

5년 만에 1억잔 판매... 스타벅스 콜드 브루, 국민커피 등극

깔끔하고 부드러운 목 넘김 특징
매년 평균 30% 이상 높은 성장률
얼죽아 트렌드에 계절 영향 안 받아

스타벅스커피 코리아의 콜드 브루가 2016년 첫 출시 이후 5년 만에 누적 판매잔수 1억잔을 돌파하며, 아이스 아메리카노와 함께 스타벅스 대표 커피로 자리잡았다.

스타벅스콜드 브루는 라틴 아메리카와 아프리카산 원두를 사용해 스타벅스 전문 바리스타가 매장에서 차가운 물로 14시간 동안 침출식으로 추출한 아이스

커피이다. 달콤한 풍미를 가지고 있으며 깔끔하고 부드러운 목 넘김이 특징이다.

스타벅스는 콜드 브루 음료가 2016년 첫 선을 보인 이후 매년 평균 30% 이상의 높은 성장률을 보이고 있다고 16일 밝혔다. 2017년 1000만잔 돌파를 시작으로 2019년 5000만잔, 2021년 1억잔 이상이 판매됐다.

특히 콜드 브루 음료는 아이스 아메리카노와 더불어 '얼죽아(일명 얼어 죽어도 아이스)' 트렌드에 맞춰 계절의 영향을 받지 않는 아이스 음료로 인기를 얻고 있다.

스타벅스 콜드 브루의 인기 비결은 콜드 브루 원두 커피 이외에 다양한 풍미의 원부재료와 결합한 새로운 음료를 지속적으로 출시하는데 있다.

스타벅스는 '돌체 콜드 브루', '바닐라 크림 콜드 브루', '나이트로 콜드 브루', '콜드 브루 오프 라떼' 등을 연이어 출시하며 콜드 브루 음료를 확대했다.

이중 커피 본연의 풍미를 가장 잘 느낄 수 있는 기본 원두 커피인 '콜드 브루'가 가장 인기가 높으며, 연유를 추가한 '돌체 콜드 브루'가 그 뒤를 잇는다. 바닐라 크림의 달콤함이 특징인 '바

닐라 크림 콜드 브루'도 꾸준한 인기를 보이며 출시 이후 세 번째로 높은 판매 순위를 보이고 있다. 최근 대체우유의 관심이 높아지면서 출시한 '콜드 브루 오프 라떼'는 스타벅스 매장에서 일정한 품절되기도 했다.

스타벅스 음료팀의 이정화 팀장은 "콜드 브루는 아이스 음료의 한계를 넘어 계절에 영향을 받지 않고 연중 즐길 수 있는 대표 메뉴로 자리잡았다"며 "아이스 커피 시장의 성장에 맞춰 다양한 풍미의 콜드 브루 음료를 지속적으로 개발해 소개할 예정이다"고 말했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr



스타벅스 '돌체 콜드 브루' 이미지. /스타벅스



서울 성동구에 위치한 생활맥주 한양대점 전경. /데일리비어

생활맥주, 70억 규모 시리즈A 투자유치

직영점 확장·신사업 추진

생활맥주를 운영하는 데일리비어가 지난달 70억원 규모의 시리즈A 투자유치를 성공적으로 마무리했다고 16일 밝혔다.

데일리비어는 2014년 5월 여의도 생활맥주 1호점 개설 이래 8년째 지속 성장 중인 국내 독보적인 1위 수제맥주 전문 프랜차이즈 업체로, 전국 40여 개 양조장과 협업을 통해 생산된 각 지역 대표 수제맥주를 생활맥주 약 200개 매장에 독점적으로 공급하는 독특한 플랫폼 비즈니스 모델을 보유하고 있다.

데일리비어는 지금까지 산업통상자원부 장관 표창, 식품의약품안전처 표창, '매경 100대 프랜차이즈' 4년 연속 수상 등 매년 굵직한 수상 내역과 더불어 가맹점주 및 협력사들과의 법적 분쟁이 한 차례도 없는 모범 프랜차이즈 업체로 시장에서 평가받고 있다.

최근 코로나19로 위축된 환경속에서

도 삼인삼 브랜드 생활치킨 론칭 및 배달업계 최초 '수제맥주 4캔 만원' 서비스를 도입하는 등 위기상황에서도 빠르게 대처해 안정적인 성장세를 유지하고 있으며, 이번 투자유치를 계기로 직영점 확장 및 신규 사업 추진에 더욱 탄력이 붙을 전망이다.

이번 투자는 LB인베스트먼트, 원익투자파트너스 등 국내 메이저 VC 컨소시엄이 참여했으며, VC 관계자는 "업계 동사의 절대적인 시장 지배력과 진입장벽 높은 차별화된 안정적인 사업 모델을 기반으로 향후 성장 가능성에 높은 점수를 주고 투자를 결정했다"고 말했다.

데일리비어 관계자는 "이번 투자유치를 계기로 파트너 투자자들과 전략적 협의를 통해 직영점 확장, 글로벌 시장 진출, 물류 프로세스 개선, 마케팅 프로모션 등 사업 전반에 걸쳐 시너지를 확대할 계획"이라고 말했다.

/원은미 기자

'갯성비' 노브랜드버거, 2년 만에 150호점

업계 최단 1년 8개월 만에 100호점
올해 말까지 170호점 목표 무산

신세계푸드의 노브랜드 버거가 론칭 2년 만에 150호점을 열며 햄버거 시장에 돌풍을 일으키고 있다.

16일 신세계푸드에 따르면, 지난 5월 업계 최단기간인 1년 8개월 만에 100호점을 돌파한 노브랜드 버거가 부산 하단아트몰링점을 열며 론칭 2년 만에 150호점을 넘어섰다고 밝혔다. 매월 10여 개의 신규 매장을 오픈하며 올해 말까지 목표했던 170호점까지 무난하게 달성할 수 있을 것으로 전망된다.

국내 햄버거 시장에 진출해 있는 프랜차이즈 대부분이 100호점을 내는데 10여 년이 걸린 데 반해 노브랜드 버거는 1년 8개월 밖에 걸리지 않을 정도로 가파른 성장세를 보이고 있다. 프랜차이즈업계에서 100호점 돌파는 시장 안



노브랜드 버거 'NBB 시그니처' 제품 이미지. /신세계푸드

착과 사업 성장세를 의미하는 핵심 지표다. 특히 노브랜드 버거는 100호점 달성 직후인 6월 한 달 동안에만 15개 매장을 새로 열면서 월별 신규 매장 오픈 기록도 갈아치웠다.

예비 가맹점주들의 문의도 쇄도하고 있다. 지난해 7월부터 노브랜드 버거가 망사업을 본격화한 가운데 현재까지도 매월 1000여 건 이상의 가맹문의의 접수가 이어지고 있다.

이같은 노브랜드 버거의 인기는 맛과

품질이 뛰어난 메뉴를 단품 1900~5300원, 세트(햄버거, 감자튀김, 음료) 3900~6900원의 가성비 있는 가격으로 선보인 것뿐 아니라 젊고 트렌디한 콘셉트를 바탕으로 차별화된 경험을 주기 위해 다양한 활동을 적극적으로 펼쳤던 것이 주효했다고 신세계푸드 측은 분석했다.

실제 신세계푸드는 2019년 8월 노브랜드 버거 론칭 당시 모델 한현민을 활용한 버거송 CF를 통해 화제를 일으켰고, 1주년을 맞은 지난해 9월에는 햄버거 번(뽕)과 패티 자동 조리장비, 서빙 로봇으로 미래 노브랜드 버거 매장의 모습을 구현한 역삼역점을 선보였다.

신세계푸드 관계자는 "앞으로도 노브랜드 버거만의 차별화된 경험을 제공하기 위한 다양한 활동을 통해 국내 대표 햄버거 프랜차이즈로 육성해 갈 방침이다"고 말했다.

/원은미 기자

유한양행 초고함량 비타민 메가300정

유한양행은 최근 벤포티아민(비타민 B1) 300mg이 함유된 초고함량 활성 비타민 메가300정을 출시했다고 16일 밝혔다. 유한양행은 '메가300정' 출시를 통해 일반의약품(OTC) 브랜드인 '메가트루'의 라인업을 추가 확장했다.

메가300정은 벤포티아민(비타민 B1)이 국내 최대함량인 300mg, 비타민 B6가 일일 최대용량인 100mg이 들어 있으며, 정제 사이즈가 작고 하루 한번 1정 섭취로 복용이 간편하고 120정 포장으로 출시되어 4개월간 복용이 가능한 제품이다.

유한양행은 메가300정 출시를 통해 현재 레드오션인 비타민 B군 시장에서 새로운 시장을 개척해 나갈 계획이다.

비타민 B1은 비타민 A와 마찬가지로 성장과 발육에 필요하며 탄수화물을 에너지로 전환하는데 필요한 보조효소이다. 비타민 B1이 결핍되면 초조, 두통, 피로, 식욕 부진, 체중 감소 등이 나타난다.

/이세경 기자

서주원·김민영 부부, 골프웨어 브랜드 론칭

인플루언서 부부, '로드로아르'

서주원·김민영 인플루언서 부부가 젊은층을 겨냥한 골프웨어 브랜드를 론칭한다.

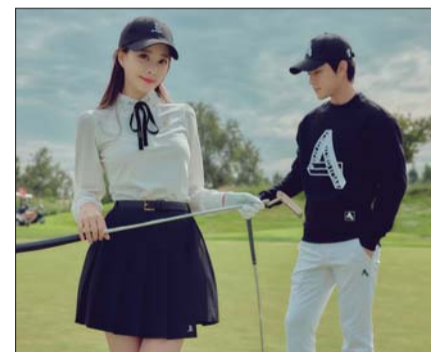
서주원 제이원 코퍼레이션 대표가 16일 새로운 개념의 헤리티지 감성 골프웨어 '로드로아르(LORD LOAR)' 론칭한다고 밝혔다. 서 대표는 카레이서 출신 사업가이며, 그의 아내 김민영은 유투버 '아ולם'로 활동하며 큰 인기를 끌고 있다.

로드로아르는 골프를 이제 막 시작하는, 일명 '골린이(골프+어린이)'를 타깃으로 한다. MZ세대 등 영골퍼가 급증하는 것에 주목해 젊은층의 이목을 끄는 제품을 다양하게 출시할 예정이다.

서 대표는 "국내 골프인구는 700만명으로 추정되며, 3분의 1은 2~30대"라며 "로드로아르도 이러한 시장의 흐름에 따라 새로운 형태의 골프웨어를 내놓게 됐다"고 설명했다.

디자인은 골프 본고장인 영국 황실에서 아이디어를 얻었다.

서 대표는 "로드로아르의 제품은 영



서주원(오른쪽)·김민영 인플루언서 부부가 젊은층을 겨냥한 골프웨어 '로드로아르(LORD LOAR)'를 론칭한다.

국 황실을 모티브로 젊은 라이프 스타일의 감성을 추구한다"며 "정통 포퍼먼스 위주의 스포티한 골프웨어에서 섬세하고 다양한 패션디테일을 녹여내 MZ세대에 맞는 디자인 개발에 초점을 맞췄다"고 강조했다.

특히, 제이원 코퍼레이션은 삼성물산 빈폴 등 다수의 브랜드 론칭 및 운영 전문가인 권미화 상무를 영입해 MZ세대의 골프 감성을 극대화 표출시킬 수 있는 별도의 디자인팀과 생산팀을 가동 중이다.

/이세경 기자 seilee@

오늘의 날씨

9월 17일 (금)
음력 : 8월 11일

수도권 날씨
19~27°C

운동 지수 ██████████
빨래 지수 ██████████
세차 지수 ██████████
외출 지수 ██████████

연천 15/27, 동두천 16/27, 가평 15/25, 파주 16/27, 서울 19/27, 양평 18/28, 수원 20/26, 용인 20/26, 평택 19/23, 백령도 19/25

*자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr