

나만을 위한 특별한 케이크를 만나는 곳

# 한창 뜨는 맞춤 케이크 전문점

소자본 창업에 대한 관심이 높아지면서 독특한 아이템을 내세운 케이크 전문점이 주목받고 있다. 인터넷을 통한 주문 판매를 시작으로 오프라인 매장에서 주문을 받아 케이크를 만들어주는 맞춤 케이크를 찾는 고객이 늘어나면서 정성과 마음을 전하는 아이디어 선물로서 케이크가 높은 인기를 끌고 있다. 글\_ 박소희 기자· 사진\_전문식, 주현진

‘특별한 날을 기념하는’ ‘정통 수제 케이크’ 등의 수식어가 붙은 케이크 전문점이나 인터넷 사이트가 속속 등장하면서 인기를 얻고 있다. 생일, 기념일, 승진 등 다양한 기념일에 뜻 깊은 축하 선물로 빠지지 않는 케이크는 기념일 케이크뿐만 아니라 디저트로도 확실하게 자리 잡은 아이템이다.

1990년대 후반부터 등장하기 시작한 케이크 카페는 일부 여성 고객을 타깃으로 독자적인 영역을 확보해 나갔다. ‘베이커리 미고’, ‘카페 라리’, ‘케익하우스 윈’ 등에서 치즈나 과일 무스를 이용한 조각 케이크와 음료를 판매하면서 케이크를 디저트로 인식하는 새로운 문화가 생겨나기 시작했다.

2000년대에 들어서면서 급속하게 성장한 조각 케이크 시장은 한때 서울시내 몇몇 여대 앞을 중심으로 케이크 뷔페, 조각 케이크 카페 붐을 일으켰다. 신촌에 위치한 케이크전문점 ‘광’, 압구정동과 청담동 주변의 카페에 케이크를 납품하면서 성장한 ‘한스’ 등을 비롯해 프랑스나 일본에서 유학하고 돌아온 제과기술인이 생크림케이크에서 벗어난 새로운 맛의 케이크를 국내에 선보이면서 인기를 끌기 시작하다가 2002년 스타벅스 코리아가 한국에 상륙해 새로운 카페 문화를 형성함에 따라 기존의 케이크 전문점의 인기가 시들해지는 경향을 보였다. 편안함을 강조한 카페에서 테이크아웃 형태의 카페가 주를 이뤘고 음료와 조각 케이크, 샌드위치를 한 자리에서 즐길 수 있는 간편하고 심플한 카페가 인기를 얻게 된 것이다.

최근 2~3년 사이에 급속하게 성장하고 있는 인터넷 쇼핑몰 가운데 케이크를 판매하는 사이트가 눈에 띄게 증가하면서 케이크 전문점 창업에 대한 관심이 높아지고 있다. 인터넷 케이크 전문점은 완성된 제품을 판매하는 일반 베이커리와 달리 주문



을 받고 제작하는 맞춤 케이크에 대한 고객의 만족도가 높고 따로 매장을 얻지 않고도 작업 실이나 가정에서도 제작이 가능해 소자본으로도 창업이 가능하다는 장점이 있다. 대부분 한 명 또는 작은 인원이 제품을 만들어 판매하기 때문에 대량 주문의 경우에는 무리가 따르지 않다는 호조를 보이고 있다. 지난해 온라인 케이크 전문점을 오픈한 케익 스튜디오 ‘바닐라’의 김필선 대표는 “부부가 모두 기술인이기 때문에 조교 한 명과 배달을 담당하는 직원 1명으로도 충분하다”면서 온라인 쇼핑몰 운영에 대한 만족감을 나타냈다.

인터넷 온라인 매장뿐만 아니라 최근에는 케이크, 쿠키 등 양과자를 판매하는 소규모 과자 전문점 사업도 증가하고 있다. ‘케익 전문점(Cakery)’를 콘셉트로 프랜차이즈 사업을 하고 있는 ‘루킹래징코리아’는 2003년 7월 당산점을 시작으로 서울과 경기 지역에 10개의 케이크 전문점을 운영하고 있다. 본사에서 품질을 관리해 매일 신선한 제품을 납품하고 계절별로 신제품을 출시하는 등 철저한 제품관리가 이뤄지고 있으며, 10평이 안 되는 작은 매장에서 작은 인원으로도 고수익을 올릴 수 있다는 점이 눈길을 끌고 있다.

최근 올림픽공원에 빵전문점 ‘마인츠돔과자점’ 과 양과자전문점 ‘벨꾸르’를 전문점 형태로 나눠 오픈한 홍종훈 사장은 “케이크 전문점은 몇 가지 주력 상품과 유통기간이 비교적 긴 구움과자, 쿠키 등의 아이템이 주를 이루기 때문에 여성 제과인이 공략하기 좋은 틈새시장”이라면서 “빵 전문점과 양과자전문점을 따로 분리해 제과와 제빵이 다르다는 점도 알리고 케이크에 대한 일반인들의 관심도 높일 수 있는 계기가 됐다”고 밝혔다. 여성 제과인의 섬세하고 깔끔한 장점을 살린 맛과 차별화된 서비스를 내세운 ‘에밀리’ ‘미카야’ 등도 오픈과 동시에 꾸준한 인기를 얻고 있다.

고객의 뜻을 심분 살려 만든 맞춤 케이크, 계절 소재의 맛을 살린 여러 케이크는 특별한 기념일은 물론 사람의 마음을 담아내는 최고의 선물로 자리매김하고 있다.



## 바닐라 [www.vanilla.co.kr](http://www.vanilla.co.kr)

케익 스튜디오 바닐라(대표 김필선)는 2005년 인터넷에 문을 연 이래 선물용 케이크, 쿠키 등의 주문이 꾸준히 이어지면서 인기를 끌고 있는 케이크 전문 인터넷 숍이다. 니플레옹과자점 등 국내 제과점에서 경력을 쌓은 김필선 대표와 김정선 실장 부부가 소자본 창업을 계획하던 가운데 생각했던 것이 홈베이킹의 맛을 살린 케이크를 주문 판매하는 인터넷 쇼핑몰이었다. 주문받은 다음에야 케이크를 만들기 때문에 신선한 맛과 고객이 원하는 맛의 코디가 가능하다는 장점을 살렸다. 쿠키에 메시지를 새겨 넣고 케이크에 올려 선물하면 정성과 마음이 담긴 선물로 손색이 없다. 어느 정도 홍보 기간이 필요할 것이라고 예상했던 것과는 달리 오픈 초기부터 하루 3~5건의 주문이 이어졌고 케이크의 실속있는 맛과 독특함이 인터넷 상에서 소문이 나면서 대량 주문도 늘어났다. 특히 발렌타인데이, 화이트데이, 빼빼로데이, 생일, 돌잔치 등 각종 이벤트데이마다 케이크를 주문하는 단골 고객이 생길 정도로 매출이 많이 늘어난 상태다. 김필선 대표는 "온라인뿐만 아니라 쿠키 클래스를 통해 고객들과 좀 더 친숙해지고 홈페이지를 적극 활용해 케이크, 구움과자를 비롯한 돌 답례품 등 선물용 아이템을 늘릴 계획"이라고 밝혔다.

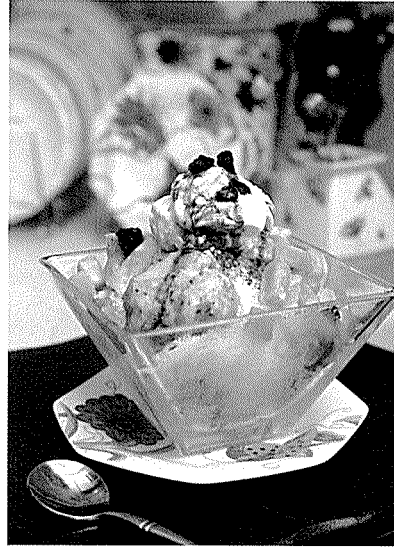


## 쉐무아 [www.bakecake.co.kr](http://www.bakecake.co.kr)

분당에 스튜디오가 있는 케익 아뜨리에 쉐무아(대표 이숙경)는 프랑스 '르코르동블루'에서 양과자, 케이터링을 전공한 이숙경 대표가 케이크 클래스를 운영하면서 온라인 주문을 받아 양과자를 판매하는 케이크 전문점이다. 2001년 서울 신사동에 작업실 '케익 아뜨리에 쉐무아'를 마련했더니 주변 사람들 사이에 그녀의 케이크 맛이 입소문으로 퍼지면서 케이크 만들기를 가르쳐 달라는 고객의 요청이 이어졌다. 몇 명의 원생들을 대상으로 케이크 클래스를 운영하면서 단골 고객이 늘어났고 2003년에는 케이크 전문점 '카페 쉐무아'를 오픈했다. 프랑스에서 배운 기본을 바탕으로 단맛을 줄인 무스 케이크의 깔끔한 맛과 정성이 돋보이는 케이크 장식은 강남 일대 주부들과 젊은 여성들을 단숨에 사로잡았다. 2년 동안 상승 가도를 달리던 카페 쉐무아 이숙경 대표는 지난해 건강상의 이유로 카페 쉐무아를 정리하고 현재 분당에서 케이크 스튜디오를 운영하면서 온라인을 통해 주문 케이크를 판매하고 있다. 시럽에 절인 장미를 올려 만든 '사과장미 케이크'나 쫄쫄쫄 식감을 내는 '브라우니' 등 쉐무아의 다양한 인기 제품을 찾는 단골 고객이 늘고 있는 터라 이숙경 대표는 홈페이지를 통한 판매를 점점 늘려갈 계획이다.

## 제이스케이크 www.jscake.com

서울 가회동에 위치한 제이스 케이크(대표 전미경)는 디자인 케이크 전문점으로 유명하다. 2002년 온라인 홈페이지를 시작으로 2004년 4월 오프라인 매장을 오픈한 제이스 케이크는 주로 인터넷으로 케이크를 주문받고 배달한다. 고객이 원하는 케이크를 만들기 위해 케이크의 크림, 컬러, 크기와 모양 등을 고객과 함께 상의해 결정한다. 전미경 대표는 고객의 주문 사항을 듣고 케이크 밑그림을 그려 고객에게 보내 디자인을 확인받는다. 고객이 원하는 부분을 몇 차례에 걸쳐 보완하고 수정하는 꼼꼼한 확인 작업을 거친 다음에야 케이크 제작에 들어간다. 워낙 작업 시간이 오래 걸리다보니 최소한 1주일 전에는 예약해야 제작이 가능하다. 디자인 케이크로 알려지다 보니 각 기업의 로고, 영화 시사회, 바비인형 등 일반적인 생각을 뛰어넘은 케이크를 주문하는 고객이 많다. 디자인 케이크의 가격이 7~35만원대에 달하지만 한 번 주문한 고객이 대부분 다시 찾는 까닭은 나만의 케이크를 가질 수 있다는 매력에서다. 오프라인 매장에서는 디자인 케이크 이외에도 치즈 케이크, 초콜릿 케이크 등 일반 케이크와 음료를 판매하고 케이크를 직접 만들고 싶어 하는 고객들을 위해 소형 디자인 케이크를 만들어 볼 수 있는 케이크 클래스도 운영하고 있다.



## 코핀스 Copine+

코핀스(대표 장현민)는 일본 간사히에서 '최고의 슈크림'으로 주목받은 양과자전문 브랜드를 지난 2004년 6월, 장현민 대표가 한국에 들여와 신세계백화점 강남점에 선보이면서 국내에 알려지기 시작했다. 슈크림 이외에도 각종 케이크, 롤케이크, 쿠키 등 일본식 양과자 전문점으로 꾸준한 인기를 얻고 있다. 2003년 2월 논현동에 스튜디오를 오픈하고 백화점 매장을 위주로 판매하고 있는 코핀스는 일본 본사에서 끊임없이 연구 개발한 레시피를 바탕으로 한국에서도 그 맛을 그대로 재현한다. 특히 일본에서 선풍적인 인기를 일으킨 '순생(純生) 롤케이크'와 '파르페' '쉬폰 케이크'는 코핀스 최고의 인기 제품이다. 순생 롤케이크는 천연 꿀을 반죽에 섞어 식감이 부드럽고 촉촉하다. 일반 롤케이크의 절반 크기에 신선한 생크림을 사용해 깔끔한 맛을 더하고 코핀스를 상징하는 빨간색 포장 상자가 롤케이크를 더욱 돋보이게 한다. 커피, 녹차, 초콜릿, 와인, 딸기 등 다양한 파르페는 업계 최초로 테이크아웃 형태로 선보였고 부드러움을 살린 무스의 맛이 독특하다는 평을 얻고 있다. 장현민 대표는 "앞으로도 신선한 생크림, 천연 재료만을 고집해 건강을 생각하는 디저트 문화에 앞장서 나갈 계획"이라고 밝혔다.

