



'콜리브리' 원두커피자판기, 임대사업으로 승부수

칼라비전이 국내 전개를 진행하는 원두커피자판기는 이태리 Necta사의 콜리브리 기종이다. 이 제품은 최상급 품질의 아라비카종 원두를 직접 갈아 가압방식으로 추출하므로 신선한 맛과 원두의 깊은 향을 즐길 수 있게 한 기종이다. 에스프레소, 아메리카노, 카푸치노, 모카치노, 카페라떼 등 유럽풍의 다양한 원두커피가 판매가 된다.

중형제품으로 실내용으로 설계가 된 이 제품은 설탕량을 개인의 기호에 따라 마음껏 조절이 가능하고, NO CUP 기능을 갖추고 있어 개인 컵의 사용이 가능하다. 또한 투명창으로 깨끗하고 신선한 원두를 눈으로 직접 확인 할 수 있으며, 단순한 구조로 되어 있어 청소 등 관리가 간편하다.

칼라비전은 사업 초창기인 2003년부터 유럽 정통 원두커피를 판매하는 '콜리브리'가 국내시장에 얼마든지 성공이 가능하리라 판단했었다. 맛에 대해서는 확신을 하고 있기 때문에 과제는 제품을 얼마만큼 빨리 전개를 하느냐 여부였다.

칼라비전은 제품의 빠른 전개를 위해 애초에는 기존 커피자판기 유통방식으로 사업을 진행했었다. 즉, 제품을 운영자에게 판매하는 식의 사업을 진행하려 했으나 여러 여건이 맞지가 않았다. 우선 중소기업으로 유통망구축에 많은 애로점을 느꼈고, 기존 자판기 판매시장은 아웃도어 위주로 진행되기 때문에 실내형인 '콜리브리' 기종으로는 맞지가 않았다. 또 초기의 원두커피자판기에 대한 인식을 확대하는 일도 쉽지 않았다.

여러 가지 상황을 종합해 칼라비전은 사업방향을 임대방식으로 급선회를 했다. 무르익지 않는 판매시장에 집착을 하는 것 보다는 임대방식으로 제품을 깔아 소비자가 원두커피 맛에 익숙해질 수 있게 하는 전략을 택했다.

이러한 칼라비전의 선택은 주효를 했다. 판매시장으로는 쉽게 열리지 않던 시장이 임대시장으로 전환하자마자 기대이상의 반응을 보이기 시작한 것. 은행, 쇼핑몰, 사무실 등지를 타깃로케이션으로 해 '콜리브리' 전개가 활성화되기 시작한 이래, 최근까지

올해 자판기 시장의 주목되는 이슈 중의 하나가 과연 원두커피자판기 시장이 활성화될 수 있는지 여부이다. 기존 인스턴트 자판기가 시장 확대의 한계를 보여 가는 마당에서 원두커피자판기가 시장 활성화의 새로운 바턴을 이어 받기를 바라는 기대가 크다.

하지만 시장은 기대만큼 녹록치가 않다. 원두커피자판기 관련업체의 기대만큼 빠른 시장 확대를 보이지 못하고 여전히 가능성의 시장에 머물러 있다. 아직은 인스턴트커피의 아성에 위협을 가하기는 역부족인 게 사실이다.

그렇지만 최근 원두커피자판기 시장에 있어 서서히 훈풍이 불어온다 할 정도로 한 단계 한 단계 씩의 시장이 확대되고 있는 점은 고무적이다. 비록 성에 찰 정도는 아니지만 서서히 보급률이 확대되고 있고, 필드에 설치된 제품들의 운영효율이 높아지고 있다.

과거 인스턴트 일색의 커피자판기 문화에 있어 원두커피를 하나의 트렌드로서 서서히 확산시켜 가고 있는 것이다. 목표지점을 향한 행보는 빠르지 않지만 끊임이 없다는 점에서 큰 희망을 갖게 한다.

이러한 가운데 최근 이태리 '콜리브리' 원두커피자판기를 전개하는 칼라비전사의 사업행보가 주목을 받고 있다. 초창기 판매지향의 사업방식을 탈피하고 임대위주의 사업으로 승부수를 던지며 잔잔하지만 파급력 있는 시장공략을 진행하고 있다.



김주경 사장

200여대의 제품을 전개하기에 이르렀다. 칼라비전의 임대사업은 로케이션 개척을 위해 주

로 전문 외주업자를 이용한다. 전문 외주업자가 각기의 유망한 로케이션을 발굴하면 본사가 내용물 공급에서부터 관리까지 운영을 대행한다. 본사 입장에서는 내용상품인 원두커피 공급사업이 수익의 주가 되는 시스템이고, 임대장비의 수가 늘면 늘수록 내용물 공급사업의 규모는 확대가 되기 마련이다.

그렇다면 과연 기계가 250만원의 제품을 무상임대하여 수지를 맞출 만큼 운영효율이 살아 날 수 있을까. 일반 사람들이 피상적으로 봤을 때는 고개를 절레절레 저을 수도 있겠지만 칼라비전의 분석은 다르다. 지금까지 각기의 필드 로케이션에 설치된 제품들은 기대만큼의 운영수익성이 나와 주고 있다고 한다. 주로 제품이 설치된 로케이션들을 직원들의 복리후생을 위해 서비스 차원에서 '콜리브리'를 운영하고 있는 곳이 많기 때문에 높은 이용률을 기록하는 게 보통이다. 또 본사 입장에서는 하루 50잔 이상이 나오는 로케이션을 임대 대상 로케이션으로 잡지 아무 곳이나 임대를 해주는 게 아니다.

이렇다보니 임대를 통한 운영사업은 내용물 판매사업의 수익구조를 높여 준다. 본사 입장에서는 기계가 늘면 늘수록 내용상품 공급 수익도 늘려갈 수 있는 구조가 된다. 따라서 초창기 원두커피자판기의 붐 조성을 위해서는 더할 나위 없는 방법으로 평가되고 있다.

자본력만 따르면 임대대수를 크게 확대시켜 나갈 수가 있지만 문제는 운영효율이 높은 a급 로케이션을 얼마나 확보하느냐에 있다. 칼라비전은 앞으로 a급 로케이

션을 발굴 확대하는데 영업력을 집중할 계획이다. 올해 안에 500대까지 운영장비를 늘리고, 이때가 되면 원두커피 내용물 가격도 일정부분 내려서 공급을 할 예정이다. 기계 운영대수가 늘면 늘수록 내용물을 다량 구매할 수 있어, 그 혜택을 운영자에게 돌릴 수가 있게 된다.

칼라비전이 임대사업 확대에 자신감을 갖는 데는 원두커피의 맛에 대해 소비자 만족도가 높다는 점이 가장 크게 작용한다. 일단 제품이 설치가 되면 이태리식 원두커피의 깔끔한 맛 때문에 꾸준한 고객이 확보가 되는 편이라고 한다.

제품에 있어서는 현 '콜리브리' 제품의 디자인을 보완할 계획이다. 제품이 주로 회색 빛 일색의 사무실에 설치되기 때문에 빨강, 노랑 등 좀더 화려한 디자인을 채택, 제품에 대한 주목도를 높일 계획이다.

한편 중형 제품인 '콜리브리' 외에 대형제품인 '키코'는 아직까지 국내 전개를 할 계획이 없다. 임대 모델로는 원가 부담이 너무 큰데다, 판매시장 공략을 아직은 적극 진행을 할 계획이 없기 때문이다.

임대 사업 강화로 활로를 찾고 있는 칼라비전의 행보는 현 위축된 판매시장에 있어 현명한 선택으로 여겨진다. 현재 판매시장의 유통구조가 영업사원 수단봉제로 거품이 많은 현실에서 무리한 판매위주의 시장 공략보다는 운영효율을 높이는 방향으로의 실수요 시장 공략이 더욱 더 큰 시장 과급력을 가진다.

칼라비전의 임대사업 확대가 원두커피자판기 시장 활성화의 큰 계기로 작용했으면 하는 바람이 크다.

