



르완다 교복 기부 프로젝트

테라로사가 르완다 마행베 프로젝트를 시작한 지 5년째입니다. 마행베 커피는 저스틴과 주변 농부 400여 명의 커피로 만들어집니다. 컵 오브 엑셀런스 대회에서 두 번이나 뛰어난 성적을 거뒀지만 그들의 삶은 가난이라는 악순환에 끌려 있었습니다. 테라로사는 마행베 커피가 자닌 품질의 잠재성과 저스틴이라는 한 인물의 성실함을 보았고, 한 가지 프로젝트를 제안했습니다. 수확기에 필요한 자금을 먼저 보조하고 마행베가 수확과 가공을 마치면 그 품질에 합당한 가격을 정해 나머지 금액을 지불하고 커피를 구입하기로 했지요. 악순환의 고리를 끊을 수 있기를 바랐습니다. 우리는 그렇게 서로를 지지하며 5년을 함께 보내오는 동안 몰라보게 성장하며 깊은 신뢰도 얻었습니다. 그리고 깨달았습니다. 이 프로젝트는 저스틴과 테라로사만의 것이 아님을 말이죠. 저스틴 뒤에는 그를 지지해주는 400여 명의 농부들이 있고, 테라로사 뒤에는 르완다 커피를 사랑하는 수많은 고객들이 있습니다. 그래서 이제 우리는 '지역 공동체의 발전과 지속 가능성을 고민합니다. 무엇이 가장 중요한가라는 질문에 '교복이 우선이라는 데 의견 일치'를 보았습니다. 아프리카의 많은 아이들은 학교에 가지 않습니다. 여러 가지 이유가 있지만, 대부분이 부모의 일을 돋기 위해서입니다.

저스틴에게 물었습니다. "아이들이 학교로 오게 하려면 어떻게 해야 할까요?" 의외의 답이 돌아옵니다.

"교복이 필요해요. 마행베 학교에는 아직 교복이 없어요. 교복을 주면 교복을 입고 싶어서라도 학교에 올 거예요."

아프리카의 많은 지역 어린이들이 변변한 옷도 못 입고 있습니다. 특히 도시를 벗어나면 더하고요. 교복이 아이들을 학교로 초대하는 좋은 도구가 될 것 같습니다. 학교를 자주 오게 되면 친구들도 생기고 공부할 시간도 늘어나겠죠. 당장 공부에 전념할 수는 없어도 이렇게 한 걸음씩 아이들이 학교와 기꺼워지기를 바랍니다.

그간 마행베 프로젝트에 보내주신 뜨거운 성원에 감사드립니다. 올 한 해는 마행베 지역 어린이들이 학교에 갈 수 있도록, 언젠가는 지역 어린이들이 모두 학교에 모여서 공부할 수 있는 그날을 여러분과 함께 만들어 가겠습니다.

지금 테라로사닷컴에서
1월 KING콩 르완다 저스틴을
구입하면 마행베 지역 초등학교에
교복이 기부됩니다.

킹콩 1봉 판매 시
교복 1벌 비용 차감)
마행베 지역에 기금 전달 >
지역에서 교복 제작 >
아이들에게 교복 지급)

2017년 1월 31일까지
500g 34,000원 ➤ 25,000원



TERAROSA

www.terarosa.com

No.25

테라로사 뉴스레터 2017년 1~2월호 통권 제25호 발행인 김용덕 편집·디자인 테라로사
본지에 실린 글과 사진은 테라로사의 허락 없이 사용할 수 없습니다. © 2017 (주)한산 테라로사



PEACE
IN
TERAROSA COFFEE ROAD
ETHIOPIA

2016년 10월 2일, 에티오피아 비소프트 ©AFP

지난 리우올림픽 남자 마라톤에서 은메달을 차지한 에티오피아의 페이사 릴레사. 그는 결승선을 통과하며 머리 위로 손목을 교차하는 세레모니를 보여주었다. 그리고 기자회견장에서 또 한 번 같은 제스처를 취했다. "9개월 동안 1000명 이상이 죽었습니다. 에티오피아는 매우 위험한 상황입니다." 반정부 시위와 종족 갈등으로 올해 에티오피아 커피 전망이 매우 어둡다.



에티오피아는 커피의 나라다. 커피를 하는 이들에게는

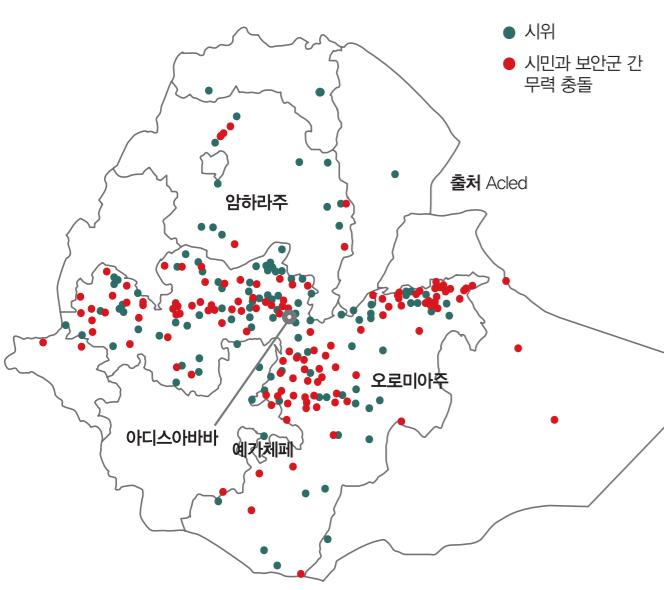
그렇다. 커피에 조금이라도 관심이 있다면 다른 건 몰라도 에티오피아 예가체페 지역 커피가 향이 아주 화려하고 고급스럽다는 사실만큼은 안다. 그런 에티오피아 커피의 올해 전망이 매우 어둡다. 지난해 계속된 반정부 시위와 종족 갈등이 확산되어 급기야 커피 재배지인 예가체페에서 49개 커피 가공시설이 불에 탄 대참사가 발생했기 때문이다. 수확기를 코앞에 두고 벌어진 이 일로 예가체페 커피 농부들은 커피체리를 가공할 데가 없어 품질을 포기한 채 현재 땅바닥에서 커피를 말리는 상황이다.

거세지는 반정부 시위

대부분의 아프리카 나라처럼 에티오피아도 민족 구성이 복잡하다. 오로모(34.4%), 암하라(27%), 티그레(6.1%) 족이 대표적이며, 이외에도 소말리(6.2%), 시다마(4%) 등 소수 부족과 언어를 합하면 대략 80가지에 달한다. 가장 많은 인구와 지역을 차지하는 오로모인들은 수도 아디스 아바바를 중심으로 중부와 중서부, 중남부에 걸쳐 거주 한다. 마라토너 페이사 릴레사도 오로모 출신이다.

이 심각한 분쟁은 티그레가 주도하는 현 정권이 정책 결정 과정, 특히 경제 발전 과정에서 오로모와 암하라를 철저히 배제한 데서 비롯되었다. 오로모의 반정부 시위는 2015년 11월 정부가 수도인 아디스아바바 인근의 오로미아 지역을 강제 수용하려고하면서 본격화됐다. 암하라인들은 티그레 지역이 관리하고 있는 자신들의 땅을 돌려달라며 시위에 나섰다. 결국 오로모 지역에서는 지난 11월 대규모 시위가 일어났고, 이를 진압하려는 정부군이 총기를 발사하면서 400여 명의 사상자가 발생했다. 암하라 지역 집회에서도 사상자가 500여 명을 넘었다. 결국 이 두 지역과 상관없는 곳에 거주하는 오로모, 티그레, 암하라인들 사이에도 갈등이 계속 유발되자 에티오피아 정부는 시위 진압을 목적으로 결국 모든 통신 회선을 차단하고 비상사태를 선포하였다. 이로 인해 반정부 감정은 더욱 고조되고 있는 상황이다.

2016 에티오피아 시위 및 무력 충돌 발생 지역



커피 재배지도 평화롭지 못해

지난 9월 에티오피아 파트너가 메일을 보내왔다. 정치적 상황이 좋지 않으니 가급적 방문을 삼가달라는 내용이었다. “예전에는 이웃이 어디 출신인지 관심도 없었어요. 이제는 서로 종족을 내세우며 다툼이 시작되어 이웃간 폭행이 빈번해지고, 심지어 살인까지 일어나요.” 커피 수확을 앞둔 예가체페 지역 워싱 스테이션에 화재가 동시 다발로 일어났다는 믿기 어려운 소식도 담겨 있었다. 공식적으로 49개 워싱 스테이션이 모두 방화로 추정되는 화재로 피해를 입었는데, 누가, 언제, 왜, 어떻게 불을 냈는지에 대해서는 아직까지 밝혀진 게 없다고 한다. 최근 예가체페는 스페셜티 커피 시장의 성장으로 점점 더 많은, 그리고 다양한 바이어들이 방문하기 시작했다. 그 결과 품질과 가공법에 따라 가격 격차가 눈에 띄게 벌어진 것이다. 전통적으로 해온 고급 워시드 커피는 물론 새로운 내추럴 방식 커피까지, 기준과 다른 풍미가 만들어지면 부르는 게 값이 되어 가격이 천정부지로 치솟았다. 그 러다 보니 워싱 스테이션간 가격 차는 더욱 벌어지고, 보너스를 받은 농부와 그렇지 않은 농부 사이의 곤은 깊어져만 갔다. 사실 농부들은 내추럴과 워시드, 고급과 저급 사이의 차이를 인식하지 못하는 경우가 많고 결국 상품의 가격 차도 잘 받아들이질 못한다. 이런 분위기 속에서 종족간 갈등이 심화되자 결국 평소에 내재되어 있던 불만이 마을 전체를 화재로 몰고 가는 참사를 불러왔다. 에티오피아 커피의 수확 시기는 매년 10월 말부터 이듬해 2월 말까지로 잡는다. ‘이번 수확은 커피 열매가 많이 달린 데다 강수량이 적절하고 일조량이 풍부하여 이전 해보다 양도 많고 품질도 좋을 것’이라던 전문가들의 전망은 예상치 못한 분쟁에 무너지고 말았다. 워싱 스테이션 복구는 시작되었지만 워시드 커피는 가공 시설 없이는 불가능하기 때문에 이번 예가체페 워시드 커피는 그 양이 절대적으로 부족할 것으로 보인다. 커피는 농산물이어서 토질, 기후, 지형 등 자연환경이 그 맛과 향을 만들어내는 데 절대 중요하다. 그러나 환경 못지 않게 커피의 가공과 수출을 무사히 마칠 수 있는 사회적 환경과 정치적 안정 역시 대단히 중요한 요소이다. 이 중 어느 것이라도 안정되지 않으면 우리에게 커피는 없기 때문이다. 혹자는 말한다. 커피만큼 근심 많은 작물이 또 있겠는가라고. 새삼 이 말이 가슴을 친다. 다시 한 번 ‘피스인 에티오피아’를 기원한다. (글 이윤선(그린빈 바이어))

음료 쪽으로는 피츠 커피, 영국의 카리부 커피, 아인슈타인 노아 레스토랑 그룹(노아스 뉴욕 베이글, 아인슈타인 브로스 등 3개의 베이글 브랜드를 보유), 미국의 큐리그 커피, 이탈리아의 바레소 등도 인수하였다. 이들은 지금도 스페셜티 커피를 지향하는 규모 있는 업체들에 대한 관심을 놓지 않고 있다.

JAB의 갑작스럽고 활발한 움직임은 커피 소비시장에 빠른 변화를 물고 왔다. 전 세계 61개국에 약 2만 개 이상의 매장을 둔 스타벅스는 한층 업그레이드된 컨셉트의 ‘스타벅스 로스터리를 선보이며 다시 한 번 점재력을 과시했다. 소규모 로스터들이 꿈꾸는 공장형 카페 컨셉트를 차용하여 소비자에게 원래로인 생두에서부터 커피 한 잔이 만들어지기까지의 전 과정을 보여준 것이다. 그들의 홈그라운드인 미국 시애틀에 이 공간이 공개되자 마자 큰 반향을 일으켰다. 스타벅스는 앞으로 10년간 전 세계 대표 지역에 이 컨셉트 매장을 100개 이상 오픈한다는 계획이다. 또한 이곳에서 판매할 프리미엄 커피 확보를 위해 산지에서도 적극적으로 움직이고 있다. 2015~2016년에는 유명 커피 경매 프로그램에서 커피를 낙찰 받았다.

커피 소비자에서 또 하나 주목해야 할 회사는 네슬레(Nestle)이다. 세계 1위 식품회사로, 네스프레소라는 혁기적인 캡슐 커피를 발명하여 전 세계에 손쉽고 편리하게, 합리적인 품질의 에스프레소를 마실 수 있는 방법을 제시하였다. 스페셜티 커피 접근은 어렵지만 인스턴트보다는 시장을 확보하고 대규모 인수합병을 진행하자 아프리카 등지에서 그 영역을 지키기 위해 적극적인 행보를 취하기 시작했다. 스페셜티 커피에도 곧 진입할 것이라는 게 시장 전문가들의 예측이다. 이외에도 최근 ED&F Man Holdings Limited에 인수된 볼카페(Volcafe)가 있다. 커머셜 이미지를 지우고 볼카페 스페셜티를 브랜드처럼 내세우며 새로운 이미지 구축에 힘쓰고 있다.

이들은 왜 이렇게 시장점유율을 높이는 데 주력하는 것일까? 중국의 커피 소비와 인도, 러시아, 한국 등 신호 커피 소비국의 성장, 급격하게 변해가는 기후 등이 10년 뒤에 물고 올 커피 부족난을 염두에 둔 대비 태세라는 계산이 전문가들의 추측이다. 지난 20년간 몰라보게 성장한 스페셜티 커피 시장 또한 이런 변화를 만들어낸 요인이다. 급격한 시장 변화와 눈에 보이지 않는 치열한 경쟁 속에 올해는 또 어떤 뜨거운 감자가 나타날 것인가, 초미의 관심사이다. (글 이윤선(그린빈 바이어))

BUSINESS 커피 시장 BIG 3

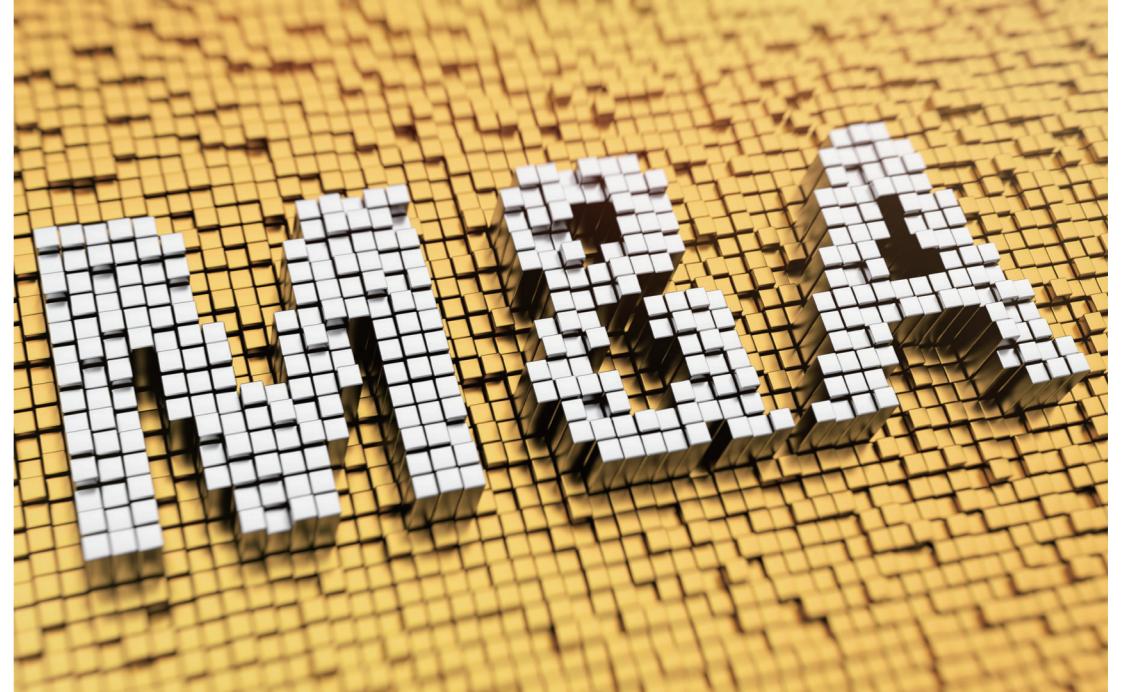
최근 2, 3년간 전 세계 커피업계를 뜨겁게 달군 이슈는 M&A, 즉 기업 인수합병이다. 원두 시장과 생두 시장에 거대한 손들이 나타났다.

JAB HOLDING COMPANY



원두 빅3 | JAB, 스타벅스, 네슬레

2015년 미국의 대표적인 스페셜티 커피업체 스텁프타운 Stumptown과 인텔리전시아 Intelligentsia가 피츠 커피 Peet's Coffee에 인수되었다는 소식에 커피 업계는 크게 술렁였다. 피츠 커피는 1966년 미국 샌프란시스코에서 시작해 스타벅스에 비즈니스 모델이 되었던 곳이다. 피츠 뒤에는 독일 기반의 JAB JAB Holding Company가 있었다. 이들은 2012년 피츠 커피를 약 10억 달러에 인수하였다. 이후 JAB에 대한 세간의 관심이 집중되었다. 이들은 소비재 중심의 프리미엄 브랜드에 투자하는 개인 투자 회사로 인수 후 기존 운영자들의 자율권을 보장하며 경영에는 직접 관여하지 않는 것으로 알려져 있다. 유명 패션 브랜드인 지미추, 발리, 벨스타프, 캘빈 클라인 등을 소유하였으며 식



생두 빅3 | 노이먼, 이콤, 루이 드레퓌스

전 세계 생두 시장도 원두 시장 못지않게 인수합병이 큰 화두다. 이 시장의 일인자는 독일의 노이먼 Neumann Kaffee Gruppe이다. 1934년 설립, 현재 28개국에 46개 회사를 둔 커피 전문 그룹으로, 전 세계 커피 수요의 약 10%를 차지한다. 2위는 이콤 ECOM Agroindustrial Corp이다. 1849년 스페인에서 시작된 회사로 미국, 브라질 등에서 목화를 직접 재배하여 스페인에 공급해오다 2000년 영국 기반의 커피 회사를 설립하였다. 이후 커피 분야에 집중 투자해 현재 전 세계 커피 수요의 7% 이상을 담당하고 있다. 특히 2013년에는 아프리카의 유명 커피 무역업체인 알마자로 Armajaro Trading를 인수하여 커피 규모를 늘린 한편, 코코아, 설탕 사업에도 본격적으로 뛰어들었다. 특히 2년 전부터 커피 산지에서 빠른 속도로 많은 농장을 사들이고 있다. 브라질의 유명 스페셜티 커피 농장들과 수출업체들이 이곳에 합병되었고, 영국, 미국 등의 스페셜티 생두 수입사들까지 이들의 공격적인 합병 대상이 되었다. 생두 시장의 마지막 강자는 루이 드레퓌스 Louis Dreyfus Holdings이다.

커피 소비자에서 또 하나 주목해야 할 회사는 네슬레(Nestle)이다. 세계 1위 식품회사로, 네스프레소라는 혁기적인 캡슐 커피를 발명하여 전 세계에 손쉽고 편리하게, 합리적인 품질의 에스프레소를 마실 수 있는 방법을 제시하였다. 스페셜티 커피 접근은 어렵지만 인스턴트보다는 시장을 확보하고 대규모 인수합병을 진행하자 아프리카 등지에서 그 영역을 지키기 위해 적극적인 행보를 취하기 시작했다. 스페셜티 커피에도 곧 진입할 것이라는 게 시장 전문가들의 예측이다. 이외에도 최근 ED&F Man Holdings Limited에 인수된 볼카페(Volcafe)가 있다. 커머셜 이미지를 지우고 볼카페 스페셜티를 브랜드처럼 내세우며 새로운 이미지 구축에 힘쓰고 있다.

이들은 왜 이렇게 시장점유율을 높이는 데 주력하는 것일까? 중국의 커피 소비와 인도, 러시아, 한국 등 신호 커피 소비국의 성장, 급격하게 변해가는 기후 등이 10년 뒤에 물고 올 커피 부족난을 염두에 둔 대비 태세라는 계산이 전문가들의 추측이다. 지난 20년간 몰라보게 성장한 스페셜티 커피 시장 또한 이런 변화를 만들어낸 요인이다. 급격한 시장 변화와 눈에 보이지 않는 치열한 경쟁 속에 올해는 또 어떤 뜨거운 감자가 나타날 것인가, 초미의 관심사이다. (글 이윤선(그린빈 바이어))

청년 농부 호날이 선보이는
프루티 플레이너
2016 온두라스 COE 10위



이번 온두라스 컵 오브 엑셀런스(COE) 대회장은 신인 농부가 저녁 출전에서 좋은 성적을 거둬 모두를 깜짝 놀라게 했다. 아버지에게 농장을 물려받아 이제 막 스페셜티 커피에 눈을 떴고 있는 청년 농부, 호날. 카투아이 품종을 가공한 이번 커피는 잘 익은 복숭아, 살구, 배 등 다채로운 과일 향미를 뿐만 아니라 레드 와인 같은 산미도 매력적이다. 비록 농장이 소유한 가공시설도 없어 시설을 빌려 사용해야 했지만 작업을 철저히 하여 첫 대회에서 88점이라는 높은 점수를 받았다.

지역 La Paz 고도 1400m 품종 Catuai
가공 Washed 수확 2016. 1~3월 첨수 88.31

심시위원평
Aroma/Flavor floral, jasmine, peach, toffee, cherry, peach, citrus, honeysuckle, dark grape
Acidity tartaric, malic, persistent, lively
Other red wine, almond chocolate, silky, mouthfeel, juicy, fruit punch, soft, delicate

가격 250g 30,000원, 500g 51,000원, 1kg 96,000원



아흔이 넘은 노익장의 열정
2016 과테말라 내셔널 6위



컵 오브 엑셀런스 대회 조직위가 2016년 새로운 방식을 도입했다. 현재 COE 기준 점수는 86점, 간발의 차로 떨어졌지만 품질이 뛰어난 84~85.99점 사이의 커피에 '내셔널'이라는 이름을 붙여 COE 커피처럼 옥션에서 판매하기로 한 것. 테라로사는 그 처음으로 과테말라 내셔널 6위 라 애스페린자 농장의 커피를 구입하였다. 여러 해 대회에서 좋은 성적을 거두었던 농장이다. 단맛이 일품이다.

Tasting Note 밀린 망고, 토피, 누가, 레몬필, 밸런스
가격 250g 24,000원, 500g 41,000원, 1kg 77,000원



BOOKMARK



햇커피 도착 르완다 저스틴

농장주 저스틴이 2016년 여름에 수확한 햇커피가 도착했다. 언덕의 나라 르완다, 2000m에 달하는 고지대에서 아침자녁 큰 일교차를 견디며 무르익은 커피로, 오렌지 마멀레이드처럼 향긋하고 달콤하다. 1월 한 달간 온라인에서 특별한 가격 KING 콩으로 판매하며, 킹콩 1봉 구매 시 르완다 마햄베 지역 학교에 교복을 기부하는 캠페인을 진행 중이다.

자세한 내용은 12페이지 참조.

Tasting Note 오렌지 마멀레이드, 플로럴, 망고스틴, 긴 여운
가격 250g 20,000원, 500g 34,000원, 1kg 64,000원



한정판 브루잉 키트

테라로사 브루잉 키트는 온도계, 핸드밀, 드리퍼, 여과지, 법랑 머그, 원두 250g 그리고 트레플을 파우치로 구성되어 있다. 이제 당신은 물 온도를 재출 온도계와 커피를 바로 갈 수 있는 핸드밀을 장착함으로써 보다 풍부한 향의 세계로 빠져들 것이다. 여행지에서 커피를 맛있게 먹고 싶다면, 또는 커피 마니아를 깜짝 놀라게 할 선물이 필요하다면 이 브루잉 키트를 추천한다.

가격 18만원.

온도계 | 테라로사 커피는 미디엄 로스팅하여 드립 시 물 온도 92~94°C를 권장한다.
트레블 파우치 | 빙수 처리된 페이퍼 패브릭과 광목을 덧대어 제작해 양면으로 이용 가능하다.



어센틱 에스프레소 정기 배송 시작

어센틱 에스프레소 블렌드가 클래식 블렌드의 뒤를 이어 정기배송을 시작한다. 어센틱은 '핸드 드립의 풍미를 아메리카노에서도 맛볼 수 있게 하자'는 아이디어에서 시작된 제품. 향을 잘 발산해줄 3가지 커피를 블렌딩하여 보다 밝게 표현한 커피이다. 어센틱의 매력을 이미 경험했다면 정기 배송을 시도해보자.

정기 배송 매 목요일 배송 주기 1주, 2주, 3주 종 선택
48봉 250g 72,000원, 500g 124,000원, 1kg 222,000원(배송비 1만원 절감)
84봉 250g 144,000원, 500g 248,000원, 1kg 464,000원(배송비 2만원 절감)

ESPRESSO FAQ

- Q 어센틱과 기존 에스프레소 블렌드는 어떻게 다른가요?
A 재료 배합과 로스팅 컬러가 다릅니다. 어센틱은 현재 3가지, 기본 블렌드는 약 7가지를 배합합니다. 기존 블렌드는 미디엄 다크 타입으로 로스팅하여 테라로사 제품 중 가장 다크하고 묵직한 맛을 냅니다. 어센틱은 그보다 밝게 로스팅하여 향과 맑은 맛을 살리고 있습니다.

- Q 우유 넣은 커피를 즐겨 마십니다. 어떤 제품이 좋을까요?
A 어센틱과 기존 블렌드 모두 잘 어울립니다만 테라로사는 기존 블렌드를 이용해서 라떼와 카푸치노를 만들고 있습니다. 에스프레소는 어센틱으로 내고, 아메리카노는 선택해서 드실 수 있도록 하고 있습니다.



드립백 30개입 39,000원



원두 1, 2종 원두 1개입 22,000원, 원두 2개입 40,000원



드립백 & 원두 37,000원

구성 | 원두 250g, 드립백 12봉, 엽서
포장 | 전용 상자

멀티 구성이 돋보이는 세트. 직접 내릴 수 있는 원두 250g 1봉과 간편하게 먹고 싶을 때 유용한 드립백 12봉을 넣었다. 원두는 선택 가능하며, 드립백은 케나, 브라질, 과테말라(2016 과테말라 내셔널 6위) 시즌 블렌드 1종 중 취향을 고려하여 직접 구성할 수 있다. 받는 분의 취향을 정확히 모를 때는 테라로사 바리스타의 추천을 들어보자.

Info. 테라로사 드립백
드립백의 형태, 향미 보존 기한, 적합한 원두 종류, 최적화된 분쇄도 등 드립백 개발에 반년 이상의 시간을 보냈다. 드립백 커피는 맛없다는 인식은 실제 시장에 유통되는 드립백의 경우 좋은 재료를 사용한 제품을 찾아보기 어렵고 또 복은 지 오래된 범세가 나는 제품들이 많았기 때문에 테라로사는 드립백 커피도 신선할 수 있다는 것, 향이 풍부하고 맛있다는 것을 보여주려 한다. 사용법은 정말 쉽다. 컵에 걸치고 물을 끊기만 하면 된다.

Info. 원두 2종 구성 추천
1 맛을 다양하게 구성하고 싶으면 중미에서 한 가지, 아프리카에서 한 가지 골라보자. 아프리카 커피들은 과일처럼 새콤달콤한 게 특징. 중미 커피는 초콜릿 플레이너를 베이스로 한다.
2 3가지의 적은 커피를 찾는다면 원터 솔스티스 & 파나마.
3 과일 풍미를 좋아한다면 에티오피아 & 코스타리카.

원두 고르기

코스타리카 카를로스 | 달콤한 토피, 버터스카치, 라즈베리, 부드러운 질감
파나마 치아리 | 오렌지톤 산미, 바닐라, 견과, 살나무, 구 벨런스
에티오피아 시모모 | 흥차, 바질, 진저 쿠키, 시트러스
르완다 저스틴 | 오렌지 마멀레이드, 플로럴, 망고스틴, 긴 여운
원터 솔스티스 블렌드 | 너트 초콜릿, 감귤, 달콤한 마무리, 구 벨런스

구입 헤택

7세트 이상 구매 시 | 드립백 10개입 1세트 증정
15세트 이상 구매 시 | 드립백 30개입 1세트 증정
대량 구입 | 070-7749-2760

구입처 테라로사 매장, www.terarosa.com

GIFT

복스러운 설 커피 선물

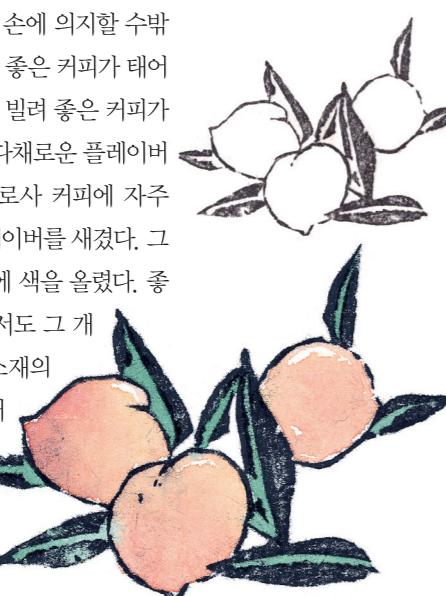
한 해 복을 비는 마음을 담아 정성스럽게.
1월 13일(금)부터 30일(월)까지 테라로사
매장과 테라로사닷컴에서 판매한다.





테라로사 2017 패브릭 캘린더는 윤기언 작가와 함께하였다.
테라로사 커피에서 느끼지는 꽃, 과일, 꿀, 바닐라 등의 플레이버를
흙판에 새겨 탁본한 다음 그 위에 색을 올렸다.

새해를 준비하던 한때, 테라로사는 갖가지 손짓으로 화선지를 한가득 채운 윤기언 작가의 작품을 주목했다. 가느다란 세밀 봇으로 그려낸 수많은 손짓들이 빠르고 섬세하게 움직이는 듯한 그의 그림은 마치 좋은 커피를 얻기 위해 쉴 새 없이 결집두를 골라내는 산지 사람들의 손놀림을 연상시켰다. 커피 재배와 가공이 아무리 기계화, 현대화되어도 커피는 여전히 사람 손에 의지할 수밖에 없고 수작업이 첩첩이 쌓일수록 더 좋은 커피가 태어난다. 테라로사는 윤기언 작가의 손을 빌려 좋은 커피가 품은 산지의 토양과 햇살의 느낌, 그 다채로운 플레이버를 전하고 싶었다. 그는 흙판에 테라로사 커피에 자주 등장하는 꽃, 과일, 견과, 꿀 등의 플레이버를 새겼다. 그리고 흙판을 종이에 찍은 다음 그 위에 색을 올렸다. 좋은 커피는 모름지기 풍미가 다양하면서도 그 개성이 오롯이 살아 있는 것처럼, 각 소재의 견고한 형태와 섬세한 색감이 어우러져 속에서 풍부히 살아 있도록 하였다. 작업을 마친 윤기언 작가를 만났다.



T 손을 그린 그림이 참 많습니다. 모두 손을 그리긴 했지만 다 다른 느낌을 전달하고요. 손을 소재로 하게 된 계기가 있는지요?

Y 처음에는 묘사력을 높이려고 그리기 시작했어요. 그림 연습이었지요. 어느 순간 너른 한지 한가운데서 작업에 몰입한 제 손을 보고 손이 소통을 돋는 수단이라는 생각을 하게 되었어요. 그때부터 손에 관심을 갖고 손이 가진 다양한 표정을 그려온 지 10년 가까이 되었습니다. 손을 그린 수백 개의 그림이 모여 친숙한 동물 모양이 되기도 하고 누구나 아는 단어나 손동작이 되기도 합니다. 제 그림이 그저 일상 속에 웃음이나 즐거움을 주고받을 수 있는 하나의 작은 사건이 되기를 바라는 마음에서 시작했어요 '수작手作'을 주제로 한 전시를 연 적도 있어요. '손으로 그린다.' 손을 그린다의 의미도 있지만 '酬酢, 술잔을 주고받는다'는 소통의 뜻도 담고 싶었죠.

T 동양화를 전공하셨지만 정통 동양화 작업과는 약간 차이가 있어 보입니다.

Y 동양화 전공이든, 서양화 전공이든 대부분의 작가들은 그림이 좋아서 미술을 택했을 거예요. 현대미술 작가들이 전공과 무관하게 자기 작업을 꾸려가는 것도 그런 맥락이고요. 저는 평생 서예와 전각을 연구하신 아버님 영향을 받았어요. 항상 글씨를 쓰고 도장을 새기는 모습을 보며 자랐지요. 제 작업이 정통 동양화는 아니지만 화선지와 먹, 담채, 전각과 탁본 같은 전통 회화의 재료와 표현 기법을 바탕으로 하고 있는 것은 그런 배경과 연관이 있을 겁니다. 저도 이번 작업에서 'TERAROSA'를 도장으로 만들어서 찍어보았지요.

T 작업할 때 중요하게 생각하시는 게 있다면?

Y 저에게는 '그리는 재미', 관객에게는 '보는 재미'를 중요하게 생각합니다. 크고 거창한 목소리를 주제에 담아 표현하기보다는 관객이 그림을 읽고 보는 소소한 재미를 느끼게 하고 싶어요. 오랜 시간 공들여 완성한 화면의 세밀한 선묘와 농담의 변화, 얇은 한지의 중첩을 꾀하는 과정 등이 '두고 보게 하는 장치'가 될 수 있다고 생각합니다. 손 그림을 오랜 시간 지속해온 것도, 소리 없는 언어인 '손'에 담긴 수많은 의미와 상징이 그림의 재료가 되고 수수께끼를 만드는 열쇠가 된다는 생각에서였어요. 손 그림을 그리기 전에는 작은 점이나 형태가 둉어리를 이루고 그 위에 맡고 다채로운 색채가 더해진 작업, 다양한 표정의 얼굴이 형태를 이루는 작업을 주로 했어요. 점이 모여 선이 되고, 복잡하게 얹힌 선 사이에서 한발짝 떨어져 보면 가까이에서는 알 수 없었던 형상을 발견하게 되는 거죠. 작가와 관객 사이의 습바꼭질이 계속되면서 그림 속에 감춰진 이미지를 찾아가는 즐거움을 함께 나누고 싶었어요. 요즘 그리는 손 그림에 수화수호자를 담는 것도 그런 의도가 확장된 것으로 볼 수 있습니다.

T 커피 이야기가 빠질 수 없겠습니다. 커피 좋아하세요?

Y 아내를 만나기 전까지는 좋아하지 않았습니다. 제 아내도 작업을 하는 '이명진'이라는 작가인데요. 예전에 톤의동 대림미술관 앞 골목에서 친구들과 'FAN'이라는 자그마한 카페를 운영했어요. 저형께서 바로 옆에 '브레인팩토리'라는 작은 전시 공간을 디렉팅했고요. FAN은 모카포트로 추출한 커피를 판 곳이었는데, 지금도 그곳을 기억하는 분들이 꽤 많더라고요. 커피를 사랑하는 사람을 만나 사는 덕에 저도 이제는 커피 향과 하나가 되어 살고 있습니다. 이번 테라로사 작업은 제 아내가 더 즐기워하더라고요. (웃음)

TREND

커피도 편집숍

편집숍은 운영자의 안목과 손님의 취향이 서로를 알아볼 때 꽂을 피운다. 지금 미국을 중심으로 커피에도 편집숍이 주요 흐름으로 등장했다.

Barista / Portland
baristapdx.com

2008년부터 편집숍 방식을 유지해왔으니 오래되었죠? 이제는 '비리스타'라는 이름으로 판매하는 원두도 갖췄지만 여전히 멀티 로스터를 지향하죠. 미국 북서부 바리스타 대회 챔피언 출신인 빌리 월슨이 운영하는데, '세상에서 가장 좋은 커피를 가장 숙련된 바리스타가 커피로 완성시키는 곳'이라는 거창한 모토를 갖고 있지요. 현재 4개 매장이 있고, 매장마다 보통 그라인더를 3대씩 놓고 에스프레소를 골라 먹을 수 있도록 합니다. 2011년에 이곳을 처음 방문했을 때 스텁프타운 케냐를 에스프레소로 마셨는데요. 원두 봉투에 적혀 있는 맛들이 일일이 다 느껴져서 정말 깜짝 놀랐던 기억이 납니다. 이 팀의 주축 실력에 크게 감탄했지요. 상을 오리진 커피도 종류가 다양하고 원두에 잘 어울리는 추출도구를 정해놓고 내려주는 식입니다. (이현주/기획)

Good Coffee / Portland
goodcoffeeppdx.com

지난해 미국 서부 카페들을 다녀왔는데, 가장 인상 깊었던 곳입니다. 유명한 곳은 아니어서 복록에 없었는데 코비Coava 바리스타들이 추천해 주더라고요. 제가 간 날은 하트Heart Coffee와 로즈라인Roseline 커피를 사용하고 있었습니다. 이들이 개발한 시그너처 음료 중에 에스프레소에 우유, 오렌지 에센스, 메이플 시럽, 시나몬, 소나무로 훈증한 스모ки한 차를 블렌딩한 것을 맛봤어요. 에스프레소 본연의 새콤달콤한 맛에 오렌지의 상큼한 향, 메이플의 단맛, 스파이시한 풍미가 아주 균형감 있게 어우러지더라고요. 바리스타들이 자신들이 사용하는 커피를 이해하려 노력하고, 그를 토대로 창작 음료를 탄생시키기까지 거듭해온 고민들이 고스란히 녹아 있습니다. 테크닉과 끈임없는 연구로 오리지널과는 또 다른 차원을 만들어내는 것에 큰 감명을 받았습니다. 강호영(바리스타)



Box Kite, Búdin / NY
boxkitenyc.com, budin-nyc.com

박스 카йт은 쟈식이 12개밖에 없는데 무려 커피, 바, 레스토랑 세 가지 컬렉션을 공존하는 곳이에요. 오후까지는 점심과 커피를 팔고, 저녁에는 레스토랑으로 변신해 타파스 스타일과 테이스팅 코스로 구성된 식사를 팔아요. 게스트빈은 항상 2~4가지를 매주 바꿔가며 운영합니다. 미국 동부에서 유명한 조지 하웰 George Howell Coffee, 매드캡Madcap Coffee, 페신저 Passenger Coffee, 팔리Parlor Coffee 등 미국 커피와 더불어 영국의 스웨어 마일Square Mile Coffee, 베를린의 더 반the Barn 등 해외 커피를 리미티드 에디션으로 선보이기도 합니다. 이미 뉴요커들 사이엔 소문이 자자한 곳이죠. 브루클린에 있는 부딘은 북유럽 회사 커피들을 모아서 판매해요. 3명이 동업하는데 자신들의 뿌리인 노르딕 문화를 소개하겠다는 거죠. 팀 윈들보 Tim Wendelboe, 드롭Drop Coffee, 코피Koppi, 콜렉티브The Coffee Collective 등이 메뉴에 등장하죠. 커피뿐 아니라 북유럽 맥주와 생활용품도 함께 판매합니다. 김민현(로스터너)

La Marzocco Cafe, Seattle
lamarzoccousa.com

시애틀에 있는 라마르조코 커피는 멀티 로스터이자 북유럽 문화공간입니다. 인디 라디오 방송국 안에 있어서 커피를 마시면서 부스에서 진행되는 방송을 구경할 수 있습니다. 커피는 미국, 호주 등지에서 다양하게 컬렉션하고(웹사이트에 매달 현재 사용 중인 브랜드를 소개), 추출도 다양하게 제시합니다. 또 머신 소품이 있어서 기기를 직접 사용해볼 수 있고 흰 바리스타 교육 프로그램도 운영됩니다. 커피숍이라는 공간을 커피를 마시는 장소에서 즐기는 장소, 배우는 장소로 확대하는 사례로 보여집니다. 김민현(로스터너)

G&B, Go get em tiger / LA
gandb.coffee

유통 커피음료 제품으로 우리나라에서 인지도가 높은 바리스타 칠스 바인스키와 그의 절친 카일 글렌빌. 이렇게 두 바리스타 챔피언이 의기투합해 만든 커피숍입니다. 커피는 하트, 매드캡 등 다양한 브랜드를 자주 회전시켜요. 여러 회사의 커피를 모아 블라인드 테스트를 거쳐 선정한다고 해요. 본인들이 제일 잘 할 수 있는 분야. 즉 추출에만 집중한 결과 요즘 최고라는 칭찬을 많이 받고 있습니다. 직접 만든 아문드 마카디마 밀크 라떼가 시그너처 음료로 유명하기도 합니다. 김민선(로스터너)



INSIGHT

평창겨울음악제 감독 정명화

테라로사 커피공장에서 차로 30분 남짓 떨어진 평창.
그곳은 지금 동계올림픽 리허설로 분주한 겨울을 보내고 있다.
평창대관령음악제와 평창겨울음악제로 문화올림픽 기반을
다지고 있는 정명화 감독을 만났다.



Info.



2월 15~19일 알펜시아 콘서트홀
2017 평창겨울음악제

이번 음악제도 작년에 이어 다시 한 번 재즈와 클래식이 만난다. 재즈 프로그램은 2017년 그레이마상 2개 부문 후보에 오른 존 비즐리가 맡아 5가지 콘서트를 선보인다. 특히 탄생 100주년을 맞은 재즈의 전설 텔로니어스 몽크에게 바치는 공연을 준비 중이다. 우리나라 재즈 보컬리스트 융산도 함께한다. 클래식 프로그램은 영스타 파레이드다. 피아니스트 손열음을 비롯해 퀸 엘리자베스 바이올린 킴쿠르 우승자 임지영, 케네디센터 국제 성악콩쿠르에서 우승한 소프라노 매기 파내건, 국제적인 첼리스트 이상 엔더스 등 9명의 젊은 음악가들이 참여한다. 손열음은 오케스트라와 함께 가수원의 국립극장을 선보일 예정. 재즈의 숨결과 시원 리벨, 벤스터인의 작품들도 연주되며, 실내악 콘서트는 정통 레퍼토리로 꾸려진다. 음악제 개막작은 판소리, 첼로, 피아노와 소리북을 위한 〈세 개의 사랑〉. 첼리스트 정명화와 판소리 명창 안숙선이 함께한다. 개막작에 한해 무료 입장이 가능하다. 공연 정보 www.gmmts.com



T 여름뿐만 아니라 겨울에도 평창과 인연을 맺고 계십니다. 선생님께 평창은 어떤 곳입니까?

J 평창과의 인연은 15년 전에 시작되었습니다. 나에게는 예술과 마음의 고향이지요. 세계적인 음악제로 기반을 다져오며 매번 뿌듯한 예술적 성취감을 경험하고 있습니다.

T 겨울음악제 두 번째 해입니다. 겨울음악제에는 어떤 소망을 두고 계십니까?

J 겨울음악제는 2018 평창동계올림픽의 '문화올림픽' 면모를 앞당기자는 취지로 지난해에 시작되었습니다. 어떤 프로젝트든 성공하려면 젊은 사람들의 관심과 참여가 필수적입니다. 이번 음악제도 젊은 연주자들을 중심으로 놓았어요. 국내외 젊은 클래식 연주자 6명이 데뷔 무대를 갖게 됩니다. 세계적인 재즈 피아니스트 존 비즐리가 7인조 악단을 이끌고 참가하기도 하고요. 이외에 명창 안숙선 선생을 무대에 모시고 색다른 공연을 준비하고 있어 특별히 기쁘게 생각합니다.

T 요즘 문화올림픽이라는 표현이 자주 등장합니다. 문화올림픽이란 무엇일까요? 또 좋은 올림픽 문화를 만들려면 무엇이 중요할까요?

J 문화올림픽이란 문화를 매개로 전 세계인이 소통하는 것이라 생각해요. 요즘 올림픽은 도핑, 스캔들, 과잉경쟁 등 올림픽 정신을 흐리는 일들이 너무나 많지요. 올림픽 청사진 쿠베르탱이 강조했던 진정한 스포츠 정신, 그것으로 돌아가는 데 문화올림픽이 도움을 줄 수 있다고 생각합니다. 다양한 연주자들이 한자리에 모여 서로 존중하고 배려할 때 아름다운 음악이 탄생하고, 그것이 사람들의 마음을 또한 열어주지요. 소치동계올림픽을 떠올려보면 경기 뜻지 않게 문화행사들이 뇌리에 오래 남아 있거든요. 좋은 올림픽 문화를 만드는 데 가장 중요한 것은 역시 차별 없는 참여가 아닐까요? 분위기와 같음이 심화되는 지금 이 세계에 최고의 치유제가 될 수 있는 것이 올림픽 정신이고, 그 정신을 구현하는 건 문화에도 똑같이 적용된다고 봅니다. 서로의 다양성을 예찬할 때 진정 아름다운 올림픽이 될 수 있다고 생각합니다.

T 소치올림픽의 경우 올림픽 이후에도 음악제를 계속 이어가고 있습니다. 겨울음악제에 대한 전망은 어떻습니까?

J 평창동계올림픽으로 탄생한 평창대관령음악제와 평창겨울음악제는 올림픽이 끝나도 강원도와 한국에 오래오래 남을 우리 사회의 가장 소중한 자산 중 하나입니다. 이미 세계적인 반열에 오른 이 음악제를 잘 가꾸어 나가는 것이 예술과 음악을 사랑하는 모든 이들의 책임이자 긍지라고 생각합니다.

T 예술감독으로 사는 삶은 어떠신가요? 어떤 보람이 있는지 궁금합니다.

J 일상을 연주하고 가르치며 살아왔지만 예술감독은 또 다른 창조적인 작업을 요구하는 삶입니다. 그 많은 명작들을 살펴 고심 끝에 프로그램을 만들고 매번 주제에 맞는 새로운 곡들을 위촉하고 또 세계 각국의 거장들과 신인 연주자들을 적절히 구성하여 음악제를 기획하는 과정은 마치 여러 종류의 목재를 한데 모아 매번 새로운 집을 짓는 것 같아요. 재미있지만 쉽지 않은 작업임에는 틀림이 없습니다. 그러나 청중들의 뜨거운 반응과 음악학교 학생들의 꾸준한 성장을 볼 때마다 큰 보람을 느낀답니다.

커피를 볶는다는 것은 커피의 향미를 발현시키는 작업이다. 커피 열매 속 씨앗인 생두는 그 자체로는 아무런 맛과 향이 없다. 생두에 열을 가해 수분을 제거하고 열에 의해 향미가 발현되는 로스팅 과정을 통해 생두 상태의 커피는 우리에게 익숙한 맛과 향을 품은 갈색의 커피콩으로 바뀌어 한 잔의 커피가 될 준비를 마친다. 생두는 1,500여 가지 이상의 물질로 이루어져 있으며, 로스팅을 통해 맛과 향을 내는 물질은 800여 가지로 알려져 있다.

로스팅을 잘한다는 것은 어떤 의미일까? 일단 커피를 골고루 익히면서 타지 않게 잘 볶는 것부터. 견고한 생두 조직을 뚫고 내부까지 열을 충분히 전달하여 적당한 시간 동안 적절한 로스팅 포인트까지 커피 본연의 맛과 향이 잘 발현되도록 하는 것이다.

국내의 출간된 로스팅 이론서들은 저마다 다양한 이론과 견해를 내놓는다. 어떤 이는 로스팅은 예술적 직관이 필요한 작업으로 오랜 시간 공을 들여야만 터득할 수 있는 경지가 있다고 말한다. 경험 많은 로스터 밑에서 보고 배우고 시행착오를 겪으며 수련하는 시간이 필요한 것이다. 또 다른 이는 반대로 로스팅은 매우 과학적인 작업으로 정형화된 기준은 분명히 있으며, 누구나 기본적인 원리를 알고 몇 가지 원칙을 지킨다면 성공적인 로스팅이 가능하다고 말한다. 이들은 본인이 사용하는 도구와 재료에 대한 이해를 바탕으로 체계적이고 과학적인 접근을 통해 일정한 패턴과 재현 가능성을 확보하는 방법을 제시한다.

로스팅은 이론과 경험, 두 가지 모두 필요하다. 그리고 여기에 안정적인 로스팅을 위해서는 여러 가지 외부 변수의 컨트롤이 중요하다. 로스팅에 있어서 변수란 커피 생산지, 품종, 가공 방식, 밀도, 수분율 등 커피 열매가 자라난 생육 환경에서 비롯되는 것들과 로스팅을 하는 장소, 시기의 온도와 습도, 바람, 심지어 로스터 자신이 될 수도 있다. 예를 들어, 사계절이 뚜렷한 한국에서 로스터들을 힘들게 하는 변수는 날씨다. 덥고 습한 여름과 춥고 건조한 겨울은 전혀 다른 환경 조건을 만들어낸다. 여름은 외부 기온이 높고 하루 종일 로스팅이 이루어



지는 공장 내부 또한 온도가 높기 때문에 로스팅 머신의 온도 상승이 매우 빠르다. 겨울에 로스팅 머신을 예열하는 시간보다 여름에 예열하는 시간이 짧은데, 문제는 로스팅 머신 내부 온도가 정말 눈에 보이는 온도만큼 올라간 것이 맞는가를 확인하기 어렵다는 점이다. 로스터는 로스팅 머신에 연결된 온도계를 기준으로 삼아 로스팅을 하기 때문에 만약 제대로 예열이 되지 않은 상태에서 온도계의 온도만 믿고 로스팅을 진행할 경우 결보기와 다르게 커피의 향미 발현이 제대로 되지 않을 가능성이 높다. 또한 외부의 대기 상태에 따라 로스팅 머신 내부의 대류 현상이 달라지면서 열 흐름에 크게 차이가 생겨난다. 요즘 같은 겨울이면 로스터는 춥고 건조한 외부 대기 상태로 인해 지난 계절과 다른 모습을 보여주는 로스팅 머신 앞에서 고민할 것이다.

비 오는 날, 바람이 많이 부는 날, 눈이 오는 날, 매일의 날씨가 달라지면 로스터는 매 순간 그런 변화를 감지해 로스팅에 반영한다. 그날의 온도와 습도를 체크하고 매 작업마다 시간에 따른 온도 변화와 로스팅 시간을 기록하며, 배기와 화력을 미세하게 조정하면서 최대한 일정한 결과물을 만들어내기 위해 노력한다. 이렇게 매일 세밀하게 남기는 로스팅 기록들은 귀중한 자료가 된다. 풍부한 이론 지식을 갖추는 것도 중요하지만 본인이 안다고 생각하는 로스팅 이론을 확인하고 구체화하기 위해서는 꽤 많은 실전 경험이 필요하다. 어떤 기술에 있어서 할 줄 안다는 건 방법을 아는 것일 뿐, 몸에 새기기 위한 많은 노력이 남아 있다. 그러므로, 시간이 딥일지도 모른다.

로스터는 하루 종일 열기와 소음을 내뿜는 로스팅 머신 곁을 지키며 매일 같은 작업을 반복하고, 60kg가 넘는 생두 자루와 씨름하면서 허리와 어깨 통증을 달고 사는 직업이다. 로스팅을 마친 커피의 향미에 대한 기대감, 그에 미치지 못했을 때의 큰 실망과 좌절, 되돌릴 수 없는 결과에 대한 압박감, 그에 따른 스트레스도 필수다. 완벽할 수 없는 것에 대해 그림에도 불구하고 어딘가에 있을 완벽한 커피 한 잔을 들 꿈꾸는 사람, 이들이 바로 커피 로스터다. Ⓡ 글 김경진(로스터)

ROASTER'S 1

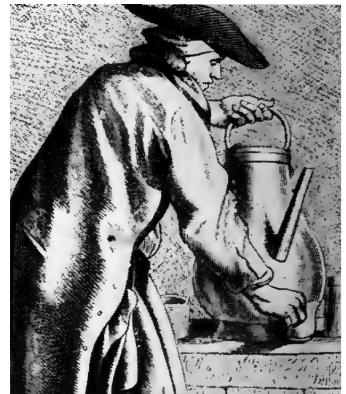
로스팅, 냉정과 열정 사이

비 오는 날, 바람이 많이 부는 날, 눈이 오는 날, 매일의 날씨가 달라지면 로스터는 그런 변화를 감지해 로스팅에 반영한다. 매 작업마다 시간에 따른 온도 변화와 로스팅 시간을 기록하며, 배기와 화력을 미세하게 조정하면서 최대한 일정한 결과물을 만들어내기 위해 노력한다. 어떤 기술에 있어서 할 줄 안다는 건 방법을 아는 것일 뿐, 몸에 새기기 위한 많은 노력이 남아 있다.

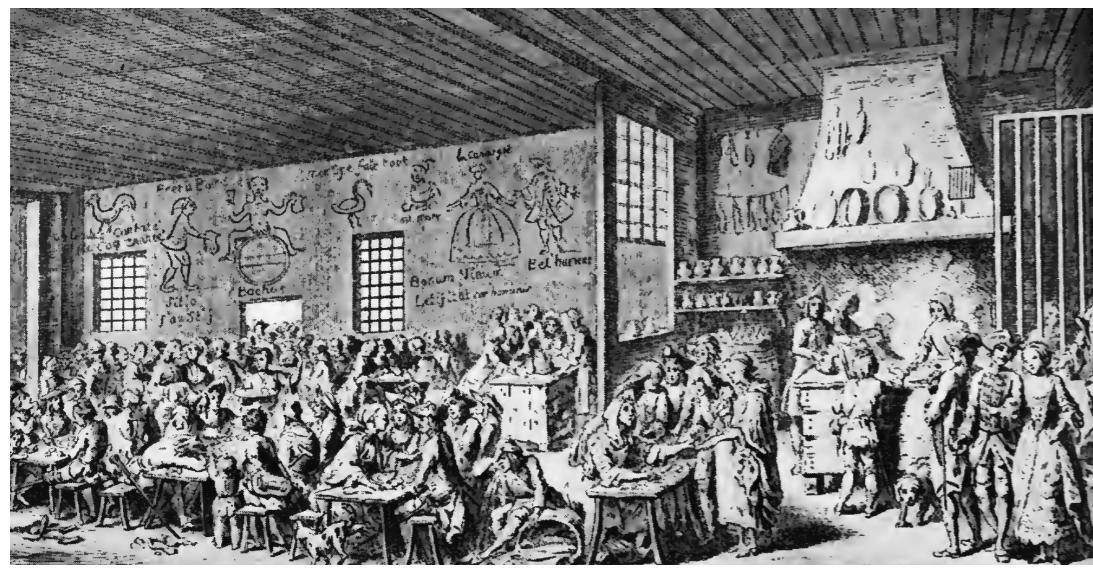


역사저널 HISTORICAL JOURNAL 커피숍, 남과 여

영국 BBC가 흥미로운 기사를 내놓았다. 이름하여 'Women and the coffee shop revolution.' 여성의 커피숍 이용 증가가 영국 커피 시장이 성장하는 데 결정적인 기여를 했다는 내용이다. 커피숍과 성별은 무슨 상관이 있을까? 역사를 거슬러 들여다보았다.



왼쪽 그림들은 17~18세기 파리 커피숍을 그린 풍경. 영국과 달리 커피를 즐기는 여성들이 눈에 띈다. 바로 위는 1670년대 파리 거리에서 커피 파는 사람. 오른쪽은 런던의 커피숍 그림. 갈색 그림 가운데를 보면 커피를 퍼포먼스처럼 따르는 직원과 그를 지켜보는 손님들의 시선도 엿볼 수 있다.



우선 커피숍의 역사부터 정리해보자. 커피는 에티오피아에서 처음 발견되었고 예멘을 거쳐 아라비아 반도로 전너갔다. 때는 15세기였다. 1554년에 이스탄불(당시 콘스탄티노플)에 최초의 커피숍이 문을 열었다는 기록이 있다. 1615년에는 베니스 상인들이 커피를 유럽에 소개했다. 1645년 베니스에 커피숍이 등장했고, 1720년에 지금도 현존하는 그 유명한 카페 플로리안이 문을 열었다. 파리에는 1686년 프로코포가 문을 열었다. 영국은 1650년 옥스퍼드에, 1652년 런던에 커피숍이 문을 열었다. 오늘날 세계적인 보험회사로 발전한 로이드는 1688년 런던의 커피숍으로 출발했다. 커피가 사람들에게 얼마나 환영 받았는지 1734년에 시행된 거리조사표를 보면 이미 551개의 커피숍이 있었다.

옛 그림에 여성 손님은 거의 없어

요즘은 어느 커피숍을 가든 여성 고객을 쉽게 찾을 수 있다. 심지어 어떤 때는 커피숍 안에 온통 여성만 있는 경우도 있다. 그 사정은 한국이든 외국이든 별반 다르지



않다. 그런데 여성의 커피숍 출입이 가능해진 건 그리 오래된 일이 아닌 것 같다. 여성 참정권 역사가 그런 것처럼 말이다. 여성이 언제부터 커피숍을 이용하기 시작했는지 정확한 문헌 자료는 남아 있지 않지만 초기 이슬람 커피숍을 그린 그림이나 17~18세기 유럽에 등장한 커피숍을 그린 그림을 보면 손님층에 대해 여러 가지 추론을 해볼 수 있다.

우선 손님의 성별을 살펴보자. 대부분의 그림에서 여성은 거의 등장하지 않는다. 남성, 여성 구별이 엄격한 이슬람 문화권에서 남녀가 한 공간에서 음료를 마신다는 건 지금도 어려운 일인데 하물며 중세 때는 말할 나위 없을 것이다. 그런데 영국의 커피숍에서도 여성은 찾아 보기 어렵다는 점은 실로 놀랍다. 당시 커피숍은 오직 남성들의 사교장이었던 것으로 보인다. 정치, 경제, 사회, 문학적 이슈를 토론하는 남성 위주의 공간. 후날 보험회사가 된 로이드 커피숍 매일 아침 남성들이 모여 선박 도착과 식민지에서 날아든 소식을 확인하는 곳이었다. 1674년에는 영국 여성들이 '남성들이 늦게 귀가는 원인인 커피숍을 제지해주시오'라는 청원서를 제출했다는 기록도 있다. 그런데 프랑스는 달랐다. 영국 커피숍 그림에서는 커피를 대접하는 것으로 보아 직원으로 보이는 여성은 등장하지만 손님 테이블에 함께 앉아 있는 여성은 없다. 17세기 프랑스 커피숍을 그린 일부 그림에서는 여성이 손님 테이블 중앙에 앉아 있다. 파리 최초의 커피숍 프로코포 그림에도 여성 손님이 등장한다. 여성 이 자유롭게 사회적 활동을 할 수 없기는 마찬가지였던 시절, 프랑스와 영국의 커피숍 풍경이 제법 차이를 보인다는 사실이 흥미롭다.

여성, 자신의 소득과 취향 따라 커피숍으로
영국이 이제 '차Tea'의 위상을 커피에 내줘야 할 정도로 커피 소비가 증가한 데 대해 BBC 방송은 영국 여성 소비자들이 본격적으로 경제적 능력을 갖춘 시기를 주목한다. 1900년대 중반에 들어서면서 여성들은 전례 없이 노동 현장에 본격적으로 들어서게 된다. 전통적으로 여성 노동 인구는 일회성 저임금 노동에만 머물러 있었으나 세계대전 발발로 남성들은 전쟁터로 가고 여성들은 남성 대신 노동에 동원되었다(영국 여성들의 참정권도 그 때, 1928년에 성사되었다). 제2차 세계대전으로 여성들의 직업 활동은 폭발적으로 증가했다. 여성들은 점점 고등교육을 받게 되고 더 많은 기술과 자격을 갖추게 되었다. 특히 1970년대 피의아의 등장은 여성들에게 입신과 가족생활에 관한 선택권을 만들어주었고, 그 당시 시작된 페미니즘 운동은 여성들에게 일자리 경쟁과 성취에 있어 더욱 자신감을 북돋워주었다. 이런 사회적 변화는 여성의 소비를 증가시켰다. 1990년대 초 여성은 새로운 지출원으로, 또 가족 재정 의사 결정권자로 부상했다. 여성들은 이제 집에서 나와 자신의 소득을 갖고 자신의 취향을 추구했다. 남성들과는 다른 사회 공간을 찾았다. 영국인들의 전통적인 교류 장소인 펍을 떠나 커피숍을 방문하기 시작했다. 사실 이런 현상은 영국뿐 아니라 전 세계적으로 비슷한 양상을 보였다. 중산층의 증가와 여성의 본격적인 경제활동은 스타벅스에 의해 재창조된 좀 더 편안하고 안락한 집과 같은 분위기의 커피숍 문화를 번성시켰다. 알코올음료 및 커피 이외의 음료 시장이 지금껏 만들어내지 못한 사회 공간, 그것을 커피숍이 창조하는 데 이바지한 것이다. BBC는 커피숍들이 이제 한

발 더 나아가 '여성 친화적'인 컨셉트로 공간을 꾸미는 것 또한 주목할 만하다고 보도하였다.

실제 커피 소비는 아직 남성이 높다

그런데 한 가지. 아직까지 커피숍 이용률은 남성이 여성보다 높다. 이와 관련하여 미국의 흥미로운 조사 결과가 있다. 남성이 여성보다 커피를 더 자주 마신다(남성은 응답자의 50.8%, 여성은 30.2%가 커피를 마신다고 답했다). 자연히 커피 소비에 더 많은 비용을 지불한다(한 달에 남성은 약 21달러, 여성은 약 13달러). 또 남성은 각성 효과를 위해 커피를 마시기 때문에 블랙커피를 선호하고, 여성은 맛 때문에 라테 같은 우유 혼합 메뉴를 선호 한다. 남성은 커피가 필요해 커피숍을 방문하는 게 주목적이고, 여성은 휴식을 목적으로 커피숍을 찾는다. 이처럼 남성과 여성은 커피를 마시는 목적도, 커피숍에 대한 개념도 전혀 다르다.

우리나라 커피 소비자들도 남성과 여성에 따른 차이가 있을까? 아직 뚜렷한 자료는 없지만, 인터넷 포털 다음이 이용자들의 커피 관련 키워드 사용 현황을 분석한 결과, 30대 여성 커피에 가장 관심이 많은 것으로 나타났다. 연령대로는 30대가, 같은 연령대라면 여성이 남성보다 커피에 대한 관심이 높았다. 물론 이런 관심이 꼭 매출로 직결되는 것은 아니다. 미국의 경우 여성이 남성보다 커피숍에 머무는 시간은 길지만, 실제 이용 횟수는 남성이 더 많았다. 혹여 이 글을 읽고 있는 누군가 커피숍을 계획하고 있다면, 커피숍의 남과 여를 잘 이해할 필요가 있겠다. 이제부터라도 남성 고객에 좀 더 관심을 갖는 것도 좋은 전략이 될 수 있다. ⓤ 글 테리로사 기획팀



아직까지 커피숍 이용률은 남성이 여성보다 높다.
이와 관련하여 미국의 흥미로운 조사 결과가 있다.

남성이 여성보다 커피를 더 자주 마신다. 남성은 커피가 필요해 커피숍을 방문하는 게 주목적이고, 여성은 휴식을

목적으로 커피숍을 찾는다.