



Cambodia

캄보디아사무소

맥주 독점시장에서도 전망 밝은 한국 술

약세로 전환한 우리 주류의 캄보디아 진출

2018년 대(對)캄보디아 주류 수출액은 전년대비 66% 증가하며 급격한 성장세를 보였으나, 2019년에는 35% 하락하는 약세를 보이고 있다. 현지 바이어에 따르면 2018년에는 태국의 유명 Container Bar(Jet's Container Night Market) 등이 캄보디아에 생기면서 소주 등의 수출/판매량이 급등했으나 높은 임대료를 버티지 못한 유통업체들이 사업을 접는 등 시장 환경이 좋지 않았던 것으로 보인다.

| 우리 주류의 캄보디아 진출 수료 |

구분	2015년		2016년		2017년		2018년		2019년	
	중량 (톤)	금액 (천 \$)	중량 (톤)	금액 (천 \$)	중량 (톤)	금액 (천 \$)	중량 (톤)	금액 (천 \$)	중량 (톤)	금액 (천 \$)
주류	220	368	209	442	885	1,431	2,050	2,372	1,356	1,538

음주문화 확산되어 있고 주류 소비 더욱 증가할 전망

더운 날씨와 국민소득 증가 덕분에 맥주의 인기가 특히 높은 캄보디아에서는, 소비자들이 맥주에 열음을 넣어 마시는 것을 선호한다. 대형유통매장 및 슈퍼마켓에는 국내맥주 뿐 아니라, 각국의 다양한 수입맥주들이 넘쳐나며 가격도 한국보다 훨씬 저렴하다(330ml 기준 현지맥주 0.6달러, 수입맥주 0.85달러).

Asia Foundation 2015년 자료에 따르면 캄보디아 남자는 연평균 9.7L의 주류를 소비하며 이는 전 세계인 평균 주류 소비량인 3.5L보다 3배 정도 많은 수치이다. 또한 BMI에 따르면 캄보디아 전체 주류 소비량은 2020년에서 2024년까지 연간 8.7% 증가할 것으로 예측했다.

이렇듯 캄보디아는 주류 소비량이 높은 국가지만, 아직 음주운전을 강력히 제재하지도 않고 대리운전의 개념도 없어서 음주운전으로 인한 사고 발생률이 높다. 2017년 3,531건의 차량사고(1,780명 사상자 발생) 중 2,500건이 음주로 인한 것이라고 NGO 관계자가 발표한 바 있다.



| 현지에서 판매 중인 수입 맥주와 자국 생산 맥주 |





| 캄보디아시장에 진출한 우리 막걸리와 소주 |

한국산 맥주는 약세지만 소주와 막걸리로 승부수

캄보디아에는 한국산 맥주, 소주, 막걸리 등을 쉽게 찾아볼 수 있지만 맥주의 경우 자국산이나 다국적수입맥주 등 경쟁 품목이 많아 점유율 확대가 쉽지 않은 실정이다.

이에 반해 소주는 360ml 기준 2달러 내외로 위스키 등 다른 주류에 비해 경쟁력이 있으며, 오리지널 소주 외에도 과일 맛 소주가 다양하게 수출되고 있어 여러 고객층을 확보하고 있다. 현재 유통되고 있는 우리 소주의 종류는 진로의 참이슬, 진로24, 자몽의 이슬과 롯데의 처음처럼, 순하리 등이다. 소주는 적극적인 마케팅을 하며 캄보디아 시장을 공략 중이다. 진로의 경우 2017년 EDM페스티벌을 개최하며 젊은 층의 마음을 사로잡은 이후, 해마다 몇 차례 EDM페스티벌을 개최하면서 파티에 어울리는 술이라는 이미지로 진로소주의 인지도를 높이고 있다.

막걸리 역시 독특한 맛으로 인지도를 높여가고 있으나, 유통 기간이 1년이라는 단점이 발목을 잡고 있는 실정이다. 막걸리는 서울장수의 월매막걸리, (주)우리술의 톡쏘는 쌀, 복분자, 알밤동동 막걸리 등이 유통되고 있고, 국순당은 2018년 캄보디아 대리점을 오픈하였으나, 수익성 악화 등의 이유로 2019년 철수했다. 막걸리는 크게 슈퍼마켓·대형유통매장 및 한인식당에서 유통되며, 편의점 등에도 납품 중이지만 1개 지점 추가 오픈 시 납품회사당 500불 정도의 추가부담을 요구하는 등의 부담스러운 관행이 애로사항으로 뒤따르고 있다.

Key Point

한국문화 홍보와 더불어 우리 술 함께 어필

향후 SNS 마케팅을 통해 지속적으로 우리 술을 노출시키고, 한국 문화행사 등을 통해 홍보를 병행한다면 우리 술에 대한 인지도가 더욱 높아질 것이라는 것이 현지 바이어들의 관측이다.

캄보디아 인구 1,648만여 명 중, 약 880만여 명이 페이스북 가입했고, 20~30대 연령층이 주된 노동력·소비층이자 페이스북 사용자인다. aT 캄보디아사무소 역시 페이스북을 활용한 SNS마케팅을 지속함으로써 우리 기업들의 활약에 일조할 방침이므로 주류 기업들은 정부와 aT의 자원행사와 사업계획에 대한 정보를 활용하는 것이 도움이 될 것으로 보인다.

