

## 원두커피 자판기 시장 돌풍 기대하라

**원**두커피자판기 시장 개척을 향한 길은 쉽지 않다. 더욱이 대기업도 아닌 중소기업 입장이면 두말한 나위가 없다. 유통조직, A/S 체계 구축, 내용물공급 등이 원활이 맞물려 돌아가야 하는 사업 영역이다 보니 애기간한 제품 경쟁력과 사업의지를 가지지 않고서는 넘보기 힘든 영역이다. 그렇기 때문에 현재의 원두커피자판기 시장은 대기업 위주의 시장 도전이 주류를 이루고 있다.

이런 가운데 중소기업으로 야심에 찬 도전을 진행하고 있는 기업이 있어 주목을 받고 있다. 이태리 NECTA사의 '콜리브리' 원두커피 자판기로 범상치 않은 시장도전을 진행하고 있는 칼라비전사가 그 주인공이다. 뛰어난 수준의 맛과 향을 강점으로 원두커피자판기 시장에 있어 중소기업 성공신화에 도전하는 칼라비전의 사업행보를 따라가 봤다.

### 뛰어난 맛과 향의 '콜리브리' 원두커피자판기

칼라비전이 내세우고 있는 경쟁력은 제품에 있다. 원두커피자판기 분야의 세계적인 기업인 이태리 NECTA사 제품을 수입 전개하기 때문에 적어도 원두커피의 맛과 향에 있어서는 국내 어느 회사 제품에도 뒤지지 않는다고 자신하고 있다.

그만큼 '콜리브리' 원두커피자판기는 유럽 정통 원두커피의 맛을 즐길 수 있다는 점을 강점으로 하고 있다. 아메리카식과는 다른 유럽식 원두커피의 맛으로 기존 제품과는 차별화를 진행한다는 전략이다. 유럽식 원두커피는 강하고 진한 맛이 특징이기 때문에 순수한 원두커피의 맛을 즐기기에 제격이다.

'콜리브리' 원두커피자판기는 원두커피를 직접 갈아 추출하는 방식으로 최상의 맛과 향을 위해 아라비카종 원두를

사용한다. 특히 받은 Necta Z2000M과 결합해 커피가 추출이 되기 때문에 풍부한 거품과 함께 향기로운 원두향의 에스프레소를 즐길 수가 있다. 다양한 배합을 통해 에스프레소, 카푸치노, 모카치노, 카페레떼, 카페아메리카노, 핫초코 등을 선택할 수 있다.

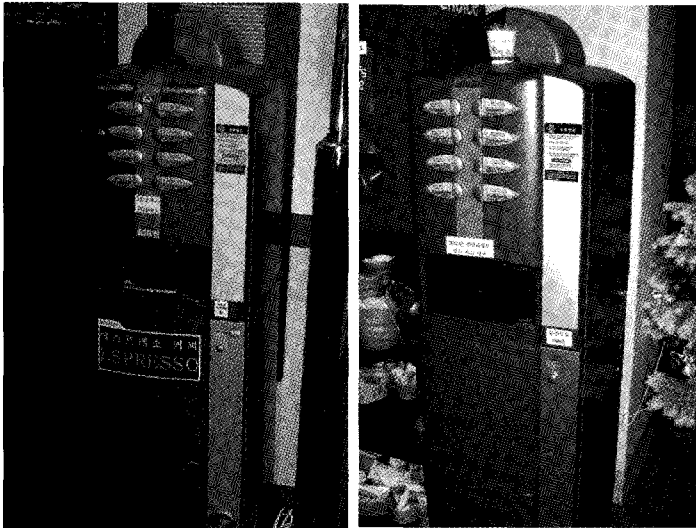


슬림형의 심플하고 세련된 디자인을 갖추었고, 제품상단에 신선한 원두가 적재된 모습을 소비자들이 확인할 수 있도록 했다. 또 "컵선택 없음" 모드를 사용하여 일반컵의 사용도 가능하도록 했다. 악세사리로 베이스케비넷, 수동물 저장 키트, 수퍼 프로그램 래머를 장착할 수 있다.

이 제품은 180잔 급 용량의 중형이기 때문에 아웃도어 모델이라기보다는 인도어 모델로서 적격이다. 제품의 소비자는 530만원(부가세 포함)이다.

칼라비전은 제품 특성상 인도어 위주의 시장 공략에 주력하고 있다. 우선 PC방 지역을 제품의 주타킷 전개 로케이션으로 삼아 인터넷PC문화협회를 통해 300~500대 물량의 설치가 진행되게 된다. 무상 임대 설치 운영을 통해 전국 각 PC방에 제품이 속속 설치 운영되고 있다. 또한 외국인 회사, 골프장, 편의점 등지도 주 공략 로케이션으로 삼아 제품 전개를 확대해 나가고 있다.

### 다양한 시장확대 전략, 성공을 자신한다



PC방에 설치된 '콜리브리' 원두커피자판기

칼라비전에서 보고 있는 원두커피자판기의 시장성은 당연 유망할 수밖에 없다. 일반 인스턴트자판기 유통분야에 있어 내구년도를 지난 제품들이 많기 때문에 이들 대체 수요의 상당 부분을 원두커피자판기가 커버할 수 있으리라 보고 있다. 또한 작년 원두커피의 테이크 아웃 열풍으로 소비자 취향이 넓어진 점도 시장전망을 밝게 한다고 보고 있다.

칼라비전의 김일호 차장은 "원두커피 자판기 시장이 폭

발할 수 있는 시기로 2년 정도를 보고 있다"며, "2004년도는 시장을 만들어 가는 시기로 시장이 기대이상으로 탄력을 받는다면 시장 폭발 시기도 앞당길 수 있다"는 의견을 피력했다.

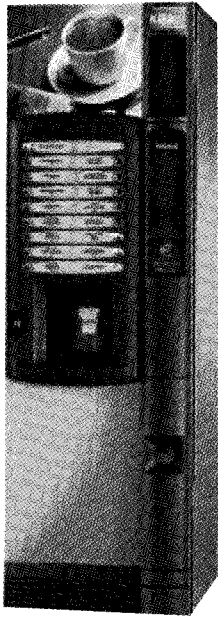
'콜리브리'는 실내형의 제품 특성상 제한된 공간 안에서 이동인구가 많은 로케이션을 주로 공략하게 된다. 앞서 언급한 PC방 로케이션을 비롯해 찜질방, 사무실, 오피스텔 등을 주 공략 로케이션으로 삼고 있다. 제품 전개에 있어 수익성이 무엇보다 중요하기 때문에 규모가 있는 로케이션 확보에 많은 비중을 뒀 나갈 계획이다.

현재 주로 제품을 전개하고 있는 PC방 로케이션은 수익성에 있어서 기대 이상의 반응을 나타내고 있다고 한다. 대상이 좋은 로케이션은 하루 100잔, 평균적으로는 50잔 정도의 매출을 기록 중이라고 한다. 제품에 대한 인식이 부족한 현상에서 본다면 회사측을 고무시킬만한 매출이다. '콜리브리' 원두커피자판기의 맛과 향이 통할 수 있다는 사실을 확인시켜 줬다는 점에서 사업에 대한 자신감도 한껏 높아져 있다.

한편 칼라비전은 실내위주만이 아닌 아웃도어까지 시장공략을 진행하기

위해 대형원두커피자판기도 수입 전개할 계획을 가지고 있다. 여기에 또한 원두커피와 스낵자판기 복합형 제품도 수입 전개를 계획하고 있다. 이 복합형 자판기는 개별 제품을 연결해 중앙 통제방식으로 작동할 수 있게 한 제품으로 국내 복합형자판기와는 형식 자체가 다르다.

이 모델들을 다 수입 전개하는 시점이 되면 칼라비전의 사업행보는 더욱 다양화되게 된다. 실내외 로케이션 특성에 맞게 제품화 전략을 차별화 시킬 수 있을 뿐만아니



수입전개를 계획 중인 원두커피자판기

별하여 구축을 진행할 계획이다.

현시점에서 사업 진행상의 애로점은 아직 원두커피자판기 시장이 검증이 되지 않았기 때문에 시장 투자를 주저하는 사람이 많다는 점이다. 많은 운영업체들이 높은 투자금액을 들어 기존 인스턴트자판기를 원두로 돌리기 힘들다는 반응을 보인다고 한다. 또 기존 삼성광주전자, 캐리어 LG 유통망이 워낙 단단하기 때문에 이를 뚫고 들어가기도 쉽지 않다고 한다.

하지만 이러한 애로점은

라 대기업들과도 경쟁할 수 있는 상황에 돌입하게 된다.

본격적인 제품 전개확대를 위해서 유통망구축과 A/S망 확대 작업도 박차를 가해 나갈 계획이다. 중소기업 사정상 별도의 전국 A/S 조직을 갖추기는 힘들기 때문에 유통조직에서 A/S까지 전담할 수 있도록 교육지원을 아끼지 않을 방침이다. 만약 유통조직에서 A/S구축이 선결되거나 않는다면 계약자체를 불허할 방침이다. 유통조직은 전국 20~25개 선으로 선

기계 편리성과 원두커피 맛을 가지고 승부하면 점차 해결이 될 사항으로 보고 있다.

### 원두커피 맛 배가, 마케팅 강화 집중

원두커피의 맛과 향에 제품 경쟁력의 절대비중을 두고 있는 칼라비전은 이를 더욱 향상시키기 위해 모 국산채업체와 콜리부리 원두커피자판기용 전지분유, 핫초코를 개발했다. 소비자 입맛에 부합하기 위해서는 전지분유가 가장 큰 문제가 되었기 때문에 원부자재를 별도 개발 지원함으로써 한층 업그레이드 맛을 낼 수 있게 했다. 또 맛의 조합을 인스턴트커피에 젖어 있는 국내 소비자의 입맛에 맞추는 등 현지화된 제품화 전략에도 많은 주안점을 두었다. 콜리브리 원두커피자판기에 대해 하루 빨리 소비자들에게 인식시키기 위해서는 2004년 초에 일간지 광고까지 계획하고 있다. 소비자가 원하는 맛, 관리의 편리성, 제품의 신뢰성. 이 3가지 요인을 집중 마케팅해 원두커피자판기 시장의 성공신화를 새롭게 써나갈 계획이다.

중소기업의 애로점에도 불구하고 당당히 원두커피자판기 시장에 출사표를 던진데는 다그만한 이유가 있다. ▣



수입전개를 계획 중인 스낵자판기