘사한 홍보문구와 '배 막걸리', '과일 향 막걸리 복숭아를 즐겨보세요', 등 원료를 강조하는 문구가 각각 4개씩 조사됨. 이외에도 '한국에서 온', '한국의 대표적인 전통주' 등 한국산 전통 음료임을 강조한 수식어 5개가 확인되어 전반적으로 다양한 홍보문구를 사용한 것을 알 수 있음

[표 5.5] 일본 막걸리 제품 홍보문구 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ **현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정**

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· **온/오프라인 매장에서의 인기제품**
(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑
(*) 오프라인 매장 : 니쿠노하나마사, 라이프, 오케이마트, 세븐일레븐, 칸코쿠 히로바

· **다수의 온/오프라인 매장에서 판매**
(*) 온라인 쇼핑몰 : 2개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품
(*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ **유사 인기제품 벤치마킹**

공통 특징 ① 원산지

공통 특징 ② 막걸리

공통 특징 ① 원산지

공통 특징 ② 막걸리

벤치마킹 제품 ①		고객사 제품		벤치마킹 제품 ②
B사_ 몽블랑 막걸리	◂ 벤치마킹 가벼운 용량, 맛		벤치마킹 ▸ 다수의 유통채널 입점	A사_ 막걸리
'350ml 용량의 과일 맛 막걸리'		'효모균이 살아있고, 감칠맛과 톡 쏘는 청량감이 일품'		'가장 많은 오프라인 및 온라인 매장 입점'

2) 벤치마킹 제품 분석
- 가벼운 용량과 맛

▶ 벤치마킹 제품, 가장 적은 용량

현지에서 판매 중인 막걸리 경쟁제품 10개의 용량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 4개 경쟁제품의 용량이 고객사의 제품보다 적었으며, 그중 3개의 용량은 350ml로 확인됨. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 일본에서는 720ml가 일반적인 주류 용량이며, 최근에는 젊은 여성 소비자의 막걸리 수요가 늘어나면서 작은 사이즈의 제품을 선호하는 경향이 있음. 또한, 여성 소비자 외에도 일본에서는 술보다 주스 음료를 선호하며 과일 맛 등 단맛을 강조한 제품의 수요가 높음. 따라서 경쟁제품 및 관련 인터뷰를 고려하여 용량 조정과 맛 개발을 고려할 필요가 있음

[표 5.6] 일본 막걸리 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 특히 여성 소비자가 늘어나고 있는데, 1인당 소비량이 적기 때문에 작은 사이즈의 막걸리 제품이 트렌드로 자리 잡고 있습니다. 또한, 이들은 단맛을 선호하기 때문에 막걸리에 과일 향을 첨가하는 양조장도 많습니다.

3) 벤치마킹 제품 분석
- 다수의 유통채널 입점

▶ 벤치마킹 제품, 온라인 및 오프라인 채널 모두 입점

현지에서 판매 중인 막걸리 경쟁제품 10개의 입점 현황을 조사한 결과, 벤치마킹 제품은 가장 많은 온라인 및 오프라인 채널에서 판매되는 것으로 조사되었음. 해당 제품은 현지조사를 진행한 5개 매장 중 4개 매장인 라이프, 오케이마트, 세븐일레븐, 칸코쿠 히로바에 입점하였으며, 온라인에서는 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑 3곳 모두에서 판매되고 있음. 조사된 10개의 경쟁제품 중 A사 제품은 벤치마킹 제품이 유일했으나, 해당 제품이 가장 많은 유통채널에 입점하였고, 아마존과 야후 쇼핑에서는 상위 3위권에 속해 있음. 따라서 고객사의 제품도 현지 소비자의 수요에 맞는 제품 개발 후 다수의 유통채널에 입점하여 적은 품목으로도 판매량을 높일 수 있는 전략을 확보하는 것을 권장함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 막걸리 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 1983년에 설립된 주류 기업으로, 2007년에 일본 법인을 설립함. 한국을 대표하는 우리 술을 만들자는 취지로 제품을 개발해 맥주와 소주가 주류였던 시장에서 전통주 분야를 개척함. 별도의 연구소를 운영하며 한국 전통주를 현대에 맞게 복원 및 개발하는 등 대중화를 위해 노력하고, 수출을 적극적으로 추진하고 있음	
주요 마케팅 전략	신제품 개발		
		개인의 취향과 현지 소비자의 기호에 따라 원하는 제품을 선택할 수 있도록 다양한 맛과 용량의 제품을 꾸준히 개발 및 출시하고 있음	
	홍보 현지화		
		현지 자사 홈페이지 및 SNS를 활발히 운영하며 제품 정보 공유	브랜드 제품을 판매하는 현지 온라인 마켓 사이트 링크 공유
요약	판매채널	현지 온라인 및 오프라인 매장 진출	
	홍보채널	현지 홈페이지 및 현지 계정 SNS를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품에 따라 한국어 또는 일본어로 기재한 성분, 맛 등 다양한 홍보문구를 활용	

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portion, Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Makgeolli, Rice Wine 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Safety 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety, 등

▶ 라쿠텐에서 판매되고 있는 막걸리 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

판매 사이트	라쿠텐 (Rakuten)	수집 리뷰 수	300건
제품명	천지수 순생 막걸리 (天地水 純生マッコリ)		
제품 종류	생막걸리	소비자가격	5,148엔 (46,690원[21])
용량	750ml*3병	포장	플라스틱 병
특징	살아있는 효소 본고장의 한국 전통 막걸리		

21) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

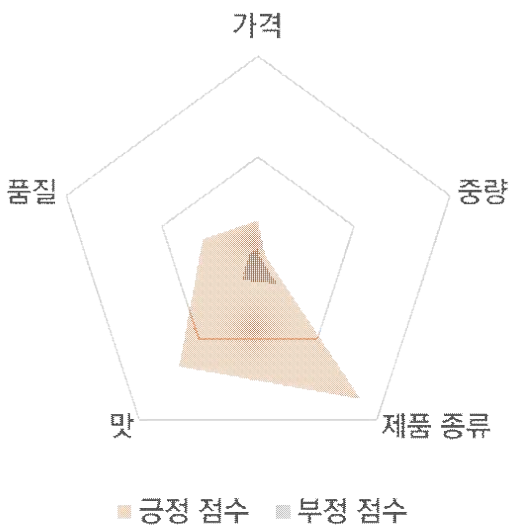
분석 제품 정보	
사이트	라쿠텐
수집 리뷰 수	300개
제품명	천지수 순생 막걸리
제품 종류	생막걸리
소비자가격	5,148엔 (46,690원)
용량	750ml*3병
포장	플라스틱 병
특징	살아있는 효소 본고장의 한국 전통 막걸리

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '제품 종류' 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 일본 온라인 쇼핑몰에서 리뷰 수가 300건 이상으로 가장 많은 막걸리 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '제품 종류'에 대한 긍정 점수가 868점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 168점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. '맛'에 대한 긍정 점수 역시 670점으로 높은 편이며, 부정 점수가 136점으로 격차를 보이고 있음. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 막걸리 제품에 대해 '제품 종류'에 대해 가장 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	185	47
중량	35	13
제품 종류	868	168
맛	670	136
품질	287	48
종합	2045	412

VI
시사점

Export Insights

Makgeolli Price&Volume

Point. 1

- ✓ 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 막걸리 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 76.08엔(690원)
- ✓ 경쟁제품 10개 중 가장 높은 가격은 100ml당 116.93엔(1,061원), 가장 낮은 가격은 100ml당 50.60엔(459원)
- ✓ 비교적 높은 가격대의 B사 제품 2개 평균 114.61엔(1,039원), 1,000ml의 대용량 막걸리 제품 4개 평균 55.33엔(502원)

Point. 2

- ✓ 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 막걸리 경쟁제품 10개의 개당 평균 용량은 725ml로 고객사 제품 용량(750ml)보다 낮은 편
- ✓ 경쟁제품 10개 중 가장 큰 용량은 1,000ml로 4개 제품 확인, 가장 적은 용량은 350ml로 3개 제품 조사
- ✓ 크게 350ml, 700~750ml, 1,000ml로 분류

Makgeolli Country&Certification

Point. 1

- ✓ 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 막걸리는 제품 및 성분 종류, 맛, 원산지 등을 활용한 다양한 홍보문구를 사용함
- ✓ 막걸리 직접 언급 8개, 성분 종류 7개, 부드러운 6개, 한국 5개, 맛 묘사 4개, 과일 종류 4개의 수식어가 조사됨

Point. 2

- ✓ 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 막걸리 경쟁제품 10개 모두 인증을 홍보 요인으로 활용하지 않음
- ✓ 수입 막걸리 제품은 HACCP 인증이 필수이지만, 유통업체 및 소비자는 인증에 관심이 적은 편

Japan Market Competitor

Point. 1

- ✓ 일본 막걸리 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 칸코쿠 히로바에 진출, 그중 2개사는 오케이마트, 세븐일레븐에도 동시 진출
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 온라인 및 오프라인 매장에 진출
- ✓ A사, B사, F사 모두 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑에 입점

Point. 2

- ✓ 일본 막걸리 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 2개사는 일본 자사 홈페이지를 보유, 다른 1개사는 한국 및 글로벌 홈페이지만 보유
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 SNS 플랫폼에서 홍보활동 활발
- ✓ A사, B사, F사 모두 인스타그램을 활용, 그 외에도 기업에 따라 페이스북, 유튜브, 트위터, 틱톡 등 계정 보유

Importer·Distributor Interview

Point. 1

- ✓ 일본 막걸리 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 대해 전반적으로 양호하다는 평가
- ✓ 표준 용량 720ml, 포장 형태 유리병 또는 재활용 가능 여부 공통 언급
- ✓ 경쟁력 강화를 위해 지역 및 원료 특성 홍보로 활용 권장

Point. 2

- ✓ 일본 막걸리 수입·유통업체 및 소비자는 주로 온라인 리뷰, 알코올 도수, 맛을 고려하여 구매함
- ✓ 알코올 도수가 낮고, 한식에 잘 어울리는 과일 맛 막걸리가 인기
- ✓ 주류 전문점, 한인마트, 식당을 적절한 유통채널로 언급

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스태티스타 (www.statista.com)
2. 도쿄 메트로폴리탄 (www.metro.tokyo.lg.jp)
3. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
4. 아마존 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
5. 라쿠텐 홈페이지 (rakuten.co.jp)
6. 야후 쇼핑 홈페이지 (shoping.yahoo.co.jp)
7. 니쿠노하나마사 홈페이지 (www.hanamasa.co.jp)
8. 라이프 홈페이지 (lifecorp.jp)
9. 오케이마트 홈페이지 (ok-corporation.co.jp)
10. 세븐일레븐 홈페이지 (www.sej.co.jp)
11. 칸코쿠 히로바 홈페이지 (www.ehiroba.jp)
12. A사 홈페이지
13. B사 홈페이지
14. F사 홈페이지
15. 카이린도 사케숍 홈페이지 (www.kairindo.kp)
16. 요시쿠도 사케 홈페이지 (www.ippin.co.jp)
17. 키누사라 브루어리 홈페이지 (kinusara.jp)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.09.01

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산식품유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

농식품수출정보