

원두커피자판기가 희망이다!

웅진식품 바바 원두커피자판기 인기 몰이



안영철 사장

최근 로벤의 원두커피자판기 매출이 크게 늘었다는 소식을 들었다. 이유를 알아보니 웅진식품에서 본격적인 바바 원두커피자판기 사업 확대에 나섰다는 것이다. 그렇지만 웅진식품에 직접 원두커피자판기를 필드에 전개하는 것은 아니다. 금성경기서비스(대표;안영철)라는 업체에서 자판기 판매, 장소 섭외, 설치, A/S를 총괄한다. 웅진식품에서는 원두커피자판기를 공장도기에 판매를 하고, 한창 띄우려하는 원두커피 '바바'를 공급한다. 자판기 제조업체, 원두커피 내용물 업체, 운영업체가 공생하는 윈윈의 사업 모델이다. 이렇게 전개 중인 바바 원두커피자판기 인기가 쏠쏠하다고 한다. 금성경기서비스의 안영철 사장을 만나 이 사업이 왜 뜨고 있는지를 알아 봤다.

웅진식품, 소형에 이어 대형 원두커피 자판기 투자 확대



이 사업의 중심에는 웅진식품이 있다. 웅진식품에서는 자체 브랜드 ‘바바’ 원두커피를 출시하고 사업을 크게 확대하려 하고 있다. 작년부터는 편의점을 중심으로 소형 원두커피자판기 렌탈 사업을 진행하고 있다. 올해 들어서도 소형이외에도 대형 원두커피자판기 사업에도 투자를 결정한 것이다. 이 과정에서 사업 파트너로 선택이 된 게 금성경기서비스의 안영철 사장이다. 안사장은 웅진식품의 미니원두커피자판기의 서울, 경기, 강원 지역의 A/S 및 설치를 담당했다. 이 과정에서 바바 원두커피의 맛이 좋다는 데 주목을 했다. 군부대 자판기 운영업체와 제휴를 많이 하는 안사장은 군부대 원두커피자판기 시장 가능성을 유심히 살폈다.

“군부대 커피자판기 운영이 점점 힘들어 있고, PX에서는 자명 같은 원두커피가 잘 팔리고 있다는 점을 주목했습니다. 스타벅스 같은 원두커피에 익숙한 사병들은 점점 인스턴트 믹스커피는 안마시는 것이었죠. 이들에게 자판기로도 맛있는 원두커피를 제공하면 먹힐 수 있다고 판단했습니다”

안사장은 “군대를 다녀온 사람들은 군대에 얽힌 추억 이야기를 많이 하지 않느냐”면서 “신세대 사병들에게 인스턴트커피가 아닌 자판기 원두커피를 맛있게 먹었다는 추억을 갖게 하고 싶었다”고 말했다

사업성에 대한 확신을 갖고자 포천의 한 군부대를 대상으로 필드 테스트에 들어갔다. 올 2월부터 3월까지 원두커피자판기를 설치 운영했는데 결과는 ‘대박’ 수준이었다. 옆에 인스턴트커피자판기와 같이 났는데도 불구하고 13,000잔이나 팔렸다,

이때부터 웅진식품과 더불어 군부대를 대상으로 원두커피자판기 공급 사업을 진행하기에 이른다. 안사장은 군부대 자판기 운영업체에게 원두커피자판기와 재료를 공급한다. 지금까지 100대의 자판기가 설치 운영되고 있다. 자판기 원두커피가 사병들에게 인기를 끄니 제품 전개가 확대될 수밖에 없다. 군부대 자판기 운영업체들은 속속 부대 내 인스턴트 커피자판기를 빼고 원두커피자판기를 설치하고 있다.

바바 원두커피와 로벤 원두커피자판기는 환상 공합

이렇게 군부대 내 원두커피자판기가 인기를 끄는 요인은 맛에 있다. 안사장은 “바바 원두커피와 로벤 원두커피자판기 (RVE-6212HB)는 환상 공합이다”고 강조를 한다. 그만큼 로벤 원두커피자판기는 바바 원두커피의 최적화된 맛을 낸다. 여기에는 안사장만의 독특한 원두커피 레시피도 한몫을 했다. 적은 양으로 뛰어난 맛을 내는 게 노하우이다. 안사장은 이 노하우를 군부대 운영업체에 전수를 했다. 그는 또 원두커피 컵을 9온스가 아닌 6.5온스로 차별화 했다. 6.5온스 판매를 하면 양



이 많이 넣을 필요가 없고 값도 싸지게 된다. 군부대에서는 250원에 판매를 해도 마진을 이 좋다. 또 일반 로케이션에도 원두커피를 400~500원에 판매가 가능하다. 부담없는 가격때문에 인스턴트를 먹던 수요를 원두로 되돌릴 수가 있다. 저렴하고 맛있는 원두커피로 고객 창출이 쉬워진다.

안사장은 “9온스 컵은 편의점이나 기타 테이크아웃 전문점에서 팔고 있는 만큼 이와는 차별화를 해야 한다”면서 “6.5온스 컵에 원두커피를 팔아도 마시기 충분하다”고 강조했다.

9온스로 가는 것 보다는 자판기만의 특성을 살릴 수 있는 6.5온스가 더 시장에 잘 먹힌다고 보고 있는 것이다.

작은 양 사용, 6.5온스 컵 판매를 하다 보니 자판기 용량이 올라간다. 600잔 급 모델에서 850잔~900잔이 나오기도 한다고 한다. 당연히 운영효율이 좋아진다.

군부대 외 일반 유통분야로도 판로 확대한다

“왜 그간 국내 원두커피자판기 활성화되지 못한지 아십니까?”

안사장은 취재 중 느닷없는 질문을 던졌다. 그는 크림 맛이 못 따라 갔던 점과 원두커피만을 판매하는 전용모델이 없었던 점을 지적했다. 원두커피를 인스턴트커피와 같이 판매하다보다 기존 인스턴트 커피에 익숙했던 소비자들의 기호를 바꾸지 못했다는 것이다.

원두커피 자판기는 원두커피가 중심이 되어야 한다는



게 안사장의 지론이다. 바바 원두커피자판기는 카페라떼, 카푸치노, 모카, 설탕 아메리카노, 무설탕 아메리카노, 아이스아메리카노, 에스프레소 등을 판매한다. 그 외 군부대 특성에 맞게 국산차, 핫초코, 밀크초코 등이 추가되어 있다. 요즘 가장 잘 팔리는

품목은 모카와 아이스 아메리카노라고. 날씨가 더운 만큼 아이스 아메리카노가 시원한 음료 대응으로 많이 팔리는 게 이채롭다

이렇게 바바 원두커피자판기가 기대 이상의 인기를 끌

고 있자 웅진식품에서는 앞으로 전폭적인 사업 확대를 진행할 것으로 알려졌다. 7월 25일부터는 추가로 100대를 공급한다.

웅진식품 입장에서는 바바 원두커피 브랜드를 제고하고 꾸준한 내용물 판매를 진행할 수 있는 원두커피자판기 사업에 큰 메리트를 느끼고 있다. 군부대 이외의 일반 판로까

지 확대한다면 파급력은 엄청날 수 있다.

이 같은 바바 원두커피자판기의 행보는 자판기 산업계에 시사하는 바가 크다. 신세대는 원두를 마시는 것을 좋아한다. 인스턴트는 잘 마시지 않는다. 그렇게 본다면 새로운 시장은 무궁무진하다. 대형이 인스턴트커피자판기 시장에만 머물러 있을 이유는 없다. 그 시장은 계속 위축되고 있다. 도전하면 길이 열리는 게 원두커피자판기 시장이다. 국내 OP업체들이 원두커피자판기 시장 확대에 전면적으로 나서야 할 때이다.

