오비맥주가 선보인 '미켈롭 울트라' 출시 기념 행사장에서 시음 행사가 진행됐다./사진=이재윤 기자'골프장에서만 마실 수 있는 맥주'오비맥주는 17일 새로 선보인 라이트(저칼로리) 맥주 '미켈롭 울트라'를 골프장에서만 우선 유통하기로 했다. 이날 서울 서초구 한강 예빛섬에서 열린 출시 기념 행사에서 오비맥주는 신제품을 전국 140여개 골프장에 우선 공급하고, 순차적으로 유통망을 확대하겠다는 계획을 밝혔다. 골프를 시작으로 운동이나 야외활동에 어울리는 이른바 '스포츠 맥주'로 자리잡기 위한 마케팅을 진행할 방침이다.━독특한 영업방식으로 차별화, 골프인 공략하는 오비맥주━맥주 브랜드를 출시하면서 골프장에만 유통하는 건 이례적인 결정이다. 편의점·마트 등 일반적이 유통망을 이용하지 않고 특정한 장소에서만 새로운 맥주를 마실 수 있도록 하면서 소위 '한정판 효과'를 냈다. 특히 역동적인 '액티브 라이프스타일'이란 신제품 브랜드 이미지와 골프가 가장 부합한다고 판단했다. 신제품은 이달 초부터 공급되고 있다.오비맥주는 올해 250개 이상의 골프장에 신제품을 공급하는 게 목표다. 박상영 오비맥주 상무는 "골프장에서 인지도가 쌓이면 유통망을 넓혀갈 예정"이라고 말했다. 대형마트·편의점 등 가정채널에 공급하는 건 내년 이후로 전망된다. 구체적인 연간 매출 목표는 밝히지 않았다.골프가 주요 맥주 소비자인 젊은층에서 큰 인기를 끌고 있다는 점도 영향을 줬다. 문화체육관광부에 따르면 우리 나라 골프 인구는 2015년 267만명에서 2017년 306만명에서 2021년 474만명으로 빠르게 늘어났다. 미켈롭 울트라는 한국 뿐만 아니라 글로벌 시장에서 스포츠를 중심으로 마케팅 전략을 펼치고 있으며, 국가별 인기 종목에 맞춰 차별화를 두고 있다.오비맥주는 미켈롭 브랜드 광고 모델로 미국 LPGA(여자프로골프투어)에서 최장 기간인 163주간 1위를 지킨 고진영 프로를 선정했다. 이 밖에도 프로암 토너먼트 대회 개최를 추진하고 전국 골프장 내 그늘집(휴게장소)과 카트 등에서 다양한 행사를 진행할 방침이다. 이날 신제품 출시 행사에서도 한강을 향해 골프공을 날리는 '울트라 샷 챌린지'와 미니 퍼팅 게임 등이 열렸다.  
  
  
  
  
  
  
  
오비맥주 미켈롭 울트라 론칭 기념 '울트라 샷 챌린지' 행사, 최예지 프로 골퍼의 샷./사진=오비맥주━미국 2위 라이트 맥주 미켈롭 울트라 한국 상륙…"퍼스트 무버 될 것"━미켈롭 울트라는 전 세계적으로 끊임없이 확대되고 있는 '제로 슈거' 등 '헬스와 웰니스' 유행에 맞춘 가벼운 칼로리의 프리미엄 라거 맥주다. 용량은 330ml이며 알코올도수는 4.2, 열량이 89kcal(칼로리)로 기존 오비맥주의 저칼로리 맥주 제품군인 '카스 라이트'와 비슷하다. 카스 라이트는 355ml가 90Kcal 정도다. 오비맥주 관계자는 "스포츠를 좋아하는 소비자들이 즐기기에 부담이 덜하다"고 말했다.미켈롭 울트라는 미국에서 '라이트 맥주'로 인기를 끌고 있는 브랜드다. 업계에 따르면 미켈롭 울트라는 미국 라이트 맥주 시장에서 판매량 기준 2위를 기록하고 있다. 미켈롭 울트라는 지난 2월 미식축구(NFL) 리그 결승전인 슈퍼볼에서 지난해 미국 인터 마이애미 CF로 이적한 유명 축구선수 리오넬 메시를 모델로 한 광고를 내보내기도 했다.한국에 출시 되는 미켈롭 울트라는 '알루미늄 병' 패키지로 만들어졌다. 돌려서 따는 방식의 스크루 캡을 적용해 일반 알루미늄 캔보다 프리미엄 제품의 이미지를 강조했다. 알루미늄 병은 소재 특성 상 급속 냉각이 가능해 맥주를 빠른 시간 내에 시원하게 해준다. 알루미늄은 일반 유리병 제품에 비해 쉽게 손상되지 않아 골프장 등 야외에서 즐기기에 용이하다.오비맥주는 미켈롭 울트라가 '저칼로리 맥주는 맛이 없다'는 인식을 개선할 것으로 기대했다. 신제품은 최고급 보리 맥아와 쌀·홉 등 천연 원료만을 사용해 가벼운 바디감과 상쾌한 맛이 특징이다. 박상영 상무는 "라이트 맥주가 아직은 국내에선 생소한 시장"이라며 "신제품이 '퍼스트 무버(선도자)' 역할을 할 것"이라고 말했다.