



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202010-14

품목 | 증류식 소주(Distilled Soju)

국가 | 캐나다(Canada)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 선정	10
2. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 포지셔닝	16
4. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 현지 조사 결과	17
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 선정	29
2. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 현황	30
3. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 세부정보	32
IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 엘씨비오(LCBO)	37
Interview ② 크래프트 셀러(Craft Cellars)	40
Interview ③ 리큐어 마트(Liquor Mart)	43
Interview ④ 리큐어 롯지(Liquor Lodge)	46
V. 경쟁력 파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	49
2. 벤치마킹 제품 분석	54
3. 기업 마케팅 벤치마킹	56
VI. 시장진출제언(Export Insights)	58
*참고문헌	61

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)



오프라인 조사

오프라인

주류 전문점

엘씨비오(LCBO)

캐나다 온타리오주의 정부 산하 주류 전문점 LCBO를 방문 조사함. LCBO는 온타리오주의 주류관리청으로 온·오프라인 유통 및 판매를 담당함. LCBO는 세계에서 가장 큰 주류 구매자로 알려져 있으며, 캐나다의 정부산하 주류판매점 중 가장 많은 수인 666개 매장을 운영하고 있음



조사 지역(캐나다 토론토)

방문지역인 토론토가 위치한 온타리오주는 모든 주류를 '온타리오주의 주류관리청(LCBO)'에서 전매방식으로 판매하며 동명의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰이나 일부 주류판매면허를 가진 판매점 및 회사에서 구매 가능함. 맥주의 경우 '맥주 소매점(The Beer Store)', 와인은 와이너리즈(Wineries), 더 와인샵(The Wine Shop)에서도 판매가 가능하며, 판매면허를 취득한 일부 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 등 일반 유통채널에서도 구매할 수 있음. 하지만 A사 제품과 같은 증류주는 LCBO에서만 판매됨



경쟁제품

· 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 15개 조사



제품 종류별 100ml 당 가격, 보드카 제품이 가장 비싸고, 청주 제품이 가장 저렴함

희석식 소주 2.73달러(약 2,321원), 보드카 4.44달러(약 3,782원), 청주 2.41달러(약 2,050원)

원산지별 100ml 당 가격,

캐나다 현지 생산 제품이 가장 비쌌음

캐나다산 제품 3.71달러(약 3,160원), 일본산 제품 3.61달러(약 3,072원), 한국산 제품 2.75달러(약 2,344원), 미국산 제품 2.52달러(약 2,142원)



경쟁기업

경쟁기업

국적

대표제품

B사

한국

처음처럼

빔 산토리

미국

하쿠 보드카

디아지오

영국

스미노프 보드카

하쿠츠루 사케

일본

하쿠츠루 준마이 사케



경쟁력 파악



진출 제언

기준(A사)

경쟁력

경쟁제품

기준(A사)

경쟁력

경쟁제품

가격(100ml당)
(6.27달러)

○

희석식 소주

보드카

청주

2.73달러

4.44달러

2.41달러

인증
(-)

○

인증

15개 제품 중 2개 제품만이 각각
글루텐-프리와 HACCP를 취득

1회 섭취량(g)
(375ml)

●

희석식 소주

보드카

청주

360ml

750ml

573ml

홍보문구
(설로 만들어
부드럽고 깔끔한
프리미엄 소주)

●

원료

우수한 원료로 만든
고품질 증류주

맛
(클래식)

●

희석식 소주

보드카

청주

6개 중 2개
제품 과일 맛4개 제품
모두 클래식
맛5개 제품
모두 클래식
맛

홍보채널
(無)

○

홍보

SNS 플랫폼을 활용한
제품 정보 게시

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) A사 제품, 경쟁제품과 비교하면 약 2배 비싼 것으로 확인
- 2) 경쟁제품 대부분 3가지 이상의 용량으로 제품을 포장, 판매

Point. 02

- 1) 경쟁사, 제품의 맛, 원료와 전문성을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 경쟁기업 모두 SNS 계정을 운영하나, 현지 주류법의 영향으로 적극적인 판촉은 하지 않음

Competitive Product

(경쟁제품)

캐나다(Canada)

증류식 소주 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

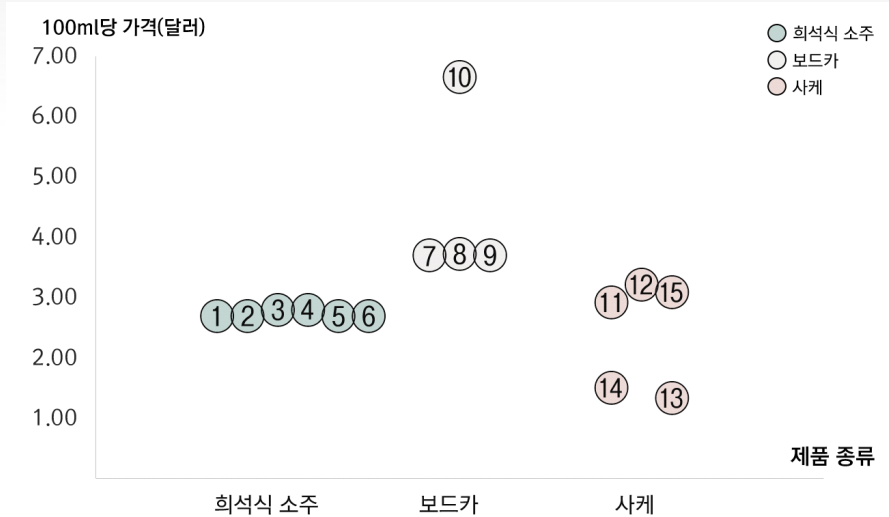
경쟁제품 선정 기준

· 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

· X축: 제품 종류

· Y축: 100ml당 가격(달러)



캐나다(Canada)

증류식 소주 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	100ml당 가격	용량	포장 형태 ²⁾	맛 ³⁾	원산지	홍보문구
희석식 소주	① 처음처럼 (B사)	9.70달러 (8,256원)	2.7달러 (2,293원)	360ml	유리병	클래식	한국	N/A
	② 맛있는 참 (C사)	9.70달러 (8,256원)	2.7달러 (2,293원)	360ml	유리병	클래식	한국	우수성, 원료
	③ 처음처럼 순하리 블루베리 (B사)	10.05달러 (8,553원)	2.8달러 (2,376원)	360ml	유리병	블루베리	한국	맛, 원료
	④ 처음처럼 순하리 유자 (B사)	10.05달러 (8,553원)	2.8달러 (2,376원)	360ml	유리병	유자	한국	맛, 원료
	⑤ 처음처럼 순하리 딸기 (B사)	9.70달러 (8,256원)	2.7달러 (2,293원)	360ml	유리병	딸기	한국	맛, 원료
	⑥ 처음처럼 순하리 복숭아 (B사)	9.70달러 (8,256원)	2.7달러 (2,293원)	360ml	유리병	복숭아	한국	맛, 원료
보드카	⑦ 스미노프 보드카 (스미노프)	27.75달러 (23,618원)	3.7달러 (3,149원)	750ml	플라스틱병*	클래식	미국	제조방법
	⑧ 캐네디언 보드카 (아닛)	27.95달러 (23,788원)	3.7달러 (3,172원)	750ml	유리병	클래식	캐나다	업력
	⑨ 폴라 아이스 보드카 (코비 스프릿 앤 와인)	27.75달러 (23,618원)	3.7달러 (3,149원)	750ml	플라스틱병*	클래식	캐나다	제조방법
	⑩ 하쿠 보드카 (빔 산토리)	49.85달러 (42,427원)	6.6달러 (5,657원)	750ml	유리병	클래식	일본	원료, 제조방법
청주	⑪ 백세주 (D사)	10.95달러 (9,319원)	2.9달러 (2,485원)	375ml	유리병	클래식	한국	원료
	⑫ 유키 호타루 사케 (에치고 데네몬)	23.10달러 (19,660원)	3.2달러 (2,731원)	720ml	유리병	클래식	일본	N/A
	⑬ 게키칸 준마이 사케 (게키칸 사케)	10.00달러 (8,511원)	1.3달러 (1,135원)	750ml	유리병	클래식	미국	우수성
	⑭ 하쿠츠루 준마이 사케 (하쿠츠루 사케)	10.80달러 (9,192원)	1.5달러 (1,277원)	720ml	유리병	클래식	일본	업력
	⑮ 하쿠츠루 준마이 진조 사케 (하쿠츠루 사케)	9.25달러 (7,873원)	3.1달러 (2,624원)	300ml	유리병	클래식	일본	우수성

(*) 현지 판매 증류식 소주 경쟁제품 15개 분석

1) 1캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용), 캐나다달러는 편의상 '달러'로 표기함

2) (*): 조사된 제품은 플라스틱병으로 포장되어 있으나, 같은 용량의 유리병 포장 제품도 판매되고 있음

3) 제품의 맛 중 '클래식' 맛은 별도로 맛이 첨가되지 않은 무 맛 제품임

Competitor

(경쟁기업)

캐나다(Canada)

증류식 소주 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

· X축: 기업(제조사) 국적

· Y축: 동일품목 수

동일품목 수



캐나다(Canada)

증류식 소주 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	동일 품목 수
B사	한국	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 알칼리 환원수로 만든 부드러운 소주 - 처음처럼 부드럽게 - 고급 증류주, 정미 24% 쌀로 증류 - 믿을 수 없을 정도로 부드러운 프리미엄 보드카	17개
빔 산토리 (Beam Suntory)	미국	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 연속 증류 공정 사용하여 부드러운 맛 - 산토리 장인의 독특하고 노련한 축제 100년 이상의 경험과 전문성	41개
디아지오 (Diageo)	영국	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 럭셔리 보드카의 혁신적인 풍미 컬렉션 - 세계 최고 바텐더가 가장 추천 - 세계에서 가장 많이 팔리는 - 천연 에센스가 가득한 최고의 감귤류 사용	37개
하쿠츠루 사케 (Hakutsuru Sake)	일본	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 순하고 진한 맛의 프리미엄 사케 - 최고급 쌀과 천연 샘물을 사용 - USDA 유기농 인증 250년 전통의 하쿠츠루 전통 기술	10개

(*) 현지 증류식 소주 판매 경쟁기업 4개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

캐나다(Canada)

증류식 소주 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 주류전문 수입·유통업체 ○
- 한국산 소주 취급 경험 ○

	엘씨비오 (LCBO)	크래프트 셀러 (Craft Cellars)	리큐어 마트 (Liquor Mart)	리큐어 롯지 (Liquor Lodge)
업체 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
증류주 취급 ▶				
	보드카	보드카	보드카	보드카

사진 자료: 엘씨비오, 크래프트 셀러, 리큐어 마트, 리큐어 롯지 제품 판매 페이지

캐나다(Canada)

증류식 소주 바이어 인터뷰

A사	엘씨비오 (LCBO)	크래프트 셀러 (Craft Cellars)	리큐어 마트 (Liquor Mart)	리큐어 롯지 (Liquor Lodge)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
23.50달러 (20,000원) 제품 가격	보드카 제품이 인기 750ml 한 병 기준 25-30달러	스미노프 보드카 인기 프리미엄 보드카는 한 병에 30달러 선	브랜드나 원료 에 따라 가격이 결정됨 스미노프 보드카 인기 750ml 기준 30달러 이하	제품 간 가격 차 크지 않음 750ml가 일반적으로 한 병에 27-29달러
쌀 주원료	특정 원료를 선호하진 않음 쌀로 만든 증류주 는 많지 않으나 인기를 얻을 것으로 예상	주종에 따라 결정 되어 특정 원료를 선호하는지는 알 수 없음	‘쌀’ 로 만들어서 알코올 향이 적고 도수가 높은 부드러운 술은 셀링포인트 로 적합	단순히 쌀로 만들었다고 하기보다는 쌀로 비롯된 제품의 특징 을 강조할 것
‘쌀로 만들어 부드럽고 깔끔한 프리미엄 소주’ 홍보문구	화려한 홍보문구보다는 제품을 잘 나타내는 간단한 홍보문구 기재 A사 제품 홍보문구는 적당함	프리미엄 제품은 이미지나 다수의 홍보문구를 사용하지 않음 짧고 간결한 문구 기재할 것	고급스러움 을 강조하기 위해 홍보문구 생략 업력 이나 인기 강조	원료나 제조방법 강조 깔끔한 디자인 과 문구 사용 현재 디자인 적합함
아시안 술 에 대한 현지 인식과 주요 유통채널	소주 시장 은 큰 편 브랜드별 판매량은 크게 차이 나지 않음	아시안 술 중에서는 소주가 가장 인기 있으나 시장은 크지 않음 보드카 에 대항할 수 있는 경쟁력 을 갖출 것	주류 전문점 이나 면허를 취득한 아시안 식료품점 에서 판매 소주는 저렴한 가격 과 낮은 도수 로 인기	(-)
새로운 주류 의 효과적인 홍보방법	‘신제품’ 란 에 업로드 시음 행사 도 하였으나 현재는 구두 홍보만 진행	온라인 쇼핑몰 의 알림창이나 SNS 게시물 활용	(-)	온라인 매체 홍보 가 가장 효과적이지만 제한이 많음 주류 박람회 나 품평회 도 좋은 방법

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

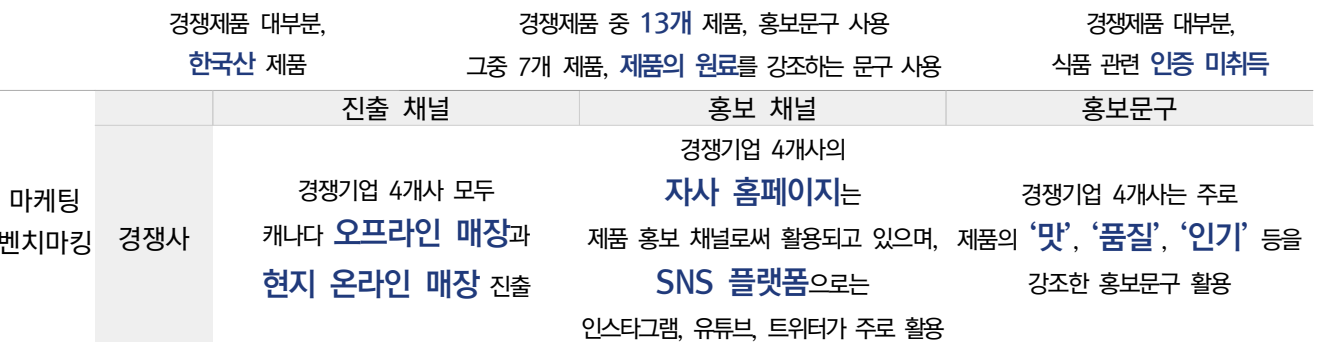
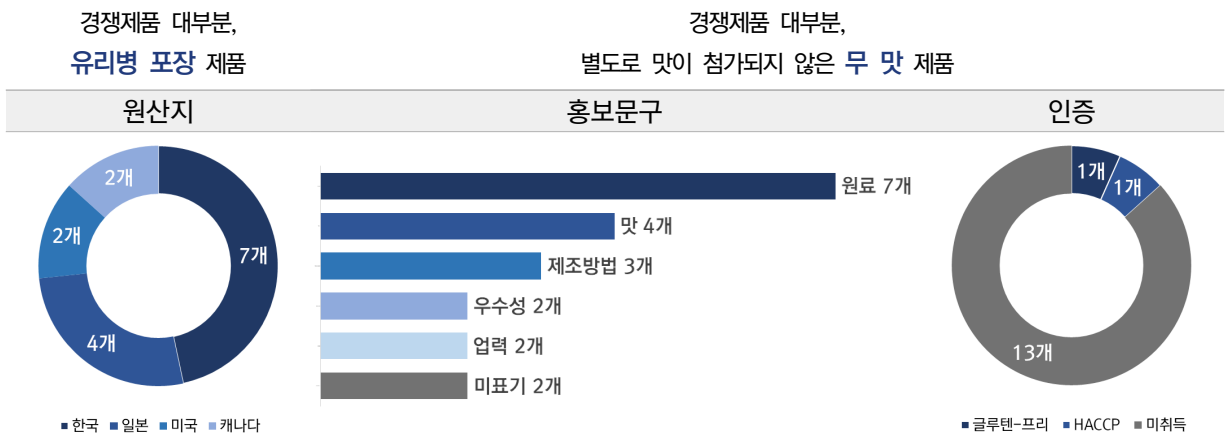
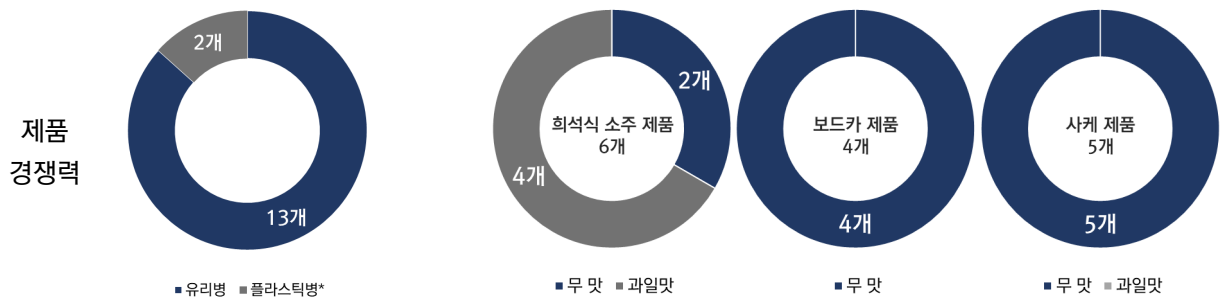
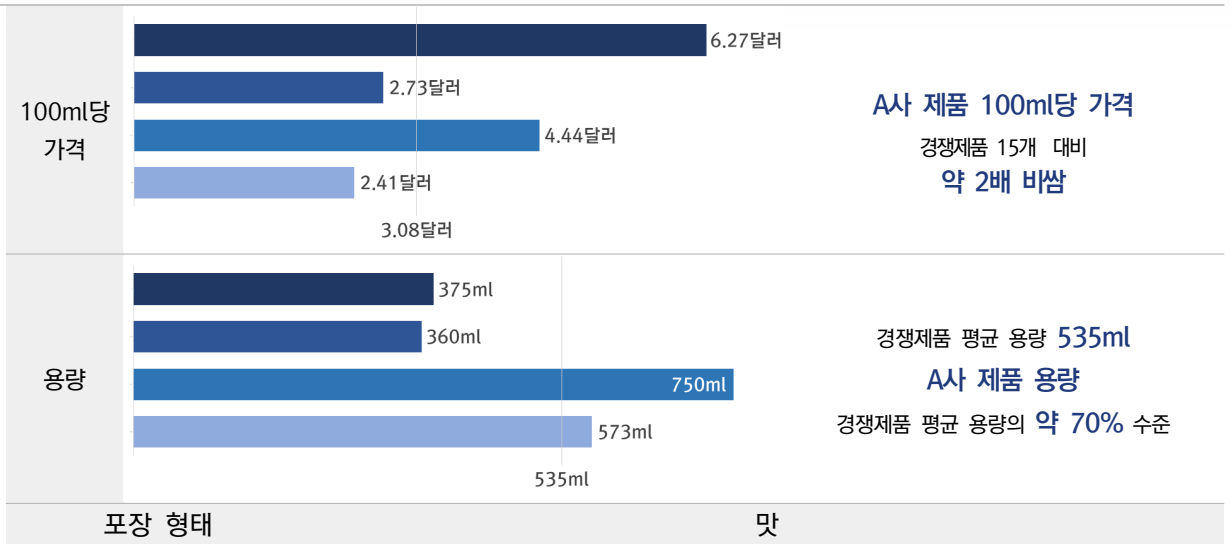
Competitiveness

(경쟁력 파악)

캐나다(Canada) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 희석식 소주 ■ 보드카 ■ 청주 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 선정
2. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 조사지표 선정
3. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 포지셔닝
4. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	화요 41
제품 종류	증류식 소주
소비자가격 ⁴⁾	23.50달러 (약 20,000원)
100ml당 가격	6.27달러 (약 5,333원)
용량	375ml
포장	유리병
특징	높은 도수에도 부드러운 향을 지닌 증류주

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② A사 제품 분석

- 제품명 : 화요 41
- 제품 품목 : 증류식 소주
- 소비자가격 : 23.50달러(20,000원)
- 용량 : 375ml
- 포장 형태 : 유리병
- 주요 특징 : 높은 도수에도 부드러운 향을 지닌 증류주

Step 02. 현지 제품 유통 및 판매 제한 사항 확인



① 조사 국가의 제품 유통 및 판매 제한 사항 확인

- 캐나다 주류법: 주류독점권(Alcohol Monopoly)
 - 각 연방 주의 주류관리청과 주류위원회의 관리, 감독 하에 모든 주류 생산, 유통, 판매, 소비가 이루어짐
 - 각 주 별로 주류 판매처와 제한 연령이 상이함

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 주류전문점

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

4) 1캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 조사국가 특징

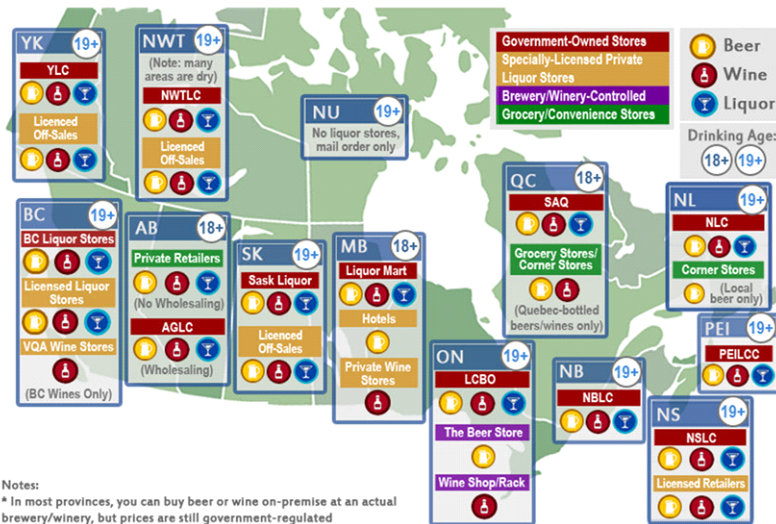
● 캐나다 주요 주류관리청

주명(州名)	주류관리청
온타리오 (Ontario)	LCBO The Liquor Control Board of Ontario (LCBO)
퀘벡 (Quebec)	SAQ Société Des Alcools du Québec (SAQ)

▶ 캐나다의 주류독점권(Alcohol Monopoly)

캐나다는 전 주류⁵⁾⁶⁾에 대해 주(州; Province) 정부가 독점권을 가지고, 주류 생산 및 유통, 판매, 소비 전반에 제재를 가하는 주류독점권⁷⁾을 시행하는 나라임. 각 주의 주류관리청이 주류판매에 대한 모든 업무를 총괄하고 있으며, 주류위원회는 주류 생산 및 주류세, 연구 및 개발 등을 담당함

[표 2.1] 캐나다 주별 주류판매처



자료: 날시티(Narcity)

상기 지도⁸⁾는 캐나다의 10개 주와 3개 준주(準州)의 주류판매처와 법적 음주 가능 나이를 표기한 것임. 각 주의 주류법에 따라 판매처와 제한 나이가 상이하나 조사제품인 ‘증류식 소주’ 등의 증류주는 앨버타(Alberta)주를 제외한 모든 지역의 판매처가 판매면허를 취득한 온·오프라인 매장, 식당, 술집으로 한정됨. 또한, 공공장소에서의 음주와 판매 및 음주 가능 시간이 엄격하게 제한되어 있으며, 주류 취급 업소에 근무하는 모든 종업원은 관련 교육을 반드시 이수하고 시험을 통과해야 함. 캐나다의 주류 수입은 주류 에이전트를 통해 이루어지며, 라벨링부터, 주문, 배송, 보관에 대한 모든 책임을 부담함. 한 제조사를 한 에이전트가 전담하며, 모든 과정을 관리함

캐나다에서 가장 큰 주류시장은 온타리오주(Ontario)이며, 그 뒤를 퀘벡주(Quebec), 브리티시 컬럼비아주(British Columbia), 앨버타주(Alberta) 순으로 이어짐

5) 1.1% 이상의 알코올을 포함하는 모든 알코올성 음료

6) 캐나다 식품 검사청(Canadian Food Inspection Agency; CFIA), B.02.003, FDR, ‘Labelling Requirements for Alcoholic Beverages: Alcohol by Volume Declaration’

7) 주류독점권(Alcohol Monopoly): 맥주, 와인 등 알코올성 음료에 대한 전반적인 생산, 유통, 판매, 소비를 정부에서 독점, 관리하는 것

8) 날시티(Narcity), ‘Where To Buy Alcohol in Every Province in Canada’, 2014.12

3) 조사 지역 및 오프라인

매장 선정

● 조사 지역 정보

캐나다 토론토⁹⁾¹⁰⁾

인구('18)	296만 명
인구 밀도('20)	4,692/km ²
면적	630km ²

▶ 캐나다 온타리오주 토론토, 방문지역으로 선정

캐나다 온타리오주의 주도(州都)이자 캐나다에서 가장 큰 도시인 토론토를 방문지역으로 선정함. 토론토는 캐나다에서 가장 인구가 많은 도시이자 북미 4위의 대도시임. 캐나다는 공용어법(Official Languages Acts)에 따라 영어와 프랑스어를 모두 공용어로 사용하지만, 온타리오주는 주로 영어를 사용함. 방문지역인 토론토가 위치한 온타리오주는 모든 주류¹¹⁾를 ‘온타리오주의 주류관리청(LCBO)¹²⁾에서 전매방식으로 판매하며 동명의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰이나 일부 주류판매면허를 가진 판매점 및 회사에서 구매 가능함. 맥주의 경우 ‘맥주 소매점’(The Beer Store), 와인은 와이너리즈(Wineries), 더 와인샵(The Wine Shop)에서도 판매가 가능하며, 판매면허를 취득한 일부 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 등 일반 유통채널에서도 구매할 수 있음. 하지만 A사 제품과 같은 증류주(Liquor; 증류식 소주)는 LCBO에서만 판매됨

9) 토론토시(City of Toronto), ‘Toronto at a Glance: Indicators’, 2018.12

10) 토론토시(City of Toronto) 홈페이지 (toronto.ca)

11) 리큐어, 와인, 맥주 등 모든 주류 포함

12) ‘The Liquor Control Board of Ontario’의 약자

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온·오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 온타리오주의 주류관리청; 엘씨비오(The Liquor Control Board of Ontario; LCBO)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 희석식 소주: 주정을 물로 희석하거나 이에 첨가물 등을 혼합하여 희석한 소주
- 보드카: 수수, 옥수수, 감자 등 고탄수화물 원료로 만든 발효주를 증류하여 만든 술
- 청주: 한국식 청주와 일본식 청주를 포함하며, 쌀을 발효시켜 만든 맑은 술

[표 2.2] 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부	제품 종류		
	온·오프라인 주류독점판매처	희석식 소주	보드카	청주
① 처음처럼 (B사)	○ (LCBO)	○		
② 맛있는 참 (C사)	○ (LCBO)	○		
③ 처음처럼 순하리 블루베리 (B사)	○ (LCBO)	○		
④ 처음처럼 순하리 유자 (B사)	○ (LCBO)	○		
⑤ 처음처럼 순하리 딸기 (B사)	○ (LCBO)	○		
⑥ 처음처럼 순하리 복숭아 (B사)	○ (LCBO)	○		
⑦ 스미노프 보드카 (스미노프)	○ (LCBO)		○	
⑧ 캐내디언 보드카 (아닛)	○ (LCBO)		○	
⑨ 폴라 아이스 보드카 (코비 스피릿 앤 와인)	○ (LCBO)		○	
⑩ 하쿠 보드카 (빔 산토리)	○ (LCBO)		○	
⑪ 백세주 (D사)	○ (LCBO)			○
⑫ 유키 호타루 살균 식품 (에치고 데네몬)	○ (LCBO)			○
⑬ 게키칸 준마이 살균 식품 (게키칸 살균 식품)	○ (LCBO)			○
⑭ 하쿠츠루 준마이 살균 식품 (하쿠츠루 살균 식품)	○ (LCBO)			○
⑮ 하쿠츠루 준마이 진조 살균 식품 (하쿠츠루 살균 식품)	○ (LCBO)			○

(*) 현지 판매 증류식 소주 경쟁제품 15개 분석

2. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100ml당 가격

▶ 조사지표 ② 용량

- 제품의 용량(ml)

▶ 조사지표 ③ 제품 종류

- 희석식 소주: 주정을 물로 희석하거나 이에 첨가물 등을 혼합하여 희석한 소주
- 보드카: 수수, 옥수수, 감자 등 고탄수화물 원료로 만든 발효주를 증류하여 만든 술
- 청주: 한국식 청주와 일본식 청주를 포함하며, 쌀을 발효시켜 만든 맑은 술

▶ 조사지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - 유리병: 유리로 된 병 용기
 - 플라스틱병: 플라스틱으로 된 병 용기

▶ 조사지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사지표 ⑦ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사지표 ⑨ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

▶ 조사지표 ⑩ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

●
보유 인증 마크



HACCP¹³⁾

[표 2.3] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
글루텐-프리 (Gluten-Free)	글루텐이 포함된 원료가 사용되지 않은 제품에 부여하는 인증
HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종 소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

13) 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)

[표 2.4] 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	용량	제품의 용량
제품 종류	희석식 소주	주정을 물로 희석하거나 이에 첨가물 등을 혼합하여 희석한 소주
	보드카	수수, 옥수수, 감자 등 고탄수화물 원료로 만든 발효주를 증류하여 만든 술
	청주	한국식 청주와 일본식 청주를 포함하며, 쌀을 발효시켜 만든 맑은 술
포장 형태	유리병	유리 소재의 병 용기
	플라스틱병	플라스틱 소재의 병 용기
유통기한		제품의 유통기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물		제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	글루텐-프리 (Gluten-Free)	글루텐이 포함된 원료가 사용되지 않은 제품에 부여하는 인증
	HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

3. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(제조사)

- ① 처음처럼 (B사)
- ② 맛있는 참 (C사)
- ③ 처음처럼 순하리 블루베리 (B사)
- ④ 처음처럼 순하리 유자 (B사)
- ⑤ 처음처럼 순하리 딸기 (B사)
- ⑥ 처음처럼 순하리 복숭아 (B사)
- ⑦ 스미노프 보드카 (스미노프)
- ⑧ 캐내디언 보드카 (아닛)
- ⑨ 폴라 아이스 보드카 (코비 스프릿 앤 와인)
- ⑩ 하쿠 보드카 (빔 산토리)
- ⑪ 백세주 (D사)
- ⑫ 유키 호타루 사케 (에치고 데네몬)
- ⑬ 게키칸 준마이 사케 (게키칸 사케)
- ⑭ 하쿠츠루 준마이 사케 (하쿠츠루 사케)
- ⑮ 하쿠츠루 준마이 진조 사케 (하쿠츠루 사케)

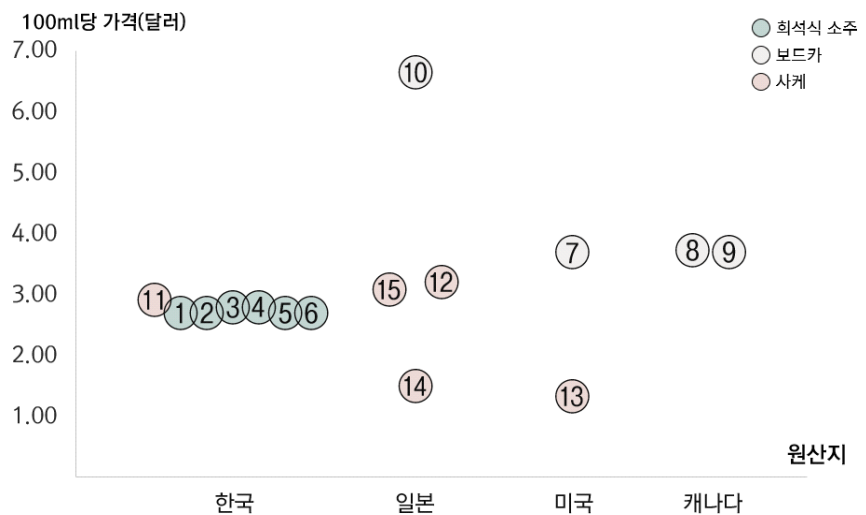
▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100ml당 가격, 보드카 제품이 가장 비싸고 청주 제품이 가장 저렴함

캐나다 오프라인 매장에서 조사된 증류식 소주 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 희석식 소주 제품 6개, 보드카 제품 4개, 청주 제품 5개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 100ml당 가격을 비교한 결과, 보드카 제품이 4.44달러(약 3,782원)¹⁴⁾로 가장 비싸며 청주 제품이 2.41달러(약 2,050원)로 가장 저렴한 것으로 확인됨. A사 제품과 가장 유사한 제품 종류인 희석식 소주 제품은 2.73달러(약 2,321원)로 조사됨

▶ 포지셔닝 ② : 원산지별 평균 100ml당 가격, 캐나다 현지산 제품이 가장 비쌌

캐나다 오프라인 매장에서 조사된 증류식 소주 경쟁제품 15개 제품의 원산지는 한국, 일본, 미국, 캐나다 총 4개로 분류됨. 각 원산지 분류별 조사제품 수는 한국산 7개, 일본산 4개, 미국산 2개, 캐나다 현지산이 2개로 확인됨. 원산지별 평균 100ml당 가격은 현지산 제품이 3.71달러(약 3,160원)로 가장 비싸고, 미국산 제품이 2.52달러(약 2,142원)로 가장 저렴함. 그 외 일본산 제품은 3.61달러(약 3,072원), 한국산 제품은 2.75달러(약 2,344원)로 확인됨

[표 2.5] 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 포지셔닝



자료: 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 15개 분석

14) 1캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 캐나다 증류식 소주 경쟁제품 현지 조사 결과

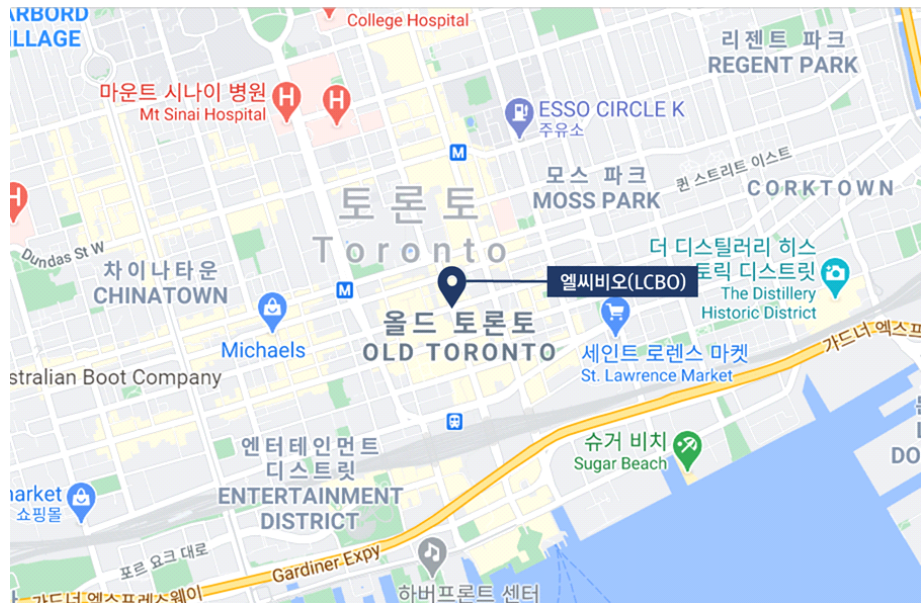
▶ 캐나다 토론토에 있는 주류 전문점 LCBO 방문

캐나다 온타리오주의 정부 산하 주류 전문점 LCBO를 방문 조사함. LCBO는 온타리오주의 주류관리청으로 온·오프라인 유통 및 판매를 담당함. LCBO는 세계에서 가장 큰 주류 구매자로 알려져 있으며, 캐나다의 정부산하 주류판매점 중 가장 많은 수인 666개 매장¹⁵⁾을 운영하고 있음

[표 2.6] 캐나다 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사제품 수	방문 매장 특징
-------	----	--------	----------

엘씨비오 (LCBO)	주류 전문점	15	- 캐나다 온타리오주의 주류 독점 판매점 - 유동인구가 많은 대형 쇼핑몰 내 입점
-------------	--------	----	--



지도자료: 구글맵(Google Maps)

15) 캐나다 통계청(Statistics Canada), Number of Alcoholic Beverage Merchant Wholesalers in Canada by Region, 2019.12

Shop ① 엘씨비오(LCBO)

매장 정보

- 유형: 주류 전문점
- 판매 제품 특징:
온타리오주에서 구매할 수 있는
브랜드, 보드카, 맥주, 와인 등
모든 주류판매
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보 ¹⁶⁾	 엘씨비오는 캐나다의 주류 전문점으로 1927년에 설립됨. 온타리오주의 독점권을 가진 주류판매점으로 맥주, 와인 외 대부분의 주류를 구매할 수 있는 유일한 매장임. 세계에서 가장 큰 주류판매자 중 하나로 주 전역에 약 666개의 매장을 운영함	
	조사제품 수: 15개	
매장 정보		
	위치	온타리오주 토론토 22 Poyntz Ave, Suite 200, Toronto, Canada
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
	 	
증류식 소주 판매 정보	판매 증류식 소주 제품 정보	
		
	처음처럼 (B사)	맛있는 참 (C사)
		
	처음처럼 순하리 블루베리 (B사)	처음처럼 순하리 유자 (B사)

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

16) 엘씨비오(LCBO) 홈페이지 (www.lcbo.com)

증류식 소주 판매 정보	판매 증류식 소주 제품 정보		
			
	처음처럼 순하리 딸기 (B사)	처음처럼 순하리 복숭아 (B사)	
			
	스미노프 보드카 (스미노프)	캐나디언 보드카 (아낀)	
			
	폴라 아이스 보드카 (코비 스프릿 앤 와인)	하쿠 보드카 (빔 산토리)	
			
	백세주 (D사)	유기 호타루 사케 (에치고 데네몬)	
			
	게키칸 준마이 사케 (게키칸 사케)	하쿠츠루 준마이 사케 (하쿠츠루 사케)	하쿠츠루 준마이 진조 사케 (하쿠츠루 사케)

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지



제품명 (현지어)	처음처럼 (Chum Churum Soju)	제조사	B사
제품 종류	희석식 소주	용량(ml)	360ml
소비자가격 ¹⁷⁾	9.70달러 (8,256원)	100ml당 가격	2.69달러 (2,293원)
원산지	한국	맛	클래식
포장 형태	유리병	수입자	JNS International Ltd.
원료 및 첨가물	정제수, 알코올, 당류(스테비올 글리코사이드, 액상과당)		



제품명 (현지어)	맛있는 참 (Charm Soju)	제조사	C사
제품 종류	희석식 소주	용량(ml)	360ml
소비자가격	9.70달러 (8,256원)	100ml당 가격	2.69달러 (2,293원)
원산지	한국	맛	클래식
포장 형태	유리병	수입자	JL2 Square Ltd.
홍보문구	품질 제일주의, 쌀로 만들어진 증류주 (Quality First, Liquor Distilled From Rice)		
원료 및 첨가물	정제수, 알코올, 당류, 프럭토스, 시트르산, 소금		

17) 1캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (현지어)	처음처럼 순하리 블루베리 (Chum Churum Soonhari Blueberry)	제조사	B사
제품 종류	희석식 소주	용량(ml)	360ml
소비자가격	10.05달러 (8,553원)	100ml당 가격	2.79달러 (2,376원)
원산지	한국	맛	블루베리
포장 형태	유리병	수입자	JNS International Ltd.
홍보문구	처음처럼 부드럽게 블루베리처럼 새콤하게, 인공 블루베리 향료, 수입산 (Artificial Blueberry Flavors, Imported)		
원료 및 첨가물	정제수, 알코올, 스테비올 글리코사이드, 액상과당, 인공 블루베리 향료		



제품명 (현지어)	처음처럼 순하리 유자 (Chum Churum Soonhari Citron)	제조사	B사
제품 종류	희석식 소주	용량(ml)	360ml
소비자가격	10.05달러 (8,553원)	100ml당 가격	2.79달러 (2,376원)
원산지	한국	맛	유자
포장 형태	유리병	수입자	JNS International Ltd.
홍보문구	처음처럼 부드럽게 유자처럼 상큼하게, 인공 유자 향료, 수입산 (Artificial Citron Flavors, Imported)		
원료 및 첨가물	정제수, 알코올, 스테비올 글리코사이드, 액상과당, 인공 유자 향료		



제품명 (현지어)	처음처럼 순하리 딸기 (Chum Churum Soonhari Strawberry)	제조사	B사
제품 종류	희석식 소주	용량(ml)	360ml
소비자가격	9.70달러 (8,256원)	100ml당 가격	2.69달러 (2,293원)
원산지	한국	유통기한	10년
맛	딸기	포장 형태	유리병
수입자	JNS International Ltd.		
홍보문구	처음처럼 부드럽게 딸기처럼 새콤하게, 인공 딸기 향료, 수입산 (Artificial Strawberry Flavors, Imported)		
원료 및 첨가물	정제수, 알코올, 당류(스테비올 글리코사이드, 액상과당), 인공 딸기 향료		



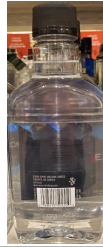
제품명 (현지어)	처음처럼 순하리 복숭아 (Chum Churum Soonhari Peach)	제조사	B사
제품 종류	희석식 소주	용량(ml)	360ml
소비자가격	9.70달러 (8,256원)	100ml당 가격	2.69달러 (2,293원)
원산지	한국	유통기한	10년
맛	복숭아	포장 형태	유리병
수입자	JNS International Ltd.		
홍보문구	처음처럼 부드럽게 복숭아처럼 달콤하게, 인공 복숭아 향료, 수입산 (Artificial Peach Flavors, Imported)		
원료 및 첨가물	정제수, 알코올, 당류(스테비올 글리코사이드, 액상과당), 인공 복숭아 향료		



제품명 (현지어)	스미노프 보드카 (Smirnoff Vodka)	제조사 (현지어)	스미노프 (The Smirnoff U.S.A Co.)
제품 종류	보드카	용량(ml)	750ml
소비자가격	27.75달러 (23,618원)	100ml당 가격	3.70달러 (3,149원)
원산지	미국	맛	클래식
포장 형태	플라스틱병	수입자	The Smirnoff Co.
홍보문구	세 번의 증류, 10번 여과된 보드카 (Triple Distilled, Ten Times Filtered Vodka)		
원료 및 첨가물	곡물 증류 보드카		



제품명 (현지어)	캐네디언 보드카 (Canadian Vodka)	제조사 (현지어)	아낀 (Anat Inc.)
제품 종류	보드카	용량(ml)	750ml
소비자가격	27.95달러 (23,788원)	100ml당 가격	3.73달러 (3,172원)
원산지	캐나다	맛	클래식
포장 형태	유리병	홍보문구	1887년부터 (Since 1887)
원료 및 첨가물	곡물 증류 보드카		

			
제품명 (현지어)	폴라 아이스 보드카 (Polar Ice Vodka)	제조사 (현지어)	코비 스피릿 앤 와인 (Corby Spirit And Wine Ltd.)
제품 종류	보드카	용량(ml)	750ml
소비자가격	27.75달러 (23,618원)	100ml당 가격	3.70달러 (3,149원)
원산지	캐나다	맛	클래식
포장 형태	플라스틱병	홍보문구	네 번 증류된 (Quadruple Distilled)
원료 및 첨가물		곡물 증류 보드카	
			
제품명 (현지어)	하쿠 보드카 (Haku Vodka)	제조사 (현지어)	빔 산토리 (Beam Suntory Inc.)
제품 종류	보드카	용량(ml)	750ml
소비자가격	49.85달러 (42,427원)	100ml당 가격	6.65달러 (5,657원)
원산지	일본	맛	클래식
포장 형태	유리병	인증	글루텐-프리 (Gluten-Free)
수입자	Beam Suntory Inc.		
홍보문구	100% 일본산 쌀로 증류된, 대나무 석탄 여과법, 일본 조주 보드카 (Distilled From 100% Japanese Rice, Bamboo Charcoal Filtration, The Japanese Craft Vodka)		
원료 및 첨가물		곡물 증류 보드카	



제품명 (현지어)	백세주 (BekSeju)	제조사	D사
제품 종류	청주	용량(ml)	375ml
소비자가격	10.95달러 (9,319원)	100ml당 가격	2.92달러 (2,485원)
원산지	한국	맛	클래식
포장 형태	유리병	인증	HACCP
홍보문구	식물성 주류 (Herbal Liquor)		
원료 및 첨가물	설갱이, 전분, 누룩, 인삼, 오미자, 복령, 구기자, 산수유, 산약, 산사자, 수국, 생강, 감초, 황기 오가피		
			
제품명 (현지어)	유기 호타루 사케 (Yuki Hotaru (Snow Firefly) Sake)	제조사 (현지어)	에치고 데네몬 (Echigo Denemon Co.Ltd.)
제품 종류	청주	용량(ml)	720ml
소비자가격	23.10달러 (19,660원)	100ml당 가격	3.21달러 (2,731원)
원산지	일본	유통기한	24개월
맛	클래식	포장 형태	유리병
수입자	CMC Sake+ Wine Merchants	원료 및 첨가물	정제수, 쌀, 누룩, 고지(Koji)

			
제품명 (현지어)	게키칸 준마이 사케 (Gekkeikan Junmai Sake)	제조사 (현지어)	게키칸 사케 (Gekkeikan Sake U.S.A. Inc.)
제품 종류	청주	용량(ml)	750ml
소비자가격	10.00달러 (8,511원)	100ml당 가격	1.33달러 (1,135원)
원산지	미국	유통기한	24개월
맛	클래식	포장 형태	유리병
수입자	Select Wine Merchants	홍보문구	고품질 사케 (The Finest Sake)
원료 및 첨가물		정제수, 쌀, 누룩, 고지(Koji)	
			
제품명 (현지어)	하쿠츄루 준마이 사케 (Hakutsuru Junmai Sake)	제조사 (현지어)	하쿠츄루 사케 (Hakutsuru Sake Brewing Co. Ltd.)
제품 종류	청주	용량(ml)	720ml
소비자가격	10.80달러 (9,192원)	100ml당 가격	1.50달러 (1,277원)
원산지	일본	유통기한	24개월
맛	클래식	포장 형태	유리병
수입자	Hakutsuru Sake Brewing Co. Ltd.	홍보문구	1743년부터, 수입산 (Since 1743, Imported)
원료 및 첨가물		정제수, 쌀, 누룩, 고지(Koji)	



제품명 (현지어)	하쿠츠루 준마이 진조 사케 (Hakutsuru Junmai Ginjo Sake)	제조사 (현지어)	하쿠츠루 사케 (Hakutsuru Sake Brewing Co. Ltd.)
제품 종류	청주	용량(ml)	300ml
소비자가격	9.25달러 (7,873원)	100ml당 가격	3.08달러 (2,624원)
원산지	일본	유통기한	24개월
맛	클래식	포장 형태	유리병
수입자	Hakutsuru Sake Brewing Co. Ltd.	홍보문구	우수한 준마이 긴조 (Superior Junmai Ginjo)
원료 및 첨가물	정제수, 쌀, 누룩, 고지(Koji)		

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 선정
2. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 현황
3. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 세부정보

1. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 4개 기업 선정

캐나다 오프라인 매장에 진출한 캐나다 제조 경쟁기업 중, 브랜드 규모를 기준으로 한국 기업 B사, 미국 기업 빔 산토리(Beam Suntory), 영국 기업 디아지오(Diageo), 일본 기업 하쿠츠루 사케(Hakutsuru Sake)를 선정함. 빔 산토리는 일본의 음료 및 주류 회사 산토리(Suntory)의 미국 법인이지만, 미국에 본사를 두고 있고 일본 산토리와 달리 주류에 집중하고 있어 별도의 기업으로 분류함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 49년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 약 49년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. B사는 1950년에 설립되어 70년의 업력을 보유하고 있으며, 빔 산토리 9년, 디아지오 23년, 하쿠츠루 사케는 93년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 4개사, 증류식 소주 동일품목 수 조사

캐나다에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 증류식 소주의 동일품목 수를 조사한 결과 빔 산토리가 41개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 디아지오 37개, B사 17개, 하쿠츠루 사케 10개 순으로 조사됨

[표 3.1] 증류식 소주 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
B사	한국	70년	17개
빔 산토리 (Beam Suntory)	미국	9년	41개
디아지오 (Diageo)	영국	23년	37개
하쿠츠루 사케 (Hakutsuru Sake)	일본	93년	10개

자료: 캐나다 진출 증류식 소주 경쟁기업 4개사 분석

2. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 4개사 모두 캐나다 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

캐나다에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사된 오프라인 매장과 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 캐나다의 주류판매 및 유통업체 법적 제한으로 온타리오주에서는 주류 전문점인 엘씨비오(LCBO)에서만 알코올 함량이 높은 주류(리큐어, 보드카, 소주 등)를 취급하며, 경쟁기업 4개사 모두 엘씨비오(LCBO)의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰에 진출한 것으로 조사됨

▶ 캐나다에서의 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

캐나다 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 경쟁기업 4개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 통해 자사 및 제품 홍보를 진행하고 있으며, 빔 산토리, 디아지오, 하쿠츠루 사케는 자사 홈페이지 외에도 별도의 브랜드 홈페이지를 운영하는 것으로 조사됨. 캐나다에서 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보 활동으로는 B사가 캐나다 현지 인스타그램을 계정을 운영하고 있음. 빔 산토리는 글로벌 계정이지만 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 총 4개의 현지 주요 SNS 플랫폼을 모두 활용하고 있음. 디아지오는 4개 플랫폼 모두 캐나다 현지 계정을 운영하고 있으며, 하쿠츠루 사케가 캐나다와 미국을 동시에 아우르는 북미 인스타그램을 활용하는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 맛, 품질, 전문성을 강조하여 홍보

캐나다 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛, 원료의 품질, 제품의 전문성을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 맛을 강조하는 문구로써 ‘부드러운’, ‘미묘한 단맛’, ‘자연스러운 단맛’, ‘순하고 진한 맛’, ‘가볍고 신선한 맛’, ‘풍성한’, ‘부드러운 뒷맛’ 등을 사용하였으며, 재료의 품질을 강조하는 문구로써 ‘모든 천연 성분’, ‘최고의 감귤류’, ‘USDA 유기농 인증’, ‘최고급 쌀’ 등을 사용하였음. 제품의 전문성을 강조하는 문구로는 ‘250년 전통’, ‘산토리 장인의’, ‘100년 이상의 경험과 전문성’, ‘세계 최고의 바텐더가 가장 추천’ 등을 사용하였음

[표 3.2] 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
B사	- 오프라인 매장 - 엘씨비오	자사 홈페이지 (글로벌)	- 알칼리 환원수로 만든 부드러운 소주 - 처음처럼 부드럽게 - 고급 증류주, 정미 24% 쌀로 증류 - 아시아의 신비를 담은 프리미엄 보드카 - 독특하고 부드러운 테킬라 경험 제공
	- 온라인 매장 - 엘씨비오	- SNS 플랫폼 - 인스타그램 (캐나다)	
빔 산토리 (Beam Suntory)	- 오프라인 매장 - 엘씨비오	- 자사 홈페이지 (글로벌) - 브랜드 홈페이지 • (글로벌)	- 부드럽고 균형 잡힌 맛 - 천연 원료와 연속 증류 공정을 사용하여 부드러운 맛을 선사 - 100% 일본 백미로 만든 - 맑고 깨끗하며 빛나는 보드카 - 부드럽고 둥글고 미묘한 단맛 - 산토리 장인의 독특하고 노련한 축제 - 100년 이상의 경험과 전문성 - 자연스러운 단맛과 복합적인 풍미
	- 온라인 매장 - 엘씨비오	- SNS 플랫폼 - 페이스북 (글로벌) - 인스타그램 (글로벌) - 유튜브(글로벌) - 트위터(글로벌)	
디아지오 (Diageo)	- 오프라인 매장 - 엘씨비오	- 자사 홈페이지 (글로벌) - 브랜드 홈페이지 (글로벌)	- 생동감 넘치는 과일 맛 선사 - 럭셔리 보드카의 혁신적인 풍미 컬렉션 - 모든 사람의 스타일과 취향에 맞는 맛 - 세계 최고의 바텐더가 가장 추천하는 보드카 - 과즙이 가득한 최고의 감귤류만을 사용 - 세계에서 가장 많이 팔리는 프리미엄 증류주
	- 온라인 매장 - 엘씨비오	- SNS 플랫폼 - 페이스북 (캐나다) - 인스타그램 (캐나다) - 유튜브(캐나다) - 트위터(캐나다)	
하쿠츠루 사케 (Hakutsuru Sake)	- 오프라인 매장 - 엘씨비오	- 자사 홈페이지 (글로벌) - 브랜드 홈페이지 (글로벌)	- 순하고 진한 맛의 프리미엄 사케 - 최고급 쌀과 킷코산의 천연 샘물을 사용 - USDA 유기농 인증 - 250년 전통의 하쿠츠루 전통 기술 - 가볍고 신선하며 부드러운 맛 - 풍성한 맛과 부드러운 잔향 - 다채로운 사과와 바나나 향이 특징 - 상쾌한 향기, 자연스러운 단맛, 부드러운 뒷맛
	- 온라인 매장 - 엘씨비오	- SNS 플랫폼 - 인스타그램 (북미)	

자료: 캐나다 진출 증류식 소주 경쟁기업 4개사 분석

3. 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 세부정보

① B사

동일품목 종류

① 처음처럼 4종
(Chum Churum
Mild/Original/Rich/Chummy)



② 순하리 6종
(Chum Churum Soonhari)



③ 백화수복
(Baekwha Soobok)



④ 설중매
(Seoljoongmae)



⑤ 대장부
(Dae Jang Bu)



⑥ Ku 소주/Ku 골드 소주
(Ku Original/Ku Gold Agrave)



자료: B사 북미 홈페이지

기업 기본 정보

기업명

B사

위치

서울특별시 송파구

직원 수

5,300여 명

규모

동일품목 수¹⁸⁾

12개

설립연도

1950년

기업 진출 채널

〈오프라인 매장〉
엘씨비오



제품명
처음처럼
(Chum Churum)

용량
360ml

가격
9.70달러¹⁹⁾
(8,256원)

제품 종류
희석식 소주

〈온라인 매장〉
엘씨비오



제품명
처음처럼
(Chum Churum)

용량
360ml

가격
9.70달러
(8,256원)

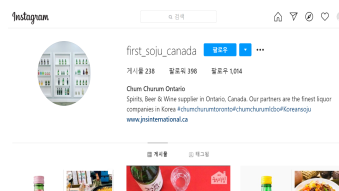
제품 종류
희석식 소주

기업 홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 소개, 브랜드/제품 소개
- CSR, 기업 경영 정보 제공
- SNS 플랫폼
(인스타그램)
- 파트너사가 운영, 제품 홍보

홍보문구



- 고급 증류주, 정미 24% 쌀로 증류
- 아시아의 신비를 담은 프리미엄 보드카
- 독특하고 부드러운 테킬라 경험 제공

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

18) 증류식 소주(희석식 소주, 보드카, 사케)를 동일품목으로 분류함

19) 1 캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 빔 산토리(Beam Suntory)

동일품목 종류

① 에펜 보드카 8종 (EFFEN Vodka)



② 하쿠 보드카 (Haku Vodka)



③ 피나클 보드카 32종 (Pinnacle Vodka)



자료: 에펜/하쿠/피나클 홈페이지

기업 기본 정보²⁰⁾

기업명

빔 산토리
(Beam Suntory)

위치

222W. Merchandise Mart Plaza,
Suite 1600, Chicago, U.S.A

직원 수

4,800여 명

규모

동일품목 수

41개

설립연도

2011년

〈오프라인 매장〉 엘씨비오



제품명

하쿠 보드카
(Haku Vodka)

용량

750ml

가격

49.85달러
(42,427원)

제품 종류

보드카

기업 진출 채널

〈온라인 매장〉 엘씨비오



제품명

하쿠 보드카
(Haku Vodka)

용량

750ml

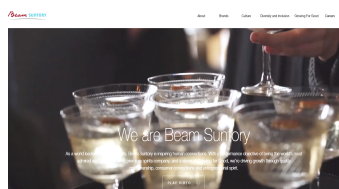
가격

49.85달러
(42,427원)

제품 종류

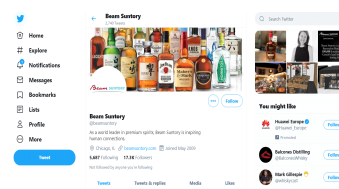
보드카

기업 홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
 - 기업 소개, 브랜드/제품 소개
 - CSR, 기업 활동
- SNS 플랫폼(글로벌)
 - (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터)
 - 제품 홍보, 이벤트, 행사 정보

홍보문구



- 부드럽고 균형 잡힌 맛
- 천연 성분과 함께 연속 증류 공정을 사용하여 부드러운 맛을 선사
- 산토리 장인의 독특하고 노련한 주조, 100년 이상의 경험과 전문성

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

③ 디아지오(Diageo)

동일품목 종류

① 스미노프 보드카 11종 (Smirnoff Vodka)



② 스미노프 아이스 보드카 12종 (Smirnoff ICE Vodka)



③ 시락 보드카 10종 (CIROC Vodka)



④ 케텔 원 보드카 4종 (Ketel One Vodka)



자료: 스미노프/시락/케텔 원 홈페이지

기업명	디아지오 (Diageo)
위치	Lakeside Drive, Park Royal, London, UK
기업 기본 정보 ²¹⁾	직원 수 27,775여 명
규모	동일품목 수 37개
	설립연도 1997년

〈오프라인 매장〉 엘씨비오



기업 진출 채널

〈온라인 매장〉 엘씨비오



제품명 스미노프 보드카
(Smirnoff Vodka)

용량 700ml

가격 27.75달러
(23,618원)

제품 종류 보드카

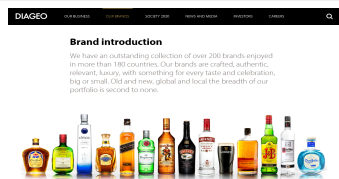
제품명 스미노프 보드카
(Smirnoff Vodka)

용량 700ml

가격 27.75달러
(23,618원)

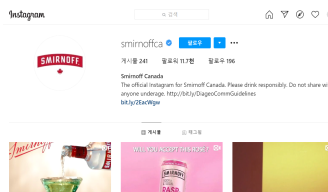
제품 종류 보드카

기업 홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
 - 기업 소개, 브랜드/제품 소개
 - CSR, 기업 경영 정보 제공
- SNS 플랫폼(캐나다)
 - (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터)
 - 기업 홍보 및 활동, 제품 홍보

홍보문구



- 럭셔리 보드카의 혁신적인 품미 컬렉션
- 세계 최고의 바텐더가 가장 추천
- 과즙이 가득한 최고의 감귤류만을 사용
- 세계에서 가장 많이 팔리는 프리미엄 증류주

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

20) 빔 산토리 홈페이지 (www.beamsuntory.com/en)

21) 디아지오 홈페이지 (www.diageo.com)

④ 하쿠츠루 사케(Hakutsuru Sake)

동일품목 종류

① 하쿠츠루 준마이 사케/
탄레이 준마이 사케
(Hakutsuru Junmai Sake/
Tanrei Junmai Sake)



② 오가닉 준마이 사케/
드래프트 준마이 사케
(Organic Junmai Sake/
Draft Junmai Sake)



하쿠츠루 준마이 진조 사케
(Hakutsuru Junmai Ginjo Sake)



④ 하쿠츠루 준마이 다이 긴조
사케 소우네/니시키
(Hakutsuru Junmai Dai Ginjo
Sho-Une/Nishiki)



⑤ 토지칸
(Toji-Kan)



⑥ 아와유키 스파클링 사케
(Awayuki Sparkling Sake)



자료: 하쿠츠루 사케 홈페이지

기업명

하쿠츠루 사케
(Hakutsuru Sake)

위치

Sumiyoshi Minami-machi, Higashinada-ku,
Kobe, Japan

기업
기본 정보²²⁾

직원 수

432명

규모

동일품목 수

10개

설립연도

1927년

〈오프라인 매장〉
엘씨비오

제품명 하쿠츠루 준마이 사케
(Hakutsuru Junmai Sake)

용량

720ml

가격

10.80달러
(9,192원)

제품 종류

청주

기업
진출 채널〈온라인 매장〉
엘씨비오

제품명 하쿠츠루 준마이 사케
(Hakutsuru Junmai Sake)

용량

720ml

가격

10.60달러
(9,022원)

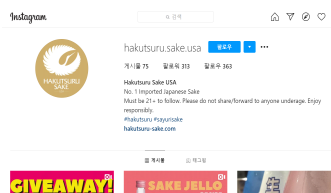
제품 종류

청주

기업
홍보 채널

- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 소개, 브랜드/제품 소개
- 양조장 소개, 레시피 제공
- SNS 플랫폼(인스타그램, 북미)
- 제품 홍보

홍보문구



- 순하고 진한 맛의 프리미엄 사케
- 최고급 쌀과 룩코산의 천연 샘물을 사용
- USDA 유기농 인증
- 250년 전통의 하쿠츠루 전통 기술
- 가볍고 신선하며 부드러운 맛
- 풍성한 맛과 부드러운 잔향

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 엘씨비오(LCBO)

Interview ② 크래프트 셀러(Craft Cellars)

Interview ③ 리큐어 마트(Liquor Mart)

Interview ④ 리큐어 롯지(Liquor Lodge)

Interview ① 엘씨비오 (LCBO)

23)

엘씨비오 (LCBO)

전문가 소속

엘씨비오 (LCBO)
주류 전문점

전문가 정보

Ms. Susan
(Sales Manager)

The screenshot displays the LCBO website interface. At the top, there are navigation links for 'SIGN IN / REGISTER', 'SUBSCRIBE', and 'STORE LOCATOR'. The main header features the 'LCBO' logo and a search bar. Below the header, a red banner reads 'a time for CHEER!'. The main content area shows a promotional image for Smirnoff Vodka with the text 'give some HOLIDAY SPIRIT' and a 'BUY NOW' button. Below the image, the product details for Smirnoff Vodka are listed, including the price of \$27.75 and a 'Deliver to Store (Available)' option. The page also shows a star rating of 4.5 and a quantity selector set to 1.

엘씨비오(LCBO) Sales Manager, Ms. Susan

엘씨비오는 1927년 설립된 캐나다 온타리오주의 정부 산하 주류판매점임. 캐나다 정부의 주류독점권에 따라 엘씨비오는 온타리오주의 모든 주류 관련 사항에 대한 권한을 가짐. 온타리오주 전역에 약 666개 매장을 운영하고 있으며, 온라인 쇼핑몰 또한 운영하고 있음



가격	23.50달러 (20,000원)
용량	375ml
포장	유리병

Q1. 현지 인기 증류주의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

저희는 온타리오주의 유일한 주류판매점으로, 주로 보드카 제품이 많이 판매됩니다. 특정 브랜드 제품보다는 캐나다 현지산 보드카가 인기 있습니다. 제품의 가격은 도수, 원료, 용량에 따라 천차만별이지만, 일반적으로 750ml 제품 기준 한 병에 25-30달러(약 21,277-25,533원)²⁴⁾ 수준입니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 증류주의 원료는 무엇인가요?

보드카, 위스키, 럼 모두 현지 소비자들에게 인기 있는 증류주이지만, 주종에 따라 주원료가 달라지기 때문에 특정 원료를 선호한다고 말할 수는 없을 것 같습니다. 하지만 쌀을 주원료로 하여 만드는 증류주는 거의 없어서, 충분한 판촉을 통해 제품이 많이 알려진다면 독특한 제품, 신제품으로 인기를 끌 것으로 예상합니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 증류주는 홍보문구에 어떤 내용을 담고 있나요?

한국식 과일 맛 소주는 제품 겉면에 상세한 홍보문구와 과일 그림을 넣긴 하지만, 이는 프리미엄 제품과는 어울리지 않는 디자인이라고 생각합니다. 고급 보드카나 위스키는 제품 겉면을 화려하게 포장하기보다는 특색있는 모양의 병을 사용하는 경우가 많습니다. 따라서 굳이 많은 홍보문구를 포장에 담기보다는 제품을 알릴 수 있는 한 줄의 문구만을 기재할 것을 추천합니다. 현재 A사의 홍보문구인 ‘한국의 쌀로 만든 프리미엄 소주’ 정도면 충분할 것 같습니다.

Q4. 캐나다 시장에서 아시안 술에 대한 인식과 유통채널은 어떤가요?

한국인을 비롯한 많은 아시안이 캐나다에 거주하고 있으므로 소주와 사케, 고량주의 현지 시장은 이미 규모가 큰 편입니다. 소주의 경우 저희 매장만 해도 참 소주, 처음처럼, 진로 소주 총 3개 브랜드를 취급하고 있습니다. 이 중에선 참 소주보다 브랜드 인지도가 높은 처음처럼과 진로 소주가 많이 판매됩니다. 소주 외 사케나 고량주는 소주처럼 주종별 대표 브랜드가 있진 않아 판매량이 크게 차이 나지 않습니다.

Q5. 새로운 주류를 홍보하기 위한 가장 효과적인 홍보방법은 무엇인가요?

특히 홍보하기보다는 저희 홈페이지의 ‘신제품’(New Arrivals) 탭에 새로 입점한 제품을 노출하는 편입니다. 온타리오주에서는 저희 매장에서만 증류주를 구매할 수 있으므로 신제품 탭에 업로드되면 대부분 판매량이 늘어납니다. 오프라인 매장에서는 시음 행사를 진행하기도 했지만, COVID-19 이후에는 신제품을 찾는 고객들에게 말로 설명하는 홍보만 하고 있습니다.

24) 1캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q6. 캐나다의 주요 주류 유통채널은 무엇인가요?

주류판매가 비교적 자유로운 미국, 한국 등 다른 나라들과 달리 캐나다는 주류법이 매우 엄격합니다. 브리티시 컬럼비아, 앨버타주를 제외한 캐나다 전역에서 주류는 정부 산하의 주류 전문점 또는 면허를 취득한 일부 매장에서만 구매 가능합니다. 따라서 아시안 술을 주로 접할 수 있는 유통채널은 판매면허를 가진 아시안 식당과 주류 전문점이라 볼 수 있습니다.

Interview ② 크래프트 셀러 (Craft Cellars)

크래프트 셀러 (Craft Cellars)

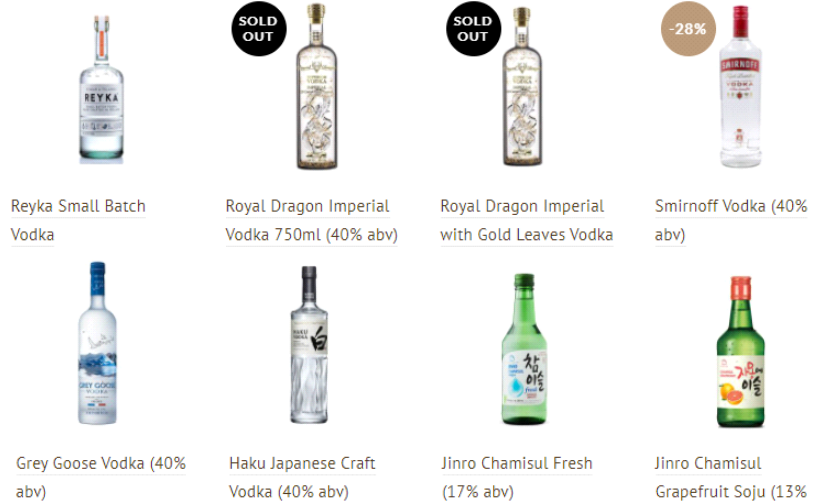
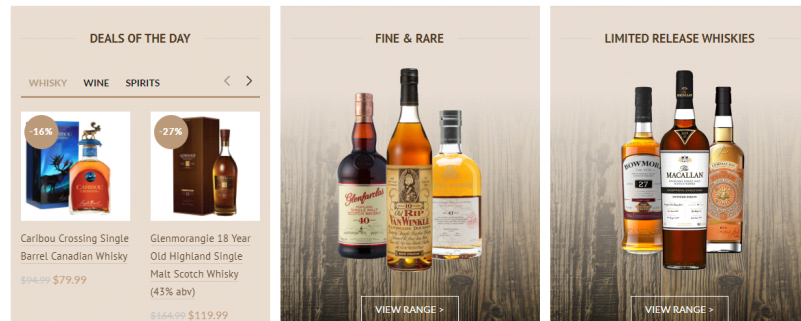
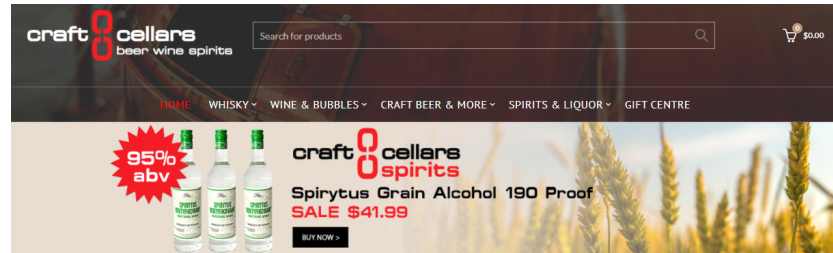
전문가 소속

크래프트 셀러
(Craft Cellars)
주류 전문점

전문가 정보

Ms. Janette
(Sales Manager)

25)



크래프트 셀러(Craft Cellars) Sales Manager, Ms. Janette

크래프트 셀러는 캐나다 앨버타주에 있는 주류 전문점으로 2014년부터 영업을 시작하였음. 캐나다 다른 지역과 달리 앨버타주는 개인 주류판매점에서 주류판매가 가능함. 전 세계에서 수입된 주류와 캐나다 현지에서 주조된 제품을 다양하게 판매함



가격	23.50달러 (20,000원)
용량	375ml
포장	유리병

Q1. 현지 인기 증류주의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

스미노프는 캐나다뿐만 아니라 전 세계적으로 유명한 보드카 브랜드로, 브랜드 인지도에 비해 저렴한 가격과 다양한 맛으로 인기를 끌고 있습니다. 스미노프가 입문자를 위한 보드카이기에 저렴한 편이고, 프리미엄 보드카 제품들은 보통 한 병에 30달러(약 25,533원) 이상이며, 50달러(약 42,555원)에 이르는 제품도 있습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 증류주의 원료는 무엇인가요?

증류주 제조에는 저렴하고 구하기 쉬운 감자가 가장 많이 사용됩니다. ‘막걸리’ 같은 한국식 술 외에는 쌀로 만든 증류주는 거의 없는 것으로 알고 있습니다. 소비자들은 술을 구매할 때 원료를 따진다고보다 선호하는 주종에 따라 구매하기 때문에 선호하는 특정 원료를 알 수 없습니다. 다만, A사 제품의 ‘높은 도수에도 깔끔하고 부드러운 맛’이라는 홍보문구가 소비자들의 눈을 사로잡기에 적합하므로 쌀로 만든 증류주라는 것과 홍보문구를 잘 결합하여 홍보한다면 좋을 것 같습니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 증류주는 홍보문구에 어떤 내용을 담고 있나요?

스미노프 보드카는 이미 인지도가 높으므로 별도의 이미지나 화려한 홍보문구를 사용하지 않습니다. 스미노프 외에도 세계적으로 유명한 애플루트, 스카이 등의 브랜드는 제품 겉면에 브랜드 로고와 제품명만을 표기합니다. A사 제품이 제가 언급한 제품들에 비해 많이 알려지지 않았기 때문에 다양한 홍보문구나 그림을 사용하는 것은 좋은 전략일 수 있겠습니다. 하지만 주류뿐만 아니라 식품 대부분이 프리미엄을 표방하는 경우 화려하기보다는 단순한 디자인을 사용한다는 것을 고려하면 지금 디자인에 ‘부드럽고 깔끔한’ 등의 짧은 홍보문구만을 넣는 것이 좋겠습니다.

Q4. 캐나다 시장에서 아시안 술에 대한 인식과 유통채널은 어떤가요?

아시안 주류 중에서는 소주가 가장 인기 있지만, 캐나다 주류시장 전체로 보면 시장점유율은 절대 높지 않습니다. 구매층이 현지 거주 아시안 또는 아시안 문화에 관심 있는 사람들로 한정되어 있어 지금의 상황이라면 시장 성장에도 한계가 있습니다. A사 제품은 현지에 유통되는 소주들보다 41도로 도수가 높고 고급화 전략을 사용하는 것으로 보아, 소주나 사케보다는 보드카와 비교하는 것이 좋을 것 같습니다. 현지 상황상 저가 전략이나 공격적인 판촉이 불가능한 만큼 보드카보다 경쟁력을 갖출 수 있는 요소가 무엇인지 생각해봐야 할 것입니다.

Q5. 새로운 주류를 홍보하기 위한 가장 효과적인 홍보방법은 무엇인가요?

저희는 온라인 쇼핑몰 또한 활발하게 운영하고 있어서, 홈페이지의 알림창을 주로 활용하는 편입니다. 신제품이 입고되면 제품의 포스터를 알림창에 띄우는 식입니다. SNS 플랫폼을 통한 홍보도 많은 편입니다. 크리스마스나 추수감사절, 연말·연초 등 기념일 한정 제품이나 패키지를 출시하고 이를 SNS 계정에 올려 홍보하는 식입니다.

Interview ③ 리큐어 마트 (Liquor Mart)

리큐어 마트
(Liquor Mart)

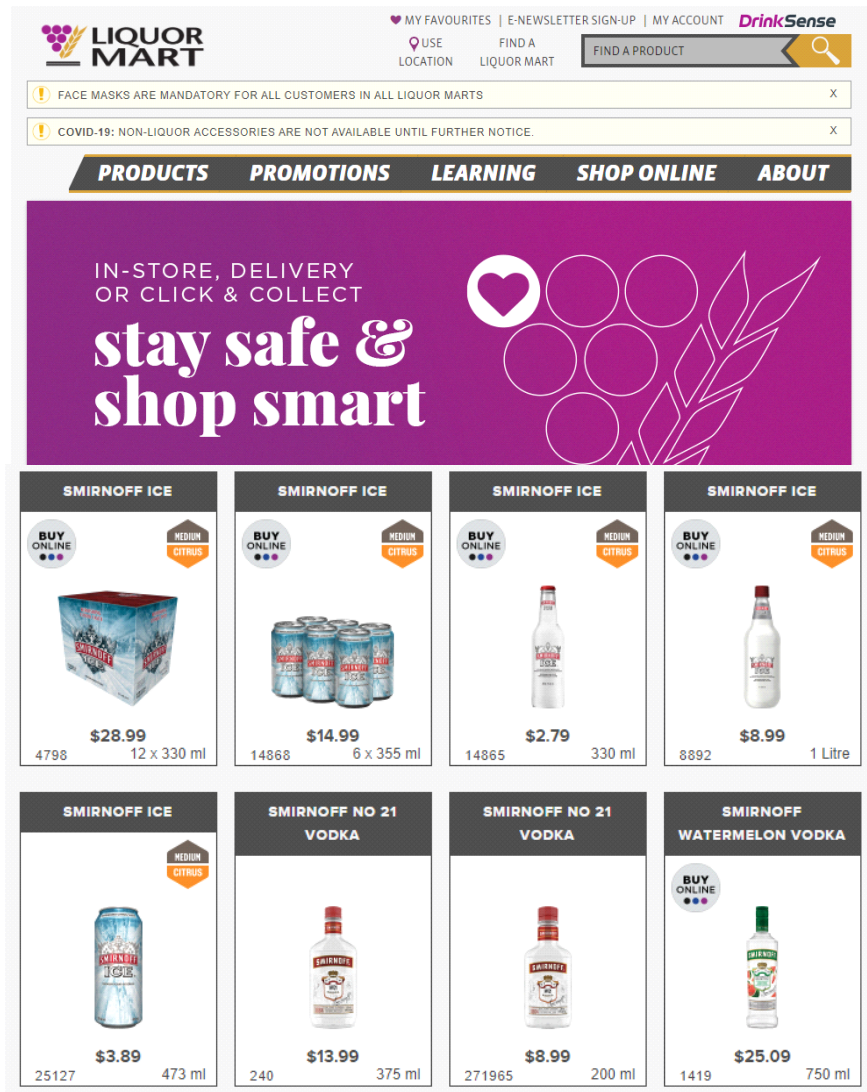
전문가 소속

리큐어 마트
(Liquor Mart)
주류 전문점

전문가 정보

Mr. Chad
(Sales Manager)

26)



리큐어 마트(Liquor Mart) Sales Manager, Mr. Chad

리큐어 마트는 캐나다 매니토바주의 정부 산하 주류판매점임. 온타리오주의 엘씨비오와 마찬가지로 매니토바주의 모든 주류에 대한 독점권을 가지고 생산, 유통, 판매 등에 관여함. 매니토바주 전역에 51개 매장을 운영하고 있으며, 온라인 쇼핑몰 또한 운영하고 있음



가격	23.50달러 (20,000원)
용량	375ml
포장	유리병

Q1. 현지 인기 증류주의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

보드카를 비롯한 증류주들은 브랜드, 원료 등에 따라 가격 차이가 큰 편입니다. 저희 매장에서 가장 많이 판매되는 브랜드는 스미노프로 전 세계뿐만 아니라 캐나다에서도 인기가 많습니다. 스미노프는 독특한 맛, 높은 브랜드 인지도를 바탕으로 적극적인 판촉 전략을 시행할 뿐만 아니라 다양한 포장 형태와 용량으로 제품을 출시하여 소비자들의 요구를 충족하고 있습니다. 또한, 750ml 기준 30달러(약 25,533원) 이하의 저렴한 가격도 인기 요인으로 보입니다. 반면, A사 제품은 비교 기준 제품의 절반 용량임에도 가격은 거의 비슷한 수준입니다. 프리미엄 제품이라 하더라도 아직 시장점유율이 높지 않은 만큼 가격 조정은 필요해 보입니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 증류주의 원료는 무엇인가요?

옥수수, 수수, 감자 등 전분과 당류가 들어간 모든 곡물류가 증류주의 원료로 사용될 수 있지만, 어떤 원료를 특히 선호하는지는 잘 모르겠습니다. 제품에 따른 구매 선택이 더 많으므로 과즙 등의 첨가물이 들어간 것이 아니라면 유의미한 차이는 없습니다. 그렇지만 한국식 소주에 대해 ‘알코올 향이 많이 난다’라는 평가가 많은 것을 고려하면, A사의 ‘쌀로 만들어 알코올 향이 적으면서도 도수가 높고 부드러운 술’식의 홍보문구는 셀링포인트로 적합합니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 증류주는 홍보문구에 어떤 내용을 담고 있나요?

현지 유명 증류주들은 포장 겉면에 브랜드 로고와 제조사명만 표기하는 경우가 많습니다. 소비자들이 이미 제품에 대해 잘 알고 있으므로 고급스러움을 강조하기 위해 별도로 홍보문구를 기재하지 않습니다. 일부 제품은 ‘1897년부터’ 같은 문구로 오래된 업력을 강조하거나 ‘가장 인기 있는’ 등의 제품의 인기를 내세우기도 합니다.

Q4. 캐나다 시장에서 아시안 술에 대한 인식과 유통채널은 어떤가요?

저희 매장 기준으로 아시안 주류 중에서는 한국의 소주가 가장 인기가 많습니다. 하지만 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 같은 일반 유통채널에서는 취급하지 않고, 주류 전문점, 판매면허가 있는 아시안 전문 식료품점이나 식당에서 보통 판매합니다. 소주가 인기를 얻게 된 배경에는 음악, 드라마, 영화 등 한국 문화의 영향이 적지 않습니다. 독특한 병과 낮은 도수, 저렴한 가격이 장점이기도 합니다.

Q5. 현지 소비자들의 한국산 소주에 대한 인식은 무엇인가요?

현지 시장에서 소주는 낮은 도수와 저렴한 가격, 다양한 맛 덕분에 인기를 얻게 되었습니다. 맥주나 와인보다는 도수가 높고 깔끔하지만, 보드카나 위스키보단 도수와 가격이 낮아 파티나 간단한 음주 시에 많이 마십니다. 하지만 시장 자체가 크지 않고, 일부 브랜드가 과점하고 있어서 A사 제품이 비록 ‘프리미엄’ 소주 제품이라 하더라도 큰 차별점을 얻을 수 있을지는 잘 모르겠습니다.

Interview ④ 리큐어 롯지 (Liquor Lodge)

27)

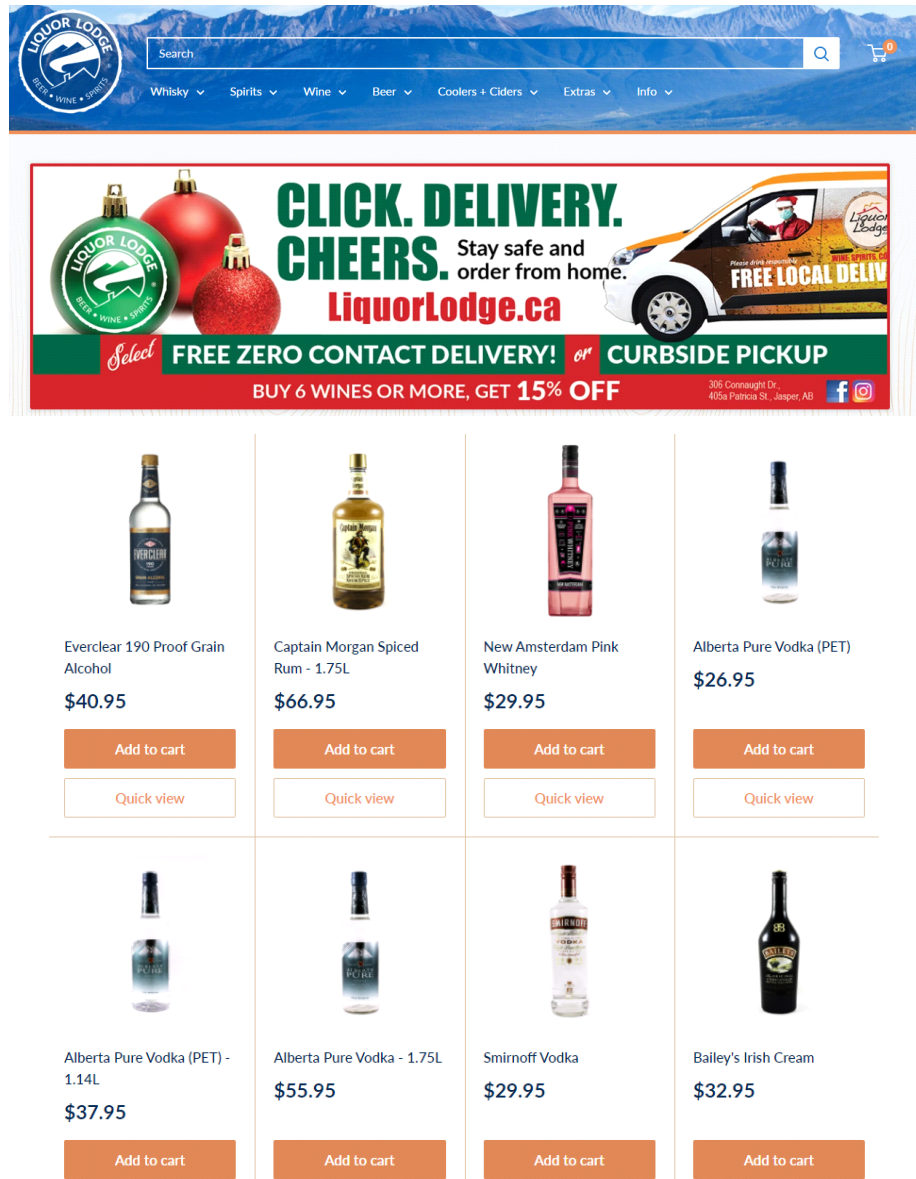
리큐어 롯지 (Liquor Lodge)

전문가 소속

리큐어 롯지
(Liquor Lodge)
주류 전문점

전문가 정보

Ms. Megan
(Customer Service Manager)



리큐어 롯지(Liquor Lodge) Customer Service Manager, Ms. Megan

리큐어 롯지는 캐나다 앨버타주에 있는 주류 전문점으로 2007년부터 영업을 시작하였음. 캐나다 다른 지역과 달리 앨버타주는 개인 주류판매점에서 주류판매가 가능함. 전 세계에서 수입된 주류와 캐나다 현지에서 주조된 제품을 다양하게 판매함. 2개의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있음



가격 23.50달러
(20,000원)

용량 375ml

포장 유리병

Q1. 현지 인기 증류주의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

캐나다에서 판매되는 증류주 중 인기 주종은 보드카, 위스키, 럼입니다. A사 제품과 가장 유사해 보이는 보드카 제품을 예로 들자면, 스미노프, 애플루트 등 유명 브랜드 제품이 많이 판매되긴 하지만 법적 규제에 제품 간 가격 차이가 크지 않기 때문에 큰 차이는 없습니다. 일반적으로 750-1,500ml 제품이 많이 판매되며, 한 병 750ml 기준 27-29달러(약 22,979-24,682원) 선입니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 증류주의 원료는 무엇인가요?

현지 소비자들은 보드카, 럼, 위스키 등의 높은 도수의 증류주를 선호하지만, 정작 어떤 원료로 만들었는지는 크게 고려하지 않으며, 맛이나 도수를 중점으로 하여 제품을 선택합니다. A사처럼 원료를 강조하는 것은 증류주보다는 와인, 샴페인입니다. 단순히 쌀로 만들었다고 하기보다는 쌀로 만들어서 이 제품이 어떤 특징, 맛, 향이 생기게 되었는지를 강조한다면 더욱 효과적일 것으로 보입니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 증류주는 홍보문구에 어떤 내용을 담고 있나요?

증류주는 같은 주종이라도 원료, 제조방법에 따라 맛과 가격, 품질이 달라지기 때문에 홍보문구에 이러한 부분을 강조하는 제품이 많습니다. 하지만 가장 중요한 점은 깔끔하게 디자인해야 한다는 것입니다. 과하지 않은 포장에 제품의 고급스러움을 부각하기 때문입니다. 실제로 저희 매장에서 판매되는 고급 주류들은 홍보문구를 1개 이하로 사용하고 있습니다. A사 제품이 지금 사용하고 있는 홍보문구만 기재한다면 적당할 것으로 보입니다.

Q4. 새로운 주류를 홍보하기 위한 가장 효과적인 홍보방법은 무엇인가요?

매장이 위치한 앨버타주는 주류판매에 제한이 적어 상대적으로 홍보 또한 자유로운 편이지만 사실 다른 지역들, 특히 온타리오주의 경우 주류법이 엄격히 제정되어 있어 소비자 대상 주류 홍보는 어려운 편입니다. 가장 효과적인 방법은 온라인 매체를 활용한 홍보이지만, 정부 차원의 제한이 많으므로 간접적인 홍보만 가능합니다. COVID-19 이전에는 매장 내 시음 행사를 진행하여 익숙하지 않은 신제품 홍보를 하기도 했습니다. 이처럼 소비자를 대상으로 하는 홍보는 수월하지 않아서, 많은 주류 회사들은 제품 에이전시(Product Agency)를 통해 바이어를 대상으로 제품을 홍보하는 전략을 사용합니다. 주류 박람회, 품평회 등의 행사에 참여하는 것이 대표적입니다.

V. 경쟁력 파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100ml당 가격

경쟁제품(제조사)

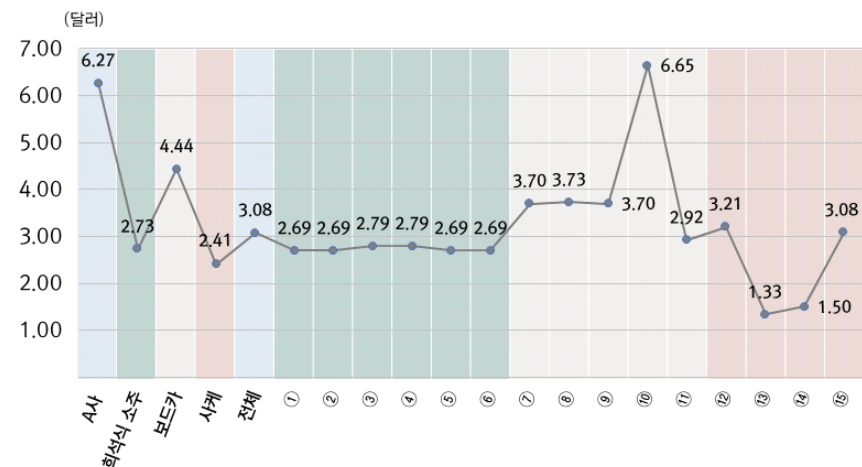
- ① 처음처럼 (B사)
- ② 맛있는 참 (C사)
- ③ 처음처럼 순하리 블루베리 (B사)
- ④ 처음처럼 순하리 유자 (B사)
- ⑤ 처음처럼 순하리 딸기 (B사)
- ⑥ 처음처럼 순하리 복숭아 (B사)
- ⑦ 스미노프 보드카 (스미노프)
- ⑧ 캐네디언 보드카 (아닛)
- ⑨ 폴라 아이스 보드카 (코비 스프릿 앤 와인)
- ⑩ 하쿠 보드카 (빔 산토리)
- ⑪ 백세주 (D사)
- ⑫ 유키 호타루 사케 (에치고 데네몬)
- ⑬ 게키칸 준마이 사케 (게키칸 사케)
- ⑭ 하쿠츠히루 준마이 사케 (하쿠츠히루 사케)
- ⑮ 하쿠츠히루 준마이 진조 사케 (하쿠츠히루 사케)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

A사 제품의 100ml당 가격은 6.27달러(약 5,333원)²⁸⁾로 경쟁제품 15개의 평균 100ml당 가격 3.08달러(약 2,620원) 대비 약 2배가량 비쌌다. 제품 종류별 평균 100ml당 가격은 보드카 제품이 4.44달러(약 3,782원)로 가장 비싸고, 청주 제품이 2.41달러(약 2,050원)로 가장 저렴한 것으로 확인됨. A사 제품과 가장 유사한 희석식 소주 제품의 경우 2.73달러(약 2,321원)로 보드카와 청주 제품의 중간 수준이지만, 경쟁제품 15개 평균보다는 다소 저렴함. 현지에서 조사된 경쟁제품 중에서는 보드카 제품 4개의 평균 가격이 가장 높으나 A사 제품의 약 71% 수준으로 저렴하며, 희석식 소주 제품과 청주 제품은 약 44%, 38%에 불과함

[표 5.1] 캐나다 증류식 소주 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



28) 1캐나다달러(CAD) = 851.09원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 용량

경쟁제품(제조사)

- ① 처음처럼 (B사)
- ② 맛있는 참 (C사)
- ③ 처음처럼 순하리 블루베리 (B사)
- ④ 처음처럼 순하리 유자 (B사)
- ⑤ 처음처럼 순하리 딸기 (B사)
- ⑥ 처음처럼 순하리 복숭아 (B사)
- ⑦ 스미노프 보드카 (스미노프)
- ⑧ 캐네디언 보드카 (아닛)
- ⑨ 폴라 아이스 보드카 (코비 스프릿 앤 와인)
- ⑩ 하쿠 보드카 (빔 산토리)
- ⑪ 백세주 (D사)
- ⑫ 유키 호타루 사케 (에치고 데네몬)
- ⑬ 게키칸 준마이 사케 (게키칸 사케)
- ⑭ 하쿠츠히루 준마이 사케 (하쿠츠히루 사케)
- ⑮ 하쿠츠히루 준마이 진조 사케 (하쿠츠히루 사케)

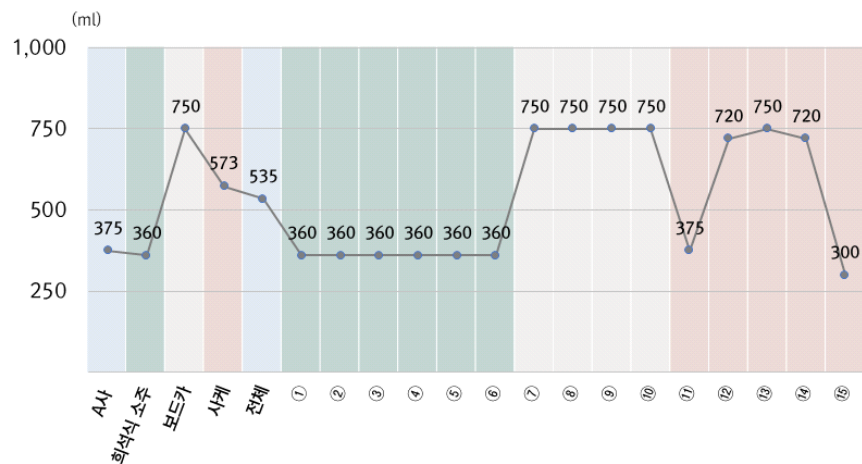
▶ A사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

A사 제품의 용량은 375ml로 경쟁제품 15개의 용량 평균 535ml 대비 약 70% 수준으로 작음. 제품 종류별 평균 용량을 보면 보드카 제품이 750ml로 가장 크고, 청주 제품 573ml, 희석식 소주 제품 360ml로 확인됨. A사 제품은 기준 용량 375ml 외에도 200ml, 750ml로도 판매되고 있으며, 가장 큰 용량 750ml을 기준으로 하면 경쟁제품 평균에 비해 약 1.4배 정도 큼

A사 제품과 유사하게 현지 오프라인 매장에서 조사된 4개의 보드카 제품은 모두 750ml 용량으로 조사되었으나, 실제로는 200ml, 330ml, 375ml 등의 소용량부터 1,140ml, 1750ml, 3,000ml 등 대용량까지 다양하게 출시, 판매되고 있음. 또한 희석식 소주 제품의 경우 유리병으로 포장된 제품은 현지 시장 뿐만 아니라 국내 유통되는 제품들도 용기 재활용을 위해 용량이 360ml로 규격화되어 있으므로 6개 제품 모두 360ml로 조사됨

[표 5.2] 캐나다 증류식 소주 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

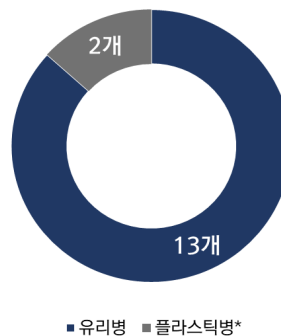


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 모두 유리병으로 포장

캐나다에서 판매되고 있는 증류식 소주 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 13개 제품이 유리병으로 포장된 것으로 확인됨. 조사된 제품 중 2개 제품은 플라스틱병으로 포장되어 있었으나, 같은 용량으로 유리병 포장 제품도 판매하는 것으로 조사됨

[표 5.3] 캐나다 증류식 소주 제품 포장 형태 경쟁력 분석



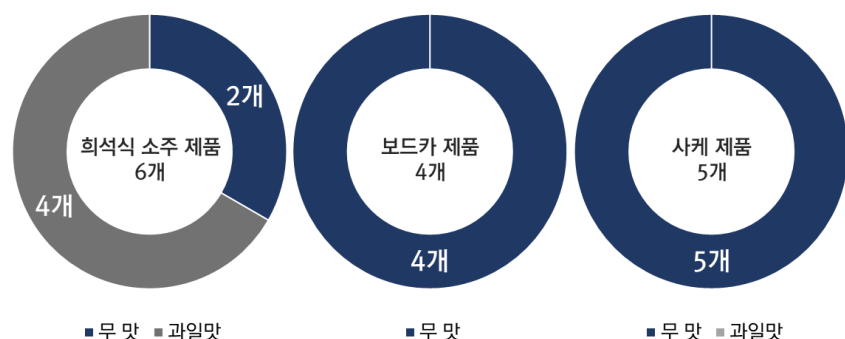
*플라스틱병으로 포장된 2개 제품은 유리병 포장 제품도 출시, 판매되고 있음

4) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 4개, 과일 맛 제품

캐나다에서 판매되고 있는 증류식 소주 경쟁제품 15개는 별도로 맛이 첨가되지 않은 무 맛(클래식) 제품 11개와 과일 맛이 첨가된 제품 4개로 분류되며 제품 종류에 따라 맛이 첨가된 제품과 첨가되지 않은 제품으로 나누어 짐. 보드카 제품 4개와 청주 제품 5개는 모두 클래식, 즉 맛이 첨가되지 않은 제품으로 조사되었으나, 희석식 소주 제품의 경우 6개 중 4개 제품에 과일 맛이 첨가된 것으로 확인됨. 4개의 과일 맛 제품의 경우 각각 블루베리, 유자, 딸기, 복숭아 맛이 더해진 것으로 조사됨

[표 5.4] 캐나다 증류식 소주 제품 맛 경쟁력 분석

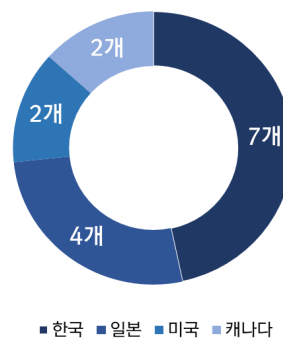


5) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 한국산 제품

캐나다에서 판매되고 있는 증류식 소주 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 7개 제품이 한국산 제품으로 확인됨. 그 외 8개 제품은 일본산 4개, 미국산 2개, 캐나다산 2개로 조사됨. 한국산 제품이 많이 조사된 것은 한국식 희석식 소주가 조사제품으로 선정되었기 때문으로 추정함

[표 5.5] 캐나다 증류식 소주 제품 원산지 경쟁력 분석



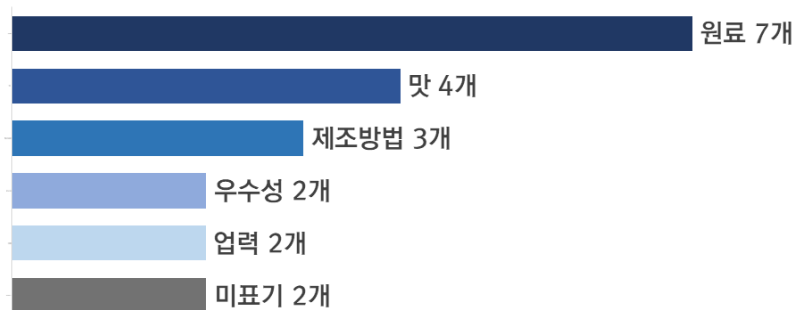
*원산지가 '남미'로 기재된 4개 제품은 각각 캐나다산 2개, 칠레산 1개, 우루과이산 1개로 확인됨

6) 홍보문구

▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 제품의 원료를 강조하는 홍보문구 사용

캐나다에서 판매되고 있는 증류식 소주 경쟁제품 15개의 홍보문구를 조사한 결과, 13개 제품이 홍보문구를 사용하는 것으로 확인됨. 13개 제품 중 6개 제품은 2개 이상의 키워드를 사용하여 홍보문구를 기재함. 홍보문구의 키워드를 분석한 결과, 우수한 원료를 강조하는 에 대한 문구를 사용하는 제품이 7개로 가장 많았음. 그 외 제품의 맛을 표현한 제품 4개, 제조방법을 기재한 제품 3개, 제품의 우수성을 강조한 제품 3개, 제조사의 설립연도를 기재하여 업력을 강조한 제품은 2개로 확인됨

[표 5.6] 캐나다 증류식 소주 제품 홍보문구 경쟁력 분석



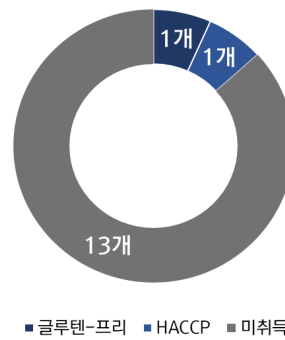
*홍보문구를 기재한 13개 제품 중 6개 제품은 2개 이상의 키워드를 사용하여 홍보문구를 기재함

7) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 2개 제품, 식품 관련 인증 취득

캐나다에서 판매되고 있는 증류식 소주 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 2개 제품만이 식품 관련 인증을 취득한 것으로 확인됨. 2개 제품이 취득한 인증의 종류는 글루텐-프리(Gluten-Free)와 HACCP으로 2종류에 불과함. 각 제품은 글루텐-프리 또는 HACCP만을 취득하였음

[표 5.7] 캐나다 증류식 소주 제품 인증 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 오프라인 매장에서 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 오프라인 매장 : 엘씨비오(LCBO)

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품

(*) 100ml당 가격, 홍보문구, 인지도

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



경쟁력 분석 제품
(A사 _ 화요 41)

‘높은 도수에도
부드러운 향을 지닌 증류주’

소주
(증류식)

공통 특징 ①
제품 종류

보드카

유리병

공통 특징 ②
포장 형태

유리병



현지 벤치마킹 인기 제품
(디아지오 _
스미노프 보드카)

6.27달러
(약 5,333원)

벤치마킹 ▶
100ml당
가격

3.70달러
(약 3,149원)

원료(쌀) 강조,
(-)

벤치마킹 ▶
홍보문구
인지도

업력, 인기 강조,
현지 유명 제품

‘전 세계적으로 유명한
현지 인기 보드카’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 100ml당 가격

▶ 벤치마킹 제품, 100ml당 3.70달러(약 3,149원)의 보드카 제품

현지 시장에는 다양한 주류 제품이 판매되고 있으며 전통적으로 증류주, 특히 보드카가 인기임. 현지 인기 제품들은 중저가의 보드카 제품이며 브랜드 선호도와 인기가 높음. 벤치마킹 제품은 100ml당 가격으로 비교하면 약 59% 수준으로 저렴함. 또한, 캐나다뿐만 아니라 전 세계적으로 인지도가 높아 소비자들 큰 고민 없이 구매하는 제품임

[표 5.8] 캐나다 증류식 소주 인기 제품, 100ml당 가격 인터뷰 분석

(인터뷰)

스미노프 외에도 세계적으로 유명한 애플루트, 스카이 등의 브랜드는 제품 겉면에 브랜드 로고와 제품명만을 표기합니다. (중략) 주류뿐만 아니라 식품 대부분이 프리미엄을 표방하는 경우 화려하기보다는 단순한 디자인을 사용한다는 것을 고려하면 지금 디자인에 ‘부드럽고 깔끔한’ 등의 짧은 홍보문구만을 넣는 것이 좋겠습니다. (중략) 현지 상황상 저가 전략이나 공격적인 판촉이 불가능한 만큼 보드카보다 경쟁력을 갖출 수 있는 요소가 무엇인지 생각해봐야 할 것입니다.

- Ms. Janette (크래프트 셀러, 세일즈 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 홍보문구, 인지도

▶ 벤치마킹 제품, 높은 인지도를 바탕으로 간결한 홍보문구와 포장 디자인 사용

벤치마킹 제품은 별도의 홍보문구를 기재하지 않아도 소비자들 인지할 정도로 브랜드 인지도가 높은 제품임. 벤치마킹 제품 외 현지에 판매되는 프리미엄 주류는 화려한 홍보문구나 포장 디자인보다는 특색있고 간결한 디자인을 사용하여 고급화에 노력함. 현지 시장 특성상 주류에 대한 규제가 많은 만큼 저가 전략과 공격적인 판촉이 불가능한 만큼, 제품을 알릴 수 있는 간결한 홍보문구와 SNS 홍보를 통한 인지도 향상이 필요함

[표 5.9] 캐나다 증류식 소주 인기 제품, 홍보문구, 인지도 인터뷰 분석

(인터뷰)

스미노프는 독특한 맛, 높은 브랜드 인지도를 바탕으로 적극적인 판촉 전략을 시행할 뿐만 아니라 다양한 포장 형태와 용량으로 제품을 출시하여 소비자들의 요구를 충족하고 있습니다. 또한, 750ml 기준 30달러(약 425,533원) 이하의 저렴한 가격도 인기 요인으로 보입니다. 반면, A사 제품은 비교 기준 제품의 절반 용량임에도 가격은 거의 비슷한 수준입니다. 프리미엄 제품이라 하더라도 아직 시장점유율이 높지 않은 만큼 가격 조정은 필요해 보입니다.

- Mr. Chad (리큐어 마트, 세일즈 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 4개사, 오프라인과 온라인 판매 채널 진출

캐나다에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 온타리오주에서 증류주 판매가 가능한 유일한 매장인 주류 전문점 엘씨비오(LCBO)의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰에 경쟁기업 4개사 모두 진출하였음. 캐나다의 주류판매 및 유통업체 법적 제한으로 자사 홈페이지와 엘씨비오(LCBO) 외 다른 유통채널에서는 증류식 소주를 비롯한 증류주 제품이 판매되지 않는 것으로 조사됨. 자사 홈페이지는 기업 및 제품 홍보 목적으로 운영됨

[표 5.10] 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인	온라인	
	엘씨비오	자사 홈페이지	엘씨비오
B사	○		○
빔 산토리	○		○
디아지오	○		○
하쿠츠루 사케	○		○

2) 홍보 채널

▶ 캐나다에서의 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

경쟁기업 4개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 빔 산토리, 디아지오, 하쿠츠루 사케는 별도의 브랜드 홈페이지를 운영하여 제품을 홍보하고 있음. 캐나다에서 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보 활동은 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활용하여 이루어지고 있음. 특히, 인스타그램은 경쟁기업 4개사 모두 활용하고 있는 SNS 플랫폼임. 빔 산토리와 디아지오는 4개의 주요 SNS 플랫폼 모두 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있는 것으로 조사되었으며, 특히 디아지오는 글로벌 계정 외에도 별도로 캐나다 현지 계정 또한 4개 플랫폼 모두 운영함

[표 5.11] 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
B사	○ (글로벌)		○ (현지)		
빔 산토리	○ (글로벌)	○ (글로벌)	○ (글로벌)	○ (글로벌)	○ (글로벌)
디아지오	○ (글로벌)	○ (현지)	○ (현지)	○ (현지)	○ (현지)
하쿠츠루 사케	○ (글로벌)		○ (현지 북미)		

3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘맛’과 원료의 ‘품질’, 제품의 ‘전문성’을 강조하여 경쟁제품 홍보

캐나다 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 맛과 품질, 전문성을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조하는 문구로써 ‘부드러운’, ‘미묘한 단맛’, ‘자연스러운 단맛’, ‘순하고 진한 맛’, ‘가볍고 신선한 맛’, ‘풍성한’, ‘부드러운 뒷맛’ 등을 사용하였으며, 원료의 품질을 강조하는 문구로써 ‘모든 천연 성분’, ‘최고의 감귤류’, ‘USDA 유기농 인증’, ‘최고급 쌀’ 등을 사용하였음. 제품의 전문성을 강조하는 문구로는 ‘250년 전통’, ‘산토리 장인의’, ‘100년 이상의 경험과 전문성’, ‘세계 최고의 바텐더가 가장 추천’ 등을 사용하였음

[표 5.12] 캐나다 증류식 소주 경쟁기업 홍보문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

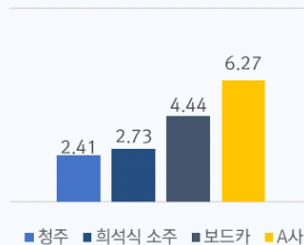
VI. Export Insights



가격(달러/100ml당)

A사 6.27달러
희석식 소주 2.73달러
보드카 4.44달러
청주 2.41달러

A사 제품 100ml당 가격
현지 경쟁제품 대비 비싼 편

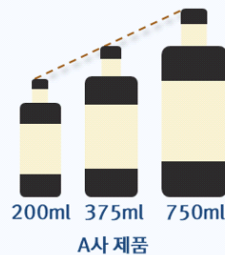


현지 조사 결과, 증류주 제품은 크게 희석식 소주 제품, 보드카 제품, 청주 제품으로 분류됨. 조사한 경쟁제품 15개의 평균 100ml당 가격은 3.08달러(약 2,620원)로 A사 제품의 100ml당 가격보다 약 49% 저렴함. 제품 종류별 평균 100ml당 가격은 보드카 제품이 4.44달러(약 3,782원)로 가장 비싸고 청주 제품이 2.41달러(약 2,050원)로 가장 저렴함. A사 제품과 가장 유사한 희석식 소주 제품의 경우 2.73달러(약 2,321원)로 중간 수준이지만, 전체 평균보다는 다소 저렴한 것으로 확인됨. 증류주 제품의 가격은 주로 도수에 따라 결정되는데 A사 제품은 비슷한 도수인 보드카 제품보다도 약 1.4배 비쌈

용량(ml)

A사 375ml
희석식 소주 360ml
보드카 750ml
청주 573ml

A사 기준 제품 용량(ml)
현지 경쟁제품 대비 작은 편이지만
출시된 3가지 용량을 고려하면
유의미한 차이는 없음



현지 경쟁제품의 평균 용량은 535ml로 A사 기준 제품의 용량 375ml보다 약 1.4배 큼. 제품 종류별 평균 용량은 보드카 제품이 750ml로 가장 크고, 청주 제품 573ml, 희석식 소주 제품 360ml로 뒤를 이었음. A사 기준 제품은 희석식 소주 제품 외 보드카 제품과 청주 제품의 평균 용량보다 작지만, 기준 제품 외 750ml 용량도 판매하고 있어 이를 고려하면 유의미한 차이는 아님. 다만, 경쟁제품들도 A사처럼 다양한 용량으로 출시된 만큼, 기준 제품 외 200ml, 750ml 제품은 현지 시장에서 판매할 것을 추천함

원료 및 첨가물

**쌀로 만든
프리미엄 증류식 소주**

원료로써 독특하진 않지만
제품 홍보요소로는 적합함



바이어 인터뷰에 따르면 증류주 구매 시 원료를 우선 고려하여 구매하는 소비자는 많지 않음. 사케 등 청주 제품도 쌀을 주원료로 하는 만큼, '쌀'을 사용하였다고 해서 제품의 특징점은 될 수 없음. 하지만 쌀로 만들었기에 '부드럽고 깔끔한' 소주라면 제품의 차별점이 되므로 이 점을 살려서 홍보할 것을 추천함

홍보문구

제품의 맛, 품질, 전문성 강조

경쟁기업 맛과 품질, 전문성을
강조하여 홍보문구를 기재함

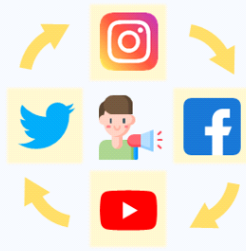


경쟁기업은 제품의 맛과 품질, 전문성을 강조하여 제품을 홍보함. '부드러운', '미묘한 단맛', '자연스러운 단맛', '순하고 진한 맛', '가볍고 신선한 맛', '풍성한', '부드러운 뒷맛' 등을 사용하여 제품의 맛을 표현하였으며, '모든 천연 성분', '최고의 감귤류', 'USDA 유기농 인증', '최고급 쌀' 등을 활용하여 우수한 원료로 만들어 품질이 우수함을 강조함. 또한 '250년 전통', '산토리 장인의', '100년 이상의 경험과 전문성', '세계 최고의 바텐더가 가장 추천' 등의 문구를 통해 제조기업의 오래된 역사와 전문성을 부각하여 소비자들의 구매를 유도하고자 함

마케팅

홍보채널: 자사 및 브랜드 홈페이지, SNS 플랫폼

경쟁기업, 자사 홈페이지 및
SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 4개사는 모두 글로벌 자사 홈페이지를 운영하고 있으며, 미국과 함께 묶어 북미 현지 홈페이지를 운영하는 기업도 있음. 빔 산토리와 디아지오는 캐나다의 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 모두 운영하지만, 디아지오가 북미 또는 캐나다 계정을 운영하는 반면 빔 산토리는 글로벌 계정만을 운영함. B사와 하쿠츠투 사케는 현지 인스타그램 계정만을 운영함. 경쟁기업 모두 계정 운영은 활발하나, 현지 주류법이 강한 만큼 적극적인 판촉보다는 제품 사진 게시가 주를 이룸

소비자 인식 및 시장 동향

COVID-19에 의한 시장 변화 캐나다 주류법 제한

현지 소비자 인식 속
'소주' 이미지 개선 필요
하지만, COVID-19임에도
주류 시장은 성장하였으므로
시장 가능성은 충분함



바이어 인터뷰에 따르면 음악, 드라마, 영화 등 한국 문화의 확산으로 자연히 소주 시장이 성장하고 있으나 주류시장 전체로 보면 절대적인 규모는 크지 않다고 함. 현지에서 한국산 소주가 '저렴한 주류'라는 인식이 강한 만큼 프리미엄 소주의 이미지를 공고히 하기 위한 노력이 필요할 것으로 보임. 또한, A사 제품의 도수가 41도로 높은 만큼 보드카나 위스키 등 현지 인기 주류와 비교되는데 신제품으로서 성공적인 시장 정착을 위한 A사만의 경쟁 요소가 요구됨. 현지 주류시장에 제한이 많은 만큼 초기 시장 정착에 다소 어려움이 있을 것으로 보임. 하지만, 유로모니터에 따르면 COVID-19 사태에도 불구하고 캐나다의 주류(알코올성 음료) 시장은 성장하였으므로, 소주와 보드카와의 차별화 요소를 가지고 적절한 포지셔닝을 통해 자리 잡는다면 프리미엄 소주로서의 성공할 것으로 예상함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 캐나다 식품 검사청(Canadian Food Inspection Agency; CFIA), B.02.003, FDR, 'Labelling Requirements for Alcoholic Beverages: Alcohol by Volume Declaration'
2. 날시티(Narcity), 'Where To Buy Alcohol in Every Province in Canada', 2014.12
3. 토론토시(City of Toronto), 'Toronto at a Glance: Indicators', 2018.12
4. 토론토시(City of Toronto) 홈페이지 (toronto.ca)
5. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)
6. 캐나다 통계청(Statistics Canada), Number of Alcoholic Beverage Merchant Wholesalers in Canada by Region, 2019.12
7. 엘씨비오(LCBO) 홈페이지 (www.lcbo.com)
8. 빔 산토리 홈페이지 (www.beamsuntory.com/en)
9. 디아지오 홈페이지 (www.diageo.com)
10. 하쿠츠히루 사케 홈페이지 (www.hakutsuru-sake.com)
11. 크래프트 셀러(Craft Cellars) 홈페이지 (craftcellars.ca)
12. 리큐어 마트(Liquor Mart) 홈페이지 (www.liquormarts.ca)
13. 리큐어 롯지(Liquor Lodge) 홈페이지 (liquorlodge.ca)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.01.08

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea