

# 2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1912-07
- 품목 : 증류주(Distilled Spirits)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 경쟁력분석형

# Contents

## I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 미국 증류주 경쟁제품 선정	6
2. 미국 증류주 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 미국 증류주 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 미국 증류주 경쟁제품 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

## II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	25
1. 미국 증류주 경쟁기업 포지셔닝	26
2. 미국 증류주 경쟁기업 현황	27
3. 미국 증류주 경쟁기업 분석	29

## III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	36
Interview ① 에이스스피리치(Ace Spirits)	37
Interview ② 레이저스 와인&리큐어(Leiser's Wines & Liquors)	41
Interview ③ 어반언코크드(Urban Uncorked)	43
Interview ④ 오션와인&스피리츠(Ocean Wine & Spirits)	45
Interview ⑤ 프레데릭와일드맨앤쏬스(Frederick Wildman and Sons)	47

## IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	48
1. 제품 경쟁력 검증	49
2. 기업 마케팅 벤치마킹	53
*참고문헌	55



# I. Competitive Product

## SUMMARY

1. 미국 증류주 경쟁제품 선정
2. 미국 증류주 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 증류주 경쟁제품 포지셔닝
4. 미국 증류주 경쟁제품 입점 매장 및 경쟁제품 정보



# Competitive Product

(경쟁제품)

## 미국 (U.S.A)

### 증류주 방문 매장 선정

#### 방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	한인마트	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	아시안마트	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	리퀴드샵				아시안마트		

## 미국 (U.S.A)

### 증류주 매장 조사

	아리랑슈퍼마켓(Arirang Supermarket) (한인마트)	에이치마트(H mart) (아시안마트)
전경		
조사 제품	5개	1개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1983년에 캘리포니아 산타아나에 설립된 한인마트로, 가든그로브, 풀러톤에 2개 매장을 보유하고 있음</li> <li>• 오렌지카운티 지역의 대표적인 한인마트로 냉동식품, 가공식품, 육류, 해산물 등 신선식품 등을 판매하고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1982년에 설립된 미국 내 최대 규모의 아시안마트로 한아름 그룹이 운영하고 있음</li> <li>• 미국 내 97개의 매장을 보유하고 있으며, 건강식품, 스낵, 음료, 야채 등 다양한 제품을 판매하고 있음</li> </ul>
	베브모어(BevMo!) (리퀴드샵)	토탈와인(Total Wine) (리퀴드샵)
전경		
조사 제품	5개	4개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 드링크 앤 모어(Beverages &amp; More!)라는 이름으로 1994년 설립된 리퀴드샵으로 현재 캘리포니아 최대 주류 전문 체인점으로 성장함</li> <li>• 약 150여개 매장에서 1,500종 주류를 판매 중에 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1985년 피츠버그 지역에서 시작된 리퀴드샵으로 2014년 와인 인슈이어스트 매거진(Wine Enthusiast Magazine)에 올해 업체로 선정됨</li> <li>• 200여개 매장에서 3,000여종 증류주를 판매 중에 있음</li> </ul>

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 미국 (U.S.A)

### 증류주 경쟁제품

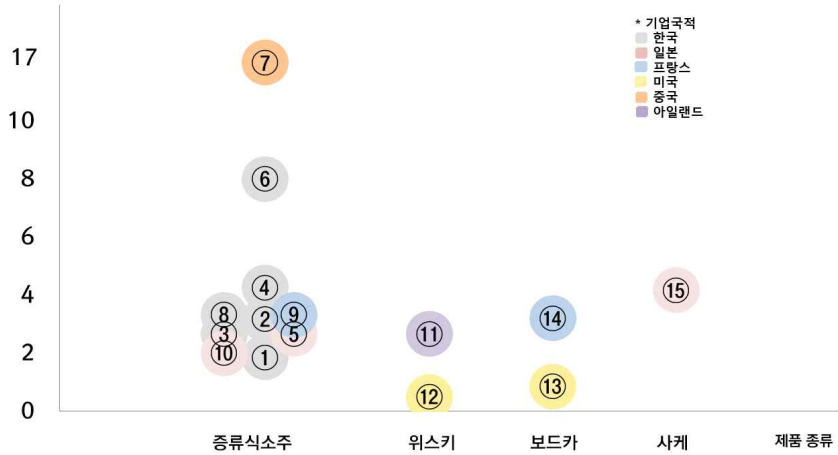
#### 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준  
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준  
· 경쟁제품 소비자가격  
· 경쟁제품 기업국적

경쟁제품 포지셔닝 기준  
· X축 : 제품 종류  
· Y축 : 소비자가격(달러/100ml)

소비자가격(달러/100ml)



## 미국 (U.S.A)

### 증류주 경쟁제품 분석

제품 종류 <sup>1)</sup>	기업 국적	생산지	경쟁제품(경쟁기업)	가격 (총합) <sup>2)</sup>	가격 (100ml당)	용량 (ml)	도수 (%)	주요 원료
증류식소주	한국	한국	① 일품 (B사)	6.99달러 (8,100원)	1.86달러 (2,160원)	375	21	쌀
	한국	한국	② 대장부 (C사)	11.9달러 (13,790원)	3.17달러 (3,677원)	375	24	쌀
	한국	한국	③ 제왕 (D사)	9.99달러 (11,576원)	2.66달러 (3,087원)	375	24	고구마, 쌀
	한국	한국	④ 러 (E사)	15.99달러 (18,529원)	4.26달러 (4,941원)	375	25	고구마, 쌀
	일본	일본	⑤ 이치코 세이린 쇼추 (산와슈루이)	19.99달러 (23,164원)	2.67달러 (3,089원)	750	25	보리
	한국	한국	⑥ 문배술 (F사)	29.99달러 (34,752원)	8.00달러 (9,267원)	375	40	수수, 기장
	중국	중국	⑦ 슈이정팡 (쓰촨 스펬펜)	63.99달러 (74,152원)	17.06달러 (19,774원)	375	52	수수, 곡물
	일본	일본	⑧ 타이쿠 쇼추 (타이쿠쇼추)	24.99달러 (28,958원)	3.33달러 (3,861원)	750	20	보리
	프랑스	프랑스	⑨ 그레이구스 보드카 (그레이구스)	24.99달러 (28,958원)	3.33달러 (3,861원)	750	40	밀
	일본	베트남	⑩ 톰보 쇼추 (사케원)	14.99달러 (17,370원)	2.00달러 (2,316원)	750	24	보리
위스키	아일랜드	아일랜드	⑪ 제임슨 아이리쉬 위스키 (미들턴 디스틸러리)	19.99달러 (23,164원)	2.67달러 (3,089원)	750	40	곡물
	미국	미국	⑫ 칼리 (칼리 디스틸러리)	54.99달러 (63,722원)	5.50달러 (6,372원)	1,000	42.5	옥수수
보드카	미국	미국	⑬ 스타블루 (스타블루 브랜드컴퍼니)	14.99달러 (17,370원)	0.86달러 (993원)	1,750	40	곡물
	프랑스	프랑스	⑭ 몽블랑 보드카 (몽블랑)	23.99달러 (27,800원)	3.20달러 (3,707원)	750	40	곡물
사케	일본	일본	⑮ 쇼우네 준마이다이긴조 (하쿠츠루 주조)	29.99달러 (34,752원)	4.17달러 (4,827원)	720	15.5	쌀

(\*) 현지 판매 증류주 경쟁제품 15개 분석

1) 생산지, 제조공법, 브랜드에 따라 제품 종류 구분은 일부 차이 존재함

2) 1달러=1,158.80원(2020.01.20.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 1. 미국 증류주 경쟁제품 선정

### ▶ 선정 기준 ① 현지산 혹은 수입산 제품

- 현지산 제품: 미국에서 생산되는 제품
- 수입산 제품: 미국 외 국가에서 생산되는 제품

### ▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(\*) 4개 채널 : 아리랑슈퍼마켓, 에이치마트, 베브모어, 토탈와인

[표 1.1] 미국 증류주 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품종류	유형별 매장 입점 여부	
	증류주	오프라인	온라인
① 일품 (B사)	증류식소주	○ (아리랑)	○ (이베이)
② 대장부 (C사)	증류식소주	○ (아리랑)	○ (로저월코)
③ 제왕 (D사)	증류식소주	○ (아리랑)	○ (웨어하우스 와인앤스피릿)
④ 려 (E사)	증류식소주	○ (아리랑)	
⑤ 이치코 세이린 쇼추 (산와슈루이)	증류식소주	○ (아리랑)	○ (웨어하우스 와인앤스피릿)
⑥ 문배술 (F사)	증류식소주	○ (에이치마트)	○ (알리와인)
⑦ 슈이징팡 (쓰촨 스웰핀)	증류식소주	○ (베브모어)	○ (베브모어)
⑧ 타이쿠 쇼추 (타이쿠쇼추)	증류식소주	○ (베브모어)	○ (베브모어)
⑨ 그레이구스 보드카 (그레이구스)	증류식소주	○ (베브모어)	○ (베브모어)
⑩ 톰보 쇼추 (사케원)	증류식소주	○ (토탈와인)	○ (베브모어)
⑪ 제임슨 아이리쉬 위스키 (미들턴 디스틸러리)	위스키	○ (베브모어)	○ (베브모어)
⑫ 칼리 (칼리 디스틸러리)	위스키	○ (토탈와인)	○ (웨어하우스 와인앤스피릿)
⑬ 스타블루 (스타블루 브랜드컴퍼니)	보드카	○ (토탈와인)	○ (토탈와인)
⑭ 몽블랑 보드카 (몽블랑)	보드카	○ (토탈와인)	○ (토탈와인)
⑮ 쇼우네 준마이다이긴조 (하쿠츠루 주조)	사케	○ (베브모어)	○ (베브모어)

(\*) 현지 판매 증류주 경쟁제품 15개 분석

## 2. 미국 증류주 경쟁제품 조사지표 선정

### 포장 형태 예시

· 유리병 포장 형태



· 종이상자 포장 형태



- ▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격
  - 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
  - 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 100ml당 판매 가격
- ▶ 조사 지표 ② 용량(ml)
  - 경쟁제품의 포장 용량
- ▶ 조사 지표 ③ 도수(%)
  - 경쟁제품의 알코올 함량
- ▶ 조사 지표 ④ 종류
  - 증류주 제조 원료와 방식에 따른 경쟁제품의 종류 구분
    - 소주(Soju, Shochu), 위스키, 보드카, 사케
- ▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태
  - 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질
    - 유리병: 내용물이 들어있는 유리 재질의 병 용기
    - 종이상자: 내용물을 감싸고 있는 외포장 형태의 종이상자
- ▶ 조사 지표 ⑥ 주요 원료
  - 증류주 경쟁제품을 만들 때 사용된 원료 및 첨가물
- ▶ 조사 지표 ⑦ 홍보문구
  - 경쟁제품에서 주로 제품과 온라인 상에서 홍보하는 내용과 문구

[표 1.2] 미국 증류주 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	용량(ml)	제품의 용량
도수	도수(%)	제품의 알코올 함량
제품 종류	증류식소주	소주(Soju), 쇼추(Shochu)로 명명되는 증류식소주
	위스키	맥아 및 기타 곡류를 발효시킨 발효주를 증류하여 만든 술
	보드카	수수, 옥수수, 감자 등 탄수화물 함량이 높은 원료로 만들 발효주를 증류하여 만든 술
	사케	일본식 맑은술로 일본주와 청주(Seishu)를 포함
포장 형태	유리병	내용물이 들어 있는 유리 재질의 병 용기
	종이상자	내용물을 감싸고 있는 외포장 형태의 종이상자
주요 원료	원료 및 첨가물	쌀, 보리, 누룩 등 제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물



### 3. 미국 증류주 경쟁제품 포지셔닝

#### ▶ 포지셔닝 ①: 10달러-30달러 구간에서 경쟁제품 다수 확인

미국 오프라인 매장에서 조사된 증류주 경쟁제품 15개는 한국, 일본, 미국, 프랑스, 중국, 아일랜드, 베트남에서 생산된 제품임. 조사된 제품 중 14개의 제품이 제품 브랜드를 소유한 기업의 국적과 생산지가 동일하였으나, 1개의 제품(⑩)은 베트남에서 생산된 일본기업 제품으로 확인됨

경쟁제품 15개의 소비자 판매가격을 확인한 결과, 10달러-20달러 구간의 제품 6개, 20달러-30달러 구간의 제품 5개로 10달러에서 30달러 가격대의 제품이 11개로 가장 많이 조사됨. 가장 가격이 높은 제품은 한국에서 수정방(水井坊)으로 알려진 중국 제품(⑦)으로 375ml 용량의 제품이 63.99달러에 판매되고 있음

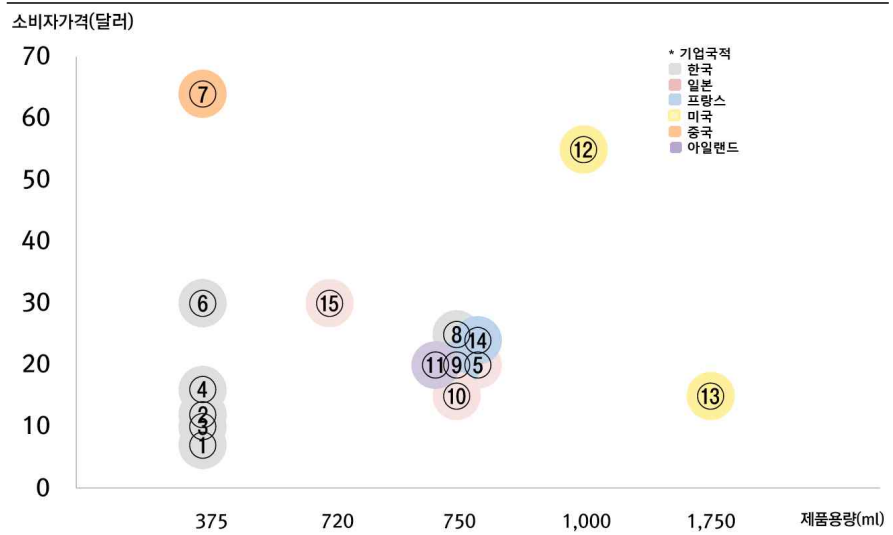
#### 경쟁제품(경쟁기업)

- ① 일품 (한국)
- ② 대장부 (한국)
- ③ 제왕 (한국)
- ④ 려 (한국)
- ⑤ 이치코 세이린 쇼추 (일본)
- ⑥ 문배술 (한국)
- ⑦ 슈이장평 (중국)
- ⑧ 타이쿠 쇼추 (일본)
- ⑨ 그레이구스 보드카 (프랑스)
- ⑩ 톰보 쇼추 (일본)
- ⑪ 제임슨 아이리쉬 위스키 (아일랜드)
- ⑫ 칼리 (미국)
- ⑬ 스타블루 (미국)
- ⑭ 몽블랑 보드카 (프랑스)
- ⑮ 쇼우네 준마이다이긴조 (일본)

#### ▶ 포지셔닝 ②: 한국기업 제품은 375ml가 가장 많으나 글로벌기업 제품은 750ml 제품이 다수

미국 오프라인 매장에서 조사된 증류주 경쟁제품 15개의 용량은 375ml, 720ml, 750ml, 1,000ml, 1,750ml 5가지로 구분됨. 용량별 각각의 수량은 375ml 제품 6개, 720ml 제품은 1개, 750ml 제품 6개, 1,000ml인 제품은 1개, 1,750ml 제품 역시 1개로 확인됨. 한국기업의 제품 6개 중 5개의 용량은 375ml이고, 일본, 프랑스, 아일랜드의 제품은 750ml 용량 제품이 조사됨. 한편, 미국기업의 제품은 상대적으로 큰 용량인 1,000ml와 1,750ml인 제품 2개가 확인됨

[표 1.3] 미국 증류주 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 미국 증류주 경쟁제품 15개 분석 결과

#### 4. 미국 증류주 경쟁제품 입점 매장 및 경쟁제품 정보

캘리포니아  
오렌지 카운티  
(Orange County, CA)

인구(17)5)	319만 명
성 비율6)	0.98 : 1.00 (남성 : 여성)
면적7)	2,455.51 제곱킬로미터

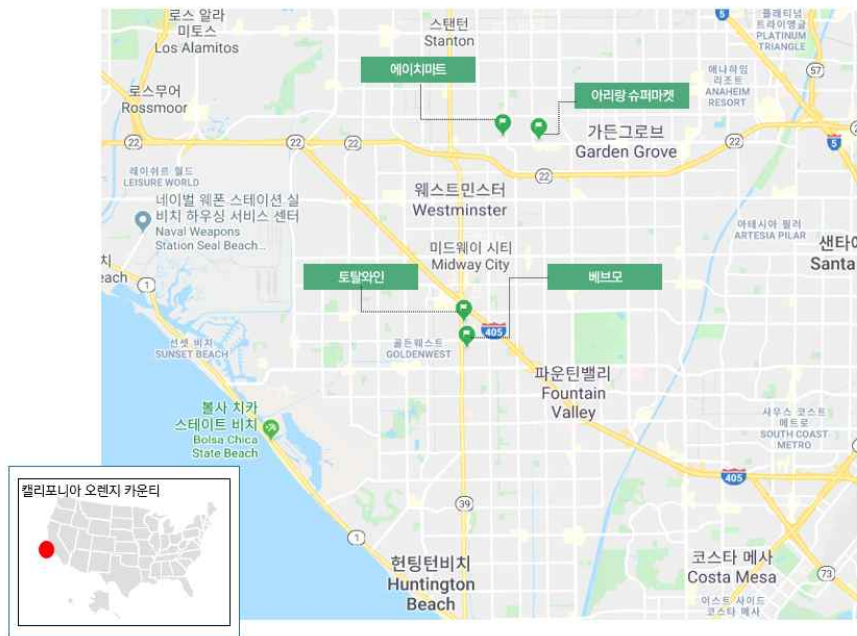
▶ 미국 서부 캘리포니아주 오렌지 카운티를 방문지역으로 선정

미국 서부 캘리포니아 주에 위치한 오렌지 카운티(또는 오렌지 군)(Orange County)를 방문 지역으로 선정함. 오렌지 카운티는 캘리포니아 주에 위치한 군 중에서 로스앤젤레스(Los Angeles)와 샌디에고(San Diego) 다음으로 인구 가 많은 지역이며, 테마파크와 리조트 등 관광시설이 위치하여 많은 관광객이 방문하는 지역임3). 오렌지 카운티의 가든그로브(Garden Grove) 지역은 한인들의 상권이 발달된 곳으로, 다양한 업종의 한인 소매상권이 형성되어 있음4)

▶ 한인마트, 아시안마트, 주류 판매점 등 4곳을 방문, 경쟁제품 15개 선정

미국 캘리포니아 주, 오렌지 카운티(군)의 가든그로브 지역에 위치한 한인마트인 아리랑슈퍼마켓(Arirang Supermarket)과 아시안마트인 에이치마트(H Mart)를 방문하여 증류주 경쟁제품 6개를 조사함. 또한 헌팅턴비치(Huntington Beach) 지역의 주류전문판매점인 베브모어(BevMol), 토탈와인(Total Wine)을 방문하여 9개의 증류주 경쟁제품을 선정함

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : 구글맵(Google Maps)

3) 자료: 캘리포니아드림빅(California Dream big) 홈페이지 (www.visitcalifornia.com), 오렌지 카운티(ocgov.com) 홈페이지 (www.ocgov.com)

4) 자료: 코리아데일리(Koreadaily) 홈페이지 (koreadaily.com)

5) 자료: 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)

6) 자료: 스테이트101(States101) 홈페이지 (www.states101.com)

7) 자료: 월드아틀라스(World Atlas) 홈페이지 (www.worldatlas.com)





제품명 (영어)	일품 (Il Poom)		
제조사	B사	용량(ml)	375
제품 종류	증류식소주	도수(%)	21
가격	6.99달러 (8,100원)	포장 형태	유리병
원산지	한국	주원료	물, 쌀
홍보문구	100% 천연 지하수와 한국 발효쌀로 만든 전통 프리미엄 증류주		

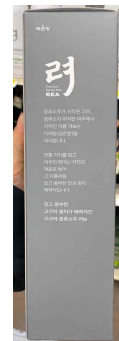


제품명 (영어)	대장부 (Dae Jang Bu)		
제조사	C사	용량(ml)	375
제품 종류	증류식소주	도수(%)	24
가격	11.90달러 (13,790원)	포장 형태	내포장 외포장 유리병 종이상자
원산지	한국	주원료	쌀
홍보문구	100%우리쌀, 24% 도정 저온숙성시킨 프리미엄 증류식 소주		





제품명 (영어)	제왕 (The Emperor)		
제조사	D사	용량(ml)	375
제품 종류	증류식소주	도수(%)	24
가격	9.99달러 (11,576원)	포장 형태	유리병
원산지	한국	주원료	고구마, 쌀
홍보문구	증류주의 진짜 맛, 고구마와 쌀에서 증류한 증류주, 전통 증류 방식을 사용, 우리쌀로 빚어낸, 깨끗하고 깊은 맛, 프리미엄 증류 소주		



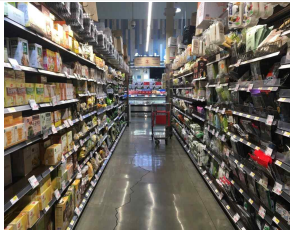

제품명 (영어)	려 (REA)		
제조사	E사	용량(ml)	375
제품 종류	증류식소주	도수(%)	25
가격	15.99달러 (18,529원)	포장 형태	내포장 외포장 유리병 종이상자
원산지	한국	주원료	고구마, 쌀, 누룩, 이스트, 물
홍보문구	프리미엄 증류주, 깊고 풍부한 고구마 풍미가 매력적인 고구마 증류소주		



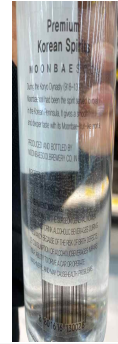
제품명 (영어)	이치코 세이린 쇼추 (Ichiko Seirin Shochu)		
제조사	산와슈루이 (Sanwa Shurui)	용량(ml)	750
제품 종류	증류식소주	도수(%)	25
가격	19.99달러 (23,164원)	포장 형태	유리병
원산지	일본	주원료	보리
홍보문구	100% 보리로 증류한 일본의 소		

Shop ② 에이치마트(HMart)

<p>●</p> <p><b>매장 정보</b></p>
<p>· 유형 : 아시안마트</p> <p>· 방문 지역 특징 : 오렌지카운티 지역의 대표적인 한인지역으로 주변에 한인들이 많이 거주하고 있음. 해당 지역에는 한인마트와 한인 식당들이 다수 위치함</p> <p>· 판매 제품 특징 : 식품, 냉동식품, 과자, 라면, 육류, 해산물 등 한국 제품을 고급스러운 이미지로 판매함</p> <p>· 주요 소비층 : 한국인, 현지주민, 외국인</p>

<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>		<p>97개 매장을 보유하고 있는 미국 내 최대 규모의 아시안마트로 1982년에 설립, 한아름 그룹이 운영하고 있음. 건강식품, 스낵, 야채 등 제품과 다양한 한국 제품을 판매하고 있음. 가격이 비싸다는 이미지를 보유한 해당 마트는 한인과 외국인들이 주요 소비층으로 자리잡고 있음</p>
	<p>조사 제품 수 : 1개</p>	
<p><b>매장 정보</b></p>		
	<p><b>위치</b></p>	<p><b>도시(지역)</b>                                  캘리포니아, 미국</p> <p><b>상세주소</b>                                    8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92841</p>
<p><b>매장 전경</b></p>	<p><b>매장 내부 전경</b></p>  	
	<p><b>증류주 판매 정보</b></p>	<p><b>판매 증류주 제품 정보</b></p> 
<p>문배술 (F사)</p>		


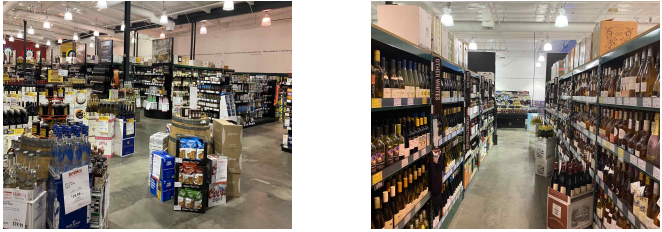

사진자료: 현지조사원 정보, 에이치마트(H Mart) 홈페이지



제품명 (영어)	문배술 (MoonBaeSool)		
제조사	F사	용량(ml)	375
제품 종류	증류식소주	도수(%)	40
가격	29.99달러 (34,752원)	포장 형태	유리병
원산지	한국	주원료	수수(60%), 기장(40%)
홍보문구	프리미엄 한국식 증류주, 고려시대 왕족이 마시던 술, 문배의 과일같은 향이 더 깊고 부드러운 맛		



### Shop ③ 베브모어(BevMo!)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 리퀴드샵 (주류판매점)</li> <li>· 방문 지역 특징 : 술, 빵 등 특정 상품만을 판매하고 있는 상점들이 위치한 쇼핑몰에 입점함</li> <li>· 판매 제품 특징 : 주류, 마른안주, 빵을 판매 위스키, 사케 등 다양한 종류의 술을 판매하고 있음</li> <li>· 주요 소비층 : 현지 주민</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>	 <p>드링크 앤 모어(Beverages &amp; More!)라는 상호명으로 1994년 설립, 현재 캘리포니아에서 최대 주류 전문 체인점으로 성장함. 약 150여개 매장에서 약 1,500종의 주류를 판매하고 있음. 일본기업, 중국기업에서 제조한 주류를 판매하고 있으나 한국기업의 제품은 판매하지 않음</p>
<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 수 : 5개</p>  <p>도시(지역) : 캘리포니아, 미국                  위치 : 16672 Beach Blvd Suit K, Huntington Beach, CA 92647                  상세주소 : 16672 Beach Blvd Suit K, Huntington Beach, CA 92647</p>	
<p><b>매장 전경</b></p>	<p>매장 내부 전경</p> 	
<p><b>증류주 판매 정보</b></p>	<p>판매 증류주 제품 정보</p>  <p>그레이구스 보드카 (그레이구스)      제임슨 아이리쉬 위스키 (미들턴 디스틸러리)      쇼우네 준마이다이긴조 (하쿠츠히루 주조)</p> <p>슈이징팡 (쓰촨 스웰펀)      타이쿠 소주 (타이쿠쇼추 로체스터)</p>	

사진자료: 현지조사원 정보, 베브모어(BevMo!) 홈페이지



제품명 (영어)	그레이구스 보드카 (Grey Goose Vodka)		
제조사	그레이구스 (Grey Goose)	용량(ml)	750
제품 종류	보드카	도수(%)	40
가격	24.99달러 (28,958원)	포장 형태	유리병
원산지	프랑스	주원료	밀(프랑스산), 물
홍보문구	프랑스 밀과 꼬냑 지역 조사라펠루(Gensac-La-Pallue)의 물로 증류, 부드럽고 뛰어난 맛		



제품명 (영어)	제임슨 아이리쉬 위스키 (Jameson Irish Whiskey)		
제조사	미들턴 디스틸러리 (Midleton Distillery Midleton)	용량(ml)	750
제품 종류	위스키	도수(%)	40
가격	19.99달러 (23,164원)	포장 형태	유리병
원산지	아일랜드	주원료	곡물
홍보문구	혼합 포트스틸(Pot still) 방식, 최고의 곡물로 만든, 세번 증류, 1780년 이래 존제임슨(John Jameson) 방식으로 만들어진, 부드러운 아이리쉬 위스키		



제품명 (영어)	쇼우네 준마이다이긴조 (Sho Une Junmai Daiginjo)		
제조사	하쿠츄루사케 (Hakutsuru Sake)	용량(ml)	720
제품 종류	사케	도수(%)	15.5
가격	29.99달러 (34,752원)	포장 형태	내포장 외포장 유리병 종이상자
원산지	일본	주원료	쌀(일본산), 물
홍보문구	프리미엄 최고급 쌀, 야마다니시키(Yamadanishiki)와 로코산 나다(Nada) 샘플을 사용, 최고의 일본식 사케, 과일향과 벨벳의 부드러움		



제품명 (영어)	슈이징팡 (Shui Jing Fang)		
제조사	쓰촨 스웰펀 (Sichuan Swellfun)	용량(ml)	375
제품 종류	증류식소주	도수(%)	52
가격	63.99달러 (74,152원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	첨가물	수수, 곡물
홍보문구	중국식 화이트 증류주		



제품명 (영어)	타이쿠 쇼추 (TY-KU Soju)		
제조사	타이쿠쇼추 로체스터 (TY KU Soju Rochester)	용량(ml)	750
제품 종류	증류식소주	도수(%)	20
가격	24.99달러 (28,958원)	포장 형태	유리병
원산지	일본	주원료	보리
홍보문구	100% 보리 증류주, 프리미엄		







제품명 (영어)	몽블랑 보드카 (MontBlanc Vodka)		
제조사	몽블랑 (MontBlanc)	용량(ml)	750
제품 종류	보드카	도수(%)	40
가격	23.99달러 (27,800원)	포장 형태	유리병
원산지	프랑스	주원료	곡물
홍보문구	최고급 프리미엄, 최고급 교낙 및 증류주의 고향인, 프랑스 교낙지방의 최고급 프랑스산 곡물들로 제조		



제품명 (영어)	스타블루 (Starr Blu)		
제조사	스타블루 브랜드컴퍼니 (Starr Blu Brand Company)	용량(ml)	1,750
제품 종류	보드카	도수(%)	40
가격	14.99달러 (17,370원)	포장 형태	유리병
원산지	미국	주원료	곡물
홍보문구	5번 증류된 보드카		



제품명 (영어)	툼보 쇼추 (Tombo Shochu)		
제조사	사케원 (Sakewon)	용량(ml)	750
제품 종류	증류식소주	도수(%)	24
가격	14.99달러 (17,370원)	포장 형태	유리병
원산지	베트남	주원료	보리
홍보문구	사무라이의 용기와 강인함, 온더락(On The Rocks)으로 부드러운 강도, 선호 칵테일과의 혼합		



제품명 (영어)	칼리 (Cali)		
제조사	칼리 디스틸러리 (Cali Distillery)	용량(ml)	1,000
제품 종류	위스키	도수(%)	42.5
가격	54.99달러 (63,722원)	포장 형태	유리병
원산지	미국	주원료	옥수수
홍보문구	수제양조, 위스키를 캘리포니아 스피릿으로 재구성		

## II. Competitor

### SUMMARY

1. 미국 증류주 경쟁기업 포지셔닝
2. 미국 증류주 경쟁기업 현황
3. 미국 증류주 경쟁기업 분석



# Competitor

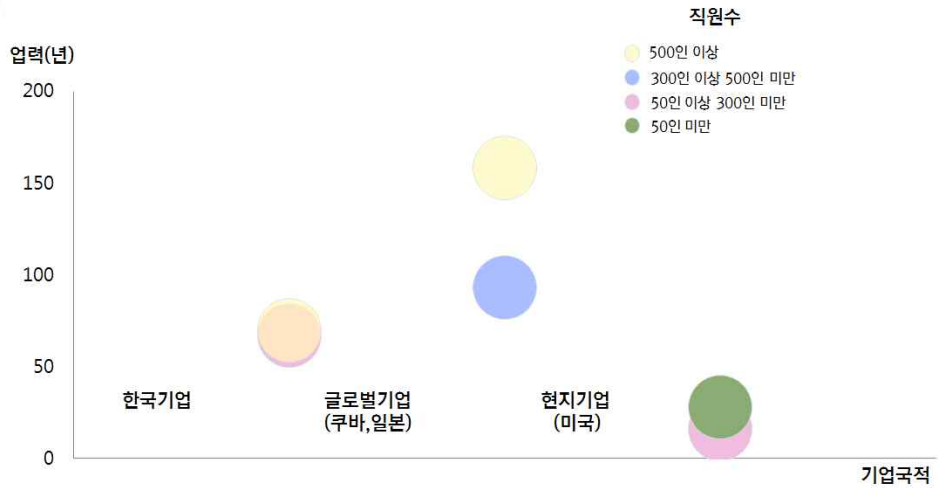
(경쟁기업)

## 미국(U.S.A) 미국 증류주 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정  
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류  
· 증류주 제조 여부

경쟁사 포지셔닝  
· X축 : 제조사 국적  
· Y축 : 업력(년)



## 미국(U.S.A) 증류주 경쟁기업 분석

제조사 국적	제조사	업력 (설립연도)	직원수	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
한국	C사	70년 (1950년)	6,078명	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% 순수 미네랄 워터</li> <li>한국 전통 술</li> <li>최고 품질</li> <li>깔끔한 맛</li> </ul>	18개
한국	E사	67년 (1983년)	247명	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>쓰지않고 부드러운</li> <li>깨끗하고 상쾌한 맛</li> <li>숙취해소에 도움</li> <li>풍부한 품미</li> </ul>	2개
쿠바	바카디 (Bacardi)	158년 (1862년)	7,000명	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>장인 정신</li> <li>전통</li> <li>최고급 등급의 밀 사용</li> <li>타협하지 않는 최고의 품질</li> </ul>	34개
일본	하쿠츠루사케 (Hakutsuru Sake)	93년 (1927년)	432명	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>최고급 쌀</li> <li>천연 샘물</li> <li>우아한 술</li> </ul>	13개
미국	타이쿠사케 (TY KU)	16년 (2004년)	284명	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>천연성분</li> <li>저칼로리 및 저당</li> <li>풍부한 품미</li> <li>부드럽고 가벼우며 상쾌함</li> <li>100% 프리미엄 보리 사용</li> </ul>	6개
미국	사케원 (Sakeone)	28년 (1992년)	24명	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>풍부한 품미</li> <li>부드러운 넘김</li> <li>균형잡힌 맛</li> <li>깔끔함</li> </ul>	48개

(\*) 현지 판매 영유아음료 제조기업 6개사 분석

## 1. 미국 증류주 경쟁기업 포지셔닝

▶ **대표 경쟁기업으로 한국기업 2곳, 현지기업 2곳 선정, 이외 글로벌기업 2개 선정**  
미국 오프라인 매장에서 조사된 증류주 제조 경쟁기업 15개 기업들의 국적은 한국기업, 현지기업 및 일본, 베트남 등 글로벌기업들로 확인됨. 이중 한국기업인 C사와 E사, 현지기업 사케원과 타이쿠(TY KU)를 경쟁기업으로 선정함. 또한, 한국기업과 현지기업 이외의 기업 중 그레이구스 브랜드를 보유한 쿠바기업 바카디(Bacardi)와 일본기업 하쿠츠히사케를 경쟁기업에 포함하여 총 6개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ **경쟁기업 6개사, 설립연도와 직원수 조사**

미국에 진출한 경쟁기업 6개사의 시장 경쟁력을 비교하기 위하여 각 경쟁기업의 설립연도와 직원수를 조사함. 조사 결과, 바카디가 1862년 설립, 업력이 가장 오래되었으며 직원수도 7,000명으로 가장 많은 것으로 나타남. 바카디 이외에 경쟁기업들의 설립연도는 하쿠츠히사케가 1927년, C사가 1950년, E사 1983년 등의 순으로 업력이 오래된 것으로 확인되었으며, 타이쿠 및 사케원 등 현지기업들의 업력은 상대적으로 오래되지 않은 것으로 조사됨. 바카디를 제외한 경쟁업체 5개사의 직원수는 C사 6,078명, 하쿠츠히사케 432명, 타이쿠 284명, E사 247명 등의 순으로 나타남

[표 2.1] 미국 증류주 경쟁기업의 시장 경쟁력 현황

경쟁사	기업 국적	설립연도(업력)	직원수
C사	한국	1950년(70년)	6,078명
E사	한국	1983년(67년)	247명
바카디 (Bacardi)	쿠바	1862년(158년)	7,000명
하쿠츠히사케 (Hakutsuru Sake)	일본	1927년(93년)	432명
타이쿠 (TY KU)	미국	2004년(16년)	284명
사케원 (Sakeone)	미국	1992년(28년)	24명

자료 : 미국 증류주 경쟁기업 6개사 분석 결과

## 2. 미국 증류주 경쟁기업 현황

2018년도 미국  
온라인 물 판매 순위

순위	기업명 (영문명)	판매액 (한화) <sup>10)</sup>
1	아마존 (Amazon)	629억 달러 (72조 8,885억 원)
2	월마트 (Walmart)	147억 달러 (17조 344억 원)
3	애플 (Apple)	100억 달러 (11조 5,880억 원)
4	홈디팟 (Homedepot)	79억 달러 (9조 1,545억 원)
5	베스트바이 (Bestbuy)	65억 달러 (7조 5,322억 원)
6	타겟 (Target)	52억 달러 (6조 258억 원)
...		

자료: 스타티스타(Statista)  
홈페이지

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두 미국 오프라인 및 온라인 매장<sup>9)</sup> 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 한인마트 또는 리퀴드샵에 진출한 것으로 조사됨. 경쟁기업 6개사 중 한국 국적의 경쟁사 2개사는 모두 한인마트에서 확인되었으며, 이외의 일본, 쿠바와 미국 국적의 경쟁사 4개사는 모두 베브모어와 토탈와인 등 리퀴드샵에서 확인됨. 경쟁사 6개사는 모두 미국 온라인 물에 진출한 것으로 조사되었으며, 가장 많이 진출한 온라인 물은 아마존인 것으로 확인됨. 경쟁기업 중 사케원은 아마존 온라인 물과 함께 자사 온라인 물에 진출한 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지 또는 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

미국 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 확인한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 통하여 기업과 제품을 홍보하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 한국 1개 경쟁사를 제외하고 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 이용하고 있는 것으로 조사됨. SNS 플랫폼을 활용하고 있는 경쟁기업은 모두 페이스북을 활용하고 있는 것으로 확인되었으며, SNS 플랫폼을 통하여 제품에 대한 정보와 함께 제품을 활용한 카테일 레시피, 함께 곁들이면 좋은 음식에 대한 정보와 함께 신제품 정보, 관련 이벤트 정보를 제공하며 고객들과 소통하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘풍미’, ‘품질’ 및 ‘목넘김’을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁사의 제품들은 ‘풍미’, ‘품질’ 등을 강조한 문구를 주로 활용하는 것으로 확인됨. 경쟁사들은 주로 ‘풍부한 풍미’를 주로 강조하고 있었으며, 원재료와 관련되어 ‘품질’을 강조하고 있는 것으로 확인됨. 또한, ‘부드러운’, ‘깔끔함’, ‘상쾌함’ 등 ‘목넘김’을 강조하고 있는 것으로 조사됨

9) 기업의 온라인물 진출은 스타티스타(Statista)의 2018년도 미국 온라인 물 판매 순위 상위 6개 온라인 물 중 주류를 판매하고 있는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)과 해당 기업에서 운영 중인 자사 온라인 물 중 중심으로 확인하여 기재함

10) 1달러=1,158.80원(2020.01.20., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 미국 증류주 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
C사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 아리랑마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% 순수 미네랄 워터</li> <li>한국 전통 술</li> <li>최고 품질</li> <li>깔끔한 맛</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장 - 아마존</li> </ul>		
E사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 아리랑마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>쓰지않고 부드러운</li> <li>깨끗하고 상쾌한 맛</li> <li>숙취해소에 도움</li> <li>풍부한 풍미</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장 - 아마존</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 - 페이스북</li> <li>트위터</li> </ul>	
바카디 (Bacardi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 베브모어</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>장인 정신</li> <li>전통</li> <li>최고급 등급의 밀 사용</li> <li>타협하지 않는 최고의 품질</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장 - 월마트</li> <li>타겟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 - 유튜브</li> <li>인스타그램</li> <li>페이스북</li> <li>트위터</li> </ul>	
하쿠츠히사케 (Hakutsuru Sake)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 베브모어</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>최고급 쌀</li> <li>천연 샘물</li> <li>우아한 술</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장 - 아마존</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 - 유튜브</li> <li>인스타그램</li> <li>페이스북</li> </ul>	
타이쿠 (TY KU)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 베브모어</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>천연성분</li> <li>저칼로리 및 저당</li> <li>풍부한 풍미</li> <li>부드럽고 가벼우며 상쾌함</li> <li>100% 프리미엄 보리 사용</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장 - 아마존</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 - 유튜브</li> <li>인스타그램</li> <li>페이스북</li> <li>트위터</li> </ul>	
사케원 (Sakeone)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 토탈와인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>풍부한 풍미</li> <li>부드러운 넘김</li> <li>균형잡힌 맛</li> <li>깔끔함</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장 - 아마존</li> <li>자사몰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼 - 블로그</li> <li>인스타그램</li> <li>페이스북</li> <li>트위터</li> </ul>	

자료 : 미국 진출 증류주 제조 경쟁기업 6개사 분석 결과

### 3. 미국 증류주 경쟁기업 분석

#### 동일품목 종류

① 처음처럼



② 순하리



③ 쿠



④ 산



자료: C사 홈페이지

#### ① C사

기업명	C사	
위치	서울시 서초구	
기업 기본 정보	동일품목 수	18개
	보유 브랜드	처음처럼, 순하리, 쿠, 산
규모	설립연도	1950년
	직원수	6,078명
매출액('18) <sup>11)</sup>	약 7,567억 원 (약 6,887억 원(국내), 약 681억 원(수출))	
기업 진출 채널	제품명	대장부 (Daejangbu)
	용량	375ml
	가격	11.90달러 (13,790원)
	제품 종류	증류식소주
기업 홍보 채널	제품명	대장부 (Daejangbu)
	용량	375ml
	제품 종류	증류식소주
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 및 제품 소개</li> </ul>	
홍보 문구	<p>A traditional Korean liquor distilled from rice, potato and sweet potato. Soju has a lightly sweet, crisp and clean taste.</p> <p>100% GRAPE</p> <p>Distilled with the purest ingredients, the highest attention to details and a flavor unmatched by any other soju or super-premium vodka with a slightly sweeter taste.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>100% 순수 미네랄 워터</li> <li>한국 전통 술</li> <li>최고 품질</li> <li>깔끔한 맛</li> </ul>	
사진자료: C사 홈페이지, 아마존(Amazon) 홈페이지		

11) 자료: C사 공시정보(2019년 3분기), 2018년도 전체 매출액 중 주류 부분의 매출액만 정리함



동일품목 종류

① 참순



② 진생 & 코냑



자료: E사 홈페이지

② E사

기업명	E사	
위치	서울시 강남구	
동일품목 수	2개	
보유 브랜드	백세주, 50세주, 예담, 명작 등	
규모	설립연도 1983년	
직원수	247명	
매출액	약 615억 (약 549억 원(내수), 약 66억 원(수출))	
〈오프라인 매장〉 아리랑마켓	제품명	려 (RAE)
	용량	375ml
〈온라인 매장〉 아마존	가격	15.99달러 (18,529원)
	제품 종류	증류식소주
기업 진출 채널	제품명	참순 (Charm Soon)
	용량	375ml
기업 홍보 채널	가격	6.99달러 (8,100원)
	제품 종류	증류식소주
홍보 문구	<p>Korean distilled spirits "CHARM SOON" is a soju made with 100% pure water that allows for an exceptionally smooth taste. It is purified through a "Cooling Filtering System", the system that filters liquors for 30hours at -4c. Through this process, CHARM SOON is especially renowned for its smooth, clean, crisp fresh taste without any bitterness. In addition, CHARM SOON has asparagines which have excellent effects for relieving hangovers with its pleasant aftertaste.</p> <p>Oriental and Western's delicate combination GINSENG &amp; COGNAC. GINSENG &amp; COGNAC is a Korean luxury liquor.</p> <p>The "Korean Ginseng" gives the GINSENG &amp; COGNAC its rich and mysterious taste.</p> <p>The blend with cognac from France combined the delicate tastes of the oriental and western world, producing the liquor called GINSENG &amp; COGNAC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 트위터)</li> <li>제품 홍보 및 이벤트 홍보</li> </ul>
	<p>5 Representative traditional distilled spirit</p> <p>01 Maekjujeong</p> <p>This wine is said to have been developed by a family as a special gift to the king during the Koryo Dynasty. It was the custom for families to offer a local specialty to the king in exchange for government appointments. The process by which maekjujeong was made remained a family secret for generations and has been designated an important intangible cultural asset by the government in recent years.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>쓰지않고 부드러운</li> <li>깨끗하고 상쾌한 맛</li> <li>숙취해소에 도움</li> <li>풍부한 풍미</li> </ul>

사진자료: E사 홈페이지, 아마존(Amazon) 홈페이지

동일품목 종류

① 바카디 럼



② 듀어스블랜드스카치위스키



③ 봄베이사파이어 진



④ 카자도레스 데킬라



⑤ 에리스토프 보드카



⑥ 페트론 데킬라



자료: 바카디 홈페이지

③ 바카디(Bacardi)

기업 기본 정보 <sup>12)</sup>	기업명	바카디(Bacardi)
	홈페이지	www.BacardiLimited.com
	위치	2701 Le Jeune Road Coral Gables, FL 33134, U.S.A
	동일품목 수	34개
	보유 브랜드	봄베이, 에리스토프, 그레이구스 등
	규모	설립연도 1862년 직원수 7,000명

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 베브모어		제품명 그레이구스 보드카 (Grey Goose Vodka)
	용량	750ml	가격 24.99달러 (28,958원)
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 베브모어, 월마트, 타겟		제품명 그레이구스 보드카 (Grey Goose Vodka)
	용량	750ml	가격 24.99달러 (28,958원)
			제품 종류 보드카

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 및 제품 소개, 홍보</li> <li>제품 활용 레시피 제공</li> <li>파트너사 구매 사이트와 연결</li> <li>SNS 플랫폼(유튜브, 인스타그램, 페이스북, 트위터)</li> <li>제품 소개 및 관련 이벤트 정보</li> <li>제품 활용 레시피 제공 등</li> </ul>
-------------	--	---

기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>장인 정신</li> <li>전통</li> <li>최고급 등급의 밀 사용</li> <li>타협하지 않는 최고의 품질</li> </ul>
-------------	--	---

사진자료: 바카디(Bacardi) 홈페이지, 월마트(Walmart) 홈페이지, 타겟(Target) 홈페이지

12) 베브모어 오프라인 매장에서 조사된 그레이구스 보드카는 바카디에서 보유하고 있는 브랜드 중 하나임. 이에 따라, 경쟁기업은 바카디로 선정, 관련 내용을 정리함

④ 하쿠츠히사케(Hakutsuru Sake)

동일품목 종류

① 하쿠츠히 니시키



② 토지칸



③ 아와유키



④ 사유리



⑤ 준마이긴조



⑥ 탄레이 준마이



⑦ 슬림



자료: 하쿠츠히사케 홈페이지

기업 기본 정보 <sup>13)</sup>	기업명	하쿠츠히사케(Hakutsuru Sake)
	홈페이지	www.hakutsuru.co.jp/english
	위치	4-5-5 Sumiyoshi Minami-machi, Higashinada-ku, Kobe, Hyogo, Japan 658-0041
	동일품목 수	13개
기업 진출 채널	보유 브랜드	하쿠츠히 니시키, 토지칸, 아와유키 등
	규모	설립연도 1927년
	직원수	432명
	매출액('19)	309억 엔 <sup>14)</sup> (3,254억 원)

기업 홍보 채널	제품명	쇼우네 준마이다이긴조 (Sho Une Junmai Daiginjo)
	용량	720ml
	가격	29.99달러 (34,752원)
	제품 종류	사케
기업 홍보 문구	제품명	하쿠츠히사케 (Hakutsuru Sake)
	용량	720
	제품 종류	사케



Using only the finest rice "Yamada-Nishiki", and Nada's famed natural spring water "Miyamizu", "SHO-UNE" has been brewed as the Supreme of Japanese Sake. This graceful Sake with fruity scents, velvety smoothness can be enjoyed chilled or at room temperature.

- 자사 홈페이지
- 기업 및 제품 소개
- 사케 문화 및 사케에 대한 설명
- SNS 플랫폼 (유튜브, 인스타그램, 페이스북)
- 제품 홍보 및 고객과 소통
- 제품 관련 이벤트 홍보
- 최고급 쌀
- 천연 샘물
- 우아한 술

사진자료: 하쿠츠히사케(Hakutsuru Sake) 홈페이지, 아마존(amazon) 홈페이지

13) 하쿠츠히사케는 미국 하쿠츠히사케(Hakutsuru Sake of America)를 자회사로 보유하고 있음. 보고서에서는 설립연도, 직원수, 매출액 관련 기업 기본정보는 하쿠츠히사케사, 동일품목수, 보유브랜드 관련 기업 기본정보는 미국에서 판매와 유통을 책임지고 있는 미국 하쿠츠히사케 정보를 기준으로 작성함

14) 1엔= 10.53원(2020.01.20.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 타이쿠사케



⑥ 타이쿠스피리츠



자료: 타이쿠 사케 홈페이지,  
타이쿠 스피리츠 홈페이지

⑤ 타이쿠(TY KU)

기업 기본 정보	기업명	타이쿠사케(TY KU)	
	홈페이지	www.tyKU.S.Ake.com	
	위치	381 Park Ave. US NY New York 10016, U.S.A	
	동일품목 수	6개	
	보유 브랜드	타이쿠사케, 타이쿠스피리츠	
규모	설립연도	2004년	
	직원수	284명	
	제품명	타이쿠 쇼추 (TY-KU Soju)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 베브모어	용량	750ml
		가격	24.99달러 (28,958원)
	〈온라인 매장〉 베브모어, 아마존	제품 종류	증류식소주
		용량	750ml
기업 홍보 채널		제품명	타이쿠 쇼추 (TY-KU Soju)
		제품 종류	증류식소주
홍보 문구	<p>Presented in the World's First Glowing Bottle, TY KU Citrus Liqueur is a blend of Yuzu and other Asian Superfruits with TY KU Soju, a low calorie Asian Spirit. Naturally low calorie &amp; low sugar, TY KU Citrus Liqueur is a true showstopper and lights up when lit (activate button at bottom of bottle). It has quickly gained nationwide buzz with mixologists, celebrities &amp; calorie conscious consumers.</p> <p>With 1/2 the calories and twice the taste of vodka, Soju (also known as Soochu) is the #1 distilled spirit in the world. TY KU Soju updates this ancient spirit by producing an unbelievably smooth beverage that is lower in calories and more versatile than vodka. Its superiority is the result of expert small batch distillation &amp; cold filtration, utilizing 100% premium barley. TY KU Soju is crafted from the finest all natural ingredients with no additives, preservatives or sweeteners.</p> <p><b>ALL NATURAL INGREDIENTS</b>                  BARLEY: The highest quality in the world, hand selected in Oita, Japan.                  SPRING WATER: Naturally filtered by the cedar forests of the Kyushu Mountains.                  KOJI: Handmade white koji evokes and enhances flavor and aroma.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 활용 레시피 제공</li> <li>• SNS 플랫폼(유튜브, 인스타그램, 페이스북, 트위터)</li> <li>- 제품 홍보 및 고객과 소통</li> <li>- 제품 활용 레시피 제공</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 천연성분</li> <li>• 저칼로리 및 저당</li> <li>• 풍부한 풍미</li> <li>• 부드럽고 가벼우며 상쾌함</li> <li>• 100% 프리미엄 보리 사용</li> </ul>	

사진자료: 타이쿠사케(TY KU Sake), 타이쿠 스피리츠(TY KU Spirits)홈페이지, 아마존(Amazon) 홈페이지

동일품목 종류

① 요미



② 문스톤



③ 모모카와



④ 키보



⑤ 무라이패밀리



⑥ 사케모토



자료: 사케원 홈페이지

⑥ 사케원(Sakeone)

기업 기본 정보 <sup>21)</sup>	기업명	사케원(Sakeone)		
	홈페이지	www.sakeone.com		
	위치	820 Elm St, Forest Grove, OR 97116, U.S.A		
	규모	동일품목 수	48개 (생산 31개, 수입 17개)	
		보유 브랜드	요미, 지사케, 문스톤, 모모카와 등	
기업 진출 채널	설립연도	1992년		
	직원수	24명		
	〈오프라인 매장〉 토탈와인	제품명	툼보 쇼추 (Tombo Shochu)	
		용량	750ml	
		가격	14.99달러 (17,370원)	
〈온라인 매장〉 아마존, 자사몰	제품 종류	증류식소주		
	제품명	지피프티 젠수 (g fifty Genshu)		
	용량	750ml		
기업 홍보 채널	가격	25.00달러 (28,970원)		
	제품 종류	사케		
기업 홍보 문구	Shop			
	홍보 문구	<p>Ages ago, Japan was called Akitushima, "Land of Dragonflies" and Samurai armor was often adorned with dragonflies to symbolize strength. It is from this history and lore that Tombo rises. An authentic Honkaku Shochu, Tombo is single pot distilled from North American barley and white koji. Drawn from the head and body of the distillation process and aged six months in stainless steel tanks, Tombo retains full flavor yet is mellow and easy to sip. Despite similarities, Tombo Shochu is not vodka and you may find it more refined than its Korean relative known as soju. Tombo Shochu is best enjoyed slightly chilled and served neat, on the rocks, or mixed in a cocktail.</p>		
사진자료: 사케원(Sakeone) 홈페이지, 아마존(Amazon) 홈페이지		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 온라인 판매 페이지(자사몰)연결</li> </ul> </li> <li>SNS 플랫폼(블로그, 인스타그램, 페이스북, 트위터)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 활용 레시피 제공</li> <li>- 고객과의 소통</li> </ul> </li> <li>풍부한 품미</li> <li>부드러운 넘김</li> <li>균형잡힌 맛</li> <li>깔끔함</li> </ul>		

21) 토탈와인 매장에서 조사한 톼보 쇼추는 일본인 가족이 베트남 증류시설을 개설, 해당 시설에서 제조된 증류소주로, 사케원에서 해당 제품을 독점수입하여 판매함. 사케원은 판매하는 제품 중 일부는 독점 수입을 통한 판매, 나머지는 오래꾼주에서 직접 제조하여 판매하고 있음



## III. Buyer Interview

### SUMMARY

Interview ① 에이스스피리치(Ace Spirits)

Interview ② 레이저스 와인&리쿠어  
(Leiser's Wines & Liquors)

Interview ③ 어반언코르크드  
(Urban Uncorked)

Interview ④ 오션와인&스피리츠  
(Ocean Wine & Spirits)

Interview ⑤ 프레데릭와일드맨앤썬스  
(Frederick Wildman and Sons)



# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

미국  
(U.S.A)  
증류주 바이어  
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정  
· 주류 수입유통업체 ○  
· 증류주 취급 경험 ○

	에이스스피리츠 (Ace Spirits)	레이저스 와인&리쿠어 (Leiser's Wines & Liquors)	어반언코크드 (Urban Uncorked)	오션와인& 스피리츠 (Ocean Wine & Spirits)	프레데릭와일드 맨앤손스 (Frederick Wildman and Sons)
업체	▶ 소매업체	소매업체	소매업체	소매업체	도매업체
증류주 취급	▶ 				
	사케	럼	쇼추	쇼추	진

사진자료: 에이스스피리츠(Ace Spirits), 레이저스와인&리쿠어(Leiser's Wines & Liquors), 어반언코크드(Urban Uncorked), 오션와인&스피리츠(Ocean Wine & Spirits), 프레데릭와일드맨앤손스(Frederick Wildman and Sons) 홈페이지

미국(U.S.A)  
증류주 바이어 인터뷰

A사	에이스스피리츠 (Ace Spirits) 소매업체	레이저스와인&리쿠어 (Leiser's Wines & Liquors) 소매업체	어반언코크드 (Urban Uncorked) 소매업체	오션와인&스피리츠 (Ocean Wine & Spirits) 소매업체	프레데릭와일드맨 앤손스 (Frederick Wildman and Sons) 도매업체	
46달러 (53,304원) 30)(750ml)	유사 제품이 비교했을 때 <b>비싼 가격</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>비싼 가격</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>비싼편</b>	현지 시장에서 판매하기에 <b>적당한 가격대</b>	소매가를 기준으로 했을 때 <b>적당한 가격대</b>	
제품 가격	200ml, 375ml, 500ml, 750ml	750ml가 가장 일반적	다양한 용량으로 출시하는 것이 좋음	750ml가 가장 선호됨	750ml가 가장 일반적	
제품 용량	<b>병</b>	소비자들은 <b>투명한 유리병</b> 선호	대부분 <b>병에</b> 포장되어 있음	대부분 <b>병에</b> 포장되어 있음	소비자들은 <b>투명한 유리병</b> 선호	대부분 <b>병에</b> 포장되어 있음

(\* 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사)

30) 1달러=1,158.80원(2020.01.20.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ① 에이스스피리츠(Ace Spirits)

31)



에이스스피리츠  
(Ace Spirits)

전문가 소속

에이스스피리츠  
(Ace Spirits)  
소매업체

전문가 정보

Mr. John Broniecki  
(Manager)

Product Name	Price	Action
Ty Ku Blue Soju	\$28.99	Add to cart
West 32 Soju	\$22.99	Add to cart
Jinro 24 Soju	\$11.99	Add to cart
Jinro 24 Soju (case of 12)	\$129.49 (was \$143.88)	Add to cart
Tombo Shochu Soju	\$21.49	Add to cart
Okunomatsu Soju lmo	\$31.99	Add to cart

### 에이스스피리츠(Ace Spirits)

### Manager, Mr. John Broniecki

에이스스피리츠는 2014년에 설립된 주류 전문 소매업체임. 한국, 일본, 중국, 이탈리아, 프랑스, 스페인, 오스트리아, 독일, 뉴질랜드, 스코틀랜드, 칠레, 아르헨티나, 포르투갈 등으로부터 수입한 주류를 취급함. 주요 제품으로는 증류주, 소주, 사케, 와인, 맥주 등이 있음. 오프라인 매장과 자사 홈페이지를 통해 온·오프라인 판매를 병행하고 있음

31) 사진자료: 에이스스피리츠(Ace Spirits) 홈페이지 (www.acespirits.com)



가격 46달러  
(53,304원)

용량 750ml

포장 병

### Q1. 최근 미국 내 증류주 트렌드가 어떻게 되나요?

증류주 중에서도 일본산 사케의 수요가 점차 많아지고 있는 추세입니다. 이는 미국 내 일본 음식의 인지도 및 인기 상승과도 연관이 있습니다. 사람들이 일본 음식에 어울리는 술을 찾다 보니, 일본 전통 술인 사케에 관심을 갖게 된 것으로 판단됩니다. 한국 술도 마찬가지로, 최근 미국 내에 케이푸드(K-Food) 열풍이 생겨나면서 한국식 증류식소주를 찾는 고객들이 늘었습니다.

### Q2. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

증류주의 가격은 브랜드와 제품의 질에 따라 결정됩니다. 현재 매장에서는 여러 종류의 한국식 소주를 판매하고 있습니다. 그 중 B제품은 375ml에 7달러(8,111원)로 판매하고 있으며 C제품은 375ml에 12달러(13,905원)로 판매하고 있습니다. 두 제품은 같은 한국산 소주임에도 불구하고 가격 차이가 꽤 있습니다. 이보다 더 비싼 제품으로는 일본과 중국산 증류주가 있습니다. 일본산 타이쿠(Ty Ku) 제품은 750ml에 29달러(33,605원)로 판매하고 있으며, 중국의 간베이바이지우(Ganbei Baijiu)는 750ml를 45달러(52,146원)에 판매하고 있습니다. A사 제품의 경우, 브랜드 및 제품의 품질에 대해서 잘 알지 못하지만, 저희가 판매하는 제품과 비교했을 때는 다소 비싼편이라고 생각합니다.

### Q3. 선호하는 용량 및 포장 형태가 있나요?

증류주는 대부분 750ml 용량의 유리병 형태로 판매됩니다. 투명한 유리병에 포장된 제품은 병 안에 술 색깔을 확인할 수 있어서 소비자들이 선호합니다. 저희는 검은색의 보드카를 판매하고 있는데, 해당 제품도 투명한 유리병으로 포장되어 소비자들이 보드카 색을 확인할 수 있도록 제작되었습니다. 또한 저희는 다양한 모양과 형태의 병에 담긴 제품을 판매 중인데, 현지 소비자들은 심플한 형태를 선호합니다. 라벨 역시 깔끔한 것을 선호하며, 라벨은 제품을 가리지 않는 적당한 크기가 좋습니다.

### Q4. 미국 내 인기 많은 술과 그 홍보 문구는 무엇인가요?

미국 내 주류 중 사케의 판매량은 높지 않습니다. 미국내에서 가장 유명한 브랜드는 현지에서 생산되는 잭다니엘(Jack Daniels)위스키로 '약간의 꿀, 많은 잭(A little bit of honey, a whole lot of Jack)' 문구로 홍보 중입니다.

## Interview ② 레이저스와인&리쿠어 (Leiser's Wines & Liquors)

32)



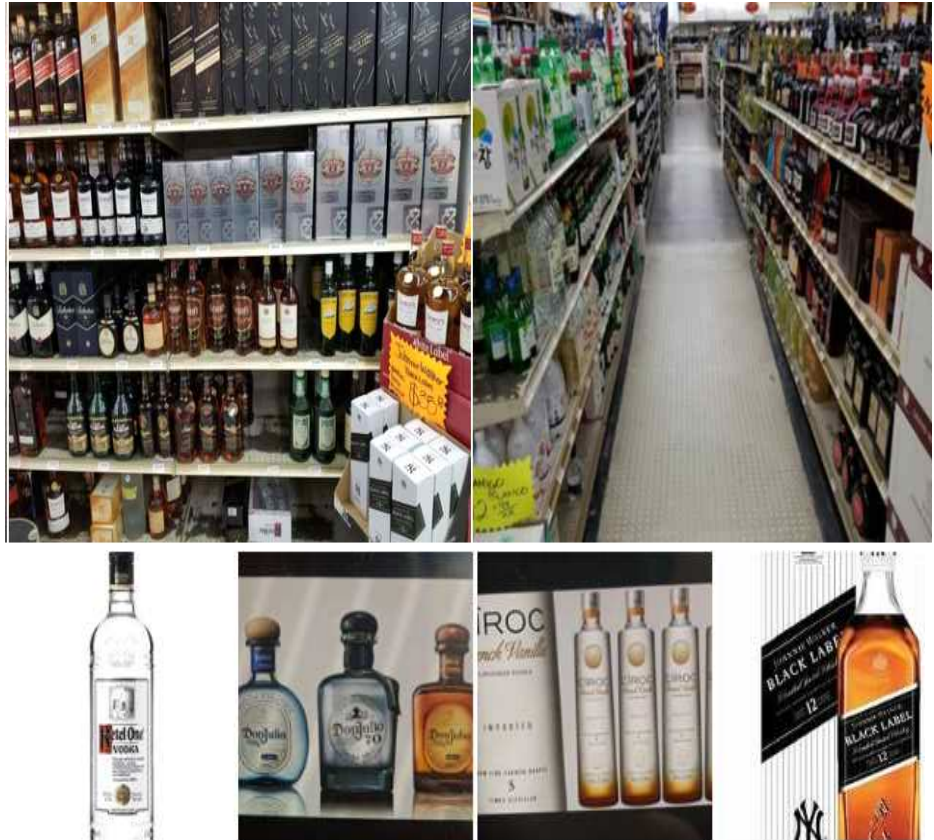
레이저스와인&리쿠어  
(Leiser's Wines & Liquors)

전문가 소속

레이저스와인&리쿠어  
(Leiser's Wines & Liquors)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Greg Gezurian  
(Manager)



### 레이저스와인&리쿠어(Leiser's Wines & Liquors) Manager, Mr. Greg Gezurian

레이저스와인&리쿠어는 1972년 설립된 주류 전문 소매업체임. 1983년과 2003년에 매장을 확장함. 이탈리아, 프랑스, 스페인, 오스트리아, 스코틀랜드, 아르헨티나, 독일, 칠레, 포르투갈 등으로부터 제품을 수입함. 취급 제품으로는 와인, 증류주, 소주, 사케 등이 있음. 오프라인 매장에서 제품을 판매하고 있으며, 와인 품목만 온라인 판매를 진행하고 있음

32) 사진자료: 엘프(Yelp) 홈페이지 ([www.yelp.com/biz/leisers-liquors-flushing](http://www.yelp.com/biz/leisers-liquors-flushing))





가격 46달러  
(53,304원)

용량 750ml

포장 병

### Q1. 최근 미국 내 증류주의 트렌드가 어떻게 되나요?

증류주 중에서는 보드카와 위스키의 수요가 가장 많습니다. 제품을 구매하는 소비자들의 연령대는 꽤 높은 편이며, 소비자들은 제품 구매 시 포장 형태, 용량 등의 부수적인 요인보다 제품의 향과 맛을 중시합니다.

### Q2. 매장에서 잘 팔리는 제품은 무엇인가요?

수요가 많고 유명한 주류의 대부분은 수입 제품이며, 잭다니엘(Jack Daniels) 제품만 예외적으로 미국산임에도 수요가 많습니다. 이외에도 수요가 많은 미국산 보드카로는 티토(Tito's) 제품이 있습니다. 이 제품의 알코올 도수는 40도이며, 200ml에 7달러(8,111원)로 판매하고 있습니다.

### Q3. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

한국 F사의 과일 맛 소주의 가격은 10달러(11,588원)입니다. 이외에도 바카디를 취급하고 있으며, 가격은 750ml에 15달러(17,382원)입니다. 이 두 제품과 비교했을 때 A사 제품은 비싼편에 속합니다.

### Q4. 취급 제품의 용량은 어느 정도가 적당한가요?

주류는 다양한 용량으로 출시하는 것이 가장 바람직합니다. 소비자들은 술을 마시는 목적에 따라 제품을 선택하기 때문입니다. 예를 들어 여행을 갈 때는 짐을 최소화하고, 술을 마실 일이 많지 않기 때문에 적은 용량의 제품을 구매합니다. 하지만 파티를 하거나 가족 단위로 마실 경우에는 큰 용량을 필요로 합니다. 실제 저희가 판매 중인 티토 보드카는 200ml, 750ml 등 다양한 용량으로 제작되어 판매하고 있으며, 소비자들의 선호도가 높습니다.

### Q5. 선호하는 포장 방식이 있나요?

일반적으로 대부분의 주류 제품은 병 형태로 출시되고 있지만, 소비자들이 특별히 선호하는 포장 형태는 따로 존재하지 않습니다. 미국 소비자들은 제품 구매 시, 포장이나 라벨보다는 제품 본연의 맛과 향을 더 중시합니다.

## Interview ③ 어반언코르크드(Urban Uncorked)

33)



어반언코르크드  
(Urban Uncorked)

전문가 소속

어반언코르크드  
(Urban Uncorked)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Megan Greener  
(Administration  
Department)

### Blowout In-Store Sales of the Week

Casa Noble Tequila Anejo, Jalisco, Mexico (375ml) Great for sipping- complex and well structured

SHOP NOW!



Jinro  
Jinro Chamisul Fresh Soju, Seoul, Korea (375ml)



Kaikouzu Sweet Potato Shochu, Japan (750ml)



Jinro  
Jinro Chamisul Grapefruit Soju, Seoul Korea (375ml)



Jinro  
Jinro Chamisul Green Grape Soju, Seoul Ko (375ml)

### 어반언코르크드(Urban Uncorked)

### Administration Department, Ms. Megan Greener

어반언코르크드는 2016년에 설립된 주류 전문 소매업체로, 브루클린 중심가에 있음. 이탈리아, 프랑스, 스페인, 오스트리아, 독일, 뉴질랜드, 칠레, 포르투갈, 아르헨티나 등에서 수입한 술과 현지에서 생산된 술을 판매함. 와인, 사케, 소주, 보드카 등 다양한 제품을 취급하고 있음. 주로 작은 규모로 생산되는 제품이나 자연 그대로의 맛을 보존한 와인을 판매함. 오프라인 매장 외에도 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매를 병행하고 있음

33) 사진자료: 어반언코르크드(Urban Uncorked) 홈페이지 (www.urban-uncorked.shoplightspeed.com)





가격 46달러  
(53,304원)

용량 750ml

포장 병

### Q1. 최근 미국 내 주류 제품의 트렌드가 어떻게 되나요?

최근 젊은 층의 소비자들은 다양한 맛이 첨가된 주류를 선호합니다. 저희 매장의 경우, 최근 약간의 인공적인 맛과 향이 가미된 럼, 보드카 등 증류주 제품을 찾는 고객들이 급증했습니다. 소비자들은 이러한 제품들을 구매하여 집에서 칵테일과 같은 비교적 간단한 술을 직접 만들어 먹는 경우가 많습니다.

### Q2. 매장 내 수요가 많은 주류는 무엇이 있나요?

일반적으로 가장 수요가 많은 제품은 와인 종류입니다. 특히 캘리포니아 와인은 현지에서 생산된 고품질의 제품으로, 소비자들 사이에서 반응이 좋습니다. 이외에도 티토 보드카에 대한 수요가 많습니다. 해당 제품은 현지에서 생산되는 제품으로 오래된 홍보 전략을 통해 현지 소비자들 사이에서 인지도가 높습니다.

### Q3. 취급 제품의 가격은 어떠한가요?

A사 제품과 유사한 제품으로는 한국산과 일본산 소주와 럼을 판매하고 있습니다. 한국식 소주로는 일반 소주와 과일 맛 소주를 판매하고 있으며, 가격은 375ml에 8달러(9,270원)로 판매하고 있습니다. 또한 감자로 만든 일본산 쇼추는 750ml에 26달러(30,128원), 쌀로 만든 일본산 쇼추는 750ml에 28달러(32,446원)로 판매하고 있습니다. 이외에도 바카디(Bacardi) 럼 제품을 판매 중이며, 가격은 750ml에 20달러(23,176원)입니다. 전반적으로 A사 제품은 저희가 취급하는 유사 제품보다 가격대가 높습니다.

### Q4. 선호하는 용량 및 포장방식이 있나요?

소비자들이 가장 선호하는 증류주의 용량은 750ml입니다. 이는 미국에서 판매되는 주류 제품에 있어 가장 일반적인 사이즈입니다. 또한, 제품 겉면에 해골이나 독특한 그림이 그려져 있는 제품도 판매량이 꽤 높습니다. 일반적인 주류 제품들은 특별한 그림이 없는 투명한 병 안에 담겨 있어, 디자인이 화려한 제품이 출시될 경우 소비자들 관심이 보이는 경우가 많습니다.

## Interview ④ 오션와인&스피리츠 (Ocean Wine & Spirits)

34)



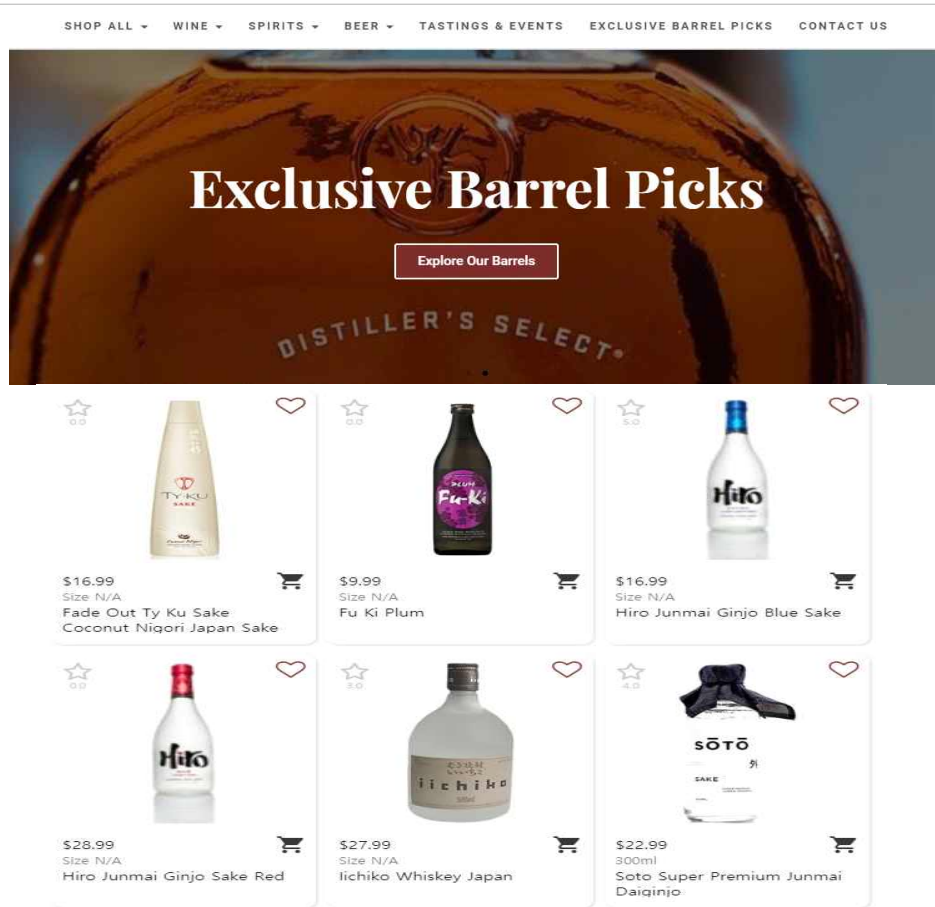
오션와인&스피리츠  
(Ocean Wine & Spirits)

전문가 소속

오션와인&스피리츠  
(Ocean Wine & Spritis)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Nikhil Khare  
(Sales Manager)



### 오션와인&스피리츠(Ocean Wine & Spirits) Sales Manager, Ms. Nikhil Khare

오션와인&스피리츠는 2008년에 설립된 주류 전문 소매업체임. 취급 품목으로는 와인, 맥주, 럼, 진, 보드카, 위스키, 사케 등이 있음. 주로 이탈리아, 프랑스, 스페인, 오스트리아, 독일, 아르헨티나, 뉴질랜드, 스코틀랜드 등에서 수입하고 있음. 한국산 제품은 취급하지 않으며, 일본식 소주와 사케를 판매하고 있음. 자체 판매 애플리케이션(Application)을 통하여 온라인 판매를 진행하고 있음

34) 사진자료: 오션와인&스피리츠(Ocean Wine & Spirits) 홈페이지(oceansliquor.com)



가격 46달러  
(53,304원)

용량 750ml

포장 병

### Q1. 최근 미국 내 인기 있는 증류주 제품에는 무엇이 있나요?

현재 매장에서는 미국산보다 수입산 주류의 수요가 더 많습니다. 현지에서 인기가 높은 제품으로는 캡틴 모건 코코넛(Captain Morgan Coconut)이 있으며, 750ml에 20달러(23,176원)입니다. 또한 어드마이럴 넬슨(Admiral Nelson's)의 스파이스드럼(Spiced Rum) 역시 수요가 많으며, 750ml와 1.75L에 각각 13달러(15,064원)와 18달러(20,858원)로 판매되고 있습니다. 이 제품은 소비자들 사이에서 가성비가 좋다는 인식이 있으며, 넬슨 제독의 영웅 이미지를 이용해 홍보함으로써 시장의 우호적인 반응을 이끌어냈습니다.

### Q2. 증류주의 가격은 어느 정도가 적당한가요?

저희는 증류주 중 일본산의 소주와 사케를 판매하고 있습니다. 일본의 이이치코(Iichiko) 위스키 제품은 500ml를 28달러(32,446원)에 판매하고 있으며, 히로준마이진쵸사케레드(Hiro Junmai Ginjo Sake red) 720ml 제품은 28달러(32,446원)에 판매 중입니다. 또한 소토슈퍼프리미엄준마이진쵸다이진쵸(Soto Super Premium Junmai Ginjo Daiginjo) 300ml는 23달러(26,652원)에 판매하고 있습니다. 전반적으로 A사 제품의 가격은 저희가 취급하는 제품과 용량 대비 가격이 비슷하여, 현지 시장에서 판매하기에 적당하다고 생각합니다.

### Q3. 현지 소비자는 어떤 맛의 주류를 좋아하나요?

최근 가장 인기 있는 맛은 코코넛입니다. 캡틴모건(Captains Morgan)은 코코넛 맛의 제품을 출시해, 높은 매출을 기록했습니다. 이외에도 칵테일 제조 시 사용할 수 있는 과일 맛 제품의 수요가 많습니다. 어드마이럴넬슨(Admiral Nelson's)의 럼과 같이 맛이 진하면서도 목 넘김이 부드러운 제품의 수요도 많은데, 이러한 제품은 남성 소비자들 사이에서 특히 선호도가 높습니다.

### Q4. 선호하는 용량 및 포장 방식에는 어떤 것이 있나요?

750ml의 제품이 일반적이면서도 가장 선호되는 크기입니다. 또한 소비자들은 투명한 유리병에 담겨 내용물이 비치는 포장 방식을 선호합니다. 하지만 일부 여성 고객은 맛과 상품의 질보다 상품의 외관에 좀 더 중점을 둡니다. 특히 로즈와인과 스파클링 와인은 일반적인 하얀색 민무늬 포장보다 분홍색의 병을 더 선호하는 경향이 있습니다.

## Interview ⑤ 프레데릭와일드맨앤손스 (Frederick Wildman and Sons)

35)



프레데릭와일드맨앤손스  
(Frederick Wildman and Sons)

전문가 소속

프레데릭와일드맨앤손스  
(Frederick Wildman and Sons)  
도매업체

전문가 정보

Ms. Jennifer Van Ness  
(Marketing Manager)



Chartreuse Yellow VEP  
Sustainable Practices

Aged for an extended period in oak casks, this is the mellowest of the Chartreuse liqueurs. On the nose, this shows mild herbal and floral aromatics, before flavors of honey, saffron, sage, licorice, vanilla, citrus rind, anise, cardamom, white pepper, and many more linger on the palate in a smooth finish. ...

Specialty Spirits, Specialty Spirits

Learn More >



Edinburgh Gin Edinburgh Gin  
Sustainable Practices

Edinburgh Gin is a classic juniper forward gin back with wonderful citrus notes. Edinburgh Gin is batch distilled using two methods: a pot still and a column still. The stills are located in the brand new Edinburgh Gin distillery in the heart of the city. Partnering with the Heriot-Watt University in Scotland, this distillery offers the head distill ...

Specialty Spirits, Specialty Spirits

Learn More >



Pellegrino Amaro  
Sustainable Practices

A classic Italian digestive liqueur, an Amaro (bitter in Italian) is a bittersweet, herb-infused fortified wine, which ranges in strength 15% to 40% in alcohol content. While bitter digestive liqueurs are produced across Europe and the world over, an Amaro denotes those originating in Italy. In Italy, Amari are traditionally served as an after-dinn ...

Sicily, Italy

Learn More >



O.P. Anderson O.P. Anderson Original Aquavit  
Sustainable Practices

Aquavit is a distilled liquor, like vodka, but aquavits distinctive aromas and seasonings come from a blend of herbal essences of fennel, caraway, and anise, which are the classic aquavit spices. O.P. Anderson 'Original' Aquavit is made from Swedish wheat and distilled with spices; in addition, the finished distillate rests in oak barrels. ...

Specialty Spirits, Specialty Spirits

Learn More >

## 프레데릭와일드맨앤손스(Frederick Wildman and Sons) Marketing Manager, Ms. Jennifer Van Ness

프레데릭와일드맨앤손스는 1934년에 설립된 도매업체로, 주류 제품을 취급하고 있음. 주로 세계 각지에서 수입한 다양한 브랜드의 와인을 판매함. 이외에도 취급 품목에 진, 보드카, 브랜드, 럼이 있음. 이탈리아, 프랑스, 스페인, 아르헨티나 등의 국가로부터 제품을 수입하고 있음. 현재는 뉴욕과 뉴저지 중심으로 제품을 판매하고 있으며, 자사 홈페이지와 페이스북, 인스타그램 등을 SNS 플랫폼을 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

35) 사진자료: 프레데릭와일드맨앤손스(Frederick Wildman and Sons) 홈페이지 (www.frederickwildman.com)



가격	46달러 (53,304원)
용량	750ml
포장	병

**Q1. 현지 소비자들의 주류 수요가 어떻게 되나요?**

미국 현지에서 생산된 주류보다 수입한 주류의 수요가 훨씬 많습니다. 이는 미국에서 생산된 제품의 가격이 수입제품보다 비싸기 때문입니다. 저희 매장에서는 오리건 주에서 생산된 클리어크릭(Clear Creek) 등 미국산 제품도 판매하고 있습니다.

**Q2. 현지 소비자 사이에서 인기가 많은 주류는 무엇인가요?**

저희는 주로 와인을 취급하기 때문에, 매장을 방문하는 소비자들은 주로 와인을 구매합니다. 그 중에서는 풍부한 맛과 과일 향이 나는 레드 와인의 수요가 많은 편입니다. 최근에는 여성 고객 사이에서 로즈 와인의 판매량이 증가하고 있습니다. 소비자들은 로즈 와인의 색과 달콤한 맛을 선호합니다.

**Q3. 취급 제품의 가격은 얼마인가요?**

저희 매장은 와인 외에도 브랜드, 진, 럼, 보드카, 위스키 등의 다양한 품목을 보유하고 있습니다. 일반적인 용량은 750ml이고, 도매가를 기준으로 한 위스키는 가격은 32달러(37,081원)이며, 보드카와 럼은 각각 28달러(32,446원)와 18달러(20,858원)입니다. A사 제품 가격은 소매가를 기준으로 했을 때 적당한 가격대입니다.

**Q4. 선호하는 용량 및 포장방식이 있나요?**

현지 소비자들이 가장 선호하는 주류의 용량은 750ml입니다. 이 용량이 미국 시장에서 가장 일반적인 용량이기 때문입니다. 포장방식은 제품의 특성과 타겟 소비자층에 따라 선호사항이 상이합니다. 레드 와인은 주로 짙은 녹색 병에 담겨있는 반면, 화이트 와인은 투명한 유리병에 담겨 있습니다. 이는 레드 와인과 화이트 와인이 지닌 고유한 특성을 돋보이기 위한 것으로 판단됩니다. 또한 포장방식은 소비자층에 따라 상이한데, 일반적으로 로즈 와인과 스파클링 와인은 여성 소비자들 사이에서 수요가 많아 여성 소비자들을 사로잡기 위해 분홍색의 병을 이용합니다. 하지만 조금 더 연령대가 높은 소비자들을 대상으로 한다면, 스파클링 와인도 일반 레드 와인과 마찬가지로 짙은 녹색 병에 담아 판매합니다.



## IV. Competitiveness

### SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹





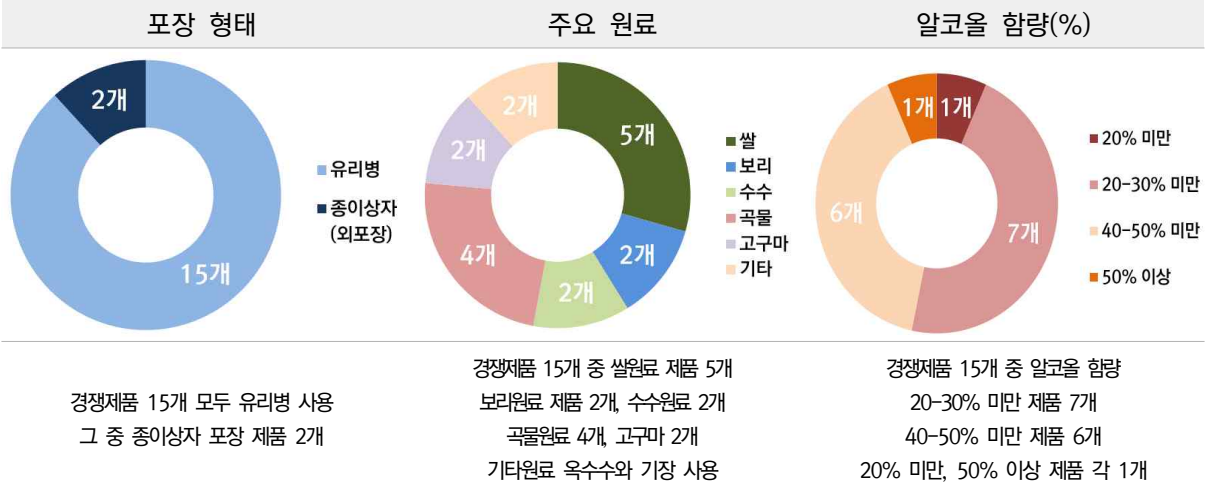
# Competitiveness

(경쟁력 파악)

## 미국 (U.S.A) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 ■ 한국 ■ 미국 ■ 일본 ■ 중국 ■ 프랑스 ■ 아일랜드 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



## 미국 (U.S.A) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 모두 미국 오프라인 및 온라인 매장 진출	경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지 또는 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 '품미', '품질', '목넘김' 등을 강조한 홍보문구 활용

36) 1달러=1,158.80원(2020.01.20., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

38) A사 제품 가격: 6.13달러(제품가격 46달러를 용량 750ml로 나눈 값에 100ml 곱하여 소수점 셋째자리에서 반올림하여 계산함)

### 1. 제품 경쟁력 검증

#### 1) 제품 종류별 가격

- ▶ 경쟁제품 15개 중 증류식소주의 100ml당 평균 가격 5.00달러
- ▶ 증류식소주의 가격이 위스키, 보드카 보다 높은 편

증류주 경쟁제품 가운데 조사한 15개 제품은 증류식소주 9개, 보드카 3개, 위스키 2개, 사케 1개임. 증류식소주는 한국, 일본, 중국 제품이 확인되었으며, 보드카는 미국과 프랑스 제품을 확인함. 위스키의 경우 아일랜드와 미국기업의 제품임. 각 제품의 종류에 따른 100ml당 평균 가격은 증류식소주가 5.00달러, 위스키가 4.08달러, 보드카가 2.46달러로 증류식소주의 100ml당 평균가격이 가장 높고 위스키, 보드카 순으로 높은 가격을 보임

#### 2) 국가별 가격

##### 경쟁제품(경쟁기업)

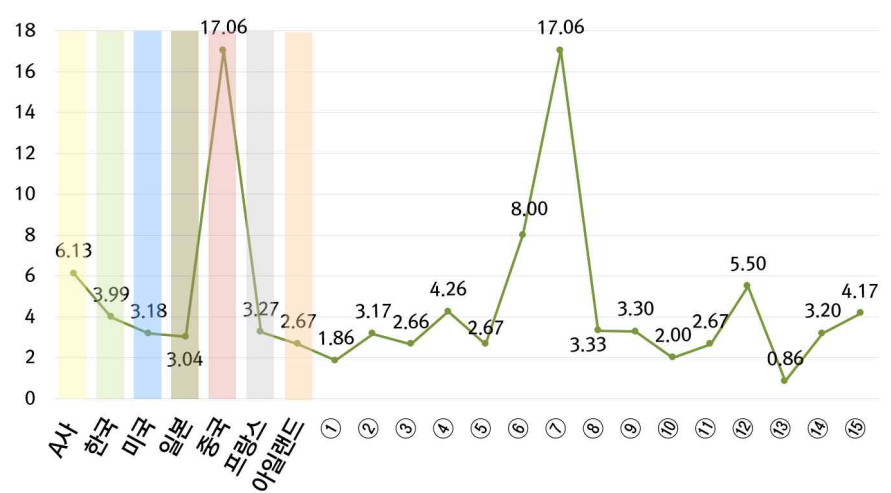
- ① 일본 (증류식소주)
- ② 대장부 (증류식소주)
- ③ 제왕 (증류식소주)
- ④ 려 (증류식소주)
- ⑤ 아키후 세이린 쇼추 (증류식소주)
- ⑥ 문배술 (증류식소주)
- ⑦ 슈이징팡 (증류식소주)
- ⑧ 타이쿠 쇼추 (증류식소주)
- ⑨ 그레이투스 보드카 (보드카)
- ⑩ 톰보 쇼추 (증류식소주)
- ⑪ 제왕스 아이타쉬 위스키 (위스키)
- ⑫ 칼리 (위스키)
- ⑬ 스타블루 (보드카)
- ⑭ 몽블랑 보드카 (보드카)
- ⑮ 쇼우네 준미아다인조 (사케)

- ▶ A사 제품 100ml당 가격, 글로벌 경쟁제품의 가격보다 높은 편

미국의 오프라인 매장에서 판매하고 있는 증류주 경쟁제품 15개 중 한국기업의 제품의 100ml당 평균가격은 3.99달러이며, 미국기업 제품은 3.18달러, 일본은 3.04달러, 중국은 17.06달러, 프랑스기업 제품은 3.27달러, 아일랜드 제품은 2.67달러로 확인됨. 가장 높은 가격을 보인 제품은 중국의 증류식소주인 슈이징팡(17.06달러)이며, 미국의 스타블루 보드카가 0.86달러로 가장 낮은 가격으로 확인됨

[표 3.1] 미국 증류주 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/100ml)



3) 용량

경쟁제품(경쟁기업)

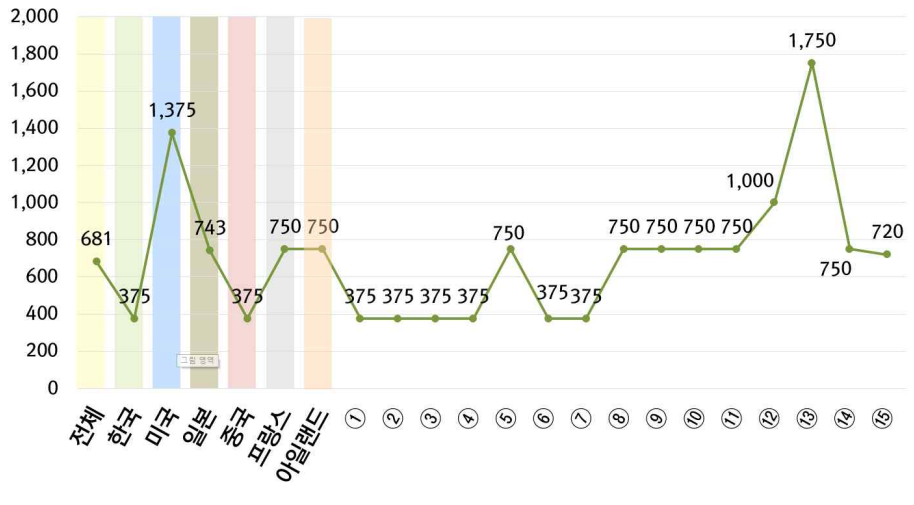
- ① 일본 (증류식소주)
- ② 대장부 (증류식소주)
- ③ 제왕 (증류식소주)
- ④ 려 (증류식소주)
- ⑤ 아치로 세이틴 쇼추 (증류식소주)
- ⑥ 문베슬 (증류식소주)
- ⑦ 슈아징팡 (증류식소주)
- ⑧ 타이쿠 쇼추 (증류식소주)
- ⑨ 그레이투스 보드카 (보드카)
- ⑩ 톰보 쇼추 (증류식소주)
- ⑪ 제임슨 아이리쉬 위스키 (위스키)
- ⑫ 칼리 (위스키)
- ⑬ 스토틀루 (보드카)
- ⑭ 몽블랑 보드카 (보드카)
- ⑮ 소우네 준미다이긴쵸 (사케)

▶ 한국 제품의 평균 용량, 글로벌 경쟁제품 평균보다 306ml 작은 편

미국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 평균 용량은 681ml임. 조사된 제품 중 한국기업의 제품의 경우 평균 375ml로 상대적으로 작은 크기를 보임. 이에 반해 미국 제품의 평균 용량은 1,375ml로 가장 큰 제품으로 확인되었으며, 각 국가별 평균용량은 일본 제품이 743ml, 중국 제품은 375ml, 프랑스 제품은 750ml, 아일랜드 제품은 750ml로 확인됨. 한국 제품은 모두 증류식소주 제품들이며, 미국 제품은 보드카와 위스키 제품을 각각 1개씩 조사한 평균 용량임

[표 3.2] 미국 증류주 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

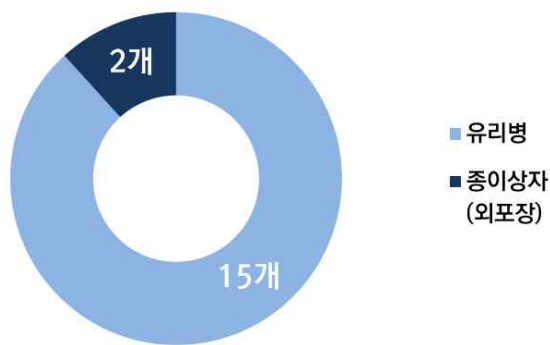


4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개는 유리병 제품이며, 종이상자 외포장 제품 2개가 확인됨

증류주 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개는 모두 유리병 제품임. 이 중 종이상자인 외포장 형태를 갖춘 제품은 2개로 한국의 증류식소주인 ‘려’, 일본의 사케인 ‘쇼우네 준마이다이긴조’가 이에 해당됨. 이 제품들의 소비자가격은 각각 15.99달러와 29.99달러이며 100ml당 가격은 4.26달러, 4.17달러임. 이는 조사된 경쟁제품 15개 중 4번째, 5번째로 높은 가격임

[표 3.3] 미국 증류주 포장 형태 경쟁력 분석



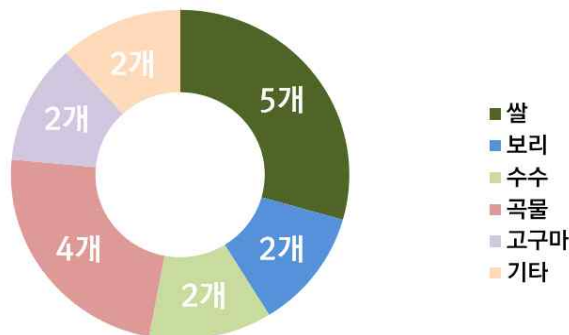
5) 주요 원료

▶ 경쟁제품 15개 중 쌀원료 제품 5개로 가장 많음

▶ 주요 원료 2개 이상 혼합 제품 4개와 곡물 원료 제품 4개가 확인됨

증류주 경쟁제품 15개의 주요 원료로는 쌀과 보리, 수수, 고구마와 함께 기타 옥수수과 기장 등이 확인됨. 한편 15개 중 4개의 제품이 원료명을 단순히 ‘곡물’로만 표현함. 조사 제품 중 쌀을 주요 원료로 하는 제품은 5개이며, 이 중 쌀을 단일 원료로 생산한 제품은 3개임. 다른 2개의 제품은 고구마와 쌀을 혼합하여 만들어진 제품으로 조사됨. 이외에 15개 중 2개의 제품에 사용된 수수 역시 단독 원료로 사용하는 대신 기장과 기타 곡물과 함께 사용하여 주조(酒造)한 것이 확인됨

[표 3.4] 미국 증류주 주요 원료 경쟁력 분석

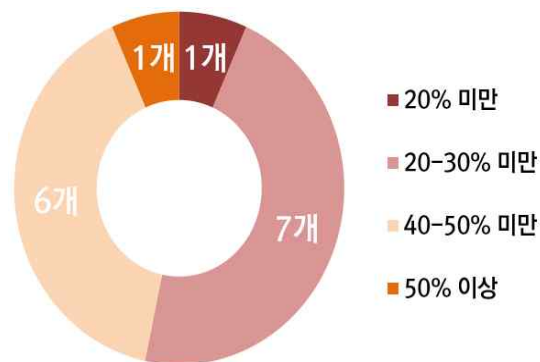


## 6) 알코올 함량

## ▶ 증류주 경쟁제품 알코올 함량 20-50% 미만 구간 제품이 모두 13개

미국에서 판매되고 있는 증류주 경쟁제품 15개의 알코올 함량은 약 15% 제품부터 50% 이상의 제품까지 다양하게 조사됨. 그 중 20-30% 구간의 제품은 모두 7개이고, 40-50% 미만 제품이 6개로 20-50%의 알코올 함량 제품이 모두 13개임. 알코올 함량이 가장 낮은 제품은 일본기업인 하쿠츠루 주조의 '쇼우네 준마이다이긴조(15.5%)' 제품으로 주종(酒種)은 사케로 확인되었으며, 가장 높은 제품은 중국기업인 쓰촨 스웰핀사의 '슈이징팡' 제품으로 52%의 알코올 함량을 가진 것으로 확인함

[표 3.6] 미국 증류주 인증 경쟁력 분석



## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

### 1) 판매 채널

▶ **경쟁기업 6개사 모두 미국 오프라인 및 온라인 채널 진출**

경쟁기업 6개사는 모두 오프라인과 온라인 채널에 진출함. 6개사 중 한국기업 제품은 아리랑슈퍼마켓(Arirang Supermarket)에서 조사되었으며, 미국기업과 쿠바 및 일본기업은 베브모어(BevMo!)와 토탈와인(Total Wine) 등 리퀴드샵에서 조사됨. 해당 6개사의 온라인 채널 진출은 월마트(Walmart)와 타겟(Target)에 진출한 바카디(Bacardi)를 제외하고 경쟁기업 5개사 모두 아마존(Amazon) 온라인 몰에 진출함. 사케원(Sakeone)의 경우 아마존과 함께 자사몰에 진출한 것으로 조사됨

[표 3.7] 미국 증류주 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인 매장			온라인 매장			
	아리랑슈퍼마켓	베브모어	토탈와인	아마존	월마트	타겟	자사몰
C사	○			○			
E사	○			○			
바카디		○			○	○	
하쿠츠투사케		○		○			
타이쿠		○		○			
사케원			○	○			○

### 2) 홍보 채널

▶ **경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지 또는 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용**

경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지를 보유, 기업 소개, 제품 및 원료 소개 등 홍보 채널로 활용하고 있음. 또한, C사를 제외한 5개 경쟁기업들은 2개 이상의 SNS 플랫폼을 활용하여 제품 관련 레시피와 주요 이벤트 등에 대한 정보를 제공하여 고객과 소통하고 제품을 홍보하고 있는 것으로 확인됨. 5개 경쟁기업들은 페이스북(Facebook)을 주요 홍보 채널로 유튜브(Youtube), 트위터(Twitter), 인스타그램(Instagram)을 활용하는 것으로 조사됨. 사케원은 자사 블로그를 개설하여 홍보를 진행하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.8] 미국 증류주 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	홈페이지	SNS 플랫폼				
		유튜브	인스타그램	페이스북	트위터	블로그
C사	○					
E사	○			○	○	
바카디	○	○	○	○	○	
하쿠츠투사케	○	○	○	○		
타이쿠	○	○	○	○	○	
사케원	○		○	○	○	○



3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘풍미’, ‘품질’ 및 ‘목넘김’을 강조하여 제품 홍보

미국에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘풍미’와 ‘품질’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 경쟁제품의 ‘풍미’를 나타내는 ‘풍부한’, ‘깔끔’, ‘균형잡힌’ 등의 문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨. ‘품질’을 나타내는 ‘최고’, ‘최고급’, ‘천연’ 등 원재료의 품질을 강조하거나, ‘장인 정신’ 등 제조과정 또는 ‘상쾌한’, ‘깨끗한’, ‘부드러운’ 등의 문구와 함께 ‘목넘김’을 강조하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.9] 미국 증류주 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
2. 바카디(Bacardi) 홈페이지 (www.bacardi.com)
3. 베브모어(BevMo!) 홈페이지 (www.bevmo.com)
4. 사케원(Sakeone) 홈페이지 (www.sakeone.com)
5. 스타티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
6. 스테이트101(States101) 홈페이지 (www.states101.com)
7. 아리랑슈퍼마켓(Arirang Supermarket) 홈페이지 (www.ArirangSupermart.com)
8. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
9. 어반언코크드(Urban Uncorked) 홈페이지 (www.urban-uncorked.shoplightspeed.com)
10. 에이스스피리츠(Ace Spirits) 홈페이지 (www.acespirits.com)
11. 에이치마트(H Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
12. 엘프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com/biz/leisers-liquors-flushing)
13. 오렌지 카운티(ocgov.com) 홈페이지 (www.ocgov.com)
14. 오션와인&스피리츠(Ocean Wine & Spirits) 홈페이지(oceansliquor.com)
15. 월드아틀라스(World Atlas) 홈페이지 (www.worldatlas.com)
16. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
17. 캘리포니아드림빅(California Dream big) 홈페이지 (www.visitcalifornia.com)
18. 코리아데일리(Koreadaily) 홈페이지 (koreadaily.com)
19. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
20. 타이쿠사케(TY KU Sake) (www.tykusake.com)
21. 타이쿠 스피리츠(TY KU Spirits)홈페이지 (www.tykuspirits.com)
22. 토탈와인(Total Wine) 홈페이지 (www.totalwine.com)
23. 프레데릭와일드맨앤손스(Frederick Wildman and Sons) 홈페이지 (www.frederickwildman.com)
24. 하쿠츠루사케(Hakutsuru Sake) 홈페이지 (www.Hakutsuru.co.jp)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.01.24.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

