

한국의 커피 시장 규모

국내 커피시장의 규모는 그간 베일에 싸여 있다 할 정도로 그 실태 파악이 제대로 안 되었던 것이 사실이다. 무엇보다 그간 공신력 있는 조사가 전제되지 않았던 점, 그리고 일부 업체들의 매출 공개 회피 등이 문제로 작용했기 때문이다.

이러한 가운데 금호 특별기획에서는 월간 커피의 협조를 얻어 한국의 커피 시장에 관한 특별 기획 기사를 게재한다.

이 특별기획 기사는 올 월간 커피 1월호에 게재되었던 내용으로 재판기의 밀접한 내용 상품인 커피에 대한 시장규모와 현실을 재판기 산업계도 제대로 알고자 하는 차원에서 본지에 게재가 이루어지게 된 것이다.

자료 협조를 아끼지 않은 월간 커피社에 진심어린 감사의 말씀을 전하며, 지금부터 한국의 커피시장의 세부 규모와 현황을 살펴보기로 하자

<편집자 주>



한국 커피시장 규모는 2001년 기준으로 약 1조 1천 억원에 이르는 것으로 나타났다. 이중 냉동 및 분무건조커피, 커피 믹스, 캔 커피를 포함한 인스턴트 커피가 전체의 88%인 9,108억원(2002년 예상치 약 9,744억원), 원두커피 시장은 전체의 12%인 약 1,245 억원에 달했다.

이같은 결과는 무역협회의 무역통계 자료와 관련 업체를 대상으로 한 탐문 취재를 통해 산출된 것으로 갖가지 조사의 한계에도 불구하고 나름대로 커피시장 규모를

밝혔다는 점에서 의미가 있는 것으로 평가된다.

커피시장 규모를 산출하는 과정은 자료 부족과 관련 업체의 소극적 자세 등 여러 가지 한계 때문에 여간 만만치 않았다. 따라서 현재의 상황을 그대로 투영했다고 보기에는 다소 무리가 따르지만 커피 산업의 현주소를 가늠해볼 수 있는 의미 있는 첫 작업이었다는 데 의의를 두고 싶다.

전체 커피 시장규모를 산출하는데 최대의 난제는 과연

원두커피 시장 규모가 어느 정도인가를 조사하는 일이었다. 인스턴트커피 시장은 동서식품(주), 한국네슬레(주), 대상(주) 등 빅3가 분할하고 있어 매출 자료 파악이 수월했지만 원두커피는 해당 업체수도 많고 수요처가 커피숍, 카페, 레스토랑, 백화점, 할인점 등으로 산재해 있어 실체를 파악하기가 힘들었다. 고심 끝에 마련한 방법은 먼저 무역협회 자료 중 커피 품목(볶지 않은 것과 볶은 것)의 연간 수입량을 조사한 뒤 이 중 인스턴트커피 3사가 차지하는 볶지 않은 커피(이하 생두)의 물량을 뺐아냈다. 이 생두 수입량 중 인스턴트커피 생산에 소요되는 양을 빼어내 원두 커피 생산용 생두량을 얻어냈다. 여기에 전체 생두량에서 인스턴트커피 3사의 생두량을 제외한 양을 더함으로써 전체 원두커피 생산용 생두량을 산출했다.

이렇게 산출한 양과 수입원두커피 업체에서 수입하고 있는 볶은 커피(이하 원두)의 양을 더해 전체 원두

커피 물량을 도출 할 수 있었다.

전체 원두커피 물량 = 원두커피용 생두량 [전체 생두량 - 인스턴트커피 3사 생두량 + 인스턴트커피 3사 생두량 중 원두커피용 생두량] + 원두커피 수입업체의 수입량

두 번째 난제는 이렇게 파악한 원두커피 물량을 어떻게 금액으로 환산하느냐였다. 우선 인스턴트커피 빅3와 중견 원두커피 생산업체의 회사별 연간 생두수입물량과 커피숍, 카페 등 kg당 점포 공급가격을 조사했다. 수입원두 커피업체의 경우 점포 공급가격만 조사했다.

이렇게 조사된 각 사별 원두커피생산물량에 점포 공급가격대를 곱해 전체 원두커피 시장규모를 산출할 수 있었다. 백화점, 할인점 등 일반 소매점에 공급되는 물량은 극히 미미하기 때문에 이들 물량도 점포 공급가를 기준으로 했다.

연간 커피 수입량 추이

2001년 기준 커피 수입량은(카페인

제거하지 않은 것, 카페인 제거한 것 합계. 이하 동일) 7만 5,160톤으로 이중 생두량이 7만 4,487톤, 원두량이 682톤이었다.

1988년 이후부터 수입량 추이를 보면 생두의 경우 1990년 5만톤대, 1993년 6만톤대, 2000년 7만톤대에 각각 진입함으로써 완만한 성장을 이루어왔다. 그러나 원두는 부침이 다소 심해 1990년 1백톤대, 1992년 2백톤대에 진입했으며 1995년 5백톤대, 1996년 9백톤까지 급상승하다 1998년 2백톤대로 급락하는 모습을 보였다. 이후 원두는 상승세로 돌아서 2000년 5백톤대, 2001년 6백톤대로 나타났다 (표1 참조).

전체적으로 원두수입량이 부침이 심했지만 이 양이 전체 커피 수입량에 차지하는 비중이 1% 안팎으로 미미해 전체적으로는 완만한 상승세를 이어왔다. 전체 커피수입량에서 동서식품, 한국네슬레, 대상 등 인스턴트커피 3사의 비중이 2001년을 기준으로 94.3%(7만 893톤)

〈표1〉 연간 커피 수입량 추이 단위 : 톤

구 분	1988년	1989년	1990년	1991년	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년(추정)
볶지 않은것	34,911	43,100	51,404	49,357	56,262	61,899	68,447	63,253	57,385	67,655	63,122	66,588	75,569	74,487	78,124
볶은것	14	92	184	141	211	296	293	508	903	873	293	345	529	682	850
합 계	34,925	51,588	43,192	49,498	56,473	62,195	68,740	63,761	58,288	68,528	63,415	66,933	76,098	75,169	78,974

〈표2〉 국가별 커피 수입량

단위 : 톤, ()는 점유율. 2001년 기준

국 가	볶지 않은것(생두)	국가명	볶은것(원두)
베트남	27,766(37.7%)	미국	433.7(63.5%)
태국	8,269(11.7%)	이태리	116.5(17%)
브라질	7,562(10.2%)	캐나다	41.4(6.0%)
온두라스	7,432(10.1%)	독일	19.2(2.8%)
콜롬비아	6,747(9.1%)	브라질	15.9(2.3%)
인도네시아	6,040(8.2%)	코스타리카	15.1(2.2%)
페루	3,755(5.1%)	기타	40.2(5.8%)
멕시코	2,111(2.8%)		
코스타리카	1,546(2.1%)		
기타	2,899(3.8%)		
합 계	74,487	합 계	682



에 달해 이들 업체가 한국 커피시장을 주도하고 있는 것으로 나타났다. 국가별 수입량을 살펴보면 2001년을 기준으로 생두의 경우 베트남이 2만 7,765톤(전체의 37.7%)으로 가장 높았고 태국 8,628톤(11.7%), 브라질 7,562톤(10.2%), 온두라스 7,432톤(10.1%), 콜롬비아 6,747톤(9.1%), 인도네시아 6,040톤(8.2%) 등의 순이었다. 원두의 경우 미국이 433.7톤(전체의 63.5%)으로 가장 높았고 이태리 116.5톤(17%), 캐나다 41.4톤(6.0%), 독일 19.2톤(2.8%)의 순이었다 (표2 참조).

인스턴트커피 시장 규모

인스턴트커피 업체 3곳, 국산 원두커피 생산업체 5곳, 수입 원두커피 업체 6곳 등을 대상으로 연간 생두 및 원두 도입 물량, kg당 공급가격대

등을 조사해 추정한 결과 국내 원두커피 시장규모는 2001년 기준으로 약 1,245억원에 이르는 것으로 집계됐다 (표4 참조).

물량면에서는 인스턴트커피 3사가 49.8%로 가장 높았으나 금액면에서는 국산 원두커피 업체의 비중이 49.8%로 가장 높았다. 수입 원두커피 업체는 물량면에서는 8%, 금액면에서는 17.8%를 차지했다.

원두커피 시장은 90년대 중반 다소 크게 느는 듯했으나 IMF여파와 커피숍 시장의 침체가 겹쳐 급격히 하락했으며 99년 이후 반전을 거쳐 상승세를 이어가고 있다.

인스턴트커피 업체를 포함한 국산 원두커피 생산 업체의 공급가격대를 살펴보면 배 이상으로 가격 차이가 나는 경우도 있었는데, 이는 사용하는 원두의 등급과 종류의 차이에 기인한 것이다. 대체적으로 월 20톤

미만의 소규모 원두커피 생산업체 (small roaster)의 가격이 높게 형성돼 있었다. 수입 원두커피 업체의 경우 kg당 4만원대에 공급하는 업체도 있었으나 대부분은 3만원에서 3만 5천원 사이에 유통하고 있는 것으로 조사됐다.

그런데 수입제품이라는 프리미엄을 이용해 수준 이상으로 가격이 높게 책정된 경우도 있어 향후 원두커피의 수요가 늘어나고 이에 대한 정보가 널리 확산되면 가격대가 세분화될 것으로 전망된다.

전체 커피시장 규모

인스턴트커피 3사의 연간 매출액과 각종 자료를 취합해 산출한 원두커피 시장 규모를 종합하면 국내 커피시장 규모는 2001년 기준 약 1조 353억원에 달하는 것으로 나타났다. 완만한 성장률을 감안한다면

〈표3〉 인스턴트 커피 시장 규모

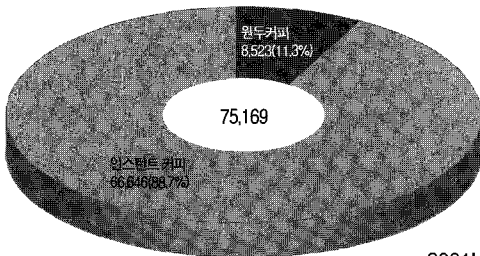
단위: 억원

구분		1999년	2000년	2001년	2002년 (예상)
냉동 및 분무건조 커피	전체	5,610	4,914	4,128	3,864
	성장률	0.1%	-12.4%	-16.0%	-6.4%
	동서식품	3,478	3,179	2,708	2,550
	점유율	62.0%	64.7%	65.6%	66.0%
	네슬레	2,115	1,720	1,408	1,298
	점유율	37.7%	35.0%	34.1%	33.6%
커피믹스	전체	2,320	2,775	3,220	3,920
	성장률	17.0%	19.6%	16.0%	21.7%
	동서식품	1,740	2,081	2,415	3,018
	점유율	75.0%	75.0%	75.0%	77.0%
	네슬레	534	583	660	745
	점유율	23.0%	21.0%	20.5%	19.0%
	대상	46	111	129	118
점유율	2.0%	4.0%	4.0%	3.0%	
캔커피	전체	1,430	1,610	1,760	1,960
	성장률	27.0%	12.6%	9.3%	11.4%
	동서식품	358	320	361	402
	네스카페	315	293	296	329
레쓰비	372	609	662	737	
합계		9,360	9,299	9,108	9,744

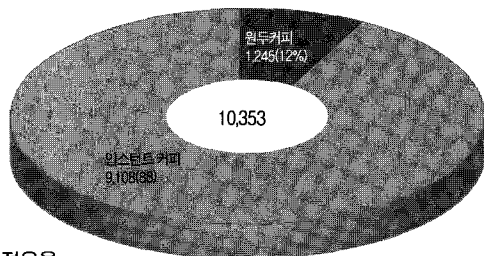
〈표5〉 전체 커피시장 규모

구분	물량(톤)	kg당 평균 공급가(원)	금액(억원)	
인스턴트 커피 업체	A사	1,915(22.5%)	8,000~10,000	153 ~ 191
	B사	792(9.3%)	10,000~11,000	79 ~ 87
	C사	1,540(18%)	9,000~10,000	139 ~ 154
	소계	4,247(49.8%)		371 ~ 432 (평균 402억원, 32.4%)
국산 원두커피 업체	A사	800	10,000~11,000	80 ~ 88
	B사	400	20,000~22,000	80 ~ 88
	C사	260	25,000~30,000	65 ~ 78
	D사	180	20,000~22,000	36 ~ 39
	기타	1,640	20,000~22,000	328 ~ 360
	소계	3,594(42.2%)		589 ~ 653 (평균 621억원, 49.8%)
수입 원두커피 업체	682(8%)	30,000~35,000	205 ~ 239 (평균 222억원, 17.8%)	
총계	8,523		1,165 ~ 1,324 (평균 1,245억원)	

조사대상업체 : 인스턴트 커피 - 대상, 동서식품, 한국네슬레
 국산 원두커피 - 구미에, 롯데 리치빌, 자쟁, 코판, 한국커피
 수입 원두커피 - 전한F&C(라바짜), 바리스타 에스프레소(일리),
 GKMT(달마이어), 다이나믹통상(골드마운틴),
 컴퍼니엑스코(브리스토틸), 이셀코리아(그라프)



● 물량기준(톤)



● 금액기준(억원)

2002년에는 약 1조 1천억원 안팎이 될 것으로 전망된다. (표5 참조).

이중 인스턴트커피가 생두량을 기

준으로 한 물량이 6만 6,646톤으로 88.7%를 차지하고 있고, 금액으로

는 9,108억원으로 88%를 점유하고

있다. 원두커피는 물량으로는

8,523(11.3%), 금액으로는 1,245

억원(12%)을 나타내고 있다. 물량

면이나 금액면이나 인스턴트커피와 원두커피의 비중이 별 차이가 없는 것이다.

향후 인스턴트커피 시장은 기존의 냉동 및 분무건조 커피의 퇴조가 지속되는 가운데 이의 공백을 커피믹스와 캔커피가 메우면서 전체적으로 완만한 상승세를 이어갈 것으로 전망된다. 원두커피 시장은 커피숍, 카페 등 점포가 아닌 가정용 시장 정착 여부가 시장 확산의 중대한 분기

점이 될 것이지만 당분간 가정용 원두커피 시장이 의미있는 규모로 성장할 것으로 보이지는 않는다는 게 일반적인 전망이다.

그러나 에스프레소를 주축으로 한 원두커피의 수요 상승과 맞물리면서 가정용 시장 공략도 수면 위로 부상할 것으로 예상된다.

또한 원두커피 시장에서 인스턴트커피 업체의 시장점유율이 높지만 원두커피가 다품종 소량생산의 특

징을 띠고 있어 소규모 업체가 적극적으로 시장 공략에 나설 경우 점유율을 더욱 높일 것으로 보인다. 수입 원두커피업체도 고급 이미지를 앞세우며 기존 시장을 공략하는 한편 베이커리, 샌드위치, 아이스크림등 인접 업종으로 판로를 확대하며 시장 확산의 중요한 역할을 담당할 것으로 예상된다.

국내 커피 프랜차이즈, 얼마나 될까?

최근 몇 년 사이에 크게 늘어난 커피 프랜차이즈 업체들이 커피시장의 확산을 주도하고 있다. 이 같은 사실은 최근 3년 사이 매년 20여 개의 업체가 커피 프랜차이즈 사업에 신규 진출하고 있는 현황으로도 충분히 짐작할 수 있다. 특히 최근 커피시장에 등장한 프랜차이즈 업체들은 대부분 '소자본 가맹 사업'에 큰 관심을 두고 다점포화를 추진하고 있다는 점도 특징이다.



프랜차이즈(franchise)란 '체인 본부가 가맹점에 일정한 지역에서 자사 상품을 독점 판매할 수 있는 권리를 주고, 각종 경영지도 등을 통하여 판매 시장을 개척해 나가는 방식'을 말한다. 하지만 의미를 더 확장시킨다면 '스타벅스(STARBUCKS)'나 '시애틀즈 베스트커피(SEATTLE'S BEST COFFEE)'처럼 본사의 지속적인 지원을 기반으로 공동 상호 및 같은 상품을 취급하는 직영 방식 역시 이 범주 안에 포함된다.

1999년 이후 해마다 20여 업체 신규 등장

정확한 현황 파악은 힘들지만 국내 시장에서 이들 프랜차이즈 업체들이 차지하는 비중은 단순히 수치상으로 나타난 것 보다도 훨씬 더 높다는 것이 커피업계 관계자들의 공통된 의견이다. 더욱이 공동 상호를 사용하고, 시내 중심가나 유동인구 밀집지역은 물론 틈새지역 등에 전방위적으로 확산되고 있는 프랜차이즈의 경우 소비자들이 느끼는 존재감은 일개 자영점에 비할 바가 아니다.

본지가 지난 12월 중순 국내 커피 프랜차이즈 업체를 대상으로 조사한 바에 따르면 국내 '커피 프랜차이즈'는 올 1월 점포개설을 눈앞에 두고 있는 1개 업체를 포함해 모두 87여개 업체에 달하는 것으로 집계됐다. (표 참조. 응답을 거부한 10여개 업체는 통계에서 제외).

1999년 7월 다국적 커피체인 스타벅스의 점포 개설을 전후해 본격화되기 시작한 커피 프랜차이즈 업체는 그해 12개를 필두로 2000년 20개, 2001년 23개, 2002년 22개 등 꾸준한 증가세를 보였다. 커피 산업의 분기점이라 할 수 있는 '스타벅스 등장' 이전 10여개 업체에 불과하던 커피 프랜차이즈는 이로써 2000년 이후에만 전체의 74%에 이르는 65개 업체가 커피시장에 신규 진출한 것으로 나타났다. 에스프레소로 촉발된 '원두커피문화'의 확산이 수치상으로도 여실히 입증되고 있는 것이다.

이 같은 신규 업체의 진출은 올 1월 점포 오픈을 앞두고 있는 핸드드립 커피 전문점 '하라커피(HARA COFFEE)'와 미국 브랜드 '털리스

(TULLYS)' 등의 국내 진출로 더욱 탄력을 받게 될 것으로 보인다.

이번 조사에서도 확인된 것처럼 커피시장의 흐름을 주도하고 있는 스타벅스, 시애틀즈베스트커피, 세가프레도, 커피빈&티리프, 자바, 파스쿠찌 등 대형 커피전문점들은 여전히 '직영원칙'을 고수하고 있는 것으로 나타났다.

시내 중심가의 주요상권에 매장 면적 50~100평의 대형점으로 입점해 있는 이들 브랜드의 경우 임대료나 시설비, 인테리어비 부담이 높아 가맹 사업자를 모집하기가 쉽지 않고, 무분별한 점포 출점보다는 본사에서 직접 운영 시스템을 관리할 수 있는 직영 방식을 선호하기 때문이다. 또한 이들 중 상당수가 외국에 본사를 둔 수입 브랜드라는 점도 직영방식을 고집할 수 밖에 없는 이유 가운데 하나이다.

대형점포, 테이크아웃 틈새 점포 등 형태 다양

이에 비해 최근 등장한 신규 프랜차이즈 업체들은 대부분 순수한 국내 브랜드가 주를 이루고 있으며, 가맹

국내 커피 프랜차이즈 업체의 연도별 증가 추이

구분	1999년 이전	1999년	2000년	2001년	2002년	비고
업체수	10	12	20	23	22	올 1월 점포개설을 앞둔 1개 업체는 2002년 통계에 포함
총계	10	22	42	65	87	



커피 시장에 나타난 새로운 변화이다. 에스프레소 커피에 대한 관심이 일부 대도시에 국한된 현상이 아니라는 사실을 입증하는 지역형 프랜차이즈의 등장은 국내 커피시장의 확산을 위해 매우 긍정적인 결과로 받아들여지고 있다.

일부 업체 사업중단 불구 확산 계속될 듯

신규 업체의 등장 이번

사업에도 큰 관심을 보여 수치상으로는 전체 업체의 86%가 가맹 사업체인 것으로 나타났다.

이들 신규 프랜차이즈 업체들의 경우 카트형, 부스형, 슝인슝, 차량형 등 주로 3,000만원~6,000만원 내외의 소자본 창업 아이템이라는 점이 특징이다. 부스형, 카트형 등 테이크아웃 위주로 운영되는 소형 커피점들은 대부분 틈새시장 공략에 큰 관심을 기울여 대형 커피전문점들이 들어서지 않는 공공기관, 지하철역, 병원, 대학교 매점, 주유소 등을 중심으로 빠르게 점포를 확산해 나가고 있다. 100여 평에 이르는 '대형 커피전문점'과 2~5평 이하의 부스형, 카트형 '테이크아웃 전문점'의 수를 단순 비교할 수는 없지만 이들 신규업체 가운데는 불과

2,3년 사이에 가맹점을 100여 개 이상으로 늘린 다점포 업체도 등장했다.

그런가 하면 '후에버(WHOEVER)'나 '펄 베리(PEARL BERRY)' 등 체계화된 프랜차이즈 시스템을 앞세운 프랜차이즈 전문업체의 신규 진출도 줄을 이어 국내 커피시장의 본격적인 브랜드 경쟁 시대로 접어들 것임을 예고하고 있다. 이들 업체의 경우 주로 시내 주요지역에 수십 평 규모의 준대형 점포 출점을 추진하고 있어 대형 커피전문점 시장에도 작은 변화가 나타날 것으로 보인다.

또한 '낭띠(NANTDI)'나 '아로테스(AROTES)'처럼 일정 지역에서만 가맹 사업을 전개하는 '지역형 프랜차이즈'의 등장도 최근 들어 국내

에는 커피전문점 가맹사업을 중단한 기존 프랜차이즈 업체들의 부침도 눈에 띈다. 자용커뮤니케이션이 지하철 역사 내에 부스형 커피점으로 가맹사업을 추진하던 '래일로(來日路)'가 지난해 말 사업 중단을 선언한 것을 비롯해 커피 기계 국산화에 관심을 보이던 리스컴 역시 자금 사정으로 '애수부래소바'의 가맹사업 중지를 결정했다.

이밖에도 현재 한 중견업체가 점포 정리절차를 밟고 있는 것으로 알려져 있으며 이번 통계에서 누락된 기존 10여 개의 업체 가운데 상당수도 이미 폐업신고를 마치고 사실상 가맹사업 자체를 중단한 것으로 파악된다. ▣