

atget

GLOBAL EXPORT
TRENDS

체코 주류 시장

- I. 거시경제 지표
 - II. 체코 주류 시장
 - III. 주류 소비
 - IV. 주류 유통
 - V. 포도주 시장
 - VI. 고도주 시장
 - VII. 맥주 시장
 - VIII. 한국 주류 전망
 - IX. 시장 접근
- 부 록

2014

NOV

EU-04



체코 주류 시장

I. 거시경제 지표	5
II. 체코 주류 시장	
1. 조사 대상	11
2. 주요 특징	11
3. 관련 법규	13
III. 주류 소비	
1. 현황	17
2. 최근 동향 및 전망	19
IV. 주류 유통	
1. 소매 유통	23
2. 외식 유통	25
3. 온라인거래	26
V. 포도주 시장	
1. 주요 특징	29
2. 주요 동향	31
3. 추이 전망	36
VI. 고도주 시장	
1. 주요 특징	39
2. 주요 동향	39
3. 주요 제품 · 브랜드	42
4. 추이 전망	46

VII. 맥주 시장	
1. 주요 특징	49
2. 주요 동향	50
3. 주요 기업 · 브랜드	54
4. 가격 예시	57
5. 추이 전망	58
VIII. 한국 주류 전망	
1. 직접 상거래	61
2. 아시아 식품	61
3. 주류별 전망	62
IX. 시장 접근	
1. 전망 분석	65
2. 가능성	65
부 록	
1. 박람회 및 업체행사	69
2. 관련 단체 및 협회	69
3. 관련 사이트	71

요약

- 지리적으로 유럽 중심부에 위치하고 있는 체코는 동유럽 국가들 중에서 가장 산업화된 경제 구조를 가진 나라이다.
- 벨벳혁명¹⁾이 일어나고 20여 년이 지난 현재, 체코는 유럽 및 세계 경제체제에 완벽하게 편입되어 있다. 기업 민영화가 시작되었던 1990년에 이어, 2005년 다시 물려든 외국인직접투자는 체코의 경제성장에 중요한 역할을 했다. 외국인직접투자에 힘입은 체코 경제는 유럽의 평균 경제력에 빠른 속도로 근접해 가고 있다.
- 체코의 주류 시장은 천오십만밖에 되지 않는 인구 때문에 규모가 제한되어 있는 시장이다. 그러나 1인당 주류 소비량을 고려해 보면 간과해서는 안 될 중요한 시장이다. 체코의 연간 1인당 알코올 소비량은 10L(리터) 이상으로 세계 최고 수준이다. 또한 체코는 세계 제1의 맥주 소비 국가이다.
- 주류 시장의 3대 주류인 맥주, 포도주, 고도주(高度酒, 독주)의 체코 내 시장은 매우 활성화되어 있으며, 체코의 전통적 음주 문화와 결합되어 있다.
- 맥주, 포도주, 고도주 시장이 가지는 각각의 특성과 차이점은 다음과 같다.
- 맥주: 맥주는 체코의 국민주(酒)라고 할 수 있다. 체코인들은 자국이 세계적인 품질의 맥주들을 생산해 내고 있다는 자부심을 가지고 있다. 체코 맥주 시장은 국제적 양조업체들과 지역의 소규모 양조업체들이 공존하는 시장이다. 맥주 소비가 감소해 가는 경향이 나타나고 있지만, 맥주 시장의 규모는 여전히 막대하다. 체코 맥주 산업은 내수에서뿐만 아니라 수출에서도 성공을 거두고 있다.

1) [역자 주] 벨벳혁명(sametová revoluce) 또는 신사혁명(nežná revolúcia)은 에서 1989년(~)에 일어난 이다. 벨벳 혁명으로 체코의 정권이 무너졌다. 벨벳 혁명은 매우 중요한 사건으로 평가받는다.



- 고도주: 체코 국내 기업들이 체코의 전통적인 고도주(히브 식전주)를 생산하고 있지만, 소비자들의 선호도는 외국 기업들의 고도주, 즉 위스키, 브랜디, 럼주 등으로 바뀌어 가고 있다. 메탄올 함유 밀주 스캔들 이후, 소비자들은 지역 브랜드의 고도주보다 유명 브랜드 또는 수입 브랜드의 고도주를 선호하고 있다. 전체 고도주 시장 규모도 현저하게 축소되어 가고 있다.
- 포도주: 체코의 전통적 포도주 산지인 모라비아(Moravia)와 보헤미아(Bohemia)에서 생산되고 있는 포도주는 지속적으로 늘어나고 있는 포도주 수요량을 충족시키지 못하고 있다. 체코 소비자들은 외국산 포도주를 소비하고 즐길 준비가 되어 있다.
- 경제위기로 인해 전 세계적으로 타격을 입은 주류 시장은 2020년까지 현 상태를 유지할 것으로 전망되고 있다.

I . 거시경제 지표

- 체코는 중앙유럽에서 경제가 가장 발달된 국가들 중의 하나이다. 체코 경제는 수출과 외국인직접투자에 의존하고 있기 때문에 외부의 충격에 취약한 구조를 가지고 있다.
- 2013년까지 체코 경제는 3년 연속 0.4%의 마이너스 성장률을 기록했다. 지속적인 외자 유치에도 불구하고 2011년 말부터 시작된 체코의 경제 침체기는 가계 소비와 공공 투자의 급격한 감소에서 그 원인을 찾을 수 있다. 2013년 3분기부터는 다시 성장세를 회복하여 2014년에는 1.3%의 성장률을 나타낼 것으로 전망되고 있다.
- 체코의 주요 경제 부문별 개황을 보면 다음과 같다.
- 농업은 GDP(국내총생산)의 2% 이상을 차지하고 있다. 체코 경제활동인구의 3% 이상이 농업에 종사하고 있다. 주요 농산물로는 사탕무, 감자, 밀, 보리 및 홉이 있다.
- 산업 부문, 특히 민영화되어 있는 산업 부문은 GNP(국민총생산)의 40%에 가까운 비중을 차지하고 있으며, 경제인구의 40%를 고용하고 있다. 스코다(Skoda, 1991년 폭스바겐 그룹에 통합)를 중심으로 한 자동차 산업이 체코의 주요 산업이다. 섬유 산업 또한 활황을 맞고 있다.
- 서비스 산업 부문은 GDP의 60% 이상을 차지하고, 60%에 가까운 경제인구가 이 부문에 속해 있다. 프라하가 세계적인 관광 명소로 부각되면서 관광 산업이 급성장하고 있다.
- 체코 경제는 한 마디로 무역 경제라 할 수 있다. 무역은 2010년부터 2011년까지 GDP의 140% 이상의 비중을 차지해 왔다. 체코 무역의 80%가 OECD국가(이 중 80%는 유럽연합 국가)와 이루어지고 있다.
- 체코는 2004년 유럽연합에 가입한 이후로 구조적으로 안정된 무역수지 균형을 유지해 왔으며, 이러한 균형은 앞으로도 지속될 것으로 보인다. 수출에 있어서는, 체코의 제3위 무역 대상국인 독일의 경제 호조로 그 혜택을 보고 있다.

체코	
일반 사항(단위)	
면적(km ²)	78,870km ²
수도	프라하(Praha)
인구(백만)	10.51(2013년 6월)



일반 사항(단위)	
주요 도시 - 인구	프라하 - 1,246,780명 브르노(Brno) - 378,327명 오스트라바(Ostrava) - 297,421명 플젠(Pizen) - 167,472명 리베레츠(Liberec) - 102,113명
통화 · 환율 CZK(체코 코루나) - 2014년 9월 현재	1유로 = 27.53코루나 = 1,341.54원 = 1.26달러 1달러 = 21.77코루나 = 1,062.10원 = 0.79유로 100코루나 = 3.63유로 = 4.59달러 = 4,878.95원 1,000원 = 0.72유로 = 20.5코루나 = 0.94달러
국가원수 - 대통령	밀로시 제만(Miloš ZEMAN) - 2013년 3월 취임
총리	보후슬라프 소보트카(Bohuslav SOBOTKA) - 2014년 1월 17일 취임, 사회민주당 총재
경제 사항(단위)	2012년
연간 GDP(십억 유로)	152.3
GDP 성장률(%)	-0.9
인당 GDP(유로)	20,100
인플레이션(%)	3.3
실업률(%)	7.2
수출 본선인도(십억 유로)	118.5
수입 운임보험료포함인도조건(십억 유로)	110.4
무역수지(십억 유로)	+ 8.1
무역수지 커버율(%)	107.3
외채(십억 유로)	
GDP 대비 재정적자율(%)	-4.4
국가부채(십억 유로)	64
GDP 대비 국가부채율(%)	45.8
부가가치세율(%)	21% (2013년 1월 이후)
국가신용등급 [2014년 4월]	피치: A+, 무디스: A1, S&P: AA-

출처: 유럽연합통계청(Eurostat)

Ⅱ. 체코 주류 시장

1. 조사 대상
2. 주요 특징
3. 관련 법규

1. 조사 대상

- 체코 주류 시장 조사 대상은 다음과 같다.
 - 맥주: 시드르(Cidre, 사과술) 포함
 - 고도주(독주): 허브 식전주, 칵테일 포함
 - 포도주: 일반 포도주(스틸 와인 Still wine) 및 발포성포도주(스파클링 와인 sparkling wine)

2. 주요 특징

- 체코 주류 시장은 3대 주류군으로 구성되어 있다.
 - 맥주: 주류 총판매량의 86%, 총매출액의 55% 차지
 - 고도주: 주류 총판매량의 3%, 총매출액의 23% 차지
 - 포도주: 주류 총판매량의 11%, 총매출액의 22% 차지

■ 2008년, 2011년, 2013년 주류 판매 ■

단위: 판매량(백만 리터), 매출액(백만 유로)

주류	2008년		2011년		2013년	
	판매량	매출액	판매량	매출액	판매량	매출액
맥주	1,653.9	61,687.9	1,517.8	59,577.6	1,518.6	60,499.9
고도주	70.9	34,263.5	60.7	28,239.9	53.2	24,980.2
포도주	180.0	21,573.0	188.8	22,186.4	189.9	23,762.3
칵테일	3.6	392.0	7.6	669.1	7.7	698.8
시드르	-	-	0.1	8.0	0.5	45.6
합계	1,908.4	117,916.4	1,775.0	110,681.0	1,769.9	109,986.8

출처: 업체 협회 자료, 통계청(Institut de la statistique), Euromonitor International



- 주류 소비는 몇 년 전부터 지속적으로 줄어들고 있다. 주류 소비 감소가 고도주에서 매우 뚜렷하게 나타나고 있고, 맥주도 예외가 아니다. 반대로 포도주, 칵테일, 시드르(가장 최근에 도입된 주류)의 소비는 증가세를 보이고 있다.
- 소매 판매량이 외식 판매량에 비해 상대적으로 증가하고 있다. 경제위기 이후 나타나기 시작한 이러한 추세는 갈수록 신중해지고 있는 소비 태도로 인해 앞으로도 지속될 것이다.

【 주류 유통 형태별 시장점유율 】

%	판매량		매출액	
	소매	외식	소매	외식
2013년				
맥주	57.6	42.4	39.5	60.5
고도주	76.7	23.3	52.1	47.9
포도주	72.0	28.0	52.6	47.4
합계	59.8	40.2	45.3	54.7

출처: 업체 협회 자료, 통계청(Institut de la statistique), Euromonitor International

- 소매 판매량은 총판매량의 60%를 차지한다.

3. 관련 법규

- 주류 부분에 특별하게 적용되고 있는 기본적인 법규들(법, 규제)을 살펴보면 다음과 같다.

■ 2013년 주류 특수세 ■

주류	맥주	포도주	발포성포도주	고도주	베르뭏(Vermouth) ²⁾
특수세	0.32 코루나/L	0	23.40 코루나/L	285 코루나/L AP	23.40 코루나/L

AP: 순수 알코올

- 부가가치세: 체코에서 판매되는 주류에 적용되는 부가가치세율은 관세와 특수세가 적용된 가격의 21%이다.
- 고도주에는 의무적으로 수입인지를 붙여야 한다.
- 주류 구입 및 소비 허가 나이는 18세 이상이다.
- 음주 운전은 형사범죄로 간주한다.
- 특정한 공공장소에서의 흡연은 금지된다.
- 주류 광고는 허용되어 있다. 단 18세 미만의 연령층을 대상으로 하는 광고, 주류 소비를 통한 사회적 성공이나 성적 매력을 강조하는 광고 등은 금지되어 있다.

2) 식전주로서 포도주에 허브, 향료, 설탕 등을 섞어 만든 향미·혼성 포도주.

Ⅲ. 주류 소비

1. 현황
2. 최근 동향 및 전망

1. 현 황

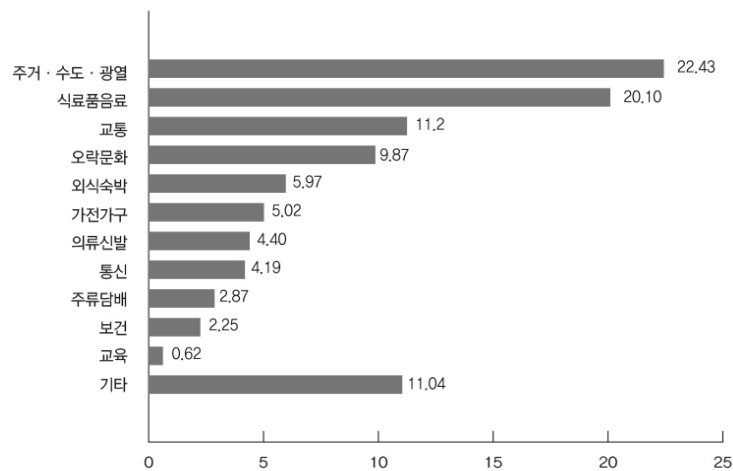
◆ 인구 현황

- 2012년 체코 인구는 10,517,000명이다.
- 낮은 출산율과 함께 고령화가 빠르게 진행되고 있다. 체코의 출산율은 1.46(여성 1명당 출생아 수)이다. 여성 평균수명은 80.9세, 남성 평균수명은 75세로 평균수명이 연장되었다. 전체인구에서 64세 이상 인구의 비율은 18.7%인데 비하여 15세 미만 인구의 비율은 15%에 그치고 있다. 평균 나이는 41.5세이다.
- 동유럽 출신 이민자가 늘어나고 있다. 빠르게 증가하고 있는 이민자들은 대부분 슬로바키아 출신이고, 우크라이나, 러시아 이민자들이 그 뒤를 잇고 있다.
- 2013년 경제인구는 5,300,000명에 이른다.

◆ 가계소비

- 가계소비는 미약하지만 증가하고 있다. 2012년 2.2%의 큰 감소율을 기록했던 가계소비가 2013년에는 0.1%의 성장률을 나타냈다.

■ 2013년 체코 가계소비 항목별 비율 ■



출처: 체코 통계연구소(Institut tchèque de statistiques)



- 체코 가계소비에서 비중이 가장 큰 항목은 주거·수도·광열이다(22.43%).
- 식료품·음료는 두 번째로 비중이 높은 항목이다(20.10%).
- 주류·담배는 가계소비의 2.87%를 차지하고 있다.

【 체코 연간 1인당 주류 및 담배 소비량 】

주류·담배	단위	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Index 2012/2011
주류 a	litre	184.6	188.1	184.3	185.8	183.2	177.6	170.9	168.8	175.2	103.8
(a:전체량 b:알코올량) b	litre	9.8	10.2	10.2	10.4	10.4	10.4	9.8	9.8	9.9	101.1
고도주(40%) a	litre	7.6	7.8	8.0	8.2	8.1	8.2	7.0	6.9	6.7	97.5
b	litre	3.0	3.1	3.2	3.3	3.2	3.3	2.8	2.8	2.7	97.5
포도주 전체 a	litre	16.5	16.8	17.2	18.5	18.5	18.7	19.4	19.4	19.8	102.1
b	litre	1.9	1.9	2.0	2.1	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	102.7
일반 포도주 a	litre	14.1	14.4	14.8	16.1	16.3	16.5	17.3	17.3	17.3	101.1
기타 포도주 a	litre	2.4	2.4	2.4	2.4	2.2	2.2	2.1	2.1	2.3	109.9
맥주 전체 a	litre	160.5	163.5	159.1	159.1	156.6	150.7	144.4	142.5	148.6	104.3
b	litre	4.9	5.2	5.0	5.0	5.2	5.0	4.8	4.8	5.0	102.5
담배	ks	2243	2275	2338	2345	2107	2071	2028	1988	1947	97.9

출처: 국립통계청(Bureau des statistiques)

- WHO(세계보건기구)의 자료에 따르면, 체코는 세계적으로 맥주 소비가 가장 많은 국가에 속한다. 체코는 다른 슬라브 국가들인 몰도바, 헝가리, 러시아와 함께 세계 제1의 맥주 소비 국가의 자리를 다투고 있다.
- 2012년 체코의 연간 1인당 주류 소비량은 175.2L에 달한다.
 - 연간 1인당 맥주 소비량: 148.6L (84.8%)
 - 연간 1인당 포도주 소비량: 19.8L (11.3%)
 - 연간 1인당 고도주(알코올 농도 40%) 소비량: 6.7L (3.9%)

2. 최근 동향 및 전망

- 최근 몇 년간 체코의 주류 소비량은 감소하고 있다.
- 주류 소비량 감소 경향은 맥주 시장에서 뚜렷하게 나타나고 있다. 2004년부터 2013년까지 1인당 맥주 소비량은 12L, 고도주 소비량은 1L 감소했다.
- 이에 반해 포도주 소비량은 증가 추세를 나타내면서, 2004년부터 2013년까지 3L 증가했다.
- 2012년 메탄올 사건: 2012년 9월 6일부터 27일까지, 체코에서 68명이 메탄올에 중독된 사건이 발생했다. 이 중 36명~40명이 병원에 입원해 치료를 받았고, 26명이 사망했다. 유명 상표를 위조하여 만든 가짜 고도주에 포함된 메탄올이 그 원인이었다. 이 밀주는 체코 북동부 지역의 시장과 동네 가게(지역에서 만들어진 보드카와 과일 고도주를 파는 가게)에서 주로 판매되었다.
- 메탄올 사건은 유명 브랜드의 제품이 아닌 고도주와 지역에서 생산되는 고도주에 대한 불신을 야기했다. 이러한 불신은 고도주 소비에 직접적인 영향을 미쳤다. 소비자들은 고도주 소비에 보다 신중해졌고, 수입 브랜드 또는 유명 브랜드의 고도주를 선택하고 있다.
- 주류 때문에 생긴 피해에 대한 인식이 커져가면서 소비자들 사이에서 주류 소비에 문제를 제기하는 목소리가 커져가고 있다. 소비자들은 특히 주류가 청소년과 젊은 층에 미치는 영향에 예민해졌을 뿐만 아니라 비만과 성인병에 미치는 영향에 대해서도 우려하고 있다.
- 소비자들의 이러한 우려는 건강에 좋다고 알려진 일부 주류, 특히 포도주와 시드르(가장 최근) 시장에 긍정적으로 작용하고 있다.

IV. 주류 유통

1. 소매 유통
2. 외식 유통
3. 온라인거래







1. 소매 유통



- 체코의 유통구조는 서구 국가들의 유통구조와 유사해지고 있다. 즉 전통적인 거래 방식이나 유통형태가 사라져 가고, 대형 그룹이 유통 전체를 지배하는 현대적 유통 구조로 바뀌어 가고 있는 것이다.
- 체코에서는 최근 20년 동안 대형 유통업체 체인이 급격하게 팽창되어 왔다. 유럽 전역에 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 판매망을 가지고 있는 대형 유통업체들은 체코에서도 촘촘한 판매망을 구축해 가고 있다. 체코는 동유럽에서 대형 유통업체 판매망이 가장 발달된 나라이다. 2012년 체코 내 하이퍼마켓의 수는 300개를 넘어섰고 총면적은 1,326,000m²에 이르렀다(출처: Incoma GFK). 하이퍼마켓이 전무했던 90년대 초와 비교하면 엄청난 변화라 할 수 있다.
- 이와 동시에 소규모 재래 판매점의 수는 지속적으로 줄어들고 있다.
- 하이퍼마켓 외에, 슈퍼마켓의 수는 680개, 할인판매점의 수는 640개로 집계되었다. 일부 조사에 나타난 체코 소비자들의 유통형태 선호도는 하이퍼마켓 43%, 할인판매점 25%, 슈퍼마켓 15% 순이다.
- 체코 대형마트 유통 부문은 다국적 기업에 의해 주도되고 있다. 이 부문의 그룹별 시장점유율은 비교적 고른 분포를 보여 왔다.
- 그러나 최근 들어 대형유통 구조가 일반화 단계에서 집중화 단계로 접어들었다.
- 2005~2008년 사이 4개의 다국적 기업이 체코 시장 내에서 약진했다. 아홀트(Ahold) 그룹은 율리어스 마이늘(Julius Meinl)의 판매점들을 인수하여 알버트(Albert)로 새롭게 변모시켰다. 테스코(Tesco) 그룹은 슈퍼마켓 에데카(Edeka)와 까르푸(Carrefour)의 하이퍼마켓(2006년) 11개를 인수했다. 레베(Rewe) 그룹은 델하이즈(Delhaize) 그룹 슈퍼마켓인 델비타(Delvita)의 96개 지점을 인수하여 빌라(Billa)로 개장했다.
- 대형마트 유통 부문의 리더는 체코 슈바르츠(Schwarz CR)이다. 체코 슈바르츠는 하이퍼마켓 카우프란트(Kaufland)와 할인마트 리들(Lidl)을 운영하고 있으며, 매출액은 688억 코루나에 달한다.



- 체코 레베(Rewe CR)는 델비타(Delvita)를 인수하여 매출액을 504억 코루나까지 끌어올리는 데 성공했다.
- 매출액 440억 코루나의 테스코(Tesco)와 매출액 405억 코루나의 아홀트 체코(Ahold CR)가 해당 시장 부문에서 3번째와 4번째 자리를 각각 차지하고 있다.
- 메트로(Métro) 그룹에 속하는 매크로 캐쉬앤캐리(Makro Cash & Carry)가 304억 코루나를 기록하며 5번째에 위치하고 있다.
- 체코 글로비스(Globus CR)와 체코 스파(Spar CR)가 각각 242억 코루나와 132억 코루나의 매출액을 기록하며 그 뒤를 잇고 있다.
- 네덜란드에 본사를 둔 아홀트(Ahold) 그룹은 최근(2014년) 체코 스파(Spar CR)를 인수하고 이를 통해 해당 유통 부문 2위까지 올라섰다.
- 경제위기 초부터, 페니 마켓(Penny Market), 리들(Lidl)과 같은 할인판매점들은 가격경쟁력의 우위로 인해 급속한 성장세를 기록하고 있다.
- 대형마트 이외에 수천 개의 소형 주류 전문 판매점이 존재하고 있다.

■ 체코 주요 대형 유통 그룹 ■

그룹	매출액 (십억 코루나)	업체	
체코 슈바르츠 (Schwarz CR)	68.8	카우프란트(Kaufland), 	리들(Lidl) 
체코 레베 (Rewe CR)	50.4	페니 마켓(Penny Market) 	빌라(Billa) 
테스코(Tesco)	44.0	테스코(Tesco) 	테스코 엑스트라 (Tesco Extra) 

그룹	매출액 (십억 코루나)	업체
아홀트(Ahold)	40.5	앨버트(Albert) 
메트로(Métro)	30.4	매크로 캐쉬앤캐리(Makro Cash & Carry) 
체코 글로비스 (Globus CR)	24.2	글로비스(Globus) 
체코 스파 (Spar CR)	13.2	인터스파(InterSpar) 
합계	271.5	

출처: 업체 협회 자료, 프라하상공회의소(Chambre de Commerce Prague)

2. 외식 유통

- 2013년, 체코의 외식업체 수는 약 37,000개에 이른다.

외식업체 형태별 현황

(단위: 개)

외식업체 형태	2008년	2010년	2012년
바/펍(Bars/Pubs)	12,230	12,195	12,148
카페	7,562	7,452	7,385
레스토랑	7,900	7,704	7,498
패스트푸드	2,429	2,435	2,511
셀프서비스 식당형 카페	1,189	1,155	1,142
거리판매점	7,400	6,819	5,990
합계	38,710	37,760	36,674

출처: 업체 협회 자료, Euromonitor International



- 외식 유통 부문에서는 최근 몇 년간 매출액이 감소하고 있다. 경제위기의 여파로 인해 체코 소비자들은 외식에 대해서는 여전히 신중함을 유지하고 있다.
- 패스트푸드점은 판매점이 늘고 있는 유일한 외식 형태이다. 경제위기가 패스트푸드 점에는 상대적으로 호재가 되었다고 볼 수 있다.
- 가장 어려움을 겪고 있는 외식업체 형태는 고급 레스토랑이다.
- 독립된 전통식·재래식 식당 형태가 사라져 가는 반면 프랜차이즈 체인점들이 증가하고 있다.
- 외식 유통 내 주류 판매는 2013년에도 여전히 감소되었지만, 감소 비율 자체는 줄어들었다. 프라하를 중심으로 한 관광산업의 급격한 발전 덕분이다.
- 바, 펍, 레스토랑 운영 시간
 - 펍과 레스토랑은 일반적으로 9시~10시 사이에 문을 열고 22시~자정 사이에 문을 닫는다.
 - 펍의 경우, 금요일과 토요일 저녁에는 영업시간이 새벽 3시~4시까지 연장된다.
 - 영업시간에 대한 법적 규제는 없다.

3. 온라인거래

- 체코의 온라인 식품 판매는 여전히 미미한 수준이다(가계 소비의 1% 미만).
- 체코의 첫 번째 온라인 식품 판매는 2012년 테스코에 의해서 프라하 내에서만 이루어졌다. 테스코는 프라하를 시작으로 체코 전 지역으로 온라인판매망을 넓혀가고 있으며 Pick & Collect 센터(온라인으로 구매한 상품을 찾아갈 수 있는 오프라인 매장)을 개설하고 있다.
- 관련 업체들은 온라인거래가 장기적으로는 발전가능성이 높은 유통형태라는 인식을 공유하고 있다.

V. 포도주 시장

1. 주요 특징
2. 주요 동향
3. 추이 전망

1. 주요 특징

- 체코는 포도주 생산 국가이자 소비 국가이다.
- 체코의 2013년 포도주 생산량은 470,000hL(헥토리터)³⁾이다.
- 체코의 포도주 생산은 전체 포도주 수요량의 약 1/3 정도밖에 충족하지 못하고 있다.
- 체코의 연간 1인당 포도주 소비량은 2012년 20L에 이르렀고, 매년 증가하고 있다.
- 포도주 수입이 계속 늘어나고 있으며, 전체 포도주 수요량의 2/3가 수입 포도주로 채워지고 있다.

체코 포도재배지

- 2013년 체코 포도 재배지의 전체 면적은 약 17,000헥타에 이른다.

체코 포도재배 지역 분포



3) 유럽 포도주 양조장에서 와인을 측량하는 표준 단위이다. 1 헥토리터는 100리터(Liters) 또는 26.47Gallon을 말한다.



- 유럽연합에 가입한 2004년 5월 1일부터 체코에서 포도 재배지의 면적을 확장하는 것은 더 이상 허가되지 않고 있다.
- 체코의 전통적인 포도재배지는 두 곳으로, 체코 남동부의 모라비아(Moravia) 지역과 동부의 보헤미아(Bohemia) 지역이다.
- 수 세기에 걸쳐 오스트리아-헝가리의 지배를 받았던 체코의 포도재배 형태는 오스트리아의 재배형태와 매우 유사하다. 모라비아 지역의 포도재배가 특히 오스트리아식이다. 보헤미아 지역의 포도재배는 독일식 포도재배에 더 가깝다.
- 모라비아 지역이 체코 포도 재배지의 대부분을 차지한다(전체 포도 재배지의 95%). 이 지역은 양질의 포도주를 생산하는 데 필요한 최적의 토양과 기후를 가지고 있다.
- 체코에서는 40여개의 포도 품종이 재배되고 있다. 백포도주 주요 품종으로는 리슬링(Riesling), 실바네르(Sylvaner), 물러 트루가우(Müller Thurgau)가 있고, 적포도주 품종으로는 블라우어 부르군더(Blauer Burgunder), 프란코프카 모드리(Frankovka Modry), 피노 누아(Pinot noir, 로제와인), 생 로랑(St Laurent) 츠바이겔트(Zweigelt)가 가장 많이 재배되고 있다.
- 재배 비율을 보면 백포도주 품종이 67%, 적포도주 품종이 32%이다.

2. 주요 동향

【 2011-2012년 체코 포도주 생산 현황 】

	2011년	2012년
수확량(톤)	91,253	65,000
헥타르당 평균생산량(톤/헥타르)	5.7	3.9
포도주 총생산량(헥토리터)	650,000	449,500
- 백포도주	416,000 (64%)	292,000 (65%)
- 적포도주	188,500 (29%)	117,000 (26%)
- 로제와인	45,500 (7%)	40,500 (9%)

출처: Barlife 2013

◆ 수출

- 2013년 체코는 3470만 리터의 포도주를 수출해 5080만 달러에 해당하는 외화를 벌어들였다.
- 2011년과 2013년 사이 체코의 병포도주 수출은 수출량에서는 9.4%, 수출액에서는 21%에 가까운 성장률을 각각 나타냈다. 같은 기간 통포도주(포도주 저장통)의 수출 역시 증가해, 16%의 수출량 증가와 60%가 넘는 수출액 증가를 기록했다. 발포성 포도주의 수출에서는 수출량은 40%, 수출액은 37%가 각각 증가했다.
- 통포도주는 2013년 체코에서 수출된 포도주의 절반 이상의 비중을 차지하고 있다 (전체 포도주 수출량의 54%).

【 체코 포도주 수출 동향 】

		2011년	2012년	2013년
합계	수출액(백만 달러)	37.99	37.69	50.84
	수출량(백만 리터)	30.44	28.18	34.67
일반 병포도주	수출액(백만 달러)	24.98	25.63	30.21
	수출량(백만 리터)	13.92	13.23	15.24



		2011년	2012년	2013년
일반 통포도주	수출액(백만 달러)	11.30	10.38	18.16
	수출량(백만 리터)	16.20	14.67	18.80
발포성포도주	수출액(백만 달러)	1.69	1.67	2.32
	수출량(백만 리터)	0.30	0.28	0.42

출처: 유엔 세관통계데이터베이스(Comtrade) 2013

- 2013년 자료에 따르면, 체코 포도주의 주요 수출 대상 국가는 슬로바키아, 폴란드, 루마니아, 헝가리 및 영국이다. 슬로바키아는 체코 포도주 총수출량의 90%, 총수출액의 76%의 비중을 차지하는 제1의 수출 대상 국가이다. 폴란드는 체코의 두 번째 수출 대상 국가로 총수출량의 9.7%, 총수출액의 4.6%를 차지하고 있다.

수입

- 2013년 체코는 2억 4000만 달러에 달하는 1억 5500만 리터의 포도주를 수입했다. 2011년과 2013년 사이 포도주 수입량은 19% 감소했지만 수입액은 4.3% 증가했다.
- 2011년부터 2013년까지 병포도주 수입량은 17% 가까이 감소했지만 수입액은 7% 정도 증가했다. 같은 기간 통포도주 수입량은 23%, 수입액은 4.7% 각각 감소했다. 발포성포도주 수입량은 12.8%, 수입액은 18.2% 각각 증가했다.
- 병포도주와 통포도주의 수입량은 거의 비슷하지만 수입 후 유통 경로는 상이하다.

체코 포도주 수입 동향

		2011년	2012년	2013년
합계	수입액(백만 달러)	229.02	216.21	239.69
	수입량(백만 리터)	192.78	163.36	155.72
일반 병포도주	수입액(백만 달러)	146.41	143.53	156.70
	수입량(백만 리터)	90.73	88.63	75.35
일반 통포도주	수입액(백만 달러)	63.10	51.29	59.93
	수입량(백만 리터)	95.64	67.60	73.17
발포성포도주	수입액(백만 달러)	18.62	21.05	22.04
	수입량(백만 리터)	5.54	6.89	6.25

출처: 유엔 세관통계데이터베이스(Comtrade) 2013

- 2013년 자료에 따르면, 체코는 이탈리아, 프랑스, 스페인 및 슬로바키아에서 포도주를 수입하고 있다. 이탈리아는 체코의 포도주 수입량과 수입액 모두에서 첫 번째 위치를 차지하는 국가로서 그 비중이 약 22%에 이른다. 프랑스는 수입액에서의 두 번째 국가로 21.7%의 비중을 차지하고 있고, 스페인은 수입량에서의 두 번째 국가로 19%를 기록하고 있다.

■ 2013년 체코 포도주 수입 국가 (수입액 기준) ■

	수입액 (백만 달러)	수입액 비중(%)
이탈리아	54.08	22.56
프랑스	51.92	21.66
스페인	29.45	12.29
슬로바키아	20.13	8.40
독일	17.07	7.12
기타	67.04	27.97
합계	239.69	100.00

출처: 유엔 세관통계데이터베이스(Comtrade)

■ 2013년 체코 포도주 수입 국가 (수입량 기준) ■

	수입량 (백만 리터)	수입량 비중(%)
이탈리아	34.21	21.97
스페인	29.58	19.00
슬로바키아	19.96	12.82
헝가리	13.13	8.43
프랑스	10.77	6.92
기타	48.07	30.86
합계	155.72	100.00

출처: 유엔 세관통계데이터베이스(Comtrade)



■ 2011-2013년 체코 포도주 시장 생산, 무역, 표관소비량 ■

(단위:백만리터)

	2011년	2012년	2013년
생산량	65	45	47
수출량	30	28	35
수입량	193	163	156
표관소비량	228	180	168

출처: 출처: 유엔 세관통계데이터베이스(Comtrade)

[주] : 재고변화량은 포함되진 않음

- 기상악화로 포도생산량이 현저히 줄어든 2012년을 기준으로 했을 때, 체코 포도주 (소비)시장 규모는 약 180만 헥토리터로 추산된다.
- 체코의 포도주별 소비율을 보면, 국내산 포도주가 주를 이루는 백포도주가 44%, 수입 포도주가 주를 이루는 적포도주가 52%, 최근 소비량이 증가하고 있는 로제와 인이 4%이다.

◆ 체코 주요 포도주 생산업체

- 보헤미아 섹트(Bohemia Sekt) 그룹은 체코에서 가장 큰 포도주(일반 포도주, 발 포성 포도주) 생산업체이다. 이 그룹은 고도주 생산에서도 중요한 위치를 차지하고 있어, 보헤미아 고도주로만 5천만 유로의 매출액을 기록하고 있다.
- 체코의 일반 포도주 생산업체들은 소규모 업체들이다. 주요 업체들로는 템플라스케 스클레피 체이코비체(Templářské sklepy Čejkovice, 매출액 1,400만 유로), 즈노빈 즈노이모(Znovin Znojmo, 매출액 100만 유로), 비네 스클레피 발티체(Vinné sklepy Valtice, 매출액 800만 유로), 비니움 벨케 파블로비체(Vinium Velké Pavlovice, 매출액 800만 유로), 빈셀렉트 미홀로브스키(Vinselekt Michlovský, 매출액 500만 유로)가 있다.

◆ 포도주 유통

- 포도주 전체 유통의 75%를 소매 거래 부문이 차지하고 있다. 특히 전체 소매 유통의 75%는 대형마트를 통해서 이루어진다. 따라서 최근 성장하고 있는 대형마트의 포도주 전문 코너 및 포도주 전문 판매점에 주목해 볼 필요가 있다.
- 포도주 유통의 25%는 외식 부문이 차지하고 있다. 외식 부문의 포도주 유통은 2008년 경제위기의 여파에서 아직 벗어나지 못하고 있는데, 외식 부문 자체가 소비시장 전체에서 차지하는 비중이 줄어들고 있는 것이 일반적인 추세이다. 단, 고급 포도주 유통에서는 외식(특히 프라하의 호텔과 레스토랑에서는 새로운 포도주와 고급 포도주를 소비자들에게 제안하고 있다) 부문이 중요한 역할을 하고 있다. 고급 포도주는 관광 산업 성장의 효과를 보고 있다.

◆ 포도주 소비

- 체코의 주요 포도주 소비자층은 사회적 지위를 가진 중년층으로, 체코 소비자의 절반 이상이 정기적으로 포도주를 소비하고 있다. 2014년에는 40세~49세 연령대의 체코 소비자 대부분이 포도주를 소비했다.
- 최근 들어 포도주 소비자층의 연령대가 점점 낮아지고 있어 향후 타깃은 포도주 문화에 매력을 느끼는 젊은 중산층이 될 수 있다.
- 과거에 비해 체코 소비자들이 주류 소비에 매우 신중해지고 있지만, 포도주를 적당하게 마셨을 때 건강에 미치는 긍정적인 효과에 대한 인식이 점점 커지고 있다.
- 고급 포도주는 여전히 소수의 엘리트 집단과 관광객들에게 한정되어 있다.
- 포도주 선택의 첫 번째 기준은 역시 가격이다. 소비자들은 비싸지 않으면서도(4~7유로) 품질에서는 중간 급이 되는 포도주를 찾고 있다. 그러나 관련 전문가들에 따르면 품질을 가격보다 우선시하는 소비자들이 늘어나고 있다고 한다.



3. 추이 전망

- 포도주 소비는 앞으로도 계속 증가할 것으로 보인다. 현재부터 2018년까지 포도주 소비량은 연 1%의 규칙적인 증가율을 보일 것으로 예상되고 있다. 포도주 소비는 건강에 대한 관심(다른 주류에 비해 건강에 좋은 포도주)과 문화적 유행(친구와 가족 모임에서 포도주를 즐기는 문화)의 흐름을 타고 있다.
- 로제와인 소비가 특별히 증가할 것으로 보인다. 젊은 층의 소비자들을 중심으로 차갑고 가볍게 마실 수 있는 로제와인에 대한 선호도가 커지고 있다.
- 발포성포도주와 샴페인의 소비 역시 늘어날 것으로 예상된다.
- 체코 소비자들은 아직 다양한 종류의 포도주를 즐기지는 않지만, 포도주에 대한 관심이 증가하고 있어 앞으로 보다 다양한 포도주를 소비하게 될 것이다. 이에 따라 양질의 포도주에 대한 인지도와 선호도가 점차 높아질 것으로 예상된다.

Ⅵ. 고도주 시장

1. 주요 특징
2. 주요 동향
3. 주요 제품·브랜드
4. 추이 전망

1. 주요 특징

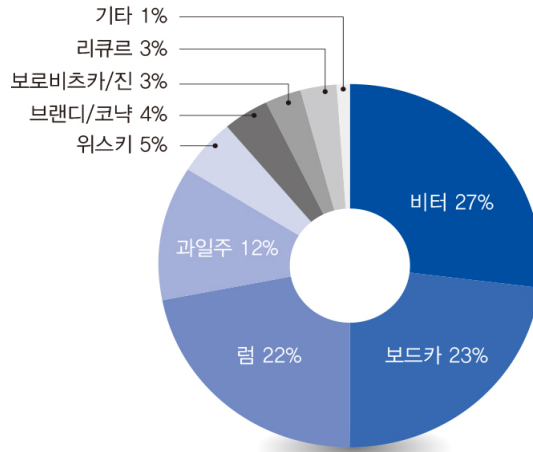
- 체코 고도주 제조업체연합은 체코 고도주 연간생산량을 60만 헥토리터로 추정하고 있다. 소규모의 수공업 제조업체들의 생산량은 데이터화 되어 있지 않다.
- 체코 고도주 연간 생산량에서 비터(bitter, 허브 성분 리큐르)는 27%, 보드카는 23%의 비중을 각각 차지하고 있다.
- 2012년 9월 메탄올 밀주 사건과 그에 따른 체코 정부의 일시적 고도주 판매 중지 조치로 인해, 고도주 소비량은 급격히 감소했다. 그 결과, 2012년 체코 고도주 생산량은 10%의 큰 감소율을 보여, 5000만 리터를 기록했다.

2. 주요 동향

- 2011년 1인당 연간 고도주 소비량은 2.8L이며, 매년 감소하는 추세에 있다(최근 5년 동안 연 15% 감소).
- 2008년의 경제위기는 고도주 시장에도 변화를 가져왔다. 고도주 소비 자체가 줄었을 뿐만 아니라 소비 패턴도 달라졌다. 소비자들은 고도주 소비에 있어 레스토랑보다 슈퍼마켓을 더 선호하게 되었다. 고도주 판매량의 75%를 소매 유통이 차지하고 있고, 나머지 25%만이 외식 유통에 해당한다. 고도주 시장의 축소는 2012년 메탄올 밀주 사건과 관련하여 고도주 판매가 일시적으로 금지되면서 더욱 가중되었다.
- 고도주 시장 약화는 지역의 소규모 제조업체들에게서 가장 크게 나타난다. 이들은 메탄올 사건의 타격에서 아직도 회복되지 못하고 있다. 반면 대형 외국 제조업체들의 시장점유율은 매년 증가하고 있다.



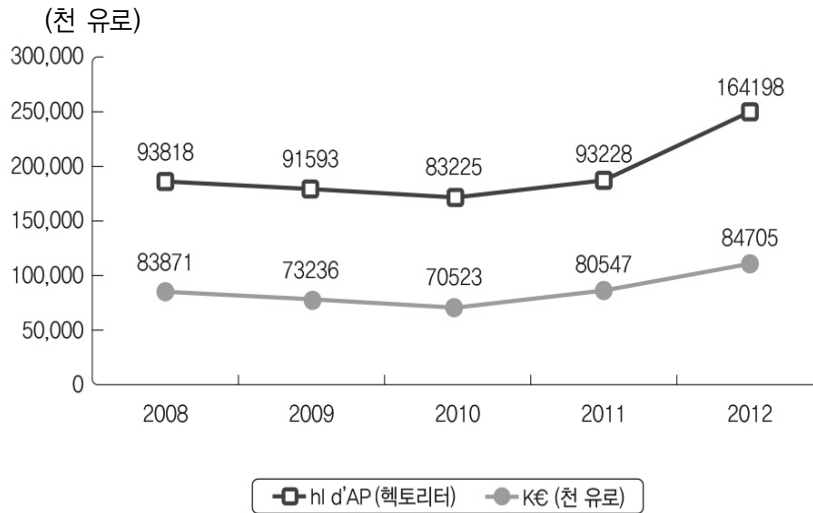
【 2012년 고도주별 판매량 시장점유율 】



출처: AC Nielsen

- 체코 시장 리더, 페르네스톡(Fernet Stock)사의 페르네(Fernet)의 인기 덕분으로, 비터(Bitter)는 체코에서 가장 많이 소비되는 고도주였으나, 고도주 전체 시장의 약화로 비터의 소비도 감소하고 있다.
- 보드카와 과일주의 판매량 역시 2012년 메탄올 사건 이후 계속 감소하고 있다.
- 럼은 칵테일 제조에 필수적인 고도주이다. 따라서 럼 시장은 큰 잠재성장력을 가지고 있다.
- 위스키 판매는 부흥기를 맞고 있다. 아일랜드 위스키 판매량이 압도적인데, 아일랜드의 툴라모어듀(Tullamore Dew)는 위스키 부문의 1위 브랜드이다. 이는 스코틀랜드 위스키보다 부드러운 아일랜드 위스키를 선호하는 체코인들의 취향을 보여준다.
- 리큐어 시장은 정체되어 있다. 브랜드 시장은 그리스 브랜드인 메탁사(Metaxa)가 이 부문 리더로서 시장을 지배하고 있다.

■ 체코 고도주 수입 동향 ■



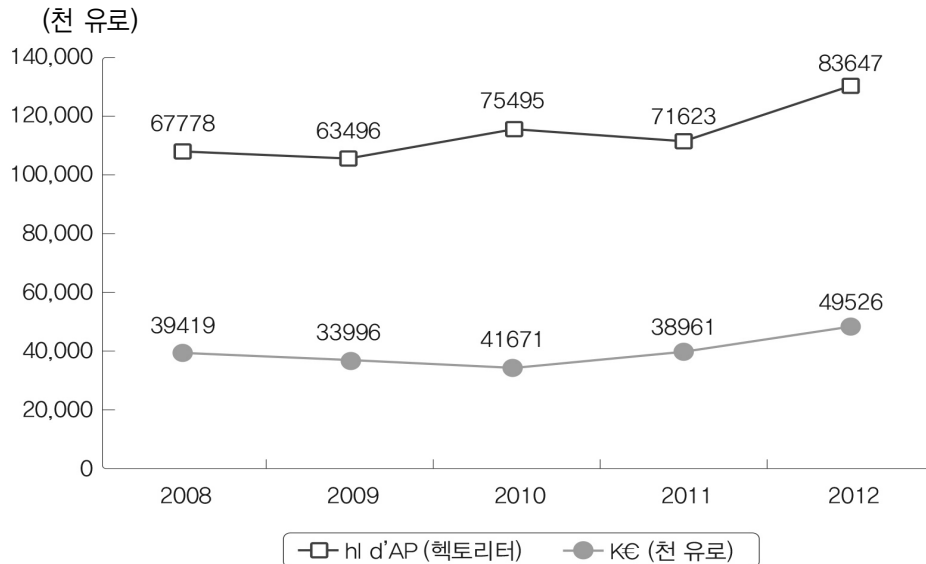
출처: 체코 세관

주: 빨간색 수입량 그래프의 경우 연도(가로축)만 해당

- 위 그림은 경제위기가 고도주 시장에 미친 영향을 잘 보여주고 있다. 경제위기 후 몇 년 간, 체코 지역산 고도주보다 비싼 외국산 고도주 수입이 감소했다. 고도주 수입량은 2009년과 2010년 사이 가장 큰 폭으로 하락하여 9% 감소했다. 반면 2011년의 수입량은 12% 증가했다. 2012년은 2011년에 비해 고도주 수입량이 76% 증가하는 기록적인 해였다. 이는 2012년의 메탄올 사건에서 그 원인을 찾을 수 있다. 즉 지역에서 제조된 불법 고도주 사건 이후, 체코 소비자들은 더 이상 지역산 고도주를 신뢰하지 않게 되었고, 유명 수입 브랜드의 고도주를 우선적으로 소비했기 때문이다. 체코는 2012년 8470만 유로에 해당하는 164,198hL의 고도주를 수입했다.
- 체코의 수입 대상 국가는 영국, 독일, 아일랜드, 프랑스 순이다.



■ 체코 고도주 수출 동향 ■



출처: 체코 세관

주: 빨간색 수입량 그래프의 경우 연도(가로축)만 해당

- 2012년 체코는 5000만 유로에 해당하는 83,647hL의 고도주를 수출했다. 슬로바키아는 고도주 수출량의 40%를 차지하는 주요 수출국가이다.
- 최근 5년간의 동향을 보면, 고도주 수출량은 23%, 수출액은 26% 각각 증가했다. 2012년에는 메탄올 사건에도 불구하고 17%의 수출량 증가와 26%의 수출액 증가를 기록했다.



3. 주요 제품 · 브랜드

- 체코 고도주 시장은 지역업체들에 의해 지배되고 있지만 몇몇 다국적 기업들도 큰 비중을 차지하고 있다.
- 스톡 플젠 보스코프(Stock Plzen-Bozkov)는 체코 고도주 생산 1위 기업이다. 2013년 40%의 시장점유율과 6500만 유로의 매출액을 기록했다. 스톡 스피릿 그

룹 룩셈부르크(Stock Spirits Group Luxembourg Holding) 및 스톡 스피릿 그룹 영국(Stock Spirits Group Limited UK)이 스톡 플젠 보스코프를 소유하고 있다.

- 페르노리카(Pernod Ricard) 그룹은 체코 전통주인 베헤로브카(Becherovka)를 생산해 온 지역업체, 얀베헤르(Jan Bercher)를 인수했다. 페르노리카 그룹은 5000만 유로의 매출액을 기록했는데 이중 체코 고도주의 비중이 50%에 이른다.
- 고도주 시장 3위 업체는 그라네테 앤 스타로레즈나 디스틸리에스(Granette & Starorezna Distilleries)이다. 체코 자본으로 설립된 두 회사, 그라네테(Granette)와 스타로레즈나 프로스테요프(Starorezna Prostejov)의 합병으로, 1800만 유로의 매출액을 달성했다.
- 1000만 유로의 매출액을 기록하고 있는 루돌프 옐리네크(Rudolf Jelinek)가 4위 그룹이다. 루돌프 옐리네크는 2012년부터 독일 전통주 베렌첸(Berenzen)과 불가리아 포도주 비넥스 프레슬라브(Vinex Preslav)의 유통을 맡고 있다.
- 발포성포도주 생산 부문 선두 업체인 보헤미아 섹트(Bohemia Sekt)는 고도주 시장 내에서도 상위권에 속한다. 보헤미아 섹트는 제품군을 확대하기 위해 2개의 보드카 전문 생산업체를 인수했다.

1) 체코 전통 제품

	<p>보로비츠키(Borovička) 보로비츠키는 체코 전통주로 술임향이 난다. 대부분의 바에서 판매되며 슈퍼에서도 구입할 수 있다.</p>
	<p>페르네 스톡(Fernet Stock) 페르네 스톡은 체코에서 가장 대중적인 고도주 중의 하나이다. 식물 추출물로 만들었으며 식후주로 많이 마시기도 한다. 레몬 페르네와 오렌지 페르네는 특히 젊은 층에게 인기가 있다.</p>



베헤로브카(Becherovka)

체코 전통 고도주로 유명한 베헤로브카는 카를로비 바리(Karlovy Vary) 마을에서 시작되었다. 허브추출물로 만들었으며 정향나무 향이 진한 술이다. 식후주로 애용되고 있다.



젤레나(Zelená)

젤레나는 신선한 민트향의 리큐르로 보헤미아 지역에서 가장 많이 마시는 술 중 하나다. 큰 맥주잔에 맥주와 함께 섞어 마시는 것을 좋아하는 이들도 있는데 이를 매직 아이라 부른다.



투제막(Tuzemák)

투제막은 오랫동안 '체코의 럼주'로 불려 왔다. 바닐라향이 강한 술로 오스트리아의 스트로(Stroh)를 연상시킨다. 투제막에 따뜻한 물을 섞어 만든 그로그(Grog)는 추운 겨울에 즐겨먹는다. 투제막은 과자를 굽거나 과일이나 건포도를 썰 때도 이용되기 때문에 요리를 잘하는 체코 주부들에게는 필수적인 술이다.



슬리보비체(Slivovice)

슬리보비체는 체코의 전설적인 과일 증류주로 알려져 있다. 자두를 주 재료로 하며, 모라비아(Moravie)의 남부 지방에서 특히 인기 있는 술이었는데 최근 몇 년 사이 체코 전역에서 인기를 누리게 되었다.



압생트(Absinthe)

체코 압생트에는 아니스가 포함되어 있지 않다. 프랑스와 스위스의 압생트와 비교하면 질적으로 많은 차이가 나지만, 아니스를 넣은 체코산 압생트도 제조·판매되기 시작했다.

2) 국제적 제품

- 국제적인 고도주 브랜드들은 페르노리카(Pernod Ricard) 같은 체코 지역업체, 계열사의 유통업체 또는 수입업체들을 통해 체코 고도주 시장에 들어가 있다. 주요 업체로는 프랑스의 레미쿠엥트로(Rémi-Cointreau), 미국의 브라운포르만(Brown-Forman), 체코의 유나이티드 브랜드(United Brands), 우크라이나의 글로벌 스피릿(Global Spirit) 등이 있다.
- 몇몇 유통업체들은 메탄올 사건으로 인해 체코 소비자들이 자국의 고도주에 대해 가지게 된 불신을 전략적으로 이용하기도 했다. 그리스 브랜드 메탁사(Metaxa)를 유통하는 업체 중의 하나인 레미쿠엥트로가 그 예이다. 레미쿠엥트로의 2013년 판매량은 전년도 대비 82% 증가했다.
- 고급 브랜드의 독점 유통 역시 판매량 증가를 가져 왔다. 레미쿠엥트로는 아일랜드 위스키인 툴라모어듀(Tullamore Dew)와 윌리엄 그랜트(William Grant & Sons)의 다른 브랜드를 독점 유통하는데 성공했다. 툴라모어듀는 스코틀랜드 위스키보다 부드러운 아일랜드 위스키의 특징 덕분에 체코에서 큰 성공을 거두고 있다.

3) 가격 예시

	부시밀스(Bushmills) 아일랜드 위스키 70cl 479.90 코루나		앱솔루트 페어(Absolut Pears) 배맛 보드카 419.90 코루나
	바카디 블랙 (Bacardi Black) 럼 0.70L 419.90 코루나		엘리넥(R. Jelinek) 자두 증류 과일주 알코올농도 45%, 0.5L 259.90 코루나
	베헤로브카 레몬트 (Becherovka Lemond) 허브 리큐르 100cl 339.00 코루나		소디코 피나 콜라다 (Sodiko Piña Colada) 열대과일맛 칵테일 169.90 코루나



4. 추이 전망

- 고도주 전체 판매량에서 지역 고도주의 비중은 80%로, 현재까지는 여전히 압도적이지만 수입 고도주의 비중이 규칙적으로 커지고 있다. 2004년에는 16%에 불과했던 수입 고도주의 시장점유율은 2011년 21%, 2012년 24~25%로 증가했다. 2012년 메탄올 사건으로 소비자들의 신뢰를 잃은 지역 브랜드의 불황을 틈타 수입 브랜드가 성장하고 있다.
- 향후 10년 동안 수입 브랜드의 시장점유율은 40~50%까지 증가할 것으로 전망되고 있다.
- 체코 소비자들은 전통적인 비터, 럼, 보드카와 더불어 다양한 향을 첨가한 고도주 칵테일을 선호하고 있다. 위스키 발렌타인 브라질에 라임을 첨가하고, 보드카 보즈코프(Bozkov)에 라임 또는 오디를 첨가하고, 럼 캡틴 모건(Captain Morgan)에 다양한 향료를 첨가하는 것 등을 예로 들 수 있다.
- 웰빙과 건강을 중요시하는 최근 트렌드로 인해 알코올 농도가 낮아진 고도주가 출시되고, 과일·향료·허브 첨가 고도주에 대한 선호도 또한 높아졌다고 볼 수 있다.
- 이 부문 기업들의 우선적인 목표는 젊은 소비자층을 확보하고 혁신적인 제품을 개발하는 데 있다.
- 젊은 층의 구매력이 증가하고 있어 이들이 고도주 소비의 실제적인 동력이 될 것이다. 젊은 소비자층은 또한 여행을 즐기고 새로운 맛을 추구하고 있으며, 특히 혼합된 맛과 칵테일을 선호한다.
- 종합적으로 보자면, 고도주 소비량은 매년 1% 감소할 것으로 예상되고 있다. 따라서 2018년까지의 고도주 시장에 대한 전망은 밝지 못하다.

VII. 맥주 시장

1. 주요 특징
2. 주요 동향
3. 주요 기업·브랜드
4. 가격 예시
5. 추이 전망

1. 주요 특징

- 체코는 전세계에서 1인당 연간 맥주 소비량이 가장 많은 나라(148L)이다. 오스트리아(108L)와 독일(105L)이 그 뒤를 잇고 있으나 차이가 크다.
- 맥주 총소비량으로 보자면, 세계 맥주 시장에서 체코의 순위는 높은 편이 아니다. 체코의 맥주 총소비량은 1520만 헥토리터로 유럽 내에서 독일과 영국 다음으로 7위에 머무르고 있다.
- 총소비량의 순위와 상관없이, 세계적인 명성을 자랑하는 맥주 생산국인 체코는 세계 맥주 시장 내에서 여전히 높은 위상과 중요성을 가진다.
- 2013년 체코 맥주 시장은 판매량에서 2012년 대비 1.8%의 감소한 1520만 헥토리터, 매출액에서는 전년도 대비 0.9% 감소한 605억 코루나를 기록했다.

【 2013년 체코 맥주 시장 현황 】

(단위: 백만리터, 백만 코루나)

	판매량(%)	매출액(%)
외식유통	645(42.5)	36,590(60.5)
소매유통	874(57.5)	23,910(39.5)
합계	1,519(100)	60,500(100)

출처: 체코맥주맥아협회, Euromonitor International

- 체코 맥주 시장은 체코 국내 맥주가 전적으로 지배하고 있다. 체코 국내 맥주는 2012년 97% 이상의 시장점유율을 기록했다. 체코인들은 자국 맥주의 품질과 양질의 맥주생산국으로서의 위상에 자부심을 가지고 있다.
- 체코의 맥주 생산은 55곳의 생산지에 있는 44개의 대규모 양조장과 약 130개의 소규모 양조장에서 이루어지고 있다. 소규모 양조장의 수는 증가 추세에 있으며 2014년에는 160개 정도로 늘어날 것으로 예상된다.



- 4개의 그룹, 사브밀러(SAB Miller)의 플젠스키 프라즈드로이(Plzenský Prazdroj), 몰슨 쿼어스(Molson Coors)의 피보파리 스타로프라멘(Pivovary Staropramen), 하이네켄(Heineken NV)의 하이네켄 체스카 레푸블리카(Heineken Cesk Republika), 체코 기업 부데요비츠키 부드바르(Budejovicky Budvar)는 맥주 총 판매량의 78 %를 차지하고 있다.

2. 주요 동향

● 맥주 보급 현황

- 체코 양조협회에 따르면, 2012년 체코의 맥주 생산량은 1810만 헥토리터에 이르고 전년도 대비 1% 증가했다.
- 맥주 수출량은 전년도 대비 8% 가까이 증가한 344만 헥토리터에 이른다. 수출 증가 추세는 지속되고 있다. 주요 수출 국가는 폴란드, 독일, 슬로바키아, 스웨덴, 러시아, 영국 그리고 미국이다. 체코 맥주의 명성이 유지되고 있으며 원산지명칭보호(Protected Geographical Indication) 라벨을 달고 판매되고 있다.
- 맥주 수입량은 43만 8천 헥토리터로, 99.9%가 유럽에서 수입된다.
- 맥주 소비의 약 98%가 자국 맥주로 충당되고 있다.



■ 2007-2012년 체코 맥주 생산·수출입·소비 현황 ■

(단위: 백만리터)

판매량	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
생산	1,989.7	1,981.3	1,863.8	1,715.1	1,762.0	1,810.0
수출	369.0	368.4	345.9	326.0	320.2	344.1
수입	24.2	32.4	63.2	78.8	57.3	43.8
소비	1,644.9	1,645.3	1,581.2	1,467.9	1,499.1	1,509.8

출처: GTIS, Euromonitor International

■ 2011-2012년 체코 맥주 수입량 ■

(단위: 백만리터)

	2011년	2012년
폴란드	25.5	19.4
슬로바키아	1.3	10.8
헝가리	19.1	4.4
독일	5.4	4.1
벨기에	1.7	1.6
네델란드	1.0	1.5
루마니아	0.6	0.5
오스트리아	0.7	0.4
아일랜드	0.2	0.3
이탈리아	0.6	0.2
프랑스	0.2	0.2
세르비아	0.1	0.1
슬로바키아	-	0.1
덴마크	0.0	0.1
영국	0.8	0.0
기타	0.1	0.1
합계	57.3	43.8

출처: GTIS, Euromonitor International



【 2011-2012년 체코 맥주 수출량 】

(단위: 백만리터)

	2011년	2012년
독일	101.8	89.9
슬로바키아	67.6	73.3
폴란드	9.3	29.6
스웨덴	23.5	26.0
러시아	21.9	24.5
영국	21.9	20.3
미국	11.4	10.9
기타	62.8	69.6
합계	320.2	344.1

출처: GTIS, Euromonitor International

- 2013년 맥주 총판매량은 2% 감소했다. 2013년 봄 저온현상, 6월 홍수와 같은 악화된 기상여건으로 가장 큰 타격을 입은 외식유통 부문은 4%의 판매량 감소를 기록했다.
- 소매유통 부문은 총판매량의 58%를 차지하면서 맥주 유통을 좌우하고 있다.

【 맥주 카테고리별 판매 현황 】

백만 리터	2008년	2012년	2013년
밀 맥주	4.5	4.0	4.4
라거(Lager)	1,599.2	1,496.7	1,471.4
- 향 첨가/혼합	5.0	48.1	35.1
- 표준형 라거	1,594.2	1,448.6	1,436.3
- 프리미엄(35 코루나/L 이상)	362.1	358.1	371.7
- 중가 (20~35 코루나/L)	845.8	798.7	796.8
- 저가 (20 코루나/L 이하)	386.2	291.8	267.8
저알콜/무알콜	49.6	44.7	42.5
스타우트(Stout)	0.6	0.4	0.4
합계	1,653.9	1,545.7	1,518.6

출처: 전문가 협회, 통계청(Institut de la statistique), Euromonitor International

- 밀맥주는 2013년 판매량이 9%의 증가율을 기록하며 호조를 보이고 있다.
- 알코올 도수 2~2.5 % 정도의 향 첨가 맥주나 혼합 맥주는 판매량이 대폭 감소했다. 2013년 봄과 6월의 기상이변이 주요 원인으로 보인다. 같은 해 자몽향, 라임향, 생강향 맥주가 출시되었다.
- 2013년의 저알콜 및 무알콜 맥주 판매량 역시 저조했다.
- 이에 반해 프리미엄 라거, 비열처리 맥주, 비여과 맥주, 밀맥주와 같은 새로운 카테고리 맥주에 관심을 가지는 소비자의 수가 늘어났다.
- 2013년에는 특히 전통적인 방식으로 맥주를 생산하는 소규모 양조업체가 늘어났다. 그 수는 총 160개 정도로 추정되며, 체코 전역에 퍼져 있다. 이러한 업체들이 생산하는 맥주들(계절에 따른 향맥주, 비열처리 맥주, 밀맥주 등)은 주로 식당을 통해 유통된다.
- 2013 년 체코양조협회의 소비자 조사에 따르면, 가끔 맥주를 마시는 남성의 비율은 90% 대를 유지하고 있고, 여성의 비율은 50~60% 정도였다. 대부분의 사람들은 다른 사람과 함께 있을 때 맥주를 마시며, 젊은 세대와 여성들이 혼합 맥주에 매력을 느끼는 것으로 보인다.

■ 체코 맥주 용기·용량 ■

용기	통 생맥주	병맥주	캔맥주	패트병 외 기타
천 헥토리터	6,510	7,633	540	900

출처: 유럽양조협회(2011년)

- 병은 여전히 가장 많이 사용되는 맥주 용기이다(체코에는 병맥주 구입 시 3 코루나를 맡기고 빈병을 돌려주면서 다시 찾아오는 시스템이 있다). 페트 용기 또는 캔 용기의 맥주 판매는 특히 여름에 증가하고 있는데 바비큐와 야외용으로 편리하기 때문이다.



3. 주요 기업 · 브랜드

- 사브밀러(SAB Miller)의 플젠스키 프라즈드로이(Plzenský Prazdroj), 몰슨 쿠어스(Molson Coors)의 피보파리 스타로프라멘(Pivovary Staropramen), 하이네켄(Heineken NV)의 하이네켄 체스카 레푸블리카(Heineken Česká Republika)는 체코 맥주 시장의 리더로서, 이 3개의 기업이 전체 시장의 73%를 점유하고 있다.
- 중대형마트 자체브랜드의 시장점유율은 2.8%로 비중이 매우 낮으며, 싸구려 저가 맥주의 이미지를 가지고 있다.
- 필스나 우르켈(Pilsner Urquell), 벨코포포비키 코젤(Velkopopovický Kozel), 스타로프라멘(Staropramen), 감브리너스 10(Gambrinus 10), 감브리너스 프리미엄(Gambrinus Premium), 브라닉(Branik), 텐(10)은 맥주 총판매량의 43%를 차지하고 있는 7개의 브랜드이다.

【 2013년 체코 주요 맥주 기업 】

그룹		시장 점유율(%)
	사브밀러(SAB Miller) – 플젠스키 프라즈드로이(Pízenský Prazdroj)	43.2
	몰슨 쿠어스(Molson Coors) – 피보파리 스타로프라멘 (Pivovary Staropramen)	16.8
	하이네켄(Heineken NV)	12.7
	부데요비츠키 부드바르(Budejovický Budvar)	4.5
	프레로프(Prerov)	2.7
	피보바리 로브코비츠(Pivovary Lobkowicz)	2.7
	베르나르 로디니 피보바르 (Bernard Rodinny Pivovar)	1.2
	안호이저 부스 인베프 (Anheuser Busch InBev)	0.8

출처: 체코맥주맥아협회, 기업 웹사이트, Euromonitor International



【 2013년 체코 주요 맥주 브랜드 】

브랜드	그룹	시장 점유율(%)
	사브밀러(SAB Miller)	8.8
	사브밀러(SAB Miller)	7.8
	피보파리 스타로프라멘 (Pivovary Staropramen)	7.7
	사브밀러(SAB Miller)	5.2
	사브밀러(SAB Miller)	5.0
	피보파리 스타로프라멘 (Pivovary Staropramen)	4.3
	하이네켄 체코(Heineken Cesk Republika)	3.8
기타		54.6
자체브랜드	중대형마트	2.8
합계		100

출처: 체코맥주맥아협회, 기업 웹사이트, Euromonitor International

4. 가격 예시

	<p>브라닉(Branik) 라이트 라거 병맥주 0.5L 9.90 코루나 + 빈병 보증금 3.0 코루나</p>		<p>크루소비체(Krušovice) 10° 라거 캔맥주 0.5L 16.90 코루나</p>
	<p>하이네켄 라이트 라거 병맥주 0.4L 14.90 코루나 + 빈병 보증금 3.0 코루나</p>		<p>벨코포포비키 코젤 (Velkopopovický Kozel) 흑맥주 0.5L 15.90 코루나</p>
	<p>감브리너스(Gambrinus) 석류향 캔맥주 0.5L 18.90 코루나</p>		<p>베르나르(Bernard) 무알콜 병맥주 0.5L 14.50 코루나 + 빈병 보증금 3.0 코루나</p>

출처: www. tesco.cz



5. 추이 전망

- 2018년까지 맥주 소비는 소매 유통에 한해서 최대 1% 정도 미세하게나마 증가할 것이다.
- 외식 유통 부문의 맥주 판매량은 지속적으로 줄어들 것으로 예상된다.
- 맥주 시장에 부정적인 환경이 존재하고 있다. 맥주 시장 활성화의 최대 관건은 경제위기에서 벗어나는 데 있다. 금주캠페인과 비만캠페인의 잠재적인 영향도 무시할 수 없다. 또한, 포도주, 인스턴트 칵테일, 시드르 소비가 늘어나고 있는 것에서 알 수 있듯이, 젊은 세대의 주류 선호도가 변화하고 있다는 점에 주의해야 한다.
- 유명 브랜드들은 소비자의 요구에 부응하기 위해 혁신적인 제품을 개발하고 더욱 많은 종류의 특수 맥주(밀맥주, 비여과 맥주, 비열맥주, 향 첨가 맥주 등)를 출시할 것이다.
- 소규모 양조업체들은 그들만의 전통적인 방식으로 제조한 맥주들을 외식업체를 대상으로 꾸준히 공급할 것이다.
- 저알콜·무알콜 맥주는 최근 2년 동안 판매량이 감소했음에도 불구하고, 전문가들은 저알콜·무알콜 맥주에 다양한 향을 첨가한 제품이 출시된다면 판매량이 다시 증가할 것으로 예측하고 있다.
- 향이 첨가된 라거 맥주는 판매호조를 지속할 것으로 보인다. 특히 외식업체에 생맥주로 공급할 경우 판매량은 더욱 늘어날 것이다.

VIII. 한국 주류 전망

1. 직접 상거래
2. 아시아 식품
3. 주류별 전망

- 한국 주류의 체코 시장 진입은 매우 제한적이라고 볼 수 있다.

1. 직접 상거래

- 본 조사서의 준비 과정에서 체코 내 한국 주류 거래 및 판매의 흔적을 찾을 수 없었다.
- 테스코 사이트(www.tesco.cz), 아시아 식품 카테고리에서 63개의 아시아 식품이 판매되고 있고, 이중 한국식품은 4가지이다.
- 테스코에서 유일하게 판매되고 있는 아시아 음료는 일본 매실주 초야(Choya, 0.5L, 114.90 코루나)이다.



2. 아시아 식품

- 체코는 서유럽에 비해 아시아 식품과 음료에 대해 개방적이지 않은 나라이다.
- 프라하에 스시 식당이 늘어나고 있는 것으로 보이지만, 체코 내 아시아 식당(중국, 한국, 일본, 태국)의 수는 매우 적고, 좋은 식당으로 알려진 아시아 식당을 찾기란 매우 힘든 일이다.
- 아시아 식품 전문 소매상 역시 극히 소수이다.
- 체코 소비자들이 이용할 수 있는 아시아 식품 사이트를 찾을 수 없다.
- 한국 이민자 집단의 경제 활동에 대한 자료를 찾을 수 없다.
- 6만명 정도의 베트남 이민자들이 체코에서 가장 큰 아시아 이민자 집단을 형성하고 있다. 베트남 식당과 상권이 형성되어 있지만 그 품질에 대해서는 부정적인 이미지가 형성되어 있다. 베트남 식당의 부정적인 이미지는 아시아 전체의 이미지에 영향을 미치고 있을 것이다.



3. 주류별 전망

◆ 포도주

- 체코 포도주 시장 진입 가능성은 매우 제한 되어있거나 거의 없다.
- 체코 포도주 시장의 수입 비중은 매우 크고 앞으로도 그러할 것이다.
- 체코 포도주 수입 국가는 유럽에 국한되어 있다.

◆ 맥주

- 체코 맥주 시장은 규모는 크지만 매우 폐쇄적이다.
- 체코 소비자들은 자국의 맥주를 최고의 맥주로 간주한다.
- 체코 맥주 시장은 관련 기업들에 의해 이미 견고하게 형성되어 있다. 따라서 새로 생겨날 수 있는 맥주 제조업체들은 특수성(향토적이거나 수공업적인 제조 방식의 맥주)을 지닌 소규모 지역업체들일 수 밖에 없다.
- 체코는 4,380만 리터의 맥주를 수입하고 있는데, 수입 맥주 비중은 2%에 불과하고 수입 대상국은 모두 유럽 국가이다.
- 맥주 카테고리 중에서 향 첨가 및 혼합 맥주의 전망이 가장 밝다고 할 수 있다.

◆ 고도주

- 체코 고도주 시장은 2012년 메탄올 사건 이후 소비자들의 신뢰를 잃고, 그 규모가 계속 축소되면서 위기를 겪고 있다.
- 고도주 수입량은 계속 증가할 것으로 보인다.
- 체코 고도주 시장은 브랜드가 우선시 되는 시장이며 이러한 경향은 앞으로 더욱 강화될 것으로 보인다.
- 브랜드 이미지를 제고하기 위해서는 광고비 투자가 필요하다.
- 향 첨가 및 허브 고도주의 전망이 밝은 편이다.

Ⅸ. 시장 접근

1. 전망 분석
2. 가능성

1. 전망 분석

- 체코 주류 시장은 한국에게는 전망이 그리 밝지 않은 시장이다(9장에서 이미 기술).
- 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.
 - 포도주 시장 접근 가능성은 전무하다.
 - 맥주 시장 접근 가능성은 실제로 없다. 이미 자국 맥주로 충족되고 있는 시장일 뿐만 아니라 원거리 무역에 대한 준비가 거의 되어 있지 않기 때문이다.
 - 고도주 시장 접근 가능성 역시 극히 제한적이다.

2. 가능성

- 맥주 시장의 경우, 한국과 체코 맥주 제조업체가 노하우를 교환하고 그 노하우로 제조된 맥주를 상대국가에서 제조·판매하는 방식을 선택해 볼 수 있다.
- 고도주 시장의 경우, 수입업체를 찾고 유통과정을 협의하는 등의 전통적인 접근 방식을 고려해 볼 수 있다. 그러나 성공 가능성은 낮다. 수많은 브랜드들 사이에서 특별하게 주목 받을 방법을 찾아야 하고, 제품 설명과 광고에 막대한 투자비용을 들여야 하기 때문이다. 더욱이 체코 고도주 시장은 새로운 구매력을 이끌어 내기에는 협소한 시장이다.
- 다른 해결책은 레미 쿼엥트로(Rémy Cointreau)와 같은 다국적 전문 유통업체 또는 제조업체와 제휴 협약을 맺는 데 있다. 이 협약에는 우선 공략 시장과 이차 공략 시장(체코 시장에 적합)에 대한 합의가 필요하다.

부 록

1. 박람회 및 업체행사
2. 관련 단체 및 협회
3. 관련 사이트

1. 박람회 및 업체행사

- 체코의 포도주와 고도주 수입업체 및 유통업체들은 유럽에서 개최되는 국제박람회 (Vinexpo, LWTF)와 특히 독일에서 개최되는 '프로바인(Prowein)포도주 및 주류 박람회'를 방문하고 있다. 체코에서도 관련 박람회가 열리지만 대부분 소규모의 지역적인 박람회이다.
- VINO & DELIKATESY – 포도주, 맥주, 고도주 및 식도락 국제 박람회/ 매년/ 프라하
 - 주최자: VEGO-PRAG s. r. o.
 - Jeseniova 77 - 130 00 PRAHA 3
 - www.vegoprag.cz; www.vinodelikatesy.cz
- VINEX – 지역 포도주 국제 전시회/ 격년/ 브루노(Brno)
 - 주최: B.V.V. Brno
 - Výstavište 1 - 647 00 BRNO
 - www.bvv.cz/vinex

2. 관련 단체 및 협회

- 소믈리에 협회 ASOCIACE SOMMELIERU CR
www.sommeliers.cz

◆ 포도주

- 체코 포도주 및 모라비아 포도주 사이트 VINA Z CECH – VINA Z MORAVY – WINE OF CZECH REPUBLIC
www.wineofczechrepublic.cz



- 포도주 대회, 교육, 세미나 조직 협회 NARODNI VINARSKE CENTRUM –
CENTRE NATIONAL VITI-VINICOLE
www.salonvin.cz
- 포도주 및 포도재배 협회 SVAZ VINARU CESKE REPUBLIKY
www.svcr.cz
- 체코 포도주 산업 진흥 기금 VINARSKY FOND CR
www.vinarskyfond.cz

◆ 고도주

- 고도주 생산업체 및 수입업체 연합 UNIE VYROBCU A DOVOZCU LIHOVIN CR
www.udvl.cz
- 고도주 생산업체 협회 SDRUZENI VYROBCU LIHOVIN
www.vyrobcihovin.cz
- 유럽 고도주 협회 SPIRITS EUROPE
<http://spirits.eu/>

◆ 맥주

- 체코 맥주 맥아 협회 Czech Union of Breweries and Malt-Houses
Lipova 15, 120 00, Praha 2, CZE
전화: 420 2 2491 0641
www.cspas.cz
- 유럽 양조협회 Brewers of Europe
23-25 Rue Caroly
B - 1050 Brussels
<http://www.brewersofeurope.org/>

3. 관련 사이트

◆ 검색 키워드

- 음료: Alcoholic beverages, drinks
- 포도주: Wine, vins,
- 맥주: Beer, biere
- 고도주: Spirits, spiritueux

◆ 체코 주류 전문 잡지

● 포도주 및 주류

- BARLIFE - 격주 잡지, 외식 부문 전문 잡지
www.barlife.cz
- BEVERAGE & GASTRONOMY - 격주 잡지, 외식 부문 주류, 음료, 장비 관련 잡지
www.beverageandgastro.cz
- SOMMELIER - 격주 잡지, 포도주, 미식, 호텔, 레스토랑 소개 잡지
www.e-sommelier.cz
- VINO REVUE - 격주 잡지, 포도주 전문 잡지
www.vinorevue.cz
- VINO & STYL - 격주 잡지, 포도주 및 포도주 문화 관련 잡지
대상: 일반 소비자 및 중산층 이상의 포도주 애호가
www.vinoastyl.cz
- WINE & DEGUSTATION - 월간 잡지, 포도주 전문가용 잡지
대상: 포도주 애호가, 포도주 전문가, 포도주 보관업자, 식당주
www.w-d.cz



◆ 식품 소매업체 사이트

- <http://nakup.itesco.cz/en-GB/Product/BrowseProducts?taxonomyId=Cat00001763>

◆ 포도주 소매업체 사이트

- http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/facts/index_en.htm
(statistiques U.E.)
- <http://www.wineofczechrepublic.cz/en/regions-wineries/wine-region-moravia.html>
- <http://www.vinarskecentrum.cz/en/odkazy-turistika-o-vine/>

◆ 포도주 공급업체 사이트

- <http://www.wine-searcher.com/merchants/czech+republic>
(96개의 포도주 전문점)
- <http://www.globalwinespirits.com/trade-directory/czech-republic/Czech%20Republic-CZ-al-en.jsa> (39개의 수입업체)

◆ 체코 맥주 주요 브랜드 사이트

- <http://www.bieres.tcheques.eu/index.html>
- <http://www.czechbeerguide.com/>
- <http://www.beergenie.co.uk/beer-facts/world-of-beers/>

◆ 체코 주류 주요 카테고리 관련 사이트

- http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Czech_alcoholic_beverages
- http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_national_liquors

◆ 체코의 한국 슈퍼 및 식당 관련 사이트

- <http://www.maangchi.com/shopping/czech-republic>
- <http://www.yelp.com/biz/mamy-korean-restaurant-hl-m-praha>
- <http://www.inyourpocket.com/czech-republic/prague/restaurants/japaneseandkorean>
- <http://prague.tv/prague/dining/restaurants-korean>
- <https://fr.foursquare.com/v/shin-food/51daaf13498ef1b3b3d48e41>
- <http://www.expats.cz/prague/czech/directory/specialty-food/>
(프라하의 외국인을 위한 사이트).

체코 주류 시장

• 보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사 식품수출정보팀
- 파리aT센터, sopexa

발행일 : 2014. 11.

발행처 : 한국농수산물유통공사

137-787, 서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터

02) 6300-1119 <http://www.aT.or.kr>

자료문의 : aT 농수산물기업지원센터 식품수출정보팀

02) 6300-1408

- 「aT get」은 농식품수출과 관련한 이슈를 외부전문기관에 의뢰하여 분석·정리한 자료입니다.
- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보사이트 www.kati.net에서도 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용하실 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.