

# “깔끔함에 부드러움을 더했다” 무학, 16.5도 ‘좋은데이’ 출시



1,2 무학 좋은데이 청원공장 전경 3 '깔끔한 좋은데이' 4 종합 주류업체 무학 전경

종합 주류업체인 무학의 소주 브랜드 '좋은데이'가 지난 9월 27일 알코올 도수를 기존 16.9도에서 16.5도로 낮춰 깔끔한 좋은데이로 새로 출시했다.  
무학은 침체한 소주 시장에 2006년 당시 파격적인 도수 좋은데이를 출시하며 순한 소주 시장을 개척해 변화를 주도했다.



2



3

좋은데이는 사람과 사람 사이 만남에서 나오는 긍정적 상황을 이름으로 풀어내고, 부드러운 맛과 숙취 없는 소주 맛으로 소비자에게 좋은 반응을 얻었다.  
또 경상도 사투리 '좋은 날'과 영어 '굿데이' (Good day)의 중의적인 뜻으로 대중화에 적합한 브랜드로 평가를 받으며, 영업망을 전국으



4



인기 걸그룹 브레이브 걸스와 함께한 신규 광고

로 확대하는 기반을 구축했다.  
특히 1977년 도입된 정부의 차도주보호법(도·1 사 생산, 50% 점유율을 보호해 주는 법)이 1996년 폐지되면서 '지역 소주'라는 개념이 사라지고 주류 음용 환경과 소비 형태가 빠르게 변하면서 이종 간의 경쟁 심화와 주류업계 성장이 둔화하는 등 제조사별 경쟁은 더욱 치열해졌다.  
무학은 깔끔한 좋은데이로 새 변화와 혁신 바람을 일으킨다는 목표로 개발 과정부터 고객의 목소리를 듣고 소주의 기본을 새롭게 정립했다.  
무가당 소주의 장점을 살려 알코올 도수와 첨가물 배합비를 조정해 깔끔한 맛과 부드러움을 더했다.  
'소주가 숨 쉴 때 깔끔함이 살아난다'는 문

구를 넣어 좋은데이만의 특징인 72시간 산소 숙성을 강조했다. 또 과당 제로 제품을 강조한 인포그래픽을 더해 소비자가 쉽게 정보를 접할 수 있게 했다.  
라벨 디자인도 혁신적으로 바꿨다. 깨끗하고 부드러운 소주 맛을 강조하고자 청명한 하늘색 색상을 입히고, 자연에서 얻은 원료로 술을 만드는 무학의 제품 이념을 물과 자연, 하늘로 표현했다.  
무학 관계자는 "이번 신제품도 지금까지 소주와 다른 확연하게 부드러워진 뒷맛과 목넘김이 소비자들의 관심과 호응을 끌어낼 것으로 기대된다"며 "정성과 노력을 기울여 개발한 만큼 많은 관심을 부탁드립니다"고 말했다.  
무학은 최근 발랄하고 긍정적인 이미지를

가진 인기 걸그룹 브레이브 걸스를 모델로 발탁하고 다양한 마케팅 활동을 전개하고 있다.  
신규 광고는 무거운 술자리도 더 가볍게 갖자는 '무가당' 편을 비롯해 코로나19로 힘든 시기를 겪고 있는 '소상공인'과 '취준생', '집콕족' 편으로 구성해 브레이브걸스가 '언젠가는 괜찮아질 것'이라는 희망 메시지를 전한다. ●

# 걱정없이 깔끔하게 좋은날이 올거예요



## 과당 ZERO



## 72h 산소숙성