

한국 커피시장 현황과 21세기의 비전

진양호*

< 목 차 >

I. 서론	IV. 결론
II. 이론적 고찰	참고문헌
III. 한국커피 시장 현황	ABSTRACT

I. 서론

1. 문제제기

프랑스 작가 타레랑은 커피를 “악마와 같이 검고, 지옥같이 뜨겁고, 천사와 같이 순수하고, 키스처럼 달콤하다”고 표현했고, 바하는 “커피 칸타타”를 작곡했으며, 황제 나폴레옹 보나파르트는 커피가 없으면 침대에서 일어나지 않았고 베토벤의 아침식사는 커피뿐이었다.

커피가 문헌상에 처음으로 언급된 것은 AD 900년경 아라비아 내과의사인 라세스의 의학서적에서이다. 처음에는 음식으로 사용되었으며 술, 의약품을 거쳐 지금처럼 음료로 이용된 것은 AD1,100년경으로 알려져있다.

이러한 커피가 국내에 처음소개된 것은 1890년 전후로 추정된다. 그후 1896년 국내에 와 있던 러시아인들이 그들이 경영하는 잡화점안에서 운영하던 『다실』이 국내 다방의 효시이며 근대적 성격의 다방은 1924년 일본인들이 국내에서 본격적

* 경기대학교 관광학부 교수
한국조리학회 회장

인 상업행위를 시작하면서부터라 할 수 있다.¹⁾

이후의 커피는 더욱더 우리 생활의 일부로서 역할을 하며, 커피의 수입량도 급격히 상승하였다. 하지만 우리의 커피문화는 단순히 커피를 기호식품으로 그리고, 수입품으로 한정하면서, 이에 대한 연구도 미비하고, 또한 발전에도 한계성을 가지고 있다. 이탈리아의 경우 자국에서는 한톨의 커피도 생산하지도 않으나, 세계적인 커피수출국으로서, 또한 세계적인 브랜드로서도 유명하다.²⁾

따라서, 한국에서도 커피의 위상이 새롭게 세워져야하고, 국가적인 발전방안도 요구된다고 할 수 있으며, 뿐만아니라, 미비한 커피에 대한 연구도 보다 활발해져야 할 것이다.

이에 본 연구는 한국 커피시장 현황을 파악하고, 21세기를 전망하여 새로운 세기의 한국 커피시장의 비전을 제시하고자 한다.

2. 연구목적

본 연구는 커피에 관한 이론의 체계를 세우고, 한국 커피시장의 현황을 조사하고자한다. 그래서 이에 근거하여 21세기를 위한 새로운 전략 방안을 제시하고자한다.

위와 같은 연구목적을 달성하기 위한 구체적인 목표는 다음과 같다.

첫째, 커피의 역사, 주요생산지, 원종 및 특성, 원두가공과 배합, 조리, 메뉴법에 관한 이론적인 연구를 하고자 한다.

둘째, 커피시장의 현황을 살펴보고, 21세기를 맞아 발전방안을 살펴보고자 한다.

1) 윤은옥, 『99. 3월 월간식당』, p.148.

2) 정유정, 『99. 9월 월간식당』, pp.170~171.

II. 이론적 고찰

1. 커피의 역사

커피라는 말이 어디에서 온 것이지는 분명치 않다. 아랍어에 그 뿌리를 두었다고도 하고, 커피의 원산지인 통하는 이디오피아의 지명에서 나왔다고도 한다. 이디오피아에는 지금도 야생으로 자라는 커피나무가 우거진 곳이 있는데, 그곳의 지명이 'Kaffa' 인 것으로 보아 상당한 신빙성을 지니고 있다.

이 Kaffa라는 말은 '힘' 을 뜻하는데, 일설에 의하면 아비시니아(현재의 이디오피아)를 여행하던 아라비아인이 커피를 발견하고 그 나무에 감사의 뜻으로 아라비아어인 'Kaffa' 라는 이름을 지어주었다고 한다. 이것은 다시 아라비아로 건너가 '카화(Qahwa)'로, 터키에서는 '카베티(Kahve)'로 변화하였으며, 영국에 커피가 전해진 10여년 뒤인 1650년경 블런트 경이 처음으로 'Coffee'라는 말을 사용하여 오늘에 이르게 되었다는 것이다.

이처럼 그 어원이 분명치 않은 만큼 전래된 내력도 분명치 않다. 전설이나 일화로 전해오는 내력에는 여러 가지가 있다. 양치기 '칼디아'의 이야기와, 이슬람교 사제이며 의사인 '오마'의 이야기, 그리고 아라비아의 주술사에 관련된 이야기 등이 그것이다.

양치기에 관한 이야기는 다음과 같다. 서기 600년경 예멘에 있는 Shehodet Monastery 근처에서 양떼를 돌보고 있던 '칼디아'라는 양치기가 저녁마다 양들이 소리를 지르며 날뛰는 모습에 놀라 수도원의 사제를 찾아가 도움을 청했다. 이에 사제들은 흥분한 양들을 관찰한 후 아마도 먹이 때문일 것이라고 생각하고 다음날 양떼를 따라다니며 먹는 것을 관찰했다. 그들은 양들이 전에 보지 못한 나무 열매를 먹는 것을 발견하고는 호기심으로 그 나뭇가지를 꺾어와 열매를 맛보았다. 맛을 본 사제들은 역시 자신들도 흥분상태를 느꼈다. 그 뒤부터 그 열매는 '졸음을 쫓고 영혼을 맑게 하며 신비로운 영감을 느끼게 하는 성스러운 것'으로 여겨졌다고 한다.

그리고 '오마'의 이야기는, 옛날 아라비아 메카의 수호성도 '오마'가 그 곳에서 추방당해 방랑의 길을 떠돌고 있었다. 어느날 오사바 지방의 들길을 지나게 되었는데 너무 피곤하고 시장하여 더 이상 걸을 수가 없었다. 그래서 배가 고팠던 오마는 그 나무의 열매를 따 가지고 수프를 먹었는데 향기와 맛이 일품이고, 원기가

다시 솟아나 피로를 회복하게 되었다. 이를 신기하게 생각한 오마는 그 열매를 다량 채집해서 병든 사람들에게 수프를 만들어먹여 많은 병자를 구하게 되었으며, 그 지역 사람들도 그 열매가 '신성한 음료를 만드는 열매'라는 것을 알게 되었다. 그후 그의 선행이 성역인 메카에까지 알려져 오마는 추방당했던 그곳으로 다시 돌아가게 되었고, 그 열매를 약용으로 널리 보급하게 되었다는 이야기이다.

이 두가지 이야기는 야생하던 커피나무가 일반 사람들에게 알려지게 된 시초의 이야기로서 단지 전설처럼 전해지고 있을 뿐이며, 커피에 관해 역사적으로 남아 있는 최초의 기록은 지금으로부터 약 1000년 전 사라센 문화의 근원지 바그다드에 살던 라세스(Rhazes, 850~922)라는 의학자가 아비시니아(현재의 이디오피아) 지방에서 나는 반(Bun)에 관해 기록한 것이다. '반'은 커피나무를 뜻하는 사투리로서, 그 음료는 'Bunchun'이라고 했다. 그는 커피즙이 위장에 좋다고 하면서 약용으로서의 효능을 강조하였고, 뒤이어 1세기쯤 후에는 아라비아의 의학자이며 철학자인 아빈센나(Avicenna, 980~1037)가 커피를 기호음료라고 기록한 것이 커피가 음료로서 소개된 최초의 문헌이라고 알려져 있다. 원산지인 아비시니아에서 약재와 식교 및 음료로 쓰이던 커피콩은 홍해를 넘어 아덴, 메카, 카이로 등지로 전파되었고, 다시 1300년경에는 이란으로, 그리고 1500년경에는 터키까지 전해졌으며, 터키의 유럽 침공을 계기로 유럽제국에 소개되면서부터 전세계에 알려지게 되었다.³⁾

최고 오래된 커피 재배 농업의 기원은 1727년대로 거슬러 올라가 브라질에서 찾아볼 수 있다. 프랑스는 하이티(Haiti)와 산토도밍고(Santo Domingo) 지방에 커피 재배단지를 성공적으로 만들었다. 오늘날 커피는 남미, 중미, 선인도제도, 아시아, 아프리카 등에서 재배되고 있다. 회교 국가에서는 이것을 알코올 음료로서 사용을 금지시켰지만 커피의 수요량이 급증하여 모든 아랍국가들도 관습화되어 가고 있는 실정이다.

16C 중엽 터키의 콘스탄티노플(Constantinople)에 최초의 커피숍이 비엔나에 등장했고 그 후로 커피마시는 습관이 전세계로 퍼져나가게 되었다. 한국에는 커피가 어느 때에 들어왔는지 정확하게 알 수 없으나 조선시대에 외국선교사들이 들어올 때 가져왔다는 기록이 전해지고 있다.⁴⁾

3) HOTEL LOTTE, 식음료 직무교재, pp.140~141.

4) 진양호, 현대서양조리, 형설출판사, 1999, p.468.

2. 커피의 주요생산지

1) 토양 및 기후

커피는 천초과에 속하는 상록 관목으로써 주로 열대성 기후의 강우량이 많은 곳에서 재배되며, 해발 1,000~3,000m의 고산지대에서 좋은 품종이 생산되는 편이다. 따라서 열대와 아열대 지역, 그리고 일부 온대 지방이 커피 재배에 알맞은 기후 및 토양조건을 갖추고 있는데, 위도상으로는 북위 28°에서 남위 30°사이의 지역이다. 그래서 이 지역을 커피존(Coffee Zone)이라고 부르기도 한다. 커피존 중에서도 남북회귀선인 23.5°사이의 고산지대가 커피 재배에 가장 알맞는 지역이며, 강우량은 연간 최저 1,000mm에서 최고 1,800mm 정도가 알맞다. 또한 배수가 잘 되고 서리가 내리지 않는 곳이라야 함은 물론, 열매를 맺을 때는 우기 그리고 익기 시작하면 건기가 계속되어야 한다.

2) 생산지

주요 산지는 크게 아프리카 지역, 중남미 지역, 아시아·태평양 지역 등으로 나눌 수 있다.

- ① 아프리카 지역: 이디오피아, 케냐, 우간다, 탄자니아, 아이보리코스트.
- ② 중남미 지역: 브라질, 콜롬비아, 코스타리카, 과테말라, 멕시코, 엘살바도르, 온두라스.
- ③ 아시아·태평양지역: 인도네시아, 파푸아뉴기니아, 필리핀, 아라비아, 인도.
- ④ 서인도제도: 자마이카, 도미니카, 하이티.

이들 국가 중에서도 브라질과 콜롬비아, 인도네시아에서 생산되는 커피가 세계 총 생산량의 50%를 넘고 있다.

3) 산지별 커피 원두

커피 산지가 곧 커피 원두의 이름인 경우가 많은데, 산지별로 생산되는 커피 원두는 다음과 같다.

- ① 아프리카 지역(중앙아시아 포함)
 - 킬리만자로 - 탄자니아 산
 - 모카마타리 - 예멘산
 - 마카하라리 - 예멘산
- ② 중남미 지역

- 블루 마운틴 - 자마이카산
- 산토스 - 브라질산
- ③ 아시아 · 태평양지역
 - 만테린 - 인도네시아 산

3. 커피의 원종 및 특성

커피는 크게 아라비카, 로브스타, 리베리카의 3대 원종으로 분류된다. 그러나 리베리카는 거의 생산되지 않아, 일반적으로 아라비카에서 분류된 마일드(Mild)와 브라질(Brazil), 그리고 로브스타(Robusta)가 세계 커피의 3대 원종으로 구별되고 있다.

1) 마일드(Mild)

이디오피아의 고산지대가 원산지로서, 맛과 향이 뛰어나고 산출량도 많다. 모카를 비롯하여 콜롬비아, 코스타리카, 멕시코, 과테말라, 온두라스, 엘살바도르, 에쿠아도르, 이디오피아, 베네주엘라 등에서 재배되고 있다.

- ① 모카(Mocha): 흔히 아라비아라고 부르는 예멘 지방에서 생산되며, 원두는 황록색이다. 신맛과 단맛이 좋으며 뛰어난 향기를 지니고 있어 “커피의 귀족”이라고 불리운다.
- ② 콜롬비아(Colombia): 브라질 다음으로 산출량이 많으며, 청록색 원두로써 알맹이가 크고 일정하다. 풍미와 신맛, 단맛 등이 뛰어나며, 향기와 맛이 진하고 추출량도 브라질보다 20%이상 더 나온다.
- ③ 과테말라(Guatemala): 긴 타원형 또는 둥근 모양의 청록색 원두로, 신맛과 단맛이 있고 향과 맛이 진하다.
- ④ 이디오피아(Ethiopia): 아라비카 종을 탄생시킨 커피의 발상지로, 원두의 모양이 길고, 색깔은 청록, 황록으로 모카와 비슷한 맛을 내며, 특히 신맛이 강하다.
- ⑤ 엘사바도르(El Salvador): 대체로 원두의 크기가 굵고 고르며 아름다운 녹색을 띠고 맛과 향이 진하다.
- ⑥ 멕시코(Mexico): 중미의 대표적인 커피로서 신맛이 강한 편이다. 좋은 제품으로는 코르도바, 베라쿠르스, 오리자바 등이 있으며, 배합용으로 많이 사용되고 있다.

한국커피 시장의 현황과 21세기 비전

2) 브라질(Brazil)

세계 제일의 산출량(세계 총 생산량의 약 1/3)을 자랑하는 품종으로, 원두의 모양은 원형 또는 타원형으로 부드럽고 신맛이 강하다. 주로 배합의 기초로 많이 사용되고 있으며, 특히 브라질 산토스는 브라질에서 생산되는 커피 가운데 가장 좋은 품질로 평가되고 있다. 브라질 커피는 No.2를 표준으로 No.2에서 No.8까지 등급에 따라 번호를 붙여 출하되고 있으며, 미나스, 리오, 빅토리아 등 유명한 것도 있다.

- ① 블루 마운틴(Blue Mountain): 서인도 제도의 카리브 연안에 위치한 자마이카섬 동부의 2,500m 고지대에서 산출되는 커피로서 생산량은 극히 적으나 세계에서 맛이 가장 좋으며, 향기가 뛰어나서 세계 제1급 커피로 알려져 있으며 No.1,2,3으로 나뉘어 있다.
- ② 탄자니아(Tanzania): 쓴맛과 신맛이 잘 조화되어 있는 커피이며, 특히 탄자니아의 킬리만자로 산록에서 생산되는 킬리만자로는 신맛이 대단히 강하다. 향기가 높은 커피로서 모카와 콜롬비아를 배합한 것 같은 맛을 지니고 있어 스트레이트용으로 많이 사용된다.

3) 로브스타(Robusta)

중앙 아프리카의 콩고지방이 원산지로서, 아프리카와 동부의 인도나 인도네시아, 자바 등지에서 재배되고 있으며, 쓴맛이 강한 것이 특징이다.

- ① 아이보리코스트(Ivory Coast): 아프리카에서 가장 많이 생산되는 품종으로 세계적으로 브라질, 콜롬비아, 인도네시아, 멕시코 다음의 생산량을 자랑한다. 맛은 중성으로 특히 인스턴트 커피의 로브스타용으로 널리 쓰이고 있다.
- ② 우간다(Uganda): 동부 아프리카의 우간다에서 생산되며, 원두는 둥글고 작다. 맛은 약간 단조롭고, 쓴맛이 강하여 일반적으로 아이스커피용이나 배합용으로 많이 쓰인다.
- ③ 앙골라(Angola): 우간다에 비해 원두의 크기가 굵고, 신맛과 단맛이 있으며, 신맛과 단맛이 있느냐 쓴맛이 강하다. 품종으로 WBI와 EKI가 있다. 그러나 수마트라 섬에서 재배되는 커피는 품질면에서 대단히 우수하며 만테린이라고 불리우고 있다. 이는 신맛과 쓴맛이 조화되어 있다.

4. 원두가공과 배합

커피의 맛은 좋은 품종의 원두를 선택하는 것 못지 않게 가공과정 하나하나가 매우 중요하다. 특히, 커피원두를 가공하는 첫 단계인 볶는(Roasting: 배전) 기술에서부터 커피의 맛과 향은 크게 좌우된다. 커피원두는 커피나무에서 채취된 커피 열매를 잘 말려서 껍질을 벗겨낸 것이다. 이것을 로스터(Roaster)에 넣어 220 °C 전후의 온도로 가열하여 볶는 다음, 되도록 빨리 냉각시키는 과정 등을 거친다. 이때 볶는 정도에 따라 연한 볶음(American Roasting), 중간 볶음(Medium Roasting), 그리고 강한 볶음(French Roasting)으로 나뉘는데 그 정도에 따라 맛과 향이 다음처럼 구분된다.

- (1) American Roast: 신맛과 쓴맛이 오래 보존할 수 있다. 천연의 맛을 느낄 수 있다.
- (2) Medium Roast: 향기와 맛, 빛깔이 좋아 부드러운 맛을 느낄 수 있다.
(독일 스타일)
- (3) French Roast: 지방 성분이 표면으로 스며 나와 오래 보관할 수 없으나, 카페오레, 비엔나 커피 등 주로 어렌지 커피 메뉴에 알맞다.

이러한 배전과정에서 녹색의 원두는 황색으로 변했다가 다시 엷은 갈색으로, 그리고 다시 진한 갈색으로 되어 일반적으로 대하는 커피 본연의 색을 띠게 된다. 이때 원두는 무게가 약 12~20% 감소하는 반면, 부피는 50~100%증가한다. 이렇게 볶아진 원두커피는 품종과 볶아 낸 종류에 따라 맛과 향의 특성이 다르기 때문에, 커피의 특성과 취향에 맞도록 여러 종류의 원두를 알맞게 조화시키는 배합(Blending)의 과정을 거치게 된다.

그러나 우리가 일반적으로 대하는 커피는 “배전두”라고 불리는 원두커피 그대로가 아니라, 볶은 원두를 곱게 분쇄한 ‘분쇄커피’나 그 분쇄한 커피를 액화시켜 분말이나 과립의 형태로 건조시킨 ‘인스턴트 커피’가 대부분이다.

5. 커피의 조리

일반적으로 커피맛은 수질과 원두의 배합비, 그리고 끓이는 온도와 추출시간 등에 의해 좌우된다.

한국커피 시장의 현황과 21세기 비전

(1) 물

광물질이 섞인 경수보다는 연수가 적당하다.
냄새가 나는 물을 사용하여서는 절대 안된다.

(2) 온도

섭씨 85 °C~95 °C가 최적이다. 100 °C가 넘으면 카페인이 변질돼 이상한 쓴맛이 발생되며, 70 °C 이하에서는 탄닌의 떫은맛이 남게 되기 때문이다. 일단 끓여서 추출된 커피를 잔에 따랐을 때의 적정온도는 80 °C~83 °C이며, 설탕과 크림을 넣어 마시기에 최적온도는 66 °C내외이다.

(3) 배합비

레귤러 커피의 경우 10g 내외의 커피를 130~150cc의 물을 사용하여 100cc를 추출하는 것이 적당하다. 3인분이면 400cc의 물에 커피 30g을 넣어 300cc를 추출한다. 인스턴트 커피는 1인분에 커피 1.5~2g 정도가 적당하다.

(4) 크림

커피에 크림을 넣는 경우, 액상 또는 분말 어느 경우에도 설탕을 먼저 넣고 저은 다음에 넣는다. 커피의 온도가 85 °C 이하로 떨어진 후에 크림을 넣어야 고온의 커피즙에 함유된 산과 크림의 단백질이 걸쭉한 형태로 응고되는 것(Feathering 현상)을 방지할 수 있기 때문이다.

(5) 시간

커피맛과 향의 완벽한 추출을 위해서는 충분한 시간이 필요하다. 맛과 향이 담긴 섬유조직이 팽창되고 와해되어야만 하기 때문이다.

(6) 조리기구별 조리방법

① 퍼콜레이터(Percolator): 일명 “포트”라고도 한다. 포트 안에는 여과장치가 되어 있는데, 일정분량의 물을 붓고 열을 가하면 물이 비등점에 달했을 때 포트의 중앙에 있는 관을 통하여 윗부분에 장치된 여과반에 쏟아진다. 여과반의 커피가루가 끓는 물에 추출되어 여과반 밑에 뚫린 미세한 구멍을 통하여 아래로 흘러 내린다. 이 과정이 몇 번 반복되어 진한 커피가 된다.

② 사이폰(Syphon): 사이폰은 커피의 침출 여과 과정이 잘 이해되고, 커피가 완성되는 것을 끝까지 지켜볼 수 있는 즐거움이 있으며, 커피 본래의 향이 그대로

우려나 좋은 커피를 만들 수 있다. 보통 플라스크(하부품)와 로드(상부품)를 상하로 연결하여 사용하는 형으로, 먼저 아래쪽 플라스크에 적당량의 물을 붓고 로드 에 커피를 넣어 상하로 연결한다. 다음에 플라스크 부분에 열을 가하여 물을 끓이면 물이 중앙의 관을 통하여 위에 얹힌 로드로 올라간다. 이 끓는 물이 로드 안에 있는 커피 분말에 침투되어 커피가 추출되게 된다.

③ 드립퍼(Dripper): 드립퍼의 기원은 터키 커피의 전성시대인 1711년에 프랑스에서 아마로 잔 직물을 가공해서 만든 좁고 긴 자루에 커피의 가루를 넣어서, 열탕을 넣은 포트 속에 담귀 커피의 액을 뽑아내는 방법에서 비롯되었다. 이것은 필터와 포트, 또는 필터와 컵이 조작된 것으로 취급하기가 간단하고 경제적이다. 필터 안에 여과지를 깔고 필요한 양의 커피분말을 담은 후에 끓인 물을 중심에서 주위로 조금씩 주입하면, 분말에서 기포가 발생하고 추출된 커피는 필터 밑에 뚫린 구멍을 통하여 포트에 내려간다.

④ 전자동 커피기구(Bunn Automatic): 전열기에서 순간적으로 끓는 물을 중앙관을 통하여 드립퍼에있는 커피에 분출시켜 추출하는 기구이다.

⑤ 에스프레소(Espresso)머신: 1817년 이태리인이 발명한 커피 조리기구로써, 증기의 압력으로 커피를 추출하는 기구이다. 이것은 속성으로 커피를 추출할 수 있는 장점이 있다.

⑥ Egro Coffee Machine: 스위스 Egro사에 의해 개발된 커피 조리기구로써, 원두의 분쇄로부터 추출까지 one-touch로 이루어지는 최첨단 컴퓨터제어 방식의 기계이다. 원두를 즉석에서 분쇄하여 압축된 증기로 추출하기 때문에 맛이 신선하고 순하다.

6. 커피메뉴

1) 카페오레(cafe au lait)

프랑스식 모닝커피로, 카페오레는 커피와 우유라는 의미이다. 영국에서는 밀크커피, 독일에서는 미히르카페, 그리고 이탈리아에서는 카페라떼로 불린다. 여름에는 차게, 겨울에는 뜨겁게 해서 마실 수도 있다.

* 재료: 커피, 우유 60ml, 설탕

* 방법: 커피를 보통의 추출 농도보다 40% 정도 진하게 추출한 후, 큰 컵에 커피와 우유를 50:50으로 동시에 붓는다. 휘핑크림을 넣기도 하고, 커피와 우유를 따로따로 서브해도 좋으며, 뜨겁게 마실 땐 뜨거운 우유를 넣는다.

한국커피 시장의 현황과 21세기 비전

2) 카페 카프치노(Cafe Cappuccino)

이탈리아 타입의 짙은 커피로, 아침 한때 우유와 커피에 시나몬(계피) 향을 더하여 마시게 되면 더욱 풍미를 느낄수 있다. “카푸치노”라는 말은 회교 종파의 하나인 카프치노 교도들이 머리에 두르는 터번으로 모양이 같아서 이름지어졌다. 기호에 따라 레몬이나 오렌지 등의 껍질을 갈아 섞으면 한층 더 여러 향이 어우러진 맛을 낼 수 있는 “신사의 커피”이다.

*재료: 커피, 설탕, 우유거품 또는 휘핑크림, 계피가루, 계피막대, 오렌지 껍질 적당량

*방법: 컵에 커피를 넣고 거품을 낸 우유를 얹는다. 계피가루를 뿌린 뒤 오렌지 껍질을 가늘게 썰어 얹은 다음, 스푼 대신에 계피 막대기를 이용하여 휘젓는다.

3) 카페로얄(Cafe Royal)

푸른 불빛을 연출해 내는 “커피의 황제” 카페 로얄은 프랑스 황제 나폴레옹이 좋아했다는 환상적인 분위기의 커피이다.

*재료: 커피, 각설탕 큰 것 1개, 브랜디 15ml

*방법: 커피를 넣은 컵에 로얄 스푼을 걸치고 각설탕을 스푼 위에 올려놓는다. 설탕 위로 브랜디를 부은 후 불을 붙인다. 실내를 어둡게 하는 것이 분위기에 좋다.

4) 커피플로트(Coffee Float)

크림커피로, 일명 카페 그랏세, 카페 제라트로도 불리며, 아이스크림이 들어 있는 커피이다.

*재료: 커피, 설탕시럽, 바닐라 아이스크림, 휘핑크림, 얼음

*방법: 큰 글라스에 잘게 부순 얼음을 가득 넣고 설탕 시럽을 붓는다. 여기에 커피(60ml)를 넣고 잘 젓는다. 바닐라 아이스크림을 넣고 휘핑크림을 장식한 뒤 롱 스푼과 스트로우를 준비한다.

5) 더치커피(Dutch Coffee)

물을 사용하여 3시간 이상 추출한 독특하고 향기높은 커피이다. 네덜란드 풍의 커피인데 열대지방의 원주민 사이에서도 이 풍습이 보인다.

* 재료: 강한 볶음의 커피, 설탕시럽.

* 방법: 커피를 냉수에 넣어 3시간 정도 냉장고에 두었다가 필터로 여과시키거

나 추출기기(워터드립포트)를 사용한다. 설탕시럽, 밀크, 크림 등은 기호에 따라 첨가한다. 따뜻하게 데워서 먹기도한다.

6) 아이리쉬 커피(Irish Coffee)

이 커피의 고향은 아일랜드의 더블린인데, 아일랜드 사람들이 점차 미국의 샌프란시스코에 이주하여 이커피에 아일랜드 위스키나 미스트를 넣어 마시게 되자, 차츰 유명해져서 “샌프란시스코 커피”라고도 불리게 되었다. 삼록(아일랜드 국화)색의 야다이(포장마차)가 노을이 질 무렵 역이나 선착장에 서게 되면, 바다 사나이들이 민요를 흥얼거리며 이 커피를 마시고 간다하여 일명 “게릭 커피”라고도 알려져 있다.

*재료: 커피, 설탕 10g, 아이리쉬 위스키 20ml, 생크림 또는 휘핑크림

*방법: 글라스에 설탕과 위스키를 넣은후 커피를 천천히 섞는다. 생크림을 얇고 롱 스푼을 준비한다. 아이리쉬 커피 글라스를 이용하여 위스키에 불을 붙여 만드는 방법도 있으며 더블린 공항에서 추위를 이기기 위한 커피로 처음 생겨났다.

7) 비엔나 커피(Vienna Coffee)

음악의 도시 오스트리아의 비엔나에서 유래되었다는 커피로, 다음과 같은 이야기가 전해져 오고 있다. 300년 전쯤, 오스트리아의 수도 비엔나는 침공해 온 터키군에게 포위되어 이슬람교도와 기독교도와의 싸움이 격화되어 갔다. 그 때 폴란드 태생의 콜스치스키(Kolschizky)라는 사람이 있었다. 그는 처음엔 터키군의 통역인으로 활약하고 있었으나, 나중에는 오스트리아(연합군측)의 사자가 된 인물이었다. 1683년 전쟁은 연합군의 승리로 돌아가 터키군은 다수의 병기와 군수 물자를 남기고 패주했는데, 바로 그 전리품속에 대량의 커피콩이 있었다. 이 커피콩의 이용법은 공교롭게도 단 한사람, 터키군에서 일한적이 있틀 콜스치스키만이 알고 있었다. 그는 비엔나 사람들에게 커피를 만드는 법을 가르쳐 주는 동시에 직접 비엔나 커피하우스를 열어 터키 커피를 제공했다고 한다.

비엔나 커피라는 이름을 가진 커피는 정작 비엔나에는 없으며, 단지 이곳을 방문하는 관광객들의 입에 오르내리는 이름일 뿐이다.

*재료: 커피, 설탕, 휘핑크림 적당량

*방법: 컵에 커피를 따르고 여기다가 비엔나에서 스카라고멜이라고 불리는 휘핑크림을 듬뿍 넣고 스푼으로 젓지 않고 마신다.

8) 터키쉬 커피(Turkish Coffee)

상등액을 마시게 되는 터키풀의 커피로, 알메니안 커피라고도 한다. 터키에서는 컵 밑에 가라앉은 찌꺼기를 컵체로 테이블에 얹어 놓은 후, 옆질러진 찌꺼기의 형상을 보고 그날의 운세를 점치기도 했다는 풍습이 있다.

*재료: 커피, 설탕, 물 120ml

*방법: 용기에 물과 커피, 설탕을 넣고 불에 올려 놓는다. 끓으면 불을 끄고 난 후 다시 올려 놓기를 세 번 반복한다. 우리난 액이 조용히 가라 앉으면 데미타스 컵에 천천히 따른다.

9) 카페 알렉산더(Cafe Alexander)

아이스커피와 브랜디, 카카오의 향이 한데 어우러진 가장 전통적인 분위기의 커피로서, 주로 남성들이 즐기는 메뉴이다.

* 재료: 커피, 설탕시럽 20ml, 브랜디 10ml, 크림드 카카오 10ml, 생크림, 얼음 적당량.

* 방법: 커피(50ml)를 얼음과 함께 용기에 부어 냉커피를 만들어, 브랜디와 크림드 카카오를 넣은후 생크림을 살며시 띄운다.

10) 트로피칼 커피(Tropical Coffee)

남국의 정열적인 무드가 살아 있는 커피로, 화이트 럼을 사용한다.

* 재료: 커피, 설탕, 화이트 럼, 둥근 레몬조각 1개.

* 방법: 설탕과 함께 커피를 컵에 따른 후, 위에다 레몬을 띄우고 화이트럼을 서서히 따른다. 살며시 불을 붙이면 파랑색의 불꽃과 노란 레몬의 운치가 커피의 맛을 돋군다.

11) 카페 칼루아(Cafe Kahlua)

"칼루아"란 멕시코산의 데퀴라 술의 일종으로, 데퀴라 술의 향기와 커피의 맛이 어우러진 독특한 메뉴이다.

* 재료: 커피, 칼루아 10ml, 설탕, 휘핑크림 적당량.

* 방법: 컵에 설탕과 칼루아, 그리고 커피를 차례대로 넣은후 잘 혼합하여 휘핑크림을 띄운다.

12) 시트론 카페 로얄(Citron Cafe Royal)

카페 로얄의 변용으로 약간 어두운 곳에서 노란 레몬색과 파란 불꽃의 조화를

바라보며 신비로운 분위기를 연출한다.

- * 재료: 커피, 설탕, 브랜디 적당량, 나선형으로 자른 레몬 껍질
- * 방법: 커피를 컵에 따른 후 사과처럼 깎은 레몬 껍질을 포크에 꿰어 컵위에 들거나 걸쳐 놓고, 레몬 껍질에 브랜디를 붓고 불을 붙인다.

13) 아이스 커피(Ice Coffee)

미국에서는 콜드 커피, 일본에서는 쿨 커피라고 불리며, 이 커피의 생명은 커피의 쓴맛에 있다.(아이스 커피보다 더 길게 추출한 커피로는 Cafe Mazagran이 있다.)

- * 재료: 커피, 설탕시럽, 얼음 적당량
- * 방법: 글라스에 얼음을 가득 넣은 뒤, 설탕시럽을 넣고 커피를 따른다.

14) 카페 에스프레소(Cafe Espresso)

본격적인 이탈리아인 커피로 “크림카페”라고도 한다. 이탈리아에서는 식후에 즐겨 마시는데, 피자 따위의 지방이 많은 요리를 먹은 후에 적합한 커피이다.

- * 재료: 에스프레소 커피, 설탕, 크림
- * 방법: 이탈리아인 스타일의 커피콩을 사용하여 에스프레소 머신에 넣어 추출한 뒤 데미타스 컵에 따라서 블랙으로 마시는데, 너무 강렬하기 때문에 기호에 따라 설탕, 밀크 등을 넣어도 좋다.

15) 커피 콩퀘스트(Coffee Conquest)

- * 재료: 커피, 럼, Grand Manier, 오렌지 껍질, 설탕(Brown Sugar)
- * 방법: 설탕을 팬에 녹인 다음 커피를 붓고, 사과처럼 깎은 오렌지를 놓는다. 오렌지 향이 빠지고 난후 포크와 래들로 껍질을 들어 올려 럼이 흘러 내리게 하여 불을 붙인다. Grand Manier를 넣어 오렌지 향을 첨가한후 휘핑크림을 얹어 제공한다.

16) 커피 베랑팡(Coffee Baerandfang)

- * 재료: 보드카, 크림드 카카오, 꿀, 휘핑크림, 커피
- * 방법: 보드카와 카카오를 넣고 커피를 부은 후 꿀과 휘핑크림을 얹어 제공한다.

17) 러시아 커피(Russian Coffee)

- * 재료: 커피, 핫 초콜릿
- * 방법: 에스프레소 머신에서 커피를 추출한 다음 핫 초콜릿을 함께 제공한다.⁵⁾

Ⅲ. 한국커피시장 현황과 발전방향

커피시장은 올들어 6월말까지 판매량은 전년동기 대비 18% 증가한 63,800톤이 있으나 매출액 기준으로는 1% 증가에 그친 3,530억원으로 집계됐다. 이는 경기 회복에 따른 커피소비 증가, 원두가격 하락, 환율 안정 등으로 판매량은 증가했으나, 가장 큰 비중을 차지하는 인스턴트커피 가격이 인하돼 매출액은 1% 증가에 그친 것으로 보인다.

매출액 기준으로 커피부문별 시장점유율은 인스턴트커피가 58%, 커피믹스가 24%, 캔커피가 13%, 원두커피가 5% 정도를 각각 차지한 것으로 집계됐으며, 이 중에서 캔커피가 전년동기대비 35% 증가해 가장 높은 성장률을 기록했다.

<표 1> 품목별 커피현황(1999)

(단위: 톤, %, 억원)

구분	99년 1월 ~ 6월					99년 예상	
	판매량	전년동기 대비 증감률	매출액	전년동기 대비증감률	시장 점유율	판매량	매출액
인스턴트커피	7,900	14.99	2,060	△9.65	58.36	15,600	4,020
커피믹스	14,000	16.66	840	16.66	23.80	29,000	1,650
원두커피	1,800	12.50	180	12.50	5.10	3,730	370
캔커피	40,100	20.15	450	34.50	12.74	88,000	1,500
합계	63,800	18.49	3,530	1.0	100.0	136,330	7,540

자료: 관련업체(매출은 공급가 기준, 특소세·교육세 포함, 부가가치세 제외)

한편, 원두, 레귤러, 인스턴트의 수입물량은 전년동기대비 7% 증가했으나, 수출물량은 전년동기대비 39%나 감소한 것으로 나타났다.

커피시장은 올해 말까지 생두기준으로 80,000톤, 매출액 기준으로 7,500억원 규모로 예상되고 있다.

5) 호텔 롯데, 식음료 직무 교재, 142~148.

<표 2> 커피 수출입실적

(단위: 톤,%)

구분	수입량		수출량	
	99. 1~6	전년동기대비증감률	99. 1~6	전년동기대비증감률
원두	32,823	6.4	1	0
레귤러	149	△16.3	22	△81.2
인스턴트	197	118.9	674	△33.6
합계	33,169	118.9	697	△38.5

자료: 관세청

1. 인스턴트 커피

올들어 6월말까지 인스턴트 커피는 경기회복과 원두가격 하락, 환율 안정으로 인해 판매량은 작년 동기대비 물량은 15% 증가한 7,900톤이었으나 매출액은 올초 단행된 가격인하로 전년동기대비 10% 감소한 2,060억원으로 집계됐다.

또 판매량 기준으로 업체별 시장점유율은 동서식품이 65%, 한국네슬레가 34%, 대상이 1%를 기록, 지난해와 큰 차이가 없었으나, 성장률은 동서식품이 19%, 대상은 43%나 성장한 반면, 한국네슬레는 8% 성장에 그쳐 상대적으로 부진한 것으로 나타났다.

<표 3> 업체별 인스턴트커피판매 현황

(단위: 톤,%)

구분	99. 1~6			99년 예상 판매량
	판매량	전년동기대비증감률	시장점유율	
동서식품	5,100	18.60	64.55	10,000
한국네슬레	2,699	8.0	34.17	5,400
대 상	101	42.85	1.28	200
합 계	7,900	14.99	100.0	15,600

자료: 관련업계

2. 커피믹스

지난해 인스턴트커피나 레귤러커피에 비해 가격이 낮아 높은 성장률을 기록했던 커피믹스 시장은 올해도 성장세가 이어져 판매량 기준으로 전년동기대비 17% 증가한 14,000톤, 매출액 기준 17% 증가한 840억원을 기록했다.

시장점유율은 동서식품이 71%로, 시장을 압도했으며, 이어 한국네슬레가 26%, 대상이 3%를 각각 차지한 것으로 나타났다. 증감률면에서는 한국네슬레와 대상이 각각 41% 증가한 반면, 동서식품은 9% 증가에 그친 것으로 나타났다.

<표 4> 업체별 커피믹스 판매 현황

(단위: %,톤)

구분	99. 1~6			99년 예상 판매량
	판매량	전년동기대비증감률	시장점유율	
동서식품	9,999	9.08	71.42	22,152
한국네슬레	3,601	41.16	25.72	6,000
대 상	400	41.34	2.86	848
계	14,000	16.66	100.0	29,000

자료: 관련업계

올해말까지 커피믹스시장은 물량 기준 29,000톤, 매출 기준 1,650억원 규모로 예상되고 있다. 커피믹스의 업체별 주력제품은 <표 5>와 같다.

<표 5> 업체별 커피믹스 주력제품현황

업 체 명	제 품 명	용 량	특 징
동서식 품	맥스웰하우스 커피믹스	240g상자	깊은향, 구수한 맛
	맥심 커피믹스	240g상자	설탕 조절이 가능
	맥심 모카폴드믹스	240g상자	부드러운 맛과 향
한국네 슬레	테이스터스 초이스 커피믹스	240g상자	부드럽고 세련된 맛
	테이스터스 초이스 디카페인	240g상자	부드럽고 세련된 맛
	네스카페 클래식 커피믹스	240g상자	커피 고유의 은은한 맛과 향
대 상	로즈버드 커피믹스	240g상자	개별포장, 언제 어디서나 즐길 수 있는 커피
	해즐넛향 커피믹스	240g상자	해즐넛향을 첨가해 부드럽게 마실 수 있는 커피

자료: 관련업계

3. 원두커피

지난해 매출이 가장 큰 폭으로 감소했던 원두커피 시장은 올들어 회복세로 돌아서 판매량 기준으로 전년동기대비 13% 증가한 1,800톤, 매출액 기준으로 13% 정도 증가한 180억원으로 집계됐다.

시장점유율은 작년 같은 기간에 비해 동서식품과 한국네슬레는 큰 변동이 없었으나, 대상은 소폭 감소한 것으로 나타났다. 또 롯데쇼핑은 지난 93년 11월 커피사업을 개시한 이후 98년 말부터 마케팅을 대폭 강화한데 힘입어 시장점유율이 다소 늘어난 것으로 나타났다. 올해말까지 원두커피 시장은 판매량 기준으로 3,730톤, 매출 기준 370억원 규모로 예상되고 있다.

<표 6> 업체별 원두커피 판매현황

(단위: 톤,%)

구분	99.1~6			99년 예상판매량
	판매량	전년동기대비증감률	시장점유율	
동서식품	900	12.50	50.0	2,000
한국네슬레	300	0	16.66	600
대상	300	0	16.66	600
롯데쇼핑	198	36.55	11.0	430
기타	102	50.0	5.68	100
계	1,800	12.50	100.0	3,730

자료: 관련업계

4. 캔커피

캔커피 시장은 올해 판매량 기준으로 전년동기 대비 20%, 매출 기준으로는 35%나 증가해 어느 때보다 호황을 누렸다. 이는 경쟁제품인 음료등에서 히트상품이 없었던데다 캔커피가 상대적으로 가격이 낮기 때문이다. 올들어 캔커피 시장은 치열한 각축전이 전개된 가운데, 동서식품 '맥스웰하우스'가 시장점유율 26.4%로 1위를 차지했고, 이어 롯데칠성음료 '레쓰비'가 25.8%, 한국코카콜라보틀링의 '네스카페'가 23.1%로 각각 2, 3위를 기록했다.

또 제품별 전년동기 대비 증감률은 동서식품 '맥스웰하우스'가 판매량 기준으로 전년동기대비 26.6%, 롯데칠성음료 '레쓰비'는 전년동기대비 18.4% 증가한 반면, 한국코카콜라 '네스카페'와 해태음료 '투데이스'는 시장에서 전년동기 대비 3.4%,

한국커피 시장의 현황과 21세기 비전

3.6%가 각각 감소한 것으로 조사됐다. 이외에 한국야쿠르트의 '산타페'가 틈새시장 공략에 성공, 판매량이 대폭 증가한 것으로 알려졌다.

<표 7> 업체별 캔커피 판매현황

(단위: %,톤)

업체명	제품명	99.1~6			99년 예상판매량
		판매량	전년동기대비 증감률	시장 점유율	
동서식품	맥스웰하우스	10,570	26.64	26.36	24,000
롯데칠성음료	레쓰비	10,342	18.44	25.79	23,000
한국코카콜라	네스카페	9,247	△3.38	23.06	22,000
해태음료	투데이스	4,852	△3.60	12.10	
한국야쿠르트	산타페	기타	기타	기타	기타
기타(일화/웅진식품/ 동원산업 등)	라비엔느/카페오/ 네오카페 등	5,089	300.4	12.69	19,000
계		40,100	20.15	100.0	88,000

자료: 관련업계

5. 컵커피

최근 컵커피 제품이 새롭고 간편한 것을 좋아하는 신세대들에게 어필, 값이 싸아대적으로 비싼데도 불구하고 급부상하고 있다. 매일유업은 '카페라테'가 올들어 6월말까지 판매량기준으로 전년동기대비 30%나 늘어난 2,880만개가 판매돼 166억 원의 매출을 올렸으며, 남양유업은 지난 98년 5월 출시한 '프렌치카페'가 98년말까지 1,184만개가 판매된데 이어, 올들어 6월말까지 1,128만개가 판매돼 64억 원의 매출을 올렸다고 한다.

그러나 '카페라테'와 '프렌치카페'의 판매량 및 매출비중에 대해 매일유업과 남양유업의 주장은 서로 다르다. 매일유업은 카페라테와 프렌치카페의 판매량 비중이 100:50정도라고 주장하는 반면, 남양유업은 100:85라고 주장하고 있다. 한편 남양유업의 한 관계자는 최근 컵커피가 소비지들로부터 좋은 반응을 얻고 있는 것에 대해 "우유의 부드러움과 원두 커피향을 강조함으로써 기존 캔커피와의 차별화로 틈새시장 공략에 성공한 것 같다"고 말했다.

제품차별화외에도 유업체의 장점인 냉장유통시스템을 효율적으로 활용했기 때문이란 분석도 나오고 있다.

올해말까지 매일유업은 '카페라떼'를 450억원어치, 남양유업은 '프렌치카페'를 130억원어치 정도 판매될 것으로 예상하고 있다. 일본에서도 컵커피가 크게 각광 받고 있으며 우리나라에서도 이같은 추세를 보이고 있어 앞으로 시장은 더욱 확대될 것이다.⁶⁾

IV. 결 론

본 연구는 커피에 관한 이론의 체계를 세우고, 한국 커피시장의 현황을 조사하였다. 그래서 이에 근거하여 다음과 같이 21세기를 위한 새로운 전략 방안을 제시하고자 한다.

첫째, 국가차원에서 경영하는 커피양성소가 필요하다.

한톨의 커피도 나지 않는 이탈리아에서는 1백여국에 커피를 수출하고 있다. 1992년의 44만 포대(60kg들이)에서 1996년에는 75만여 포대로 늘어나 5년에 걸쳐 72%의 신장률을 보였다.

진공포장되거나 특수 용기에 넣은 커피수출도 1996년에 3만8천1백톤에 이르는 세계 제2의 커피 수출국이 되었다. 그리고 이탈리아는 부수적으로 커피관련 기계의 수출도 엄청난 성과를 거두었는데, 1986년도에는 8만2천5백대를 생산하여 이중 70% 이상을 수출하였다. 또한 에스프레소 커피의 가공산업과 커피기계 제작, 유통등에 매달린 노동자수는 이탈리아 전체 근로자들 중에서도 높은 비중을 차지하고 있다.*

한알의 커피 알갱이가 한나라의 경제를 쥐고 있다는 이야기이다.

둘째, 21세기에 보다 보람직한 방향은 인스턴트커피는 수요시장을 대량화하여 중국등 동남아 시장에 수출을 하고, 국내 시장은 원두커피를 중심으로 발전을 시킬 수 있어야 하며, 이러한 준비가 선행되어야 한다.

원두커피가 국내 커피시장에서 차지하는 비중은 아직까지 그리 크지 않다. 유럽, 미국, 일본 등의 경우 국민생활 수준 향상에 따라 원두커피 선호도가 높아지고 있는 점을 감안하면, 한국도 원두커피 시장이 머지않아 앞으로 50%가 넘을 것으로 예상된다.

6) 박희정, 『식품저널』, 1999, 10., pp.34~41

한국커피 시장의 현황과 21세기 비전

최근 커피시장 경쟁이 심화되고 소비자들의 욕구가 다양해짐에 따라 생산자, Roaster, 소매업자들은 특별한 커피를 통한 다품종 소량 생산의 실현과, 유통구조의 혁신, 커피상품에 있어서 마케팅 기법 개선의 필요성을 절감하고 있다. 셋째, 1만불 시대에는 다른나라에서도 원두커피의 소비량이 급속히 향상된다는 통계에의하면, 21세기 내년에 1만불을 목표로 하고 있는 우리나라에서도 원두커피의 기호인들이 늘어날 것이다.

현재까지의 국내 커피 문화의 변화는 계속되고 있다.

<표 8> 국가별 커피 선호도

구분	미국	일본	독일	네덜란드	스페인	스웨덴	프랑스	비고
원두	87	60	87	99	80	95	93	
인스턴트	13	40	13	1	20	5	7	

자료: 관련업계

인스턴트 커피의 천국에서 원두커피 전문점들이 가세한 아메리칸 스타일의 커피 세대로, 그리고 이미 구태의연해진 향커피의 유행이 되고 있다. 요즘 최근에 다음세대의 커피이자 문화의 한 흐름으로 당당히 사람들의 기호를 흔들고 있는 것이 바로 에스프레소이다.

이미 세계적인 유행의 한 복판에 와 있는 에스프레소는 누구나 인정하는 최상의 커피로 손꼽히고 있다.

한잔의 에스프레소 커피의 탄생 과정을 '과학과 예술의 결정'이라고 말한다.

에스프레소의 관점에서 우리나라 사람들은 카페라떼라는 이름으로 이미 익숙해졌을지 모른다. 에스프레소 원액을 이용해 우유와 설탕, 스팀우유의 거품으로 만들어진 카페라떼와 카푸치노 등이 에스프레소로 만들어진다.

실제로 스타벅스의 오픈 이후 주변의 국내자체 브랜드로 영업을 하는 에스프레소 전문점들의 매출이 30%까지 오르는 현상도 무시할 수 없으며 또한 에스프레소용 커피의 대표격인 라바짜, 일리 등의 이태리 고급 커피의 수요도 지난해에 비해 눈에 띄게 늘고 있어 머지않아 우리나라 커피업계의 변화가 있을 것이라는 예상이다.

업계관계자들은 차텔, 사카 등의 커피전문점의 유행은 2~3년에 그쳤지만 에스프레소의 수명은 세계적인 추세로 보아 10년 이상 지속될 것이라고 입을 모은다. 현재 에스프레소바의 시작은 틈새시장을 공략하는 것처럼 보일 수 있지만 2002년 월드컵을 기점으로 크게 확산, 업계 자체를 뒤흔들 만한 커피시장의 주도 세력으로 부상할 전망이다.

이제 국내 에스프레소 커피시장에 적극적으로 뛰어들고 있는 스타벅스를 비롯한 (주)이오의 카푸치노 익스프레스, (주) 파리카라상 세가프레도, (주) 대상의 로즈버드, (주) 구찌에커피의 카페 드 콜롬비아, 카페루카 코리아 등이 있다.

넷째, 커피가 우리의 일상 문화속으로 제대로 들어오기 위한 가장 중요한 전제조건은, 그 전파의 대상이 전문가들이 아닌 일반인이어야 한다는 것이다. 번역도, 저술도, 인터넷을 통한 홍보도, 모든 것이 일반인들이 쉽게 이해할 수 있도록 진행되어야 한다는 것이다. 활용가능한 기초 자료의 데이터 베이스화가 선행되어야 한다, 그리고 용어도 보다 쉬어야 하며, 이러한 일련의 작업들이 효율적으로 진행되도록 하기 위해 반드시 용어의 정립이 선행되어야 할 것이다.

마지막으로 커피인 모임등이 활성화 되어 커피에 대한 일반적인 상식 즉 매너나 에티켓등을 보급시켜 커피가 우리 일상생활에 더욱 삶의 한 획을 그을 수 있도록 커피문화 조성이 필요하며, 더욱 중요한 것은 커피에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 공유할 수 있는 여건이 조성되어야 한다.

참고문헌

- 김기영, 호텔·외식산업 식음료 서비스 실무론, 1999.
신양호, 현대서양조리, 형설출판사, 1998.
호텔롯데, 식음료 직무교재.
98. 10월 월간식당.
99. 3월 월간식당.
99. 9월 월간식당.
1999. 10. 식품저널.
FOOD JOURNAL. 1999. 10.

ABSTRACT

**A Study on the Present Condition of the
Coffee and Vision of 21C in Korea**

Jin, Young-hoo

The main propose of this study was to present condition of the Coffee and Vision of 21C in Korea. To achieve the propose of this study, Theoretical and empirical approaches were used. In review of theoretical background, basic concepts and characteristics of Coffee. Based on the theoretical studies and previous studies, vision of 21C in Korea.

First, we'll have to a national enterprise of coffee.

Second, Instant coffee was export to china and east asia in 21C.

Third, our Coffee culture was diversity, so wording is more easy.

Fourth, coffee meeting will prosper

3인 익명 심사 필

1999년 12월 5 일

논문 접수

1999년 12월 27일

최종심사