2002년 5월 31일 창간 독자센터 : (02)721-9861

metroseoul.co.kr

metro®

Life

제5894호 2026년 4월 16일 목요일

굿즈에서 경험으로
K-팝 영향력
유통·호텔까지
L1

국산신약
제형·용량 다양화
편의성 높여
L2

130년 깊은맛에 현대적 감성 더해… 일상에 커피향 채우다

메가히트 브랜드 탄생스토리

동서식품 '맥스웰하우스'

130년 역사를 지닌 글로벌 커피 브랜드 맥스웰하우스가 다시 한 번 변화를 꾀하고 있다. 동서식품은 최근 RTD(Ready-To-Drink) 제품군 전면 리뉴얼을 통해 '하나의 맥스웰하우스' 브랜드 체계를 구축하며, 일상 속에서 한결같이 즐길 수 있는 커피라는 정체성을 재정립했다.

1

2

3

4

5

6

1 1970년 출시된 맥스웰하우스 인스턴트 커피
2 1972년 맥스웰하우스 신문광고
3 1976년 세계최초 맥스웰하우스 커피믹스 출시
4 1986년 국내 최초 캔커피 맥스웰, 카페오레
5 1990년대 백화점 원두커피 시음행사
6 2015년 맥스웰하우스커피믹스 리뉴얼

/동서식품

130여년 전 미국서 출발한 커피 브랜드
1970년, 동서식품 통해 국내로 유통

크리머, 설탕 배합한 첫 커피믹스 선봬
아이스·디카페인 등 제품 라인업 확장
1986년 캔커피 출시…대중화 이끌어

최근 패키지 리뉴얼, 브랜드체계 통합
시각장애인 위해 페트 제품 점자 표기
헤리티지 담긴 클래식 이미지로 차별화

◆ '맥스웰하우스' 국산 커피 시대 시작

맥스웰하우스의 출발은 130여 년 전 미국으로 거슬러 올라간다. 커피 세일즈맨이었던 조엘 오슬리 칙(Jeol O. Cheek)은 세계 최고의 맛과 향을 가진 커피를 만들겠다는 목표로 커피를 완성했다. 이 커피는 1892년 미국 내쉬빌의 '맥스웰하우스' 호텔에 처음 납품됐으며, 이후 입소문을 타면서 호텔 이름을 브랜드로 상업화해 판매되기 시작했다.

국내에서는 1970년, 동서식품이 맥스웰하우스를 생산하던 미국의 제너럴 푸즈와 합작 투자 계약을 체결하며 본격적인 커피 역사가 시작됐다. 그해 9월 커피 원두를 볶아 분쇄한 상태로 캔 포장된 '맥스웰하우스 레귤러커피'가 출시되며, 미군 PX에서 나온 커피 대신 최초로 국내에서 제조된 커피가 소비자들에게 공급되기 시작했다. 같은 해 12월에는 한국 최초의 분말화된 입자 형태의 '맥스웰하우스 인스턴트커피'도 선보였다.

◆커피믹스서 캔커피 대중화까지

맥스웰하우스는 고정관념을 깨는 혁신을 통해 국내 커피 문화를 선도해 왔다. 1976년 선보인 세계 최초의 커피믹스인 '맥스웰하우스 커피믹스'가 대표적이다. 당시만 해도 커피는 커피와 크리머, 설탕을 각각 넣어 마시는 방식이 일반적이었다. 동서식품은 커피 제조 노하우를 토대로 커피, 크리머, 설탕을 한국인의 입맛에 맞는 이상적인 비율로 배합했으며, '언제 어디서든 간편하게 즐기는 커피'라는 새로운 기준을 제시했다.

이후 아이스로 즐기기 좋은 최고급 분무건조 커피 '맥스웰하우스 그래뉼', 카페인 성분을 97%까지 제거한 인스턴트 탈카페인 커피 '맥스웰 상카' 등으로 제품 라인업을 확장했다.

RTD시장에서 맥스웰하우스의 존재감은 더욱 뚜렷했다. 1986년 출시된 '맥스웰하우스 캔커피'는 국내에서 생소했던 캔커피를 대중적인 음료로 끌어올렸다. 신선한 커피 추출액에 우유와 당류를 더해 부드러운 맛과 향을 살린 제품으로, 커피액에 우유의 맛을 더한 '맥스웰 카페 오레'와 우유 함량을 최소화하면서 커피의 맛과 향을 강조한 '맥스웰 커피' 2종으로 출시됐다. 제품은 출시 직후부터 젊은 직장인과 대학생들 사이에서 인기를 얻으며, 발매 4개월 만에 500만 캔 생산을 돌파했다.

이후 '맥스웰하우스 마스터', '맥스웰하우스 콜롬비아나 마스터' 등 프리미엄 라인업을 강화하며 약 40년간 RTD 시장에서 스테디셀러로 자리매김했다. 지난 2019년에는 국내 RTD 페트 제품의 시장 규모가 증가하는 것에 주목해 RTD 페트 제품 '맥스웰하우스 콜롬비아나 마스터' 블랙·라떼 2종을 선보였고, 이듬해 '스위트 블랙'을 추가 출시했다.

▲맥스웰하우스 페트제품 상단 점자표기.

동서식품은 이달 맥스웰하우스 브랜드 패키지 디자인을 리뉴얼하고 브랜드 체계를 통합했다.

◆'하나의 맥스웰하우스' 전면 리뉴얼

동서식품은 올해 4월 맥스웰하우스 RTD 제품의 패키지 디자인을 리뉴얼하고 브랜드 체계를 통합했다. 이번 리뉴얼은 기존의 서브 브랜드 체계를 '맥스웰하우스' 단일 브랜드로 통합해, 보다 일관된 브랜드 이미지를 구축하기 위해 추진됐다.

새로운 패키지에는 130년 전통의 헤리티지를 현대적으로 재해석한 브랜드 로고가 적용됐다. 맥스웰하우스의 상징인 'Good to the last drop(마지막 한 방울까지 맛있는)' 슬로건과 커피잔 아이콘을 전면에 내세웠다. 이를 통해 브랜드 고유의 품질 철학을 직관적으로 전달하고, 트렌드 중심의 RTD 커피 시장에서 클래식한 이미지로 차별화하겠다는 계획이다.

시각장애인 소비자의 제품 식별 편의성을 높이기 위한 요소도 더했다. 페트 제품 상단에 점자 표기를 통해 제품 유형을 손끝으로 구분할 수 있도록 했다.

현재 맥스웰하우스는 페트 4종(블랙, 라떼, 스위트 블랙, 헤이즐넛 블랙)과 캔 3종(오리지날 블랙, 스위트 아메리카노, 카페라떼)의 라인업을 갖추고 있다.

동서식품 관계자는 "이번 리뉴얼은 맥스웰하우스가 지난 130년 전통의 헤리티지를 계승하는 동시에, 현대적인 감각으로 소비자들에게 다가가기 위해 진행했다"며 "앞으로도 맥스웰하우스가 소비자의 일상에서 꾸준히 선택받는 커피 브랜드가 될 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

metro

메트로 한줄뉴스

▲U-20 여자축구, 오늘 아시안컵 4강서 두 번째 '남북 대결' /사진 뉴시스

▲'이강인 벤치' PSG, 리버풀 2-0 제압…UCL 4강 진출

▲손아섭, 홈런으로 화려한 이적 신고…트레이드 효과 누린 두산

▲'부활 날갯짓' 이정후, 2루타 포함 멀티히트…시즌 타율 2할대

▲'성범죄 의혹' 황석희, '스파이더맨4' 번역 빠진다

▲문채원, 비연예인과 6월 결혼…"소중한 인연 만나"