



[산업]
롯데케미칼
친환경 경영
큰 걸음
06



Life

[라이프]
백화점 식품관
장보기·심부름까지
신속배달
L1



'원두-로스팅-레시피' 완벽 3박자... 컵에 담긴 1% 커피

메가히트 브랜드 탄생스토리

④ '바리스타룰스'

매일유업 바리스타룰스(BARISTAR Rules)는 2014년 이래로 국내 컵커피 시장에서 부동의 1위를 유지하고 있는 컵커피 브랜드다. 2020년 현재까지 바리스타룰스의 누적 판매량은 약 15억 개로, 지금도 1초에 3개씩 판매되고 있다.

매일유업은 1997년 국내 최초의 냉장 컵커피인 '카페라떼'를 출시한 이후 10년만인 2007년, 까다로운 소비자 입맛을 사로잡기 위해 원두의 특성과 풍미를 더욱 강화한 프리미엄 컵커피 바리스타룰스를 출시했다.

◆바리스타의 룰을 지켜 만든 커피, 바리스타룰스

'전문적으로 커피를 만드는 사람'을 뜻하는 단어 바리스타는 이탈리아어로 '바 안에서 만드는 사람'이라는 뜻으로, 커피를 만드는 바(Bar)에서 유래했다. 커피 바 안에서 한 잔의 커피를 완성하기까지는 원두 산지와 배합비 선정, 로스팅과 추출 방식 설계 등 바리스타의 보이지 않는 노력이 필요하다. 각 과정에서 바리스타가 어떤 선택을 하는지에 따라 커피의 맛도 천차만별로 달라진다.

매일유업 바리스타룰스는 이러한 바리스타의 노력을 그대로 담아, 소비자에게 최고의 커피를 제공하고자 탄생했다. 바리스타룰스는 원두의 특징을 살려 그대로 제품 컨셉으로 만든 국내 유일 프리미엄 RTD(Ready To Drink) 컵커피로서, 커피의 맛과 향을 섬세하게 구현한다. 10년이 넘는 시간 동안 꾸준한 사랑받을 수 있었던 것은 바로 바리스타룰스가 고집하는 까다로운 세 가지 원칙 덕분이다.

◆바리스타룰스의 세 가지 원칙

바리스타룰스는 다양한 원두의 향미를 소비자에게 전달하기 위해, 각 원산지가 가진 특징을 살려 제품으로 개발한다. 바리스타룰스는 이 원칙을 위해 제품 하나를 개발할 때도 대륙과 국경을 넘나들며 수백 번의 커피 테스트를 거친다. 전세계 생산량의 1%에 불과한, 해발 1200m 고산지의 귀한 원두를 각각의 특색에 맞게 제품화한다는 것이 바리스타룰스의 첫 번째 원칙이다.

예를 들어 진한 풍미와 바다감이 중요한 '바리스타룰스 에스프레소 라떼'에는 목직 한 나무와 코코야향을 자랑하는 인도네시아 수마트라 기요마운틴 G1 원두를, 달콤한 초콜릿을 첨가한 '바리스타룰스 모카프레소라떼'에는 다크 초콜릿과 견과류 향을 자랑하는 코스타리카SHB 원두를 사용하는 식이다.

커피의 맛을 결정하는 또 다른 열쇠는 로스팅과 추출 방식이다. 바리스타룰스를 만



바리스타룰스 모델 트로트 가수 임영웅



바리스타룰스 세 가지 원칙

/매일유업

소비자 눈높이 맞춰 컵커피 트렌드 선도 커피 위한 바리스타 노력 그대로 담아

원두 원산지 특징 살려 제품 개발 워터그라인딩으로 원두 특징 극대화

모히토 맛 라떼 '민트라임라떼' 출시 컵커피 최초 디카페인·락토프리 등 소비자에게 다양한 고품질 커피 선택

드는 두 번째 원칙은 원두의 특징과 제품의 컨셉에 가장 적합한 로스팅과 추출방식을 적용한다는 것이다.

'바리스타룰스 스모키로스팅라떼'는 국내 최초로 '차콜 로스팅' 방식을 채택했다. 차콜 로스팅은 숯을 이용해 직화로 원두를 로스팅하는 기법으로, 원두에 숯의 향미를 더할 수 있다는 장점이 있다. 하지만 고른 열 전달이 어려워 일반적으로 대량 생산에는 잘 이용되지 않는다. 매일유업은 차콜 로스팅을 위해 전문 로스터를 고용, 강원도 굴참나무만을 이용해 로스팅 작업을 하고 있다.

이 외에도 '바리스타룰스 카라멜 딥프레소라떼'는 카라멜의 단 맛과 잘 어울러지는 폴시티 로스팅을, '바리스타룰스 마다가스카르 바닐라라떼'는 바닐라의 향을 극대화하면서도 싱글오리진 원두 고유의 맛을 풍부하게 하는 미디엄 폴시티 더블 로스팅 방식을 사용한다.

원두가 가진 특징을 극대화하기 위해 매일유업은 자체적으로 추출 기법을 개발, 특허를 받기까지 했다. 물 속에서 원두를 분쇄하는 워터 그라인딩 방식이다. 이를 통해 분쇄 과정에서 원두의 아로마 손실을 최소화할 수 있고, 그라인딩 과정에서 포집된 아로마는 에스프레소 추출에 이용함으로써 커피의 향미를 더욱 풍부하

게 할 수 있다.

최고의 커피를 추출한 뒤, 마지막 단계는 다른 재료와의 배합이다. 바리스타룰스는 원두가 갖고 있는 고유한 맛을 다른 재료와 적절하게 조화시킬 수 있는 최적의 배합비를 개발한다.

바리스타룰스 벨지엄 쇼콜라모카는 질리지 않는 단맛을 구현하기 위해 벨기에산 진한 초콜릿과 최적의 풍미를 이루는 엘살바도르산 원두를 사용한다. 조화로운 맛의 커피를 즐길 수 있도록 최적의 밸런스를 구현하는 것은 바리스타가 고수하는 마지막 원칙이다.

◆당신이 커피에 기대하는 그 맛, 바리스타룰스에 있다

바리스타룰스는 1등 컵커피로서 국내 컵커피 시장의 트렌드를 주도하고 있다. 최고의 커피를 위한 세 가지 원칙을 고수함과 동시에, 진화하는 소비자의 취향과 니즈를 반영해 혁신적인 제품을 출시하고 패키지를 개선하는 등 다양한 변화를 시도하는 것이다.

올해 출시한 '바리스타룰스 민트라임라떼'는 국내에서 찾아볼 수 없었던 새로운 맛의 제품이다. 바리스타룰스 민트라임라떼는 미국 샌프란시스코를 대표하는 카페 필즈커피(Philz Coffee)의 시그니처 메뉴 '민트 모히토 라떼'에서 착안한 제품으로, 애플민트와 라임을 넣어 깔끔하고 시원하게 즐길 수 있는 모히토 맛 카페라떼를 구현했다.

마찬가지로 올해 출시한 '바리스타룰스 디카페인 라떼' 또한 컵커피 최초의 디카페인 커피로, 임신부 등 카페인에 민감한 고객에게 각광받고 있다.

지난 5월에는 '로어슈거 에스프레소 라떼'의 우유를 유당을 제거한 락토프리 우유로 변경하며 제품 리뉴얼을 단행, 컵커피 최초의 락토프리 라떼가 탄생했다. 락토프

리 우유는 유당불내증의 원인이 되는 유당을 제거함으로써 복통, 더부룩함 등 유우음용 후 느낄 수 있는 불편함 없이 편하게 마실 수 있는 우유다.

레드오션이 되어가는 커피 시장에서 바리스타룰스가 꾸준한 사랑을 받아온 것은 1등 컵커피로서 손색없는 기술력에 더해, 국내 커피 소비자들에게 고품질의 다양한 커피를 선보이겠다는 집념의 성과다.

매일유업 관계자는 "국내 커피시장은 계속해서 성장하고 있고, 특히 우리나라는 국민 1인이 연간 512잔의 커피를 마실 정도로 커피에 대한 선호가 크다. 이는 곧 커피에 대한 기대와 관심이 크다는 뜻이기도 하다. 바리스타룰스는 앞으로도 커피에 대한 소비자의 기대를 충족할 수 있도록 품질에 대한 원칙은 고수하고, 혁신을 거듭하겠다"고 전했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr



1 민트라임라떼 출시

