

2025  
06



MUHAK

고객과 함께 새로운 100년

# 좋은데이 소식

[발행처] 경영전략식

[발행일] 2025. 06

[주 소]

경상남도 창원시 마산회원구

3.15대로 628 무학빌딩 14F



# TOCKSODA 캔 5종 출시 **NEW**



무학이 와인 베이스 탄산주 브랜드 '톡소다(Tok Soda)'의 신제품 캔 제품을 새롭게 출시하며, 소비자와의 접점을 한층 더 넓혀가고 있습니다. 이번에 선보인 톡소다 캔 제품은 기존 병 제품보다 휴대성과 접근성을 강화해 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있도록 구성된 것이 특징입니다. 가볍게 들고 다닐 수 있는 패키지와 트렌디한 맛 조합으로, 바쁜 일상 속에서도 간편하게 즐길 수 있는 일상형 스파클링 와인으로 주목받고 있습니다.

톡소다는 와인의 풍미를 살리면서도 과일과 티(Tea)의 달콤한 조화를 더한 청량한 과일 스파클링 와인입니다. 기존 주류와는 차별화된 맛과 스타일로, 특히 와인을 어렵게 느끼는 소비자들에게도 가볍게 다가갈 수 있는 새로운 음용 경험을 제안합니다. 이번 캔 제품은 자몽블랙티, 레몬블랙티, 자두, 히비스커스, 애플시나몬 등 총 다섯 가지 맛으로 출시되어, 다양한 취향의 소비자들이 자신만의 톡소다를 선택할 수 있도록 했습니다.

무학은 이번 캔 제품 출시를 기념하여 3D 영상 콘텐츠, 인플루언서 마케팅, 편의점 앱 광고 등 온·오프라인을 아우르는 다양한 마케팅 활동을 전개하고 있습니다. 감각적인 브랜드 콘텐츠와 디지털 채널을 활용한 소통을 통해 젊은 소비자들과의 거리감을 좁히고, 브랜드 경험을 더욱 풍부하게 전달하고자 합니다.

또한, 이번 톡소다 캔 제품은 편의점별로 각기 다른 맛이 독점 출시되어 소비자들에게 색다른 선택의 즐거움을 선사합니다. 히비스커스는 GS25, 자두와 레몬블랙티는 CU, 자몽허니블랙티는 세븐일레븐, 애플시나몬은 이마트24에서 만나볼 수 있으며, 유통채널 맞춤형 전략을 통해 소비자 접근성을 극대화했습니다.

# 톡소다 판매처 확인하는 방법!

@goodday\_official

좋은데이 인스타그램  
하이라이트 에서  
빠르게 확인 가능합니다!

[https://www.instagram.com/goodday\\_official/](https://www.instagram.com/goodday_official/)



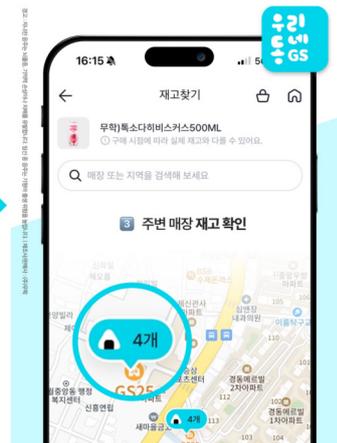
## 톡소다 히비스커스는 우리동네 GS어플!



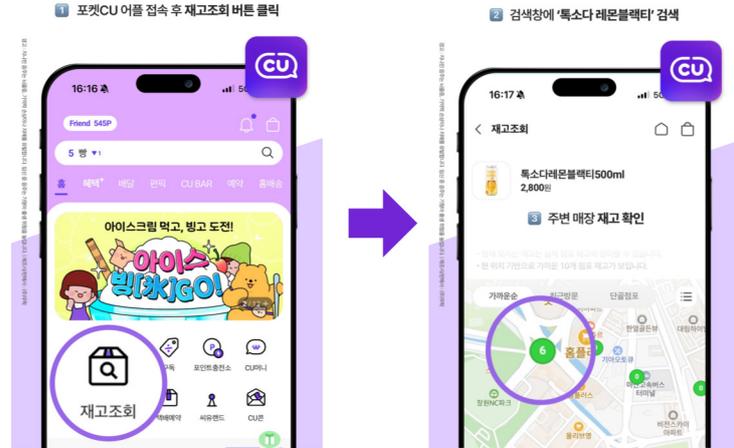
1 우리동네GS 어플 접속 후 재고찾기 버튼 클릭



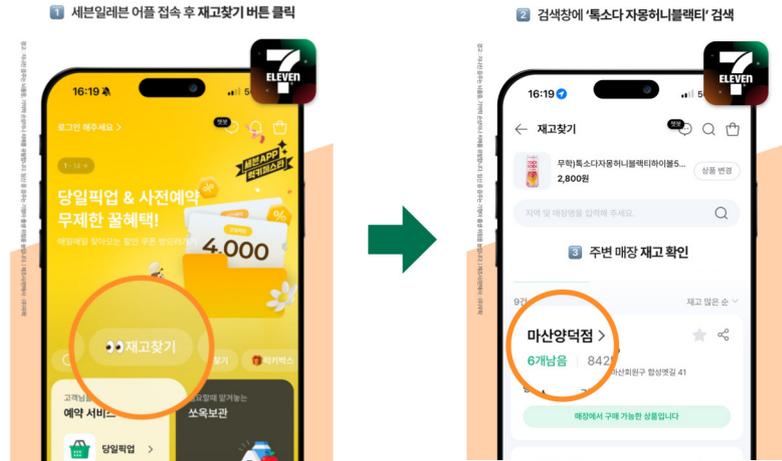
2 검색창에 '톡소다 히비스커스' 검색



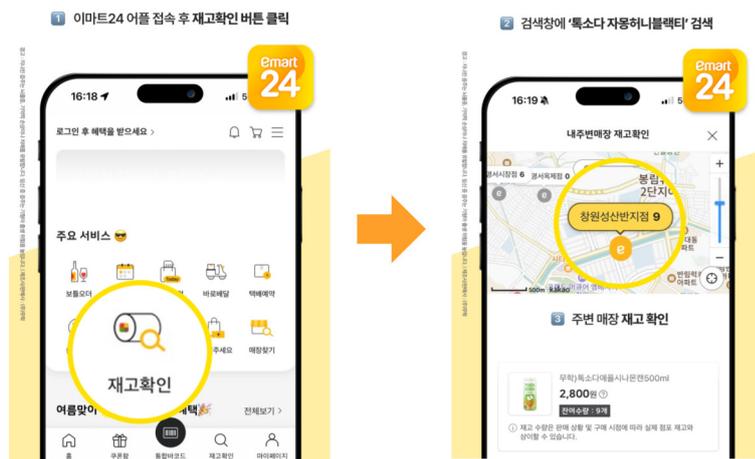
### 톡소다 레몬블랙티와 자두는 CU!



### 톡소다 자몽허니블랙티는 세븐일레븐!



### 톡소다 애플시나몬은 이마트 24시!



# 진해기지사령부 기금 후원



무학은 지난 5월 20일(월), 경남 진해기지사령부를 방문해 위문금 1,000만 원을 전달했습니다. 이번 전달식은 국가 안보와 국토 방위를 위해 헌신하고 있는 국군 장병 여러분의 노고에 감사의 마음을 전하기 위해 마련되었으며, 무학의 따뜻한 진심이 담긴 자리였습니다. 전달된 위문금은 진해기지사령부 장병들의 복지 증진을 위한 기금으로 활용될 예정입니다. 장병들이 더 나은 환경에서 군 복무를 수행할 수 있도록 돕는 데 사용되며, 무학은 실질적인 도움이 되길 바라는 마음을 함께 전했습니다.

무학은 지역과 함께 성장한 향토기업으로서, 지역 군부대와 의 협력도 꾸준히 이어오고 있습니다. 진해해군기지사령부 외에도 공군교육사령부, 육군 제39사단 등 다양한 군부대와 자매결연을 체결하고, 장학금 지원, 위문품 전달, 격려 행사 개최 등 다양한 방식으로 감사의 마음을 전달해왔습니다.

무학의 사회공헌 활동은 일회성에 그치지 않고, '지역과 함께, 사회와 함께'라는 가치를 실천하는 기업 철학을 바탕으로 꾸준히 이어지고 있습니다. 이번 위문금 전달 또한 그 일환으로, 우리 이웃이자 국가를 지키는 장병들과의 따뜻한 동행을 보여주는 대표적인 사례입니다.

앞으로도 무학은 나눔을 실천하는 기업문화를 바탕으로, 사회 곳곳에 의미 있는 변화를 만들어 나가겠습니다.



## 2025 제 14회 마산 아구데이 축제



지난 5월 10일, 마산 오동동 문화광장에서 지역 대표 축제인 '아구데이 축제'가 성황리에 개최되었습니다. 이번 행사는 마산의 향토 음식인 아구찜을 주제로, 지역 주민들과 방문객들이 함께 어울리며 즐기는 뜻깊은 자리였습니다.

축제에는 창원특례시의회 손태화 의장과 김형수 사무국장을 비롯한 주요 내빈이 참석했으며, 무학에서는 이종수 영업부문을 비롯해 창원지점장과 영업매니저들이 함께 자리해 행사의 의미를 더했습니다. 무학 창원지점은 이번 축제에서 다양한 판촉 활동을 펼치며 관람객들과 적극적으로 소통했습니다.

현장에는 무학 홍보 부스가 설치되어 많은 방문객들의 발길을 이끌었으며, 룰렛 이벤트를 통해 다양한 경품을 증정하고 당사 주요 제품들을 전시해 브랜드 체험의 기회를 제공했습니다. 특히 영업매니저들의 친절한 설명과 현장 응대는 방문객들에게 긍정적인 인상을 남기며 무학 브랜드에 대한 호감도를 높였습니다.

이번 아구데이 축제는 무학이 지역사회와 함께하는 상생의 가치를 실현하는 한편, 현장에서 직접 고객과 소통하며 브랜드를 알릴 수 있는 소중한 기회가 되었습니다. 창원지점 관계자는 "축제를 통해 지역과 가까이에서 호흡하며 고객들과 진심으로 소통할 수 있었다"며 "앞으로도 지역행사 참여를 통해 무학의 가치를 널리 전할 수 있도록 노력하겠다"고 전했습니다.



## NC다이노스 홈 경기 판촉 행사



지난 5월 30일, 창원 NC파크가 재개장을 맞아 새로운 활기를 띤 가운데, 무학 창원지점은 야구장을 찾은 관람객들을 대상으로 다양한 판촉 행사를 진행하며 현장 분위기를 더욱 뜨겁게 달궜습니다. 이번 행사는 NC다이노스의 홈경기를 기념해 마련된 것으로, 경기장을 찾은 팬들과 보다 가까이에서 소통하고 무학 브랜드를 자연스럽게 알릴 수 있는 좋은 기회였습니다.

창원지점은 이날 약 2,000명 이상의 야구 관람객을 대상으로 거리 인사와 판촉 활동을 진행했습니다. 경기장 출입구에는 무학 에어수트 인형이 배치되어 팬들의 눈길을 사로잡았고, 입장객들에게는 시원한 물티슈와 홍보물을 배부하며 브랜드 인지도를 높였습니다. 또한 현장을 찾은 직원들은 직접 거리로 나가 관람객들과 인사를 나누며 친근한 무학의 이미지를 전달하는 데 앞장섰습니다.

### 남부산지점 소식

## 삼진 잡고 부산갈매기 응원하자 로드이벤트

최근 KBO의 인기가 열기가 뜨거운 가운데, 남부산지점은 서면 상권 내에서 야구공 피칭 게임 로드 이벤트를 진행했습니다. 주말 서면 메인 상권에서 게임을 진행하며 부산갈매기16 셀링 포인트를 전달하고, 제품 홍보를 진행했습니다. 게임 특성상 전 연령대와 소통하며 당사품을 홍보할 수 있는 기회를 가졌습니다. 이벤트 진행 간 마이라벨 증정을 병행하며 실음용 연결까지 이어질 수 있도록 했습니다.



## 기장 신세계 아울렛 한우 숯불구이 축제



지난 5월 14일부터 18일까지 5일간 기장 신세계 아울렛에서 한우 숯불구이 축제가 개최되었습니다. 신선한 한우와 다채로운 먹거리, 즐길 거리로 가득했던 이번 축제는 많은 방문객들의 발길이 이어지며 활기찬 분위기 속에 진행되었고, 무학 역시 현장을 찾아 적극적인 소비자 판촉 활동을 펼쳤습니다. 축제 기간 동안 아울렛을 찾은 고객들을 대상으로 룰렛 게임, 로드 이벤트 등 다양한 체험형 마케팅을 진행하며 현장의 열기를 더했습니다.

## 기장 대변멸치축제

기장 대변항 인근에서 4월 25일 ~ 4월 27일간 대변멸치축제가 진행되었습니다. 북부산지점은 행사장 내 및 대변항 변 업소를 대상으로 판촉을 진행했습니다. 미락장을 포함한 인근 음식점과 상권을 중심으로 홍보물 부착과 더불어 물티슈 증정 등 소비자 대상 프로모션을 병행하여 브랜드 인지도를 높였습니다. 축제장을 찾은 방문객과 업소 관계자들로부터 긍정적인 반응을 얻으며, 현장 중심의 실질적인 홍보 효과를 거두었습니다. 북부산지점은 앞으로도 지역 축제와 행사에 적극 참여하며 당사 제품을 알리고, 소비자와 가까이에서 소통하는 마케팅 활동을 지속할 계획입니다.



## 2025년 울산 축협 한우축제



지난 5월 16일부터 18일까지, 울산에서 열린 '2025 울산 축협 한우축제'가 많은 시민과 관광객들의 참여 속에 성황리에 개최되었습니다. 이번 축제는 울산지역 대표 특산물인 한우의 우수성을 널리 알리고, 지역 축산물 소비를 촉진하기 위해 마련된 자리로, 무학 울산지점도 현장에 참석해 다양한 마케팅 활동을 펼치며 축제 분위기를 한층 끌어올렸습니다. 울산지점은 축제 기간 동안 전용 부스를 운영하며 적극적인 브랜드 홍보에 나섰습니다. 부스 내·외부에는 현수막을 설치해 시각적 주목도를 높였고, 다양한 제품들을 보기 좋게 진열해 관람객들의 관심을 끌었습니다.

특히 부산갈매기16을 중심으로 한 '마이러벨' 체험 이벤트와 함께, 관람객들이 직접 참여할 수 있는 '캡슐 뽑기 이벤트'도 운영해 많은 이들의 발길을 사로잡았습니다. 축제 현장에서의 제품 판매 또한 주목할 만했습니다. 행사장 내에서는 무학의 '부산갈매기16'이 100% 단독으로 판매되었으며, 일일 평균 약 2,000명의 방문객들에게 제품을 소개하고 음용 기회를 제공함으로써 브랜드 체험의 폭을 넓히는 데 성공했습니다. 이번 한우축제를 통해 울산지점은 지역 축제 참여를 통한 고객 접점 확대는 물론, 소비자들에게 무학 제품의 매력을 직접 전달하는 실질적인 현장 마케팅의 성과를 확인할 수 있었습니다. 지점 관계자는 "부산갈매기16을 중심으로 소비자들에게 다양한 경험을 제공할 수 있어 의미 있었다"며 "앞으로도 지역 행사와 연계해 브랜드 인지도 제고에 힘쓸 계획"이라고 전했습니다.





## 온두라스 온·오프라인 연계 행사를 통한 좋은데이 브랜드 홍보

무학은 2024년 12월부터 2025년 4월까지, 약 5개월간 중미 온두라스에서 현지 소비자들을 대상으로 한 프로모션 행사를 성공적으로 진행하며, 글로벌 시장에서의 브랜드 존재감을 더욱 확장하는 성과를 거두었습니다. 이번 프로모션은 무학 제품을 처음 접하는 현지 소비자들에게 친숙하게 다가가기 위한 전략의 일환으로, 시음회와 함께 기획상품 판매, SNS 이벤트 등을 유기적으로 연계한 통합 마케팅 방식으로 진행되었습니다.

행사 기간 동안 현지 매장에서는 '5분입 제품 + 소주잔' 구성의 세트 제품을 중심으로 소비자 접점을 확대하였으며, 제품 구매 고객에게는 현장에서 시음 기회를 제공해 제품에 대한 만족도를 높였습니다. 특히 제품을 구매한 고객이 무학 브랜드 SNS 계정을 팔로우하고 인증하면 경품 이벤트에 응모할 수 있는 방식을 통해, 오프라인 구매 경험을 온라인 브랜드링으로 자연스럽게 연결시키며 현지 디지털 마케팅 효과 또한 극대화할 수 있었습니다.

행사의 마지막을 장식한 경품 추첨은 2025년 5월에 진행되었으며, 행사 종료 이후에도 현지 소비자들 사이에서 무학 제품에 대한 관심이 꾸준히 이어지고 있는 것으로 나타났습니다. 판매 실적과 SNS 팔로워 수 모두 상승세를 기록하며, 무학의 제품과 브랜드에 대한 현지 인식이 한층 긍정적으로 전환된 것이 이번 행사의 가장 큰 성과로 평가되고 있습니다.

무학은 앞으로도 온두라스를 비롯한 중남미 시장을 포함해 다양한 국가에서 현지 맞춤형 마케팅 전략을 강화해 나갈 예정입니다. 이를 통해 더욱 많은 글로벌 소비자들이 무학의 제품을 경험하고, 브랜드와의 연결고리를 이어갈 수 있도록 지속 가능한 글로벌 확장 전략을 실천해 나갈 계획입니다.



# 주류부터 샘물까지, SIAL SHANGHAI에서 선보인 브랜드 다양성

지난 5월 19일부터 21일까지, 중국 상하이에서 개최된 'SIAL SHANGHAI 2025' 박람회가 성황리에 막을 내렸습니다. 아시아 최대 규모의 식품·음료 전문 박람회인 이번 행사에는 전 세계 약 5,000개 이상의 기업이 참가하고, 13만 명 이상의 관람객이 방문하며 글로벌 식품·주류 시장의 트렌드를 한눈에 볼 수 있는 자리였습니다. 이번 박람회에 참가해 중국 현지 바이어 및 일반 소비자들을 대상으로 적극적인 제품 홍보 활동을 펼쳤으며, 기존 주류 제품뿐만 아니라 샘물 등 비주류 제품 라인업도 함께 선보이며 더욱 다채롭고 풍부한 브랜드 경험을 제공했습니다.



특히, 부스 내에서는 주류 및 샘물 시음 행사를 운영해 현장을 찾은 관람객들이 제품을 직접 맛보고 체험할 수 있도록 했습니다. 시음 부스에는 국내외 바이어뿐 아니라 일반 소비자들의 발길이 꾸준히 이어졌으며, 무학의 다양한 제품군에 대한 긍정적인 반응과 관심이 이어졌습니다. 제품 설명과 함께 현지 언어로 준비된 홍보 자료를 통해 현장 소통도 원활하게 이루어졌고, 브랜드에 대한 인식 제고와 더불어 수출 확대를 위한 초석도 다졌습니다.

이번 박람회를 통해 무학은 해외 시장 내 브랜드 인지도를 한층 강화하고, 앞으로의 해외 진출 가능성과 소비자 점점 확대에 대한 가능성을 다시 한 번 확인할 수 있었습니다. 행사에 참여한 관계자는 "SIAL은 단순한 제품 전시를 넘어, 글로벌 바이어와 실질적인 상담 기회를 얻는 자리였다"며 "앞으로도 다양한 해외 행사에 꾸준히 참여해 무학의 브랜드를 전 세계에 알릴 수 있도록 노력하겠다"고 전했습니다.



# June 이달의 매니저



안녕하세요! 저는 진주지점에서 근무하고 있는  
영업매니저 백은빈입니다.

늘 웃는 얼굴과 긍정적인 에너지로 현장을 누비며, 고객과  
거래처에 한 발 더 가까이 다가가려 노력하고 있습니다. 다  
양한 사람들을 만나고 소통하는 것을 좋아해서,  
매일매일 현장이 저에게는 새로운 도전이자 즐거움이에요.  
앞으로도 지금처럼 밝고 활기차게, 주류업계의 1등이 되기  
위해 열심히 뛰겠습니다!

진주지점  
**백은빈** 매니저

**#현장밀착형 #포기없는 도전**  
**#1등을 향한 열정**

## Q. 속해 계신 부서 소개 부탁드립니다.

진주지점은 경남 서부권역에 위치해 있으며, 진주·사천·산청·함양·거창·합천·남해 등 총 2개시와 6개 군을 관  
할하고 있습니다. 무학의 영업지점 중 가장 넓은 지역을 담당하고 있는 지점으로서, 보다 많은 고객에게 저희  
제품을 알리고 판매하기 위해 활발한 영업 및 판촉 활동을 펼치고 있습니다. 또한 관내에서 열리는 다양한 지  
역 축제 및 행사에 직접 참여해 소비자들과의 유대를 강화하고 있으며, 이를 통해 브랜드 인지도와 충성도를  
높이는 데 집중하고 있습니다. 총 16명의 직원이 근무 중이며, 모두가 '무학이 주류업계 1등'이라는 공통된 목  
표를 향해 함께 노력하고 있습니다.

## Q. 현재 맡고 계신 업무는 무엇인가요?

진주지점에서 저는 1차 거래처 5개처와 진주 경상대 상권의 업소 및 소매점 약 220개를 담당하고 있습니다.  
1차 거래처는 흔히 알고 계시는 도매장을 뜻하며, 판매, 대금 회수, 재고 관리 등의 기본적인 영업 활동을 비롯  
해 도매장 대표자 및 실무자들과 긴밀히 협업하여 제품의 원활한 공급은 물론, 신제품 입점, 거래 업소 관리 등  
파트너십 유지에 중점을 두고 있습니다. 이를 통해 타사 제품보다 저희 제품이 더 많이 판매될 수 있도록 유도  
하고, 빠른 피드백과 대응으로 신뢰를 쌓아가고 있습니다.

2차 거래처는 소매점과 업소로 구분되며, 소매점의 경우 대형 할인매장, 농협, 마트 등 가정용 제품을 취급하는 매장으로 재고 관리, 제품 진열 및 적재, 미입점 제품 발주 및 입점 유도, 전용 매대 설치, 할인 행사 등 매장 내 점유율 확대를 위한 업무를 진행하고 있습니다. 또한 업소 거래처는 진주 경상대 상권을 중심으로 담당하고 있으며, 20대 대학생 고객층을 대상으로 한 전략적 접근을 지속적으로 도전하는 것이 업무의 중요한 부분입니다.

업주들과의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 안정적인 제품 공급을 유지하고, 개강·종강 총회 등 학과 단위의 모임에 직접 참여하여 모든 학과와의 소통을 강화하고 있습니다. 또한, 학생들의 더 많은 호응을 이끌어내기 위해 주류 무제한 이벤트, 시음 행사 등 다양한 전략을 모색하여 이벤트를 기획·진행합니다. 이러한 현장 중심의 밀착형 활동을 통해 자연스럽게 자사 제품을 선택하게끔 유도하며, 실질적인 매출 증대를 이끌어내고 있습니다.

### Q. 속해 계신 부서나 담당 직무에서 협업은 많이 이루어지는 편인가요?

영업지점 특성상 다양한 협업이 활발하게 이루어지고 있습니다. 회사 내부적으로는 영업지원팀, 관리팀 등과 함께 제품 판매 촉진을 위한 여러 활동을 계획하고 실행하는 과정에서 긴밀하게 협력하고 있으며, 필요한 자원이나 정보를 빠르게 공유함으로써 업무의 효율성을 높이고 있습니다.

외부적으로는 1차 거래처의 대표자 및 실무자들과 긴밀히 소통하며 제품의 원활한 공급과 입점 확대를 위한 협업을 지속하고 있고, 2차 거래처인 소매점 점주 및 업소 업주들과도 신뢰를 바탕으로 협력하여 다양한 프로모션, 진열 전략, 고객 대응 등을 함께 진행하고 있습니다. 이러한 내부·외부 협업 구조는 단순한 유통을 넘어 브랜드 경쟁력 강화와 매출 증대에 중요한 기반이 되고 있습니다.

### Q. 담당하신 직무의 매력이 있다면 어떤걸까요?

영업이라는 직무는 단순히 제품을 판매하는 일을 넘어, 정말 다양한 사람들을 만나고 관계를 맺어가는 일이라고 생각합니다. 그 과정 속에서 상대방에게 배울 점도 많고, 때로는 제 자신의 부족한 점을 깨닫게 되는 경우도 많아 스스로 성장할 수 있는 기회를 얻게 됩니다.

특히 인상 깊었던 점은 처음에는 적대적이거나 거리감이 느껴졌던 분들과도 꾸준한 노력과 진심 어린 태도로 관계를 회복하고, 오히려 더 깊은 신뢰를 쌓을 수 있었던 경험들입니다. 이런 일들을 통해 인간관계에 대해 쉽게 포기하지 않게 되었고, 사람을 대하는 데 있어 더욱 능동적이고 열린 태도를 갖게 되었습니다. 이처럼 사람과의 관계 속에서 스스로가 조금씩 단단해지고 성장해간다는 것이 이 직무의 가장 큰 매력이라고 생각합니다.



## Q. 업무를 하며 가장 보람을 느낄 때는 언제인가요?

가장 보람을 느꼈던 순간은 경상대 상권을 맡고 있던 작년, 불리한 조건 속에서도 결코 포기하지 않고 결과를 만들어냈던 경험입니다. 당시 이 상권은 경쟁사의 담당자가 경상대 졸업생으로 내부 네트워크가 강한 상황이었습니다.

제가 새롭게 담당하게 된 직후인 작년 9월 개강총회 시즌에는 학과들의 연락조차 받지 못해, 직접 업소를 돌며 예약 현황을 파악하고 하루에 2~3건의 단체를 간신히 유치해야만 했습니다. 솔직히 그때는 무력감과 속상함이 컸습니다.



하지만 '올해는 반드시 이겨내겠다'는 의지로 2025년 1월부터 진주 지역 내 모든 단과대학 및 학과와의 접촉을 시도했고, 전략적으로 MOU 협약도 체결하며 관계를 구축해갔습니다.

그 결과, 2025년 3월 개강총회 시즌에는 총 20,180명의 대학생을 대상으로 저희 제품을 음용하게 만들었고, 진주 관내 256개 학과 및 동아리 중 182개의 단체 세팅, 점유율 71.1% 달성을 이루어내는 결과를 만들어냈습니다. 그때 느낀 성취감과 자부심은 말로 표현할 수 없을 만큼 컸으며, 어떤 상황에서도 진심과 노력을 다하면 결과는 반드시 따라온다는 것을 몸소 깨달았던 순간이었습니다.

## Q. 직무를 하면서 목표가 있다면 어떤 것일까요?

제 목표는 무학의 1등 직원이 되는 것입니다. 단순히 개인 실적을 높이겠다는 의미를 넘어서, 모든 직원이 각자의 자리에서 1등이 되기 위해 노력한다면, 결국 시장 전체는 자연스럽게 우리의 것으로 돌아올 것이라 믿기 때문입니다. 저희 회사의 목표를 이루었다고 스스로 느낄 수 있는 날이 있다면 그건 제가 술을 마시러 간 어느 날 1차 업소의 모든 테이블에서 저희 제품이 100% 음용되고 있고, 2차 업소에서조차 마찬가지로 단 한 테이블도 타사 제품 없이 저희 제품만 놓여 있는 모습을 보는 순간일 것 같습니다. 그 날이 오면, 그동안의 모든 노력이 진심으로 보답받은 것 같은 뿌듯함을 느낄 수 있을 것 같고, 제가 꿈꾸던 '1등'의 의미도 그 안에 다 담겨 있을 거라 생각합니다.

# 남아프리카의 3가지 매력, 한 모금씩 만나다

여름의 입구에서 퍼지는 달콤한 향기와 시원한 청량감,  
남아프리카가 선사하는 특별한 3종을 준비했습니다.



## 사바나 드라이 프리미엄 사이더

“사바나 드라이 프리미엄 사이더”는 1996년 디스텔 그룹이 엘긴밸리의 사과로 빚어 전통적인 사이더 양조법을 기반으로 만든 제품입니다.

약 2주간 발효 숙성한 뒤 트리플 필터링과 더블 칠링 과정을 거쳐 맑고 깔끔한 드라이 프로필을 완성했으며 전 세계 40여개국에 수출되는 남아공의 대표 사이더입니다.

## 아마룰라

“아마룰라”는 남아프리카공화국에서 온 달콤하고 부드러운 크림 리큐어로, 아프리카 대륙고유의 마룰라 열매로 만들어집니다. 이 열매는 코끼리들이 특히 선호하여 코끼리 나무열매라고도 불립니다. 마룰라 열매를 자연 숙성해 발효시키고 증류 후 숙성 과정을 거쳐 고소한 크림과 섞어 만듭니다. 캐러멜, 바닐라, 열대과일의 향이 어우러져 매우 부드러운 맛을 자랑합니다.



## 캐슬라거

“캐슬라거”는 1895년 요하네스버그에서 탄생한 SAB의 대표 프리미엄 라거로 옥수수과 맥이 기반의 깔끔한 중간 바디에 부드러운 목넘김이 특징인 제품입니다.

캐슬라거는 남아공의 스포츠와 문화행사를 후원하며 국민적 단합의 상징으로 자리매김한 글로벌 아이콘입니다.





# 굿데이뮤지엄 방문 단체 견학 신청 안내

**관람 시간** **평일** 자유관람 : 사전예약 없이 자유관람 가능 (10:00~17:00)  
**주말** 안내 : 휴관  
 안내 : 필요시 문의(070-7576-2017)

**견학 소요시간** 약 60분(코스별 견학시간 상이)

## 방문(신청) 방법

1. 굿데이뮤지엄 검색 후 홈페이지 접속  
<https://www.gooddaymuseum.co.kr>

2. 홈페이지 전시관람  
 견학신청 or 담당자 문의(070-7576-2017)  
 단체관람은 49인 이하로 사전에 전화 예약 접수를 부탁드립니다.

## 전시장 안내



## 좋은데이 인스타그램

[https://www.instagram.com/goodday\\_official/](https://www.instagram.com/goodday_official/)



## 좋은데이 유튜브

[https://www.youtube.com/@goodday\\_muhak](https://www.youtube.com/@goodday_muhak)



Sparkling White Wine

# 가볍게.티나게 TOCKSODA



## 나만의 와인생활 톡소다!

NEW  
Alc.  
**5%**

경고: 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다. | 제조사/판매사: (주)무학