

**BEER GUIDE**

[www.dailybeer.co.kr](http://www.dailybeer.co.kr)  
[instagram@dailybeer\\_official](mailto:instagram@dailybeer_official)  
02.783.9663

#취하면 나도 땡땡이

# BEERGUIDE

VOL.07



# 우리집 앞에 생활맥주가 없다면? 내가 처리면 된다!

일단문의 | 02.783.9665

생활맥주



# CONTENTS

02 DAILYBEER

03 PROLOGUE

04\_07 **알고 계셨나요?**  
- 생활맥주 이슈

08\_09 **멍멍이 코스터 인증샷**

10\_13 **생맥 인터뷰**  
- 제주연동점 인터뷰

14\_17 **와일드 비어,  
과거를 현대에서 재해석하다**

18\_39 **BEER GUIDE**

40 **Cold Chain System**

41 **와일드 웨이브 광고**

생활맥주는 국내 양조장과 협업하여  
개성 있는 맛과 향의 특색있는  
수제맥주를 선보입니다.

가맹점과 양조장, 수제맥주 시장이  
함께 성장하는 **대한민국 수제맥주 플랫폼!**

**함께해요 생활맥주!**



# PROLOGUE

무더웠던 날씨는 한풀 꺾였지만,

작년부터 우리의 평범한 일상을 빼앗아간 코로나는 잠잠해질 기미가 보이지 않고 있습니다.

하지만 그렇다고 가만히 있을 생활맥주가 아니죠.

생활맥주는 프랜차이즈 박람회에도 출전하여 예비 창업자 분들을 만나 뵈었고

감자튀김 포장이벤트와 모바일 상품권 판매 이벤트를 열어 온/오프라인으로 수많은 고객분들을 만나 뵈었습니다.

벌써 8년차에 접어들었지만 한시도 쉬지 않고 국내 수제맥주 시장의 성장을 위해 발바닥에 불이 나도록 뛰고 있습니다.

이번 비어 가이드에는 바빠 움직인 생활맥주의 활동이 가득 담겨 있습니다.

우리의 노력이 모두 '생활맥주' 속에 담겨 여러분들께 전달되길 진심으로 바랍니다.

오늘도 생활맥주를 찾아 주셔서 고맙습니다.



새  
희  
매  
주  
이  
슈

# 첫 번째



## 생활맥주 7주년!!! 이제 8년차!

조사에 따르면 서울시에 등록된 외식업 프랜차이즈 가운데 절반 가량이 사업 시작 후 5년 이내 사라진다고 합니다. 이 수명은 직영점 운영 여부에 따라 나뉘기도 하는데요. 직영점을 다수 운영하는 브랜드는 그렇지 않은 브랜드에 비해 20%나 생존율이 높은 것으로 나타났습니다. 벌써 23개 직영점을 운영하고 있는 생활맥주는 직접 매장을 운영하며 축적된 노하우로 매년 지속성장해 2021년 5월 26일 7주년을 기념하고 8년차에 접어들었습니다.

**모두 생활맥주를 사랑해주시는 고객분들 덕분입니다.**  
앞으로도 더욱 맛있는 국산 수제맥주들과 안주메뉴를 선보이는 생활맥주가 되도록 노력하겠습니다.

**와줘서 고마워요**

# 두 번째

## 직영점 무교점 오픈!

## 을지로입구역 핫플레이스로 떠오르다

feat. 오픈 첫날 대표님 쫓겨난 셀!

생활맥주 신규 직영점 무교점이 오픈을 하였습니다. 을지로입구역 1번, 1-1번, 2번 출구에서 도보 3분이면 도착하는 거리인 초역세권 무교점 매장은 오픈 첫날부터 만석을 이루며 핫플레이스로 등극하였는데요. 오픈 첫날 매장에 방문한 생활맥주 대표님도 자리가 없어서 쫓겨나셨다는 비하인드 스토리가 있을 정도로 많은 고객분들이 찾아 주셨답니다.

생활맥주는 무교점을 비롯해 전국 23개 직영점을 운영 중입니다. 새로운 맥주나 신메뉴가 출시될 때마다 직영점을 통해 사전 테스트 기간을 거치며 소비자분들의 날카로운 피드백을 바탕으로 메뉴를 완성하고 있습니다. 또한 직영점 운영을 통해 얻게 되는 노하우를 가맹점주분들께 전수하여 전국 어디서든 동일한 생활맥주를 이용하실 수 있도록 노력하고 있습니다.

생활맥주는 오늘도 이렇게 성장하고 있습니다.





# 세 번 째

## 100대 프랜차이즈 인증 수여. 무려 4년 연속!

매경미디어그룹에서 개최한 '2021 매일경제 100대 프랜차이즈'에 생활맥주가 선정되었습니다. 2018년부터 올해까지 무려 4년 연속 선정입니다!

'2021 매일경제 100대 프랜차이즈'는 해마다 업종별 대표성, 경쟁력, 산업 발전 기여도 등 심사 항목을 고려해 공정거래위원회 가맹등록 기준 7052개의 국내 프랜차이즈 중 100개의 대표 브랜드를 선정하는 공신력 있는 시상식입니다. 특히 올해는 급변하는 시장환경을 고려해 4차 산업혁명의 혁신 트렌드와의 부합성, 위기상황에서의 대응역량, 가맹점과의 상생협력 및 갈등관리 등 가맹본부의 지속 가능성을 주요 평가기준으로 삼았다고 합니다.

생활맥주는 '가망하고 싶은 프랜차이즈'에도 3년 연속 선정되었습니다.



# 네 번 째

## 제 50회 IFC 프랜차이즈 서울 창업박람회 출전

생활맥주가 국내 최대 규모의 창업박람회 '제 50회 IFC 프랜차이즈 서울'에 출전했습니다. 박람회 3일간 수제맥주 창업을 꿈꾸고 있는 많은 예비창업자들에게서 생활맥주 부스를 찾아 주셨는데요. 생활맥주만의 오리지널 수제맥주들, 그리고 창업 트렌드인 '삼인삼' 브랜드(생활치킨)를 무료로 론칭해드리는 부분 때문이 아닐까 합니다. 실제로 상담 받으실 자리가 없어 대기하시는 일이 발생할 만큼 큰 인기를 끌었습니다.

앞으로 더 많은 지역에서 생활맥주를 만나 보실 수 있을 것 같습니다. 창업문의는 언제나 환영입니다!



# 다섯 번째

## 가맹점 상생 프로젝트! 98% 할인된 모바일 쿠폰, 감자튀김 증정 이벤트

끝이 보일 것 같던 거리두기가 수도권 지역을 시작으로 또 다시 격상되면서 침울한 분위기가 이어졌습니다. 이에 생활맥주는 가맹점주님들의 어려움에 공감하며 함께하는 상생을 위해 발벗고 나섰습니다. 가장 먼저 전국 매장에서 방문 포장 손님께 메인 메뉴 주문 시 감자튀김을 무료로 지원하는 이벤트를 3주간 시행했습니다. 이벤트에 사용된 김자는 생활맥주 본사가 지원해 드렸고요 여기에 멈추지 않고, 생활맥주 쇼핑물 '생쏘'에서 8월 2일부터 7일간 생활맥주 모바일 상품권 5,000권을 100원, 무려 98% 할인 판매하는 프로모션도 진행했습니다. 상품권도 역시 전액 본사에서 부담하였습니다. 그 결과 방문포장은 평소 대비 30% 증가율을 보였으며, 생활맥주 상품권은 단 2시간만에 준비되어 있던 상품권 전량이 매진되어 추가 상품권을 발행, 매일 1,000장을 선착순으로 할인 판매하였습니다. 추가 발행한 1,000장도 20분만에 매진되는 등 지속적인 인기를 끌며 성공적으로 마무리되었습니다.



# 여섯 번째

## 생활맥주 X 레드락 한정판 레드락 스텐컵 이벤트

생활맥주와 레드락이 뭉쳤습니다!

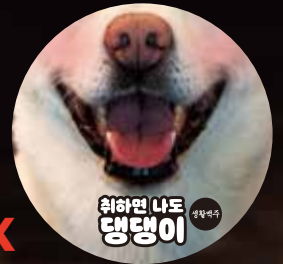
생활맥주 매장에서 레드락 라거 '진짜 500'을 주문하면 한정판 레드락 스텐컵의 행운이 숨어있는 스크래치 쿠폰을 증정하는 이벤트를 진행했습니다. 생활맥주와의 협업으로 처음 탄생한 한정판 레드락 컵인 만큼, 이 스텐컵을 받기 위해 전국의 맥덕 분들이 생활맥주로 몰려오셨습니다.

레드락 라거는 앰버 라거 스타일로 고소한 맥야향이 특징이며, 쓴맛이 낮아 대중적으로 사랑을 받고 있는 맥주입니다. 또한 생활맥주에서는 계량컵에 제공되어 '거품 포함 500ml'가 아닌 '맥주만 500ml'를 담아드리고 있습니다. 소맥을 원하시는 분들께는 소주를 무료로 타드리고 있으니 무더운 여름, 한잔 드셔보시길 추천 드립니다.





# “취하면 나도 댕댕이 코스터 인증샷 모음ZIP



**MARK**

**생활맥주의 마스코트 “마크이사님”은 생활맥주 직원들의 힐링을 책임지고 있습니다.**

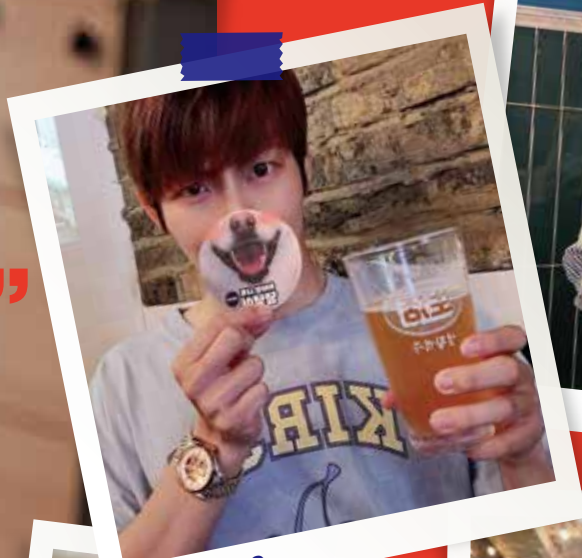
**그리고 또 하나, 그의 가장 큰 업무는 생활맥주의 모델!**

2021년 6월 생활맥주에서는 마크이사님을 모델로 한 NEW 코스터 '댕댕이 코스터'가 탄생했고, 생활맥주를 찾아 주신 많은 고객분들께서 '댕댕이 코스터 인증샷'을 남겨 주셨어요. 예쁘고 잘생긴 고객들은 다 생활맥주로 물려오셨는지 자랑하고 싶은 인증샷이 많아 댕댕이 코스터 인증샷 베스트로 이번 코너를 채워보았습니다.



@\_99\_seok

# 댕댕이”



@hunnggee



@da.eunii



@mam\_z



@doberman2013



@hiyeji\_hiyeji



@alexanderwmlm

# 생활 IN INTER VIEW



붉게 지는 노을, 얼굴을 스치는 선선한 바람, 시원한 맥주.

지상 낙원이나구요?

생활맥주 제주연동점의 이야기입니다.

여러 사업체를 운영하시면서도 제주도민과 관광객들의 입맛,

그리고 마음을 사로잡아 단숨에 제주의 핫플레이스로 자리잡은 비법!

인터뷰로 더 자세히 알아보았습니다.



생활맥주  
제주연동 점주님

**Q 안녕하세요 점주님! 요즘 어떻게 지내세요?**

**A** 안녕하세요. 코로나로 인한 사회적 거리두기 때문에 자영업자분들에게 큰 위기가 있었죠. 저희도 마찬가지였습니다만 그래도 버틸 만합니다. 백신도 맞고 있으니 점차 좋아질 것이라 기대중이에요.

**Q 코로나로 전세계가 고통받고 있는 것 같아요. 그래도 버틸 만하시다니 다행입니다! 생활맥주만의 장점 때문일까요?**

**A** 어느정도 있는 것 같아요. 단체손님이 많은 사업장은 코로나로 큰 타격을 받았는데, 생활맥주는 2~4인의 소규모 손님을 받는 것으로도 운영이 가능하잖아요. 이게 큰 메리트로 작용한 것 같아요. 수제맥주에 대한 관심도 계속해서 늘고 있어서 더 경쟁력 있는 브랜드로 성장할 것 같습니다.

**Q 감사합니다! 제주연동점은 다른 사업체와 생활맥주를 함께 운영 중이신 걸로 알고 있어요. 많은 창업 아이템 중 생활맥주를 선택하시게 된 계기가 있으세요?**

**A** 일단 제가 맥주를 좋아해요. 그러다 보니 국산 수제맥주를 사용하는 것이 매력적으로 느껴졌어요. 다른 호프집이나 술집들은 어디서나 같은 맥주만 판매하고, 생맥주라고 해도 해외 브랜드의 비슷한 맥주들인데, 생활맥주에서는 오직 생활맥주에서만 마실 수 있는 국산 수제맥주들이 있는 것이 가장 큰 장점인 것 같아요.

생활  
**INTERVIEW**

**Q 여러 사업들로 해외경험도 많으시죠!**

**해외 맥주와 비교했을 때 국산 수제맥주 술~적하! 어떠세요?**

**A** 맛있어요. 정말 맛있어요! 한국 수제맥주가 경쟁력이 있다고 생각해요. 전 정말 좋아합니다.

**Q 저도 국산 수제맥주, 특히 생활맥주의 수제맥주 너무 맛있다고 생각해요!**

**요즘 '수제맥주' 시장이 말그대로 급성장 중이죠! 손님들의 반응도 느껴주세요?**

**A** 제주도에는 수제맥주를 판매하는 곳이 그렇게 많지 않아서, 처음 방문하시는 분들 중 신기해하시는 분들도 아직 있으세요. 그런데 막상 마셔 보면 너무 맛있는 거죠. 이 맥주들이 생활맥주에서만 판매되는 수제맥주라 단골 손님이 되시는 경우가 많아요.

여러 명이 같이 와도 다 똑같은 맥주를 마시는 게 아니라 내 취향에 맞는 각기 다른 맥주를 마실 수 있으니 고객분들께 반응이 좋습니다.

**Q 그럼 조금 사적인 질문인데! 점주님의 원 픽! 맥주는?**

**A** 저는 제주당 골든에일 제일 좋아합니다. 아무래도 제주에서 만들어졌고, 이름에도 '제주'가 들어가다보니 더 정감가는 것도 있고요. (웃음)  
감귤 껍질의 신선한 향이 기분을 좋게 만들어 줘요. 정말 맛있지 않나요?

**Q 크~ 제주당 골든에일 너무 맛있죠.**

**흔히들 맥주집이나 술집 운영을 어렵게 생각하시는 분들이 많이 계세요. 실제로는 어떠세요? 생활맥주라 좀더 편안한 점이 있다면?**

**A** 사람마다 차이는 있을 것 같아요. 저희 같은 경우엔 제주도라는 지역 특성 때문에 물류로 고생했어요. 그래도 적응이 되어 이전 관찰합니다.  
생활맥주라서 더 편안한 점이라면 타 프랜차이즈에 비해 메뉴를 조리하는 데 있어 정말 정말 편해요.

**Q 오! 조금 더 자세히 이야기해주세요!**

**A** 메뉴 조리가 정말 쉬워요. 제가 요리를 잘 못해서, 내가 하면 남들이 다 할 수 있다고 생각하거든요. 3시간 일하는 파트타임 직원들도 다 조리를 할 수 있습니다. 다시 한번 말씀드리지만 너무 간편해요.

요즘은 임대료보다 인건비가 더 많이 나오기도 하는데 생활맥주는 조리가 편해서 적은 인원으로도 충분합니다. 인건비 감축에 큰 역할을 하는 것 같아요.





**Q 프랜차이즈 운영할 때 본사의 역할이 굉장히 중요하죠. 본사에 대한 만족도는? 솔직히 말씀해 주세요.**

**A** 90%요! 만족합니다. 프랜차이즈다운 프랜차이즈라고 생각해요. 다른 프랜차이즈들은 커뮤니케이션이 너무 어려워 장사를 해야 하는데 물건이 잘못 와도 답변이 너무 느려요. 생활맥주는 문의를 하면 답변이 정말 빠르게 옵니다. 피드백이 빠르니 문제도 빠르게 해결되고, 언제나 친절하게 답변 주세요. 신메뉴를 출시할 때는 직영점 테스트를 미리 거치는 시스템도 안정적이라고 느껴져요.

**Q 제주연등점에 대한 이야기도 나눠볼까요? 제주연등점이 예쁜 생활맥주 매장으로 항상 손꼽혀요! 알고 계셨나요?**

**A** 아뇨, 몰랐습니다. (웃음) 제주도는 가을과 겨울이 그렇게 춥지 않고, 옥외 영업을 허가되면서 옥상을 캠핑장처럼 꾸며봤어요. 맥주는 밖에서 마실 때 더 맛있게 느껴지잖아요. 루프탑에 앞전구도 설치해 두었더니, 루프탑을 보고 오시는 손님들도 많이 계세요. 들어오시자마자 루프탑 가는 길을 찾으실 정도로 인기가 좋습니다.

**Q 제주도의 핫플레이스가 되었네요! 이걸 다른 생활맥주 점주님들께도 도움이 될 것 같은데, 나만의 '생활맥주 운영 팁'이 있다면?**

**A** 팀이라고 말할 것까지는 없지만, 직원들을 주방과 홀 멀티로 운영하는 것? 보통 점주가 주방에 있고 직원들이나 पार्ट타이머가 홀에 나와있는 경우들이 많아요. 그렇게 되면 제가 손님들의 피드백을 가까이에서 듣지 못하고, 단골손님으로 영업을 어렵더라고요. 문제가 발생했을 시 대응도 느리고요. 계속 말씀드리는데 조리가 정말 간편하기 때문에, 직원들을 홀과 주방 멀티로 운영하고 있습니다.

**Q 꿀팁 감사합니다. 인터뷰도 거의 막바지예요! 제주연등점을 홍보하실 수 있는 기회를 드릴게요!**

**A** 2-3층의 루프탑! 제주도는 미세먼지가 적은 편이예요. 제주도의 맑은 날씨와 함께 야외에서 수제맥주를 드실 수 있어요! 또 매장에 많은 인원을 수용할 수 있습니다. 코로나가 풀리면 단체손님도 많이 찾아 주실 것 같아요. 그리고 접근성이 좋은 것 같아요. 위치도 제주 시내에 위치해 있어서 1차나 2차 상관없이 언제든지 오실 수 있어요. 제주도에 거주하고 계시거나 관광 오셨을 때 수제맥주가 생각난다면 꼭 한번 방문해주세요.

**Q 생활맥주 창업을 고민하시는 분들께 한마디 부탁드립니다!**

**A** 많은 사업장을 운영하고 있지만, 생활맥주는 체계적인 본사와 편한 운영이 큰 장점입니다. 처음으로 창업을 하시는 예비 창업자분들께 큰 메리트라고 느껴져요. 앞으로 점점 더 경쟁력 있는 브랜드가 될 것이라고 생각합니다.

**Q 마지막 질문입니다! 나에게 생활맥주는 \_\_\_\_\_ 다?**

**A** 나에게 생활맥주는 '기대' 다. 오픈하자마자 코로나가 터졌어요. 지금도 매장 운영에는 만족하고 있지만, 코로나로 해보지 못한 것들이 너무 많아요. 이제 좋아질 일만 남았고, 기대할 부분만 남았다고 봐요. 그래서 생활맥주는 제게 기대입니다.



W I L D B E E R

**와일드 비어,**  
과거를 현대에서 재해석하다



# WILD WAVE BREWING

안녕하세요. 비어 가이드 독자 여러분.

저는 부산에서 자연 효모와 미생물을 사용한 와일드 비어를 주로 생산하고 있는 와일드웨이브 브루잉의 대표 김관열입니다.

## WILD BEER



와일드 비어라고 하면 많이 생소하신 분들이 많으실 텐데, 지금처럼 라거와 에일이 발전하기 전 만들었던 대부분의 맥주가 이 와일드 비어였다고 생각하시면 됩니다. 우리 술에 비유를 하자면 서울 장수 막걸리, 부산 생탁 같은 현대화된 막걸리가 아닌 금정 산성 막걸리, 삼해 탁주와 같은 전통적인 방법을 바탕으로 만드는 막걸리와 유사하다고 할까요?

저희를 비롯한 크래프트 맥주회사들이 와일드 비어에 주목하는 이유는 아마도 맛의 복잡성, Complexity에 있지 않을까 생각합니다. 전 세계에서 사랑받고 있는 라거는 그 특유의 깔끔함, 경쾌한 탄산감을 가지고 있으며 어느 음식과도 잘 어울리는 맥주이고, 에일은 특히 레몬, 자몽, 감귤과 같은 흠의 캐릭터가 강조된 화사한 맥주들과 초콜릿, 커피와 같은 맥아의 캐릭터가 강조된 흑맥주 등이 많은 사랑을 받고 있습니다. 물론 라거와 에일도 이렇게 개성 있는 맛을 가진 다양한 맥주들이 있지만, 와일드 비어는 그 고유의 복합적인 캐릭터들을 잘 어우러지게 가지고 있는데, 이게 맥주인지 과실주인지 구분이 되지 않을 정도의 풍부한 향과 맛을 지니고 있습니다.

그 중 먼저 와일드 비어를 지금까지 잘 보존해오고 있는 벨기에 람빅 스타일을 소개합니다.



Traditional Speciality Guaranteed LOGO

<출처 : [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr)>

## 맥주의 조상 '람빅'

'람빅'이라는 이름은 벨기에 브뤼셀 근처 작은 마을인 램비크(Lembek)에서 유래하였다는 설이 가장 유력합니다. Spontaneous Fermentation 이라는 자연 발효 방법을 16세기부터 꾸준히 발전 계승하여 지금의 람빅 스타일을 만들어내고 있습니다. 람빅이라는 명칭은 유럽연합에서 인증하는 전통특산품보증 (TSG, Traditional Speciality Guaranteed)에 따라 오직 벨기에 브뤼셀 근방에서 생산된 맥주들만 사용할 수 있습니다. (다른 나라에서는 spontaneous ale, oak-aged wild ale 등으로 다양하게 스타일을 표현하고 있습니다) 보통 10월부터 다음해 3월까지만 양조를 진행하고, 나머지 기간에는 발효 숙성 관리 및 패키징 작업을 진행하게 됩니다. 병에서 2차적으로 발효 숙성을 통하여 탄산을 생성하게 되는데, 이 과정이 삼페인과 유사하여 '브뤼셀 삼페인'이라고 불리기도 하였습니다.

'람빅'은 맥아와 전체 곡물재료 중 비율 30% 이상의 밀, 3년 이상 묵힌 홉을 사용하여 맥즙을 만들고, 끓인 맥즙을 하룻밤동안 식히는 과정에서 공기중의 효모와 미생물들이 맥즙에 내려앉으면 발효가 시작됩니다. 발효가 시작된 맥즙은 오크통으로 이송되어 짧게는 6개월, 길게는 3~4년의 발효 숙성기간을 거친 후 완성이 됩니다.



람빅 스타일은 만드는 방법의 디테일에 따라 세분화됩니다.

이 '람빅'을 그대로 판매를 하기도 하지만, 2~3년 이상의 올드 람빅과 1년 미만의 영 람빅을 섞어 맥주의 밸런스를 맞추는 작업을 통해 탄생하는 괴즈(Gueuze)가 가장 대표적인 람빅 스타일 맥주입니다. 일반적인 '람빅'은 블렌딩 작업이 없기 때문에 술이 담겨 있었던 배럴에 따라서 맛이 조금씩 다를 수 있다는 단점이 있습니다. 이런 단점을 와인, 샴페인과 같은 다른 발효주처럼 블렌딩을 통하여 제품별 편차를 줄여 극복하고 있습니다.

그 밖에도 설당을 사용한 파로(Faro), 사위 체리를 사용한 크릭(Kriek), 라즈베리를 이용한 프람부아즈(Framboise) 등이 있고, 최근에는 바질, 레몬, 엘더플라워 등 다양한 로컬 재료를 사용하여 다채로운 캐릭터들을 가진 람빅 스타일 맥주들이 계속해서 출시되고 있습니다. 유기농 인증을 받은 제품들도 함께 출시되어 현재는 10개의 브루어리와 4개의 블렌더가 벨기에 지역에서 다양한 람빅 스타일을 생산하고 있으며 이 숫자는 계속해서 늘어나는 추세입니다.

## 북유럽의 샴페인, ‘베를리너 바이세’

이름에서부터 알 수 있듯, 베를리너 바이세는 독일 북부 베를린 근방에서 만들어지는 밀맥주로 16세기부터 꾸준히 만들어져 왔다고 알려져 있습니다. 이 또한 여러가지 설이 있으나 프랑스 칼뱅주의 개신교들이 플란더스 지방을 거쳐 독일 북부에 정착하게 되면서 이러한 형태의 맥주를 만들게 되었다는 이야기가 전해지고 있습니다. 나폴레옹 시절 베를린을 점령한 프랑스 군인들은 이 맥주를 북유럽의 샴페인(The Champagne of the North) 라고 부르기도 하였습니다.

베를리너 바이세는 람빅과 유사하게 맥아와 전체 곡물 비중의 25% 이상을 밀 맥아를 사용해서 만듭니다. 이 맥주의 경우는 자연발효 방식보다는 유산균을 발효와 숙성과정에서 적극적으로 사용하는 것이 특징입니다. 라거와 유사한 공정으로 맥즙을 만들어 1차 발효를 한 뒤, 유산균을 투입하여 2차로 발효를 진행한 후 패키징을 하여 제품을 출시합니다. 과거에는 보통 3월에 양조하여 더운 여름을 땅속이나 동굴 등에서 숙성을 통해 특유의 산미와 탄산을 만든 후 제품을 출시하였다고 합니다.

람빅에 비해서는 상대적으로 저도수(3~5%)의 맥주이면서 산미도 단조로운 편이나, 신맛을 어려워하는 소비자를 위해 라즈베리 시럽과 함께 서빙하거나, 라거와 섞어서 마시기도 합니다.



나폴레옹  
 <출처 : 위키백과>

## 우리 곁으로 한걸음 가까이

19세기 초반 하더라도 700여 개 양조장에서 베를리너 바이세를 생산하였지만, 지금은 베를린에 위치한 2곳의 양조장에서만 그 명맥을 이어 나가고 있습니다. 이에 영향을 받은 세계의 많은 크래프트 맥주 회사들이 베를리너 바이세를 본인들의 방식으로 생산하고 있습니다.

위 대표적인 두 맥주 스타일은 이제는 우리 주위에서 쉽게 만날 수 있습니다. 5년 전만 하더라도 이런 맥주를 구하기 위해서 일본이나 중국의 크래프트 맥주샵을 방문하는 여행을 떠나기도 했는데요. 이제는 국내에 유명한 브루어리의 와일드 비어들이 수입도 되고, 많은 분들이 직구를 통해서 맥주를 구입하기도 합니다. 저희 와일드웨이브처럼 저희만의 방식으로 와일드 비어들을 재해석하는 국내 양조장들도 늘어나고 있습니다. 아직 접하지 못하신 분들이 계시다면 생활맥주의 뽀뽀사위를 비롯하여 다양한 와일드 비어를 꼭 시도해 보셨으면 좋겠습니다!

## 해질녘의 살랑한 바람, 와일드 비어 한 모금

혹 누군가가 위의 두 맥주와 같은 와일드 비어를 언제 마시는 것이 좋냐고 물어보시면, 저는 이렇게 대답하곤 합니다. 봄, 여름, 가을 오후 4시~5시 정도에 바람이 살랑살랑 불어오는 테라스자리나 잔디밭에서 지인들과 함께 시원하게 한잔 하는 상상을 하게 된다고요. 상큼한 산미와 함께 좋은 밸런스를 가진 와일드 비어 한잔이면, 그동안 묵은 피로감이 한순간에 사라지고, 기분이 순식간에 리프레쉬되어 즐거운 시간을 맞이하는 그런 행복한 순간! 그 순간을 여러분도 느껴 보시면 좋을 것 같습니다. 기분이 우울하고 답답할 때는 와일드 비어와 함께 기분 전환을 해보시면 어떨까요?  
 라거, 에일과 함께 와일드 비어에도 많은 관심 부탁드립니다!

