



# 스타벅스 모델로 재해석한 한국 크래프트 비어 생태계의 혁신

연결되지 않은 주류 시장을 통합하는  
라이프스타일 플랫폼, 바이젠(Weizen)

본 보고서는 스타벅스의 4대 성공 요인(공간, 디지털, 사람, 문화)을 벤치마킹하여,  
파편화된 한국 수제맥주 산업을 '연결'하고 '배송' 규제를 혁신적으로 돌파하는  
에이지엔(AGN)의 전략 로드맵을 제시합니다.



# Executive Summary: 고립된 양조장과 소비자를 잇는 ‘맥주 그 이상의 경험’

## THE OPPORTUNITY



### Market Paradigm Shift

취향 소비의 시대.

수입 맥주 점유율 하락(**38.4% → 16.5%**)과  
국산 프리미엄 주류 수요 급증.

‘부어라 마셔라’에서 ‘**가치 소비**’로의  
패러다임 전환.

## THE SOLUTION



### Starbucks Benchmark

단순 제조사가 아닌 플랫폼.

- **Digital**: 사이렌 오더 → 하이브리드 스마트오더 & 구독(Buddy Pass)
- **Space**: 제3의 공간 → Day(카페) & Night(펍) 하이브리드 공간
- **Delivery**: 규제 돌파구 → 지역특산주 면허를 활용한 온라인 배송

## THE GOAL

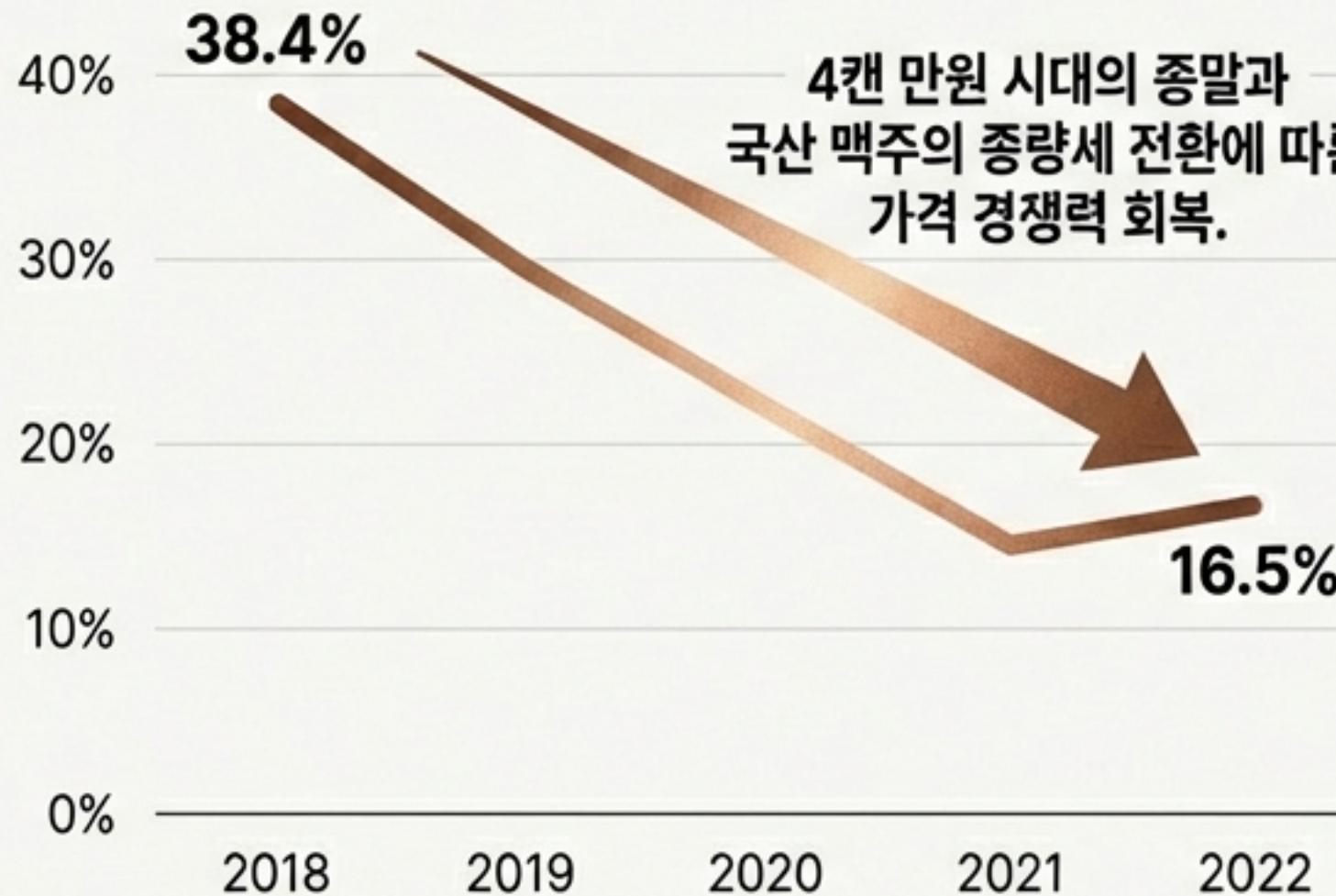


### Vision

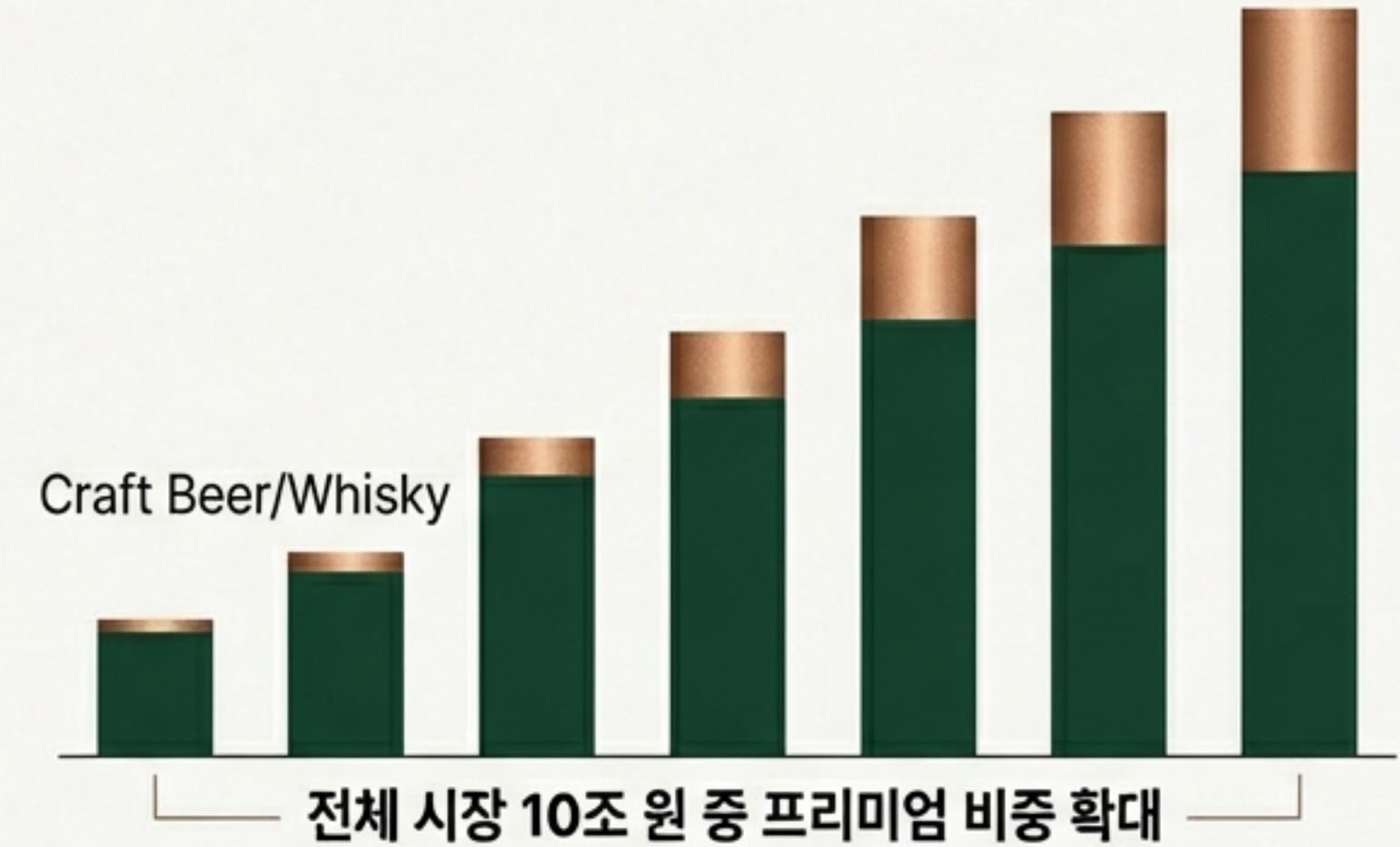
대전 맥조장을 거점으로 한  
전국 양조장 통합 및 **콜드체인 물류** 혁신.  
로컬 양조장(Local)을 넘어선  
**글로벌 K-Beer 플랫폼** 도약.

# 시장의 변곡점: ‘가성비’에서 ‘취향’으로 이동하는 주류 소비 트렌드

수입 맥주 시장 점유율 추이



프리미엄 주류 시장 성장



**Key Insight:** 소비자는 더 이상 알코올 그 자체(Commodity)가 아닌, 브랜드 스토리와 원재료의 진정성(Authenticity)을 구매합니다. 위스키와 와인의 유행이 증명하듯, 한국 주류 시장은 ‘양(Volume)’에서 ‘질(Value)’로 완전히 재편되었습니다.

# 구조적 페인 포인트: 훌륭한 맥주는 많지만, 접근할 방법이 없다



# 벤치마킹 전략: 스타벅스는 커피가 아닌 ‘문화’와 ‘경험’을 팔았다

Digital, O4O



Siren Order  
(Seamless Connection)

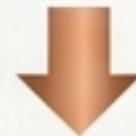


하이브리드 앱  
(배송 + 스마트오더)

Space, Third Place



Home & Work  
alternative



Day & Night  
(낮에는 카페, 밤에는 펍)

People, Expertise



Partners &  
Coffee Masters



비어 도슨트  
(Beer Docent) 인증제

Culture, Social Impact



Community  
Store



로컬 상생  
(Farm to Glass) 및  
지역 농산물 활용

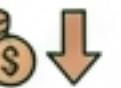
# 규제 혁신(Regulatory Breakthrough): ‘지역특산주’ 면허가 만드는 배송의 기회

## 일반 수제맥주 (General Craft Beer)

- 원료: 수입 맥아/홉 중심 
- 유통: 온라인 배송 불가 (스마트오더 후 매장 방문 필수) 
- 한계: 데일리샷 등 경쟁사는 ‘픽업’의 물리적 장벽 존재 



## 지역특산주 (Regional Specialty Liquor)

- 원료: 지역 농산물 (쌀, 보리, 밀 등) 이용 
- 유통: 온라인 주문 및 자택 택배 배송 가능 
- 세제 혜택: 주세 50% 감면 



## Game Changer Strategy

대부분의 수제맥주가 일반 주류로 묶여있을 때, 에이지엔은 파트너 양조장의 ‘지역특산주’ 면허 취득을 컨설팅하고 이를 플랫폼에 입점시켜 ‘집 앞까지 오는 신선한 수제맥주’ 시장을 독점합니다.



# Pillar 1 Digital: 규제를 넘어서는 투 트랙(Two-Track) 하이브리드 플랫폼



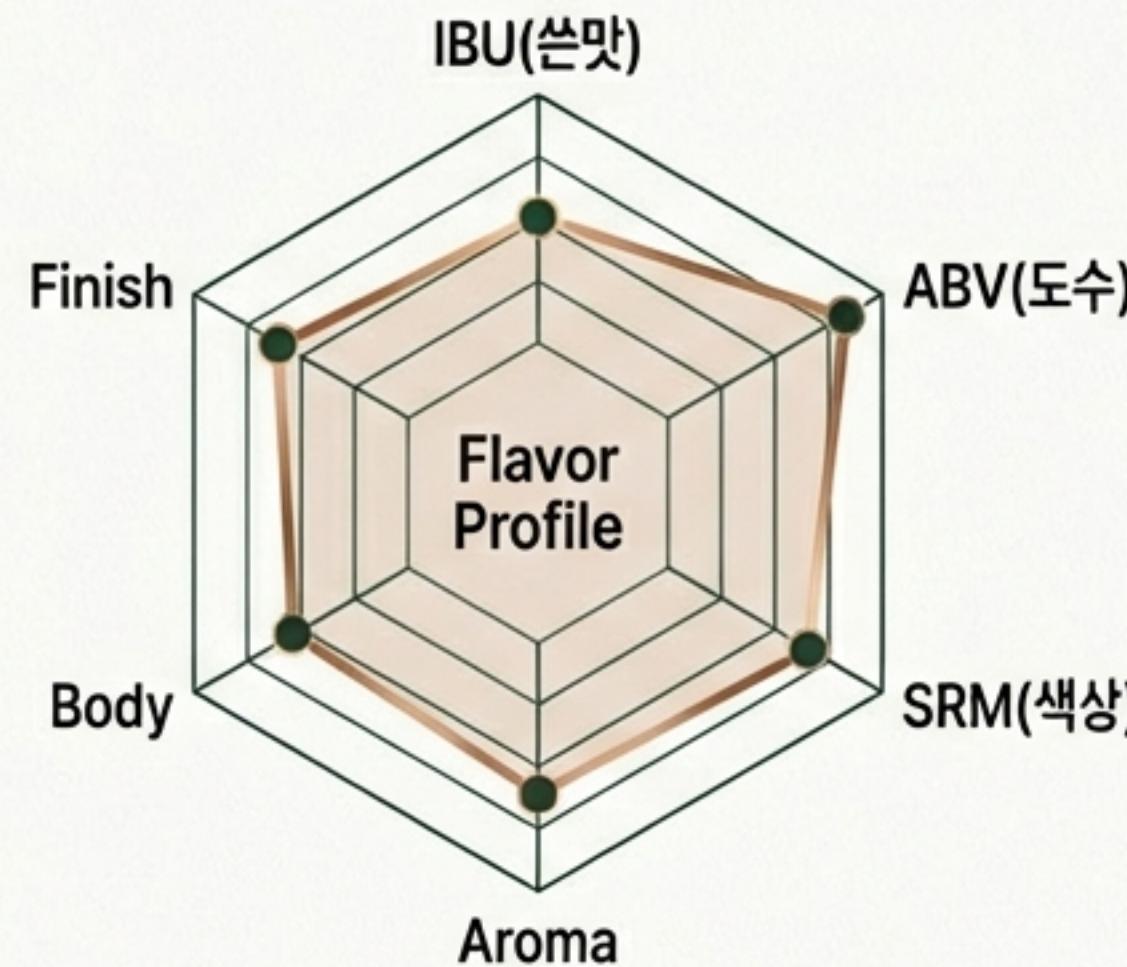
- 대상: 지역특산주 (대전 밀맥주, 충주 애플사이더 등)
- 기능: 전국 익일 냉장 택배. 마켓컬리 샛별배송 수준의 클드체인 경험.
- 물류: 대전 물필먼트 센터를 통한 합포장 배송.



- 대상: 일반 수제맥주 (수입 맥아 IPA, 스타우트 등)
- 기능: 위치 기반 최단 거리 픽업 거점 매칭 & 예약 결제.
- 경험: 스타벅스 사이렌 오더와 동일한 UX. '나만의 메뉴' 등록.

# Pillar 1 Data: 데이터 기반 큐레이션과 강력한 락인(Lock-in) 전략

## The Algorithm



### Beer Curator Algorithm

모든 맥주를 정량 데이터화하여 넷플릭스 방식의 개인화 추천 제공.  
“블랑을 좋아하시나요? 대전 밀맥주의 꽃향기를 추천합니다.”

## The Membership Card



### AGN Buddy Pass (Subscription Model)

- Benchmarking: 스타벅스 버디 패스 (구독자 월평균 구매액 61% 상회)
- 혜택: 월 9,900원 구독 시 배송비 무제한 무료 (지역특산주)
- 월간 시음권(픽업 거점 방문 유도) 및 한정판(Barrel Aged) 우선 구매권 제공

# Pillar 2 Space: 낮과 밤이 공존하는 ‘Day & Night’ 하이브리드 운영



**DAY: Specialty Cafe**



**NIGHT: Craft Beer Pub**

## Operational Strategy

낮에는 카페, 저녁 6시 이후 조도(Lighting) 조절을 통해 펍으로 변신. 공간 가동률과 단위 면적당 매출 극대화.

## Consulting

가맹점주 대상 ‘일반음식점’ 영업 신고 및 샵인샵(Shop-in-Shop) 주류 면허 컨설팅 제공.

# The Anchor Store: 브랜드의 상징, 대전 브루어리 플래그십



## Transparency

통유리 설계를 통해  
맥아 분쇄-발효-숙성의  
전 과정을 시각적으로 경험.

## Tank to Glass

숙성 탱크에서 파이프로 직접  
연결된 '가장 신선한 맥주'.

## Local Pairing

대전의 식문화(성심당 빵,  
두부두루치기)를 재해석한  
페어링 안주 개발.



# Pillar 3 People: 전문가가 전달하는 신뢰, ‘비어 도슨트(Beer Docent)’

## ● Education

에이지엔 아카데미 운영.

양조 기초, 테이스팅, 푸어링, 글라스 관리 교육.

## ● Certification

필기/실기 시험 통과 파트너에게

‘비어 도슨트’ 자격 및 유니폼 부여.

## ● Experience

픽업 거점에서 ‘나만의 취향 찾기’,

‘푸드 페어링 워크숍’ 등 문화 큐레이션 클래스 진행.



# Premium Lineup: 하이엔드 취향과 대중성을 동시에 잡는 제품 전략



## Barrel Aging Series

위스키 / 와인 오크통에 숙성한 프리미엄 라인.  
스타벅스 리저브와 같은 희소성 및 높은 객단가 확보.

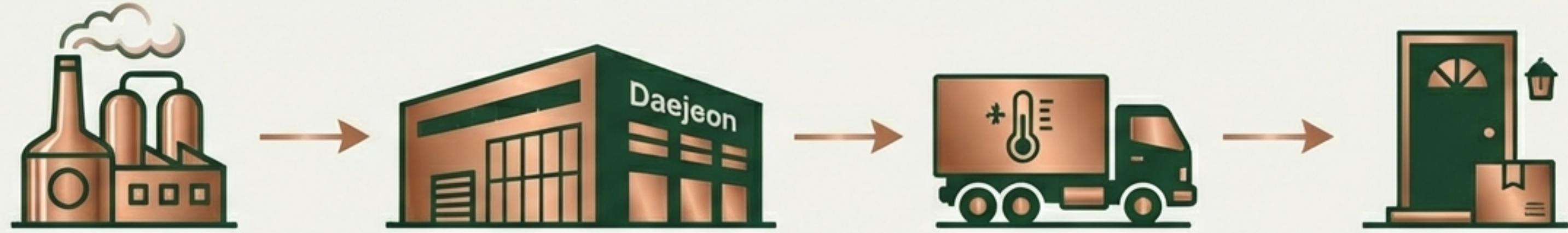


## Beer Cocktails

스타우트 에스프레소 마티니, IPA 하이볼 등.  
맥주의 쓴맛을 기피하는 고객층을 위한 믹솔로지 메뉴.

# Pillar 4 Operations: 통합 물류와 공동 구매를 통한 효율성 극대화

## Cold Chain Fulfillment



대전 통합 물류 센터 구축. 하절기 배송 품질 보증제(100% 환불) 도입.

## Joint Purchasing



50여 개 입점 양조장 수요 통합. 맥아, 홉, 포장재 공동 구매로 원가 경쟁력 확보.

# Execution Roadmap: 로컬에서 시작하여 글로벌 생태계로





## Vision: 우리는 단순히 맥주를 팔지 않습니다. 문화를 연결합니다.

스타벅스가 시애틀의 작은 가게에서 전 세계인의 일상을 바꿨듯이,  
에이지엔은 대전에서 시작하여 한국의 주류 문화를 혁신합니다.

파편화된 양조장을 디지털로 **연결(ConnectionString)**하고, 공간과 배송의 혁신을 통해  
소비자의 시간을 점유하는 **라이프스타일 플랫폼**이 되겠습니다.

JOIN THE REVOLUTION OF K-CRAFT BEER ECOSYSTEM.