

Non-Alcoholic

BEER Proposal

- 오비맥주 카페 제안서 -

index.

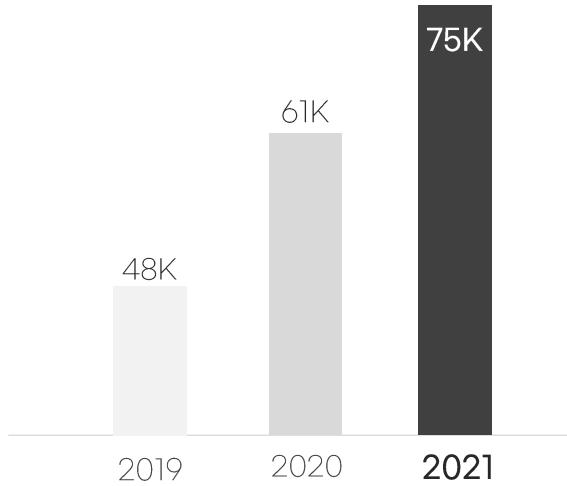
- 001 2022 Cafe market trend
- 002 Non Alcoholic Beer markets
- 003 NAB target consumer in café
- 004 Why Hoegaarden & AB
- 005 Supporting Tool & collaboration





01 오프라인 매장 증가로 인한 경쟁심화

◎ 오프라인 매장수 변화



02 커피브랜드 양극화 문제로 가격인상

◎ 22년 주요 커피브랜드 가격 인상 추이



100~400원



100~400원



100~300원



100~200원

그 외 브랜드 평균 100~500원 줄줄이 인상



03 시장에서 살아남기 위한 브랜드 차별화

◎ 브랜드만의 차별화 브랜딩 마케팅 심화



서울카페쇼가 선정한 2022 커피 산업 키워드

ALWAYS

이번 2022 커피 산업 키워드 'Always'는 '항상, 언제나' 등을 의미하는 단어로, 코로나19로 커피 산업 종사자 및 소비자들이 어려움을 겪었지만, 커피는 언제나 함께였으며, 커피와 함께 위기를 기회로 만들어 성장해 모든 것에는 길이 있다는 뜻으로 All ways의 의미도 함께 담았다. '워드 코로나 시대를 맞아 커피 산업이 앞으로 다양한 방법으로 발전해 나갈 것이라는 커피 산업에 대한 희망의 의미도 담고 있다.

- A** Alternative: 대체 가능한 옵션을 제공한다.

소비자들의 폭넓은 취향에 맞는 다양한 선택지를 제공하는 카페가 많아지고 있다. 비건 커피, 유기농 디저트 등 대체 가능 옵션을 더욱 다채롭게 제공할 것이다.
- L** Local: 지역의 특성을 활용하다.

도심에서 떨어진 곳에 자리하며 그 지역만의 특색을 가진 카페를 찾는 사람들이 늘고 있다. 카페라는 공간이 주는 경험뿐 아니라 그 지역만의 커피나 지역 농산물을 활용한 디저트 등 개성 넘치는 맛에 대한 관심이 점점 높아질 것이다.
- W** Wellness(well-being + fitness): 건강한 먹거리를 제안하다.

코로나19 시대를 지나며 건강에 관한 관심이 어느 때보다 커졌다. 카페에서는 더 건강한 원료를 사용하는 음료부터 식이 관리 식품까지 커피와 디저트를 즐겁고 건강하게 즐기는 있는 방법을 제시한다.
- A** Automation: 기술을 접목하다.

자동화 머신부터 하드웨어 플랫폼 로봇, 오더 시스템 등 카페 산업과 기술이 만난다. 테크놀로지의 역할을 인정하고 받아들이는 기술 접목형 카페의 사례가 늘 것이다.
- Y** Yourself: 스스로 바리스타가 되다.

'홈 바리스타'라는 단어가 등장했다. 가정용 하이엔드 커피 머신, 그라인더 등 집에서 스스로 특별한 커피를 내려 마실 수 있는 한층 고급화된 홈 카페 아이템이 등장하며, '프리미엄 홈 카페' 시장이 더 커질 것이다.
- S** Sustainability: 환경을 지키다.

지금은 필(必) 환경 시대. 카페 산업에서는 다양한 친환경 아이템과 원료를 개발하는 등 다른 산업에 비해서도 친환경 소재에 더 민감하게 반응하고 대처하는 노력을 지속해왔다. 앞으로 그 움직임은 더 역동적이고 커질 것이다.



건강하게 즐기는 커피



01 비건 & 디카페인 문화의 확대

디저트, 커피, 음료 등..
건강을 위한 하나의 문화 '비거니즘'

가치소비를 중시하는 MZ세대의
소비 패턴과 부합하여 생겨난 새로운 문화

“귀리로 '비건 우유' 개발...1위 커피 소비국 한국서 카페라테로 성공 가름”

중앙일보 | 입력 2022.04.19 06:00

최현주 기자 **구독**

비건(채식주의자) 대중화 시대가 열렸다. 고기나 우유 같은 동물성 식품에 알레르기가 있거나 비위가 약하거나 종교적인 이유가 있지 않아도 비건 음식을 먹는다. 오랜 시간에 걸친 기후 변화는 환경 운동가나 과학자가 아니어도 후손을 위한 지속 가능한 발전을 고민하게 만들었고 식물성 음식을 찾게 만들었다.

그렇다고 마냥 고기나 우유를 먹고 싶은 마음을 억누르기 쉽지 않다. 먹고 싶은 음식은 즐기면서 환경은 보호하고 싶은 고민이 쌓여 대체 식품 시장이 커지고 있다. ‘우유 같지만, 우유는 아닌’ 식물성 음료를 만드는 싱가포르 음료업체인 오토사이드 베네딕트 림(31) 대표는 “지속 가능한 발전 가능성이 클 뿐 아니라 건강에 좋고



- 리얼푸드매거진 : 음료 시장에서 아몬드밀크, 카페에선 오토밀크 2022.05.11
- 중앙일보 : “귀리로 '비건 우유' 개발... 1위 커피 소비국 한국서 카페라테로 성공 가름” 2022.04.19
- 비즈니스 포커스 : “비만 걱정은 넣어두세요”...식품업계 저칼로리 열풍 2022.03.24
- 대한경제 : 취하지 않는 술이 각광... 판커지는 무알콜 맥주 시장 2022.07.13

02

청량감을 즐기기 위한

저칼로리 음료 & **논알콜맥주**



아외활동 감소, 배달음식 증가로 인한
건강우주 라이프 스타일 변화

저칼로리, 논알콜에 대한
소비자들의 관심과 수요 증가

취하지 않는 술이 각광...판커지는 무알콜 맥주 시장

가시경제 2022-07-13 06:29:28

2024년까지 연평균 23%의 성장세를 기록 전망

[대한경제=김호은 기자] 최근 MZ세대를 중심으로 술자리 문화 무제중심이 취하기 위한 에서 '취하기 위한'으로 옮겨가면서 무알콜 맥주 제품들이 각광을 받고 있다.

무알콜은 알콜 0%, 논알콜은 도수가 1% 미만인 제품으로 두 가지를 통틀어 무알콜이라고 부른다. 통상 0.00으로 표기된 제품은 무알콜, 0.0으로 표기된 제품은 논알콜로 분류된다. 일반 맥주와 동일한 원료·발효·숙성 과정을 거친 뒤 마지막 여과 단계에서 알콜만 추출해 도수는 0.05% 미만인 게 대부분이다.



“비만 걱정은 넣어두세요”...식품업계 저칼로리 열풍

영역 2022.03.24 06:00 | 수정 2022.03.24 07:02

기사 보기

외출 자제로 줄어든 활동량...제품 선택 기준으로 '칼로리' 떠올라

비즈니스 포커스



칼로리 음료 브랜드 라인업을 대폭 늘려 나갈 계획이다.

고성음료(이하 롯데칠성) 관계자가 밝힌 올해 음료 제품 출시 계획이다. 롯데칠성은 현재 '칠성 무제트', '펄스콜라 제로' 등 2가지의 저칼로리 음료를 시장에서 판매 중이다. 롯데칠성은 올해 1 내에 3가지의 제로 칼로리 음료 제품을 추가로 선보이며 총 5개의 라인업을 구축하기로 했

MZ세대

새로운 유입키워드



MZ 세대들의 새로운 트렌드는



시장의 결과로 이어졌습니다.

지구환경과 건강, 두 마리 토끼를 동시에 잡을 수 있는 비거니즘

식물성 우유,커피 대체식을 사용하는 브런치, 비건 카페의 확산

비건을 비건하라...식물성 시장에 눈독들인 식음료업계

영상 커피전문점에 부는 비건 열풍...구색 더 늘어났다

대체육 샌드위치 이어 식물성 커피 우유 등장 커피와 함께 즐길 수 있어...소비자 더 늘어날 듯

대신증권 60주년 기념 지금 크레온 하면 평생 우대

커피전문점서 한 자리 깨산 비건 음식

Starbucks storefront image

최근 커피소비에를 저행하는 MZ세대를 중심으로 폭넓게 퍼지고 있는 비건 열풍은 이렇다 지 않게 시작이다.

식음료업계가 동물성 식품(고기, 우유, 달걀 등) 대신 식물성 다. 채식주의를 실천하는 소비자의 니즈 충족은 물론 중장기 영 실현 차원의 노력이다.

[뉴스토마토 유승호 기자] 외식업계가 비건 시장 공략에 속도를 내고 있는 가운데 대체육 샌드위치 등 비건 음식이 커피전문점에서 자리를 잡는 모양새다. 커피 전문점들은 커피 등 음료와 함께 비건 식품을 찾는 소비자들이 더 늘어날 것으로 보고 제품 구색 확대에 박차를 가하고 있다.

다양한 주류를 가볍게 마시는 문화 확산 MZ세대를 겨냥한 새로운 경험 제공

커피와 맥주를 함께 즐기는 하이브리드 카페의 등장

[드링크] 술을 즐길 수 있는 카페 3곳

한산한 오후, 커피도 흥지만 낯선만큼 더욱 환영

“맥주부터 와인까지”...애주가 잡는 커피 업계

커피 전문점 포화...술에 쫓긴 커피 업계 술과 안주 함께 구매하며 객단가 높아

홍대명 기자

입력 2022.05.20 06:32

카페 내부 이미지

20년 짝어지는 '발효'를 개발한 한국에서 술에: 로프1용 당알금 '240'이 받았습니이다" 그 비탈은.

분종 '술 마시러 가지하면 어땀한 분위기 여러 사: 주장은 이 술의 리우공단. 물론 그날 비건과

그래픽=이은현

맥주·와인 등 주류를 판매하는 커피 전문점이 늘고 있다.

커피 전문점은 그동안 공부하는 고객을 위해 커피와 디저트, 식사류 등을 팔았는데

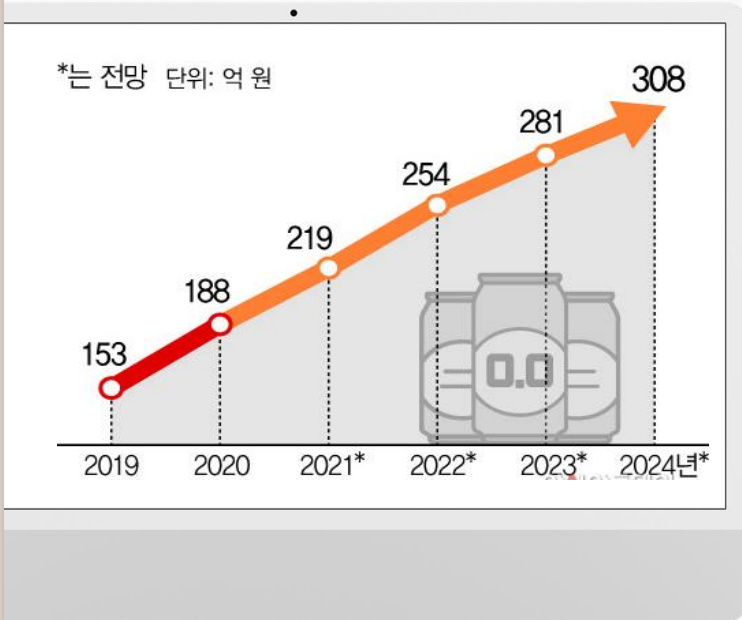
-중소기업뉴스: 비건을 비건하라... 식물성 시장에 눈독들인 식음료업계 22.06.14
 -뉴스토마토: 커피전문점에 부는 비건 열풍... 구색 더 늘어났다 2021.08.11
 -아시아경제: [드링크] 술을 즐길 수 있는 카페 3곳 2020.05.29
 -조선비즈: "맥주부터 와인까지"...애주가 잡는 커피 업계 2022.05.20

01

지속적으로 성장중인 무알콜 시장

MARKET GROWTH

※ 출처 : 아시아 투데이 이젠 술도 가볍고 건강하게... NOLO酒가 뜬다
 ※ 자료 : 유료모니터



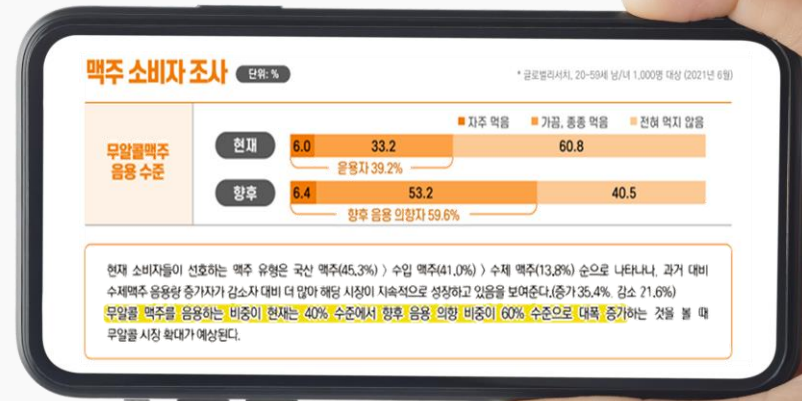
※ 출처 : 아시아 투데이 이젠 술도 가볍고 건강하게
 ※ 자료 : 유료모니터

02

소비자들의 관심이 집중된 시장

Consumer Consumption

건강에 대한 관심이 커지면서 무알콜 맥주에 대한 관심도 증가했다. 수요가 증가함에 따라 시장에는 맥주 고유 맛에 충실한 더 많은 브랜드가 출시될 것으로 전망된다. -유로모니터 (2021)



※ 출처 : 식품산업통계정보시스템 뉴스레터

자금은 MZ세대,

음주를 바라보는 소비자 트렌드가 바뀌었습니다.

2022년 트렌드 키워드

헬시플래저

건강관리를 하면서도 —
즐거움을 놓치지 않는 —



취하는
음주 문화에서

- #폭탄주
- #고도수의 의식적 행동
- #자극적인 안주



즐기는
라이프 스타일로

- #저도주트렌드
- #알코올 음용 부담 대안
- #로우푸드 선호 - 저지방칼로리

소비자들이 어느 순간에 무알콜 맥주를 찾을까

2030의 37.2%는 무알콜 맥주를 마시고
MZ 세대의 경우 41.5% 즐기고 있음

‘지나친 음주보다는 즐기는’,
‘건강관리를 중요시하는’ 성향으로 분위기는 좋지만
알코올의 영향을 받고 싶지 않는 소비자



갈증시 음료 대용



공부중 스트레스 해소



운전을 해야하는 상황



운동한 뒤에 근손실방지



저녁에 아내, 가족과 함께



친구들과 한강에 놀러가서

#not Special

#Daily

Non-Alcoholic Beer

Consumer in Cafe

커피2잔 NO

카공족의
추가주문!

카공족 가이드

장시간 카공, 어떻게 한다면 괜찮다

주기적으로 음료나 먹을 것을 구매한다면

- 권장 61% | 그래도 안 된다면 33% | 모르겠다 5%

카페에 손님이 많지 않다면

- 권장 51% | 그래도 안 된다면 44% | 모르겠다 5%

1인석 등 소규모 좌석을 사용한다면

- 권장 48% | 그래도 안 된다면 47% | 모르겠다 5%

주변 손님들에게 항의를 하는 등 피해를 주지 않는다면

- 권장 45% | 그래도 안 된다면 50% | 모르겠다 5%

종간에 자리를 오래 비우지 않는다면

- 권장 38% | 그래도 안 된다면 55% | 모르겠다 7%

커피는 싫지만

무언가는
마셔야돼!



헤비해

달달구리 OK
칼로리 NO!



Non-Alcoholic Beer

Consumer in Cafe

톡-쓰는

탄산이
먹고 싶어!



점심시간

잠깐의
기분전환!

나에게 점심시간은 다.

안정이
필요한 시간
33.1%

휴식시간
78.3%

노동을
피하고있는 시간
34.5%

술집 NO

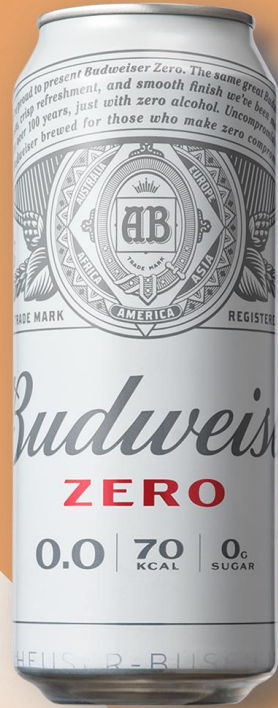
가볍게
즐기고싶어!





호가든의 고유의 맛을
오롯이 담은 프리미엄 논 알코올

매혹적인 시트러스 향과
구름거품은 그대로



논알콜로 즐기는
버드와이저 고유의 맛

버드와이저의 풍미를
그대로 재연한 진정한 프리미엄 논알콜



호가든 고유의 맛과 향에
라즈베리를 넣어 더욱 풍부하게

부드럽고 풍성한 맛의 호가든과 라즈베리의
상콤달콤함을 함께 즐기는 프리미엄 논알콜 음료



호가든 고유의 맛과 향에
서양배를 넣어 더욱 풍부하게

부드럽고 풍성한 맛의 호가든과 서양배의 싱그러움을
함께 즐기는 프리미엄 논알콜 음료

버드와이저의 풍미를 그대로

진정한 프리미엄 **논알콜**



STEP



버드와이저와
동일한
재료 사용

STEP



100년을 이어온
버드와이저의
프리미엄 7단계 양조

STEP



알코올 분리 공법을
통한 프리미엄
논알코올 제조

Budweiser
ZERO

버드와이저와 동일한 원료, 동일한 발효과정으로 맛과 풍미를 그대로

너도밤나무 조각을 활용한 비치우드 공법을 동일하게 적용하여
버드와이저의 부드러운 맛을 그대로!

호가든 고유의 맛을 오롯이 담은 프리미엄 논알코올

호가든 만의 원료와 제조과정을 동일하게
유지한 채로 알코올 만을 제거해
본연의 깊고 은은한 맛을 그대로 담았습니다.

“일상 속으로 스며든
호가든 0.0의
휴식 이야기를 소개합니다.”



오비맥주

Fruit Brew

달콤쌉쌀한 감각을 깨우다
NEW 호가든 프룻브루

호가든 고유의 부드럽고 풍성한 맛에
알코올은 빼고 라즈베리의 상콤달콤함을
더한 **프리미엄** **논알콜** 음료입니다.



“색다른 풍미로 짙은 휴식을 특별하게”
호가든 프룻브루



달콤쌉쌀한 감각을 깨우다
NEW 호가든 프룻브루

Fruit Brew



호가든 고유의 부드럽고 풍성한 맛에
알코올은 빼고 서양배의 싱그러움을 더한
프리미엄 **논알콜 음료**입니다.

“새로운 풍미로 짙은 휴식을 특별하게”
호가든 프룻브루



Non Alcoholic Beer

Benefits

E-commerce와 비교했을 때, 동일한 가격적 매력 외에 호가든 프룻브루를 카페에서 selling 할 수 있는 tool kit 제공

- ① 가격 경쟁력 + Ritual package ② Glass 지원 ③ 주문 및 배송 편의성



고객의 니즈는 트렌드에 반영되고
트렌드는 매출로 나타납니다.



OB 오비맥주 | A proud part of the
ABInBev family