



[산업] 카카오-대한항공 MOU "항공권 결제·탑승 등 모바일 혁신" 06



Life

[산업] 노른자위양 공장 내취야하는 삼표 대체부지 '골머리' 08



# '1% 커피의 룰'... 5가지 원두로 5가지 프리미엄 커피를

## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 80 매일유업 '바리스타룰스'

매일유업은 지난 1997년 컵커피인 카페라떼 브랜드를 선보였다. 이후 2007년 컵커피 산지와 바리스타의 역할을 강조한 프리미엄 제품 '바리스타룰스'를 출시했다. 이 제품은 컵커피 시장 1위에 올랐다.

#### ◆바리스타 룰스의 탄생

1997년 국내에 처음 도입한 컵커피 제품인 '카페라떼'는 차별화되고 독특한 개성을 표출하고 싶어하는 트렌드에 따라 고급스러운 커피 이미지를 콘셉트로 설정했다. 초기 개발 당시 수 차례의 시장조사 및 소비자 조사를 통해 정통 원두커피의 맛과 향을 개발하고, 신선한 맛을 유지할 수 있도록 냉장 유통되고, 어디서나 간편하게 마실 수 있는 컵을 용기로 적용했다.

멸균이 가능한 컵을 적용해 기존 컵커피 캔 수준의 내용물 보존성을 확보하고, 위생 및 편리성을 강조하기 위해 스냅-온 리드(Snap-on Lid) 캡을 적용했다. 스트로우를 부착해 꽂아 마실 수 있게 함으로써 RTD(Ready To Drink)커피 시장에 워킹드링크 패키지새로운 장을 열었다. 다니면서 마시는 원두커피라는 차별화된 콘셉트는 적중해 출시 5개월만에 전체 컵커피 시장의 10%를 점유하고 10개 일간지 히트상품으로 선정됐다.

카페라떼 이후 고급 컵커피 시장이 커지며 경쟁이 치열해지자 매일유업은 카페라떼 출시 10년 만인 2007년에 제품을 한 단계 더 고급화한 '바리스타'를 선보였다. 컵커피 전문점 시장이 커지면서 프리미엄급의 커피를 즐기는 계층이 증가함에 따라 생산량 1%의 고산지 프리미엄 원두를 블렌딩하고 전문 바리스타와 컵커피감사의 맞춤 로스팅 및 정교한 테스트 기법을 통해 원두 본연의 풍미를 살려 컵커피 시장의 고급화를 주도했다.

'1% 커피의 룰'을 적용한 '바리스타'는 기존 200ml '카페라떼'에서 용량을 25% 증량시킨 250ml 빅사이즈 컵을 적용하였다. 직경 85mm 빅사이즈 컵을 적용함으로써, 테이크아웃 컵커피 전문점의 분위기와 차별화된 맛으로 소비자의 마음을 사로잡았다.



원두 산지·바리스타 강조해 차별화 5가지 맛에 맞는 프리미엄 원두 선택 풍미·장점 살리는 로스팅·추출법 적용 북경매일유한공사 만들어 편의점 유통 중서 컵커피로 냉장 커피음료 시장 열어

#### ◆원두의 선택

에스프레소라떼, 스모키로스팅라떼, 마다가스카르바닐라라떼. 이는 바리스타룰스의 제품들이다. 제품명이 말해 주듯, 에스프레소라떼는 풍부한 바디감을, 스모키로스팅라떼는 스모키향을, 마다가스카르바닐라라떼는 바닐라향을 살려줄 플레이버로 연상된다.

바리스타룰스는 각 플레이버에 맞는 원두를 선택했다. 풍부한 바디감을 위해서는 목직나무 느낌에 코코아, 발효 과일향의 특성을 지닌 인도네시아 수마트라 가요마운틴 G1 원두를, 스모키향을 구현하기 위해서는 화산지역인 인도네시아 만델링의 원두를, 바닐라향을 살리기 위해서는 은은하게 배합을 하여도 바디감이 살아날 수 있는 남미의 엘살바도르 원두를 선택했다.

바리스타룰스는 다양하고 높은 품질의 커피 맛을 대중들이 즐길 수 있도록 하기 위해 각 대륙과 원산지가 가진 원두의 특징을 찾아 수백번의 컵 테스트를 통해 최적의 원두를 찾아낸다.

#### ◆로스팅과 추출

원두가 가진 고유 풍미는 로스팅과 추출법에서 결정된다. 로스팅은 말 그대로 커피 원두를 볶아내는 것으로 그 시간과 강도의 강약 단계에 따라 원두가 가진 신맛, 단맛, 쓴맛의 비율이 달라지게 된다.

모카프레스의 경우 견과류와 초콜릿 풍미의 코스타리카 원두를 선택해 강배전에 속하는 프렌치 다크 로스팅을 해 초콜릿의 달콤 씹사름한 맛을 표현했다. 바리스타룰스 제품의 용량은 250ml와 325ml 두 가지인데 250ml는 풍부한 바디감을 구현하는 에스프레소 추출 방법을, 325ml는 목넘김을 좋게 하는 부드러운 핸드드립 추출 방식을 적용했다.

선택한 원두 각각의 특징점을 살리기 위한 로스팅과 추출법을 정한 후 또 한가지 수반되어야 하는 것은 양산을 위한 기술 적용이다. 대량 생산을 위해 한 번에 수백 킬로에 달하는 원두를 최적의 설정 시점에 로스팅하는 기술 또한 수차례 테스트를 거쳐야 하는 타협할 수 없는 두번째 원칙, 로스팅과 추출의 영역이다.

#### ◆원료의 마리아주, 최고의 레시피

바리스타룰스가 오랜 기간 소비자들의 사랑을 받을 수 있었던 것은 절제된 단맛과 커피의 조화로 인한 바리스타룰스만의 맛이 기여한 바가 크다. 원두의 단맛, 로스팅을 통한 단맛과 신맛, 쓴맛의 조화, 다음으로 신선한 원유에서 유래하는 단맛의 조화, 즉 원료 본연의 단맛을 잘 살려 바리스타룰스의 단맛은 지나치게 달지 않고 마시

고 나서 혀끝에 오래 남지 않는 깔끔하고 절제된 단맛으로 표현된다.

로어슈거 에스프레소라떼의 경우, 설탕을 30% 줄인 단맛의 빈 공간을 원유 함량을 높여 유당 유래의 당분으로 채우고 커피의 바디감을 높여 또 한번 채웠다. 강렬한 에스프레소라떼의 맛을 위한 커피와 원유의 최적 배합비, 바닐라향을 살리기 위한 은은한 커피향의 구현, 초콜릿의 단맛을 세련되게 표현하기 위한 신맛의 조화는 바리스타룰스의 맛을 완성시키는 레시피다. 대량 생산을 위한 꾸준한 품질 체크 함께 설계된 레시피에 대한 지속적 기술 체크까지 바리스타룰스의 원칙은 굳건히 지켜지고 있다.

매일유업 관계자는 "커피를 즐기는 한국 소비자들의 취향과 맛에 대한 평가 기준은 글로벌 커피 시장에서도 매우 높은 수준에 속한다"며 "바리스타룰스는 매일유업의 커피 전문가들이 해외의 커피 농장을 직접 방문해 생두를 구매하고, 최적의 원두 로스팅 방식을 연구하고 개발해 차별화된 맛을 선보이는 프리미엄 컵커피 브랜드로, 특히 스모키 로스팅 라떼는 국내에서 유일하게 참숯 로스팅을 컵커피에 적용해 소비자들에게 높은 만족감을 주고 있다"고 말했다.

#### ◆중 진출한 바리스타 룰스

매일유업은 2013년 12월 중국에 바리스타룰스를 선보였다. 당시 중국의 경제 성장과 국민 소득 증가, 원두 시장의 개방 및 교류, 여가 생활을 즐기는 중국인이 증가하는 등 복합적인 요인이 맞물리면서 커피숍이 가파르게 성장하고 있는 점에 주목하며 수출을 시작했다.

이후 2018년 2월 중국에 바리스타룰스를 중심으로 음료를 직접 유통하기 위해 북경매일유한공사를 만들었다. 현재 주로 1성급 편의점을 중심으로 바리스타룰스 250ml 6종 제품 등을 유통하고 있다. 매일유업 관계자는 "중국 소비자들은 상온 음료를 즐겨마시는 특성이 있지만 매일유업이 컵커피를 통해 중국 냉장 커피음료 시장을 열었다"며 "앞으로 시장이 더욱 확대 될 것"이라고 전망했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr /사진=매일유업

에스프레소 라떼 | 수마트라 가요마운틴 블렌딩

스모키 로스팅라떼 | 만델링 Grade1 블렌딩

로어슈거 에스프레소라떼 | 케냐 AA 블렌딩

모카프레스 | 코스타리카 SHB 블렌딩

카라멜 딥 프레스 | 과테말라 안티구아 SHB 블렌딩

