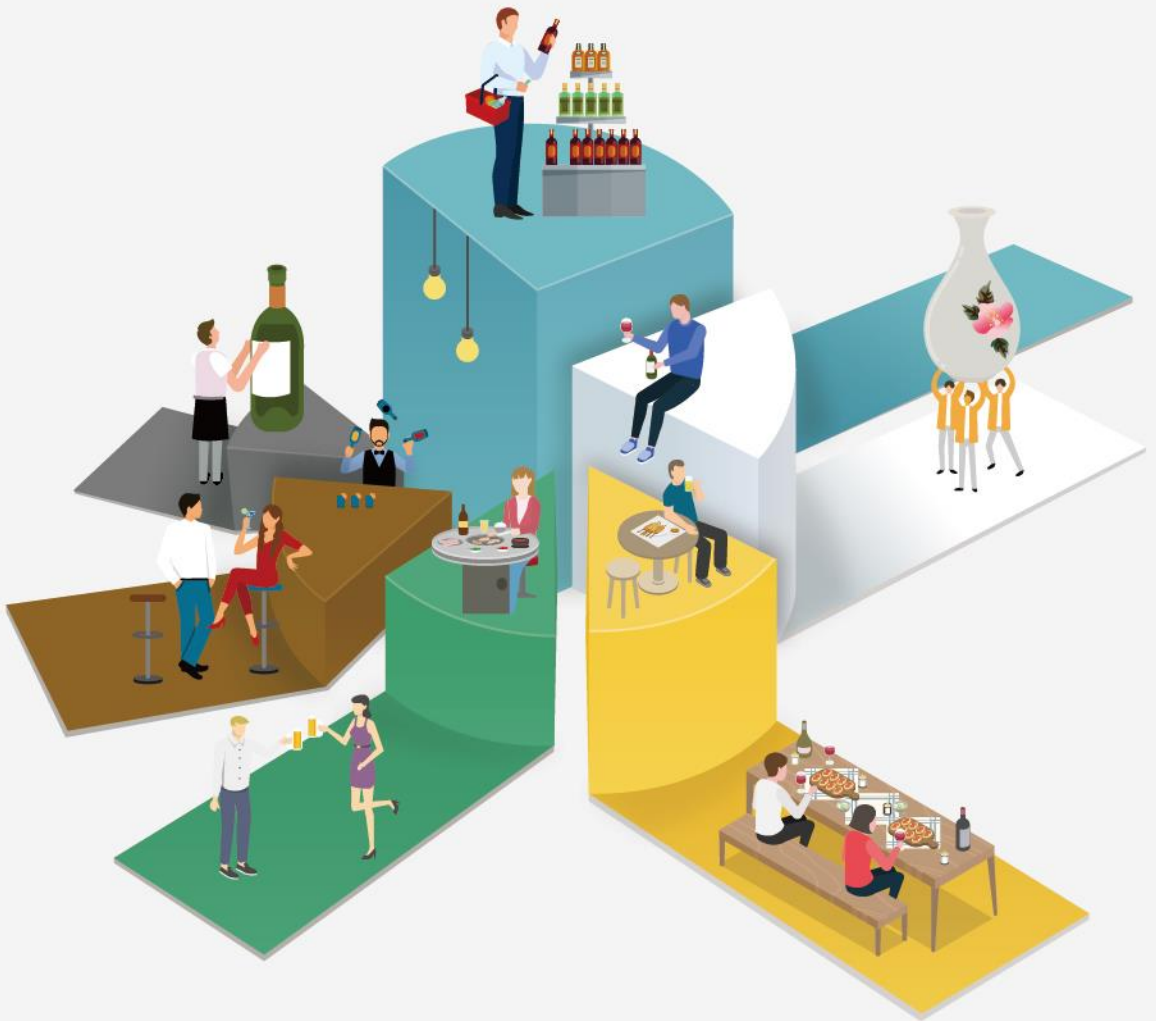


2017년 주류소비 트렌드 조사





목차

1장. 조사개요

01. 조사 배경 및 목적	07
02. 조사 범위	08

2장. 조사 결과 요약

01. 데스크 리서치	11
02. 주류 소비자 설문조사	13
03. 주류 소비자 On-site 인터뷰	24
04. 소셜 데이터 분석	25
05. 전통주 전문점 및 주류 소매유통 인터뷰	26
06. 2018 주류 소비 트렌드 및 전통주 시사점	27

3장. 데스크 리서치

01. 조사개요	33
02. 경제 트렌드	34
03. 인구 트렌드	36
04. 사회문화 트렌드	38
05. 주류 산업 트렌드	39
06. 주류 소비 트렌드 1차 키워드	40



목차

4장. 주류 소비자 설문조사

01. 조사 개요	43
02. 주류 트렌드	45
03. 주류 음용 행태	49
04. 전통주 음용 행태	53
05. 전통주 만족도와 향후 구매의향	66

5장. 주류 소비자 On-site 인터뷰

01. 조사 개요	83
02. 술에 대한 의미	84
03. 주류 트렌드	85
04. 저도주에 대한 인식	86
05. 전통주에 대한 인식 및 활성화 방안	87
06. 전통주점에 대한 인식 및 활성화 방안	91

6장. 소셜 데이터 분석

01. 주요 주류에 대한 검색 트렌드	97
02. 주요 트렌드 분석	99

7장. 전통주 전문점 및 주류 소매유통 인터뷰

01. 조사 개요	107
02. 전통주 트렌드	108
03. 전통주 진흥	110
04. 주류 소매 유통	111

1장

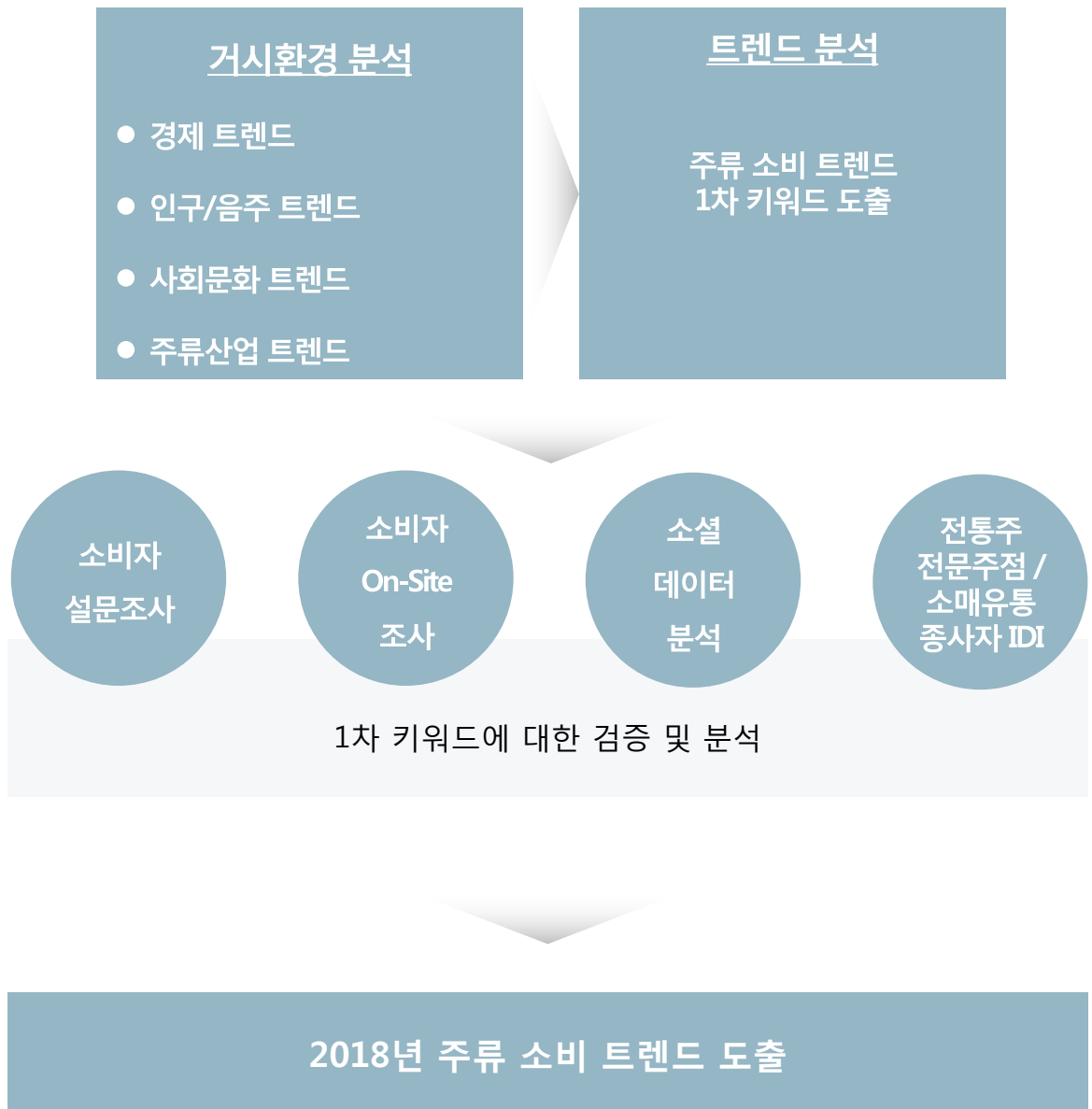


조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

- 본 조사는 데스크 리서치를 통해 경제, 인구/음주, 사회문화 등 주류 소비를 둘러싼 거시환경 트렌드를 파악하고, 소비자에 대한 설문조사, On-Site조사, 소셜 데이터 분석을 통해 주류 소비 트렌드와 전통주 전문주점 및 소매 유통업자 인터뷰를 통해 주류 유통 트렌드를 분석하여, 2018년 주류 소비 트렌드 및 시사점을 도출하는 목적으로 실시함.

[데스크 리서치]



2. 조사 범위

- 주류 소비·유통 트렌드 분석을 통해 주류업체 경영전략 수립 지원 및 합리적 의사결정 자료를 제공하기 위함.



2장



조사 결과 요약

01. 데스크 리서치

○ 경제

- 경제성장률은 1987년 12.5%를 고점으로 하락하여, **3.0% 내외의 성장률**을 유지함.
- **2018년 경제 전망 역시 3% 수준의 경제 성장률**을 유지할 것으로 보이며, **1인당 국민소득은 3만 달러 수준**으로 예측
- 소비심리의 경우 2017년 **4월 이후 낙관적** 추이가 이어지고 있으며, 이밖에 정부정책, 저축률 상승압력 약화 등에 힘입어 민간소비의 증가세가 이어질 전망
- 금년 중 **민간소비는 지난해(2.5%)보다 높은 2.7%로 증가**할 전망이다.

○ 인구/음주

- 최근 주목할 만한 인구/가족 구조 변화는 가구의 소규모화와 구조의 다양화로, **1인 가구의 비율은 계속 증가** 중이며, 이는 젊은층에서 미혼율이 증가하고 노인층에서 노인독거가구 늘어난 결과임
- 월간 음주율은 2016년 61.9%로 2005년 대비 7.3%p 상승하였으며, 여성의 경우 11.9%p 상승, 남성의 경우 2.7%p 상승하여 **여성 월간 음주율이 많이 증가**
- 월간 폭음률 역시 남성의 경우 1.1%p 감소한 반면 여성의 경우 6.0%p 증가하여
* 음주율 및 폭음률 자체는 남성이 여성 대비 높음

○ 사회문화

- 저성장과 불확실성 증대, 스마트 기술의 발달과 **1인 가구의 메가 트렌드**가 심화됨에 따라, 개인을 새로운 준거로 하는 동시에 타인의 인정에도 의존하고 자기표현을 중시하면서 자기만의 만족을 추구하는 트렌드가 대두

○ 산업

- **2016년 기준 주류 시장은 약 9조 3천억 규모**로 2015년(약 9조 2,587억원)과 비슷함.
- 전체 주류 시장에서 맥주와 소주가 83.8%를 차지하고 있으며, 탁주와 맥주는 감소 추세인 반면, 희석식 소주는 증가 추세임.

01. 데스크 리서치

○ 주류 소비 트렌드 1차 키워드

- 다음과 같이 주류 소비에 대한 트렌드 1차 키워드 16개를 도출

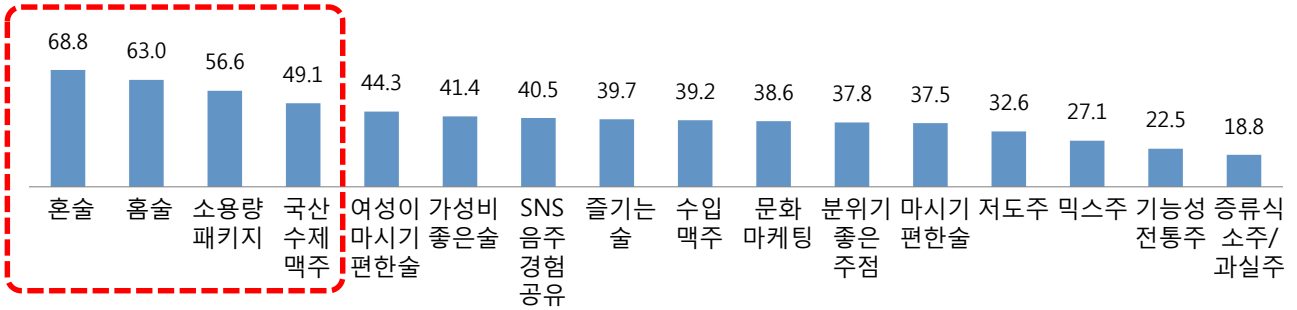
트렌드 1차 키워드	내용
혼술	1인 가구 증가 등으로 혼자 술을 마시는 현상
홈술	1인 가구 증가 등으로 집에서 혼자 또는 가족과 술을 마시는 현상
저도주	소주, 위스키 등 기존 술의 도수가 낮아지고 과실주, 과일 소주 등 도수가 낮은 술을 선호하는 현상
가성비 좋은 술	발포주 등 가격이 저렴한 맥주나 편의점과 마트에서 할인 판매하는 수입맥주 등을 선호하는 현상
즐기는 술	과거에 술자리에서 사람들과 분위기를 돋우기 위해 취하려고 술을 마셨다면, 술 자체의 맛과 분위기를 즐기려고 술을 마시는 현상
마시기 편한 술	탄산주, 과즙이나 향을 첨가한 술, RTD 등 다양한 맛이 첨가되어 마시기에 편한 술을 선호하는 현상
소용량 패키지	혼술, 홈술 등의 증가로 200ml 내외의 적은 용량 술을 선호하는 현상
국산 수제맥주	국내 소규모 양조장에서 만든 다양한 수제맥주를 선호하는 현상
수입맥주	다양한 수입맥주를 선호하는 현상
여성이 마시기 편한 술	맛 부드럽거나 단맛 등 마시기 편하고 용기 디자인이 예쁜 술 선호하는 현상
SNS에 음주 경험 공유	술, 술자리 등 음주 관련 내용을 인스타그램이나 페이스북 등 소셜 미디어에 사진과 글 게시를 통해 공유하거나 자랑하는 현상
분위기 좋은 주점	인테리어, 가구 등 분위기가 좋은 주점이나 술 및 안주에 대해서도 사진 찍기 좋은 외관을 선호하는 현상
기능성 전통주	건강에 도움이 될 것으로 생각되는 원료가 들어간 술을 선호하는 현상
증류식 소주 /과실주	화요, 일품진로, 대장부 등 고급 증류식 소주나 과실로 만든 고급 증류주를 선호하는 현상
문화 마케팅	뮤직 페스티벌 등 문화행사와 술 프로모션을 함께 하는 현상
믹스주	기존 술에 홍초, 레몬즙, 요구르트 등 다양한 재료를 섞어 마시는 현상

02. 주류 소비자 설문조사

주류 트렌드

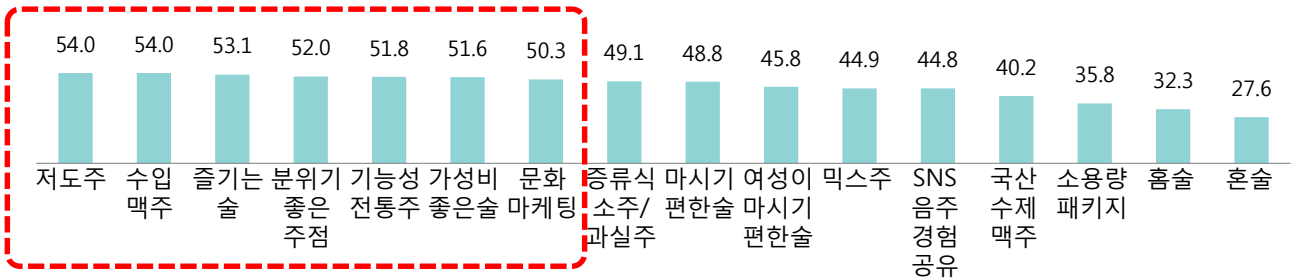
최신 트렌드

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



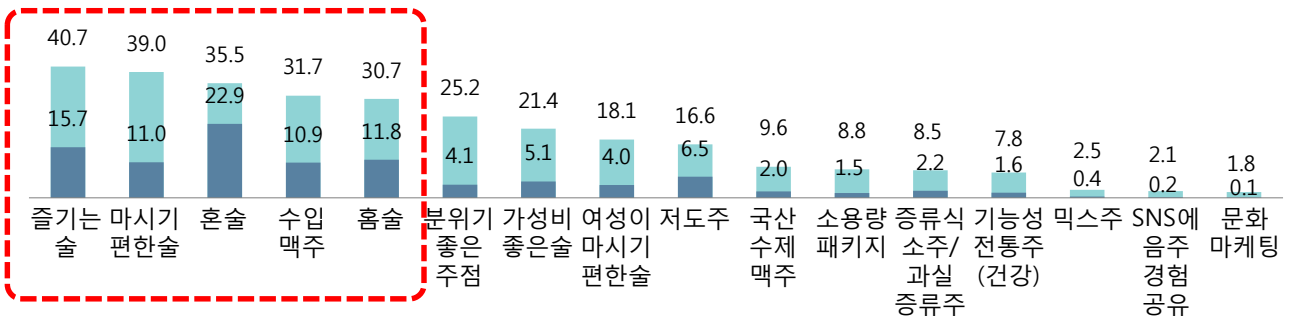
지속되는 트렌드

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



최선호 주류 트렌드

[Base: 전체(n=1,000), 1+2+3순위, 단위: %]



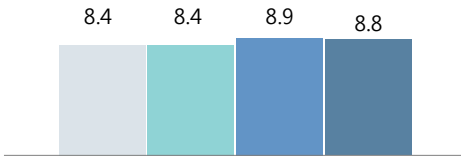
02. 주류 소비자 설문조사

주류 음용 행태

한 달 평균 주류 음용 횟수

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(일)]

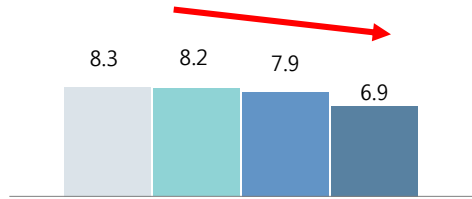
■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



하루 평균 음용량

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(잔)]

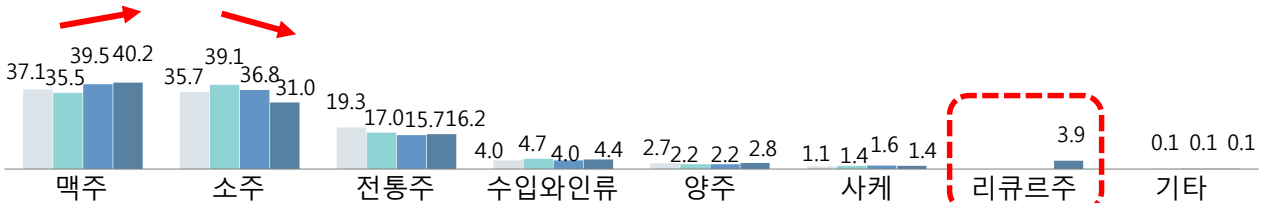
■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



한 달 평균 주류 음용 비중

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(%)]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년

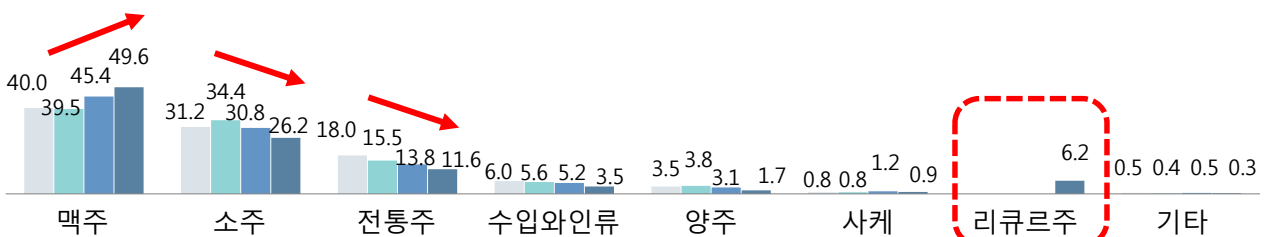


※ 17년도의 경우 리큐르주(과일소주, 탄산주, KGB, 크루저 같은 과즙/향을 첨가한 술) 보기 추가

최 선호 주종

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



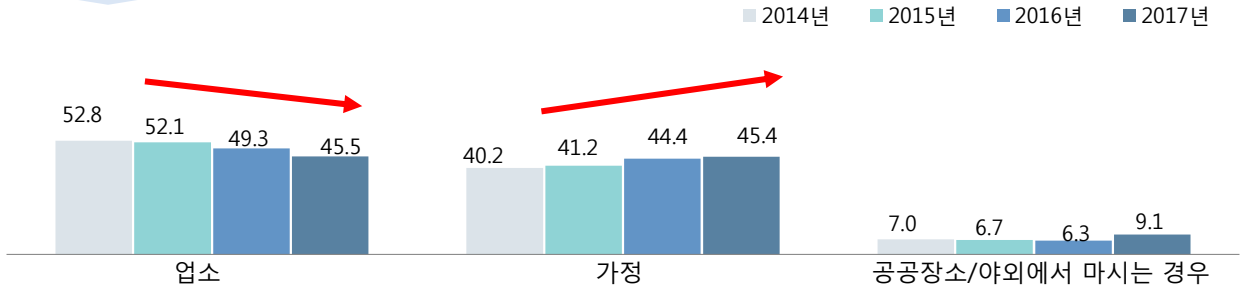
※ 17년도의 경우 리큐르주(과일소주, 탄산주, KGB, 크루저 같은 과즙/향을 첨가한 술) 보기 추가

02. 주류 소비자 설문조사

전통주 음용 행태

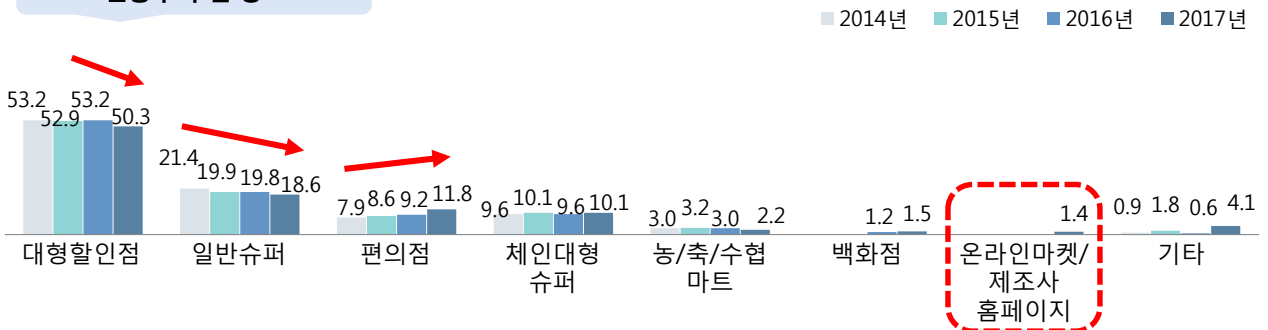
전통주 음용 장소 비중

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(%)]



전통주 구입 장소

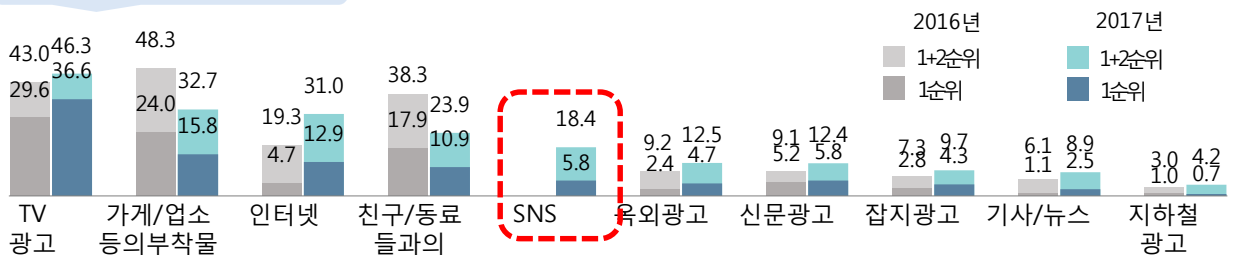
[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



※ 17년도도의 경우 온라인마켓/제조사 홈페이지 보기 추가

전통주 광고 접촉 경로

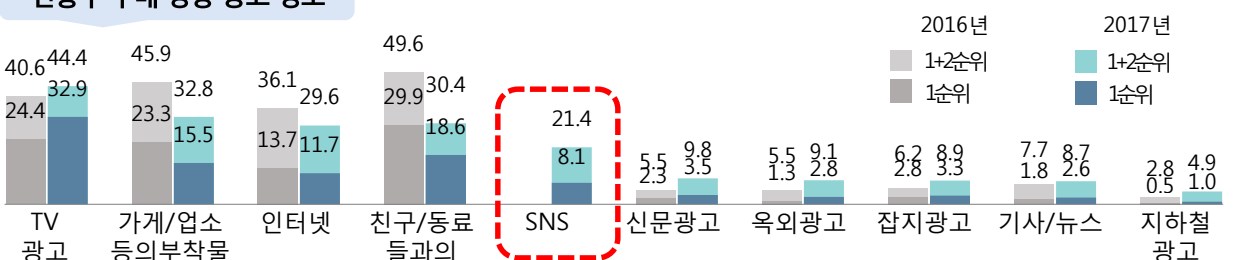
[Base: 전체(n=1,000), 1+2순위, 단위: %]



※ 17년도도의 경우 인터넷을 '인터넷(카페 블로그)'과 'SNS(인스타그램, 페이스북)'으로 세분화

전통주 구매 영향 광고 경로

[Base: 전체(n=1,000), 1+2순위, 단위: %]



※ 17년도도의 경우 인터넷을 '인터넷(카페 블로그)'과 'SNS(인스타그램, 페이스북)'으로 세분화

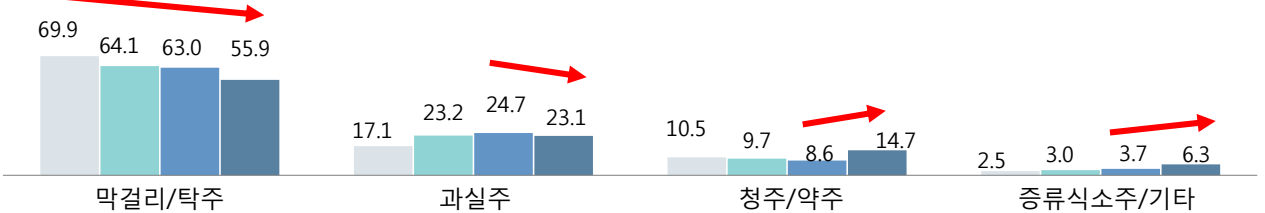
02. 주류 소비자 설문조사

○ 최근 음용 전통주 음용 행태(1/2)

최근 음용 전통주

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

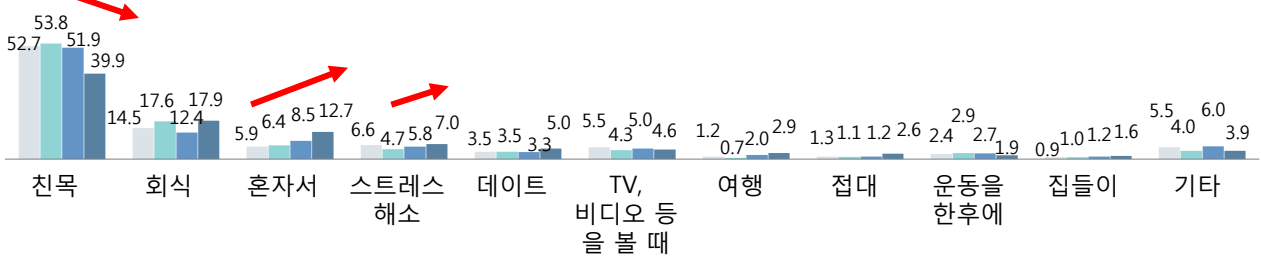
■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



최근 음용 전통주 음용 상황

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년

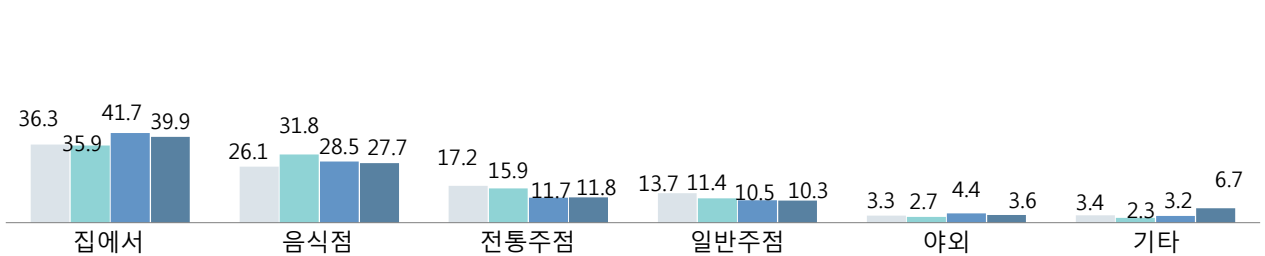


		사례수	친목	회식	혼자서	스트레스 해소	데이트	TV/비디오 등을 볼 때	여행	접대	운동을 한 후에	집들이	기타
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	41.9	17.5	15.2	6.3	3.8	4.7	1.6	1.4	2.7	1.1	3.9
	청주/약주	(147)	34.0	15.0	8.2	10.2	8.2	4.1	4.8	4.8	0.7	2.7	7.5
	과실주	(231)	41.1	22.1	6.9	6.1	6.5	4.8	4.3	2.6	0.9	2.6	2.2
	증류식 소주	(63)	31.7	12.7	22.2	9.5	3.2	4.8	4.8	7.9	1.6	0.0	1.6

최근 음용 전통주 음용 장소

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



		사례수	집에서	음식점	전통주점	일반 주점	야외(유원지 등)	기타
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	40.6	27.4	14.7	9.3	3.8	4.3
	청주/약주	(147)	38.8	24.5	9.5	13.6	5.4	8.2
	과실주	(231)	38.5	31.6	6.9	10.8	2.2	10.0
	증류식 소주	(63)	41.3	23.8	9.5	9.5	3.2	12.7

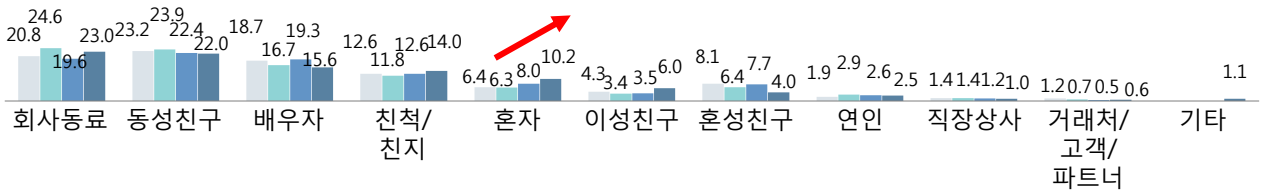
02. 주류 소비자 설문조사

○ 최근 음용 전통주 음용 행태(2/2)

최근 음용 전통주 음용 상대

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

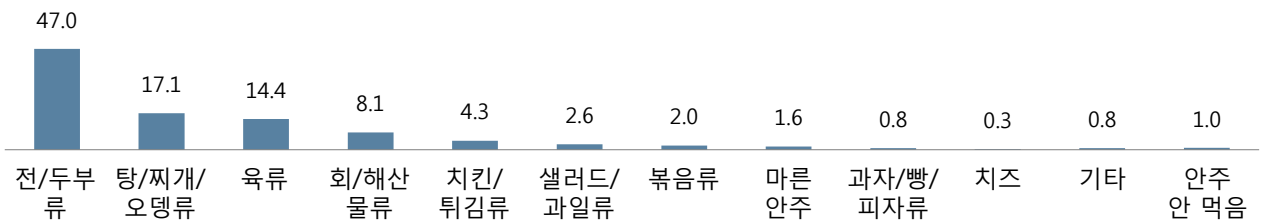
■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



		사례수	회사 동료	동성 친구	배우자	친척 /친지	혼자	이성 친구	혼성 친구	연인	직장 상사	거래처 /고객 /파트너	기타
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	22.5	22.0	19.3	11.6	11.6	4.8	2.9	2.5	0.7	0.5	1.4
	청주/약주	(147)	23.8	15.0	13.6	19.7	6.1	9.5	9.5	1.4	0.7	0.0	0.7
	과실주	(231)	25.1	28.1	10.4	14.7	6.5	6.1	3.0	3.0	1.3	0.9	0.9
	증류식 소주	(63)	17.5	15.9	6.3	19.0	20.6	7.9	4.8	3.2	3.2	1.6	0.0

최근 음용 전통주와 어울리는 안주

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



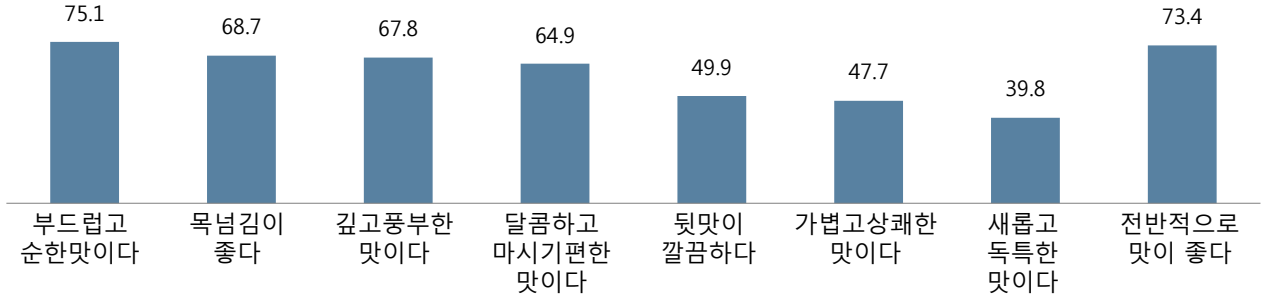
		사례수	전/두부류	탕/찌개/오뎅류	육류	회/해산물류	치킨/튀김류	샐러드/과일류	볶음류	마른 안주	과자/빵/피자류	치즈	기타	안주 안 먹음
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	72.8	11.8	6.3	2.0	2.0	0.4	1.4	0.9	0.7	0.0	1.3	0.5
	청주/약주	(147)	20.4	23.8	25.9	17.0	7.5	1.4	2.0	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0
	과실주	(231)	12.1	23.8	21.2	15.6	7.8	8.7	2.6	3.9	0.9	0.9	0.0	2.6
	증류식 소주	(63)	7.9	23.8	34.9	14.3	4.8	3.2	4.8	1.6	1.6	0.0	1.6	1.6

02. 주류 소비자 설문조사

○ 최근 음용 전통주 속성 만족도

최근 음용 전통주 맛 속성 만족도

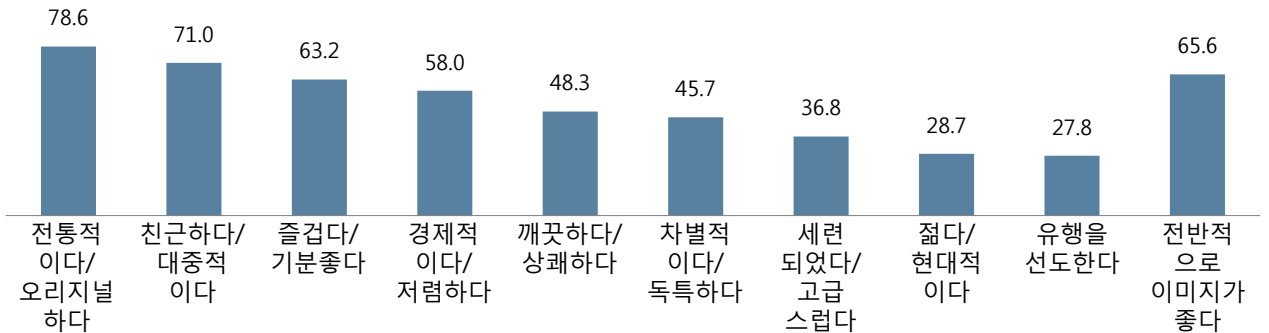
[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]



		사례수	부드럽고 순한 맛이다	목 넘김이 좋다	깊고 풍부한 맛이다	달콤하고 마시기 편한 맛이다	뒷맛이 깔끔하다	가볍고 상쾌한 맛이다	새롭고 독특한 맛이다	전반적으로 맛이 좋다
전통주 최근 음용주중	막걸리/탁주	(559)	75.3	65.1	64.2	63.0	36.1	39.7	31.7	71.0
	청주/약주	(147)	78.2	66.7	68.7	55.1	67.3	59.9	42.2	70.7
	과실주	(231)	77.1	79.7	74.0	83.1	67.5	60.2	55.4	81.0
	증류식 소주	(63)	58.7	65.1	74.6	38.1	66.7	44.4	49.2	73.0

최근 음용 전통주 이미지 속성 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]



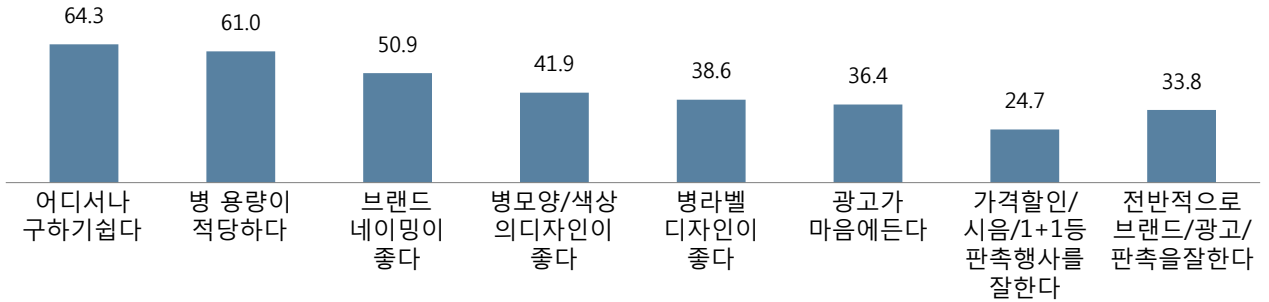
		사례수	전통적이다/오리지널하다	친근하다/대중적이다	즐겁다/기분 좋다	경제적이다/저렴하다	깨끗하다/상쾌하다	차별적이다/독특하다	세련 되었다/고급스럽다	젊다/현대적이다	유행을 선도한다	전반적으로 이미지가 좋다
전통주 최근 음용주중	막걸리/탁주	(559)	83.4	79.2	61.0	72.1	36.1	34.3	18.4	19.3	20.2	61.4
	청주/약주	(147)	74.8	61.2	55.1	37.4	66.0	51.7	61.2	32.7	33.3	64.6
	과실주	(231)	71.0	64.9	72.7	43.3	62.8	64.9	59.3	46.8	39.8	74.0
	증류식 소주	(63)	73.0	42.9	66.7	34.9	61.9	61.9	60.3	36.5	38.1	74.6

02. 주류 소비자 설문조사

○ 최근 음용 전통주 속성 만족도

최근 음용 전통주 브랜드/광고/판촉 속성 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

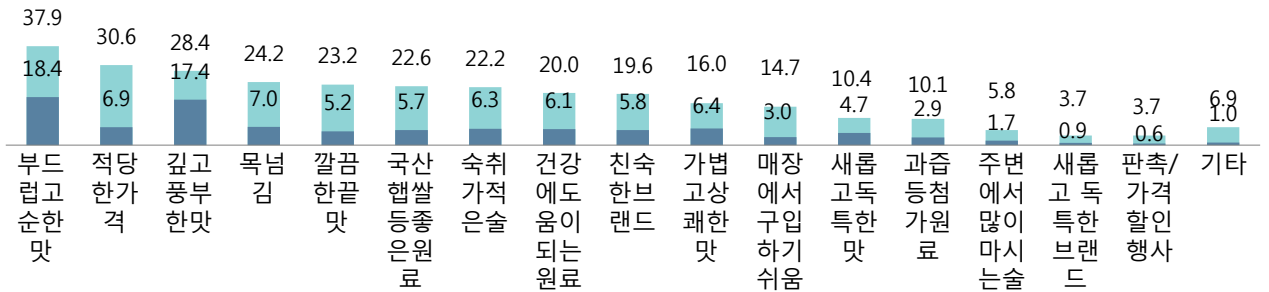


전통주 음용주종	사례수	어디서나 구입하기 쉽다	병 용량이 적당하다	브랜드 네이밍이 좋다	병 모양/ 색상의 디자인이 좋다	병 라벨 디자인이 좋다	광고가 마에 든다	가격할인/시 음/1+1 등 판촉 행사를 잘한다	전반적으로 브랜드 /광고/판촉 을 잘한다
		막걸리/탁주 (559)	69.8	59.4	41.5	25.0	24.5	29.2	19.9
청주/약주 (147)	61.2	62.6	61.2	57.1	54.4	43.5	30.6	39.5	
과실주 (231)	60.6	64.9	64.1	68.8	57.6	48.5	30.7	46.3	
증류식 소주 (63)	36.5	57.1	61.9	57.1	57.1	39.7	31.7	34.9	

최근 음용 전통주 구입 시 고려 속성

[Base: 전체(n=1,000), 1+2+3순위, 단위: %]

■ 1+2+3순위 ■ 1순위



전통주 음용주종	사례수	부드 럽고 순한 맛	적당 한 가 격	깊고 풍부 한 맛	목넘 김	깔끔 한 맛	국산 쌀 등 좋은 원료	숙취 가 적 은 술	건강 에도 우 미 되 는 원 료	친 숙 한 브 랜 드	가 볍 고 상 쾌 한 맛	매 장 에 서 구 입 하 기 쉬 움	새 로 고 특 단 한 맛	과 즙 첨 가 원 료	주 변 에 서 많 이 마 시 는 술	새 로 고 특 단 한 브 랜 드	판 촉/ 가 할 인 행 사	기 타
		막걸리/탁주 (559)	38.6	36.0	31.5	24.3	20.0	28.1	20.0	16.5	23.3	16.1	15.9	7.9	3.8	8.2	2.7	2.9
청주/약주 (147)	38.8	17.7	22.4	27.2	29.9	19.7	29.3	23.1	18.4	12.9	17.7	10.9	6.1	2.0	4.1	9.5	10.2	
과실주 (231)	40.3	27.7	24.7	22.1	22.9	10.8	20.3	28.6	13.9	19.0	10.0	14.3	28.6	2.2	5.2	1.7	7.8	
증류식 소주 (63)	20.6	23.8	28.6	23.8	36.5	23.8	31.7	12.7	11.1	11.1	14.3	17.5	7.9	6.3	6.3	4.8	19.0	

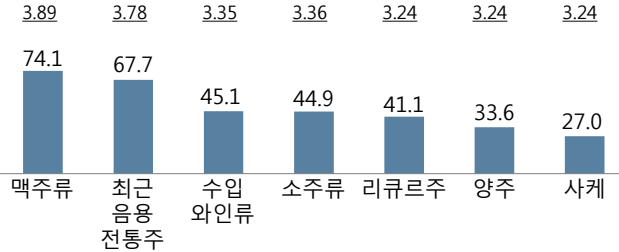
02. 주류 소비자 설문조사

○ 전통주 만족도와 향후 구매의향

주종별 전반적 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]

▼ 5점 평균



최근 음용 전통주별 만족도

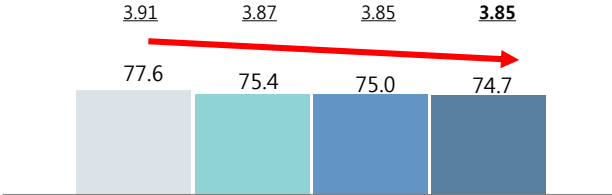
[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

		사례수	최근 음용 전통주
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	63.7
	청주/약주	(147)	62.6
	과실주	(231)	78.8
	증류식 소주	(63)	74.6

최근 음용 전통주 재구매 의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]

▼ 5점 평균



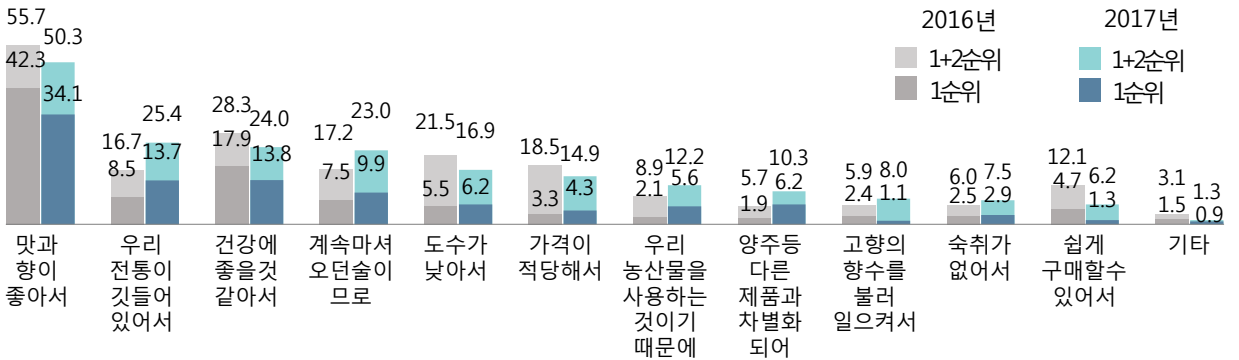
최근 음용 전통주별 재구매 의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]

		사례수	구매 (TOP2)	5점 평균
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	71.7	3.81
	청주/약주	(147)	72.1	3.76
	과실주	(231)	81.4	3.96
	증류식 소주	(63)	82.5	4.00

최근 음용 전통주별 재구매 의향 이유

[Base: 최근음용전통주재구매의향있는자(n=747), 1+2순위, 단위: %]



		사례수	맛과 향이 좋아서	우리 전통이 깃들어 있어서	건강에 좋을 것 같아서	계속 마셔 오던 술이므로	도수가 낮아서	가격이 적당해서	우리 농산물을 사용하는 것이기 때문에	양주 등 다른 제품과 차별화 되어	고향의 향수를 불러 일으켜서	숙취가 없어서	쉽게 구매할 수 있어서	기타
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(401)	43.9	26.4	22.4	28.9	14.7	24.4	12.0	5.7	7.2	3.2	8.7	2.2
	청주/약주	(106)	46.2	28.3	20.8	21.7	26.4	2.8	11.3	17.9	10.4	11.3	1.9	0.9
	과실주	(188)	66.0	18.6	31.4	16.0	19.1	4.3	11.7	11.2	8.5	8.5	4.8	0.0
	증류식 소주	(52)	51.9	36.5	15.4	5.8	5.8	3.8	17.3	26.9	7.7	28.8	0.0	0.0

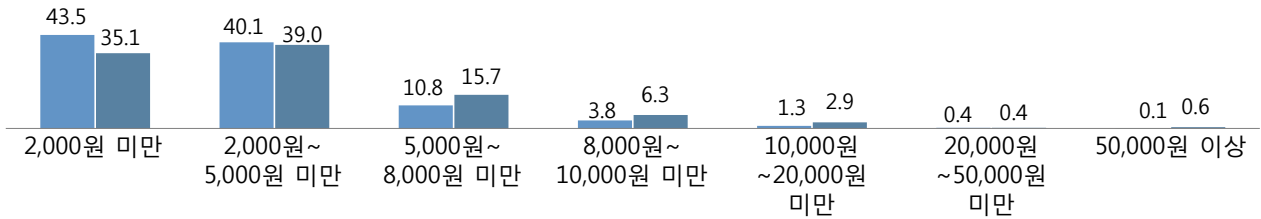
02. 주류 소비자 설문조사

전통주 만족도와 향후 구매의향

최근 음용 전통주 적정 가격 범위

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

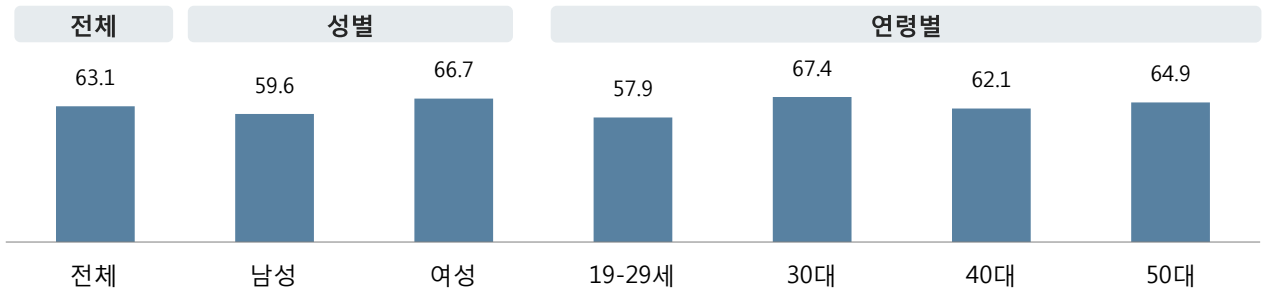
■ 2016년 ■ 2017년



		사례수	2,000원 미만	2,000원 ~5,000원 미만	5,000원 ~8,000원 미만	8,000원 ~10,000원 미만	10,000원 ~20,000원 미만	20,000원 ~50,000원 미만	50,000원 이상
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	57.2	37.0	3.9	0.7	0.7	0.0	0.4
	청주/약주	(147)	9.5	39.5	31.3	15.6	2.7	0.7	0.7
	과실주	(231)	3.9	46.3	31.2	13.0	5.2	0.0	0.4
	증류식 소주	(63)	12.7	28.6	27.0	9.5	14.3	4.8	3.2

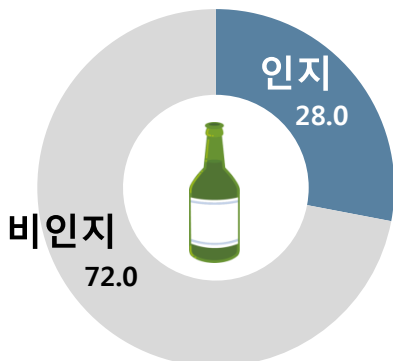
전통주 명절 선물 용도로 구매의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]



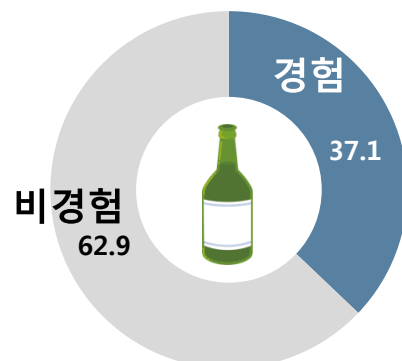
전통주 온라인 쇼핑몰 구매 인지도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



전통주 온라인 쇼핑몰 구매 경험

[Base: 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 인지자(n=280), 단위: %]

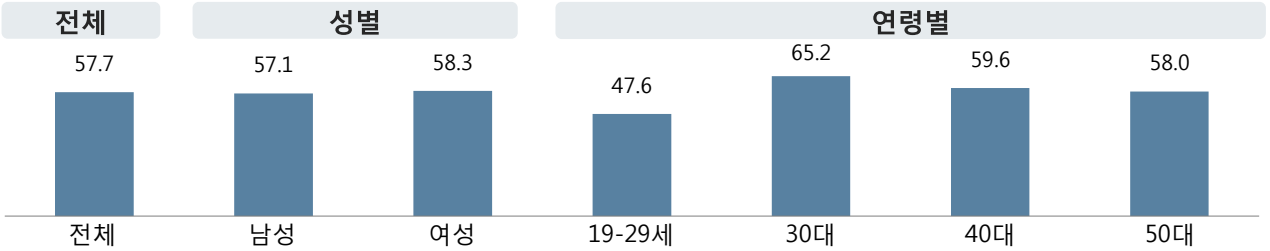


02. 주류 소비자 설문조사

전통주 만족도와 향후 구매의향

전통주 온라인 쇼핑몰 구매의향

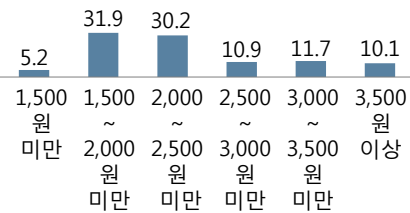
[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]



프리미엄/기능성 막걸리 적정가격

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

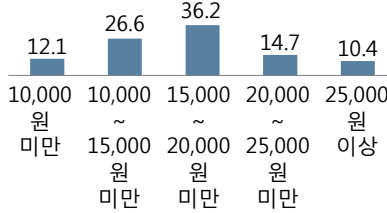
평균: 2,432원
('16년 평균: 2,343원)



국산 와인 적정가격

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

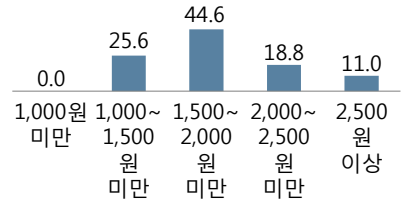
평균: 15,208원
('16년 평균: 14,257)



국산 쌀 소주 적정가격

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

평균: 1,844원
('16년 평균: 1,668원)

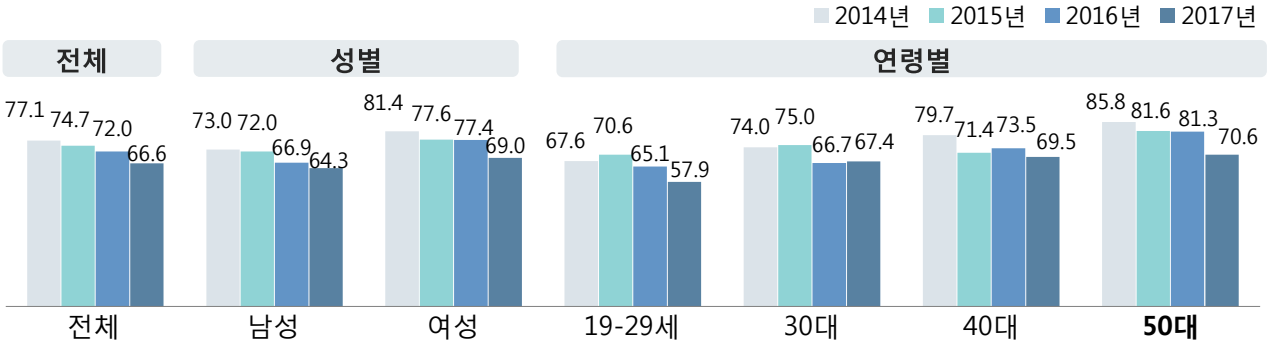


02. 주류 소비자 설문조사

○ 전통주 만족도와 향후 구매의향

최근 음용 전통주 추천의향

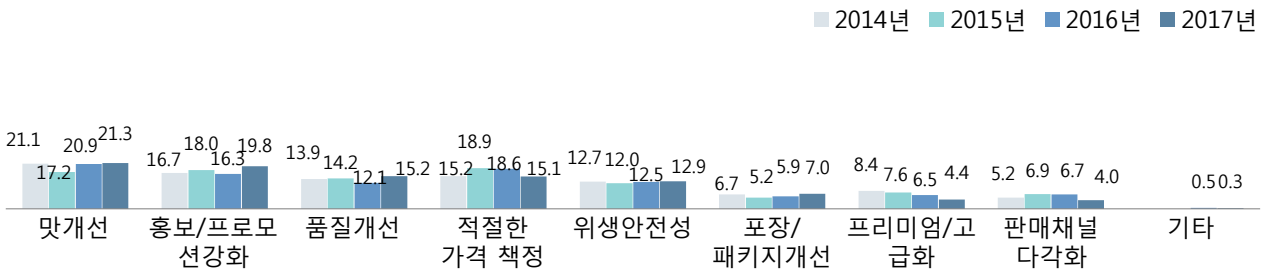
[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]



구분	사례수	의향 (TOP2)
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559) 63.7
	청주/약주	(147) 66.7
	과실주	(231) 73.2
	증류식 소주	(63) 68.3

전통주 발전을 위한 필요사항

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



구분	사례수	맛 개선	홍보/프로모션 강화	품질 개선	적절한 가격 책정	위생 안전성	포장/패키지 개선	프리미엄/고급화	판매채널 다각화	기타	
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	23.8	19.9	16.6	10.0	12.9	8.1	5.4	3.0	0.4
	청주/약주	(147)	15.6	19.7	8.2	25.2	12.9	8.2	4.8	5.4	0.0
	과실주	(231)	20.8	19.0	17.7	17.7	13.0	4.8	2.6	3.9	0.4
	증류식 소주	(63)	14.3	22.2	9.5	27.0	12.7	3.2	1.6	9.5	0.0

03. 주류 소비자 On-site 인터뷰

○ 주류 트렌드

- 앞으로의 주류 트렌드에 대해 25-34 남성 소비자의 경우 가볍게 즐길 수 있는 술, 그리고 상대적으로 저렴한 수입맥주가 트렌드가 될 것이라 보았으며, 여성 소비자의 경우 분위기 좋은 주점, 혼술족들을 배려한 상품 및 주점이 활성화될 것이라고 보았음.

○ 저도주에 대한 인식

- 남성의 경우 주도적으로 저도주를 주문하여 마시지 않는 편이나, 여성의 경우 맛이 있기 때문에 저도주를 선택하여 주문하는 경우가 많음

○ 전통주에 대한 인식

- 25-34세대에게 있어 전통주는 고리타분하거나 옛것에 대한 느낌은 상대적으로 적은 반면, 안동소주와 같은 고급 전통주를 통해 품위와 세련됨을 느낌

○ 전통주 활성화 방안

- 술문화에 있어 분위기도 중요한 요소이기 때문에 용기나 포장에 대한 고급화가 필요
- 전통주의 경쟁력이 어느 정도 있다고 소비자는 인식하고 있어, 전통주에 대한 인지도 및 전통주에 대한 접근성 제고 노력이 필요

○ 전통주점에 대한 인식

- 남성과 여성 모두 전통주점에 대한 인식은 긍정보다는 부정에 가까운 느낌이 높게 나타남(남성: 민속촌, 기성세대, 여성: 어두움, 고요)

○ 전통주점 활성화 방안

- 남성과 여성 모두 전통주점이 보통 개방형이기 때문에 상대에게 집중하기 어려워 좀더 독립된 공간이 확보되었으면 하는 니즈가 있었음,
- 다양한 전통주와 그에 맞는 다양한 안주 개발이 필요하며 특히 안주의 플레이팅에 신경을 써 소비자들의 관심도를 제고할 필요가 있음

04. 소셜데이터 분석

○ 주요 주류에 대한 검색 트렌드

- 지난 1년 간 막걸리, 소주, 맥주, 와인에 대한 **관심도는 맥주**가 가장 높고, 다음으로 와인, 소주, 막걸리 순임
- 막걸리의 경우 다른 주류와 달리 **막걸리 만들기에** 대한 관심이, 소주의 경우 **소주 안주**에 대한 관심이, 맥주의 경우 **효모와 수제 맥주**에 대한 관심이, 와인의 경우, **와인 추천**에 대한 관심이 상대적으로 높게 나타남
- 급상승한 검색어로는 막걸리의 경우 전주 막걸리 촌, 소주의 경우 소주병 트리가 높았는데 이는 방송의 영향을 받은 것으로 보이며, 그 외 맥주의 경우 제주 맥주에 대한 검색이 높음

○ 주요 트렌드 분석

- 혼술, 수제맥주, 홈술, 수입 맥주, 막걸리, 저도주의 주요 키워드를 바탕으로 한 트렌드 분석을 종합해 보면 술에 대한 공통적인 긍정적 감성 표현은 **즐겁다, 좋다, 맛있다** 등이 가장 많이 나타나고 있으며, 그 외 각 술에 대한 표현이 나타남(가령 막걸리는 싸다)
- 부정적 감성 표현의 경우 **힘들다**라는 표현이 공통적으로 높게 나타나고, 그 외에 술의 도수가 약한 경우(막걸리, 맥주, 저도주) **부족** 혹은 **아쉽다**라는 표현이 주로 나타남
- 관련된 연관 검색어로는 막걸리, 홈술, 저도주의 경우 안주에 대한 검색이 주로 나타남

05. 전통주 전문점 및 주류 소매유통 인터뷰

전통주 전문점

<p>고객 특성</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 여성 비중 높은 편 ● 20대 후반, 30~40대 ● 일부러 찾아오는 고객(검색/소개), 재방 비중 높음 	<p>판매 특성</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 탁주 비중 절반 이상 ● 다양한 주종 구비 노력 ● 샘플러/직원 추천/시음 등 통해 새로운 전통주 소개 노력
<p>뜨는 트렌드</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 기존 단맛 선호는 여성, 신규 고객 위주 여전 ● 깔끔한/가벼운/무첨가/원료 원래의 맛 선호 증가 ● 인지도 있는 술 위주 	<p>지는 트렌드</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 지나친/인위적 단맛 주춤 ● 전통주 전체 시장 감소에 비해 전문점은 소폭 성장 ● 中高價 라인 가격 저항 존재
<p>전통주 위상</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● '전통주' 올드한 이미지 -> "한국주", "우리술" 등 ● 매니아층 위주 재구매 ● 저가 대중주 이미지 ● 대중적 경쟁력 제한적 	<p>전통주 전망</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 소폭 성장세 기대 ● 프리미엄/지역주/대중주 분화 경향 -> 중간 레벨 시장 가능성 검토 ● 덜 단맛/약주 가능성 검토
<p>현재 지원사업 평가</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 중대규모 업체 의견 수렴 ● 지원행사 실효성 의문 ● 지원 사업 홍보 부족 	<p>지원사업 제안</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 주점 지원 필요 ● 전통주 전문인력 양성 -> 전문주점직원 양조장 견학, 전통주 소믈리에, 전통주 전문점 단골 양조장 체험

주류 소매유통

<p>주류 트렌드</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 백화점 와인 위주, 수입 맥주 강세 ● 마트 수입맥주 위주, 저가 맥주 호응, 수제맥주 호응 낮은 편 ● 전통주 약세 이어짐 	<p>전통주 진흥방안</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 특색, 감성 살린 스토리 텔링 필요 ● 가격/프로모션 정책 등 가격 장벽에 대한 다양한 검토 필요 ● 홍보 강화
----------------------	---	------------------------	--

06. 2018년 주류 소비 트렌드 및 전통주 시사점

1

주류 소비 환경

- 전체 주류 시장은 지속 성장하는 반면, 탁주와 전통주는 정체 혹은 감소
 - 2016년 기준 전통주 시장 규모는 전체 주류 산업의 0.4% 수준
 - 한편, 전체 주류 제조면허 개수는 전통주 면허를 위주로 증가
- 월간 음주율은 증가 추세이며, 특히 여성 음주율 증가
- 수입맥주 강세 지속되는 가운데, 전통주에 대한 2030 관심이 나타남
 - 2030 중심으로 즐기는 술, 혼술/홈술 문화 확산
 - 특히 2030 여성을 중심으로 다양한 전통주에 대한 관심 존재
 - 프리미엄 탁주 판매 증가, 전통주 중 증류식 소주에 대한 관심 증가

2

주류 및 전통주 소비 행태

- 주류 음용 횟수는 비슷한 수준으로 유지되고 있으나, 음용량은 감소 추세
 - 음용 비중 및 선호에서 맥주는 증가하는 반면, 소주와 전통주는 감소
- 전통주 중 탁주와 과실주 음용은 감소한 반면, 청주/약주와 증류식 소주는 증가
 - 음용 상황에서 친목은 감소, 혼자, 스트레스 해소 위해 등은 증가
 - 음용 장소 역시 업소는 감소, 가정은 증가하는 혼술/홈술 트렌드 나타남

06. 2018년 주류 소비 트렌드 및 전통주 시사점

3

전통주 평가

- 전통주 재구매 의향은 감소 추세이며, 증류식 소주 > 과실주 > 청주/약주 > 탁주 순임
 - 전통주 재구매 이유로 맛과 향, 건강 기능은 감소, 전통이 깃든 술, 계속 마셔오던 술이라는 이유는 증가하여 본원적 가치 차원이 줄고 있음
 - 전통주 선물주 구매의향, 온라인 구매의향은 30대가 상대적으로 높음
- 전통주 속성 평가는 맛 > 이미지 > 브랜드/광고/판촉 순으로 나타남
- 맛과 이미지는 상대적으로 긍정적인 평가
 - 부드럽고 순한 맛, 목 넘김이 좋음, 깊고 풍부한 맛, 달콤하고 마시기 편한 맛이라는 평가는 높은 반면, 깔끔한 뒷맛, 가볍고 상쾌한 맛, 새롭고 독특한 맛이라는 평가는 낮음
 - 전통적, 친근하고 대중적, 즐겁고 기분 좋은, 경제적이고 저렴한 이미지 평가는 높은 반면, 차별적이고 독특한, 세련되고 고급스러운, 젊고 현대적인, 유행을 선도하는 이미지는 낮음
- 브랜드/광고/판촉은 상대적으로 낮은 평가
 - 접근성과 용량은 상대적으로 높은 평가를 받고 있으나, 패키지 디자인, 광고, 판촉 행사에 대한 평가는 낮음

06. 2018년 주류 소비 트렌드 및 전통주 시사점

4

주류 소비 트렌드별 전통주 시사점

사회 트렌드	주류 소비 트렌드	전통주 시사점	
1인 가구 증가	<p>최신 주류 트렌드</p> <ul style="list-style-type: none"> 혼술 홈(home)술 소용량 패키지 	<p>1인 음주</p> <ul style="list-style-type: none"> 다양한 소용량 패키지 개발 	
	자기 만족 소비	<ul style="list-style-type: none"> 국산수제맥주 수입맥주 	<p>작은 사치로서의 술 마시기</p> <ul style="list-style-type: none"> 홍보 강화 전통주 소믈리에 등 전문성 강화 약주/증류주 등 다양한 니치 마켓 가능성
		25~34 여성 주도 감성소비 개성표현 중시	<p>지속 주류 트렌드</p> <ul style="list-style-type: none"> 여성이 마시기 편한 술 문화 마케팅 분위기 좋은 주점
저성장/건강 및 자기관리 중시	<ul style="list-style-type: none"> 저도주 가성비 좋은 술 		<p>가볍게, 취하지 않는 술 마시기</p> <ul style="list-style-type: none"> 프로모션 강화 다양한 저도주 제품 개발

06. 2018년 주류 소비 트렌드 및 전통주 시사점

5

전통주 인식 제고 방향

- 1인 가구 증가, 2030을 중심으로 하는 자기 만족, 자기 표현 소비 트렌드 증가
- 접근성 높은 편의점을 통한 수입 번들 맥주 소비가 2030 세대의 “소확행”으로서의 라이프스타일 소비로 나타남
- 전통주는 소매 유통 및 소비 행태를 통해 살펴보면 양적 성장은 정체 및 감소
- 한편, 전통주 전문주점을 통해 질적인 성장의 가능성 엿보임
 - 도시의 특색 있는 골목 상권(홍대, 연남동, 망원동, 이태원, 경리단길, 해방촌 등)에서 2030 세대에게 문화 체험 소비, 라이프스타일 가치 제안으로서의 전통주의 가능성
 - 우리 것, 전통, 건강 기능성의 범주를 벗어나 새롭고 다양한 문화적인 경험으로서의 한국술 제시
 - 기존 ‘찾아가는 양조장 사업’의 경우 지방자치단체의 지역브랜드와 결합하여 전통주 스토리텔링 강화하고, 이러한 브랜드 스토리를 전통주 전문점을 통해 전달하는 선순환
 - 온채널을 통해 검증된 제품을 중심으로 홍보 지원하여 전통주에 대한 2030 세대의 인식 제고

3장



데스크 리서치

01. 조사개요

기사 검색

- 최근 1년간 주류 관련 언론 기사
- NAVER, Bigkinds 검색

잡지

- 주류저널 등 주류 관련 잡지 리뷰

서적

- <트렌드 코리아 2018>, <2018 트렌드 노트>, <2018 대한민국 트렌드> 등 트렌드 관련 단행본 리뷰

통계

- 한국은행 경제통계 시스템, 한국은행 소비자동향조사, 국민건강통계, 통계청 한국의 사회동향 등 통계자료 분석

거시환경 분석

- 경제 트렌드
- 인구/음주 트렌드
- 사회문화 트렌드
- 주류산업 트렌드

트렌드 분석

주류 소비 트렌드
1차 키워드 도출

소비자 설문조사, 소비자 On-Site 조사, 소셜 데이터 분석, 전통주 전문주점 및 소매유통 종사자 In-Depth Interview를 통한 1차 키워드에 대한 검증 및 분석

2018년 주류 소비 트렌드 도출

02. 경제 트렌드(① 경제성장)

- 1987년 12.5%의 경제성장률을 고점으로 하락하는 추이이며, 2011년 이후 3% 내외의 저성장을 보이고 있음.

○ 1987년~2016년 경제성장률 변화



- 2018년 경제 전망은 내년에도 3% 수준의 성장률을 유지할 전망이고, 이럴 경우 1인당 국민소득은(GNI) 3만 달러를 넘어설 것으로 예측됨.

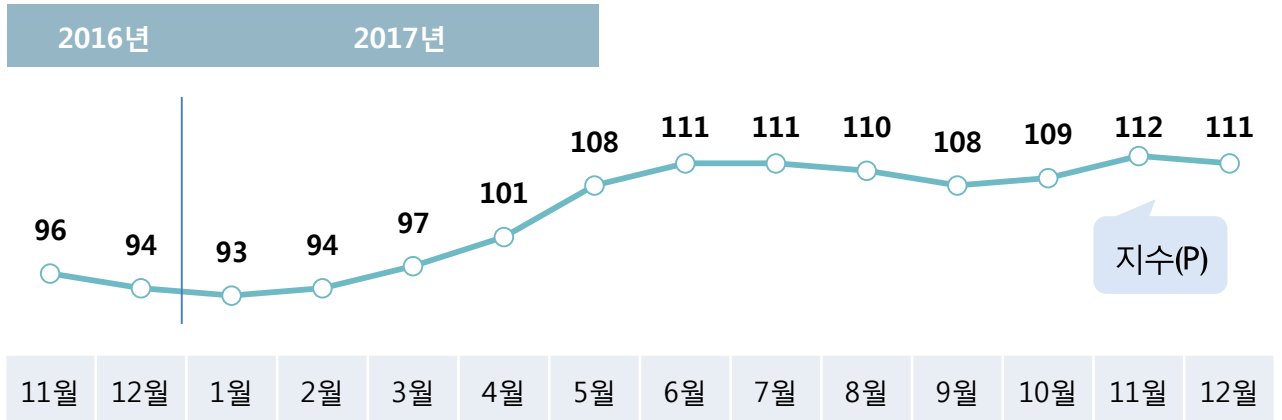
○ 2017년 경제 주요 지표 및 2018년 전망

	2017년	2018년 전망
경제성장률(%)	3.2	3.0
경상성장률(%)	5.7	4.8
1인당 국민소득(천불)	29.7	32.0
취업자 증감(만명)	32	32
고용률(% , 15~64세)	66.6	67.3
소비자물가(%)	1.9	1.7
경상수지(억불)	810	790

02. 경제 트렌드(② 소비자심리)

- 소비자 심리지수는 100보다 높은 경우 경제상황에 대한 주관적인 기대가 과거 평균보다 낙관적임을 낮으면 비관적임을 의미함.
- 2017년 1월 93을 기점으로 반등하여 4월 이후에는 소비자들의 심리가 낙관적으로 변화하였음을 알 수 있으며 11월에 112로 연중 최고치를 기록함

○ 월별 소비자 동향 지수



[한국은행 소비자동향조사]

- 소비지출 전망에서 외식비, 여행비, 교양/오락/문화생활비에 대한 지출전망이 상승하는 추세임.

○ 소비지출전망

	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
소비지출	106	103	104	104	104	106	106	109	108	109	107	108	109	109
내구재	91	90	90	90	92	93	96	96	97	96	96	96	97	97
의류비	98	97	96	97	98	100	101	101	101	100	103	103	103	103
외식비	88	88	87	86	89	90	93	93	94	95	94	93	94	93
여행비	88	89	90	90	93	96	97	98	99	95	95	95	97	96
교육비	107	108	108	109	109	106	106	106	106	107	106	107	108	108
의료/보건	112	111	111	111	111	111	110	110	111	112	112	112	112	111
교양/오락	87	86	86	86	87	89	91	92	91	92	90	91	93	91
교통/통신	110	110	111	111	110	110	109	108	108	108	109	109	109	109
주거비	106	104	104	104	104	103	104	104	105	105	104	104	104	104

03. 인구 트렌드

- 최근 가장 주목할 만한 인구/가족 구조의 변화는 가구구성의 변화에 따른 가구의 소규모화와 구조의 다양화임.
- 평균 가구원 수는 1990년 3.7명에서 2015년 2.5명으로 크게 감소했으며 통계청은 2045년에는 2.1명까지 줄어들 것으로 예측함.
- 1인가구의 비율은 계속 증가하여 2045년에는 전체 가구 중 36.3%를 차지할 것으로 예상되는데 이는 젊은 연령층에서의 미혼율이 증가하고 노년층에서 노인독거가구가 늘어난 결과임.

○ 가구의 연령집단별 1인가구 비율

	평균 가구원수	1인가구	1세대가구	2세대가구	3세대이상	비혈연가구
1990	3.8	9.0	10.7	66.3	12.5	1.5
2000	3.1	15.5	14.2	60.8	8.4	1.1
2010	2.7	23.9	17.5	51.3	6.2	1.2
2017	2.5	28.5	17.9	47.4	5.1	1.2
2025	2.3	31.9	20.2	42.5	4.1	1.3
2035	2.2	34.6	22.6	38.3	3.4	1.2
2045	2.1	36.3	23.1	36.4	2.9	1.3

- 연령별 1인가구 비율의 증가는 젊은 연령층인 20대 가구주에서 두드러짐, 20-24세 80% 가량, 25-29세 60% 이상이 1인가구로 나타나 젊은 1인 가구의 라이프 스타일에 맞춤 제품이 인기를 얻을 것으로 예상됨

○ 가구의 연령집단별 1인가구 비율

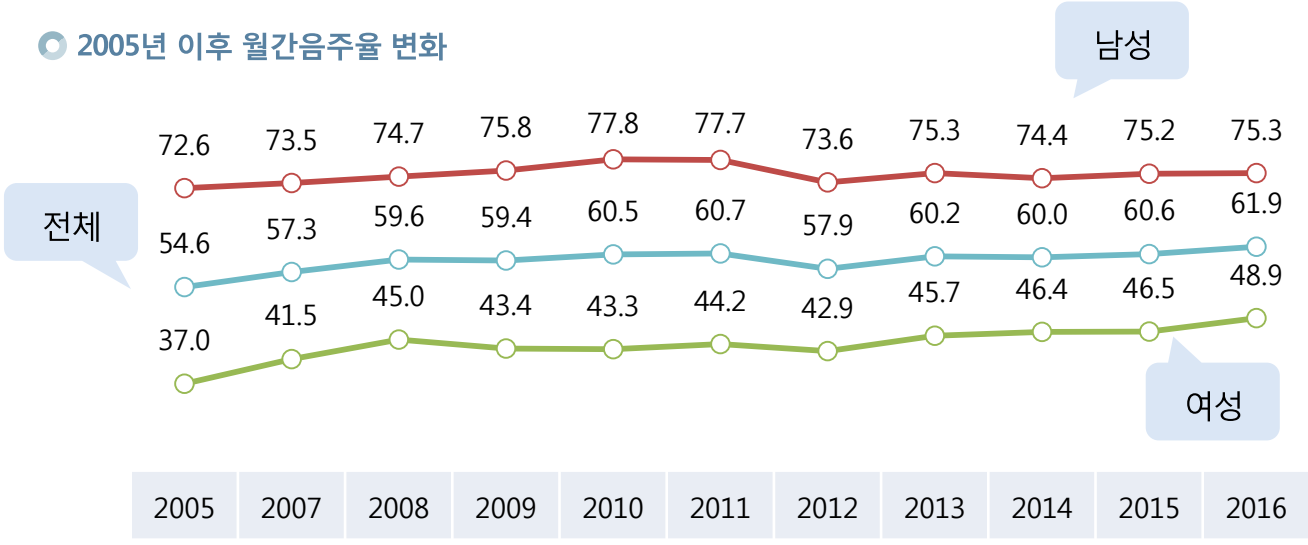
[통계청 한국의 사회동향 2016]

연령	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015
20-24세	29.7	38.4	49.6	55.7	64	70.8	79.3
25-29세	10.4	17.5	25.9	31.7	45.7	53.5	63.0
30-34세	3.2	5.5	9.3	13.6	22.5	29.6	36.2
35-39세	2.4	3.6	6.0	8.8	13.5	18.9	23.3
40-44세	2.3	3.2	5.3	7.7	10.8	14.5	19.5
45-49세	2.6	3.4	5.4	7.8	10.9	13.9	17.8
50-54세	3.9	4.5	6.6	8.6	11.5	14.9	18.3
55-59세	7.0	7.5	9.4	11.3	13.2	16.7	20.0
60-64세	10.6	13.1	15.3	15.8	17.5	19.8	22.1
65-69세	14.0	17.2	23.6	23.9	23.6	25.3	25.6
70-74세	18.1	20.7	28.9	33.8	32.1	32.0	29.8
75세 이상	23.2	25.5	34.9	41.4	43.6	45.1	41.1

03. 인구 트렌드(음주 실태)

- 월간 음주율은 최근 1년 동안 한달에 1회 이상 음주한 분율을 의미하며, 전체는 2005년 대비 2016년 기준 7.3%p 상승한 61.9%로 나타남.
- 남성의 경우 2015년 대비 2.7%p 상승한 75.3%이며, 여성의 경우 11.9%p 상승한 48.9%로 나타나, 여성의 상승폭이 남성 대비 높게 나타남.

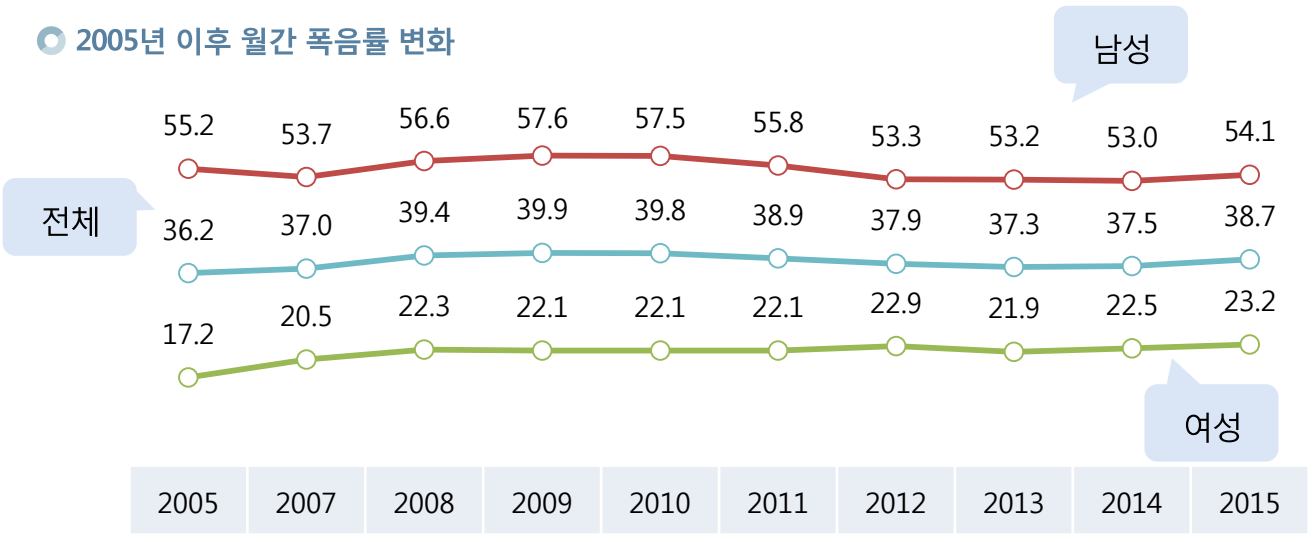
○ 2005년 이후 월간음주율 변화



[보건복지부 국민건강영양조사]

- 월간 폭음률은 최근 1년 동안 월 1회이상 한번의 술자리에서 남성 7잔 (또는 맥주 5캔) 이상 여성의 경우 5잔(또는 맥주 3캔)이상 음주한 분율을 의미하며, 전체는 2005년 이후 2015년 기준 2.5%p 증가한 38.7%로 나타남.
- 남성의 경우 2005년 대비 1.1%p 감소한 반면 여성의 경우 6.0%p 증가하였음.

○ 2005년 이후 월간 폭음률 변화



04. 사회문화 트렌드

- 저성장과 불확실성 증대, 스마트 기술의 발달, 1인 가구 메가 트렌드가 심화됨에 따라, 개인을 새로운 준거로 하는 동시에 타인의 인정에도 크게 의존하는, 자기표현을 중시 하면서 자기만의 만족을 추구하는 트렌드가 대두됨.

메가 트렌드	2018년 트렌드
가치소비의 확대	작지만 확실한 행복
소유에서 경험으로	자신만의 안식처 공간
현재 지향	언택트 기술(無人, 비대면 서비스 증가)
능동적 소비자	만물의 서비스화
신뢰에 대한 요구 증대	work-life balance 세대
개념 있는 소비	미닝아웃(자신의 주관을 적극적으로 표현)
공유경제화	대안 관계 찾기(새로운 관계 맺기의 등장)
개성화	자존감에 대한 위협
경쟁 vs. 휴식	플라시보 소비(가성비+주관적 만족)
	매력의 자본화(SNS 통한 개성 표현 중시)

개인 중시 / "1인 체제" / 1인 가구 사회

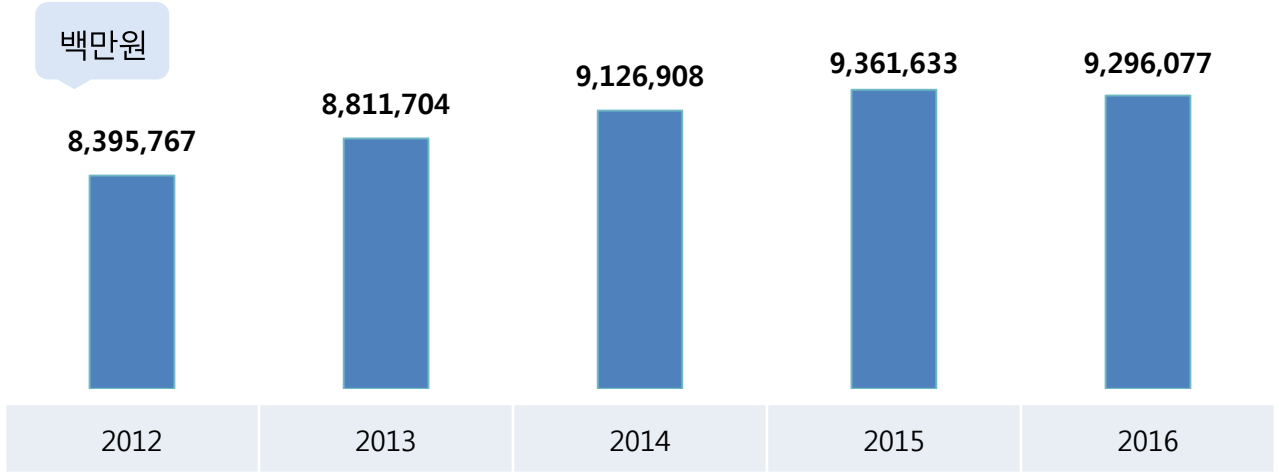
자기주도 경험	경험의 확장, 충동성, 장기 전망의 포기
뉴 프로페셔널리즘	전문가의 종말, 탈 권위, 정보 비교 검색, 나도 전문가
1인 체제	타인 의존 심화, 스마트폰 의존 심화, 질문/친목의 소멸, 콘텐츠 중심의 인간관계
공정성 추구	공정성 결핍, 뽀족해지는 정치성향, 정치 '상품'에 대한 태도

* 출처: <트렌드 코리아 2018>, <2018 대한민국 트렌드>, <2018 트렌드 노트>의 2018년 주요 트렌드

05. 주류 산업 트렌드

- 2016년 주류 시장은 약 9조 3천억 규모로 2015년 대비 다소 하락하였음.
- 2012년 약 8조 4천억 시장에서 2015년 이후 약 9조 3천억 시장으로 주류 시장이 성장한 상황임

○ 최근 5년 간 주류 출고금액 현황



[국세청 주세 신고 현황]

- 탁주와 맥주의 경우 전체 출고금액 대비 비율이 2012년 대비 감소한 반면, 매년 희석식소주의 비율은 증가하고 있음.
- 리큐르의 경우 2012년 2.1%로 비율이 상승했으나 2016년 1.1%로 감소

○ 최근 5년 간 주종별 출고금액 비율 변화

전체	2012	2013	2014	2015	2016
탁주	5.9	5.4	5.3	5.0	4.9
약주	1.1	1.0	0.8	0.7	0.7
청주	1.2	1.3	1.3	1.2	1.2
맥주	47.7	48.8	47.4	46.4	45.2
과실주	1.3	1.4	1.3	1.2	1.6
증류식소주	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3
희석식소주	35.7	35.4	36.9	37.0	38.6
위스키	1.0	0.8	0.8	0.3	0.4
브랜디	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
일반증류주	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2
리큐르	0.0	0.0	0.0	2.1	1.1
기타주류	0.2	0.2	0.2	0.3	0.6
주정	5.6	5.4	5.5	5.4	5.2

06. 주류 소비 트렌드 1차 키워드

- 다음과 같이 주류 소비에 대한 트렌드 1차 키워드 16개를 도출

트렌드 1차 키워드	내용
혼술	1인 가구 증가 등으로 혼자 술을 마시는 현상
홈술	1인 가구 증가 등으로 집에서 혼자 또는 가족과 술을 마시는 현상
저도주	소주, 위스키 등 기존 술의 도수가 낮아지고 과실주, 과일 소주 등 도수가 낮은 술을 선호하는 현상
가성비 좋은 술	발포주 등 가격이 저렴한 맥주나 편의점과 마트에서 할인 판매하는 수입맥주 등을 선호하는 현상
즐기는 술	과거에 술자리에서 사람들과 분위기를 돋우기 위해 취하려고 술을 마셨다면, 술 자체의 맛과 분위기를 즐기려고 술을 마시는 현상
마시기 편한 술	탄산주, 과즙이나 향을 첨가한 술, RTD 등 다양한 맛이 첨가되어 마시기에 편한 술을 선호하는 현상
소용량 패키지	혼술, 홈술 등의 증가로 200ml 내외의 적은 용량 술을 선호하는 현상
국산 수제맥주	국내 소규모 양조장에서 만든 다양한 수제맥주를 선호하는 현상
수입맥주	다양한 수입맥주를 선호하는 현상
여성이 마시기 편한 술	맛 부드럽거나 단맛 등 마시기 편하고 용기 디자인이 예쁜 술 선호하는 현상
SNS에 음주 경험 공유	술, 술자리 등 음주 관련 내용을 인스타그램이나 페이스북 등 소셜 미디어에 사진과 글 게시를 통해 공유하거나 자랑하는 현상
분위기 좋은 주점	인테리어, 가구 등 분위기가 좋은 주점이나 술 및 안주에 대해서도 사진 찍기 좋은 외관을 선호하는 현상
기능성 전통주	건강에 도움이 될 것으로 생각되는 원료가 들어간 술을 선호하는 현상
증류식 소주 /과실주	화요, 일품진로, 대장부 등 고급 증류식 소주나 과실로 만든 고급 증류주를 선호하는 현상
문화 마케팅	뮤직 페스티벌 등 문화행사와 술 프로모션을 함께 하는 현상
믹스주	기존 술에 홍초, 레몬즙, 요구르트 등 다양한 재료를 섞어 마시는 현상

4장



주류 소비자 설문조사

01. 조사개요 - ① 조사 설계

조사대상

- 전국 19세 ~ 59세 성인 남녀
- 월 1회 이상 주류 소비자이면서 6개월 이내 전통주 음용자
- (주)글로벌리서치 116만 Opt-in 패널*을 sampling frame으로 활용
- 인구구성비에 따른 표본추출

*Opt-In 패널: (주)글로벌리서치에서 이루어지는 온라인 조사에 자발적 참여 의사를 가지고 가입한 패널

조사규모

- 1,000명

조사방법

- 구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사

표본할당

행정구역	남				여				계
	19~29세	30~39세	40~49세	50~59세	19~29세	30~39세	40~49세	50~59세	
서울	24	25	26	24	24	25	26	25	199
경기/인천	38	38	45	40	35	36	43	39	314
대전/세종/충청	13	13	15	14	11	12	14	13	105
대구/경북	12	11	13	14	10	10	13	14	97
부산/울산/경남	19	18	21	21	16	17	20	21	153
광주/전북/전남	12	10	13	13	10	10	12	13	93
강원/제주	5	4	6	6	4	4	5	5	39
계	123	119	139	132	110	114	133	130	1,000

조사기간

- 2017년 11월 24일(금) ~ 2017년 12월 1일(금)

01. 조사개요 - ② 응답자 특성

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

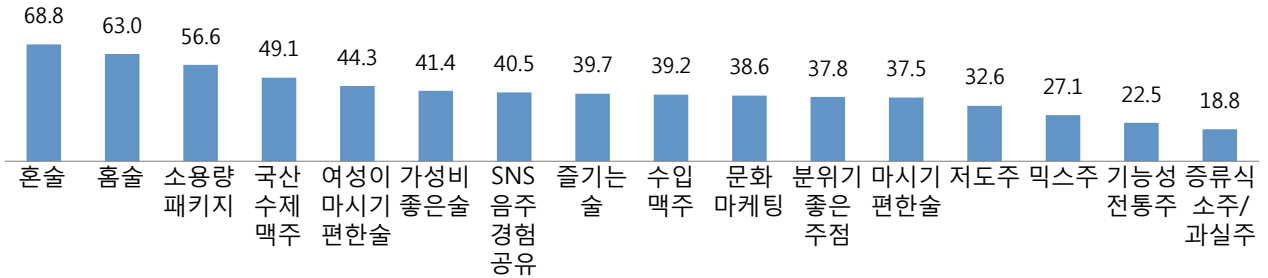
행정구역		사례수(명)	비율(%)
전체		(1000)	100.0
성별	남성	(513)	51.3
	여성	(487)	48.7
연령별	19-29세	(233)	23.3
	30대	(233)	23.3
	40대	(272)	27.2
	50대	(262)	26.2
전통주 최근 음용 주종	막걸리/탁주	(559)	55.9
	청주/약주	(147)	14.7
	과실주	(231)	23.1
	증류식 소주	(63)	6.3
주 음용 구분	전통주	(51)	5.1
	전통주 외	(949)	94.9
직업별	자영업	(67)	6.7
	블루칼라	(85)	8.5
	화이트칼라	(587)	58.7
	전업주부	(139)	13.9
	학생	(79)	7.9
	무직/기타/무응답	(43)	4.3
지역별	서울	(199)	19.9
	경기/인천	(314)	31.4
	대전/세종/충청	(153)	15.3
	대구/경북	(97)	9.7
	부산/울산/경남	(105)	10.5
	광주/전북/전남	(93)	9.3
	강원/제주	(39)	3.9
학력별	고등학교 졸업 이하	(141)	14.1
	대학교 재학/졸업	(757)	75.7
	대학원 재학 이상	(102)	10.2
월 평균 소득별	300만원 이하	(216)	21.6
	301만원~500만원	(367)	36.7
	501만원~700만원	(230)	23.0
	701만원 이상	(187)	18.7
결혼 여부별	기혼	(604)	60.4
	미혼	(396)	39.6
용돈중 주류소비 비율	10% 이하	(284)	28.4
	11%~20%	(232)	23.2
	21%~30%	(180)	18.0
	31% 이상	(304)	30.4

02. 주류 트렌드 - ① 주류 트렌드

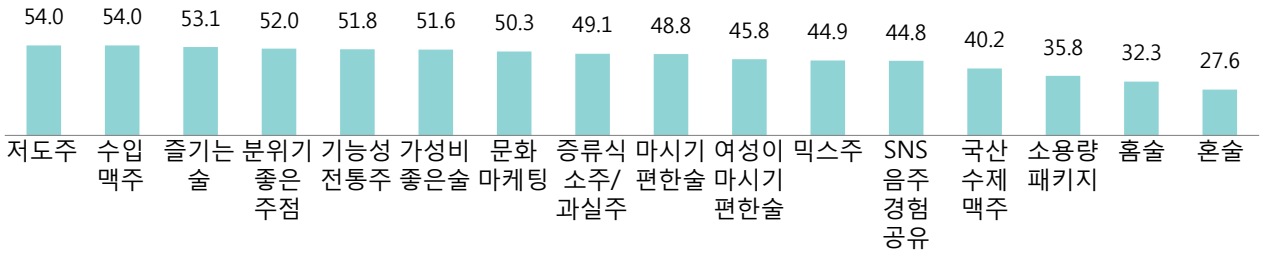
- 최신 트렌드는 혼술, 홈술, 소용량패키지, 국산수제맥주 등의 순으로 나타남.
- 지속되는 트렌드는 저도주, 수입맥주, 즐기는 술, 분위기 좋은 주점 등의 순으로 나타남.
- 소비자들은 증류식 소주/과실주, 믹스주, 기능성 전통주 등을 과거 트렌드로 인식.

○ 최신 트렌드

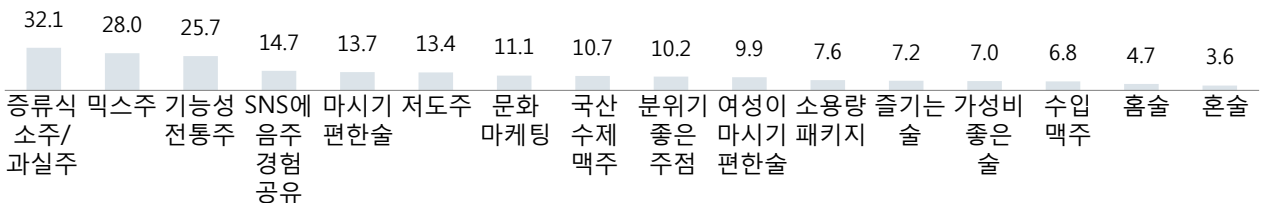
[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



○ 지속되는 트렌드



○ 과거 트렌드



Q. 다음은 지난 1년간 술과 관련한 주요 이슈입니다. 각 항목이 '과거 트렌드', '현재 지속되는 트렌드', '최신 트렌드' 중 어디에 해당한다고 생각하시는지 체크해 주세요.

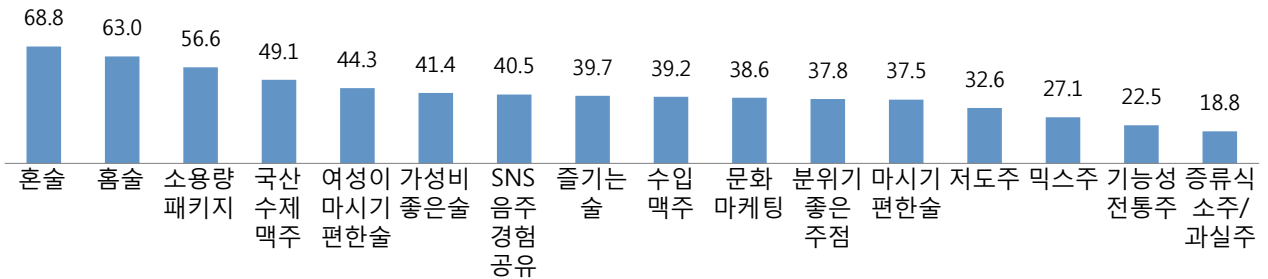
- 과거 트렌드: 현재 시점에서 이미 유행이 끝난 현상
- 지속되는 트렌드: 과거부터 현재, 미래까지 지속적으로 유행하는 현상
- 최신 트렌드: 현재 시점에도 유행하고 있으나 미래에 더 크게 유행할 것 같은 현상

02. 주류 트렌드 - ② 최신 트렌드

- 최신 트렌드는 혼술, 홈술, 소용량 패키지, 국산수제맥주 등으로 나타남.
- 혼술은 40대에서, 홈술은 30대와 40대, 소용량 패키지는 여성에서 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

○ 최신 트렌드



○ 최신 트렌드

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	혼술	홈술	소용량 패키지	국산수제맥주	여성이 마시기 편한술	가성비 좋은술	SNS 음주경험공유	즐거는 술	수입 맥주	문화 마케팅	분위기 좋은 주점	마시기 편한술	저도주	믹스주	기능성 전통주	증류식 소주/과실주
전체		(1,000)	68.8	63.0	56.6	49.1	44.3	41.4	40.5	39.7	39.2	38.6	37.8	37.5	32.6	27.1	22.5	18.8
성별	남성	(513)	68.4	61.0	52.2	49.3	42.1	37.6	37.8	37.6	38.2	34.9	32.6	34.9	30.6	27.7	21.2	19.1
	여성	(487)	69.2	65.1	61.2	48.9	46.6	45.4	43.3	41.9	40.2	42.5	43.3	40.2	34.7	26.5	23.8	18.5
연령별	19-29세	(233)	66.1	57.1	47.2	40.3	40.8	38.6	42.1	38.6	33.9	35.2	42.5	31.8	25.8	26.6	21.5	20.2
	30대	(233)	67.4	66.5	58.8	53.6	46.8	45.9	37.3	42.5	37.8	36.5	41.2	35.6	33.9	24.9	21.9	18.5
	40대	(272)	72.8	66.2	61.4	52.9	43.0	42.3	39.7	41.9	46.0	41.9	36.4	39.0	34.6	25.7	26.1	16.2
	50대	(262)	68.3	61.8	58.0	48.9	46.6	38.9	42.7	35.9	38.2	40.1	32.1	42.7	35.5	30.9	20.2	20.6
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	69.4	64.6	58.1	49.6	40.8	41.7	41.0	38.3	38.3	40.1	36.0	33.8	30.9	24.0	22.4	17.4
	청주/약주	(147)	68.7	58.5	58.5	49.0	49.0	42.2	37.4	41.5	45.6	38.1	41.5	40.8	35.4	29.9	20.4	17.7
	과실주	(231)	69.3	63.2	51.5	46.3	50.2	40.3	41.6	41.1	36.4	39.0	40.7	44.6	36.4	33.3	24.7	21.6
	증류식 소주	(63)	61.9	58.7	57.1	55.6	42.9	41.3	39.7	42.9	42.9	25.4	34.9	36.5	27.0	25.4	20.6	23.8
주 음용 구분	전통주	(51)	62.7	58.8	47.1	39.2	41.2	37.3	47.1	43.1	31.4	43.1	37.3	51.0	29.4	21.6	37.3	19.6
	전통주 외	(949)	69.1	63.2	57.1	49.6	44.5	41.6	40.1	39.5	39.6	38.4	37.8	36.8	32.8	27.4	21.7	18.8

Q. 다음은 지난 1년간 술과 관련한 주요 이슈입니다. 각 항목이 '과거 트렌드', '현재 지속되는 트렌드', '최신 트렌드' 중 어디에 해당한다고 생각하시는지 체크해 주세요.

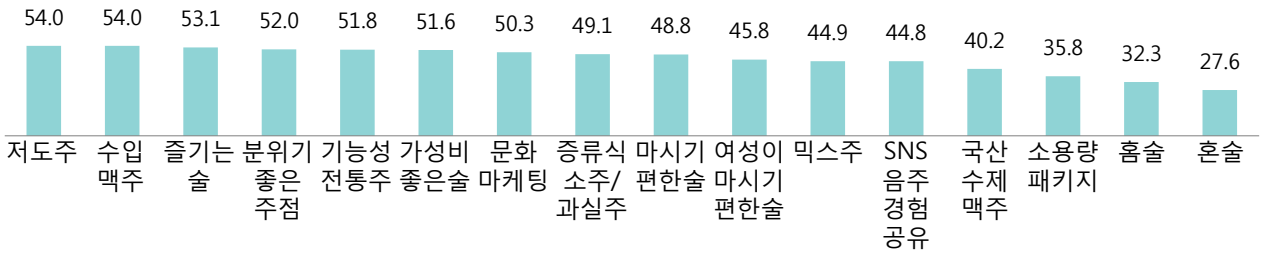
- 과거 트렌드: 현재 시점에서 이미 유행이 끝난 현상
- 지속되는 트렌드: 과거부터 현재, 미래까지 지속적으로 유행하는 현상
- 최신 트렌드: 현재 시점에도 유행하고 있으나 미래에 더 크게 유행할 것 같은 현상

02. 주류 트렌드 - ③ 지속되는 트렌드

- 지속되는 트렌드로는 저도주, 수입맥주, 즐기는 술 등의 순으로 나타남.
- 수입맥주는 20대에서, 분위기 좋은 주점은 남성, 기능성 전통주는 50대에서 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

○ 지속되는 트렌드



○ 지속되는 트렌드

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	저도주	수입맥주	즐기는 술	분위기 좋은 주점	기능성 전통주	가성비 좋은 술	문화 마케팅	증류식 소주/과실주	마시기 편한 술	여성이 마시기 편한 술	믹스주	SNS 음주 경험 공유	국산 수제맥주	소용량 패키지	홈술	혼술
전체		(1,000)	54.0	54.0	53.1	52.0	51.8	51.6	50.3	49.1	48.8	45.8	44.9	44.8	40.2	35.8	32.3	27.6
성별	남성	(513)	55.0	53.8	54.4	56.7	51.7	55.2	53.0	48.7	48.5	46.8	43.1	45.8	38.8	37.8	33.3	27.3
	여성	(487)	53.0	54.2	51.7	47.0	52.0	47.8	47.4	49.5	49.1	44.8	46.8	43.7	41.7	33.7	31.2	27.9
연령별	19-29세	(233)	56.2	59.2	54.9	48.5	43.8	54.1	57.9	46.4	53.6	49.8	46.4	46.4	42.1	44.2	39.1	30.5
	30대	(233)	52.8	56.7	51.9	51.5	52.4	49.4	53.6	52.4	47.2	45.5	47.2	48.5	36.9	33.9	31.3	29.2
	40대	(272)	53.3	47.4	51.5	52.9	50.7	50.4	47.4	49.3	47.4	44.9	41.5	47.1	38.6	33.1	30.5	24.3
	50대	(262)	53.8	53.8	54.2	54.6	59.5	52.7	43.5	48.5	47.3	43.5	45.0	37.8	43.1	32.8	29.0	27.1
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	54.7	54.4	53.8	54.7	49.6	52.8	50.3	46.7	50.8	49.2	43.6	44.9	39.9	34.9	32.0	26.8
	청주/약주	(147)	56.5	48.3	54.4	48.3	55.1	49.7	48.3	55.1	48.3	42.2	45.6	43.5	42.2	33.3	36.7	26.5
	과실주	(231)	50.6	58.0	51.1	46.8	55.4	51.1	48.1	49.8	44.2	40.7	47.6	45.9	41.6	39.8	30.3	28.6
	증류식 소주	(63)	54.0	49.2	50.8	55.6	50.8	47.6	63.5	54.0	49.2	42.9	44.4	42.9	33.3	34.9	31.7	33.3
주 음용 구분	전통주	(51)	56.9	58.8	52.9	51.0	47.1	54.9	49.0	54.9	39.2	51.0	52.9	35.3	54.9	39.2	37.3	33.3
	전통주 외	(949)	53.8	53.7	53.1	52.1	52.1	51.4	50.4	48.8	49.3	45.5	44.5	45.3	39.4	35.6	32.0	27.3

Q. 다음은 지난 1년간 술과 관련한 주요 이슈입니다. 각 항목이 '과거 트렌드', '현재 지속되는 트렌드', '최신 트렌드' 중 어디에 해당한다고 생각하시는지 체크해 주세요.

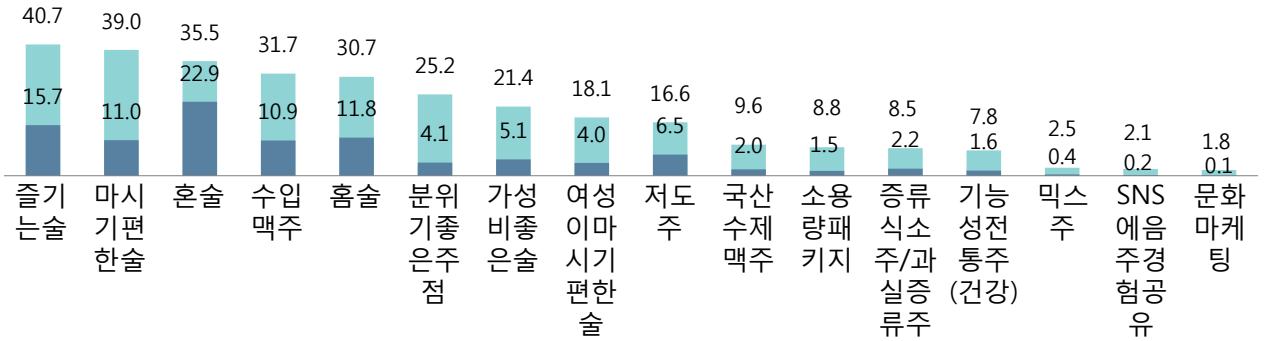
- 과거 트렌드: 현재 시점에서 이미 유행이 끝난 현상
- 지속되는 트렌드: 과거부터 현재, 미래까지 지속적으로 유행하는 현상
- 최신 트렌드: 현재 시점에도 유행하고 있으나 미래에 더 크게 유행할 것 같은 현상

02. 주류 트렌드 - ④ 최선호 주류 트렌드

- 선호하는 주류 트렌드는 즐기는 술, 마시기 편한 술, 혼술 등의 순으로 나타남.
- 즐기는 술은 남성, 40대에서, 마시기 편한 술은 40대와 50대, 혼술은 남성, 30대와 20대에 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 1+2+3순위, 단위: %]

■ 1+2+3순위 ■ 1순위



○ 최선호 주류 트렌드

[Base: 전체(n=1,000), 1+2+3순위, 단위: %]

		사례수	즐기는 술	마시기 편한 술	혼술	수입 맥주	홈술	분위기 좋은 주점	가성비 좋은 술	여성이 마시기 편한 술	저도주	국산 수제 맥주	소용량 패키지	증류식 소주/과실 증류주	기능성 통주 (건강)	믹스주	SNS 에음주 경험 공유	문화 마케팅
전체		(1,000)	40.7	39.0	35.5	31.7	30.7	25.2	21.4	18.1	16.6	9.6	8.8	8.5	7.8	2.5	2.1	1.8
성별	남성 (513)		46.6	38.0	42.1	36.5	32.0	23.6	25.3	2.9	13.5	10.1	8.6	8.2	7.4	2.3	1.9	1.0
	여성 (487)		34.5	40.0	28.5	26.7	29.4	26.9	17.2	34.1	19.9	9.0	9.0	8.8	8.2	2.7	2.3	2.7
연령별	19-29세 (233)		37.8	33.9	38.6	31.3	27.0	34.8	27.0	17.6	12.0	11.2	6.9	11.2	2.1	4.3	3.4	0.9
	30대 (233)		39.9	32.2	40.3	40.3	34.3	21.0	20.2	18.9	15.0	12.4	10.3	7.3	3.9	1.3	1.7	0.9
	40대 (272)		43.8	44.5	37.5	28.3	36.4	18.8	19.5	14.0	19.1	10.3	9.6	4.8	5.9	1.5	1.8	4.4
	50대 (262)		40.8	43.9	26.3	27.9	24.8	27.1	19.5	22.1	19.5	5.0	8.4	11.1	18.3	3.1	1.5	0.8
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주 (559)		43.5	40.3	37.9	31.5	32.4	28.1	24.5	14.3	13.4	8.6	8.4	6.3	5.7	3.0	0.9	1.3
	청주/약주 (147)		41.5	41.5	34.7	33.3	28.6	19.7	22.4	15.6	18.4	12.2	8.8	4.8	9.5	2.7	3.4	2.7
	과실주 (231)		35.1	37.2	29.0	29.0	26.0	25.1	12.1	31.2	25.1	9.1	10.4	14.3	10.8	1.3	2.2	2.2
	증류식 소주 (63)		34.9	28.6	39.7	39.7	38.1	12.7	25.4	9.5	9.5	14.3	6.3	15.9	11.1	1.6	9.5	3.2
주 음용 구분	전통주 (51)		23.5	45.1	27.5	15.7	33.3	21.6	15.7	27.5	15.7	11.8	11.8	17.6	29.4	3.9	0.0	0.0
	전통주 외 (949)		41.6	38.7	35.9	32.6	30.6	25.4	21.7	17.6	16.6	9.5	8.6	8.0	6.6	2.4	2.2	1.9

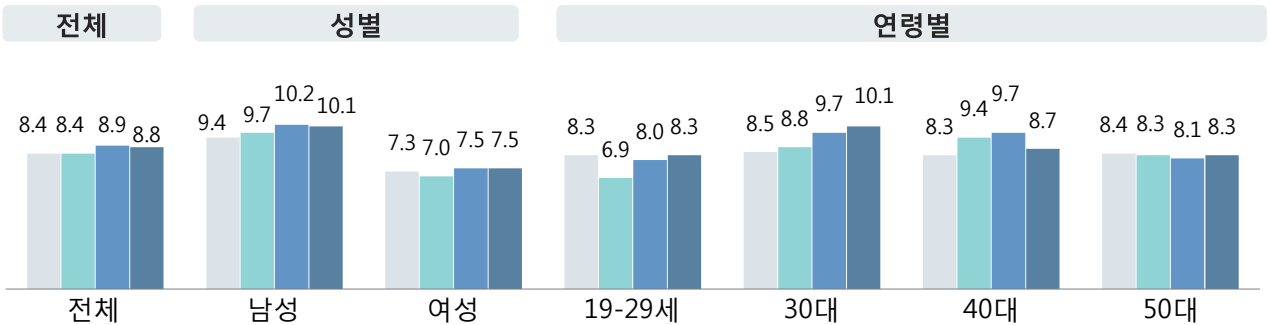
Q. 그림 이러한 트렌드 중 본인이 술을 마시는 스타일과 가깝거나 선호하시는 항목을 순서대로 세 가지만 말씀해 주십시오.

03. 주류 음용 행태 - ① 한 달 평균 주류 음용 횟수

- 주류 음용 횟수는 월 평균 약 8.8회로 나타남.
- 성별로는 남성, 연령별로는 30대, 최근 증류식 소주 음용자에서 월 평균 주류 음용 횟수가 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 20대, 30대, 50대에서 음용 횟수가 상승함.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(일)]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 한 달 평균 주류 음용 횟수

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(일)]

		사례수	1~4회	5~8회	9~16회	17회 이상	[평균·일]
전체		(1,000)	31.3	28.3	27.3	13.1	8.8
성별	남성	(513)	21.8	30.2	30.6	17.3	10.1
	여성	(487)	41.3	26.3	23.8	8.6	7.5
연령별	19-29세	(233)	30.0	33.9	24.5	11.6	8.3
	30대	(233)	23.2	27.9	32.6	16.3	10.1
	40대	(272)	33.1	25.0	30.5	11.4	8.7
	50대	(262)	37.8	27.1	21.8	13.4	8.3
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	30.6	29.7	25.4	14.3	9.0
	청주/약주	(147)	32.0	23.1	30.6	14.3	9.2
	과실주	(231)	36.8	26.8	28.1	8.2	7.6
	증류식 소주	(63)	15.9	33.3	33.3	17.5	10.0
주 음용 구분	전통주	(51)	43.1	15.7	23.5	17.6	8.9
	전통주 외	(949)	30.7	29.0	27.5	12.9	8.8

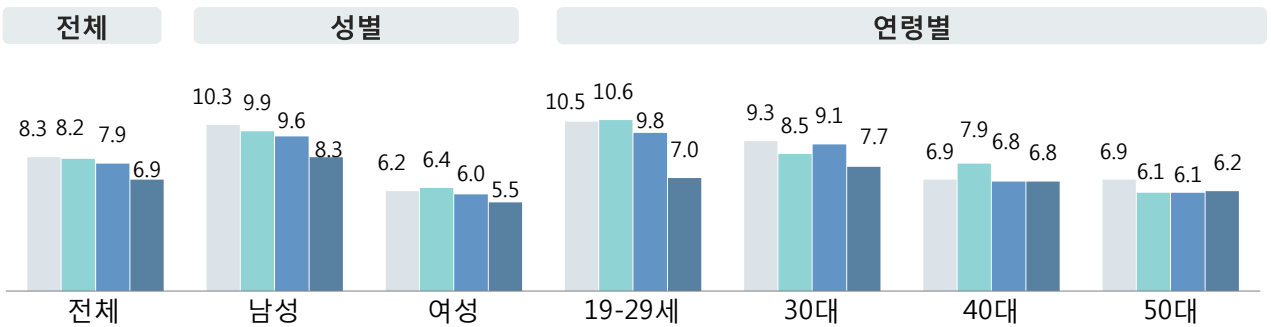
Q. 귀하는 지난해 동안 술의 종류와 관계없이 한 달에 평균 며칠 술을 마셨습니까?

03. 주류 음용 행태 - ② 하루 평균 음용량

- 하루 평균 주류 음용량은 약 6.9잔으로 나타남.
- 성별로는 남성, 전통주 최근 증류식 소주 음용자에서 하루 평균 주류 음용량이 상대적으로 많음.
- 2016년 대비 20대, 30대에서 하루 평균 음용량이 줄어든 것으로 나타남

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(잔)]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 하루 평균 음용량

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(잔)]

		사례수	3잔 이하	4~7잔	8~14잔	15잔 이상	[평균:잔]
전체		(1,000)	37.0	32.7	21.1	9.2	6.9
성별	남성	(513)	23.8	34.9	29.8	11.5	8.3
	여성	(487)	50.9	30.4	11.9	6.8	5.5
연령별	19-29세	(233)	32.6	35.6	21.9	9.9	7.0
	30대	(233)	35.2	28.8	24.5	11.6	7.7
	40대	(272)	40.1	30.1	21.0	8.8	6.8
	50대	(262)	39.3	36.3	17.6	6.9	6.2
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	32.9	35.2	22.9	8.9	6.9
	청주/약주	(147)	39.5	34.7	17.7	8.2	6.6
	과실주	(231)	45.0	28.1	18.6	8.2	6.6
	증류식 소주	(63)	38.1	22.2	22.2	17.5	8.3
주 음용 구분	전통주	(51)	51.0	29.4	13.7	5.9	4.9
	전통주 외	(949)	36.2	32.9	21.5	9.4	7.0

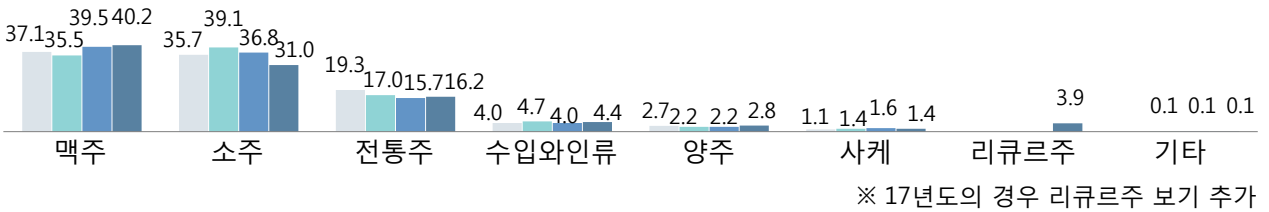
Q. 귀하는 지난해 동안 술을 마실 때, 하루에 평균 몇 잔 정도의 술을 마셨습니까?

03. 주류 음용 행태 - ③ 한 달 평균 주류 음용 비중

- 주류 음용 비중은 맥주가 40.2%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 소주 31.0%, 전통주 16.2%의 순으로 나타남.
- 맥주는 여성, 40대에서, 소주는 남성, 50대, 최근 증류식 소주, 막걸리/탁주 음용자에서 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 소주 음용 비중이 줄어든 것으로 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(%)]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 한 달 평균 주류 음용 비중

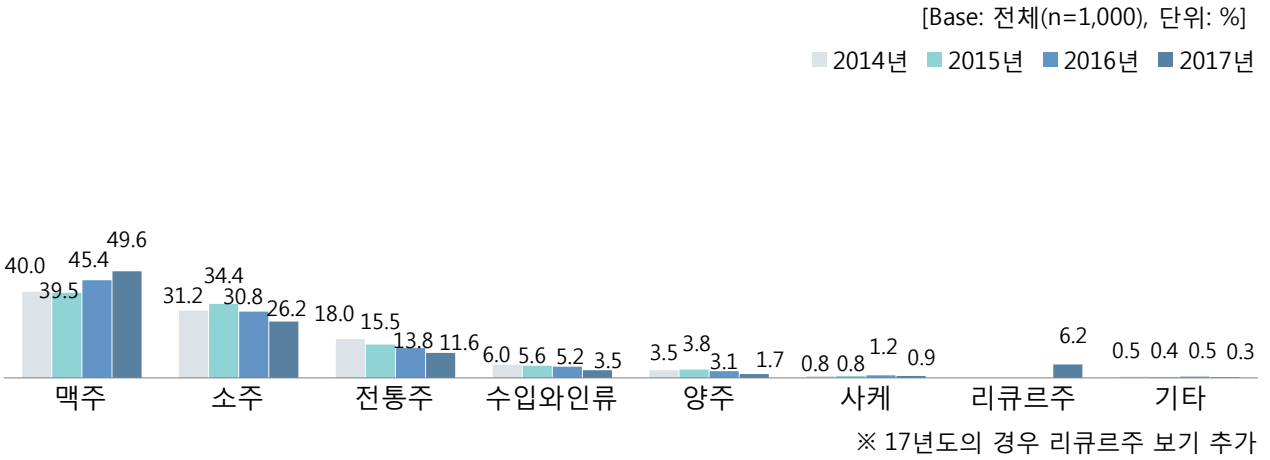
[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(%)]

		사케수	맥주	소주	전통주: 막걸리	수입 와인류	전통주: 과실주	리큐르주	양주	전통주: 청주/ 약주	사케	전통주: 증류식 소주	기타
전체		(1,000)	40.2	31.0	9.5	4.4	3.9	3.9	2.8	1.8	1.4	0.9	0.1
성별	남성	(513)	35.4	39.3	10.7	2.4	2.3	2.1	3.8	1.4	1.4	1.2	0.1
	여성	(487)	45.3	22.2	8.3	6.5	5.5	5.9	1.7	2.3	1.4	0.7	0.2
연령별	19-29세	(233)	41.5	31.3	7.2	3.8	3.0	7.3	2.5	1.1	1.5	0.7	0.0
	30대	(233)	41.6	29.6	6.8	3.9	4.2	5.2	3.3	1.8	2.1	1.0	0.5
	40대	(272)	43.8	29.1	8.8	5.1	4.2	2.0	2.7	2.0	1.3	1.0	0.0
	50대	(262)	34.1	33.9	14.8	4.7	4.1	1.8	2.5	2.3	0.8	1.0	0.1
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	40.2	34.0	13.0	3.3	1.5	3.9	1.9	0.7	0.9	0.5	0.2
	청주/약주	(147)	40.0	28.5	5.5	5.1	3.8	2.4	4.4	5.8	3.6	0.9	0.1
	과실주	(231)	42.2	24.3	5.0	6.4	10.3	5.0	2.9	2.2	1.0	0.7	0.0
	증류식 소주	(63)	33.8	34.8	4.5	5.3	1.8	4.2	6.0	1.6	2.2	5.7	0.0
주 음용 구분	전통주	(51)	9.6	5.7	59.4	2.0	15.0	0.2	0.6	2.8	0.8	3.9	0.0
	전통주 외	(949)	41.9	32.3	6.9	4.5	3.3	4.1	2.9	1.8	1.4	0.8	0.1

Q. 귀하께서 평소 한 달에 술을 드시는 전체 횟수를 100으로 본다면 각 주류 별 음용 비중은 어떻게 되십니까?

03. 주류 음용 행태 - ④ 최선호 주종

- 최선호 주종은 맥주가 49.6%로 가장 높게 나타났으며, 소주 26.2%, 전통주 11.6%의 순으로 나타남.
- 맥주는 여성, 40대와 30대에서, 소주는 남성, 50대에서 상대적으로 높게 나타남.
- 소주는 2015년 이후, 전통주는 2014년 이후 계속해서 선호도가 낮아지는 경향을 보임.



○ 최선호 주종

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	맥주	소주	리큐르주	전통주: 막걸리	수입 와인류	전통주: 과실주	양주	전통주: 청주/ 약주	전통주: 증류식 소주	사케	기타
전체		(1,000)	49.6	26.2	6.2	5.7	3.5	3.7	1.7	1.1	1.1	0.9	0.3
성별	남성	(513)	44.6	37.4	2.5	6.4	1.9	1.6	1.9	0.8	1.4	1.2	0.2
	여성	(487)	54.8	14.4	10.1	4.9	5.1	6.0	1.4	1.4	0.8	0.6	0.4
연령별	19-29세	(233)	51.1	24.0	13.3	3.0	2.6	2.1	1.7	0.0	0.4	0.9	0.9
	30대	(233)	54.9	24.0	6.9	3.0	2.6	3.0	1.3	1.3	0.9	1.7	0.4
	40대	(272)	55.1	23.5	2.9	4.8	4.8	4.8	1.5	1.1	0.7	0.7	0.0
	50대	(262)	37.8	32.8	2.7	11.5	3.8	4.6	2.3	1.9	2.3	0.4	0.0
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	49.4	30.6	5.0	8.6	2.7	1.1	1.4	0.0	0.7	0.4	0.2
	청주/약주	(147)	53.1	22.4	2.7	0.7	4.8	3.4	2.7	6.8	0.0	2.7	0.7
	과실주	(231)	49.8	15.6	12.6	3.5	4.8	11.3	1.3	0.0	0.4	0.9	0.0
	증류식 소주	(63)	42.9	34.9	1.6	0.0	3.2	0.0	3.2	1.6	9.5	1.6	1.6
주 음용 구분	전통주	(51)	13.7	5.9	3.9	39.2	0.0	21.6	5.9	2.0	5.9	2.0	0.0
	전통주 외	(949)	51.5	27.3	6.3	3.9	3.7	2.7	1.5	1.1	0.8	0.8	0.3

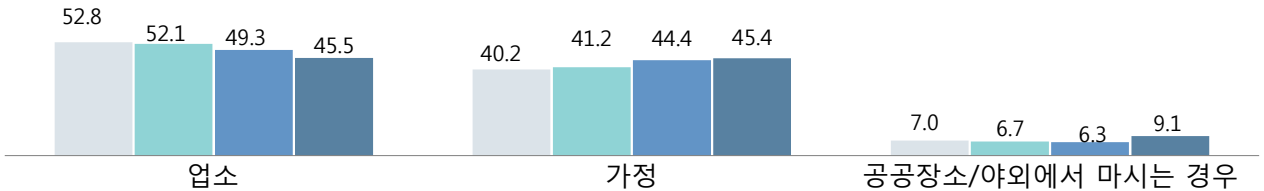
Q. 그럼, 마시는 양이나 빈도와 관계없이 귀하께서 가장 좋아하시는 술은 어떻게 되시나요?

04. 전통주 음용 행태 - ① 전통주 음용 장소 비중

- 전통주를 음용하는 장소는 업소 45.5%, 가정 45.4%, 공공장소/야외에서 마시는 경우는 9.1%로 나타남.
- 업소에서는 20대에서, 가정에서는 40대에서 상대적으로 높게 나타남.
- 4년 연속 업소에서의 전통주 음용 비중은 감소하는 반면, 가정에서의 음용 비중은 증가하는 경향을 보임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(%)]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 전통주 음용 장소

[Base: 전체(n=1,000), 단위: 평균(%)]

		사례수	업소(식당,주점 등)	가정(집)	공공장소/야외에서 마시는 경우 (편의점/공원포함)
전체		(1,000)	45.5	45.4	9.1
성별	남성	(513)	46.0	44.5	9.4
	여성	(487)	44.9	46.2	8.8
연령별	19-29세	(233)	49.7	39.1	11.2
	30대	(233)	45.8	46.4	7.9
	40대	(272)	42.5	48.4	9.1
	50대	(262)	44.6	46.9	8.4
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	46.6	46.2	7.2
	청주/약주	(147)	45.9	43.8	10.4
	과실주	(231)	44.5	43.7	11.8
	증류식 소주	(63)	38.0	48.0	14.0
주 음용 구분	전통주	(51)	27.3	61.8	10.9
	전통주 외	(949)	46.5	44.5	9.0

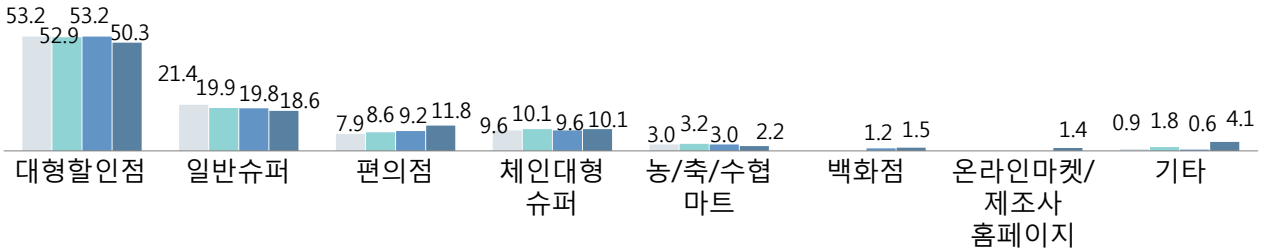
Q. 다음은 전통주를 드시는 장소에 대하여 여쭙어보겠습니다. 귀하께서는 평소 전통주를 어디에서 드십니까? 장소별로 비중 합계가 100이 되도록 비율을 입력하여 주십시오.

04. 전통주 음용 행태 - ② 전통주 구입 장소

- 전통주를 구입하는 장소는 대형할인점이 50.3%로 가장 높게 나타남. 그 다음으로, 일반 슈퍼 18.6%, 편의점 11.8%의 순으로 나타남.
- 대형할인점에서 전통주를 구입하는 경우는 30대, 최근 과실주 음용자에서, 일반 슈퍼는 40대, 최근 막걸리/탁주 음용자, 전통주 주 음용자에서 상대적으로 높음.
- 4년 연속 전통주 구입장소 비중에는 큰 변화가 없음.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



※ 17년도의 경우 온라인마켓/제조사 홈페이지 보기 추가

○ 전통주 구입 장소

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

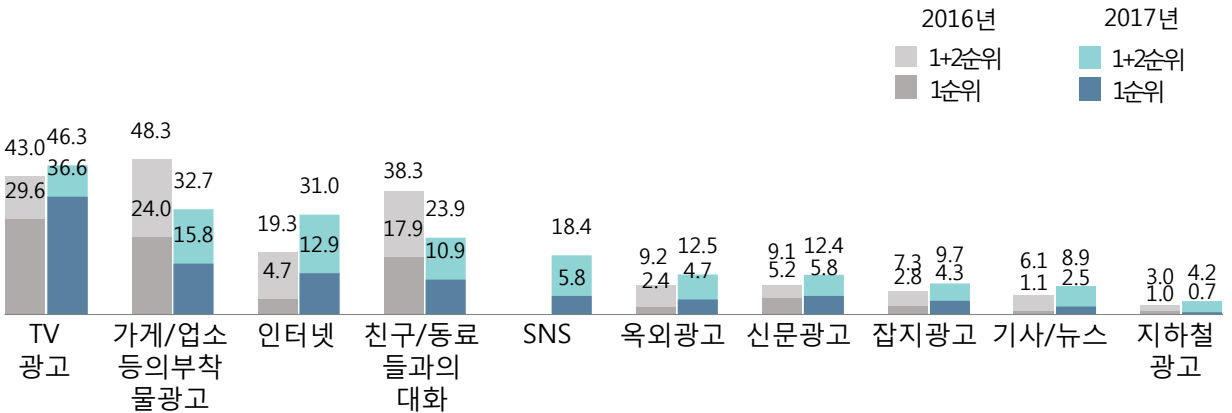
		사례수	대형 할인점	일반 슈퍼	편의점	체인 대형 슈퍼	농/축/수협 마트	백화점	온라인 마켓	기타
전체		(1,000)	50.3	18.6	11.8	10.1	2.2	1.5	1.4	4.1
성별	남성	(513)	50.1	18.3	13.1	9.7	1.9	1.4	1.4	4.1
	여성	(487)	50.5	18.9	10.5	10.5	2.5	1.6	1.4	4.1
연령별	19-29세	(233)	35.6	17.6	25.8	10.3	0.9	1.7	1.7	6.4
	30대	(233)	56.7	13.3	9.9	10.7	1.7	2.6	1.3	3.9
	40대	(272)	54.0	22.4	6.3	9.6	1.8	1.5	1.5	2.9
	50대	(262)	53.8	20.2	6.9	9.9	4.2	0.4	1.1	3.4
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	47.4	22.2	12.7	8.6	1.8	0.9	0.9	5.5
	청주/약주	(147)	48.3	15.0	10.9	15.0	4.1	2.0	0.7	4.1
	과실주	(231)	58.0	14.3	8.7	11.3	1.7	2.2	2.2	1.7
	증류식 소주	(63)	52.4	11.1	17.5	7.9	3.2	3.2	4.8	0
주 음용 구분	전통주	(51)	33.3	37.3	9.8	5.9	5.9	5.9	0.0	2
	전통주 외	(949)	51.2	17.6	11.9	10.3	2.0	1.3	1.5	4.2

Q. 귀하께서 전통주를 가장 자주 구입한 장소는 어디입니까?

04. 전통주 음용 행태 - ③ 전통주 광고 접촉 경로

- 전통주 광고 접촉 경로는 'TV광고'가 가장 높았으며, 그 다음으로 '가게/업소 등의 부착물 광고', '인터넷', '친구/동료들과의 대화' 등의 순으로 나타남.
- 'TV광고'는 여성, 최근 과실주, 증류식 소주 음용자에서, '가게/업소 등의 부착물 광고'는 50대, 40대, 전통주 주 음용자에서 상대적으로 높음.
- 2016년 대비 TV광고, 인터넷을 통해 광고를 접촉한 경우가 증가함.

[Base: 전체(n=1,000), 1+2순위, 단위: %]



※ 17년도의 경우 인터넷을 '인터넷(카페 블로그)'과 'SNS(인스타그램, 페이스북)'으로 세분화

○ 전통주 광고 접촉 경로

[Base: 전체(n=1,000), 1+2순위, 단위: %]

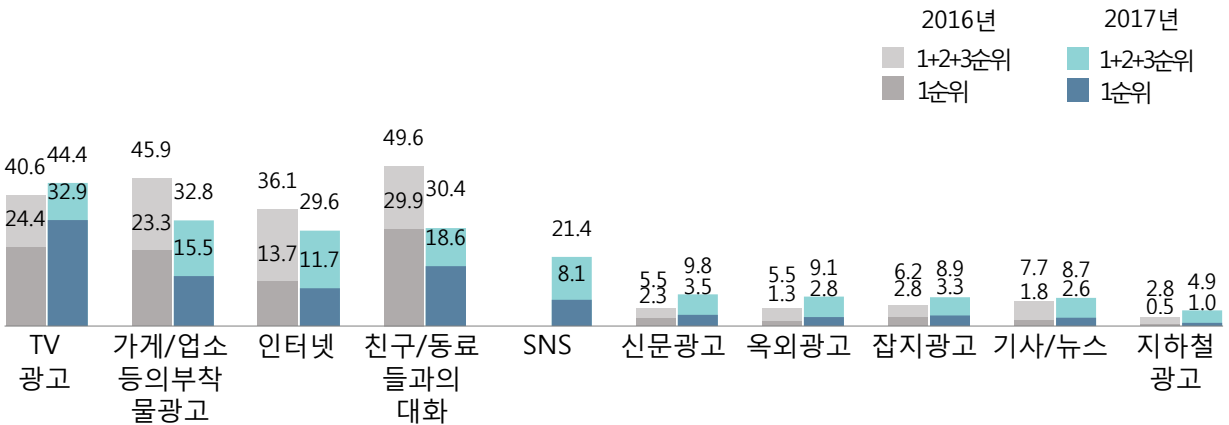
		사례수	TV광고	가게/업소 등의 부착물 광고	인터넷	친구/동료들과의 대화	SNS	옥외광고	신문광고	잡지광고	기사/뉴스	지하철 광고
전체		(1,000)	46.3	32.7	31.0	23.9	18.4	12.5	12.4	9.7	8.9	4.2
성별	남성	(513)	41.5	31.2	32.9	22.4	17.7	15.8	12.9	10.7	10.1	4.7
	여성	(487)	51.3	34.3	29.0	25.5	19.1	9.0	11.9	8.6	7.6	3.7
연령별	19-29세	(233)	43.3	18.5	37.8	29.6	30.0	12.0	10.7	8.2	4.7	5.2
	30대	(233)	48.5	31.3	36.5	20.6	18.5	12.4	9.9	14.2	5.2	3.0
	40대	(272)	46.3	39.0	28.7	22.4	14.3	12.9	11.8	9.2	11.4	4.0
	50대	(262)	46.9	40.1	22.5	23.3	12.2	12.6	16.8	7.6	13.4	4.6
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	42.8	34.9	32.2	27.7	19.1	11.8	11.6	7.9	9.1	2.9
	청주/약주	(147)	45.6	31.3	36.7	20.4	13.6	12.2	15.6	9.5	7.5	7.5
	과실주	(231)	53.7	29.9	25.5	17.7	20.3	13.4	13.4	11.7	8.2	6.1
	증류식 소주	(63)	52.4	27.0	27.0	20.6	15.9	15.9	7.9	19.0	12.7	1.6
주 음용 구분	전통주	(51)	35.3	41.2	21.6	35.3	13.7	15.7	5.9	7.8	9.8	13.7
	전통주 외	(949)	46.9	32.2	31.5	23.3	18.7	12.3	12.8	9.8	8.9	3.7

Q. 귀하께서 전통주와 관련된 정보나 광고를 가장 많이 접하는 곳이 어디입니까? 보기 중에서 순서대로 두 가지만 말씀해 주십시오.

04. 전통주 음용 행태 - ④ 전통주 구매 영향 광고 경로

- 전통주 광고 영향력은 'TV광고'가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '가게/업소 등의 부착물 광고', '인터넷' 등의 순으로 나타남.
- 'TV광고'는 40대에서, '가게/업소 등의 부착물 광고'는 50대, '인터넷'은 20대에서 상대적으로 광고 영향력이 높게 나타남.
- 2016년 대비 TV광고의 영향력이 증가했으면, 새롭게 추가된 SNS의 영향력이 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 1+2순위, 단위: %]



※ 17년도의 경우 인터넷을 '인터넷(카페 블로그)'과 'SNS(인스타그램, 페이스북)'으로 세분화

○ 구매 영향 광고 경로

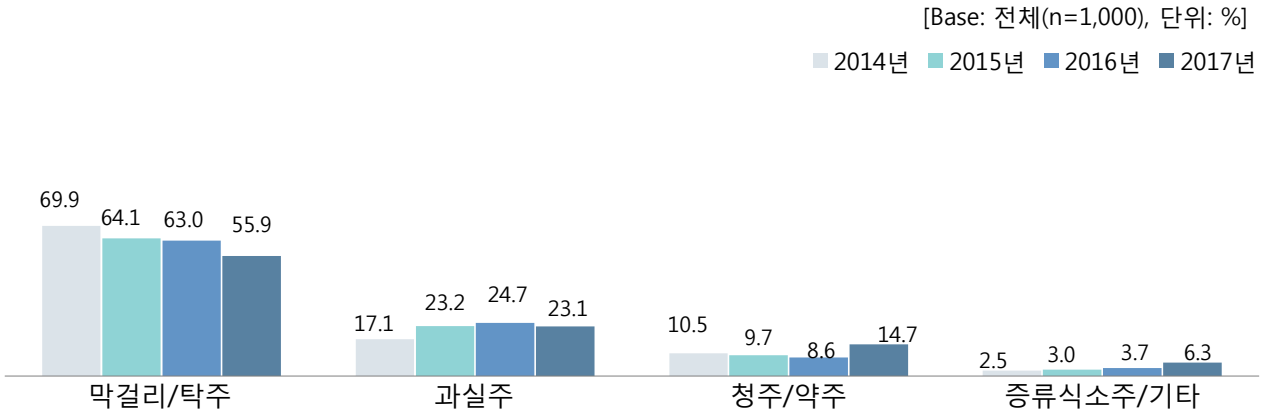
[Base: 전체(n=1,000), 1+2순위, 단위: %]

		사례수	TV광고	가게/업소 등의 부착물 광고	인터넷	친구/동료들과의 대화	SNS	신문광고	옥외광고	잡지광고	기사/뉴스	지하철 광고
전체		(1,000)	44.4	32.8	29.6	30.4	21.4	9.8	9.1	8.9	8.7	4.9
성별	남성	(513)	42.5	33.5	31.4	27.7	21.8	11.1	8.8	9.6	8.0	5.7
	여성	(487)	46.4	32.0	27.7	33.3	20.9	8.4	9.4	8.2	9.4	4.1
연령별	19-29세	(233)	37.3	20.6	35.6	34.8	36.9	5.2	9.4	8.2	4.7	7.3
	30대	(233)	44.6	35.2	34.8	28.3	20.6	7.3	9.4	10.3	7.3	2.1
	40대	(272)	48.2	35.7	26.1	30.1	16.9	11.8	8.8	8.5	9.9	4.0
	50대	(262)	46.6	38.5	23.3	28.6	13.0	14.1	8.8	8.8	12.2	6.1
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	42.6	34.2	29.3	34.5	20.9	10.6	8.1	7.5	8.6	3.8
	청주/약주	(147)	44.9	33.3	26.5	25.9	17.7	8.2	14.3	10.2	9.5	9.5
	과실주	(231)	50.2	30.3	29.9	23.8	22.9	11.3	8.2	10.8	7.4	5.2
	증류식 소주	(63)	38.1	28.6	38.1	28.6	28.6	1.6	9.5	11.1	12.7	3.2
주 음용 구분	전통주	(51)	27.5	47.1	19.6	35.3	21.6	7.8	13.7	5.9	5.9	15.7
	전통주 외	(949)	45.3	32.0	30.1	30.1	21.4	9.9	8.9	9.1	8.9	4.3

Q. 그렇다면, 어떤 형태의 광고가 전통주 구매의향에 가장 큰 영향을 끼쳤습니까? 보기 중에서 순서대로 두 가지만 말씀해 주십시오.

04. 전통주 음용 행태 - ⑤ 최근 음용 전통주

- 가장 최근에 마신 전통주는 막걸리/탁주가 가장 높게 나타남. 그 다음으로 과실주, 청주/약주, 증류식 소주의 순으로 나타남.
- 막걸리/탁주의 음용 비중은 계속해서 감소하는 경향을 보임.



○ 최근 음용 전통주

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	막걸리/탁주	과실주 (국산 포도주, 복분자주, 매취순 등)	청주/약주 (경주법주, 백세주 등)	증류식 소주 (안동소주 등)/ 기타 인삼주, 홍주 등
전체		(1,000)	55.9	23.1	14.7	6.3
성별	남성	(513)	60.4	16.4	14.6	8.6
	여성	(487)	51.1	30.2	14.8	3.9
연령별	19-29세	(233)	60.9	21.9	8.6	8.6
	30대	(233)	54.5	24.9	15.0	5.6
	40대	(272)	54.8	21.3	18.4	5.5
	50대	(262)	53.8	24.4	16.0	5.7
주 음용 구분	전통주	(51)	56.9	27.5	13.7	2.0
	전통주 외	(949)	55.8	22.9	14.8	6.5

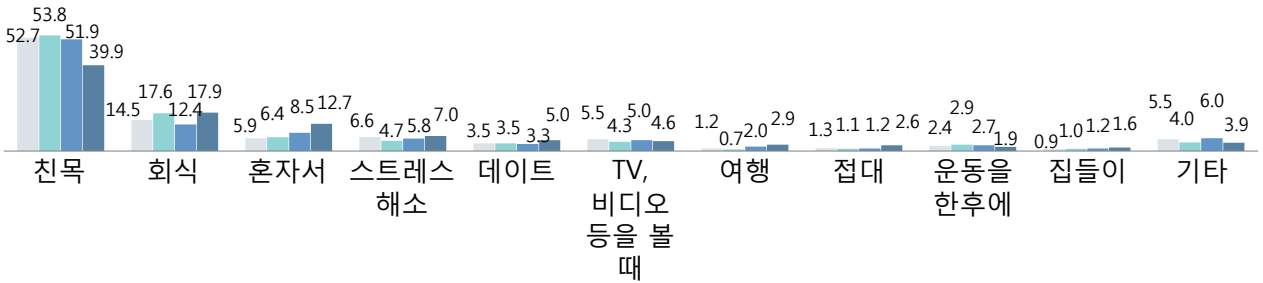
Q. 귀하께서 다음의 전통주 중 가장 최근에 드신 술은 무엇입니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑥ 전통주 음용 상황

- 전통주를 음용하는 상황은 '친목'이 가장 많은 것으로 나타남. 그 다음으로, '회식', '혼자서', '스트레스 해소', '데이트' 순으로 나타남.
- '친목'은 여성, 50대에서, '회식'은 남성, 30대에서 상대적으로 높게 나타남.
- 최근 청주/약주 음용자는 '스트레스 해소'에서, 과실주는 '회식'에서, 증류식 소주는 '혼자서', '접대'에서 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 '친목'이 감소한 반면, '혼자서'는 4년 연속 증가하는 경향을 보임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 전통주 음용 상황

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	친목	회식	혼자서	스트레스 해소	데이트	TV/비디 오 등을 볼 때	여행	접대	운동을 한 후에	집들이	기타
전체		(1,000)	39.9	17.9	12.7	7.0	5.0	4.6	2.9	2.6	1.9	1.6	3.9
성별	남성	(513)	36.6	20.7	17.9	6.2	4.5	3.1	2.5	3.5	2.3	0.2	2.3
	여성	(487)	43.3	15.0	7.2	7.8	5.5	6.2	3.3	1.6	1.4	3.1	5.5
연령별	19-29세	(233)	37.8	16.3	9.0	9.9	13.3	3.4	2.1	3.0	0.9	1.3	3.0
	30대	(233)	41.2	20.2	7.7	8.6	4.3	3.9	3.9	3.9	0.9	2.1	3.4
	40대	(272)	37.5	18.0	16.2	5.9	2.9	7.0	1.8	1.8	2.2	1.8	4.8
	50대	(262)	43.1	17.2	16.8	4.2	0.4	3.8	3.8	1.9	3.4	1.1	4.2
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	41.9	17.5	15.2	6.3	3.8	4.7	1.6	1.4	2.7	1.1	3.9
	청주/약주	(147)	34.0	15.0	8.2	10.2	8.2	4.1	4.8	4.8	0.7	2.7	7.5
	과실주	(231)	41.1	22.1	6.9	6.1	6.5	4.8	4.3	2.6	0.9	2.6	2.2
	증류식 소주	(63)	31.7	12.7	22.2	9.5	3.2	4.8	4.8	7.9	1.6	0.0	1.6
주 음용 구분	전통주	(51)	23.5	9.8	29.4	3.9	5.9	5.9	5.9	3.9	2.0	0.0	9.8
	전통주 외	(949)	40.8	18.3	11.8	7.2	5.0	4.5	2.7	2.5	1.9	1.7	3.6

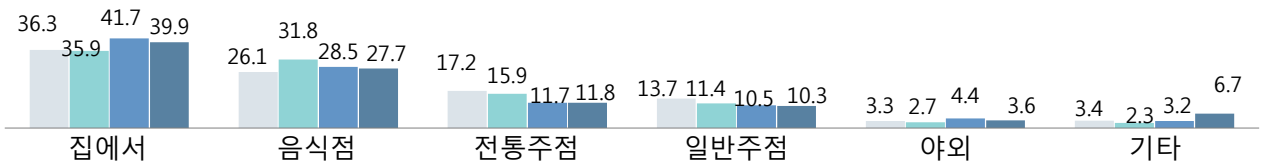
Q. [최근 음용 전통주]을/를 드신 상황은 무엇입니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑦ 전통주 음용 장소

- 전통주를 음용하는 장소는 '집'이 가장 많음. 다음으로, '음식점', '전통주점', '일반 주점' 등의 순으로 나타남.
- '집'은 여성, 40대, 50대에서, '전통주점'은 30대에서 상대적으로 높게 나타남.
- 최근 막걸리/탁주 음용자는 '전통주점'에서, 청주/약주 음용자는 '일반 주점'에서, 과실주 음용자는 '음식점'에서 상대적으로 높게 나타남.
- 전통주 음용 장소는 2016년과 비슷한 경향을 보임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 전통주 음용 장소

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	집에서	음식점	전통주점	일반 주점	야외(유원지 등)	기타
전체		(1,000)	39.9	27.7	11.8	10.3	3.6	6.7
성별	남성	(513)	36.3	30.0	13.3	10.1	3.7	6.6
	여성	(487)	43.7	25.3	10.3	10.5	3.5	6.8
연령별	19-29세	(233)	26.2	29.2	12.9	16.7	3.0	12.0
	30대	(233)	39.5	26.6	16.7	8.6	4.7	3.9
	40대	(272)	47.1	25.7	12.1	7.0	3.3	4.8
	50대	(262)	45.0	29.4	6.1	9.5	3.4	6.5
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	40.6	27.4	14.7	9.3	3.8	4.3
	청주/약주	(147)	38.8	24.5	9.5	13.6	5.4	8.2
	과실주	(231)	38.5	31.6	6.9	10.8	2.2	10.0
	증류식 소주	(63)	41.3	23.8	9.5	9.5	3.2	12.7
주 음용 구분	전통주	(51)	64.7	9.8	7.8	5.9	5.9	5.9
	전통주 외	(949)	38.6	28.7	12.0	10.5	3.5	6.7

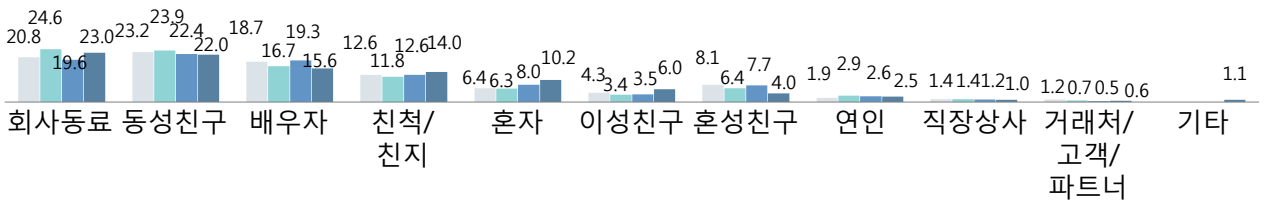
Q. [최근 음용 전통주]을/를 드신 장소는 어디입니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑧ 전통주 음용 상대

- 전통주를 함께 마시는 상대는 '회사동료'가 가장 많음. 그 다음으로, '동성친구', '배우자' 등의 순으로 나타남.
- '회사동료'는 남성, 30대에서, '동성친구'는 20대에서, '배우자'는 여성, 40대와 50대에서 상대적으로 높음.
- 최근 막걸리/탁주 음용자는 배우자에서, 청주/약주는 이성친구, 혼성친구에서, 과실주는 동성친구, 증류식 소주는 혼자에서 상대적으로 높게 나타남.
- 전통주 음용 상대는 2016년 대비 '회사동료', '친척/친지', '혼자', '이성친구' 등에서 증가함.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 전통주 음용 상대

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

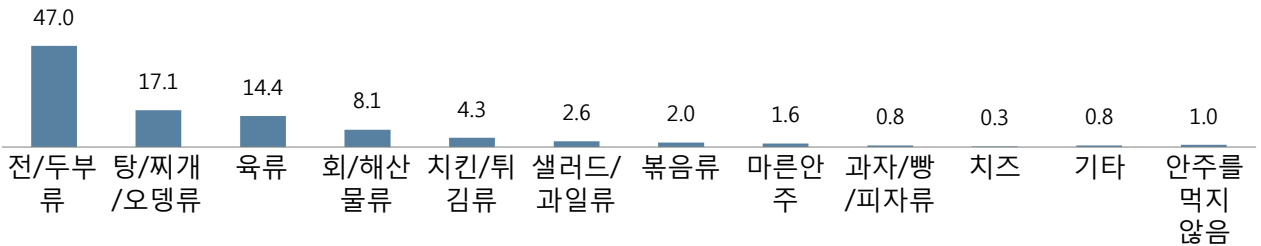
		사례수	회사 동료	동성 친구	배우자	친척 /친지	혼자	이성 친구	혼성 친구	연인	직장 상사	거래처 /고객 /파트너	기타
전체		(1,000)	23.0	22.0	15.6	14.0	10.2	6.0	4.0	2.5	1.0	0.6	1.1
성별	남성	(513)	27.7	20.9	12.3	11.5	14.0	6.0	3.7	1.4	1.2	0.6	0.8
	여성	(487)	18.1	23.2	19.1	16.6	6.2	6.0	4.3	3.7	0.8	0.6	1.4
연령별	19-29세	(233)	17.2	30.9	3.4	12.9	8.6	11.6	3.9	9.0	0.4	0.0	2.1
	30대	(233)	28.8	18.9	15.5	12.4	7.3	6.9	4.7	1.3	1.7	0.9	1.7
	40대	(272)	23.5	17.6	20.6	15.8	13.6	3.7	2.6	0.4	1.1	0.7	0.4
	50대	(262)	22.5	21.4	21.4	14.5	10.7	2.7	5.0	0.0	0.8	0.8	0.4
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	22.5	22.0	19.3	11.6	11.6	4.8	2.9	2.5	0.7	0.5	1.4
	청주/약주	(147)	23.8	15.0	13.6	19.7	6.1	9.5	9.5	1.4	0.7	0.0	0.7
	과실주	(231)	25.1	28.1	10.4	14.7	6.5	6.1	3.0	3.0	1.3	0.9	0.9
	증류식 소주	(63)	17.5	15.9	6.3	19.0	20.6	7.9	4.8	3.2	3.2	1.6	0.0
주 음용 구분	전통주	(51)	9.8	11.8	25.5	9.8	23.5	7.8	3.9	0.0	0.0	0.0	7.8
	전통주 외	(949)	23.7	22.6	15.1	14.2	9.5	5.9	4.0	2.6	1.1	0.6	0.7

Q. [최근 음용 전통주] 을/를 누구와 함께 드셨습니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑨ 전통주와 어울리는 안주

- 전통주와 어울리는 안주는 ‘전/두부류’가 가장 높음. 다음으로, ‘탕/찌개/오뎅류’, ‘육류’ 등의 순으로 나타남.
- 최근 음용 전통주별로 살펴보면, 막걸리/탁주는 전/두부류에서, 청주/약주는 회/해산물류, 과실주는 샐러드/과일류에서, 증류식 소주는 육류에서 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



○ 전통주와 어울리는 안주

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	전/두부류	탕/찌개/오뎅류	육류	회/해산물류	치킨/튀김류	샐러드/과일류	볶음류	마른안주	과자/빵/피자류	치즈	기타	안주를 먹지 않음
전체		(1,000)	47.0	17.1	14.4	8.1	4.3	2.6	2.0	1.6	0.8	0.3	0.8	1.0
성별	남성	(513)	47.0	14.0	17.0	9.0	4.7	2.5	1.8	1.4	1.4	0.2	0.6	0.6
	여성	(487)	47.0	20.3	11.7	7.2	3.9	2.7	2.3	1.8	0.2	0.4	1.0	1.4
연령별	19-29세	(233)	48.9	18.0	12.0	6.4	6.0	3.0	1.7	0.9	0.4	0.0	0.4	2.1
	30대	(233)	48.1	15.5	17.2	8.2	3.9	1.3	3.0	0.9	0.9	0.4	0.9	0.0
	40대	(272)	47.4	15.1	15.1	7.7	3.7	1.8	2.2	2.6	1.5	0.4	1.5	1.1
	50대	(262)	43.9	19.8	13.4	9.9	3.8	4.2	1.1	1.9	0.4	0.4	0.4	0.8
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	72.8	11.8	6.3	2.0	2.0	0.4	1.4	0.9	0.7	0.0	1.3	0.5
	청주/약주	(147)	20.4	23.8	25.9	17.0	7.5	1.4	2.0	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0
	과실주	(231)	12.1	23.8	21.2	15.6	7.8	8.7	2.6	3.9	0.9	0.9	0.0	2.6
	증류식 소주	(63)	7.9	23.8	34.9	14.3	4.8	3.2	4.8	1.6	1.6	0.0	1.6	1.6
주 음용 구분	전통주	(51)	39.2	9.8	15.7	15.7	3.9	3.9	3.9	3.9	0.0	0.0	0.0	3.9
	전통주 외	(949)	47.4	17.5	14.3	7.7	4.3	2.5	1.9	1.5	0.8	0.3	0.8	0.8

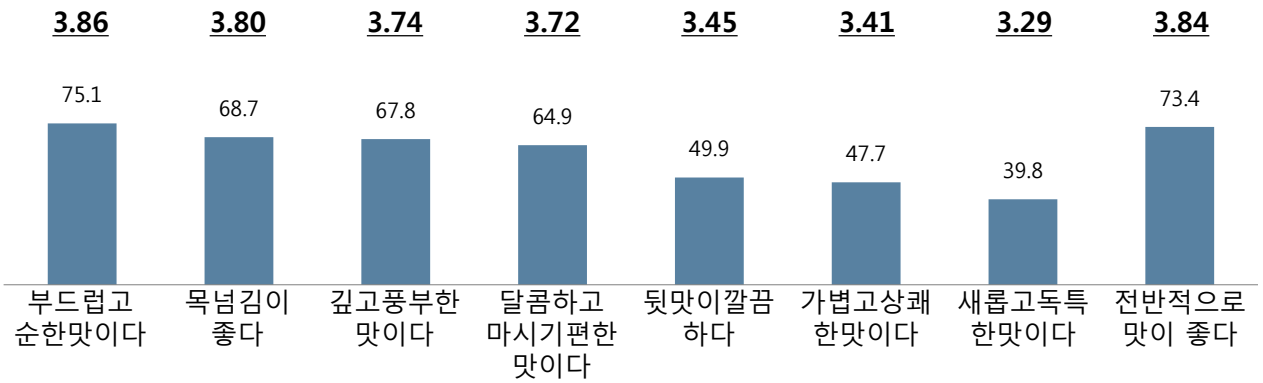
Q. [최근 음용 전통주] 을/를 드실 때 가장 어울리는 안주는 무엇이라 생각하십니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑩ 전통주 맛 속성 만족도

- 전통주는 '부드럽고 순한 맛이다'라는 인식이 가장 높음. 그 다음으로, '목 넘김이 좋다', '깊고 풍부한 맛이다' 등의 순으로 나타남.
- 전통주의 전반적인 맛에 대해 만족하는 비율은 73.4%로 나타남.
- 최근 청주/약주 음용자는 부드럽고 순한 맛이다에서, 과실주 음용자는 목 넘김이 좋다, 달콤하고 마시기 편한 편이다에서 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]

▼ 5점 평균



○ 전통주 맛 속성 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

	사례수	부드럽고 순한 맛이다	목 넘김이 좋다	깊고 풍부한 맛이다	달콤하고 마시기 편한 맛이다	뒷맛이 깔끔하다	가볍고 상쾌한 맛이다	새롭고 독특한 맛이다	전반적으로 맛이 좋다
전체	(1,000)	75.1	68.7	67.8	64.9	49.9	47.7	39.8	73.4
성별	남성 (513)	73.3	67.4	64.3	60.4	46.2	49.7	36.5	71.2
	여성 (487)	77.0	70.0	71.5	69.6	53.8	45.6	43.3	75.8
연령별	19-29세 (233)	66.5	54.1	60.1	55.8	39.1	41.6	39.5	63.5
	30대 (233)	70.8	70.0	67.8	63.9	49.8	51.1	39.1	72.1
	40대 (272)	79.0	72.1	73.9	68.4	54.4	43.8	39.3	76.8
	50대 (262)	82.4	77.1	68.3	70.2	55.0	54.2	41.2	79.8
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주 (559)	75.3	65.1	64.2	63.0	36.1	39.7	31.7	71.0
	청주/약주 (147)	78.2	66.7	68.7	55.1	67.3	59.9	42.2	70.7
	과실주 (231)	77.1	79.7	74.0	83.1	67.5	60.2	55.4	81.0
	증류식 소주 (63)	58.7	65.1	74.6	38.1	66.7	44.4	49.2	73.0
주 음용 구분	전통주 (51)	80.4	66.7	64.7	68.6	58.8	49.0	33.3	80.4
	전통주 외 (949)	74.8	68.8	68.0	64.7	49.4	47.6	40.1	73.0

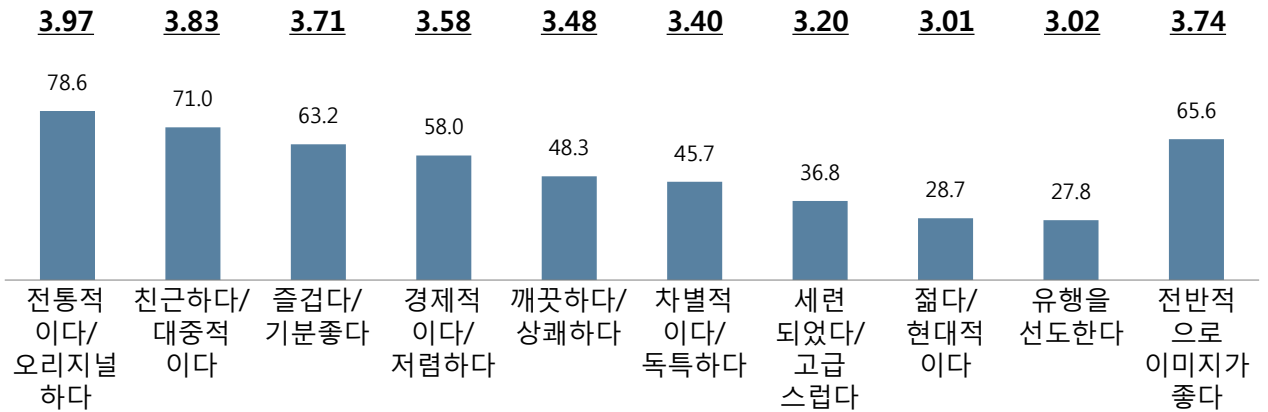
Q. 그럼 다음의 항목을 기준으로 볼 때 주로 드시는 [최근 음용 전통주]의 맛이 어떻다고 생각하십니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑪ 전통주 이미지 속성 만족도

- 전통주는 '전통적이다/오리지널하다', '친근하다/대중적이다', '즐겁다/기분좋다'는 인식이 상대적으로 높게 나타남.
- 전통주의 전반적인 이미지에 대해 만족하는 비율은 65.6%로 나타남.
- 최근 막걸리/탁주 음용자는 전통적이다/오리지널하다, 경제적이다/저렴하다에서, 청주/약주 음용자는 깨끗하다/상쾌하다에서, 세련되었다/고급스럽다에서, 과실주 음용자는 즐겁다/기분좋다, 차별적이다/독특하다, 젊다/현대적이다에서 상대적으로 높음.

▼ 5점 평균

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]



○ 전통주 이미지 속성 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

	사례수	전통적이다/오리지널하다	친근하다/대중적이다	즐겁다/기분 좋다	경제적이다/저렴하다	깨끗하다/상쾌하다	차별적이다/독특하다	세련되었다/고급스럽다	젊다/현대적이다	유행을 선도한다	전반적으로 이미지가 좋다
전체	(1,000)	78.6	71.0	63.2	58.0	48.3	45.7	36.8	28.7	27.8	65.6
성별	남성 (513)	76.8	70.0	60.2	58.3	48.1	44.2	36.5	26.3	27.5	63.9
	여성 (487)	80.5	72.1	66.3	57.7	48.5	47.2	37.2	31.2	28.1	67.4
연령별	19-29세 (233)	76.8	61.8	53.2	51.1	39.1	37.3	31.8	26.2	25.8	55.8
	30대 (233)	74.7	66.1	57.1	51.9	45.9	47.6	37.8	29.2	30.0	58.8
	40대 (272)	81.6	76.1	67.3	62.1	47.8	46.0	38.6	26.5	25.4	71.3
	50대 (262)	80.5	78.2	73.3	65.3	59.2	51.1	38.5	32.8	30.2	74.4
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주 (559)	83.4	79.2	61.0	72.1	36.1	34.3	18.4	19.3	20.2	61.4
	청주/약주 (147)	74.8	61.2	55.1	37.4	66.0	51.7	61.2	32.7	33.3	64.6
	과실주 (231)	71.0	64.9	72.7	43.3	62.8	64.9	59.3	46.8	39.8	74.0
	증류식 소주 (63)	73.0	42.9	66.7	34.9	61.9	61.9	60.3	36.5	38.1	74.6
주 음용 구분	전통주 (51)	66.7	74.5	70.6	74.5	47.1	43.1	39.2	31.4	33.3	70.6
	전통주 외 (949)	79.2	70.8	62.8	57.1	48.4	45.8	36.7	28.6	27.5	65.3

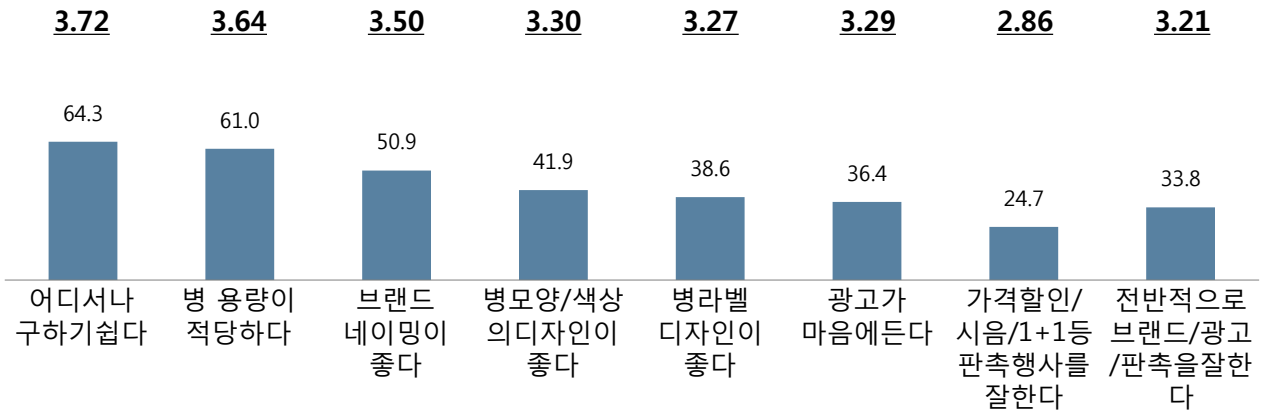
Q. 그럼 다음의 항목을 기준으로 볼 때 주로 드시는 [최근 음용 전통주]의 이미지가 어떻다고 생각하십니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑫ 전통주 브랜드/광고/판촉 속성 만족도

- 전통주는 ‘어디서나 구하기 쉽다’, ‘병 용량이 적당하다’, ‘브랜드 네이밍이 좋다’라는 인식이 상대적으로 높음.
- 전통주 브랜드/광고/판촉에 대한 만족 비율은 33.8%로 낮게 나타남.
- 최근 막걸리/탁주 음용자는 어디서나 구입하기 쉽다에서, 과실주 음용자는 병 용량이 적당하다, 브랜드 네이밍이 좋다, 병 모양/색상의 디자인이 좋다, 광고가 마음에 든다에서 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]

▼ 5점 평균



○ 전통주 브랜드/광고/판촉 속성 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

		사례수	어디서나 구입하기 쉽다	병 용량이 적당하다	브랜드 네이밍이 좋다	병 모양/색상의 디자인이 좋다	병 라벨 디자인이 좋다	광고가 마음에 든다	가격할인/시음/1+1 등 판촉 행사를 잘한다	전반적으로 브랜드/광고/판촉을 잘한다
전체		(1,000)	64.3	61.0	50.9	41.9	38.6	36.4	24.7	33.8
성별	남성	(513)	61.2	58.9	48.0	38.0	36.5	33.9	22.0	31.2
	여성	(487)	67.6	63.2	54.0	46.0	40.9	39.0	27.5	36.6
연령별	19-29세	(233)	55.4	52.8	41.6	38.2	36.1	32.2	25.8	31.3
	30대	(233)	60.1	58.8	50.6	42.9	37.8	37.8	27.0	33.9
	40대	(272)	69.1	62.1	50.7	44.1	40.8	35.3	21.3	34.2
	50대	(262)	71.0	69.1	59.5	42.0	39.3	40.1	25.2	35.5
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	69.8	59.4	41.5	25.0	24.5	29.2	19.9	27.0
	청주/약주	(147)	61.2	62.6	61.2	57.1	54.4	43.5	30.6	39.5
	과실주	(231)	60.6	64.9	64.1	68.8	57.6	48.5	30.7	46.3
	증류식 소주	(63)	36.5	57.1	61.9	57.1	57.1	39.7	31.7	34.9
주 음용 구분	전통주	(51)	66.7	62.7	52.9	33.3	43.1	37.3	23.5	37.3
	전통주 외	(949)	64.2	60.9	50.8	42.4	38.4	36.4	24.8	33.6

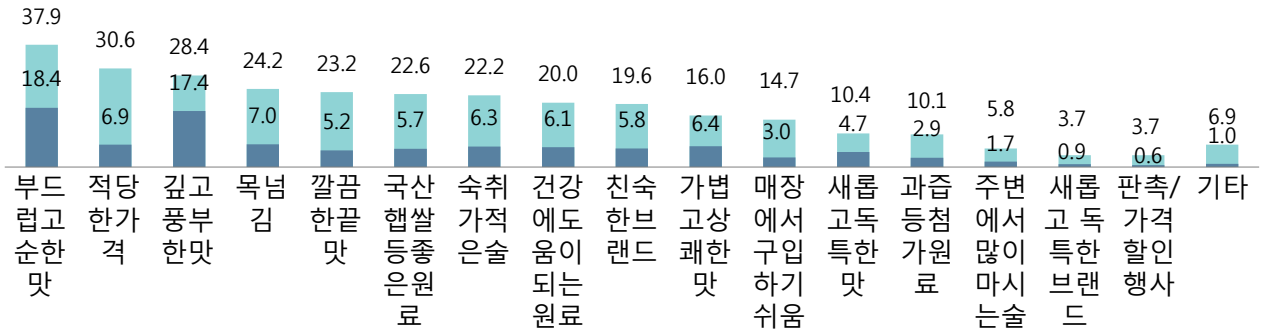
Q. 그럼 다음의 항목을 기준으로 볼 때 주로 드시는 [최근 음용 전통주] 의 브랜드/광고/판촉이 어떻다고 생각하십니까?

04. 전통주 음용 행태 - ⑬ 전통주 구입 시 고려 속성

- 전통주 구입 시 고려 요소는 ‘부드럽고 순한 맛’이 가장 높게 나타남. 그 다음으로, ‘적당한 가격’, ‘깊고 풍부한 맛’, ‘목 넘김’ 등의 순으로 나타남.
- ‘부드럽고 순한 맛’은 여성, 40대에서, ‘적당한 가격’은 남성, 40~50대에서 상대적으로 높음.
- 최근 막걸리/탁주 음용자는 적당한 가격, 국산 햅쌀 등 좋은 원료, 친숙한 브랜드에서, 청주/약주 음용자는 목 넘김, 깔끔한 끝맛, 과실주 음용자는 부드럽고 순한 맛, 건강에 도움이 되는 원료, 과즙 등 첨가 원료에서, 증류식 소주 음용자는 숙취가 적은 술에서 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 1+2+3순위, 단위: %]

■ 1+2+3순위 ■ 1순위



○ 전통주 구입 시 우선 고려 요인

[Base: 전체(n=1,000), 1+2+3순위, 단위: %]

		사례수	부드럽고 순한 맛	적당한 가격	깊고 풍부한 맛	목 넘김	깔끔한 끝맛	국산 햅쌀 등 좋은 원료	숙취가 적은 술	건강에 도움이 되는 원료	친숙한 브랜드	가볍고 상쾌한 맛	매장에서 구입하기 쉬움	새롭고 독특한 맛	과즙 등 첨가 원료	주변에서 많이 마시는 술	새롭고 독특한 브랜드	판촉/가할인 행사	기타
전체		(1,000)	37.9	30.6	28.4	24.2	23.2	22.6	22.2	20.0	19.6	16.0	14.7	10.4	10.1	5.8	3.7	3.7	6.9
성별	남성	(513)	33.1	33.3	28.5	25.0	23.8	24.2	25.9	22.0	18.5	16.2	12.7	10.9	6.4	5.1	3.1	3.7	7.6
	여성	(487)	42.9	27.7	28.3	23.4	22.6	20.9	18.3	17.9	20.7	15.8	16.8	9.9	14.0	6.6	4.3	3.7	6.2
연령별	19-29세	(233)	32.6	29.2	26.6	26.6	24.5	18.0	23.2	11.6	19.7	15.0	17.2	16.3	15.0	9.0	4.3	2.1	9.0
	30대	(233)	39.5	27.5	31.3	26.6	26.6	20.6	19.3	13.7	21.5	17.6	11.2	12.9	12.9	3.4	4.3	3.9	7.3
	40대	(272)	40.1	33.1	27.2	24.3	23.2	25.7	22.1	20.6	19.1	14.7	17.6	6.6	7.4	6.6	2.2	5.5	4.0
	50대	(262)	38.9	32.1	28.6	19.8	19.1	25.2	24.0	32.4	18.3	16.8	12.6	6.9	6.1	4.2	4.2	3.1	7.6
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	38.6	36.0	31.5	24.3	20.0	28.1	20.0	16.5	23.3	16.1	15.9	7.9	3.8	8.2	2.7	2.9	4.3
	청주/약주	(147)	38.8	17.7	22.4	27.2	29.9	19.7	29.3	23.1	18.4	12.9	17.7	10.9	6.1	2.0	4.1	9.5	10.2
	과실주	(231)	40.3	27.7	24.7	22.1	22.9	10.8	20.3	28.6	13.9	19.0	10.0	14.3	28.6	2.2	5.2	1.7	7.8
	증류식 소주	(63)	20.6	23.8	28.6	23.8	36.5	23.8	31.7	12.7	11.1	11.1	14.3	17.5	7.9	6.3	6.3	4.8	19.0
주 음용 구분	전통주	(51)	41.2	47.1	21.6	21.6	23.5	27.5	15.7	17.6	23.5	11.8	17.6	5.9	7.8	2.0	5.9	2.0	7.8
	전통주 외	(949)	37.7	29.7	28.8	24.3	23.2	22.3	22.6	20.1	19.4	16.2	14.5	10.6	10.2	6.0	3.6	3.8	6.8

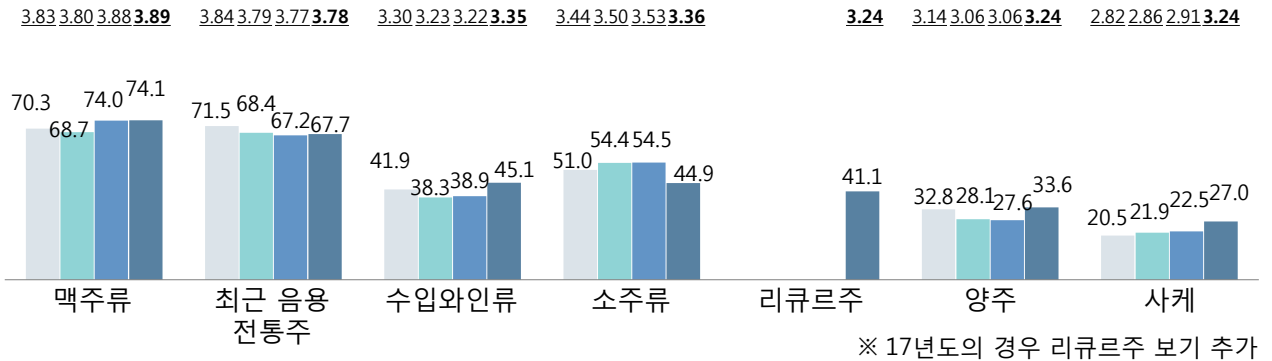
Q. 귀하께서 [최근 음용 전통주]을/를 구입하실 때 가장 우선적으로 고려하신 요소를 순서대로 세 가지만 말씀해 주십시오.

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ① 주종별 전반적 만족도

- 주종별 전반적 만족도는 '맥주류'가 가장 높고, 그 다음으로 '최근 음용 전통주', '수입와인류', '소주류' 등의 순으로 나타남.
- '맥주류'는 여성, 40대와 30대에서, '최근 음용 전통주'는 50대에서 상대적으로 높음.
- 최근 음용 전통주에 대한 만족도는 최근 과실주 음용자에서 가장 높게 나타남.
- 2016년 대비 소주류의 만족도는 낮아진 반면, 맥주류, 최근 음용 전통주는 비슷한 경향을 보임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]
 ■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년

▼ 5점 평균



○ 주종별 전반적 만족도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

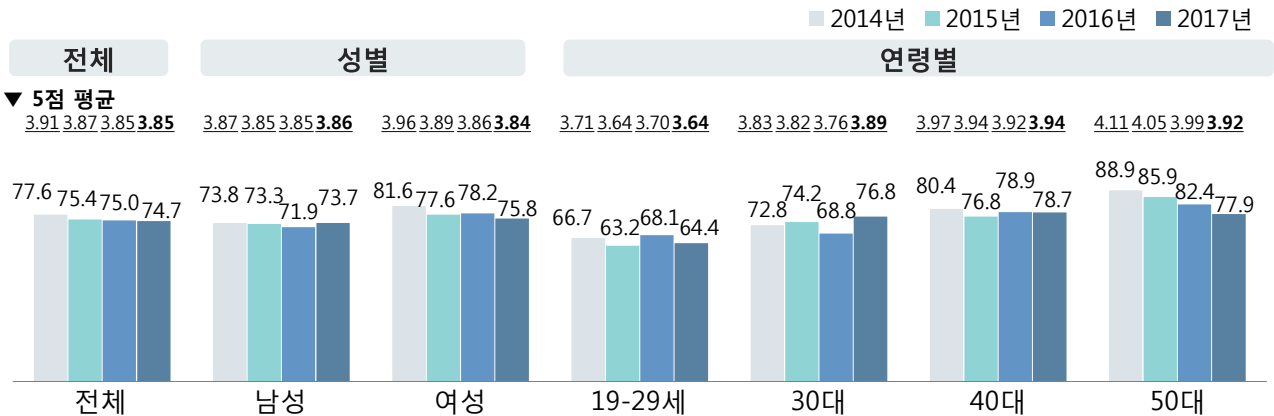
		사레수	맥주류	최근 음용 전통주	수입 와인류	소주류	리큐르주	양주	사케
전체		(1,000)	74.1	67.7	45.1	44.9	41.1	33.6	27.0
성별	남성	(513)	70.0	64.7	37.4	50.1	32.0	40.7	28.3
	여성	(487)	78.4	70.8	53.2	39.4	50.7	26.1	25.7
연령별	19-29세	(233)	69.1	62.7	43.3	39.1	61.8	34.8	33.5
	30대	(233)	77.7	64.8	39.9	44.6	40.8	32.2	26.6
	40대	(272)	77.9	68.8	48.9	45.6	33.5	35.7	27.2
	50대	(262)	71.4	73.7	47.3	49.6	30.9	31.7	21.4
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	76.6	63.7	40.3	44.5	35.4	29.0	23.4
	청주/약주	(147)	70.7	62.6	46.3	43.5	36.7	46.3	39.5
	과실주	(231)	71.9	78.8	55.8	43.7	57.6	30.7	26.4
	증류식 소주	(63)	68.3	74.6	46.0	55.6	41.3	55.6	31.7
주 음용 구분	전통주	(51)	60.8	78.4	41.2	29.4	29.4	31.4	13.7
	전통주 외	(949)	74.8	67.1	45.3	45.7	41.7	33.7	27.7

Q. 귀하가 마신 술(주종별)은 전반적으로 어느 정도 만족하시는지요? 크게 만족하였다고 생각하시면 '5점'을, 크게 불만족하였다고 생각하시면 '1점'을 주시면 됩니다.

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ② 최근 음용 전통주 재구매 의향

- 최근 음용 전통주를 재구매할 의향이 있는 비율은 74.7%로 나타남.
- 재구매 의향은 40대와 50대, 최근 증류식 소주, 과실주 음용자, 전통주 주음용자에서 상대적으로 높게 나타남.
- 재구매 의향은 계속해서 낮아지는 추세임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]



○ 최근 음용 전통주 재구매 의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

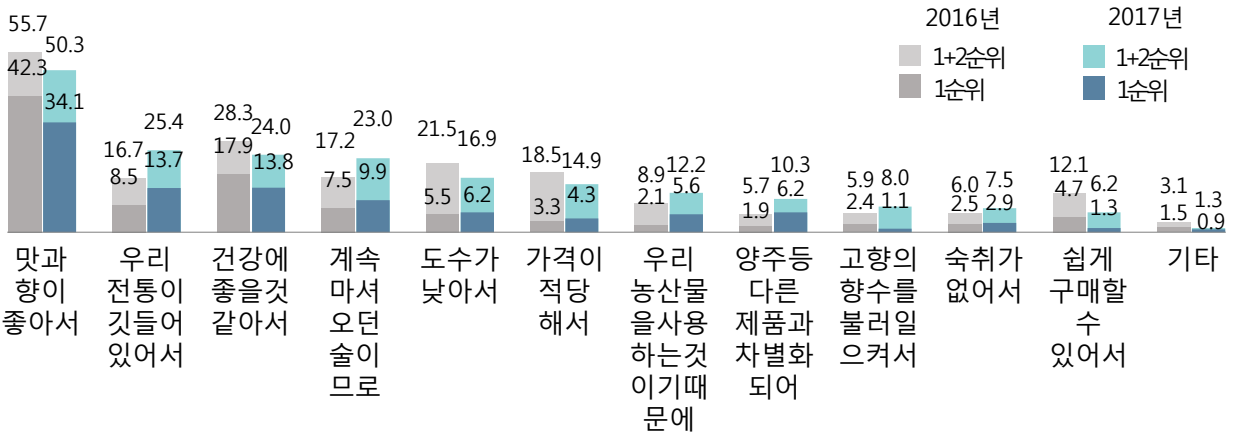
구분	사례수	절대 구매하지 않겠다	구매하지 않을 것 같다	보통이다	구매할 것 같다	반드시 구매하겠다	비구매 (BOT2)	보통	구매 (TOP2)	5점평균
전체	(1,000)	0.5	3.1	21.7	60.2	14.5	3.6	21.7	74.7	3.85
성별	남성 (513)	0.2	2.7	23.4	57.9	15.8	2.9	23.4	73.7	3.86
	여성 (487)	0.8	3.5	19.9	62.6	13.1	4.3	19.9	75.8	3.84
연령별	19-29세 (233)	1.3	6.0	28.3	56.2	8.2	7.3	28.3	64.4	3.64
	30대 (233)	0.9	1.7	20.6	61.4	15.5	2.6	20.6	76.8	3.89
	40대 (272)	0.0	1.5	19.9	62.1	16.5	1.5	19.9	78.7	3.94
	50대 (262)	0.0	3.4	18.7	60.7	17.2	3.4	18.7	77.9	3.92
전통주 음용주종	막걸리/탁주 (559)	0.9	4.1	23.3	56.2	15.6	5.0	23.3	71.7	3.81
	청주/약주 (147)	0.0	4.1	23.8	63.9	8.2	4.1	23.8	72.1	3.76
	과실주 (231)	0.0	0.4	18.2	66.7	14.7	0.4	18.2	81.4	3.96
	증류식 소주 (63)	0.0	1.6	15.9	63.5	19.0	1.6	15.9	82.5	4.00
주 음용 구분	전통주 (51)	0.0	2.0	17.6	45.1	35.3	2.0	17.6	80.4	4.14
	전통주 외 (949)	0.5	3.2	21.9	61.0	13.4	3.7	21.9	74.4	3.84

Q. 귀하께서는 향후 1개월 이내에 [최근 음용 전통주]을/를 구매하실 의향이 얼마나 있으신가요? 5점을 기준으로 말씀해 주십시오.

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ③ 최근음용전통주재구매의향이유

- 전통주 재구매 의향 이유로는 ‘맛과 향이 좋아서’가 가장 높으며, 그 다음으로, ‘우리 전통이 깃들어 있어서’, ‘건강에 좋을 것 같아서’ 등의 순으로 나타남.
- ‘맛과 향이 좋아서’는 여성, 20대, 최근 과실주 음용자에서, ‘우리 전통이 깃들어 있어서’는 30대, 최근 증류식 소주 음용자에서, ‘건강에 좋을 것 같아서’는 50대에서 상대적으로 높게 나타남.
- 전통주 재구매 의향 이유는 2016년 대비 ‘우리 전통이 깃들어 있어서’, ‘계속 마셔오던 술이므로’, ‘우리 농산물을 사용하는 것이기 때문에’, ‘양주 등 다른 제품과 차별화 되어’ 등에서 증가함.

[Base: 최근 음용 전통주 재구매 의향 있는 자(n=747), 1+2순위, 단위: %]



○ 최근 음용 전통주 재구매 의향 이유

[Base: 최근 음용 전통주 재구매 의향 있는 자(n=747), 1+2순위, 단위: %]

		사례수	맛과 향이 좋아서	우리 전통이 깃들어 있어서	건강에 좋을 것 같아서	계속 마셔오던 술이므로	도수가 낮아서	가격이 적당해서	우리 농산물을 사용하는 것이기 때문에	양주 등 다른 제품과 차별화 되어	고향의 향수를 불러일으켜서	숙취가 없어서	쉽게 구매할 수 있어서	기타
전체		(747)	50.3	25.4	24.0	23.0	16.9	14.9	12.2	10.3	8.0	7.5	6.2	1.3
성별	남성	(378)	47.6	26.7	23.5	25.4	14.0	16.4	11.4	11.4	7.9	10.3	5.0	0.3
	여성	(369)	53.1	24.1	24.4	20.6	19.8	13.3	13.0	9.2	8.1	4.6	7.3	2.4
연령별	19-29세	(150)	55.3	27.3	6.7	24.7	20.0	12.0	10.7	13.3	8.0	10.0	9.3	2.7
	30대	(179)	53.6	30.2	18.4	24.0	15.6	14.5	9.5	11.2	8.9	6.7	5.6	1.7
	40대	(214)	52.8	22.9	25.2	26.2	14.0	16.4	12.6	10.7	4.7	6.5	7.0	0.9
	50대	(204)	41.2	22.5	40.2	17.6	18.6	15.7	15.2	6.9	10.8	7.4	3.4	0.5
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(401)	43.9	26.4	22.4	28.9	14.7	24.4	12.0	5.7	7.2	3.2	8.7	2.2
	청주/약주	(106)	46.2	28.3	20.8	21.7	26.4	2.8	11.3	17.9	10.4	11.3	1.9	0.9
	과실주	(188)	66.0	18.6	31.4	16.0	19.1	4.3	11.7	11.2	8.5	8.5	4.8	0.0
	증류식 소주	(52)	51.9	36.5	15.4	5.8	5.8	3.8	17.3	26.9	7.7	28.8	0.0	0.0
주 음용 구분	전통주	(41)	46.3	7.3	14.6	43.9	22.0	29.3	12.2	9.8	9.8	2.4	2.4	0.0
	전통주 외	(706)	50.6	26.5	24.5	21.8	16.6	14.0	12.2	10.3	7.9	7.8	6.4	1.4

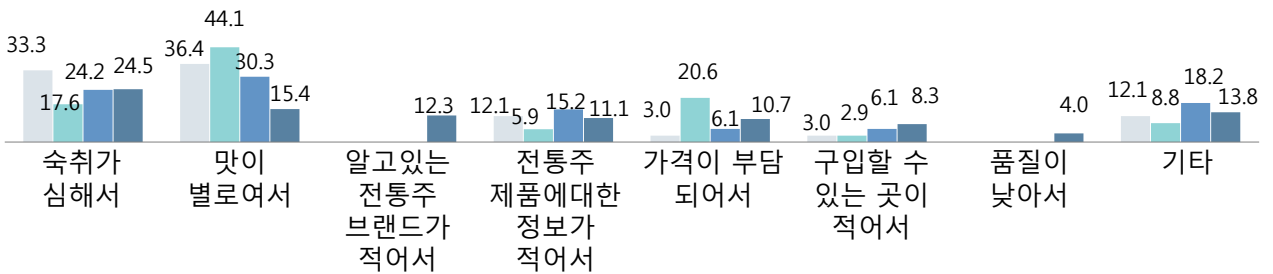
Q. 그렇다면, [최근 음용 전통주]을/를 구매하실 의향이 있는 주된 이유는 무엇입니까? 중요한 순서대로 2가지만 응답해 주십시오.

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ④ 최근음용전통주재구매비의향이유

- 최근 전통주 재구매 비의향 이유는 ‘숙취가 심해서’, ‘맛이 별로여서’, ‘알고 있는 전통주 브랜드가 적어서’ 등의 순으로 나타남.
- ‘숙취가 심해서’는 남성, 50대, 최근 막걸리/탁주 음용자에서, ‘맛이 별로여서’는 여성, 20대, 최근 증류식 소주 음용자에서 상대적으로 높음.

[Base: 최근음용 전통주 재구매의향 없는 자(n=253), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 최근 음용 전통주 재구매 비의향 이유

[Base: 최근음용 전통주 재구매의향 없는 자(n=253), 단위: %]

		사례수	숙취가 심해서	맛이 별로여서	알고 있는 전통주 브랜드가 적어서	전통주 제품에 대한 정보가 적어서	가격이 부담 되어서	구입할 수 있는 곳이 적어서	품질이 낮아서	기타
전체		(253)	24.5	15.4	12.3	11.1	10.7	8.3	4.0	13.8
성별	남성	(135)	28.9	11.1	12.6	8.1	12.6	8.1	4.4	14.1
	여성	(118)	19.5	20.3	11.9	14.4	8.5	8.5	3.4	13.6
연령별	19-29세	(83)	22.9	25.3	15.7	4.8	9.6	9.6	1.2	10.8
	30대	(54)	24.1	5.6	11.1	14.8	13.0	13.0	1.9	16.7
	40대	(58)	22.4	12.1	13.8	15.5	15.5	5.2	3.4	12.1
	50대	(58)	29.3	13.8	6.9	12.1	5.2	5.2	10.3	17.2
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(158)	36.1	14.6	12.7	8.9	1.9	7.0	3.2	15.8
	청주/약주	(41)	0.0	12.2	7.3	24.4	17.1	14.6	7.3	17.1
	과실주	(43)	9.3	18.6	14.0	7.0	30.2	9.3	4.7	7.0
	증류식 소주	(11)	9.1	27.3	18.2	9.1	36.4	0.0	0.0	0.0
주 음용 구분	전통주	(10)	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	50.0
	전통주 외	(243)	25.1	15.2	12.8	11.5	11.1	7.8	4.1	12.3

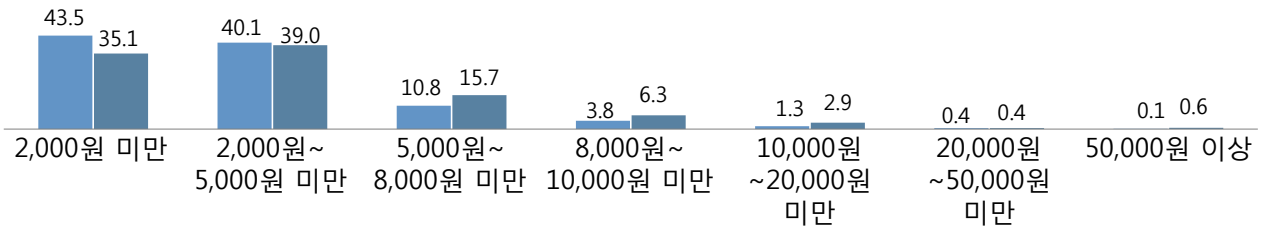
Q. 그렇다면, [최근 음용 전통주]을/를 구매하실 의향이 없는 가장 주된 이유는 무엇입니까?

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑤ 최근 음용 전통주 적정 가격 범위

- 최근 음용 전통주 적정 가격은 2,000원~5,000원 미만이 가장 많음.
- 최근 과실주 음용자에서 2,000원~5,000원 미만이, 최근 막걸리/탁주 음용자에서 2,000원 미만이 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 5,000원~8,000원 미만이 적정하다는 비율이 증가함.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2016년 ■ 2017년



○ 최근 음용 전통주 적정 가격 범위

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

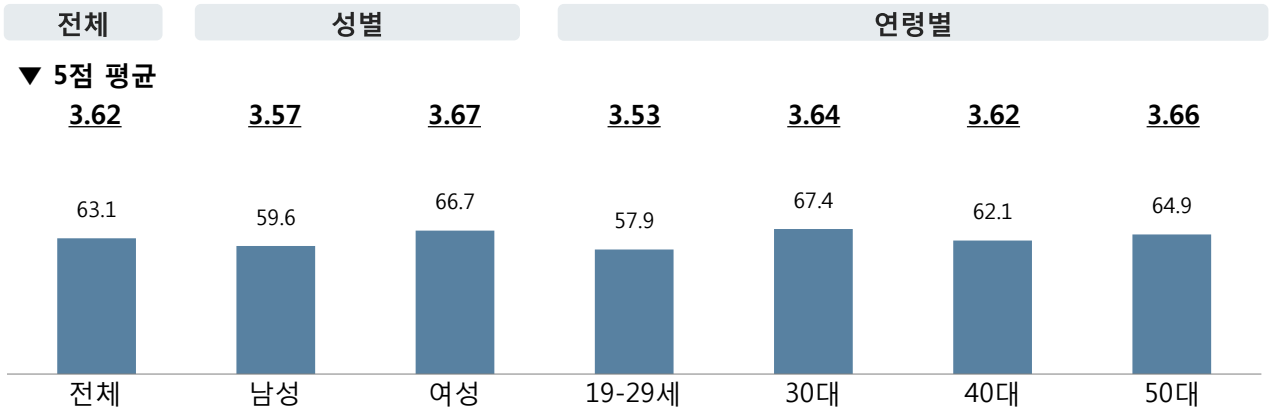
		사례수	2,000원 미만	2,000원~5,000원 미만	5,000원~8,000원 미만	8,000원~10,000원 미만	10,000원~20,000원 미만	20,000원~50,000원 미만	50,000원 이상
전체		(1000)	35.1	39.0	15.7	6.3	2.9	0.4	0.6
성별	남성	(513)	38.2	36.3	14.6	6.0	3.9	0.6	0.4
	여성	(487)	31.8	41.9	16.8	6.6	1.8	0.2	0.8
연령별	19-29세	(233)	26.6	46.4	14.6	8.2	2.6	0.4	1.3
	30대	(233)	30.0	40.8	16.3	8.2	3.4	0.9	0.4
	40대	(272)	40.8	35.7	15.1	3.7	3.7	0.4	0.7
	50대	(262)	41.2	34.4	16.8	5.7	1.9	0.0	0.0
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	57.2	37.0	3.9	0.7	0.7	0.0	0.4
	청주/약주	(147)	9.5	39.5	31.3	15.6	2.7	0.7	0.7
	과실주	(231)	3.9	46.3	31.2	13.0	5.2	0.0	0.4
	증류식 소주	(63)	12.7	28.6	27.0	9.5	14.3	4.8	3.2
주 음용 구분	전통주	(51)	54.9	23.5	13.7	5.9	2.0	0.0	0.0
	전통주 외	(949)	34.0	39.8	15.8	6.3	3.0	0.4	0.6

Q. 귀하께서는 [최근 음용 전통주]을/를 1병의 가격으로 적당하다고 생각하시는 범위는 무엇입니까?

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑥ 전통주명절선물용도로구매의향

- 명절에 전통주를 선물 용도로 구매할 의향은 63.1%로 나타남.
- 성별로는 여성, 연령별로는 30대, 최근 과실주, 청주/약주 음용자에서 상대적으로 구매 의향이 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]



○ 전통주 명절 선물 용도로 구매 의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

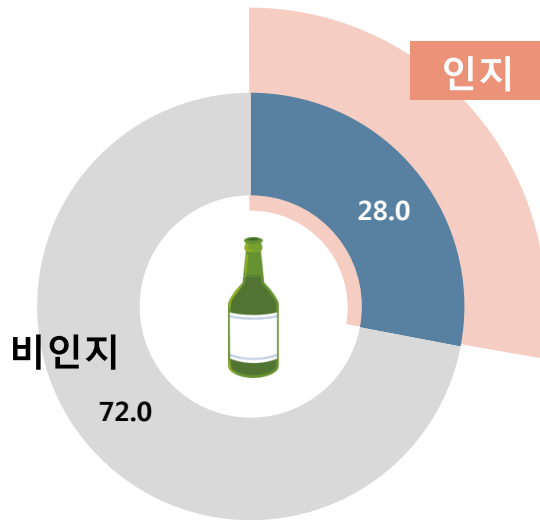
		사례수	절대 구매하지 않겠다	구매하지 않을 것 같다	보통이다	구매할 것 같다	반드시 구매하겠다	비구매 (BOT2)	보통	구매 (TOP2)	5점평균
전체		(1,000)	0.8	9.2	26.9	53.9	9.2	10.0	26.9	63.1	3.62
성별	남성	(513)	1.0	10.5	28.8	50.1	9.6	11.5	28.8	59.6	3.57
	여성	(487)	0.6	7.8	24.8	57.9	8.8	8.4	24.8	66.7	3.67
연령별	19-29세	(233)	2.1	9.0	30.9	49.8	8.2	11.2	30.9	57.9	3.53
	30대	(233)	0.4	10.7	21.5	58.8	8.6	11.2	21.5	67.4	3.64
	40대	(272)	0.7	8.5	28.7	52.6	9.6	9.2	28.7	62.1	3.62
	50대	(262)	0.0	8.8	26.3	54.6	10.3	8.8	26.3	64.9	3.66
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	1.3	13.2	30.6	46.7	8.2	14.5	30.6	54.9	3.47
	청주/약주	(147)	0.0	2.7	23.8	60.5	12.9	2.7	23.8	73.5	3.84
	과실주	(231)	0.4	4.3	19.9	67.1	8.2	4.8	19.9	75.3	3.78
	증류식 소주	(63)	0.0	6.3	27.0	54.0	12.7	6.3	27.0	66.7	3.73
주 음용 구분	전통주	(51)	2.0	13.7	23.5	49.0	11.8	15.7	23.5	60.8	3.55
	전통주 외	(949)	0.7	9.0	27.1	54.2	9.1	9.7	27.1	63.2	3.62

Q. 귀하께서는 향후 전통주를 추석, 설날 같은 명절 등에 선물할 목적으로 구매하실 의향이 얼마나 있으신가요? 5점을 기준으로 말씀해 주십시오.

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑦ 전통주 온라인쇼핑몰구매인지도

- 온라인 쇼핑몰에서 전통주 구매 인지도는 28.0%로 나타남.
- 남성, 30대, 최근 증류식 소주 음용자에서 온라인 쇼핑몰 전통주 구매 인지도가 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]



○ 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 인지도

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

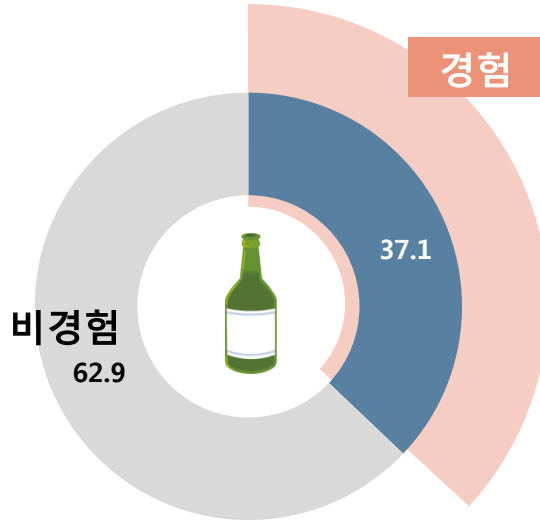
		사례수	인지	비인지
전체		(1,000)	28.0	72.0
성별	남성	(513)	30.2	69.8
	여성	(487)	25.7	74.3
연령별	19-29세	(233)	27.0	73.0
	30대	(233)	31.8	68.2
	40대	(272)	25.7	74.3
	50대	(262)	27.9	72.1
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	23.3	76.7
	청주/약주	(147)	32.0	68.0
	과실주	(231)	33.3	66.7
	증류식 소주	(63)	41.3	58.7
주 음용 구분	전통주	(51)	27.5	72.5
	전통주 외	(949)	28.0	72.0

Q. 지난 7월부터 지마켓, 옥션, 11번가 등 온라인 쇼핑몰에서 전통주를 구매할 수 있습니다. 귀하께서는 이러한 사실을 알고 계셨습니까?

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑧ 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 경험

- 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 경험은 37.1%로 나타남.
- 30대, 20대, 최근 증류식 소주, 청주/약주 음용자에서 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 경험이 상대적으로 높게 나타남.

[Base: 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 인지자(n=280), 단위: %]



○ 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 경험

[Base: 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 인지자(n=280), 단위: %]

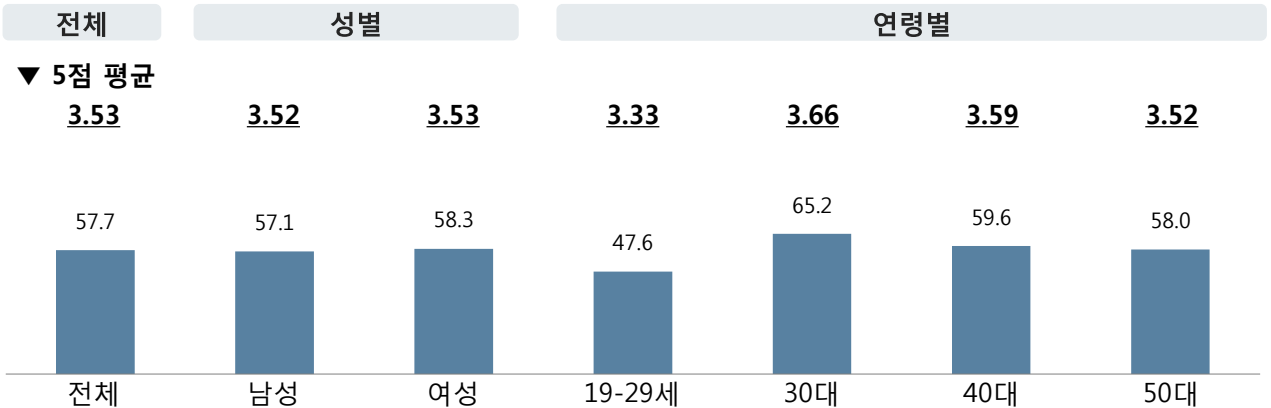
		사례수	경험	비경험
전체		(280)	37.1	62.9
성별	남성	(155)	38.1	61.9
	여성	(125)	36.0	64.0
연령별	19-29세	(63)	42.9	57.1
	30대	(74)	44.6	55.4
	40대	(70)	31.4	68.6
	50대	(73)	30.1	69.9
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(130)	31.5	68.5
	청주/약주	(47)	48.9	51.1
	과실주	(77)	33.8	66.2
	증류식 소주	(26)	53.8	46.2
주 음용 구분	전통주	(14)	21.4	78.6
	전통주 외	(266)	38.0	62.0

Q. 귀하께서는 지마켓, 옥션, 11번가 등 온라인 쇼핑몰을 통해 전통주를 구매해보신 적이 있으십니까?

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑨ 전통주온라인쇼핑몰구매의향

- 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 의향은 57.7%로 나타남.
- 30대, 최근 증류식 소주, 과실주 음용자에서 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 의향이 상대적으로 높음.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]



○ 전통주 온라인 쇼핑몰 구매 의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%]

구분	사례수	구매 의향			구매 의향			구매 의향		5점 평균
		절대 구매하지 않겠다	구매하지 않을 것 같다	보통이다	구매할 것 같다	반드시 구매하겠다	비구매 (BOT2)	보통	구매 (TOP2)	
전체	(1,000)	1.1	11.3	29.9	49.3	8.4	12.4	29.9	57.7	3.53
성별	남성 (513)	1.4	11.1	30.4	48.5	8.6	12.5	30.4	57.1	3.52
	여성 (487)	0.8	11.5	29.4	50.1	8.2	12.3	29.4	58.3	3.53
연령별	19-29세 (233)	2.6	16.7	33.0	40.3	7.3	19.3	33.0	47.6	3.33
	30대 (233)	0.4	9.0	25.3	54.9	10.3	9.4	25.3	65.2	3.66
	40대 (272)	0.7	9.6	30.1	48.9	10.7	10.3	30.1	59.6	3.59
	50대 (262)	0.8	10.3	30.9	52.7	5.3	11.1	30.9	58.0	3.52
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주 (559)	1.6	15.4	32.7	44.2	6.1	17.0	32.7	50.3	3.38
	청주/약주 (147)	1.4	7.5	29.9	54.4	6.8	8.8	29.9	61.2	3.58
	과실주 (231)	0.0	6.1	25.5	55.8	12.6	6.1	25.5	68.4	3.75
	증류식 소주 (63)	0.0	3.2	20.6	58.7	17.5	3.2	20.6	76.2	3.90
주 음용 구분	전통주 (51)	0.0	17.6	31.4	43.1	7.8	17.6	31.4	51.0	3.41
	전통주 외 (949)	1.2	11.0	29.8	49.6	8.4	12.1	29.8	58.1	3.53

Q. 귀하께서는 향후 전통주를 지마켓, 옥션, 11번가 등 온라인 쇼핑몰에서 구매하실 의향이 얼마나 있으신가요? 5점을 기준으로 말씀해 주십시오.

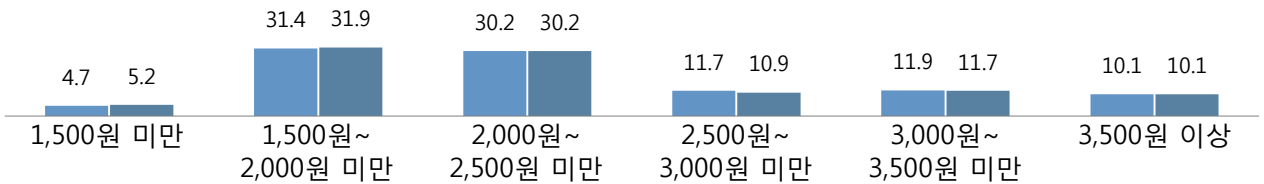
05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑩ 프리미엄/기능성막걸리적정가격

- 프리미엄/기능성 막걸리 적정 가격은 1,500~2,500원 미만이 가장 높으며, 평균 2,432원으로 나타남.
- 적정 가격은 여성, 30대, 최근 청주/약주 음용자에서 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 프리미엄/기능성 막걸리 적정가격 평균이 약 89원 정도 상승함.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

■ 2016년 ■ 2017년

평균: 2,343원 평균: 2,432원



○ 프리미엄/기능성 막걸리 적정 가격

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

		사례수	1,500원 미만	1,500원~2,000원 미만	2,000원~2,500원 미만	2,500원~3,000원 미만	3,000원~3,500원 미만	3,500원 이상	평균(원)
전체		(1,000)	5.2	31.9	30.2	10.9	11.7	10.1	2432.3
성별	남성	(513)	6.2	32.6	32.6	8.8	10.5	9.4	2349.2
	여성	(487)	4.1	31.2	27.7	13.1	12.9	10.9	2519.7
연령별	19-29세	(233)	6.4	29.6	24.9	13.3	13.3	12.4	2527.9
	30대	(233)	2.6	33.0	28.8	10.7	10.7	14.2	2712.0
	40대	(272)	4.4	28.7	35.7	11.4	13.6	6.3	2244.9
	50대	(262)	7.3	36.3	30.5	8.4	9.2	8.4	2293.0
전통주 음용주종	막걸리/탁주	(559)	5.5	33.6	30.8	11.8	11.6	6.6	2253.2
	청주/약주	(147)	4.1	26.5	32.0	5.4	15.0	17.0	2885.9
	과실주	(231)	4.8	32.0	27.3	13.0	10.0	13.0	2561.4
	증류식 소주	(63)	6.3	28.6	31.7	7.9	11.1	14.3	2488.9
주 음용 구분	전통주	(51)	9.8	51.0	21.6	2.0	3.9	11.8	2504.6
	전통주 외	(949)	5.0	30.9	30.7	11.4	12.1	10.0	2428.4

Q. 현재 대형마트에서 막걸리 1병(750ml)을 구입하실 때 가격은 대략 1,300원 정도입니다. 위의 가격을 고려하였을 때, 국산 유기농 쌀 사용, 제조공정의 차별화 등을 통해 출시된 프리미엄 막걸리나 기능성 식품(인삼, 미나리, 고구마, 밤, 잣 등)을 첨가한 기능성 막걸리가 출시된다면 귀하께서는 최대 얼마에 구입하실 의향이 있으십니까?

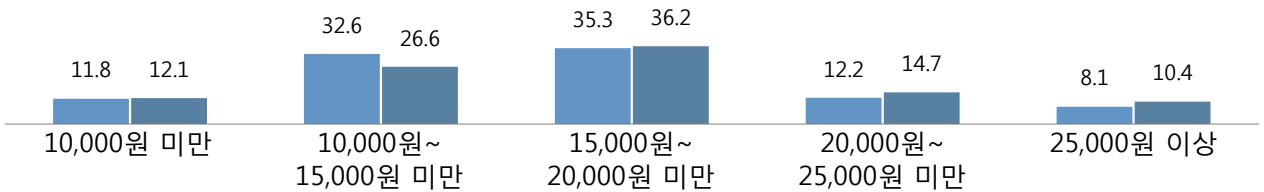
05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑪ 국산 와인 적정가격

- 국산 와인 적정가격은 15,000 ~ 20,000원 미만이 가장 높으며, 평균 15,208원으로 나타남.
- 20대, 최근 증류식 소주 음용자에서 국산 와인 적정가격이 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 국산 와인 적정가격 평균이 약 951원 정도 상승함.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

■ 2016년 ■ 2017년

평균: 14,257원 평균: 15,208원



○ 국산 와인 적정 가격

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

		사례수	10,000원 미만	10,000~15,000원 미만	15,000~20,000원 미만	20,000~25,000원 미만	25,000원 이상	평균(원)
전체		(1,000)	12.1	26.6	36.2	14.7	10.4	15207.9
성별	남성	(513)	15.0	27.3	34.1	14.0	9.6	14728.5
	여성	(487)	9.0	25.9	38.4	15.4	11.3	15713.0
연령별	19-29세	(233)	12.4	19.3	36.9	16.3	15.0	16779.6
	30대	(233)	10.7	24.5	38.6	15.9	10.3	15411.2
	40대	(272)	11.4	36.4	29.8	12.5	9.9	14416.2
	50대	(262)	13.7	24.8	40.1	14.5	6.9	14451.5
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	13.4	30.8	34.3	14.0	7.5	14226.7
	청주/약주	(147)	15.6	25.2	34.0	15.0	10.2	15029.5
	과실주	(231)	6.9	19.0	44.2	16.0	13.9	16787.9
	증류식 소주	(63)	11.1	20.6	28.6	15.9	23.8	18538.1
주 음용 구분	전통주	(51)	17.6	17.6	41.2	11.8	11.8	15951.6
	전통주 외	(949)	11.8	27.1	35.9	14.9	10.3	15168.0

Q. 현재 국산 와인 1병을 구입하실 때 가격은 대략 2만원~3만원 정도입니다. 귀하께서는 국산 와인의 가격이 대략 어느 정도 수준이면 **지금보다 더** 구입하실 의향이 있으십니까?

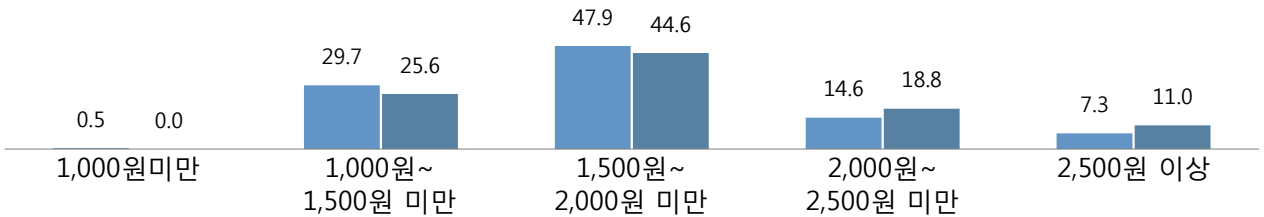
05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑫ 국산 쌀 소주 적정가격

- 국산 쌀 소주 적정가격은 1,500~2,000원 미만이 가장 높으며, 평균 1,844원으로 나타남.
- 30대, 최근 청주/약주, 과실주 음용자, 전통주 주 음용자에서 국산 쌀 소주 적정가격이 상대적으로 높게 나타남.
- 2016년 대비 국산 쌀 소주 적정가격이 약 176원 정도 상승함.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

■ 2016년 ■ 2017년

평균: 1,668원 평균: 1,844원



○ 국산 쌀 소주 적정 가격

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %, 평균(원)]

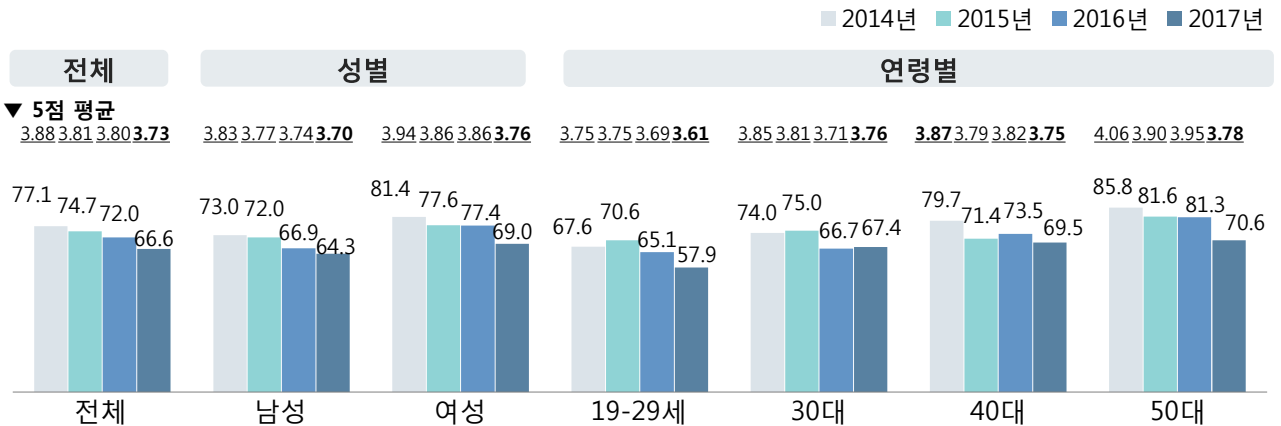
		사례수	1,000원~ 1,500원 미만	1,500원~ 2,000원 미만	2,000원~ 2,500원 미만	2,500원 이상	평균(원)
전체		(1,000)	25.6	44.6	18.8	11.0	1844.2
성별	남성	(513)	27.1	42.9	20.3	9.7	1851.5
	여성	(487)	24.0	46.4	17.2	12.3	1836.6
연령별	19-29세	(233)	29.6	42.5	15.5	12.4	1889.3
	30대	(233)	22.7	40.3	21.0	15.9	2019.1
	40대	(272)	23.2	50.0	17.3	9.6	1782.7
	50대	(262)	27.1	44.7	21.4	6.9	1712.4
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	28.6	46.3	19.1	5.9	1677.0
	청주/약주	(147)	19.7	46.9	17.7	15.6	2114.9
	과실주	(231)	22.1	40.3	19.0	18.6	2053.1
	증류식 소주	(63)	25.4	39.7	17.5	17.5	1930.2
주 음용 구분	전통주	(51)	39.2	39.2	5.9	15.7	2069.3
	전통주 외	(949)	24.9	44.9	19.5	10.7	1832.1

Q. 현재 대형마트에서 소주 1병(375ml)을 구입하실 때 가격은 대략 1,200원 정도입니다. 위의 가격을 고려하였을 때, 국산 쌀로 만든 소주가 출시된다면 귀하께서는 최대 얼마에 구입하실 의향이 있으십니까?

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑬ 최근 음용 전통주 추천의향

- 최근 음용 전통주 추천의향은 66.6%로 나타남.
- 최근 과실주 음용자에서 전통주 추천 의향이 가장 높게 나타났으며, 증류식 소주, 청주/약주, 막걸리/탁주의 순으로 추천 의향이 높음.
- 최근 음용 전통주 추천의향은 4년 연속 계속해서 낮아지는 경향을 보임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]



○ 최근 음용 전통주 추천 의향

[Base: 전체(n=1,000), 단위: Top2%, 5점 평균]

구분	사례수	전혀 추천할 의향이 없다	추천할 의향이 없는 편이다	보통이다	추천할 의향이 있는 편이다	매우 추천할 의향이 있다	비의향 (BOT2)	보통	의향 (TOP2)	5점평균
전체	(1,000)	0.5	2.4	30.5	57.0	9.6	2.9	30.5	66.6	3.73
성별	남성 (513)	0.6	2.7	32.4	54.6	9.7	3.3	32.4	64.3	3.70
	여성 (487)	0.4	2.1	28.5	59.5	9.4	2.5	28.5	69.0	3.76
연령별	19-29세 (233)	1.3	3.4	37.3	49.4	8.6	4.7	37.3	57.9	3.61
	30대 (233)	0.4	2.1	30.0	55.8	11.6	2.6	30.0	67.4	3.76
	40대 (272)	0.4	1.5	28.7	61.4	8.1	1.8	28.7	69.5	3.75
	50대 (262)	0.0	2.7	26.7	60.3	10.3	2.7	26.7	70.6	3.78
전통주 음용주종	막걸리/탁주 (559)	0.9	3.4	32.0	55.6	8.1	4.3	32.0	63.7	3.67
	청주/약주 (147)	0.0	2.0	31.3	58.5	8.2	2.0	31.3	66.7	3.73
	과실주 (231)	0.0	0.9	26.0	62.3	10.8	0.9	26.0	73.2	3.83
	증류식 소주 (63)	0.0	0.0	31.7	46.0	22.2	0.0	31.7	68.3	3.90
주 음용 구분	전통주 (51)	0.0	2.0	27.5	52.9	17.6	2.0	27.5	70.6	3.86
	전통주 외 (949)	0.5	2.4	30.7	57.2	9.2	3.0	30.7	66.4	3.72

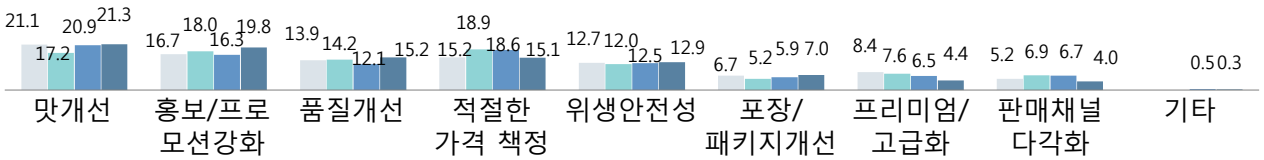
Q. 귀하께서는 전통주를 발전시키기 위하여 주변사람들에게 [최근 음용 전통주]와/과 같은 전통주를 추천할 의향이 얼마나 있으십니까? 5점을 기준으로 말씀해 주십시오.

05. 전통주 만족도와 향후 구매의향 - ⑭ 전통주 발전을 위한 필요사항

- 전통주 발전을 위해서는 ‘맛 개선’, ‘홍보/프로모션 강화’, ‘품질개선’ 등이 필요한 것으로 나타남.
- 최근 막걸리/탁주 음용자는 ‘맛 개선’을, 과실주 음용자는 품질 개선에서, 증류식 소주 음용자는 홍보/프로모션 강화, 적절한 가격 책정이 상대적으로 높게 나타남.
- ‘프리미엄/고급화’에 대해서는 4년 연속 계속해서 낮아지는 경향을 보임.

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

■ 2014년 ■ 2015년 ■ 2016년 ■ 2017년



○ 전통주 발전을 위한 필요사항

[Base: 전체(n=1,000), 단위: %]

		사례수	맛 개선	홍보/프로모션 강화	품질 개선	적절한 가격 책정	위생 안전성	포장/패키지 개선	프리미엄/고급화	판매채널 다각화	기타
전체		(1,000)	21.3	19.8	15.2	15.1	12.9	7.0	4.4	4.0	0.3
성별	남성	(513)	20.3	17.3	15.4	17.5	13.3	6.4	4.5	4.9	0.4
	여성	(487)	22.4	22.4	15.0	12.5	12.5	7.6	4.3	3.1	0.2
연령별	19-29세	(233)	23.2	24.0	9.9	12.9	13.7	9.9	3.9	2.1	0.4
	30대	(233)	20.6	24.5	12.0	15.0	13.3	7.3	3.0	4.3	0.0
	40대	(272)	21.7	19.1	16.5	13.2	15.1	6.3	2.6	5.5	0.0
	50대	(262)	19.8	12.6	21.4	19.1	9.5	5.0	8.0	3.8	0.8
전통주 최근 음용주종	막걸리/탁주	(559)	23.8	19.9	16.6	10.0	12.9	8.1	5.4	3.0	0.4
	청주/약주	(147)	15.6	19.7	8.2	25.2	12.9	8.2	4.8	5.4	0.0
	과실주	(231)	20.8	19.0	17.7	17.7	13.0	4.8	2.6	3.9	0.4
	증류식 소주	(63)	14.3	22.2	9.5	27.0	12.7	3.2	1.6	9.5	0.0
주 음용 구분	전통주	(51)	19.6	21.6	17.6	15.7	9.8	5.9	2.0	7.8	0.0
	전통주 외	(949)	21.4	19.7	15.1	15.1	13.1	7.1	4.5	3.8	0.3

Q. 귀하께서는 [최근 음용 전통주]와/과 같은 전통주의 발전을 위하여 가장 필요한 것이 무엇이라고 생각하십니까?

5장



주류 소비자 On-site 인터뷰

01. 조사 개요

조사대상

- 만 25~34세 성인 남녀
- 최근 6개월 이내 3회 이상 전통주점 방문 경험이 있는 소비자

조사규모

- 1G 당 8명 * 2회, 총 16명

조사방법

- On-site Interview

조사일시

- 1G 11월 28일(화), 2G 29일(수)

참석자 Profile

NO	이름	나이	방문 횟수	전통주점 이름
1G 남성	박OO	26세	4회	월매네주막
	서OO	29세	3회	동래파전
	임OO	28세	30회	느린마을양조장
	황OO	34세	15회	국순당
	최OO	32세	5회	월향
	이OO	30세	4회	느린마을양조장
	임OO	30세	5회	국순당
	추OO	32세	10회	교동전선생
2G 여성	이OO	29세	12회	느린마을양조장
	박OO	28세	6회	느린마을양조장
	임OO	29세	10회	교동전선생
	이OO	28세	5회	느린마을양조장
	김OO	28세	12회	얼수
	이OO	37세	6회	월향
	정OO	34세	5회	얼수
	박OO	35세	4회	안주가맛있는집

02. 술에 대한 의미(나에게 술이란?)

남성 소비자의 경우 술에 대해서 다른 사람과의 연결고리, 삶과 일에 대한 윤택유, 하루에 대한 마감과 같이 본인 외에 다른 것과 관련한 의견이 주로 나타났으며, 여성 소비자의 경우 자신에 대한 즐거움, 행복, 힐링, 피로 회복제(약)와 같은 의견이 주로 나타남.

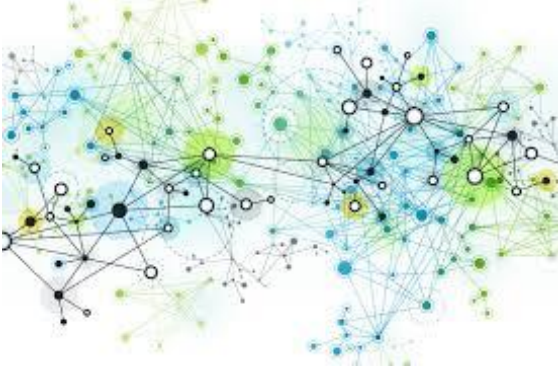


남성 소비자 의견



여성 소비자 의견

연결고리



즐거움, 행복



윤택유



힐링, 약



하루 마감



03. 주류 트렌드

앞으로의 주류 트렌드에 대해 남성 소비자의 경우 과거의 취할 때까지 먹자에서 가볍게 즐길 수 있는 술, 그리고 상대적으로 저렴한 수입맥주가 트렌드가 될 것이라 보았으며, 여성 소비자들은 분위기 좋은 주점이 많이 생기고 혼술족들을 배려한 상품, 주점이 생길 것으로 예상하였음.



* 즐기는 술,
수입맥주 등

남성 소비자 의견



혈기 왕성했을 때 전투적으로 먹었던 것 같아요.
(중략) 요즘은 절제하면서 **즐길 정도**만 마시는...



수입맥주 먹으려면 엄청 비쌌는데 지금은 (편의점에서 4개 만원) 부담감이 없이 먹을 수 있게...



* 분위기 좋은 주점,
혼술 등

여성 소비자 의견



이왕이면 분위기 좋은 주점을 자주 찾아가게 되는 것 같아요.



집에서 하거나 아니면 사람들이 **혼술** 족을 위한 그런 바나 이런 게 많이 생길 것 같아요.

04. 저도주에 대한 인식

저도주에 대한 접근에 있어 남성과 여성 차이가 나타남, 남성의 경우 주도적으로 저도주를 마시지는 않지만, 여성의 경우 저도주를 선택하는 경우가 있음



*** 남자끼리
시키지 않음**

남성 소비자 의견

친구들과 어울릴 때는 거의 안 찾지만 여자들과 마실 때는 저도주를 찾아요.

(저도주를 시키면) 욕 먹어요 (중략) 마실 거면 왜 나왔냐고

막걸리도 프리미엄화가 되어서 외국인에게 선물도 해줄 수 있게 그렇게 나오면 좋을 것 같아요.



*** 맛있어서
시킨다**

여성 소비자 의견

부라더 소다 나왔을 때 그거 먹었고 (중략) 일부러 도수 보고 찾아먹는 스타일 인 것 같아요.

저도주로 끝까지 가자는 주의인데 꼭 그런 사람을 위해서 나온 거니까 저는 반가운 거죠.

다니까, 맛있잖아요, 먹을 때는 편한데 한 병 먹고 맛있고 하니까

05. 전통주에 대한 인식 및 활성화 방안(① 인식)

전통주에 대한 인식은 25-34세대에게 고리타분하거나 옛것에 대한 느낌은 상대적으로 적었으며 안동소주 등 고급 전통주를 통해 품위와 세련됨을 느낌, 탁주에서 증류주로의 변환기



* 품위, 멋



남성 소비자 의견

품위 같은게 떠오른다고 해야 할까요?

아무래도 지하의 음침한 구질구질한 술집에서 막걸리 가지고 오고 주전자 찌그러진 그런 것에 가지고 오는 느낌이었는데, 지금은 세련된 느낌이 많아요.

* 막걸리, 안동소주



여성 소비자 의견

동동주, 담금주, 막걸리, 안동소주 등

막 먹는 술, 이름 그대로 막 먹는 술

고리타분하거나 옛날 것 이런 느낌 받지는 않아요.

05. 전통주에 대한 인식 및 활성화 방안(② 건강 vs. 맛)

남성과 여성 소비자 대부분은 건강을 생각해서 술을 마신다는 의견은 거의 없고 대부분 술은 술이라고 생각함, 따라서 건강을 위한 술(기능성)보다는 맛이 무엇보다도 중요하다고 생각해 전통주의 맛을 개선하는 것이 필요할 것으로 보임.



*** 술과 건강은 별개, 이왕이면 맛**

남성 소비자 의견



*** 술은 술 (건강 의견 소수)**

여성 소비자 의견

술을 마시면서 건강 생각하면 년센스인 것 같아요.

지방 고유의 맛이 있을 것 같다고 생각을 하는데, 그게 건강에 좋을 것 같다는 생각은...

젊은 사람들은 건강을 생각해서 막걸리를 먹는 건 아니잖아요? 인삼 같은 건 젊은 사람들한테 맞지 않고...

그런거 먹으면 몸에 좋다고 얘기를 하는데 저한테는 결국 술은 술인 것 같아요.

막걸리는 마셔도 머리 아픈 건 똑같으니까 맛이 있는게 나아요. 그래서 막걸리에 사이다를 타 먹잖아요.

어차피 마실 거라면 건강에 더 조금이라도 좋은 거 나이가 들수록 약간 그런 거 있잖아요.

05. 전통주에 대한 인식 및 활성화 방안(③ 프리미엄화)

25-34세대에게 있어 술문화에는 분위기도 중요 요소, 막걸리 고유 포장(패트병) 보다는 유리병 등과 같은 고급화를 통해 술자리 분위기 개선 가능, 또한 선물용으로도 좋음.



*** 때와 장소에 맞게 프리미엄화**



남성 소비자 의견

고급진 술집에서 막걸리를 팔 때는 이게 (유리병) 어울리고, 피막골에서 팔 때는 안 어울리고

(여성분들은 유리병을) 더 좋을 것 같아요, 레어 아이템이잖아요. 막걸리인데 포장이 이렇게 되어 있으니까 시선부터 그렇고

*** 선물이 가능한 패키지**



여성 소비자 의견

왜냐하면 한국의 와인으로 막걸리를 소개하는데, 패트병은 좀 없어 보이잖아요. (자희자향) 이걸로 하면 있어 보일 것 같아요.

한국 술들을 예쁜 항아리에 나왔으면 좋겠다고 생각했어요, (중략) 항아리를 축소시켜서 상품화 시키면 훨씬 더 한국스럽겠다.

05. 전통주에 대한 인식 및 활성화 방안(④ 홍보 및 접근성)

전통주가 다른 술에 비해 맛과 같은 경쟁력이 없는 것은 아니지만 홍보가 잘 되지 않아, 인지도가 낮고 알고 찾아마시고 싶어도 쉽게 접근할 수 없어 이에 대한 개선이 필요



* PPL과 같은 홍보 필요



남성 소비자 의견

광고를 안 하잖아요, 소주도 광고를 하는데 전통주는 광고를 안 하는 것 같아요.

PPL을 잘 활용했으면 좋겠어요, (중략) 연예인들 먹을 때 고급진 술 한국 전통주를 많이 곁들이면 사람들이 많이 따라할 것 같아요.

* 잘 몰라서 못 사먹음



여성 소비자 의견

충분히 한국 전통주는 맛있는데 (중략) 일부러 찾아가지 않는 한 먹기 힘든 구조 (중략) 마시면 맛있거든요. 더 널리 알려져도 좋을 것 같아요.

일단 주변사람들도 많이 몰라요. (중략) 저도 여기와서 거의 모르는 안동소주 이런 것도 오늘 처음 알았지

06. 전통주점에 대한 인식 및 활성화 방안(① 인식)

남성 소비자의 전통주점에 대한 인식은 민속촌, 기성세대와 같은 옛것과 관련된 이미지들이 주로 떠오른 반면, 여성 소비자의 경우 전통주점의 주된 분위기 동굴 같은 어두움, 고요함에 따른 민망함 등을 주로 떠올림.



* 민속촌,
기성세대

남성 소비자 의견



민속촌, 주모가 떠올라요.



나이 드신 기성 세대가 떠올라요.

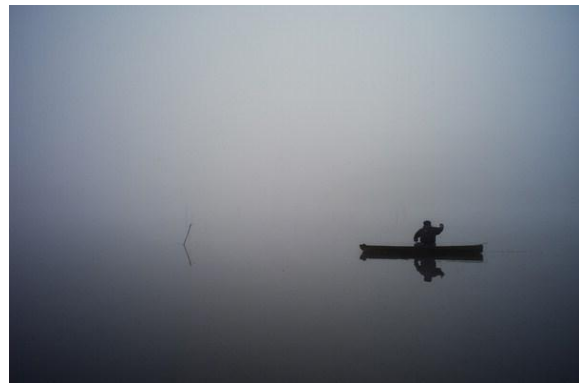


* 어두움, 고요

여성 소비자 의견



살짝 어두컴컴한, 약간 동굴 속 같고 답답해서
저는 싫어요, 펄도 같이 어둡지만 그래도
화려한데...



노래가 안 나와요, 목소리 다 들려서 좀
민망해요.

06. 전통주점에 대한 인식 및 활성화 방안(② 분위기 개선)

남성 소비자와 여성 소비자 모두 전통주점에서 원하는 부분은 독립된 공간에 대한 니즈가 있음, 전통주점은 대부분 개방형이기 때문에 상대에게 집중하기 힘든 문제점이 있다고 느낀다.



*** 독립된 공간 필요**



남성 소비자 의견

항상 오픈되어 있잖아요, 얘기를 해도 다 들리고 (중략) 고급 선술집에 가면 칸막이 있고 그런게 좋은데...

칸막이로 되어 있고, 좌식이고 편한데 (중략) 전통주점은 막혀 있는 걸 거의 못 봤어요, 둘 만의 공간도 갖지 못하고...

*** 독립된 공간 필요**



여성 소비자 의견

저는 어느 정도 독립된 공간이 있었으면 좋겠어요, 일반적인 주점은 다른 사람 이야기 하는 것도 내가 이야기하는 것도 남이 듣고 이러니까

상대방한테 집중을 하려면 전통주점 가는 건 좀 아닌 것 같아요, 어수선해서 (중략) 그 사람한테 집중이 안 되니까...

06. 전통주점에 대한 인식 및 활성화 방안(③ 안주 개발)

전통주하면 보통 막걸리를 떠올리고 파전을 떠올려서 소비자들 선택에 한계가 있음(특수한 상황에만 가게 됨) 따라서 다양한 전통주와 다양한 안주를 토대로 판매를 하고 안주의 플레이팅에 신경을 써서 소비자들의 관심도를 제고할 필요가 있음.



* 다양한 안주



남성 소비자 의견

맨날 전통주점에서는 파전만 팔기 때문에 남자들은 가고 싶어도 (중략) 여자랑 갈 때 이자카야 가는데 이자카야에 가면 분위기 좋고 깔끔하고 다양한 안주가 나오는데...

* 플레이팅과 다양한 안주



여성 소비자 의견

아무래도 한식 특성상 뭔가 푸짐하고 많이 담아야 맛있어 보이는 그런 특성은 있지만 있으니까 (중략) 요즘은 예쁜 눈으로 보는 음식도 플레이팅도 신경을 써주었으면 좋겠어요.

일단 전통주는 막걸리라는 개념이 없이 다양했으면 좋겠고, 그와 관련해서 안주도 다양했으면 좋겠어요.

6장

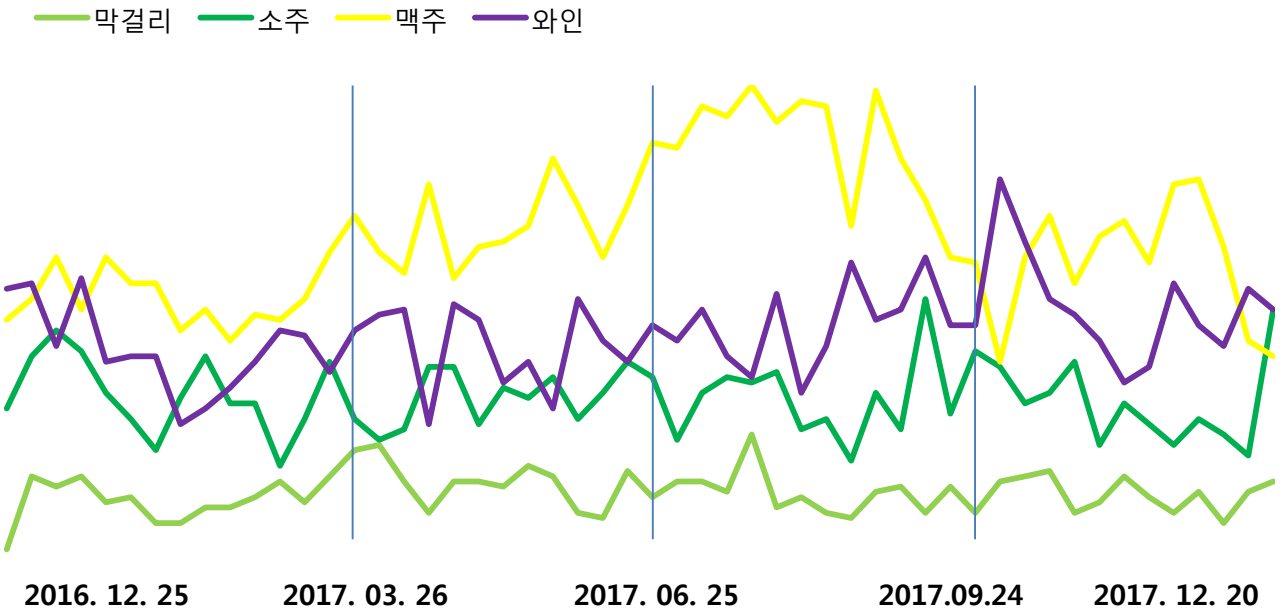


소셜 데이터 분석

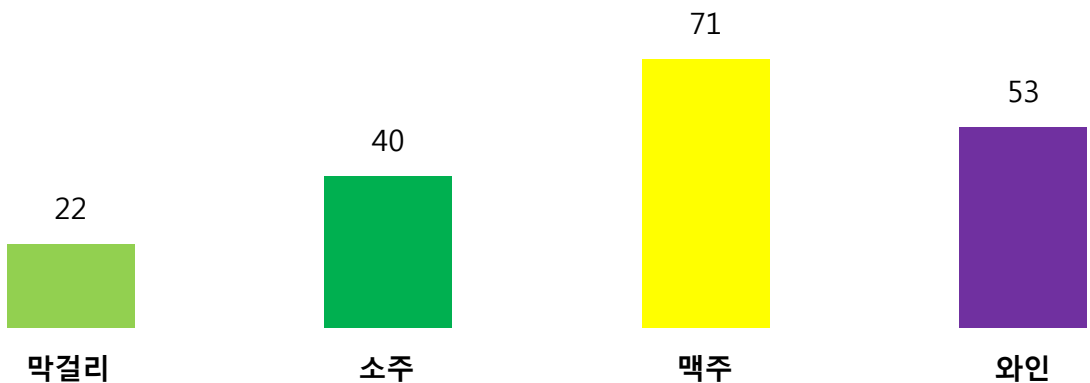
01. '주요 주류에 대한 검색 트렌드' ①

- 지난 1년 간 막걸리, 소주, 맥주, 와인에 대한 관심도는 맥주가 71로 가장 높고, 와인(53), 소주(40), 막걸리(22)의 순으로 높게 나타남.
- 맥주에 대한 관심도는 여름에 상승해서 가을에 하락
- 10월 와인에 대한 관심도가 상승하는데 이 부분은 특정 사건 발생으로 인한 효과로 보여, 내년도 추이와 비교해 볼 필요가 있음.

○ 시간흐름에 따른 관심도 변화



○ 관심도 평균



01. '주요 주류에 대한 검색 트렌드' ②

- 막걸리의 경우 다른 주류와 달리, 만들기에 대한 관심도가 높은 편
- 소주의 경우 소주 안주에 대한 관심도가 가장 높으며 나머지 주류의 경우에도 관련해서 관심이 높은 편
- 맥주 효모의 경우 2017년 관련 샴푸로 인해 가장 높게 나타났으며, 맥주 종류 중에서는 수제 맥주에 대한 관심이 높음.
- 와인의 경우 추천이 가장 높아 일반 소비자들이 와인을 고르기가 쉽지 않음을 알 수 있음.

○ 주류 관련 검색어(상위 10위)

순위	막걸리	소주	맥주	와인
1	전주 막걸리	소주 안주	맥주 효모	와인 추천
2	막걸리 만들기	소주 가격	수제 맥주	양파 와인
3	막걸리 식초	소주 도수	맥주 가격	레드 와인
4	막걸리 효능	안동 소주	맥주 축제	와인 안주
5	막걸리 안주	소주 칼로리	맥주 안주	블러드 앤 와인
6	지평 막걸리	무학 소주	일본 맥주	아이스 와인
7	전주 막걸리 한상	전국 소주 지도	수입 맥주	와인 동굴
8	금정산성 막걸리	진로 소주	카스 맥주	와인 셀러
9	전주 막걸리 골목	대장부 소주	맥주 종류	스파클링 와인
10	막걸리 칼로리	제주 소주	맥주 칼로리	와인 따는 법

* 소주의 경우 "소주 한잔(노래 제목)"을 제외함

- 전주 막걸리 촌, 소주병 트리, 제주 맥주가 2017년도에 급상승한 검색 트렌드로 나타남.

○ 주류 관련 급상승 검색어(상위 5위)

순위	막걸리	소주	맥주	와인
1	전주 막걸리 촌	소주병 트리	제주 맥주	-
2	막걸리 카노	김건모 소주 광고	필 라이트	-
3	전주 막걸리 한상	무학 소주	피츠(fitz) 맥주	-
4	금정산성 막걸리	제주 소주	필 라이트 맥주	-
5	느린마을 막걸리	전국 소주 지도	맥주 효모 샴푸	-

02. '주요 트렌드 분석(① 혼술)'

- 혼술에 대한 감성 분석 결과 긍정 표현이 부정 표현보다 많은 것으로 나타남.
 혼술과 관련된 긍정적 감성은 좋다, 맛있다 즐겁다 등이며, 부정적 감성은 미치다, 힘들다, 아쉽다 등의 표현이 주로 나타남.

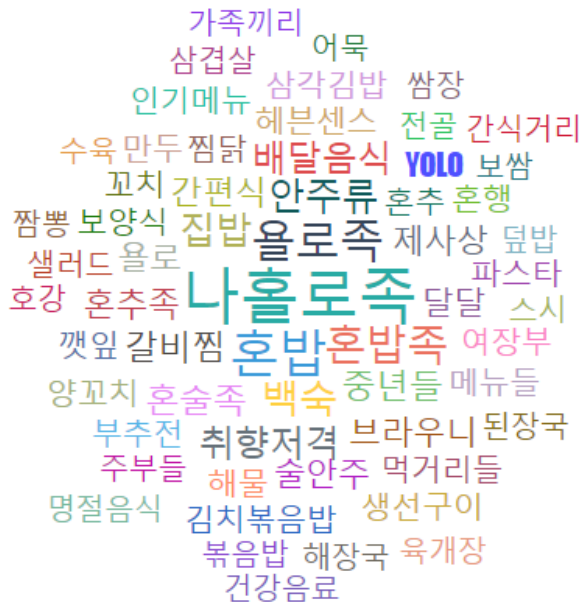
○ 감성 분석

긍정 순위	연관어	빈도수
1	좋다	9,455
2	맛있다	7,503
3	즐겁다	5,589
4	추천	2,514
5	예쁘다	2,245
6	괜찮다	2,161
7	깔끔하다	1,927
8	먹고싶다	1,901
9	최고	1,744
10	싸다	1,630

부정 순위	연관어	빈도수
1	미치다	2,839
2	힘들다	1,932
3	아쉽다	1,370
4	싫다	948
5	비싸다	878
6	귀찮다	668
7	안되다	631
8	부족	628
9	부담	627
10	스트레스	517

- 혼술과 관련된 연관 검색어로는 나홀로족, 혼밥족,올로족 등 혼술과 관련된 집단에 대한 단어와 그 외 갈비찜, 부추전 등 안주와 관련된 연관어가 주로 나타남.

○ 연관어 분석



02. '주요 트렌드 분석(② 수제맥주)'

- 수제맥주에 대한 감성 분석 결과 긍정 표현이 부정 표현보다 많은 것으로 나타남. 긍정적 감성은 좋다, 맛있다 즐겁다 등이며, 부드럽다라는 특성에 대한 표현도 보임, 부정적 감성은 아쉽다, 힘들다, 비싸다 등과 느끼하다는 특성에 대한 표현도 보임

○ 감성 분석

긍정 순위	연관어	빈도수	부정 순위	연관어	빈도수
1	좋다	10,344	1	아쉽다	1,768
2	맛있다	10,102	2	힘들다	1,433
3	즐겁다	5,610	3	비싸다	1,044
4	추천	3,321	4	느끼하다	694
5	예쁘다	3,208	5	싫다	633
6	부드럽다	2,724	6	안되다	547
7	깔끔하다	2,580	7	부족	533
8	괜찮다	2,344	8	별로	456
9	먹고싶다	1,974	9	부담	392
10	싸다	1,965	10	불편	381

- 수제맥주와 관련된 연관 검색어로는 데킬라외 패트론, 브루독과 같은 판매점/제조상 등이 연관되어 많이 나타남.

○ 연관어 분석



02. '주요 트렌드 분석(③ 홈술)'

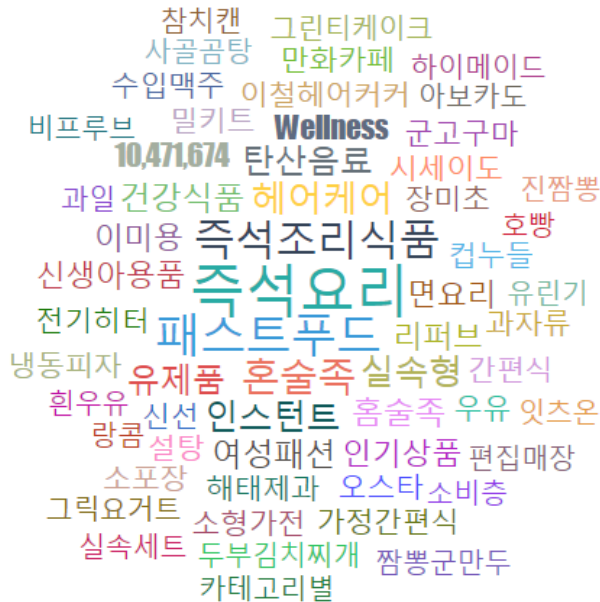
- 홈술에 대한 감성 분석 결과 긍정 표현이 부정 표현보다 많은 것으로 나타남.
 긍정적 감성은 즐겁다, 좋다, 맛있다 등이며, 부정적 감성은 아쉽다, 힘들다, 비싸다, 부담 등의 표현이 주로 보였으나 빈도가 적어 아직 홈술을 즐기는 소비자들은 적은 듯함.

○ 감성 분석

긍정 순위	연관어	빈도수	부정 순위	연관어	빈도수
1	즐겁다	102	1	아쉽다	17
2	좋다	97	2	힘들다	14
3	맛있다	78	3	비싸다	12
4	간편	33	4	부담	11
5	최고	31	5	부족	10
6	추천	30	6	싫다	10
7	행복	28	7	위험	9
8	신기	27	8	사망	8
9	부드럽다	26	9	미치다	8
10	달콤	25	10	안되다	8

- 홈술과 관련된 연관 검색어로는 즉석요리, 즉석조리식품, 패스트푸드 등이 많이 나타나, 홈술 시 주로 즐겨 찾는 식사 대용품들이 많이 연관되어 있다는 것을 알 수 있음.

○ 연관어 분석



02. '주요 트렌드 분석(④ 수입 맥주)'

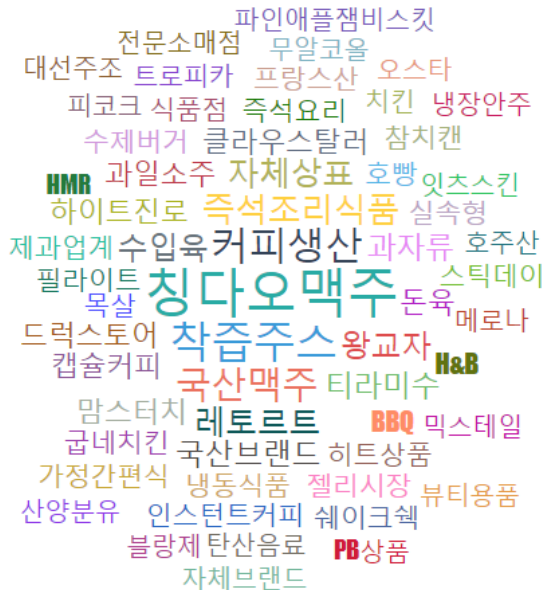
- 수입맥주에 대한 감성 분석 결과 긍정 표현이 부정 표현보다 많은 것으로 나타남. 긍정적 감성은 좋다, 맛있다, 최고 등이며, 부정적 감성은 비싸다, 힘들다, 아쉽다 등이 많이 나타남, 수입맥주의 경우 비싸다는 인식이 있는 것으로 보임.

○ 감성 분석

긍정 순위	연관어	빈도수	부정 순위	연관어	빈도수
1	좋다	2,784	1	비싸다	365
2	맛있다	2,467	2	힘들다	358
3	최고	2,061	3	아쉽다	323
4	즐겁다	1,619	4	싫다	202
5	싸다	1,201	5	부족	187
6	안정	706	6	부담	127
7	소문	706	7	안되다	121
8	예쁘다	590	8	씹쓸	113
9	추천	570	9	느끼하다	103
10	깔끔하다	523	10	맛없다	95

- 수입맥주와 관련된 연관 검색어로 칭다오맥주가 주로 나타나 이에 대한 언급은 가장 많았으나 가장 많이 팔린 맥주는 아니라는 점에서 차이가 나타남.

○ 연관어 분석



02. '주요 트렌드 분석(⑤ 막걸리)'

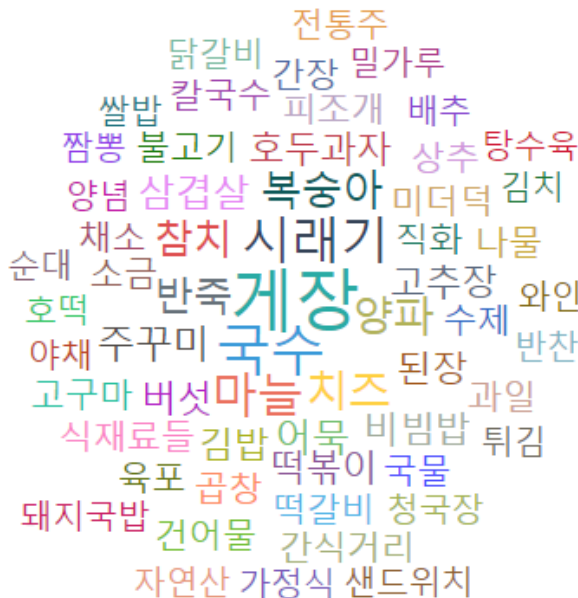
- 막걸리에 대한 감성 분석 결과 긍정 표현이 부정 표현보다 많은 것으로 나타남.
 긍정적 감성은 좋다, 맛있다 즐겁다 등 외에 싸다라는 부분이 주목할 부분으로 보이며,
 부정적 감성은 힘들다, 부족, 아쉽다, 잘못하다, 부담 등으로 나타남

○ 감성 분석

긍정 순위	연관어	빈도수	부정 순위	연관어	빈도수
1	좋다	46,450	1	힘들다	13,286
2	맛있다	29,713	2	부족	9,017
3	즐겁다	20,930	3	아쉽다	7,784
4	싸다	15,375	4	잘못하다	7,577
5	럭셔리	14,940	5	부담	7,574
6	최고	14,143	6	비싸다	6,889
7	깔끔하다	13,104	7	불편	6,449
8	추천	11,535	8	싫다	5,518
9	만족	11,393	9	실패	5,398
10	예쁘다	10,033	10	망하다	5,377

- 막걸리와 관련된 연관 검색어라는 계장, 시래기, 국수 등과 같은 어울리는 안주가 주로 나타남.

○ 연관어 분석



02. '주요 트렌드 분석(⑥ 저도주)'

- 저도주에 대한 감성 분석 결과 긍정적 감성은 좋다, 부드럽다, 즐겁다 등으로 나타났으며, 이 중 부드럽다는 주요 저도주의 특징인 것으로 보임. 부정적 감성은 미치다, 약하다 등임.

○ 감성 분석

긍정 순위	연관어	빈도수
1	좋다	74
2	부드럽다	56
3	즐겁다	55
4	고급	30
5	독특	26
6	맛있다	23
7	우수	22
8	싸다	22
9	순수	20
10	뚜렷하다	20

부정 순위	연관어	빈도수
1	미치다	25
2	약하다	21
3	비싸다	18
4	부담	15
5	심하다	13
6	단점	13
7	사치	12
8	조작	12
9	낭비	12
10	변질	12

- 저도주 위스키도 출시되는 추세에 따라 어울리는 안주인 과일야채에 대한 언급이 많은 것으로 나타남

○ 연관어 분석



7장



전통주 전문점 및 주류 소매유통 인터뷰

01. 조사개요

조사대상

- 전통주 전문주점 대표(점주/매니저)
- 주류 소매유통(백화점/대형마트) MD

조사규모

- 전통주 전문주점 : 20명 (전통주점 18명, 수제맥주점 2명)
- 주류 소매유통 : 5명 (백화점 3명, 마트 2명)

조사방법

- 심층면접(In-Depth Interview)

조사일시

- 2017년 11월 27일 ~ 2018년 4월 3일

참석자 Profile

구분	소재지	이름	구분	소재지	이름
전통주 전문점	강남구	강○○	전통주 전문점	서초구	최○○
전통주 전문점	종로구	박○○	전통주 전문점	강남구	이○○
전통주 전문점	용산구	안○○	전통주 전문점	중구	박○○
전통주 전문점	마포구	박○○	전통주 전문점	마포구	안○○
전통주 전문점	광진구	송○○	전통주 전문점	마포구	남○○
전통주 전문점	마포구	유○○	수제맥주 전문점	용산구	주○○
전통주 전문점	강남구	이○○	수제맥주 전문점	강남구	김○○
전통주 전문점	동작구	정○○	백화점	영등포구	김○○
전통주 전문점	중구	윤○○	백화점	중구	윤○○
전통주 전문점	강남구	김○○	백화점	노원구	강○○
전통주 전문점	서초구	정○○	마트	노원구	서○○
전통주 전문점	마포구	조○○	마트	도봉구	조○○
전통주 전문점	마포구	홍○○			

02. 전통주 트렌드 - ① 고객 및 판매 특성

- 20대 후반~40대, 여성 비중 높고, 일부러 찾아오는 고객(검색, 소개, 재방문) 비중이 높다는 의견임.
- 탁주 판매 비중이 높고, 다양한 전통주를 소개하기 위해 샘플러나 직원의 추천, 시음 등의 방법을 활용하고 있음.

○ 고객 특성

상대적으로 여성 비중 높은 편

20대부터 50대까지 다양하게 오세요. 성비는 6 : 4. 여성이 조금 많으시고. 나이 드신 분들은 남성 분들이 많고 2~30대는 여성 분들이 많으세요.

20대 후반, 30~40대

20대 후반에서 30대 후반. 40대까지. 직장인하고 대학생을 따진다면 직장인이 7정도 학생이 3정도 입니다. 남자 보다는 여자가 많고요.

일부러 찾아오는 고객, 재방문, 소개

다른 데에 잘 없는 귀한 술들이 굉장히 접하기 힘든 술들이 많아서, 그런 술들을 찾아서 멀리서 오시는, 지방에서도 많이 찾아오시는 분들이 많습니다.

○ 판매 특성

탁주:약주:증류주 = 60↑:20↓:20↓

판매 비중은 막걸리가 통상 65% 정도이고, 약주 20%랑 소주 15% 정도입니다.

샘플러 통해 다양한 전통주 소개

샘플러 4~5가지 자체로 1병 정도의 용량이 되거든요. 여러 가지를 맛보시고 그 중에서 막걸리 맛을 보고 취향에 맞는 대로 초이스 해서 드실 수 있게 운영하다 보니까 그렇게 하고 있고요.

직원 전문성 높여 추천 위주 진행

직원들 교육을 통해 추천할 수 있게 하고 있어요. 전통주 소믈리에 같은 역할을...

단골 위주로 다양한 시음

시음 같은 걸 다양하게 해드리려고 하는 편이에요

02. 전통주 트렌드 - ② 뜨는 트렌드와 지는 트렌드

- 기존 단맛 선호는 여성, 초심자 위주로 여전하지만 가볍고 깔끔하고 무첨가로 원료 원래 맛을 즐길 수 있는 맛에 대한 선호도 증가 추세
- 단맛 유행은 다소 감소할 것으로 전망되며, 전통주 전체 시장은 정체/감소세인 가운데 전통주 전문점은 소폭 성장하고 있다는 의견임.

○ 뜨는 트렌드

기존 단맛 트렌드는 유지

여성 분들이 많이 오셔서 그런지 달짝지근 한 막걸리가 많이 나가고요.

가볍고 dry한/깔끔한 맛 선호 증가

막걸리 쪽은 드라이한 쪽으로 많이 선호도가 있고 그 다음에 달달 한 쪽이랑 양분되어 있어요. 드라이한 거는 달달 한 것 없이 깔끔하게 곡류의 느낌이 강한 술들인데...

무첨가/원료 본연의 맛 기대

지금 니즈가 있는 건 단맛이 없으면서 가벼운 종류. 무첨가에 단맛이 없는 카테고리가 너무 빈약해요. 아니면 무겁다 하더라도 무첨가 막걸리가 나왔으면 좋겠어요.

인지도/브랜드 있는 술

아무래도 브랜드 이미지가 중요해요. 알려지지 않은 술들은 많이 힘들고 저희가 추천해줘야 드시고...

○ 지는 트렌드

지나치게 인위적 단맛 유행은 일시적

젊은 분들이 좋아하는 단맛은 많이 빠지는 편이에요. 막걸리뿐 아니라 약주 쪽에서도 단맛이 너무 강한 쪽은 이젠 취급을 안 하는 경우들이 몇 개 있고요.

전통주 전체 시장 감소/전문점 소폭 성장

막걸리가 전체적으로 시장이 줄은 건 맞지만, 저희 같이 팔도 막걸리를 올려서 파는 집들은 성장세이긴 한 것 같아요.

약주, 증류주 등 중고가 라인 가격 저항

전통주는 가격에 대한 부담이 있는 것 같아요. 막걸리는 수시로 이벤트도 하고 행사도 하는데 약주는 행사를 해도 가격대가 만원 대 이상이지 않아요. 쉽게 사먹지 못하는 것 같아요.

03. 전통주 진흥 - 전통주 위상과 전망

- 전통주의 올드한 이미지, 매니아층 위주의 또는 저가 대중주 이미지를 벗어나야 함.
- 탁주의 경우 프리미엄/중간수준/대중주 라인의 분화가 예상되며, 탁주와 증류주에 비해 약주/청주 시장의 가능성도 존재함.

○ 전통주 위상

“전통주”라는 올드한 이미지

전통주라는 이름을 안썼으면 좋겠어요. 너무 낡고, 우리 것이니까 마셔야 한다는 이미지... 우리 술, 한국주? 좀더 중립적인 이름으로...

매니아층 위주

전통주가 소주 맥주에 비해서 좀 더 보편적이지는 않는 것 같아요. 판매량도 그렇고 찾는 매니아층이 정해져 있다 보니까...

저가의 대중주 이미지

일반적으로 장수막걸리 같은 막걸리를 주로 드시는 분들이 프리미엄막걸리를 드셔보시면, 맛은 괜찮은데 가격 측면에서 비싸다는 인식이 아직 있으시잖아요.

소주, 맥주 대비 대중적 경쟁력 ↓

소주, 맥주는 너무 대중적이고 사람들이 다 알고 있는 거기 때문에 어디 가나 먹을 수 있잖아요. 전통 탁주는 아직 소개가 많이 안 돼서...

○ 전통주 전망

큰 성장은 없으나 소폭 성장세 기대

(탁주의 경우) 몇 년 전에 붐이 왔듯이 크게 늘어나지는 않을 것 같은데 꾸준한 매니아층은 계속 갈 것 같아요.

프리미엄/지역주/대중주 분화

프리미엄 라인 막걸리는 저가 편하게 마시는 막걸리 쪽의 시장성하고는 다른 하나의 형태로 인정해야... 지역 특색이 강한 막걸리들은 그거 자체로만 해도 저는 캐릭터가 있다고 생각하거든요.

지역주 등 중간 레벨 시장 가능성

중간 포지션에 있는 술들은 조금 더 고퀄리티로 갔으면 좋겠고. 대중화를 시키려면 정말 대중화된 술을 만들고.

덜 단맛 /약주 시장 가능성

증류주 먹기에는 힘들고 탁주 먹기에는 배부르고 그러니까 맑은 술을 찾는 사람이 있는데 지금 덜 달게 나오고 있는 추세

04. 주류 소매유통 - ① 백화점

- 백화점은 와인 위주이나 감소세, 한편 수입 맥주 강세는 이어짐.
- 특색, 감성 살린 스토리텔링 마케팅 필요

○ 주류 트렌드

와인 위주이나 소폭 감소

전체적으로 보면 매출의 70%가 와인이고, 양주, 사케, 전통주, 맥주, 소주가 나머지 30% 정도 된다고 보시면 돼요. 와인의 매출은 작년보다 줄어들었습니다.

수입 맥주 강세 이어짐

수입 맥주가 조금 신장은 했습니다. 국산맥주도 저희가 4개 정도 진열을 하고 있는데 그거는 꾸준히 나가고 있어요. 수입맥주는 내년에도 계속 이어질 것 같아요. 수제맥주는 같이 진열을 해 봤었는데 그건 딱히 고객들한테 반응을 얻지는 못했습니다.

과일소주, RTD 일시적 유행 소멸

과일소주 같은 것들은 지금은 꺾였어요. 거의 사람들이 안 찾아요.

○ 전통주 진흥 방안

전통주에 한해서 김영란법 적용 완화

김영란법 이후로 단가에 더 예민해진 것 같아요. 근본적으로 법의 취지 자체가 청탁을 없애자는 부분이 있기 때문에 수요 자체를 끌어 올리기 쉽지 않을 것 같습니다.

증류식 소주 관심 나타남

증류주는 꾸준히 나가요. 증류주 중에는 황금00을 제일 많이 찾으세요. 3천원 대 중반 가격인데 많이 찾으시는 편이에요.

특색, 감성 살린 스토리텔링 필요

전통주라서 할 수 있는 마케팅이 있는 것 같아요. 우리만이 할 수 있는 우리나라 술이기 때문에 장인 정신에 대한 부분을 어필할 수도 있고. 우리의 것이다 보니까 다가오는게 편하고 쉽게 느껴지더라고요. 특색이 있는 주류들과 감성적인 마케팅을 잘하는 전통주가 잘될 것 같아요.

04. 주류 소매유통 - ② 대형마트

- 대형마트는 맥주 중심, 특히 수입 맥주 강세 이어짐.
- 전통주는 저가/판매 프로모션 강화 필요하며, 전통주에 대한 대중의 관심을 살리는 것이 선결되어야 함.

○ 주류 트렌드

수입 맥주 강세

세계맥주가 잘 먹히고... 혼자 오셔 가지고 구매 하면 국내산 맥주는 6캔 사면 한 종류로 사야 되는 부담감이 있는데 세계 맥주는 내가 먹고 싶은 종류대로 선택할 수 있잖아요.

저가 맥주 호응

저가형 맥주가 잘 진행이 되는 것 같아요. 가성비 좋은 맥주...

수제맥주 호응은 크지 않은 편

잠깐 미디어 매체에서 한번 해주면 쫓아가는데 그게 그렇게 멀리 가지 않아요. 수제맥주가 생각보다 비싸고.

전통주 약세 이어짐

전통주는 전체에서 거의 10% 쯤 되죠. 막걸리가 가장 꾸준히 나가고 정종은 명절 때에. 그거 외에는 뚜렷하게 거의 없어요. 과실주나 약주 물량도 예전보다 훨씬 줄었어요.

○ 전통주 진흥 방안

가격정책

과실주도 처음에는 반응 좋다가 지금은 종류가 많이 다양해졌는데도 안 나가니까. 굳이 비싼 술을 잘 안 먹죠.

프로모션 강화

이걸 1+1을 걸어버리면 먹히죠. 안 먹던 것도 먹게 되니까. 그 동안에 봐왔던 비싼 술이 가격이 저렴해지면 사가요. 전통주도 그런 식으로 진행하면 좋을 것 같아요.

홍보 강화

전통주가 뭔가에 대한 고객 반응이 잊혀져 있어요. 이걸 살리려면 아까도 말씀하신 미디어에서 홍보도 해야 되고 거기에 따라서 신제품, 지금 있는 것도 솔직히 나쁘지는 않아요. 고객들이 이걸 먹어야 된다 라는 생각을 갖게끔 그게 중요한 것 같아요. 그 다음에 프로모션을 하던가.

2017년 주류소비 트렌드 조사

0 발 행 일 : 2018년 5월

0 발 행 처 : 농림축산식품부 / 한국농수산물유통공사

0 조사기관 : (주)글로벌리서치 (02-3438-1721)

0 문 의 처 : 한국농수산물유통공사 식품정보부 (061-931-0743)

※ 동 자료는 더솔닷컴(thesool.com) 및 The외식(www.aTfis.or.kr) 에서 다운로드
받아 보실 수 있습니다.

이 보고서의 내용을 인용할 시 반드시 출처를 명확히 밝히고, 무단으로 책의 내용이나
각종 자료를 복제·전제하거나 웹상 수집 및 게시, 판매 등 상업적 이용을 금합니다.

