

발간등록번호

11-1543000-000516-01

과실주의 유럽시장 개척을 위한 현지정보수집 및 전략개발 보고서



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

제 출 문

농림수산식품부 장관 귀하

이 보고서를 “과실주의 유럽시장 개척을 위한 현지정보수집 및 전략개발” 에 대한 최종보고서로 제출합니다.

2014년 7월 29일

(유)참분

(주)마크로밀엠브레인

연 구 진

연구기관명 : (유)참본

연구책임자 : 양석호

책임연구원 : 양석호

연 구 원 : 양인모

연 구 원 : 문지환

연구기관명 : (주)마크로밀엠브레인

책임연구원 : 김태영

책임연구원 : 이경택

연 구 원 : 김규상

연 구 원 : 최주희

연구보조원 : 김지원

외부위촉연구원

책임연구원 : 정철

연 구 원 : 이윤희

연 구 원 : 공태인

요 약 문

I. 제 목 : 과실주의 유럽시장 개척을 위한 현지정보수집 및 전략개발

II. 연구개발의 목적 및 필요성

본 연구는 한·EU FTA 시대를 맞아 국내산 과실주 개발을 통한 유럽 와인의 틈새시장을 개척하고자 기획하였다. 최근 유럽 와인 트렌드는 전 세계적인 웰빙 라이프스타일의 추구하고 함께 전통적인 스틸와인보다 가볍게 접근할 수 있는 스파클링 와인, 저도주 와인의 성장 및 신세계의 캐주얼한 와인 트렌드가 나타나고 있다. 또한 한류의 영향으로 한식에 대한 관심도 이전보다 높아, 국내산 과실주의 유럽 틈새시장 개척을 위한 적기라 할 수 있겠다.

따라서 본 연구에서는 국내산 과실주의 유럽시장 개척을 위한 현지정보수집 및 전략을 개발하고, 이러한 연구에 기반 하여 국내산 과실을 이용한 와인 제품을 개발함으로써, 향후 국내산 과실주의 유럽시장 상품화 및 시장 개척에 활용하고자 하였다.

III. 연구개발 내용 및 범위

본 연구의 범위는 첫째, 유럽 수출형 과실주의 제품 개발과 둘째, 유럽 수출형 과실주의 마케팅 전략 개발이라는 두 가지 세부 과제로 구성되어 있다. 먼저, 과실주 제품 개발은 유럽 와인의 품질 특성 분석 및 현지 시장조사와 소비자와 전문가의 조사 결과를 반영하여 국내 과실의 최적 배합비를 연구하고, 발효공정 설정, 숙성공정 설정, 청징 및 안정화, 여과 및 살균 공정, 제조공정도 및 배합비 설정 등의 절차를 거쳐 제품을 개발하였다. 다음으로, 전략 개발은 제품 개발 사전에 현지 시장조사(백화점 및 와인 전문판매점과 한식당)와 전문가 조사(와인 마케팅 연구소, 유통기업, 와인 협회 등)를 수행하였고, 제품 개발과 병행하여 소비자 조사(독일 및 프랑스 와인 소비자 1,000명)와 전략 개발을 수행하였다.

IV. 연구개발결과

1. 제품 개발

기존 국내산 복분자주의 경우 당도가 낮고 산도는 높아 단독으로 와인제조에 문제가 있으며, 향과 맛이 강하여 단독으로 술을 제조하면 기호성이 떨어진다. 그래서 대부분의 국내 시판 복분자주는 당 첨가 후 발효시킨 다음 주정을 더하는 강화 와인 형태이다. 이에 본 연구에서는 복분자에 머루를 추가하여 당도를 보완하면서도 당 첨가량은 줄이고, 복분자의 향과 맛을 개선하고자 하였다. 이를 위해 복분자와 머루의 분쇄 및 전처리 공정 최적화 연구를 수행하였고, 다음으로 최적 혼합비율을 위한 배합비 설정 연구를 수행하였다.

그 다음은 최적 발효공정 설정을 위해 혼합과실 발효액에 적합한 최적 효모설정 연구를 수행했고, 이를 위해 효모별로, 또 발효 온도별로도 이화학적 특성을 비교하였다. 다음으로는 최적 숙성공정 설정을 위해 첫산발효를 통한 품질향상 연구를 수행하였고, 용기별로도 품질변화를 비교하였다. 끝으로 최적 제조공정도 및 배합비를 설정하기 위해 $K_2S_2O_5$ 처리 여부, Pectinase 처리 여부, 효모 선별, 발효 온도 등의 최적 설정을 비교하였다.

이러한 연구를 통해 복분자와 머루는 파쇄(복분자 37.3%, 머루 55.8%의 배합비에 22 Brix), 발효(발효 온도 23°C), 압착, 숙성, 여과(활성건조효모 150ppm, Lalvin 71B, 설탕 1.2%), 병입의 과정을 거쳐 복분자 머루 혼합 스틸와인 시제품을 완성하였다. 한편, 스파클링 와인은 이 스틸와인을 병 안에서 재발효하거나 인공적으로 탄산가스를 주입하여 제조하게 된다.

2. 전략 개발

유럽 수출형 과실주의 마케팅 전략 개발을 위해 유럽 와인 시장의 구조와 와인 소비자의 소비행동 및 태도, 그리고 유럽 수출형 과실주의 Prototype Concept에 대한 수용도를 알아보고자 하였다. 특히 진출 시장의 매력도를 고려하여 독일과 프랑스 2개 국가를 선정하였으며, 현지의 와인 연구소와 와인 협회, 유통업체, 생산업체를 대상으로 하는 전문가 심층 면접조사와 와인 판매점 및 한식당을 대상으로 하는 방문 조사, 그리고 독일과 프랑스의 와인 소비자 1,000명을 대상으로 하는 온라인 조사로 나누어 진행하였다.

먼저 전문가 조사와 유통점 방문 조사 결과 다음과 같은 사항을 확인하였다. 첫째, 유럽 시장 전반으로 볼 때 저도주 트렌드가 성장하고 있으며, 스파클링 와인 시장의 성장세가 예상되었다. 특히 젊은 층을 중심으로 낮은 가격대, 저도주, 브랜드와 패키지에서 젊은 감수성에 맞는 캐주얼한 와인에 대한 수요가 존재한다고 보았다. 또한 전통 와인시장이 강한 프랑스에 비해, 스파클링 와인 시장과 기타 과실주 시장이 존재하는 독일 쪽이 틈새시장의 가능성이 높다고 보았다.

둘째, 국산 과실주의 현재 품질로는 유럽 와인과 경쟁하기에는 어렵다는 점을 확인하였다. 국내산 복분자주, 오디주, 복분자 오디 혼합주 등을 전문가 관능평가를 통해 의견을 청취하였으며, 전반적인 품질개선이 필요한 것으로 나타났다.

이러한 전문가 및 유통점 조사 결과, 제품에 대해서는 포도 이외의 과실주로 sweet한 스파클링 와인, 한식과 함께 제공하는 반주 또는 후식주, 캐주얼하면서도 유니크한 패키지의 컨셉을 설정할 수 있었다. 유통에 대해서는 마트나 일반 판매점을 통한 대중적인 접근은 어려운 것으로 판단하였으며, 국내산 식재료를 공급하는 유통업자를 중심으로 한식당 프로모션 위주의 접근이 효과적일 것으로 보았다. 특히 초기에는 고가전략을 펴기에는 한계가 많을 것으로 판단된다. 프로모션은 한류, K-Pop 등 문화적 요소와 연계한 한국 관련 행사나 한식당 위주가 적절할 것이며, 젊은 층을 대상으로는 이국적인 문화를 접하게 한다는 느낌으로 호기심을 자극할 필요가 있다.

다음으로 소비자 조사를 수행하여 다음 사항을 확인하였다. 첫째, 개발 방향으로서의 스파클링 스위트 와인 컨셉은 프랑스보다는 독일, 남성보다는 여성 집단에서 선호가 높게 나타나고 있다. 다음으로 Prototype Concept인 한국산 과실주의 경우는 전반적으로 특별한 관심을 끌지는 못하고 있으며, 이는 인지도 수준의 배리어가 높기 때문으로 보인다. 다만 독일 여성 집단에서는 컨셉 수용도가 상대적으로 높았다. 둘째, 유통과 관련해서는 한국에 대한 인지도는 피상적 수준이었지만, 한식과 함께 한국 주류를 마셔 볼 의향도 높은 편으로 나타났다. 특히, 한식당에서 종업원이 권유할 경우 한 번 정도 시도해 볼 가능성이 높아 보였다. 이 때 신제품 음용 시도를 높이기 위해 미니어처 제공, 원 플러스 원 등 술 사은품을 제공하는 방안이 적절할 것으로 보인다.

V. 연구성과 및 성과활용 계획

1. 연구성과

첫째, 복분자와 머루를 주 원료로 한 국내산 과실주를 개발하였다. 특히 유럽 소비자의 선호를 반영하여 한식과 조합된 반주 및 후식주 개념의 과실주 레시피 및 시제품 개발을 완료했다.

둘째, 유럽 와인시장의 틈새 공략을 위한 현지 시장조사 및 소비자조사를 통해 제품 개발의 방향성 및 마케팅 전략 방향성을 수립하였다.

2. 성과활용 계획

단기적으로 유럽 틈새시장의 개척을 목표로 하고 있으며, 차년도 이후 주관 연구기관인 (유)참본의 유럽 시장 진출에 활용할 계획이다. 나아가 중장기적으로는 국내산 과실 소비의 촉진 및 농가소득 확대와 수출 증진에 기여할 것으로 기대할 수 있으며, 국내 과실주 및 전통주 시장의 활성화에도 기여할 수 있을 것이다. 또한 한식과 어울리면서도 유럽 소비자의 선호에 맞는 과실주를 개발함으로써 한식세계화에도 기여할 수 있을 것이다.

Summary

I. Local information gathering and strategy development for the European markets of fruit wine

II. The purpose of the research and development and the need

This study is planned to carve a niche in the European wine market through domestic development in era of the EU FTA. Last lightly sparkling wine that can be accessed, it appears I have a casual wine growing trend of the week, and the New World wines than traditional steel wine with the pursuit of global wellness lifestyle trends are European wines. Also higher than the previous concern about the impact of the Korean Wave, we got the homegrown fruit wine can be called for European small niche markets.

This study developed a strategy for collecting local information and European markets and the domestic fruit wine, fruit wine was to take advantage of future domestic European market, commercialize and market development by developing products using domestic fruit wines based on these studies, .

III. Research and development content and scope

It consists of two detailed marketing strategy development challenges that Europe European export-oriented fruit wine and fruit wine product development Second, the scope of the present study is the first. First, fruit wine product research and development is the best ratio to reflect the analysis of the domestic fruit quality characteristics of European wines and local market research and survey of consumers and professionals, set up the fermentation process, aging process set, clarifying and settling, filtration and disinfection after the product has been developed, such as a process, the process is also produced, and mixing setup procedure. Next, was performed to investigate the local market (department and specialized wine shops and Korean restaurants), and the expert investigation (Wine Institute of Marketing, Distribution Company, wine associations, etc.) to advance product development strategy development, consumer research and product development in parallel (1,000 German and French wine consumers) and strategy.

IV. R & D results

1 Product Development

For existing domestic problems of Bokbunjaju, low sugar content and high acidity of the wine-making alone, less palatable drink because of a strong aroma and flavor. So, most of the domestic market Bokbunjaju is fermented and then add the sugar and then adding alcohol fortified types. Reduce the amount of sugar, was to improve the flavor and taste of the Bokbunjaju by adding Meoru(Korean wild grapes) in this study. Crushing and pre-treatment process was performed and Optimization of Meoru. To this end, the mixing was carried out research for the optimum mixing ratio set next.

We perform a suitable mixture for optimum fruit fermented yeast fermentation process sets the

optimal setting research, yet it was afterwards for each yeast, fermentation temperatures by comparing the physicochemical properties. Study was performed to improve the quality lactic acid through fermentation process for optimal fermentation set, and comparing the quality of the container if it changes. We compared the optimum settings such as whether the process K2S2O5, Pectinase whether treatment of yeast selected, to set the fermentation temperature and the mixing process is also best prepared in the end.

Through this study was crushed Bokbunja and meoru (Bokbunja 37.3%, 22 Brix ratio of the 55.8% of meoru), fermentation (fermentation temperature 23 °C), pressing, fermentation, filtration (active dry yeast 150ppm, Lalvin 71B, sugar 1.2%) was finished steel mixing meoru Bokbunja wine through the process of feeding trial. On the other hand, it is re-fermented in the bottle is still manufacturing the wine or artificially by injecting carbon dioxide into sparkling wine.

2 Strategy Development

To evaluate the consumption behavior of wine consumers of the European wine market structure and attitude, the acceptance of the Prototype Concept for the development of the European export-oriented fruit wine and fruit wine export-oriented marketing strategy in Europe. In particular, we selected the two countries, Germany and France to consider the attractiveness of market entry, visit targeted to professionals with in-depth interviews with the Wine Institute and the destination of the local wine association, distributors, retailers and wine producers of Korean Restaurants and the online survey was conducted targeting the 1000 wine consumer in Germany and France.

First, research professionals visiting retail stores and research results show the following: First, the trend of lower ABV is growing in the European market and estimated growth of the sparkling wine market. There are demands for casual wine in brands and in the package especially around the low price for young generation. In addition, compared to France in which the traditional wine market is strong, it looked likely the German side of the niche market that exists other fruit wine and sparkling wine market.

Second, it was confirmed that it is difficult to compete with European wine for the current quality of domestic wine. We listen to the feedback from the expert sensory evaluation of such Domestic bokbunjaju, ohdiju, Raspberry Audi honhapju, was found necessary to improve the overall quality.

Expert and retailers such findings, for products with sweet fruit wine other than grape wines, or dessert accompaniment served with Korean and weeks, it was a unique set of packages casual concept. For the distribution, it is seen to be effective in the Korean restaurant promotion-oriented approach rather than supplying the general public access. In particular, we believe the initial push for the price has the limits. It is needed to stimulate a sense of curiosity that is exposed to exotic cultures to target younger and cultural factors, such as K-Pop or Korean restaurants, Korea-related events and focused promotions.

It was confirmed by performing the following consumer survey. First, it appears males than in the female population, French than German preferred development concept direction sparkling sweet wine. Second, Prototype Concept of Korean fruit wine may not have attracted special

interest as a whole which seems to be due to the barrier of the awareness level. However, female groups in Germany relatively accepted the concept. Second, related to distribution, the awareness of Korea is superficial level, but showed a high willingness to try alcohol with Korean food. In particular, if they are to recommended in the Korean restaurant it is more likely to try at least once. When this method is expected, to provide gifts such as miniature liquor, one plus one drink to try would increase the consumption.

V. Research and planning and utilization

1 Result

First, the main raw material in the domestic fruit wine meoru Raspberry and development. In particular, fruit wine recipes and complete the prototype development of a combination of Korean and European consumers to reflect the preferences of the main concepts accompaniment and dessert.

Second, the establishment of product development and marketing strategies directional orientation through local market research and consumer surveys for the European wine market niche targeting.

2 Plan and utilization

The plan in the short term and in the planting and target niche markets in Europe, use the entry of the host research organization Chambon next year. It is expected to contribute further promotion and consumption of homegrown fruit farm income expansion and export promotion in the long term, and will be able to contribute to the activation of the domestic market, fruit wine and traditional drinks. It will also be able to contribute for the globalization of Korean food by developing fruit wine preferences in Europe.

CONTENTS

Chapter 1. Overview of research	1
I. Necessity of research	2
II. Strategies and methods for research	3
III. Research Design	6
IV. Research Content	8
V. Respondent Characteristics	10
Chapter 2. main site investigation findings	12
I. Expert Survey	13
II. Retail Survey	23
Chapter 3. Consumer Survey Results	29
I. Alcohol Drinking Behavior	30
II. Wine Key buying Facto	58
III. Wine distribution channels	89
IV. Explore Market Opportunities	105
Chapter 4. Summary of Survey Results	138
I. Summary of field survey results	139
II. Alcohol Drinking Behavior	141
III. Wine drinking behavior	143
IV. Wine purchasing behavior	148
V. New Product Concept Testing	151
VI. Consumer research sintering	158
VII. Derive marketing strategies	163
Chapter 5. European export fruit wine Development Report	165
I. Establishment of European wine quality characterization ratio and the mix of domestic fruit	166
II. Establishment of optimum fermentation	181
III. Establishment of optimal aging process	192
IV. Manufacturing Process and optimal ratio setting research	197
V. Sparkling wine manufacturing research using Still wine	199
VI. Comparative quality assessment and improvement of European wine and bokbunjaju future	205

연구개발보고서 초록

과 제 명	(국문) 과실주의 유럽시장 개척을 위한 현지정보수집 및 전략개발		
	(영문) Strategy Development and Information Collection for Europe Market Exploitation of Korean Wine		
연 구 기 관	(유)참본	연 구 자	(소속) (유)참본
참 여 기 관	(주)마크로밀엠브레인	책 임 자	(성명) 양석호
연 구 비	계 일억삼천삼백사십만원정	총연구기간	2013. 8. 1.~ 2014. 7. 30.(1년)
참 여 연 구 원	11명 (책임연구원: 4명, 연구원: 5명, 연구보조원: 2명, 보조원 0명)		

○ 연구개발 목표 및 내용

1. 연구목표

- 유럽 수출형 과실주 개발을 위한 유럽 소비자의 과실주 소비 패턴 동향 파악
- 국내 과실(복분자, 매실, 머루)을 이용한 유럽 소비자 타겟형 고품질의 still wine 및 sparkling wine 개발
- 서양식과 어울리는 맞춤형 과실주 개발
- 유럽 시장 유통을 위한 마케팅 전략 수립

2. 연구내용

- 유럽 과실주 시장 현황 조사를 통한 제품개발 방향 설정 연구
- 유럽 소비자 타겟형 과실주 개발을 위한 유럽 소비자, 전문가 및 유통 업체 대상 기호도 및 소비 패턴 조사
- 국내 과실을 이용한 still wine, sparkling wine, 식후, 식전주 개발
- 국내 과실 혼합을 통한 still wine 및 sparkling wine 제조공정도 및 레시피 개발
- 유럽 수출을 위한 마케팅 전략 수립
- 원가산출 및 적정 수출 단가 산출
- 수출 판로 개척을 위한 루트 연구
- 유럽 과실주 틈새 시장을 공략할 전략 수립

○ 연구결과

1. 국내 복분자·머루를 이용한 과실주의 유럽 진출 주요 전략은 현지 한식과 어울리는 과실주 개발
2. 유럽인들의 한국 주류에 대한 인지도는 매우 낮은 편이나 한식에 대한 호감도와 문화에 대한 호기심이 많은 것으로 나타남.

- 시장조사 결과, 국내 과실주에 비해 품질과 가격 면에서 비교우위에 있는 유럽산 와인과
의 제품 차별화는 현실적으로 어려우나 한식과 조합된 후식 개념의 과실주(still wine 또는
sparkling wine 타입)를 개발하여 틈새시장을 공략하는 전략은 주효할 것

- 수출용 과실주의 개발 컨셉트는 still sweet wine 또는 sparkling sweet wine 타입으로 식
사 반주나 후식용이며, 알코올 농도 13%, 750ml용량을 선호하며 가격대는 1만원대가 적절
한 것

3. 국내산 원료에 대한 유럽 소비자들의 신뢰도가 타 아시아 지역에서보다 높고 기능성이 우
수한 복분자와 머루를 주원료로 제조된 과실주의 이미지 홍보가 판매전략의 중요한 관건으
로 나타남.

4. 한국형 과실주의 보급은 현지 한식당을 중심으로 시작하여 아시아 식당 및 식품점, 와인
전문점 등을 통해 판로를 개척하는 단계별 마케팅 전략이 필요하며, 특히 국내 주류를 수
입하여 유럽시장에 판매하는 지역 전문 벤더들과의 판매망 구축 여부가 초기 정착의 성패
를 가를 것으로 판단됨.

5. 본 연구에서는 유럽 소비자들이 와인 선택에 있어서 맛을 가장 중요한 요소로 여겨 기존
복분자와 머루를 이용한 국내 과실주의 맛과 풍미를 유럽인들의 입맛에 맞게 개선하는 연
구를 시도하여 산도를 낮추고 아로마를 강화하는 시제품 개발을 완료

6. 기존 복분자를 주원료로 한 복분자주는 당도가 낮고 산도가 높아 기호도가 떨어지는 단점
이 있어 본 연구에서는 복분자에 머루를 첨가하여 당도와 산도를 보완하였고, 최적 발효 온
도와 와인 전용 양조용 효모를 선발하는 실험을 통해 유럽인들이 선호하는 맛으로 품질을
개량

○ 연구성과 및 성과활용 계획

1. 연구 성과

- 복분자와 머루를 주원료로 한 국내 과실주 개발
- 와인의 본고장인 유럽의 틈새시장을 공략할 판매·마케팅 전략을 해외 시장조사 전문업체
인 마크로밀 엠브레인과 공동으로 온·오프라인 조사방식을 동원하여 수립

2. 성과 활용 계획

- 국내 잉여과실 소비 촉진 및 농가소득 증대
- 한·EU FTA에 따라 국내 과실주 수출 강화
- 국내 과실주 시장의 활성화에 기여
- 한식과 더불어 국내 과실주 이미지 개선과 세계화에 기여

목 차

제1장 조사 개요1

- I. 연구의 필요성 2
- II. 연구의 추진 전략 및 방법 3
- III. 조사 설계 6
- IV. 조사 내용 8
- V. 응답자 특성 10

제2장 현장 조사 주요 조사 결과12

- I. 전문가 조사 13
 - 1. 마케팅 연구소: 독일 가이젠하임 대학 와인연구소 13
 - 2. 유통업체: 프랑스 와인 유통 떼르 아 뱅 16
 - 3. 와인협회: 독일 뷔르템베르크 와인협회 18
 - 4. 생산업체: 오스트리아 생산업체 로제티 20
- II. 소매점 조사 23
 - 1. 한식당①: 독일 프랑크푸르트 한식당 신라 23
 - 2. 한식당②: 프랑스 스트라스부르 한식당 “두리” 25
 - 3. 판매점①: 독일 프랑크푸르트 일반판매점 26
 - 4. 판매점②: 독일 튀데스하임 전문 판매점 27

제3장 소비자 조사 결과 분석29

- I. 주류 음용 행태 30
 - 1. 주류 음용 비중 30
 - 2. 최선호 주류 32
 - 3. 음용 비중 증가 주류 34
 - 4. 음용 비중 감소 주류 36
 - 5. 와인 음용 빈도 38
 - 6. 한 달 평균 와인 음용 일수 40
 - 7. 하루 평균 와인 음용량 42
 - 8. 향후 와인 음용량 변화 44
 - 9. 최빈 음용 와인 46
 - 10. 최근 음용 와인 48
 - 11. 향후 구입 의향 와인 50
 - 12. 평소 구입하는 와인 가격대 52

13. 최근 와인 음용 장소	54
14. 최근 와인 음용 동반자	56
II. 와인 Key buying Factor	58
1. 최근 음용 와인 이유	58
2. 최근 음용 와인 만족도	65
3. 최근 음용 와인 재구입 의향	67
4. 와인 중요 속성	69
5. 선호 와인 맛	76
6. 이상적인 와인 이미지	78
7. 영향력 있는 와인 정보 채널	85
8. 업소 내 와인 브랜드 선택 기준	87
III. 와인 유통 채널	89
1. 매장 와인 구입 경험	89
2. 매장 내 와인 구입 종류	91
3. 매장 내 와인 구입 비중	93
4. 매장 이용 와인 구매 빈도	95
5. 와인 구매 선호 매장	97
6. 매장 이용 와인 구매량	99
7. 매장 이용 와인 선택 방법	101
8. 매장 구입 와인 음용 장소	103
IV. 시장 기회 탐색	105
1. 한국 인지도	105
2. 한국 문화 경험	107
3. 한국 대중문화 호감도	111
4. 한국 주류 음용 경험	113
5. 음용 경험 한국 주류 (중복응답)	115
6. 한국 주류 만족도	117
7. 한국 식당 이용 의향	119
8. 한국 식당 내 한국 주류 음용 의향	121
V. 컨셉 테스트	123
1. 와인 컨셉 테스트	123
2. 전반적 호감도	127
3. 향후 구입 의향	129
4. 적정 가격	131
5. 구입 희망 장소	133
6. 선호 프로모션	135

제4장 조사 결과 요약138

I. 현장 조사 결과 요약	139
1. 유럽 와인 시장 및 소비자의 특성	139
2. 국산 과실주에 대한 평가	139
3. 마케팅 전략	140
II. 주류 음용 행태	141
1. 선호 주류	141
2. 주류 음용 비중 변화 의향	142
III. 와인 음용 행태	143
1. 와인 소비량	143
2. 선호 와인 종류	144
3. 와인 선택 이유	145
4. 최근 음용 와인 만족도	146
5. 최근 음용 와인 재구매 의향	146
6. 이상적인 와인 이미지	147
IV. 와인 구매 행태	148
1. 와인 브랜드 선택 방법	148
2. 매장 이용 행태	149
3. 매장 구입량	150
V. 신제품 컨셉 테스트	151
1. 한국에 대한 인식	151
2. 한국 주류 경험	152
3. 한국 주류 음용 의향	153
4. 신제품 수용도	154
5. 신제품 구매의향 채널	155
6. 선호 프로모션	156
7. 신제품 적정 가격	157
VI. 소비자 조사 소결	158
1. 목표집단 설정	158
2. 목표집단 특성	159
3. 제품 수용도	160
4. 유통 전략	161
5. 적정 가격	162
6. 프로모션 전략	162

VII. 마케팅 전략 도출	163
1. 제품 컨셉 개발	163
2. 유럽 수출용 과실주 마케팅 전략 도출	164

제5장 유럽 수출용 과실주 개발 보고서165

I. 유럽 와인 품질 특성 분석 및 국내 과실의 혼합을 위한 배합비 설정연구	166
1. 유럽 소비자의 선호도가 높은 still 및 sparkling wine 분석	166
2. 복분자, 매실, 머루의 혼합을 위한 연구	170
II. 최적 발효공정 설정 연구	181
1. 혼합과실 발효액에 적합한 최적 효모설정연구	181
III. 최적 숙성 공정 설정 연구	192
1. 젖산발효를 통한 과실주의 품질향상 연구	192
2. 용기에 따른 과실주의 품질 변화 연구	194
IV. 최적 제조공정도 및 배합비 설정 연구	197
1. K2S2O5 처리 여부	197
2. Pectinase 처리 여부	197
3. 효모 선별	197
4. 발효온도	198
V. Still wine을 이용한 Sparkling wine 제조연구	199
1. 효모 선별, 당분을 이용한 2차 병 발효 및 이화학적 특성 분석	199
2. 최적 제조공정도 및 배합비 설정연구	203
3. 복분자-머루와인 제조원가 계산서(750mL기준)	204
VI. 유럽와인과 복분자주의 품질평가 비교 및 향후 개선방안	205
1. 머루-복분자와인과 시판되는 포도와인종류별 휘발성분 함량 비교	206

부록: 설문지

[그림 목차]

그림3-1. 주류 음용 비중	30
그림3-2. 최선호 주류	32
그림3-3. 음용 비중 증가 주류	34
그림3-4. 음용 비중 감소 주류	36
그림3-5. 와인 음용 빈도	38
그림3-6. 한 달 평균 와인 음용 일수	40
그림3-7. 하루 평균 와인 음용량	42
그림3-8. 향후 와인 음용량 변화	44
그림3-9. 최빈 음용 와인	46
그림3-10. 최근 음용 와인	48
그림3-11. 향후 구입 의향 와인	50
그림3-12. 평소 구입하는 와인 가격대	52
그림3-13. 최근 와인 음용 장소	54
그림3-14. 최근 와인 음용 동반자	56
그림3-15. 최근 음용 와인 이유	58
그림3-16. 최근 음용 와인 만족도	65
그림3-17. 최근 음용 와인 재구입 의향	67
그림3-18. 와인 중요 속성	69
그림3-19. 선호 와인 맛	76
그림3-20. 이상적인 와인 이미지	78
그림3-21. 영향력 있는 와인 정보 채널	85
그림3-22. 업소 내 와인 브랜드 선택 기준	87
그림3-23. 매장 와인 구입 경험	89
그림3-24. 매장 내 와인 구입 종류	91
그림3-25. 매장 내 와인 구입 비중	93
그림3-26. 매장 이용 와인 구매 빈도	95
그림3-27. 와인 구매 선호 매장	97
그림3-28. 매장 이용 와인 구매량	99
그림3-29. 매장 이용 와인 선택 방법	101
그림3-30. 매장 구입 와인 음용 장소	103
그림3-31. 한국 인지도	105
그림3-32. 한국 문화 경험	107
그림3-33. 한국 대중문화 호감도	111
그림3-34. 한국 주류 음용 경험	113
그림3-35. 음용 경험 한국 주류	115
그림3-36. 한국 주류 만족도	117
그림3-37. 한국 식당 이용 의향	119

그림3-38. 한국 식당 내 한국 주류 음용 의향	121
그림3-39. 와인 컨셉 테스트	123
그림3-40. 전반적 호감도	127
그림3-41. 향후 구입 의향	129
그림3-42. 적정 가격	131
그림3-43. 구입 희망 장소	133
그림3-44. 선호 프로모션	135
그림4-1. 선호 주류	141
그림4-2. 주류 음용 비중 변화	142
그림4-3. 주류 음용 비중 변화	143
그림4-4. 최빈/최근 와인 종류	144
그림4-5. 와인 선택 이유	145
그림4-6. 최근 음용 와인 만족도	146
그림4-7. 최근 음용 와인 재구매 의향	146
그림4-8. 이상적 와인 이미지	147
그림4-9. 와인 브랜드 선택 방법	148
그림4-10. 매장 이용 행태	149
그림4-11. 매장 구입량	150
그림4-12. 한국에 대한 인식	151
그림4-13. 한국 주류 경험	152
그림4-14. 한국 주류 음용 의향	153
그림4-15. 신제품 수용도	154
그림4-16. 신제품 구매의향 채널	155
그림4-17. 선호 프로모션	156
그림4-18. 신제품 적정 가격	157
그림4-19. 목표집단 설정	158
그림4-20. 목표집단 특성	159
그림4-21. 제품 수용도	160
그림4-22. 유통전략	161
그림4-23. 목표집단 적정 가격	162
그림4-24. 목표집단 특성	162
그림4-25. Concept 개발	163
그림4-26. 마케팅 전략(4P) 도출	164

[표 목차]

표3-1. 주류 음용 비중	31
표3-2. 최선호 주류	33
표3-3. 음용 비중 증가 주류	35
표3-4. 음용 비중 감소 주류	37
표3-5. 와인 음용 빈도	39
표3-6. 한 달 평균 와인 음용 일수	41
표3-7. 하루 평균 와인 음용량	43
표3-8. 향후 와인 음용량 변화	45
표3-9. 최빈 음용 와인	47
표3-10. 최근 음용 와인	49
표3-11. 향후 구입 의향 와인	51
표3-12. 평소 구입하는 와인 가격대	53
표3-13. 최근 와인 음용 장소	55
표3-14. 최근 와인 음용 동반자	57
표3-15. 최근 음용 와인 이유(1순위)1/3	59
표3-16. 최근 음용 와인 이유(1순위)2/3	60
표3-17. 최근 음용 와인 이유(1순위)3/3	61
표3-18. 최근 음용 와인 이유(1+2+3순위)1/3	62
표3-19. 최근 음용 와인 이유(1+2+3순위)2/3	63
표3-20. 최근 음용 와인 이유(1+2+3순위)3/3	64
표3-21. 최근 음용 와인 만족도	66
표3-22. 최근 음용 와인 재구입 의향	68
표3-23. 와인 중요 속성(1순위)1/3	70
표3-24. 와인 중요 속성(1순위)2/3	71
표3-25. 와인 중요 속성(1순위)3/3	72
표3-26. 와인 중요 속성(1+2+3순위)1/3	73
표3-27. 와인 중요 속성(1+2+3순위)2/3	74
표3-28. 와인 중요 속성(1+2+3순위)3/3	75
표3-29. 선호 와인 맛	77
표3-30. 이상적인 와인 이미지(1순위)1/3	79
표3-31. 이상적인 와인 이미지(1순위)2/3	80
표3-32. 이상적인 와인 이미지(1순위)3/3	81
표3-33. 이상적인 와인 이미지(1+2+3순위)1/3	82
표3-34. 이상적인 와인 이미지(1+2+3순위)2/3	83
표3-35. 이상적인 와인 이미지(1+2+3순위)3/3	84
표3-36. 영향력 있는 와인 정보 채널	86
표3-37. 업소 내 와인 브랜드 선택 기준	88

표3-38. 매장 와인 구입 경험	90
표3-39. 매장 내 와인 구입 종류	92
표3-40. 매장 내 와인 구입 비중	94
표3-41. 매장 이용 와인 구매 빈도	96
표3-42. 와인 구매 선호 매장	98
표3-43. 매장 이용 와인 구매량	100
표3-44. 매장 이용 와인 선택 방법	102
표3-45. 매장 구입 와인 음용 장소	104
표3-46. 한국 인지도	106
표3-47. 한국 문화 경험 1/3	108
표3-48. 한국 문화 경험 2/3	109
표3-49. 한국 문화 경험 3/3	110
표3-50. 한국 대중문화 호감도	112
표3-51. 한국 주류 음용 경험	114
표3-52. 음용 경험 한국 주류	116
표3-53. 한국 주류 만족도	118
표3-54. 한국 식당 이용 의향	120
표3-55. 한국 식당 내 한국 주류 음용 의향	122
표3-56. 와인 컨셉 테스트_신선하고 새로운 느낌	124
표3-57. 와인 컨셉 테스트_차별성	125
표3-58. 와인 컨셉 테스트_신뢰성	126
표3-59. 전반적 호감도	128
표3-60. 향후 구입 의향	130
표3-61. 적정 가격	132
표3-62. 구입 희망 장소	134
표3-63. 선호 프로모션(1순위)	136
표3-64. 선호 프로모션(1+2순위)	137

제1장 조사 개요

I. 연구의 필요성

- 한·EU 시대를 맞아 유럽 소비자를 타겟으로하는 수출형 과실주 상품화 시급
- 포도를 주원료로 하는 유럽의 와인 시장에 국내의 우수한 과실(복분자, 머루, 매실 등)을 이용하여 차별화된 과실주 개발을 통해 틈새시장 공략할 기회
- 웰빙시대를 맞아 유럽에서도 맥주 등의 소비가 감소하고 기능성이 우수한 과실주 소비가 증가하는 추세에 따라 국내 과실주의 해외 시장 진출 적기
- 국내 과실주의 유럽 진출을 통해 한국에 대한 대외 이미지 강화

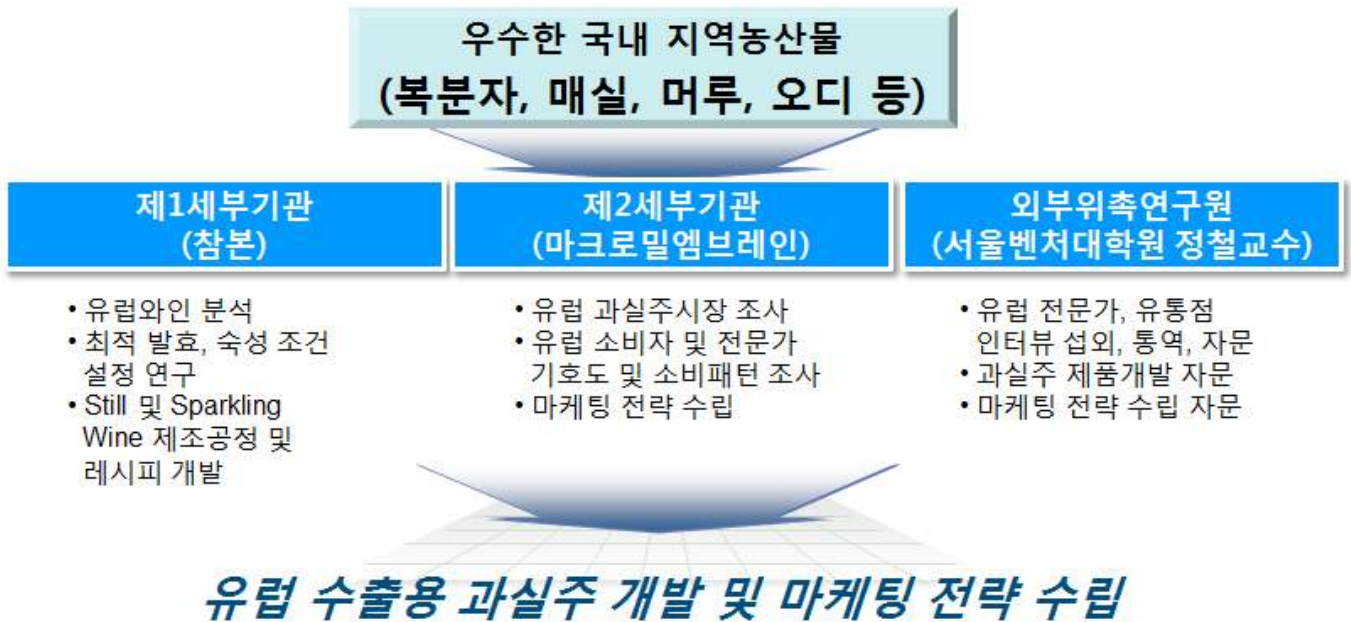
과실주의 유럽시장 개척을 위한 제품개발 및 전략개발



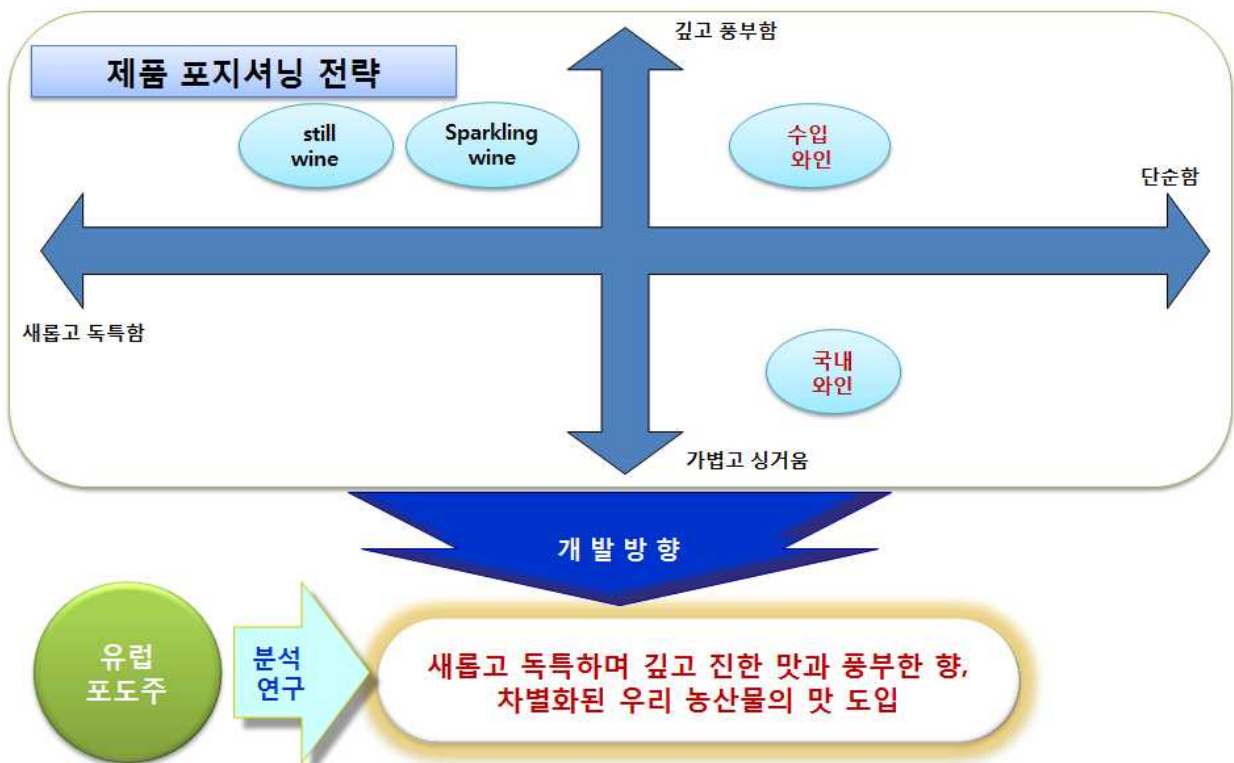
II. 연구의 추진 전략 및 방법

1. 연구의 추진전략

1) 추진전략



2) 상품화 전략



3) 연구의 추진 프로세스



2. 유럽 과실주 시장에 대한 사전 조사 및 마케팅 전략 도출

1) 유럽 과실주 시장조사의 목적

- 유럽 소비자의 과실주 소비 행동 및 태도 파악
- 유럽 과실주 시장의 구조 파악
- 유럽 소비자 타겟형 과실주의 Prototype 컨셉 수용도
 - 이를 통한 유럽 소비자 타겟형 과실주 개발의 방향성 및 마케팅 전략 도출
 - 특히, 이를 제품개발 및 패키지, 가격, 유통, 프로모션 등 4P 전략 관점에서 도출하고, 브랜드 개발을 위한 전략을 수립

2) 유럽 과실주 시장조사의 Research Issue

- 어떤 내용을 조사할 것인가? (조사 내용)
- 어느 국가를 조사할 것인가? (조사 국가)
- 누구를 조사할 것인가? (조사 대상)
- 어떻게 조사할 것인가? (조사 방법)

3) Issue별 접근 전략

(1) 조사 내용 선정

- 유럽 과실주 소비자의 소비행동 및 태도, 시장구조, 유럽 소비자 타겟형 과실주의 Prototype 컨셉 수용도로 나누어 접근
 - 유럽 과실주 음용 실태를 점검하고, 이미지 및 Needs, 향후 이용 의향을 파악
 - 시장의 유통 및 가격 구조에 대한 정보를 파악
 - 유럽 소비자 타겟형 과실주의 Prototype 컨셉과 관련하여, 인식과 수용도를 파악

(2) 조사 국가 선정

- 독일, 프랑스 2개국 선정
 - 진출 시장의 매력도 파악 위해 시장의 규모를 전체 인구(독일>프랑스>영국>이탈리아>스페인), 와인소비(이탈리아>프랑스>독일>영국>스페인), 스파클링와인 소비(독일>프랑스>이탈리아>영국>스페인)를 고려하여 검토
 - 인구 규모와 목표시장 규모를 고려하여 독일과 프랑스 2개 국가로 선정

인구(2012년)		와인소비량(2010년)		스파클링와인소비량(2010)	
국가	단위(명)	국가	단위(백만상자)	국가	단위(백만상자)
독일	81,799,600	이탈리아	297	독일	40.6
터키	70,000,987	프랑스	273	프랑스	32.1
프랑스	63,601,002	독일	240	이탈리아	11.4
영국	62,262,000	영국	137	영국	9.1
이탈리아	59,715,625	스페인	92	스페인	8.3

(3) 조사 대상자 및 규모 선정

- 과실주 소비자, 전문가, 유통점의 세 가지 대상으로 조사
- 전문가: 와인 연구소, 와인 협회, 와인 마케팅 회사 각 1명 이상(총3~4명)
- 유통점: 국가별, 유통채널별(한식당(2)/전문판매점(2)) 각 1명(총4명)
- 과실주 소비자: 국가별로 각각 500명(총, 1,000명)

- 월 1회 이상 과실주(스틸와인 or 스파클링와인)을 이용하는 20~50대 남, 여
- 성/연령별로 통계적으로 유의미한 분석 표본 확보

(4) 조사 방법 선정

- 전문가: 심층 면접(In-Depth Interview)
- 유통점: 심층 면접(In-Depth Interview)
- 과실주 소비자: 구조화된 질문지를 이용한 온라인조사

Ⅲ. 조사 설계

1. 현장조사(전문가 및 유통점)

조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 독일/프랑스 와인 전문가 및 소매점(식당 및 판매점)
표본 수	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 전문가: 4명 ▪ 소매점: 4개
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 심층면접(In-Depth Interview)
조사 기간	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2013년 9월 22일~9월 26일 1. 전문가 <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅 연구소: 9월 23일 - 와인유통: 9월 23일 - 와인협회: 9월 24일 - 생산업체: 9월 26일 2. 소매점 <ul style="list-style-type: none"> - 한식당 2개 업체: 9월 22일 ~ 24일 - 판매점 2개 업체: 9월 22일
조사 기관	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (주)마크로밀 엠브레인

2. 소비자 조사

조사 대상	<ul style="list-style-type: none">독일/프랑스 거주 19세 이상 성인 남녀
표본 수	<ul style="list-style-type: none">1,000명<ul style="list-style-type: none">독일/프랑스 각 500명
표본 설계	<ul style="list-style-type: none">국가별, 성별, 연령별 유의할당 표집
표본 오차	<ul style="list-style-type: none">±3.1% Point(95% 신뢰수준)
조사 방법	<ul style="list-style-type: none">온라인 패널 조사
조사 기간	<ul style="list-style-type: none">2014년 1월 15일~1월 21일(7일간)
조사 기관	<ul style="list-style-type: none">마크로밀엠브레인

IV. 조사 내용

1. 현장조사(전문가 및 유통점)

구분	항목
전문가	<ul style="list-style-type: none">▪ 독일 및 프랑스 와인 시장과 소비자에 대한 이해▪ 복분자주, 오디주, 복분자와 오디 혼합주 등 3종의 국내산 과실주 제품에 대한 맛테스트▪ 마케팅 전략▪ 포도 외 과실주 생산에 대한 의견
소매점	<ul style="list-style-type: none">▪ 주요 이용 고객 특성 및 이용 행태▪ 주류 판매 행태▪ 마케팅 전략

2. 소비자 조사

항목	문항
주류 음용 U&A	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 주류 소비 행태(음용량, 최선호 주류, 음용 증가 주류 등) ▪ 와인 소비 행태(음용 빈도, 음용량, 최선호 와인, 구입 가격 등) ▪ 와인 구입시 고려 요인 ▪ 최근 음용 와인 만족도 및 재구매 의향
와인 구매 행태	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 와인 음용 상황 ▪ 와인 구매시 브랜드 선택 행태 ▪ 와인 종류별 구매 비중 ▪ 와인 구매 채널 ▪ 와인 구매 빈도 ▪ 와인 구매량
신제품 컨셉 테스트	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 한국 문화 경험 및 호감도 ▪ 한국 주류 경험 ▪ 한국 주류 만족도 ▪ 한국 주류 음용 의향 ▪ 신제품 컨셉 수용도 ▪ 신제품 구매 선호 채널 ▪ 선호 프로모션
응답자 배경 질문	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 성별/연령/국가 ▪ 학력/직업/소득

V. 응답자 특성

1. 현장조사

1) 전문가 조사

- 마케팅 연구소: 독일 가이젠하임 대학 와인연구소
- 유통업체: 프랑스 와인 유통 떼르 아 뱅
- 와인협회: 독일 뷔르템베르크 와인협회
- 생산업체: 오스트리아 생산업체 로제티

2) 소매점 조사

- 한식당①: 독일 프랑크푸르트 한식당 신라
- 한식당②: 프랑스 스트라스부르 한식당 "두리"
- 판매점①: 독일 프랑크푸르트 일반판매점
- 판매점②: 독일 뤼데스하임 전문 판매점

2. 소비자 조사

		사례수	비율(%)
전체		(1,000)	100.0
성별	남성	(500)	50.0
	여성	(500)	50.0
연령별	19-29세	(250)	25.0
	30대	(250)	25.0
	40대	(250)	25.0
	50대	(250)	25.0
성/연령별	남19-29세	(126)	12.6
	남30대	(124)	12.4
	남40대	(126)	12.6
	남50대	(124)	12.4
	여19-29세	(124)	12.4
	여30대	(126)	12.6
	여40대	(124)	12.4
	여50대	(126)	12.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	47.2
	스틸 화이트 와인	(133)	13.3
	스틸 로제 와인	(236)	23.6
	스파클링 레드 와인	(75)	7.5
	스파클링 화이트 와인	(57)	5.7
	스파클링 로제 와인	(18)	1.8
	기타	(9)	0.9
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	30.5
	스파클링 와인	(126)	12.6
	맥주	(306)	30.6
	위스키	(104)	10.4
	혼합 알코올류	(61)	6.1
	기타	(98)	9.8
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	20.6
	Dry & light	(365)	36.5
	Sweet & Heavy	(104)	10.4
	Sweet & light	(325)	32.5
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	12.5
	2~3일에 한번	(93)	9.3
	1주일에 1회 이상	(319)	31.9
	2주일에 1회 이상	(123)	12.3
	1달에 1회 이상	(208)	20.8
	1달에 1회 미만	(132)	13.2
국가별	독일	(500)	50.0
	프랑스	(500)	50.0
학력별	고졸 이하	(516)	51.6
	대재 이상	(484)	48.4
직업별	대학생/대학원생	(95)	9.5
	직장인	(594)	59.4
	아르바이트	(67)	6.7
	자영업	(75)	7.5
	전업주부	(55)	5.5
	무직/기타	(114)	11.4

제2장 현장 조사 주요 조사 결과

I. 전문가 조사

1. 마케팅 연구소: 독일 가이젠하임 대학 와인연구소

1) 개요

- ✓ 독일 라인가우 소재 '가이젠하임 대학(Hochschule Geisenheim University)'
 - 1872년 폰라덴에 의해 설립된 독일어권에서는 가장 오래된 와인 연구기관
 - 포도재배, 포도 양조학 및 마케팅 등 분야별 전문화
 - 플러투가우 등 세계적인 포도 품종 개발에 선구자적 역할 수행
 - 유럽 및 미국 등 포도 양조관련 학회와의 공동 연구 활발
- ✓ 가이젠하임 대학 와인 마케팅 전문가인 Szolnoki 박사에게 유럽 와인시장에 대한 전망, 한국 과실주 샘플에 대한 테스트 및 의견, 국산 과실을 이용한 유럽수출형 과실주의 마케팅 전략에 대한 의견 청취 진행



2) 와인시장에 대한 이해

- ✓ 프랑스는 전통적인 고품질의 스틸 와인 중심으로 시장이 형성되어 있고, 와인 종주국으로서의 문화적 자부심이 강함. 와인시장이 포화상태이고, 포도를 이용한 와인 이외의 기타 과실주에 대한 수요도 거의 없음.

- ✔ 독일도 프랑스와 비슷하지만, 상대적으로 스파클링 와인 시장이 강세임. 특히, 복분자, 사과, 복숭아 등 포도 외 재료의 경우 와인 카테고리로는 인식이 잘 안되어도 기타 과실주로 접근 가능한 측면 존재함.
- ✔ 유럽 시장 전반을 볼 때 저도주 트렌드가 성장하고 있음. 이에 따라 무알콜 및 저알콜 와인, 스파클링 와인 시장의 성장세가 예상됨. 특히, 젊은 층을 중심으로 낮은 가격대, 낮은 알콜도수, 브랜드 및 패키지에서 젊은 감수성을 겨냥한 접근하기 쉬운 캐주얼한 와인에 대한 수요가 존재함.



3) 국산 과실주 샘플 테스트 의견

- ✔ 복분자주, 오디주, 복분자와 오디 혼합주 3종의 국내산 과실주 제품으로 시음하고 의견 청취
- ✔ 복분자주
 - 일반적인 와인은 아님
 - 누룩이 포함되어 있어 특유의 맛에 대한 호오가 갈릴 것임.
 - “간장 맛”, 콩의 풍미, 초콜렛 향 등이 어우러져 있으나 대중적인 소비자의 선호는 낮을 것으로 예상됨.
- ✔ 오디주
 - 단맛이 너무 강함.
 - 일반적인 와인 시장은 dry wine이 75% 정도이며, 디저트 와인처럼 sweet wine은 마이너 카테고리임.
 - sweet wine 시장은 소수의 고가 와인파 다수의 저가 와인 시장으로 구성

✔ 복분자와 오디 혼합주

- 가장 대중적으로 선호할 것 같은 맛
- 일반적으로 와인 카테고리에 적합한 맛임.



4) 마케팅 전략 관련 의견

- ✔ 유럽 외, 특히 동양 와인에 대해 이미지 부정적이나, 한국과 한국 문화에 대해서는 상대적으로 호감 가지고 있음.
- ✔ 음식과 같이 매칭 하여 접근하는 것이 필요함. dry wine이 치즈와 마리아주를 이루는 것처럼, sweet wine은 고급 초콜렛과 함께 판매할 수 있는데, 이는 스타벅스와 같은 커피숍을 통해 판매할 수 있음.
- ✔ 와인은 가정에서 마시는 비중이 높지만, 국산 과실주 및 와인의 경우 마트 등 일반 판매점을 통한 접근은 효율성이 매우 낮음.
- ✔ 현실적으로 한식당을 중심으로 시제품을 프로모션하여 접근하는 것이 효율적일 것이며, K-Pop, 한류 등 문화적 요소를 접목시켜 한식당의 프로모션과 한국 관련 행사의 프로모션으로 접근하면서 시장에 진입할 필요가 있음.
- ✔ 패키지 및 브랜드에서는 중국 제품과 차별화된 이미지 전달해야 함. 중국산 와인의 경우 저가, 불량식품 이미지가 강해서, 이와는 구별되면서도 한국 이미지 전달 필요
 - 패키지에서 병 이외에 캔 와인은 현재도 존재하며, 컵 형태의 패키지는 아직 시작 단계임.
 - 패키지의 경우 과일 이미지, 만화 캐릭터, 트위스터 캡을 피해야 함. 과일 음료나 어린이용 제품, 저가 이미지 등으로 인식될 수 있음.

- ✔ 요컨대, 문화적 자부심이 강하고 전통적인 와인시장이 견고한 프랑스에 비해, 상대적으로 스파클링 와인시장이 성장세이며 포도 외 과실주 시장의 가능성이 존재하는 독일을 중심으로 접근하는 것이 효율적일 것임.

2. 유통업체: 프랑스 와인 유통 테르 아 뱅

1) 개요

- ✔ 프랑스 스트라스부르 소재 '테르 아 뱅(terre a vin)'
 - 와인 유통, 판매 및 레스토랑
 - 젊은 층이 주 고객으로 프랑스 와인시장의 다양한 모습 파악
- ✔ 테르 아 뱅 대표인 Cleman에게 프랑스 와인시장의 특성, 한국 과실주 샘플에 대한 테스트 및 의견, 국산 과실을 이용한 유럽수출형 과실주의 마케팅 전략에 대한 의견 청취 진행



2) 프랑스 와인시장 및 소비자의 특성

- ✔ 프랑스는 와인을 단순히 주류의 한 종류가 아닌 라이프스타일의 일부라는 문화적 자부심이 강함.
- ✔ 거의 대부분 포도를 이용한 스틸 와인이 중심이며, 식사 등에서 와인을 함께 곁들이고 있음.
 - 독일에 비해 식사에 와인을 함께하는 빈도와 와인 음용량이 모두 많은 편

- ✓ 젊은 층을 중심으로는 전통적인 프랑스 와인 이외에도 저도주, 스파클링 와인 등 캐주얼한 와인에도 호기심을 가지고 있으며, 신세계 와인 스타일에 관심이 많음.

3) 국산 과실주 샘플 테스트 의견

- ✓ 복분자주, 오디주, 복분자와 오디 혼합주 3종의 국내산 과실주 제품으로 시음하고 의견 청취

- ✓ 복분자주

- 누룩이 포함되어 있는 특유의 맛에 대한 거부감.
- 한국방문 경험이 있는 Cleman은 누룩의 맛을 “막걸리 맛”으로 인지하고 있으며, 이에 대한 소비자의 선호가 갈릴 것으로 예상함.

- ✓ 오디주

- 단맛에 대한 선호 존재
- 젊은 층 중심으로 전통적인 와인과는 다른 맛에 대한 선호를 예상함.

- ✓ 복분자와 오디 혼합주

- 대중적으로 무난한 맛으로 받아들여 질 수 있음.
- 일반적으로 와인 카테고리에 적합한 맛임.



4) 마케팅 전략 관련 의견

- ✔ 와인 카테고리 보다는 기타 과실주로 접근하여 와인에 대한 문화적 자부심을 우회할 필요 있음.
- ✔ 젊은 층을 타겟으로 하여 새롭고 독특한, 유니크한 이미지로 호기심을 자극할 필요가 있음.
- ✔ 단순히 술을 판매하기 보다는 이국적인 문화를 판매한다는 느낌으로 접근해야 함.
- ✔ 한식당 등을 통해 접근하는 것도 효과적일 수 있음.
- ✔ 한편, 패키지의 경우 과일 이미지는 괜찮을 수 있으나 심플하고 세련된 이미지 필요함.

3. 와인협회: 독일 뷔르템베르크 와인협회

1) 개요

- ✔ 독일 뷔르템베르크 소재 뷔르템베르크 와인협회(Weinbauverband Württemberg e.V.)
 - 독일 내 4위 규모의 와인생산지인 뷔르템베르크의 와인 생산자 협회로서 약 14,500개 회원으로 구성
 - 홍보, 교육, 회의와 포도 나무의 품종 개량, 와인 품질 관리 및 테스트, 와인 시상 등의 업무 수행
- ✔ 뷔르템베르크 와인협회 대표이사인 Werner Barder에게 한국 과실주 샘플에 대한 테스트 및 의견, 국산 과실을 이용한 유럽수출형 과실주의 마케팅 전략에 대한 의견 청취 진행



2) 국산 과실주 샘플 테스트 의견

✓ 복분자주, 오디주, 복분자와 오디 혼합주 3종의 국내산 과실주 제품으로 시음하고 의견 청취

✓ 복분자주

- 대단히 흥미롭고 독특한 맛
- 메인 시장 진입은 어려울 것으로 보임.
- 빛깔은 괜찮은 편.

✓ 오디주

- 단맛이 강함.
- 생소한 맛. 조미료 같은 느낌이며, 빛깔도 좋지 않음.

✓ 복분자와 오디 혼합주

- 가장 대중적으로 선호할 것 같은 맛
- 덜 생소한 맛



3) 마케팅 전략 관련 의견

- ✔ 한국 와인은 생소하다는 이미지 존재
- ✔ 독일의 마트 채널 진입은 쉽지 않을 것임.
- ✔ 레스토랑에서 와인으로 판매하기에는 적절하지 않아 보임. 독일 레스토랑에서 판매하는 와인 품질 기준에 못미침.
- ✔ 반면, 리큐르 와인은 시장 규모는 작지만 존재하며, 주로 berry type임. 사과나 배는 와인 재료로는 적합하지 않으며, 증류주 쪽으로 생산
- ✔ 패키지 디자인의 경우 만화 이미지 등 유아적인 이미지는 적합하지 않음. 한국적 이미지 부각이 중요

4. 생산업체: 오스트리아 생산업체 로제티

1) 개요

- ✔ 1995년 이래 슈냅스(schnaps, 독일, 오스트리아 지역의 증류식소주)를 제조하는 해발 800미터에 위치한 소규모 영농 회사 Rossetti의 대표인 Anton Rossetti에게 포도 이외의 다양한 과실을 이용한 증류주 제조 공정에 대해 인터뷰
 - 티롤지역에서 여러차례 올해의 티롤 슈냅스로 선정
 - 티롤 지역의 관광사업과 연계하여 관광객과 지역 식당들을 대상으로 직거래 판매
- ✔ 독일 및 프랑스 인터뷰 과정에서 포도 기반의 정통 와인보다 다른 과실을 이용한 와인 개발이 적절하다고 판단했으며, 이를 위해 오스트리아의 생산업체를 인터뷰함.



2) 제조 과정

✓ 증류주 제조

- 각종 과실을 이용하여 50여종류의 증류식소주를 개발, 판매중
- 주로 사과, 배 및 체리를 활용하여 아로마가 풍부한 증류식소주를 제조
- 1년 생산량 : 1,000리터(알콜100%) / 주류판매액 : 20,000유로
- 농가단위로 과수원을 운영하면서 과실 증류주를 취미로 생산, 동네 및 지역에서 판매
- 생산 주류 : 사과브랜디(알콜40%) 가격은 10~70유로 판매
- 세금은 종량세 차등과세로 리터당 5.4유로(알콜100%기준)
- 체리발효주 생산법
 - *발효(열흘) → 바로 증류 → 저장(1~3달) → 판매
- 각 과실에 알맞는 효모를 사용하는 것이 중요
 - ① 효모 ② 펙신아제(과실껍질 분해, 수율↑) ③ pH 3.3 맞추기
- 특히 당도는 낮으나 아로마가 강한 마가목 열매를 이용한 증류식소주가 고가에 판매되고 있음.
- 고지대에서의 기온차이가 과실의 아로마를 강하게 하는 역할을 하여 당도는 낮아도 증류식소주 제조에 적합한 강한 아로마를 형성시켜줌.
- 발효는 과실타입에 따라 효모를 선택하여 실온(20℃)에서 수행
- 150리터 용량의 비연속 다단식 구리 증류기를 이용하여 증류하며, 초류는 버리고 증류와 휴류만을 이용하여 증류주 생산
- 연간 생산량은 법적으로 1,000리터로 한정되어 있으며, 인근 농가에서 과실을 이용하여 OEM방식으로도 생산 가능하고 증류시설의 임대도 가능함.

✔ 증류주 저장

- 고품질의 사과주는 오크통에 1년 저장후 판매하며, 일반적으로는 스테인레스 통(30리터 용량)에 1~3개월 저장한 후 판매



II. 소매점 조사

1. 한식당①: 독일 프랑크푸르트 한식당 신라

1) 개요

✓ 1996년 설립된 70석 규모의 정통 한식당

- Frankfurt am Main 소재
- 돌솥비빔밥, 숯불구이, 잡채, 만두 등이 주 메뉴
- 신선식품 등의 식재료는 현지 조달하되, 가공식품과 소스류 및 주류 등을 국산 이용



2) 고객 특성

✓ 고객층은 주로 한국인

- 경제도시인 프랑크푸르트를 비즈니스 목적으로 방문하는 한국인이 주요 고객
- 유명인사(정치인, 기업인 등)의 방문 코스
- 한국인 고객이 70% 이상
- 현지인 고객이 많지 않음. 한국인과 동반하여 방문하는 경우와 독일인끼리 방문하는 경우가 모두 존재



3) 주류 판매 행태

✔ 소주 위주의 국산 주류 판매

- 음료는 국산 소주, 독일산 맥주와 생수
- 복분자주 등 국산 전통 과실주는 가끔 찾는 한국 고객이 있으나, 수요가 많지 않아 상시 구비하고 있지는 않음.
- 독일인 고객의 경우, 한식에 곁들여 주류를 주문하는 경우보다는 생수 등 음료를 주문하는 경우가 많음.

4) 마케팅 전략 관련 의견

- ✔ 국산 과실주, 국산 와인에 대한 독일인의 인식이나 수요는 미미한 수준
- ✔ 한국인의 경우도 소주, 맥주 위주로 수요 적은 편
- ✔ 공식적인 일정으로 방문하는 고객이 많은 만큼, 프로모션 등을 통한 시제품 소개 및 이를 통한 공식 건배주 등의 이미지 구축 가능
- ✔ 한식당 방문 독일인 고객을 대상으로 하여 한식 주문 시 프로모션 등 현지 한식당의 추천을 통한 소개 필요
 - 특히 독일의 경우 와인 선택 시 관여도가 프랑스 대비 낮아, 메뉴판에 제공된 리스트 중에 선택하거나, 종업원의 권유에 따라 시도해보는 경향이 있으므로, 한식당 통한 프로모션의 효율이 높을 것으로 기대

2. 한식당②: 프랑스 스트라스부르 한식당 “두리”

1) 개요

✔ Strasbourg 소재 20석 규모의 한식당

- 가정식에 가까운 가벼운 메뉴를 다양하게 구비
- 신선식품 등의 식재료는 현지 조달하되, 가공식품과 소스류 및 주류 등을 국산 이용
- 주류를 포함한 한국 식재료 공급은 소수 도매업자에 의해 과점



2) 고객 특성

✔ 고객층은 주로 현지인

- 현지인 고객 비중이 높은 편
- 인터뷰 시점(2013년 9월)에서는 TV 프로그램 “꽃보다 할배”의 영향으로 한국인 관광객 방문객 비중도 다소 존재

3) 주류 판매 행태

✔ 소주와 맥주 위주의 국산 주류 판매

- 음료는 국산 소주와 맥주 구비
- 와인 강국이며, 독일 맥주 소비도 많은 지역이지만, 특유의 미식문화로 인해 한식당에 방문했으니 한국음식에 맞춰서 한국 술(주로 맥주)을 마셔보겠다는 수요 존재

4) 마케팅 전략 관련 의견

- ✔ 국산 과실주, 국산 와인에 대한 프랑스인의 인식이나 수요는 미미한 수준
- ✔ 특히 자국 와인에 대한 자부심이 강해 외국 와인에 관심 낮은 편
 - 와인 선택 시 관여도가 높고 본인이 계속 마시던 술을 선택하는 경향이 강하므로, 와인 카테고리가 아닌 한국 과실주, 포도 이외의 과실에 기반한 리큐르 와인으로 접근 필요
- ✔ 현지 한식당을 통한 현지 프랑스인 대상 프로모션 필요하며, 특히 프랑스를 포함한 유럽 전역에서 주류를 포함한 한국 식재료 수입은 소수 도매업자에 의해 과점되어 있으므로, 이러한 채널 확보를 통해서 각지 한식당에 프로모션 하는 것을 검토할 필요

3. 판매점 ①: 독일 프랑크푸르트 일반판매점

1) 개요

- ✔ Frankfurt am Main 중앙역 지하 및 부근의 RossMann Express와 아시아식품점

2) 주류 판매 행태

- ✔ RossMann Express는 맥주와 저가 와인 위주 판매

- ✓ 아시아식품점에서는 중국 주류 위주이며, 고객층도 아시아계 위주
- ✓ 양쪽 모두 국산 주류는 찾아보기 어려움.
- ✓ 일반판매점에서의 주류 제품 결정은 주로 본사에서 결정함. 그렇지 않은 경우에도 전문 주류 유통업자를 통해 주류가 공급되므로, 국산 과실주나 국산 와인이 진출하기 쉽지 않은 조건임.



4. 판매점 ②: 독일 뤼데스하임 전문 판매점

1) 개요

- ✓ 독일 리슬링 와인 생산지이자 거래의 중심지인 Rudesheim에 위치한 과실주 판매점
- ✓ 정통 와인 시장보다는 포도가 아닌 다른 리큐르 와인에 대한 선호를 알아보기 위해, 리슬링 와인 전문 판매점이 아닌 과실주 판매점을 조사

2) 주류 판매 행태

- ✔ 리슬링 와인이 주류
- ✔ 그 외에도 Asbach를 비롯한 지역 특산의 매우 다양한 리큐르 와인을 판매하고 있음.
- ✔ Rudesheim이 관광도시여서, 독일 및 유럽 관광객의 특산주 구매가 중심이기는 하나, 일정한 규모의 리큐르 와인 시장의 존재 확인



제3장 소비자 조사 결과 분석

I. 주류 음용 행태

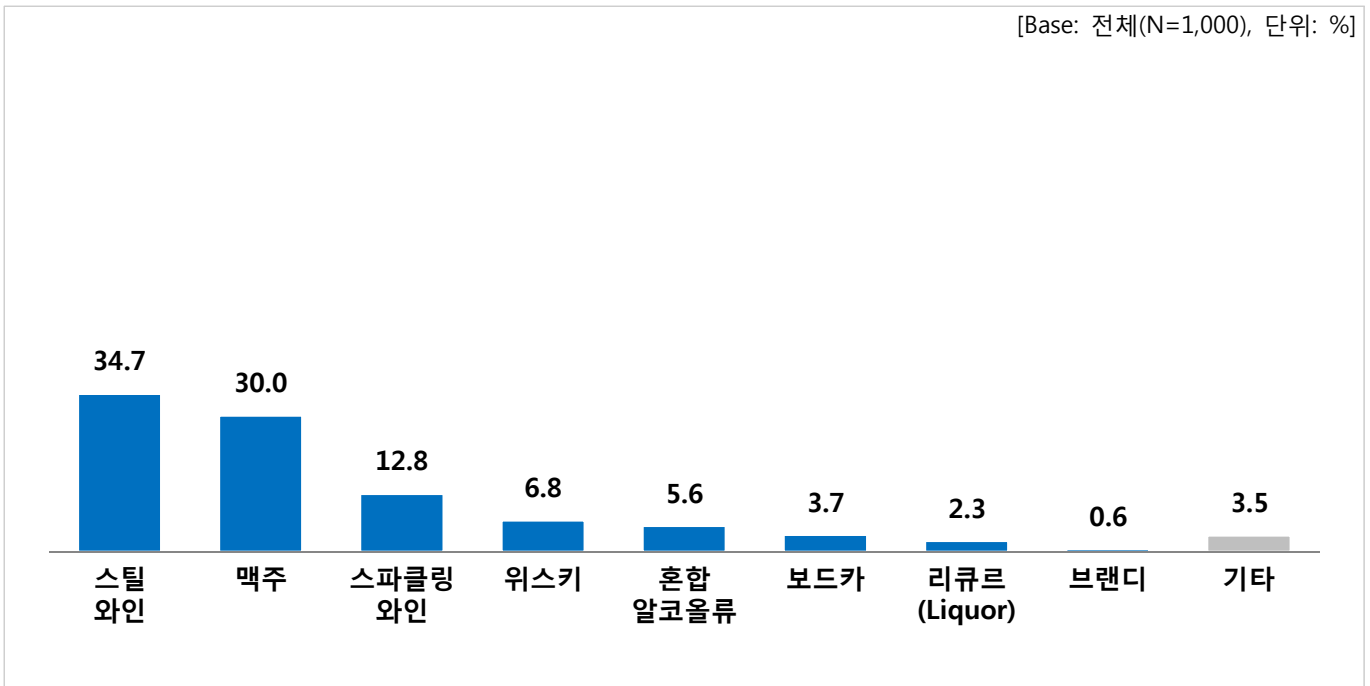
1. 주류 음용 비중

문. 귀하께서 평소 한 달에 술을 드시는 전체 횟수를 100으로 본다면 각 주류별 음용 비중은 어떻게 되십니까?

- ✓ 소비자들은 한 달 평균 스틸 와인을 가장 많이 음용하는 것으로 나타났으며, 다음으로 맥주, 스파클링 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-1. 주류 음용 비중]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]



특성별 분석

- ✓ 스틸 와인은 연령이 높을수록, 성/연령별로 여50대, 최근 음용 와인별로는 스틸 화이트 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 와인 음용 빈도가 많을수록, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- ✓ 맥주는 성별로 남성, 성/연령별로 남30대, 최선호 주류별로 맥주, 와인 음용 빈도가 많을수록, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스파클링 와인은 성별로 여성, 성/연령별로 여30대, 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 스파클링 화이트 와인, 스파클링 로제 와인, 최선호 주류별로 스파클링 와인에서 상대적으로 높음.

[표3-1. 주류 음용 비중]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

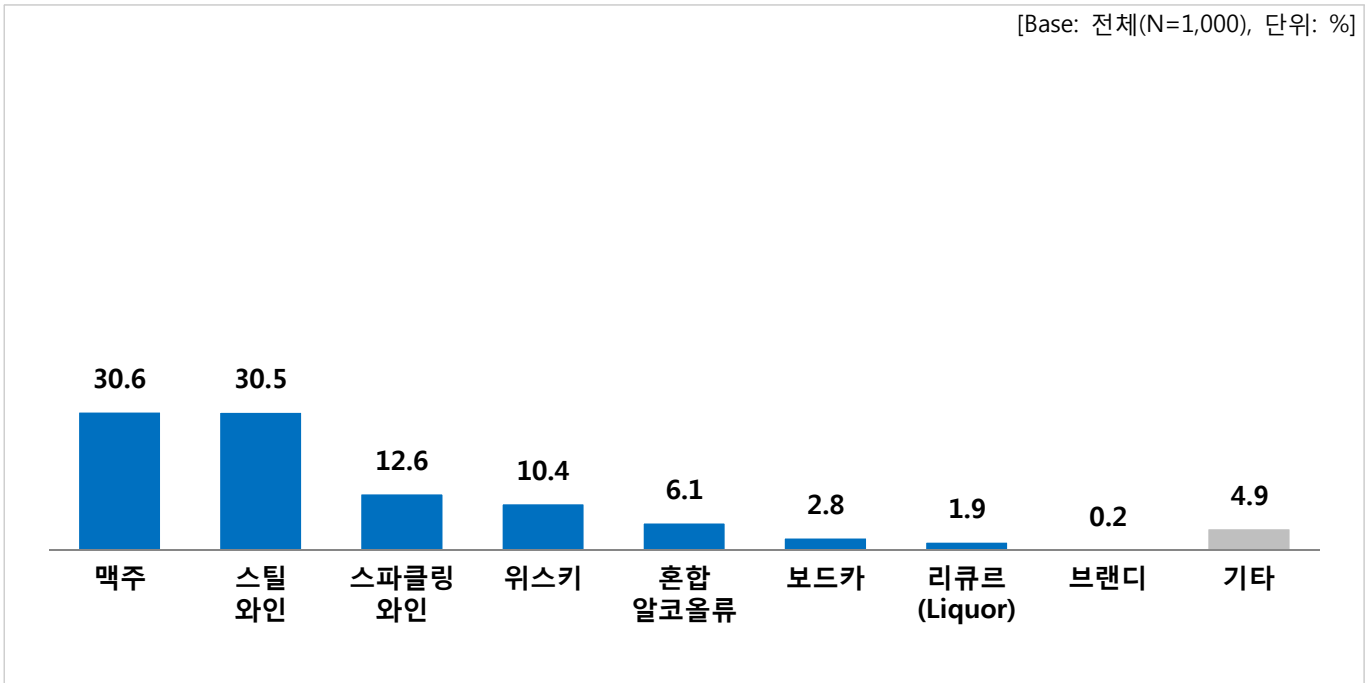
		사례수	스틸 와인	맥주	스파클링 와인	위스키	혼합 알코올류	보드카	리큐르 (Liquor)	브랜디	기타
전체		(1,000)	34.7	30.0	12.8	6.8	5.6	3.7	2.3	0.6	3.5
성별	남성	(500)	30.1	▲38.5	▼7.0	9.7	4.7	4.9	2.2	0.8	2.2
	여성	(500)	39.3	▼21.4	▲18.5	▼4.0	6.6	2.5	2.4	0.3	4.9
연령별	19-29세	(250)	▼28.3	32.6	12.1	7.3	7.7	6.9	2.9	0.7	▼1.5
	30대	(250)	31.6	31.5	14.2	8.2	6.5	3.6	2.1	0.7	▼1.6
	40대	(250)	36.2	28.1	12.4	6.9	5.5	2.2	2.3	0.5	6.0
	50대	(250)	▲42.8	27.8	12.4	4.9	▼2.8	2.0	1.9	0.3	5.1
성/연령별	남19-29세	(126)	▼22.1	38.2	8.8	10.6	5.6	▲10.0	2.9	1.0	▼.9
	남30대	(124)	27.2	▲42.2	▼7.2	10.3	4.9	4.0	2.0	1.0	▼1.1
	남40대	(126)	32.7	35.8	▼5.5	10.6	5.8	2.6	2.5	0.7	3.8
	남50대	(124)	38.5	38.0	▼6.6	7.3	▼2.3	2.8	1.3	0.6	2.8
	여19-29세	(124)	34.6	26.9	15.4	4.0	9.9	3.9	3.0	0.4	2.0
	여30대	(126)	35.8	▼20.9	▲21.1	6.2	8.0	3.2	2.2	0.5	2.0
	여40대	(124)	39.7	▼20.3	19.3	▼3.0	5.2	1.8	2.1	0.4	8.2
	여50대	(126)	▲47.1	▼17.8	18.1	▼2.6	3.2	▼1.2	2.5	0.1	7.4
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	38.5	31.5	▼8.5	7.4	4.5	3.3	2.0	0.6	3.8
	스틸 화이트 와인	(133)	▲44.0	24.6	10.8	6.9	▼2.4	4.8	2.0	1.1	3.3
	스틸 로제 와인	(236)	34.7	29.2	11.9	7.0	5.9	4.2	2.8	0.5	3.9
	스파클링 레드 와인	(75)	▼6.6	37.4	▲28.9	5.2	12.4	3.1	3.6	0.4	2.5
	스파클링 화이트 와인	(57)	27.0	25.8	▲26.4	4.0	11.1	2.0	1.1	0.2	2.4
	스파클링 로제 와인	(18)	▼10.8	20.0	▲36.4	5.8	12.2	8.3	3.3	0.3	2.8
	기타	(9)	32.2	33.9	20.6	3.6	1.7	2.8	2.8	0.0	2.6
최선호 주류	스틸 와인	(305)	▲64.4	▼16.3	▼7.6	▼3.1	▼2.3	1.9	1.0	0.4	3.0
	스파클링 와인	(126)	▼22.2	▼13.5	▲46.1	▼2.4	6.1	2.9	2.3	0.3	4.1
	맥주	(306)	▼17.2	▲58.2	▼7.6	5.5	4.2	3.5	2.1	0.6	▼1.1
	위스키	(104)	▼25.3	23.0	▼5.6	▲31.2	5.2	4.9	2.9	1.3	▼.6
	혼합 알코올류	(61)	▼19.7	21.3	10.4	2.7	▲33.1	4.7	4.9	0.4	2.9
	기타	(98)	32.3	▼18.3	10.9	5.1	3.0	9.0	4.8	0.8	▲15.8
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	36.3	32.6	9.0	8.6	3.1	2.9	2.3	1.0	4.1
	Dry & light	(365)	37.9	29.3	14.8	5.8	3.6	3.0	1.1	0.4	4.1
	Sweet & Heavy	(104)	26.4	33.5	7.8	10.2	8.5	5.8	4.3	1.2	2.4
	Sweet & light	(325)	32.8	28.0	14.4	5.8	8.5	4.3	3.0	0.3	2.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▲52.2	▼20.2	▼7.5	7.6	2.7	3.7	1.4	1.0	3.6
	2~3일에 한번	(93)	▲45.5	22.9	11.6	5.7	3.9	3.8	2.7	0.6	3.3
	1주일에 1회 이상	(319)	▲42.8	▼24.2	11.1	7.5	4.1	3.9	2.0	0.9	3.5
	2주일에 1회 이상	(123)	30.5	30.3	14.0	5.8	8.1	3.5	2.6	0.3	5.1
	1달에 1회 이상	(208)	▼27.2	36.9	14.8	5.5	6.6	3.2	1.8	0.4	3.7
	1달에 1회 미만	(132)	▼6.7	▲47.1	18.2	8.4	9.4	4.0	4.1	0.2	2.0
국가별	독일	(500)	▼22.7	▲35.2	16.5	5.2	▲8.8	4.2	3.1	0.8	3.4
	프랑스	(500)	▲46.7	▼24.7	▼9.0	8.5	▼2.5	3.2	1.5	0.3	3.7
학력별	고졸 이하	(516)	35.0	30.3	13.7	5.5	5.9	3.0	2.3	0.5	3.8
	대재 이상	(484)	34.4	29.6	11.8	8.3	5.3	4.4	2.4	0.7	3.3
직업별	대학생/대학원생	(95)	25.6	35.8	9.1	7.1	8.1	8.5	3.0	0.8	2.0
	직장인	(594)	33.9	31.0	13.1	7.6	5.5	3.3	2.1	0.6	3.1
	아르바이트	(67)	40.1	21.7	14.1	5.9	3.4	6.5	2.5	0.2	5.5
	자영업	(75)	36.7	29.5	8.7	7.9	5.5	2.9	2.3	1.3	5.1
	전업주부	(55)	37.8	▼18.4	23.0	2.7	8.4	1.7	4.0	0.0	4.0
	무직/기타	(114)	40.7	30.7	10.8	4.7	4.2	1.4	2.1	0.5	4.7

2. 최선호 주류

문. 마시는 양이나 빈도와 관계없이 귀하께서 가장 좋아하시는 술은 어떻게 되시나요?

- ✓ 최선호 주종은 맥주, 스틸 와인이 가장 높고, 그 다음으로 스파클링 와인, 위스키, 혼합 알코올류 등의 순으로 나타남.

[그림3-2. 최선호 주류]



특성별 분석

- ✓ 맥주는 성별로 남성, 성/연령별로 남19-29세, 남30대, 남40대, 남50대, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스틸 와인은 와인 음용 빈도별로 거의 매일, 2~3일에 한번, 1주일에 1회 이상, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스파클링 와인은 성별로 여성, 성/연령별로 여30대, 여40대, 여50대, 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 스파클링 화이트 와인, 스파클링 로제 와인, 선호 와인 맛별로 Dry & light, 직업별로 전업주부에서 상대적으로 높음.

[표3-2. 최선호 주류]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

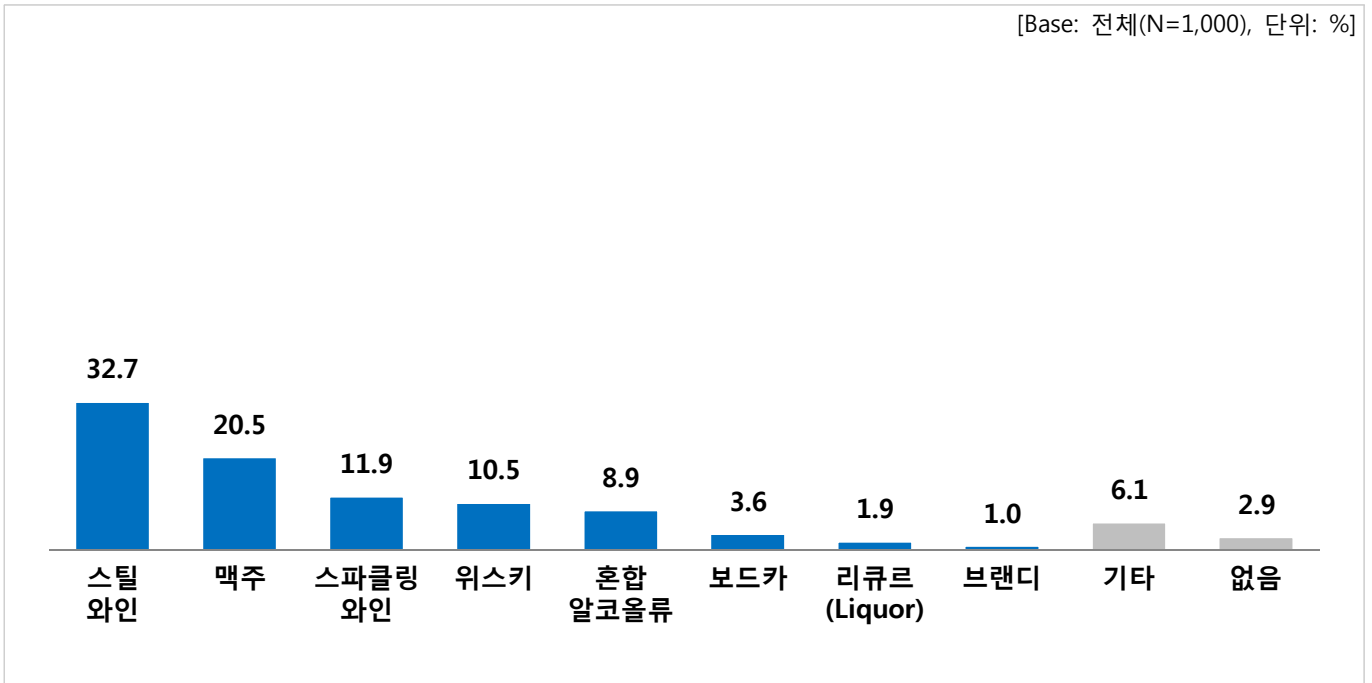
		사례수	맥주	스틸 와인	스파클링 와인	위스키	혼합 알코올류	보드카	리큐르 (Liquor)	브랜디	기타
전체		(1,000)	30.6	30.5	12.6	10.4	6.1	2.8	1.9	0.2	4.9
성별	남성	(500)	▲42.6	▼25.6	▼3.0	▲16.0	4.4	3.2	1.4	0.4	3.4
	여성	(500)	▼18.6	35.4	▲22.2	▼4.8	7.8	2.4	2.4	0.0	6.4
연령별	19-29세	(250)	32.0	26.8	9.6	10.0	8.8	5.6	▲4.8	0.0	▼2.4
	30대	(250)	32.8	28.8	14.0	14.0	4.0	2.0	1.2	0.8	▼2.4
	40대	(250)	30.0	31.6	12.0	10.4	6.4	1.2	0.8	0.0	7.6
	50대	(250)	27.6	34.8	14.8	7.2	5.2	2.4	0.8	0.0	7.2
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▲43.7	▼17.5	▼3.2	15.9	5.6	7.1	4.8	0.0	2.4
	남30대	(124)	▲46.0	25.0	▼2.4	▲18.5	▼2.4	1.6	0.8	1.6	▼1.6
	남40대	(126)	▲39.7	29.4	▼.8	▲18.3	6.3	▼.8	0.0	0.0	4.8
	남50대	(124)	▲41.1	30.6	▼5.6	11.3	3.2	3.2	0.0	0.0	4.8
	여19-29세	(124)	▼20.2	36.3	16.1	▼4.0	▲12.1	4.0	4.8	0.0	2.4
	여30대	(126)	▼19.8	32.5	▲25.4	9.5	5.6	2.4	1.6	0.0	3.2
	여40대	(124)	▼20.2	33.9	▲23.4	▼2.4	6.5	1.6	1.6	0.0	▲10.5
	여50대	(126)	▼14.3	38.9	▲23.8	▼3.2	7.1	1.6	1.6	0.0	9.5
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	33.3	35.2	▼5.7	12.1	4.4	2.5	1.5	0.0	5.3
	스틸 화이트 와인	(133)	24.8	33.8	9.8	11.3	3.8	4.5	3.0	0.8	8.3
	스틸 로제 와인	(236)	28.0	31.8	12.7	9.3	7.6	3.4	2.5	0.0	4.7
	스파클링 레드 와인	(75)	37.3	▼2.7	▲37.3	6.7	12.0	1.3	2.7	0.0	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	29.8	24.6	▲29.8	5.3	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	16.7	0.0	▲44.4	11.1	11.1	5.6	0.0	5.6	5.6
	기타	(9)	22.2	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	31.6	33.0	▼7.3	15.5	▼2.4	1.9	1.5	0.0	6.8
	Dry & light	(365)	27.9	32.9	▲17.0	10.7	▼2.7	2.7	▼.5	0.0	5.5
	Sweet & Heavy	(104)	29.8	25.0	▼2.9	13.5	▲16.3	3.8	3.8	1.9	2.9
	Sweet & light	(325)	33.2	28.0	14.2	▼5.8	8.9	3.1	3.1	0.0	3.7
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	23.2	▲47.2	▼6.4	12.8	▼1.6	4.8	0.0	0.0	4.0
	2~3일에 한번	(93)	▼18.3	▲47.3	14.0	8.6	3.2	2.2	2.2	0.0	4.3
	1주일에 1회 이상	(319)	25.4	▲37.0	▼8.5	12.5	▼3.4	3.8	2.5	0.6	6.3
	2주일에 1회 이상	(123)	27.6	27.6	17.9	6.5	11.4	1.6	2.4	0.0	4.9
	1달에 1회 이상	(208)	35.6	▼21.6	17.8	7.7	8.7	2.4	1.0	0.0	5.3
	1달에 1회 미만	(132)	▲53.8	▼3.8	14.4	12.1	9.8	▼.8	3.0	0.0	2.3
국가별	독일	(500)	▲36.6	▼22.6	16.2	8.0	9.0	2.2	2.4	0.2	▼2.8
	프랑스	(500)	▼24.6	▲38.4	▼9.0	12.8	▼3.2	3.4	1.4	0.2	7.0
학력별	고졸 이하	(516)	31.6	30.4	14.0	9.3	6.2	1.9	1.7	0.2	4.7
	대재 이상	(484)	29.5	30.6	11.2	11.6	6.0	3.7	2.1	0.2	5.2
직업별	대학생/대학원생	(95)	36.8	22.1	8.4	11.6	10.5	3.2	5.3	0.0	2.1
	직장인	(594)	33.0	30.5	11.6	11.4	5.4	2.9	1.2	0.3	3.7
	아르바이트	(67)	▼17.9	34.3	14.9	6.0	9.0	7.5	3.0	0.0	7.5
	자영업	(75)	30.7	33.3	6.7	12.0	10.7	1.3	0.0	0.0	5.3
	전업주부	(55)	▼10.9	32.7	▲36.4	▼3.6	3.6	0.0	7.3	0.0	5.5
	무직/기타	(114)	29.8	32.5	12.3	8.8	▼2.6	1.8	0.9	0.0	▲11.4

3. 음용 비중 증가 주류

문. 앞으로 현재 보다 음용 비중이 늘어날 것이라고 생각하시는 술을 하나만 골라 주십시오.

- 향후 음용 비중이 늘어날 것으로 예상되는 주종은 스틸 와인이 32.7%로 가장 높고, 다음으로 맥주(20.5%), 스파클링 와인(11.9%), 위스키(10.5%), 혼합 알코올류(8.9%)등의 순임.

[그림3-3. 음용 비중 증가 주류]



특성별 분석

- 스틸 와인은 성/연령별로 여19-29세, 최선호 주류별로 스틸 와인, 와인 음용 빈도별로 2~3일에 한번, 1주일에 1회 이상, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- 맥주는 성별로 남성, 최선호 주류별로 맥주, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만에서 상대적으로 높음.
- 스파클링와인은 성별로 여성, 성/연령별로 여30대, 여40대, 여50대, 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 최선호 주류별로 스파클링 와인, 직업별로 전업주부에서 상대적으로 높음.

[표3-3. 음용 비중 증가 주류]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

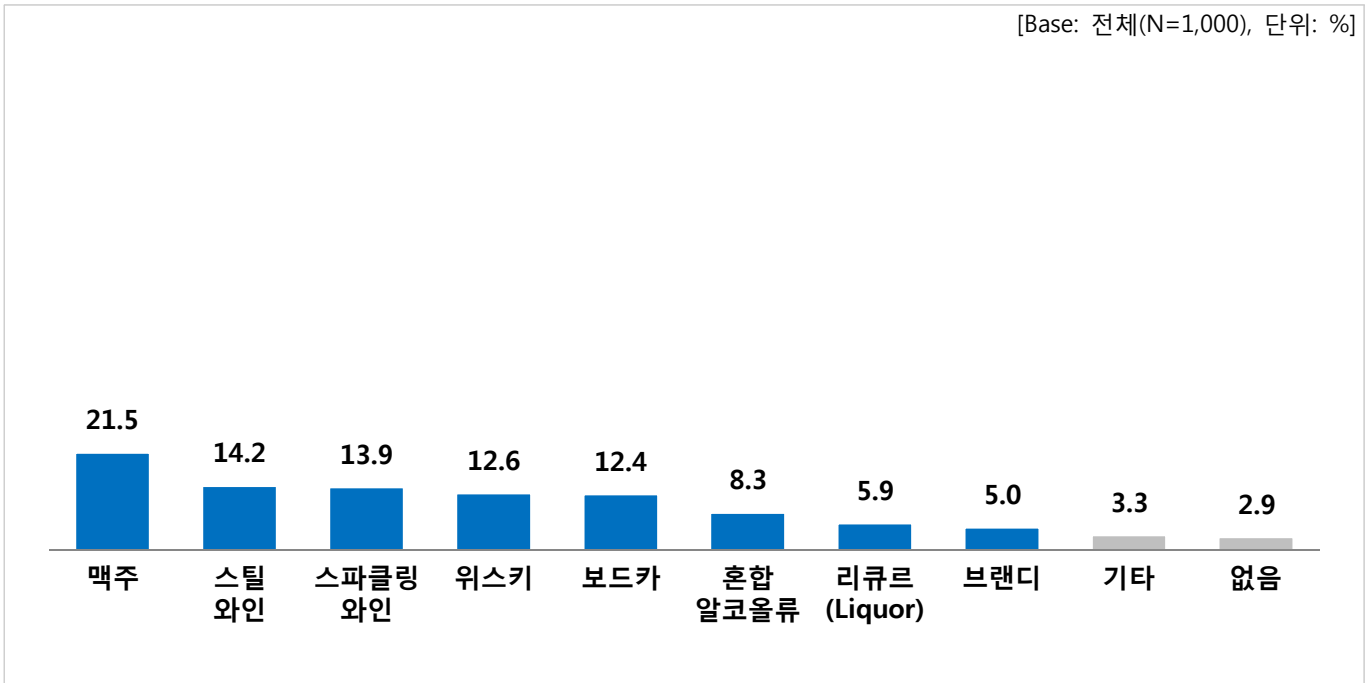
		사례수	스틸 와인	맥주	스파클링 와인	위스키	혼합 알코올류	보드카	리큐르 (Liquor)	브랜디	기타	없음
전체		(1,000)	32.7	20.5	11.9	10.5	8.9	3.6	1.9	1.0	6.1	2.9
성별	남성	(500)	30.4	▲25.2	▼4.8	▲15.8	7.0	5.0	1.8	1.0	6.2	2.8
	여성	(500)	35.0	▼15.8	▲19.0	▼5.2	10.8	2.2	2.0	1.0	6.0	3.0
연령별	19-29세	(250)	37.2	20.4	9.2	12.0	10.4	5.6	1.6	1.2	▼1.6	▼8
	30대	(250)	28.8	18.8	12.8	13.6	9.6	4.0	2.4	1.6	4.4	4.0
	40대	(250)	32.0	23.2	11.2	10.0	9.2	2.0	1.6	0.4	6.8	3.6
	50대	(250)	32.8	19.6	14.4	▼6.4	6.4	2.8	2.0	0.8	▲11.6	3.2
성/연령별	남19-29세	(126)	30.2	23.8	▼4.8	▲20.6	7.1	7.9	2.4	1.6	▼1.6	0.0
	남30대	(124)	30.6	23.4	▼3.2	▲17.7	8.1	4.0	3.2	2.4	4.8	2.4
	남40대	(126)	29.4	27.8	▼3.2	15.1	10.3	3.2	0.8	0.0	4.8	5.6
	남50대	(124)	31.5	25.8	8.1	9.7	▼2.4	4.8	0.8	0.0	▲13.7	3.2
	여19-29세	(124)	▲44.4	16.9	13.7	▼3.2	13.7	3.2	0.8	0.8	▼1.6	1.6
	여30대	(126)	27.0	14.3	▲22.2	9.5	11.1	4.0	1.6	0.8	4.0	5.6
	여40대	(124)	34.7	18.5	▲19.4	▼4.8	8.1	▼8	2.4	0.8	8.9	1.6
	여50대	(126)	34.1	▼13.5	▲20.6	▼3.2	10.3	▼8	3.2	1.6	9.5	3.2
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	37.1	21.2	▼8.1	12.1	7.0	2.5	2.1	0.8	5.9	3.2
	스틸 화이트 와인	(133)	41.4	20.3	8.3	9.8	▼1.5	3.0	0.8	3.0	9.0	3.0
	스틸 로제 와인	(236)	31.4	24.2	11.9	8.5	10.6	4.7	0.8	0.4	5.5	2.1
	스파클링 레드 와인	(75)	▼4.0	18.7	▲29.3	12.0	▲21.3	4.0	6.7	0.0	2.7	1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	28.1	▼8.8	21.1	7.0	15.8	5.3	1.8	0.0	7.0	5.3
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	▼5.6	33.3	11.1	22.2	16.7	0.0	5.6	5.6	0.0
	기타	(9)	44.4	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲61.6	▼12.1	▼5.9	▼3.9	▼3.6	▼1.6	1.0	0.3	7.9	2.0
	스파클링 와인	(126)	▼13.5	▼4.8	▲50.0	▼2.4	11.9	5.6	1.6	0.8	5.6	4.0
	맥주	(306)	▼22.2	▲40.2	▼7.5	9.8	7.2	2.6	2.0	1.0	4.2	3.3
	위스키	(104)	▼13.5	16.3	▼2.9	▲51.9	▼2.9	3.8	1.0	1.9	4.8	1.0
	혼합 알코올류	(61)	▼19.7	▼6.6	▼3.3	▼1.6	▲57.4	3.3	4.9	1.6	0.0	1.6
	기타	(98)	28.6	18.4	10.2	▼5.1	▼3.1	▲10.2	4.1	2.0	12.2	6.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	36.4	21.4	▼6.8	15.0	▼4.4	4.4	1.0	1.9	6.3	2.4
	Dry & light	(365)	32.6	23.8	14.5	7.9	▼5.8	3.8	0.8	0.3	6.8	3.6
	Sweet & Heavy	(104)	27.9	16.3	8.7	17.3	15.4	5.8	1.0	1.9	4.8	1.0
	Sweet & light	(325)	32.0	17.5	13.2	8.3	▲13.2	2.2	4.0	0.9	5.5	3.1
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	36.8	22.4	▼6.4	16.8	▼3.2	2.4	0.8	1.6	6.4	3.2
	2~3일에 한번	(93)	▲48.4	15.1	9.7	6.5	8.6	5.4	2.2	0.0	4.3	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	▲41.1	17.6	9.7	9.7	6.3	4.7	1.9	1.9	5.3	1.9
	2주일에 1회 이상	(123)	34.1	▼13.8	14.6	8.1	15.4	3.3	3.3	0.0	5.7	1.6
	1달에 1회 이상	(208)	26.4	24.5	16.3	7.2	9.1	2.9	1.4	0.5	6.7	4.8
	1달에 1회 미만	(132)	▼6.1	▲29.5	14.4	16.7	14.4	2.3	2.3	0.8	8.3	5.3
국가별	독일	(500)	▼25.2	19.0	15.2	10.6	▲13.8	4.8	3.0	1.4	5.2	1.8
	프랑스	(500)	▲40.2	22.0	▼8.6	10.4	▼4.0	2.4	0.8	0.6	7.0	4.0
학력별	고졸 이하	(516)	32.6	19.4	12.8	8.9	10.5	3.1	2.5	0.6	7.9	1.7
	대재 이상	(484)	32.9	21.7	11.0	12.2	7.2	4.1	1.2	1.4	4.1	4.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	30.5	22.1	11.6	12.6	7.4	6.3	2.1	4.2	▼1.1	2.1
	직장인	(594)	30.5	23.9	10.4	11.6	9.3	4.4	1.9	0.5	4.4	3.2
	아르바이트	(67)	44.8	▼11.9	14.9	▼4.5	11.9	1.5	0.0	1.5	6.0	3.0
	자영업	(75)	34.7	16.0	9.3	10.7	10.7	1.3	1.3	1.3	12.0	2.7
	전업주부	(55)	36.4	▼7.3	▲27.3	5.5	9.1	0.0	3.6	0.0	10.9	0.0
	무직/기타	(114)	36.0	15.8	12.3	8.8	5.3	1.8	2.6	0.9	▲13.2	3.5

4. 음용 비중 감소 주류

문. 그 술(A3의 응답)을 더 마시면 어떤 술을 덜 마시게 될 것 같습니까?

- ✓ 향후 음용 비중이 줄어들 것으로 예상되는 주종은 맥주가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 스틸 와인, 스파클링 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-4. 음용 비중 감소 주류]



📖 특성별 분석

- ✓ 맥주는 국가별로 독일, 직업별로 자영업에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스파클링 와인은 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-4. 음용 비중 감소 주류]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	맥주	스틸 와인	스파클링 와인	위스키	보드카	혼합 알코올류	리큐르 (Liquor)	브랜디	기타	없음
전체		(1,000)	21.5	14.2	13.9	12.6	12.4	8.3	5.9	5.0	3.3	2.9
성별	남성	(500)	20.4	14.4	12.2	12.8	13.6	9.2	6.0	5.8	2.8	2.8
	여성	(500)	22.6	14.0	15.6	12.4	11.2	7.4	5.8	4.2	3.8	3.0
연령별	19-29세	(250)	22.0	▼8.4	16.0	10.0	▲19.6	7.2	6.8	6.0	3.2	▼8
	30대	(250)	22.0	14.4	12.8	12.8	12.8	8.0	5.6	4.8	2.8	4.0
	40대	(250)	22.4	16.8	12.4	11.6	▼8.4	9.6	6.4	5.2	3.6	3.6
	50대	(250)	19.6	17.2	14.4	16.0	8.8	8.4	4.8	4.0	3.6	3.2
성/연령별	남19-29세	(126)	17.5	9.5	15.1	13.5	▲19.8	7.1	7.1	7.1	3.2	0.0
	남30대	(124)	18.5	13.7	13.7	12.9	15.3	7.3	7.3	5.6	3.2	2.4
	남40대	(126)	22.2	15.9	10.3	11.9	9.5	10.3	5.6	6.3	2.4	5.6
	남50대	(124)	23.4	18.5	9.7	12.9	9.7	12.1	4.0	4.0	2.4	3.2
	여19-29세	(124)	26.6	▼7.3	16.9	▼6.5	19.4	7.3	6.5	4.8	3.2	1.6
	여30대	(126)	25.4	15.1	11.9	12.7	10.3	8.7	4.0	4.0	2.4	5.6
	여40대	(124)	22.6	17.7	14.5	11.3	▼7.3	8.9	7.3	4.0	4.8	1.6
	여50대	(126)	15.9	15.9	19.0	19.0	7.9	4.8	5.6	4.0	4.8	3.2
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	20.3	12.9	13.8	12.1	13.6	9.7	5.1	6.4	3.0	3.2
	스틸 화이트 와인	(133)	18.8	17.3	▼8.3	15.8	17.3	5.3	6.8	3.8	3.8	3.0
	스틸 로제 와인	(236)	24.2	15.3	14.4	13.1	11.4	6.4	7.6	▼2.5	3.0	2.1
	스파클링 레드 와인	(75)	22.7	10.7	14.7	10.7	8.0	14.7	6.7	6.7	4.0	1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	24.6	17.5	24.6	8.8	▼3.5	3.5	3.5	3.5	5.3	5.3
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	16.7	22.2	11.1	11.1	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0
	기타	(9)	22.2	11.1	0.0	22.2	0.0	11.1	0.0	11.1	11.1	11.1
최선호 주류	스틸 와인	(305)	20.3	11.5	12.8	15.1	12.5	11.5	7.2	4.6	2.6	2.0
	스파클링 와인	(126)	27.8	20.6	11.9	▼6.3	▼5.6	8.7	6.3	4.8	4.0	4.0
	맥주	(306)	18.3	16.0	17.0	13.7	14.1	6.9	4.9	3.9	2.0	3.3
	위스키	(104)	21.2	16.3	8.7	10.6	14.4	9.6	7.7	7.7	2.9	1.0
	혼합 알코올류	(61)	21.3	9.8	16.4	14.8	8.2	6.6	8.2	11.5	1.6	1.6
	기타	(98)	27.6	9.2	14.3	10.2	16.3	▼2.0	▼1.0	3.1	▲10.2	6.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	25.7	13.6	11.2	12.1	9.2	11.7	4.4	5.8	3.9	2.4
	Dry & light	(365)	19.5	16.2	14.2	13.2	11.2	7.1	6.8	4.9	3.3	3.6
	Sweet & Heavy	(104)	19.2	12.5	17.3	8.7	18.3	6.7	5.8	7.7	2.9	1.0
	Sweet & light	(325)	21.8	12.9	14.2	13.5	13.8	8.0	5.8	3.7	3.1	3.1
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▼12.0	10.4	15.2	15.2	13.6	▲15.2	4.0	8.0	3.2	3.2
	2~3일에 한번	(93)	25.8	12.9	15.1	11.8	14.0	7.5	6.5	3.2	3.2	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	20.4	15.4	▼9.4	15.0	13.8	7.8	7.5	4.4	4.4	1.9
	2주일에 1회 이상	(123)	26.8	14.6	12.2	▼5.7	13.8	9.8	8.9	5.7	▼8	1.6
	1달에 1회 이상	(208)	26.9	15.9	15.9	11.1	9.1	5.3	4.8	3.4	2.9	4.8
	1달에 1회 미만	(132)	16.7	12.9	▲21.2	13.6	10.6	6.8	▼2.3	6.8	3.8	5.3
국가별	독일	(500)	▲26.8	12.6	▲19.2	▼8.6	9.8	8.0	4.6	5.2	3.4	1.8
	프랑스	(500)	▼16.2	15.8	▼8.6	▲16.6	15.0	8.6	7.2	4.8	3.2	4.0
학력별	고졸 이하	(516)	22.1	15.5	16.3	11.8	11.4	7.6	5.2	4.7	3.7	1.7
	대재 이상	(484)	20.9	12.8	11.4	13.4	13.4	9.1	6.6	5.4	2.9	4.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	20.0	8.4	15.8	10.5	20.0	7.4	7.4	5.3	3.2	2.1
	직장인	(594)	19.9	14.8	15.0	11.8	10.8	9.3	7.1	5.2	3.0	3.2
	아르바이트	(67)	20.9	16.4	11.9	19.4	11.9	▼1.5	▼1.5	6.0	7.5	3.0
	자영업	(75)	▲34.7	10.7	16.0	8.0	8.0	5.3	6.7	6.7	1.3	2.7
	전업주부	(55)	27.3	16.4	12.7	18.2	12.7	10.9	0.0	1.8	0.0	0.0
	무직/기타	(114)	20.2	15.8	▼7.0	14.9	17.5	8.8	3.5	3.5	5.3	3.5

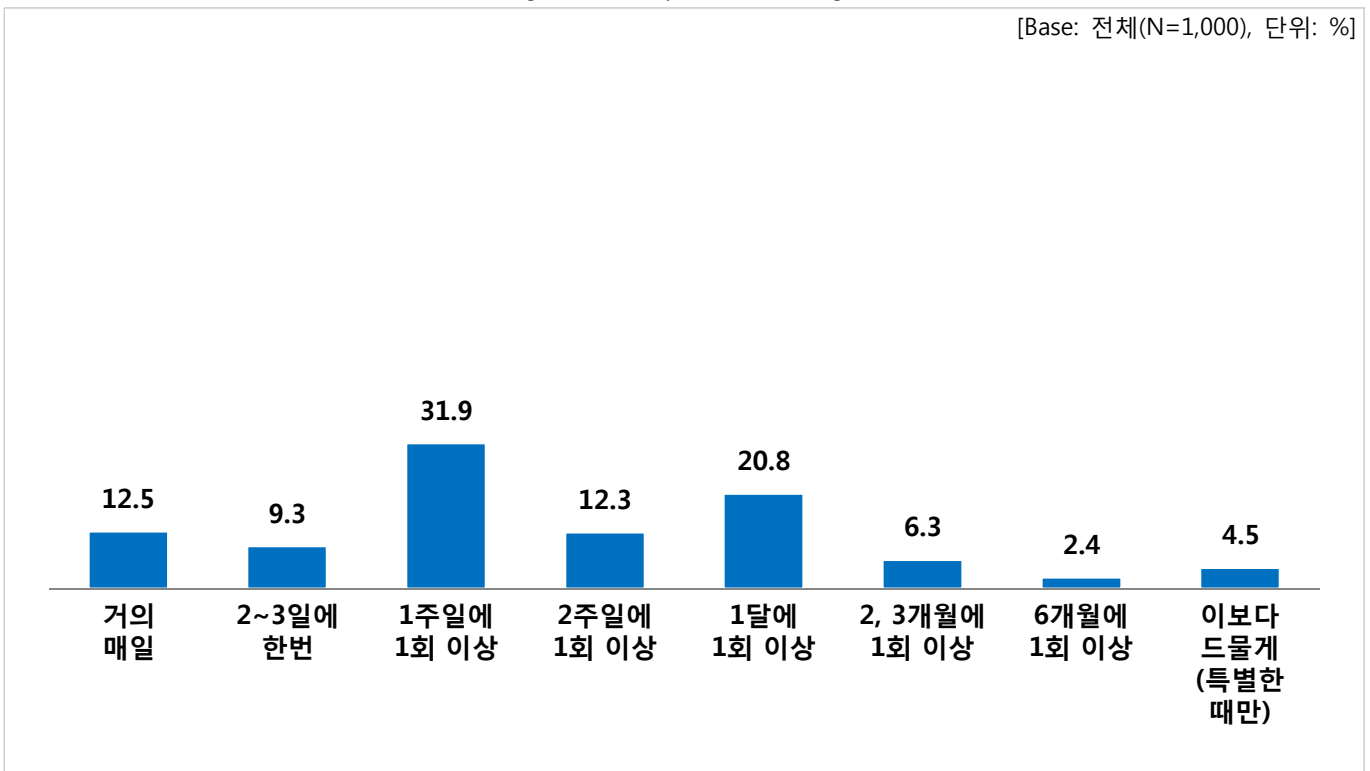
5. 와인 음용 빈도

문. 귀하는 평소 와인을 얼마나 자주 드십니까?

- ✓ 소비자들은 평소 '1주일에 1회 이상' 와인을 가장 많이 음용하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 '1달에 1회 이상', '거의 매일' 등의 순으로 나타남.

[그림3-5. 와인 음용 빈도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]



특성별 분석

- ✓ '1주일에 1회 이상'은 최근 음용 와인별로 스틸 화이트 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- ✓ '1달에 1회 이상'은 최선호 주류별로 스파클링 와인, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-5. 와인 음용 빈도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	거의 매일	2~3일에 한번	1주일에 1회 이상	2주일에 1회 이상	1달에 1회 이상	2, 3개월에 1회 이상	6개월에 1회 이상	이보다 드물게
전체		(1,000)	12.5	9.3	31.9	12.3	20.8	6.3	2.4	4.5
성별	남성	(500)	13.8	7.6	35.2	10.8	19.4	5.4	2.8	5.0
	여성	(500)	11.2	11.0	28.6	13.8	22.2	7.2	2.0	4.0
연령별	19-29세	(250)	▼7.2	8.4	28.8	16.4	22.4	9.2	3.2	4.4
	30대	(250)	9.2	9.6	35.2	12.8	20.8	5.2	3.2	4.0
	40대	(250)	14.0	10.4	29.6	10.8	22.8	6.8	▼4	5.2
	50대	(250)	▲19.6	8.8	34.0	9.2	17.2	4.0	2.8	4.4
성/연령별	남19-29세	(126)	10.3	7.9	30.2	14.3	18.3	10.3	3.2	5.6
	남30대	(124)	10.5	6.5	40.3	11.3	21.0	3.2	2.4	4.8
	남40대	(126)	15.1	9.5	33.3	▼6.3	23.8	7.1	0.8	4.0
	남50대	(124)	19.4	6.5	37.1	11.3	14.5	▼8	4.8	5.6
	여19-29세	(124)	▼4.0	8.9	27.4	18.5	26.6	8.1	3.2	3.2
	여30대	(126)	7.9	12.7	30.2	14.3	20.6	7.1	4.0	3.2
	여40대	(124)	12.9	11.3	25.8	15.3	21.8	6.5	0.0	6.5
	여50대	(126)	▲19.8	11.1	31.0	▼7.1	19.8	7.1	0.8	3.2
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	▲17.2	11.0	32.2	11.9	19.7	▼3.8	2.1	▼2.1
	스틸 화이트 와인	(133)	▼6.8	6.0	▲45.1	8.3	21.8	6.8	0.8	4.5
	스틸 로제 와인	(236)	12.3	9.7	33.1	15.3	19.5	5.5	1.3	3.4
	스파클링 레드 와인	(75)	0.0	5.3	▼13.3	12.0	21.3	▲18.7	▲9.3	▲20.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	8.8	7.0	26.3	15.8	26.3	10.5	3.5	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	▼11.1	11.1	33.3	11.1	5.6	22.2
	기타	(9)	11.1	11.1	22.2	0.0	33.3	11.1	0.0	11.1
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲19.3	▲14.4	▲38.7	11.1	▼14.8	▼1.0	0.0	▼7
	스파클링 와인	(126)	▼6.3	10.3	▼21.4	17.5	▲29.4	5.6	2.4	7.1
	맥주	(306)	9.5	▼5.6	26.5	11.1	24.2	▲10.1	▲5.2	▲7.8
	위스키	(104)	15.4	7.7	38.5	7.7	15.4	9.6	1.0	4.8
	혼합 알코올류	(61)	▼3.3	4.9	▼18.0	23.0	29.5	11.5	4.9	4.9
	기타	(98)	11.2	8.2	▲42.9	11.2	18.4	5.1	1.0	2.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	16.0	9.2	▲39.3	10.7	18.9	▼2.4	1.5	▼1.9
	Dry & light	(365)	14.5	11.0	30.4	12.3	20.5	4.1	2.2	4.9
	Sweet & Heavy	(104)	15.4	11.5	29.8	7.7	23.1	7.7	1.0	3.8
	Sweet & light	(325)	▼7.1	6.8	29.5	14.8	21.5	▲10.8	3.7	5.8
국가별	독일	(500)	▼6.6	8.6	▼24.2	15.2	▲26.0	8.8	4.2	6.4
	프랑스	(500)	▲18.4	10.0	▲39.6	9.4	▼15.6	▼3.8	▼6	▼2.6
학력별	고졸 이하	(516)	13.8	8.1	30.0	12.2	22.1	5.2	3.3	5.2
	대재 이상	(484)	11.2	10.5	33.9	12.4	19.4	7.4	1.4	3.7
직업별	대학생/대학원생	(95)	▼3.2	7.4	30.5	18.9	26.3	10.5	1.1	2.1
	직장인	(594)	12.8	10.6	31.6	12.8	18.7	6.6	2.5	4.4
	아르바이트	(67)	11.9	6.0	38.8	9.0	25.4	4.5	1.5	3.0
	자영업	(75)	17.3	6.7	33.3	6.7	24.0	4.0	1.3	6.7
	전업주부	(55)	10.9	10.9	21.8	21.8	25.5	5.5	1.8	1.8
	무직/기타	(114)	16.7	7.0	34.2	▼5.3	20.2	4.4	4.4	7.9

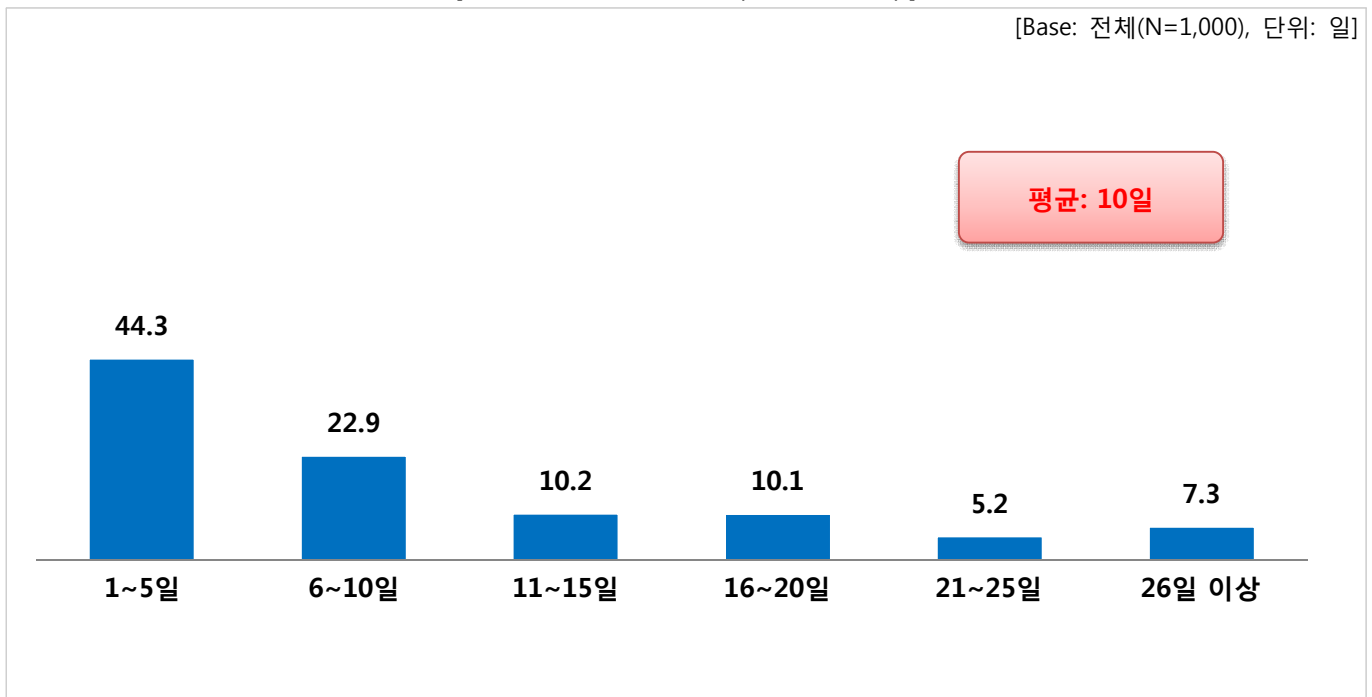
6. 한 달 평균 와인 음용 일수

문. 귀하는 최근 1년 동안 한 달에 평균 몇 일 와인을 마셨습니까?

- ✓ 최근 1년 동안 한 달 평균 와인 음용 일수는 1~5일이 가장 많고, 평균적으로 10일 정도 와인을 음용한 것으로 나타남.

[그림3-6. 한 달 평균 와인 음용 일수]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: 일]



📁 특성별 분석

- ✓ '1~5일'은 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 스파클링 로제 와인, 최선호 주류별로 맥주, 혼합 알코올류, 선호 와인 맛별로 Sweet & light에서 상대적으로 높음.

[표3-6. 한 달 평균 와인 음용 일수]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	1~5일	6~10일	11~15일	16~20일	21~25일	26일 이상	[평균: 일]
전체		(1,000)	44.3	22.9	10.2	10.1	5.2	7.3	10.18
성별	남성	(500)	43.6	23.2	9.4	10.0	5.6	8.2	10.43
	여성	(500)	45.0	22.6	11.0	10.2	4.8	6.4	9.93
연령별	19-29세	(250)	47.2	24.4	8.0	12.8	▼1.6	6.0	9.30
	30대	(250)	46.4	22.4	10.8	9.6	6.0	4.8	9.58
	40대	(250)	43.6	21.6	11.6	8.8	6.4	8.0	10.59
	50대	(250)	40.0	23.2	10.4	9.2	6.8	10.4	11.25
성/ 연령별	남19-29세	(126)	41.3	26.2	7.1	15.9	2.4	7.1	10.20
	남30대	(124)	47.6	23.4	10.5	6.5	5.6	6.5	9.53
	남40대	(126)	45.2	19.0	9.5	11.1	7.1	7.9	10.82
	남50대	(124)	40.3	24.2	10.5	6.5	7.3	11.3	11.17
	여19-29세	(124)	53.2	22.6	8.9	9.7	▼8	4.8	8.39
	여30대	(126)	45.2	21.4	11.1	12.7	6.3	▼3.2	9.62
	여40대	(124)	41.9	24.2	13.7	6.5	5.6	8.1	10.35
	여50대	(126)	39.7	22.2	10.3	11.9	6.3	9.5	11.33
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	▼36.4	25.8	10.4	11.2	▲8.1	8.1	11.41
	스틸 화이트 와인	(133)	51.1	27.1	8.3	▼5.3	3.0	5.3	8.43
	스틸 로제 와인	(236)	42.8	22.0	11.0	12.3	3.0	8.9	10.60
	스파클링 레드 와인	(75)	▲68.0	▼12.0	8.0	8.0	▼1.3	▼2.7	6.56
	스파클링 화이트 와인	(57)	50.9	15.8	15.8	8.8	1.8	7.0	9.21
	스파클링 로제 와인	(18)	▲83.3	▼5.6	5.6	.0	.0	5.6	4.72
	기타	(9)	▲77.8	.0	.0	11.1	11.1	.0	7.78
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▼31.8	▲29.8	11.8	10.5	6.9	9.2	11.84
	스파클링 와인	(126)	50.8	20.6	9.5	11.9	▼8	6.3	9.10
	맥주	(306)	▲53.6	18.3	9.5	7.8	3.9	6.9	8.94
	위스키	(104)	36.5	26.0	6.7	16.3	8.7	5.8	11.40
	혼합 알코올류	(61)	▲59.0	18.0	9.8	4.9	3.3	4.9	7.66
	기타	(98)	44.9	18.4	12.2	10.2	7.1	7.1	10.55
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	37.4	24.8	11.7	9.7	5.8	10.7	11.44
	Dry & light	(365)	40.8	25.5	9.6	11.8	5.8	6.6	10.54
	Sweet & Heavy	(104)	43.3	19.2	9.6	11.5	6.7	9.6	11.16
	Sweet & light	(325)	▲52.9	20.0	10.2	8.0	3.7	5.2	8.66
국가별	독일	(500)	45.4	23.0	12.2	9.0	4.8	5.6	9.64
	프랑스	(500)	43.2	22.8	8.2	11.2	5.6	9.0	10.72
학력별	고졸 이하	(516)	46.1	20.2	10.5	8.9	7.0	7.4	10.32
	대재 이상	(484)	42.4	25.8	9.9	11.4	3.3	7.2	10.03
직업별	대학생/대학원생	(95)	44.2	28.4	7.4	11.6	▼1.1	7.4	9.28
	직장인	(594)	45.1	22.1	9.3	9.9	5.7	7.9	10.36
	아르바이트	(67)	38.8	32.8	13.4	▼3.0	6.0	6.0	9.52
	자영업	(75)	38.7	18.7	16.0	12.0	8.0	6.7	11.03
	전업주부	(55)	52.7	20.0	10.9	9.1	1.8	5.5	8.87
	무직/기타	(114)	43.0	21.1	11.4	13.2	5.3	6.1	10.44

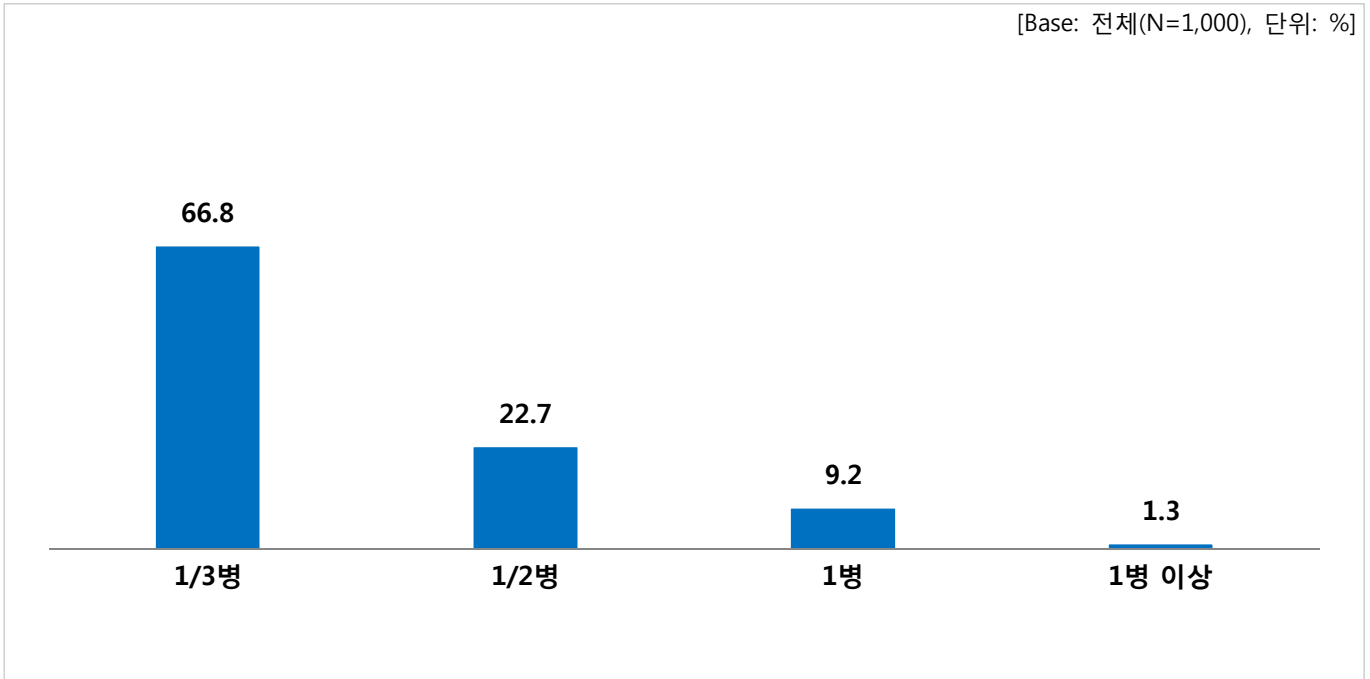
7. 하루 평균 와인 음용량

문. 귀하는 최근 1년 동안 와인을 마실 때, 하루에 평균 몇 병 정도 와인을 마십니까?

✔ 소비자들은 하루 평균 '1/3병' 와인을 가장 많이 음용하는 것으로 나타남.

[그림3-7. 하루 평균 와인 음용량]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]



📦 특성별 분석

✔ '1/3병'은 최근 음용 와인별로 스틸 화이트 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 와인 음용 빈도별로 2~3일에 한번, 1주일에 1회 이상, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.

[표3-7. 하루 평균 와인 음용량]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

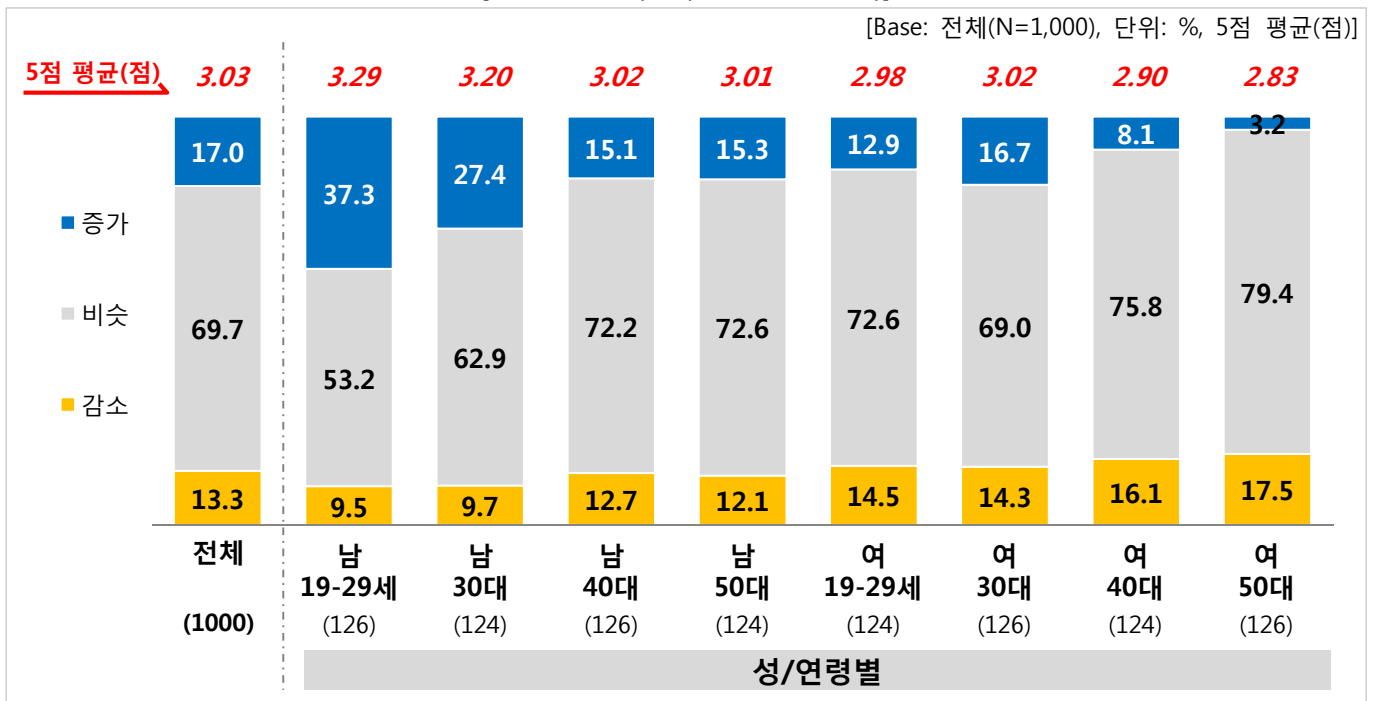
		사례수	1/3병	1/2병	1 병	1병 이상
전체		(1,000)	66.8	22.7	9.2	1.3
성별	남성	(500)	62.8	25.2	11.2	0.8
	여성	(500)	70.8	20.2	7.2	1.8
연령별	19-29세	(250)	67.2	22.8	8.4	1.6
	30대	(250)	69.2	18.8	10.8	1.2
	40대	(250)	64.8	26.8	6.8	1.6
	50대	(250)	66.0	22.4	10.8	0.8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	65.1	26.2	7.9	0.8
	남30대	(124)	66.1	18.5	15.3	0.0
	남40대	(126)	58.7	▲33.3	7.1	0.8
	남50대	(124)	61.3	22.6	14.5	1.6
	여19-29세	(124)	69.4	19.4	8.9	2.4
	여30대	(126)	72.2	19.0	6.3	2.4
	여40대	(124)	71.0	20.2	6.5	2.4
	여50대	(126)	70.6	22.2	7.1	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	66.9	23.3	8.3	1.5
	스틸 화이트 와인	(133)	▲79.7	▼15.0	5.3	0.0
	스틸 로제 와인	(236)	61.0	25.4	12.3	1.3
	스파클링 레드 와인	(75)	57.3	32.0	10.7	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	70.2	14.0	12.3	3.5
	스파클링 로제 와인	(18)	66.7	27.8	5.6	0.0
	기타	(9)	77.8	0.0	11.1	11.1
최선호 주류	스틸 와인	(305)	▲73.4	18.4	6.2	2.0
	스파클링 와인	(126)	71.4	20.6	6.3	1.6
	맥주	(306)	▼59.5	25.8	13.4	1.3
	위스키	(104)	57.7	29.8	11.5	1.0
	혼합 알코올류	(61)	55.7	32.8	11.5	0.0
	기타	(98)	▲79.6	15.3	5.1	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	62.6	25.2	9.2	2.9
	Dry & light	(365)	66.6	23.8	9.0	0.5
	Sweet & Heavy	(104)	59.6	23.1	15.4	1.9
	Sweet & light	(325)	72.0	19.7	7.4	0.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	58.4	24.8	13.6	3.2
	2~3일에 한번	(93)	▲77.4	15.1	7.5	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	▲72.7	18.8	7.5	0.9
	2주일에 1회 이상	(123)	64.2	30.9	▼4.1	0.8
	1달에 1회 이상	(208)	63.5	23.1	12.5	1.0
	1달에 1회 미만	(132)	60.6	27.3	9.8	2.3
국가별	독일	(500)	▼53.8	▲32.6	▲12.8	0.8
	프랑스	(500)	▲79.8	▼12.8	▼5.6	1.8
학력별	고졸 이하	(516)	64.1	24.0	10.3	1.6
	대재 이상	(484)	69.6	21.3	8.1	1.0
직업별	대학생/대학원생	(95)	70.5	23.2	▼4.2	2.1
	직장인	(594)	64.8	25.9	7.9	1.3
	아르바이트	(67)	76.1	▼7.5	13.4	3.0
	자영업	(75)	60.0	25.3	14.7	0.0
	전업주부	(55)	72.7	16.4	10.9	0.0
	무직/기타	(114)	70.2	15.8	13.2	0.9

8. 향후 와인 음용량 변화

문. 귀하께서는 현재 대비 향후 와인의 음용량이 어떻게 변화할 것 같습니까?

- ✓ 향후 와인 음용량은 현재와 비슷할 것으로 판단됨.
- ✓ 성/연령별로 남 19~29세와 남 30대에서 향후 와인 음용량이 타 집단 대비 증가할 것으로 예상됨.

[그림3-8. 향후 와인 음용량 변화]



특성별 분석

- ✓ '비슷'은 연령이 높을수록, 성/연령별로 여50대, 최선호 주류별로 혼합 알코올류, 선호 와인 맛별로 Sweet & light, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 직업별로 전업주부에서 상대적으로 높음.
- ✓ '증가'는 성별로 남성, 연령이 낮을수록, 성/연령별로 남19-29세, 남30대, 선호 와인 맛별로 Sweet & Heavy, 직업별로 대학생/대학원생에서 상대적으로 높음.

[표3-8. 향후 와인 음용량 변화]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

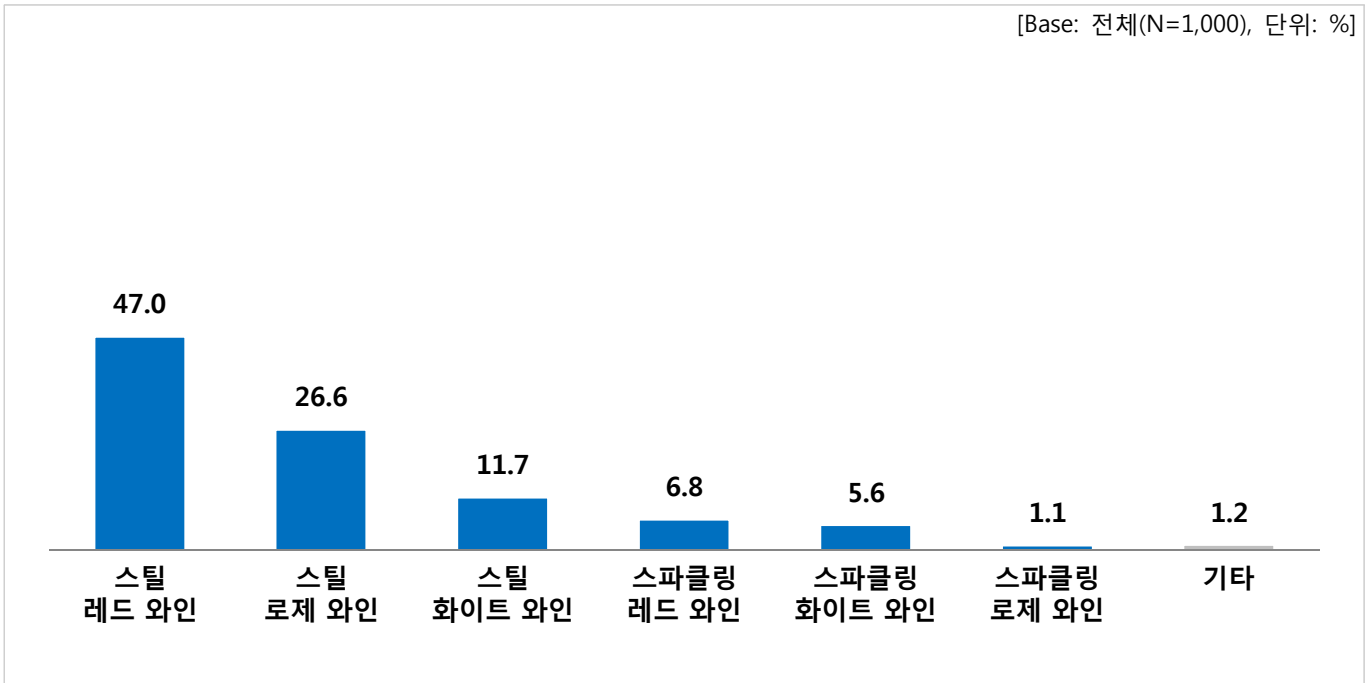
		사례수	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가	감소	비슷	증가	5점 평균(점)
전체		(1,000)	1.9	11.4	69.7	15.7	1.3	13.3	69.7	17.0	3.03
성별	남성	(500)	1.6	9.4	65.2	▲22.0	1.8	11.0	65.2	▲23.8	3.13
	여성	(500)	2.2	13.4	74.2	▼9.4	0.8	15.6	74.2	▼10.2	2.93
연령별	19-29세	(250)	1.6	10.4	▼62.8	▲23.6	1.6	12.0	▼62.8	▲25.2	3.13
	30대	(250)	0.8	11.2	66.0	20.0	2.0	12.0	66.0	22.0	3.11
	40대	(250)	2.4	12.0	74.0	▼10.0	1.6	14.4	74.0	▼11.6	2.96
	50대	(250)	2.8	12.0	▲76.0	▼9.2	0.0	14.8	▲76.0	▼9.2	2.92
성/연령별	남19-29세	(126)	1.6	7.9	▼53.2	▲34.9	2.4	9.5	▼53.2	▲37.3	3.29
	남30대	(124)	0.8	8.9	62.9	▲24.2	3.2	9.7	62.9	▲27.4	3.20
	남40대	(126)	1.6	11.1	72.2	13.5	1.6	12.7	72.2	15.1	3.02
	남50대	(124)	2.4	9.7	72.6	15.3	0.0	12.1	72.6	15.3	3.01
	여19-29세	(124)	1.6	12.9	72.6	12.1	0.8	14.5	72.6	12.9	2.98
	여30대	(126)	0.8	13.5	69.0	15.9	0.8	14.3	69.0	16.7	3.02
	여40대	(124)	3.2	12.9	75.8	▼6.5	1.6	16.1	75.8	▼8.1	2.90
	여50대	(126)	3.2	14.3	▲79.4	▼3.2	0.0	17.5	▲79.4	▼3.2	2.83
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	1.3	10.8	69.7	17.2	1.1	12.1	69.7	18.2	3.06
	스틸 화이트 와인	(133)	1.5	17.3	64.7	15.0	1.5	18.8	64.7	16.5	2.98
	스틸 로제 와인	(236)	2.5	11.9	67.4	16.5	1.7	14.4	67.4	18.2	3.03
	스파클링 레드 와인	(75)	4.0	8.0	74.7	12.0	1.3	12.0	74.7	13.3	2.99
	스파클링 화이트 와인	(57)	1.8	8.8	78.9	8.8	1.8	10.5	78.9	10.5	3.00
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	83.3	11.1	0.0	5.6	83.3	11.1	3.06
	기타	(9)	11.1	0.0	77.8	11.1	0.0	11.1	77.8	11.1	2.89
최선호 주류	스틸 와인	(305)	2.3	15.1	70.8	▼10.8	1.0	17.4	70.8	▼11.8	2.93
	스파클링 와인	(126)	2.4	11.9	76.2	▼8.7	0.8	14.3	76.2	▼9.5	2.94
	맥주	(306)	1.0	9.5	68.6	19.9	1.0	10.5	68.6	20.9	3.10
	위스키	(104)	1.9	7.7	65.4	21.2	3.8	9.6	65.4	25.0	3.17
	혼합 알코올류	(61)	0.0	▼4.9	▲82.0	13.1	0.0	▼4.9	▲82.0	13.1	3.08
	기타	(98)	4.1	13.3	▼58.2	22.4	2.0	17.3	▼58.2	24.5	3.05
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	1.5	14.1	64.6	18.4	1.5	15.5	64.6	19.9	3.04
	Dry & light	(365)	2.7	13.7	67.9	14.2	1.4	16.4	67.9	15.6	2.98
	Sweet & Heavy	(104)	1.0	▼4.8	67.3	23.1	3.8	▼5.8	67.3	▲26.9	3.24
	Sweet & light	(325)	1.5	9.2	▲75.7	13.2	▼3	10.8	▲75.7	13.5	3.02
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	4.8	16.8	▼58.4	15.2	4.8	▲21.6	▼58.4	20.0	2.98
	2~3일에 한번	(93)	2.2	12.9	61.3	21.5	2.2	15.1	61.3	23.7	3.09
	1주일에 1회 이상	(319)	0.9	12.9	67.1	18.2	0.9	13.8	67.1	19.1	3.05
	2주일에 1회 이상	(123)	1.6	8.1	76.4	13.8	0.0	9.8	76.4	13.8	3.02
	1달에 1회 이상	(208)	1.0	7.7	75.0	15.4	1.0	▼8.7	75.0	16.3	3.08
	1달에 1회 미만	(132)	3.0	10.6	▲78.0	▼8.3	0.0	13.6	▲78.0	▼8.3	2.92
국가별	독일	(500)	0.8	▼7.6	71.6	18.4	1.6	▼8.4	71.6	20.0	3.12
	프랑스	(500)	3.0	▲15.2	67.8	13.0	1.0	▲18.2	67.8	14.0	2.94
학력별	고졸 이하	(516)	2.1	11.8	71.1	13.6	1.4	14.0	71.1	14.9	3.00
	대재 이상	(484)	1.7	11.0	68.2	18.0	1.2	12.6	68.2	19.2	3.06
직업별	대학생/대학원생	(95)	2.1	8.4	60.0	▲28.4	1.1	10.5	60.0	▲29.5	3.18
	직장인	(594)	1.5	10.4	71.7	15.0	1.3	12.0	71.7	16.3	3.04
	아르바이트	(67)	1.5	19.4	59.7	16.4	3.0	20.9	59.7	19.4	3.00
	자영업	(75)	1.3	20.0	61.3	16.0	1.3	21.3	61.3	17.3	2.96
	전업주부	(55)	3.6	7.3	▲83.6	▼5.5	0.0	10.9	▲83.6	▼5.5	2.91
	무직/기타	(114)	3.5	10.5	71.9	13.2	0.9	14.0	71.9	14.0	2.97

9. 최빈 음용 와인

문. 귀하께서 가장 자주 마시는 와인은 어떤 것입니까?

- ✓ 소비자들은 스틸 레드 와인을 가장 자주 마시는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 스틸 로제 와인, 스틸 화이트 와인, 스파클링 레드 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-9. 최빈 음용 와인]



📁 특성별 분석

- ✓ 스틸 레드 와인은 성별로 남성, 성/연령별로 남40대, 최근 음용 와인별로 스틸 레드 와인, 선호 주류별로 스틸 와인, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, Sweet & Heavy, 와인 음용 빈도별로 거의 매일에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스틸 로제 와인은 최근 음용 와인별로 스틸 로제 와인, 선호 와인 맛별로 Sweet & light, 와인 음용 빈도별로 2주일에 1회 이상에서 상대적으로 높음.

[표3-9. 최빈 음용 와인]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

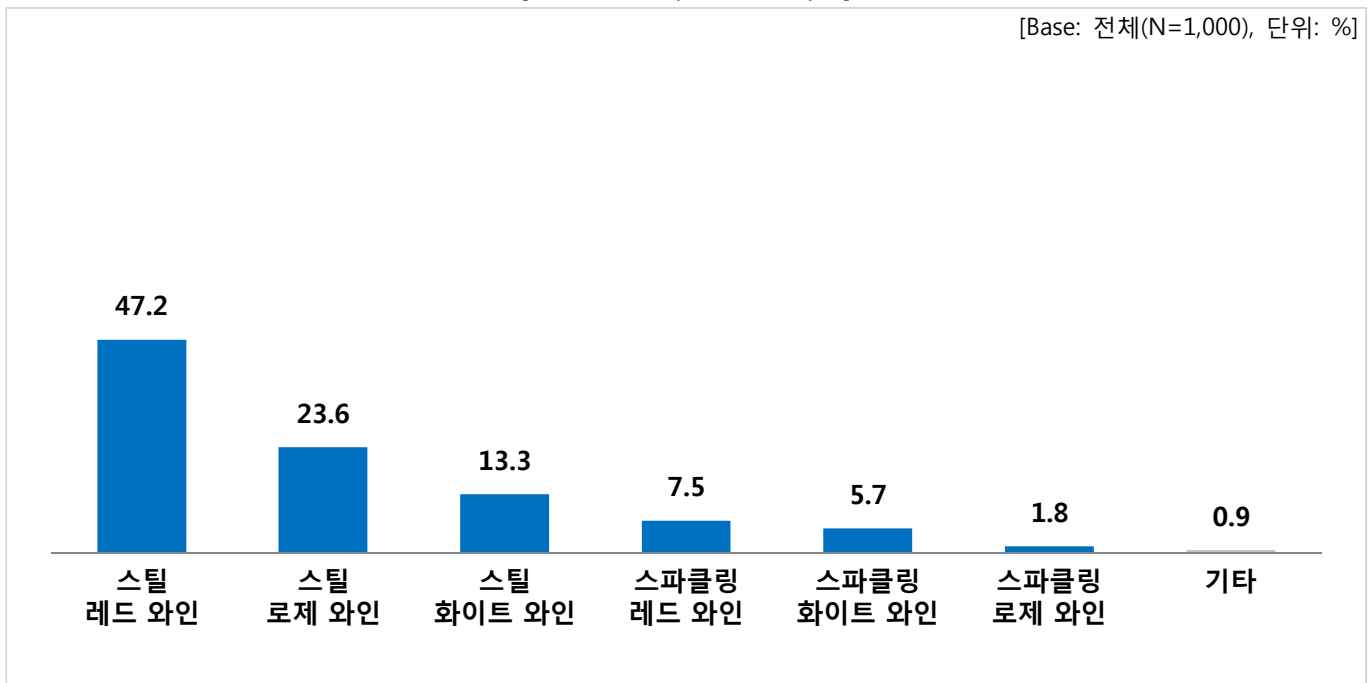
		사례수	스틸 레드 와인	스틸 로제 와인	스틸 화이트 와인	스파클링 레드 와인	스파클링 화이트 와인	스파클링 로제 와인	기타
전체		(1,000)	47.0	26.6	11.7	6.8	5.6	1.1	1.2
성별	남성	(500)	▲56.8	25.2	▼8.0	5.0	4.2	0.0	0.8
	여성	(500)	▼37.2	28.0	15.4	8.6	7.0	2.2	1.6
연령별	19-29세	(250)	44.0	25.2	▲16.8	6.8	5.6	1.2	0.4
	30대	(250)	43.2	30.4	11.2	6.8	6.4	0.8	1.2
	40대	(250)	50.8	23.6	11.2	6.8	4.4	0.8	2.4
	50대	(250)	50.0	27.2	▼7.6	6.8	6.0	1.6	0.8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	54.8	26.2	8.7	5.6	4.0	0.0	0.8
	남30대	(124)	52.4	25.8	8.1	7.3	6.5	0.0	0.0
	남40대	(126)	▲64.3	22.2	7.9	▼1.6	▼1.6	0.0	2.4
	남50대	(124)	55.6	26.6	7.3	5.6	4.8	0.0	0.0
	여19-29세	(124)	▼33.1	24.2	▲25.0	8.1	7.3	2.4	0.0
	여30대	(126)	▼34.1	34.9	14.3	6.3	6.3	1.6	2.4
	여40대	(124)	▼37.1	25.0	14.5	12.1	7.3	1.6	2.4
	여50대	(126)	44.4	27.8	7.9	7.9	7.1	3.2	1.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	▲85.4	▼7.6	▼3.0	▼1.5	▼1.5	0.4	0.6
	스틸 화이트 와인	(133)	▼18.0	▼12.0	▲64.7	▼2.3	▼2.3	0.0	0.8
	스틸 로제 와인	(236)	▼12.3	▲80.5	▼2.1	▼3.0	▼2.1	0.0	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	▼12.0	18.7	▼4.0	▲57.3	4.0	4.0	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	▼7.0	▼12.3	12.3	3.5	▲64.9	0.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	▼5.6	16.7	11.1	▲27.8	5.6	▲33.3	0.0
	기타	(9)	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	▲88.9
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲56.7	24.6	13.4	▼7.7	3.3	0.0	1.3
	스파클링 와인	(126)	▼22.2	27.8	7.9	▲21.4	▲11.9	▲6.3	2.4
	맥주	(306)	47.7	26.8	10.1	8.2	5.9	0.7	0.7
	위스키	(104)	55.8	24.0	12.5	4.8	▼1.9	0.0	1.0
	혼합 알코올류	(61)	▼29.5	32.8	11.5	13.1	11.5	1.6	0.0
	기타	(98)	48.0	29.6	15.3	▼1.0	4.1	0.0	2.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▲75.7	▼13.1	▼5.8	▼2.9	▼1.9	0.0	0.5
	Dry & light	(365)	43.0	28.8	12.3	7.9	5.5	1.9	0.5
	Sweet & Heavy	(104)	▲60.6	20.2	9.6	3.8	2.9	0.0	2.9
	Sweet & light	(325)	▼28.9	▲34.8	15.4	8.9	8.9	1.2	1.8
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▲64.8	25.6	▼4.8	▼.8	3.2	0.0	0.8
	2~3일에 한번	(93)	52.7	25.8	10.8	4.3	4.3	1.1	1.1
	1주일에 1회 이상	(319)	50.2	27.0	15.0	▼2.2	4.7	0.0	0.9
	2주일에 1회 이상	(123)	40.7	▲35.8	8.1	8.1	6.5	0.8	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	46.2	22.6	13.0	8.2	6.7	2.4	1.0
	1달에 1회 미만	(132)	▼25.8	25.0	12.1	▲22.0	8.3	3.0	3.8
국가별	독일	(500)	44.8	29.0	▼2.6	▲13.0	8.0	2.0	0.6
	프랑스	(500)	49.2	24.2	▲20.8	▼.6	▼3.2	▼.2	1.8
학력별	고졸 이하	(516)	45.9	26.6	9.3	9.1	6.6	1.6	1.0
	대재 이상	(484)	48.1	26.7	14.3	▼4.3	4.5	0.6	1.4
직업별	대학생/대학원생	(95)	36.8	31.6	18.9	▼2.1	8.4	1.1	1.1
	직장인	(594)	48.8	26.3	10.9	6.7	5.7	0.8	0.7
	아르바이트	(67)	40.3	25.4	▲22.4	6.0	4.5	0.0	1.5
	자영업	(75)	57.3	26.7	6.7	5.3	4.0	0.0	0.0
	전업주부	(55)	43.6	29.1	▼1.8	16.4	7.3	0.0	1.8
	무직/기타	(114)	44.7	23.7	11.4	7.9	3.5	4.4	4.4

10. 최근 음용 와인

문. 귀하께서 가장 최근에 마신 와인 종류는 무엇입니까?

- ✓ 최근 음용 와인은 스틸 레드 와인이 47.2%로 가장 높으며, 그 다음으로 스틸 로제 와인, 스틸 화이트 와인, 스파클링 레드 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-10. 최근 음용 와인]



📖 특성별 분석

- ✓ 스틸 레드 와인은 성별로 남성, 성/연령별로 남40대, 최선호 주류별로 스틸 와인, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, Sweet & Heavy, 와인 음용 빈도가 많을수록, 직업별로 자영업에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스틸 로제 와인은 선호 와인 맛별로 Sweet & light에서 상대적으로 높음.

[표3-10. 최근 음용 와인]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	스틸 레드 와인	스틸 로제 와인	스틸 화이트 와인	스파클링 레드 와인	스파클링 화이트 와인	스파클링 로제 와인	기타
전체		(1,000)	47.2	23.6	13.3	7.5	5.7	1.8	0.9
성별	남성	(500)	▲56.6	22.0	10.4	5.4	4.0	1.2	0.4
	여성	(500)	▼37.8	25.2	16.2	9.6	7.4	2.4	1.4
연령별	19-29세	(250)	42.4	24.8	18.0	9.2	3.6	2.0	0.0
	30대	(250)	46.8	24.0	12.4	6.8	6.8	2.0	1.2
	40대	(250)	50.0	21.6	11.2	7.6	6.4	0.8	2.4
	50대	(250)	49.6	24.0	11.6	6.4	6.0	2.4	0.0
성/ 연령별	남19-29세	(126)	55.6	22.2	12.7	6.3	▼2.4	0.8	0.0
	남30대	(124)	54.0	20.2	12.1	5.6	5.6	2.4	0.0
	남40대	(126)	▲62.7	21.4	▼7.9	▼2.4	3.2	0.8	1.6
	남50대	(124)	54.0	24.2	8.9	7.3	4.8	0.8	0.0
	여19-29세	(124)	▼29.0	27.4	▲23.4	12.1	4.8	3.2	0.0
	여30대	(126)	39.7	27.8	12.7	7.9	7.9	1.6	2.4
	여40대	(124)	▼37.1	21.8	14.5	12.9	9.7	0.8	3.2
여50대	(126)	45.2	23.8	14.3	5.6	7.1	4.0	0.0	
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲54.4	24.6	14.8	▼7.7	4.6	0.0	1.0
	스파클링 와인	(126)	▼21.4	23.8	10.3	▲22.2	▲13.5	▲6.3	2.4
	맥주	(306)	51.3	21.6	10.8	9.2	5.6	1.0	0.7
	위스키	(104)	54.8	21.2	14.4	4.8	2.9	1.9	0.0
	혼합 알코올류	(61)	▼34.4	29.5	8.2	14.8	9.8	3.3	0.0
	기타	(98)	44.9	25.5	▲22.4	▼3.1	0.0	3.1	1.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▲73.8	▼11.2	9.2	▼3.4	▼1.0	1.0	0.5
	Dry & light	(365)	43.3	27.1	14.2	8.5	4.7	1.6	0.5
	Sweet & Heavy	(104)	▲57.7	18.3	9.6	6.7	4.8	1.0	1.9
	Sweet & light	(325)	▼31.4	▲29.2	16.0	9.2	▲10.2	2.8	1.2
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▲64.8	23.2	▼7.2	0.0	4.0	0.0	0.8
	2~3일에 한번	(93)	55.9	24.7	8.6	4.3	4.3	1.1	1.1
	1주일에 1회 이상	(319)	47.6	24.5	▲18.8	▼3.1	4.7	0.6	0.6
	2주일에 1회 이상	(123)	45.5	29.3	8.9	7.3	7.3	1.6	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	44.7	22.1	13.9	7.7	7.2	2.9	1.4
	1달에 1회 미만	(132)	▼28.8	18.2	12.1	▲27.3	6.8	5.3	1.5
국가별	독일	(500)	44.8	27.4	▼3.2	▲14.8	6.8	2.6	0.4
	프랑스	(500)	49.6	19.8	▲23.4	▼2	4.6	1.0	1.4
학력별	고졸 이하	(516)	46.3	25.4	10.1	8.5	6.4	2.3	1.0
	대재 이상	(484)	48.1	21.7	16.7	6.4	5.0	1.2	0.8
직업별	대학생/대학원생	(95)	38.9	26.3	20.0	7.4	4.2	2.1	1.1
	직장인	(594)	49.5	23.1	12.1	7.4	5.7	1.7	0.5
	아르바이트	(67)	35.8	23.9	▲26.9	6.0	6.0	0.0	1.5
	자영업	(75)	▲62.7	22.7	▼4.0	4.0	5.3	1.3	0.0
	전업주부	(55)	▼30.9	32.7	▼5.5	12.7	12.7	1.8	3.6
	무직/기타	(114)	46.5	20.2	15.8	8.8	3.5	3.5	1.8

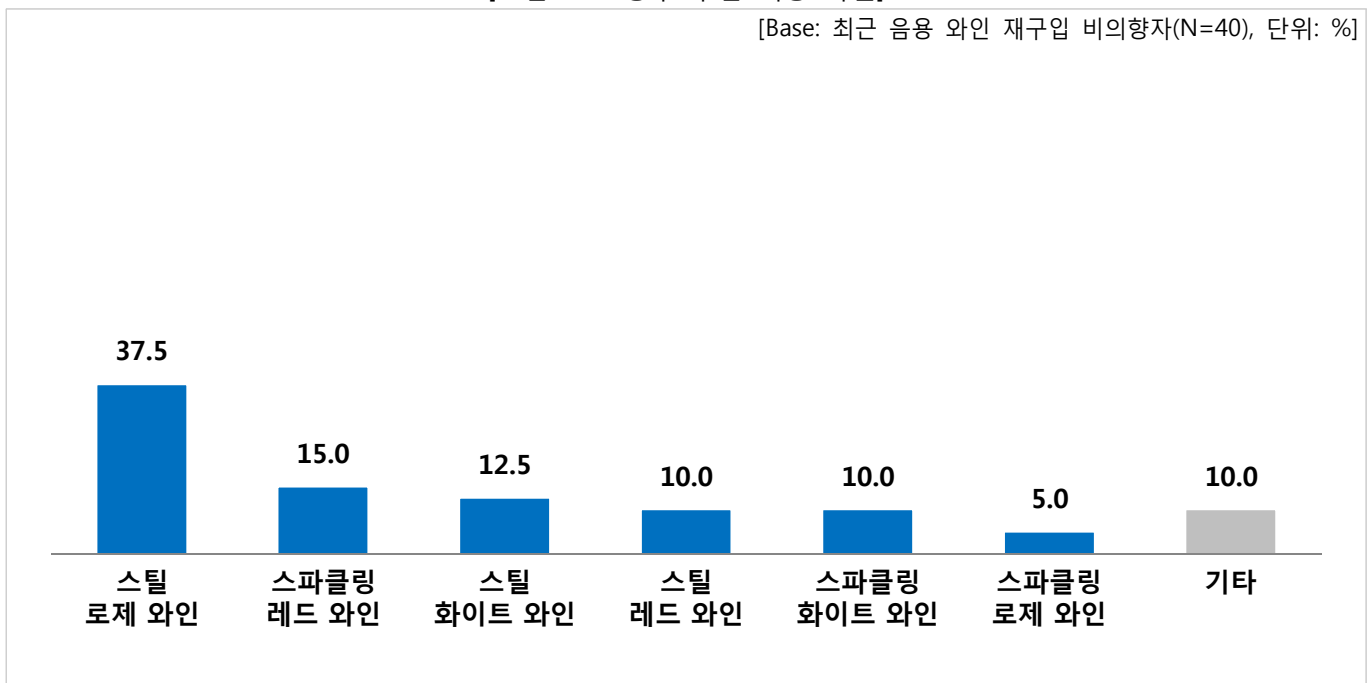
11. 향후 구입 의향 와인

문. 그렇다면 향후에 귀하께서 구매 의향이 가장 높은 와인의 종류는 무엇입니까?

- 향후 구입 의향 와인은 스틸 로제 와인이 가장 높으며, 그 다음으로 스파클링 레드 와인, 스틸 화이트 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-11. 향후 구입 의향 와인]

[Base: 최근 음용 와인 재구입 비의향자(N=40), 단위: %]



[표3-11. 향후 구입 의향 와인]

[Base: 최근 음용 와인 재구입 비의향자(N=40), 단위: %]

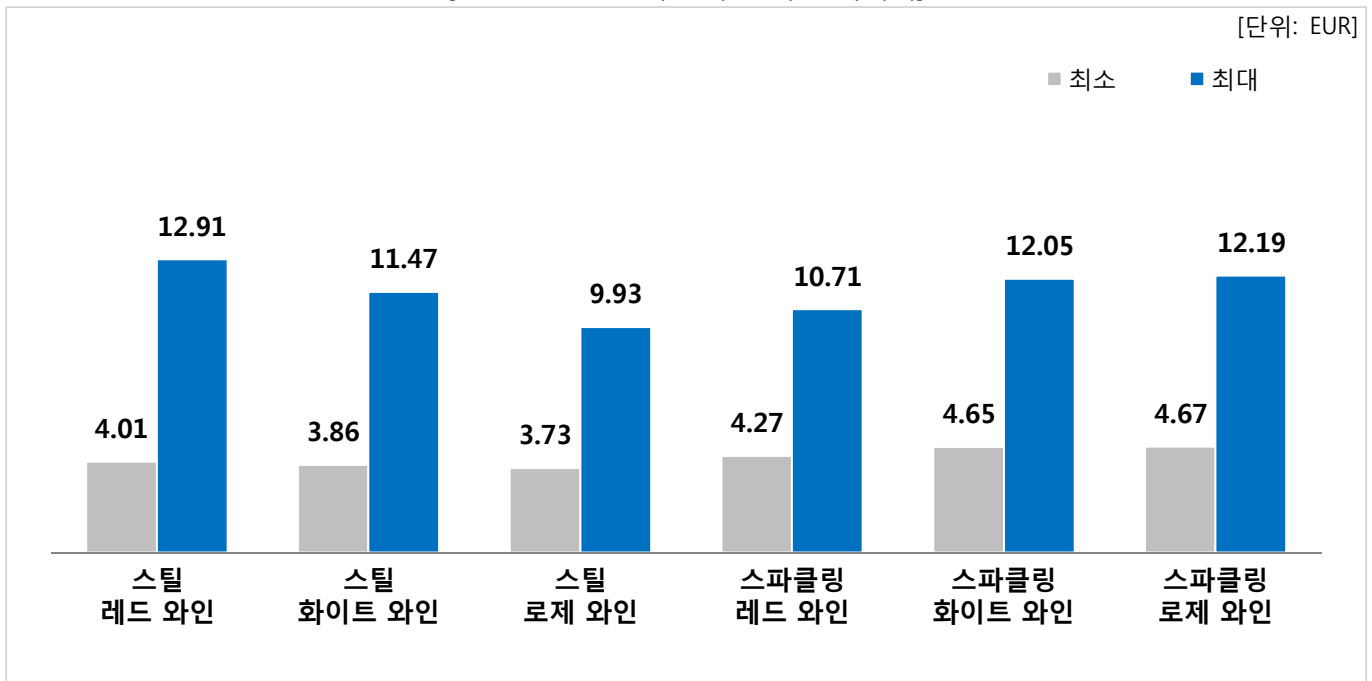
		사례수	스틸 로제 와인	스파클링 레드 와인	스틸 화이트 와인	스틸 레드 와인	스파클링 화이트 와인	스파클링 로제 와인	기타
전체		(40)	37.5	15.0	12.5	10.0	10.0	5.0	10.0
성별	남성	(22)	45.5	18.2	9.1	18.2	0.0	0.0	9.1
	여성	(18)	27.8	11.1	16.7	0.0	22.2	11.1	11.1
연령별	19-29세	(17)	29.4	11.8	23.5	11.8	17.6	5.9	0.0
	30대	(9)	33.3	33.3	0.0	11.1	0.0	11.1	11.1
	40대	(6)	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	50대	(8)	50.0	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	12.5
성/연령별	남19-29세	(9)	44.4	22.2	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0
	남30대	(4)	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	남40대	(5)	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0
	남50대	(4)	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	여19-29세	(8)	12.5	0.0	37.5	0.0	37.5	12.5	0.0
	여30대	(5)	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0
	여40대	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	여50대	(4)	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(23)	52.2	8.7	8.7	0.0	8.7	4.3	17.4
	스틸 화이트 와인	(5)	20.0	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	스틸 로제 와인	(3)	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	스파클링 레드 와인	(4)	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	스파클링 화이트 와인	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(6)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	스파클링 와인	(5)	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	20.0
	맥주	(17)	52.9	17.6	17.6	11.8	0.0	0.0	0.0
	혼합 알코올류	(6)	16.7	0.0	33.3	0.0	50.0	0.0	0.0
	기타	(6)	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	50.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(5)	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	Dry & light	(11)	54.5	9.1	18.2	9.1	0.0	9.1	0.0
	Sweet & Heavy	(8)	50.0	12.5	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0
	Sweet & light	(16)	18.8	12.5	6.3	12.5	25.0	6.3	18.8
와인 음용 빈도	거의 매일	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	2~3일에 한번	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1주일에 1회 이상	(10)	30.0	30.0	10.0	10.0	0.0	0.0	20.0
	2주일에 1회 이상	(5)	40.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	1달에 1회 이상	(9)	55.6	0.0	0.0	11.1	11.1	11.1	11.1
	1달에 1회 미만	(11)	▼9.1	18.2	27.3	9.1	18.2	9.1	9.1
국가별	독일	(26)	38.5	15.4	15.4	7.7	11.5	7.7	3.8
	프랑스	(14)	35.7	14.3	7.1	14.3	7.1	0.0	21.4
학력별	고졸 이하	(19)	31.6	15.8	10.5	15.8	5.3	10.5	10.5
	대재 이상	(21)	42.9	14.3	14.3	4.8	14.3	0.0	9.5
직업별	대학생/대학원생	(6)	33.3	0.0	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
	직장인	(17)	47.1	17.6	5.9	5.9	17.6	5.9	0.0
	아르바이트	(5)	0.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0
	자영업	(5)	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	전업주부	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	무직/기타	(6)	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3

12. 평소 구입하는 와인 가격대

문. 귀하께서 평소 구매하시는 와인의 가격대는 얼마입니까?

- ✓ 평소 구입하는 와인 가격대는 최소 3.73 EUR ~ 최대 12.91 EUR 사이로 나타남.
- ✓ 스틸 레드 와인의 가격대가 가장 높은 가운데, 스틸 레드 와인은 최소 4.01 EUR, 최대 12.91 EUR, 스파클링 로제 와인은 최소 4.67, 최대 12.19 EUR, 스파클링 화이트 와인은 최소 4.65 EUR, 최대 12.05 EUR로 나타남.

[그림3-12. 평소 구입하는 와인 가격대]



특성별 분석

- ✓ 평소 구입하는 와인의 가격대는 남성이 여성보다, 남 19~29세, 남 30대, 와인 음용빈도 1주일에 1회 이상, 국가별로 프랑스에서 타 집단 대비 가격대가 상대적으로 높음.

[표3-12. 평소 구입하는 와인 가격대]

[단위: EUR]

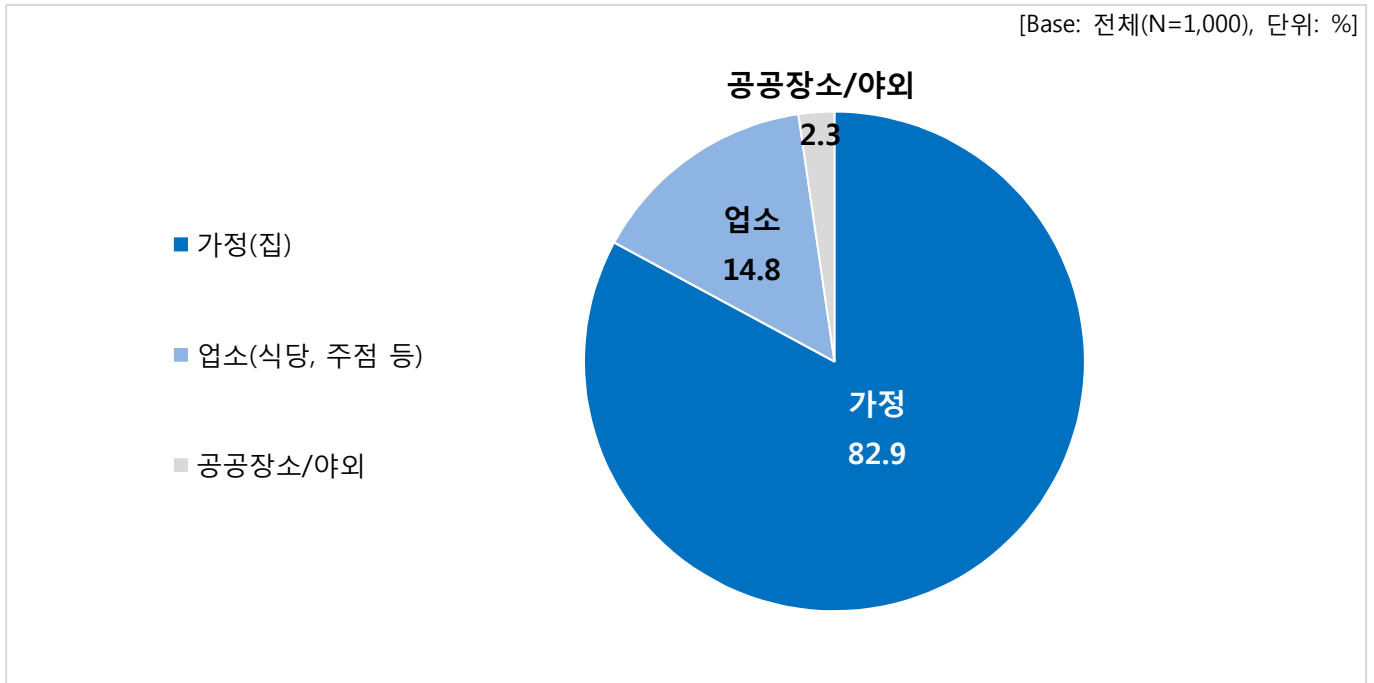
		스틸 레드 와인		스틸 화이트 와인		스틸 로제 와인		스파클링 레드 와인		스파클링 화이트 와인		스파클링 로제 와인	
		최소	최대	최소	최대	최소	최대	최소	최대	최소	최대	최소	최대
전체		4.01	12.91	3.86	11.47	3.73	9.93	4.27	10.71	4.65	12.05	4.67	12.19
성별	남성	4.37	14.33	4.20	12.77	3.96	10.87	4.57	12.34	5.04	13.37	4.96	13.55
	여성	3.58	11.27	3.53	10.18	3.50	9.03	3.97	9.09	4.30	10.85	4.41	10.95
연령별	19-29세	3.99	13.99	3.79	11.50	3.78	10.70	4.62	12.10	4.56	11.78	4.65	12.02
	30대	4.20	13.15	3.90	12.42	3.74	10.72	4.10	11.96	4.58	13.24	4.58	13.94
	40대	4.02	12.98	4.00	11.19	3.68	9.65	4.24	9.26	4.61	11.37	5.08	12.06
	50대	3.82	11.57	3.78	10.72	3.71	8.51	4.05	8.69	4.86	11.74	4.38	10.15
성/연령별	남19-29세	4.53	15.94	4.30	12.98	4.33	12.56	5.19	14.08	4.91	13.80	5.20	13.80
	남30대	4.84	15.18	4.54	14.79	3.81	12.46	4.46	14.43	5.38	16.04	4.57	17.09
	남40대	4.20	13.77	4.17	12.36	3.89	9.86	3.87	9.40	4.80	11.78	5.37	12.09
	남50대	3.93	12.38	3.78	10.86	3.78	8.49	4.57	9.61	5.06	11.77	4.67	9.97
	여19-29세	3.30	11.52	3.33	10.15	3.28	9.02	3.98	9.78	4.23	9.85	4.10	10.20
	여30대	3.48	10.86	3.25	10.07	3.67	9.12	3.71	9.38	3.87	10.79	4.60	11.31
	여40대	3.80	11.97	3.81	9.93	3.43	9.42	4.62	9.11	4.42	10.99	4.80	12.02
	여50대	3.71	10.79	3.77	10.58	3.64	8.53	3.67	8.03	4.70	11.72	4.15	10.30
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	4.09	13.64	3.96	11.88	3.76	9.93	4.10	10.27	4.84	12.21	4.63	11.71
	스틸 화이트 와인	4.52	13.95	4.28	12.86	3.90	9.95	4.15	10.70	5.75	15.50	5.08	13.83
	스틸 로제 와인	3.82	11.66	3.73	11.07	3.73	10.20	4.94	10.46	4.49	10.61	5.08	12.11
	스파클링 레드 와인	3.12	11.50	2.96	8.33	3.57	11.67	3.63	12.66	3.43	10.97	3.50	10.08
	스파클링 화이트 와인	3.85	10.38	3.88	10.73	3.48	8.79	5.13	13.06	4.80	12.44	5.74	15.22
	스파클링 로제 와인	2.88	8.50	2.88	7.25	3.50	7.25	3.70	9.60	3.58	8.83	3.14	8.86
	기타	3.40	8.80	2.71	8.29	2.57	7.57	3.00	8.00	3.20	20.80	2.50	24.25
최 선호 주류	스틸 와인	3.84	13.07	3.72	11.84	3.56	9.20	4.04	9.97	4.78	12.12	4.68	11.77
	스파클링 와인	3.54	9.94	3.33	9.27	3.48	8.87	3.31	8.23	3.86	10.35	3.85	10.54
	맥주	3.91	12.25	3.79	10.79	3.76	9.84	4.09	10.18	4.35	10.75	4.60	11.42
	위스키	5.02	17.28	4.95	14.57	4.10	12.99	5.47	16.30	5.77	17.41	5.85	17.97
	혼합 알코올류	3.79	11.79	3.75	11.50	3.48	8.45	4.21	13.00	4.39	13.53	4.09	10.32
	기타	4.43	13.79	4.16	11.75	4.25	11.54	5.99	10.77	5.94	12.92	5.78	14.07
선호 와인 맛	Dry & Heavy	4.18	15.25	4.10	14.02	3.64	9.99	4.30	10.56	4.85	12.99	4.67	12.82
	Dry & light	3.81	12.09	3.77	10.77	3.69	9.81	4.20	11.48	4.70	12.78	4.62	12.35
	Sweet & Heavy	3.60	13.01	3.62	10.66	3.48	10.10	3.99	10.87	3.82	10.38	3.84	10.30
	Sweet & light	4.29	11.84	3.90	10.87	3.89	9.98	4.42	9.94	4.73	11.08	5.03	12.32
와인 음용 빈도	거의 매일	3.87	13.55	4.32	13.57	3.83	9.73	4.68	10.80	4.83	13.95	5.44	13.67
	2~3일에 한번	4.16	12.84	3.85	10.79	3.68	9.71	4.74	11.87	4.74	12.34	4.94	12.97
	1주일에 1회 이상	4.38	14.97	4.27	13.15	4.04	11.40	5.13	12.34	5.79	15.03	5.70	15.48
	2주일에 1회 이상	4.17	10.74	3.61	10.01	3.26	8.46	3.51	8.16	4.01	10.25	3.74	10.12
	1달에 1회 이상	3.59	11.57	3.47	9.91	3.53	8.87	3.62	9.41	4.00	9.55	3.84	9.47
	1달에 1회 미만	3.35	10.47	3.19	9.26	3.47	9.06	3.23	10.34	3.63	9.66	3.62	8.93
	기타												
국가별	독일	3.68	10.84	3.37	9.95	3.47	9.65	3.72	10.00	3.73	10.52	3.66	10.52
	프랑스	4.34	15.01	4.35	12.95	3.91	10.12	5.35	12.12	6.33	14.83	6.24	14.78
학력별	고졸 이하	3.77	10.92	3.53	9.68	3.49	8.69	3.89	9.37	4.13	10.51	4.12	10.41
	대재 이상	4.24	14.85	4.18	13.15	3.94	11.02	4.67	12.15	5.21	13.70	5.22	13.95
직업별	대학생/대학원생	3.86	13.58	3.71	11.97	3.62	10.18	4.26	11.00	3.81	11.80	4.26	13.74
	직장인	4.10	12.80	3.92	11.22	3.79	10.02	4.24	11.32	4.72	12.28	4.59	11.78
	아르바이트	4.49	14.88	4.56	13.77	4.42	12.42	5.32	8.86	6.35	13.91	7.90	17.38
	자영업	4.00	14.77	3.74	15.21	3.53	9.89	4.26	11.83	4.92	14.29	4.77	15.59
	전업주부	3.30	9.60	3.17	8.69	3.29	8.03	4.06	9.56	4.43	9.74	4.86	10.48
	무직/기타	3.73	12.19	3.77	10.11	3.34	8.44	3.83	7.98	4.07	10.08	3.59	9.20

13. 최근 와인 음용 장소

문. 귀하께서는 최근에 마신 (B5 응답 주종)을/를 어디에서 드셨습니까?

- ✔ 와인은 가정(집)에서 마시는 비율이 가장 높고, 그 다음으로 업소(식당,주점 등)에서 마시는 것으로 나타남.

[그림3-13. 최근 와인 음용 장소]



📁 특성별 분석

- ✔ 가정(집)은 성/연령별로 남50대, 최근 음용 와인별로 스파클링 화이트 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인에서 상대적으로 높음.

[표3-13. 최근 와인 음용 장소]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

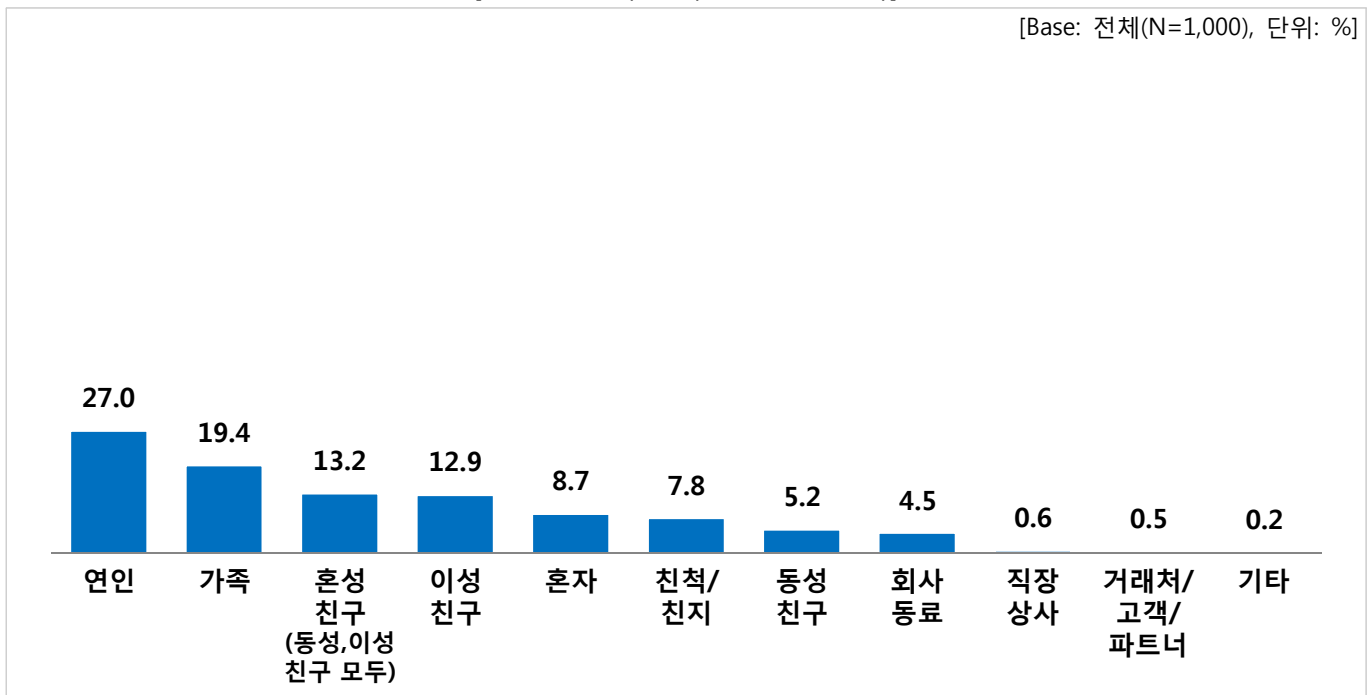
		사례수	가정(집)	업소(식당, 주점 등)	공공장소/야외
전체		(1,000)	82.9	14.8	2.3
성별	남성	(500)	82.0	15.4	2.6
	여성	(500)	83.8	14.2	2.0
연령별	19-29세	(250)	78.4	16.8	4.8
	30대	(250)	78.8	18.8	2.4
	40대	(250)	87.6	11.2	1.2
	50대	(250)	86.8	12.4	▼8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▼73.8	20.6	5.6
	남30대	(124)	76.6	19.4	4.0
	남40대	(126)	88.1	11.9	0.0
	남50대	(124)	▲89.5	9.7	0.8
	여19-29세	(124)	83.1	12.9	4.0
	여30대	(126)	81.0	18.3	0.8
	여40대	(124)	87.1	10.5	2.4
	여50대	(126)	84.1	15.1	0.8
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	85.6	13.6	▼8
	스틸 화이트 와인	(133)	75.9	18.0	6.0
	스틸 로제 와인	(236)	82.2	15.7	2.1
	스파클링 레드 와인	(75)	▼70.7	21.3	8.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	▲93.0	▼7.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	83.3	16.7	0.0
	기타	(9)	▲100.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲88.5	▼9.8	1.6
	스파클링 와인	(126)	82.5	14.3	3.2
	맥주	(306)	82.4	15.7	2.0
	위스키	(104)	79.8	18.3	1.9
	혼합 알코올류	(61)	72.1	21.3	6.6
	기타	(98)	77.6	20.4	2.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	85.0	13.1	1.9
	Dry & light	(365)	82.2	16.7	1.1
	Sweet & Heavy	(104)	76.9	19.2	3.8
	Sweet & light	(325)	84.3	12.3	3.4
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	86.4	12.8	0.8
	2~3일에 한번	(93)	81.7	17.2	1.1
	1주일에 1회 이상	(319)	83.1	15.0	1.9
	2주일에 1회 이상	(123)	86.2	10.6	3.3
	1달에 1회 이상	(208)	81.3	16.8	1.9
	1달에 1회 미만	(132)	79.5	15.2	5.3
국가별	독일	(500)	82.2	15.4	2.4
	프랑스	(500)	83.6	14.2	2.2
학력별	고졸 이하	(516)	84.5	13.4	2.1
	대재 이상	(484)	81.2	16.3	2.5
직업별	대학생/대학원생	(95)	82.1	13.7	4.2
	직장인	(594)	82.7	15.3	2.0
	아르바이트	(67)	77.6	19.4	3.0
	자영업	(75)	82.7	16.0	1.3
	전업주부	(55)	81.8	16.4	1.8
	무직/기타	(114)	88.6	▼8.8	2.6

14. 최근 와인 음용 동반자

문. (C1 응답 상황)에서 누구와 함께 드셨습니까?

- 와인을 연인, 가족과 마시는 비율이 높고, 그 다음으로 혼성친구(동성, 이성친구 모두), 이성친구 등의 순으로 나타남.

[그림3-14. 최근 와인 음용 동반자]



특성별 분석

- 연인은 성별로 여성, 성/연령별로 여50대, 와인 음용 빈도별로 거의 매일(와인 음용빈도가 많을수록), 직업별로 전업주부에서 상대적으로 높음.
- 가족은 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 이상에서 상대적으로 높음.

[표3-14. 최근 와인 음용 동반자]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	연인	가족	혼성 친구	이성 친구	혼자	친척/친지	동성 친구	회사 동료	직장 상사	거래처/고객/파트너	기타
전체		(1,000)	27.0	19.4	13.2	12.9	8.7	7.8	5.2	4.5	0.6	0.5	0.2
성별	남성	(500)	▼21.4	18.8	12.0	15.8	10.8	8.4	4.8	5.6	1.0	1.0	0.4
	여성	(500)	▲32.6	20.0	14.4	10.0	6.6	7.2	5.6	3.4	0.2	0.0	0.0
연령별	19-29세	(250)	22.4	16.0	18.0	18.0	▼4.4	8.8	6.0	5.2	0.8	0.0	0.4
	30대	(250)	24.4	20.0	12.8	13.6	8.4	4.8	6.8	6.8	1.2	1.2	0.0
	40대	(250)	30.0	18.0	12.4	10.8	9.6	10.0	4.4	4.0	0.4	0.4	0.0
	50대	(250)	31.2	23.6	9.6	9.2	12.4	7.6	3.6	▼2.0	0.0	0.4	0.4
성/연령별	남19-29세	(126)	▼11.9	19.0	15.9	19.8	6.3	11.9	4.8	7.9	1.6	0.0	0.8
	남30대	(124)	20.2	17.7	12.1	17.7	8.1	5.6	7.3	7.3	1.6	2.4	0.0
	남40대	(126)	30.2	16.7	11.9	12.7	11.1	7.1	4.8	4.0	0.8	0.8	0.0
	남50대	(124)	23.4	21.8	8.1	12.9	▲17.7	8.9	2.4	3.2	0.0	0.8	0.8
	여19-29세	(124)	33.1	▼12.9	20.2	16.1	▼2.4	5.6	7.3	2.4	0.0	0.0	0.0
	여30대	(126)	28.6	22.2	13.5	9.5	8.7	▼4.0	6.3	6.3	0.8	0.0	0.0
	여40대	(124)	29.8	19.4	12.9	8.9	8.1	12.9	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0
	여50대	(126)	▲38.9	25.4	11.1	▼5.6	7.1	6.3	4.8	▼8	0.0	0.0	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	29.9	17.8	11.4	13.6	10.4	7.4	4.0	4.2	0.2	0.6	0.4
	스틸 화이트 와인	(133)	22.6	24.8	17.3	11.3	6.0	7.5	4.5	6.0	0.0	0.0	0.0
	스틸 로제 와인	(236)	27.5	19.5	14.0	12.3	7.2	7.2	5.5	5.1	1.3	0.4	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	20.0	14.7	17.3	16.0	5.3	13.3	8.0	4.0	0.0	1.3	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	22.8	26.3	12.3	12.3	10.5	5.3	7.0	3.5	0.0	0.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0
	기타	(9)	22.2	33.3	0.0	0.0	33.3	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	30.5	19.0	13.4	9.8	10.5	5.9	4.9	4.6	0.7	0.3	0.3
	스파클링 와인	(126)	27.8	23.0	15.1	11.1	7.9	5.6	7.1	▼1.6	0.8	0.0	0.0
	맥주	(306)	22.9	20.6	11.1	16.0	8.8	8.8	6.5	4.6	0.0	0.7	0.0
	위스키	(104)	23.1	15.4	15.4	10.6	11.5	9.6	3.8	8.7	1.0	1.0	0.0
	혼합 알코올류	(61)	23.0	14.8	14.8	18.0	4.9	9.8	6.6	3.3	1.6	1.6	1.6
	기타	(98)	34.7	19.4	13.3	14.3	▼3.1	10.2	0.0	4.1	1.0	0.0	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	28.2	16.5	11.2	16.5	9.2	9.2	5.3	2.9	0.0	1.0	0.0
	Dry & light	(365)	27.1	18.9	13.4	13.2	9.0	7.9	5.5	4.7	0.0	0.0	0.3
	Sweet & Heavy	(104)	23.1	▼12.5	9.6	14.4	12.5	9.6	4.8	7.7	▲4.8	1.0	0.0
	Sweet & light	(325)	27.4	24.0	15.4	9.8	6.8	6.2	4.9	4.3	0.3	0.6	0.3
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▲38.4	18.4	▼4.8	8.0	13.6	5.6	▼1.6	8.0	0.0	1.6	0.0
	2~3일에 한번	(93)	30.1	12.9	16.1	12.9	9.7	6.5	5.4	4.3	1.1	0.0	1.1
	1주일에 1회 이상	(319)	29.2	17.2	11.9	14.1	8.8	6.3	5.0	6.0	1.3	0.3	0.0
	2주일에 1회 이상	(123)	25.2	13.0	16.3	18.7	11.4	4.1	6.5	4.1	0.0	0.8	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	22.1	▲26.4	15.9	12.0	7.2	9.6	5.3	▼1.4	0.0	0.0	0.0
	1달에 1회 미만	(132)	▼18.2	25.0	15.2	10.6	▼3.0	▲15.2	7.6	3.0	0.8	0.8	0.8
국가별	독일	(500)	24.8	16.0	▼9.2	▲19.0	▲12.2	8.0	6.4	▼2.6	0.8	0.6	0.4
	프랑스	(500)	29.2	22.8	▲17.2	▼6.8	▼5.2	7.6	4.0	6.4	0.4	0.4	0.0
학력별	고졸 이하	(516)	28.5	19.2	10.9	13.2	11.2	6.6	5.8	3.7	0.2	0.6	0.2
	대재 이상	(484)	25.4	19.6	15.7	12.6	6.0	9.1	4.5	5.4	1.0	0.4	0.2
직업별	대학생/대학원생	(95)	20.0	13.7	21.1	20.0	7.4	9.5	6.3	2.1	0.0	0.0	0.0
	직장인	(594)	27.4	18.7	12.6	14.5	7.9	6.1	6.2	5.1	1.0	0.3	0.2
	아르바이트	(67)	22.4	20.9	16.4	7.5	7.5	10.4	4.5	9.0	0.0	1.5	0.0
	자영업	(75)	26.7	29.3	12.0	8.0	6.7	8.0	▼1.3	5.3	0.0	1.3	1.3
	전업주부	(55)	▲43.6	18.2	▼5.5	7.3	14.5	7.3	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0
	무직/기타	(114)	25.4	21.1	12.3	7.9	13.2	14.0	3.5	▼1.8	0.0	0.9	0.0

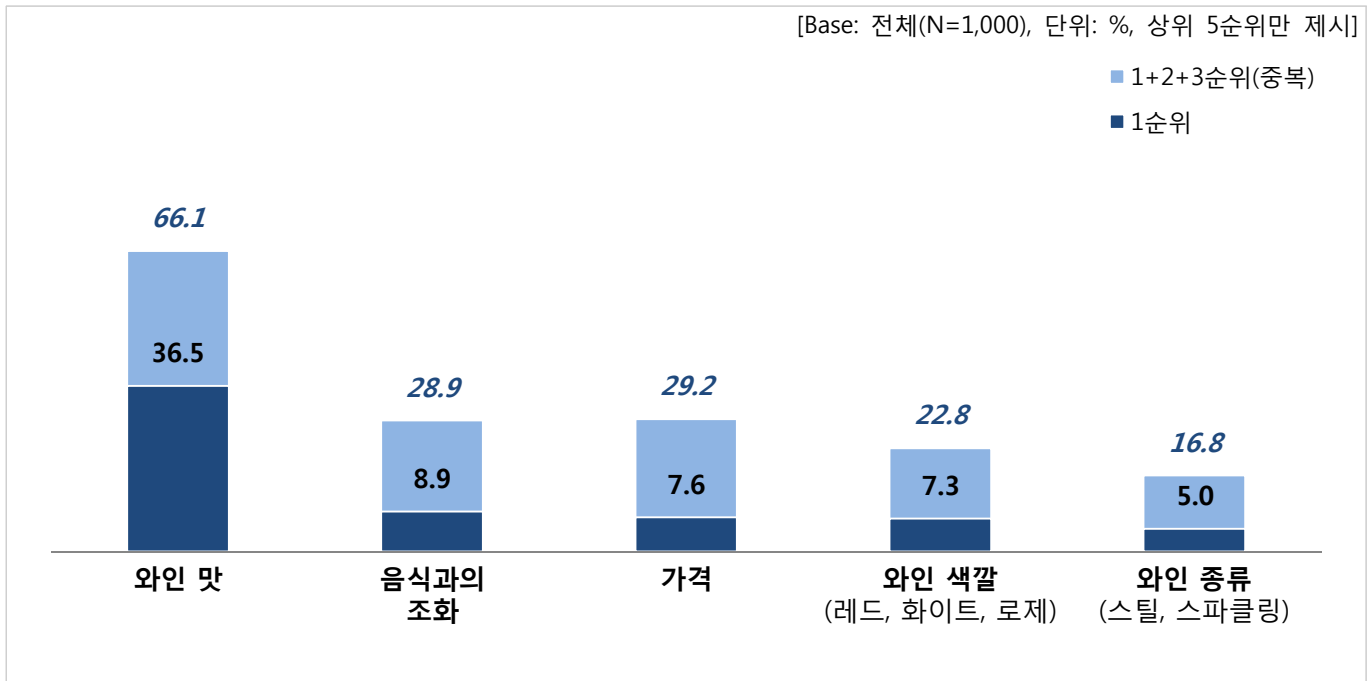
II. 와인 Key buying Factor

1. 최근 음용 와인 이유

문. (B5 최근 음용 와인)을/를 마신 이유는 무엇입니까?

✔ 와인을 마시는 이유는 와인 맛(1순위 기준)이 가장 높게 나타남.

[그림3-15. 최근 음용 와인 이유]



📦 특성별 분석

- ✔ 와인 맛(1순위 기준)은 최근 음용 와인별로 스틸 화이트 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- ✔ 음식과의 조화(1순위 기준)는 최선호 주류별로 위스키, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- ✔ 가격(1순위 기준)은 연령별로 19-29세에서 상대적으로 높음.

[표3-15. 최근 음용 와인 이유(1순위)1/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	와인 맛	음식과의 조화	가격	와인 색깔	와인 종류	포도 품종	브랜드
전체		(1,000)	36.5	8.9	7.6	7.3	5.0	4.9	4.8
성별	남성	(500)	36.4	10.8	6.8	7.4	4.4	4.4	▼2.2
	여성	(500)	36.6	7.0	8.4	7.2	5.6	5.4	7.4
연령별	19-29세	(250)	32.0	7.2	▲12.0	8.0	4.8	2.8	3.2
	30대	(250)	33.6	10.0	6.8	8.0	5.6	3.6	5.6
	40대	(250)	40.8	8.8	5.6	8.0	4.8	5.2	6.0
	50대	(250)	39.6	9.6	6.0	5.2	4.8	8.0	4.4
성/연령별	남19-29세	(126)	29.4	7.1	11.1	6.3	4.8	3.2	4.0
	남30대	(124)	33.1	9.7	4.8	8.1	8.1	3.2	2.4
	남40대	(126)	43.7	12.7	5.6	9.5	▼1.6	5.6	0.0
	남50대	(124)	39.5	13.7	5.6	5.6	3.2	5.6	2.4
	여19-29세	(124)	34.7	7.3	12.9	9.7	4.8	2.4	2.4
	여30대	(126)	34.1	10.3	8.7	7.9	3.2	4.0	8.7
	여40대	(124)	37.9	4.8	5.6	6.5	8.1	4.8	▲12.1
	여50대	(126)	39.7	5.6	6.3	4.8	6.3	10.3	6.3
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	33.9	11.9	6.4	7.0	3.0	5.1	4.2
	스틸 화이트 와인	(133)	▲48.1	10.5	5.3	6.8	▼1.5	3.0	3.0
	스틸 로제 와인	(236)	39.0	6.4	9.3	9.3	5.9	8.1	2.5
	스파클링 레드 와인	(75)	▼20.0	▼1.3	13.3	8.0	▲13.3	▼1.3	▲17.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	38.6	5.3	7.0	5.3	14.0	1.8	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	33.3	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0	22.2
	기타	(9)	66.7	0.0	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	▲45.9	7.5	5.9	6.2	3.0	8.2	3.6
	스파클링 와인	(126)	29.4	6.3	10.3	6.3	8.7	3.2	8.7
	맥주	(306)	32.7	7.8	7.2	7.8	5.9	4.2	4.9
	위스키	(104)	28.8	▲17.3	8.7	9.6	2.9	▼1.9	1.9
	혼합 알코올류	(61)	39.3	6.6	13.1	3.3	9.8	3.3	9.8
	기타	(98)	34.7	12.2	6.1	10.2	3.1	3.1	3.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	38.8	10.2	5.8	6.8	3.9	4.4	3.4
	Dry & light	(365)	31.2	9.0	7.7	▲11.0	6.0	7.7	3.6
	Sweet & Heavy	(104)	41.3	6.7	8.7	▼2.9	4.8	2.9	3.8
	Sweet & light	(325)	39.4	8.6	8.3	4.9	4.6	2.8	7.4
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	38.4	11.2	7.2	7.2	2.4	7.2	3.2
	2~3일에 한번	(93)	35.5	9.7	6.5	6.5	6.5	6.5	5.4
	1주일에 1회 이상	(319)	37.9	10.0	6.0	8.5	4.1	3.8	4.1
	2주일에 1회 이상	(123)	32.5	8.1	8.1	8.1	4.1	4.9	▼1.6
	1달에 1회 이상	(208)	40.9	6.7	6.7	6.3	6.3	5.8	5.8
	1달에 1회 미만	(132)	28.8	7.6	13.6	6.1	7.6	3.0	9.1
국가별	독일	(500)	▼27.8	▼2.6	10.4	8.6	▲7.8	▲8.2	▲7.6
	프랑스	(500)	▲45.2	▲15.2	▼4.8	6.0	▼2.2	▼1.6	▼2.0
학력별	고졸 이하	(516)	36.2	7.4	8.5	6.0	4.3	6.4	6.4
	대재 이상	(484)	36.8	10.5	6.6	8.7	5.8	3.3	3.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	33.7	7.4	11.6	7.4	4.2	3.2	3.2
	직장인	(594)	36.9	9.8	7.6	7.2	5.4	4.9	4.0
	아르바이트	(67)	34.3	6.0	10.4	7.5	3.0	▼1.5	6.0
	자영업	(75)	28.0	8.0	▼1.3	10.7	9.3	9.3	6.7
	전업주부	(55)	47.3	5.5	5.5	3.6	3.6	5.5	12.7
	무직/기타	(114)	38.6	9.6	7.9	7.0	2.6	5.3	4.4

[표3-16. 최근 음용 와인 이유(1순위)2/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	생산국가 (국산, 수입)	와인의 향	와인 생산지 /양조장	주위 사람들의 권유/추천	품질 표시	레이블 설명	수상경력
전체		(1,000)	3.4	3.3	3.2	3.1	2.1	1.6	1.4
성별	남성	(500)	3.8	5.0	3.8	2.0	2.8	1.2	2.2
	여성	(500)	3.0	▼1.6	2.6	4.2	1.4	2.0	0.6
연령별	19-29세	(250)	2.8	3.6	2.4	5.2	4.4	1.2	1.2
	30대	(250)	3.2	2.8	3.2	2.4	▼4	3.2	2.4
	40대	(250)	3.2	4.0	2.4	3.2	2.0	0.8	1.2
	50대	(250)	4.4	2.8	4.8	1.6	1.6	1.2	0.8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	2.4	5.6	3.2	2.4	6.3	0.0	1.6
	남30대	(124)	4.0	4.8	4.8	▼.8	0.8	2.4	4.0
	남40대	(126)	4.0	4.8	3.2	3.2	2.4	0.8	1.6
	남50대	(124)	4.8	4.8	4.0	1.6	1.6	1.6	1.6
	여19-29세	(124)	3.2	1.6	1.6	▲8.1	2.4	2.4	0.8
	여30대	(126)	2.4	▼.8	1.6	4.0	0.0	4.0	0.8
	여40대	(124)	2.4	3.2	1.6	3.2	1.6	0.8	0.8
	여50대	(126)	4.0	▼.8	5.6	1.6	1.6	0.8	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	4.7	3.6	4.0	3.0	3.0	2.1	1.1
	스틸 화이트 와인	(133)	2.3	3.8	0.0	▼.8	3.0	1.5	1.5
	스틸 로제 와인	(236)	3.0	3.8	1.7	3.0	0.8	0.8	1.3
	스파클링 레드 와인	(75)	2.7	0.0	6.7	1.3	0.0	2.7	4.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	0.0	3.5	5.3	7.0	1.8	0.0	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	0.0	5.6	22.2	0.0	0.0	0.0
	기타	(9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	2.3	2.3	3.3	2.3	1.6	1.3	1.3
	스파클링 와인	(126)	2.4	1.6	4.8	1.6	1.6	3.2	1.6
	맥주	(306)	4.2	5.6	2.9	4.2	2.3	1.3	1.0
	위스키	(104)	4.8	4.8	3.8	3.8	1.0	2.9	1.9
	혼합 알코올류	(61)	1.6	1.6	1.6	3.3	1.6	1.6	0.0
	기타	(98)	5.1	▼1.0	2.0	3.1	5.1	0.0	3.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	5.3	3.9	4.4	1.9	1.0	0.5	2.9
	Dry & light	(365)	3.8	3.0	3.0	1.6	3.0	2.5	0.8
	Sweet & Heavy	(104)	▼1.0	2.9	4.8	2.9	1.9	1.9	1.0
	Sweet & light	(325)	2.5	3.4	2.2	5.5	1.8	1.2	1.2
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	2.4	4.0	1.6	▼.8	1.6	1.6	1.6
	2~3일에 한번	(93)	2.2	5.4	3.2	1.1	2.2	2.2	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	5.0	3.4	2.5	2.8	2.2	1.6	1.6
	2주일에 1회 이상	(123)	3.3	6.5	5.7	4.1	3.3	1.6	2.4
	1달에 1회 이상	(208)	2.4	1.4	5.3	1.9	2.4	1.4	1.4
	1달에 1회 미만	(132)	3.0	▼.8	▼.8	▲8.3	0.8	1.5	0.8
국가별	독일	(500)	4.2	2.4	4.8	3.6	2.0	2.2	1.4
	프랑스	(500)	2.6	4.2	▼1.6	2.6	2.2	1.0	1.4
학력별	고졸 이하	(516)	3.1	3.9	3.3	3.3	1.9	1.2	0.8
	대재 이상	(484)	3.7	2.7	3.1	2.9	2.3	2.1	2.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	2.1	6.3	2.1	5.3	5.3	0.0	0.0
	직장인	(594)	3.0	3.5	3.4	2.2	1.7	1.7	1.9
	아르바이트	(67)	6.0	1.5	1.5	9.0	1.5	1.5	1.5
	자영업	(75)	8.0	4.0	4.0	4.0	1.3	4.0	1.3
	전업주부	(55)	1.8	0.0	3.6	1.8	1.8	1.8	0.0
	무직/기타	(114)	2.6	1.8	3.5	2.6	2.6	0.9	0.9

[표3-17. 최근 음용 와인 이유(1순위)3/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	기능(건강)	기타	빈티지	구매 환경 (구입 편리성, 다양성)	프로모션 (가격 할인, 사은품 등)	패키지 (로고, 병의 모양 등)	광고 (스토리, 모델, 메시지)
전체		(1,000)	1.3	1.2	1.1	0.9	0.9	0.8	0.7
성별	남성	(500)	0.6	0.8	1.8	1.2	1.0	0.8	0.6
	여성	(500)	2.0	1.6	0.4	0.6	0.8	0.8	0.8
연령별	19-29세	(250)	0.0	2.0	2.0	2.0	0.8	1.2	1.2
	30대	(250)	2.4	0.8	1.6	0.4	2.0	1.2	0.8
	40대	(250)	1.6	0.4	0.4	0.0	0.4	0.8	0.4
	50대	(250)	1.2	1.6	0.4	1.2	0.4	0.0	0.4
성/ 연령별	남19-29세	(126)	0.0	0.8	4.0	3.2	1.6	1.6	1.6
	남30대	(124)	2.4	0.8	2.4	0.8	1.6	0.8	0.0
	남40대	(126)	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0
	남50대	(124)	0.0	0.8	0.8	0.8	0.8	0.0	0.8
	여19-29세	(124)	0.0	3.2	0.0	0.8	0.0	0.8	0.8
	여30대	(126)	2.4	0.8	0.8	0.0	2.4	1.6	1.6
	여40대	(124)	3.2	0.0	0.8	0.0	0.8	0.8	0.8
	여50대	(126)	2.4	2.4	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	1.9	1.3	1.3	0.4	0.8	0.8	0.6
	스틸 화이트 와인	(133)	2.3	2.3	0.0	2.3	0.8	1.5	0.0
	스틸 로제 와인	(236)	0.0	0.8	1.7	1.3	0.8	0.4	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	5.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	1.8	1.8	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0
	기타	(9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▼.3	1.6	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
	스파클링 와인	(126)	2.4	1.6	0.8	1.6	0.0	1.6	2.4
	맥주	(306)	1.6	1.0	1.6	1.0	1.0	1.3	0.3
	위스키	(104)	1.0	0.0	2.9	1.0	0.0	0.0	1.0
	혼합 알코올류	(61)	1.6	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
	기타	(98)	2.0	2.0	0.0	1.0	3.1	0.0	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	1.9	0.5	1.0	0.5	1.0	1.5	0.5
	Dry & light	(365)	0.8	0.8	1.6	0.5	0.5	0.3	1.4
	Sweet & Heavy	(104)	2.9	1.9	1.0	1.9	2.9	1.0	1.0
	Sweet & light	(325)	0.9	1.8	0.6	1.2	0.6	0.9	0.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	0.8	0.8	1.6	0.8	2.4	2.4	0.8
	2~3일에 한번	(93)	3.2	1.1	0.0	1.1	0.0	1.1	1.1
	1주일에 1회 이상	(319)	1.6	0.3	1.6	1.6	0.6	0.3	0.6
	2주일에 1회 이상	(123)	1.6	0.0	1.6	0.0	1.6	0.0	0.8
	1달에 1회 이상	(208)	0.5	1.9	1.0	0.5	0.0	1.0	0.5
	1달에 1회 미만	(132)	0.8	3.8	0.0	0.8	1.5	0.8	0.8
국가별	독일	(500)	0.8	0.8	1.2	1.0	0.6	0.8	1.2
	프랑스	(500)	1.8	1.6	1.0	0.8	1.2	0.8	0.2
학력별	고졸 이하	(516)	1.6	0.6	1.2	1.0	1.2	1.2	0.8
	대재 이상	(484)	1.0	1.9	1.0	0.8	0.6	0.4	0.6
직업별	대학생/대학원생	(95)	0.0	5.3	1.1	2.1	0.0	0.0	0.0
	직장인	(594)	1.7	0.0	1.3	0.8	1.2	0.7	1.2
	아르바이트	(67)	0.0	4.5	3.0	1.5	0.0	0.0	0.0
	자영업	(75)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전업주부	(55)	1.8	0.0	0.0	0.0	1.8	1.8	0.0
	무직/기타	(114)	1.8	3.5	0.0	0.9	0.9	2.6	0.0

[표3-18. 최근 음용 와인 이유(1+2+3순위)1/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	와인 맛	음식과의 조화	가격	와인 색깔	와인 종류	포도 품종	브랜드
전체		(1,000)	66.1	28.9	29.2	22.8	16.8	15.6	15.5
성별	남성	(500)	66.0	29.2	28.4	20.4	14.8	15.4	14.0
	여성	(500)	66.2	28.6	30.0	25.2	18.8	15.8	17.0
연령별	19-29세	(250)	62.4	24.8	35.6	22.4	18.4	14.4	13.2
	30대	(250)	61.6	26.0	26.8	23.2	18.4	13.2	17.2
	40대	(250)	72.0	31.6	27.6	25.2	14.8	16.4	16.4
	50대	(250)	68.4	33.2	26.8	20.4	15.6	18.4	15.2
성/ 연령별	남19-29세	(126)	59.5	26.2	32.5	19.8	15.9	15.1	14.3
	남30대	(124)	64.5	25.8	25.0	18.5	17.7	13.7	15.3
	남40대	(126)	72.2	31.0	25.4	23.8	14.3	14.3	13.5
	남50대	(124)	67.7	33.9	30.6	19.4	11.3	18.5	12.9
	여19-29세	(124)	65.3	23.4	▲38.7	25.0	21.0	13.7	12.1
	여30대	(126)	58.7	26.2	28.6	27.8	19.0	12.7	19.0
	여40대	(124)	71.8	32.3	29.8	26.6	15.3	18.5	19.4
	여50대	(126)	69.0	32.5	23.0	21.4	19.8	18.3	17.5
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	63.6	33.5	29.9	21.0	▼12.5	16.7	14.6
	스틸 화이트 와인	(133)	▲80.5	▲39.1	▼15.8	21.8	13.5	12.0	14.3
	스틸 로제 와인	(236)	66.9	23.7	33.5	26.7	17.4	19.9	11.9
	스파클링 레드 와인	(75)	▼48.0	▼12.0	38.7	26.7	▲30.7	▼8.0	▲37.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	71.9	19.3	26.3	21.1	▲35.1	8.8	12.3
	스파클링 로제 와인	(18)	55.6	▼11.1	22.2	22.2	16.7	16.7	22.2
	기타	(9)	▲100.0	11.1	33.3	11.1	44.4	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲74.4	32.8	26.2	20.7	12.5	▲21.3	13.4
	스파클링 와인	(126)	62.7	▼20.6	31.0	27.0	22.2	13.5	22.2
	맥주	(306)	▼59.2	26.5	31.4	22.9	19.9	15.4	16.0
	위스키	(104)	61.5	35.6	26.0	27.9	17.3	9.6	14.4
	혼합 알코올류	(61)	73.8	19.7	37.7	19.7	21.3	▼6.6	24.6
	기타	(98)	66.3	33.7	27.6	20.4	▼10.2	13.3	▼7.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	65.5	32.5	24.3	20.9	13.1	18.9	14.1
	Dry & light	(365)	65.8	30.4	27.9	23.8	17.5	19.5	▼11.2
	Sweet & Heavy	(104)	65.4	24.0	37.5	▼15.4	13.5	9.6	▲26.0
	Sweet & light	(325)	67.1	26.5	31.1	25.2	19.4	▼11.1	17.8
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	71.2	34.4	29.6	20.0	▼10.4	20.0	12.0
	2~3일에 한번	(93)	62.4	31.2	26.9	18.3	14.0	17.2	15.1
	1주일에 1회 이상	(319)	68.0	32.9	24.1	22.9	15.4	14.7	13.8
	2주일에 1회 이상	(123)	64.2	27.6	29.3	22.8	12.2	17.9	▼8.9
	1달에 1회 이상	(208)	69.2	27.4	29.8	23.1	20.7	17.3	19.2
	1달에 1회 미만	(132)	▼56.1	▼15.9	▲41.7	28.0	▲26.5	▼7.6	▲23.5
국가별	독일	(500)	▼55.0	▼10.0	▲37.6	25.8	▲22.8	▲22.4	▲21.0
	프랑스	(500)	▲77.2	▲47.8	▼20.8	19.8	▼10.8	▼8.8	▼10.0
학력별	고졸 이하	(516)	65.5	25.6	32.0	21.7	17.8	17.2	17.8
	대재 이상	(484)	66.7	32.4	26.2	24.0	15.7	13.8	13.0
직업별	대학생/대학원생	(95)	64.2	27.4	33.7	27.4	12.6	13.7	11.6
	직장인	(594)	66.2	27.8	29.5	20.5	18.9	14.1	16.2
	아르바이트	(67)	71.6	35.8	29.9	28.4	10.4	13.4	16.4
	자영업	(75)	61.3	29.3	▼18.7	25.3	14.7	▲28.0	10.7
	전업주부	(55)	70.9	25.5	38.2	23.6	12.7	20.0	21.8
	무직/기타	(114)	64.9	33.3	26.3	25.4	16.7	15.8	14.9

[표3-19. 최근 음용 와인 이유(1+2+3순위)2/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	와인 생산지 /양조장	생산국가 (국산, 수입)	와인의 향	주위 사람들의 권유/추천	품질 표시	레이블 설명	구매 환경 (구입 편리성, 다양성)
전체		(1,000)	14.0	13.9	12.3	9.6	9.3	6.3	5.6
성별	남성	(500)	15.4	14.8	13.4	9.0	12.0	5.0	6.0
	여성	(500)	12.6	13.0	11.2	10.2	6.6	7.6	5.2
연령별	19-29세	(250)	▼9.6	▼8.8	15.6	13.2	10.4	4.8	6.0
	30대	(250)	15.6	15.6	13.2	10.4	6.8	9.2	5.6
	40대	(250)	13.2	14.8	12.4	7.2	7.2	5.6	5.6
	50대	(250)	17.6	16.4	▼8.0	7.6	12.8	5.6	5.2
성/ 연령별	남19-29세	(126)	11.1	8.7	13.5	11.9	14.3	▼2.4	6.3
	남30대	(124)	16.1	15.3	16.9	8.1	9.7	8.9	4.8
	남40대	(126)	17.5	18.3	11.9	7.9	9.5	6.3	6.3
	남50대	(124)	16.9	16.9	11.3	8.1	14.5	▼2.4	6.5
	여19-29세	(124)	▼8.1	8.9	17.7	14.5	6.5	7.3	5.6
	여30대	(126)	15.1	15.9	9.5	12.7	▼4.0	9.5	6.3
	여40대	(124)	8.9	11.3	12.9	6.5	▼4.8	4.8	4.8
	여50대	(126)	18.3	15.9	▼4.8	7.1	11.1	8.7	4.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	15.9	17.2	11.7	10.6	10.0	6.4	4.0
	스틸 화이트 와인	(133)	9.8	9.0	▲20.3	9.0	11.3	▼2.3	7.5
	스틸 로제 와인	(236)	14.0	13.1	12.3	7.2	8.5	7.6	6.4
	스파클링 레드 와인	(75)	10.7	12.0	▼5.3	5.3	▼1.3	5.3	6.7
	스파클링 화이트 와인	(57)	15.8	▼3.5	8.8	12.3	14.0	8.8	12.3
	스파클링 로제 와인	(18)	5.6	16.7	5.6	27.8	11.1	11.1	0.0
	기타	(9)	11.1	11.1	22.2	11.1	0.0	11.1	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	13.8	14.8	13.8	8.2	8.9	6.2	4.6
	스파클링 와인	(126)	15.9	10.3	7.9	▼4.8	5.6	7.9	5.6
	맥주	(306)	16.3	13.4	12.7	12.7	9.8	5.6	6.2
	위스키	(104)	10.6	17.3	13.5	9.6	7.7	6.7	8.7
	혼합 알코올류	(61)	13.1	9.8	9.8	9.8	8.2	9.8	3.3
	기타	(98)	9.2	16.3	12.2	10.2	16.3	4.1	5.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	17.5	▲20.4	14.6	8.7	8.3	3.9	3.9
	Dry & light	(365)	13.7	14.5	11.5	8.5	9.6	7.4	6.0
	Sweet & Heavy	(104)	16.3	▼2.9	7.7	10.6	14.4	5.8	3.8
	Sweet & light	(325)	11.4	12.6	13.2	11.1	8.0	6.8	6.8
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	12.8	10.4	15.2	▼3.2	8.8	7.2	5.6
	2~3일에 한번	(93)	15.1	9.7	19.4	10.8	14.0	9.7	7.5
	1주일에 1회 이상	(319)	15.0	15.7	13.5	9.7	10.3	5.3	6.9
	2주일에 1회 이상	(123)	16.3	18.7	16.3	12.2	7.3	6.5	3.3
	1달에 1회 이상	(208)	15.9	13.0	▼6.3	8.2	10.1	6.7	3.8
	1달에 1회 미만	(132)	▼6.8	12.9	7.6	14.4	▼4.5	4.5	6.1
국가별	독일	(500)	▲18.2	16.2	▼6.8	8.2	8.8	8.6	4.8
	프랑스	(500)	▼9.8	11.6	▲17.8	11.0	9.8	▼4.0	6.4
학력별	고졸 이하	(516)	14.3	14.5	11.6	9.3	8.1	7.0	5.8
	대재 이상	(484)	13.6	13.2	13.0	9.9	10.5	5.6	5.4
직업별	대학생/대학원생	(95)	8.4	▼7.4	▲21.1	15.8	11.6	3.2	6.3
	직장인	(594)	14.1	13.6	12.8	8.4	9.6	7.6	5.2
	아르바이트	(67)	19.4	16.4	▼6.0	14.9	4.5	3.0	6.0
	자영업	(75)	16.0	22.7	13.3	12.0	6.7	8.0	8.0
	전업주부	(55)	10.9	16.4	▼5.5	7.3	7.3	▼1.8	3.6
	무직/기타	(114)	14.9	12.3	8.8	7.0	11.4	5.3	6.1

[표3-20. 최근 음용 와인 이유(1+2+3순위)3/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	빈티지	기능(건강)	프로모션 (가격 할인, 사은품 등)	수상경력	패키지 (로고, 병의 모양 등)	기타	광고 (스토리, 모델, 메시지)
전체		(1,000)	4.9	4.8	4.6	4.1	3.1	1.9	1.4
성별	남성	(500)	6.0	5.6	3.4	5.6	3.4	1.4	1.4
	여성	(500)	3.8	4.0	5.8	2.6	2.8	2.4	1.4
연령별	19-29세	(250)	7.2	2.8	5.6	4.0	▲6.8	3.2	2.0
	30대	(250)	4.4	7.2	6.0	4.8	3.2	1.6	1.2
	40대	(250)	4.0	4.0	4.0	4.8	2.4	▼4.4	1.6
	50대	(250)	4.0	5.2	2.8	2.8	0.0	2.4	0.8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▲11.1	4.0	5.6	5.6	6.3	2.4	3.2
	남30대	(124)	5.6	9.7	3.2	8.1	4.0	1.6	0.8
	남40대	(126)	3.2	3.2	2.4	4.8	3.2	0.8	0.8
	남50대	(124)	4.0	5.6	2.4	4.0	0.0	0.8	0.8
	여19-29세	(124)	3.2	▼1.6	5.6	2.4	7.3	4.0	0.8
	여30대	(126)	3.2	4.8	8.7	▼1.6	2.4	1.6	1.6
	여40대	(124)	4.8	4.8	5.6	4.8	1.6	0.0	2.4
	여50대	(126)	4.0	4.8	3.2	▼1.6	0.0	4.0	0.8
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	5.3	▲7.8	4.0	4.4	2.3	2.1	1.1
	스틸 화이트 와인	(133)	2.3	3.0	6.8	5.3	3.0	3.8	1.5
	스틸 로제 와인	(236)	5.1	▼1.7	5.5	2.1	3.4	0.8	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	5.3	0.0	4.0	8.0	6.7	1.3	▲9.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	5.3	3.5	0.0	3.5	1.8	1.8	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	5.6	0.0	5.6	0.0	11.1	0.0	0.0
	기타	(9)	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▼2.3	7.2	4.3	3.3	1.6	2.3	1.0
	스파클링 와인	(126)	8.7	4.8	3.2	4.0	5.6	2.4	4.0
	맥주	(306)	4.9	3.6	2.6	3.6	2.3	1.6	1.0
	위스키	(104)	9.6	4.8	4.8	6.7	1.9	0.0	1.9
	혼합 알코올류	(61)	3.3	1.6	8.2	3.3	4.9	1.6	0.0
	기타	(98)	4.1	3.1	▲11.2	6.1	7.1	3.1	1.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	6.3	8.3	2.4	6.8	2.9	1.5	1.0
	Dry & light	(365)	4.7	4.4	4.9	3.0	▼1.4	1.6	1.9
	Sweet & Heavy	(104)	4.8	8.7	7.7	1.9	6.7	2.9	1.9
	Sweet & light	(325)	4.3	▼1.8	4.6	4.3	4.0	2.2	0.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	4.0	▲10.4	6.4	7.2	4.8	0.8	1.6
	2~3일에 한번	(93)	2.2	6.5	3.2	▼1.1	1.1	2.2	4.3
	1주일에 1회 이상	(319)	6.3	5.6	3.8	5.3	3.8	1.6	0.6
	2주일에 1회 이상	(123)	6.5	2.4	4.9	4.9	2.4	0.0	1.6
	1달에 1회 이상	(208)	4.8	2.9	4.8	1.9	2.9	2.4	1.0
	1달에 1회 미만	(132)	3.0	▼1.5	5.3	3.0	2.3	4.5	1.5
국가별	독일	(500)	7.0	▼2.6	▼2.2	▼2.2	4.0	1.2	1.8
	프랑스	(500)	▼2.8	7.0	7.0	6.0	2.2	2.6	1.0
학력별	고졸 이하	(516)	4.7	4.7	4.1	3.3	2.3	1.4	1.0
	대재 이상	(484)	5.2	5.0	5.2	5.0	3.9	2.5	1.9
직업별	대학생/대학원생	(95)	8.4	0.0	3.2	2.1	8.4	6.3	1.1
	직장인	(594)	5.4	6.2	5.1	3.7	2.7	1.0	2.2
	아르바이트	(67)	3.0	3.0	7.5	4.5	1.5	4.5	0.0
	자영업	(75)	▼1.3	▼1.3	2.7	8.0	0.0	0.0	0.0
	전업주부	(55)	3.6	5.5	3.6	0.0	3.6	0.0	0.0
	무직/기타	(114)	3.5	4.4	3.5	7.0	3.5	3.5	0.0

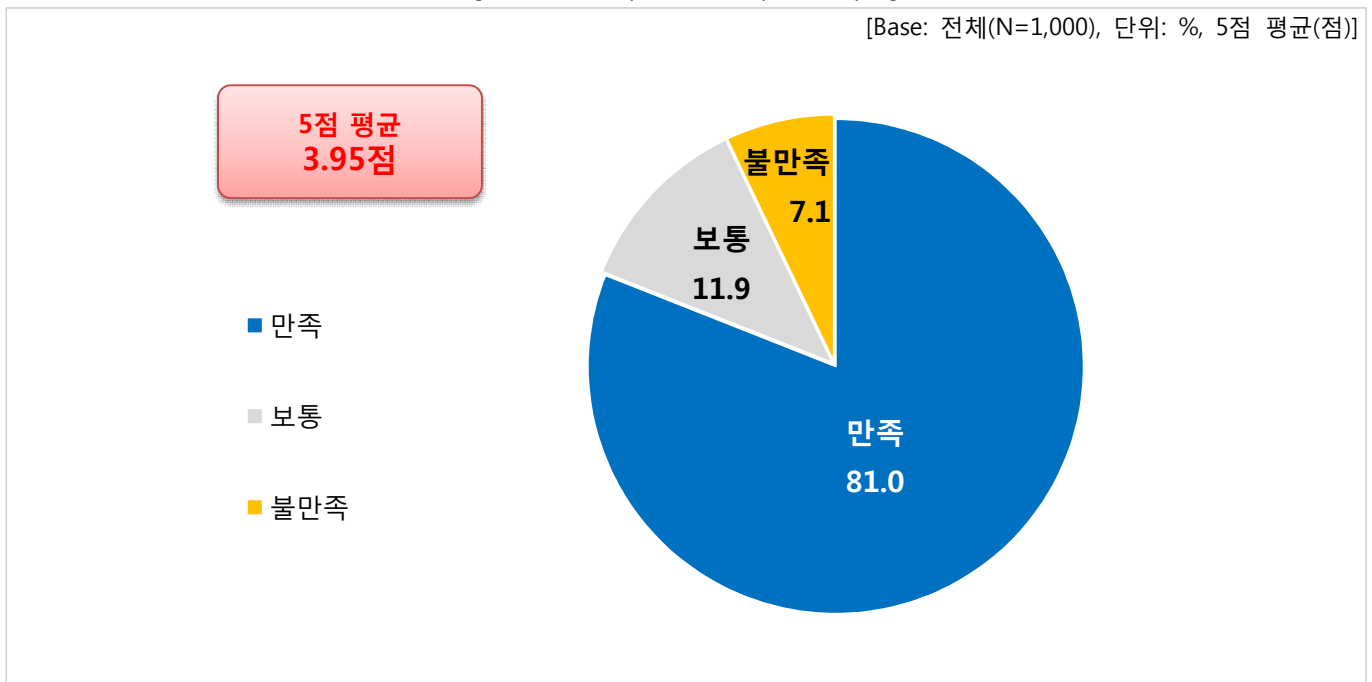
2. 최근 음용 와인 만족도

문. 귀하께서 최근 마신 (B5 음용 주종)에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

- ✓ 최근 음용한 주종에 대해서 만족이 81.0%(5점 평균 3.95)로 높게 나타남.
- ✓ 최근 음용 와인별로는 스틸 레드 와인(만족 83.3%, 5점 평균 4.00)과 스틸 화이트 와인(만족 82.0%, 5점 평균 3.91)의 만족도가 상대적으로 높음.

[그림3-16. 최근 음용 와인 만족도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]



[표3-21. 최근 음용 와인 만족도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	보통	만족	5점 평균(점)
전체		(1,000)	3.7	3.4	11.9	56.0	25.0	7.1	11.9	81.0	3.95
성별	남성	(500)	3.2	2.8	10.4	60.0	23.6	6.0	10.4	83.6	3.98
	여성	(500)	4.2	4.0	13.4	52.0	26.4	8.2	13.4	78.4	3.92
연령별	19-29세	(250)	3.2	2.8	13.6	58.4	22.0	6.0	13.6	80.4	3.93
	30대	(250)	4.4	3.2	13.2	58.0	21.2	7.6	13.2	79.2	3.88
	40대	(250)	2.4	3.6	10.8	54.0	29.2	6.0	10.8	83.2	4.04
	50대	(250)	4.8	4.0	10.0	53.6	27.6	8.8	10.0	81.2	3.95
성/연령별	남19-29세	(126)	1.6	1.6	15.9	64.3	▼16.7	▼3.2	15.9	81.0	3.93
	남30대	(124)	4.8	2.4	12.1	62.9	▼17.7	7.3	12.1	80.6	3.86
	남40대	(126)	1.6	4.0	7.1	55.6	31.7	5.6	7.1	87.3	4.12
	남50대	(124)	4.8	3.2	▼6.5	57.3	28.2	8.1	▼6.5	85.5	4.01
	여19-29세	(124)	4.8	4.0	11.3	52.4	27.4	8.9	11.3	79.8	3.94
	여30대	(126)	4.0	4.0	14.3	53.2	24.6	7.9	14.3	77.8	3.90
	여40대	(124)	3.2	3.2	14.5	52.4	26.6	6.5	14.5	79.0	3.96
	여50대	(126)	4.8	4.8	13.5	50.0	27.0	9.5	13.5	77.0	3.90
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	▼1.9	4.0	10.8	58.5	24.8	5.9	10.8	83.3	4.00
	스틸 화이트 와인	(133)	2.3	3.0	12.8	▲65.4	▼16.5	5.3	12.8	82.0	3.91
	스틸 로제 와인	(236)	▲7.6	2.5	10.6	53.4	25.8	10.2	10.6	79.2	3.87
	스파클링 레드 와인	(75)	6.7	2.7	17.3	▼41.3	32.0	9.3	17.3	73.3	3.89
	스파클링 화이트 와인	(57)	3.5	3.5	15.8	43.9	33.3	7.0	15.8	77.2	4.00
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	16.7	50.0	27.8	5.6	16.7	77.8	4.00
	기타	(9)	0.0	0.0	11.1	66.7	22.2	0.0	11.1	88.9	4.11
최선호 주류	스틸 와인	(305)	5.6	2.3	10.5	55.1	26.6	7.9	10.5	81.6	3.95
	스파클링 와인	(126)	4.0	3.2	17.5	50.8	24.6	7.1	17.5	75.4	3.89
	맥주	(306)	3.3	3.9	9.8	56.9	26.1	7.2	9.8	83.0	3.99
	위스키	(104)	1.9	2.9	11.5	65.4	18.3	4.8	11.5	83.7	3.95
	혼합 알코올류	(61)	4.9	6.6	18.0	44.3	26.2	11.5	18.0	70.5	3.80
	기타	(98)	0.0	4.1	12.2	60.2	23.5	4.1	12.2	83.7	4.03
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	1.9	3.9	8.7	53.9	31.6	5.8	8.7	85.4	4.09
	Dry & light	(365)	4.4	2.5	12.1	59.7	21.4	6.8	12.1	81.1	3.91
	Sweet & Heavy	(104)	2.9	3.8	17.3	49.0	26.9	6.7	17.3	76.0	3.93
	Sweet & light	(325)	4.3	4.0	12.0	55.4	24.3	8.3	12.0	79.7	3.91
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	3.2	4.0	▼5.6	60.8	26.4	7.2	▼5.6	87.2	4.03
	2~3일에 한번	(93)	4.3	3.2	▼6.5	60.2	25.8	7.5	▼6.5	86.0	4.00
	1주일에 1회 이상	(319)	3.1	2.5	12.5	57.4	24.5	5.6	12.5	81.8	3.97
	2주일에 1회 이상	(123)	5.7	4.1	9.8	56.1	24.4	9.8	9.8	80.5	3.89
	1달에 1회 이상	(208)	3.8	2.9	13.0	55.3	25.0	6.7	13.0	80.3	3.95
	1달에 1회 미만	(132)	3.0	5.3	▲20.5	▼46.2	25.0	8.3	▲20.5	▼71.2	3.85
국가별	독일	(500)	4.6	5.2	12.8	▼43.0	▲34.4	9.8	12.8	77.4	3.97
	프랑스	(500)	2.8	▼1.6	11.0	▲69.0	▼15.6	▼4.4	11.0	84.6	3.93
학력별	고졸 이하	(516)	5.8	3.5	12.0	51.7	26.9	9.3	12.0	78.7	3.91
	대재 이상	(484)	▼1.4	3.3	11.8	60.5	22.9	4.8	11.8	83.5	4.00
직업별	대학생/대학원생	(95)	▼1.1	2.1	11.6	60.0	25.3	▼3.2	11.6	85.3	4.06
	직장인	(594)	3.2	3.2	11.3	56.4	25.9	6.4	11.3	82.3	3.99
	아르바이트	(67)	1.5	1.5	9.0	65.7	22.4	3.0	9.0	88.1	4.06
	자영업	(75)	2.7	5.3	12.0	50.7	29.3	8.0	12.0	80.0	3.99
	전업주부	(55)	10.9	1.8	16.4	50.9	20.0	12.7	16.4	70.9	3.67
	무직/기타	(114)	7.0	6.1	14.9	50.9	21.1	13.2	14.9	▼71.9	3.73

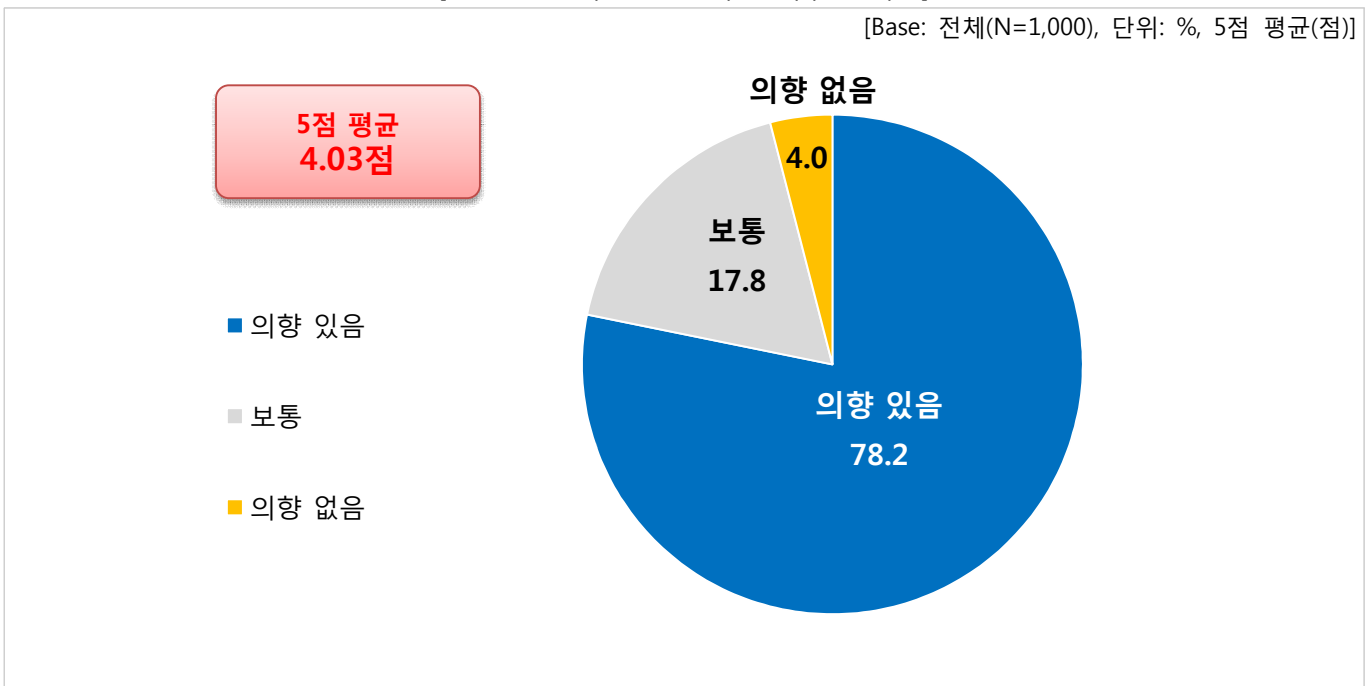
3. 최근 음용 와인 재구입 의향

문. 귀하는 최근 마신 (B5 최근 음용 와인)을 다음 번에도 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

- ✓ 최근 음용 와인 재구입 의향은 78.2%(5점 평균 4.03)으로 대부분의 소비자가 최근 음용 와인을 재구입할 의향이 있는 것으로 나타남.

[그림3-17. 최근 음용 와인 재구입 의향]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]



특성별 분석

- ✓ '의향 있음'은 성/연령별로 남50대, 최선호 주류별로 스틸 와인, 와인 음용 빈도별로 거의 매일, 2~3일에 한번, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.

[표3-22. 최근 음용 와인 재구입 의향]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

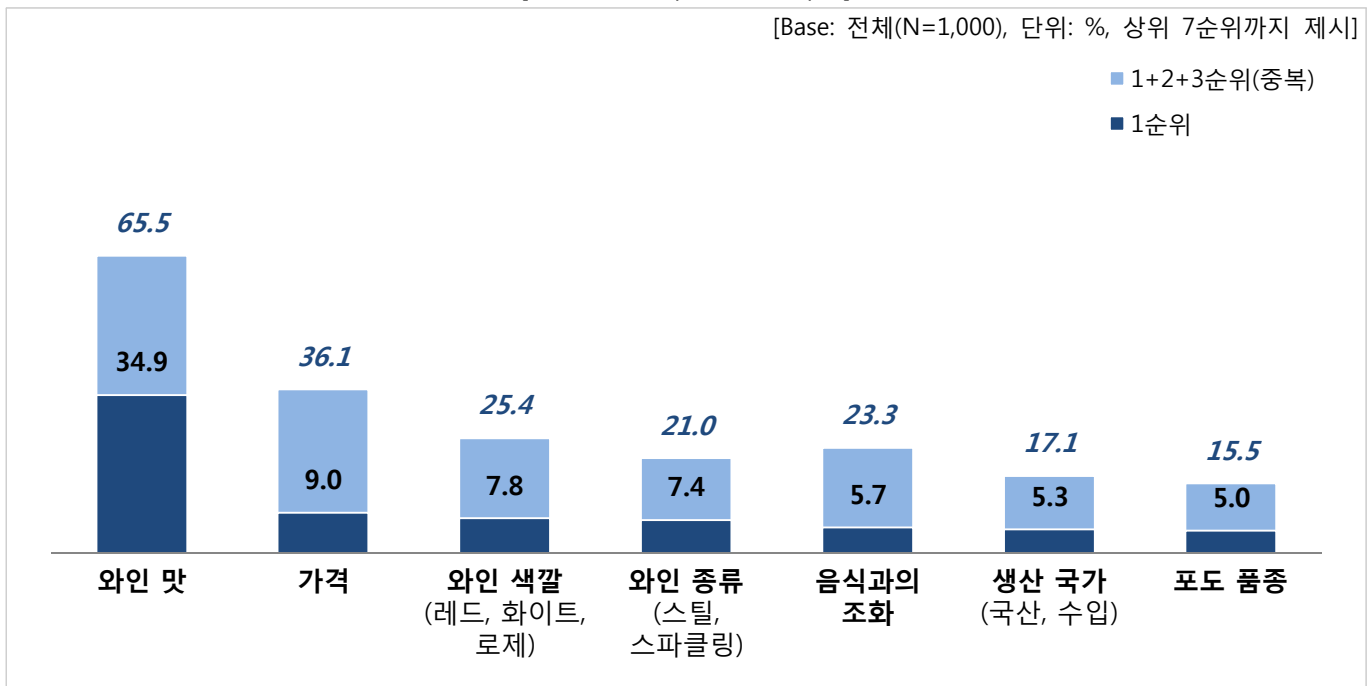
		사례수	전혀 없다	별로 없다	보통	조금 있다	매우 많다	의향 없음	보통	의향 있음	5점 평균(점)
전체		(1,000)	1.1	2.9	17.8	48.4	29.8	4.0	17.8	78.2	4.03
성별	남성	(500)	1.4	3.0	15.4	51.8	28.4	4.4	15.4	80.2	4.03
	여성	(500)	0.8	2.8	20.2	45.0	31.2	3.6	20.2	76.2	4.03
연령별	19-29세	(250)	2.0	4.8	19.2	49.2	24.8	6.8	19.2	74.0	3.90
	30대	(250)	0.8	2.8	19.6	49.6	27.2	3.6	19.6	76.8	4.00
	40대	(250)	0.4	2.0	17.6	45.2	34.8	2.4	17.6	80.0	4.12
	50대	(250)	1.2	2.0	14.8	49.6	32.4	3.2	14.8	82.0	4.10
성/연령별	남19-29세	(126)	2.4	4.8	19.8	54.0	▼19.0	7.1	19.8	73.0	3.83
	남30대	(124)	1.6	1.6	17.7	53.2	25.8	3.2	17.7	79.0	4.00
	남40대	(126)	0.8	3.2	13.5	48.4	34.1	4.0	13.5	82.5	4.12
	남50대	(124)	0.8	2.4	▼10.5	51.6	34.7	3.2	▼10.5	▲86.3	4.17
	여19-29세	(124)	1.6	4.8	18.5	44.4	30.6	6.5	18.5	75.0	3.98
	여30대	(126)	0.0	4.0	21.4	46.0	28.6	4.0	21.4	74.6	3.99
	여40대	(124)	0.0	▼.8	21.8	41.9	35.5	▼.8	21.8	77.4	4.12
	여50대	(126)	1.6	1.6	19.0	47.6	30.2	3.2	19.0	77.8	4.03
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	1.1	3.8	16.7	46.4	32.0	4.9	16.7	78.4	4.04
	스틸 화이트 와인	(133)	1.5	2.3	13.5	▲60.9	▼21.8	3.8	13.5	82.7	3.99
	스틸 로제 와인	(236)	0.4	▼.8	18.6	49.6	30.5	▼1.3	18.6	80.1	4.09
	스파클링 레드 와인	(75)	1.3	4.0	28.0	▼34.7	32.0	5.3	28.0	▼66.7	3.92
	스파클링 화이트 와인	(57)	3.5	3.5	19.3	50.9	22.8	7.0	19.3	73.7	3.86
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	22.2	50.0	22.2	5.6	22.2	72.2	3.89
	기타	(9)	0.0	0.0	11.1	33.3	55.6	0.0	11.1	88.9	4.44
최선호 주류	스틸 와인	(305)	1.3	▼.7	14.4	47.2	▲36.4	▼2.0	14.4	▲83.6	4.17
	스파클링 와인	(126)	1.6	2.4	▲26.2	45.2	24.6	4.0	▲26.2	69.8	3.89
	맥주	(306)	1.0	4.6	16.3	49.7	28.4	5.6	16.3	78.1	4.00
	위스키	(104)	0.0	0.0	20.2	49.0	30.8	0.0	20.2	79.8	4.11
	혼합 알코올류	(61)	0.0	9.8	23.0	41.0	26.2	9.8	23.0	67.2	3.84
	기타	(98)	2.0	4.1	16.3	56.1	21.4	6.1	16.3	77.6	3.91
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	0.5	1.9	15.0	47.1	35.4	2.4	15.0	82.5	4.15
	Dry & light	(365)	0.8	2.2	18.4	50.4	28.2	3.0	18.4	78.6	4.03
	Sweet & Heavy	(104)	1.0	6.7	16.3	43.3	32.7	7.7	16.3	76.0	4.00
	Sweet & light	(325)	1.8	3.1	19.4	48.6	27.1	4.9	19.4	75.7	3.96
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	1.6	1.6	▼8.8	41.6	▲46.4	3.2	▼8.8	▲88.0	4.30
	2~3일에 한번	(93)	0.0	1.1	▼6.5	52.7	39.8	▼1.1	▼6.5	▲92.5	4.31
	1주일에 1회 이상	(319)	0.9	2.2	16.0	51.4	29.5	3.1	16.0	80.9	4.06
	2주일에 1회 이상	(123)	0.0	4.1	17.1	55.3	23.6	4.1	17.1	78.9	3.98
	1달에 1회 이상	(208)	1.4	2.9	24.0	46.6	25.0	4.3	24.0	71.6	3.91
	1달에 1회 미만	(132)	2.3	6.1	▲29.5	40.9	▼21.2	8.3	▲29.5	▼62.1	3.73
국가별	독일	(500)	1.4	3.8	▲23.6	▼39.8	31.4	5.2	▲23.6	▼71.2	3.96
	프랑스	(500)	0.8	2.0	▼12.0	▲57.0	28.2	2.8	▼12.0	▲85.2	4.10
학력별	고졸 이하	(516)	1.4	2.3	20.0	44.2	32.2	3.7	20.0	76.4	4.03
	대재 이상	(484)	0.8	3.5	15.5	52.9	27.3	4.3	15.5	80.2	4.02
직업별	대학생/대학원생	(95)	2.1	4.2	16.8	51.6	25.3	6.3	16.8	76.8	3.94
	직장인	(594)	0.5	2.4	17.8	49.2	30.1	2.9	17.8	79.3	4.06
	아르바이트	(67)	3.0	4.5	▼7.5	55.2	29.9	7.5	▼7.5	85.1	4.04
	자영업	(75)	2.7	4.0	13.3	45.3	34.7	6.7	13.3	80.0	4.05
	전업주부	(55)	0.0	1.8	29.1	41.8	27.3	1.8	29.1	69.1	3.95
	무직/기타	(114)	1.8	3.5	21.9	43.0	29.8	5.3	21.9	72.8	3.96

4. 와인 중요 속성

문. 귀하께서는 평소 와인을 드실 때, 중요하다고 생각하는 속성은 무엇입니까?

- ✔ 와인 음용시, 와인 맛이 가장 중요하며, 그 다음으로 가격, 와인 색깔, 와인 종류 등의 순으로 나타남(1순위 기준).

[그림3-18. 와인 중요 속성]



📁 특성별 분석

- ✔ 가격(1순위 기준)은 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 직업별로 대학생/대학원생에서 상대적으로 높음.

[표3-23. 와인 중요 속성(1순위)1/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	와인 맛	가격	와인 색깔	와인 종류	음식과의 조화	생산 국가	포도 품종
전체		(1,000)	34.9	9.0	7.8	7.4	5.7	5.3	5.0
성별	남성	(500)	32.0	8.6	7.8	6.6	5.0	6.2	5.6
	여성	(500)	37.8	9.4	7.8	8.2	6.4	4.4	4.4
연령별	19-29세	(250)	33.6	13.2	7.2	8.4	▼2.8	▼2.8	4.4
	30대	(250)	29.6	7.6	7.6	6.0	8.4	6.4	4.8
	40대	(250)	36.4	8.0	10.8	7.6	6.0	5.2	4.0
	50대	(250)	40.0	7.2	5.6	7.6	5.6	6.8	6.8
성/연령별	남19-29세	(126)	29.4	11.1	7.9	8.7	3.2	4.0	4.8
	남30대	(124)	26.6	6.5	8.1	4.0	5.6	8.1	6.5
	남40대	(126)	34.1	7.1	11.1	7.1	7.1	6.3	5.6
	남50대	(124)	37.9	9.7	4.0	6.5	4.0	6.5	5.6
	여19-29세	(124)	37.9	15.3	6.5	8.1	▼2.4	▼1.6	4.0
	여30대	(126)	32.5	8.7	7.1	7.9	11.1	4.8	3.2
	여40대	(124)	38.7	8.9	10.5	8.1	4.8	4.0	2.4
	여50대	(126)	42.1	▼4.8	7.1	8.7	7.1	7.1	7.9
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	34.7	7.4	6.6	6.6	5.9	6.6	4.9
	스틸 화이트 와인	(133)	27.8	9.0	10.5	8.3	7.5	3.0	6.8
	스틸 로제 와인	(236)	36.4	12.3	8.1	7.2	5.5	3.8	5.5
	스파클링 레드 와인	(75)	34.7	8.0	10.7	8.0	4.0	5.3	5.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	45.6	7.0	5.3	12.3	5.3	3.5	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	33.3	5.6	11.1	11.1	0.0	16.7	0.0
	기타	(9)	44.4	33.3	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	40.7	5.9	8.2	6.9	6.6	4.9	5.6
	스파클링 와인	(126)	32.5	10.3	7.1	10.3	8.7	4.0	5.6
	맥주	(306)	32.4	12.1	7.8	7.8	▼2.9	5.9	5.2
	위스키	(104)	29.8	6.7	5.8	4.8	10.6	6.7	2.9
	혼합 알코올류	(61)	36.1	11.5	4.9	9.8	▼1.6	6.6	4.9
	기타	(98)	32.7	8.2	11.2	5.1	5.1	4.1	4.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	37.4	6.3	6.3	4.9	6.3	5.3	4.9
	Dry & light	(365)	34.0	9.3	10.1	7.1	6.0	6.0	6.0
	Sweet & Heavy	(104)	33.7	12.5	4.8	5.8	▼1.9	4.8	4.8
	Sweet & light	(325)	34.8	9.2	7.1	9.8	6.2	4.6	4.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	32.0	9.6	8.8	4.0	4.0	5.6	4.0
	2~3일에 한번	(93)	39.8	▼3.2	6.5	6.5	7.5	▼1.1	5.4
	1주일에 1회 이상	(319)	31.3	7.5	8.2	7.8	6.9	6.6	4.1
	2주일에 1회 이상	(123)	40.7	7.3	12.2	7.3	3.3	4.1	4.1
	1달에 1회 이상	(208)	33.7	9.6	6.3	11.1	5.3	4.3	9.1
	1달에 1회 미만	(132)	39.4	▲16.7	5.3	4.5	6.1	7.6	2.3
국가별	독일	(500)	38.8	8.6	8.6	8.4	▼2.8	5.8	6.2
	프랑스	(500)	31.0	9.4	7.0	6.4	▲8.6	4.8	3.8
학력별	고졸 이하	(516)	35.9	10.3	7.8	8.1	4.8	5.0	4.8
	대재 이상	(484)	33.9	7.6	7.9	6.6	6.6	5.6	5.2
직업별	대학생/대학원생	(95)	37.9	▲17.9	8.4	7.4	▼1.1	2.1	5.3
	직장인	(594)	33.3	8.2	7.9	8.2	6.6	5.2	5.2
	아르바이트	(67)	29.9	7.5	4.5	10.4	6.0	7.5	0.0
	자영업	(75)	37.3	▼4.0	5.3	8.0	5.3	8.0	8.0
	전업주부	(55)	43.6	10.9	12.7	▼1.8	5.5	7.3	3.6
	무직/기타	(114)	37.7	8.8	7.9	▼3.5	5.3	4.4	5.3

[표3-24. 와인 중요 속성(1순위)2/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	와인 생산지/양조 장	브랜드	와인의 향	주위 사람들의 권유/추천	품질 표시	레이블 설명	수상경력
전체		(1,000)	3.8	3.6	3.5	2.7	2.1	2.0	1.7
성별	남성	(500)	4.2	4.0	4.2	3.0	3.4	1.4	1.6
	여성	(500)	3.4	3.2	2.8	2.4	▼.8	2.6	1.8
연령별	19-29세	(250)	2.0	4.0	4.8	3.6	3.2	2.0	1.6
	30대	(250)	6.0	5.6	4.0	2.8	2.0	2.0	1.2
	40대	(250)	3.2	2.8	2.8	2.8	2.0	2.0	3.2
	50대	(250)	4.0	2.0	2.4	1.6	1.2	2.0	0.8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▼.8	4.0	6.3	4.0	4.8	1.6	1.6
	남30대	(124)	6.5	7.3	4.8	2.4	3.2	1.6	1.6
	남40대	(126)	4.0	1.6	4.0	4.0	4.0	0.0	2.4
	남50대	(124)	5.6	3.2	1.6	1.6	1.6	2.4	0.8
	여19-29세	(124)	3.2	4.0	3.2	3.2	1.6	2.4	1.6
	여30대	(126)	5.6	4.0	3.2	3.2	0.8	2.4	0.8
	여40대	(124)	2.4	4.0	1.6	1.6	0.0	4.0	4.0
	여50대	(126)	2.4	▼.8	3.2	1.6	0.8	1.6	0.8
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	4.7	2.5	4.7	3.6	2.1	2.3	2.3
	스틸 화이트 와인	(133)	5.3	5.3	3.8	▼.8	1.5	2.3	3.0
	스틸 로제 와인	(236)	3.0	3.8	2.5	1.3	2.1	1.3	0.8
	스파클링 레드 와인	(75)	0.0	6.7	0.0	2.7	4.0	4.0	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	3.5	3.5	1.8	3.5	1.8	0.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	5.6	11.1	0.0	0.0	0.0
	기타	(9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	5.2	2.0	2.0	2.3	1.0	2.6	1.3
	스파클링 와인	(126)	3.2	4.0	1.6	▼.8	1.6	0.8	0.8
	맥주	(306)	3.6	5.2	3.6	2.9	2.6	1.6	1.6
	위스키	(104)	4.8	3.8	7.7	3.8	1.9	1.0	1.9
	혼합 알코올류	(61)	0.0	1.6	3.3	3.3	3.3	6.6	1.6
	기타	(98)	2.0	4.1	6.1	4.1	4.1	1.0	4.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	6.8	3.4	5.8	1.5	1.9	2.9	1.5
	Dry & light	(365)	3.8	3.0	2.2	1.9	1.6	1.6	1.6
	Sweet & Heavy	(104)	1.9	7.7	4.8	4.8	4.8	2.9	1.0
	Sweet & light	(325)	2.5	3.1	3.1	3.7	1.8	1.5	2.2
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	5.6	2.4	5.6	1.6	3.2	4.0	2.4
	2~3일에 한번	(93)	3.2	4.3	4.3	4.3	1.1	2.2	2.2
	1주일에 1회 이상	(319)	5.0	4.1	2.8	3.1	2.2	2.2	2.8
	2주일에 1회 이상	(123)	2.4	4.1	3.3	1.6	2.4	1.6	2.4
	1달에 1회 이상	(208)	2.9	3.8	4.3	2.4	1.4	1.4	0.0
	1달에 1회 미만	(132)	2.3	2.3	1.5	3.0	2.3	0.8	0.0
국가별	독일	(500)	3.6	3.2	3.2	1.8	2.6	1.8	▼.2
	프랑스	(500)	4.0	4.0	3.8	3.6	1.6	2.2	3.2
학력별	고졸 이하	(516)	3.3	2.9	3.3	2.5	2.9	2.1	1.0
	대재 이상	(484)	4.3	4.3	3.7	2.9	1.2	1.9	2.5
직업별	대학생/대학원생	(95)	3.2	4.2	4.2	1.1	2.1	1.1	0.0
	직장인	(594)	4.4	3.7	3.0	2.7	2.9	1.7	2.0
	아르바이트	(67)	4.5	3.0	7.5	6.0	0.0	4.5	3.0
	자영업	(75)	2.7	5.3	6.7	1.3	1.3	2.7	1.3
	전업주부	(55)	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0
	무직/기타	(114)	3.5	1.8	2.6	4.4	0.9	2.6	1.8

[표3-25. 와인 중요 속성(1순위)3/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	빈티지	프로모션 (가격 할인, 사은품 등)	구매 환경 (구입 편리성, 다양성)	기능(숙취해 소, 건강 등)	패키지 (로고, 병의 모양 등)	광고 (스토리, 모델, 메시지)	기타
전체		(1,000)	1.5	1.2	0.8	0.8	0.7	0.1	0.4
성별	남성	(500)	1.6	1.4	1.0	0.8	0.6	0.2	0.8
	여성	(500)	1.4	1.0	0.6	0.8	0.8	0.0	0.0
연령별	19-29세	(250)	2.4	1.2	1.6	0.4	0.4	0.0	0.4
	30대	(250)	1.2	1.2	0.4	1.2	1.2	0.4	0.4
	40대	(250)	1.2	0.4	0.4	0.0	0.8	0.0	0.4
	50대	(250)	1.2	2.0	0.8	1.6	0.4	0.0	0.4
성/ 연령별	남19-29세	(126)	2.4	0.8	2.4	0.8	0.8	0.0	0.8
	남30대	(124)	2.4	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
	남40대	(126)	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
	남50대	(124)	1.6	3.2	0.8	1.6	0.8	0.0	0.8
	여19-29세	(124)	2.4	1.6	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	여30대	(126)	0.0	1.6	0.0	1.6	1.6	0.0	0.0
	여40대	(124)	2.4	0.0	0.8	0.0	1.6	0.0	0.0
	여50대	(126)	0.8	0.8	0.8	1.6	0.0	0.0	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	1.5	0.8	0.8	1.1	0.4	0.0	0.4
	스틸 화이트 와인	(133)	0.8	2.3	0.8	0.8	0.0	0.0	0.8
	스틸 로제 와인	(236)	0.8	2.1	0.8	0.8	1.3	0.4	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	4.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	1.8	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	(9)	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	1.6	1.3	0.7	1.0	0.0	0.0	0.3
	스파클링 와인	(126)	3.2	2.4	0.0	1.6	1.6	0.0	0.0
	맥주	(306)	0.7	1.6	1.3	0.0	0.3	0.0	0.7
	위스키	(104)	2.9	0.0	0.0	1.9	1.9	1.0	0.0
	혼합 알코올류	(61)	0.0	0.0	0.0	1.6	3.3	0.0	0.0
	기타	(98)	1.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	1.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	2.9	0.5	0.5	1.0	0.0	0.0	0.0
	Dry & light	(365)	1.1	1.1	0.8	0.8	0.8	0.3	0.5
	Sweet & Heavy	(104)	0.0	1.0	1.0	1.0	0.0	0.0	1.0
	Sweet & light	(325)	1.5	1.8	0.9	0.6	1.2	0.0	0.3
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	2.4	3.2	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0
	2~3일에 한번	(93)	1.1	2.2	0.0	5.4	0.0	0.0	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	1.9	1.3	1.3	0.3	0.3	0.3	0.0
	2주일에 1회 이상	(123)	0.0	1.6	0.8	0.0	0.8	0.0	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	1.4	0.0	0.5	0.5	1.0	0.0	1.0
	1달에 1회 미만	(132)	1.5	0.0	1.5	0.0	1.5	0.0	1.5
국가별	독일	(500)	1.8	▼.2	0.4	0.8	0.8	0.0	0.4
	프랑스	(500)	1.2	2.2	1.2	0.8	0.6	0.2	0.4
학력별	고졸 이하	(516)	1.4	1.0	0.8	1.0	1.0	0.0	0.2
	대재 이상	(484)	1.7	1.4	0.8	0.6	0.4	0.2	0.6
직업별	대학생/대학원생	(95)	2.1	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	1.1
	직장인	(594)	1.7	1.2	1.0	0.5	0.3	0.2	0.0
	아르바이트	(67)	0.0	1.5	0.0	1.5	1.5	0.0	1.5
	자영업	(75)	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0
	전업주부	(55)	3.6	3.6	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
	무직/기타	(114)	0.9	1.8	0.9	1.8	2.6	0.0	1.8

[표3-26. 와인 중요 속성(1+2+3순위)1/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	와인 맛	가격	와인 색깔	와인 종류	음식과의 조화	생산 국가	포도 품종
전체		(1,000)	65.5	36.1	25.4	21.0	23.3	17.1	15.5
성별	남성	(500)	63.2	39.2	23.4	17.4	23.6	17.8	16.4
	여성	(500)	67.8	33.0	27.4	24.6	23.0	16.4	14.6
연령별	19-29세	(250)	62.8	41.2	21.6	20.4	21.2	12.8	15.2
	30대	(250)	60.8	33.2	25.6	21.6	22.8	19.6	12.0
	40대	(250)	▲72.0	35.2	29.2	21.2	24.4	16.0	17.6
	50대	(250)	66.4	34.8	25.2	20.8	24.8	20.0	17.2
성/연령별	남19-29세	(126)	58.7	38.9	▼15.9	19.8	24.6	13.5	15.9
	남30대	(124)	56.5	41.1	25.0	18.5	19.4	24.2	13.7
	남40대	(126)	70.6	36.5	26.2	16.7	26.2	17.5	19.8
	남50대	(124)	66.9	40.3	26.6	14.5	24.2	16.1	16.1
	여19-29세	(124)	66.9	43.5	27.4	21.0	17.7	12.1	14.5
	여30대	(126)	65.1	▼25.4	26.2	24.6	26.2	15.1	10.3
	여40대	(124)	73.4	33.9	32.3	25.8	22.6	14.5	15.3
	여50대	(126)	65.9	29.4	23.8	27.0	25.4	23.8	18.3
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	63.1	36.7	21.8	18.2	26.3	19.5	17.4
	스틸 화이트 와인	(133)	60.2	32.3	28.6	22.6	27.8	19.5	▼9.8
	스틸 로제 와인	(236)	70.3	37.7	26.3	20.8	20.8	15.7	17.4
	스파클링 레드 와인	(75)	65.3	40.0	▲38.7	20.0	▼10.7	12.0	13.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	73.7	28.1	28.1	▲36.8	19.3	▼5.3	12.3
	스파클링 로제 와인	(18)	72.2	22.2	22.2	33.3	11.1	22.2	11.1
	기타	(9)	77.8	66.7	22.2	33.3	22.2	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	66.9	31.5	26.9	18.7	23.6	20.0	17.0
	스파클링 와인	(126)	68.3	34.1	26.2	▲34.9	22.2	▼9.5	15.1
	맥주	(306)	64.1	38.6	26.1	19.6	20.3	17.3	16.0
	위스키	(104)	58.7	34.6	20.2	18.3	30.8	18.3	14.4
	혼합 알코올류	(61)	70.5	45.9	26.2	24.6	21.3	11.5	11.5
	기타	(98)	66.3	40.8	22.4	15.3	26.5	19.4	13.3
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	65.0	30.6	24.3	16.5	26.2	22.3	18.4
	Dry & light	(365)	65.5	38.4	27.9	21.1	24.1	17.8	16.4
	Sweet & Heavy	(104)	60.6	42.3	22.1	16.3	19.2	12.5	12.5
	Sweet & light	(325)	67.4	35.1	24.3	25.2	21.8	14.5	13.5
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	68.0	36.0	25.6	16.8	21.6	17.6	15.2
	2~3일에 한번	(93)	66.7	26.9	24.7	15.1	21.5	14.0	19.4
	1주일에 1회 이상	(319)	60.5	35.7	24.8	19.7	27.6	20.1	13.5
	2주일에 1회 이상	(123)	69.1	39.8	27.6	25.2	20.3	17.1	16.3
	1달에 1회 이상	(208)	68.3	31.7	23.1	25.0	23.1	14.9	20.2
	1달에 1회 미만	(132)	66.7	▲47.0	28.8	22.0	18.9	15.2	▼9.8
국가별	독일	(500)	70.0	35.8	29.4	24.4	▼14.2	16.8	▲21.6
	프랑스	(500)	61.0	36.4	21.4	17.6	▲32.4	17.4	▼9.4
학력별	고졸 이하	(516)	68.6	35.3	25.2	22.3	21.1	17.1	18.6
	대재 이상	(484)	62.2	37.0	25.6	19.6	25.6	17.1	12.2
직업별	대학생/대학원생	(95)	65.3	46.3	24.2	22.1	23.2	11.6	13.7
	직장인	(594)	64.6	37.4	25.9	21.9	21.9	16.3	16.3
	아르바이트	(67)	68.7	31.3	20.9	22.4	25.4	26.9	▼7.5
	자영업	(75)	68.0	▼25.3	20.0	18.7	24.0	24.0	24.0
	전업주부	(55)	▲78.2	29.1	32.7	23.6	29.1	21.8	10.9
	무직/기타	(114)	60.5	34.2	26.3	14.9	26.3	13.2	14.0

[표3-27. 와인 중요 속성(1+2+3순위)2/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	와인의 향	와인 생산지/양조장	브랜드	품질 표시	레이블 설명	주위 사람들의 권유/추천	수상경력
전체		(1,000)	13.6	13.1	12.1	9.6	8.1	7.8	5.7
성별	남성	(500)	13.4	14.4	12.0	10.6	6.0	8.2	6.6
	여성	(500)	13.8	11.8	12.2	8.6	10.2	7.4	4.8
연령별	19-29세	(250)	16.0	9.2	12.4	12.4	9.2	11.2	6.8
	30대	(250)	15.6	12.8	14.8	10.0	9.2	8.0	5.6
	40대	(250)	12.4	13.2	14.0	▼5.2	6.4	6.4	4.0
	50대	(250)	10.4	17.2	▼7.2	10.8	7.6	5.6	6.4
성/연령별	남19-29세	(126)	16.7	8.7	13.5	15.1	7.1	13.5	7.9
	남30대	(124)	10.5	13.7	17.7	9.7	7.3	5.6	8.1
	남40대	(126)	15.1	15.9	10.3	7.1	▼4.0	7.9	3.2
	남50대	(124)	11.3	19.4	▼6.5	10.5	5.6	5.6	7.3
	여19-29세	(124)	15.3	9.7	11.3	9.7	11.3	8.9	5.6
	여30대	(126)	20.6	11.9	11.9	10.3	11.1	10.3	3.2
	여40대	(124)	9.7	10.5	17.7	▼3.2	8.9	4.8	4.8
	여50대	(126)	9.5	15.1	7.9	11.1	9.5	5.6	5.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	14.8	15.5	10.6	9.3	8.5	8.7	7.8
	스틸 화이트 와인	(133)	12.8	9.8	12.8	8.3	9.8	8.3	9.0
	스틸 로제 와인	(236)	14.0	13.6	11.0	9.7	7.6	5.5	▼2.1
	스파클링 레드 와인	(75)	10.7	▼2.7	▲25.3	9.3	8.0	4.0	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	7.0	17.5	8.8	10.5	5.3	8.8	5.3
	스파클링 로제 와인	(18)	16.7	5.6	11.1	27.8	5.6	22.2	0.0
	기타	(9)	11.1	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	13.8	▲18.7	9.5	9.8	10.5	6.6	6.2
	스파클링 와인	(126)	13.5	9.5	16.7	7.9	4.8	5.6	3.2
	맥주	(306)	13.1	11.8	13.4	9.8	7.2	8.2	6.2
	위스키	(104)	17.3	13.5	12.5	9.6	5.8	9.6	5.8
	혼합 알코올류	(61)	9.8	▼4.9	13.1	6.6	13.1	8.2	3.3
	기타	(98)	13.3	9.2	9.2	12.2	7.1	11.2	7.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	18.4	17.0	9.2	9.2	7.8	6.3	4.9
	Dry & light	(365)	11.0	13.7	10.7	9.3	7.7	6.3	5.5
	Sweet & Heavy	(104)	16.3	9.6	16.3	15.4	7.7	10.6	5.8
	Sweet & light	(325)	12.6	11.1	14.2	8.3	8.9	9.5	6.5
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	12.8	15.2	10.4	11.2	9.6	4.8	6.4
	2~3일에 한번	(93)	17.2	16.1	10.8	15.1	8.6	9.7	6.5
	1주일에 1회 이상	(319)	14.1	14.4	12.5	9.1	9.1	9.1	7.8
	2주일에 1회 이상	(123)	13.0	12.2	9.8	8.9	6.5	4.9	4.9
	1달에 1회 이상	(208)	13.9	14.4	12.0	9.1	7.7	9.6	3.4
	1달에 1회 미만	(132)	10.6	▼4.5	15.9	6.8	6.1	6.1	3.8
국가별	독일	(500)	14.0	13.0	10.6	10.4	7.0	5.4	▼2.0
	프랑스	(500)	13.2	13.2	13.6	8.8	9.2	10.2	▲9.4
학력별	고졸 이하	(516)	13.2	13.4	10.3	9.7	7.8	6.4	4.3
	대재 이상	(484)	14.0	12.8	14.0	9.5	8.5	9.3	7.2
직업별	대학생/대학원생	(95)	15.8	9.5	10.5	11.6	7.4	9.5	3.2
	직장인	(594)	12.5	14.0	12.8	10.1	8.4	7.4	5.9
	아르바이트	(67)	16.4	11.9	14.9	9.0	6.0	10.4	3.0
	자영업	(75)	20.0	14.7	9.3	6.7	8.0	6.7	5.3
	전업주부	(55)	12.7	7.3	▼5.5	▼3.6	3.6	3.6	5.5
	무직/기타	(114)	12.3	14.0	13.2	10.5	10.5	9.6	8.8

[표3-28. 와인 중요 속성(1+2+3순위)3/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

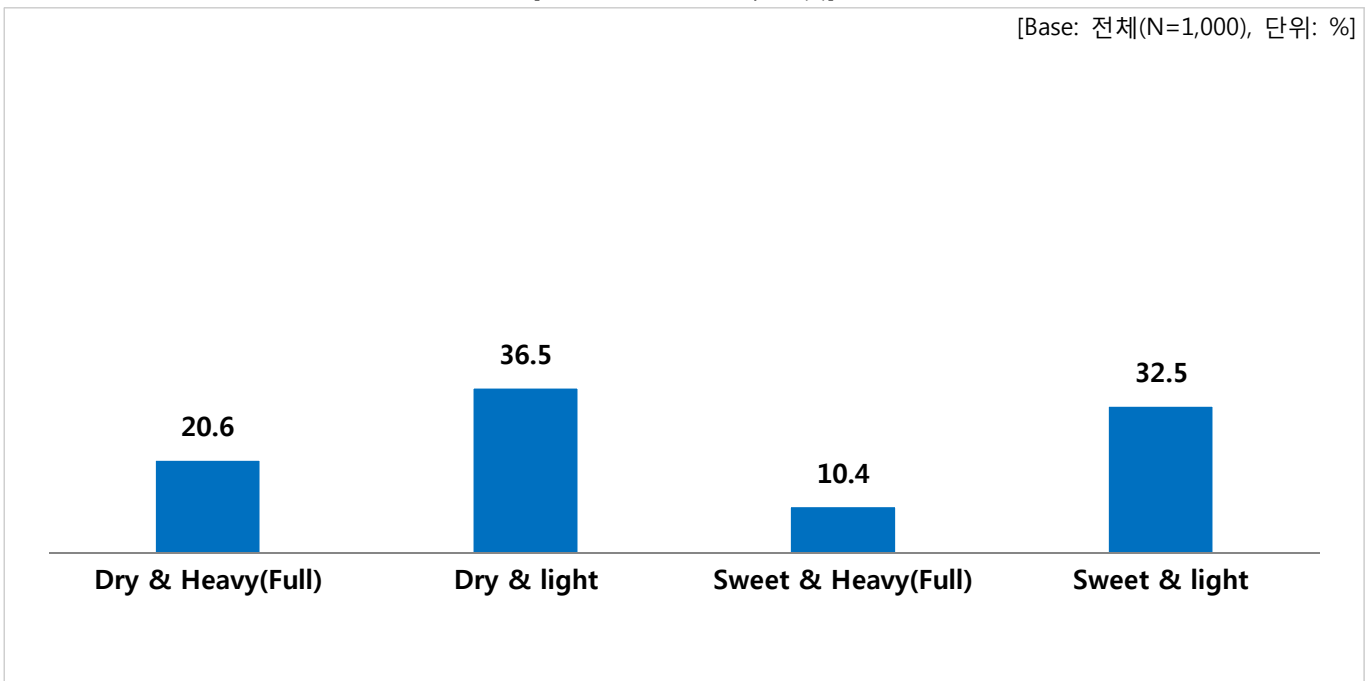
		사례수	프로모션 (가격 할인, 사은품 등)	빈티지	구매 환경 (구입 편리성, 다양성)	패키지 (로고, 병의 모양 등)	기능(숙취해 소, 건강 등)	광고 (스토리, 모델, 메시지)	기타
전체		(1,000)	5.6	5.1	2.9	2.7	2.3	0.8	1.4
성별	남성	(500)	4.4	7.0	2.8	2.2	2.6	1.2	2.0
	여성	(500)	6.8	3.2	3.0	3.2	2.0	0.4	0.8
연령별	19-29세	(250)	4.4	5.6	4.0	4.8	1.6	1.2	0.8
	30대	(250)	6.8	6.0	3.6	3.6	2.0	1.2	1.2
	40대	(250)	4.8	3.6	2.8	1.6	2.4	0.8	0.8
	50대	(250)	6.4	5.2	1.2	▼.8	3.2	0.0	2.8
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▼2.4	7.1	4.0	4.0	1.6	2.4	1.6
	남30대	(124)	3.2	▲11.3	4.0	3.2	1.6	1.6	1.6
	남40대	(126)	3.2	4.8	2.4	▼.8	4.0	0.8	1.6
	남50대	(124)	8.9	4.8	▼.8	▼.8	3.2	0.0	3.2
	여19-29세	(124)	6.5	4.0	4.0	5.6	1.6	0.0	0.0
	여30대	(126)	10.3	▼.8	3.2	4.0	2.4	0.8	0.8
	여40대	(124)	6.5	2.4	3.2	2.4	0.8	0.8	0.0
	여50대	(126)	4.0	5.6	1.6	▼.8	3.2	0.0	2.4
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	4.9	5.5	2.3	1.7	2.3	0.8	1.7
	스틸 화이트 와인	(133)	10.5	▼1.5	6.0	1.5	3.0	0.8	2.3
	스틸 로제 와인	(236)	5.1	5.1	2.1	4.2	1.7	1.3	0.4
	스파클링 레드 와인	(75)	4.0	8.0	2.7	8.0	1.3	0.0	1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	5.3	5.3	3.5	1.8	1.8	0.0	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0
	기타	(9)	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	5.6	3.6	2.6	▼.7	2.0	0.7	1.3
	스파클링 와인	(126)	5.6	5.6	1.6	4.8	3.2	0.0	0.0
	맥주	(306)	4.9	5.6	4.6	2.9	2.3	0.3	1.3
	위스키	(104)	5.8	10.6	1.0	5.8	2.9	1.9	1.9
	혼합 알코올류	(61)	8.2	4.9	1.6	3.3	3.3	1.6	1.6
	기타	(98)	6.1	2.0	3.1	2.0	1.0	2.0	3.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	4.9	7.8	1.9	▼1.0	4.4	1.0	1.0
	Dry & light	(365)	4.9	4.4	1.9	3.0	1.6	1.1	1.4
	Sweet & Heavy	(104)	8.7	5.8	2.9	3.8	1.9	1.9	1.9
	Sweet & light	(325)	5.8	4.0	4.6	3.1	1.8	0.0	1.5
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	8.8	4.8	3.2	2.4	2.4	0.8	0.8
	2~3일에 한번	(93)	5.4	7.5	1.1	4.3	5.4	1.1	1.1
	1주일에 1회 이상	(319)	6.0	5.0	2.8	2.5	1.6	0.9	0.9
	2주일에 1회 이상	(123)	5.7	4.1	3.3	▼.8	0.8	0.8	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	3.4	4.8	3.8	2.4	3.4	0.5	1.4
	1달에 1회 미만	(132)	5.3	5.3	2.3	4.5	1.5	0.8	4.5
국가별	독일	(500)	▼2.0	7.8	2.2	2.6	2.4	0.6	0.8
	프랑스	(500)	▲9.2	▼2.4	3.6	2.8	2.2	1.0	2.0
학력별	고졸 이하	(516)	5.8	5.6	3.5	1.9	2.5	0.8	1.2
	대재 이상	(484)	5.4	4.5	2.3	3.5	2.1	0.8	1.7
직업별	대학생/대학원생	(95)	4.2	3.2	3.2	7.4	2.1	0.0	2.1
	직장인	(594)	4.7	5.6	3.2	2.2	1.5	1.0	1.0
	아르바이트	(67)	11.9	▼1.5	1.5	3.0	3.0	1.5	1.5
	자영업	(75)	2.7	5.3	1.3	2.7	6.7	1.3	0.0
	전업주부	(55)	5.5	9.1	1.8	0.0	3.6	0.0	0.0
	무직/기타	(114)	9.6	4.4	3.5	2.6	2.6	0.0	4.4

5. 선호 와인 맛

문. 귀하가 좋아하시는 와인의 맛은 다음 중 어디에 해당됩니까?

✔ 소비자들이 선호하는 와인의 맛은 'Dry & light' 와 'Sweet & light'가 가장 많음.

[그림3-19. 선호 와인 맛]



📦 특성별 분석

- ✔ 'Dry & light'은 연령별로 50대, 성/연령별로 여50대, 최선호 주류별로 스파클링 와인에서 상대적으로 높음.
- ✔ 'Sweet & light'은 성별로 여성, 성/연령별로 여19-29세, 최근 음용 와인별로 스틸 로제 와인, 스파클링 화이트 와인, 최선호 주류별로 혼합 알코올류, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만에서 상대적으로 높음.

[표3-29. 선호 와인 맛]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

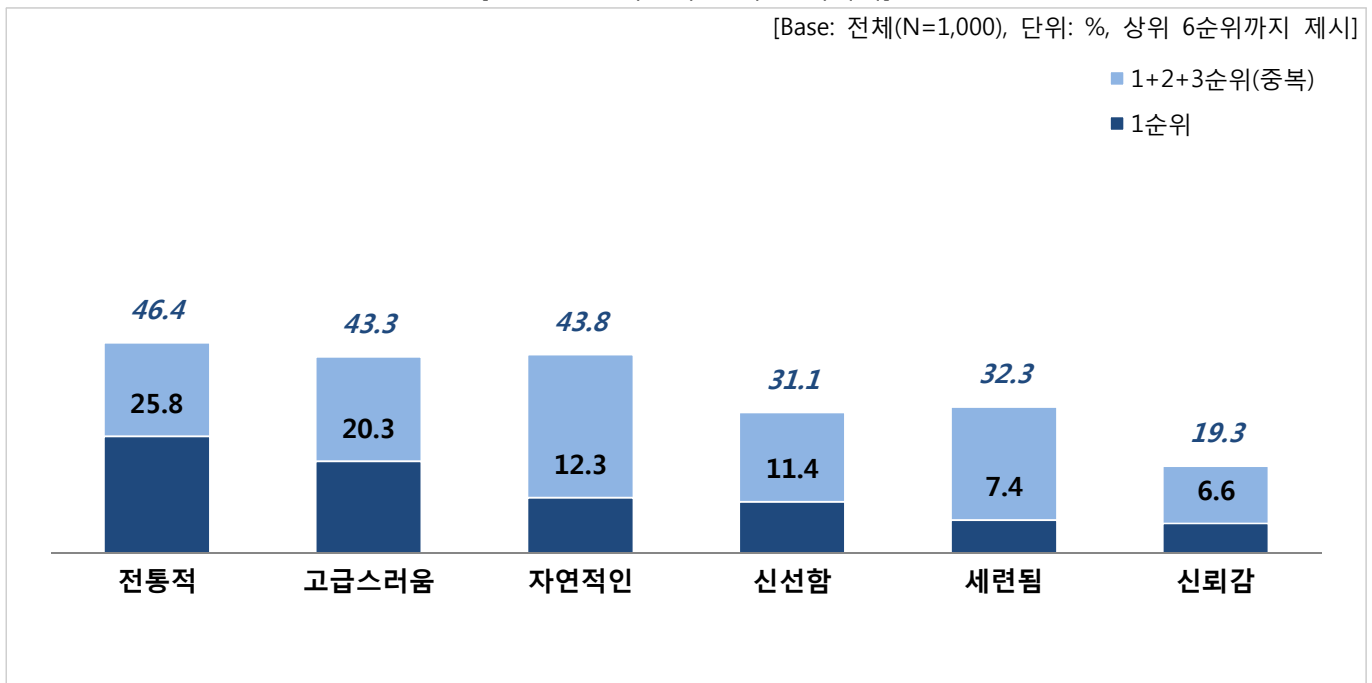
		사례수	Dry & Heavy(Full)	Dry & light	Sweet & Heavy(Full)	Sweet & light
전체		(1,000)	20.6	36.5	10.4	32.5
성별	남성	(500)	▲27.2	34.0	13.8	▼25.0
	여성	(500)	▼14.0	39.0	▼7.0	▲40.0
연령별	19-29세	(250)	17.2	30.4	13.2	39.2
	30대	(250)	19.6	34.4	12.4	33.6
	40대	(250)	25.6	34.4	▼6.4	33.6
	50대	(250)	20.0	▲46.8	9.6	▼23.6
성/ 연령별	남19-29세	(126)	23.8	33.3	▲17.5	25.4
	남30대	(124)	24.2	30.6	▲18.5	26.6
	남40대	(126)	▲34.9	▼27.8	7.9	29.4
	남50대	(124)	25.8	44.4	11.3	▼18.5
	여19-29세	(124)	▼10.5	▼27.4	8.9	▲53.2
	여30대	(126)	15.1	38.1	6.3	40.5
	여40대	(124)	16.1	41.1	▼4.8	37.9
	여50대	(126)	14.3	▲49.2	7.9	28.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	▲32.2	33.5	12.7	▼21.6
	스틸 화이트 와인	(133)	14.3	39.1	7.5	39.1
	스틸 로제 와인	(236)	▼9.7	41.9	8.1	▲40.3
	스파클링 레드 와인	(75)	▼9.3	41.3	9.3	40.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	▼3.5	29.8	8.8	▲57.9
	스파클링 로제 와인	(18)	11.1	33.3	5.6	50.0
	기타	(9)	11.1	22.2	22.2	44.4
최선호 주류	스틸 와인	(305)	22.3	39.3	8.5	29.8
	스파클링 와인	(126)	▼11.9	▲49.2	▼2.4	36.5
	맥주	(306)	21.2	33.3	10.1	35.3
	위스키	(104)	▲30.8	37.5	13.5	▼18.3
	혼합 알코올류	(61)	▼8.2	▼16.4	▲27.9	▲47.5
	기타	(98)	21.4	32.7	13.3	32.7
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	26.4	42.4	12.8	▼18.4
	2~3일에 한번	(93)	20.4	43.0	12.9	23.7
	1주일에 1회 이상	(319)	25.4	34.8	9.7	30.1
	2주일에 1회 이상	(123)	17.9	36.6	6.5	39.0
	1달에 1회 이상	(208)	18.8	36.1	11.5	33.7
	1달에 1회 미만	(132)	▼9.1	31.1	9.8	▲50.0
국가별	독일	(500)	21.4	36.2	11.4	31.0
	프랑스	(500)	19.8	36.8	9.4	34.0
학력별	고졸 이하	(516)	21.1	34.7	10.3	33.9
	대재 이상	(484)	20.0	38.4	10.5	31.0
직업별	대학생/대학원생	(95)	20.0	29.5	9.5	41.1
	직장인	(594)	21.0	38.6	10.3	30.1
	아르바이트	(67)	▼11.9	38.8	10.4	38.8
	자영업	(75)	▲33.3	34.7	6.7	25.3
	전업주부	(55)	12.7	36.4	7.3	43.6
	무직/기타	(114)	19.3	31.6	15.8	33.3

6. 이상적인 와인 이미지

문. 귀하가 생각하시기에 와인이 가져야 할 이상적인 느낌의 이미지는 무엇입니까?

- 이상적인 와인 이미지로 '전통적', '고급스러움'이 높으며, 그 다음으로 '자연적인', '신선함' 등의 순으로 나타남. (1순위 기준)

[그림3-20. 이상적인 와인 이미지]



특성별 분석

- '전통적'(1순위 기준)은 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 국가별로 프랑스, 학력별로 대재이상에서 상대적으로 높음.

[표3-30. 이상적인 와인 이미지(1순위)1/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	전통적	고급스러움	자연적인	신선함	세련됨	신뢰감
전체		(1,000)	25.8	20.3	12.3	11.4	7.4	6.6
성별	남성	(500)	28.6	20.8	13.4	▼7.0	6.4	6.6
	여성	(500)	23.0	19.8	11.2	▲15.8	8.4	6.6
연령별	19-29세	(250)	27.6	20.8	▼8.0	10.8	9.6	6.4
	30대	(250)	23.2	20.0	10.4	12.4	8.0	7.2
	40대	(250)	28.0	18.8	12.8	12.4	7.2	6.8
	50대	(250)	24.4	21.6	▲18.0	10.0	4.8	6.0
성/ 연령별	남19-29세	(126)	31.0	21.4	8.7	▼5.6	7.1	7.9
	남30대	(124)	24.2	24.2	10.5	10.5	8.1	5.6
	남40대	(126)	33.3	19.0	11.9	▼5.6	7.1	6.3
	남50대	(124)	25.8	18.5	▲22.6	▼6.5	▼3.2	6.5
	여19-29세	(124)	24.2	20.2	▼7.3	16.1	12.1	4.8
	여30대	(126)	22.2	15.9	10.3	14.3	7.9	8.7
	여40대	(124)	22.6	18.5	13.7	▲19.4	7.3	7.3
	여50대	(126)	23.0	24.6	13.5	13.5	6.3	5.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	29.9	21.4	12.7	▼5.5	8.7	6.8
	스틸 화이트 와인	(133)	33.8	17.3	9.8	15.8	8.3	6.0
	스틸 로제 와인	(236)	▼17.8	19.9	14.4	▲17.4	6.8	6.8
	스파클링 레드 와인	(75)	▼13.3	21.3	10.7	16.0	5.3	6.7
	스파클링 화이트 와인	(57)	22.8	17.5	8.8	17.5	3.5	7.0
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	27.8	11.1	16.7	0.0	0.0
	기타	(9)	33.3	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	26.9	20.3	10.8	12.5	7.9	7.2
	스파클링 와인	(126)	▼17.5	23.8	8.7	17.5	7.9	6.3
	맥주	(306)	26.8	15.7	15.4	9.5	7.8	7.8
	위스키	(104)	32.7	25.0	11.5	6.7	8.7	▼1.9
	혼합 알코올류	(61)	18.0	21.3	8.2	14.8	▼1.6	4.9
	기타	(98)	27.6	24.5	15.3	9.2	6.1	7.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▲37.9	18.4	11.7	▼4.9	9.7	7.3
	Dry & light	(365)	21.1	21.4	13.2	11.2	8.5	5.5
	Sweet & Heavy	(104)	29.8	24.0	11.5	▼1.9	7.7	5.8
	Sweet & light	(325)	22.2	19.1	12.0	▲18.8	4.6	7.7
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	33.6	17.6	10.4	10.4	8.8	7.2
	2~3일에 한번	(93)	25.8	16.1	10.8	8.6	8.6	8.6
	1주일에 1회 이상	(319)	28.5	21.3	11.0	9.4	7.8	8.5
	2주일에 1회 이상	(123)	▼17.1	24.4	12.2	13.8	8.9	4.9
	1달에 1회 이상	(208)	23.1	21.6	12.5	14.9	6.7	▼2.9
	1달에 1회 미만	(132)	24.2	17.4	18.2	11.4	3.8	7.6
국가별	독일	(500)	▼18.4	18.6	15.6	13.8	5.4	7.0
	프랑스	(500)	▲33.2	22.0	▼9.0	9.0	9.4	6.2
학력별	고졸 이하	(516)	▼20.7	17.4	13.8	14.3	7.2	8.5
	대재 이상	(484)	▲31.2	23.3	10.7	8.3	7.6	4.5
직업별	대학생/대학원생	(95)	30.5	20.0	8.4	13.7	9.5	▼2.1
	직장인	(594)	24.2	21.5	10.9	10.8	7.9	7.2
	아르바이트	(67)	26.9	19.4	10.4	16.4	6.0	6.0
	자영업	(75)	33.3	17.3	18.7	▼2.7	9.3	4.0
	전업주부	(55)	20.0	20.0	14.5	20.0	7.3	10.9
	무직/기타	(114)	27.2	16.7	18.4	11.4	▼2.6	7.0

[표3-31. 이상적인 와인 이미지(1순위)2/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	친근함	현대적	와인의 대표 이미지	서민적	건강 지향	중년층에 어울림
전체		(1,000)	4.0	2.5	2.3	2.1	2.1	0.9
성별	남성	(500)	3.2	2.6	2.6	3.0	1.8	1.4
	여성	(500)	4.8	2.4	2.0	1.2	2.4	0.4
연령별	19-29세	(250)	2.4	3.6	3.2	2.8	1.6	0.4
	30대	(250)	4.8	4.4	1.6	2.4	2.0	1.2
	40대	(250)	3.2	1.2	3.2	1.2	2.4	0.4
	50대	(250)	5.6	▼.8	1.2	2.0	2.4	1.6
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▼.8	4.8	4.8	4.0	0.8	0.8
	남30대	(124)	3.2	4.0	0.0	3.2	1.6	1.6
	남40대	(126)	4.0	0.8	3.2	2.4	3.2	0.8
	남50대	(124)	4.8	0.8	2.4	2.4	1.6	2.4
	여19-29세	(124)	4.0	2.4	1.6	1.6	2.4	0.0
	여30대	(126)	6.3	4.8	3.2	1.6	2.4	0.8
	여40대	(124)	2.4	1.6	3.2	0.0	1.6	0.0
	여50대	(126)	6.3	0.8	0.0	1.6	3.2	0.8
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	3.8	1.3	2.3	2.5	3.0	0.6
	스틸 화이트 와인	(133)	▼1.5	2.3	1.5	1.5	0.0	0.8
	스틸 로제 와인	(236)	5.1	3.0	1.3	2.1	2.1	0.8
	스파클링 레드 와인	(75)	6.7	5.3	5.3	1.3	1.3	2.7
	스파클링 화이트 와인	(57)	5.3	5.3	1.8	1.8	1.8	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0
	기타	(9)	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	4.6	2.0	1.3	2.3	2.3	0.0
	스파클링 와인	(126)	4.8	3.2	2.4	2.4	1.6	0.8
	맥주	(306)	3.6	3.3	2.6	▼.7	2.3	2.0
	위스키	(104)	▼1.0	2.9	1.0	4.8	0.0	1.0
	혼합 알코올류	(61)	11.5	3.3	4.9	3.3	4.9	1.6
	기타	(98)	▼1.0	0.0	4.1	2.0	2.0	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	1.9	▼.5	2.4	1.5	1.0	1.0
	Dry & light	(365)	4.1	4.1	1.9	3.0	2.2	1.1
	Sweet & Heavy	(104)	6.7	1.9	2.9	3.8	1.9	0.0
	Sweet & light	(325)	4.3	2.2	2.5	0.9	2.8	0.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	2.4	2.4	0.8	2.4	1.6	0.8
	2~3일에 한번	(93)	4.3	5.4	4.3	1.1	6.5	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	2.2	1.9	1.6	2.8	2.2	0.9
	2주일에 1회 이상	(123)	6.5	3.3	1.6	3.3	0.8	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	6.3	1.9	3.8	1.0	1.0	1.4
	1달에 1회 미만	(132)	3.8	2.3	2.3	1.5	2.3	1.5
국가별	독일	(500)	6.4	3.6	3.2	1.2	3.6	1.6
	프랑스	(500)	▼1.6	1.4	1.4	3.0	▼.6	0.2
학력별	고졸 이하	(516)	5.4	1.7	2.5	1.9	2.7	1.2
	대재 이상	(484)	2.5	3.3	2.1	2.3	1.4	0.6
직업별	대학생/대학원생	(95)	▼1.1	5.3	4.2	2.1	0.0	0.0
	직장인	(594)	4.5	2.4	2.9	2.5	2.5	0.8
	아르바이트	(67)	7.5	3.0	1.5	3.0	0.0	0.0
	자영업	(75)	2.7	2.7	0.0	1.3	2.7	0.0
	전업주부	(55)	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8
	무직/기타	(114)	2.6	1.8	0.9	0.9	3.5	2.6

[표3-32. 이상적인 와인 이미지(1순위)3/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	젊은	명성	여성적	유행을 선도	남성적
전체		(1,000)	0.7	0.6	0.5	0.3	0.2
성별	남성	(500)	1.0	0.6	0.2	0.4	0.4
	여성	(500)	0.4	0.6	0.8	0.2	0.0
연령별	19-29세	(250)	0.8	0.4	0.8	0.8	0.0
	30대	(250)	1.6	0.0	0.4	0.4	0.0
	40대	(250)	0.0	1.6	0.4	0.0	0.4
	50대	(250)	0.4	0.4	0.4	0.0	0.4
성/ 연령별	남19-29세	(126)	0.8	0.0	0.8	0.8	0.0
	남30대	(124)	2.4	0.0	0.0	0.8	0.0
	남40대	(126)	0.0	1.6	0.0	0.0	0.8
	남50대	(124)	0.8	0.8	0.0	0.0	0.8
	여19-29세	(124)	0.8	0.8	0.8	0.8	0.0
	여30대	(126)	0.8	0.0	0.8	0.0	0.0
	여40대	(124)	0.0	1.6	0.8	0.0	0.0
	여50대	(126)	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	0.0	0.6	0.4	0.2	0.2
	스틸 화이트 와인	(133)	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0
	스틸 로제 와인	(236)	1.3	0.4	0.4	0.4	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	2.7	0.0	0.0	0.0	1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	1.8	1.8	0.0	1.8	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0
	기타	(9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	0.3	0.7	0.7	0.3	0.0
	스파클링 와인	(126)	1.6	0.8	0.8	0.0	0.0
	맥주	(306)	1.3	0.7	0.3	0.0	0.3
	위스키	(104)	0.0	1.0	0.0	1.0	1.0
	혼합 알코올류	(61)	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0
	기타	(98)	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	0.0	1.5	0.0	0.0	0.5
	Dry & light	(365)	1.1	0.3	0.8	0.3	0.3
	Sweet & Heavy	(104)	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0
	Sweet & light	(325)	0.9	0.6	0.6	0.0	0.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	0.0	0.8	0.0	0.8	0.0
	2~3일에 한번	(93)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1주일에 1회 이상	(319)	0.6	0.6	0.0	0.3	0.3
	2주일에 1회 이상	(123)	1.6	0.8	0.8	0.0	0.0
	1달에 1회 이상	(208)	0.5	1.0	1.4	0.0	0.0
	1달에 1회 미만	(132)	1.5	0.0	0.8	0.8	0.8
국가별	독일	(500)	1.0	0.0	0.4	0.0	0.2
	프랑스	(500)	0.4	1.2	0.6	0.6	0.2
학력별	고졸 이하	(516)	1.0	0.8	0.4	0.0	0.4
	대재 이상	(484)	0.4	0.4	0.6	0.6	0.0
직업별	대학생/대학원생	(95)	2.1	0.0	1.1	0.0	0.0
	직장인	(594)	0.7	0.3	0.5	0.2	0.0
	아르바이트	(67)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	(75)	1.3	1.3	0.0	1.3	1.3
	전업주부	(55)	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
	무직/기타	(114)	0.0	1.8	0.9	0.9	0.9

[표3-33. 이상적인 와인 이미지(1+2+3순위)1/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	전통적	고급스러움	자연적인	신선함	세련됨	신뢰감
전체		(1,000)	46.4	43.3	43.8	31.1	32.3	19.3
성별	남성	(500)	47.8	47.0	42.4	27.4	34.0	18.2
	여성	(500)	45.0	39.6	45.2	34.8	30.6	20.4
연령별	19-29세	(250)	43.2	46.8	▼32.4	30.8	31.6	19.6
	30대	(250)	47.2	42.0	43.2	28.0	33.2	19.2
	40대	(250)	47.6	43.2	44.4	35.6	30.8	20.8
	50대	(250)	47.6	41.2	▲55.2	30.0	33.6	17.6
성/ 연령별	남19-29세	(126)	45.2	52.4	▼30.2	27.0	32.5	19.0
	남30대	(124)	50.0	46.8	42.7	25.0	36.3	16.9
	남40대	(126)	52.4	45.2	39.7	33.3	32.5	16.7
	남50대	(124)	43.5	43.5	▲57.3	24.2	34.7	20.2
	여19-29세	(124)	41.1	41.1	▼34.7	34.7	30.6	20.2
	여30대	(126)	44.4	37.3	43.7	31.0	30.2	21.4
	여40대	(124)	42.7	41.1	49.2	37.9	29.0	25.0
	여50대	(126)	51.6	38.9	▲53.2	35.7	32.5	15.1
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	51.3	47.2	44.7	▼18.6	36.7	20.6
	스틸 화이트 와인	(133)	▲59.4	44.4	35.3	33.8	38.3	16.5
	스틸 로제 와인	(236)	▼34.7	40.3	46.2	▲47.0	27.1	19.1
	스파클링 레드 와인	(75)	▼33.3	34.7	45.3	▲45.3	▼16.0	20.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	42.1	33.3	50.9	38.6	31.6	15.8
	스파클링 로제 와인	(18)	44.4	44.4	38.9	38.9	16.7	▼5.6
	기타	(9)	44.4	33.3	▼11.1	44.4	22.2	44.4
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	51.5	42.6	44.9	27.9	37.0	23.0
	스파클링 와인	(126)	42.1	43.7	42.1	▲41.3	27.8	15.1
	맥주	(306)	45.8	43.1	42.8	31.4	31.4	18.0
	위스키	(104)	49.0	50.0	45.2	26.0	33.7	16.3
	혼합 알코올류	(61)	36.1	36.1	41.0	36.1	▼16.4	18.0
	기타	(98)	41.8	42.9	45.9	29.6	34.7	21.4
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▲58.3	▲52.4	41.7	▼16.5	▲40.8	17.0
	Dry & light	(365)	44.1	41.4	46.3	33.4	32.6	18.6
	Sweet & Heavy	(104)	42.3	47.1	36.5	▼20.2	26.9	21.2
	Sweet & light	(325)	42.8	38.5	44.6	▲41.2	28.3	20.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	52.8	46.4	39.2	29.6	32.0	20.0
	2~3일에 한번	(93)	41.9	41.9	45.2	32.3	35.5	22.6
	1주일에 1회 이상	(319)	50.2	44.8	38.9	28.5	37.0	17.9
	2주일에 1회 이상	(123)	▼35.8	40.7	50.4	32.5	34.1	21.1
	1달에 1회 이상	(208)	48.1	43.3	47.6	28.4	28.4	17.8
	1달에 1회 미만	(132)	41.7	40.2	47.0	▲40.9	▼23.5	20.5
국가별	독일	(500)	▼36.2	38.8	▲50.8	▲37.2	▼23.8	19.2
	프랑스	(500)	▲56.6	47.8	▼36.8	▼25.0	▲40.8	19.4
학력별	고졸 이하	(516)	42.4	38.2	47.9	34.1	▼27.1	20.5
	대재 이상	(484)	50.6	▲48.8	39.5	27.9	▲37.8	18.0
직업별	대학생/대학원생	(95)	47.4	50.5	38.9	34.7	33.7	▼11.6
	직장인	(594)	47.1	43.3	42.8	30.1	31.3	20.7
	아르바이트	(67)	41.8	38.8	43.3	37.3	43.3	19.4
	자영업	(75)	56.0	44.0	44.0	▼21.3	40.0	14.7
	전업주부	(55)	38.2	36.4	▲61.8	▲45.5	23.6	27.3
	무직/기타	(114)	42.1	43.0	44.7	28.9	28.9	17.5

[표3-34. 이상적인 와인 이미지(1+2+3순위)2/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	친근함	건강 지향	와인의 대표 이미지	명성	현대적	서민적
전체		(1,000)	17.1	10.3	10.2	9.1	8.4	7.1
성별	남성	(500)	16.2	11.4	11.0	8.6	7.0	8.0
	여성	(500)	18.0	9.2	9.4	9.6	9.8	6.2
연령별	19-29세	(250)	13.6	8.8	9.2	▲14.4	▲13.6	10.4
	30대	(250)	18.8	10.8	8.8	6.4	9.2	7.6
	40대	(250)	17.2	9.6	12.8	7.6	7.2	4.8
	50대	(250)	18.8	12.0	10.0	8.0	▼3.6	5.6
성/ 연령별	남19-29세	(126)	14.3	9.5	11.1	10.3	10.3	11.9
	남30대	(124)	14.5	13.7	7.3	6.5	8.1	8.1
	남40대	(126)	17.5	10.3	13.5	7.1	7.9	6.3
	남50대	(124)	18.5	12.1	12.1	10.5	▼1.6	5.6
	여19-29세	(124)	12.9	8.1	7.3	▲18.5	▲16.9	8.9
	여30대	(126)	23.0	7.9	10.3	6.3	10.3	7.1
	여40대	(124)	16.9	8.9	12.1	8.1	6.5	▼3.2
	여50대	(126)	19.0	11.9	7.9	5.6	5.6	5.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	16.3	11.2	10.2	10.4	7.6	7.0
	스틸 화이트 와인	(133)	13.5	7.5	▼5.3	12.8	▼3.8	10.5
	스틸 로제 와인	(236)	16.5	11.0	9.7	5.9	10.2	6.8
	스파클링 레드 와인	(75)	25.3	12.0	▲21.3	▼2.7	8.0	5.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	21.1	5.3	5.3	8.8	14.0	7.0
	스파클링 로제 와인	(18)	27.8	5.6	16.7	11.1	16.7	0.0
	기타	(9)	11.1	11.1	22.2	22.2	22.2	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	14.8	10.5	7.5	9.2	7.9	5.6
	스파클링 와인	(126)	20.6	10.3	9.5	▼4.8	7.1	6.3
	맥주	(306)	16.7	9.8	10.8	8.8	9.5	7.8
	위스키	(104)	14.4	6.7	12.5	▲17.3	5.8	6.7
	혼합 알코올류	(61)	▲31.1	13.1	16.4	6.6	14.8	8.2
	기타	(98)	15.3	13.3	11.2	8.2	7.1	10.2
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	16.0	12.6	10.2	9.2	5.3	4.9
	Dry & light	(365)	15.1	9.6	11.2	6.3	9.3	8.8
	Sweet & Heavy	(104)	▲27.9	10.6	11.5	15.4	7.7	9.6
	Sweet & light	(325)	16.6	9.5	8.6	10.2	9.5	5.8
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	12.0	12.8	10.4	7.2	4.8	8.8
	2~3일에 한번	(93)	15.1	12.9	10.8	11.8	10.8	6.5
	1주일에 1회 이상	(319)	14.7	11.9	9.4	10.3	8.8	8.5
	2주일에 1회 이상	(123)	20.3	9.8	▼5.7	8.1	11.4	7.3
	1달에 1회 이상	(208)	23.1	▼5.3	13.0	8.7	7.2	5.8
	1달에 1회 미만	(132)	16.7	10.6	11.4	7.6	8.3	4.5
국가별	독일	(500)	▲24.6	13.8	12.8	▼2.2	▲12.0	▼4.0
	프랑스	(500)	▼9.6	▼6.8	7.6	▲16.0	▼4.8	▲10.2
학력별	고졸 이하	(516)	19.2	12.4	12.0	7.4	8.9	5.8
	대재 이상	(484)	14.9	8.1	8.3	11.0	7.9	8.5
직업별	대학생/대학원생	(95)	11.6	▼4.2	9.5	12.6	12.6	12.6
	직장인	(594)	16.7	9.3	10.9	10.1	7.9	7.1
	아르바이트	(67)	16.4	6.0	6.0	9.0	▲17.9	11.9
	자영업	(75)	17.3	16.0	10.7	▼2.7	8.0	5.3
	전업주부	(55)	20.0	10.9	▼3.6	5.5	7.3	0.0
	무직/기타	(114)	22.8	▲19.3	12.3	7.0	▼2.6	4.4

[표3-35. 이상적인 와인 이미지(1+2+3순위)3/3]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

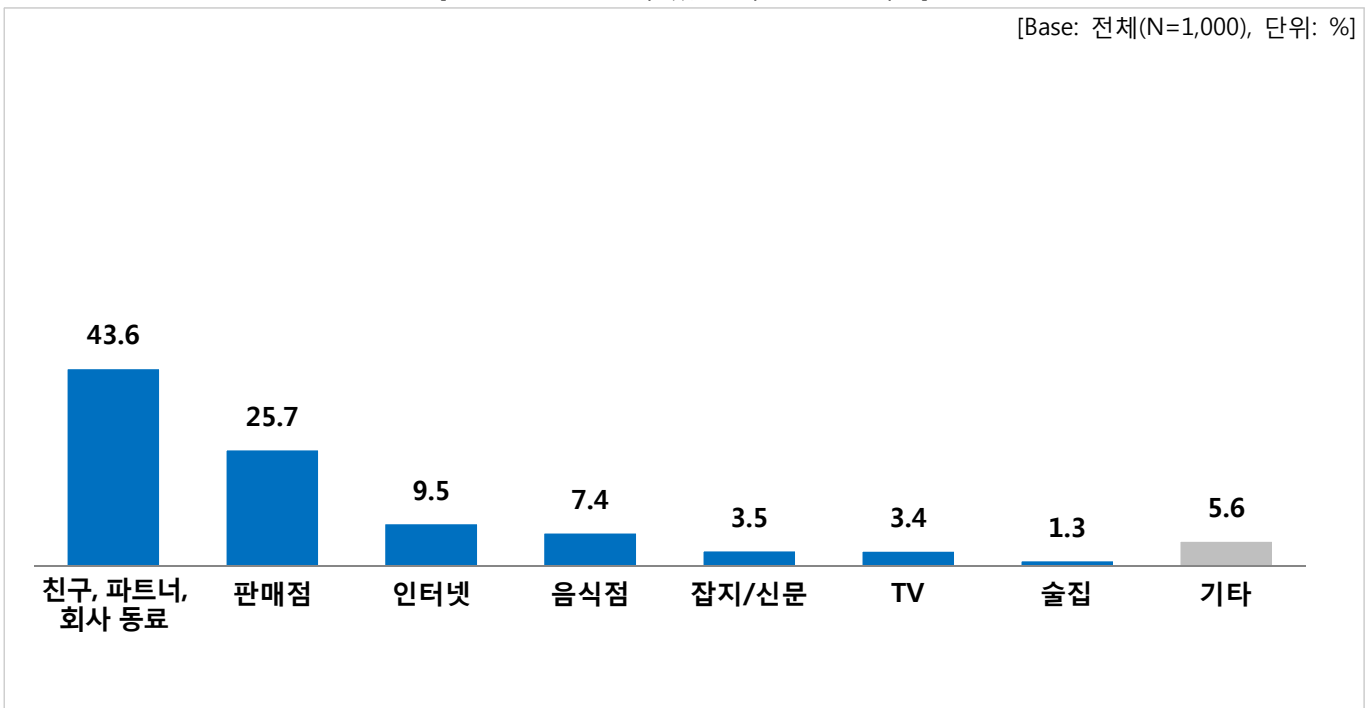
		사례수	중년층에 어울림	젊은	여성적	유행을 선도	남성적
전체		(1,000)	6.1	3.9	3.5	3.3	2.0
성별	남성	(500)	7.2	4.2	▼.2	3.4	3.2
	여성	(500)	5.0	3.6	▲6.8	3.2	▼.8
연령별	19-29세	(250)	4.0	5.2	4.4	6.4	2.0
	30대	(250)	5.6	6.8	4.0	4.8	2.0
	40대	(250)	5.2	2.0	3.6	2.0	2.4
	50대	(250)	9.6	▼1.6	2.0	0.0	1.6
성/ 연령별	남19-29세	(126)	6.3	4.8	▼.8	▲8.7	2.4
	남30대	(124)	6.5	8.1	0.0	4.8	2.4
	남40대	(126)	7.9	2.4	0.0	0.0	4.8
	남50대	(124)	8.1	1.6	0.0	0.0	3.2
	여19-29세	(124)	▼1.6	5.6	8.1	4.0	1.6
	여30대	(126)	4.8	5.6	7.9	4.8	1.6
	여40대	(124)	▼2.4	1.6	7.3	4.0	0.0
	여50대	(126)	11.1	1.6	4.0	0.0	0.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	7.2	2.3	1.9	2.8	2.8
	스틸 화이트 와인	(133)	3.8	▼.8	5.3	2.3	4.5
	스틸 로제 와인	(236)	5.9	5.9	5.5	3.0	0.0
	스파클링 레드 와인	(75)	6.7	8.0	1.3	6.7	1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	5.3	8.8	3.5	5.3	0.0
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	16.7	11.1	0.0
	기타	(9)	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	5.6	3.0	3.3	3.3	1.3
	스파클링 와인	(126)	6.3	6.3	▲11.1	4.8	0.0
	맥주	(306)	5.9	5.9	▼1.0	2.3	3.3
	위스키	(104)	5.8	▼1.0	2.9	2.9	2.9
	혼합 알코올류	(61)	9.8	3.3	3.3	3.3	3.3
	기타	(98)	6.1	▼1.0	3.1	5.1	1.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	3.4	▼1.5	▼1.5	3.4	3.9
	Dry & light	(365)	7.1	3.6	2.7	3.6	2.7
	Sweet & Heavy	(104)	10.6	▼1.0	▼1.0	5.8	1.9
	Sweet & light	(325)	5.2	6.8	▲6.5	2.2	0.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	9.6	4.8	1.6	4.0	3.2
	2~3일에 한번	(93)	3.2	0.0	4.3	2.2	2.2
	1주일에 1회 이상	(319)	5.3	3.1	2.5	4.7	2.5
	2주일에 1회 이상	(123)	▼2.4	5.7	8.1	1.6	0.8
	1달에 1회 이상	(208)	7.7	2.9	3.8	2.9	1.9
	1달에 1회 미만	(132)	7.6	7.6	2.3	2.3	0.8
국가별	독일	(500)	8.4	5.6	3.2	2.6	1.0
	프랑스	(500)	▼3.8	2.2	3.8	4.0	3.0
학력별	고졸 이하	(516)	6.2	4.8	4.5	3.3	2.3
	대재 이상	(484)	6.0	2.9	2.5	3.3	1.7
직업별	대학생/대학원생	(95)	▼2.1	8.4	4.2	2.1	3.2
	직장인	(594)	6.4	3.2	3.5	4.2	2.0
	아르바이트	(67)	▼1.5	1.5	3.0	3.0	0.0
	자영업	(75)	2.7	5.3	0.0	4.0	2.7
	전업주부	(55)	9.1	3.6	3.6	0.0	1.8
	무직/기타	(114)	11.4	4.4	5.3	▼.9	1.8

7. 영향력 있는 와인 정보 채널

문. 귀하께서 와인에 대한 정보를 얻을 때, 어떤 경로의 정보가 구매에 가장 큰 영향을 끼쳤습니까?

- ✔ 와인 정보를 얻을 때 ‘친구, 파트너, 회사동료’로부터 구매에 가장 큰 영향을 받으며, 그 다음으로 ‘판매점’, ‘인터넷’ 등의 순으로 나타남.

[그림3-21. 영향력 있는 와인 정보 채널]



📁 특성별 분석

- ✔ ‘친구, 파트너, 회사동료’는 연령별로 19-29세, 성/연령별로 여19-29세, 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 이상에서 상대적으로 높음.

[표3-36. 영향력 있는 와인 정보 채널]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

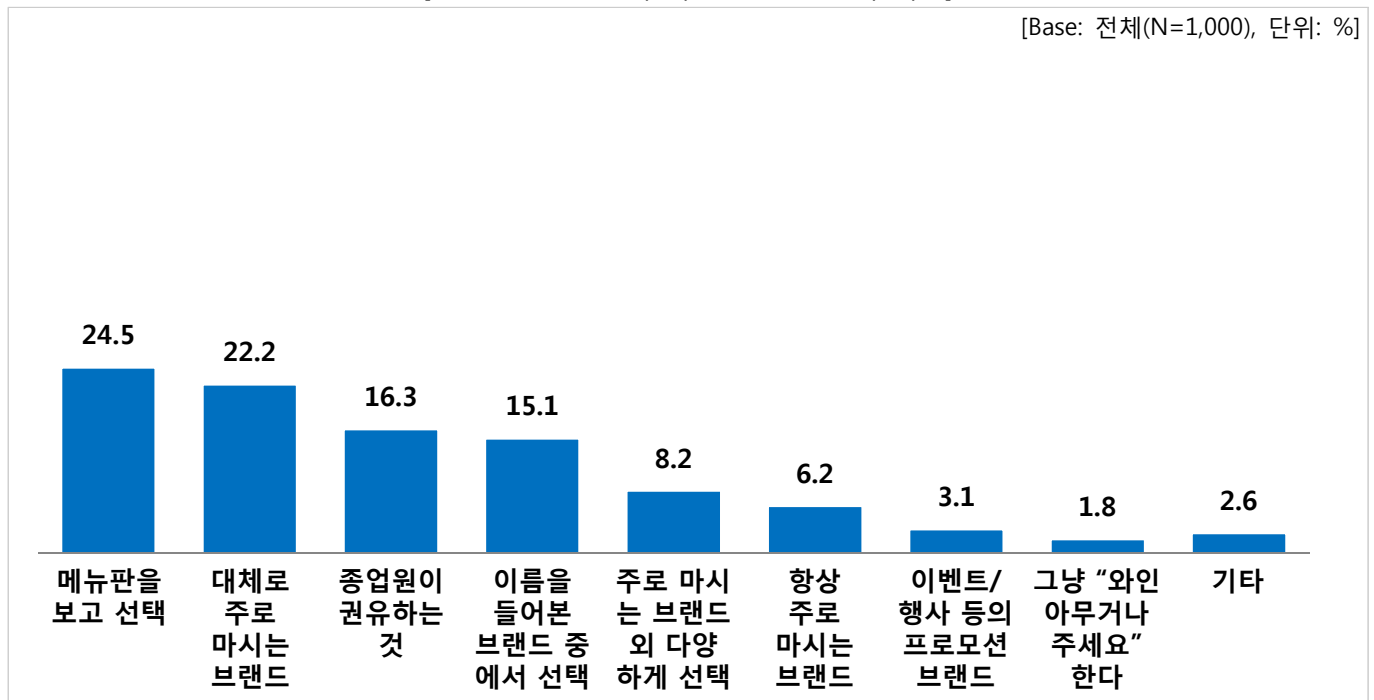
		사례수	친구, 파트너, 회사 동료	판매점	인터넷	음식점	잡지나 신문	TV	술집	기타
전체		(1,000)	43.6	25.7	9.5	7.4	3.5	3.4	1.3	5.6
성별	남성	(500)	40.0	24.8	12.2	7.4	3.6	4.8	1.6	5.6
	여성	(500)	47.2	26.6	6.8	7.4	3.4	2.0	1.0	5.6
연령별	19-29세	(250)	▲52.0	23.2	7.6	4.8	3.2	4.4	2.4	▼2.4
	30대	(250)	40.4	24.4	10.8	10.0	3.6	5.6	1.6	3.6
	40대	(250)	40.8	27.2	11.2	8.0	4.0	2.0	0.4	6.4
	50대	(250)	41.2	28.0	8.4	6.8	3.2	1.6	0.8	▲10.0
성/ 연령별	남19-29세	(126)	45.2	20.6	11.1	6.3	4.0	7.9	3.2	▼1.6
	남30대	(124)	40.3	20.2	12.9	10.5	4.0	7.3	1.6	3.2
	남40대	(126)	35.7	28.6	14.3	6.3	4.0	1.6	0.8	8.7
	남50대	(124)	38.7	29.8	10.5	6.5	2.4	2.4	0.8	8.9
	여19-29세	(124)	▲58.9	25.8	▼4.0	▼3.2	2.4	▼.8	1.6	3.2
	여30대	(126)	40.5	28.6	8.7	9.5	3.2	4.0	1.6	4.0
	여40대	(124)	46.0	25.8	8.1	9.7	4.0	2.4	0.0	4.0
	여50대	(126)	43.7	26.2	6.3	7.1	4.0	▼.8	0.8	11.1
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	40.0	26.7	11.0	8.5	4.0	2.8	0.8	6.1
	스틸 화이트 와인	(133)	42.1	31.6	7.5	▼3.8	6.0	▼.8	2.3	6.0
	스틸 로제 와인	(236)	47.0	▼19.9	12.3	6.8	2.5	4.2	1.7	5.5
	스파클링 레드 와인	(75)	▲56.0	21.3	▼4.0	5.3	0.0	9.3	2.7	▼1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	45.6	28.1	▼1.8	10.5	3.5	3.5	0.0	7.0
	스파클링 로제 와인	(18)	44.4	27.8	0.0	16.7	0.0	5.6	0.0	5.6
	기타	(9)	44.4	55.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(305)	43.9	29.5	8.5	5.2	3.0	1.6	1.6	6.6
	스파클링 와인	(126)	39.7	32.5	6.3	10.3	1.6	4.0	1.6	4.0
	맥주	(306)	46.1	23.2	10.8	6.5	4.2	3.9	0.7	4.6
	위스키	(104)	34.6	25.0	16.3	8.7	2.9	7.7	3.8	▼1.0
	혼합 알코올류	(61)	44.3	16.4	9.8	13.1	4.9	1.6	0.0	9.8
	기타	(98)	49.0	19.4	5.1	8.2	5.1	3.1	0.0	10.2
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▼31.6	28.6	▲16.5	7.8	4.4	4.4	0.0	6.8
	Dry & light	(365)	47.4	25.8	▼5.8	7.9	4.1	3.6	1.9	3.6
	Sweet & Heavy	(104)	40.4	22.1	8.7	8.7	3.8	6.7	1.0	8.7
	Sweet & light	(325)	48.0	24.9	9.5	6.2	2.2	▼1.5	1.5	6.2
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▼32.8	24.8	16.0	8.8	2.4	8.0	1.6	5.6
	2~3일에 한번	(93)	38.7	35.5	7.5	▼1.1	5.4	5.4	0.0	6.5
	1주일에 1회 이상	(319)	42.0	25.1	9.4	9.4	4.7	3.1	1.9	4.4
	2주일에 1회 이상	(123)	39.0	29.3	11.4	7.3	2.4	1.6	0.8	8.1
	1달에 1회 이상	(208)	▲52.9	21.2	6.7	7.2	2.4	1.4	1.0	7.2
	1달에 1회 미만	(132)	50.8	25.0	7.6	6.1	3.0	3.0	1.5	3.0
국가별	독일	(500)	46.4	21.6	7.4	9.2	2.8	4.2	1.4	7.0
	프랑스	(500)	40.8	29.8	11.6	5.6	4.2	2.6	1.2	4.2
학력별	고졸 이하	(516)	42.8	24.2	9.1	7.6	3.7	4.3	1.4	7.0
	대재 이상	(484)	44.4	27.3	9.9	7.2	3.3	2.5	1.2	4.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	51.6	22.1	10.5	5.3	▼1.1	2.1	3.2	4.2
	직장인	(594)	42.1	26.4	10.3	9.4	3.0	3.4	0.8	4.5
	아르바이트	(67)	49.3	20.9	7.5	4.5	6.0	4.5	0.0	7.5
	자영업	(75)	42.7	22.7	10.7	4.0	5.3	5.3	1.3	8.0
	전업주부	(55)	47.3	30.9	5.5	7.3	0.0	3.6	1.8	3.6
	무직/기타	(114)	40.4	27.2	7.0	▼2.6	7.0	2.6	2.6	10.5

8. 업소 내 와인 브랜드 선택 기준

문. 귀하께서는 업소에서 와인 브랜드를 선택하실 때 주로 어떻게 선택하십니까?

- 업소 내 와인 브랜드 선택 기준은 ‘메뉴판을 보고 선택’과 ‘대체로 주로 마시는 브랜드’가 높으며, 그 다음으로 ‘종업원이 권유하는 것’, ‘이름을 들어본 브랜드 중에서 선택’ 등의 순으로 나타남.(전체기준)

[그림3-22. 업소 내 와인 브랜드 선택 기준]



특성별 분석

- ‘메뉴판을 보고 선택’은 성/연령별로 남30대, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 와인 음용 빈도별로 2주일에 1회 이상, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.
- ‘대체로 주로 마시는 브랜드’는 와인 음용 빈도별로 거의 매일, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.

[표3-37. 업소 내 와인 브랜드 선택 기준]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	메뉴판을 보고 선택	대체로 주로 마시는 브랜드	종업원이 권유하는 것	이름을 들어본 브랜드 중에서 선택	주로 마시는 브랜드 외 다양하게 선택	항상 주로 마시는 브랜드	이벤트/행사 등의 프로모션이 있는 브랜드	그냥 "와인 아무거나 주세요"	기타
전체		(1,000)	24.5	22.2	16.3	15.1	8.2	6.2	3.1	1.8	2.6
성별	남성	(500)	28.0	21.8	15.0	13.6	9.2	5.4	2.2	2.0	2.8
	여성	(500)	21.0	22.6	17.6	16.6	7.2	7.0	4.0	1.6	2.4
연령별	19-29세	(250)	21.6	22.4	18.0	16.0	9.6	5.6	▼8	▲4.8	1.2
	30대	(250)	26.8	18.0	16.4	16.0	8.4	7.6	3.2	2.0	1.6
	40대	(250)	23.6	23.2	15.6	15.6	8.0	6.0	4.4	▼4	3.2
	50대	(250)	26.0	25.2	15.2	12.8	6.8	5.6	4.0	0.0	4.4
성/연령별	남19-29세	(126)	23.0	20.6	17.5	13.5	13.5	5.6	0.0	4.8	1.6
	남30대	(124)	▲34.7	18.5	14.5	13.7	7.3	4.8	2.4	2.4	1.6
	남40대	(126)	28.6	22.2	15.1	13.5	8.7	4.8	3.2	0.8	3.2
	남50대	(124)	25.8	25.8	12.9	13.7	7.3	6.5	3.2	0.0	4.8
	여19-29세	(124)	20.2	24.2	18.5	18.5	5.6	5.6	1.6	4.8	0.8
	여30대	(126)	19.0	17.5	18.3	18.3	9.5	10.3	4.0	1.6	1.6
	여40대	(124)	18.5	24.2	16.1	17.7	7.3	7.3	5.6	0.0	3.2
여50대	(126)	26.2	24.6	17.5	11.9	6.3	4.8	4.8	0.0	4.0	
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	25.6	21.4	18.2	15.3	7.8	4.4	3.6	0.8	2.8
	스틸 화이트 와인	(133)	▼15.0	28.6	▼9.8	14.3	14.3	6.0	4.5	2.3	5.3
	스틸 로제 와인	(236)	27.5	21.2	13.1	14.0	9.3	8.1	2.5	2.5	1.7
	스파클링 레드 와인	(75)	22.7	18.7	21.3	24.0	▼1.3	8.0	1.3	1.3	1.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	29.8	22.8	15.8	8.8	3.5	10.5	1.8	5.3	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	22.2	27.8	16.7	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0
	기타	(9)	11.1	22.2	33.3	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	24.9	24.9	▼11.1	14.1	10.2	6.2	3.3	1.3	3.9
	스파클링 와인	(126)	26.2	18.3	19.0	18.3	5.6	8.7	1.6	0.8	1.6
	맥주	(306)	27.5	19.3	17.0	15.0	7.2	5.2	4.6	2.3	2.0
	위스키	(104)	19.2	25.0	23.1	10.6	8.7	7.7	2.9	1.0	1.9
	혼합 알코올류	(61)	19.7	26.2	21.3	14.8	6.6	▼1.6	3.3	4.9	1.6
	기타	(98)	20.4	22.4	16.3	19.4	9.2	7.1	0.0	2.0	3.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▲31.6	18.9	15.0	12.1	▲13.6	4.9	1.9	1.5	▼5
	Dry & light	(365)	24.9	22.2	16.4	15.9	5.8	7.4	3.8	▼5	3.0
	Sweet & Heavy	(104)	20.2	23.1	14.4	12.5	6.7	4.8	5.8	▲8.7	3.8
	Sweet & light	(325)	20.9	24.0	17.5	16.9	8.0	6.2	2.2	1.2	3.1
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	18.4	▲33.6	▼8.0	12.8	12.0	5.6	5.6	1.6	2.4
	2~3일에 한번	(93)	21.5	30.1	15.1	10.8	7.5	5.4	5.4	0.0	4.3
	1주일에 1회 이상	(319)	21.9	21.6	13.8	16.0	11.9	7.8	2.5	2.2	2.2
	2주일에 1회 이상	(123)	▲34.1	21.1	13.0	16.3	▼4.1	5.7	1.6	1.6	2.4
	1달에 1회 이상	(208)	30.3	▼16.3	21.2	16.3	6.3	3.4	2.4	1.9	1.9
	1달에 1회 미만	(132)	20.5	17.4	▲26.5	15.2	▼3.0	8.3	3.0	2.3	3.8
국가별	독일	(500)	▲33.8	▼11.8	▲24.0	14.4	▼4.6	6.2	▼1.0	1.8	2.4
	프랑스	(500)	▼15.2	▲32.6	▼8.6	15.8	▲11.8	6.2	5.2	1.8	2.8
학력별	고졸 이하	(516)	25.4	22.3	15.7	15.3	6.8	7.2	3.9	1.2	2.3
	대재 이상	(484)	23.6	22.1	16.9	14.9	9.7	5.2	2.3	2.5	2.9
직업별	대학생/대학원생	(95)	30.5	24.2	13.7	9.5	6.3	7.4	1.1	6.3	1.1
	직장인	(594)	23.6	23.4	16.2	15.0	8.8	6.2	3.7	1.3	1.9
	아르바이트	(67)	17.9	14.9	19.4	20.9	9.0	7.5	6.0	0.0	4.5
	자영업	(75)	30.7	16.0	21.3	10.7	6.7	6.7	1.3	2.7	4.0
	전업주부	(55)	30.9	▼10.9	18.2	25.5	3.6	7.3	1.8	0.0	1.8
	무직/기타	(114)	21.1	28.1	13.2	14.9	9.6	3.5	1.8	1.8	6.1

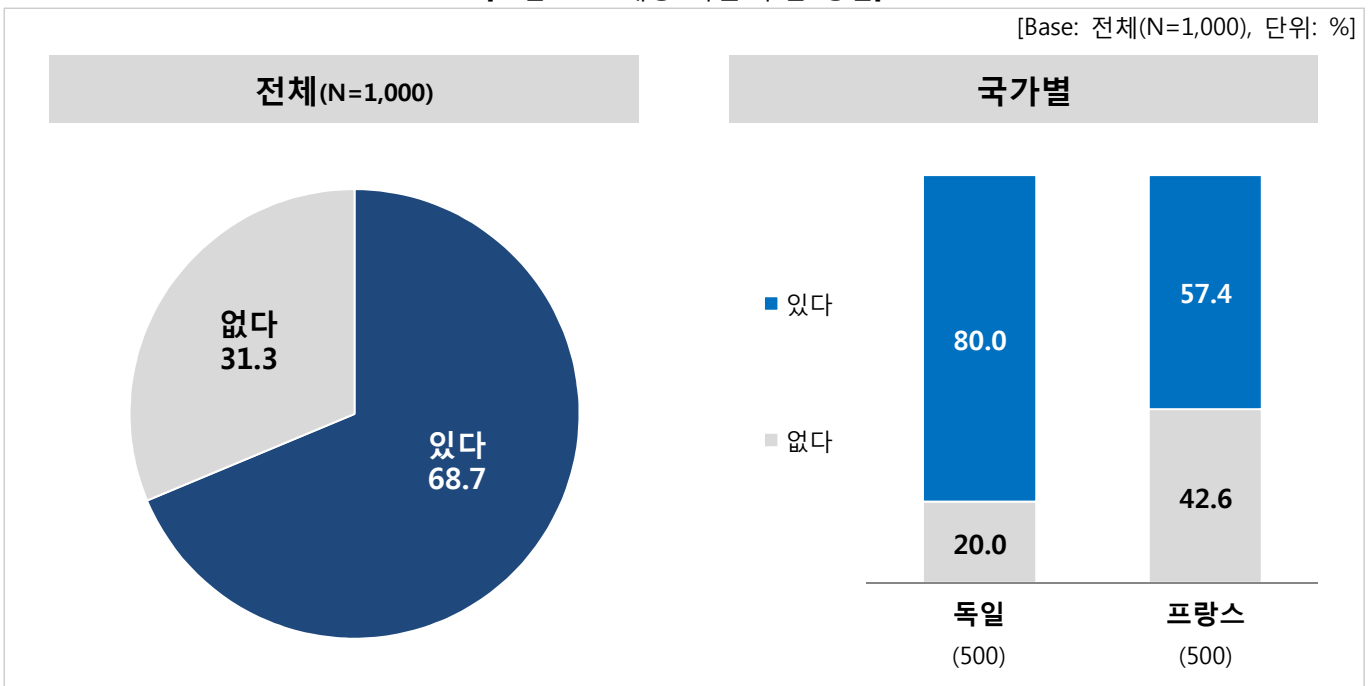
Ⅲ. 와인 유통 채널

1. 매장 와인 구입 경험

문. 귀하께서는 최근 3개월 내 할인점/LEH/와인전문점 등에서 와인제품을 구입해보신 경험이 있으십니까?

- 대부분의 소비자들이 최근 3개월 내 매장 와인 구입 경험이 있음으로 나타남. 특히 국가별로 독일 80%, 프랑스 57.4% 구입한 경험이 있음으로 나타남.

[그림3-23. 매장 와인 구입 경험]



특성별 분석

- '있다'는 연령별로 50대, 성/연령별로 남50대, 와인 음용 빈도별로 거의 매일, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.
- 3개월 이내 매장 구입이 '없다'는 최근 음용 와인별로 스틸 화이트 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.

[표3-38. 매장 와인 구입 경험]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	있다	없다
전체		(1,000)	68.7	31.3
성별	남성	(500)	68.8	31.2
	여성	(500)	68.6	31.4
연령별	19-29세	(250)	67.2	32.8
	30대	(250)	66.8	33.2
	40대	(250)	64.0	36.0
	50대	(250)	▲76.8	▼23.2
성/ 연령별	남19-29세	(126)	68.3	31.7
	남30대	(124)	64.5	35.5
	남40대	(126)	64.3	35.7
	남50대	(124)	▲78.2	▼21.8
	여19-29세	(124)	66.1	33.9
	여30대	(126)	69.0	31.0
	여40대	(124)	63.7	36.3
	여50대	(126)	75.4	24.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	68.0	32.0
	스틸 화이트 와인	(133)	▼58.6	▲41.4
	스틸 로제 와인	(236)	73.7	26.3
	스파클링 레드 와인	(75)	70.7	29.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	75.4	24.6
	스파클링 로제 와인	(18)	77.8	22.2
	기타	(9)	44.4	55.6
최선호 주류	스틸 와인	(305)	65.6	34.4
	스파클링 와인	(126)	69.8	30.2
	맥주	(306)	71.2	28.8
	위스키	(104)	69.2	30.8
	혼합 알코올류	(61)	77.0	23.0
	기타	(98)	63.3	36.7
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	68.4	31.6
	Dry & light	(365)	72.1	27.9
	Sweet & Heavy	(104)	74.0	26.0
	Sweet & light	(325)	63.4	36.6
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	▲77.6	▼22.4
	2~3일에 한번	(93)	75.3	24.7
	1주일에 1회 이상	(319)	69.3	30.7
	2주일에 1회 이상	(123)	73.2	26.8
	1달에 1회 이상	(208)	64.9	35.1
	1달에 1회 미만	(132)	▼56.1	▲43.9
국가별	독일	(500)	▲80.0	▼20.0
	프랑스	(500)	▼57.4	▲42.6
학력별	고졸 이하	(516)	72.5	27.5
	대재 이상	(484)	64.7	35.3
직업별	대학생/대학원생	(95)	69.5	30.5
	직장인	(594)	67.2	32.8
	아르바이트	(67)	71.6	28.4
	자영업	(75)	73.3	26.7
	전업주부	(55)	69.1	30.9
	무직/기타	(114)	71.1	28.9

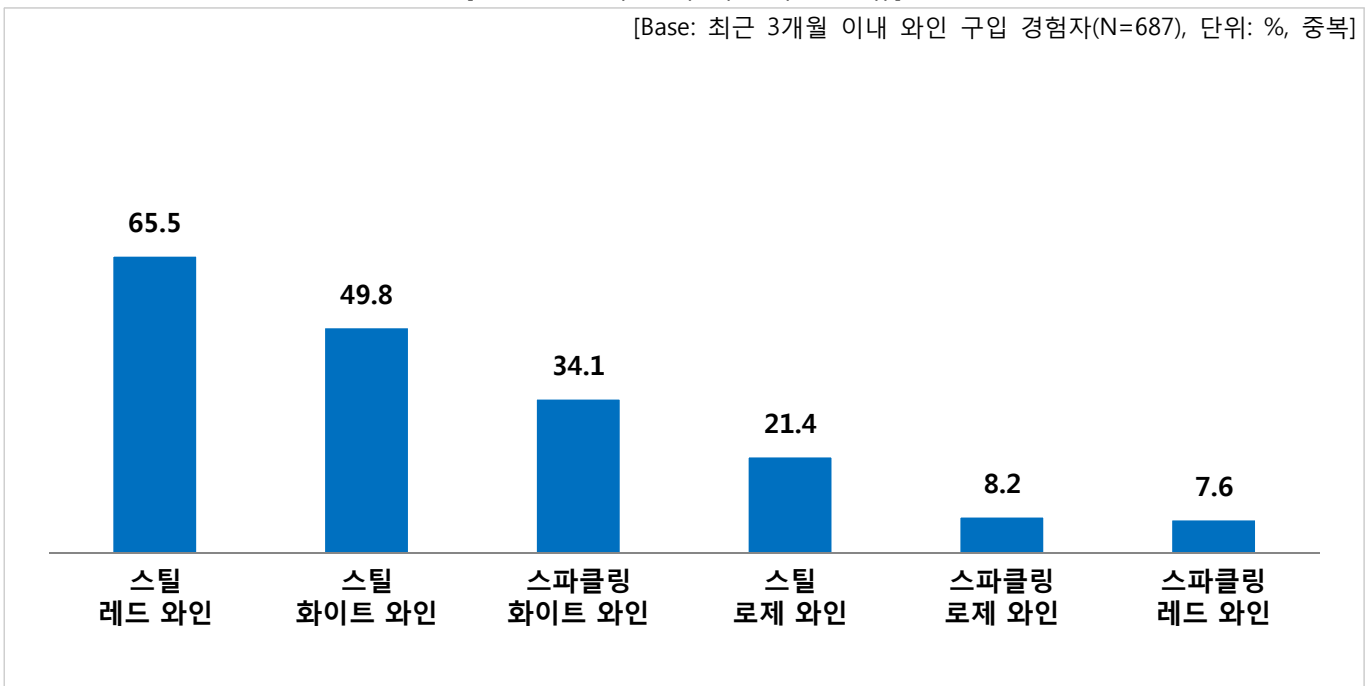
2. 매장 내 와인 구입 종류

문. 귀하께서 최근 3개월 동안 할인점/LEH/와인전문점 등에서 구입하신 와인 종류는 무엇입니까?

- ✓ 매장 내 와인 구입 종은 스틸 레드 와인이 가장 높으며, 그 다음으로 스틸 화이트 와인, 스파클링 화이트 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-24. 매장 내 와인 구입 종류]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %, 중복]



📁 특성별 분석

- ✓ 스틸 레드 와인은 성/연령별로 남40대, 최근 음용 와인별로 스틸 레드 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 와인 음용 빈도별로 거의 매일, 2~3일에 한번(와인 음용 빈도가 많을수록)에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스틸 화이트 와인은 성/연령별로 여19-29세, 최근 음용 와인별로 스틸 화이트 와인, 스틸 로제 와인, 와인 음용 빈도별로 1주일에 1회 이상에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스파클링 화이트 와인은 성/연령별로 여50대, 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 스파클링 로제 와인, 최선호 주류별로 스파클링 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-39. 매장 내 와인 구입 종류]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %, 중복]

		사례수	스틸 레드 와인	스틸 화이트 와인	스파클링 화이트 와인	스틸 로제 와인	스파클링 로제 와인	스파클링 레드 와인
전체		(687)	65.5	49.8	34.1	21.4	8.2	7.6
성별	남성	(344)	69.8	48.8	31.1	19.5	6.1	7.6
	여성	(343)	61.2	50.7	37.0	23.3	10.2	7.6
연령별	19-29세	(168)	61.3	54.2	29.8	22.6	4.8	6.0
	30대	(167)	64.1	57.5	31.7	19.8	10.8	10.2
	40대	(160)	70.6	45.0	34.4	18.1	5.6	8.1
	50대	(192)	66.1	43.2	39.6	24.5	10.9	6.3
성/ 연령별	남19-29세	(86)	70.9	44.2	27.9	20.9	▼3.5	8.1
	남30대	(80)	66.3	58.8	31.3	▼11.3	8.8	10.0
	남40대	(81)	▲79.0	50.6	30.9	17.3	4.9	6.2
	남50대	(97)	63.9	43.3	34.0	26.8	7.2	6.2
	여19-29세	(82)	▼51.2	▲64.6	31.7	24.4	6.1	3.7
	여30대	(87)	62.1	56.3	32.2	27.6	12.6	10.3
	여40대	(79)	62.0	39.2	38.0	19.0	6.3	10.1
	여50대	(95)	68.4	43.2	▲45.3	22.1	14.7	6.3
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	▲95.0	▼38.0	▼24.9	▼12.5	▼4.4	6.5
	스틸 화이트 와인	(78)	▼47.4	▲73.1	32.1	14.1	9.0	▲17.9
	스틸 로제 와인	(174)	▼40.2	▲68.4	29.9	▲37.9	▼3.4	4.6
	스파클링 레드 와인	(53)	▼34.0	47.2	▲81.1	▼5.7	15.1	7.5
	스파클링 화이트 와인	(43)	▼37.2	▼34.9	48.8	▲55.8	▲25.6	7.0
	스파클링 로제 와인	(14)	▼28.6	28.6	▲64.3	21.4	▲71.4	14.3
	기타	(4)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(200)	▲76.5	57.5	▼26.0	25.0	5.5	▼3.5
	스파클링 와인	(88)	▼50.0	50.0	▲70.5	15.9	▲19.3	13.6
	맥주	(218)	64.7	44.0	32.1	18.3	6.4	6.9
	위스키	(72)	69.4	51.4	▼23.6	25.0	11.1	13.9
	혼합 알코올류	(47)	▼42.6	40.4	34.0	25.5	4.3	8.5
	기타	(62)	67.7	50.0	27.4	21.0	6.5	6.5
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	▲83.0	42.6	29.1	▼10.6	▼3.5	8.5
	Dry & light	(263)	65.4	53.2	38.0	21.3	8.4	6.5
	Sweet & Heavy	(77)	64.9	51.9	31.2	14.3	3.9	7.8
	Sweet & light	(206)	▼53.9	49.5	33.5	▲31.6	12.6	8.3
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	▲81.4	▼39.2	▼24.7	▲32.0	▼3.1	4.1
	2~3일에 한번	(70)	▲80.0	54.3	▼22.9	22.9	4.3	8.6
	1주일에 1회 이상	(221)	68.3	▲58.4	37.1	25.8	12.2	7.7
	2주일에 1회 이상	(90)	61.1	45.6	27.8	20.0	4.4	6.7
	1달에 1회 이상	(135)	57.0	51.9	38.5	▼11.1	8.1	8.9
	1달에 1회 미만	(74)	▼43.2	▼35.1	▲47.3	13.5	10.8	9.5
국가별	독일	(400)	61.3	49.5	▲45.3	▼12.8	10.8	▲11.3
	프랑스	(287)	71.4	50.2	▼18.5	▲33.4	▼4.5	▼2.4
학력별	고졸 이하	(374)	63.4	48.7	35.6	19.0	10.2	7.0
	대재 이상	(313)	68.1	51.1	32.3	24.3	5.8	8.3
직업별	대학생/대학원생	(66)	62.1	59.1	31.8	18.2	▼1.5	6.1
	직장인	(399)	67.9	50.4	31.3	22.8	8.5	7.3
	아르바이트	(48)	56.3	41.7	39.6	29.2	12.5	12.5
	자영업	(55)	65.5	49.1	34.5	12.7	7.3	3.6
	전업주부	(38)	65.8	50.0	36.8	15.8	10.5	10.5
	무직/기타	(81)	61.7	44.4	44.4	21.0	8.6	8.6

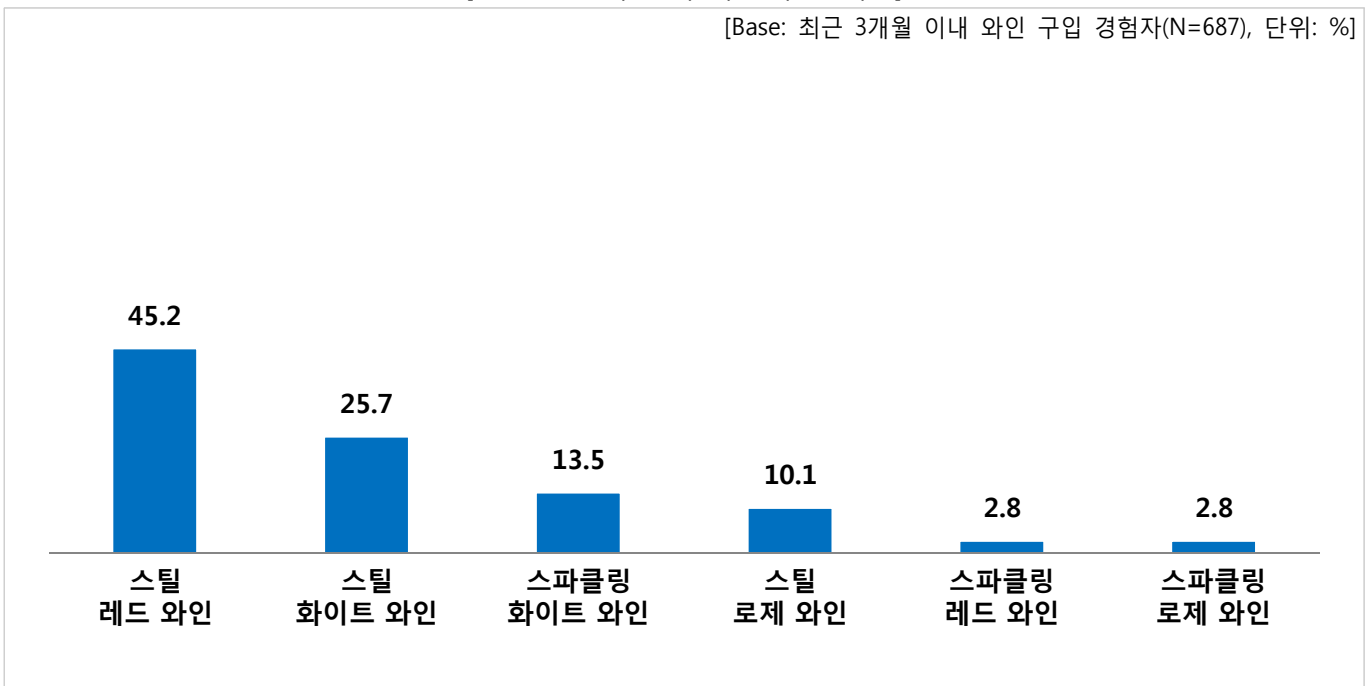
3. 매장 내 와인 구입 비중

문. 와인 종류 별 구입 비중은 어떻게 되십니까?

- ✓ 매장 내 와인 구입 비중은 스틸 레드 와인이 높으며, 그 다음으로 스틸 화이트 와인, 스파클링 화이트 와인 등의 순으로 나타남.

[그림3-25. 매장 내 와인 구입 비중]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]



특성별 분석

- ✓ 스틸 레드 와인은 성/연령별로 남40대, 최근 음용 와인별로 스틸 레드 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 와인 음용 빈도별로 거의 매일에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스틸 화이트 와인은 성/연령별로 여19-29세, 최근 음용 와인별로 스틸 화이트 와인, 스틸 로제 와인에서 상대적으로 높음.
- ✓ 스파클링 화이트 와인은 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 최선호 주류별로 스파클링 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-40. 매장 내 와인 구입 비중]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]

		사례수	스틸 레드 와인	스틸 화이트 와인	스파클링 화이트 와인	스틸 로제 와인	스파클링 레드 와인	스파클링 로제 와인
전체		(687)	45.2	25.7	13.5	10.1	2.8	2.8
성별	남성	(344)	50.2	24.7	10.7	9.2	3.1	2.3
	여성	(343)	40.1	26.8	16.3	11.0	2.4	3.3
연령별	19-29세	(168)	42.8	31.9	12.0	9.3	2.6	1.4
	30대	(167)	41.3	30.6	12.6	8.0	3.6	4.1
	40대	(160)	51.9	20.6	14.4	9.3	2.5	1.3
	50대	(192)	45.0	20.4	14.8	13.3	2.4	4.1
성/ 연령별	남19-29세	(86)	51.5	24.7	9.1	9.1	4.0	1.6
	남30대	(80)	44.6	33.3	10.8	4.9	3.0	3.4
	남40대	(81)	▲59.5	21.2	9.5	7.1	1.9	.9
	남50대	(97)	45.7	20.5	12.9	14.4	3.4	3.0
	여19-29세	(82)	▼33.6	▲39.5	15.0	9.5	1.2	1.2
	여30대	(87)	38.2	28.1	14.2	10.8	4.1	4.6
	여40대	(79)	44.2	19.9	19.4	11.5	3.3	1.8
	여50대	(95)	44.3	20.4	16.7	12.2	1.3	5.2
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	▲74.7	▼12.0	▼6.5	▼3.5	2.5	▼.8
	스틸 화이트 와인	(78)	▼27.0	▲45.9	10.8	5.4	8.2	2.8
	스틸 로제 와인	(174)	▼18.6	▲48.6	▼8.5	▲21.6	1.7	1.0
	스파클링 레드 와인	(53)	▼17.3	18.2	▲55.4	▼1.3	1.5	6.2
	스파클링 화이트 와인	(43)	▼14.9	15.5	22.7	▲35.8	.9	10.1
	스파클링 로제 와인	(14)	▼10.0	10.4	38.6	3.2	2.5	▲35.4
	기타	(4)	.0	.0	100.0	.0	.0	.0
최 선호 주류	스틸 와인	(200)	▲53.6	27.9	▼5.5	11.0	▼.8	1.3
	스파클링 와인	(88)	▼24.8	22.3	▲36.6	6.3	3.8	6.3
	맥주	(218)	46.4	24.3	14.0	9.7	2.7	3.0
	위스키	(72)	48.2	24.5	7.6	10.1	6.2	3.4
	혼합 알코올류	(47)	32.6	29.5	15.3	15.9	4.5	2.3
	기타	(62)	48.5	27.5	10.0	9.9	2.7	1.5
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	▲66.5	▼16.4	9.0	▼3.4	3.5	1.2
	Dry & light	(263)	43.3	28.6	14.3	9.1	2.3	2.5
	Sweet & Heavy	(77)	47.6	27.6	13.3	6.2	4.5	.8
	Sweet & light	(206)	▼32.1	27.8	15.6	▲17.4	2.2	4.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	▲62.8	▼16.5	▼6.2	12.7	1.3	▼.5
	2~3일에 한번	(70)	53.5	24.9	8.0	9.9	2.9	.9
	1주일에 1회 이상	(221)	43.6	26.8	11.2	12.5	2.3	3.6
	2주일에 1회 이상	(90)	45.0	29.0	14.3	8.7	2.2	.8
	1달에 1회 이상	(135)	40.5	31.1	15.3	6.0	4.2	2.9
	1달에 1회 미만	(74)	▼27.5	21.7	▲30.4	9.1	4.1	7.3
국가별	독일	(400)	40.6	27.9	▲18.3	▼5.4	4.2	3.6
	프랑스	(287)	51.5	22.8	▼6.7	▲16.7	▼.8	1.6
학력별	고졸 이하	(374)	44.6	25.3	14.8	9.4	2.4	3.5
	대재 이상	(313)	45.8	26.2	11.9	10.9	3.2	1.9
직업별	대학생/대학원생	(66)	41.1	34.4	13.4	7.6	3.0	▼.5
	직장인	(399)	45.7	25.9	11.9	10.6	3.1	2.9
	아르바이트	(48)	41.3	20.9	15.3	15.1	3.1	4.4
	자영업	(55)	52.1	25.1	11.6	6.5	▼.2	4.5
	전업주부	(38)	47.1	23.2	17.1	7.6	3.4	1.6
	무직/기타	(81)	42.5	22.5	19.8	10.6	2.3	2.3

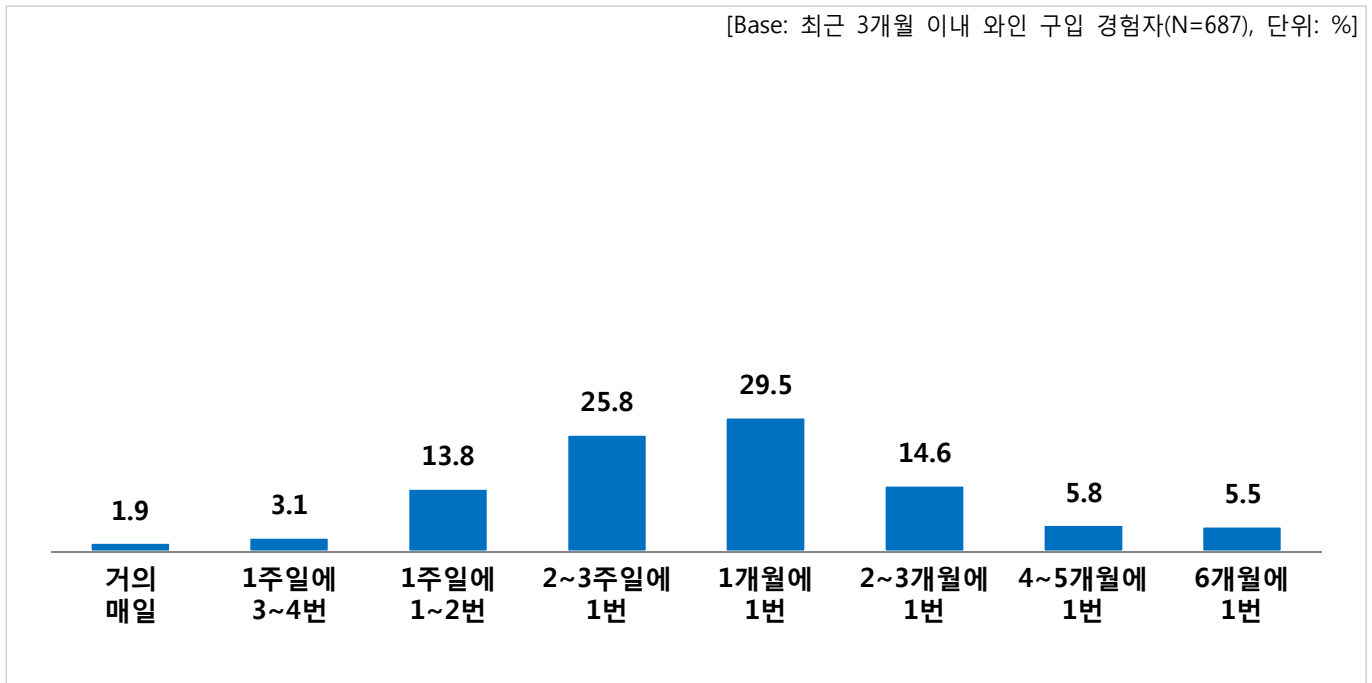
4. 매장 이용 와인 구매 빈도

문. 할인점/LEH/와인전문점 등에서 와인을 얼마나 자주 구매하십니까?

✔ 매장에서 와인을 '1개월에 1번', '2~3주일에 1번' 구매하는 소비자가 많은 것으로 나타남.

[그림3-26. 매장 이용 와인 구매 빈도]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]



📦 특성별 분석

✔ '1개월에 1번'은 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 이상에서 상대적으로 높음.

[표3-41. 매장 이용 와인 구매 빈도]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]

		사례수	거의 매일	1주일에 3~4번	1주일에 1~2번	2~3주일에 1번	1개월에 1번	2~3개월에 1번	4~5개월에 1번	6개월에 1번
전체		(687)	1.9	3.1	13.8	25.8	29.5	14.6	5.8	5.5
성별	남성	(344)	2.6	3.5	14.5	24.7	27.9	14.8	6.4	5.5
	여성	(343)	1.2	2.6	13.1	26.8	31.2	14.3	5.2	5.5
연령별	19-29세	(168)	2.4	1.8	11.9	26.8	31.0	17.3	6.0	3.0
	30대	(167)	4.2	3.6	12.6	22.8	24.6	16.8	8.4	7.2
	40대	(160)	0.6	3.8	13.1	30.0	30.6	11.3	▼2.5	8.1
	50대	(192)	0.5	3.1	17.2	24.0	31.8	13.0	6.3	4.2
성/연령별	남19-29세	(86)	4.7	2.3	15.1	22.1	24.4	22.1	7.0	2.3
	남30대	(80)	5.0	3.8	10.0	23.8	25.0	16.3	10.0	6.3
	남40대	(81)	0.0	2.5	14.8	29.6	28.4	12.3	3.7	8.6
	남50대	(97)	1.0	5.2	17.5	23.7	33.0	9.3	5.2	5.2
	여19-29세	(82)	0.0	1.2	8.5	31.7	37.8	12.2	4.9	3.7
	여30대	(87)	3.4	3.4	14.9	21.8	24.1	17.2	6.9	8.0
	여40대	(79)	1.3	5.1	11.4	30.4	32.9	10.1	▼1.3	7.6
	여50대	(95)	0.0	1.1	16.8	24.2	30.5	16.8	7.4	3.2
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	2.2	1.9	16.5	27.7	27.7	14.6	5.3	4.0
	스틸 화이트 와인	(78)	1.3	3.8	9.0	▼16.7	32.1	21.8	7.7	7.7
	스틸 로제 와인	(174)	2.3	5.7	14.9	29.3	25.3	13.2	4.6	4.6
	스파클링 레드 와인	(53)	1.9	1.9	▼5.7	▼15.1	▲52.8	9.4	5.7	7.5
	스파클링 화이트 와인	(43)	0.0	2.3	11.6	32.6	27.9	11.6	9.3	4.7
	스파클링 로제 와인	(14)	0.0	0.0	0.0	14.3	35.7	21.4	7.1	21.4
	기타	(4)	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	50.0
최선호 주류	스틸 와인	(200)	2.5	2.0	18.0	26.0	29.0	14.0	6.5	▼2.0
	스파클링 와인	(88)	0.0	1.1	11.4	33.0	36.4	▼8.0	2.3	8.0
	맥주	(218)	0.9	5.0	13.3	24.8	26.1	17.0	6.0	6.9
	위스키	(72)	5.6	2.8	12.5	19.4	36.1	12.5	5.6	5.6
	혼합 알코올류	(47)	0.0	4.3	6.4	25.5	38.3	12.8	10.6	2.1
	기타	(62)	3.2	1.6	12.9	25.8	19.4	21.0	4.8	11.3
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	3.5	2.8	14.2	27.0	31.9	15.6	▼1.4	3.5
	Dry & light	(263)	1.9	2.7	17.5	27.4	27.4	12.9	5.3	4.9
	Sweet & Heavy	(77)	3.9	3.9	10.4	20.8	32.5	10.4	10.4	7.8
	Sweet & light	(206)	0.0	3.4	10.2	24.8	29.6	17.5	7.8	6.8
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	▲9.3	6.2	▲32.0	24.7	▼16.5	▼6.2	4.1	▼1.0
	2~3일에 한번	(70)	1.4	7.1	22.9	31.4	24.3	10.0	0.0	2.9
	1주일에 1회 이상	(221)	1.4	2.7	16.3	32.6	28.1	10.4	4.1	4.5
	2주일에 1회 이상	(90)	0.0	3.3	▼2.2	26.7	35.6	22.2	6.7	3.3
	1달에 1회 이상	(135)	0.0	▼.7	▼5.2	20.0	▲40.7	16.3	▲11.9	5.2
	1달에 1회 미만	(74)	0.0	0.0	▼4.1	▼10.8	28.4	▲29.7	6.8	▲20.3
국가별	독일	(400)	2.0	3.3	13.3	28.3	29.3	14.0	4.8	5.3
	프랑스	(287)	1.7	2.8	14.6	22.3	30.0	15.3	7.3	5.9
학력별	고졸 이하	(374)	1.9	3.5	15.8	27.8	25.9	13.4	6.7	5.1
	대재 이상	(313)	1.9	2.6	11.5	23.3	33.9	16.0	4.8	6.1
직업별	대학생/대학원생	(66)	1.5	3.0	10.6	18.2	30.3	22.7	10.6	3.0
	직장인	(399)	2.0	2.8	14.8	25.3	29.3	14.3	5.5	6.0
	아르바이트	(48)	4.2	0.0	16.7	33.3	20.8	14.6	4.2	6.3
	자영업	(55)	0.0	1.8	14.5	23.6	34.5	14.5	5.5	5.5
	전업주부	(38)	0.0	0.0	10.5	26.3	44.7	13.2	5.3	0.0
	무직/기타	(81)	2.5	8.6	11.1	30.9	24.7	9.9	4.9	7.4

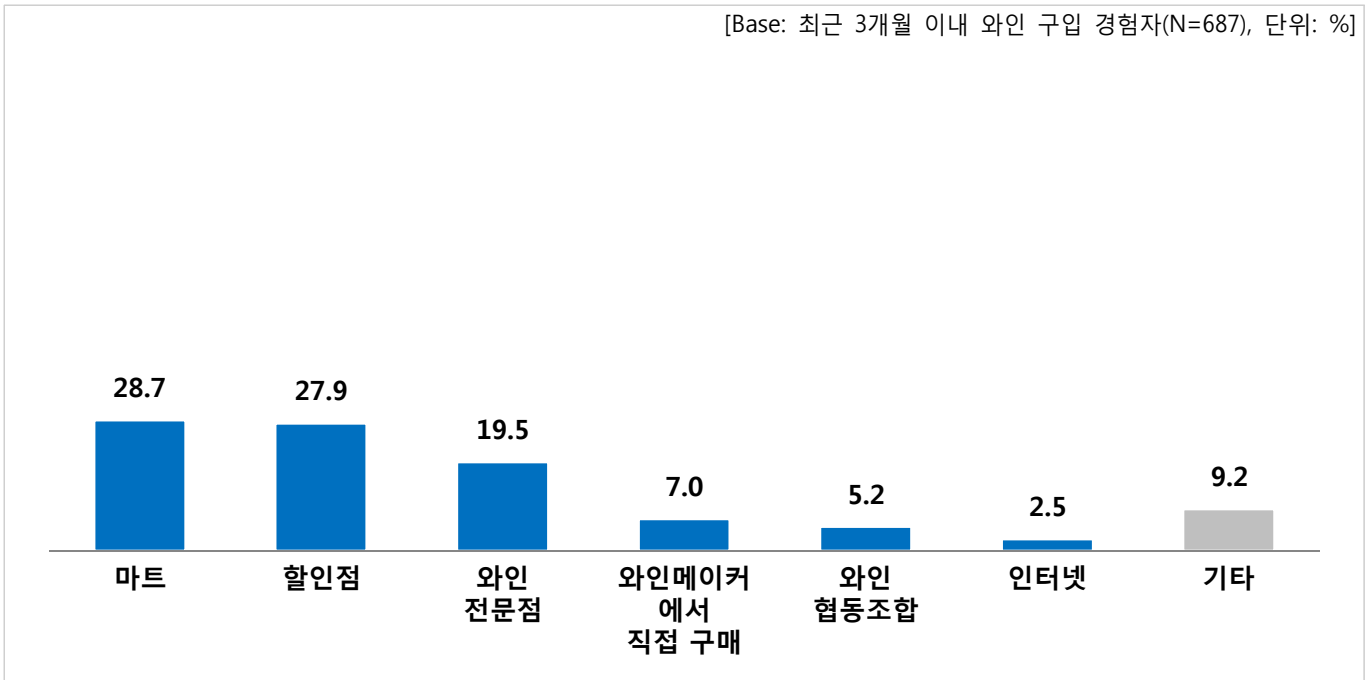
5. 와인 구매 선호 매장

문. 귀하께서 와인을 가장 자주 구입하는 장소는 어디입니까?

- ✔ 소비자들은 ‘마트’와 ‘할인점’에서 와인을 가장 자주 구입하며, 그 다음으로는 ‘와인 전문점’ 등의 순으로 나타남.

[그림3-27. 와인 구매 선호 매장]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]



📖 특성별 분석

- ✔ ‘마트’는 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 최선호 주류별로 혼합 알코올류, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 이상, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.
- ✔ ‘할인점’은 최선호 주류별로 스파클링 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만, 국가별로 독일, 학력별로 고졸이하에서 상대적으로 높음.
- ✔ ‘와인 전문점’은 최근 음용 와인별로 스틸 레드 와인, 최선호 주류별로 위스키, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 국가별로 프랑스, 학력별로 대재이상에서 상대적으로 높음.

[표3-42. 와인 구매 선호 매장]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]

		사례수	마트	할인점	와인 전문점	와인 메이커에서 직접 구매	와인 협동조합	인터넷	기타
전체		(687)	28.7	27.9	19.5	7.0	5.2	2.5	9.2
성별	남성	(344)	27.0	26.5	23.3	7.6	4.9	3.2	7.6
	여성	(343)	30.3	29.4	15.7	6.4	5.5	1.7	10.8
연령별	19-29세	(168)	34.5	23.8	25.0	4.2	4.8	1.2	6.5
	30대	(167)	30.5	28.1	19.2	7.8	3.6	3.6	7.2
	40대	(160)	25.6	28.1	20.6	7.5	3.1	3.8	11.3
	50대	(192)	24.5	31.3	14.1	8.3	8.9	1.6	11.5
성/연령별	남19-29세	(86)	34.9	19.8	29.1	4.7	5.8	2.3	▼3.5
	남30대	(80)	30.0	25.0	22.5	11.3	2.5	5.0	▼3.8
	남40대	(81)	24.7	22.2	25.9	6.2	3.7	6.2	11.1
	남50대	(97)	▼19.6	37.1	16.5	8.2	7.2	0.0	11.3
	여19-29세	(82)	34.1	28.0	20.7	3.7	3.7	0.0	9.8
	여30대	(87)	31.0	31.0	16.1	4.6	4.6	2.3	10.3
	여40대	(79)	26.6	34.2	15.2	8.9	2.5	1.3	11.4
	여50대	(95)	29.5	25.3	▼11.6	8.4	10.5	3.2	11.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	24.9	26.5	▲25.9	6.2	5.6	2.8	8.1
	스틸 화이트 와인	(78)	▼14.1	▼17.9	23.1	14.1	7.7	5.1	17.9
	스틸 로제 와인	(174)	32.8	31.0	▼12.6	6.9	5.7	1.7	9.2
	스파클링 레드 와인	(53)	▲49.1	37.7	▼7.5	▼1.9	1.9	1.9	0.0
	스파클링 화이트 와인	(43)	34.9	34.9	11.6	7.0	0.0	0.0	11.6
	스파클링 로제 와인	(14)	42.9	21.4	14.3	7.1	7.1	0.0	7.1
	기타	(4)	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
최선호 주류	스틸 와인	(200)	▼22.0	28.0	19.5	10.0	7.0	2.5	11.0
	스파클링 와인	(88)	33.0	▲39.8	▼10.2	5.7	2.3	0.0	9.1
	맥주	(218)	31.2	30.3	20.2	5.5	3.7	2.8	6.4
	위스키	(72)	23.6	19.4	▲33.3	4.2	5.6	4.2	9.7
	혼합 알코올류	(47)	▲46.8	19.1	10.6	▼2.1	8.5	0.0	12.8
	기타	(62)	27.4	19.4	21.0	11.3	6.5	4.8	9.7
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	26.2	22.7	▲27.7	8.5	4.3	3.5	7.1
	Dry & light	(263)	32.3	25.9	17.1	6.1	6.1	2.3	10.3
	Sweet & Heavy	(77)	29.9	29.9	19.5	5.2	6.5	3.9	5.2
	Sweet & light	(206)	25.2	33.5	17.0	7.8	4.4	1.5	10.7
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	▼15.5	26.8	24.7	6.2	10.3	4.1	12.4
	2~3일에 한번	(70)	27.1	27.1	21.4	5.7	5.7	7.1	5.7
	1주일에 1회 이상	(221)	26.2	▼18.1	25.8	9.5	6.8	2.7	10.9
	2주일에 1회 이상	(90)	31.1	31.1	16.7	7.8	3.3	0.0	10.0
	1달에 1회 이상	(135)	▲37.8	31.9	▼12.6	7.4	▼2.2	0.7	7.4
	1달에 1회 미만	(74)	35.1	▲48.6	▼8.1	0.0	▼1.4	1.4	5.4
국가별	독일	(400)	▲44.3	▲34.5	▼10.3	4.3	▼2.8	1.8	▼2.3
	프랑스	(287)	▼7.0	▼18.8	▲32.4	10.8	8.7	3.5	▲18.8
학력별	고졸 이하	(374)	28.1	▲36.9	▼13.9	5.9	5.3	2.1	7.8
	대재 이상	(313)	29.4	▼17.3	▲26.2	8.3	5.1	2.9	10.9
직업별	대학생/대학원생	(66)	36.4	27.3	19.7	3.0	3.0	1.5	9.1
	직장인	(399)	27.3	26.6	20.8	7.8	5.5	2.8	9.3
	아르바이트	(48)	22.9	25.0	20.8	10.4	6.3	6.3	8.3
	자영업	(55)	34.5	21.8	25.5	3.6	5.5	1.8	7.3
	전업주부	(38)	34.2	34.2	15.8	2.6	7.9	0.0	5.3
	무직/기타	(81)	25.9	38.3	▼9.9	8.6	3.7	1.2	12.3

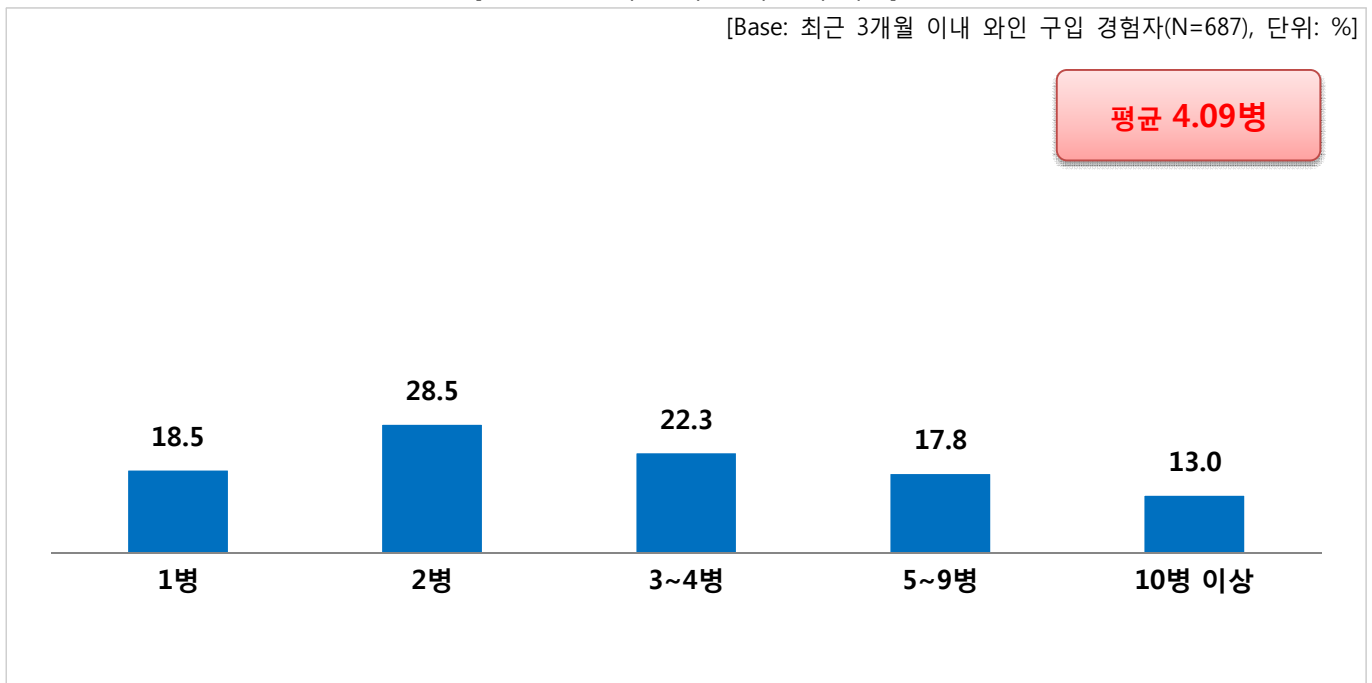
6. 매장 이용 와인 구매량

문. (C7 응답 장소)에서 와인을 구입하실 때 보통 몇 병 정도 구입하십니까?

- ✓ 와인 구입시 보통 '2병' 정도 구입하는 비율이 높으며, 그 다음으로 '3~4병' 등의 순으로 나타남.
- ✓ 소비자들은 평균 4.09병의 와인을 구매하는 것으로 나타남.

[그림3-28. 매장 이용 와인 구매량]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]



[표3-43. 매장 이용 와인 구매량]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]

		사례수	1병	2병	3~4병	5~9병	10병 이상	평균(병)
전체		(687)	18.5	28.5	22.3	17.8	13.0	4.09
성별	남성	(344)	15.4	26.2	26.2	18.3	14.0	4.24
	여성	(343)	21.6	30.9	18.4	17.2	12.0	3.94
연령별	19-29세	(168)	▲29.8	29.8	23.8	▼9.5	▼7.1	3.07
	30대	(167)	20.4	33.5	▼15.6	19.8	10.8	3.87
	40대	(160)	14.4	22.5	28.1	20.6	14.4	4.48
	50대	(192)	▼10.4	28.1	21.9	20.8	18.8	4.87
성/ 연령별	남19-29세	(86)	19.8	31.4	27.9	12.8	8.1	3.41
	남30대	(80)	16.3	30.0	20.0	18.8	15.0	4.22
	남40대	(81)	13.6	21.0	28.4	23.5	13.6	4.53
	남50대	(97)	12.4	22.7	27.8	18.6	18.6	4.77
	여19-29세	(82)	▲40.2	28.0	19.5	▼6.1	▼6.1	2.72
	여30대	(87)	24.1	36.8	▼11.5	20.7	▼6.9	3.55
	여40대	(79)	15.2	24.1	27.8	17.7	15.2	4.44
	여50대	(95)	▼8.4	33.7	15.8	23.2	18.9	4.98
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	17.4	26.5	24.0	19.0	13.1	4.24
	스틸 화이트 와인	(78)	19.2	23.1	19.2	20.5	17.9	4.45
	스틸 로제 와인	(174)	17.2	33.3	20.1	14.4	14.9	4.14
	스파클링 레드 와인	(53)	26.4	30.2	15.1	22.6	▼5.7	3.47
	스파클링 화이트 와인	(43)	16.3	27.9	32.6	16.3	7.0	3.53
	스파클링 로제 와인	(14)	14.3	42.9	28.6	7.1	7.1	3.29
	기타	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	1.25
최 선호 주류	스틸 와인	(200)	17.5	22.5	23.5	20.5	16.0	4.64
	스파클링 와인	(88)	22.7	31.8	19.3	11.4	14.8	3.91
	맥주	(218)	18.8	32.6	22.0	17.4	9.2	3.62
	위스키	(72)	15.3	29.2	22.2	15.3	18.1	4.49
	혼합 알코올류	(47)	17.0	36.2	21.3	21.3	▼4.3	3.20
	기타	(62)	19.4	22.6	24.2	19.4	14.5	4.52
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	14.9	25.5	24.1	17.7	17.7	4.62
	Dry & light	(263)	16.3	28.9	24.7	16.7	13.3	4.05
	Sweet & Heavy	(77)	24.7	29.9	16.9	18.2	10.4	3.66
	Sweet & light	(206)	21.4	29.6	19.9	18.9	10.2	3.96
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	▼7.2	▼14.4	29.9	21.6	▲26.8	6.07
	2~3일에 한번	(70)	▼10.0	25.7	25.7	25.7	12.9	4.59
	1주일에 1회 이상	(221)	▼12.7	29.0	20.8	24.0	13.6	4.30
	2주일에 1회 이상	(90)	23.3	31.1	22.2	13.3	10.0	3.76
	1달에 1회 이상	(135)	25.2	31.9	23.0	▼9.6	10.4	3.35
	1달에 1회 미만	(74)	▲40.5	39.2	▼12.2	▼6.8	▼1.4	2.19
국가별	독일	(400)	22.5	29.0	24.5	15.5	▼8.5	3.57
	프랑스	(287)	▼12.9	27.9	19.2	20.9	▲19.2	4.83
학력별	고졸 이하	(374)	15.5	31.3	23.0	18.2	12.0	4.15
	대재 이상	(313)	22.0	25.2	21.4	17.3	14.1	4.03
직업별	대학생/대학원생	(66)	▲34.8	27.3	25.8	▼9.1	▼3.0	2.79
	직장인	(399)	15.3	28.1	23.1	19.3	14.3	4.31
	아르바이트	(48)	16.7	29.2	25.0	14.6	14.6	4.13
	자영업	(55)	21.8	21.8	16.4	23.6	16.4	4.46
	전업주부	(38)	26.3	36.8	13.2	13.2	10.5	3.58
	무직/기타	(81)	16.0	32.1	22.2	17.3	12.3	4.10

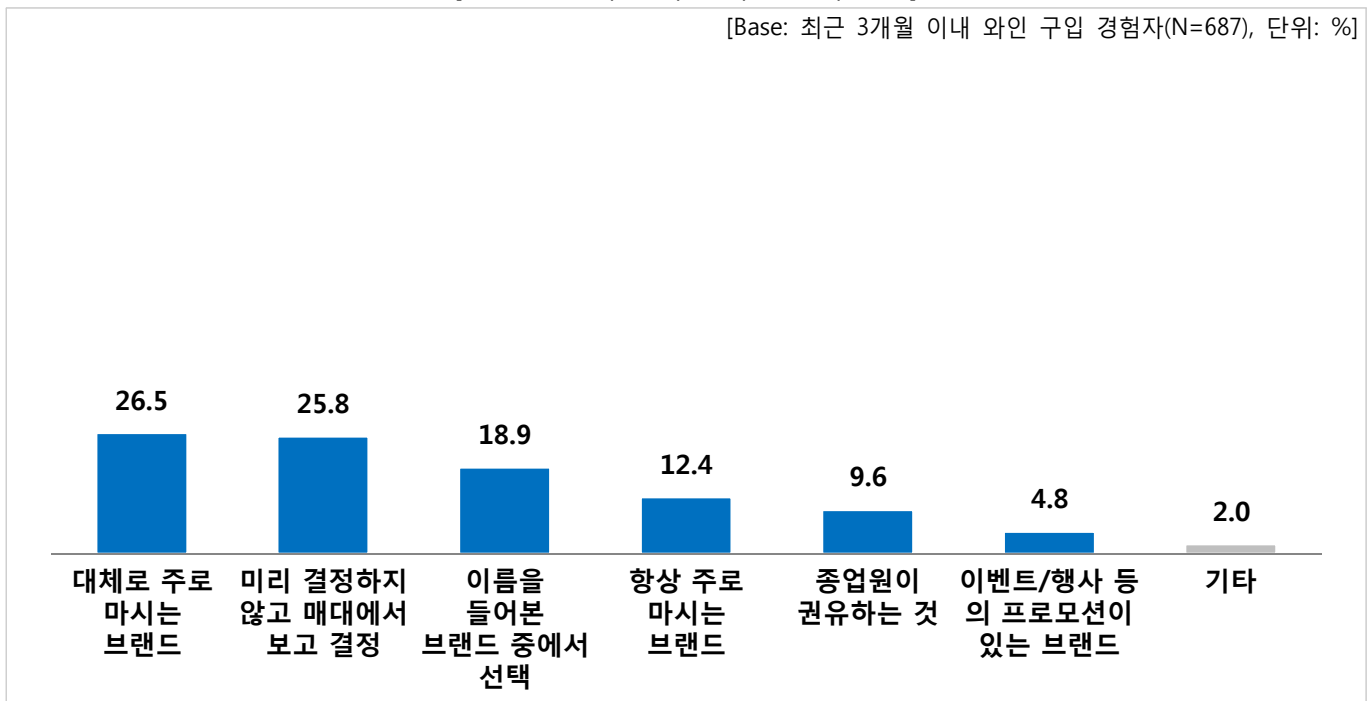
7. 매장 이용 와인 선택 방법

문. 귀하께서는 매장에서 와인의 브랜드를 구입하실 때 주로 어떻게 선택하십니까?

- 와인 선택 시, '대체로 주로 마시는 브랜드'와 '미리 결정하지 않고 매대에서 보고 결정'하는 경향이 높으며, 그 다음으로 '이름을 들어본 브랜드 중에서 선택' 등의 순으로 나타남.

[그림3-29. 매장 이용 와인 선택 방법]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]



특성별 분석

- '대체로 주로 마시는 브랜드'는 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 스파클링 화이트 와인, 국가별로 독일, 학력별로 고졸이하에서 상대적으로 높음.
- '이름을 들어본 브랜드 중에서 선택'은 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음

[표3-44. 매장 이용 와인 선택 방법]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]

		사례수	대체로 주로 마시는 브랜드	미리 결정하지 않고 매대에서 보고 결정	이름을 들어본 브랜드 중에서 선택	항상 주로 마시는 브랜드	종업원이 권유하는 것	이벤트/행사 등의 프로모션이 있는 브랜드	기타
전체		(687)	26.5	25.8	18.9	12.4	9.6	4.8	2.0
성별	남성	(344)	26.7	25.9	21.5	10.5	9.3	4.1	2.0
	여성	(343)	26.2	25.7	16.3	14.3	9.9	5.5	2.0
연령별	19-29세	(168)	▼18.5	28.0	19.0	14.3	13.7	4.2	2.4
	30대	(167)	24.0	27.5	18.6	12.0	10.8	5.4	1.8
	40대	(160)	30.0	25.0	18.1	10.0	10.0	5.0	1.9
	50대	(192)	32.8	22.9	19.8	13.0	▼4.7	4.7	2.1
성/연령별	남19-29세	(86)	▼17.4	27.9	23.3	11.6	14.0	3.5	2.3
	남30대	(80)	28.8	23.8	23.8	▼6.3	11.3	3.8	2.5
	남40대	(81)	24.7	30.9	14.8	11.1	13.6	3.7	1.2
	남50대	(97)	35.1	21.6	23.7	12.4	0.0	5.2	2.1
	여19-29세	(82)	19.5	28.0	14.6	17.1	13.4	4.9	2.4
	여30대	(87)	19.5	31.0	13.8	17.2	10.3	6.9	1.1
	여40대	(79)	35.4	19.0	21.5	8.9	6.3	6.3	2.5
	여50대	(95)	30.5	24.2	15.8	13.7	9.5	4.2	2.1
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	23.7	26.8	21.5	10.6	10.0	4.7	2.8
	스틸 화이트 와인	(78)	17.9	25.6	19.2	10.3	▲20.5	2.6	3.8
	스틸 로제 와인	(174)	24.1	28.2	21.3	14.9	6.3	4.6	0.6
	스파클링 레드 와인	(53)	▲49.1	20.8	▼5.7	13.2	5.7	5.7	0.0
	스파클링 화이트 와인	(43)	▲44.2	▼14.0	11.6	18.6	4.7	7.0	0.0
	스파클링 로제 와인	(14)	35.7	28.6	0.0	7.1	14.3	7.1	7.1
	기타	(4)	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(200)	23.0	27.5	22.5	13.5	8.0	3.0	2.5
	스파클링 와인	(88)	35.2	22.7	18.2	12.5	6.8	3.4	1.1
	맥주	(218)	29.8	22.9	16.5	11.9	10.6	6.9	1.4
	위스키	(72)	20.8	33.3	16.7	11.1	11.1	4.2	2.8
	혼합 알코올류	(47)	29.8	19.1	23.4	10.6	8.5	8.5	0.0
	기타	(62)	17.7	30.6	16.1	12.9	14.5	3.2	4.8
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	24.8	29.8	23.4	8.5	7.8	2.8	2.8
	Dry & light	(263)	27.0	26.6	16.7	12.5	8.7	6.5	1.9
	Sweet & Heavy	(77)	23.4	22.1	19.5	16.9	6.5	7.8	3.9
	Sweet & light	(206)	28.2	23.3	18.4	13.1	13.1	2.9	1.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	20.6	22.7	24.7	12.4	9.3	9.3	1.0
	2~3일에 한번	(70)	30.0	18.6	20.0	14.3	7.1	5.7	4.3
	1주일에 1회 이상	(221)	21.7	29.0	24.4	9.0	12.2	2.7	0.9
	2주일에 1회 이상	(90)	27.8	25.6	16.7	14.4	10.0	3.3	2.2
	1달에 1회 이상	(135)	31.9	26.7	▼11.9	11.1	9.6	5.9	3.0
	1달에 1회 미만	(74)	33.8	25.7	▼9.5	20.3	▼4.1	4.1	2.7
국가별	독일	(400)	▲37.3	25.0	▼12.0	16.3	▼4.5	3.3	1.8
	프랑스	(287)	▼11.5	26.8	▲28.6	▼7.0	▲16.7	7.0	2.4
학력별	고졸 이하	(374)	▲35.3	21.4	17.4	13.9	▼6.1	4.5	1.3
	대재 이상	(313)	▼16.0	31.0	20.8	10.5	13.7	5.1	2.9
직업별	대학생/대학원생	(66)	▼16.7	33.3	13.6	15.2	12.1	4.5	4.5
	직장인	(399)	25.1	25.1	20.3	11.8	10.8	5.5	1.5
	아르바이트	(48)	20.8	20.8	22.9	12.5	16.7	6.3	0.0
	자영업	(55)	36.4	30.9	10.9	7.3	10.9	0.0	3.6
	전업주부	(38)	39.5	21.1	21.1	13.2	0.0	5.3	0.0
	무직/기타	(81)	32.1	24.7	18.5	16.0	▼1.2	3.7	3.7

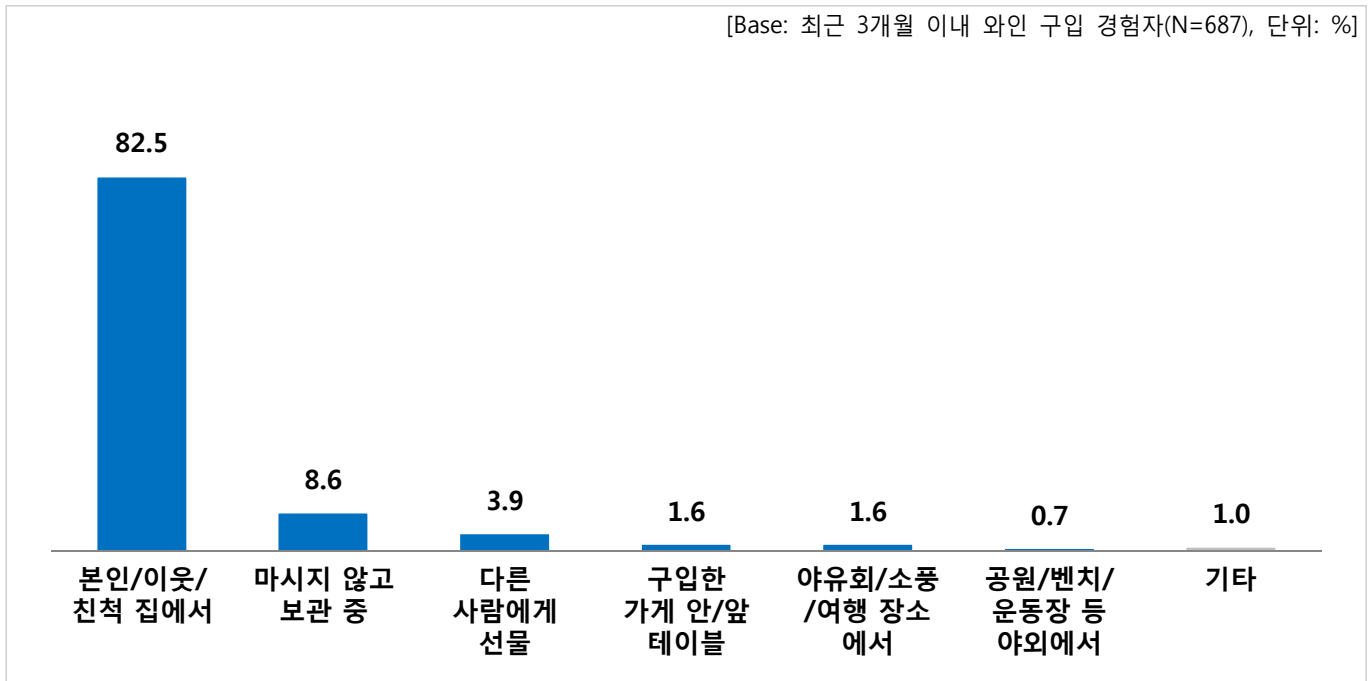
8. 매장 구입 와인 음용 장소

문. 최근 3개월 이내에 할인점/LEH/와인전문점 등에서 와인을 구입하셨을 때, 주로 어디에서 드셨습니까?

✔ 구입 와인 음용 장소는 ‘본인/이웃/친척 집에서’가 가장 높음.

[그림3-30. 매장 구입 와인 음용 장소]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]



📁 특성별 분석

✔ ‘본인/이웃/친척 집에서’는 최선호 주류별로 스파클링 와인, 와인 음용 빈도별로 2주일에 1회 이상, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-45. 매장 구입 와인 음용 장소]

[Base: 최근 3개월 이내 와인 구입 경험자(N=687), 단위: %]

		사례수	본인/이웃/ 친척 집에서	마시지 않고 보관 중	다른 사람에게 선물	구입한 가게 안/앞 테이블	야유회/소풍 /여행 장소에서	공원/벤치/ 운동장 등 야외에서	기타
전체		(687)	82.5	8.6	3.9	1.6	1.6	0.7	1.0
성별	남성	(344)	79.1	8.4	5.2	3.2	2.3	0.6	1.2
	여성	(343)	86.0	8.7	2.6	0.0	0.9	0.9	0.9
연령별	19-29세	(168)	79.2	8.3	4.8	2.4	3.6	0.6	1.2
	30대	(167)	76.6	9.6	5.4	3.0	3.0	1.8	0.6
	40대	(160)	87.5	6.9	3.8	1.3	0.0	0.6	0.0
	50대	(192)	86.5	9.4	2.1	0.0	0.0	0.0	2.1
성/ 연령별	남19-29세	(86)	73.3	7.0	7.0	4.7	5.8	1.2	1.2
	남30대	(80)	▼67.5	12.5	7.5	6.3	3.8	1.3	1.3
	남40대	(81)	86.4	6.2	4.9	2.5	0.0	0.0	0.0
	남50대	(97)	87.6	8.2	2.1	0.0	0.0	0.0	2.1
	여19-29세	(82)	85.4	9.8	2.4	0.0	1.2	0.0	1.2
	여30대	(87)	85.1	6.9	3.4	0.0	2.3	2.3	0.0
	여40대	(79)	88.6	7.6	2.5	0.0	0.0	1.3	0.0
	여50대	(95)	85.3	10.5	2.1	0.0	0.0	0.0	2.1
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(321)	81.0	10.3	4.0	1.9	1.6	0.3	0.9
	스틸 화이트 와인	(78)	80.8	12.8	0.0	1.3	1.3	1.3	2.6
	스틸 로제 와인	(174)	85.1	▼4.6	5.2	1.7	1.7	0.6	1.1
	스파클링 레드 와인	(53)	88.7	3.8	3.8	0.0	1.9	1.9	0.0
	스파클링 화이트 와인	(43)	81.4	9.3	2.3	2.3	2.3	2.3	0.0
	스파클링 로제 와인	(14)	78.6	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	(4)	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
최선호 주류	스틸 와인	(200)	83.0	10.0	3.5	0.5	1.0	0.5	1.5
	스파클링 와인	(88)	▲90.9	4.5	2.3	1.1	0.0	0.0	1.1
	맥주	(218)	79.4	9.2	4.6	2.8	1.4	1.4	1.4
	위스키	(72)	79.2	6.9	6.9	2.8	2.8	1.4	0.0
	혼합 알코올류	(47)	85.1	8.5	2.1	0.0	4.3	0.0	0.0
	기타	(62)	82.3	9.7	3.2	1.6	3.2	0.0	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(141)	80.9	12.1	2.8	2.1	2.1	0.0	0.0
	Dry & light	(263)	84.8	7.2	2.7	1.5	1.1	0.8	1.9
	Sweet & Heavy	(77)	74.0	10.4	7.8	5.2	1.3	1.3	0.0
	Sweet & light	(206)	84.0	7.3	4.9	0.0	1.9	1.0	1.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(97)	76.3	15.5	4.1	3.1	1.0	0.0	0.0
	2~3일에 한번	(70)	77.1	11.4	4.3	2.9	0.0	1.4	2.9
	1주일에 1회 이상	(221)	82.8	8.6	2.3	1.8	3.2	0.9	0.5
	2주일에 1회 이상	(90)	▲91.1	4.4	▼1.1	1.1	1.1	1.1	0.0
	1달에 1회 이상	(135)	83.0	5.9	6.7	0.7	1.5	0.0	2.2
	1달에 1회 미만	(74)	83.8	6.8	6.8	0.0	0.0	1.4	1.4
국가별	독일	(400)	▲87.0	▼3.3	3.8	2.0	2.5	0.5	1.0
	프랑스	(287)	▼76.3	▲16.0	4.2	1.0	▼.3	1.0	1.0
학력별	고졸 이하	(374)	84.0	7.8	3.5	2.1	1.3	0.5	0.8
	대재 이상	(313)	80.8	9.6	4.5	1.0	1.9	1.0	1.3
직업별	대학생/대학원생	(66)	78.8	6.1	7.6	0.0	4.5	0.0	3.0
	직장인	(399)	82.0	9.5	3.0	2.5	1.5	1.3	0.3
	아르바이트	(48)	79.2	12.5	6.3	0.0	2.1	0.0	0.0
	자영업	(55)	85.5	5.5	3.6	1.8	1.8	0.0	1.8
	전업주부	(38)	84.2	13.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
	무직/기타	(81)	87.7	▼3.7	6.2	0.0	0.0	0.0	2.5

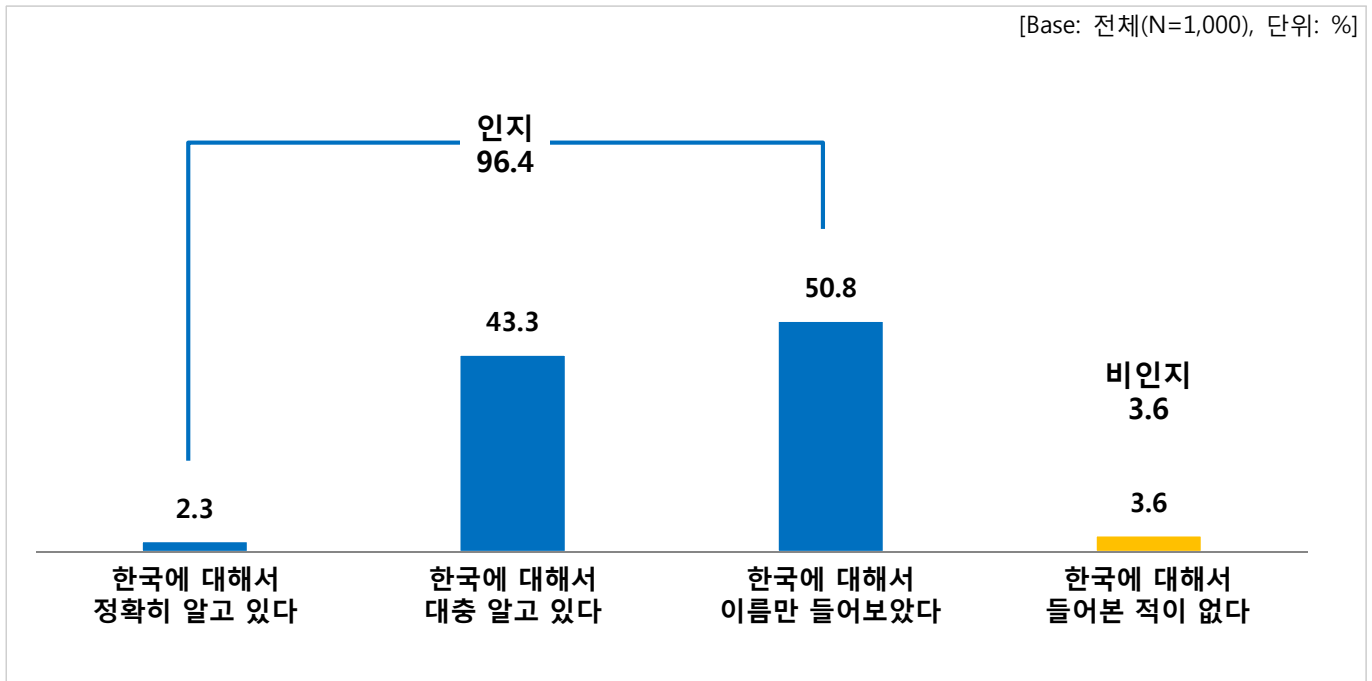
IV. 시장 기회 탐색

1. 한국 인지도

문. 귀하께서는 한국에 대해 얼마나 알고 있습니까?

✔ 거의 모든 응답자들이 한국에 대해서 인지하고 있음.

[그림3-31. 한국 인지도]



📁 특성별 분석

✔ '인지'는 성/연령별로 남40대, 최근 음용 와인별로 스파클링 로제 와인, 직업별로 아르바이트에서 상대적으로 높음.

[표3-46. 한국 인지도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	한국에 대해서 정확히 알고 있다	한국에 대해서 대충 알고 있다	한국에 대해서 이름만 들어보았다	한국에 대해서 들어본 적이 없다	인지	비인지
전체		(1,000)	2.3	43.3	50.8	3.6	96.4	3.6
성별	남성	(500)	3.2	▲50.2	▼43.0	3.6	96.4	3.6
	여성	(500)	1.4	▼36.4	▲58.6	3.6	96.4	3.6
연령별	19-29세	(250)	2.8	▲51.2	▼41.2	4.8	95.2	4.8
	30대	(250)	3.6	44.8	46.8	4.8	95.2	4.8
	40대	(250)	1.6	36.8	▲58.8	2.8	97.2	2.8
	50대	(250)	1.2	40.4	56.4	2.0	98.0	2.0
성/ 연령별	남19-29세	(126)	4.8	▲54.0	▼36.5	4.8	95.2	4.8
	남30대	(124)	3.2	52.4	▼37.9	6.5	93.5	6.5
	남40대	(126)	2.4	47.6	49.2	▼.8	▲99.2	▼.8
	남50대	(124)	2.4	46.8	48.4	2.4	97.6	2.4
	여19-29세	(124)	0.8	48.4	46.0	4.8	95.2	4.8
	여30대	(126)	4.0	37.3	55.6	3.2	96.8	3.2
	여40대	(124)	0.8	▼25.8	▲68.5	4.8	95.2	4.8
	여50대	(126)	0.0	▼34.1	▲64.3	1.6	98.4	1.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	2.1	46.0	48.3	3.6	96.4	3.6
	스틸 화이트 와인	(133)	0.8	39.1	53.4	6.8	93.2	6.8
	스틸 로제 와인	(236)	3.4	42.4	51.7	2.5	97.5	2.5
	스파클링 레드 와인	(75)	1.3	42.7	52.0	4.0	96.0	4.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	0.0	40.4	57.9	1.8	98.2	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	11.1	38.9	50.0	0.0	▲100.0	0.0
	기타	(9)	11.1	22.2	66.7	0.0	▲100.0	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	1.6	43.0	51.1	4.3	95.7	4.3
	스파클링 와인	(126)	1.6	37.3	59.5	1.6	98.4	1.6
	맥주	(306)	2.9	44.1	50.3	2.6	97.4	2.6
	위스키	(104)	2.9	50.0	43.3	3.8	96.2	3.8
	혼합 알코올류	(61)	1.6	47.5	45.9	4.9	95.1	4.9
	기타	(98)	3.1	39.8	51.0	6.1	93.9	6.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	1.5	46.6	48.1	3.9	96.1	3.9
	Dry & light	(365)	1.4	43.8	52.3	2.5	97.5	2.5
	Sweet & Heavy	(104)	▲7.7	41.3	45.2	5.8	94.2	5.8
	Sweet & light	(325)	2.2	41.2	52.6	4.0	96.0	4.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	0.8	45.6	49.6	4.0	96.0	4.0
	2~3일에 한번	(93)	2.2	40.9	53.8	3.2	96.8	3.2
	1주일에 1회 이상	(319)	3.8	43.3	49.8	3.1	96.9	3.1
	2주일에 1회 이상	(123)	2.4	42.3	50.4	4.9	95.1	4.9
	1달에 1회 이상	(208)	1.0	45.7	51.0	2.4	97.6	2.4
	1달에 1회 미만	(132)	2.3	40.2	52.3	5.3	94.7	5.3
국가별	독일	(500)	3.4	44.4	49.8	2.4	97.6	2.4
	프랑스	(500)	1.2	42.2	51.8	4.8	95.2	4.8
학력별	고졸 이하	(516)	1.7	▼36.4	▲57.8	4.1	95.9	4.1
	대재 이상	(484)	2.9	▲50.6	▼43.4	3.1	96.9	3.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	2.1	▲57.9	▼33.7	6.3	93.7	6.3
	직장인	(594)	2.4	41.2	52.7	3.7	96.3	3.7
	아르바이트	(67)	3.0	43.3	53.7	0.0	▲100.0	0.0
	자영업	(75)	1.3	54.7	40.0	4.0	96.0	4.0
	전업주부	(55)	3.6	43.6	49.1	3.6	96.4	3.6
	무직/기타	(114)	1.8	34.2	▲61.4	2.6	97.4	2.6

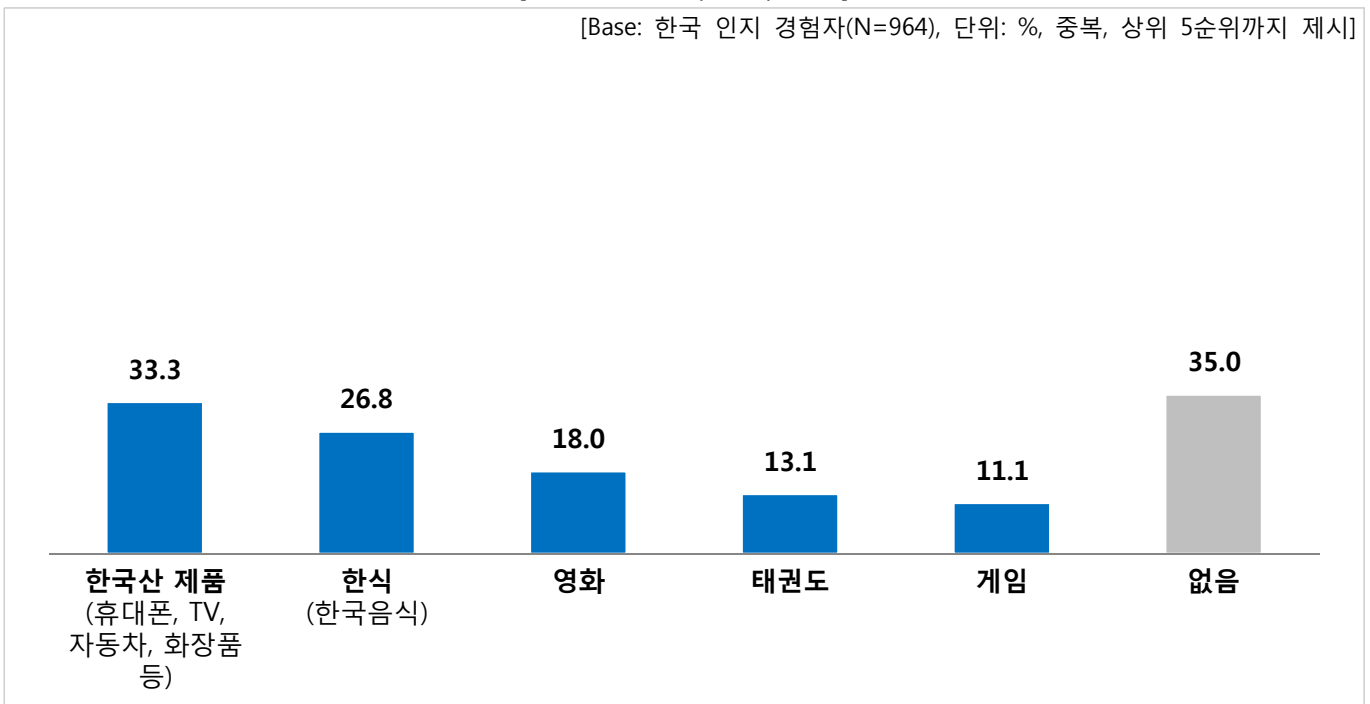
2. 한국 문화 경험

문. 다음 보기 중 경험해 보신 한국 문화가 있으십니까?

- ✓ 한국 문화 경험으로 한국산 제품(휴대폰, TV, 자동차, 화장품 등)이 33.3%로 가장 높고, 다음으로 한식(한국음식)(26.8%), 영화(18.0%) 등의 순으로 나타남.

[그림3-32. 한국 문화 경험]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %, 중복, 상위 5순위까지 제시]



특성별 분석

- ✓ 한국산 제품(휴대폰, TV, 자동차, 화장품 등)은 성별로 남성, 성/연령별로 남30대, 남40대, 최선호 주류별로 위스키, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy에서 상대적으로 높음.
- ✓ 한식(한국음식)은 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-47. 한국 문화 경험 1/3]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %, 중복]

		사례수	한국산 제품	한식	영화	태권도	게임	K-Pop
전체		(964)	33.3	26.8	18.0	13.1	11.1	6.6
성별	남성	(482)	▲42.5	27.6	20.7	16.0	13.3	9.3
	여성	(482)	▼24.1	25.9	15.4	10.2	8.9	▼3.9
연령별	19-29세	(238)	29.4	27.7	20.6	14.3	▲20.2	▲13.0
	30대	(238)	34.5	27.3	▲25.6	12.2	14.3	7.1
	40대	(243)	35.4	29.2	▼12.8	16.0	▼6.6	5.3
	50대	(245)	33.9	22.9	13.5	9.8	▼3.7	▼1.2
성/ 연령별	남19-29세	(120)	37.5	29.2	24.2	15.8	▲25.0	▲16.7
	남30대	(116)	▲47.4	23.3	▲28.4	17.2	17.2	10.3
	남40대	(125)	▲44.0	35.2	12.8	16.0	7.2	8.8
	남50대	(121)	41.3	22.3	18.2	14.9	▼4.1	▼1.7
	여19-29세	(118)	▼21.2	26.3	16.9	12.7	15.3	9.3
	여30대	(122)	▼22.1	31.1	23.0	▼7.4	11.5	4.1
	여40대	(118)	26.3	22.9	12.7	16.1	▼5.9	▼1.7
	여50대	(124)	26.6	23.4	▼8.9	▼4.8	▼3.2	▼.8
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(455)	34.7	28.8	19.6	13.4	11.6	7.7
	스틸 화이트 와인	(124)	32.3	21.8	23.4	8.1	12.9	6.5
	스틸 로제 와인	(230)	31.3	25.7	17.0	15.7	13.5	7.4
	스파클링 레드 와인	(72)	33.3	26.4	▼9.7	15.3	6.9	▼1.4
	스파클링 화이트 와인	(56)	32.1	26.8	12.5	▼3.6	▼1.8	3.6
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	22.2	▼5.6	16.7	0.0	5.6
	기타	(9)	55.6	33.3	22.2	33.3	11.1	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(292)	31.8	24.0	17.1	11.0	8.6	5.1
	스파클링 와인	(124)	▼25.0	24.2	▼10.5	10.5	▼4.8	▼2.4
	맥주	(298)	35.2	26.5	20.8	13.8	14.8	9.7
	위스키	(100)	▲45.0	33.0	27.0	17.0	12.0	10.0
	혼합 알코올류	(58)	37.9	31.0	▼5.2	13.8	13.8	3.4
	기타	(92)	27.2	30.4	20.7	16.3	13.0	5.4
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(198)	▲42.9	32.8	19.7	13.1	11.1	6.1
	Dry & light	(356)	32.6	27.0	18.0	13.2	11.0	6.7
	Sweet & Heavy	(98)	27.6	24.5	17.3	15.3	10.2	12.2
	Sweet & light	(312)	29.8	23.4	17.3	12.2	11.5	5.1
와인 음용 빈도	거의 매일	(120)	30.0	21.7	17.5	15.0	7.5	9.2
	2~3일에 한번	(90)	40.0	36.7	24.4	15.6	12.2	4.4
	1주일에 1회 이상	(309)	32.7	27.2	23.0	12.0	12.6	4.2
	2주일에 1회 이상	(117)	35.0	28.2	12.0	11.1	12.0	12.0
	1달에 1회 이상	(203)	35.0	25.1	14.3	13.8	12.3	5.4
	1달에 1회 미만	(125)	28.8	24.8	13.6	12.8	7.2	8.8
국가별	독일	(488)	38.3	▲31.8	▼13.5	▲19.7	10.9	8.2
	프랑스	(476)	▼28.2	▼21.6	▲22.7	▼6.3	11.3	5.0
학력별	고졸 이하	(495)	31.5	23.2	14.7	11.7	8.3	4.6
	대재 이상	(469)	35.2	30.5	21.5	14.5	14.1	8.7
직업별	대학생/대학원생	(89)	28.1	30.3	20.2	14.6	▲23.6	▲18.0
	직장인	(572)	34.3	26.6	18.4	12.6	11.0	5.8
	아르바이트	(67)	28.4	20.9	16.4	▼6.0	14.9	9.0
	자영업	(72)	41.7	34.7	18.1	19.4	▼4.2	6.9
	전업주부	(53)	35.8	28.3	22.6	18.9	11.3	▼1.9
	무직/기타	(111)	28.8	22.5	13.5	11.7	▼3.6	▼2.7

[표3-48. 한국 문화 경험 2/3]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %, 중복]

		사례수	패션	문학	스포츠(한국골프, 한국축구, 한국야구 등)	한국관광	전통문화(한옥, 템플스테이, 사물놀이 등)	미용(화장품, 성형)
전체		(964)	6.5	6.2	6.1	5.4	5.1	4.5
성별	남성	(482)	5.2	5.2	▲9.5	7.1	6.4	▼2.5
	여성	(482)	7.9	7.3	▼2.7	3.7	3.7	6.4
연령별	19-29세	(238)	8.8	5.5	9.7	6.7	4.6	5.5
	30대	(238)	7.6	9.7	4.2	5.0	▲10.1	6.3
	40대	(243)	5.3	5.3	4.9	4.1	4.1	3.7
	50대	(245)	4.5	4.5	5.7	5.7	▼1.6	2.4
성/연령별	남19-29세	(120)	8.3	▼8	▲13.3	10.0	6.7	5.0
	남30대	(116)	4.3	10.3	7.8	5.2	10.3	3.4
	남40대	(125)	4.8	4.8	8.0	5.6	6.4	▼8
	남50대	(121)	3.3	5.0	9.1	7.4	2.5	▼8
	여19-29세	(118)	9.3	10.2	5.9	3.4	2.5	5.9
	여30대	(122)	10.7	9.0	▼8	4.9	9.8	9.0
	여40대	(118)	5.9	5.9	▼1.7	2.5	▼1.7	6.8
	여50대	(124)	5.6	4.0	▼2.4	4.0	▼8	4.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(455)	5.5	6.4	5.9	5.7	4.8	3.5
	스틸 화이트 와인	(124)	11.3	8.9	5.6	4.8	5.6	6.5
	스틸 로제 와인	(230)	6.1	5.2	7.0	3.5	4.8	5.7
	스파클링 레드 와인	(72)	5.6	4.2	8.3	8.3	5.6	4.2
	스파클링 화이트 와인	(56)	8.9	5.4	▼1.8	7.1	3.6	3.6
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	11.1	11.1	16.7	0.0
	기타	(9)	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1
최 선호 주류	스틸 와인	(292)	5.1	5.8	▼2.7	▼2.7	3.1	3.8
	스파클링 와인	(124)	4.0	4.8	4.8	4.8	3.2	5.6
	맥주	(298)	8.1	7.4	7.0	6.0	5.4	4.7
	위스키	(100)	9.0	7.0	▲13.0	9.0	▲13.0	6.0
	혼합 알코올류	(58)	▼1.7	0.0	6.9	6.9	3.4	0.0
	기타	(92)	9.8	8.7	7.6	7.6	5.4	5.4
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(198)	7.1	5.6	7.6	5.6	4.5	3.5
	Dry & light	(356)	5.1	6.2	5.6	5.6	4.8	4.2
	Sweet & Heavy	(98)	3.1	4.1	8.2	9.2	8.2	4.1
	Sweet & light	(312)	9.0	7.4	5.1	3.8	4.8	5.4
와인 음용 빈도	거의 매일	(120)	5.0	6.7	4.2	5.8	3.3	3.3
	2~3일에 한번	(90)	4.4	5.6	4.4	4.4	8.9	6.7
	1주일에 1회 이상	(309)	8.7	7.4	5.8	5.8	7.1	6.1
	2주일에 1회 이상	(117)	5.1	8.5	6.8	6.0	6.0	2.6
	1달에 1회 이상	(203)	7.4	6.4	7.9	4.9	▼2.0	4.4
	1달에 1회 미만	(125)	4.0	▼8	6.4	4.8	3.2	▼1.6
국가별	독일	(488)	5.7	4.7	▲9.4	6.8	7.6	▼2.0
	프랑스	(476)	7.4	7.8	▼2.7	4.0	▼2.5	6.9
학력별	고졸 이하	(495)	4.8	4.4	6.1	4.6	4.6	3.8
	대재 이상	(469)	8.3	8.1	6.2	6.2	5.5	5.1
직업별	대학생/대학원생	(89)	11.2	7.9	11.2	6.7	4.5	4.5
	직장인	(572)	6.8	5.6	5.9	6.1	5.8	4.9
	아르바이트	(67)	4.5	7.5	9.0	6.0	7.5	3.0
	자영업	(72)	2.8	11.1	4.2	4.2	2.8	5.6
	전업주부	(53)	7.5	5.7	7.5	0.0	1.9	5.7
	무직/기타	(111)	4.5	4.5	▼1.8	3.6	3.6	1.8

[표3-49. 한국 문화 경험 3/3]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %, 중복]

		사례수	드라마	한글(한국어)	의료	기타	없음
전체		(964)	3.6	3.4	3.3	1.8	35.0
성별	남성	(482)	3.9	4.8	3.7	2.3	▼27.4
	여성	(482)	3.3	2.1	2.9	1.2	▲42.5
연령별	19-29세	(238)	5.9	5.9	3.4	1.7	32.8
	30대	(238)	4.2	5.0	3.4	1.7	▼26.9
	40대	(243)	2.5	▼.8	2.5	1.6	37.0
	50대	(245)	2.0	2.0	4.1	2.0	▲42.9
성/ 연령별	남19-29세	(120)	5.8	▲9.2	5.0	3.3	▼25.0
	남30대	(116)	6.0	6.0	3.4	1.7	▼17.2
	남40대	(125)	1.6	1.6	3.2	1.6	29.6
	남50대	(121)	2.5	2.5	3.3	2.5	37.2
	여19-29세	(118)	5.9	2.5	1.7	0.0	40.7
	여30대	(122)	2.5	4.1	3.3	1.6	36.1
	여40대	(118)	3.4	0.0	1.7	1.7	▲44.9
	여50대	(124)	1.6	1.6	4.8	1.6	▲48.4
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(455)	3.5	3.3	4.4	2.0	33.6
	스틸 화이트 와인	(124)	2.4	1.6	3.2	1.6	37.1
	스틸 로제 와인	(230)	4.8	3.9	3.0	0.9	33.0
	스파클링 레드 와인	(72)	5.6	4.2	1.4	2.8	37.5
	스파클링 화이트 와인	(56)	1.8	3.6	0.0	1.8	41.1
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	11.1	0.0	0.0	50.0
	기타	(9)	0.0	0.0	0.0	11.1	33.3
최 선호 주류	스틸 와인	(292)	▼1.4	▼1.0	2.4	1.4	▲42.8
	스파클링 와인	(124)	1.6	3.2	3.2	2.4	41.9
	맥주	(298)	5.7	4.7	4.0	2.0	29.5
	위스키	(100)	4.0	8.0	5.0	1.0	▼18.0
	혼합 알코올류	(58)	1.7	1.7	3.4	1.7	39.7
	기타	(92)	7.6	3.3	2.2	2.2	33.7
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(198)	3.0	3.0	3.5	0.0	▼27.3
	Dry & light	(356)	3.4	4.2	3.4	2.8	35.7
	Sweet & Heavy	(98)	2.0	5.1	4.1	1.0	31.6
	Sweet & light	(312)	4.8	2.2	2.9	1.9	40.1
와인 음용 빈도	거의 매일	(120)	2.5	1.7	5.0	0.8	36.7
	2~3일에 한번	(90)	3.3	2.2	5.6	1.1	27.8
	1주일에 1회 이상	(309)	2.6	3.2	3.9	0.0	33.0
	2주일에 1회 이상	(117)	6.8	4.3	3.4	1.7	32.5
	1달에 1회 이상	(203)	4.4	2.5	2.0	▲4.9	35.0
	1달에 1회 미만	(125)	3.2	7.2	▼.8	2.4	▲45.6
국가별	독일	(488)	5.3	5.5	3.9	2.5	31.8
	프랑스	(476)	▼1.9	▼1.3	2.7	1.1	38.2
학력별	고졸 이하	(495)	3.2	2.8	4.2	1.6	▲41.4
	대재 이상	(469)	4.1	4.1	2.3	1.9	▼28.1
직업별	대학생/대학원생	(89)	9.0	6.7	2.2	4.5	29.2
	직장인	(572)	3.3	3.3	3.1	1.2	33.9
	아르바이트	(67)	3.0	1.5	4.5	0.0	41.8
	자영업	(72)	4.2	5.6	5.6	1.4	30.6
	전업주부	(53)	3.8	0.0	5.7	1.9	34.0
	무직/기타	(111)	▼.9	2.7	1.8	3.6	44.1

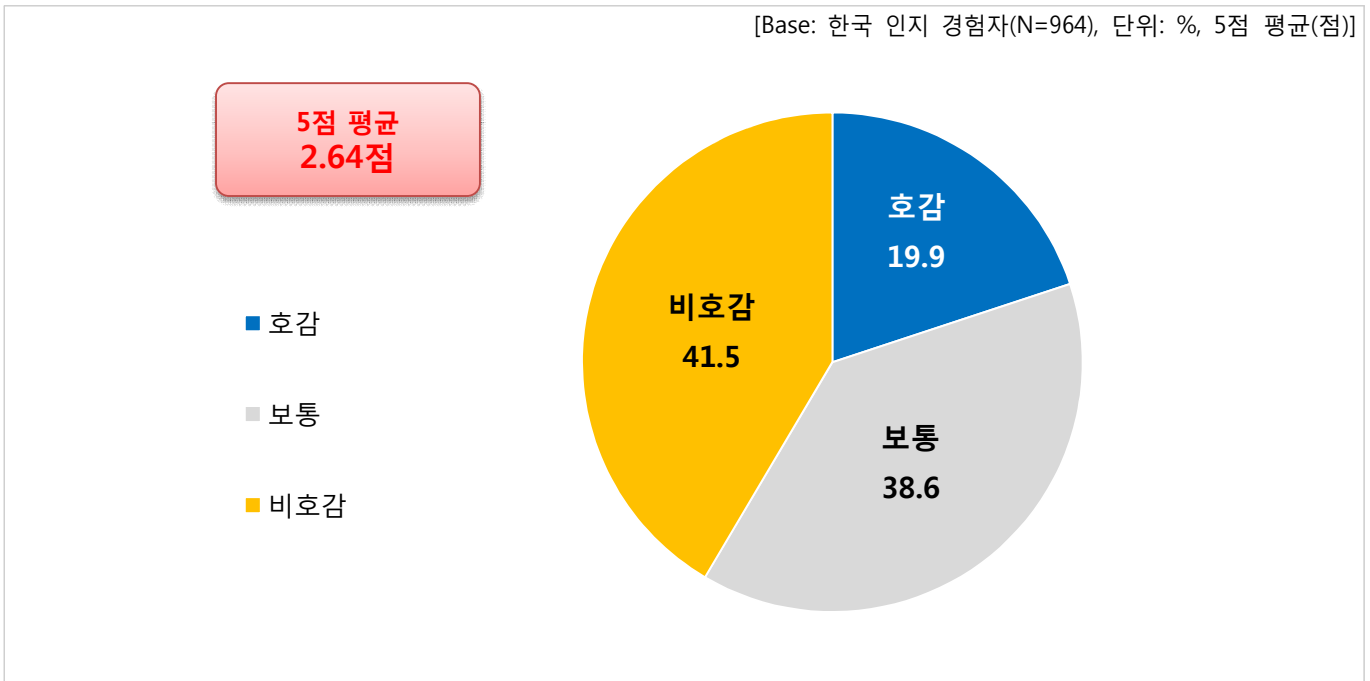
3. 한국 대중문화 호감도

문. 귀하께서는 드라마, 영화, K-pop, 음식 등 한국 대중문화 전반에 대한 호감도는 어떠하십니까?

✓ 한국 대중문화 호감도는 19.9%(5점 평균 2.64)로 낮은 수준으로 판단됨.

[그림3-33. 한국 대중문화 호감도]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %, 5점 평균(점)]



특성별 분석

- ✓ '호감'은 선호 와인 맛별로 Sweet&Heavy, 와인 음용 빈도별로 거의매일(와인 음용 빈도가 많을수록)에서 상대적으로 높음.
- ✓ '비호감'은 최근 음용 와인별로 스파클링 화이트 와인, 최선호 주류별로 스파클링 와인, 와인 음용 빈도별로 1달에 1회 미만(음용 빈도가 적을수록)에서 상대적으로 높음.

[표3-50. 한국 대중문화 호감도]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	호감도가 매우 낮다	호감도가 낮다	보통	호감도가 높다	호감도가 매우 높다	비호감	보통	호감	5점 평균(점)
전체		(964)	16.3	25.2	38.6	17.6	2.3	41.5	38.6	19.9	2.64
성별	남성	(482)	13.7	24.3	40.5	19.1	2.5	38.0	40.5	21.6	2.72
	여성	(482)	18.9	26.1	36.7	16.2	2.1	45.0	36.7	18.3	2.56
연령별	19-29세	(238)	15.1	24.8	39.1	18.9	2.1	39.9	39.1	21.0	2.68
	30대	(238)	15.5	22.3	39.5	18.5	4.2	37.8	39.5	22.7	2.74
	40대	(243)	16.5	25.9	40.7	16.0	0.8	42.4	40.7	16.9	2.59
	50대	(245)	18.0	27.8	35.1	17.1	2.0	45.7	35.1	19.2	2.58
성/ 연령별	남19-29세	(120)	11.7	25.0	39.2	22.5	1.7	36.7	39.2	24.2	2.78
	남30대	(116)	▼9.5	18.1	46.6	22.4	3.4	▼27.6	46.6	25.9	2.92
	남40대	(125)	18.4	27.2	36.0	16.8	1.6	45.6	36.0	18.4	2.56
	남50대	(121)	14.9	26.4	40.5	14.9	3.3	41.3	40.5	18.2	2.65
	여19-29세	(118)	18.6	24.6	39.0	15.3	2.5	43.2	39.0	17.8	2.58
	여30대	(122)	21.3	26.2	32.8	14.8	4.9	47.5	32.8	19.7	2.56
	여40대	(118)	14.4	24.6	45.8	15.3	0.0	39.0	45.8	15.3	2.62
	여50대	(124)	21.0	29.0	▼29.8	19.4	0.8	50.0	▼29.8	20.2	2.50
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(455)	14.3	25.3	40.2	17.4	2.9	39.6	40.2	20.2	2.69
	스틸 화이트 와인	(124)	16.9	23.4	39.5	17.7	2.4	40.3	39.5	20.2	2.65
	스틸 로제 와인	(230)	19.6	23.0	37.8	18.3	1.3	42.6	37.8	19.6	2.59
	스파클링 레드 와인	(72)	12.5	26.4	36.1	20.8	4.2	38.9	36.1	25.0	2.78
	스파클링 화이트 와인	(56)	21.4	35.7	28.6	14.3	0.0	▲57.1	28.6	14.3	2.36
	스파클링 로제 와인	(18)	16.7	38.9	27.8	16.7	0.0	55.6	27.8	16.7	2.44
	기타	(9)	22.2	0.0	66.7	11.1	0.0	22.2	66.7	11.1	2.67
최 선호 주류	스틸 와인	(292)	19.9	24.7	40.4	14.0	1.0	44.5	40.4	▼15.1	2.52
	스파클링 와인	(124)	▲24.2	30.6	▼29.0	15.3	0.8	▲54.8	▼29.0	16.1	2.38
	맥주	(298)	14.4	26.2	37.9	19.1	2.3	40.6	37.9	21.5	2.69
	위스키	(100)	12.0	22.0	39.0	21.0	6.0	34.0	39.0	27.0	2.87
	혼합 알코올류	(58)	▼8.6	29.3	34.5	22.4	5.2	37.9	34.5	27.6	2.86
	기타	(92)	▼9.8	17.4	▲50.0	20.7	2.2	▼27.2	▲50.0	22.8	2.88
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(198)	15.2	25.8	40.9	16.2	2.0	40.9	40.9	18.2	2.64
	Dry & light	(356)	15.2	26.4	41.9	14.9	1.7	41.6	41.9	16.6	2.62
	Sweet & Heavy	(98)	11.2	25.5	33.7	23.5	6.1	36.7	33.7	▲29.6	2.88
	Sweet & light	(312)	19.9	23.4	34.9	19.9	1.9	43.3	34.9	21.8	2.61
와인 음용 빈도	거의 매일	(120)	16.7	▼17.5	36.7	▲26.7	2.5	34.2	36.7	▲29.2	2.81
	2~3일에 한번	(90)	15.6	21.1	41.1	17.8	4.4	36.7	41.1	22.2	2.74
	1주일에 1회 이상	(309)	14.6	23.9	39.5	18.4	3.6	38.5	39.5	22.0	2.72
	2주일에 1회 이상	(117)	13.7	29.1	39.3	16.2	1.7	42.7	39.3	17.9	2.63
	1달에 1회 이상	(203)	18.7	26.6	37.4	16.3	1.0	45.3	37.4	17.2	2.54
	1달에 1회 미만	(125)	19.2	32.8	37.6	▼10.4	0.0	▲52.0	37.6	▼10.4	2.39
국가별	독일	(488)	12.7	27.0	37.3	19.3	3.7	39.8	37.3	23.0	2.74
	프랑스	(476)	20.0	23.3	39.9	16.0	▼.8	43.3	39.9	16.8	2.54
학력별	고졸 이하	(495)	17.6	26.5	35.2	17.4	3.4	44.0	35.2	20.8	2.63
	대재 이상	(469)	14.9	23.9	42.2	17.9	1.1	38.8	42.2	19.0	2.66
직업별	대학생/대학원생	(89)	12.4	30.3	46.1	▼10.1	1.1	42.7	46.1	▼11.2	2.57
	직장인	(572)	17.5	25.3	36.0	18.4	2.8	42.8	36.0	21.2	2.64
	아르바이트	(67)	19.4	26.9	34.3	16.4	3.0	46.3	34.3	19.4	2.57
	자영업	(72)	15.3	25.0	36.1	20.8	2.8	40.3	36.1	23.6	2.71
	전업주부	(53)	11.3	▼13.2	▲54.7	20.8	0.0	▼24.5	▲54.7	20.8	2.85
	무직/기타	(111)	14.4	25.2	42.3	17.1	0.9	39.6	42.3	18.0	2.65

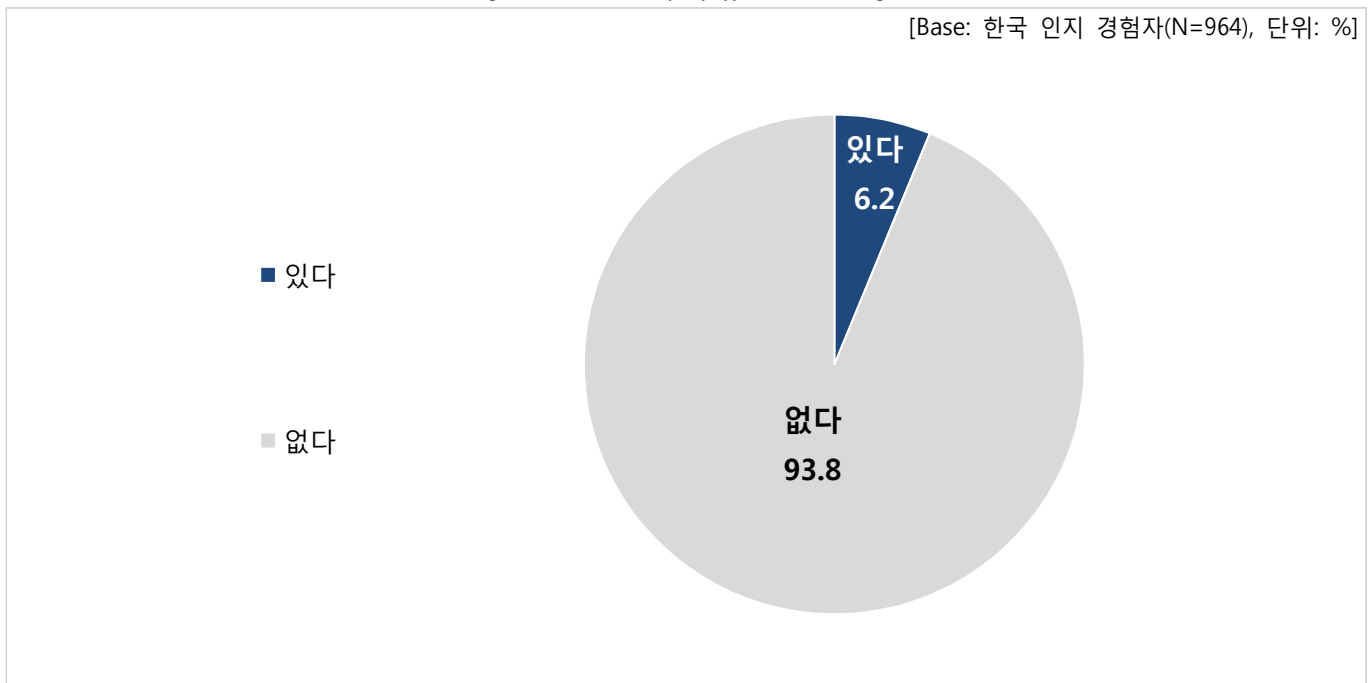
4. 한국 주류 음용 경험

문. 귀하께서는 한국 술을 드셔본 경험이 있으십니까?

- ✓ 한국 주류 음용 경험은 6.2%에 불과해, 대부분의 소비자들이 한국 주류를 음용한 경험이 없는 것으로 나타남.

[그림3-34. 한국 주류 음용 경험]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %]



특성별 분석

- ✓ '있다'는 최선호 주류별로 위스키에서 상대적으로 높음.
- ✓ '없다'는 성/연령별로 여40대, 최근 음용 와인별로 스파클링 화이트 와인, 스파클링 로제 와인, 최선호 주류별로 스틸 와인, 혼합 알코올류, 국가별로 프랑스, 직업별로 대학생/대학원생, 전업주부에서 상대적으로 높음.

[표3-51. 한국 주류 음용 경험]

[Base: 한국 인지 경험자(N=964), 단위: %]

		사례수	있다	없다
전체		(964)	6.2	93.8
성별	남성	(482)	7.5	92.5
	여성	(482)	5.0	95.0
연령별	19-29세	(238)	5.9	94.1
	30대	(238)	8.4	91.6
	40대	(243)	5.8	94.2
	50대	(245)	4.9	95.1
성/ 연령별	남19-29세	(120)	7.5	92.5
	남30대	(116)	7.8	92.2
	남40대	(125)	8.8	91.2
	남50대	(121)	5.8	94.2
	여19-29세	(118)	4.2	95.8
	여30대	(122)	9.0	91.0
	여40대	(118)	▼2.5	▲97.5
	여50대	(124)	4.0	96.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(455)	6.4	93.6
	스틸 화이트 와인	(124)	7.3	92.7
	스틸 로제 와인	(230)	6.5	93.5
	스파클링 레드 와인	(72)	9.7	90.3
	스파클링 화이트 와인	(56)	0.0	▲100.0
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	▲100.0
	기타	(9)	0.0	▲100.0
최선호 주류	스틸 와인	(292)	▼3.4	▲96.6
	스파클링 와인	(124)	4.0	96.0
	맥주	(298)	8.1	91.9
	위스키	(100)	▲13.0	▼87.0
	혼합 알코올류	(58)	0.0	▲100.0
	기타	(92)	8.7	91.3
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(198)	6.6	93.4
	Dry & light	(356)	6.5	93.5
	Sweet & Heavy	(98)	8.2	91.8
	Sweet & light	(312)	5.1	94.9
와인 음용 빈도	거의 매일	(120)	7.5	92.5
	2~3일에 한번	(90)	6.7	93.3
	1주일에 1회 이상	(309)	6.8	93.2
	2주일에 1회 이상	(117)	8.5	91.5
	1달에 1회 이상	(203)	4.4	95.6
	1달에 1회 미만	(125)	4.0	96.0
국가별	독일	(488)	8.6	91.4
	프랑스	(476)	▼3.8	▲96.2
학력별	고졸 이하	(495)	5.5	94.5
	대재 이상	(469)	7.0	93.0
직업별	대학생/대학원생	(89)	▼2.2	▲97.8
	직장인	(572)	7.5	92.5
	아르바이트	(67)	9.0	91.0
	자영업	(72)	6.9	93.1
	전업주부	(53)	▼1.9	▲98.1
	무직/기타	(111)	▼2.7	▲97.3

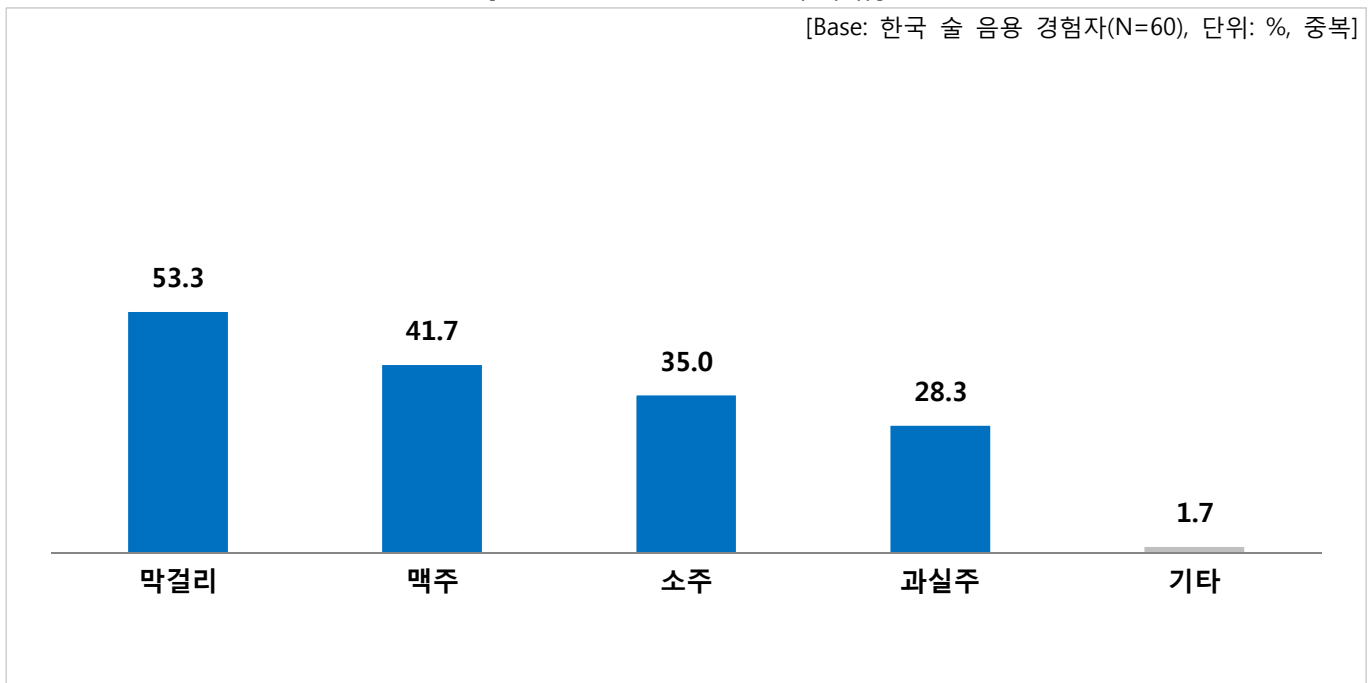
5. 음용 경험 한국 주류 (중복응답)

문. 어떤 술을 드셔보셨습니까?

- 음용 경험이 있는 주류는 막걸리가 가장 높으며, 그 다음으로 맥주, 소주 등의 순으로 나타남.

[그림3-35. 음용 경험 한국 주류]

[Base: 한국 술 음용 경험자(N=60), 단위: %, 중복]



특성별 분석

- 막걸리는 연령별로 50대, 성/연령별로 남50대에서 상대적으로 높음.
- 맥주는 직업별로 자영업에서 상대적으로 높음.

[표3-52. 음용 경험 한국 주류]

[Base: 한국 술 음용 경험자(N=60), 단위: %, 중복]

		사례수	막걸리	맥주	소주	과실주	기타
전체		(60)	53.3	41.7	35.0	28.3	1.7
성별	남성	(36)	52.8	47.2	36.1	30.6	0.0
	여성	(24)	54.2	33.3	33.3	25.0	4.2
연령별	19-29세	(14)	35.7	50.0	42.9	14.3	0.0
	30대	(20)	60.0	35.0	50.0	40.0	0.0
	40대	(14)	35.7	35.7	21.4	35.7	0.0
	50대	(12)	▲83.3	50.0	16.7	16.7	8.3
성/ 연령별	남19-29세	(9)	33.3	66.7	44.4	22.2	0.0
	남30대	(9)	55.6	33.3	55.6	33.3	0.0
	남40대	(11)	36.4	36.4	27.3	36.4	0.0
	남50대	(7)	▲100.0	57.1	14.3	28.6	0.0
	여19-29세	(5)	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
	여30대	(11)	63.6	36.4	45.5	45.5	0.0
	여40대	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
	여50대	(5)	60.0	40.0	20.0	0.0	20.0
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(29)	62.1	44.8	27.6	27.6	0.0
	스틸 화이트 와인	(9)	55.6	22.2	55.6	33.3	0.0
	스틸 로제 와인	(15)	▼26.7	60.0	33.3	20.0	6.7
	스파클링 레드 와인	(7)	71.4	14.3	42.9	42.9	0.0
최 선호 주류	스틸 와인	(10)	60.0	50.0	20.0	30.0	10.0
	스파클링 와인	(5)	40.0	20.0	60.0	20.0	0.0
	맥주	(24)	58.3	41.7	41.7	41.7	0.0
	위스키	(13)	46.2	46.2	30.8	▼7.7	0.0
	기타	(8)	50.0	37.5	25.0	25.0	0.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(13)	30.8	61.5	23.1	23.1	0.0
	Dry & light	(23)	65.2	34.8	39.1	17.4	4.3
	Sweet & Heavy	(8)	75.0	37.5	25.0	0.0	0.0
	Sweet & light	(16)	43.8	37.5	43.8	▲62.5	0.0
와인 음용 빈도	거의 매일	(9)	44.4	44.4	44.4	11.1	0.0
	2~3일에 한번	(6)	50.0	33.3	33.3	16.7	16.7
	1주일에 1회 이상	(21)	57.1	47.6	38.1	38.1	0.0
	2주일에 1회 이상	(10)	30.0	50.0	50.0	30.0	0.0
	1달에 1회 이상	(9)	66.7	22.2	0.0	33.3	0.0
	1달에 1회 미만	(5)	80.0	40.0	40.0	20.0	0.0
국가별	독일	(42)	64.3	40.5	33.3	28.6	2.4
	프랑스	(18)	▼27.8	44.4	38.9	27.8	0.0
학력별	고졸 이하	(27)	59.3	33.3	29.6	37.0	3.7
	대재 이상	(33)	48.5	48.5	39.4	21.2	0.0
직업별	대학생/대학원생	(2)	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	직장인	(43)	55.8	37.2	41.9	27.9	2.3
	아르바이트	(6)	50.0	33.3	33.3	50.0	0.0
	자영업	(5)	0.0	▲100.0	0.0	20.0	0.0
	전업주부	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	무직/기타	(3)	100.0	33.3	0.0	33.3	0.0

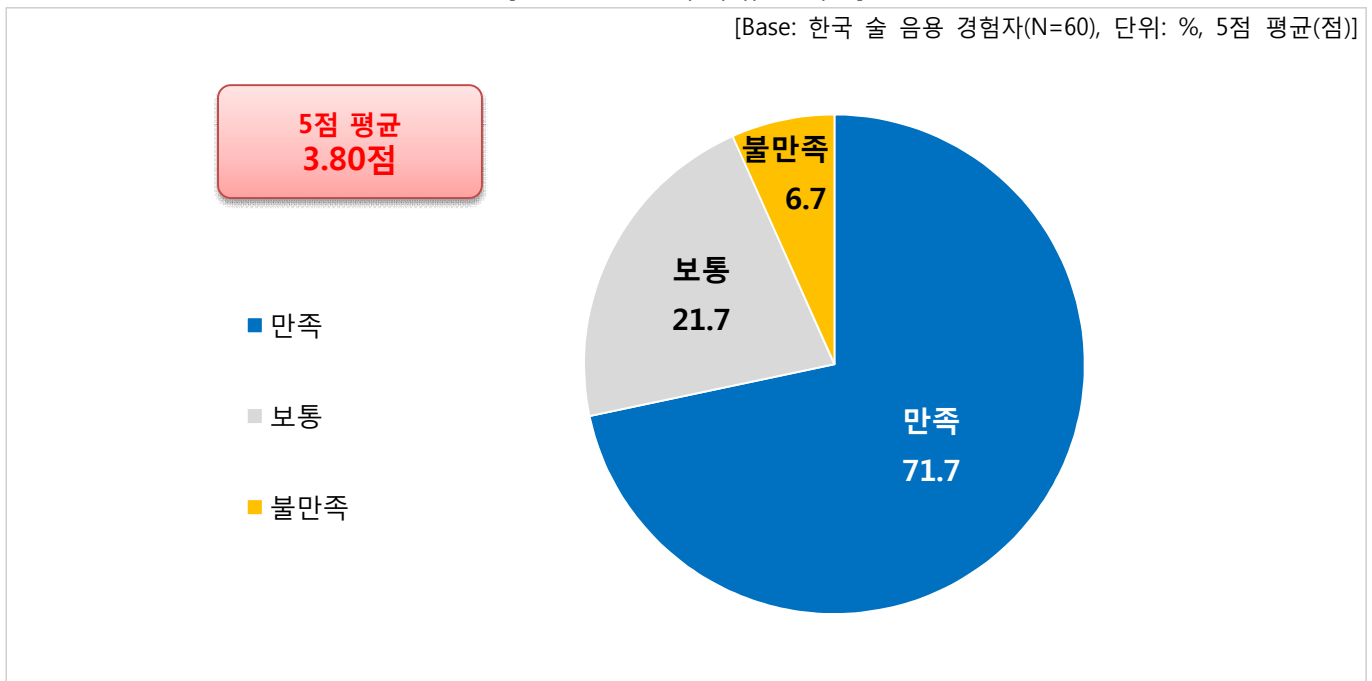
6. 한국 주류 만족도

문. 귀하께서 드셔본 한국 술에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

✓ 한국 주류에 대한 만족도는 71.7%(5점 평균 3.80)로 높은 수준임.

[그림3-36. 한국 주류 만족도]

[Base: 한국 술 음용 경험자(N=60), 단위: %, 5점 평균(점)]



특성별 분석

✓ '만족'은 연령별로 30대에서 상대적으로 높음.

[표3-53. 한국 주류 만족도]

[Base: 한국 술 음용 경험자(N=60), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	보통	만족	5점 평균(점)
전체		(60)	1.7	5.0	21.7	55.0	16.7	6.7	21.7	71.7	3.80
성별	남성	(36)	2.8	2.8	16.7	55.6	22.2	5.6	16.7	77.8	3.92
	여성	(24)	0.0	8.3	29.2	54.2	8.3	8.3	29.2	62.5	3.63
연령별	19-29세	(14)	0.0	7.1	28.6	57.1	7.1	7.1	28.6	64.3	3.64
	30대	(20)	0.0	0.0	10.0	70.0	20.0	0.0	10.0	▲90.0	4.10
	40대	(14)	7.1	7.1	28.6	42.9	14.3	14.3	28.6	57.1	3.50
	50대	(12)	0.0	8.3	25.0	41.7	25.0	8.3	25.0	66.7	3.83
성/연령별	남19-29세	(9)	0.0	0.0	22.2	66.7	11.1	0.0	22.2	77.8	3.89
	남30대	(9)	0.0	0.0	11.1	55.6	33.3	0.0	11.1	88.9	4.22
	남40대	(11)	9.1	9.1	18.2	45.5	18.2	18.2	18.2	63.6	3.55
	남50대	(7)	0.0	0.0	14.3	57.1	28.6	0.0	14.3	85.7	4.14
	여19-29세	(5)	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0	20.0	40.0	40.0	3.20
	여30대	(11)	0.0	0.0	9.1	▲81.8	9.1	0.0	9.1	90.9	4.00
	여40대	(3)	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	3.33
	여50대	(5)	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0	40.0	3.40
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(29)	3.4	3.4	24.1	55.2	13.8	6.9	24.1	69.0	3.72
	스틸 화이트 와인	(9)	0.0	22.2	0.0	77.8	0.0	22.2	0.0	77.8	3.56
	스틸 로제 와인	(15)	0.0	0.0	26.7	40.0	33.3	0.0	26.7	73.3	4.07
	스파클링 레드 와인	(7)	0.0	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0	28.6	71.4	3.86
최 선호 주류	스틸 와인	(10)	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	20.0	80.0	4.00
	스파클링 와인	(5)	0.0	0.0	▲80.0	20.0	0.0	0.0	▲80.0	▼20.0	3.20
	맥주	(24)	4.2	4.2	16.7	62.5	12.5	8.3	16.7	75.0	3.75
	위스키	(13)	0.0	7.7	7.7	46.2	38.5	7.7	7.7	84.6	4.15
	기타	(8)	0.0	12.5	25.0	62.5	0.0	12.5	25.0	62.5	3.50
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(13)	7.7	0.0	7.7	69.2	15.4	7.7	7.7	84.6	3.85
	Dry & light	(23)	0.0	4.3	30.4	56.5	8.7	4.3	30.4	65.2	3.70
	Sweet & Heavy	(8)	0.0	0.0	37.5	37.5	25.0	0.0	37.5	62.5	3.88
	Sweet & light	(16)	0.0	12.5	12.5	50.0	25.0	12.5	12.5	75.0	3.88
와인 음용 빈도	거의 매일	(9)	0.0	0.0	11.1	66.7	22.2	0.0	11.1	88.9	4.11
	2~3일에 한번	(6)	0.0	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0	16.7	83.3	4.00
	1주일에 1회 이상	(21)	0.0	0.0	23.8	47.6	28.6	0.0	23.8	76.2	4.05
	2주일에 1회 이상	(10)	0.0	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0	20.0	80.0	3.80
	1달에 1회 이상	(9)	11.1	11.1	33.3	33.3	11.1	22.2	33.3	44.4	3.22
	1달에 1회 미만	(5)	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0	40.0	20.0	40.0	3.00
국가별	독일	(42)	2.4	4.8	21.4	52.4	19.0	7.1	21.4	71.4	3.81
	프랑스	(18)	0.0	5.6	22.2	61.1	11.1	5.6	22.2	72.2	3.78
학력별	고졸 이하	(27)	3.7	0.0	18.5	55.6	22.2	3.7	18.5	77.8	3.93
	대재 이상	(33)	0.0	9.1	24.2	54.5	12.1	9.1	24.2	66.7	3.70
직업별	대학생/대학원생	(2)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	직장인	(43)	2.3	7.0	23.3	55.8	11.6	9.3	23.3	67.4	3.67
	아르바이트	(6)	0.0	0.0	16.7	33.3	50.0	0.0	16.7	83.3	4.33
	자영업	(5)	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	20.0	80.0	4.00
	전업주부	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	3.00
	무직/기타	(3)	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	100.0	4.33

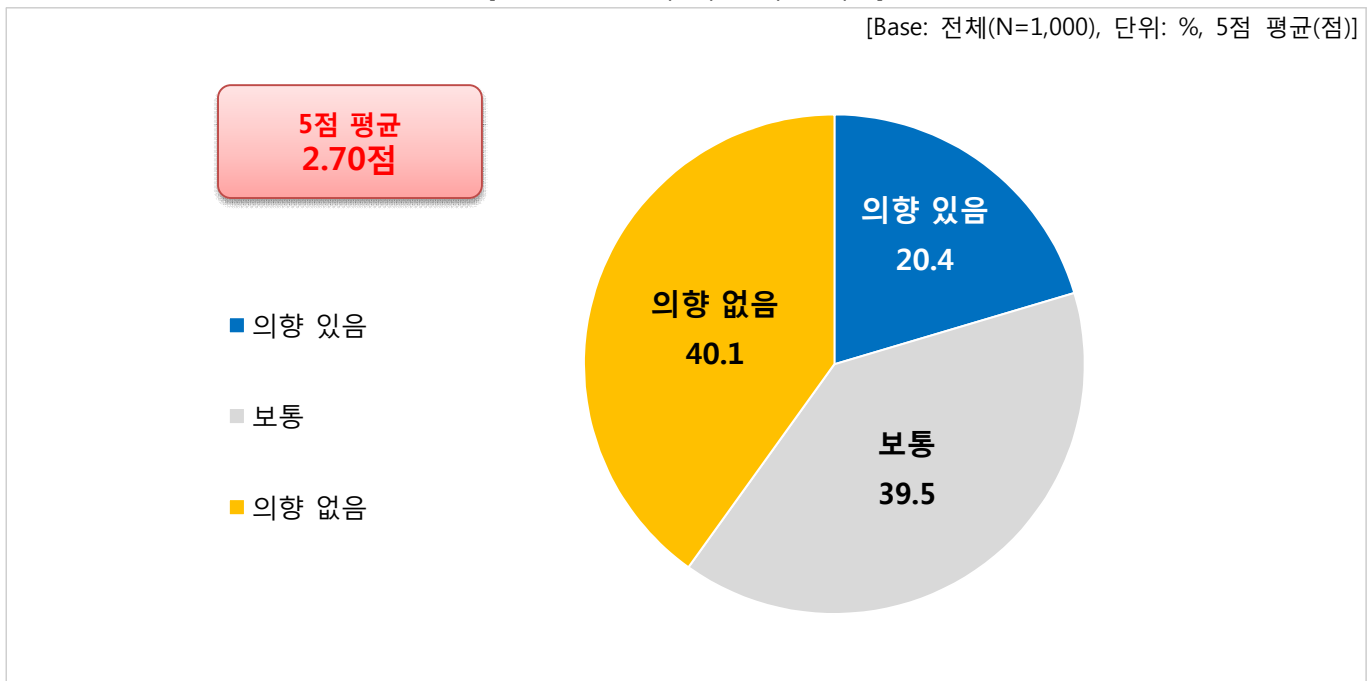
7. 한국 식당 이용 의향

문. 귀하께서는 향후 한국 음식점에서 식사를 하실 의향이 있으십니까?

✔ 향후 한국 식당 이용 의향은 20.4%(5점 평균 2.70)로 낮은 수준임.

[그림3-37. 한국 식당 이용 의향]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]



📁 특성별 분석

✔ '의향 있음'은 최선호 주류별로 위스키에서 상대적으로 높음.

✔ '의향 없음'은 성/연령별로 여50대, 최선호 주류별로 스파클링 와인. 와인 음용 빈도별로 1달에 1회미만에서 상대적으로 높음.

[표3-54. 한국 식당 이용 의향]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	전혀 없다	별로 없다	보통	조금 있다	매우 많다	의향 없음	보통	의향 있음	5점 평균(점)
전체		(1,000)	14.1	26.0	39.5	16.8	3.6	40.1	39.5	20.4	2.70
성별	남성	(500)	12.2	23.6	41.8	19.4	3.0	35.8	41.8	22.4	2.77
	여성	(500)	16.0	28.4	37.2	14.2	4.2	44.4	37.2	18.4	2.62
연령별	19-29세	(250)	▼9.2	28.4	40.0	20.0	2.4	37.6	40.0	22.4	2.78
	30대	(250)	15.6	20.8	40.8	16.4	6.4	36.4	40.8	22.8	2.77
	40대	(250)	17.6	24.4	38.8	15.6	3.6	42.0	38.8	19.2	2.63
	50대	(250)	14.0	30.4	38.4	15.2	2.0	44.4	38.4	17.2	2.61
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▼7.1	28.6	38.9	23.8	1.6	35.7	38.9	25.4	2.84
	남30대	(124)	12.1	▼17.7	▲49.2	16.1	4.8	▼29.8	▲49.2	21.0	2.84
	남40대	(126)	15.1	23.8	37.3	20.6	3.2	38.9	37.3	23.8	2.73
	남50대	(124)	14.5	24.2	41.9	16.9	2.4	38.7	41.9	19.4	2.69
	여19-29세	(124)	11.3	28.2	41.1	16.1	3.2	39.5	41.1	19.4	2.72
	여30대	(126)	19.0	23.8	32.5	16.7	7.9	42.9	32.5	24.6	2.71
	여40대	(124)	20.2	25.0	40.3	▼10.5	4.0	45.2	40.3	14.5	2.53
	여50대	(126)	13.5	▲36.5	34.9	13.5	1.6	▲50.0	34.9	15.1	2.53
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	12.9	25.8	39.2	18.6	3.4	38.8	39.2	22.0	2.74
	스틸 화이트 와인	(133)	13.5	26.3	43.6	13.5	3.0	39.8	43.6	16.5	2.66
	스틸 로제 와인	(236)	16.1	22.9	39.8	16.1	5.1	39.0	39.8	21.2	2.71
	스파클링 레드 와인	(75)	10.7	32.0	34.7	20.0	2.7	42.7	34.7	22.7	2.72
	스파클링 화이트 와인	(57)	21.1	26.3	40.4	10.5	1.8	47.4	40.4	12.3	2.46
	스파클링 로제 와인	(18)	11.1	38.9	33.3	11.1	5.6	50.0	33.3	16.7	2.61
	기타	(9)	22.2	33.3	33.3	11.1	0.0	55.6	33.3	11.1	2.33
최선호 주류	스틸 와인	(305)	16.7	26.2	39.7	13.4	3.9	43.0	39.7	17.4	2.62
	스파클링 와인	(126)	19.8	31.7	34.1	12.7	1.6	▲51.6	34.1	14.3	2.44
	맥주	(306)	13.7	25.2	39.2	19.0	2.9	38.9	39.2	21.9	2.72
	위스키	(104)	8.7	▼17.3	41.3	25.0	7.7	▼26.0	41.3	▲32.7	3.06
	혼합 알코올류	(61)	▼4.9	32.8	45.9	13.1	3.3	37.7	45.9	16.4	2.77
	기타	(98)	11.2	25.5	40.8	19.4	3.1	36.7	40.8	22.4	2.78
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	13.6	25.7	37.9	18.0	4.9	39.3	37.9	22.8	2.75
	Dry & light	(365)	12.1	28.5	40.0	15.9	3.6	40.5	40.0	19.5	2.70
	Sweet & Heavy	(104)	10.6	27.9	35.6	21.2	4.8	38.5	35.6	26.0	2.82
	Sweet & light	(325)	17.8	22.8	41.2	15.7	2.5	40.6	41.2	18.2	2.62
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	15.2	24.0	35.2	18.4	7.2	39.2	35.2	25.6	2.78
	2~3일에 한번	(93)	11.8	21.5	43.0	19.4	4.3	33.3	43.0	23.7	2.83
	1주일에 1회 이상	(319)	12.5	23.5	42.0	16.9	5.0	36.1	42.0	21.9	2.78
	2주일에 1회 이상	(123)	13.0	23.6	39.8	21.1	2.4	36.6	39.8	23.6	2.76
	1달에 1회 이상	(208)	14.9	25.0	42.3	15.9	1.9	39.9	42.3	17.8	2.65
	1달에 1회 미만	(132)	18.2	▲40.9	▼30.3	▼10.6	0.0	▲59.1	▼30.3	▼10.6	2.33
국가별	독일	(500)	12.2	27.4	36.6	19.6	4.2	39.6	36.6	23.8	2.76
	프랑스	(500)	16.0	24.6	42.4	14.0	3.0	40.6	42.4	17.0	2.63
학력별	고졸 이하	(516)	15.1	29.3	37.6	14.7	3.3	44.4	37.6	18.0	2.62
	대재 이상	(484)	13.0	22.5	41.5	19.0	3.9	35.5	41.5	22.9	2.78
직업별	대학생/대학원생	(95)	13.7	27.4	40.0	17.9	▼1.1	41.1	40.0	18.9	2.65
	직장인	(594)	14.3	24.7	39.4	17.7	3.9	39.1	39.4	21.5	2.72
	아르바이트	(67)	20.9	25.4	34.3	13.4	6.0	46.3	34.3	19.4	2.58
	자영업	(75)	12.0	21.3	41.3	20.0	5.3	33.3	41.3	25.3	2.85
	전업주부	(55)	10.9	32.7	38.2	16.4	1.8	43.6	38.2	18.2	2.65
	무직/기타	(114)	12.3	31.6	42.1	11.4	2.6	43.9	42.1	14.0	2.61

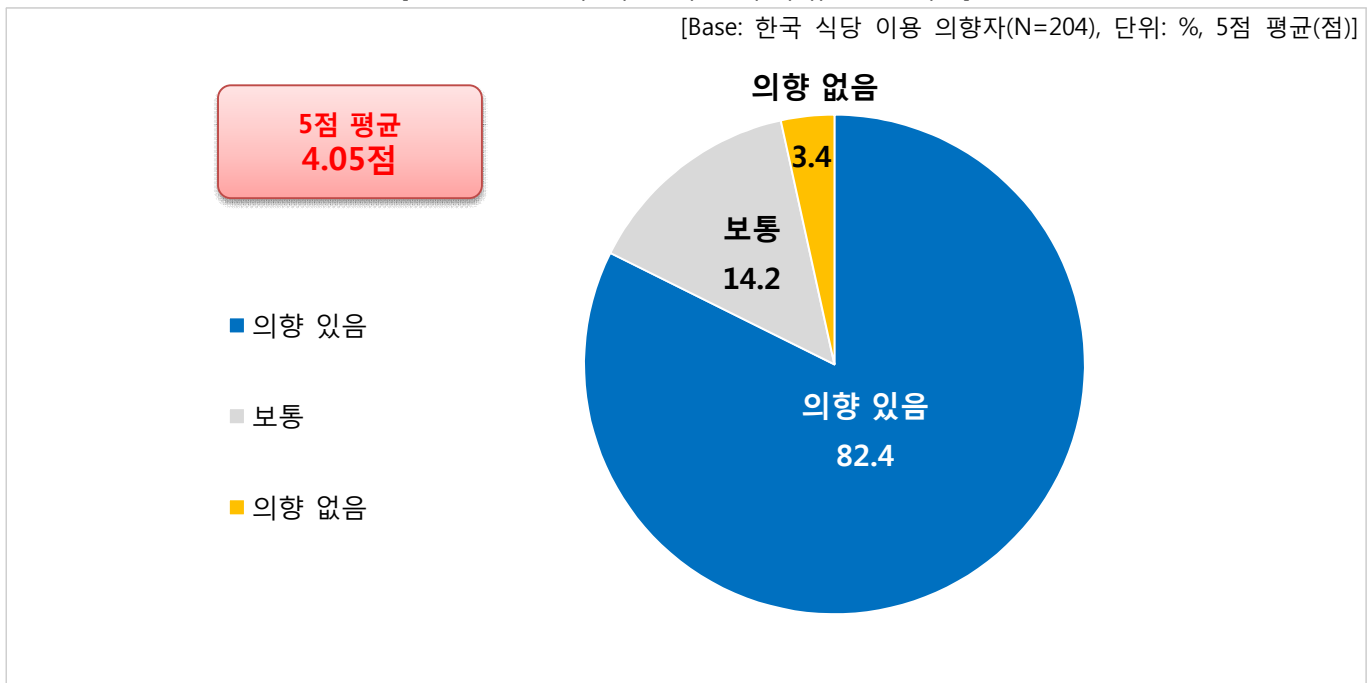
8. 한국 식당 내 한국 주류 음용 의향

문. 한국 음식 드시면서 한국 술을 같이 마셔볼 의향이 있으십니까?

- ✓ 한국 식당 이용 의향자의 대부분은 한국 주류를 음용할 의향(82.4%, 5점 평균 4.05)이 있는 것으로 나타남.

[그림3-38. 한국 식당 내 한국 주류 음용 의향]

[Base: 한국 식당 이용 의향자(N=204), 단위: %, 5점 평균(점)]



특성별 분석

- ✓ '의향 있음'은 성/연령별로 남30대, 남40대, 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 최선호 주류별로 위스키, 와인 음용 빈도별로 거의 매일에서 상대적으로 높음.

[표3-55. 한국 식당 내 한국 주류 음용 의향]

[Base: 한국 식당 이용 의향자(N=204), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	별로 없다	보통	조금 있다	매우 많다	의향 없음	보통	의향 있음	5점 평균(점)
전체		(204)	3.4	14.2	55.9	26.5	3.4	14.2	82.4	4.05
성별	남성	(112)	1.8	11.6	64.3	22.3	1.8	11.6	86.6	4.07
	여성	(92)	5.4	17.4	45.7	31.5	5.4	17.4	77.2	4.03
연령별	19-29세	(56)	5.4	14.3	64.3	16.1	5.4	14.3	80.4	3.91
	30대	(57)	1.8	10.5	50.9	36.8	1.8	10.5	87.7	4.23
	40대	(48)	2.1	10.4	60.4	27.1	2.1	10.4	87.5	4.13
	50대	(43)	4.7	23.3	46.5	25.6	4.7	23.3	72.1	3.93
성/연령별	남19-29세	(32)	3.1	15.6	▲75.0	▼6.3	3.1	15.6	81.3	3.84
	남30대	(26)	0.0	0.0	57.7	42.3	0.0	0.0	▲100.0	4.42
	남40대	(30)	0.0	6.7	▲73.3	20.0	0.0	6.7	▲93.3	4.13
	남50대	(24)	4.2	25.0	45.8	25.0	4.2	25.0	70.8	3.92
	여19-29세	(24)	8.3	12.5	50.0	29.2	8.3	12.5	79.2	4.00
	여30대	(31)	3.2	19.4	45.2	32.3	3.2	19.4	77.4	4.06
	여40대	(18)	5.6	16.7	38.9	38.9	5.6	16.7	77.8	4.11
	여50대	(19)	5.3	21.1	47.4	26.3	5.3	21.1	73.7	3.95
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(104)	3.8	17.3	56.7	22.1	3.8	17.3	78.8	3.97
	스틸 화이트 와인	(22)	0.0	13.6	50.0	36.4	0.0	13.6	86.4	4.23
	스틸 로제 와인	(50)	2.0	14.0	56.0	28.0	2.0	14.0	84.0	4.10
	스파클링 레드 와인	(17)	0.0	0.0	64.7	35.3	0.0	0.0	▲100.0	4.35
	스파클링 화이트 와인	(7)	14.3	14.3	42.9	28.6	14.3	14.3	71.4	3.86
	스파클링 로제 와인	(3)	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7	3.67
	기타	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	4.00
최 선호 주류	스틸 와인	(53)	1.9	15.1	50.9	32.1	1.9	15.1	83.0	4.13
	스파클링 와인	(18)	0.0	22.2	55.6	22.2	0.0	22.2	77.8	4.00
	맥주	(67)	3.0	14.9	58.2	23.9	3.0	14.9	82.1	4.03
	위스키	(34)	2.9	▼2.9	61.8	32.4	2.9	▼2.9	▲94.1	4.24
	혼합 알코올류	(10)	0.0	30.0	60.0	10.0	0.0	30.0	70.0	3.80
	기타	(22)	13.6	13.6	50.0	22.7	13.6	13.6	72.7	3.82
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(47)	2.1	14.9	55.3	27.7	2.1	14.9	83.0	4.09
	Dry & light	(71)	1.4	15.5	57.7	25.4	1.4	15.5	83.1	4.07
	Sweet & Heavy	(27)	0.0	11.1	66.7	22.2	0.0	11.1	88.9	4.11
	Sweet & light	(59)	8.5	13.6	49.2	28.8	8.5	13.6	78.0	3.98
와인 음용 빈도	거의 매일	(32)	0.0	6.3	56.3	37.5	0.0	6.3	▲93.8	4.31
	2~3일에 한번	(22)	4.5	13.6	45.5	36.4	4.5	13.6	81.8	4.14
	1주일에 1회 이상	(70)	0.0	18.6	47.1	34.3	0.0	18.6	81.4	4.16
	2주일에 1회 이상	(29)	10.3	▼3.4	72.4	13.8	10.3	▼3.4	86.2	3.90
	1달에 1회 이상	(37)	5.4	18.9	59.5	16.2	5.4	18.9	75.7	3.86
	1달에 1회 미만	(14)	7.1	21.4	71.4	0.0	7.1	21.4	71.4	3.64
국가별	독일	(119)	5.0	10.9	58.8	25.2	5.0	10.9	84.0	4.04
	프랑스	(85)	1.2	18.8	51.8	28.2	1.2	18.8	80.0	4.07
학력별	고졸 이하	(93)	3.2	14.0	54.8	28.0	3.2	14.0	82.8	4.08
	대재 이상	(111)	3.6	14.4	56.8	25.2	3.6	14.4	82.0	4.04
직업별	대학생/대학원생	(18)	16.7	16.7	55.6	11.1	16.7	16.7	66.7	3.61
	직장인	(128)	0.8	12.5	59.4	27.3	0.8	12.5	86.7	4.13
	아르바이트	(13)	0.0	30.8	38.5	30.8	0.0	30.8	69.2	4.00
	자영업	(19)	0.0	15.8	52.6	31.6	0.0	15.8	84.2	4.16
	전업주부	(10)	10.0	20.0	40.0	30.0	10.0	20.0	70.0	3.90
	무직/기타	(16)	12.5	6.3	56.3	25.0	12.5	6.3	81.3	3.94

V. 컨셉 테스트

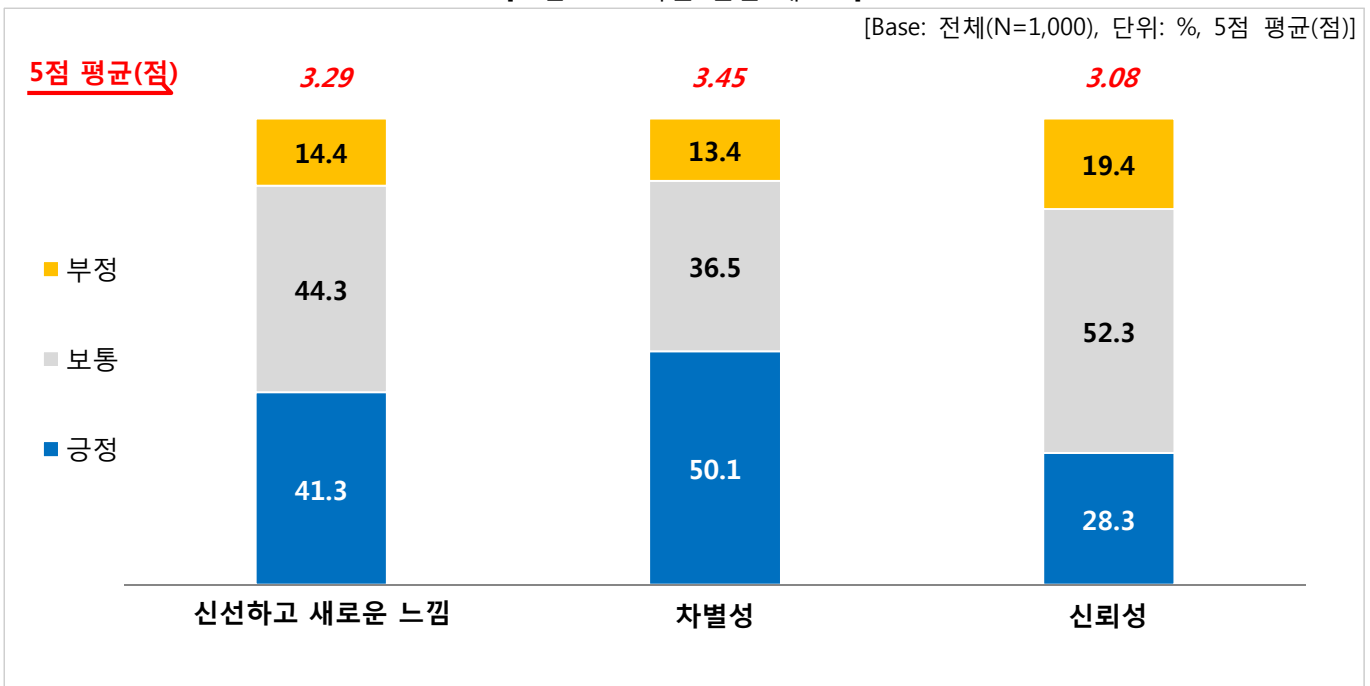
1. 와인 컨셉 테스트

문. 다음 한국와인에 대한 내용에 얼마나 동의하시는지 응답해 주시기 바랍니다.

- ✓ ‘차별성’이 50.1%(5점 평균 3.45)로 가장 높고, 다음으로 ‘신선하고 새로운 느낌’(41.3%, 5점 평균 3.29), ‘신뢰성’(28.3%, 5점 평균 3.08)의 순으로 나타남.

[그림3-39. 와인 컨셉 테스트]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]



특성별 분석

- ✓ ‘차별성’은 최근 음용 와인별로 스파클링 화이트 와인에서 상대적으로 높음.
- ✓ ‘신선하고 새로운 느낌’은 연령이 낮을수록, 성/연령별로 여19-29세, 선호 와인 맛별로 Sweet & light, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- ✓ ‘신뢰성’은 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 최선호 주류별로 혼합 알코올류, 선호 와인 맛별로 Sweet & Heavy, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-56. 와인 컨셉 테스트_신선하고 새로운 느낌]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편	보통	그런 편	매우 그렇다	부정	보통	긍정	5점 평균(점)
전체		(1,000)	5.9	8.5	44.3	33.4	7.9	14.4	44.3	41.3	3.29
성별	남성	(500)	7.0	9.0	46.0	30.8	7.2	16.0	46.0	38.0	3.22
	여성	(500)	4.8	8.0	42.6	36.0	8.6	12.8	42.6	44.6	3.36
연령별	19-29세	(250)	4.8	11.2	▼32.4	▲45.6	6.0	16.0	▼32.4	▲51.6	3.37
	30대	(250)	4.0	9.2	41.2	34.4	11.2	13.2	41.2	45.6	3.40
	40대	(250)	6.8	▼5.2	50.8	28.4	8.8	12.0	50.8	37.2	3.27
	50대	(250)	8.0	8.4	▲52.8	▼25.2	5.6	16.4	▲52.8	▼30.8	3.12
성/연령별	남19-29세	(126)	5.6	12.7	▼34.9	42.1	4.8	18.3	▼34.9	46.8	3.28
	남30대	(124)	3.2	9.7	45.2	29.0	12.9	12.9	45.2	41.9	3.39
	남40대	(126)	11.1	5.6	46.8	28.6	7.9	16.7	46.8	36.5	3.17
	남50대	(124)	8.1	8.1	▲57.3	▼23.4	▼3.2	16.1	▲57.3	▼26.6	3.06
	여19-29세	(124)	4.0	9.7	▼29.8	▲49.2	7.3	13.7	▼29.8	▲56.5	3.46
	여30대	(126)	4.8	8.7	37.3	39.7	9.5	13.5	37.3	49.2	3.40
	여40대	(124)	▼2.4	4.8	▲54.8	28.2	9.7	▼7.3	▲54.8	37.9	3.38
	여50대	(126)	7.9	8.7	48.4	27.0	7.9	16.7	48.4	34.9	3.18
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	6.1	7.8	45.3	33.1	7.6	14.0	45.3	40.7	3.28
	스틸 화이트 와인	(133)	7.5	9.0	▼33.8	▲42.9	6.8	16.5	▼33.8	49.6	3.32
	스틸 로제 와인	(236)	5.9	10.2	46.6	28.8	8.5	16.1	46.6	37.3	3.24
	스파클링 레드 와인	(75)	2.7	10.7	48.0	32.0	6.7	13.3	48.0	38.7	3.29
	스파클링 화이트 와인	(57)	5.3	3.5	40.4	38.6	12.3	8.8	40.4	50.9	3.49
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	5.6	61.1	27.8	5.6	5.6	61.1	33.3	3.33
	기타	(9)	11.1	11.1	44.4	22.2	11.1	22.2	44.4	33.3	3.11
최선호 주류	스틸 와인	(305)	7.2	7.9	47.2	31.1	6.6	15.1	47.2	37.7	3.22
	스파클링 와인	(126)	5.6	8.7	43.7	34.9	7.1	14.3	43.7	42.1	3.29
	맥주	(306)	5.2	9.2	44.8	34.0	6.9	14.4	44.8	40.8	3.28
	위스키	(104)	8.7	8.7	36.5	29.8	▲16.3	17.3	36.5	46.2	3.37
	혼합 알코올류	(61)	0.0	6.6	41.0	44.3	8.2	▼6.6	41.0	52.5	3.54
	기타	(98)	5.1	9.2	44.9	33.7	7.1	14.3	44.9	40.8	3.29
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	7.8	11.2	50.0	▼23.3	7.8	18.9	50.0	▼31.1	3.12
	Dry & light	(365)	5.8	10.7	45.2	32.3	6.0	16.4	45.2	38.4	3.22
	Sweet & Heavy	(104)	2.9	7.7	43.3	37.5	8.7	10.6	43.3	46.2	3.41
	Sweet & light	(325)	5.8	▼4.6	40.0	▲39.7	9.8	10.5	40.0	▲49.5	3.43
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	7.2	8.0	40.8	34.4	9.6	15.2	40.8	44.0	3.31
	2~3일에 한번	(93)	9.7	9.7	38.7	33.3	8.6	19.4	38.7	41.9	3.22
	1주일에 1회 이상	(319)	6.6	7.8	42.0	32.9	10.7	14.4	42.0	43.6	3.33
	2주일에 1회 이상	(123)	▼2.4	9.8	48.8	34.1	4.9	12.2	48.8	39.0	3.29
	1달에 1회 이상	(208)	3.4	9.1	48.6	31.7	7.2	12.5	48.6	38.9	3.30
	1달에 1회 미만	(132)	7.6	7.6	46.2	35.6	▼3.0	15.2	46.2	38.6	3.19
국가별	독일	(500)	4.8	9.2	▲54.4	▼25.4	6.2	14.0	▲54.4	▼31.6	3.19
	프랑스	(500)	7.0	7.8	▼34.2	▲41.4	9.6	14.8	▼34.2	▲51.0	3.39
학력별	고졸 이하	(516)	6.8	8.1	48.3	▼28.1	8.7	14.9	48.3	36.8	3.24
	대재 이상	(484)	5.0	8.9	40.1	▲39.0	7.0	13.8	40.1	46.1	3.34
직업별	대학생/대학원생	(95)	3.2	8.4	38.9	▲47.4	▼2.1	11.6	38.9	49.5	3.37
	직장인	(594)	6.2	9.3	44.9	32.3	7.2	15.5	44.9	39.6	3.25
	아르바이트	(67)	4.5	13.4	32.8	40.3	9.0	17.9	32.8	49.3	3.36
	자영업	(75)	6.7	6.7	50.7	▼22.7	13.3	13.3	50.7	36.0	3.29
	전업주부	(55)	3.6	3.6	54.5	27.3	10.9	7.3	54.5	38.2	3.38
	무직/기타	(114)	7.9	5.3	43.0	33.3	10.5	13.2	43.0	43.9	3.33

[표3-57. 와인 컨셉 테스트_차별성]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편	보통	그런 편	매우 그렇다	부정	보통	긍정	5점 평균(점)
전체		(1,000)	3.8	9.6	36.5	38.4	11.7	13.4	36.5	50.1	3.45
성별	남성	(500)	5.0	8.8	34.0	40.4	11.8	13.8	34.0	52.2	3.45
	여성	(500)	2.6	10.4	39.0	36.4	11.6	13.0	39.0	48.0	3.44
연령별	19-29세	(250)	2.4	10.8	34.8	40.0	12.0	13.2	34.8	52.0	3.48
	30대	(250)	2.8	8.8	37.6	34.8	16.0	11.6	37.6	50.8	3.52
	40대	(250)	4.8	11.6	33.6	39.2	10.8	16.4	33.6	50.0	3.40
	50대	(250)	5.2	7.2	40.0	39.6	8.0	12.4	40.0	47.6	3.38
성/연령별	남19-29세	(126)	2.4	11.1	35.7	39.7	11.1	13.5	35.7	50.8	3.46
	남30대	(124)	3.2	8.9	36.3	33.9	17.7	12.1	36.3	51.6	3.54
	남40대	(126)	7.1	11.1	28.6	42.1	11.1	18.3	28.6	53.2	3.39
	남50대	(124)	7.3	▼4.0	35.5	46.0	7.3	11.3	35.5	53.2	3.42
	여19-29세	(124)	2.4	10.5	33.9	40.3	12.9	12.9	33.9	53.2	3.51
	여30대	(126)	2.4	8.7	38.9	35.7	14.3	11.1	38.9	50.0	3.51
	여40대	(124)	2.4	12.1	38.7	36.3	10.5	14.5	38.7	46.8	3.40
	여50대	(126)	3.2	10.3	44.4	33.3	8.7	13.5	44.4	42.1	3.34
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	4.4	10.2	34.7	37.3	13.3	14.6	34.7	50.6	3.45
	스틸 화이트 와인	(133)	3.8	15.0	▼27.8	40.6	12.8	18.8	▼27.8	53.4	3.44
	스틸 로제 와인	(236)	3.4	7.2	40.7	38.6	10.2	10.6	40.7	48.7	3.45
	스파클링 레드 와인	(75)	1.3	5.3	▲52.0	33.3	8.0	▼6.7	▲52.0	41.3	3.41
	스파클링 화이트 와인	(57)	3.5	▼3.5	28.1	▲54.4	10.5	7.0	28.1	▲64.9	3.65
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	16.7	50.0	27.8	5.6	16.7	50.0	33.3	3.22
	기타	(9)	11.1	22.2	44.4	22.2	0.0	33.3	44.4	▼22.2	2.78
최선호 주류	스틸 와인	(305)	5.6	10.5	36.4	37.0	10.5	16.1	36.4	47.5	3.36
	스파클링 와인	(126)	2.4	11.1	42.9	34.9	8.7	13.5	42.9	43.7	3.37
	맥주	(306)	3.6	7.8	36.6	39.2	12.7	11.4	36.6	52.0	3.50
	위스키	(104)	4.8	8.7	29.8	38.5	18.3	13.5	29.8	56.7	3.57
	혼합 알코올류	(61)	0.0	6.6	37.7	41.0	14.8	▼6.6	37.7	55.7	3.64
	기타	(98)	2.0	13.3	34.7	42.9	7.1	15.3	34.7	50.0	3.40
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	4.4	11.7	30.1	42.7	11.2	16.0	30.1	53.9	3.45
	Dry & light	(365)	3.8	10.7	▲42.5	34.2	8.8	14.5	▲42.5	▼43.0	3.33
	Sweet & Heavy	(104)	▼1.0	7.7	42.3	32.7	16.3	8.7	42.3	49.0	3.56
	Sweet & light	(325)	4.3	7.7	32.0	42.2	13.8	12.0	32.0	56.0	3.54
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	4.8	8.0	32.0	41.6	13.6	12.8	32.0	55.2	3.51
	2~3일에 한번	(93)	3.2	▲20.4	▼24.7	38.7	12.9	▲23.7	▼24.7	51.6	3.38
	1주일에 1회 이상	(319)	3.8	8.5	33.9	39.5	14.4	12.2	33.9	53.9	3.52
	2주일에 1회 이상	(123)	3.3	8.9	42.3	38.2	7.3	12.2	42.3	45.5	3.37
	1달에 1회 이상	(208)	2.4	12.0	38.0	38.5	9.1	14.4	38.0	47.6	3.40
	1달에 1회 미만	(132)	6.1	▼3.0	▲47.7	32.6	10.6	9.1	▲47.7	43.2	3.39
국가별	독일	(500)	3.8	7.2	▲43.6	37.0	▼8.4	11.0	▲43.6	45.4	3.39
	프랑스	(500)	3.8	12.0	▼29.4	39.8	15.0	15.8	▼29.4	54.8	3.50
학력별	고졸 이하	(516)	4.1	8.5	39.9	36.6	10.9	12.6	39.9	47.5	3.42
	대재 이상	(484)	3.5	10.7	32.9	40.3	12.6	14.3	32.9	52.9	3.48
직업별	대학생/대학원생	(95)	0.0	11.6	35.8	42.1	10.5	11.6	35.8	52.6	3.52
	직장인	(594)	4.2	9.4	35.7	39.7	10.9	13.6	35.7	50.7	3.44
	아르바이트	(67)	3.0	14.9	28.4	38.8	14.9	17.9	28.4	53.7	3.48
	자영업	(75)	6.7	8.0	41.3	32.0	12.0	14.7	41.3	44.0	3.35
	전업주부	(55)	3.6	9.1	47.3	34.5	5.5	12.7	47.3	40.0	3.29
	무직/기타	(114)	3.5	7.0	37.7	34.2	17.5	10.5	37.7	51.8	3.55

[표3-58. 와인 컨셉 테스트_신뢰성]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편	보통	그런 편	매우 그렇다	부정	보통	긍정	5점 평균(점)
전체		(1,000)	5.9	13.5	52.3	23.7	4.6	19.4	52.3	28.3	3.08
성별	남성	(500)	6.4	13.8	51.2	24.8	3.8	20.2	51.2	28.6	3.06
	여성	(500)	5.4	13.2	53.4	22.6	5.4	18.6	53.4	28.0	3.09
연령별	19-29세	(250)	6.0	14.4	46.4	29.6	3.6	20.4	46.4	33.2	3.10
	30대	(250)	4.4	13.2	51.6	22.8	8.0	17.6	51.6	30.8	3.17
	40대	(250)	4.8	15.2	58.0	19.6	2.4	20.0	58.0	▼22.0	3.00
	50대	(250)	8.4	11.2	53.2	22.8	4.4	19.6	53.2	27.2	3.04
성/연령별	남19-29세	(126)	5.6	14.3	48.4	29.4	2.4	19.8	48.4	31.7	3.09
	남30대	(124)	4.0	13.7	51.6	25.0	5.6	17.7	51.6	30.6	3.15
	남40대	(126)	7.1	17.5	50.0	22.2	3.2	24.6	50.0	25.4	2.97
	남50대	(124)	8.9	9.7	54.8	22.6	4.0	18.5	54.8	26.6	3.03
	여19-29세	(124)	6.5	14.5	44.4	29.8	4.8	21.0	44.4	34.7	3.12
	여30대	(126)	4.8	12.7	51.6	20.6	▲10.3	17.5	51.6	31.0	3.19
	여40대	(124)	▼2.4	12.9	▲66.1	16.9	▼1.6	15.3	▲66.1	▼18.5	3.02
	여50대	(126)	7.9	12.7	51.6	23.0	4.8	20.6	51.6	27.8	3.04
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	5.7	15.0	52.3	22.2	4.7	20.8	52.3	26.9	3.05
	스틸 화이트 와인	(133)	10.5	▲21.1	51.9	▼14.3	2.3	▲31.6	51.9	▼16.5	2.77
	스틸 로제 와인	(236)	5.9	10.2	54.7	25.0	4.2	16.1	54.7	29.2	3.11
	스파클링 레드 와인	(75)	▼1.3	8.0	45.3	▲36.0	9.3	▼9.3	45.3	▲45.3	3.44
	스파클링 화이트 와인	(57)	▼1.8	8.8	49.1	33.3	7.0	▼10.5	49.1	40.4	3.35
	스파클링 로제 와인	(18)	5.6	5.6	55.6	33.3	0.0	11.1	55.6	33.3	3.17
	기타	(9)	11.1	0.0	66.7	22.2	0.0	11.1	66.7	22.2	3.00
최선호 주류	스틸 와인	(305)	8.5	17.7	52.8	▼18.0	3.0	▲26.2	52.8	▼21.0	2.89
	스파클링 와인	(126)	▼2.4	11.1	60.3	22.2	4.0	13.5	60.3	26.2	3.14
	맥주	(306)	5.9	12.1	51.3	26.1	4.6	18.0	51.3	30.7	3.11
	위스키	(104)	7.7	12.5	▼42.3	27.9	9.6	20.2	▼42.3	37.5	3.19
	혼합 알코올류	(61)	0.0	8.2	50.8	34.4	6.6	▼8.2	50.8	▲41.0	3.39
	기타	(98)	4.1	12.2	55.1	24.5	4.1	16.3	55.1	28.6	3.12
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	6.8	16.0	52.4	21.4	3.4	22.8	52.4	24.8	2.99
	Dry & light	(365)	5.8	14.5	55.1	21.4	3.3	20.3	55.1	24.7	3.02
	Sweet & Heavy	(104)	3.8	14.4	▼41.3	31.7	8.7	18.3	▼41.3	▲40.4	3.27
	Sweet & light	(325)	6.2	10.5	52.6	25.2	5.5	16.6	52.6	30.8	3.14
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	7.2	12.0	52.8	20.0	8.0	19.2	52.8	28.0	3.10
	2~3일에 한번	(93)	7.5	17.2	45.2	25.8	4.3	24.7	45.2	30.1	3.02
	1주일에 1회 이상	(319)	6.3	15.0	53.9	18.8	6.0	21.3	53.9	24.8	3.03
	2주일에 1회 이상	(123)	▼2.4	17.1	51.2	25.2	4.1	19.5	51.2	29.3	3.11
	1달에 1회 이상	(208)	4.8	11.5	53.4	27.4	2.9	16.3	53.4	30.3	3.12
	1달에 1회 미만	(132)	7.6	8.3	52.3	30.3	▼1.5	15.9	52.3	31.8	3.10
국가별	독일	(500)	▼2.8	▼6.2	50.4	▲34.6	6.0	▼9.0	50.4	▲40.6	3.35
	프랑스	(500)	▲9.0	▲20.8	54.2	▼12.8	3.2	▲29.8	54.2	▼16.0	2.80
학력별	고졸 이하	(516)	6.0	11.8	51.7	26.0	4.5	17.8	51.7	30.4	3.11
	대재 이상	(484)	5.8	15.3	52.9	21.3	4.8	21.1	52.9	26.0	3.04
직업별	대학생/대학원생	(95)	▼1.1	16.8	51.6	28.4	2.1	17.9	51.6	30.5	3.14
	직장인	(594)	6.4	14.8	51.9	22.6	4.4	21.2	51.9	26.9	3.04
	아르바이트	(67)	3.0	14.9	55.2	19.4	7.5	17.9	55.2	26.9	3.13
	자영업	(75)	9.3	8.0	57.3	21.3	4.0	17.3	57.3	25.3	3.03
	전업주부	(55)	▼1.8	▼3.6	61.8	30.9	1.8	▼5.5	61.8	32.7	3.27
	무직/기타	(114)	8.8	11.4	45.6	26.3	7.9	20.2	45.6	34.2	3.13

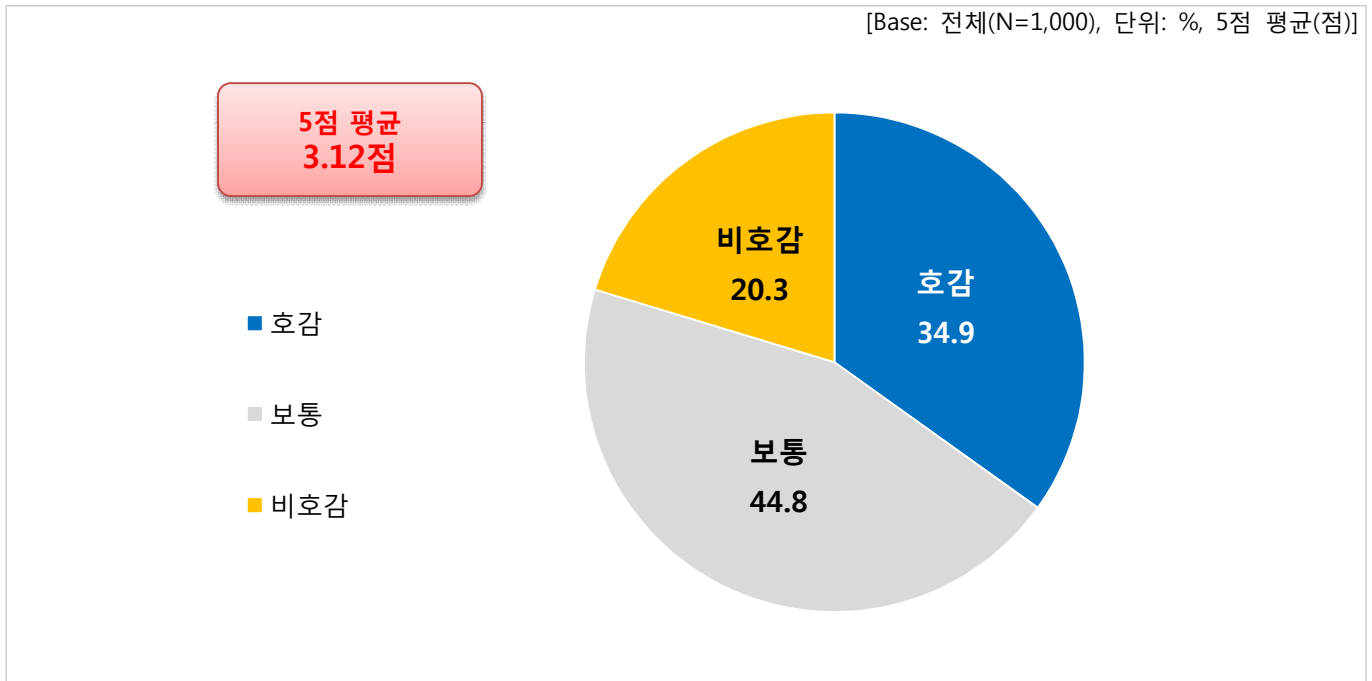
2. 전반적 호감도

문. 다음 한국와인에 대한 내용에 얼마나 동의하시는지 응답해 주시기 바랍니다.

✓ 한국와인에 대해 전반적 호감도는 34.9%(5점 평균 3.12) 보통 수준으로 나타남.

[그림3-40. 전반적 호감도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]



특성별 분석

- ✓ '호감'은 연령이 낮을수록, 성/연령별로 남19-29세, 여19-29세, 선호 와인 맛별로 Sweet & light에서 상대적으로 높음.
- ✓ '비호감'은 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy에서 상대적으로 높음.

[표3-59. 전반적 호감도]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편	보통	그런 편	매우 그렇다	비호감	보통	호감	5점 평균(점)
전체		(1,000)	9.0	11.3	44.8	28.8	6.1	20.3	44.8	34.9	3.12
성별	남성	(500)	9.0	11.6	45.6	28.4	5.4	20.6	45.6	33.8	3.10
	여성	(500)	9.0	11.0	44.0	29.2	6.8	20.0	44.0	36.0	3.14
연령별	19-29세	(250)	▼5.2	10.8	▼35.2	▲40.4	8.4	16.0	▼35.2	▲48.8	3.36
	30대	(250)	6.4	11.2	44.8	30.0	7.6	17.6	44.8	37.6	3.21
	40대	(250)	12.4	10.0	49.2	24.8	3.6	22.4	49.2	▼28.4	2.97
	50대	(250)	12.0	13.2	50.0	▼20.0	4.8	25.2	50.0	▼24.8	2.92
성/ 연령별	남19-29세	(126)	▼4.8	11.9	38.1	37.3	7.9	16.7	38.1	▲45.2	3.32
	남30대	(124)	5.6	12.1	45.2	29.8	7.3	17.7	45.2	37.1	3.21
	남40대	(126)	▲16.7	7.9	44.4	27.8	3.2	24.6	44.4	31.0	2.93
	남50대	(124)	8.9	14.5	▲54.8	▼18.5	3.2	23.4	▲54.8	▼21.8	2.93
	여19-29세	(124)	5.6	9.7	▼32.3	▲43.5	8.9	15.3	▼32.3	▲52.4	3.40
	여30대	(126)	7.1	10.3	44.4	30.2	7.9	17.5	44.4	38.1	3.21
	여40대	(124)	8.1	12.1	54.0	21.8	4.0	20.2	54.0	▼25.8	3.02
	여50대	(126)	15.1	11.9	45.2	21.4	6.3	27.0	45.2	27.8	2.92
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	11.0	11.9	44.1	28.2	4.9	22.9	44.1	33.1	3.04
	스틸 화이트 와인	(133)	9.8	15.0	42.9	27.1	5.3	24.8	42.9	32.3	3.03
	스틸 로제 와인	(236)	8.5	9.3	47.9	27.1	7.2	17.8	47.9	34.3	3.15
	스파클링 레드 와인	(75)	▼4.0	13.3	40.0	34.7	8.0	17.3	40.0	42.7	3.29
	스파클링 화이트 와인	(57)	▼1.8	5.3	45.6	35.1	12.3	▼7.0	45.6	47.4	3.51
	스파클링 로제 와인	(18)	0.0	11.1	55.6	33.3	0.0	11.1	55.6	33.3	3.22
	기타	(9)	11.1	0.0	44.4	33.3	11.1	11.1	44.4	44.4	3.33
최선호 주류	스틸 와인	(305)	13.1	12.5	44.9	25.6	3.9	25.6	44.9	29.5	2.95
	스파클링 와인	(126)	5.6	9.5	51.6	27.8	5.6	15.1	51.6	33.3	3.18
	맥주	(306)	7.8	10.8	45.8	29.4	6.2	18.6	45.8	35.6	3.15
	위스키	(104)	8.7	12.5	36.5	30.8	11.5	21.2	36.5	42.3	3.24
	혼합 알코올류	(61)	▼1.6	8.2	42.6	36.1	11.5	▼9.8	42.6	47.5	3.48
	기타	(98)	9.2	12.2	42.9	31.6	4.1	21.4	42.9	35.7	3.09
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	12.1	▲17.0	44.2	22.8	3.9	▲29.1	44.2	▼26.7	2.89
	Dry & light	(365)	10.4	13.4	46.3	26.3	▼3.6	23.8	46.3	29.9	2.99
	Sweet & Heavy	(104)	▼3.8	9.6	42.3	32.7	11.5	13.5	42.3	44.2	3.38
	Sweet & light	(325)	7.1	▼5.8	44.3	34.2	8.6	▼12.9	44.3	▲42.8	3.31
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	11.2	11.2	42.4	28.8	6.4	22.4	42.4	35.2	3.08
	2~3일에 한번	(93)	16.1	11.8	39.8	28.0	4.3	28.0	39.8	32.3	2.92
	1주일에 1회 이상	(319)	7.5	12.9	44.2	26.6	8.8	20.4	44.2	35.4	3.16
	2주일에 1회 이상	(123)	7.3	12.2	46.3	29.3	4.9	19.5	46.3	34.1	3.12
	1달에 1회 이상	(208)	7.2	12.0	45.2	30.3	5.3	19.2	45.2	35.6	3.14
	1달에 1회 미만	(132)	9.8	▼5.3	50.0	31.8	3.0	15.2	50.0	34.8	3.13
국가별	독일	(500)	8.8	9.2	46.2	28.6	7.2	18.0	46.2	35.8	3.16
	프랑스	(500)	9.2	13.4	43.4	29.0	5.0	22.6	43.4	34.0	3.07
학력별	고졸 이하	(516)	10.3	10.5	46.9	26.6	5.8	20.7	46.9	32.4	3.07
	대재 이상	(484)	7.6	12.2	42.6	31.2	6.4	19.8	42.6	37.6	3.17
직업별	대학생/대학원생	(95)	▼4.2	12.6	37.9	37.9	7.4	16.8	37.9	45.3	3.32
	직장인	(594)	10.3	12.0	44.1	28.8	4.9	22.2	44.1	33.7	3.06
	아르바이트	(67)	7.5	13.4	40.3	31.3	7.5	20.9	40.3	38.8	3.18
	자영업	(75)	10.7	14.7	42.7	22.7	9.3	25.3	42.7	32.0	3.05
	전업주부	(55)	5.5	▼3.6	58.2	27.3	5.5	▼9.1	58.2	32.7	3.24
	무직/기타	(114)	7.9	7.0	51.8	24.6	8.8	14.9	51.8	33.3	3.19

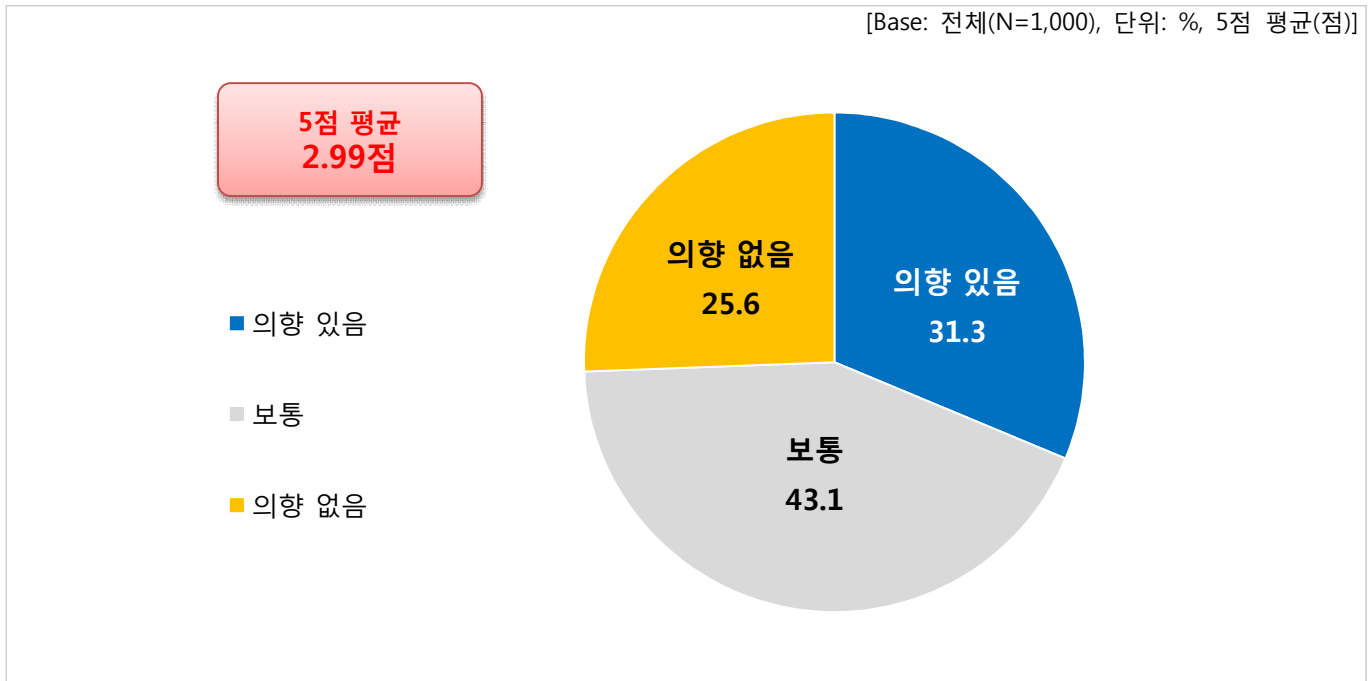
3. 향후 구입 의향

문. 다음 한국와인에 대한 내용에 얼마나 동의하시는지 응답해 주시기 바랍니다.

✔ 향후 와인 구입 의향은 31.3%(5점 평균 2.99)로 약간 낮은 수준임.

[그림3-41. 향후 구입 의향]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]



📦 특성별 분석

✔ '의향 있음'은 연령이 낮을수록, 선호 와인 맛별로 Sweet & Heavy에서 상대적으로 높음.

✔ '의향 없음'은 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy에서 상대적으로 높음.

[표3-60. 향후 구입 의향]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 5점 평균(점)]

		사례수	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편	보통	그런 편	매우 그렇다	의향 없음	보통	의향 있음	5점 평균(점)
전체		(1,000)	12.3	13.3	43.1	25.5	5.8	25.6	43.1	31.3	2.99
성별	남성	(500)	12.2	13.8	42.2	26.8	5.0	26.0	42.2	31.8	2.99
	여성	(500)	12.4	12.8	44.0	24.2	6.6	25.2	44.0	30.8	3.00
연령별	19-29세	(250)	9.6	10.8	40.8	▲32.4	6.4	20.4	40.8	▲38.8	3.15
	30대	(250)	▼8.0	15.2	39.2	29.2	8.4	23.2	39.2	37.6	3.15
	40대	(250)	14.0	14.0	45.6	22.4	4.0	28.0	45.6	26.4	2.88
	50대	(250)	▲17.6	13.2	46.8	▼18.0	4.4	30.8	46.8	▼22.4	2.78
성/ 연령별	남19-29세	(126)	8.7	11.9	42.1	32.5	4.8	20.6	42.1	37.3	3.13
	남30대	(124)	▼6.5	14.5	42.7	27.4	8.9	21.0	42.7	36.3	3.18
	남40대	(126)	16.7	14.3	37.3	27.8	4.0	31.0	37.3	31.7	2.88
	남50대	(124)	16.9	14.5	46.8	19.4	▼2.4	31.5	46.8	▼21.8	2.76
	여19-29세	(124)	10.5	9.7	39.5	32.3	8.1	20.2	39.5	40.3	3.18
	여30대	(126)	9.5	15.9	35.7	31.0	7.9	25.4	35.7	38.9	3.12
	여40대	(124)	11.3	13.7	▲54.0	▼16.9	4.0	25.0	▲54.0	▼21.0	2.89
	여50대	(126)	18.3	11.9	46.8	▼16.7	6.3	30.2	46.8	▼23.0	2.81
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	13.8	14.0	41.5	26.3	4.4	27.8	41.5	30.7	2.94
	스틸 화이트 와인	(133)	15.8	13.5	39.8	22.6	8.3	29.3	39.8	30.8	2.94
	스틸 로제 와인	(236)	10.2	11.9	45.8	26.7	5.5	22.0	45.8	32.2	3.06
	스파클링 레드 와인	(75)	10.7	16.0	44.0	21.3	8.0	26.7	44.0	29.3	3.00
	스파클링 화이트 와인	(57)	▼5.3	8.8	47.4	28.1	10.5	▼14.0	47.4	38.6	3.30
	스파클링 로제 와인	(18)	5.6	16.7	61.1	11.1	5.6	22.2	61.1	16.7	2.94
	기타	(9)	11.1	11.1	33.3	44.4	0.0	22.2	33.3	44.4	3.11
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	▲17.0	12.1	46.2	▼19.3	5.2	29.2	46.2	▼24.6	2.84
	스파클링 와인	(126)	7.9	15.9	48.4	23.0	4.8	23.8	48.4	27.8	3.01
	맥주	(306)	11.4	15.7	39.9	28.1	4.9	27.1	39.9	33.0	2.99
	위스키	(104)	12.5	10.6	36.5	28.8	11.5	23.1	36.5	40.4	3.16
	혼합 알코올류	(61)	▼1.6	8.2	47.5	36.1	6.6	▼9.8	47.5	42.6	3.38
	기타	(98)	12.2	12.2	40.8	29.6	5.1	24.5	40.8	34.7	3.03
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	16.0	17.0	42.2	21.4	3.4	▲33.0	42.2	24.8	2.79
	Dry & light	(365)	14.8	15.6	43.8	22.5	▼3.3	30.4	43.8	▼25.8	2.84
	Sweet & Heavy	(104)	▼6.7	12.5	35.6	▲35.6	9.6	19.2	35.6	▲45.2	3.29
	Sweet & light	(325)	8.9	▼8.6	45.2	28.3	8.9	▼17.5	45.2	37.2	3.20
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	16.8	▼7.2	38.4	28.0	9.6	24.0	38.4	37.6	3.06
	2~3일에 한번	(93)	17.2	11.8	38.7	28.0	4.3	29.0	38.7	32.3	2.90
	1주일에 1회 이상	(319)	10.0	16.3	39.8	24.8	9.1	26.3	39.8	33.9	3.07
	2주일에 1회 이상	(123)	11.4	13.0	48.8	23.6	3.3	24.4	48.8	26.8	2.94
	1달에 1회 이상	(208)	11.5	13.5	45.2	26.9	▼2.9	25.0	45.2	29.8	2.96
	1달에 1회 미만	(132)	12.1	12.9	50.0	22.7	▼2.3	25.0	50.0	25.0	2.90
국가별	독일	(500)	12.0	13.0	46.8	23.4	4.8	25.0	46.8	28.2	2.96
	프랑스	(500)	12.6	13.6	39.4	27.6	6.8	26.2	39.4	34.4	3.02
학력별	고졸 이하	(516)	13.8	13.0	44.4	23.4	5.4	26.7	44.4	28.9	2.94
	대재 이상	(484)	10.7	13.6	41.7	27.7	6.2	24.4	41.7	33.9	3.05
직업별	대학생/대학원생	(95)	8.4	15.8	44.2	28.4	3.2	24.2	44.2	31.6	3.02
	직장인	(594)	13.1	13.6	42.4	25.1	5.7	26.8	42.4	30.8	2.97
	아르바이트	(67)	10.4	14.9	43.3	20.9	10.4	25.4	43.3	31.3	3.06
	자영업	(75)	13.3	13.3	42.7	24.0	6.7	26.7	42.7	30.7	2.97
	전업주부	(55)	▼5.5	12.7	▲58.2	20.0	3.6	18.2	▲58.2	23.6	3.04
	무직/기타	(114)	14.9	8.8	38.6	31.6	6.1	23.7	38.6	37.7	3.05

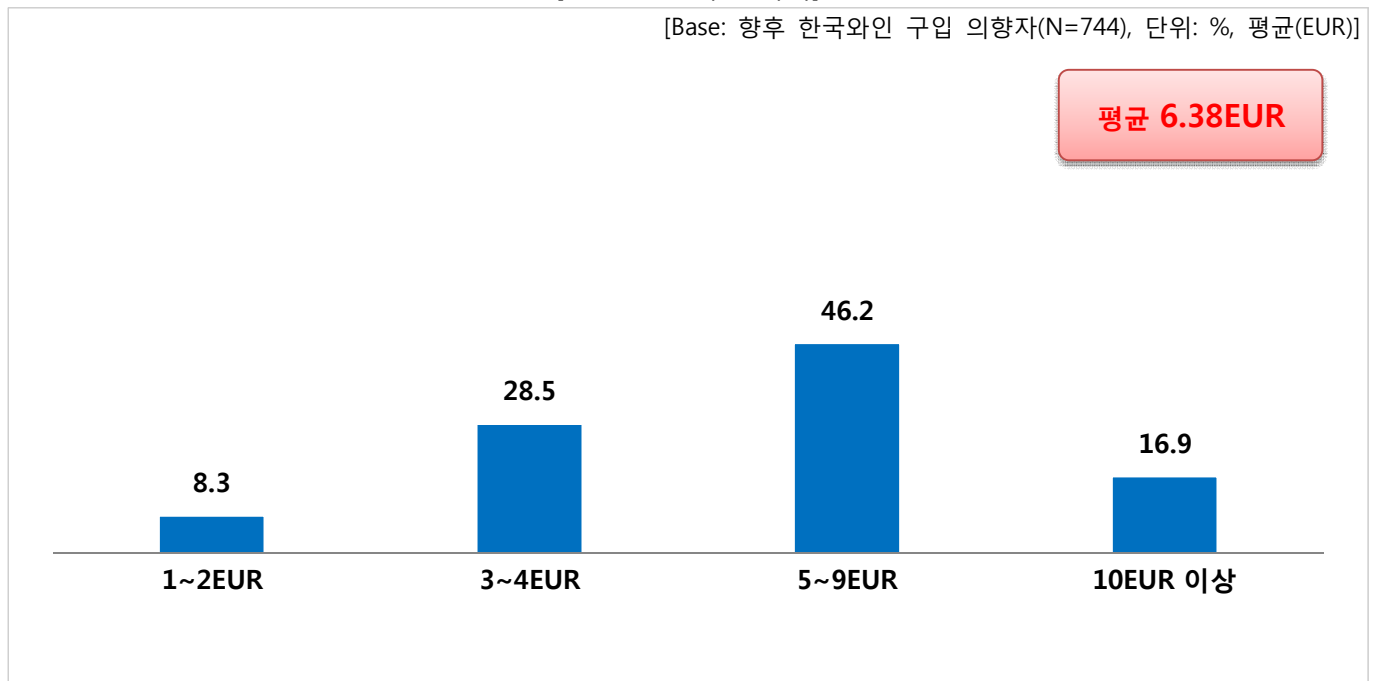
4. 적정 가격

문. 위 제품의 가격이 얼마면 구매하시겠습니까?

✓ 한국 와인의 적정 가격은 '5~9 EUR'이 가장 높고, 평균 적정가격은 6.38 EUR임.

[그림3-42. 적정 가격]

[Base: 향후 한국와인 구입 의향자(N=744), 단위: %, 평균(EUR)]



[표3-61. 적정 가격]

[Base: 향후 한국와인 구입 의향자(N=744), 단위: %, 평균(EUR)]

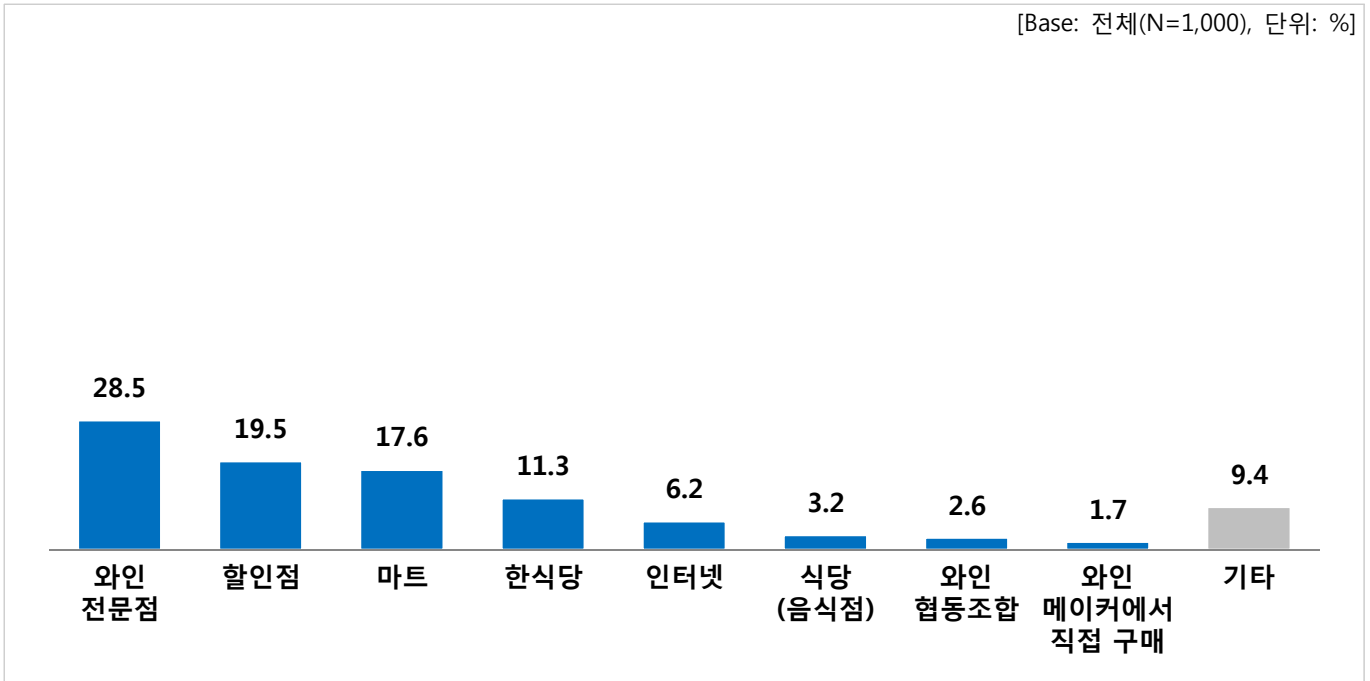
		사례수	1~2EUR	3~4EUR	5~9EUR	10EUR 이상	평균(EUR)
전체		(744)	8.3	28.5	46.2	16.9	6.38
성별	남성	(370)	8.9	23.8	46.2	21.1	6.95
	여성	(374)	7.8	33.2	46.3	12.8	5.81
연령별	19-29세	(199)	7.0	28.6	41.7	22.6	6.73
	30대	(192)	8.9	26.6	49.5	15.1	6.83
	40대	(180)	9.4	30.0	43.3	17.2	6.02
	50대	(173)	8.1	28.9	50.9	12.1	5.85
성/ 연령별	남19-29세	(100)	7.0	24.0	41.0	▲28.0	7.37
	남30대	(98)	10.2	20.4	49.0	20.4	7.86
	남40대	(87)	8.0	26.4	43.7	21.8	6.48
	남50대	(85)	10.6	24.7	51.8	12.9	5.91
	여19-29세	(99)	7.1	33.3	42.4	17.2	6.09
	여30대	(94)	7.4	33.0	50.0	▼9.6	5.76
	여40대	(93)	10.8	33.3	43.0	12.9	5.58
	여50대	(88)	5.7	33.0	50.0	11.4	5.80
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(341)	7.6	27.6	45.5	19.4	6.46
	스틸 화이트 와인	(94)	5.3	25.5	47.9	21.3	7.32
	스틸 로제 와인	(184)	9.8	31.5	44.6	14.1	6.52
	스파클링 레드 와인	(55)	7.3	27.3	50.9	14.5	5.45
	스파클링 화이트 와인	(49)	8.2	34.7	51.0	▼6.1	5.14
	스파클링 로제 와인	(14)	28.6	21.4	42.9	7.1	4.14
	기타	(7)	14.3	14.3	42.9	28.6	6.57
최 선호 주류	스틸 와인	(216)	6.9	33.8	45.4	13.9	5.73
	스파클링 와인	(96)	9.4	32.3	47.9	10.4	5.27
	맥주	(223)	9.9	23.8	49.8	16.6	6.54
	위스키	(80)	5.0	20.0	43.8	▲31.3	9.04
	혼합 알코올류	(55)	9.1	36.4	41.8	12.7	5.64
	기타	(74)	9.5	25.7	41.9	23.0	6.91
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(138)	6.5	27.5	47.1	18.8	6.24
	Dry & light	(254)	8.3	27.2	47.2	17.3	6.36
	Sweet & Heavy	(84)	7.1	33.3	36.9	22.6	7.80
	Sweet & light	(268)	9.7	28.7	47.8	13.8	6.02
와인 음용 빈도	거의 매일	(95)	9.5	21.1	43.2	▲26.3	7.75
	2~3일에 한번	(66)	9.1	36.4	39.4	15.2	6.21
	1주일에 1회 이상	(235)	▼4.7	23.0	51.5	20.9	7.20
	2주일에 1회 이상	(93)	6.5	37.6	44.1	11.8	5.68
	1달에 1회 이상	(156)	9.6	34.6	43.6	12.2	5.49
	1달에 1회 미만	(99)	15.2	25.3	47.5	12.1	5.28
국가별	독일	(375)	10.4	▲35.2	44.8	▼9.6	5.53
	프랑스	(369)	6.2	▼21.7	47.7	▲24.4	7.25
학력별	고졸 이하	(378)	9.8	33.1	45.8	▼11.4	5.87
	대재 이상	(366)	6.8	23.8	46.7	▲22.7	6.90
직업별	대학생/대학원생	(72)	12.5	23.6	43.1	20.8	6.22
	직장인	(435)	7.6	29.7	46.2	16.6	6.42
	아르바이트	(50)	6.0	▼12.0	58.0	24.0	8.00
	자영업	(55)	7.3	29.1	50.9	12.7	6.38
	전업주부	(45)	11.1	31.1	44.4	13.3	5.49
	무직/기타	(87)	9.2	34.5	40.2	16.1	5.84

5. 구입 희망 장소

문. 귀하께서는 위 제품을 어디에서 구매하실 것 같으십니까?

- 구입 희망 장소로는 '와인 전문점'이 높으며, 그 다음으로 '할인점', '마트', '한식당' 등의 순으로 나타남.

[그림3-43. 구입 희망 장소]



특성별 분석

- '와인 전문점'은 최선호 주류별로 위스키, 선호 와인 맛별로 Dry & Heavy, 와인 음용 빈도별로 1주일에 1회 이상, 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.
- '할인점'은 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.
- '마트'는 최근 음용 와인별로 스파클링 레드 와인, 국가별로 독일에서 상대적으로 높음.

[표3-62. 구입 희망 장소]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

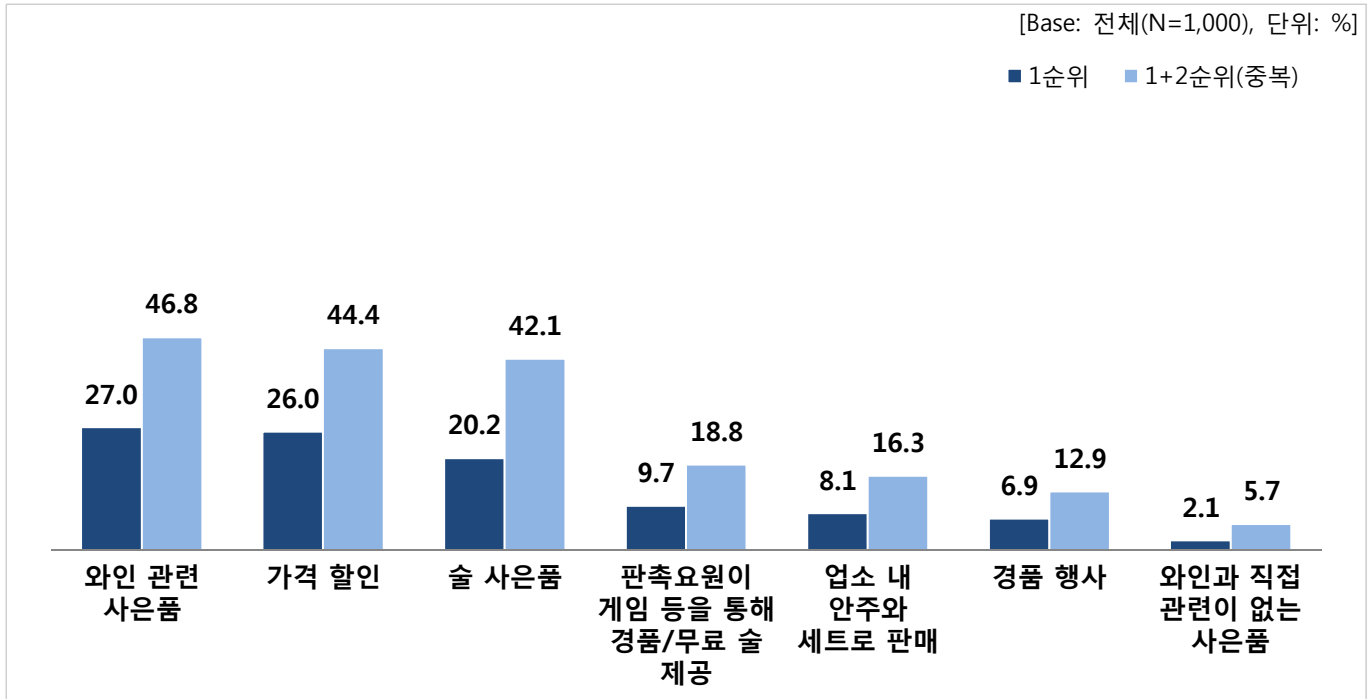
		사례수	와인 전문점	할인점	마트	한식당	인터넷	식당 (음식점)	와인 협동조합	와인 메이커에 서 직접 구매	기타
전체		(1,000)	28.5	19.5	17.6	11.3	6.2	3.2	2.6	1.7	9.4
성별	남성	(500)	30.6	19.0	17.2	10.0	7.4	3.4	2.8	1.2	8.4
	여성	(500)	26.4	20.0	18.0	12.6	5.0	3.0	2.4	2.2	10.4
연령별	19-29세	(250)	27.6	20.8	22.0	12.0	6.0	2.8	2.0	1.6	▼5.2
	30대	(250)	34.0	15.6	20.4	10.0	5.6	3.2	2.8	1.2	7.2
	40대	(250)	24.8	20.8	14.0	11.6	6.8	4.0	3.2	2.4	12.4
	50대	(250)	27.6	20.8	14.0	11.6	6.4	2.8	2.4	1.6	12.8
성/연령별	남19-29세	(126)	34.1	19.0	20.6	10.3	7.1	3.2	0.8	0.0	▼4.8
	남30대	(124)	33.9	13.7	22.6	8.1	8.1	4.0	4.0	1.6	▼4.0
	남40대	(126)	25.4	22.2	13.5	10.3	7.9	4.0	4.0	1.6	11.1
	남50대	(124)	29.0	21.0	12.1	11.3	6.5	2.4	2.4	1.6	13.7
	여19-29세	(124)	21.0	22.6	23.4	13.7	4.8	2.4	3.2	3.2	5.6
	여30대	(126)	34.1	17.5	18.3	11.9	3.2	2.4	1.6	0.8	10.3
	여40대	(124)	24.2	19.4	14.5	12.9	5.6	4.0	2.4	3.2	13.7
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	30.5	18.2	16.3	11.4	6.1	3.0	3.2	2.1	9.1
	스틸 화이트 와인	(133)	31.6	14.3	▼6.8	15.0	6.0	3.8	3.0	1.5	▲18.0
	스틸 로제 와인	(236)	29.7	24.6	18.6	9.3	3.8	3.8	1.7	2.1	6.4
	스파클링 레드 와인	(75)	▼16.0	20.0	▲37.3	8.0	9.3	1.3	2.7	0.0	5.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	22.8	22.8	19.3	15.8	10.5	1.8	0.0	0.0	7.0
	스파클링 로제 와인	(18)	16.7	11.1	38.9	0.0	16.7	5.6	0.0	0.0	11.1
	기타	(9)	11.1	22.2	0.0	22.2	0.0	11.1	11.1	0.0	22.2
최 선호 주류	스틸 와인	(305)	28.5	19.7	▼12.8	14.1	4.6	4.6	3.3	2.3	10.2
	스파클링 와인	(126)	▼19.8	27.0	23.8	10.3	5.6	▼.8	1.6	0.8	10.3
	맥주	(306)	29.4	17.3	20.3	11.1	8.8	1.6	2.0	1.0	8.5
	위스키	(104)	▲42.3	15.4	15.4	▼4.8	5.8	4.8	3.8	2.9	▼4.8
	혼합 알코올류	(61)	27.9	27.9	26.2	▼1.6	4.9	1.6	1.6	1.6	6.6
	기타	(98)	22.4	15.3	13.3	17.3	5.1	6.1	3.1	2.0	15.3
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	▲38.8	18.9	▼12.1	10.7	6.3	1.5	1.9	1.5	8.3
	Dry & light	(365)	25.8	17.5	19.5	12.1	6.3	4.1	3.0	2.2	9.6
	Sweet & Heavy	(104)	25.0	20.2	23.1	12.5	3.8	4.8	4.8	1.9	▼3.8
	Sweet & light	(325)	26.2	21.8	17.2	10.5	6.8	2.8	1.8	1.2	11.7
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	28.8	20.8	▼9.6	11.2	9.6	4.8	4.0	1.6	9.6
	2~3일에 한번	(93)	36.6	14.0	20.4	11.8	6.5	3.2	1.1	1.1	5.4
	1주일에 1회 이상	(319)	▲35.1	▼14.1	▼12.9	12.5	5.6	3.8	3.1	1.6	11.3
	2주일에 1회 이상	(123)	25.2	22.0	22.8	7.3	5.7	3.3	2.4	4.1	7.3
	1달에 1회 이상	(208)	▼19.7	23.6	23.1	13.0	4.8	2.9	1.9	1.9	9.1
	1달에 1회 미만	(132)	23.5	26.5	21.2	9.1	6.8	▼.8	2.3	0.0	9.8
국가별	독일	(500)	▼20.8	▲24.6	▲30.0	10.4	6.8	▼1.6	▼.8	1.4	▼3.6
	프랑스	(500)	▲36.2	▼14.4	▼5.2	12.2	5.6	4.8	4.4	2.0	▲15.2
학력별	고졸 이하	(516)	26.2	23.1	17.8	11.6	6.8	2.1	2.9	1.2	8.3
	대재 이상	(484)	31.0	15.7	17.4	11.0	5.6	4.3	2.3	2.3	10.5
직업별	대학생/대학원생	(95)	26.3	24.2	16.8	9.5	8.4	3.2	1.1	2.1	8.4
	직장인	(594)	31.6	18.2	17.3	10.4	5.7	2.9	3.7	1.2	8.9
	아르바이트	(67)	23.9	17.9	10.4	16.4	4.5	4.5	1.5	3.0	17.9
	자영업	(75)	25.3	22.7	16.0	17.3	9.3	2.7	0.0	4.0	▼2.7
	전업주부	(55)	20.0	23.6	29.1	7.3	7.3	3.6	0.0	1.8	7.3
	무직/기타	(114)	22.8	19.3	19.3	12.3	5.3	4.4	1.8	1.8	13.2

6. 선호 프로모션

문. 위 제품을 구매하실 때 어떤 프로모션이 있으면 좋을 것 같으십니까?

- ✓ 선호하는 프로모션(1순위 기준)은 '와인 관련 사은품'과 '가격 할인'이 높으며, 그 다음으로 '술 사은품' 등의 순으로 나타남.

[그림3-44. 선호 프로모션]



특성별 분석

- ✓ '가격 할인'(1순위 기준)은 국가별로 프랑스에서 상대적으로 높음.

[표3-63. 선호 프로모션(1순위)]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %]

		사례수	전용잔 등 와인 관련 사은품	가격 할인	술 사은품	판촉요원이 게임 등을 통해 경품/ 무료 술 제공	업소 내 안주와 세트로 판매	경품 행사	와인과 직접 관련이 없는 사은품 제공
전체		(1,000)	27.0	26.0	20.2	9.7	8.1	6.9	2.1
성별	남성	(500)	26.8	27.0	21.0	10.0	7.0	6.0	2.2
	여성	(500)	27.2	25.0	19.4	9.4	9.2	7.8	2.0
연령별	19-29세	(250)	29.2	25.6	19.6	▼6.0	11.2	6.4	2.0
	30대	(250)	26.8	24.8	22.4	7.6	10.0	5.2	3.2
	40대	(250)	24.4	31.2	18.0	11.2	7.2	6.0	2.0
	50대	(250)	27.6	22.4	20.8	14.0	▼4.0	10.0	1.2
성/ 연령별	남19-29세	(126)	30.2	26.2	19.8	5.6	11.1	5.6	1.6
	남30대	(124)	23.4	29.0	24.2	5.6	8.9	4.8	4.0
	남40대	(126)	22.2	31.7	20.6	11.9	6.3	5.6	1.6
	남50대	(124)	31.5	21.0	19.4	▲16.9	▼1.6	8.1	1.6
	여19-29세	(124)	28.2	25.0	19.4	6.5	11.3	7.3	2.4
	여30대	(126)	30.2	20.6	20.6	9.5	11.1	5.6	2.4
	여40대	(124)	26.6	30.6	15.3	10.5	8.1	6.5	2.4
	여50대	(126)	23.8	23.8	22.2	11.1	6.3	11.9	0.8
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	28.4	26.5	19.3	9.3	8.1	6.4	2.1
	스틸 화이트 와인	(133)	23.3	31.6	17.3	▼5.3	8.3	10.5	3.8
	스틸 로제 와인	(236)	26.3	25.8	23.7	8.1	8.1	6.8	1.3
	스파클링 레드 와인	(75)	21.3	▼14.7	20.0	▲24.0	9.3	10.7	0.0
	스파클링 화이트 와인	(57)	38.6	22.8	21.1	10.5	5.3	0.0	1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	27.8	16.7	11.1	11.1	5.6	5.6
	기타	(9)	11.1	33.3	22.2	11.1	11.1	0.0	11.1
최선호 주류	스틸 와인	(305)	24.9	26.6	19.7	8.5	9.8	8.5	2.0
	스파클링 와인	(126)	30.2	19.0	19.8	11.9	9.5	7.9	1.6
	맥주	(306)	28.8	26.5	21.2	10.5	5.6	5.6	2.0
	위스키	(104)	26.0	26.9	22.1	5.8	11.5	▼2.9	4.8
	혼합 알코올류	(61)	19.7	27.9	18.0	18.0	9.8	6.6	0.0
	기타	(98)	29.6	29.6	18.4	7.1	4.1	9.2	2.0
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	28.6	26.2	20.4	10.7	7.3	▼3.4	3.4
	Dry & light	(365)	23.6	26.6	19.2	11.2	6.8	9.9	2.7
	Sweet & Heavy	(104)	32.7	28.8	14.4	6.7	10.6	4.8	1.9
	Sweet & light	(325)	28.0	24.3	23.1	8.3	9.2	6.5	▼.6
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	27.2	27.2	▼13.6	9.6	9.6	8.8	4.0
	2~3일에 한번	(93)	22.6	25.8	26.9	7.5	8.6	6.5	2.2
	1주일에 1회 이상	(319)	24.8	28.5	19.4	9.1	8.2	7.5	2.5
	2주일에 1회 이상	(123)	27.6	25.2	25.2	▼4.9	8.9	6.5	1.6
	1달에 1회 이상	(208)	31.3	22.6	18.3	11.5	8.7	5.8	1.9
	1달에 1회 미만	(132)	28.0	25.0	22.0	14.4	4.5	6.1	0.0
국가별	독일	(500)	30.0	▼20.0	21.0	▲15.6	6.2	5.6	1.6
	프랑스	(500)	24.0	▲32.0	19.4	▼3.8	10.0	8.2	2.6
학력별	고졸 이하	(516)	26.2	24.2	19.8	▲13.4	7.6	6.8	2.1
	대재 이상	(484)	27.9	27.9	20.7	▼5.8	8.7	7.0	2.1
직업별	대학생/대학원생	(95)	25.3	33.7	22.1	5.3	5.3	7.4	1.1
	직장인	(594)	25.8	26.1	21.0	9.4	8.2	7.1	2.4
	아르바이트	(67)	20.9	26.9	17.9	10.4	10.4	9.0	4.5
	자영업	(75)	33.3	22.7	14.7	17.3	8.0	▼2.7	1.3
	전업주부	(55)	34.5	20.0	21.8	12.7	9.1	▼1.8	0.0
	무직/기타	(114)	30.7	23.7	18.4	7.9	7.9	9.6	1.8

[표3-64. 선호 프로모션(1+2순위)]

[Base: 전체(N=1,000), 단위: %, 중복]

		사례수	전용잔 등 와인 관련 사은품	가격 할인	술 사은품	판촉요원이 게임 등을 통해 경품/ 무료 술 제공	업소 내 안주와 세트로 판매	경품 행사	와인과 직접 관련이 없는 사은품 제공
전체		(1,000)	46.8	44.4	42.1	18.8	16.3	12.9	5.7
성별	남성	(500)	46.6	44.2	42.6	18.4	16.2	13.0	6.4
	여성	(500)	47.0	44.6	41.6	19.2	16.4	12.8	5.0
연령별	19-29세	(250)	53.2	44.4	41.6	15.2	19.6	10.4	4.8
	30대	(250)	45.6	46.0	42.4	▼13.6	20.0	12.0	8.0
	40대	(250)	44.8	46.0	39.6	23.6	14.8	12.8	4.8
	50대	(250)	43.6	41.2	44.8	22.8	▼10.8	16.4	5.2
성/ 연령별	남19-29세	(126)	51.6	42.1	42.1	15.1	20.6	12.7	5.6
	남30대	(124)	48.4	47.6	40.3	▼11.3	20.2	9.7	8.9
	남40대	(126)	42.1	46.0	40.5	23.8	15.1	13.5	4.0
	남50대	(124)	44.4	41.1	47.6	23.4	▼8.9	16.1	7.3
	여19-29세	(124)	54.8	46.8	41.1	15.3	18.5	8.1	4.0
	여30대	(126)	42.9	44.4	44.4	15.9	19.8	14.3	7.1
	여40대	(124)	47.6	46.0	38.7	23.4	14.5	12.1	5.6
	여50대	(126)	42.9	41.3	42.1	22.2	12.7	16.7	3.2
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	49.4	45.1	42.6	17.8	16.1	11.7	5.9
	스틸 화이트 와인	(133)	42.1	▲55.6	39.1	12.8	14.3	18.0	8.3
	스틸 로제 와인	(236)	42.8	44.9	44.5	20.3	18.2	13.6	3.8
	스파클링 레드 와인	(75)	42.7	▼26.7	37.3	29.3	20.0	18.7	5.3
	스파클링 화이트 와인	(57)	▲64.9	▼31.6	43.9	21.1	8.8	▼1.8	▼1.8
	스파클링 로제 와인	(18)	38.9	50.0	38.9	22.2	22.2	5.6	5.6
	기타	(9)	22.2	44.4	33.3	11.1	11.1	22.2	33.3
최선호 주류	스틸 와인	(305)	45.2	49.2	43.3	15.7	16.7	13.8	3.6
	스파클링 와인	(126)	49.2	▼34.1	41.3	22.2	17.5	12.7	7.1
	맥주	(306)	46.4	46.4	42.2	19.9	14.1	12.1	5.6
	위스키	(104)	50.0	36.5	38.5	17.3	▲26.0	9.6	10.6
	혼합 알코올류	(61)	39.3	42.6	47.5	23.0	16.4	11.5	4.9
	기타	(98)	51.0	45.9	39.8	19.4	10.2	17.3	6.1
선호 와인 맛	Dry & Heavy	(206)	46.6	45.6	39.3	18.9	16.5	12.6	8.3
	Dry & light	(365)	41.4	43.8	45.5	20.0	14.2	14.8	7.4
	Sweet & Heavy	(104)	▲61.5	45.2	▼30.8	17.3	20.2	8.7	4.8
	Sweet & light	(325)	48.3	44.0	43.7	17.8	17.2	12.3	▼2.5
와인 음용 빈도	거의 매일	(125)	41.6	44.0	41.6	20.8	15.2	15.2	8.8
	2~3일에 한번	(93)	46.2	41.9	37.6	17.2	23.7	11.8	9.7
	1주일에 1회 이상	(319)	45.5	47.0	42.9	17.9	16.9	13.2	6.3
	2주일에 1회 이상	(123)	49.6	44.7	45.5	13.8	16.3	12.2	4.1
	1달에 1회 이상	(208)	47.6	44.7	41.3	20.7	14.9	11.5	3.4
	1달에 1회 미만	(132)	51.5	39.4	41.7	22.0	12.9	13.6	3.8
국가별	독일	(500)	50.0	▼36.4	42.4	▲23.4	17.0	▼9.2	4.8
	프랑스	(500)	43.6	▲52.4	41.8	▼14.2	15.6	16.6	6.6
학력별	고졸 이하	(516)	45.9	39.9	41.9	22.3	15.9	13.0	6.0
	대재 이상	(484)	47.7	49.2	42.4	15.1	16.7	12.8	5.4
직업별	대학생/대학원생	(95)	55.8	47.4	38.9	15.8	15.8	13.7	4.2
	직장인	(594)	43.6	46.5	45.1	18.5	16.0	13.1	5.2
	아르바이트	(67)	40.3	37.3	37.3	25.4	19.4	17.9	10.4
	자영업	(75)	44.0	38.7	34.7	22.7	20.0	8.0	5.3
	전업주부	(55)	54.5	38.2	38.2	20.0	18.2	▼1.8	▼1.8
	무직/기타	(114)	▲57.9	42.1	38.6	15.8	13.2	16.7	8.8

제4장 조사 결과 요약

I. 현장 조사 결과 요약

1. 유럽 와인 시장 및 소비자의 특성

- ✓ 프랑스는 전통적인 고품질의 스틸 와인 중심 시장 형성
 - 와인 종주국으로서의 와인이 라이프스타일의 일부라는 문화적 자부심
 - 와인시장이 포화상태이고, 포도 이외의 기타 과실주에 대한 수요도 거의 없음.
- ✓ 독일도 프랑스와 비슷하지만, 상대적으로 스파클링 와인 시장이 강세임.
 - 특히, 복분자, 사과, 복숭아 등 포도 외 재료의 경우 와인 카테고리로는 인식이 잘 안되어도 기타 과실주로 접근 가능한 측면 존재함.
- ✓ 유럽 시장 전반을 볼 때 저도주 트렌드가 성장하고 있음. 이에 따라 무알콜 및 저알콜 와인, 스파클링 와인 시장의 성장세가 예상됨.
 - 특히, 젊은 층을 중심으로 낮은 가격대, 낮은 알콜 도수, 브랜드 및 패키지에서 젊은 감수성을 겨냥한 접근하기 쉬운 캐주얼한 와인에 대한 수요가 존재함.

2. 국산 과실주에 대한 평가

- ✓ 복분자주, 오디주, 복분자와 오디 혼합주 3종의 국내산 과실주 제품으로 시음하고 의견 청취
- ✓ 복분자주는 누룩이 포함되어 있어 특유의 맛에 대한 대중적인 소비자의 선호는 낮을 것
- ✓ 오디주는 단맛이 너무 강하며, 디저트 와인처럼 sweet wine 시장에 들어가기 위해서는 품질 개선 필요
- ✓ 복분자와 오디 혼합주는 상대적으로는 가장 대중적으로 선호할 것 같은 맛
- ✓ 전반적으로, 현재 수준의 한국 과실주 품질로 유럽 와인과 경쟁하기에는 제품 요인에서 어려움 존재

3. 마케팅 전략

- ✔ 문화적 자부심이 강하고 전통적인 와인시장이 견고한 프랑스에 비해, 상대적으로 스파클링 와인시장이 성장세이며 포도 외 과실주 시장의 가능성이 존재하는 독일을 중심으로 접근하는 것이 효율적일 것임.
- ✔ 젊은 층을 주 대상으로 한류, 한식과 연계하여 접근
- ✔ 국산 과실주의 제품 전략
 - 포도 이외의 과실주
 - still이나 sparkling 와인 모두 가능
 - sweet wine
 - 반주 또는 후식으로 한식와 함께 제공
 - 유니크하고 세련된 패키지
 - 정통 와인과는 다르면서도, 신뢰성과 호감을 줄 수 있어야 함.
- ✔ 국산 과실주의 가격 전략
 - 고가 전략으로 접근하기는 어려울 것
 - 초기에는 프로모션 등으로 저가 이미지 고착을 막으면서도 가격 배리어를 우회하여 접근할 필요
- ✔ 국산 과실주의 유통 전략
 - 마트 등 일반 판매점을 통한 접근은 효율성이 매우 낮음.
 - 한식당을 중심으로 한식과 함께 제공
 - 국산 식재료를 공급하는 유통업자를 통해 한식당에 접근하고, 이를 통해 소비자에게 접근
- ✔ 국산 과실주의 프로모션 전략
 - K-Pop, 한류 등 문화적 요소를 접목시켜 한식당의 프로모션과 한국 관련 행사의 프로모션으로 접근하면서 시장에 진입할 필요가 있음.
 - 젊은 층을 타겟으로 하여 새롭고 독특한, 유니크한 이미지로 호기심을 자극할 필요가 있으며, 이국적인 문화를 판매한다는 느낌으로 접근

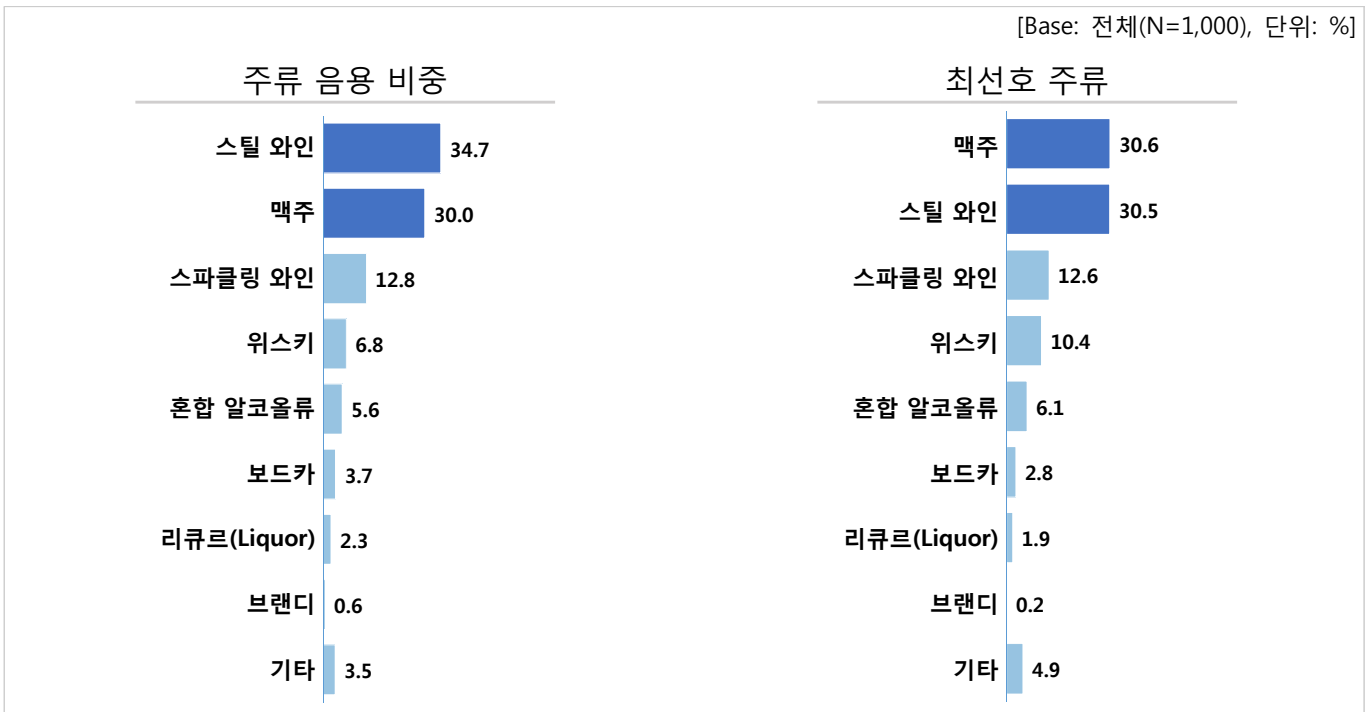
II. 주류 음용 행태

1. 선호 주류

✓ 소비자들은 한 달 평균 스틸 와인과 맥주를 가장 많이 음용하는 것으로 나타났으며, 최선호 주류도 맥주와 스틸 와인으로 나타남.

- 국가별로 프랑스에서는 스틸 와인이, 독일에서는 맥주가 음용 비중이 높고, 최선호 주류로 나타남.

[그림4-1. 선호 주류]



주류 음용 비중

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
스틸 와인	▼22.7	▲46.7
맥주	▲35.2	▼24.7
스파클링 와인	16.53	▼9.0
위스키	5.22	8.46
혼합 알코올류	▲8.8	▼2.5
보드카	4.22	3.15
리큐르(Liquor)	3.11	1.50
브랜디	.84	.32
기타	3.39	3.67

최선호 주류

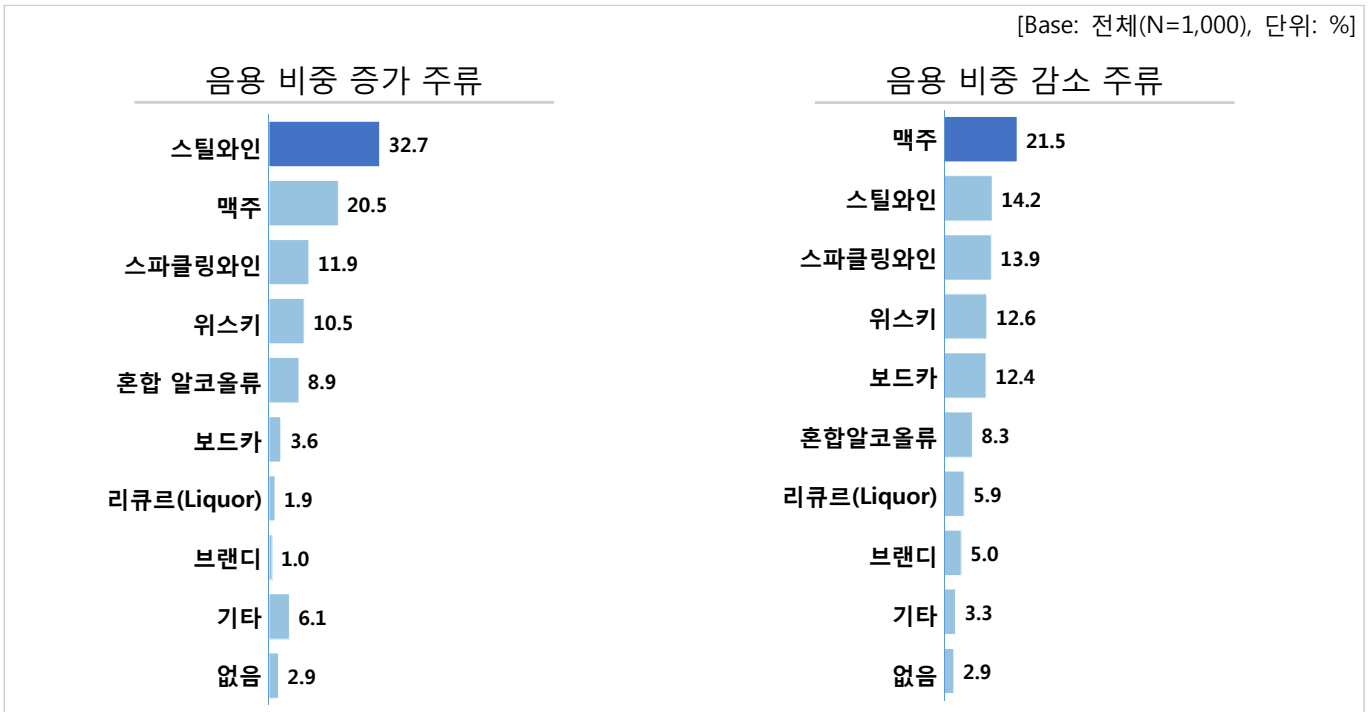
	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
맥주	▲36.6	▼24.6
스틸 와인	▼22.6	▲38.4
스파클링 와인	16.2	▼9.0
위스키	8.0	12.8
혼합 알코올류	9.0	▼3.2
보드카	2.2	3.4
리큐르(Liquor)	2.4	1.4
브랜디	0.2	0.2
기타	▼2.8	7.0

2. 주류 음용 비중 변화 의향

✓ 향후 음용 비중이 늘어날 것으로 예상되는 주종은 스틸 와인과 맥주가 가장 높은 한편, 음용 비중 감소 주류로도 맥주와 스틸 와인이 높게 나타남.

- 프랑스에서는 스틸 와인의 음용 비중 증가 의향이 상대적으로 높음.
- 독일에서는 맥주와 스파클링 와인의 음용 비중 감소 의향이 상대적으로 높게 나타남.

[그림4-2. 주류 음용 비중 변화]



음용 비중 증가 주류	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
스틸 와인	▼25.2	▲40.2
맥주	19.0	22.0
스파클링 와인	15.2	▼8.6
위스키	10.6	10.4
혼합 알코올류	▲13.8	▼4.0
보드카	4.8	2.4
리큐르(Liquor)	3.0	0.8
브랜디	1.4	0.6
기타	5.2	7.0

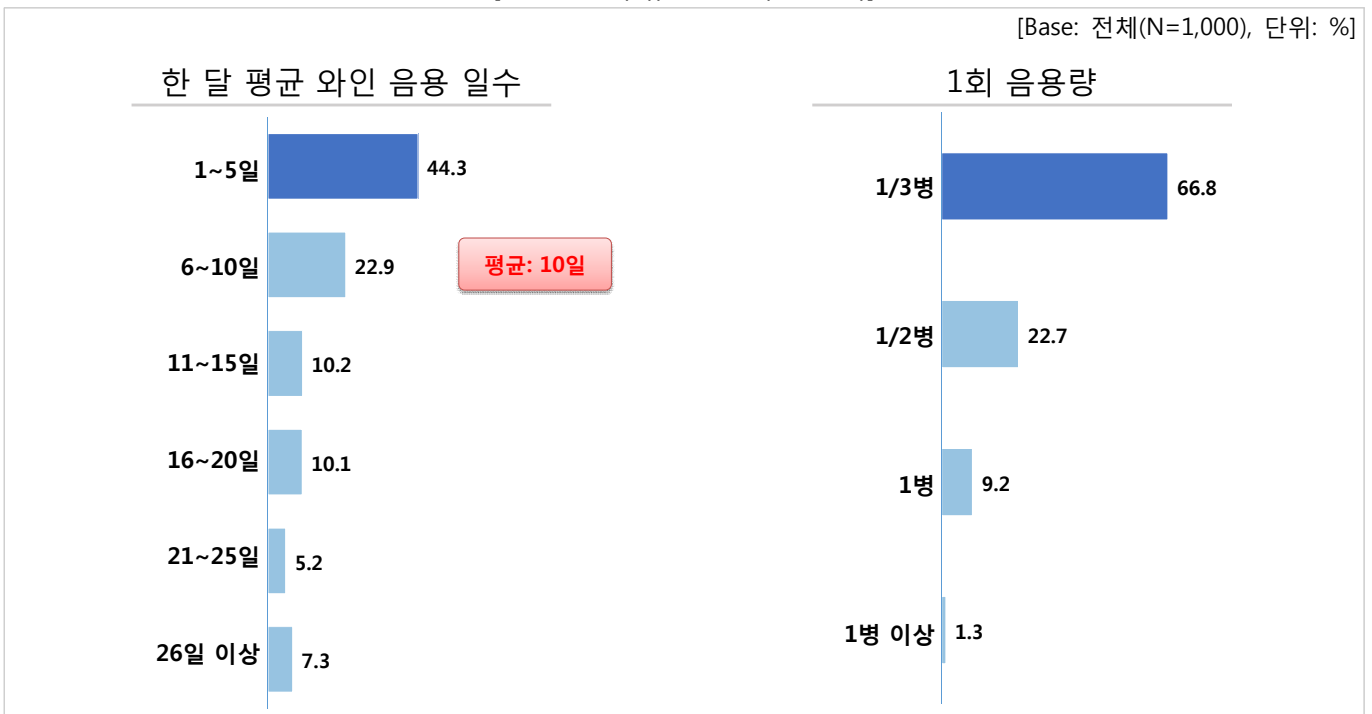
음용 비중 감소 주류	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
맥주	▲26.8	▼16.2
스틸 와인	12.6	15.8
스파클링 와인	▲19.2	▼8.6
위스키	▼8.6	▲16.6
보드카	9.8	15.0
혼합 알코올류	8.0	8.6
리큐르(Liquor)	4.6	7.2
브랜디	5.2	4.8
기타	3.4	3.2

Ⅲ. 와인 음용 행태

1. 와인 소비량

- ✓ 소비자들은 최근 1년 동안 한 달에 평균 10일 정도, 하루 평균 1/3병 정도 와인을 마신 것으로 나타남.
- ✓ 독일과 프랑스를 비교하여 보면, 한 달 평균 와인 음용 일수는 비슷하나 1회 음용량은 독일이 프랑스에 비해 약간 더 많은 것으로 판단됨.

[그림4-3. 주류 음용 비중 변화]



한 달 평균 와인 음용 일수

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
1~5일	45.4	43.2
6~10일	23.0	22.8
11~15일	12.2	8.2
16~20일	9.0	11.2
21~25일	4.8	5.6
26일 이상	5.6	9.0
[평균: 일]	9.64	10.72

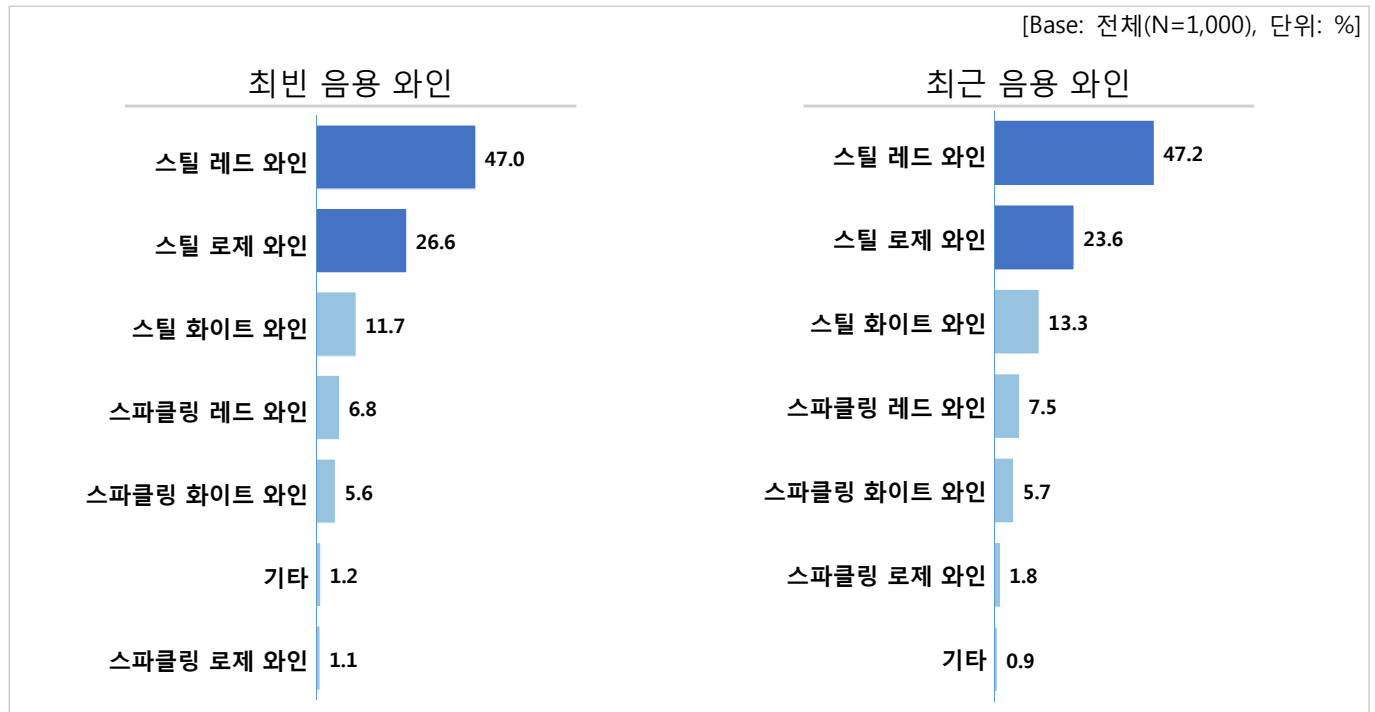
1회 음용량

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
1/3병	▼53.8	▲79.8
1/2병	▲32.6	▼12.8
1 병	▲12.8	▼5.6
1병 이상	0.8	1.8

2. 선호 와인 종류

- ✓ 독일과 프랑스 모두 스틸 레드 와인을 가장 많이 음용하고 있으며, 최근 음용 와인으로도 스틸 레드 와인이 가장 많음.
- 독일에서는 프랑스에 비해 스파클링 레드 와인의 음용 빈도가 많고, 최근 음용한 비율도 높음.

[그림4-4. 최빈/최근 와인 종류]



최빈 음용 와인

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
스틸 레드 와인	44.8	49.2
스틸 로제 와인	29.0	24.2
스틸 화이트 와인	▼2.6	▲20.8
스파클링 레드 와인	▲13.0	▼.6
스파클링 화이트 와인	8.0	▼3.2
스파클링 로제 와인	2.0	▼.2
기타	0.6	1.8

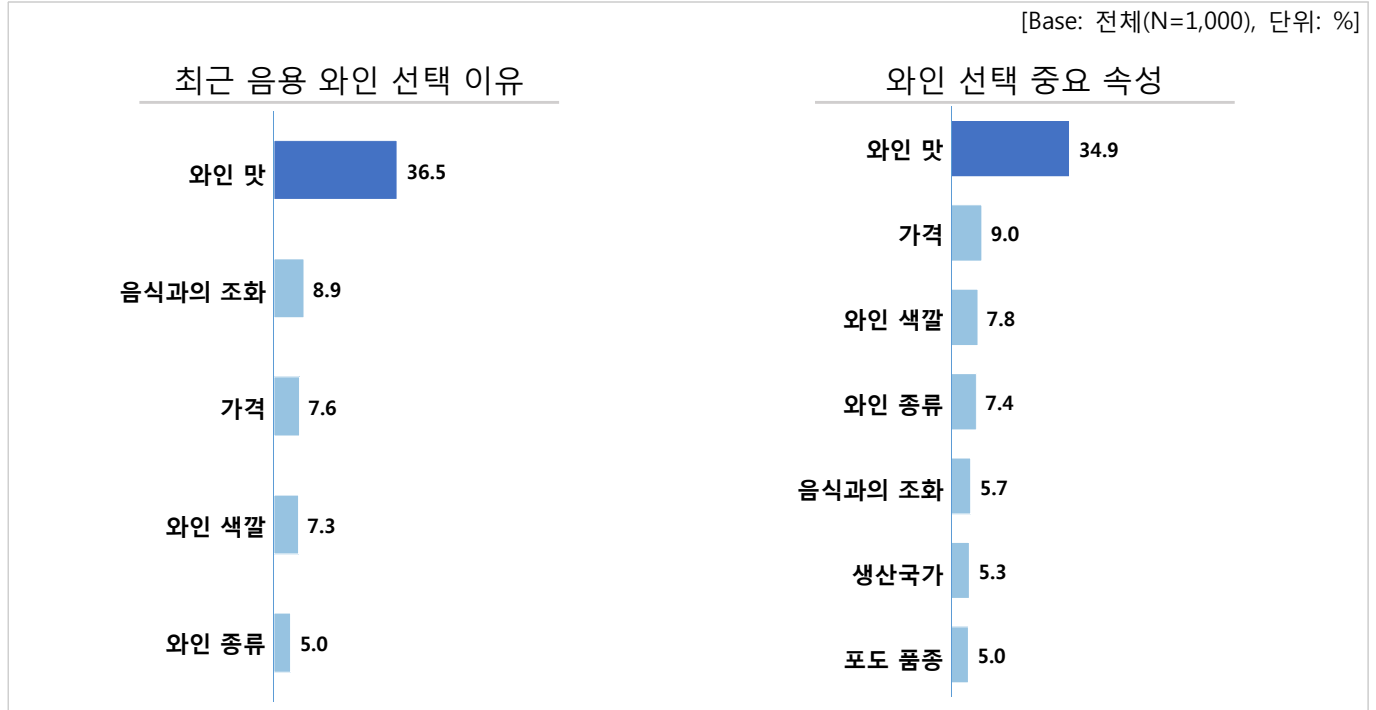
최근 음용 와인

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
스틸 레드 와인	44.8	49.6
스틸 로제 와인	27.4	19.8
스틸 화이트 와인	▼3.2	▲23.4
스파클링 레드 와인	▲14.8	▼.2
스파클링 화이트 와인	6.8	4.6
스파클링 로제 와인	2.6	1.0
기타	0.4	1.4

3. 와인 선택 이유

✔ 와인을 고르는 중요 요인으로 와인의 맛이 가장 영향력이 높은 것으로 나타남

[그림4-5. 와인 선택 이유]



최근 음용 와인 선택 이유(1순위)

최근 음용 와인 선택 이유	스틸 레드 와인	스틸 화이트 와인	스틸 로제 와인	스파클링 레드 와인	스파클링 화이트 와인	스파클링 로제 와인	기타
사례수	(472)	(133)	(236)	(75)	(57)	(18)	(9)
와인 맛	33.9	▲48.1	39.0	▼20.0	38.6	33.3	66.7
음식과의 조화	11.9	10.5	6.4	▼1.3	5.3	0.0	0.0
가격	6.4	5.3	9.3	13.3	7.0	5.6	22.2
와인 색깔(레드, 화이트, 로제)	7.0	6.8	9.3	8.0	5.3	0.0	0.0
와인 종류(스틸, 스파클링)	3.0	▼1.5	5.9	▲13.3	14.0	5.6	11.1

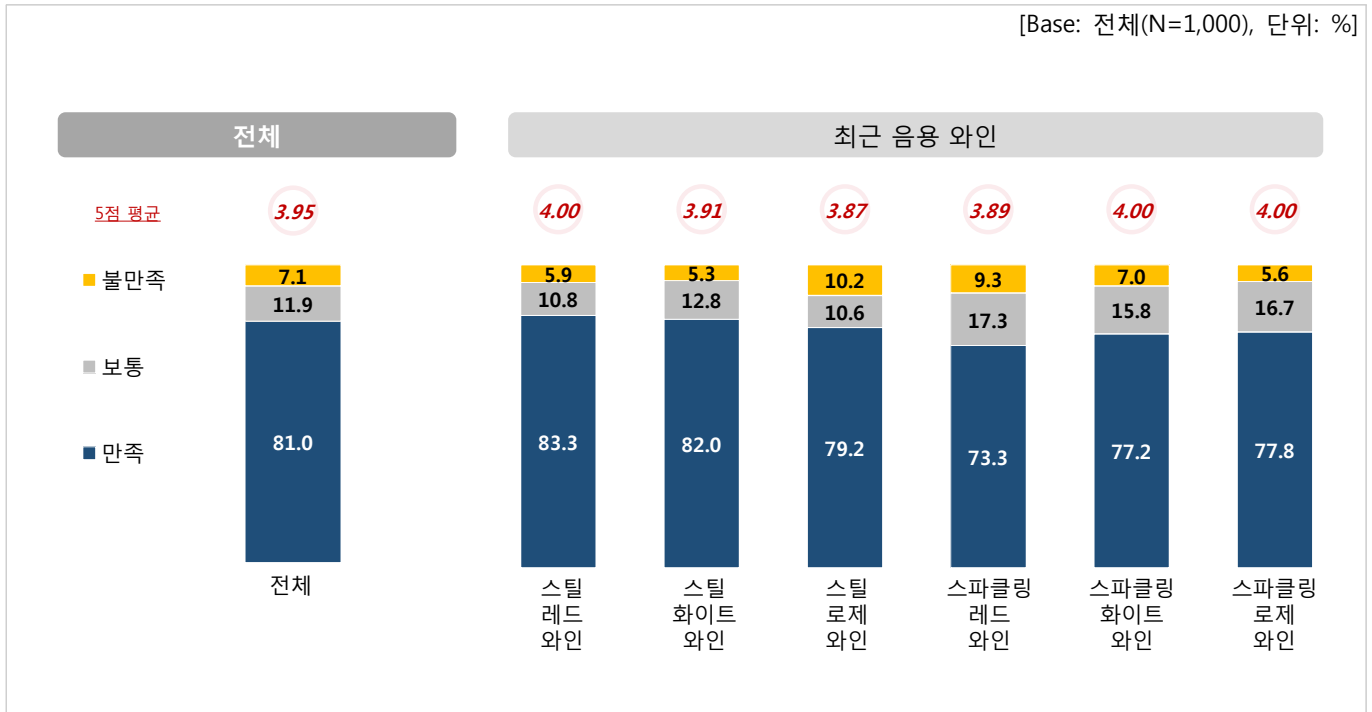
와인 선택 중요 속성(1순위)

와인 선택 중요 속성	스틸 레드 와인	스틸 화이트 와인	스틸 로제 와인	스파클링 레드 와인	스파클링 화이트 와인	스파클링 로제 와인	기타
사례수	(472)	(133)	(236)	(75)	(57)	(18)	(9)
와인 맛	34.7	27.8	36.4	34.7	45.6	33.3	44.4
가격	7.4	9.0	12.3	8.0	7.0	5.6	33.3
와인 색깔(레드, 화이트, 로제)	6.6	10.5	8.1	10.7	5.3	11.1	11.1
와인 종류(스틸, 스파클링)	6.6	8.3	7.2	8.0	12.3	11.1	0.0
음식과의 조화	5.9	7.5	5.5	4.0	5.3	0.0	0.0
생산국가(국산, 수입)	6.6	3.0	3.8	5.3	3.5	16.7	0.0
포도 품종	4.9	6.8	5.5	5.3	1.8	0.0	0.0

4. 최근 음용 와인 만족도

✓ 최근 음용 와인의 만족도는 81.0%로, 특히 스틸 레드 와인의 만족도가 가장 높음.

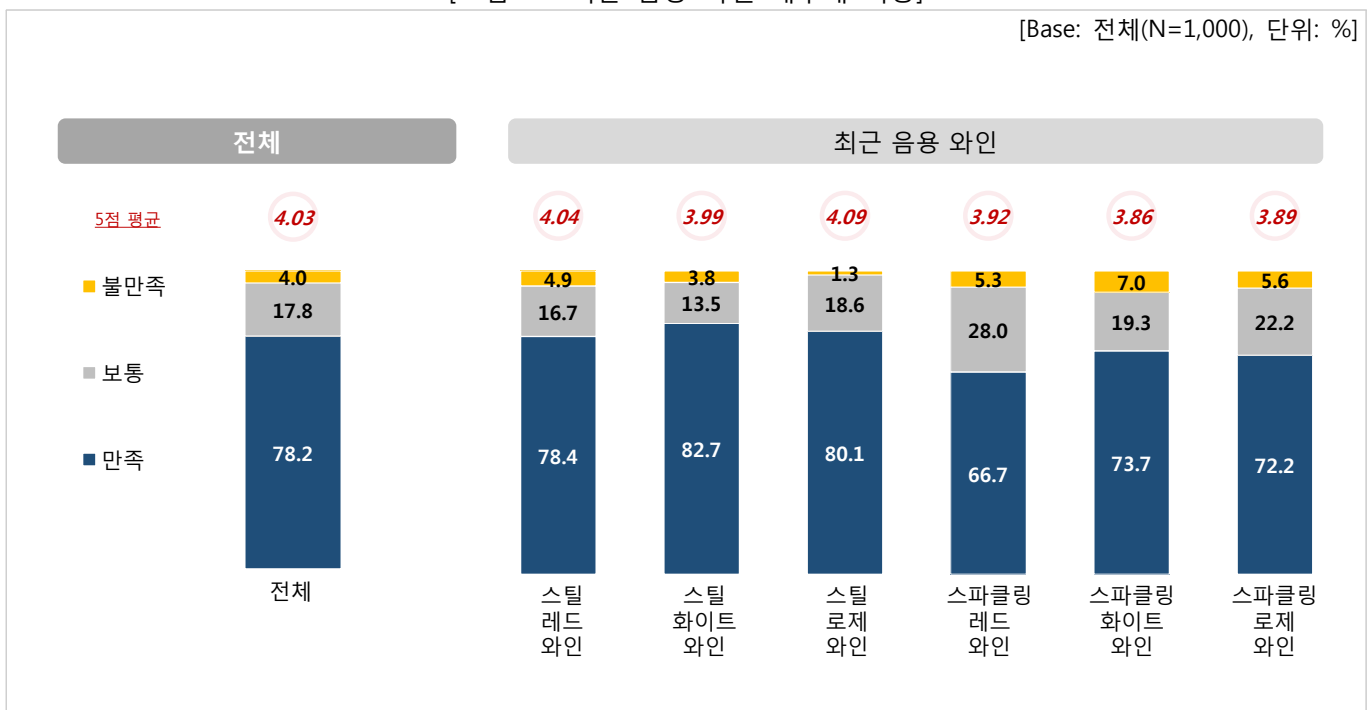
[그림4-6. 최근 음용 와인 만족도]



5. 최근 음용 와인 재구매 의향

✓ 최근 음용 와인 재구매의향은 78.2%로 높게 나타났으며, 특히 스틸 화이트 와인의 재구매 의향이 가장 높음.

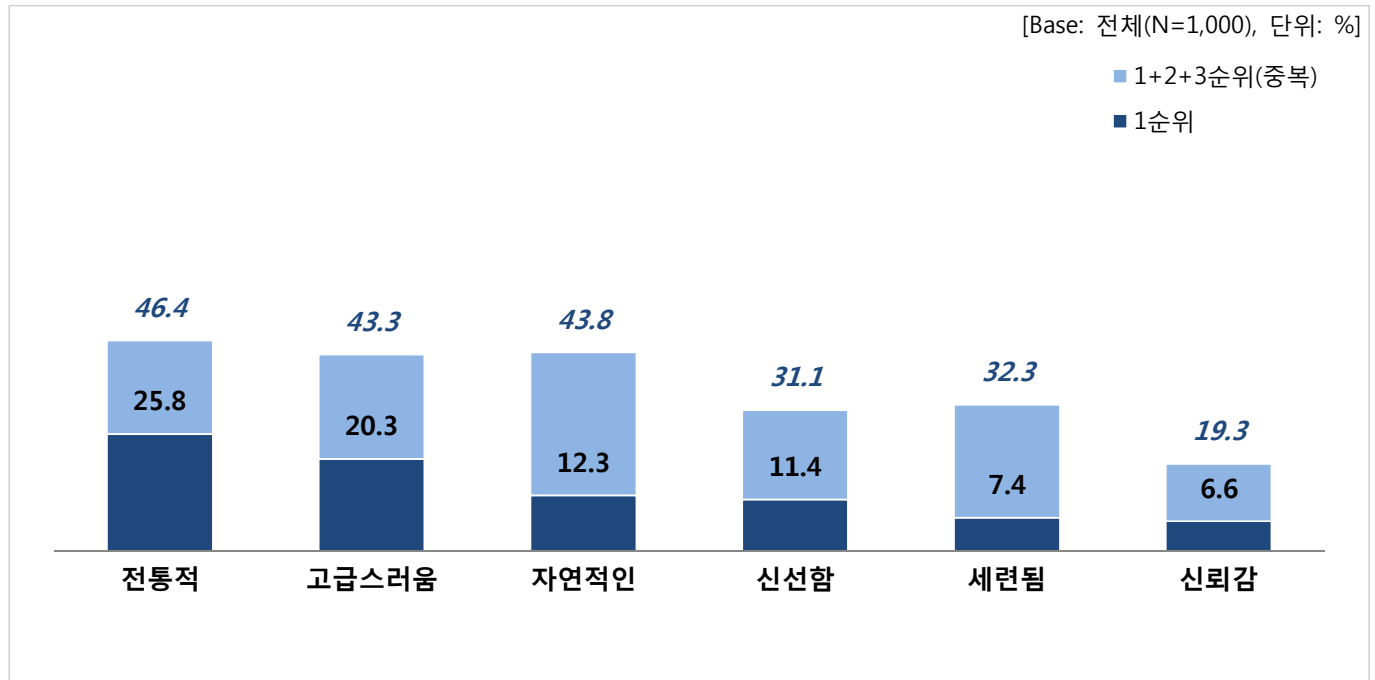
[그림4-7. 최근 음용 와인 재구매 의향]



6. 이상적인 와인 이미지

- ✓ 이상적인 와인 이미지로 '전통적', '고급스러움'이 높으며, 그 다음으로 '자연적인', '신선함' 등의 순으로 나타남. (1순위 기준)
- ✓ '신선함'은 스틸 로제 와인에서, '전통적'은 프랑스에서 상대적으로 높게 나타남.

[그림4-8. 이상적 와인 이미지]



이상적인 와인 이미지

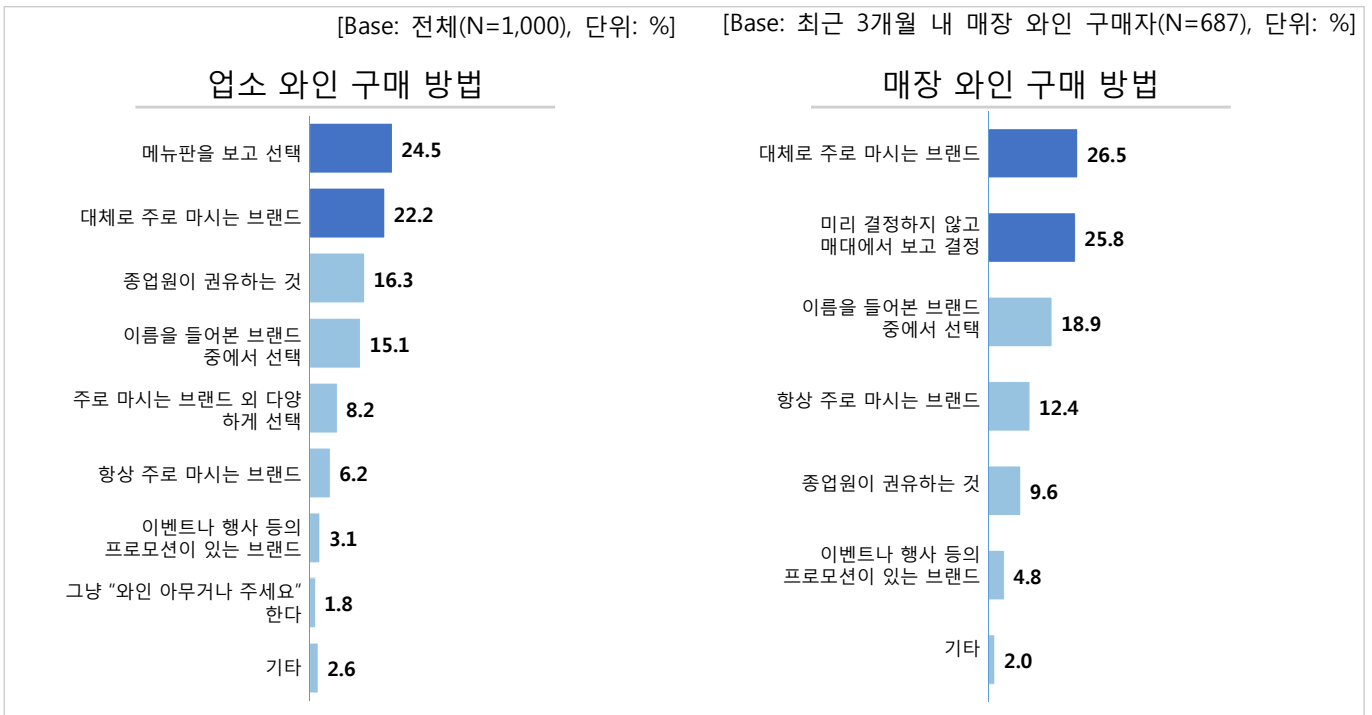
		사례수	전통적	고급스러움	자연적인	신선함	세련됨	신뢰감
전체		(1,000)	25.8	20.3	12.3	11.4	7.4	6.6
최근 음용 와인	스틸 레드 와인	(472)	29.9	21.4	12.7	▼5.5	8.7	6.8
	스틸 화이트 와인	(133)	33.8	17.3	9.8	15.8	8.3	6.0
	스틸 로제 와인	(236)	▼17.8	19.9	14.4	▲17.4	6.8	6.8
	스파클링 레드 와인	(75)	▼13.3	21.3	10.7	16.0	5.3	6.7
	스파클링 화이트 와인	(57)	22.8	17.5	8.8	17.5	3.5	7.0
	스파클링 로제 와인	(18)	22.2	27.8	11.1	16.7	0.0	0.0
	기타	(9)	33.3	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1
국가별	독일	(500)	▼18.4	18.6	15.6	13.8	5.4	7.0
	프랑스	(500)	▲33.2	22.0	▼9.0	9.0	9.4	6.2

IV. 와인 구매 행태

1. 와인 브랜드 선택 방법

- ✓ 와인 브랜드 선택 방법은 대체로 주로 마시는 브랜드를 선택하나, 업소에서는 메뉴판을, 매장에서는 매대에서 고르는 비율도 높음.
- 특히 독일에서 업소와 매장의 구매 패턴이 다르게 나타나는데, 업소에서는 메뉴판을, 매장에서는 대체로 주로 마시는 브랜드를 선택하고 있음.

[그림4-9. 와인 브랜드 선택 방법]



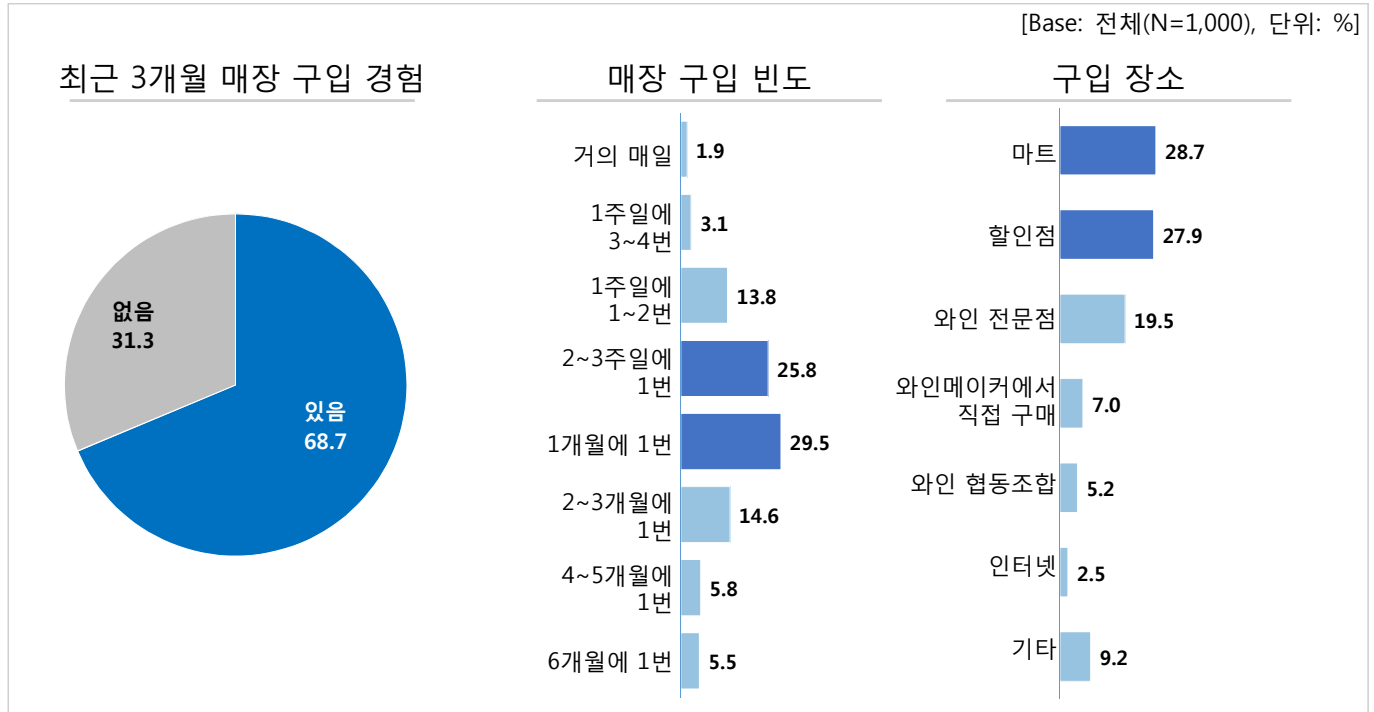
	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
메뉴판을 보고 선택	▲33.8	▼15.2
대체로 주로 마시는 브랜드	▼11.8	▲32.6
종업원이 권유하는 것	▲24.0	▼8.6
이름을 들어본 브랜드 중에서 선택	14.4	15.8
주로 마시는 브랜드 외 다양하게 선택	▼4.6	▲11.8
항상 주로 마시는 브랜드	6.2	6.2
이벤트나 행사 등의 프로모션이 있는 브랜드	▼1.0	5.2
그냥 "와인 아무거나 주세요" 한다	1.8	1.8
기타	2.4	2.8

	독일	프랑스
사례수	(400)	(287)
대체로 주로 마시는 브랜드	▲37.3	▼11.5
미리 결정하지 않고 매대에서 보고 결정	25.0	26.8
이름을 들어본 브랜드 중에서 선택	▼12.0	▲28.6
항상 주로 마시는 브랜드	16.3	▼7.0
종업원이 권유하는 것	▼4.5	▲16.7
이벤트나 행사 등의 프로모션이 있는 브랜드	3.3	7.0
기타	1.8	2.4

2. 매장 이용 행태

- ✓ 응답자의 3명 중 2명 이상은 최근 3개월 내에 매장 구입 경험이 있으며, 특히 독일에서 매장 구입 경험이 높게 나타남.
- ✓ 매장 구입 빈도는 1개월에 1~2번 정도이고, 구입 장소는 독일은 마트, 할인점이, 프랑스에서는 와인전문점 이용율이 높음.

[그림4-10. 매장 이용 행태]



	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
있다	▲80.0	▼57.4
없다	▼20.0	▲42.6

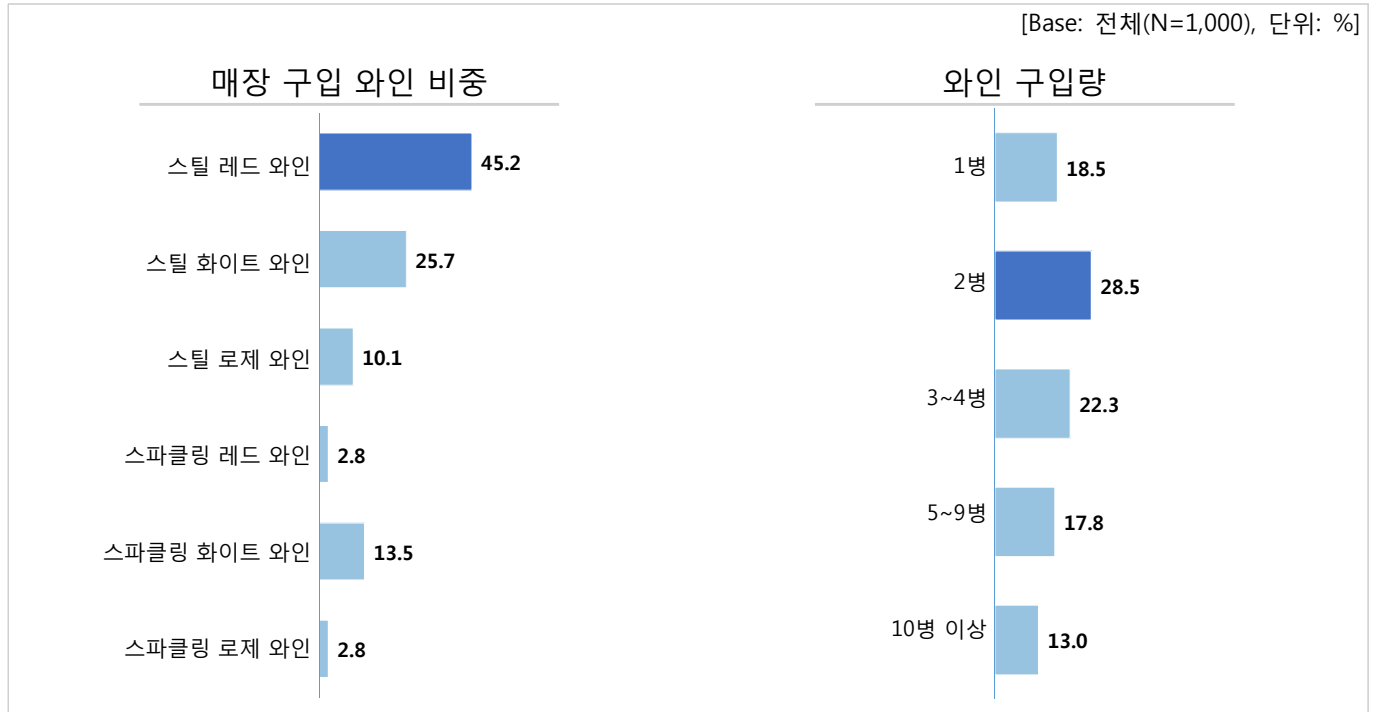
	독일	프랑스
사례수	(400)	(287)
거의 매일	2.0	1.7
1주일에 3~4번	3.3	2.8
1주일에 1~2번	13.3	14.6
2~3주일에 1번	28.3	22.3
1개월에 1번	29.3	30.0
2~3개월에 1번	14.0	15.3
4~5개월에 1번	4.8	7.3
6개월에 1번	5.3	5.9

	독일	프랑스
사례수	(400)	(287)
마트	▲44.3	▼7.0
할인점	▲34.5	▼18.8
와인 전문점	▼10.3	▲32.4
와인메이커에서 직접 구매	4.3	10.8
와인 협동조합	▼2.8	8.7
인터넷	1.8	3.5
기타	▼2.3	▲18.8

3. 매장 구입량

- ✓ 매장에서서는 주로 스틸 레드 와인을 구매하고 있으며, 한 번에 2병정도 구입하고 있음.
- 1회 구입량은 독일보다 프랑스에서 더 많은 것으로 판단됨.

[그림4-11. 매장 구입량]



	독일	프랑스
사례수	(400)	(287)
스틸 레드 와인	40.60	51.51
스틸 화이트 와인	27.86	22.77
스틸 로제 와인	▼5.4	▲16.7
스파클링 레드 와인	4.19	▼.8
스파클링 화이트 와인	▲18.3	▼6.7
스파클링 로제 와인	3.64	1.60

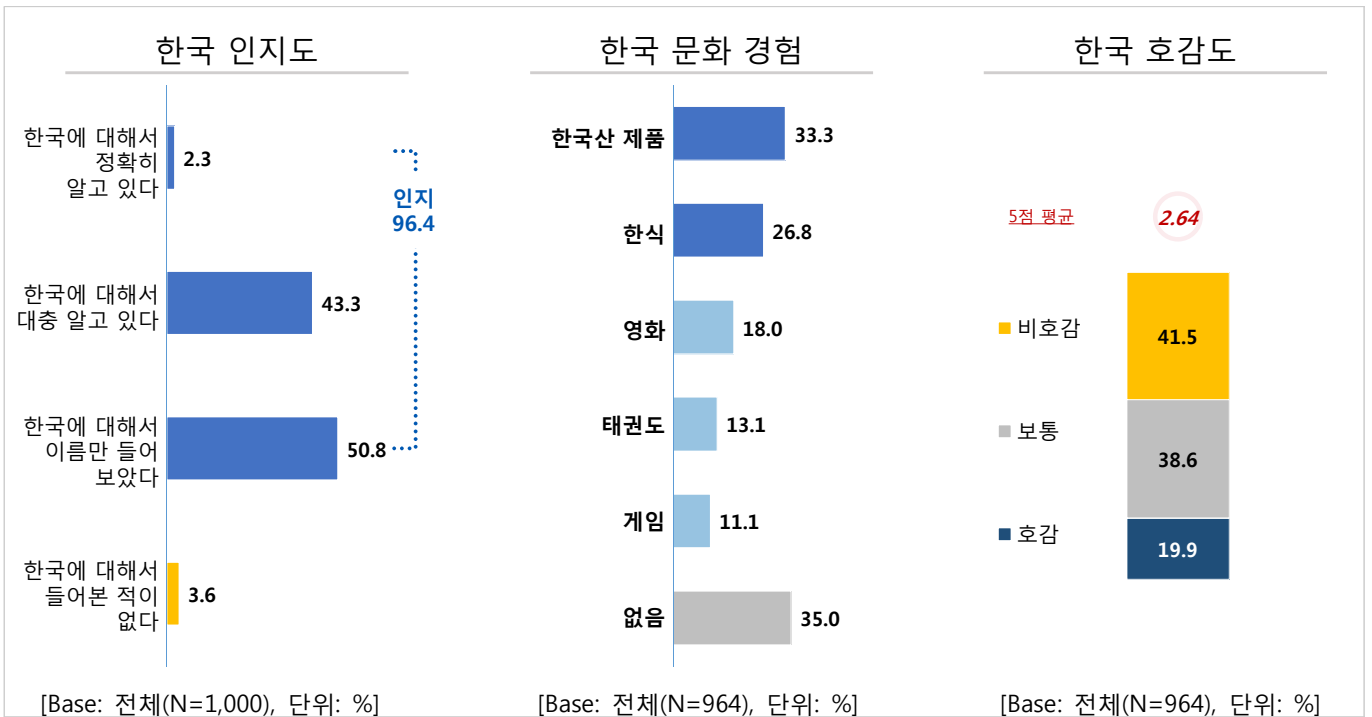
	독일	프랑스
사례수	(400)	(287)
1	22.5	▼12.9
2	29.0	27.9
3~4	24.5	19.2
5~9	15.5	20.9
10 이상	▼8.5	▲19.2

V. 신제품 컨셉 테스트

1. 한국에 대한 인식

- ✓ 한국에 대한 인지도는 96.4%로 높으나 대부분 대중 알고 있거나 이름만 들어본 수준임.
- ✓ 한국에 대한 경험은 한국산 제품이나 한식을 통한 것으로 판단됨.
- ✓ 한국에 대한 호감도는 19.9%(5점 평균 2.64)로 약간 낮은 수준으로 나타남.

[그림4-12. 한국에 대한 인식]



한국 인지도		
	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
한국에 대해서 들어본 적이 없다	2.4	4.8
한국에 대해서 이름만 들어보았다	49.8	51.8
한국에 대해서 대중 알고 있다	44.4	42.2
한국에 대해서 정확히 알고 있다	3.4	1.2
【인지】	97.6	95.2
【비인지】	2.4	4.8

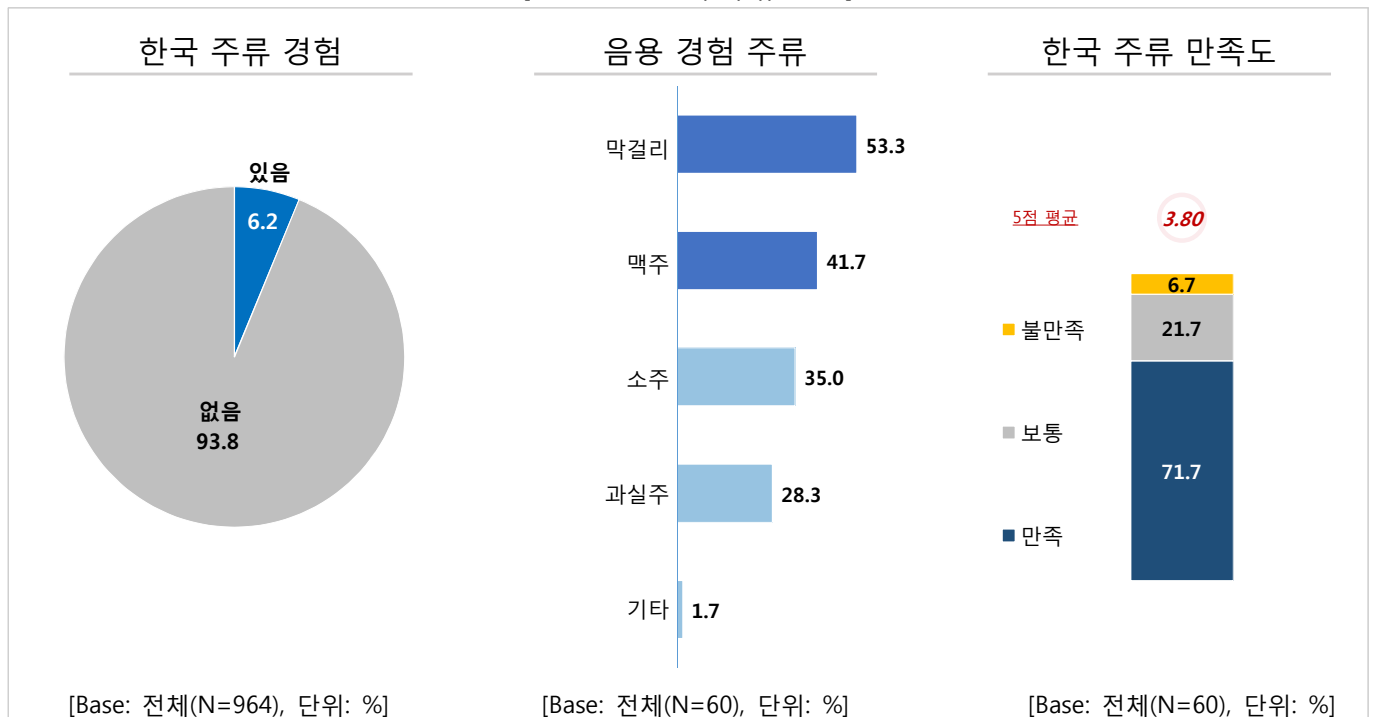
한국 문화 경험		
	독일	프랑스
사례수	(488)	(476)
한국산 제품(휴대폰, TV, 자동차, 화장품 등)	38.3	▼28.2
한식(한국음식)	▲31.8	▼21.6
영화	▼13.5	▲22.7
태권도	▲19.7	▼6.3
게임	10.9	11.3
없음	31.8	38.2

한국 호감도		
	독일	프랑스
사례수	(488)	(476)
비호감	39.8	43.3
보통	37.3	39.9
호감	23.0	16.8
[5점 평균]	2.74	2.54

2. 한국 주류 경험

- ✓ 한국 주류 경험은 대부분이 없는 것으로 나타남.
- ✓ 한국 주류 경험이 있는 응답자의 절반 정도는 막걸리를 마셔본 것으로 나타남.
- ✓ 한국 주류에 대한 만족도는 71.7%(5점 평균 3.80)으로 만족도는 높은 편임.

[그림4-13. 한국 주류 경험]



한국 주류 경험

	독일	프랑스
사례수	(488)	(476)
있음	8.6	▼3.8
없음	91.4	▲96.2

음용 경험 주류

	독일	프랑스
사례수	(42)	(18)
막걸리	64.3	▼27.8
맥주	40.5	44.4
소주	33.3	38.9
과실주	28.6	27.8
기타	2.4	0.0

한국 주류 만족도

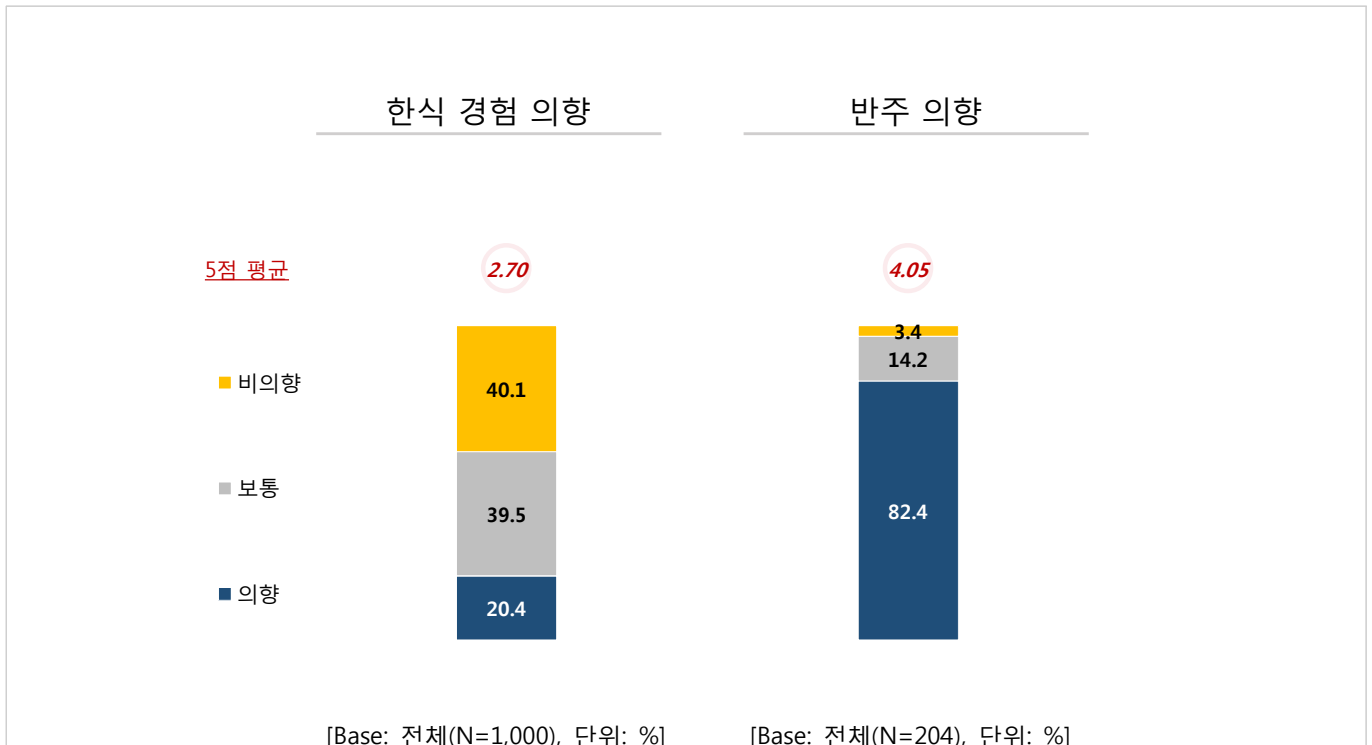
	독일	프랑스
사례수	(42)	(18)
불만족	7.1	5.6
보통	21.4	22.2
만족	71.4	72.2
5점 평균	3.81	3.78

3. 한국 주류 음용 의향

✓ 한식 경험의향은 20.4%(5점 평균 2.70)으로 낮으나, 한식 경험 의향자의 반주 의향은 82.4%(5점 평균 4.05)로 높게 나타남.

- 한식 경험 의향은 독일이 프랑스보다 높음.

[그림4-14. 한국 주류 음용 의향]



한식 경험 의향

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
비의향	39.6	40.6
보통	36.6	42.4
의향	23.8	17.0
5점 평균	2.76	2.63

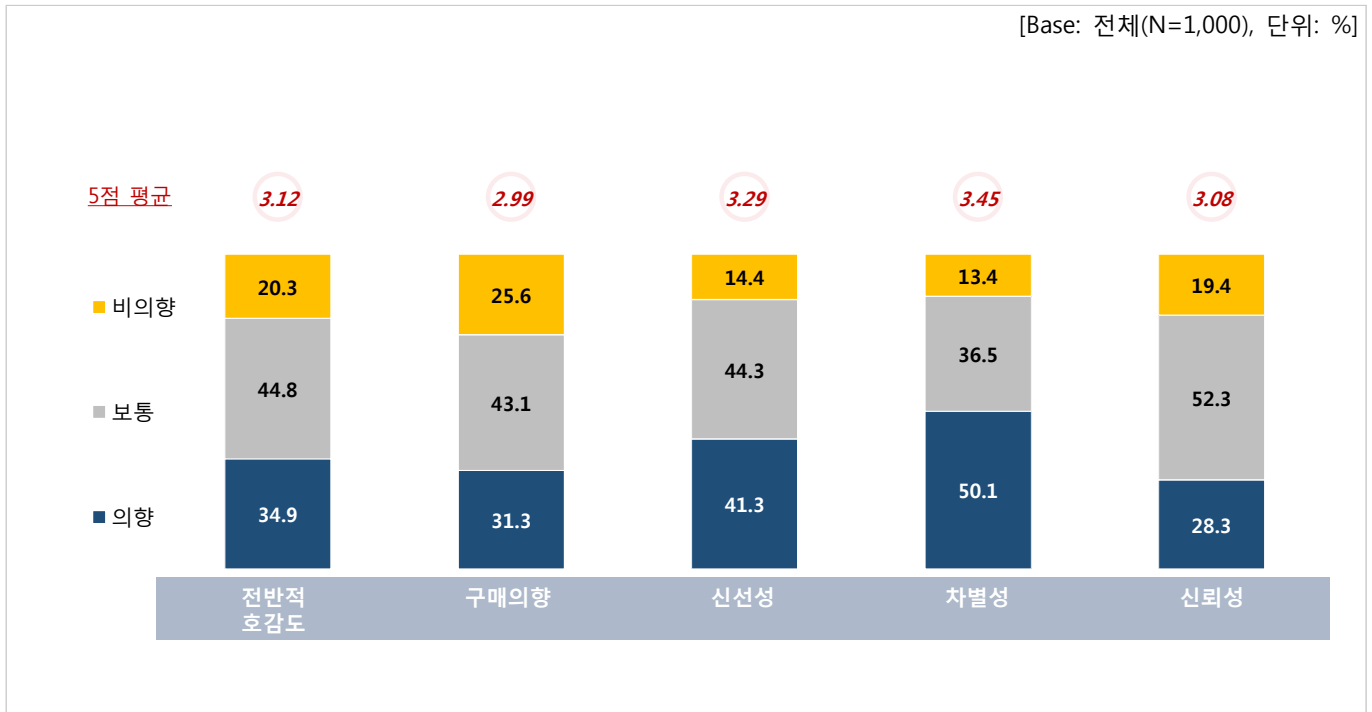
반주 의향

	독일	프랑스
사례수	(119)	(85)
비의향	5.0	1.2
보통	10.9	18.8
의향	84.0	80.0
5점 평균	4.04	4.07

4. 신제품 수용도

- ✓ 한국 와인 컨셉에 대한 전반적 만족도는 34.9%(5점 평균 3.12), 구매의향은 31.3%(5점 평균 2.99)로 낮은 편임.
- ✓ 신선성, 차별성, 신뢰성 중 신뢰성이 상대적으로 낮게 나타남.
 - 특히 프랑스에서 신뢰성이 독일에 비해 낮음.

[그림4-15. 신제품 수용도]



신제품 수용도 (긍정%)

	전반적 호감도	향후 구매의향	신선	차별	신뢰
독일	35.8	28.2	▼31.6	45.4	▲40.6
프랑스	34.0	34.4	▲51.0	54.8	▼16.0

<한국 와인 컨셉>

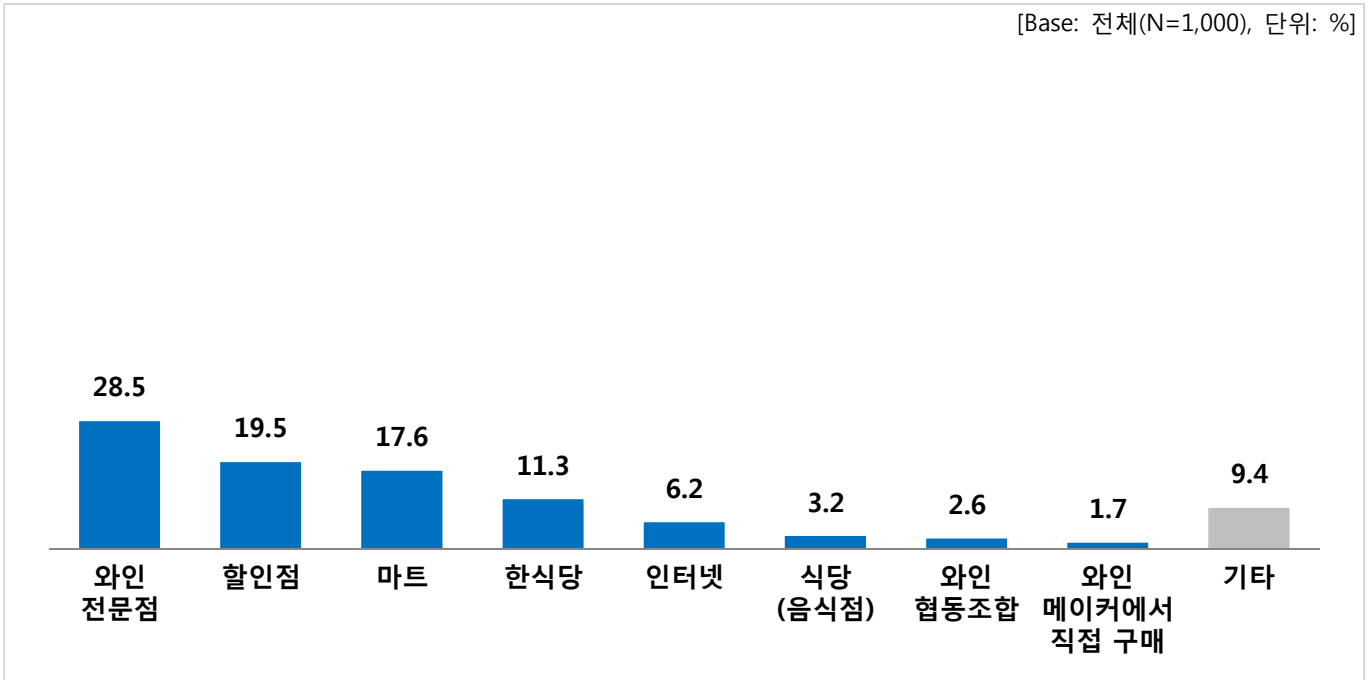
1. 컨셉 : 스파클링 스위트 와인
2. 도수/용량 : 13% / 750ml
3. 원료 : 머루, 복분자, 오디, 매실

5. 신제품 구매의향 채널

✓ 한국 와인의 구매 채널로 와인 전문점이 가장 높게 나타남.

- 독일에서는 마트와 할인점이, 프랑스에서는 와인 전문점이 가장 높음.

[그림4-16. 신제품 구매의향 채널]



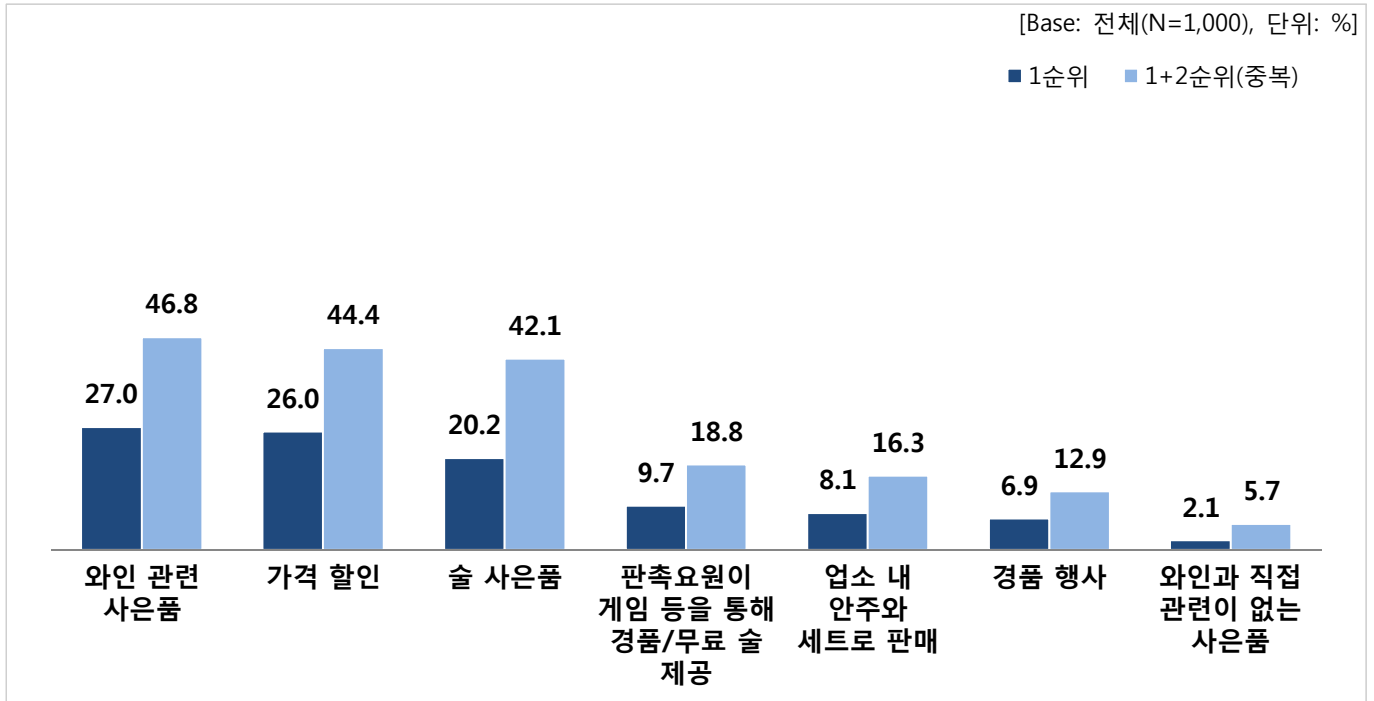
신제품 구매의향 채널

	독일	프랑스
사례수	(500)	(500)
와인 전문점	▼20.8	▲36.2
할인점	▲24.6	▼14.4
마트	▲30.0	▼5.2
한식당	10.4	12.2
기타	▼3.6	▲15.2
인터넷	6.8	5.6
식당(음식점)	▼1.6	4.8
와인 협동조합	▼.8	4.4
와인메이커에서 직접 구매	1.4	2.0

6. 선호 프로모션

- ✓ 한국 와인 구매서 선호 프로모션으로 와인 관련 사은품, 가격 할인, 술 사은품이 높은 것으로 나타남.

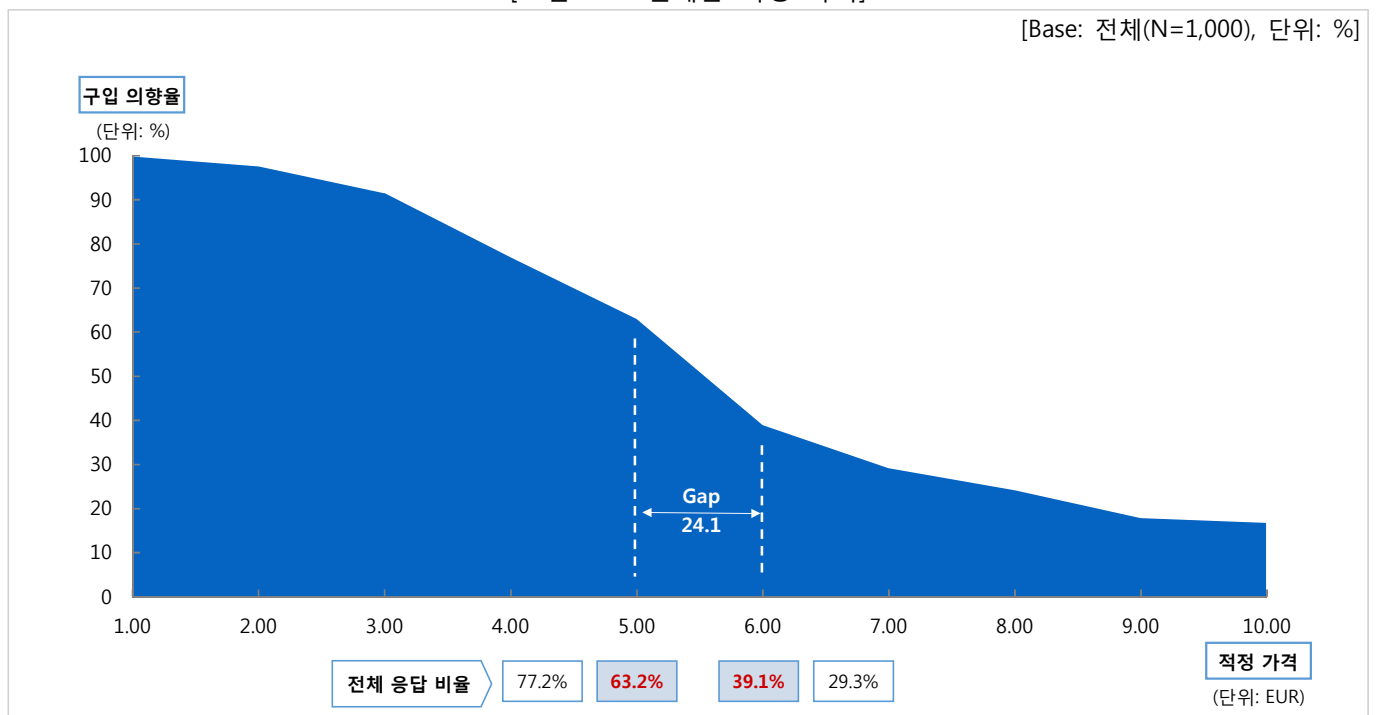
[그림4-17. 선호 프로모션]



7. 신제품 적정 가격

- ✓ 소비자의 심리적 가격 저항선을 가격 대비 구매 의향 고객 % 값이 가장 큰 가격인 **Elbow Point**에서 도출하면, 5EUR에서 6EUR으로 가격 상승시 가격 탄력성이 **24.1%P** 감소
- ✓ 결과적으로 소비자의 심리적 가격 저항선은 **5EUR** 수준임

[그림4-18. 신제품 적정 가격]



* 분석방법

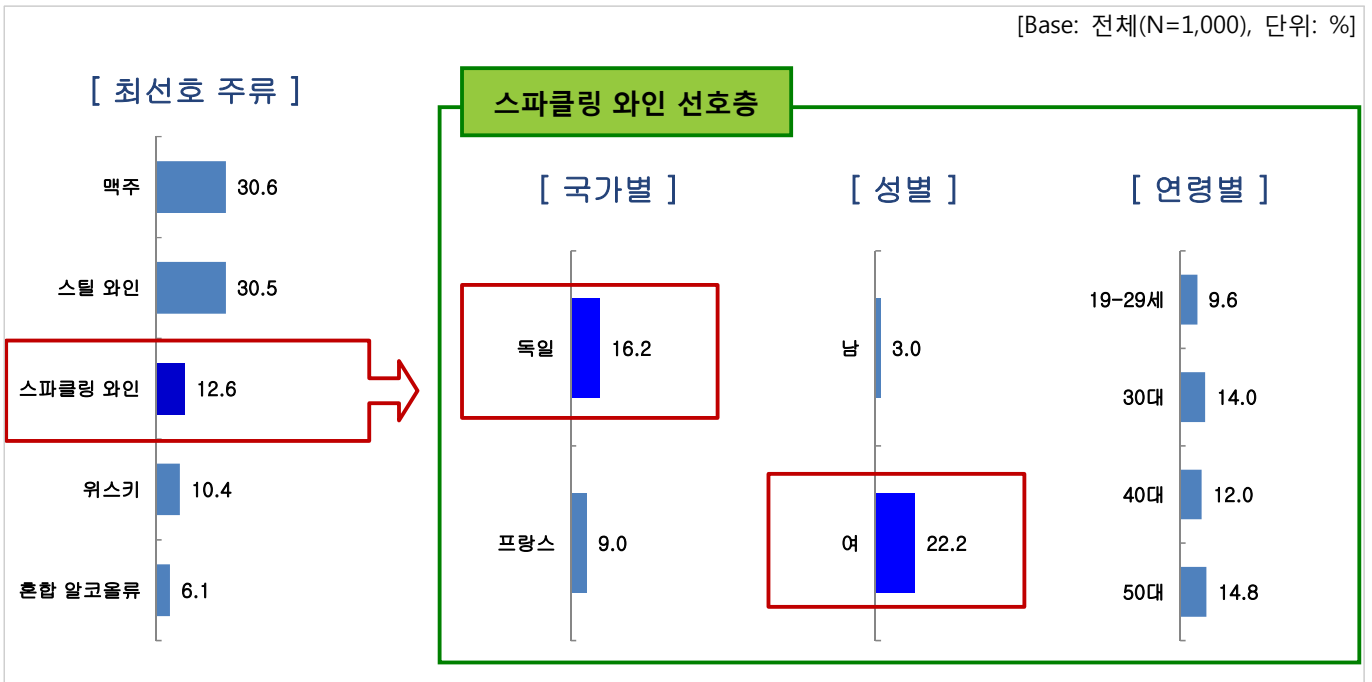
- 1) 구입시 적정가격 질문
- 2) 적정 가격별 구입 의향율의 역 누적 그래프를 작성(100-구입 의향율)
- 3) 역 누적그래프의 기울기가 가장 큰 부분(Elbow Point)에서 소비자의 심리적 가격 저항선을 도출

VI. 소비자 조사 소결

1. 목표집단 설정

- ✔ “스파클링 스위트 와인” 개발 컨셉에 적합한 목표 집단을 탐색한 결과, 독일 여성을 목표 집단으로 설정함.
 - 스파클링 와인에 대한 선호증이 프랑스에 비해 독일이 더 많으며, 남성 보다는 여성에서 선호가 뚜렷함.
 - 연령별로는 20대를 제외한 전 연령층에서 스파클링 와인에 대한 선호가 골고루 분포되어 있는 것으로 나타남.

[그림4-19. 목표집단 설정]



2. 목표집단 특성

- ✓ 목표집단인 독일 여성 중 스파클링 와인 선호층은 약 29% 정도임.
- ✓ 독일 여성들은 일주일에 2회 정도 와인을 마시고 있으며, 한 번 마실 때 1/3병 정도를 음용하고 있음.
- ✓ 스파클링 와인 중 가장 많이 마시는 종류는 스파클링 레드로 나타남.
- ✓ 선호하는 맛은 Dry & Light와 Sweet & Light로 Heavy(Full)한 맛은 기피하는 것으로 판단됨.
- ✓ 이상적인 와인으로 “자연적인”, “신선한” 이미지를 선호함.

[그림4-20. 목표집단 특성]

[Base: 독일 여성(N=250), 단위: %]

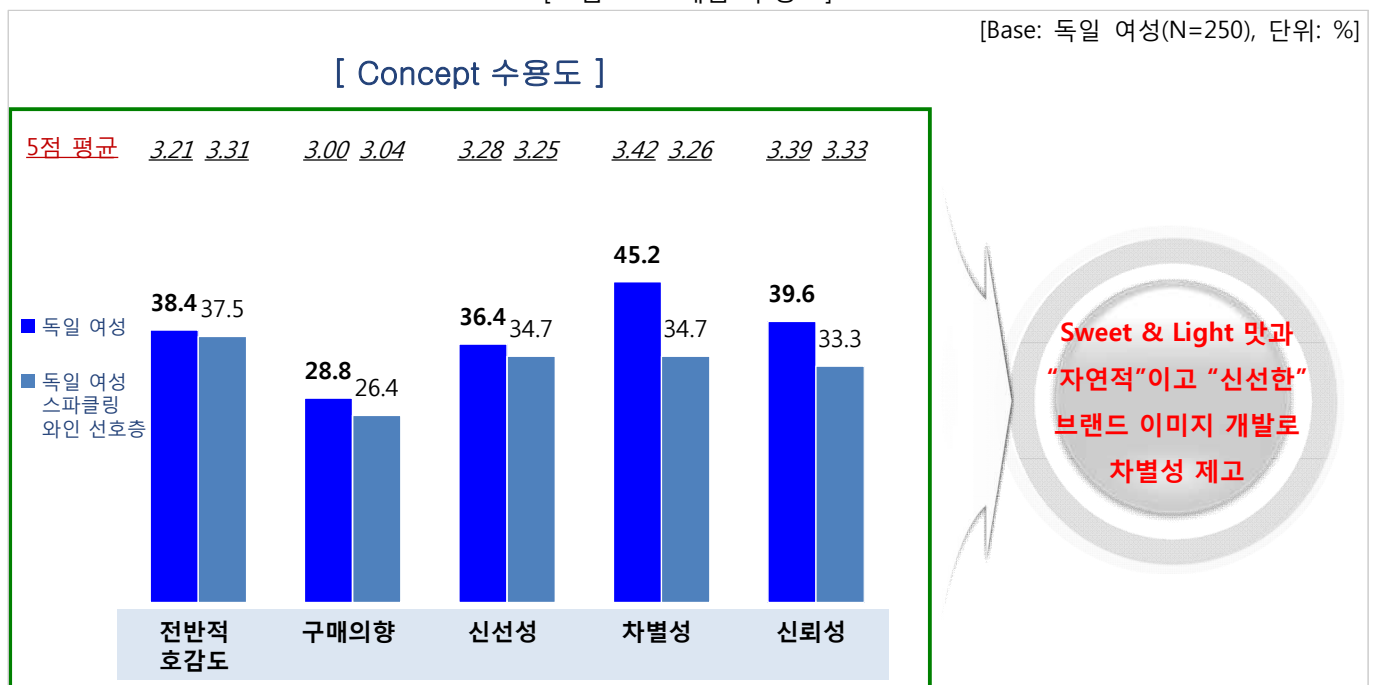
[목표집단 특성]		사례수	한 달 음용 빈도	1회 음용량	최빈 음용 와인	스�파클링 레드 와인 구입 가격	선호 맛	이상적인 와인 이미지
	독일 여성	250 (100%)	9.47	1/3병 (58.8%)	스틸 레드 (39.2%) 스틸 로제 (29.6%) 스�파클링 레드 (16.4%)	최소: 3.23 최대: 8.09	Dry & light (40.4%) Sweet & light (38.4%)	자연적인(51.6%) 신선함(40.0%) 고급스러움(39.6%) 전통적(37.6%) 친근함(26.4%)
	독일 여성 스파클링 와인 선호	72 (28.8%)	7.81	1/3병 (59.7%)	스�파클링 레드 (31.9%) 스틸 로제 (25.0%) 스틸 레드 (23.6%)	최소: 2.58 최대: 9.89	Dry & light (50.0%) Sweet & light (31.9%)	신선함(44.4%) 자연적인(43.1%) 고급스러움(40.3%) 전통적(40.3%) 친근함(23.6%)

3. 제품 수용도

- ✓ 제품에 대한 수용도는 전반적으로 보통 수준으로 나타나 특별한 관심을 끌고 있지 못함.
- ✓ 독일 여성 전체에서는 재료에 대한 차별성에 대한 평가가 다른 속성 대비 상대적으로 높음.
- ✓ 향후 현지 맛 테스트 등을 통하여 목표집단이 선호하는 “Sweet & Light”한 맛으로 현지화 하는 과정이 필요할 것으로 판단됨.
- ✓ 브랜드는 한국의 “자연적”이고 “신선한” 이미지로 **Launching** 방향을 설정하는 것이 필요함.

[그림4-21. 제품 수용도]

[Base: 독일 여성(N=250), 단위: %]



4. 유통 전략

- ✓ 한국에 대한 인지도는 높은편이나 피상적인 인지가 많은 것으로 나타남.
- ✓ 한국 문화 경험으로 한식을 통한 경험이 가장 많고, 한식과 함께 한국 주류를 마실 의향도 매우 높게 나타남.
- ✓ 또한, 업소와 매장에 따른 와인 선택 방법을 분석한 결과 업소에서 메뉴판을 보고 선택하거나 종업원이 권유하는 것을 선택하는 경우가 많음.
- ✓ 이에 따라 최초 유통경로로는 신제품을 시도할 확률을 높일 수 있는 한식당이 적합하다 판단됨.

[그림4-22. 유통전략]

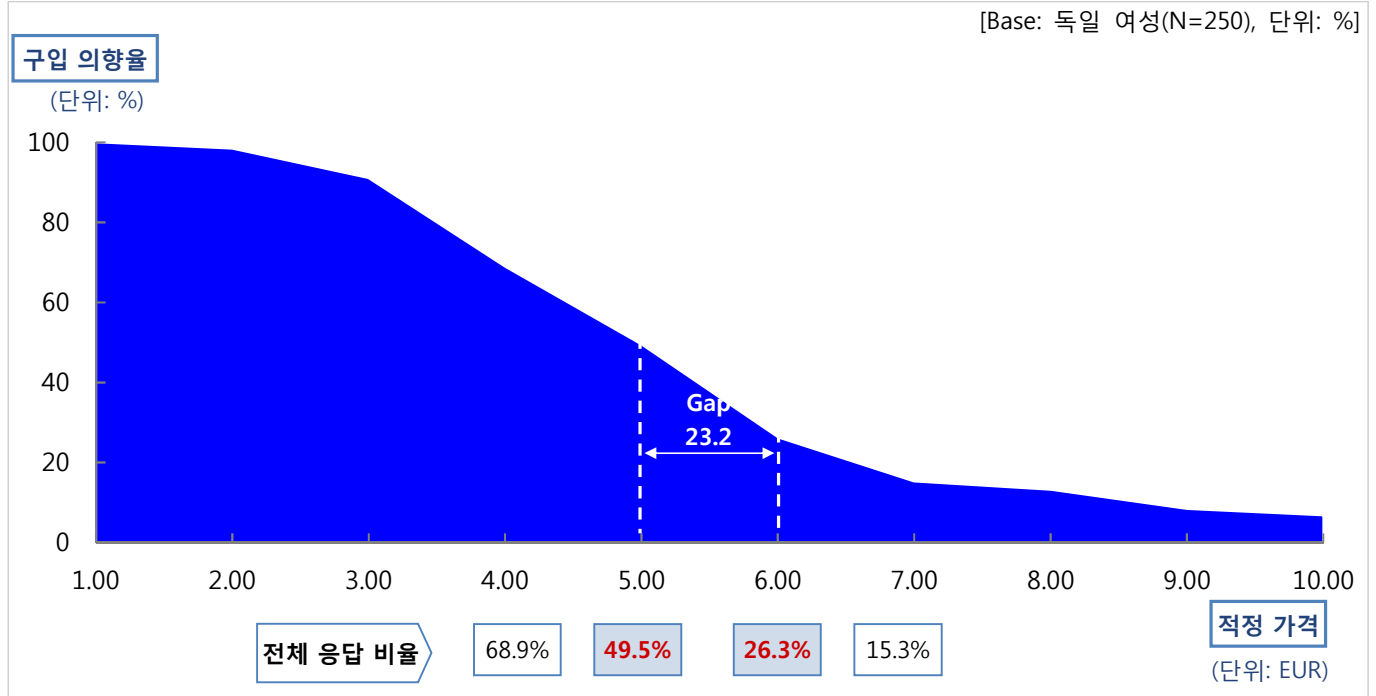
[Base: 독일 여성(N=250), 단위: %]

	한국 인지도	한국 문화 경험	한식+반주 의향	와인 선택 방법
독일 여성	98.0% (이름만 들어 보았다 57.6%)	한식(30.6%) 한국 제품(24.5%) 태권도(15.1%) :	82.1% (5점 평균: 4.07)	업소 1) 메뉴판을 보고 선택(31.2%) 2) 종업원이 권유하는 것(24.0%) 매장 1) 대체로 주로 마시는 브랜드(38.6%) 2) 미리 결정하지 않고 매장에서 보고 결정(25.7%)
독일 여성 스파클링 와인 선호	97.2% (이름만 들어 보았다 55.6%)	한식(25.7%) 한국 제품(20.0%) 태권도(15.7%) :	83.3% (5점 평균: 4.08)	업소 1) 메뉴판을 보고 선택(31.9%) 2) 종업원이 권유하는 것(25.0%) 매장 1) 대체로 주로 마시는 브랜드(40.7%) 2) 미리 결정하지 않고 매장에서 보고 결정(25.4%)

5. 적정 가격

독일 여성들이 신제품의 적정가격으로는 5EUR 정도로 중고가 정도에 위치함.

[그림4-23. 목표집단 적정 가격]

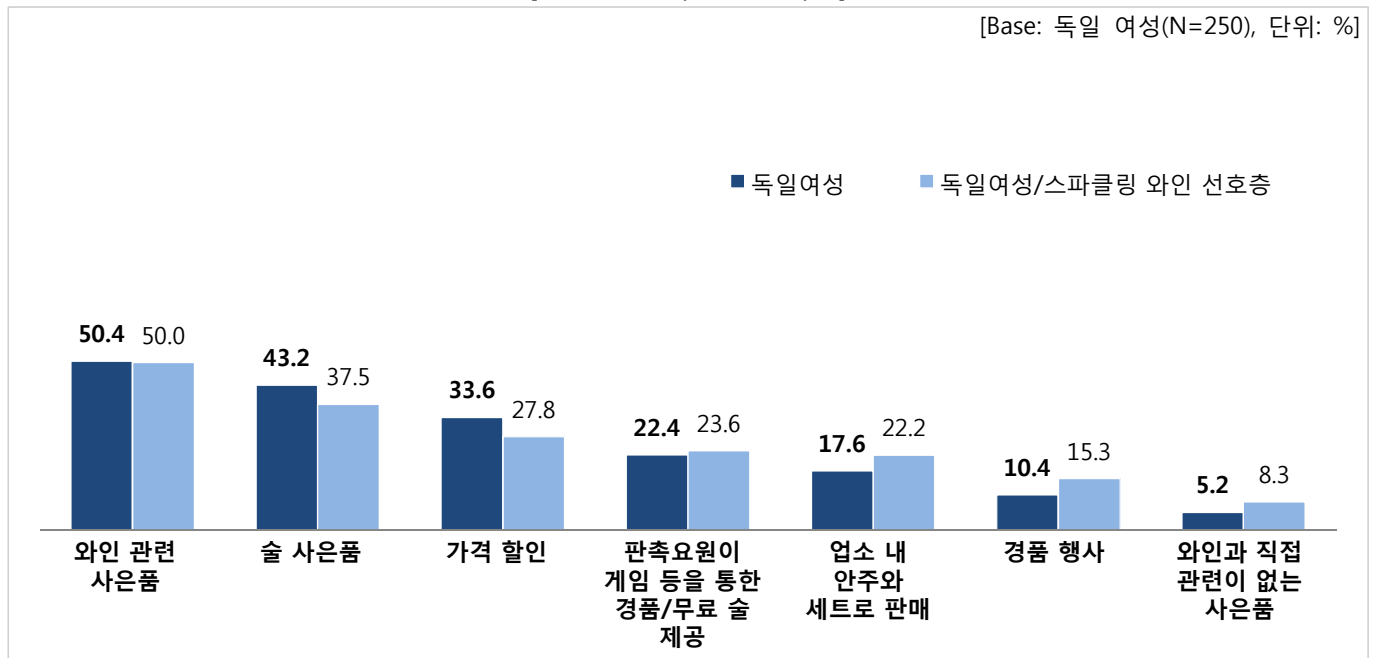


6. 프로모션 전략

독일 여성들과 스파클링 와인 선호층이 선호하는 프로모션으로는 와인 관련 사은품과 한 병 더/미니어처 술 등 술 사은품으로 나타남.

신제품 음용 시도를 높이기 위한 미니어처 제공이 유효한 프로모션으로 판단됨.

[그림4-24. 목표집단 특성]

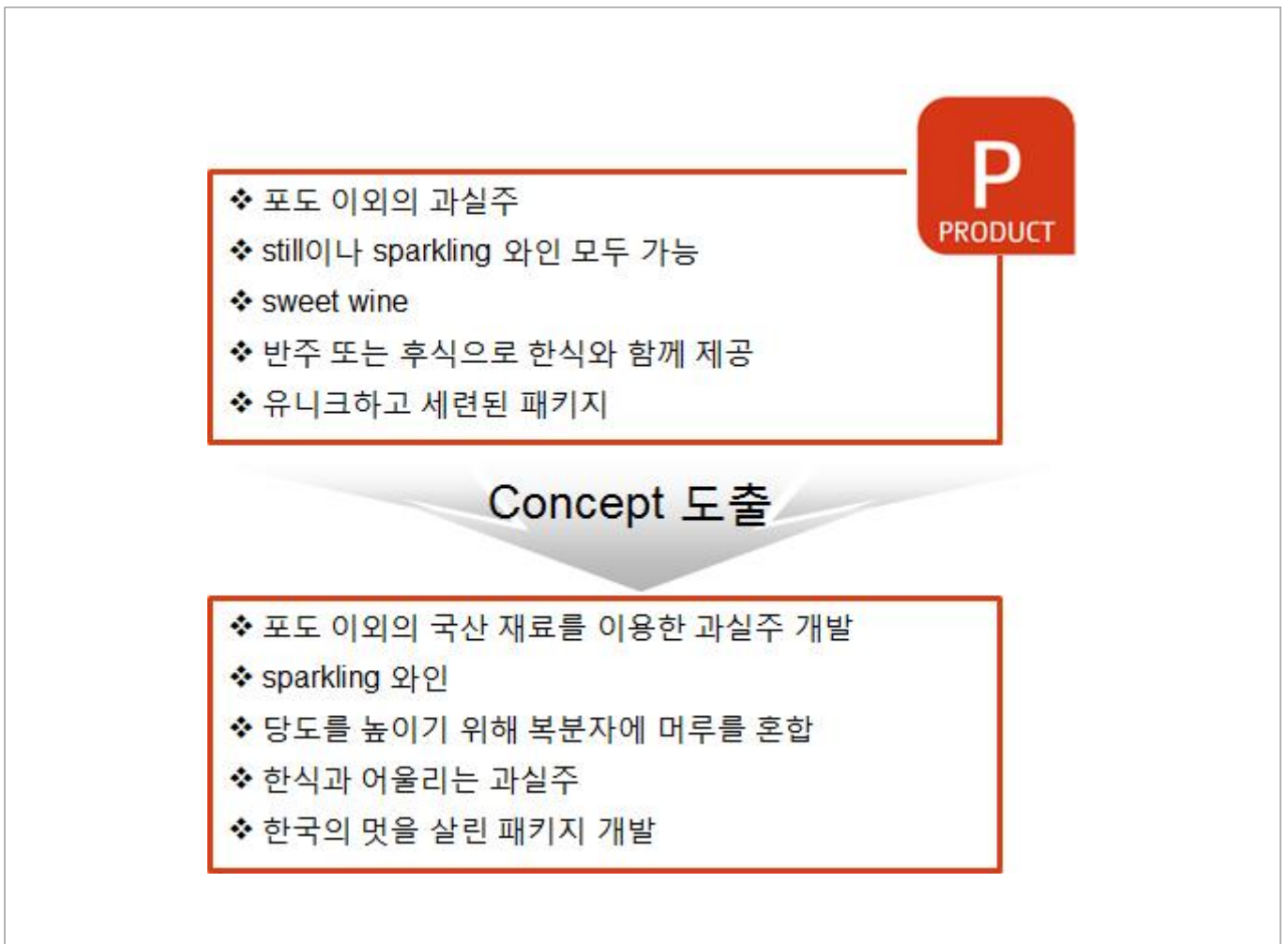


VII. 마케팅 전략 도출

1. 제품 컨셉 개발

- ✔ 전반적으로, 현재 수준의 한국 과실주 품질로 유럽 와인과 경쟁하기에는 제품 요인에서 어려움 있으므로 포도 이외의 과실주 개발
- ✔ 유럽 시장 전반을 볼 때 저도주 트렌드가 성장하고 있음. 이에 따라 무알콜 및 저알콜 와인, 스파클링 와인 시장의 성장세가 예상됨.
- ✔ 특히, 젊은 층을 중심으로 낮은 가격대, 낮은 알콜 도수, 브랜드 및 패키지에서 젊은 감수성을 겨냥한 접근하기 쉬운 캐주얼한 와인에 대한 수요가 존재함.
- ✔ 위의 조사 결과에 따라 복분자와 머루를 주원료로 한 알콜도수 13%의 스파클링 와인 개발 컨셉을 설정함.

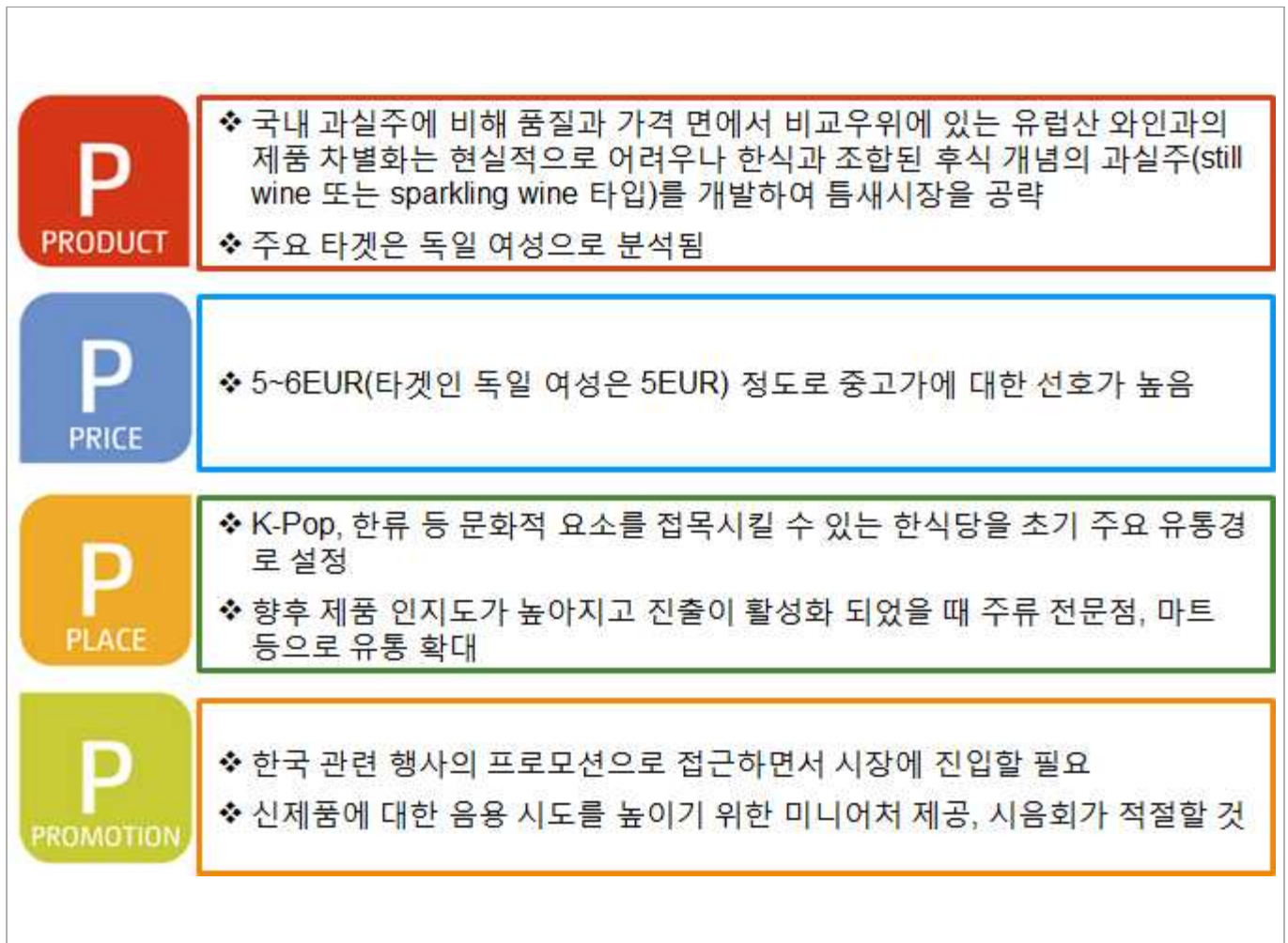
[그림4-25. Concept 개발]



2. 유럽 수출용 과실주 마케팅 전략 도출

- ✓ 도출된 컨셉을 활용한 제품 개발과 동시에 컨셉에 대한 정량적인 검증과 구체적인 마케팅 전략 수립을 위하여 설문조사를 실시하여 가격, 유통, 프로모션 전략을 다음과 같이 도출함.
- ✓ 수출용 과실주의 개발 컨셉은 **still sweet wine** 또는 **sparkling sweet wine** 타입으로 식사 반주나 후식용이고, 알코올 농도 **13%**, **750ml**용량을 선호하는 타겟은 독일 여성으로 분석됨.
- ✓ 가격대는 **1만원대**가 적절한 것으로 조사되었으나, 제품의 원가와 초기 시장에 진입하는 브랜드라는 특성을 고려하였을 때, **중가 라인**은 적절치 않을 것으로 판단됨.
- ✓ 이에 가격 배리어와 원활한 초기 진입을 위해 유통은 한국적 문화를 함께 즐길 수 있는 한식당이 적절할 것으로 보이며, 향후 진출이 본격화 되었을 때 주류 전문점이나 마트로 유통을 넓혀 나가는 전략이 필요함.
- ✓ 프로모션으로는 한식당에서 신제품 시도를 높이기 위해 **미니어처 증정**과 **시음회** 등의 행사로 제품을 소비자들에게 제품을 인지시키는 전략을 설정함.

[그림4-26. 마케팅 전략(4P) 도출]



제5장 유럽 수출용 과실주 개발 보고서

I. 유럽 와인 품질 특성 분석 및 국내 과실의 혼합을 위한 배합비 설정연구

1. 유럽 소비자의 선호도가 높은 still 및 sparkling wine 분석

1) 분석 방법

(1) 일반성분 분석

pH는 pH meter(Orion 720A, USA)를 사용하여 측정하였다.

총산도(Total acid)은 AOAC법을 참고하여 국세청주류면허지원센터 주류분석 규정에 따라 CO₂를 제거한 시료액 10mL를 적정기를 이용하여 0.1N NaOH로 pH8.2까지 적정한 후 호박산으로 환산하여 백분율을 나타내었다.

$$\text{총산(호박산으로) g/100mL} = \text{적정 mL 수} \times 0.0059 \times 10$$

가용성 고형분 함량(° Brix)은 과실을 착즙하여 얻는 착즙액을 굴절당도계 (Atago N, Japan)를 이용하여 측정하였다.

에틸알코올(Ethyl alcohol)은 국세청주류면허지원센터 주류분석규정에 따라 부칭법(浮秤法)으로 측정하였고, 측정된 에탄올의 온도 보정은 Gay-Lussac의 주정 환산표로 보정하였다.

(2) 유기산(Organic acid) 분석

유기산은 발효시킨 술덧을 원심분리 후 0.45 μ m Membrane filter로 여과한 다음 Ion chromatograph로 분석하였으며, 분석 조건은 Table. 1과 같다.

Table 1 . 유기산 분석을 위한 IC조건

Instrument	Metrohm 850 Professional IC
Column	Metrosep Organic acid 250/7.8
Column Temp	30 °C
Solvent system	Organic acid - H ₂ SO ₄ 0.002 mL
Detector	Conductivity Detector
Pressure	2.76 Mpa
Flow rate	0.5 ml/min

(3) 주요 저비점 성분 분석

발효술덧 및 증류방식별, 단계별(초류, 본류, 후류)로 수득한 증류액을 발효 및 증류과정에서 생성된 향기의 주요성분인 Methyl alcohol, Ethyl acetate, Fusel oil 등을 국제청주류면허 지원센터 주류분석규정에 따라 증류주를 Gas chromatograph를 이용하여 분석하였으며 그 분석조건은 Table. 2와 같다. 발효주의 전처리는 술덧을 메스실린더에 100mL를 채취한 후 간의증류기로 증류하여 증류액 90mL를 수득한 후 증류수를 채워 100mL를 표선을 맞춘 증류액을 GC에 주입하였다.

Table 2. 휘발성 향기성분 분석을 위한 GC조건

Instrument	Hewrett Packard 7890, USA
Column	Innowax Closed Linked(30 mm × 0.2 mm × 1.0 μmID)
Column Temp	Initial 40 °C(2 min) - 5 °C/min - Final 120 °C(2 min)
Carrier gas	N ₂
Detector	FID
Injector temp	220 °C
Detector temp	230 °C
Flow rate	1.0 mL/min
Split ratio	50:1

(4) 주요 에스터(Ester)류 분석

발효술덧에 함유된 Ester류는 술덧 1mL를 20mL바이엘에 캡을 닫아 밀봉한 후 Headspace sampler에 넣고 80°C에서 15분간 가열하여 바이엘 평형(Vial equilibration)을 유지시킨 후 GC에 주입하여 분석을 실시하였고, 그 분석조건은 Table. 3 과 같다. 다만 발효술덧을 증류한 증류주의 Ester류 분석은 GC에 직접 주입이 가능하므로 Table. 2의 분석조건으로 시행하였다.

Table 3. 주요 Ester류 분석을 위한 GC 및 Headspace조건

Instrument	Agilent Gas chromatograph 7890, USA	
	Agilent Headspace sampler 7697A, USA	
Column	Innowax Closed Linked(30 mm × 0.2 mm × 1.0 μmID)	
Column Temp	Initial 40 °C(2 min) - 5 °C/min - Final 160 °C(2 min)	
Carrier gas	N ₂	
Detector	FID	
Injector temp	220 °C	
Detector temp	230 °C	
Flow rate	1.0 mL/min	
Split ratio	50:1	
Headspace Fill mode	Fill pressure 15psi	
Headspace injection duration	0.5min	

(5) 관능평가

발효 술덧을 증류한 증류식소주의 기호도를 확인하기 위해 관능평가를 실시하였다. 관능평가는 참여 연구원 및 서울벤처대학교대학원 발효식품과학과 석사, 박사과정의 학생 10명이 참여하였고, 검사에 관하여 충분히 사전 숙지를 시켰다. 또한 평가에 관련된 여러 가지 시료 제품의 종류와 품질 차이에 관하여 설명하고 검사품의 종류와 품질 차이에 관하여 설명하고 제품의 공통적인 용어도 숙지시켰다(Tab. 4).

관능평가 기준은 적정효모 선정에서는 향기, 맛에 대하여 5점 척도법(매우 좋다 : 5점, 좋다 : 4점, 보통이다 : 3점, 좋지 않다 : 2점, 매우 좋지 않다 : 1점)에 의해 실시하였으며, 평가 점수를 합산하여 점수가 높을수록 품질이 뛰어난 것으로 판단하였다.

Table 4. 술 품질인증 기준 중 일반증류주 품질인증 관능평가 기준

항 목	세부항목	채 점 기 준
시각적 평 가	1)투명도	○ 매우 양호한 것은 5점 ○ 양호한 것은 4점 ○ 양호하지도 나쁘지도 않은 것은 3점 ○ 나쁜 것은 2점 ○ 매우 나쁜 것은 1점으로 한다.
	2)알코올향	○ 매우 양호한 것은 5점 ○ 양호한 것은 4점 ○ 양호하지도 나쁘지도 않은 것은 3점 ○ 나쁜 것은 2점 ○ 매우 나쁜 것은 1점으로 한다.
후각적 평 가	3)복합향	○ 고유의 향을 아주 뚜렷이 가지고 이취가 없는 것은 5점 ○ 고유의 향을 뚜렷이 가지고 이취가 없는 것은 4점 ○ 고유의 향을 가지고 이취가 없는 것은 3점 ○ 고유의 향을 약간 가지고 이취가 약간 있는 것은 2점 ○ 고유의 향을 가지고 있지 않고 이취를 뚜렷이 가지고 있는 것은 1점으로 한다.
	4)복합미	○ 고유의 맛을 아주 뚜렷이 가지고 있고 이미가 없는 것은 5점 ○ 고유의 맛을 뚜렷이 가지고 있고 이미가 없는 것은 4점 ○ 고유의 맛을 가지고 있고 이미가 없는 것은 3점 ○ 고유의 맛을 약간 가지고 있고 이미가 약간 있는 것은 2점 ○ 고유의 맛을 가지고 있지 않고 이미지를 뚜렷이 가지고 있는 것은 1점으로 한다.
미각적 평 가	5)입안감촉	○ 매우 양호한 것은 5점 ○ 양호한 것은 4점 ○ 양호하지도 나쁘지도 않은 것은 3점 ○ 나쁜 것은 2점 ○ 매우 나쁜 것은 1점으로 한다.
	6) 종합적 평가	○ 매우 양호한 것은 5점 ○ 양호한 것은 4점 ○ 양호하지도 나쁘지도 않은 것은 3점 ○ 나쁜 것은 2점 ○ 매우 나쁜 것은 1점으로 한다.

2. 복분자, 매실, 머루의 혼합을 위한 연구

복분자는 포도나 머루 등의 과실에 비해 당도는 낮고 산도가 높아 복분자 단독으로 와인을 만들기가 곤란하며, 과실주 규격에 적합한 와인을 제조하기가 쉽지 않으며 복분자 과실의 향과 맛이 강하여 단독으로 술을 제조하면 기호성이 떨어지는 단점이 있다. 그래서 시판중인 대부분의 복분자주는 당을 첨가하여 당 함량을 높인 다음 발효시켜 과실발효주를 제조한 후 주정(전분이나 당분이 함유된 물료로 발효시켜 연속식증류로 알코올도수 95%이상으로 정제한 것)을 혼합하여 마시기 좋게 만든 강화와인 형태가 대부분이다. 그래서 복분자의 낮은 당도, 높은 산도 및 강한 맛과 향을 보완하기 위하여 본 연구에서는 복분자에 포도당, 주석산과 비타민 등이 풍부하며, 폴리페놀 성분이 포도에 비해 다량 함유되어 있는 머루를 첨가하여 복분자의 부족한 당도를 보완하여 당 첨가량을 줄이고 복분자의 강한 맛과 향을 개선하기 위한 방법으로 실험을 진행하였으며, 매실은 산도가 높고 전처리공정이 발효공정에 적합하지 않으므로 복분자와 머루의 혼합발효 후에 단맛과 향을 부여하기 위해 매실청으로 사용하였다.

1) 각 과실의 분쇄 및 전처리 공정 최적화

실험에 앞서 복분자와 머루의 일반적인 특징을 알아보기 위해 복분자와 머루의 산도와 당 함량 등을 분석하였다. 그리고 와인의 산화방지와 살균을 목적으로 첨가하는 $K_2S_2O_5$ 사용에 따른 와인의 품질비교분석 및 수율향상을 위해 첨가하는 펙틴분해효소제(Pectinase) 첨가여부에 따른 와인의 품질을 비교분석하였다.

(1) 원료의 성분 분석

복분자딸기 및 머루의 일반성분을 분석한 결과 당도는 복분자딸기가 9° Brix이며, 머루는 18.9° Brix로 었으며, 산도는 복분자딸기가 1.3이고 머루는 0.7로 다른 과실에 비해 월등히 높은 편으로 신맛이 강하게 느껴졌으며 pH는 3.4-3.6 이었다.

Table 5. 복분자딸기 및 블랙베리의 이화학적 성분 함량

Fruits	Moisture (%)	specific gravity	Sugar (° Brix)	pH	Total Acid (g/100mL)
Bokbunja	82.5	1.039	9.0	3.4	1.3
Wild Grape	85.0	1.026	18.9	3.6	0.7

(2) K₂S₂O₅ 첨가여부에 따른 복분자와 머루 와인의 품질특성비교

㉠ 실험방법 및 알코올도수 변화

K₂S₂O₅ 사용에 따른 복분자와 머루와인의 특성을 비교하기 위해 동결저장된 복분자와 머루를 실온에서 자연 해동시켜 각각 파쇄 한 다음 22° Brix로 보당한 복분자와 머루 머스트(Must, 과실을 으갠 후부터 와인이 완성되기 전까지의 상태)에 K₂S₂O₅를 첨가한 시험구와 첨가하지 않은 시험구의 발효과정 및 완성된 와인에 대한 성분 분석을 실시하였다.

효모는 퍼미빈을 사용하였으며, 발효온도는 23°C에서 진행을 하였다. 발효는 정상적으로 진행되었으며 발효 7일째 알코올도수는 10.8-10.9 %(v/v)로 K₂S₂O₅ 첨가한 시험구와 첨가하지 않은 시험구에서 차이는 나타나지 않았다.

㉡ 휘발성 향기성분 비교 분석

K₂S₂O₅ 처리한 와인 및 처리하지 않은 와인 시험구의 발효도중 생성되는 향기의 주요성분인 Methyl alcohol, Ethyl acetate, Fusel oil 등을 Gas chromatograph를 이용하여 분석한 결과는 Table 6(복분자와인), Table 7(머루와인)과 같다.

와인의 발효향기를 부여하는 휘발성 발효부산물들은 K₂S₂O₅ 처리한 와인 및 처리하지 않은 와인과의 차이는 크지 않는 것으로 나타났다. 복분자와인과 머루와인 모두 Fusel oil 중 i-Butanol, i-Amyl alcohol의 생성량이 많았으며, n-Butanol, n-Amyl alcohol은 검출되지 않았다.

Table 6. K₂S₂O₅ 처리여부에 따른 복분자와인의 향기성분 비교

Compounds	Potassium pyrosulfite treated wine	Potassium pyrosulfite untreated wine
Ethyl acetate(mg/L)	31.2±2.0	33.1±5.1
Methyl alcohol(mg/L)	509.3±4.4	499.2±3.6
n-propanol(mg/L)	45.6±1.8	42.4±2.7
i-Butanol(mg/L)	130.2±6.9	135.1±4.7
n-Butanol(mg/L)	ND ¹⁾	ND
i-Amyl alcohol(mg/L)	318.7±4.0	342.4±7.1
n-Amyl alcohol(mg/L)	ND	ND

1)Not detected

Table 7. K₂S₂O₅ 처리여부에 따른 머루와인의 향기성분 비교

Compounds	Potassium pyrosulfite treated wine	Potassium pyrosulfite untreated wine
Ethyl acetate(mg/L)	22.8±3.1	28.7±4.6
Methyl alcohol(mg/L)	156.9±2.5	162.5±3.7
n-propanol(mg/L)	28.5±1.7	45.1±1.8
i-Butanol(mg/L)	95.7±3.9	92.3±2.8
n-Butanol(mg/L)	ND ¹⁾	ND
i-Amyl alcohol(mg/L)	358.6±3.2	362.3±5.1
n-Amyl alcohol(mg/L)	ND	ND

1)Not detected

㉔ 유기산 비교분석

K₂S₂O₅ 처리한 와인 및 처리하지 않은 와인 시험구의 Citric acid, Tartaric acid, Malic acid 등 유기산 함량 변화를 Ion Chromatograph를 이용하여 정량분석을 하였다. 분별정량하기 위한 Standard 시료의 Chromatogram을 Fig. 1과 같다. 표준품의 함량별 검량선을 이용한 시료 분석 결과는 Table 8(복분자와인), Table 9(머루와인)와 같다.

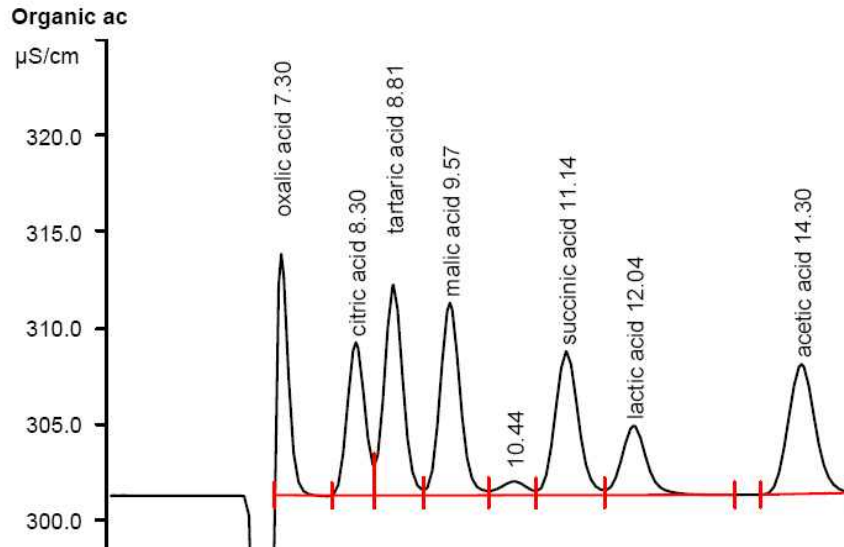


Fig.1.복분자, 머루 와인 유기산 함량 분석을 위한 IC standard chromatogram

Citric acid와 Malic acid는 맛에 중요한 성분으로 Citric acid는 와인의 향에 신선함을 증가시키고, Malic acid는 와인의 신맛을 부드럽게 해 주지만 많은 양이 존재 할 경우 풋내를 증가시키기도 한다. Citric acid와 Malic acid는 발효가 진행됨에 따라 점차 감소하는 것이 일반적이다. 특히 Citric acid는 Lactic acid bacteria에 의해 Lactic acid, Acetic acid로 전환되기도 하며 Malic acid는 Malolactic fermentation에 의해 Lactic acid로 전환되기도 한다. 생성된 에틸알코올이 Acetic acid bacteria에 의해 Acetic acid로 전환되기도 한다. 복분자와인의 경우 Table 8에서 나타낸 것처럼 $K_2S_2O_5$ 처리 여부와 관계없이 발효 후의 유기산 함량은 유사하게 검출되었다. 다만 $K_2S_2O_5$ 처리하지 않을 경우 처리한 시험품에 비해 Lactic acid, Acetic acid가 소량 증가하는 것으로 나타났다. $K_2S_2O_5$ 처리하지 않음에도 발효로 인해 Lactic acid, Acetic acid의 증가량이 많지 않은 것은 복분자 자체의 산 함량이 높아 Lactic acid bacteria, Acetic acid bacteria 활동이 저해된 것으로 추측해 볼 수 있다. 머루와인의 경우에는 Tartaric acid외의 다른 유기산은 $K_2S_2O_5$ 처리한 시험구와 처리하지않은 시험구에는 차이가 있었다. Citric acid의 경우에는 처리한 시험구는 675.6mg/L 이었지만 처리하지 않은 시험구의 경우에는 864.7mg/L로 약 22% 더 많이 생성이 되었으며 Malic acid는 처리한 시험구보다 처리하지 않은 시험구가 약 30% 더 많이 생성이 되었다.

Table 8. K₂S₂O₅ 처리여부에 따른 복분자와인의 유기산 함량 비교

Compounds	Potassium pyrosulfite treated wine	Potassium pyrosulfite untreated wine
Citric acid(mg/L)	11,590±8.5	10,599±4.8
Tartaric acid(mg/L)	715.7±2.9	723.6±5.4
Malic acid(mg/L)	279.6±2.9	277.4±5.2
Succinic acid(mg/L)	879.6±7.4	848.3±8.8
Lactic acid(mg/L)	146.2±4.2	190.9±2.8
Acetic acid(mg/L)	364.8±6.9	420.5±3.1

1)Not detected

Table 9. K₂S₂O₅ 처리여부에 따른 머루와인의 유기산 함량 비교

Compounds	Potassium pyrosulfite treated wine	Potassium pyrosulfite untreated wine
Citric acid(mg/L)	675.6±3.7	864.7±2.9
Tartaric acid(mg/L)	869.6±5.1	885.8±3.7
Malic acid(mg/L)	1686.4±8.3	2453.7±2.8
Succinic acid(mg/L)	1082.6±4.5	1439.4±5.1
Lactic acid(mg/L)	178.2±9.3	287.1±10.1
Acetic acid(mg/L)	141.0±12.4	121.5±8.9

1)Not detected

(3) Pectinase 첨가여부에 따른 복분자, 머루 와인의 특성비교

㉠ 실험방법, 알코올도수 및 과즙생성량 변화

일반적으로 과실은 80-95%의 수분을 함유하며 나머지 고형성분의 상당부분은 세포벽이 차지하는데 세포벽(cellwall)은 우리 주변에서 가장 풍부한 탄소원으로 알려진 다당류 셀룰로오스(20-30%)와 헤미셀룰로오스(25%), 펙틴(35%) 그리고 5-10%의 당단백질, 미량의 페놀계의 물질로 구성되어져있다. Pectinase와 같은 효소의 사용으로 조직의 세포벽을 분해하여 과즙 추출의 향상, 청징과 여과작용의 효율증대, 그리고 와인의 품질향상에 기여하고 있다.

Pectinase 사용에 따른 복분자와 머루와인의 특성을 비교하기 위해 동결저장된 복분자와 머루를 실온에서 자연 해동시켜 각각 파쇄 한 다음 22° Brix로 보당하고 K₂S₂O₅를 첨가한 후 각각 절반으로 나누어 한 시험구에는 Pectinase를 0.005%첨가하였고, 다른 시험구는 첨가하

지 않고 제조한 복분자와 머루 와인에 대해 Ethyl alcohol, Methyl alcohol, Fusel oil 등을 분석하였다. 효모는 퍼미빈을 사용하였으며, 발효온도는 23℃에서 진행을 하였다. 발효는 정상적으로 진행되었으며 발효 7일째 알코올도수는 10.7-10.8 %(v/v)로 Pectinase 첨가한 시험구와 첨가하지 않은 시험구에서 차이는 나타나지 않았다. 과즙 생성량은 Pectinase를 첨가하여 발효하였을 경우 7.5% 증가하였다. Lee(2009년 석사논문)의 연구에 따르면 포도의 경우 Pectinase를 첨가하여 발효를 하였을 경우 과즙이 11.6% 증가하였다고 보고하였는데 포도와 머루의 펙틴함량의 차이와 과육의 구성성분이 다름에서 나타난 결과로 볼 수 있다.

㉔ 휘발성 향기성분 비교 분석

Pectinase를 첨가하여 발효하였을 경우 일반적으로 과즙이 증가하고 Methyl alcohol 함량이 증가한다. 이는 펙틴분해효소 중 펙틴 메틸에스터라아제(Pectin Methylesterase)에 의해 과실에 존재하는 펙틴의 메틸에스터 그룹(Methyl ester group)의 가수분해 과정에서 Methyl alcohol이 생성된 결과이다.

복분자와인의 경우에는 Pectinase를 처리한 시험구의 경우 492ppm이 생성되었고, 처리하지 않은 시험구의 경우에는 487ppm이 생성되어 큰 차이가 없었다. 이는 복분자딸기의 특성상 껍질이 매우 얇아 수확과 동시에 껍질이 파괴되어 과즙이 용출되는 것과 Pectin질 함량이 낮은 것으로 보아 재배종 복분자는 발효과정에 펙틴분해효소 첨가여부에 따른 이화학적 성분의 변화가 적은 것으로 나타났다. 따라서 복분자 와인제조에 Pectinase 처리의 필요성이 없는 것을 확인할 수 있었다.

머루와인의 경우에는 Pectinase를 처리한 시험구의 경우 190ppm이 생성되었고, 처리하지 않은 시험구의 경우에는 156ppm이 생성되어 약 18% 증가하였다. 엄(2013 석사논문)의 연구 결과에 따르면 머루포도(MBA)의 발효20일 후 Pectinase처리를 한 시험구는 250ppm, 처리한 시험구의 경우에는 330ppm이 생성되어 약 25% 증가되었다고 보고하였다.

Table 10. Pectinase 첨가여부에 따른 복분자 와인의 성분함량 비교

Compounds	Pectinase treated wine	Pectinase untreated wine
Ethyl acetate(mg/L)	26.0±4.2	29.0±4.4
Methyl alcohol(mg/L)	492.0±7.8	487.0±8.2
n-propanol(mg/L)	45.0±3.1	43.0±3.3
i-Butanol(mg/L)	81.0±4.7	80.0±6.4
n-Butanol(mg/L)	ND ¹⁾	ND
i-Amyl alcohol(mg/L)	320.0±9.3	330.0±8.9
n-Amyl alcohol(mg/L)	ND	ND

1)Not detected

Table 11. Pectinase 첨가여부에 따른 머루 와인의 성분함량 비교

Compounds	Pectinase treated wine	Pectinase untreated wine
Ethyl acetate(mg/L)	24.4±5.3	22.9±3.9
Methyl alcohol(mg/L)	190.9±6.2	156.9±7.5
n-propanol(mg/L)	28.9±3.3	28.5±6.1
i-Butanol(mg/L)	92.1±8.2	95.7±9.5
n-Butanol(mg/L)	ND ¹⁾	ND
i-Amyl alcohol(mg/L)	337.3±6.2	358.6±7.1
n-Amyl alcohol(mg/L)	ND	ND

1)Not detected

Methyl alcohol의 생성은 포도의 펙틴질에서 pectin methylesterase가 pectin을 가수분해하여 생성되기 때문에 ethyl alcohol처럼 정상발효 산물이나 시신경을 손상시키는 문제를 가지고 있어 식품의약품안전청에 명시된 methyl alcohol 허용기준치를 초과해서는 식품으로서 안정성을 인정할 수 없다. 그러나 머루의 경우 Pectinase 처리를 한 경우 methyl alcohol이 약 18% 증가하였지만 methyl alcohol 허용기준치인(식품의약품안전청, 2009) 1,000ppm보다 모두 적은 수치를 보였다.

2) 각 과실의 최적 혼합을 위한 배합비 설정 연구

(1) 실험방법

복분자와 머루의 혼합비율에 따른 와인의 특성을 비교분석하기 위해 동결저장된 복분자와 머루를 실온에서 자연 해동시킨 다음 복분자와 머루의 배합비율을 0:100, 20:80, 40:60, 60:40, 80:20, 100:0의 비율로 각각 파쇄 한 다음 백설탕으로 22° Brix로 보당하여 첨가한 설탕량을 환산하여 복분자와 머루의 함량(%)를 나타내었다. 효모는 퍼미빈을 사용하였으며, 발효온도는 23°C 에서 진행을 하였다.

Table 12. 복분자와 머루의 배합비율

No.	복분자함량 (%)	머루함량 (%)	백설탕함량 (%)
B1	0.0	98.0	2.0
B2	19.6	78.6	1.8
B3	37.3	55.8	6.9
B4	56.6	37.7	5.7
B5	74.8	18.7	7.4
B6	92.1	0.0	7.9



Fig. 2. 복분자와 머루의 배합비율에 따른 발효특성 비교

(2) 복분자와 머루의 배합비율에 따른 와인의 특성 비교

㉠ 알코올도수 비교분석

각 시험구별 발효 10일이 지난 후 부침법에 의해 술덧의 알코올도수를 측정한 결과 모든 시험구에서 정상적인 발효 상태가 관찰되었고 알코올 도수는 10.9-11.1%(v/v)의 범위로 나타나 배합비율에 따라 큰 차이가 없이 발효가 진행이 되었다.

㉡ pH 및 총산도 변화

발효진행 경과에 따른 pH 변화는 3.4-3.6으로 배합비율에 따라 큰 차이는 없었지만, 복분자는 머루보다 산도가 높아 복분자 함량이 많은 B6(복분자 100%, 설탕 첨가량에 의한 환산량은 92.1%) 시험구가 3.4로 낮게 나타났다. 일반적으로 레드 와인의 적정 pH 범위는 3.3-3.6 사이이며, pH가 높아질수록 잡균에 의한 술덧이 오염될 가능성이 높지만 복분자와 머루의 혼합발효액의 pH는 3.4-3.6 으로 미생물적인 안전성을 확보할 수 있을 것으로 판단된다. 각 시험구에 대한 산도변화는 복분자의 산도가 머루의 산도보다 높기 때문에 복분자의 함량이 많은 시험구가 산도가 높게 측정이 되었다. 총산도는 일반적으로 발효 초기에 증가하는데 재료로부터 유기산이 추출되고 알코올발효과정에서 효모의 발효부산물로 유기산이 생성되기 때문으로 추정할 수 있다. 복분자와 머루의 총산도는 재배방법, 기후조건, 저장 또는 유통과정에 따라 차이가 있지만 Seo 등의 연구에 따르면 복분자 단독으로 발효를 시켰을 때 1.1-1.2% 였고 Kim 등의 연구에 따르면 머루 단독으로 발효를 시켰을 때 총산도는 0.95% 였다. 본 실험에서는 복분자와 머루의 함량이 74.8:18.7(%)인 B5시험구와, 92.1:0.0(%)인 B6 시험구가 1.4(g/100ml)로 가장 높은 값을 나타내었다.

Table 13. 복분자와 머루의 배합비율 및 발효특성비교

No.	복분자함량 (%)	머루함량 (%)	알코올도수	pH	총산도 (g/100ml)
B1	0.0	98.0	11.1	3.6	0.7
B2	19.6	78.6	11.0	3.5	0.9
B3	37.3	55.8	11.0	3.5	1.1
B4	56.6	37.7	11.2	3.5	1.3
B5	74.8	18.7	11.0	3.5	1.4
B6	92.1	0.0	10.9	3.4	1.4

㉔ 복분자와 머루의 배합비율에 따른 유기산 함량비교

유기산성분은 발효주의 맛에 결정적인 영향을 주는 성분이다. Lee의 연구에 따르면 복분자의 주요 유기산은 citric acid와 succinic acid이며 지역별로 유기산 함량에서 유의적인 차이가 있다고 보고하였고, Lee 등은 복분자의 주요 유기산은 citric acid와 oxalic acid이며 succinic acid는 소량 함유되었다고 보고하였다. 또한 Choi 등의 연구결과에 따르면 citric acid와 malic acid가 복분자의 주요성분이며 lactic, succinic, formic, acetic acid는 검출되지 않았다고 보고하여 복분자는 지역별, 품종별로 유기산 함량에 차이가 있음을 알 수 있다. Kim 등은 개량머루의 주요 유기산은 tartaric acid와 malic acid이며 일반적으로는 tartaric acid가 malic acid보다 많이 함유되어 있다고 보고하였다. Citric acid는 복분자의 주요 유기산으로 복분자의 함량이 높아질수록 증가하였다. 복분자 함량이 0.0%인 B1 시험구의 경우 865.3mg/L 였으며 복분자 함량이 증가할수록 유기산의 함량도 증가하여 복분자 함량이 92.1%인 B6 시험구는 12640.2mg/L 검출이 되었다. 복분자-머루 생과즙에서는 검출되지 않은 succinic acid와 lactic acid는 포도주의 발효과정에서 생성되는 유기산으로 succinic acid의 경우 복분자의 함량이 높아질수록 감소하였는데 복분자 함량이 0.0%인 B1 시험구의 경우 1342.4mg/L 검출되었으며, 복분자 함량이 92.1%인 B6 시험구는 687.7mg/L로 적게 검출되었다. Tartaric acid는 과일에 함유된 유기산 중에서 특히 포도에 다량 함유가 되어 있는 유기산으로 머루의 주요 유기산이기도 하다. Tartaric acid는 발효과정 및 저장 중에서 calcium, potassium 등과 반응하여 침전을 통해 제거할 수 있다. 머루의 함량이 0.0%인 B6 시험구는 714.1mg/L 검출되었으며, 머루의 함량이 98.0%인 B1 시험구는 1000.2mg/L 검출이 되어 머루의 함량이 높을수록 많이 검출이 되었다.

Table 14. 배합비율에 따른 복분자-머루 와인의 유기산 함량 비교

Compounds	B1	B2	B3	B4	B5	B6
Citric acid(mg/L)	865.3	3711.9	6095.1	8527.6	10042.4	12640.2
Tartaric acid(mg/L)	1000.2	850.2	915.8	886.2	871.7	714.1
Malic acid(mg/L)	2355.4	1943.3	1280.1	982.0	668.2	319.8
Succinic acid(mg/L)	1342.4	989.9	796.9	741.3	594.2	687.7
Lactic acid(mg/L)	280.0	205.6	196.3	190.8	183.2	152.9
Acetic acid(mg/L)	167.9	150.8	130.7	124.1	135.8	283.3

㉔ 관능평가

발효 개시 후 15일이 지난 복분자와 머루의 함량을 달리하여 제조한 복분자-머루의 혼합와인을 대상으로 품질에 있어 기호도를 확인하기 위해 관능평가를 실시하였다. 관능평가는 참여 연구원 및 서울벤처대학교대학원 발효식품과학과 석사, 박사과정의 학생 10명을 대상으로 외관, 향기, 맛에 대하여 5점 채점법(매우 좋다 : 5점, 좋다 : 4점, 보통이다 : 3점, 좋지 않다 : 2점, 매우 좋지 않다 : 1점)에 의해 실시하였다.

복분자와 머루 배합비율에 의한 기호도는 복분자 37.3:머루 55.8% 의 B3시험구가 가장 우수하였다. 복분자 함량이 증가하면 복분자의 신맛으로 인하여 오히려 기호도가 떨어지는 것으로 나타났다.

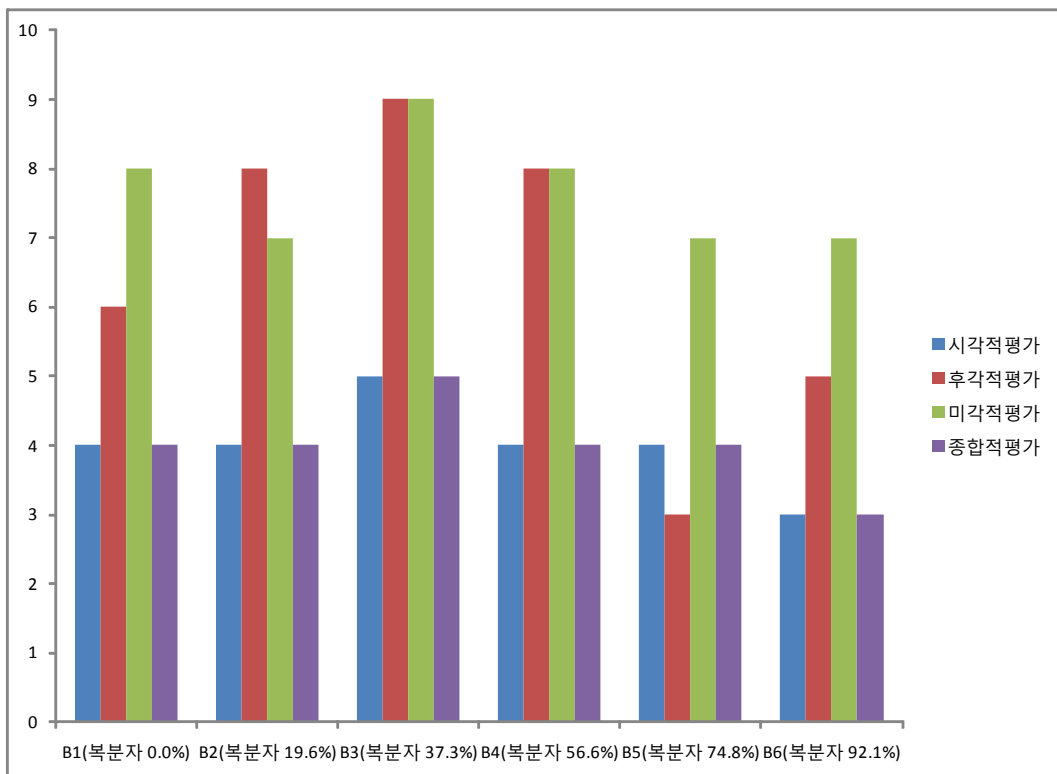


Fig. 3. 복분자와 머루의 배합비율별 제조와인의 관능평가 결과

II. 최적 발효공정 설정 연구

1. 혼합과실 발효액에 적합한 최적 효모설정연구

1) 효모별 이화학적 특성 비교

(1) 실험방법

활성건조효모 종류별로 발효시킬 시험구는 각각 복분자와 머루의 일정한 조성과 당 함량을 갖는 혼합생과즙을 얻기 위해 복분자와 머루를 파쇄한 후 80 mesh 망으로 착즙하여 혼합생과즙을 얻은 다음 $K_2S_2O_5$ 를 50 ppm을 첨가하고 설탕으로 보당하여 당함량을 22° Brix로 조절한 후 5시간 후에 4등분하여 각각의 시험구에 활성건조효모를 300 ppm 첨가하였다. 이때 복분자와 머루의 비율은 첨가한 설탕의 무게를 환산하여 복분자는 37.3%(wt/wt), 머루는 55.8%(wt/wt)에 해당한다.



Fig. 4 효모종류별 알코올발효

(2) 효모종류

효모는 프랑스 Lallemand사가 제조한 활성건조효모 4가지(*Saccharomyces cerevisiae* Lalvin 71B, *Saccharomyces cerevisiae* Lalvin M, *Saccharomyces cerevisiae* uvaferm BDX, *Saccharomyces cerevisiae* Fermivin)를 사용하였다.

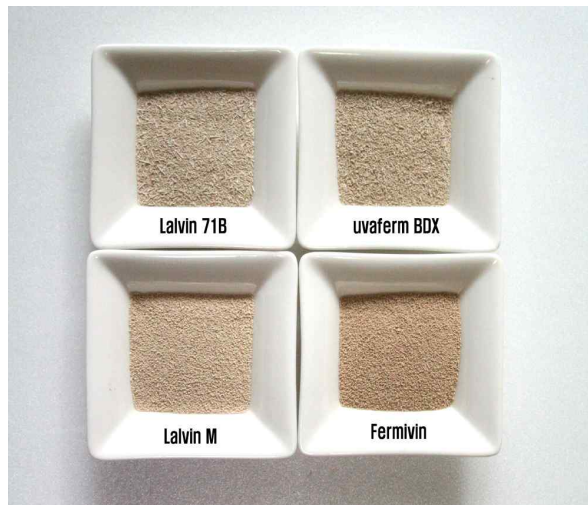


Fig. 5. 활성건조효모



Fig.6. 활성건조효모

Lalvin 71B, uvaferm BDX, Lalvin M



Fig.7. 활성건조효모

Fermivin

(3) 알코올 변화

각 시험구별 발효 10일이 지난 후 부침법에 의해 술덧의 알코올도수를 측정한 결과 모든 시험구에서 정상적인 발효 상태가 관찰되었고 알코올 도수는 11.4-11.7%(v/v)의 범위로 나타났다. 발효 1일째에는 알코올생성량이 Y3(3.3%(v/v)) > Y1(1.5%(v/v)) > Y2(0.6%(v/v)), Y4(0.6%(v/v)) 로 Lalvin M 효모(Y3)가 다른 효모들보다 발효가 활발하게 진행이 되어 발효 초기에 알코올내성이 뛰어나다고 판단된다. 발효3일째에도 Y3(11.2%(v/v)) > Y1(11.1%(v/v)) > Y4(10.8%(v/v)) > Y3(10.3%(v/v)) Lalvin M 효모(Y3) 가 다른 효모에 비해 더 활발하게 발효가 진행이 되었다. 그러나 발효 4일째부터는 11.0-11.3%(v/v)로 큰 차이가 없이 발효가 진행이 되었으며, 발효 10일 후에는 11.5-11.7%(v/v)를 보였다.

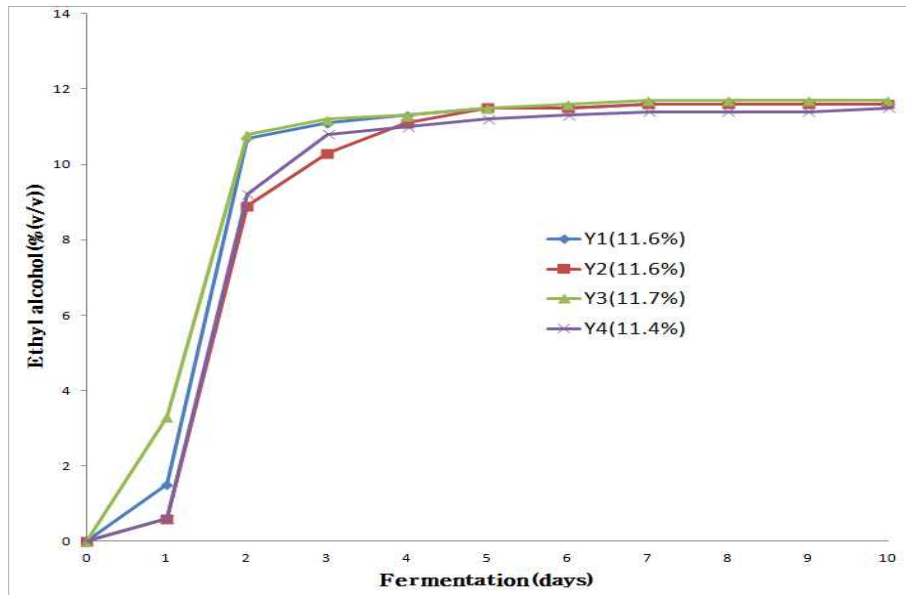


Fig. 8 각기 다른 효모를 이용한 발효과정 중 알코올생성량 변화
 Y1: Lalvin 71B, Y2: uvaferm BDX, Y3: Lalvin M, Y4: Fermivin

(4) pH & 총산도 변화

발효진행 경과에 따른 pH 변화는 3.5-3.6으로 효모균주에 따른 변화는 큰 차이 없이 일정한 수준을 유지하였다. 일반적으로 레드 와인의 적정 pH 범위는 3.3-3.6 사이이며, pH가 높아질수록 잡균에 의한 술덧이 오염될 가능성이 높지만 복분자-머루주는 3.5-3.6 으로 미생물적인 안전성을 확보할 수 있을 것으로 판단된다. 그리고 효모별 시험구에 대한 산도변화는 Fig. 2에 나타내었다. 발효전의 총산도는 0.79% 였지만 발효가 진행되면서 발효 2일째는 Y1(1.13%), Y2(1.17%), Y3(1.21%), Y4(1.11%)로 가장 높은 총산도를 보이다가 점차 감소하는 경향을 보였다. 발효 초기 총산도가 증가하는 것은 재료로부터 유기산이 추출되었으며, 알코올발효과정에서 효모의 발효부산물로 유기산이 생성되었기 때문으로 추정된다. 복분자의 총산도는 재배방법, 기후조건, 저장 또는 유통과정에 따라 차이가 있겠지만 Cha 등의 연구에 따르면 복분자의 총산도는 성숙단계별로 중간숙과가 3.38%로 가장 높았으며 완숙과와 미숙과는 각각 1.69%, 1.31% 였다. 그리고 복분자를 발효시킨 복분자주의 총산도는 Seo 등의 연구에 따르면 복분자 단독으로 발효를 시켰을 때 1.1-1.2% 였다. 그리고 Kim 등의 연구에 따르면 머루 단독으로 발효를 시켰을 때 총산도는 0.95% 였으며, 시판 포도 와인 5종의 총산도를 측정 한 결과는 0.57-0.71%로 나타나 일반 포도주보다는 산도가 높은 결과를 보였다. 복분자는 다른 과실보다 산도가 높고 향이 강해 단독으로 만들기 어려운 단점이 있어서 본 실험에서는 복분자-머루 혼합액으로 발효를 진행하였는데 발효 10일 후 총산도는 Y1(0.94%), Y2(1.04%), Y3(1.07%), Y4(1.03%)으로 복분자 단독으로 발효시켰을 때의 총산도

보다는 낮았지만 시판 포도와인 보다는 산도가 높은 결과를 보였다.

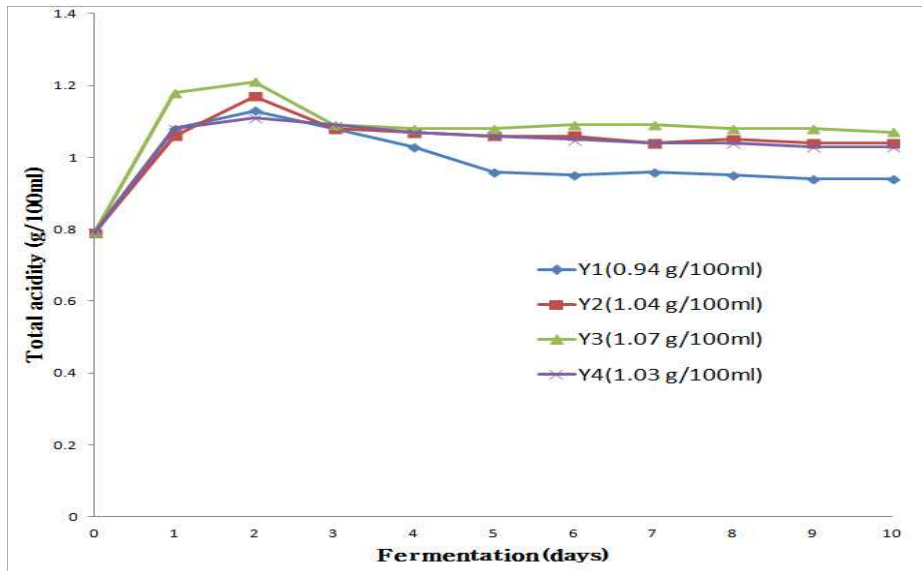


Fig. 9 각기 다른 효모를 이용한 발효과정 중 총산의 변화
 Y1: Lalvin 71B, Y2: uvaferm BDX, Y3: Lalvin M, Y4: Fermivin

(5) 유기산 분석

복분자-머루 생과즙과 각기 다른 4종의 활성 건조 효모를 사용하여 발효된 복분자-머루주의 유기산 함량은 Table 1과 같다. 유기산성분은 발효주의 맛에 결정적인 영향을 주는 성분이다. Lee의 연구에 따르면 복분자의 주요 유기산은 citric acid와 succinic acid이며 지역별로 유기산 함량에서 유의적인 차이가 있다고 보고하였고, Lee 등은 복분자의 주요 유기산은 citric acid와 oxalic acid이며 succinic acid는 소량 함유되었다고 보고하였다. 또한 Choi 등의 연구결과에 따르면 citric acid와 malic acid가 복분자의 주요성분이며 lactic, succinic, formic, acetic acid는 검출되지 않았다고 보고하여 복분자는 지역별, 품종별로 유기산 함량에 차이가 있음을 알 수 있다. Kim 등은 개량머루의 주요 유기산은 tartaric acid와 malic acid이며 일반적으로는 tartaric acid가 malic acid보다 많이 함유되어 있다고 보고하였다. 본 연구에 사용된 복분자-머루 생과즙의 유기산의 분석결과 citric acid, tartaric acid, malic acid 그리고 소량의 acetic acid가 검출되었으며 citric acid가 3,085.9 mg/L 로 가장 높은 값을 나타내었다. Lee와 Lee 등의 복분자 주요유기산으로 보고하였던 oxalic acid와 succinic acid는 검출되지 않았으며 Choi 등의 연구결과와 일치하였다. 복분자-머루주의 유기산은 효모 종류와 상관없이 citric acid가 가장 높게 나타났으며 효모종류에 따라 succinic acid 또는 malic acid 순으로 나타났다. 복분자-머루 생과즙에서는 검출되지 않은 succinic acid와 lactic acid는 포도주

의 발효과정에서 생성되는 유기산인데 succinic acid의 경우 복분자-머루주에서는 Y1(1297.4 mg/L) > Y3(1279.2 mg/L) > Y2(1164.9 mg/L) > Y4(1083.7 mg/L)의 순서로 검출이 되었다. Tartaric acid는 과일에 함유된 유기산 중에서 특히 포도에 다량 함유가 되어 있는 유기산으로 머루의 주요 유기산이기도 하다. Tartaric acid는 발효과정 및 저장 중에서 calcium, potassium 등과 반응하여 침전을 통해 제거할 수 있는데 복분자-머루 생과즙의 1910.6 mg/L의 tartaric acid 함량은 발효과정을 통해 Y1(563.5 mg/L), Y2(582.4 mg/L), Y3(776.6 mg/L), Y4(606.6 mg/L)로 60-70% 감소하였으며 특히 Y1 효모에서 많이 감소하였다. Malic acid는 Y1 효모에서는 944.6 mg/L로 복분자-머루 생과즙의 함량보다 약 16% 감소하였지만 Y3 효모에서는 1401.1 mg/L로 약 20% 증가하였고, lactic acid는 Y1 효모에서 370.8 mg/L 가 검출되어 다른 효모보다 많이 생성 되었다. Malic acid는 술에 있어서 자극성 신맛의 원인이 되기도 하여 malolactic fermentation 과정을 거쳐 lactic acid로 전환시켜 산도를 부드럽게 하여 술의 품질을 향상시키기도 한다. Lee 등은 국내산 머루를 이용하여 젖산균을 달리한 malolactic fermentation에 의한 머루주의 특성에 대해 보고하였으며, Moon 등은 복분자를 이용하여 malolactic fermentation 후에 페놀성 화합물 등의 변화에 대해 보고하였다. 복분자는 산도가 높아 단독으로 발효시키기가 어려운 단점을 감안하면 산미에 미치는 영향이 큰 malic acid의 함량을 저하시키는 방법과 산도를 낮추고 맛을 부드럽게 해주는 lactic acid의 함량을 증가시키는 방법이 효과적이므로 malic acid의 감소량이 크며, lactic acid의 생성량이 다른 효모에 비해 높은 Y1 효모가 유기산 함량면에서는 유리하다고 할 수 있다.

Table 15. 각기 다른 효모를 이용한 발효 후 유기산 함량 비교

Organic acid (mg/L)	Juice	Y1	Y2	Y3	Y4
Citric acid	3,085.9±6.1a	4373.7±9.0b	4673.1±5.9b	4883.5±7.2b	4664.7±7.9b
Tartaric acid	1910.6±9.1a	563.5±5.3b	582.4±8.3b	776.6±9.5c	606.6±7.2b
Malic acid	1128.7±6.0a	944.6±5.8b	1318.9±3.6c	1401.1±7.7c	1369.3±6.4c
Succinic acid	ND1)	1297.4±9.3b	1164.9±9.9a	1279.2±8.6b	1083.7±6.1a
Lactic acid	ND	370.8±7.9c	256.9±5.5b	193.4±5.9a	192.9±4.6a
Acetic acid	53.7±1.1a	138.1±3.5a	258.3±4.3b	380.3±8.8c	199.6±2.8b

Values with different letters were significantly different at $p < 0.05$ by Duncan's multiple range test. Each value is expressed as Mean \pm SD (n=3).

Y1: Lalvin 71B, Y2: uvaferm BDX, Y3: Lalvin M, Y4: Fermivin

1) Not detected

(6) 향기 분석

효모 종류별로 발효시킨 술덧의 주요 저비점 성분 함량을 표준품의 함량별 검량선을 이용하여 분석한 결과는 Table 16과 같다. 주류 품질에 부정적 영향을 미치는 methyl alcohol은 과실 중에 함유되어 있는 pectin methyl esterase가 pectin을 가수분해하여 생성되는 것으로 과실을 발효시킨 술에는 생성되는 성분이지만 유해한 성분으로 함량이 적을수록 좋다. Methyl alcohol은 모든 시험구에서 104.6-116.4 mg/L 검출되었고 Y1 시험구에서 다른 시험구보다 높게 검출이 되었다. Kim 등은 국내산 개량머루와 Muscat Bailly A(MBA)의 원료를 Red star사의 건조효모(*Saccharomyces cerevisiae* Montrachet)를 사용하여 발효시킨 술덧의 methyl alcohol 함량은 개량머루의 경우 94.9 mg/L, MBA의 경우 평균 102.9 mg/L가 검출되었다고 보고하였지만 메탄올은 원료의 펙틴함량과 원료처리방법에 따라 다른 결과를 나타낼 수 있다. 발효가 불량하면 증가하는 푸르푸랄 성분은 Y1과 Y2 시험구에서 다른 시험구에 비해 유의적으로 높게 나타났는데 동일한 조건하에 발효가 진행된 것을 감안하면 푸르푸랄 농도도 효모 종류에 따라 영향을 받는 것으로 판단된다. 주류의 향기 성분이며 발효초기 급속히 생성되는 퓨젤유는 i-amyl alcohol, i-butanol 및 n-propanol이 주요성분으로 검출되었으며 i-amyl alcohol은 퓨젤유 성분 중 아미노산인 leucine으로부터 생성되는 바나나, 배 향기가 나는 고급 알코올 성분으로 Y2 시험구에서 683.6 mg/L로 다른 시험구보다 유의적으로 높게 검출되어 향이 강한 술덧임을 알 수 있으며 효모종류에 따라 향의 농도 차이를 보였다. 술의 향기성분에 크게 관여하는 에스터류는 퓨젤유와는 달리 발효 술덧에서 산소가 소지되는 시점부터 생성되기 시작하는데 ethyl acetate는 30.5-37.8 mg/L로 모든 시험구에서 검출되었으며 succinic acid diethyl ester는 Y1 시험구를 제외한 Y2, Y3, Y4 시험구에서 소량 검출되었다.

Table 16 각기 다른 효모를 이용한 발효 후 향기성분 함량 비교

Aroma compounds	Y1	Y2	Y3	Y4		
Methyl alcohol(mg/L)	108.5±1.4a	104.6±0.2a	116.4±0.1b	106.6±0.1a		
Furfural(μl/L)	11.5±0.2a	18.8±0.6a	3.4±0.2b	3.0±0.3b		
n-propanol(mg/L)	44.4±0.2a	37.3±0.3a	42.7±0.1b	42.3±0.3c		
i-butanol(mg/L)	59.4±0.3a	118.9±0.4b	96.6±0.4b	64.6±0.4c		
n-butanol(mg/L)	6.0±0.5a	ND	ND	ND		
i-amyl alcohol(mg/L)	391.0±3.2a	527.3±3.9a	354.6±0.4a	357.1±0.7b		
Total fusel oil(mg/L)	500.8±3.4a	683.6.±4.7b	494.0±0.8a	464.0±1.2b		
Ethyl acetate(mg/L)	37.8±0.3a	37.3±0.2b	34.2±0.3b	30.5±0.3c	Values	with
Succinic acid diethyl ester(μl/L)	ND	4.6±0.6a	5.8±0.3a	5.1±0.9a		

different letters were significantly different at $p < 0.05$ by Duncan's multiple range test. Each value is expressed as Mean±SD(n=3).

1)Sum of n-propanol, i-Butanol, n-Butanol, i-Amyl alcohol, n-Amyl alcohol

2)Not detected

Y1: Lalvin 71B, Y2: uvaferm BDX, Y3: Lalvin M, Y4: Fermivin

2) 발효 온도별 이화학적 특성 비교

(1) 알코올 변화

발효온도별 이화학적 특성분석 실험을 위한 시험구는 복분자-머루 생과즙에 *Saccharomyces cerevisiae* Lalvin 71B 균주를 이용하여 17°C, 20°C 및 23°C 에서 실험을 하였다. 발효기간 동안 발효온도별 알코올함량 변화는 Fig. 3에 나타내었다. 발효 초기에는 온도에 따른 알코올생성량은 차이가 있었으며, 발효 2일째에는 알코올생성량이 23°C (10.7%(v/v)) > 20°C (6.5%(v/v)) > 17°C (3.8%(v/v)) 로 23°C 온도에서 다른 온도보다 발효가 활발하게 진행이 되었다. 발효3일째에는 23°C (11.1%(v/v)) > 20°C (11.0%(v/v)) > 17°C (8.9%(v/v)) 로 23°C 와 20°C 시험구에서 17°C 시험구보다 더 활발하게 발효가 진행이 되었지만 발효 5일째 부터는 11.3-11.5%(v/v)로 큰 차이가 없이 발효가 진행이 되었으며, 발효 10일 후에는 11.6-11.7%(v/v)를 보여 온도별로 알코올생성량은 큰 차이가 없었다.

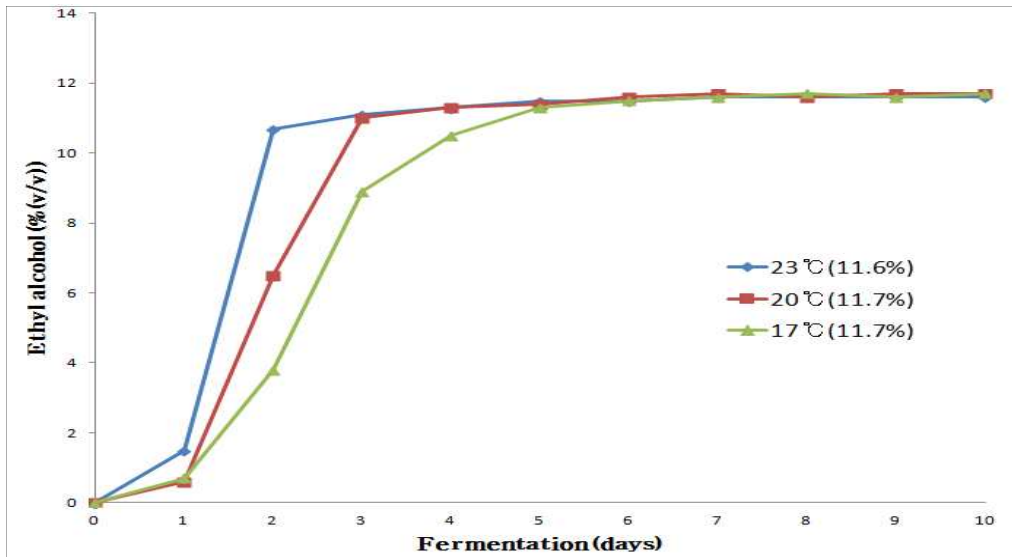


Fig. 10 온도에 따른 머루-복분자와인의 알코올생성량 비교

(2) pH & 총산도 변화

온도별로 발효진행 경과에 따른 pH 변화는 3.6-3.7로 큰 차이 없이 일정한 수준을 유지하여 17°C, 20°C 및 23°C 온도구간에서는 미생물적인 안전성을 확보할 수 있을 것으로 판단된다. 발효전의 총산도는 0.79% 였지만 발효가 진행되면서 발효 2일째는 23°C(1.13%), 20°C(1.06%), 17°C(1.11%)로 가장 높은 총산도를 보이다가 점차 감소하여 발효 10일째에는 23°C(0.94%), 20°C(0.95%), 17°C(0.96%)으로 온도에 따른 총산도의 영향은 유의적인 차이가 없었다.

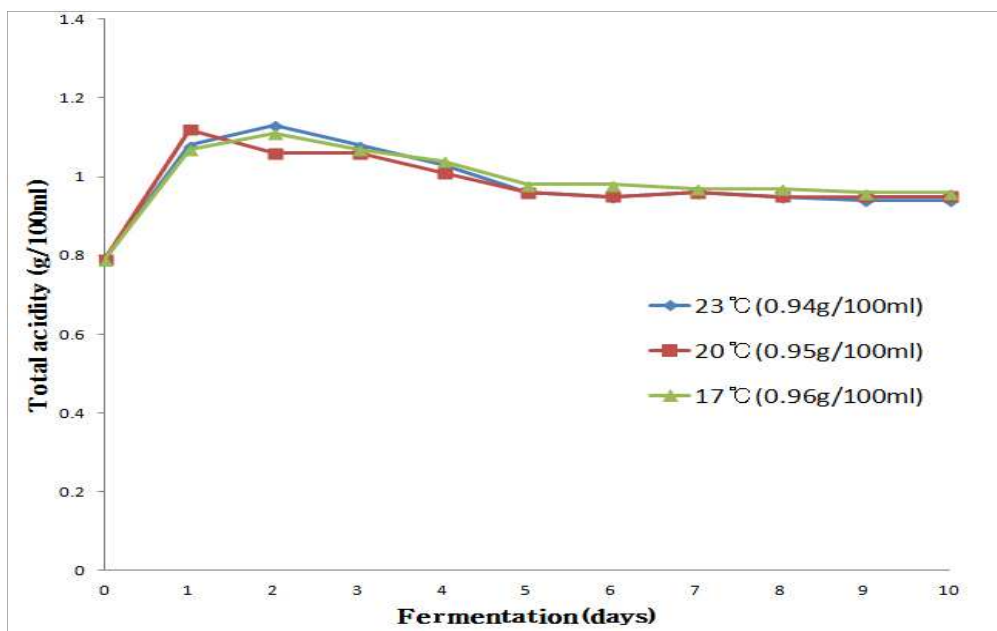


Fig. 11 온도에 따른 머루-복분자와인의 총산도변화량 비교

(3) 유기산 분석

복분자-머루 생과즙에서 주요 유기산인 citric acid는 20°C(4516.7 mg/L)와 17°C(4572.2 mg/L) 시험구에서 23°C(4373.7 mg/L) 시험구보다 높게 검출이 되어 낮은 온도에서 더 많이 생성이 되었다. Tartaric acid는 발효과정 및 저장 중에서 calcium, potassium 등과 반응하여 침전을 통해 제거할 수 있는데 복분자-머루 생과즙의 1910.6 mg/L의 tartaric acid 함량은 발효과정을 통해 23°C(563.5 mg/L), 20°C(719.0 mg/L), 17°C(730.36 mg/L) 로 약 60-70% 감소하였으며 특히 23°C 시험구에서 많이 감소하여 온도가 낮을수록 감소량이 줄어들었다. 산미에 미치는 영향이 큰 malic acid는 23°C 시험구에서 944.6 mg/L로 다른 온도의 시험구보다 낮게 검출이 되었고, 산도를 낮추고 맛을 부드럽게 해주는 lactic acid는 23°C 시험구에서 370.8 mg/L로 다른 온도의 시험구보다 높게 검출되었다. 온도별 유기산함량의 결과로 볼 때 *Saccharomyces cerevisiae* Lalvin 71B 균주를 이용한 복분자-머루 생과즙의 발효는 복분자의 높은 산도를 낮출 수 있는 낮은 malic acid의 함량과 높은 lactic acid의 함량이 검출된 23°C에서 발효 하는 것이 적합하다고 사료된다.

Table 17 온도에 따른 머루-복분자와인의 유기산함량 비교

Organic acid (mg/L)	Juice	23°C	20°C	17°C
Citric acid	3,085.9±6.1a	4373.7±9.0b	4516.7±7.0b	4572.2±6.5b
Tartaric acid	1910.6±9.1a	563.5±5.3b	719.0±6.4b	730.3±5.7c
Malic acid	1128.7±6.0a	944.6±5.8b	986.1±5.7c	974.8±6.7c
Succinic acid	ND ¹⁾	1297.4±9.3b	1213.6±4.7a	1156.8±8.3b
Lactic acid	ND	370.8±7.9c	316.3±5.0b	286.1±5.7a
Acetic acid	53.7±1.1a	138.1±3.5a	157.1±5.8b	254.4±6.9c

Values with different letters were significantly different at $p < 0.05$ by Duncan's multiple range test. Each value is expressed as Mean±SD(n=3).

1) Not detected

(4) 향기 분석

온도를 달리하여 발효시킨 술덧의 주요 저비점 성분 함량을 표준품의 함량별 검량선을 이용하여 머루-복분자와인의 향기성분을 분석하였다. 메탄올은 모든 시험구에서 104.5-108.5 mg/L 검출되었고 푸르푸랄 성분은 23°C와 20°C 시험구에 비해 27°C에서 유의적으로 높게

나타났다. 발효가 불량하면 증가하는 푸르푸랄 성분은 17°C 시험구에서 다른 시험구에 비해 유의적으로 높게 나타났는데 동일한 조건하에 발효가 진행된 것을 감안하면 푸르푸랄 농도도 발효온도에 따라 영향을 받는 것으로 판단된다. 주류의 향기 성분이며 발효초기 급속히 생성되는 퓨젤유는 i-amyl alcohol, i-butanol 및 n-propanol이 주요성분으로 검출되었으며 23°C 시험구에서 500.8 mg/L로 다른 시험구보다 유의적으로 높게 검출되어 향이 강한 술덧임을 알 수 있으며 온도에 따라 향의 농도 차이를 보였다. 술의 향기성분에 크게 관여하는 에스터류는 ethyl acetate 1종이 검출되었으며 23°C 시험구에서 다른 시험구에 비해 높게 나타났다.

Table 18 온도에 따른 머루-복분자와인의 휘발성분함량 비교

Aroma compounds	23°C	20°C	17°C	
Methyl alcohol(mg/L)	108.5±1.4a	104.8±0.3a	104.5±1.5a	
Furfural(μl/L)	11.5±0.2a	12.7±0.6a	21.0±0.5b	
n-propanol(mg/L)	44.4±0.2a	42.5±1.0a	44.3±0.7a	
i-butanol(mg/L)	59.4±0.3a	61.3±0.6a	65.2±1.0a	
n-butanol(mg/L)	6.0±0.5a	3.3±0.1a	2.5±0.3a	
i-amyl alcohol(mg/L)	391.0±3.2a	368.9±1.4a	324.8±2.1a	
n-amyl alcohol(mg/L)	0.0±0.0	0.0±0.0	0.0±0.0	
Total fusel oil(mg/L)	500.8±3.4a	476.0±1.0a	436.7±1.7a	Values with
Ethyl acetate(mg/L)	37.8±0.3a	34.8±0.8a	30.2±0.9a	

different letters were significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test. Each value is expressed as Mean±SD(n=3).

1) Sum of n-propanol, i-Butanol, n-Butanol, i-Amyl alcohol, n-Amyl alcohol

2) Not detected

(5) 관능검사

관능평가 기준은 외관, 향기, 맛에 대하여 5점 척도법(매우 좋다 : 5점, 좋다 : 4점, 보통이다 : 3점, 좋지 않다 : 2점, 매우 좋지 않다 : 1점)에 의해 실시하였으며, 평가점수를 합산하여 점수가 높을수록 품질이 뛰어난 것으로 판단하였다. 효모별로 제조한 복분자-머루주의 관능검사 결과 총점은 Y1, Y2, Y4, Y3 시험구 순으로 Y1 시험구가 가장 좋은 평점을 기록하였고, Y3 시험구가 가장 낮은 평점을 기록하였다. Saccharomyces cerevisiae Lalvin 71B 효모

가 맛과 품질 평가에서 유의적으로 가장 우수한 것으로 나타났다. 온도별로 제조한 복분자-머루주의 관능검사 결과 총점은 23℃, 17℃, 20℃ 시험구 순으로 23℃ 시험구가 가장 좋은 평점을 기록하였고 20℃ 시험구가 가장 낮은 평점을 기록하였지만 유의적으로 큰 차이는 없었다.

Ⅲ. 최적 숙성 공정 설정 연구

1. 젖산발효를 통한 과실주의 품질향상 연구

Malic acid는 술에 있어서 자극성 신맛의 원인이 되기도 하여 젖산균을 이용한 malolactic fermentation 과정을 거쳐 malic acid를 lactic acid로 전환시켜 산도를 부드럽게 하여 술의 품질을 향상시키는 방법을 사용하기도 한다. 복분자는 산도가 높아 단독으로 발효를 시키기 어려운 단점을 감안하면 산미에 미치는 영향이 큰 malic acid의 함량을 낮추는 방법이 효과적이다. 그리고 일부 젖산균의 경우 구연산을 분해하여 와인의 품질을 떨어뜨릴 수 있으므로 젖산균의 과도한 증식은 억제해야 한다.

1) 실험방법

복분자와 머루를 파쇄한 후 80 mesh 망으로 착즙하여 혼합생과즙을 얻은 다음 $K_2S_2O_5$ 를 30 ppm을 첨가하고 설탕으로 보당하여 당함량을 22° Brix로 조절한 후 활성건조효모, Lalvin 71B 를 300 ppm 첨가하였다. 이때 복분자와 머루의 비율은 첨가한 설탕의 무게를 환산하여 복분자는 37.3%(wt/wt), 머루는 55.8%(wt/wt)에 해당한다. 주발효 15일 후 한국미생물 보존센터에서 구입한 *Oenococcus oeni* (KCCM No. 41970) 젖산균을 배양한 젖산균배양액을 2%(v/v) 첨가하여 malolactic fermentation 시켰다.

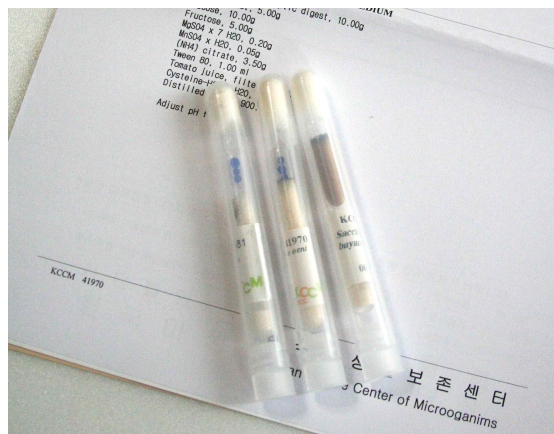


Fig. 12. *Oenococcus oeni* (KCCM No. 41970)

2) 아황산농도 측정

Malolactic fermentation은 몇가지 요인에 의해 저해를 받는다. 그 중에서 특히 pH와 아황산 농도에 민감하게 반응을 하는데 pH는 3.3 이하일 때 낮으면 낮을수록 저해 작용을 받으며, 아황산농도는 30ppm(유리아황산으로 15ppm)이상이 되면 젖산균은 아황산에 대한 저항이 약하여 반응이 잘 일어나지 않는다. 아황산의 농도는 Titret 상표의 아황산 농도 측정 키트를 이용하면 간단하게 유리아황산의 농도를 측정할 수 있다. 이 제품의 앰플에는 전분지 시약과 적정제가 진공상태로 들어 있어서 와인에 앰플을 담근 상태에서 입구를 개방하면 자연스럽게 와인이 앰플내부로 들어가 색의 변화로 유리아황산의 함량(ppm)을 측정할 수 있다.

80 mesh 망으로 착즙한 복분자-머루 혼합생과즙에 $K_2S_2O_5$ 를 30 ppm을 첨가하고 주발효를 시켰기에 아황산의 농도는 약 30ppm(유리아황산으로는 15ppm)으로 예상할 수 있었으나 아황산 농도 측정 키트를 이용하여 주발효 15일 후의 복분자-머루 혼합와인의 유리아황산 농도는 20ppm으로 예상된 15ppm의 유리아황산농도 보다 높게 나타났는데 이는 복분자와 머루의 생산과정에서 유입된 아황산과 발효과정에서 생성되는 아황산이 더해진 것으로 볼 수 있다.



Fig. 13. Titrets 유리아황산농도 측정키트

3) 젖산발효를 통한 과실주 품질변화

$K_2S_2O_5$ 를 30 ppm을 첨가하고 15일간 주 발효를 시킨 발효액에 젖산균을 접종하여 malolactic fermentation을 시킨 와인의 malic acid 감소량을 측정하였다. malolactic fermentation의 저해 요인 중의 하나인 pH는 3.5로 거의 저해를 받지 않았을 것으로 판단되지만, 아황산 농도는 30ppm(유리아황산으로는 15ppm) 이상이면 많으면 많을수록 저해 작용을 받으나 본 실험에 사용된 복분자-머루 혼합발효액의 유리아황산 농도는 20ppm으로 어느 정도 저해를 받을 수 있는 농도로 나타났다.

문 등은 복분자와인의 malolactic fermentation 후의 malic acid 감소량 변화는 효모의 종류에 따라서 59-73% 감소가 되었다고 보고하였다. 본 실험에서는 malolactic fermentation 5일 후 14.0%가 감소하였으며, 10일 후에는 21.5%가 감소하였는데 이는 malolactic fermentation에 영향을 주는 유리아황산의 농도가 높아서 활발한 젖산발효가 이루어지지 않았음을 예상할 수 있다. 또한 일부 젖산균의 경우 citric acid를 분해하여 산도를 낮추어 와인의 품질을 떨어뜨릴 수 있기에 malolactic fermentation 중 citric acid의 감소량을 측정하였는데 5일 후 3.7% 감소하였으며, 10일 후에는 4.9% 감소하여 부패의 위험이 있을 정도의 citric acid 분해는 일어나지 않는 것으로 보인다.

Table 19. 젖산발효를 통한 malic acid의 감소량 변화

젖산발효기간	pH	citric acid 감소량 (%)	malic acid 감소량 (%)
5일 후	3.5	3.7%	14.0%
10일 후	3.5	4.9%	21.5%

2. 용기에 따른 과실주의 품질 변화 연구

숙성을 거치면서 와인은 효모냄새나 싱겁고 가벼운 맛이 줄어들고 부케와 성숙된 보디감이 높아지는 화학적 변화를 거친다. 적포도주의 경우에는 발효 후에 진한 적색을 띠다가 루비색에서 벽돌색으로 변하는 데 이는 안토시아닌 복합체의 해리와 피라노안토시아닌, 카테킨피릴리움, 잔틸리움 등의 새로운 색소 형성 및 타닌-타닌, 안토시아닌-타닌 복합체의 형성에 기인한다. 이러한 반응은 호기성과 혐기성 조건에서 일어나며 온도가 높을수록 잘

일어난다. 술의 향기성분에 크게 관여하는 에스터류는 퓨젤유와는 달리 발효 술덧에서 산소가 소지되는 시점부터 생성되기 시작하는데 숙성과정 중에서는 산이나 알코올로 가수분해될 수 있기에 에스터의 함량은 숙성을 거치면서 줄어들 수 있다. 이 현상은 pH가 높을수록, 온도가 낮을수록 덜 일어난다.

1) 실험방법

복분자와 머루를 파쇄한 후 80 mesh 망으로 착즙하여 혼합생과즙을 얻은 다음 $K_2S_2O_5$ 를 30 ppm을 첨가하고 설탕으로 보당하여 당함량을 22° Brix로 조절한 후 활성건조효모, Lalvin 71B 를 300 ppm 첨가하였다. 스테인레스 발효통에서 15일간 주발효를 시켰으며 온도는 23°C 에서 진행하였다. 주발효 15일이 지난 후에 발효액은 2등분하여 하나의 시험구는 스테인레스 스틸 재질의 용기에서 숙성을 시켰고 다른 하나의 시험구는 옹기 재질의 용기에서 숙성을 시켰다. 숙성온도는 발효온도와 같은 23°C 에서 진행하였으며 숙성과정의 유기산과 휘발성분의 변화는 1개월 단위로 측정을 하였다.



Fig. 14. 숙성용기 스테인레스스틸(左), 옹기(右)

2) 숙성용기에 따른 과실주 품질변화

Table 20. 숙성용기 및 기간에 따른 유기산함량 변화

(Unit : mg/L)

숙성 기간	숙성 용기	Citric	Tartaric	Malic	Succinic	Lactic	Acetic
0M	-	4,363.4	561.6	938.3	1,287.3	364.2	136.4
1M	SUS	3,875.4	1,000.9	675.6	1,043.5	345.5	210.1
	Ceramic	4,202.9	881.2	615.7	964.0	322.5	194.9
2M	SUS	3,775.4	1,110.9	675.6	1,043.5	355.1	211.8
	Ceramic	4,102.3	891.1	625.6	974.8	320.1	197.2
3M	SUS	3,675.1	1,100.9	664.9	1,053.2	345.8	218.6
	Ceramic	4,202.5	891.7	635.2	984.0	311.5	197.9
4M	SUS	3,965.4	1,090.2	665.9	1,042.0	335.8	200.6
	Ceramic	3,992.3	873.2	625.7	954.9	312.7	198.3
5M	SUS	3,975.2	1,106.2	665.0	1,063.1	335.0	210.6
	Ceramic	4,112.1	981.0	645.7	974.7	302.2	198.5
6M	SUS	3,977.4	1,089.3	685.6	1,053.0	346.8	211.7
	Ceramic	4,002.8	901.2	645.8	944.3	327.9	196.1

Table 21. 숙성용기 및 기간에 따른 휘발성분함량 변화

(Unit : mg/L)

숙성 기간	숙성 용기	ethyl acetate	n-propanol	i-butanol	n-butanol	I-amyl alcohol
0M	-	37.9	44.2	59.1	6.3	392.2
1M	SUS	36.9	46.7	53.8	6.0	309.6
	Ceramic	32.5	47.0	54.3	7.0	311.6
2M	SUS	37.2	45.6	54.4	5.8	319.2
	Ceramic	31.8	46.1	53.2	6.9	310.3
3M	SUS	38.0	45.8	51.7	5.5	309.6
	Ceramic	30.6	46.7	52.5	6.7	312.2
4M	SUS	35.2	45.0	56.2	5.1	305.1
	Ceramic	31.9	45.3	55.1	6.4	301.9
5M	SUS	35.4	45.9	52.6	6.1	316.3
	Ceramic	30.9	43.1	55.9	6.5	321.0
6M	SUS	34.5	45.2	52.0	5.7	319.7
	Ceramic	31.3	46.9	56.1	6.0	301.8

IV. 최적 제조공정도 및 배합비 설정 연구

1. K₂S₂O₅ 처리 여부

복분자와인은 K₂S₂O₅ 처리 여부와 관계없이 발효 후의 유기산 함량은 유사하게 검출되었으며, 머루와인의 경우에는 Citric acid의 경우에는 처리한 시험구는 675.6mg/L 이었지만 처리하지 않은 시험구의 경우에는 864.7mg/L로 약 22% 더 많이 생성이 되었으며 Malic acid는 처리한 시험구보다 처리하지 않은 시험구가 약 30% 더 많이 생성이 되었다. 복분자 자체의 산 함량이 높아 Lactic acid bacteria, Acetic acid bacteria 활동이 저해된 것으로 추측해 볼 때 malolactic fermentation 반응을 위해서는 30ppm이하로 사용하는 것이 좋을 듯 하다.

2. Pectinase 처리 여부

Pectinase는 과피의 펙틴을 분해시켜 수율증가를 목적으로 사용을 하는데 펙틴이 분해되면서 메탄올이 증가하는 단점이 있다. 복분자와인은 Pectinase를 처리한 시험구의 경우 492ppm이 생성되었고, 처리하지 않은 시험구의 경우에는 487ppm이 생성되어 큰 차이가 없었다. 머루와인의 경우에는 Pectinase를 처리한 시험구의 경우 190ppm이 생성되었고, 처리하지 않은 시험구의 경우에는 156ppm이 생성되어 약 18% 증가하였지만 적은양이므로 메탄올 생성에는 큰 영향이 없다고 생각된다.

3. 효모 선별

복분자는 산도가 높아 단독으로 발효시키기가 어려운 단점을 감안하면 산미에 미치는 영향이 큰 malic acid의 함량을 저하시키는 방법과 산도를 낮추고 맛을 부드럽게 해주는 lactic acid의 함량을 증가시키는 방법이 효과적이므로 malic acid의 감소량이 크며, lactic acid의 생성량이 다른 효모에 비해 높은 Lalvin71B 효모가 유기산 함량면에서는 유리하다고 할 수 있다.

4. 발효온도

온도별 유기산함량의 결과로 볼 때 *Saccharomyces cerevisiae* Lalvin 71B 균주를 이용한 복분자-머루 생과즙의 발효는 복분자의 높은 산도를 낮출 수 있는 낮은 malic acid의 함량과 높은 lactic acid의 함량이 검출된 23°C에서 발효 하는 것이 적합하다고 판단된다.

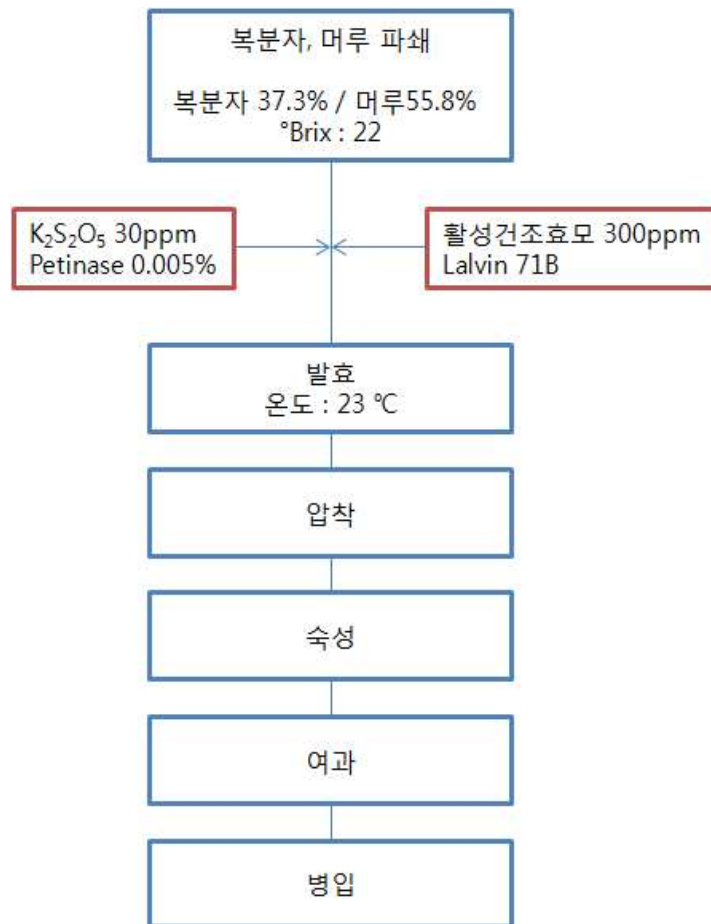


Fig. 15. 복분자-머루와인의 제조공정도

V. Still wine을 이용한 Sparkling wine 제조연구

스파클링 와인은 병 안에서 재발효하거나 인공적으로 탄산가스를 주입해 만든 발포성 와인으로 일반적인 와인 양조법과 동일하며, 후에 탄산화과정을 추가하여 제조한다. 여과가 끝난 베이스와인을 사용하며, 재발효 시켜야 하므로 소르빈산칼륨을 첨가하지 않은 와인을 사용한다.

1. 효모 선발, 당분을 이용한 2차 병 발효 및 이화학적 특성 분석

1) 실험방법

활성건조효모 종류별로 발효시킬 시험구는 복분자와 머루를 파쇄한 후 80 mesh 망으로 착즙하여 혼합생과즙을 얻은 다음 $K_2S_2O_5$ 를 50 ppm을 첨가하고 설탕으로 보당하여 당함량을 22° Brix로 조절한 후 5시간 후에 4등분하여 각각의 시험구에 활성건조효모를 300 ppm 첨가하였다. 이때 복분자와 머루의 비율은 첨가한 설탕의 무게를 환산하여 복분자는 37.3%(wt/wt), 머루는 55.8%(wt/wt)에 해당한다. 주발효 15일이 지난 후 복분자-머루와인을 여과한 후 압력병에 여과한 와인을 담은 후 Lalvin71B 효모 150ppm, 백설탕 1.2% 첨가하여 후 발효시켜 스파클링 와인을 제조하였다.

2) 효모종류

효모는 프랑스 Lallemand사가 제조한 활성건조효모 4가지(*Saccharomyces cerevisiae* Lalvin 71B, *Saccharomyces cerevisiae* Lalvin M, *Saccharomyces cerevisiae* uvaferm BDX, *Saccharomyces cerevisiae* Fermivin)를 사용하였다.

3) 효모종류에 따른 와인특성비교

(1) 알코올도수, pH 및 총산도

각 시험구별 발효 10일이 지난 후 부침법에 의해 술덧의 알코올도수를 측정된 결과 모든 시험구에서 정상적인 발효 상태가 관찰되었고 알코올 도수는 11.4-11.7%(v/v)의 범위로 나타났다. 발효진행 경과에 따른 pH 변화는 3.5-3.6으로 효모균주에 따른 변화는 큰 차이 없이 일정한 수준을 유지하였다. 일반적으로 레드 와인의 적정 pH 범위는 3.3-3.6 사이이며, pH가 높아질수록 잡균에 의한 술덧이 오염될 가능성이 높지만 복분자-머루주는 3.5-3.6 으로 미생물적인 안전성을 확보할 수 있을 것으로 판단된다. 발효전의 총산도는 0.79% 였지만 발효가 진행되면서 발효 2일째는 Lalvin71B(1.13%), Lalvin M(1.17%), BDX(1.21%), Fermivin(1.11%)로 가장 높은 총산도를 보이다가 점차 감소하는 경향을 보였다. 복분자는 다른 과실보다 산도가 높고 향이 강해 단독으로 만들기 어려운 단점이 있어서 본 실험에서는 복분자-머루 혼합액으로 발효를 진행하였는데 발효 10일 후 총산도는 Lalvin71B(0.94%), Lalvin M(1.04%), BDX(1.07%), Fermivin(1.03%)으로 복분자 단독으로 발효시켰을 때의 총산도 보다는 낮았지만 시판 포도와인 보다는 산도가 높은 결과를 보였다

(2) 유기산 및 휘발성분

본 연구에 사용된 복분자-머루 생과즙의 유기산의 분석결과 citric acid, tartaric acid, malic acid 그리고 소량의 acetic acid가 검출되었으며 citric acid가 3,085.9 mg/L 로 가장 높은 값을 나타내었다. succinic acid와 lactic acid는 포도주의 발효과정에서 생성되는 유기산인데 succinic acid의 경우 복분자-머루주에서는 Lalvin71B(1297.4 mg/L) > BDX(1279.2 mg/L) > Lalvin M(1164.9 mg/L) > Fermivin(1083.7 mg/L)의 순서로 검출이 되었다. Tartaric acid는 과일에 함유된 유기산 중에서 특히 포도에 다량 함유가 되어 있는 유기산으로 머루의 주요 유기산이기도 하다. Tartaric acid는 발효과정 및 저장 중에서 calcium, potassium 등과 반응하여 침전을 통해 제거할 수 있는데 복분자-머루 생과즙의 1910.6 mg/L의 tartaric acid 함량은 발효과정을 통해 Lalvin71B(563.5 mg/L), Lalvin M(582.4 mg/L), BDX(776.6 mg/L), Fermivin(606.6 mg/L)로 60-70% 감소하였으며 특히 Lalvin71B 효모에서 많이 감소하였다. Malic acid는 Lalvin71B 효모에서는 944.6 mg/L로 복분자-머루 생과즙의 함량보다 약 16% 감소하였지만 BDX 효모에서는 1401.1 mg/L로 약 20% 증가하였고, lactic acid는 Lalvin71B 효모에서 370.8 mg/L 가 검출되어 다른 효모보다 많이 생성 되었다. Malic acid는 술에 있어서

자극성 신맛의 원인이 되기도 하여 malolactic fermentation 과정을 거쳐 lactic acid로 전환시켜 산도를 부드럽게 하여 술의 품질을 향상시키기도 한다. 복분자는 산도가 높아 단독으로 발효시키기가 어려운 단점을 감안하면 산미에 미치는 영향이 큰 malic acid의 함량을 저하시키는 방법과 산도를 낮추고 맛을 부드럽게 해주는 lactic acid의 함량을 증가시키는 방법이 효과적이므로 malic acid의 감소량이 크며, lactic acid의 생성량이 다른 효모에 비해 높은 Lalvin71B 효모가 유기산 함량면에서는 유리하다고 할 수 있다.

Table 22. 각기 다른 효모를 이용한 발효 후 유기산 함량 비교

Organic acid (mg/L)	Juice	Y1	Y2	Y3	Y4
Citric acid	3,085.9±6.1	4373.7±9.0	4673.1±5.9	4883.5±7.2	4664.7±7.9
Tartaric acid	1910.6±9.1	563.5±5.3	582.4±8.3	776.6±9.5	606.6±7.2
Malic acid	1128.7±6.0	944.6±5.8	1318.9±3.6	1401.1±7.7	1369.3±6.4
Succinic acid	ND ¹⁾	1297.4±9.3	1164.9±9.9	1279.2±8.6	1083.7±6.1
Lactic acid	ND	370.8±7.9	256.9±5.5	193.4±5.9	192.9±4.6
Acetic acid	53.7±1.1	138.1±3.5	258.3±4.3	380.3±8.8	199.6±2.8

Y1: Lalvin 71B, Y2: uvaferm BDX, Y3: Lalvin M, Y4: Fermivin

1) Not detected

주류 품질에 부정적 영향을 미치는 methyl alcohol은 과실 중에 함유되어 있는 pectin methyl esterase가 pectin을 가수분해하여 생성되는 것으로 과실을 발효시킨 술에는 생성되는 성분이지만 유해한 성분으로 함량이 적을수록 좋다. Methyl alcohol은 모든 시험구에서 104.6-116.4 mg/L 검출되었고 Lalvin71B 시험구에서 다른 시험구보다 높게 검출이 되었다. 발효가 불량하면 증가하는 푸르푸랄 성분은 Lalvin71B과 LalvinM 시험구에서 다른 시험구에 비해 유의적으로 높게 나타났는데 동일한 조건하에 발효가 진행된 것을 감안하면 푸르푸랄 농도도 효모 종류에 따라 영향을 받는 것으로 판단된다. 주류의 향기 성분이며 발효초기 급속히 생성되는 퓨젤유는 i-amyl alcohol, i-butanol 및 n-propanol이 주요성분으로 검출되었으며 i-amyl alcohol은 퓨젤유 성분 중 아미노산인 leucine으로부터 생성되는 바나나, 배 향기가 나는 고급 알코올 성분으로 LalvinM 시험구에서 683.6 mg/L로 다른 시험구보다 유의적으로 높게 검출되어 향이 강한 술덧임을 알 수 있으며 효모종류에 따라 향의 농도 차이를 보였다. 술의 향기성분에 크게 관여하는 에스터류는 퓨젤유와는 달리 발효 술덧에서 산소가 소지되는 시점부터 생성되기 시작하는데 ethyl acetate는 30.5-37.8 mg/L로 모든 시험구에서 검출되었으며 succinic acid diethyl ester는 Lalvin71B 시험구를 제외한 나머지 시험구에서

소량 검출되었다.

Table 23. 각기 다른 효모를 이용한 발효 후 향기성분 함량 비교

Aroma compounds	Y1	Y2	Y3	Y4
Methyl alcohol(mg/L)	108.5±1.4	104.6±0.2	116.4±0.1	106.6±0.1
Furfural(µl/L)	11.5±0.2	18.8±0.6	3.4±0.2	3.0±0.3
n-propanol(mg/L)	44.4±0.2	37.3±0.3	42.7±0.1	42.3±0.3
i-butanol(mg/L)	59.4±0.3	118.9±0.4	96.6±0.4	64.6±0.4
n-butanol(mg/L)	6.0±0.5	ND ²⁾	ND	ND
i-amyl alcohol(mg/L)	391.0±3.2	527.3±3.9	354.6±0.4	357.1±0.7
Total fusel oil(mg/L) ¹⁾	500.8±3.4	683.6.±4.7	494.0±0.8	464.0±1.2
Ethyl acetate(mg/L)	37.8±0.3	37.3±0.2	34.2±0.3	30.5±0.3
Succinic acid diethyl ester(µl/L)	ND	4.6±0.6	5.8±0.3	5.1±0.9

1)Sum of n-propanol, i-Butanol, n-Butanol, i-Amyl alcohol, n-Amyl alcohol

2)Not detected

Y1: Lalvin 71B, Y2: uvaferm BDX, Y3: Lalvin M, Y4: Fermivin

(3) 2차병 발효

복분자는 산도가 높아 단독으로 발효시키기가 어려운 단점을 감안하면 산미에 미치는 영향이 큰 malic acid의 함량을 저하시키는 방법과 산도를 낮추고 맛을 부드럽게 해주는 lactic acid의 함량을 증가시키는 방법이 효과적이므로 malic acid의 감소량이 크며, lactic acid의 생성량이 다른 효모에 비해 높은 Lalvin71B 효모가 유기산 함량면에서는 유리하다고 할 수 있고 온도별 유기산함량의 결과로 볼 때 Lalvin 71B 균주를 이용한 복분자-머루 생과즙의 발효는 복분자의 높은 산도를 낮출 수 있는 낮은 malic acid의 함량과 높은 lactic acid의 함량이 검출된 23°C에서 발효 하는 것이 적합하다고 판단되어 sparkling wine의 제조에는 Lalvin 71B 활성건조효모를 사용하였다. 주발효 15일이 지난 복분자-머루와인은 1개월의 숙성과정을 거친 다음 여과하여 혼탁물질을 제거한 후 사용을 하였다. 압력병에 여과한 와인을 담은 후 Lalvin71B 효모 150ppm, 백설탕 1.2% 첨가하여 후 발효시켜 스파클링 와인을 제조하였다.

2. 최적 제조공정도 및 배합비 설정연구

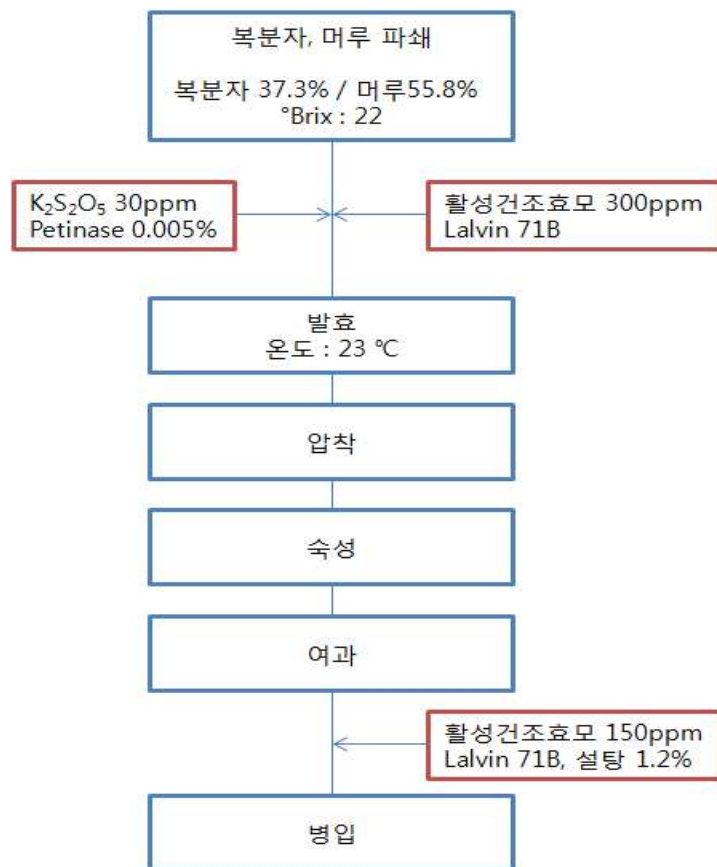


Fig. 16 복분자-머루 Sparkling wine의 제조공정도

3. 복분자-머루와인 제조원가 계산서(750mL기준)

1) 원주 세전가격 원가계산 내역

구분	품목	용량	가격	산출근거
원료	복분자	37.3kg	373,000원	10,000원/kg
	머루	55.8kg	334,800원	6,000/kg
	백설탕	6.9kg	6,900원	1,000/kg
부재료	효모	50g	2,500원	50,000원/kg
	K ₂ S ₂ O ₅	5g	150원	30,000원/kg
	Pectinase	500g	2,500원	50,000원/kg
12% 와인 제조수량 생산량		80리터	719,850원	
750ml 한병당 가격			6,750원	

2) 복분자-머루와인 과실주 제조원가 계산서 (750mL기준)

구분	항목	가격	산출근거
나주세전가격	750ml	6,750원	
부자재	병	360원	
	병마개	50원	
	라벨	20원	
	박스(20개/박스)	90원	
	케이스	300원	
	기타	50원	
	소계	870원	
제조경비	수도, 전기, 유류, 소모품, 수선비, 감가상각비	375원	경비 : 10,000,000원/년 년간 생산예정량 : 20,000L 10,000,000원 / 20,000L × 0.75 = 375원
일반 관리비	인건비, 판매비, 복지비, 판촉비, 영업비, 운반비	1,500원	경비 : 40,000,000원/년 년간 생산예정량 : 20,000L 40,000,000원 / 20,000L × 0.75 = 1,500원
제조원가		9,495원	
이윤		949원	10%
제조원가		10,444원	
주세		3133원	30%
교육세		313원	주세의 10%
공급가액		13,890원	
부가세		1,389원	10%
출고가격		15,279원	

VI. 유럽와인과 복분자주의 품질평가 비교 및 향후 개선방안

와인의 유기산성분은 발효주의 맛에 결정적인 영향을 주는 성분이다. 원료가 포도인 경우에는 tartaric acid가 큰 비중을 차지하며, 머루는 tartaric acid와 malic acid가 주요 유기산이고 복분자인 경우에는 citric acid와 succinic acid가 많이 포함되어 있다.

Lactic acid는 피루브산의 가수분해로 생성이 되는 물질로 발효 중에 생성되는 lactic acid는 100~300ppm 정도이다. 그러나 malic acid는 술에 있어서 자극성 신맛의 원인이 되기도 하는 malic acid를 젖산균을 이용한 malolactic fermentation 과정을 거쳐 malic acid를 lactic acid로 전환시켜 산도를 부드럽게 하여 술의 품질을 향상시키는 방법을 사용하기도 하는데 이 경우에는 lactic acid의 함량이 1,000ppm 이상도 검출이 된다. 그러므로 와인에 lactic acid가 다량 존재한다는 것은 malolactic fermentation 과정을 거쳤을 확률이 높다고 할 수 있다. 시판되는 독일와인 중 아우스레제, 슈페트레제 및 도른펠더 와인의 경우 lactic acid의 함량이 892.4 ~ 986.5ppm이 검출이 되었는데 이는 평균적으로 100~300ppm 정도인 것을 감안하면 malolactic fermentation 과정을 거쳐 lactic acid가 다량 생성된 것으로 판단할 수 있다.

Succinic acid는 주로 발효초기에 다량 생성이 되는 물질로 200~700ppm 정도 존재하지만 2,000ppm 까지 존재하는 경우도 있다. 복분자-머루와인의 경우에는 17°C 발효조건에서는 1156.8ppm이 검출이 되었고 20°C는 1213.5ppm, 23°C 발효조건에서는 1297.4ppm이 검출되어 발효온도가 높을수록 증가하였다. succinic acid의 함량은 포도의 품질과는 관련이 없다고 알려져 있으며, 시판되는 독일산 포도와인과 비교해보면 다소 높게 검출이 되었는데 이는 포도와 복분자-머루의 원료차이에서 나타나는 결과로 볼 수 있다.

Citric acid는 대부분의 포도와인의 경우 300ppm 이하로 존재하며 새콤한 맛이 있는 아우스레제 포도주의 경우에는 500ppm 이상이 존재한다. 복분자-머루와인의 경우에는 4373.7ppm으로 시판되는 포도와인보다 높게 나타났는데 이는 발효 전의 복분자-머루 원료에서도 3,000ppm이상 검출이 되어 원료의 차이에서 오는 결과이며, 복분자-머루와인의 특성을 나타내는 유기산이라고 볼 수 있다. Citric acid는 복분자의 원료에 많이 함유되어 있는 유기산으로 복분자가 갖고 있는 단점이지만 머루를 혼합하여 복분자 특유의 신맛을 완화시키고 또한 숙성과정에서도 상당량 감소하기 때문에 관능평가에서도 복분자가 갖고 있는 신맛에 대한 거부감은 없었다.

Table 머루-복분자와인과 시판되는 독일산 포도 와인종류별 유기산 함량 비교 (단위 : ppm)

	큐비에이	카비네트	아우스레제	슈페트레제	도른펠더	복분자-머루와인
Citric acid	258.5	311.4	789.3	278.1	219.6	4373.7
Succinic acid	659.2	588.5	791.3	519.4	879.4	1297.4
Lactic acid	371.7	273.8	986.5	892.4	897.1	370.8
Acetic acid	284.1	288.4	301.5	273.5	288.0	138.1

1. 머루-복분자와인과 시판되는 포도 와인종류별 휘발성분 함량 비교

Methyl alcohol의 생성은 포도의 펙틴질에서 pectin methylesterase가 pectin을 가수분해하여 생성되기 때문에 ethyl alcohol처럼 정상발효 산물이나 시신경을 손상시키는 문제를 가지고 있어 식품의약품안전청에 명시된 methyl alcohol 허용기준치를 초과해서는 식품으로서 안정성을 인정할 수 없다. 포도주의 경우에는 포도껍질의 펙틴질이 분해될 때 생성되므로 포도 껍질과 같이 발효시키는 적포도주가 백포도주보다 더 많이 검출이 된다. 복분자-머루와인의 경우 108.5ppm이 검출되어 시판되는 포도 와인의 79.4~99.3ppm보다 소량 더 검출되었지만 식품의약품안전청의 methyl alcohol 허용기준치보다는 많이 낮은 수치이다.

고급알코올은 효모가 증식하기 위해 필수 아미노산을 생합성하는 과정에서 생산되는 부산물이다. 과즙에 아미노산이 부족하면 효모는 부족한 아미노산을 생합성하게 되는데 그 과정에서 각각의 아미노산에 해당하는 고급알코올이 생성이 된다. 일반적으로 과실주에 가장 많이 분포되어 있고 leucine으로부터 생성되는 바나나, 배 향기가 나는 고급 알코올 성분인 I-amyl alcohol로 50~400ppm 정도 함유되어 있다. 복분자-머루와인의 경우에는 392.2ppm이 검출되었으며, 시판와인은 211.5~305.8ppm이 검출되어 복분자-머루와 포도 원료차이에서 생성되는 I-amyl alcohol의 함량차이는 크지 않았다. n-propanol은 복분자-머루와인의 경우 44.4ppm이 검출이 되었으며, 시판와인의 경우에는 29.5~39.1ppm 검출이되어 큰차이가 없었으며 n-butanol은 소량 검출이 되는 성분이지만 시판와인의 경우에는 0.9~2.5ppm 검출이 되었다.

술의 향기성분에 크게 관여하는 에스터류는 고급알코올과는 달리 발효 술덧에서 산소가 소지되는 시점, 즉 효모 증식기에는 생성되지 않고 발효가 시작되면 생성되기 시작하는데

ethyl acetate는 테이블와인의 경우 30~80ppm 정도 검출이 된다. 에스터류는 술의 향에 많은 영향을 주는 물질이지만 과다 생성되면 에스터취나 용매제취를 주기 때문에 피하는 것이 좋다. ethyl acetate는 온도가 높아지면 생성량도 많아지는데 북분자-머루 와인의 경우 17℃에서는 30.2ppm, 20℃에서는 34.8ppm 그리고 23℃에서는 37.9ppm이 검출이 되었다.

시판되는 포도주는 61.5~77.4ppm이 검출되어 북분자-머루와인보다 약 2배 많이 검출이 되었는데 이는 원료의 차이와 특히 고급포도주의 경우에는 보트리티스균의 감염에 의해 ethyl acetate가 더 생성될 수 있다.

Table 머루-북분자와인과 시판되는 독일산 포도 와인종류별 휘발성분 함량 비교 (단위 : ppm)

	큐비에이	카비네트	아우스레제	슈페트레제	도른펠더	북분자-머루와인
Methanol	86.2	88.6	79.4	93.5	99.3	108.5
I-amyl alcohol	303.2	278.6	211.5	287.6	305.8	392.2
n-propanol	35.7	39.1	29.5	31.5	28.4	44.4
n-butanol	1.2	2.5	0.9	1.3	1.8	6.0
Ethyl acetate	68.6	61.5	95.8	77.4	63.1	37.9

시판되는 외국와인 5종과 본 과제에서 생산한 북분자-머루 와인의 성분을 비교해 본 결과 유기산 함량은 북분자와 포도가 갖고 있는 성분이 많이 다르기 때문에 원료의 차이에서 오는 유기산 함량의 차이는 있었다. 특히 Citric acid는 포도에는 소량 존재하지만 북분자는 주요 유기산 성분이므로 와인을 만들었을 경우 10배 이상의 차이가 있었지만 머루를 혼합하여 북분자 특유의 신맛을 완화시키고 숙성을 거치면서 부드러운 맛으로 바뀌어 큰 문제가 되지 않는 결과를 보였다.

고급알코올의 비교분석에서는 와인에 가장 많이 함유되어 있는 i-amyl alcohol의 경우 북분자-머루와인과 시판와인에서는 큰 차이가 없었으며, 술의 향기성분에 크게 관여하는 에스터류인 ethyl acetate의 경우 2배정도 함량의 차이를 보였지만 북분자와 포도의 원료 구성성분의 차이, 제조 방법 및 환경의 다름을 고려한다면 북분자-머루 와인은 국내에서는 물론 외국 포도 와인과의 경쟁도 가능하리라 생각된다. 다만 본 과제에서는 북분자의 신맛을 머루를

첨가하여 보관을 하였지만 작은 흠집만으로 상품성이 떨어지는 복숭아와 같은 국내산 과실을 적용하여 최적의 맛과 향을 만들어 낼 수 있는 연구가 더 진행이 되어 농가에도 도움이 되었으면 하며, 스파클링와인의 경우에는 복분자의 짙은 색을 보완할 수 있는 연구와 후발효 효모를 효과적으로 제거할 수 있는 방법에 대한 연구는 더 진행되어야 할 것이다.

부록

1. 설문지

A2. 그럼, 마시는 양이나 빈도와 관계없이 귀하께서 가장 좋아하시는 술은 어떻게 되시나요?

- | | | |
|----------|------------|----------------|
| 1) 스틸 와인 | 2) 스파클링 와인 | 3) 맥주 |
| 4) 위스키 | 5) 보드카 | 6) 리큐르(Liquor) |
| 7) 브랜디 | 8) 혼합 알코올류 | 9) 기타() |

A3. 앞으로 현재보다 음용 비중이 늘어날 것이라고 생각하시는 술을 하나만 골라 주십시오.

- | | | |
|----------|------------|----------------|
| 1) 스틸 와인 | 2) 스파클링 와인 | 3) 맥주 |
| 4) 위스키 | 5) 보드카 | 6) 리큐르(Liquor) |
| 7) 브랜디 | 8) 혼합 알코올류 | 9) 기타() |

A4. 그 술(A3의 응답)을 더 마시면 어떤 술을 덜 마시게 될 것 같습니까?

[Prog: A3 응답값 제외]

- | | | |
|----------|------------|----------------|
| 1) 스틸 와인 | 2) 스파클링 와인 | 3) 맥주 |
| 4) 위스키 | 5) 보드카 | 6) 리큐르(Liquor) |
| 7) 브랜디 | 8) 혼합 알코올류 | 9) 기타() |

Part B. 와인 음용 U&A

B1. 귀하는 평소 와인을 얼마나 자주 술을 드십니까?

- | | |
|---------------|--------------------|
| 1) 거의 매일 | 2) 2~3일에 한번 |
| 3) 1주일에 1회 이상 | 4) 2주일에 1회 이상 |
| 5) 1달에 1회 이상 | 6) 2, 3개월에 1회 이상 |
| 7) 6개월에 1회 이상 | 8) 이보다 드물게(특별한 때만) |

B2. 귀하는 최근 1년 동안 한 달에 평균 몇 일 와인을 마셨습니까? _____ 일

B3. 그럼, 귀하는 최근 1년 동안 와인을 마실 때, 하루에 평균 몇 병 정도 와인을 마십니까?

- | | | | |
|----------|----------|--------|-----------------|
| 1) 1/3 병 | 2) 1/2 병 | 3) 1 병 | 4) 1 병 이상() 병) |
|----------|----------|--------|-----------------|

B4. 귀하께서 가장 자주 마시는 와인은 어떤 것입니까?

- | | |
|--------------|----------------|
| 1) 스틸 레드 와인 | 4) 스파클링 레드 와인 |
| 2) 스틸 화이트 와인 | 5) 스파클링 화이트 와인 |
| 3) 스틸 로제 와인 | 6) 스파클링 로제 와인 |
| | 7) 기타() |

B5. 귀하께서 가장 최근에 마신 와인 종류는 무엇입니까?

- | | |
|--------------|----------------|
| 1) 스틸 레드 와인 | 4) 스파클링 레드 와인 |
| 2) 스틸 화이트 와인 | 5) 스파클링 화이트 와인 |
| 3) 스틸 로제 와인 | 6) 스파클링 로제 와인 |
| | 7) 기타() |

B6. (B5 최근 음용 와인)을/를 마신 이유는 무엇입니까?

순서대로 3가지를 선택해 주십시오. 1순위 (), 2순위 (), 3순위 ()

- | | | |
|----------------------|------------------------|-----------------------|
| 1) 생산국가(국산, 수입) | 2) 빈티지 | 3) 와인 생산지/양조장 |
| 4) 포도 품종 | 5) 와인 종류(스틸, 스파클링) | 6) 와인 색깔(레드, 화이트, 로제) |
| 7) 수상경력 | 8) 레이블 설명 | 9) 품질 표시 |
| 10) 음식과의 조화 | 11) 와인 맛 | 12) 와인의 향 |
| 13) 광고(스토리, 모델, 메시지) | 14) 구매 환경(구입 편리성, 다양성) | |
| 15) 패키지(로고, 병의 모양 등) | 16) 프로모션(가격 할인, 사은품 등) | |
| 17) 주위 사람들의 권유/추천 | 18) 기능(건강) | |
| 19) 브랜드 | 20) 가격 | 21) 기타() |

[PROG : 보기 Rotation]

B7. 귀하께서 최근 마신 (B5 음용 주종)에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통	만족하는 편이다	매우 만족한다
1	2	3	4	5

B8. 귀하는 최근 마신 (B5 최근 음용 와인)을 다음 번에도 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

전혀 없다	별로 없다	보통	조금 있다	매우 많다
1	2	3	4	5

B9. [B8의 1, 2번 응답자] 그렇다면 향후에 귀하께서 구매 의향이 가장 높은 와인의 종류는 무엇입니까?
[PROG : B5 응답값 제외]

- | | |
|--------------|----------------|
| 1) 스틸 레드 와인 | 4) 스파클링 레드 와인 |
| 2) 스틸 화이트 와인 | 5) 스파클링 화이트 와인 |
| 3) 스틸 로제 와인 | 6) 스파클링 로제 와인 |
| | 7) 기타() |

B10. 귀하께서 평소 구매하시는 와인의 가격대는 얼마 입니까? 와인 종류별로 1병을 기준으로 지불했던 최소 금액과 최대 금액을 적어주시기 바랍니다.

ein gekauft

1) 스틸 레드 와인	최소 (€)~최대 (€)
2) 스틸 화이트 와인	최소 (€)~최대 (€)
3) 스틸 로제 와인	최소 (€)~최대 (€)
4) 스파클링 레드 와인	최소 (€)~최대 (€)
5) 스파클링 화이트 와인	최소 (€)~최대 (€)
6) 스파클링 로제 와인	최소 (€)~최대 (€)

B11. 귀하께서는 현재 대비 향후 와인의 음용량이 어떻게 변화할 것 같습니까?

매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
1	2	3	4	5

B12. [PROG : 보기 Rotation] 귀하께서는 평소 와인을 드실 때, 중요하다고 생각하는 속성은 무엇입니까?
순서대로 3가지를 선택해 주시기 바랍니다. 1순위 (), 2순위 (), 3순위 ()

- | | | |
|----------------------|------------------------|-----------------------|
| 1) 생산국가(국산, 수입) | 2) 빈티지 | 3) 와인 생산지/양조장 |
| 4) 포도 품종 | 5) 와인 종류(스틸, 스파클링) | 6) 와인 색깔(레드, 화이트, 로제) |
| 7) 수상경력 | 8) 레이블 설명 | 9) 품질 표시 |
| 10) 음식과의 조화 | 11) 와인 맛 | 12) 와인의 향 |
| 13) 광고(스토리, 모델, 메시지) | 14) 구매 환경(구입 편리성, 다양성) | |
| 15) 패키지(로고, 병의 모양 등) | 16) 프로모션(가격 할인, 사은품 등) | |
| 17) 주위 사람들의 권유/추천 | 18) 기능(숙취해소, 건강 등) | |
| 19) 브랜드 | 20) 가격 | 21) 기타() |

B13. 귀하가 좋아하시는 와인의 맛은 다음 중 어디에 해당됩니까?

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1) Dry & Heavy(Full) | 2) Dry & light |
| 3) Sweet & Heavy(Full) | 4) Sweet & light |

5) 스파클링 화이트 와인	()%
6) 스파클링 로제 와인	()%
합계	(100)%

- C6. 그렇다면 할인점/LEH/와인전문점 등에서 와인을 얼마나 자주 구매하십니까?
 1) 거의 매일 2) 1주일에 3~4번 3) 1주일에 1~2번
 4) 2~3주일에 1번 5) 1개월에 1번 6) 2~3개월에 1번
 7) 4~5개월에 1번 8) 6개월에 1번
- C7. 귀하께서 와인을 가장 자주 구입하는 장소는 어디입니까? [PROG : 보기 Rotation]
 1) Discounter(할인점) 2) LEH(마트)
 3) Weinfachgeschäft(와인 전문점) 4) Winzer oder Weingut(와인메이커에서 직접 구매)
 5) Winzergenossenschaft(와인 협동조합) 6) Internet(인터넷)
 6) 기타()
- C8. (C7 응답 장소)에서 와인을 구입하실 때 보통 몇 병 정도 구입하십니까?
 ()병
- C9. 귀하께서는 매장에서 와인의 브랜드를 구입하실 때 주로 어떻게 선택하십니까?
 1) 항상 주로 마시는 브랜드 2) 대체로 주로 마시는 브랜드
 3) 종업원이 권유하는 것 4) 이벤트나 행사 등의 프로모션이 있는 브랜드
 5) 이름을 들어본 브랜드 중에서 선택 6) 미리 결정하지 않고 매대에서 보고 결정
 7) 기타()
 [PROG : 보기 Rotation]
- C10. 최근 3개월 이내에 할인점/LEH/와인전문점 등에서 와인을 구입하셨을 때, 주로 어디에서 드셨습니까?
 1) 구입한 가게 안/앞 테이블 2) 본인/이웃/친척 집에서
 3) 공원/벤치/운동장 등 야외에서 4) 야유회/소풍/여행 장소에서
 5) 마시지 않고 보관 중 6) 다른 사람에게 선물
 7) 기타() [PROG : 보기 Rotation]

Part D. 이슈 문항

- D1. 귀하께서는 한국에 대해 얼마나 알고 있습니까?
 1) 한국에 대해서 들어본 적이 없다 → D7로
 2) 한국에 대해서 이름만 들어보았다
 3) 한국에 대해서 대충 알고 있다
 4) 한국에 대해서 정확히 알고 있다
- D2. 다음 보기 중 경험해 보신 한국 문화가 있으십니까? 모두 선택해 주십시오. [PROG : 보기 Rotation]
 1) K-Pop 2) 드라마 3) 영화 4) 문학 5) 한식(한국음식)
 6) 패션 7) 게임 8) 한국산 제품(휴대폰, TV, 자동차, 화장품 등)
 9) 의료 10) 한글(한국어) 11) 태권도 12) 한국관광
 13) 전통문화(한옥, 템플스테이, 사물놀이 등) 14) 스포츠(한국골프, 한국축구, 한국야구 등)
 15) 미용(화장품, 성형) 16) 기타() 17) 없음

D3. 그럼, 귀하께서는 드라마, 영화, K-pop, 음식 등 한국 대중문화 전반에 대한 호감도는 어떠하십니까?

호감도가 매우 낮다	호감도가 낮다	보통	호감도가 높다	호감도가 매우 높다
1	2	3	4	5

D4. 귀하께서는 한국 술을 드셔본 경험이 있으십니까?
 1) 있다 2) 없다 → D7로

D5. 어떤 술을 드셔보셨습니까? 드셔본 술을 모두 응답하여 주십시오.
 1) 소주(Diluted Soju) 2) 맥주(Beer) 3) 막걸리(Rice Wine)
 4) 과실주(fruit wine) 5) 기타(Korean others liquor) ()

D6. 귀하께서 드셔본 한국 술에 대해서 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통	만족하는 편이다	매우 만족한다
1	2	3	4	5

D7. 귀하께서는 향후 한국 음식점에서 식사를 하실 의향이 있으십니까?

전혀 없다	별로 없다	보통	조금 있다	매우 많다
1	2	3	4	5

D8. [Prog: D7. 4), 5) 응답자] 그럼, 한국 음식 드시면서 한국 술을 같이 마셔볼 의향이 있으십니까?

전혀 없다	별로 없다	보통	조금 있다	매우 많다
1	2	3	4	5

D9. 다음은 한국 와인에 대한 설명입니다. 다음 **한국와인**에 대한 내용에 얼마나 동의하시는지를 응답해 주시기 바랍니다.

< 컨셉 >					
1. 컨셉 : 스파클링 스위트 와인					
2. 도수/용량 : 13%/750ml					
3. 원료 : 머루, 복분자, 오디, 매실					

	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편	보통	그런 편	매우 그렇다
1. 신선하고 새로운 느낌이 든다	1	2	3	4	5
2. 기존 제품 대비 차별성이 있다	1	2	3	4	5
3. 품질에 신뢰가 간다	1	2	3	4	5
4. 전반적으로 마음에 든다	1	2	3	4	5
5. 향후 구입할 의향이 있다.	1	2	3	4	5

D10. [PROG: D9_5. 3), 4), 5) 응답자] 그럼, 위 제품의 가격이 얼마면 구매하시겠습니까?
 () EUR

D11. 귀하께서는 위 제품을 어디에서 구매하실 것 같으십니까? [PROG : 보기 Rotation]
 1) Discounter(할인점) 2) LEH(마트)
 3) Weinfachgeschäft(와인 전문점) 4) Winzer oder Weingut(와인메이커에서 직접 구매)
 5) Winzergenossenschaft(와인 협동조합) 6) Internet(인터넷)
 7) 식당(음식점) 8) 한식당
 9) 기타()

D12. 위 제품을 구매하실 때 어떤 프로모션이 있으면 좋을 것 같으십니까?
 순서대로 두 가지만 응답하여 주십시오. 1순위(), 2순위() [PROG : 보기 Rotation]
 1) 가격 할인(묵음 구입시 가격 할인 등) 2) 업소 내 안주와 세트로 판매
 3) 불펜, 라이트 등 와인과 직접 관련이 없는 물건을 사은품 제공
 4) 전용잔 등 와인 관련 사은품 5) 한 병 더, 미니어처 술 등 술 사은품
 6) 경품 행사(응모해서 당첨되는 경품, 현금 등을 주는 이벤트)
 7) 판촉요원이 게임 등을 통해 경품 혹은 무료 술 제공

DQ. Demographic

DQ.1 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?(국가에 맞게 변경)

- 1) 고졸 이하 2) 대학교 재학 이상

DQ.2 귀하의 현재 직업은 어떻게 되십니까?

- 1) 중/고등학생 2) 대학생/대학원생
3) 직장인 (종일제) 4) 아르바이트 (시간제)
5) 자영업 6) 전업주부(남성포함)
7) 무직 8) 기타 ()

DQ.3 실례지만, 귀하를 포함하여 귀댁의 월 평균 개인 소득은 어느 정도 되십니까?

- 1) Under 839 EURO 2) 840 EURO ~ 1,249 EURO
3) 1,250 EURO ~ 1,699 EURO 4) 1,700 EURO ~ 1,999 EURO
5) 2,000 EURO ~ 2,499 EURO 6) 2,500 EURO ~ 2,999 EURO
7) 3,000 EURO ~ 3,299 EURO 8) 3,300 EURO ~ 3,799 EURO
9) 3,800 EURO ~ 4,199 EURO 10) 4,200 EURO or above

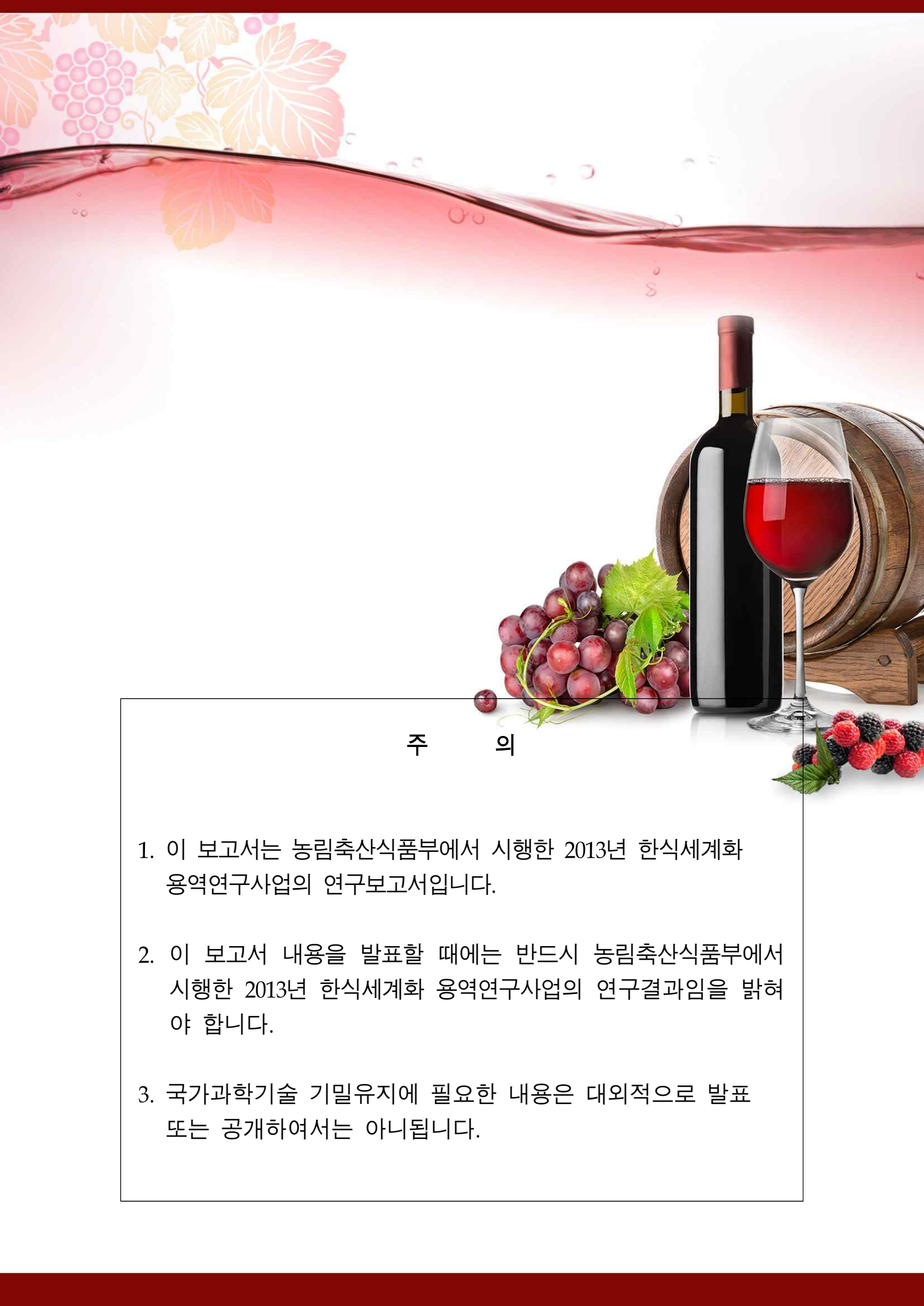
마크로밀엠브레인의 모든 연구진은
보다 정확하고
체계적인 조사연구를 위해
최선을 다하고자 끊임없이 노력하고 있습니다.



(주)마크로밀엠브레인

Address 서울시 강남구 역삼동 837번지 타워837빌딩 10~13층

phone 02-3406-3881 **web** www.embrain.com



주 의

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 시행한 2013년 한식세계화
용역연구사업의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표할 때에는 반드시 농림축산식품부에서
시행한 2013년 한식세계화 용역연구사업의 연구결과임을 밝혀
야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표
또는 공개하여서는 아니됩니다.