



한미 콜라보 브루잉 프로젝트 II

Proudly brewed with U.S. ingredients



02 인사말

04 미국 크래프트 맥주 트렌드 2021

08 홉의 일생: 농장에서 펍까지

16 한미 콜라보 브루잉 프로젝트:
미국 홉의 다채로움을 경험하다

22 프로젝트 맥주

44 비어 캠페인

45 부록
- 주관기관
- 프로젝트 협력 업체

안녕하십니까? 작년 주한미국대사관 농업무역관에서는 한국의 여섯 개 양조장과 협력하여 블루베리, 홉, 밀 등의 다양한 고품질 미국산 원료를 사용한 수제맥주를 개발하는 프로젝트를 진행했습니다. 협업을 통해 여섯 가지 환상적인 맥주를 양조하며 골라보 브루잉 프로젝트를 성공적으로 마무리하였습니다.

올해에는 작년보다 더 많은 11개의 양조장들과 19가지 고품질 미국산 홉을 사용하여 협업을 진행해 양조한 맥주들을 선보이게 되었습니다.

홉은 미국의 수제맥주 업계의 발전에 있어 중심적인 역할을 해왔습니다. 홉은 쓴맛(bitterness), 풍미, 아로마를 더해 맥주를 흥미롭게 만드는 역할을 합니다. 브루마스터들은 홉을 사용하여 맥주에 리프레싱한 쓴맛을 첨가하거나, 드라이 호핑을 통해 깊은 풍미를 강조할 수도 있습니다. IPA에서 홉의 특징이 가장 두드러지게 나타나지만, 에일, 포터, 필스너 등 IPA 외의 맥주에서도 중요한 역할을 합니다.

미국과 한국의 맥주 산업은 자연스러운 협력관계를 유지하고 있습니다. 미국은 전 세계 최대의 수제맥주 시장을 주도하고 있으며, 세계 최대의 홉 생산국입니다. 한국은 수제맥주 시장이 지속적으로 성장하고 있고 혁신적이며, 뛰어난 양조사들이 훌륭한 맥주를 양조하기 위해 항상 노력하고 있습니다. 한국 시장은 2020년 기준 1,096억 원의 규모로 전년 대비 37% 성장했습니다. 고품질의 수제맥주를 즐기는 한국 소비자들이 증가하면서 이러한 성장이 계속될 것으로 예상됩니다.

또한 농업무역관에서는 올해 프로젝트에 한국수제맥주협회와 협력하게 되어 매우 기쁘게 생각합니다. 참여와 후원에 감사드리며 앞으로도 좋은 협력 관계를 지속하였으면 하는 바램입니다.

이번 프로젝트를 통해 도출될 결과가 매우 기대됩니다. 저 또한 빠른 시일 내에 맥주를 시음해보고 싶습니다. 가까운 곳에 있는 참가 양조장에 방문하여 고품질의 미국산 홉을 사용한 맥주의 맛을 느껴 보시기 바랍니다.



Last year the Agricultural Trade Office (ATO) at the U.S. Embassy in Seoul partnered with six great local breweries to develop delicious new craft beers featuring a wide range of U.S. ingredients. The beers were made using tasty U.S. blueberries, hops, wheat, and other high quality U.S. ingredients. This partnership was a great success and resulted in some fantastic beers.

This year ATO Seoul is excited to expand this partnership to 11 local Korean craft breweries. The new beers this year will feature 19 different types of high-quality U.S. hops. Hops have played a central role in the craft beer revolution in the United States. Hops add bitterness, flavors, and aromas, making beers more exciting. Hops can a wide range of flavors: fruity, floral, and herbal, and many more. Brew masters can use hops to add a refreshing bitterness to a beer or focus on the rich flavors through dry hopping. While hops are most notably showcased in IPAs, they play an important role in most beers, include ales, porters, and pilsners.

The U.S. and Korean beer industries are natural partners. The United States is a leader in craft beer and is the top producers of hops in the world. Korea has a growing and innovative craft beer market of its own, with talented brew masters looking to create great new beers. The craft beer market in Korea grew an impressive 37 percent

in 2020 to 109.6 billion won. We expect this impressive growth to continue as more Korean consumers try high quality craft beers.

ATO Seoul is happy to partner with the Korea Craft Brewers Association on the project this year. We thank them for their participation and support and look forward to a great event.

We expect some truly outstanding results from the collaboration this year and can't wait to try the beers. Please seek out a participating brewery near you to try some great beers featuring high-quality and flavorful U.S. hops.



주한미국농업무역관장 앤드류 앤더슨-스프레처
Andrew Anderson-Sprecher,
Director, U.S. Agricultural Trade Office

미국 크래프트 맥주 트렌드 2021



2020년 미국의 맥주 판매량은 186,058,000BBLs로 2019년 대비 2.9 % 감소했다. 그 중 크래프트 맥주의 판매량은 22,815,258BBLs로 전년대비 9.3% 감소해 전체 판매량 대비 크래프트 맥주의 생산 위축이 더 크게 나타났다. 금액 기준으로 미국 전체 맥주 시장은 941억 달러 규모이며, 그 중 크래프트 맥주는 222억 달러의 규모를 나타내고 있다. 전체 시장에서 크래프트 맥주가 차지하고 있는 시장 점유율은 생산량 기준 12.3%, 금액 기준 23.6%다. 미국 전체의 크래프트 브루어리의 수는 2020년말 기준 8,764개로, 2019년 8,391개 대비 4.4%가 증가했다.

2020년 미국 크래프트 맥주 시장 점유율(전체 맥주 시장 대비, 생산량 기준)



2020년 미국 크래프트 맥주 시장 규모(금액기준)

\$22.2 BILLION

Craft dollar share = 23.6%

코로나 바이러스로 인해 미국의 맥주 산업은 2020년 2분기부터 큰 타격을 입었다. 소형 규모의 브루어리의 경우 생맥주 판매 또는 양조장 방문객에 대한 매출 의존도가 높아 더 큰 타격을 받게 됐다. 2021년의 경우 2020년 대비 6~7% 이상의 성장이 예상된다. 그러나 생산량은 2019년 수준 또는 이를 하회할 가능성이 있으며, 완전한 회복을 위해서는 2022년까지 내다 봐야 할 것으로 보인다.

매출 패턴의 변화

미국 크래프트 브루어리들은 코로나 바이러스로 인해 직격탄을 맞았다. 2020년 2분기에서 3분기로 시간이 흐르며 매장 매출이 호전된 것으로 보였으나, 2019년 동기대비 감소한 것으로 나타났다. 게다가 4분기에 들어서며 시장이 회복되기보다는 2분기 수준으로 유지되는 경향을 보였다. 백신 보급률이 높아지면서 2021년의 매장 매출이 회복될 것으로 보이지만, 고객의 소비 패턴 변화와 함께 맥주의 대체재 등장 등의 다양한 요인이 복합적으로 작용하여 빠른 회복을 제한할 것으로 보인다. 도시지역의 경우, 재택근무가 지속되면서 매출의 회복이 더디게 진행되는 반면 교외지역은 매출이 증가할 것으로 보여 향후 1-2년간은 승자와 패자가 달라질 수 있음을 의미한다.

브루어리의 증감

2020년 미국 크래프트 브루어리 수

8,764

Taproom: 3,471

Brewpub: 3,219

Micro: 1,854

Regional: 220

2016: 5,622

2017: 6,661

2018: 7,618

2019: 8,391

미국 양조자 협회(BA)가 진행중인 양조장 분석에 따르면, 2020년 미국에서 716개의 브루펍, 소규모 양조장, 탕룸이 개점하고, 340개가 문을 닫았다. 700여 개의 신규 건수는 전년대비 약 30% 낮은 수준이다. 폐점의 경우 브루펍, 탕룸 등 매장 직접 판매가 동반되지 않을 경우 매출 감소폭이 더 크게 나타났다. 2021년의 경우 코로나 바이러스의 영향이 지속되며 신규 오픈 건수는 감소할 것으로 보이며, 폐점 역시 코로나 바이러스로 인한 상황에 따라 큰 영향을 받게 될 것으로 예상된다.



고급화

팬데믹 초기, 많은 사람들은 코로나 바이러스로 인한 경제적 피해로 인해 맥주 소비자들이 소비를 줄이면서 더 저렴한 맥주를 선택할 것이라고 추측했다. 그러나 실제로는 정반대의 결과를 볼 수 있었다. 오히려 팬데믹은 맥주의 고급화를 가속화하였으며, 실제로 지난 6개월간 가장 가격대가 높은 제품군이 빠르게 성장하였다. 프리미엄 맥주보다 더 가격대가 높은 맥주(크래프트 맥주, 수입 맥주, 최고급 맥주)가 고급 맥주보다 빠른 성장률을 보이고 있으며, Off Premise 시장(보틀샵, 슈퍼마켓 등 소매시장)에서도 큰 변화가 발견됐다. 프리미엄 맥주 매출은 소폭 상승했고, 서브 프리미엄 맥주는 1년 전보다 매출 증가가 둔화된 것으로 나타났다.

고급 맥주의 가격은 장기적이고 안정적인 추세로 상승하고 있으며, 거의 30년간 꾸준히 시장 점유율을 높여가고 있다. 이는 브랜드, 소비자층, 소비자의 선호도 등이 복합적으로 작용하여 나타난 결과이다. 또한 프리미엄 맥주의 소비층은 저임금 노동자들과는 달리 경기 침체에 영향을 덜 받는다. 이러한 점을 볼 때 의 가격 상승과 시장 점유율이 상승하는 경향은 지속될 것으로 보인다.



크래프트 맥주 소비층의 증가

크래프트 맥주 소비층은 지난 10년간 꾸준히 증가해 왔다. Nielsen Harris 자료에 따르면 2020년에 크래프트 맥주를 마시는 소비층(21세 이상) 비율이 35%에서 44%로 증가했다. 2021년 및 향후 몇 년간 밀레니얼 세대(1980년대 초~2000년대 초 출생)가 크래프트 맥주를 마시는 핵심 연령대로 자리잡거나 크래프트 맥주의 핵심 소비층으로 자리잡으며 이러한 트렌드는 지속될 것으로 예상된다. 그러나 이러한 인구통계학적 결과가 모든 주나 지역에서 비슷하게 나타나는 것은 아니며, 다음 세대인 Z세대(1990년대 중반~2000년대 초 출생)의 선호도나 구매 패턴과는 다른 양상으로 나타나고 있다. 결과적으로 크래프트 맥주의 미래는 인구통계학적인 관점에서 여전히 성장 가능성이 열려 있지만, 장기적으로는 핵심 소비 인구를 넓혀 소비자층을 확장해야 할 것이다.

맥주의 스타일

BA의 연례 소비자 설문조사가 결과에 따르면 '높은 알코올 함유량'과 '낮은 알코올 함유량'이 모두 구매 결정에 중요하다고 말하는 크래프트 맥주 소비자의 비율이 증가하고 있다. 표면적으로는 역설적인 결과로 응답한 소비자의 환경이 다르다는 점에서 결과를 받아들일 수 있으나, 알코올 도수가 낮은 맥주 시장과 높은 맥주 시장의 이중 성장은 지난 몇 년간 맥주 스타일에 많은 변화를 가져왔다. 차세대 맥주 시장을 주도할 것은 무엇인가라는 측면에서 전 연령대의 여성 소비자들이 관심을 보인 Juicy/Hazy 스타일과 크리스피한 맥주, 21~24세의 연령대에서 가장 관심을 보인 사워 맥주에 주목할 필요가 있다.

E-Commerce

2020년 펍, 양조장 등의 직접 판매 시장이 패배자였다면, 온라인 시장은 승자였다고 할 수 있다. Rabobank의 분석에 따르면 팬데믹 이전 온라인 맥주 판매 규모는 전체 소매 판매의 0.1%의 해당하는 1억 1,500만 달러 규모였다. 전체 알코올 음료로 봐도 전자상거래 매출의 2% 이하에 그쳤으나, 팬데믹 이후 최고 8%에 이르기도 했다. 맥주 소비자들이 모바일 기반 플랫폼을 통해 구입하는 것을 선호하는데다, 팬데믹 기간 동안 투자된 금액이 역량을 늘리면서 2021년에도 맥주의 온라인 판매량이 꾸준히 증가할 것으로 예상된다.



홉의 인생: 농장에서 펍까지

기사 출처 The Beerpost





맥주가 어떻게 만들어지는지 이야기할 때, 보통은 원재료를 사용해 양조하는 과정을 언급한다. 맥아를 파쇄해서 따뜻한 물에 담가 맥즙을 만들고, 이 맥즙을 끓이는 과정에서 홉을 넣고, 끓임 과정이 끝난 맥즙을 식힌 뒤 효모를 투여해 발효한다는 과정이 이야기의 핵심이다. 그러나 맥주의 재료가 어떻게 만들어지는가에 대해서는 대부분 모르는 것 투성이다. 맥아와 홉이 어떻게 재배되는지, 이후 어떤 가공을 거쳐 제품으로 탄생하는지에 대해서는 큰 관심이 쏠리지 않는다. 게다가 맥아의 경우 곡물 그대로의 형태를 유지하고 있지만, 홉의 경우 우리가 알고 있는 홉과 제품으로서의 홉은 상당히 다르다. 국내에서 홉은 대부분 펠릿(Pellets)이라고 불리는 형태로 판매되며, 오일 형태의 액체나 분말 형태로 판매되기도 한다. 그렇다면 홉은 어떻게 재배되고 제품화될까? 홉의 품종개량에서부터 재배, 제품화부터 시작해 농장에서 양조장을 거쳐 한 잔의 맥주에 홉이 담기기까지의 과정을 추적해보자.



맥주의 기본 재료인 맥아, 홉, 효모, 물 중에서 홉은 맥주의 개성을 표현하는데 가장 핵심이 되는 재료로도 볼 수 있다. 1970년대 후반 태동한 크래프트 맥주 시장의 성장동력 이 바로 홉이라고 말해도 과언이 아닐 정도로, 홉은 크래프트 맥주 시장의 성장과 맞닿아 있다. 예를 들어 크래프트 맥주를 대표하는 IPA를 살펴보면, 같은 스타일 안에서도 어떤 홉 품종을 사용하느냐, 맥주 양조 과정 중 어느 시점에 사용하느냐에 따라 홉의 향기도, 쓴맛도 크게 달라진다. 이러한 면에서 홉은 크래프트 맥주만의 정체성과 특징을 표현하는데 핵심적인 역할을 한다. 맥주를 좋아하는 많은 사람이 홉에 주목하는 것은 홉이 다양할 뿐만 아니라 홉을 이용해서 맥주와 해당 양조장의 개성을 드러낼 수 있기 때문이다. 홉 생산자의 입장에서는 다양한 소비자(맥주를 만드는 사람과 맥주를 소비하는 사람들)의 개성과 기호를 만족시킬 수 있는 홉 품종을 개발할 필요가 있다. 홉의 품종개량은 최

초에 병충해에 강하고 수확량이 많은 쪽으로 진행되었으나, 맥주 시장에서 다양성에 대한 요구가 증가함에 따라 독특한 향기와 특성이 있는 품종을 개발하는 쪽으로 나아가고 있다.

맥주의 재료인 홉은 삼나무과 덩굴식물의 암꽃으로, 현재 세계적으로는 300~400여 종의 홉이 있는 것으로 알려져 있으며, 품종마다 특유의 향기가 있다. 홉이 이렇듯 다양해지게 된 것은 그리 오래전은 아니다. 맥주에 사용되는 전통적인 홉 품종은 주로 유럽 지역에서 기원한다. 전통적인 홉 품종으로는 ‘노블 홉’으로 불리는 독일과 체코의 홉 품종을 비롯해 영국산 홉이 대표적이다. 그러나 오늘날 크래프트 맥주 시장에서 가장 많은 관심을 받는 것은 미국 홉이다. 미국 홉은 크래프트 맥주와 함께 발전해 왔다. 더 정확히 이야기하면, 홉 품종개량 기술의 발전이다.





11년, 500만분의 1

같은 품종의 홉이라 할지라도, 토질이 다른 곳에 옮겨 심으면 맛에 영향을 주는 각종 물질의 수치가 달라진다. 동일한 품종에는 동일한 특성이 있지만, 사용량과 방법적인 면에서 달라질 수 있는 것이다. 그러나 같은 품종에 환경적 변화를 주는 걸 두고 품종개량이라고 하지는 않는다. 품종개량이란 원하는 형질을 지닌 생물로부터 선별적으로 자손을 얻는 것을 말하며, 이 중 농작물의 수확량과 품질을 향상시키려고 하는 품종개량을 ‘육종’이라고 한다.

육종의 목적은 원하는 특성과 품질을 지닌 작물의 수확량을 극대화하는 것이다. 유전자조작 역시 품종개발의 일환으로 사용되고 있으나, 홉의 경우 교잡 등 자연적인 방법을 통해 새로운 품종을 개발한다. 일반적인 작물의 경작에서 수확량에 가장 결정적인 영향을 미치는 요소로 병충해를 들 수 있는데, 이에 대한 내성이 강한 품종을 개발하는 것이다. 또한 홉의 경우 병충해 외에도 향기와 맛 등 맥주의 맛을 좌우하는 요인을 충족시킬 품종을 개발하는 데 목적을 둔다. 이와 같은 품종개량은 결과적으로 맥주 양조사들의 창의성을 자극하고 맥주 맛에 다양성을 부여하는 역할을 한다.

일반적으로 새로운 홉 품종이 개발되어 상업 생산에 이르기까지 최소 11년 정도의 시간이 필요하다. 육종 프로그램의 첫 단계는 육종 계획에 따른 홉 품종 간 교잡을 통해 새로운 홉을 기르는 것이다. 2년 차가 되면, 첫 번째 선별작업을 통해 전체의 약 10%가 선택된다. 이후 3~5년 차에서는 선택된 홉을 옮겨 심고 2차 선별작업을 진행한다. 이때 1차 선별분 중에서 약 1% 정도만 살아남는다. 6~8년 차에 접어들면 선택된 홉 품종을 조금 더 큰 규모로 재배하면서 3차 선별작업을 진행한다. 이때 2차에서 선별된 것 중 약 2% 정도가 살아남는다. 9년 차로 접어들면 3차 선별작업에서 선택된 홉은 상업화 가능 여부를 평가받는다. 그리고 이 중 1% 이하의 홉이 최종적으로 상업화된다.

이렇게 상업 생산에 들어가 제품번호와 정식 이름을 얻는 홉종을 얻기까지 대개 10년에서 11년 정도의 시간이 걸린다. 홉은 다년생 덩굴 식물이지만, 1년에 한 번 꽃을 맺는다. 품종개발에서 제품화까지 시간이 오래 걸리는 이유이기도 하다. 최초의 육종 계획에서부터 여러 단계의 선별작업을 거쳐 최종적으로 상업화될 확률은 약 500만분의 1이다. 산술적으로 500만 개의 교잡종 중 하나가 살아남아 이름을 얻고 상업 맥주에 사용되는 것이다. 길고 긴 시간과 수많은 실패 속에서 하나의 향기롭고 빛나는 홉을 찾아가는 과정이다.



홉 재배지의 입지조건

겨울의 추위 정도

홉은 다년생 덩굴식물로, 겨울에 접어들면 줄기가 생장하는 대신 뿌리를 발달시키는 휴면기로 접어든다. 그 기간 뿌리에 영양분을 저장하기에 뿌리의 발달은 다음 해에 더 많은 수확량으로 이어지는데, 겨울에 온도가 높을 경우 휴면으로 인한 뿌리의 발달이 불충분하거나 불규칙해질 수 있다.

지형

현재 대규모 상업 재배가 이루어지고 있는 홉 재배지의 지형은 대체로 완만한 기복이 있는 곳이거나 평지다. 이러한 지역에서 재배가 이루어지는 것은 인력이 많고 굴곡이 심한 지형에 비해 토양과 배수의 균일성이 높아 작물 재배 비용의 효율을 높일 수 있기 때문이다.

토양

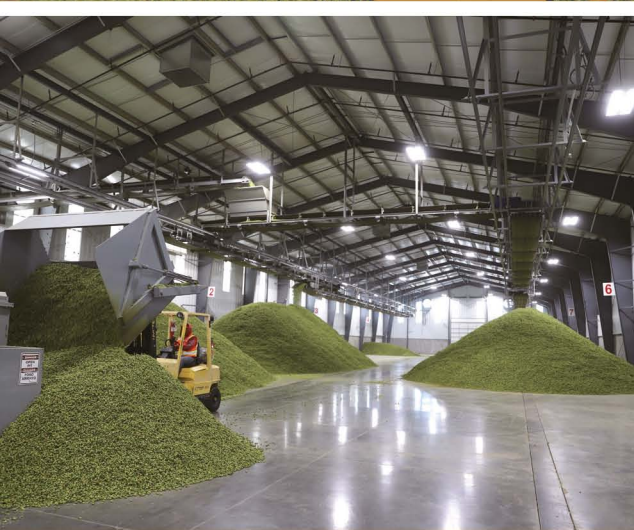
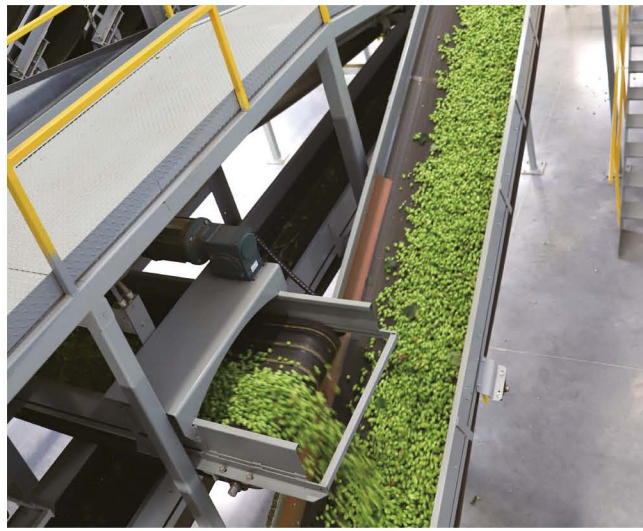
홉은 생장에 있어 토양 입자의 점도나 굵기 등 토질의 영향을 적게 받는 편이다. 그러나 여러 토질 중에서도 가벼운 질감의 수분이 없으며 깊은 토양이 수분 공급에 이점이 있어, 이를 홉 재배에 최적의 토양으로 간주한다.

바람

홉은 덩굴식물의 꽃으로, 바람 때문에 피해를 받을 수 있다. 강한 바람이 부는 지역에서는 홉 잎이나 홉 콘이 손상되는 등 수확량에 손실이 발생할 수 있으며, 개화기에서 성숙기에 이르는 기간에 고온의 바람이 분다면 홉 품질에 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

물

홉의 생장에는 많은 일조량이 필요함과 동시에 다량의 물 또한 필요하다. 홉의 뿌리는 수분의 흡수를 위해 토양 깊숙하게 뿌리를 내리는 작물이기도 하다. 과거 유럽의 전통적인 홉 재배지들이 강과 인접해 있는 것도 이런 이유에서다. 따라서 좋은 품질의 홉 수확량을 극대화하려면 원활한 수분 공급을 위한 관개 시스템의 구축이 필요하다.





높은 품질과 효율성을 위한 홉의 재배와 가공

홉은 많은 일조량이 필요한 덩굴식물이다. 홉을 심을 때는 적당한 거리를 두고 뿌리를 일렬로 심는다. 절대적인 일조량뿐만 아니라 햇빛을 잘 쬌 수 있도록 적당한 거리를 두고 심는 것이 중요하다. 그리고 홉 덩굴이 타고 올라가 충분한 햇빛을 쬌 수 있도록 로프나 와이어를 설치해주면, 덩굴이 이를 타고 올라가 약 5m까지 자라게 된다. 여기에 열을 따라 관개시설을 두어 원활한 수분 공급이 이루어지도록 한다.

홉은 대체로 봄에 심고, 뜨거운 여름을 지나 8월 중순에서 10월 초 사이에 수확한다. 맥주에 사용되는 홉은 홉 덩굴의 암꽃으로 홉 콘(Hop Cone)이라고 부른다. 재배되는 연도의 기후조건과 품종에 따라 수확 시기에 편차가 있지만, 대개 이로마 홉 품종이 알파산(쓴 맛을 내는 성분)이 많은 홉보다 수확 시기가 이른 편이다.

수확할 때는 홉이 달린 덩굴 전체를 자른다. 이후 수확된 홉 덩굴에서 홉 콘을 분리하는 것으로 본격적인 제품 가공이 시작된다. 이때부터는 시간과의 싸움이다. 자동화 기계를 이용해 홉 콘이 덩굴에서 분리되고 나면, 한낮의 열기 속에 품질이 빠르게 저하되므로 이를 막기 위해 빠른 속도로 가공해야 한다. 따로 출하되는 물량을 제외하고, 홉 콘은 가공되지 않은 생 홉일 때 바로 건조장으로 옮겨진다. 건조장에서는 신선한 홉의 품질 저하를 최대한 막기 위해 분쇄 등을 거치지 않고 8.5-10.5%의 수분만 남도록 열풍으로 홉을

건조한 뒤 압착하여 포대에 담는다. 그리고 모든 포대는 샘플링을 통해 품질 검사를 받는다. 이렇게 만들어진 건조 홉(Whole Leaf Hops)을 그대로 맥주 양조에 사용하는 경우도 있지만, 대개는 홉을 분쇄 압착한 펠릿(Pellets), 분말, 액상 추출물 등 여러 형태의 제품으로 재가공된다.

이렇게 생산된 홉과 홉 제품은 양조장과 브루어의 손에 전달된다. 양조장과 브루어들은 자신들이 만드는 맥주의 스타일과 의도에 따라 적합한 홉 제품을 구매하고, 이를 사용해 맥주를 양조한다. 홉 수확이 한창인 시기에는 가공되지 않은 생 홉(Fresh Hops)으로 맥주를 양조하기도 하며, 특정 목적을 위해 고도화되고 정제된 제품을 구입하기도 한다. 과거 홉 제품 생산자들이 제품의 개발과 생산에 치중했다면, 지금은 그 양상이 조금 다르다. 자체 블렌드 제품을 출시해 목적에 맞는 제품을 선택할 수 있도록 하거나, 양조장의 비용 절감과 생산 효율을 높이는 데 도움이 될 수 있는 제품들을 선보인다. 이러한 능동적인 변화는 홉을 경작하고 제품화하는 데 그치지 않고 맥주 시장과 맥주 양조를 이해하기에 가능하다. 단순히 생산과 판매를 담당하는 것이 아니라, 양조장 운영에 도움을 줄 수 있는 제품을 생산하기 위해 함께 노력하는 것이다. 양조장과 양조사의 개성, 홉 농장과 회사의 고민. 그리고 이들 모두의 노력으로 맥주 한 잔이 우리 앞에 놓인다.





한미 콜라보 브루잉 프로젝트:

미국 홉의 다채로움을 경험하다

기사 출처 The Beerpost

맥주 산업에 있어 농업은 맥주를 양조하는 데 있어 그 시작이라고 할 수 있다. 맥아를 만드는 곡물, 맥주의 향과 풍미, 쓴 맛을 주는 홉을 재배하는 농업이 없다면, 맥주라는 술은 존재할 수 없기 때문이다. 맥주를 양조하는 사람들의 입장에서는 품질이 좋은 원재료를 원할 수밖에 없다. 좋은 재료를 사용하는 것이 맛있는 맥주를 양조하는 첫걸음이기 때문이다.

크래프트 맥주 시장이 성장하면서 맥주의 재료 중에서도 홉의 중요성이 매우 커졌다. 홉의 풍미를 강조하는 IPA는 크래프트 맥주 시장의 성장과 함께 끊임없이 진화하면서 홉의 다채로운 향과 풍미를 뽐내게 됐다. 이제는 IPA 뿐만 아니라 다양한 장르에서 홉의 중요성이 강조되고 있으며, 우수한 품질의 홉 제품의 중요성은 더욱 커지고 있다.

한국의 양조장과 미국의 홉이 만났다

1980년 설립된 주한미국대사관 농업무역관(U.S. Agricultural Trade Office: ATO)은 미국의 우수한 농산물과 가공식품의 한국시장 진출을 돕기 위해 각종 정보와 서비스를 미국의 공급업체와 한국의 수입업체에 제공하고 있다.



2010년대 들어 국내 크래프트 맥주 시장이 비약적인 발전을 이어가면서 홉 수요가 끊임없이 증가하고 있다. 단순히 브루어리의 수가 증가하는 것이 아니라 소비자 층이 넓고 두터워지면서 크래프트 맥주의 수요가 증가하기 때문이다. ATO에서는 2019년 말부터 진행한 크래프트 맥주 원재료 마케팅의 일환으로 2020년 한국의 크래프트 맥주 양조장과 협력하여 '한미 콜라보 브루잉 프로젝트(Proudly brewed with 100% U.S. Ingredients)'를 진행했다. 양조에 사용되는 맥아, 홉, 효모 등 미국산 맥주 원재료를

ATO에서 제공하고, 이를 국내 크래프트 맥주 양조장 6개 사가 참여하여 각자의 개성이 묻어나는 맥주를 양조해 소비자들로부터 좋은 반응을 이끌어냈다.

올해는 맥주의 원재료 중 크래프트 맥주 시장에서 가장 주목받는 홉, 그중에서도 우수한 품질을 가지고 있는 미국산 홉의 특징을 더 많은 양조장과 소비자들에게 알리기 위해 미국산 홉을 이용한 한미 콜라보 브루잉 프로젝트를 진행했다. 올해 한미 콜라보 브루잉 프로젝트는 지난해 참가했던 양조장 등 국내 11개의 크래프트 브루어리가 참여해 저마다 개성 있는 맥주를 선보인다.





브루어리명	맥주명	맥주 스타일
갈매기 브루잉	아이피에이 연구실 시리즈	American IPA
고릴라 브루잉 컴퍼니	딸기 크림슬라이드	Milkshake IPA
노매딕 브루잉 컴퍼니	블랙 합스	Cascadian Dark Ale
대도양조장	피치스 앤 크림	Milkshake IPA
맥파이 브루잉 컴퍼니	백일몽	Oat IPA
비어바나	홉플렉스 더블 IPA	New England Double IPA
아트몬스터	넘사벽 헤이지 IPA	Hazy IPA
에일크루 브루잉	에일크루 가디언	American IPA
카브루	밀키웨이 스릴러	New England IPA
화수 브루어리	아메리칸 라거	American Lager
화이트크로우 브루잉	베리 호피	Fruited Sour IPA

원재료 산업의 성장이 크래프트 맥주 산업의 발전으로 이어진다

‘홉’을 중심으로 이처럼 다양한 맥주가 선보일 수 있는 것은 미국산 홉의 품질이 높기 때문이다. 미국 최대의 홉 재배지역인 야키마 밸리와 미시간에서는 양질의 홉을 대규모로 경작하고 있다. 야키마 밸리와 미시간 지역은 하절기 일조시간이 길고 일조량이 많아 홉을 재배하기에 최적인 지역이다. 여기에 일관되고 높은 품질을 유지하기 위해 육종 단계에서부터 재배, 수확, 제품화에 이르기까지의 모든 과정이 철저히 관리되고 있다. 한 품종을 상업 재배하기까지 10년이 넘는 시간을 투자하기도 하며, 수확에서부터 제품화에 이르는 시간 동안의 품질 저하를 막기 위한 효율성을 확보한다. 또한 제품에 있어서는 상품의 다양화와 함께 양조 효율을 높일 수 있는 제품을 개발해 고객의 수요에 대응하고 있다. 다양한 향과 풍미를 가지고 있으면서 높은 품질을 유지하고 있어 크래프트 맥주에 사용되는 세계적인 홉 트렌드를 선도해 나가고 있다.

역동적으로 성장하는 한국 크래프트 맥주

한국의 크래프트 맥주 시장은 매우 역동적이며, 트렌디하다. 크래프트 맥주 시장이 성장하며, 크래프트 맥주 시장의 주류 트렌드로 자리 잡은 맥주 스타일을 쉽게 받아들이고 제품화한다. 그 덕에 한국의 맥주 소비자들은 더 새롭고, 다양한 맥주를 경험할 수 있게 됐다.

2010년대 들어 미국의 크래프트 맥주가 국내 수입맥주 시장에 본격적으로 소개되며 한국의 크래프트 맥주 시장은 성장하기 시작했다. 초기에는 수입 맥주를 중심으로 한 시장이었으나 2014-2015년을 기점으로 국내 소규모 양조장 맥주의 외부 유통이 가능하도록 주세법이 개정되면서 국내 크래프트 맥주 양조장이 빠르게 늘어났다. 매니아 중심의 시장에서 시간이 지나며 점차 일반 맥주 소비자들에게까지 시장이 넓어지고 있으며, 어느덧 양조장의 수는 150개를 넘어섰다.





한국의 크래프트 맥주가 태동하던 시기만 하더라도 ‘맥주=라거’라는 인식이 대다수였다. 하지만 크래프트 맥주 시장이 빠르게 성장하면서 맥주의 다양성을 많은 사람들이 인식하게 되었다. 크래프트 맥주 양조장의 수는 빠르게 증가하고 있으며, 그에 따라 시장 규모 또한 빠르게 커지고 있다. 이와 함께 맥주 양조 수준이 높아지며 시장의 니즈와 트렌드를 충족시키기 위한 노력을 끊임없이 하기 때문이다.

이번 한미 콜라보 브루잉 프로젝트는 미국산 재료의 품질이 우수함을 알리는 것 외에도 크래프트 맥주 특유의 다양성과 창의성을 이끌어내 소비자들에게 맥주의 다양성을 소개한다는 데에도 의미가 있다. 주한미국대사관 농업무역관은 “이 한미 콜라보 브루잉 프로젝트를 지속하며 일반 소비자들에게 훌륭한 품질의 맥주를 알리고 싶다.”며, “올해의 프로젝트는 홉을 테마로 진행하는 만큼 참여 양조장들이 홉을 아낌없이 사용하여 다양한 종류의 맥주를 선보일 예정이다. IPA라고 해서 다 같은 IPA가 아니고, 홉에 따라 다양한 맥주가 만들어질 수 있다는 것을 보여주고 싶다.”고 밝혔다.

한편, 주한미국대사관 농업무역관은 10월 11일부터 13일까지 서울 카브루 브루펍, 10월 22일 부산 고릴라 브루잉에서 한미 콜라보레이션 프로젝트의 맥주를 한 자리에서 맛볼 수 있는 이벤트를 계획하고 있다고 전했다.



갈매기 브루잉

Galmegi Brewing Co.



@galmegibrewing

www.facebook.com/galmegi.brewery

www.galmegibrewing.com



2014년 1월에 설립된 갈매기 브루잉은 부산 최초의 크래프트 맥주 양조장이다. 갈매기브루잉은 제2의 고향인 부산에서 세계 수준의 맥주를 만들겠다는 사명감을 가진 열정적인 홈 브루어들과 브루펍으로 처음 시작했다.

세월이 흐르며 생산 능력을 확장해가고 있으며, 지금은 한국 전역에 갈매기 브루잉의 맥주를 공급하고 있다. 2021년 10월 캔맥주를 출시할 예정이며, 한국을 포함해 전 세계에 갈매기 브루잉의 맥주를 더 쉽게 소비할 수 있도록 할 계획이다.

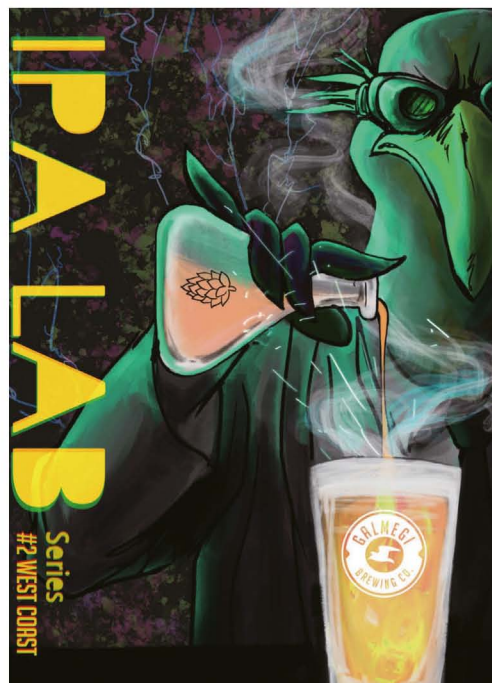
아이피에이 연구실 시리즈 IPA Lab Series

Style	American IPA
ABV	6.5%
IBUs	40
SRM	4.8

Details

가장 현대적인 홉 몇 가지를 오늘날 간과하고 있는 웨스트코스트 IPA라는 스타일로 선보이고자 했습니다. 뉴잉글랜드 스타일이 지난 몇 년간 유행을 지배해 온 것처럼 보였지만, 우리는 사람들이 수제맥주에 관심을 갖게 된 계기가 된 맥주를 잊지 않았으면 했습니다.

과도한 단 맛을 주지 않으면서 드라이한 피니시가 돋보이며, 대부분의 고객들에게 어필할 수 있는 쓴 맛의 정도, 드라이 호핑을 통해 시트러스와 복잡한 열대 과일의 풍미를 제공합니다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
YCH	Talus	U.S.	Whirlpool / Dry Hopping
YCH	Cryo Trial Blend	U.S.	Whirlpool / Dry Hopping

고릴라 브루잉 컴퍼니

Gorilla Brewing Company

@gorilla_brewing

www.gorilla.beer



고릴라 브루잉 컴퍼니는 대한민국 수제 맥주 시장의 성장에 기여하고자 두 명의 영국인이 의기투합하여 2015년에 설립한 회사다. 설립자들은 그들이 알고 있는 영국의 수제 맥주 문화를 한국에 소개하고, 또 영국의 그것을 한국에서 동일하게 만들어내는 것에 중점을 두고 있다.

고릴라 브루잉 컴퍼니는 크래프트 맥주에 대한 열정을 공유할 수 있는 팀을 구성하였고, 부산을 비롯하여 우리나라 모든 고객에게 최고의 맛을 선사할 수 있는 크래프트 맥주를 만들기 위해 끊임없이 노력하고 있다

딸기 크림슬라이드 Ddalgi Creamslide

Style	Milkshake IPA
ABV	5.8%
IBUs	20
SRM	4.3

Details

달콤한 디저트 맥주를 실현시키는 것을 목표로 만들어진 맥주로, 딸기 밀크셰이크를 컨셉으로 딸기 퓨레, 홉, 유당의 비율을 맞췄다. 맛있는 크림 같은 디저트 음료의 느낌을 살리기 위해 모든 홉을 드라이호핑 과정에서 사용해 홉의 쓴 맛을 줄이고, 향을 극대화했으며, 홉과의 조화를 위해 유당과 딸기의 느낌을 충분히 강조했다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
John I. Haas	Incognito Citra	U.S.	Dry Hopping
John I. Haas	Strata	U.S.	Dry Hopping
John I. Haas	Centennial	U.S.	Dry Hopping

노매딕 브루잉 컴퍼니

Nomadic Brewing Company



@nomadicbrewingco

facebook.com/nomadicbrewing



노매딕 브루잉 컴퍼니는 미국 미시간 출신으로 미국 시카고와 독일 뮌헨의 월드 브루잉 아카데미에서 교육을 받은 오너 브루 마스터 “좌니”의 부부가 운영하는 소규모 브루어리다. 노매딕은 두 사람의 라이프 스타일, 삶의 철학을 반영하는 공간으로 좋은 재료와 전주를 사랑하는 마음을 가득 담아 균형 잡히고 마시기 편한 맥주를 제공하는데 초점을 맞추고 있다.

2019년 4월부터 전주 로컬 브루어리로써 지역 주민들에게 다양한 크래프트 맥주를 소개하고 있으며, 같은 해 10월에는 한옥마을에 2호점을 오픈하여 국내외 관광객들에게 전주 크래프트 맥주를 알리는데 힘쓰고 있다.

블랙 합스

Black Hops

Style	Cascadian Dark Ale
ABV	7.5%
IBUs	80
SRM	81

Details

홉이 강조된 맥주의 색상이 밝다는 편견을 깨기 위해 만들어진 어두운 색의 맥주로, 블랙 몰트와 Earthy한 풍미를 가진 홉을 사용해 홉과 맥아의 조화로운 풍미를 나타냈다. 로스팅 풍미가 없는 여러 몰트를 배합해 복잡하면서도 부드러운 다크 비어의 풍미를 끌어냄과 동시에 홉의 특성을 동시에 이끌어내기 위해 드라이 호핑을 했다.



Hops

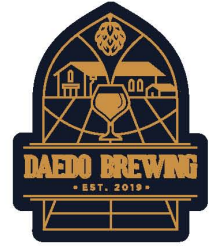
제조사명	제품명	원산지	사용시점
MI Local Hops	Cascade	U.S.	Dry Hopping
MI Local Hops	Magnum	U.S.	Dry Hopping

대도 양조장

Daedo Brewery

@daedo_brewing

www.facebook.com/daedobrewing



대도 양조장은 정만기 대표와 재야의 맥주 양조 전문가였던 제라드 해치 양조사가 합심하여 설립되었다. 대구 중구 김광석거리에 위치하여 있으며 2019년, 막걸리 공장을 인수하여 공장의 뼈대를 남긴 후 벽돌로 재건축하여 만들어진 도시 재생의 사례이기도 하다.

현재 14종의 맥주를 판매하고 있으며, 대구 시민들이 즐길 수 있는 음용성 높고 균형감을 가진 맥주에서부터 매니아 층도 만족할 수 있는 특별한 맥주를 만들어 대구에 맥주 문화를 전파하고, 즐거운 경험을 제공하는 것을 목표로 하고 있다.

피치스 앤 크림 Peaches and Cream

Style	Milkshake IPA
ABV	6.4%
IBUs	22
SRM	9

Details

피치스 앤 크림 밀크셰이크 IPA는 대도 양조장의 뉴 잉글랜드 스타일 IPA인 메가홉스의 변형 레시피로, 낮은 쓴 맛, 풀비디, 홉과 효모의 과일 풍미를 가지고 있다. 여기에 대구에서 재배한 천도 복숭아 50kg을 직접 쥘레로 만들고, 다량의 마다가스카르 바닐라 빈과 유당을 넣었다. 복숭아의 풍미는 미시간에서 재배된 홉의 풍미와 조화를 이루며 맥아와 바닐라를 통해 만들어진 달콤한 케이크 같은 느낌을 준다. 효모의 에스테르, 홉, 복숭아, 바닐라가 어우러져 우아한 부케를 만드는 아로마가 매우 복합적이다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
MI Local Hops	Centennial	U.S.	Whirlpool / 1st and 2nd Dry Hopping
MI Local Hops	Copper	U.S.	Whirlpool / 1st and 2nd Dry Hopping

맥파이 브루잉 컴퍼니

Magpie Brewing Company



@magpiebrewing

www.facebook.com/magpiebrewing

www.magpiebrewing.com



맥파이 브루잉 컴퍼니는 2011년 서울의 조용한 골목에서 네 친구에 의해 시작됐다. 맥파이(magpie)는 까치라는 뜻으로, 좋은 소식을 전하는 까치처럼 좋은 맥주와 크래프트 맥주 문화를 전국에 퍼뜨리는 것이 맥파이의 사명이다.

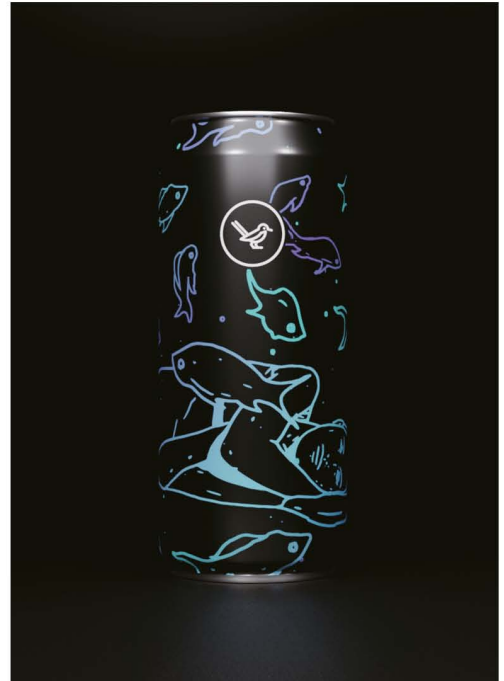
2012년 이태원의 경리단길에 맥파이의 첫번째 작은 양조장이 문을 열었으며, 2016년 제주도에 빈 감귤 창고를 개조해 양조장을 설립했다. 맥파이는 연중 판매되는 맥주와 함께 매년 봄, 여름, 가을, 겨울의 각 계절마다 최소 3개의 시즌널 맥주를 출시하고 있다.

백일몽 Daydream

Style	Oat IPA
ABV	5.8%
IBUs	30
SRM	4

Details

백일몽은 홉을 강조하면서도 귀리와 밀의 부드러운 질감, 유당으로 인한 약간의 잔당감이 조화로운 맥주다. 홉의 풍미가 손실되는 것을 막고, 홉의 특성을 강조하기 위해 월풀 과정에서 홉을 첨가하고 발효 후 드라이 호핑을 했다. 드라이 호핑에 사용된 Idaho 7, Cryo Amarillo, Cryo Simcoe 홉이 맥주에서 지배적인 특성으로 나타난다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
YCH	Columbus	U.S.	Boiling 60 minutes
YCH	Idaho 7	U.S.	Whirlpool / Dry Hopping
YCH	Cryo Amarillo	U.S.	Dry Hopping
YCH	Cryo Simcoe	U.S.	Dry Hopping

비어바나 브루잉

Beervana Brewing Co.



@beervana_brewery_seoul

www.facebook.com/beervanaseoul



비어바나는 모든 번뇌와 고뇌가 소멸한 상태를 뜻하는 열반(Nirvana)과 맥주(Beer)의 합성어로, 미국에선 포틀랜드를 두고 '맥주의 천국'이라 하여 Beervana라 부르기도 한다. 비어바나는 우리나라 최초로 맥주 공장이 세워졌던 영등포에서 크래프트 맥주로 진정한 비어바나를 이룩하기를 꿈꾸는 맥주 회사다. 문래동의 한 철공소였던 3층 건물을 입체적으로 활용해 양조장과 펍을 꾸몄다.

클래식한 맥주를 존중하면서도 맥주의 최신 트렌드를 놓치지 않으며, 항상 최상의 품질의 맥주를 만들기 위해 최대한의 노력을 기울이고 있다.

홉 플렉스 더블 IPA

Hop Flex Double IPA

Style	New England Double IPA
ABV	8.5%
IBUs	30
SRM	5.6

Details

미국 홉 특유의 캐릭터를 폭넓게 느낄 수 있도록 설계된 맥주로, 홉의 풍미를 온전히 전달할 수 있는 재료만을 사용해 양조됐다.

월폴 과정에서 많은 양의 홉을 사용해 주시함을 살렸다. 패션푸르츠, 파인애플, 구아바, 코코넛을 비롯한 열대와 일 캐릭터와 레몬 등의 시트러스, 구즈베리, 블루베리, 솔, 폴 등 다채로운 미국 홉의 향을 느낄 수 있으며, 뉴잉글랜드 스타일 특유의 적당한 당도와 쓴 맛이 홉의 향을 강조한다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
YCH	MOSAIC	U.S.	Whirlpool
YCH	Sabro	U.S.	Dry Hopping
YCH	Cryo Citra	U.S.	Dry Hopping
YCH	Cryo El Dorado	U.S.	Dry Hopping

아트몬스터

Artmonster Brewery



@artmonsterbrewery

www.facebook.com/artmonsterbrewery

www.artmonster.co.kr



“맥주 맛이 예술이네!”

“맥주는 예술이자 과학입니다. 청각, 시각, 미각, 촉각, 후각 등 다섯가지 감각을 자극하는 예술이며 생화학, 화학, 발효공학 등 다양한 과학이 융합된 작품입니다. 우리는 맥주를 음료로 보지 않고 학문으로 바라봅니다.”

아트몬스터는 2017년 11월 경기도 군포에 설립되었다. 브루어리 외에도 직영점 및 가맹점을 운영하고 있으며, 국내외 맥주 대회에서 다수의 수상 경력을 가지고 있다. 아트몬스터는 아시아 챔피언 맥주를 넘어, 월드 챔피언 맥주가 되기 위해 끊임없는 노력하고 있다.

넘사벽 헤이지 IPA Over-the Top Hazy IPA

Style	Hazy IPA
ABV	7.2%
IBUs	66
SRM	4

Details

신선하고 풍부한 홉 풍미를 느낄 수 있고, 누구든 편하게 마실 수 있도록 음용성에 초점을 맞추어 양조된 맥주다. 묵념감이 부드러운 전형적인 Hazy IPA를 만들기 위해 Flaked Oat를 다량으로 사용하였으며, 적절한 쓴 맛과 트로피컬하고 주시한 풍미를 위해 다량의 미국산 홉을 투여했다. 그리고 발효중인 효모를 통해 드라이 호핑한 홉의 풍미를 극대화하기 위해 Biotransformation 기법을 사용했다. 풀 바디의 크림미한 질감, 주시한 단맛과 적절한 쓴맛이 조화로우며, 파인애플, 망고 등 열대과일의 향을 가지고 있다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
YCH	Talus	U.S.	Boiling
YCH	Idaho7	U.S.	Whirlpool / Dry Hopping
YCH	Mosaic	U.S.	Whirlpool / Dry Hopping
YCH	Simcoe	U.S.	Dry Hopping

에일크루 브루잉

Alecrew Brewing Co

@alecrew_brewing



에일크루 브루잉은 미국식 IPA를 전문적으로 생산하는 맥주 양조장으로 서울 마포에 위치하고 있으며, 1층 브루어리, 2층 탭룸으로 구성되어 있다. 그리고 홍대입구역 경의선 책거리에는 에일크루 맥주를 즐기실 수 있는 탭하우스도 별도로 운영하고 있다.

에일크루는 'IPA Specialist'라는 말이 떠오를 수 있는 브루어리를 만드는 것을 목표로 누구나 좋아하고, 재미있고, 지루하지 않는 맥주를 만들어 나가고 있다. 에일크루는 'Fun&Crazy'를 추구하며, 홉의 다양한 캐릭터와 하모니를 잘 표현하고, 끌어낼 수 있는 IPA를 출시하고 있다. 또한 최고의 IPA가 가지는 살아있는 홉의 신선함, 다양한 홉의 캐릭터가 맘껏 쏟아져서 입안 가득 마치 맛의 롤리코스터를 타는 것 같은 재미있는 IPA 만들기 위해 노력하고 있다.

에일크루 가디언 Alecrew Guardian

Style	American IPA
ABV	6.7%
IBUs	45
SRM	7.1

Details

트렌디한 IPA로써 단순한 몰트빌을 활용해 홉의 퍼포먼스에 집중한 맥주다. 깔끔한 맛을 내기 위해 물의 미네랄 조절에 신경을 썼다. Mosaic과 Simcoe 홉을 메인으로 아로마를 강조했으며, 비터링 홉을 최소화하여 절제된 쓴맛을 의도했다.

강하지 않은 쓴 맛과 적절한 산미로 음용성이 좋으며, 패션후르츠, 감귤, 파파야, 살구 등의 시트러스 등을 연상시키는 향이 돋보이는 트렌디한 미국식 IPA다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
YCH	Mosaic	U.S.	Boiling / Dry Hopping
YCH	Simcoe	U.S.	Boiling / Dry Hopping
YCH	El Dorado	U.S.	Boiling / Dry Hopping

카브루
Kabrew



@kabrewbeer
www.facebook.com/kabrewbeer
www.kabrew.co.kr



카브루는 2000년 2월 시작된 대한민국 1세대 크래프트 브루어리로, 경기도 가평군에 위치해 있다. '다양성'과 '도전정신'을 핵심 아이덴티티로 20여 년간 크래프트 맥주를 제조해오고 있으며, 이를 바탕으로 구미호 맥주를 생산하고 있다. 2015년 카브루 수제맥주 페스티벌을 가평군에서 개최해 다양한 크래프트 맥주 브랜드를 알리는데 기여했으며, 이후 2019년 카브루 비어 페스티벌로 확장했다.

2019년 11월에는 서울 청담동에 직영 브루펍을 오픈했으며, 이곳에서는 국내에서 쉽게 보기 어려운 색다른 스타일이나 한국적 재료를 활용한 맥주 등 꾸준한 연구개발이 진행되며, 현장 피드백을 거친 맥주는 실제 판매로 이어지기도 한다.

밀키웨이 스릴러 Milkyway Thriller

Style	New England Style
ABV	5.9%
IBUs	13.5
SRM	5.1

Details

홉의 특징을 가장 잘 살릴 수 있는 맥주 스타일인 뉴 잉글랜드 스타일에 귀리를 사용하지 않고 통밀을 사용하였으며, 윗몰트와 더불어 밀의 비율을 40% 이상으로 하는 몰트 빌로 만들어졌다. 여기에 유산균 터치를 뉘앙스를 남기는 정도로만 사용해 홉의 풍미와 아로마 캐릭터에 집중했다. 홉을 월풀 과정과 1, 2차 드라이 호핑에 투입이 되었으며, 홉의 아로마를 극대화하기 위해 드라이 호핑에 홉을 집중적으로 투여해 베리류와 열대과일류의 아로마가 두드러진다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
John I. Haas	Strata	U.S.	Whirlpool / Dry Hopping
John I. Haas	Incognito Mosaic	U.S.	Dry Hopping

화수 브루어리

Whasoo Brewery



@whasoobrewery



오너 브루마스터인 이화수 대표의 이름을 상호로 내건 화수 브루어리는 2003년 울산 남구 무거동에 문을 열었다. 이후 17년간 같은 자리에서 꾸준히 맥주를 생산하며 울산 맥주 산업에 두터운 역사를 쌓아가고 있다.

이화수 대표는 전국 방방곡곡 열리는 맥주 축제에 직접 개조한 맥주 트레일러를 몰고 다니며 울산 이외의 지역에도 화수 맥주의 특별함을 알리고 있다.

대표 맥주로는 전남 고흥산 유자 껍질을 사용하여 신선한 유자 향을 살렸으며, International Beer Cup에서 금메달을 수상한 유자 페일 에일, 질소를 주입해 거품이 아래로 흐르는 듯한 볼거리를 선사하며, 진한 풍미와 부드러운 질감이 특징인 화수 스타우트 등이 있으며, 유니크하고 퀄리티 높은 맥주를 생산함으로써 지역을 상징할 수 있는 로컬 브랜드로 성장하기 위해 노력하고 있다.

아메리칸 라거 American Lager

Style	American Lager
ABV	5.0%
IBUs	13
SRM	3

Details

화수 브루어리의 라거보다 조금 더 깔끔하고 청량한 맛을 구현하려고 노력했으며, 가벼운 비디감으로 부담 없이 즐길 수 있다. 현재 시판되고 있는 라거보다 조금 더 밝은 색이 특징으로, 장기간의 라거링과 숙성 온도에 신경을 썼다. 코멧 홉의 아로마를 최대한 이끌어내기 위해 보일링, 월풀 중 홉을 첨가하여 은은한 홉 아로마를 가지고 있다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
YCH	Centennial	U.S.	Boiling
YCH	Comet	U.S.	Boiling / Whirlpool

화이트크로우 브루잉

White Crow Brewing



@whitecrowbrewing

<https://www.facebook.com/whitecrowbrewingco>



“좋은 사람들을 위한 좋은 맥주를 좋은 곳에서 만든다”를 모토로 화이트 크로우 브루잉 컴퍼니는 고객에게 다양한 맥주와 특별한 경험을 선사하며 성장하고 있다.

화이트 크로우 브루잉은 2019년 강원도 평창에 캐나다인 레스 팀머맨즈가 설립한 양조장이다. 설립자인 레스는 캐나다 올즈 칼리지에서 양조학을 공부했으며, 비어 캐나다 상을 받았다. ‘화이트 크로우’ 라는 양조장 이름은 백오현(白鳥縣)이라는 평창의 옛 이름에서 유래했다. 흰 까마귀처럼 유일무이한 브루어리가 되겠다는 포부를 담고 평창의 멋진 풍경을 담은 산자락에 자리잡고 있다. 또한 화이트 크로우는 마라톤, 사이클링, 하이킹, 그리고 패러글라이딩과 같은 스포츠 행사도 주최하는 크래프트 맥주와 자연 그리고 익스트림 스포츠를 사랑하는 모든 사람이 한데 어우러지는 곳이다.

베리호피 (Don't Worry) Berry Hoppy

Style	Fruited Sour IPA
ABV	5.8%
IBUs	20
SRM	

Details

미국산 홉과 더불어 미국의 살구로 만든 퓨레, 한국의 로컬 농장에서 수확한 블루베리를 이용해 한국과 미국의 연결과 조화를 맥주안에 담았다. 한국과 미국의 농장에서 생산된 고품질의 재료만을 사용해 만든 사워 IPA로, 두 번에 걸쳐 홉을 투여하는 더블 드라이 호핑 방식을 채택했으며, 산소 접촉을 최소화하기 위해 이산화 탄소로 채워진 Hop Doser를 사용해 맥주의 산화를 최소화했다. 고품질의 홉을 사용하면서도 한국과 미국의 과일을 사용함으로써 만들어진 독특한 맥주로 한미 농업의 콜라버레이션이라는 의미도 담고 있다.



Hops

제조사명	제품명	원산지	사용시점
MI Local Hops	Magnum	U.S.	Boiling
MI Local Hops	Mackinac	U.S.	Whirlpool / 2nd Dry Hopping
MI Local Hops	Centennial	U.S.	1st Dry Hopping
MI Local Hops	Copper	U.S.	2nd Dry Hopping



포시즌스 호텔 서울

Four Seasons Hotel Seoul



CHARLES H.

- WORDS TO THE LIQUID WISE -



비어 칵테일 Beer Cocktail

Recipe by

Keith Motsi

찰스 H. 스페셜티 바 헤드 바텐더

Recipe

Top Beer: Milkyway Thriller IPA by Kabrew

30ml Gin

20ml Lemon Juice

20ml Orange Juice

15ml Cardamom syrup

2 to 3 drops saline water

Garnish: dehydrated lime & orange

주한미국대사관 농업무역관 U.S. Agricultural Trade Office: ATO



웹사이트 www.atoseoul.com
담당자 연락처 chunhr@state.gov



주한미국대사관 농업무역관(Agricultural Trade Office:ATO) 서울사무소는 미국 농무부(United States Department of Agriculture: USDA) 산하의 해외농무청(Foreign Agricultural Service: FAS)에 소속된 기관이다. 1980년 설립된 이래 미국의 우수한 농산물과 가공식품이 원활하게 한국 시장에 진출할 수 있도록 각종 정보와 서비스를 미국의 공급업체와 한국의 수입 업체에 제공하는 교량 역할을 하고 있다.

주요 서비스

한국의 수입 업체나 협력 업체를 찾고 있는 미국의 공급 업체와 제품에 대한 정보를 한국의 업체들에게 제공한다. 또한 한국에 진출하지 않은 미국 업체와 신제품을 한국 시장에 소개하고, 파트너십을 맺을 수 있도록 구매 사절단을 파견하고, 미국 식품 박람회에 방문단을 파견하기도 하며, 미국 업체의 한국 방문이나 세미나 개최 등에 대한 지원 활동을 하고 있다. 그리고 한국의 수입 업체가 찾고 있는 미국산 농산물 수출 업체를 찾아주고, 희망 제품을 미국 농업무역관 또는 미국 농무성 데이터베이스를 통해 찾아 주기도 한다.

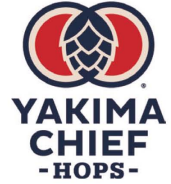
주한미국대사관 농업무역관에서는 2020년 처음 한국의 크래프트 맥주 양조장과 협업하여 미국산 원재료를 이용한 크래프트 맥주 양조 프로젝트를 진행했다. 2021년에는 맥주의 원재료 중 크래프트 맥주 시장에서 가장 주목받는 재료인 홉을 주제로 한미 컬래버레이션 브루잉 프로젝트를 진행했다. 한국의 11개 크래프트 맥주 양조장은 우수한 품질을 가지고 있는 미국산 홉을 사용하여 미국산 홉의 특징이 잘 드러날 수 있는 맥주들을 양조했다. 향후 국내 크래프트 맥주 업계에서 더 많은 미국산 원재료가 활용될 수 있도록 다양한 프로그램을 진행할 예정이다.



부록 - 프로젝트 협력 업체

야키마 치프 홉스 Yakima Chief Hops

웹사이트 www.yakimachief.com
인스타그램 [@yakimachief](https://www.instagram.com/yakimachief)



야키마 치프 홉스(YCH)는 농장이 100% 소유하고 있는 홉 공급 업체로 30년 이상 전 세계의 브루어리와 홈브루어에게 미국산 홉을 제공하고 있다. 태평양 북서부의 홉 농장들과 세계 최고의 양조장을 연결한다는 사명을 가지고 YCH는 맥주의 주요 재료인 홉을 공급하는 농부와 크래프트 브루어리의 긴밀한 관계를 만들고자 한다.

YCH는 원재료의 품질이 맥주의 품질의 차이를 가져온다고 믿고, 양조 업계에 최고급 홉을 제공하기 위해 최선을 다하고 있다. 고품질의 홉을 공급하는 것만 더하여 YCH는 양조 산업에 최첨단 양조 솔루션, 데이터 기반 연구 및 교육 리소스를 제공하는 데 열정을 쏟고 있다. 또한 맥주를 만드는 것 이외에도 지속 가능성과 의미 있는 사회적 대의를 옹호하며 우리 주변의 환경과 지역 사회를 지원하기 위해 노력하고 있다.

바스 하스 John I. Haas

웹사이트 www.johnihaas.com
인스타그램 [@haas_hops](https://www.instagram.com/haas_hops)



John I. Haas는 세계 최고의 브루어들에게 최고의 홉, 비터링 제품, Flavor 및 Aroma 제품 그리고 혁신적인 양조 솔루션을 제공한다. 또한 가족 소유의 홉 농장, 가공업체 및 유통업체로 구성된 글로벌 네트워크인 BarthHaas Group의 일원이다. 실험적인 분야에서 이노베이션 브루어리까지, 펠릿화 공장에서도 브루 하우스에 이르기까지의 이러한 긴밀한 협력이 모두의 성공을 돕는다고 믿는다. 공급망을 보장하고 양조 효율성을 개선하며 전 세계의 흥미로운 홉을 발견하는 것을 지원하거나 INCOGNITO®, LUPOMAX® 및 FLEX®와 같은 유명한 홉 제품을 개발하는 등 HAAS는 최고의 맥주를 양조할 수 있도록 지원하는 데 최선을 다할 것이다.



마이로컬홉스 코리아 MI Local Hops Korea

웹사이트 www.milocalhops.com
인스타그램 [@milocalhopskorea](https://www.instagram.com/milocalhopskorea)
담당자 연락처 dan@milocalhops.com



미국 미시간 홉농장과 한국 지역양조장을 직접 연결하는 마이로컬홉스코리아

미국 미시간주 윌리엄스버그에 위치한 마이로컬홉스(MI Local Hops) 농장은 타지역 재배종과는 차별화된 13가지 고품질 홉을 생산, 가공하여 아시아 지역의 양조장들에 공급해 오고 있다. 인기 품종인 ‘미시간 치늑’ 홉은 퍼시픽 노스웨스트 지역에서 생산되는 치늑 홉과는 달리 술 향이 덜하면서 독특한 파인 애플 향을 내는 특징이 있다. ‘미시간 카파’ 홉 또한 강한 레드 캔디와 스톤프룻 아로마를 지니고 있어 매해 수요가 빠르게 증가하고 있다.

마이로컬홉스코리아는 한국 시장 외 일본, 중국, 홍콩, 싱가포르, 베트남, 필리핀 등지에 유통기지를 구축하고 고객과의 접점을 유지하며 미국 미시간 홉의 우수성을 전달해 오고 있다.

브루소스 인터내셔널 BREW SOURCE INTL.

웹사이트 www.brewsourceintl.com
인스타그램 [@brewsourceintl](https://www.instagram.com/brewsourceintl)
담당자 연락처 jason@brewsourceintl.com



BREW SOURCE INTL.

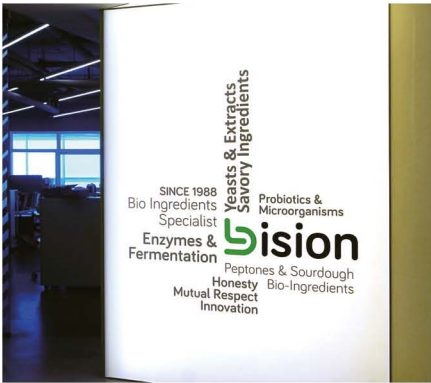
브루소스 인터내셔널은 서울에 위치한 수입 및 유통회사로 2016년부터 한국의 크래프트 맥주 브루어리 및 디스틸러리에 원재료를 공급하고 있다. 브루소스 인터내셔널은 전 세계의 회사들과 전략적 파트너십을 맺음으로써 최고의 품질을 가진 다양한 제품을 고객사들에게 제공하고 있다. 현재 미국 Great Western, 영국 Thomas Fawcett, 독일 BESTMALZ, 호주 Barrett Burston Malting 사의 맥아를 수입하고 있으며, 미국 YCH 홉과 뉴질랜드 NZ Hops, 미국 Oregon Fruit Puree를 수입 및 유통을 하고 있다. 또한, 지난 몇 년 동안 고객사에 도움이 되고자 브루잉 설비를 수입하고 있으며, 독일 Esau & Hueber, 중국 NDL Craft, 이탈리아 GAI사의 캐닝 머신, 보틀링 머신 등도 수입하고 있다.



부록 - 프로젝트 협력 업체

비전바이오켐 Bision Corporation

웹사이트 www.bision.co.kr
 인스타그램 [@_bision_](https://www.instagram.com/_bision_)
 담당자 연락처 bision@bision.co.kr

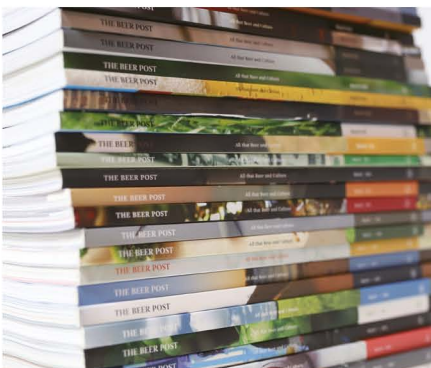


bision 비전바이오켐

1988년 설립된 비전바이오켐은 맥아, 홉, 효모 등 맥주 원재료를 한국 시장에 공급하고 있는 대한민국 대표 맥주 원료 기업이다. 글로벌 홉 공급업체인 Yakima Chief Hops의 한국 대리점으로서, 높은 품질의 홉을 공급하고 있으며, Yakima Chief Hops와의 긴밀한 협력을 통해 브루어들이 특별한 맥주를 생산하는데 도움이 될 수 있는 기술적인 지원을 제공하고 있다. 이와 함께 효소, 효모추출물, 프로바이오틱스, 펩톤 등의 소재를 수입, 제조 판매하고 있는 비전바이오켐은 식품, 양조, 생물공학, 사료에 이르기까지 폭넓은 산업영역에서 활동하고 있는 Bio Ingredients Specialist다.

비어포스트 The Beerpost

웹사이트 beerpost.kr
 인스타그램 [@beerpostofficial](https://www.instagram.com/beerpostofficial)
 담당자 연락처 beerpost@naver.com



비어포스트는 2015년 11월 창간한 맥주 전문 매거진을 시작으로 맥주와 관련된 축제 기획, 비즈니스 컨설팅, 콘퍼런스, 세미나, 교육, 엑스포 등 다양한 영역에 걸친 맥주 문화 콘텐츠 회사다. 맥주 전문 매거진 'THE BEERPOST'와 맥주를 비롯한 음식의 이야기를 소개하고, 나누기 위한 'B'POST'를 발행하고 있으며, 국내 크래프트 맥주 양조장을 소개하는 '크래프트 비어 코리아: 대한민국 수제맥주 가이드북'을 2018년과 2020년에 발행했다. 그리고 독자와들 직접 만날 수 있는 공간인 '비어포스트 바'를 서울 영등포구 문래동에서 운영하고 있다. 대한민국 최초 맥주산업 전문 박람회인 '대한민국 맥주산업 박람회(KIBEX)'를 2019년부터 2021년까지 3년 연속으로 개최했으며, 2020년에는 최초로 대한민국 국제 맥주대회(KIBA)를 개최했다.



발행일 2021년 10월 8일
 발행처 주한미국대사관 농업무역관
 웹사이트 www.atoseoul.com

출판 주식회사 비어포스트
 사업자등록번호 745-87-00220
 출판업등록번호 제2015-000246호
 이메일 beerpost@naver.com
 웹사이트 www.beerpost.kr



U.S. Agricultural Trade Office

www.atoseoul.com

Email: atoseoul@state.gov