



[집중취재]

중대형시장 첫 출사표

바리스타 원두커피자판기에 거는 기대

국내 커피자판기 시장의 변화 동향이 심상치 않다. 기존 인스턴트커피 시장의 한계를 극복하고 새로운 원두커피 시장을 열어 나가려는 새로운 도전과 시도들이 산업의 새로운 흐름을 형성하고 있다. 일부에서는 아직도 원두커피자판기 시장은 시기상조이지 않나 하는 부정적인 의식도 있지만 언제까지 포화상태를 향해 치달는 인스턴트 자판기 시장에 목을 매고 있을 수 있는 태평성대의 상황은 아니다. 인스턴트커피 자판기 시장이 시장한계로 점점 대체시장으로 가는 상황에서 새로운 시장 개척의 돌파구로서 원두커피자판기는 대안 없는 선택이다. 반드시 가야하는 시장. 그 시장을 먼저 가려는 업체들의 의욕은 산업의 분명 큰 활력이다. 바리스타코리아도 국내 미개척분야인 원두커피자판기 시장에 당당한 출사표를 알리고 의욕적인 사업을 진행하는 업체 중 하나이다. 뛰어난 맛과 성능을 자랑하는 유럽식 '바리스타' 원두커피자판기를 가지고 본격적인 사업전개에 나선 바리스타 코리아의 그 심상치 않은 사업 행보를 살펴봤다.

바리스타코리아는 순전히 원두커피자판기 사업을 위해 창설된 신생기업이다. 이 회사의 권승일 사장은 오래 전부터 국내 원두커피자판기 시장의 가능성을 좋게 보고 치밀한 사업준비를 진행해 온 끝에 올 하반기 바리스타 코리아를 창업하고 본격적인 사업전개에 나서게 되었다.

이 회사가 전략모델로 삼는 제품은 유럽에서는 이미 대중화가 되어 큰 인기를 끌고 있는 바리스타 원두커피자판기이다. 이 제품은 이미 유럽에서 6~7만대가 보급이 된 인기모델로 맛에 있어서나 가격 대에 있어 국내 환경에 적합한 제품으로 평가받을 수 있으리라는게 회사 측의 기대이다.

바리스타코리아가 이 제품을 수입전개에 나서게 된

데는 점점 점유율이 높아지고 있는 원두커피 시장에 대한 기대 때문이다. 최근 커피분야는 인스턴트커피의 수요가 점차적으로 떨어지는 반면 원두커피의 수요는 급속하게 증가하고 있고 있는 게 사실. 대도시를 중심으로 원두커피전문점이 급속도로 증가한지 오래고, 최근 들어서는 스타벅스 등 외국 원두커피 전문점까지 상륙해 큰 인기를 끌고 있어 원두커피의 매출액도 크게 증가하고 있다.

“현재 미국, 유럽에서는 원두커피자판기가 대부분입니다. 가까운 일본에서는 이미 1980년대에 원두커피가 인스턴트커피의 수요를 앞섰습니다. 1980년대 일본의 GNP가 현재 우리나라와 동일한 수준이므로 지금이 우

리나라 원두커피자판기 보급의 적기라고 할 수 있습니다.”

권승일 사장의 말처럼 이제 분명 원두커피자판기 시장이 태동을 할만한 시점인 것이 사실이다. 현재 사람들은 인스턴트커피자판기의 대중화로 언제 어느 곳에서나 쉽게 인스턴트커피를 접할 수 있으나 원두커피는 커피전문점에서만 접할 수 있다. 따라서 원두커피를 쉽게 접할 수 있는 유통수단으로 원두커피자판기 존재가 필수적인 시점이 온다는 게 권승일 사장의 주장이다.

바리스타 모델 중 회사측이 우선적으로 사업을 진행할 제품은 중대형 제품. 실내용으로 설계된 이 제품은 기존 대형인스턴트 자판기보다 부피는 조금 작기는 하지만 실내 공간 활용을 극대화하고 대형 못지 않은 용량을 자랑한다.

이 제품은 우선 깨끗한 물맛이 날 수 있도록 미국 FDA(Food Drug Administration : 미연방식품의약국)의 승인을 획득한 정수기를 사용하고 있다.

또한 커피추출 후 30분이 경과하면 맛과 품질이 떨어지는 원두커피 본연의 단점을 해소하고자 최고급 Brewer(추출기)를 사용하여 소비자가 원하는 바로 그 때, 한잔씩 추출하여 맛과 향이 더욱 우수하다.

특히 잔마다 1회용 필터를 사용할 수 있게 되어 있어 뛰어난 위생성까지 갖춘 것이 이 제품의 장점이다. 아울러 소비자의 입맛이 따른 커피, 우유, 설탕의 3단계 농도조절 기능을 갖추고 있어 소비자 다양한 기호에 따라 맛의 변화가 가능하다.

판매되는 내용물로는 약한 아메리카식, 진한 이태리식, 에스프레소, 카프치노 등의 다양한 맛의 원두커피를

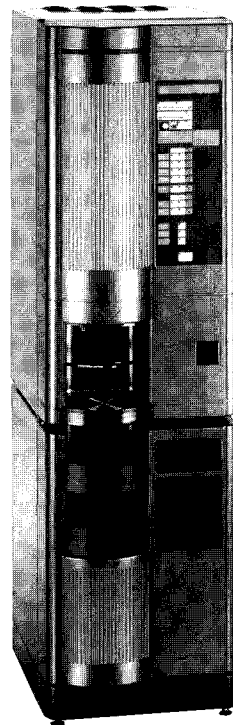
들 수 있다. 갈아져 있는 원두가 적재되어 추출되는 방식으로 소비자들은 500원 정도의 가격에 8온스 컵 넉넉히 신선한 원두커피를 즐길 수 있게 한 것도 인스턴트커피와는 차별화요인. 투출 되는 시간도 20초 정도 밖에 안 돼 원두커피자판기하면 시간이 오래 걸린다는 부정적인 면을 극복할 수 있게 했다.

바리스타코리아는 적어도 맛에 있어선 많은 소비자의 인기를 끌 수 있으리라고 낙관하고 있다. 원두의 주 소비자층인 젊은 세대에 어필할 수 있는 맛, 세련된 제품 디자인을 장점으로 기존 인스턴트자판기와는 차별화 된 전략을 구사해 나가겠다는 게 기본적인 사업모토이다.

대상 로케이션으로는 이 제품이 실내용이니 만큼 학교, 학원, 공항, 빌딩 등의 실내 로케이션을 주 타겟으로 삼고 있다. 일반 유리잔 및 머그잔을 사용할 수도 있어 인도어 모델의 장점이 곳곳에서 묻어 난다.

한편 바리스타 원두커피자판기의 가격 대는 800만원 대(VAT포함)대로 책정될 전망이다. 기존 인스턴트자판기에 비하면 고가의 가격대이기는 하지만 고급 원두커피 제품이라는 장점으로 승부하는 제품인 만큼 이 정도 가격대면 충분히 시장에서 먹힐 수 있으리라고 회사측은 기대한다.

중대형 제품 전개에 이어서는 일반 사무실을 타겟으로 한 소형제품도 선보일 계획을 가지고 있다. 유통에 있어선 총판체계를 구축하여 제품판매를 본격화시켜 나갈 계획이며, 내용물인 원두커피는 신선한 맛과 품질을 유지하기 위해 본사에서 수입 가공하여 공급을 진행한다. 회사측은 차후 제품이 충분히 보급된 시점에서는 프랜차이즈식 사업 형태로 내용물 자체 유통을 진행할 예정



이다.

신규업체의 맹점인 서비스에 있어서는 부품 자체를 패키지화하여 교체함으로써 효율적인 A/S가 될 수 있도록 해나갈 예정이고, 철저한 필드테스트를 통해 만약에 발생할지 모르는 제품불량 요인을 최소화시켜 나갈 예정이다.

중대형 제품에 있어선 국내 최초로 진행되는 바리스

타코리아의 원두커피자판기 시장 행보가 과연 어떠한 결과를 낼지 귀추가 주목되지 않을 수 없다. 이는 바리스타코리아 한 업체의 행보만이 아닌 원두커피자판기 시장 전체의 가능성이 평가받는 시험대일수도 있기 때문이다. 원두커피자판기시장의 목마른 갈증들이 '바리스타'의 선전으로 속 시원히 풀어 질 수 있기를 기대해 본다. [V]

세계 각국의 원두커피 음용비율

(단위: %)

	한국	일본	미국	독일	네덜란드	스페인	프랑스	이탈리아
원두커피	18	60	87	87	99	95	93	99
인스턴트커피	82	40	13	13	1	5	7	1

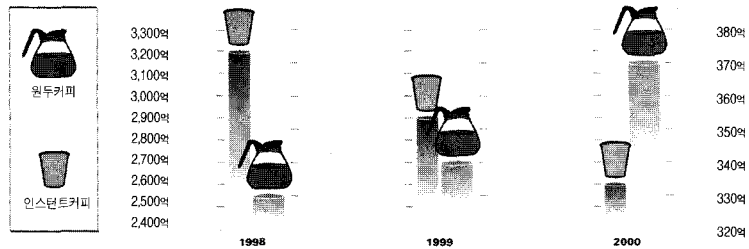
국가별 1인당 커피 소비량

(단위: 잔)

	한국	일본	미국	독일	프랑스	이탈리아	핀란드
연간	235	300	403	783	530	501	1,241
1일 평균	0.64	0.82	1.1	2	1.5	1.4	3.4

<참고자료: '95 제일기획 마케팅 연구소 자료>

인스턴트 커피 & 원두커피 연간 매출액 비교 (국내)



인스턴트 커피 & 원두커피 연간 매출액 비교 (일본인의 하루소비 커피잔 수)

