

한국 소주, 올해도 라오스에서 승승장구

2022년 1월 20일, 하노이지사

□ 키워드 :

소주는 써야 한다는 고정관념을 탈피한 과일 소주, 달콤한 맛과 향으로 국내는 물론 국외에서도 선풍적인 인기를 얻고 있음. 특히, '21년도는 새로운 소주 맛 '민트 초콜릿 맛', '초코 아이스크림 맛' 등 기존 소주가 가지고 있던 고정관념을 탈피한 맛과 재미 모두 갖춘 신규 소주가 출시돼 큰 관심을 받았음. 새로운 소주 맛의 출시가 SNS를 통해 국내외로 알려지면서, 기존 과일 소주를 넘어선 새로운 소주에 대한 호기심과 구매 욕구를 자극했음.

○ 라오스에서 쉽게 찾아볼 수 있는 한국 소주

- 라오스의 주요 도시(비엔티안, 사완나켓(카이손 품비한), 루왕프라방, 팍세) 등에서는 다양한 종류의 과일 소주를 대형 유통 마트, 편의점은 물론, 각종 맥주 바에서도 쉽게 찾아볼 수 있음
- 일반 소주는 주로 한인 사회를 중심으로 유통되고, 과일 소주는 로컬 중심으로 유통되는 추세이며, '20년 이후 코로나19 장기화로 라오스 내 한인 감소, 관광객 입국 불허, 경기 침체 등 사회 전반적 악조건으로 인해 일반 소주 및 과일 소주의 수입량 감소했음

< 5개년 對라오스 소주 수출 실적 >

(단위 : 천불, 톤)

기간	품목코드	수출물량	수출금액
총계		537.4	918
2017	220890	73.8	128
2018	220890	118.4	217
2019	220890	160.1	268
2020	220890	107.8	176
2021	220890	77.3	129

자료원 : 관세청 품목·국가별 수출입 실적 조회 <https://unipass.customs.go.kr/ets/>

- 현재 라오스에서 유통되는 소주는 크게 3개사의 제품으로 화이트진로(참이슬, 진로소주), 롯데칠성음료(순하리, 처음처럼), 무학(좋은데이, 좋은데이 컬러)이 수입·유통되고 있음

< 2022년 라오스 내 유통되는 소주 및 판매가격 >

제품명	참이슬	순하리 처음처럼	좋은데이 컬러	진로 소주	처음처럼
이미지					
제조사	화이트 진로	롯데 칠성음료	무학	화이트 진로	롯데 칠성음료
판매가 (LAK)	18,000 (1,986원)	18,000~19,000 (1,986~2,097원)	19,000 (2,097원)	21,000 (2,318원)	18,000 (2,097원)

○ 한국 소주 왜 인기 있을까?

- 소주의 등장 전 전통적인 동남아의 주류 시장은 맥주, 증류주로 양분돼 30~40도로 알코올 함유량이 높은 도수 높은 위스키, 보드카. 10도 선에서 가볍게 즐기는 맥주 이 두 가지 선택지에서 와인에 탄산을 추가한 Spy wine cooler(태국), 과일 향이 첨가된 맥주(Somersby, Hoegaaden) 등이 후발 주자로 등장했음
- 2000년대 증류주를 기반으로 한 소주가 유입돼 한인 사회 등지로 유통되었으며, 이후 관광객 증가와 인지도 상승으로 주요 도시의 슈퍼마켓 및 편의점으로도 널리 유통되게 됨
- 2015년 이후 과일 소주가 등장하여 유통되며 한인 관광객은 물론, 현지인 사이에서도 좋은 반응을 얻어 지금의 인지도 및 선호도를 구축했음

- 가볍거나, 너무 도수가 높은 술로 양분되면 주류 시장에 적당한 도수의 소주가 자신만의 영역을 구축하고, 이에 청포도, 딸기, 자몽 등 현지에서 찾아보기 어려운 과일로 향을 낸 소주가 젊은 세대에게 인기를 얻으며 지금의 소주 소비 시장이 형성됐음

< 현지에서 판매되는 라오스 증류주 및 한국 소주 >

			
<p>라오보드카(왼쪽부터) ·파란색 ALC 40% 46,000KIP ·초록색 ALC 28% 43,000KIP ·빨간색 ALC 55% 48,000KIP</p>	<p>·라오 카오(태국식) ALC 40% 16,000KIP</p>	<p>현지 한인 슈퍼마트에 진열된 소주 ALC 12.5 ~13.5% 19,000-21,000KIP</p>	<p>현지 로컬 슈퍼마트에 진열된 소주 ALC 12.5~13.5% 18,000-21,000KIP</p>

- 이처럼 한국의 소주가 라오스에서 좋은 반응을 얻고 있는 것에는 앞서 언급한 틈새시장 공략, 한류, SNS의 발달, 마케팅 활동, 가볍고 맛있는 술을 찾는 MZ세대의 성장 등 다양한 배경이 있겠으나,
- 라오 하이(Lao High), 라오 라오(Lao's Lao)라 불리는 쌀을 발효하거나, 증류한 곡주가 전통술로 자리 잡고 있어 쌀을 기반으로 한 소주에 거부감이 적다는 점도 유추해볼 수 있음

○ 라오스의 전통주: 라오 하이와 라오 라오

- 현재 유통되는 한국의 소주(희석식)는 쌀, 보리, 고구마 등의 곡물 원료를 발효 후 연속 증류, 정제하여 만든 순도 94%의 에탄올에 물을 희석해 제조됨
- 라오스의 전통 술 중 하나인 라오 하이는 쌀겨를 단지 속에 효소와 함께 넣고 발효 후 비닐 위에 진흙, 찹쌀반죽 등으로 밀봉하여 숙성하여 물이나 증류주, 맥주 등을 붓고 대나무 빨대 또는 호수 등을 꽂아 먹는 술임

- 라오 라오는 찐 찹쌀에 쌀가루와 효모를 혼합 공기가 통하는 곳 용기에 담고 물을 넣어 5~10일가량 발효하여, 위에 뜬 맑은 술을 떠낸 발효주 라오 라오와 발효주를 한 번 더 소줏고리에 붓고 불을 때서 술을 받아내는 증류주 라오 라오가 있음
- 발효주 라오 라오는 일반적으로 15%의 도수이며, 증류주 라오 라오는 40%도입

<라오 하이 제조·유통·소비 과정>

			
쌀겨, 물, 효소를 혼합하여 만든 배합물	배합물을 단지안에 넣고 비닐을 덮어 진흙, 돌, 찹쌀 반죽 등으로 덮는다.	7~30일 길게는 1년까지 저장하여 마신다.	주로 축제 또는 경조사 등에 취향에 맞게 술을 첨가하여 호스, 대나무 빨대로 마신다.

<라오 라오 제조·유통·소비 과정>

			
찐 찹쌀에 쌀가루, 효모 등을 혼합하여 식힌다.	항아리에 혼합물을 넣고 숙성 과정을 거친다.	숙성된 혼합물을 솥에 증류한다. 일정한 온도가 유지되도록 물을 주입한다.	병이나, 플라스틱 병 등에 담겨 판매된다.

○ 시사점

- 현재 다양한 종류의 소주가 출시되고 있으며, 호기심이 많고 해외 문물에 거부감이 낮은 현지 MZ세대를 중심으로 인기리에 판매되고 있어 향후 한국산 소주의 라오스 주류 시장 확대 가능 전망

- 다양한 종류의 소주와 잘 어울리는 한국 안주의 ‘짜꿍 마케팅’을
진행한다면, 소주와 함께 한국 농식품의 동반 상승 가능 할 것으로
보임