

1941년, 미국 매사추세츠, 독일 출신 화학자 피터 제이 슈롬봄 Peter J. Schlumbohm 박사의 실험실에서 커피 메이커 '케멕스'가 탄생했다. 그는 평생 3천여 개의 상품을 개발했는데, 그 중 케멕스가 가장 오랜 시간이 걸렸다고 한다. 처음에는 깔때기를 개조하여 물을 커피에 부을 때 밀려 나오는 공기가 빠져나갈 수 있도록 에어 채널을 만들었다. 그리고 삼각 플라스크에는 눈금 역할을 해줄 볼록 뛰어나온 부분을 만들었다(훗날 '배꼽'이라고 불린다). 이 두 개의 아이디어는 깔때기와 플라스크를 하나로 이은 원피스 One-piece 커피 메이커로 이어졌고, 소재는 실험실에서 사용하는 수준의 내열성이 강한 비기공성 봉규산 유리가 채택되었다. 마무리는 나무 핸들을 두르고 가죽 타이로 멋을 내었다. 케멕스는 그렇게 탄생했다.

실제 케멕스의 주동이 역할을 하는 에어 채널은 뜨거운 공기가 잘 빠져나가 젖은 종이 필터가 케멕스 내벽에 달라붙어도 공기가 통하여 커피에 물이 고여 있지 않고 추출이 잘 일어난다. 또 케멕스 하부는 와인 디캔터와 유틸리티가 비슷하여 커피 향미를 잡아두는 데 효과적이다. 발명 당시에는 산업 디자인 분야에서 먼저 주목 받기 시작하여, 1956년 일리노이 공과대학이 선정한 최고의 디자인 제품으로 꼽혔으며, 현재 뉴욕현대미술관과 미국의 여러 미술관이 소장한 정도로 미국을 대표하는 산업 디자인 제품 중 하나이다. 2000년대 후반부터 미국 커피 시장을 중심으로 상용되기 시작해 현재는 전 세계 스페셜티 커피 매장들이 애용하는 아이템이 되었다. 케멕스는 지금도 슈롬봄 박사 가족이 기업을 이루어 매사추세츠에서 생산하여 전 세계로 공급하고 있다. ☕

## 진정한 멀티플레이어 케멕스

케멕스는 잘생겼다. 어디에 두어도 사람들의 시선을 끈다. 하지만 커피 메이커라고 짐작하는 이들은 드물다. 본래 커피 메이커로 개발되었으나, 차를 우리거나 와인 디캔팅에도 사용할 수 있는 멀티플레이어이다. 여기에 꽂을 꽂는 이들도 있다. 요즘 커피 마니아들의 위시리스트에 오른 케멕스 사용법을 살펴본다.

글 조명체(테라로사 커피공장 바리스타)

### 케멕스 주출법

**1 린싱** 케멕스에 전용 필터를 끌고 뜨거운 물을 부어 필터를 행군. 이로써 커피에 들어날 수 있는 증이 맛을 제거하고 필터를 케멕스에 잘 안착시킨다. 필터의 3중으로 겹친 면을 케멕스 주동이 방향으로 두는데, 그렇게 하여 공기 통로가 잘 확보된다. 케멕스가 어느 정도 예열되면 필터를 들어 올릴 필요 없이 기울여 물을 그대로 따라낸다.

**2 커피 갈기** 1~2잔분을 내릴 때는 일반 드립용 커피와 비슷하게 또는 약간 가늘게 긴다. 커피 사용량이 많을 경우에는 프렌치 프레스용만큼 긁게 긴다.

**3 끓인 물 준비** 커피와 물의 비율 1:15에 맞춰 물을 준비한다. 온도는 92~94°C. 물을 계량하여 사용하거나 저울을 사용하여 추출한다. 예) 3잔분 커피 50g, 물 주입량 750g

**4 물 끓기** 저울을 사용하는 경우 커피가루가 담긴 케멕스를 저울에 올리고 0점을 맞춘 뒤 물을 끓기 시작한다. 처음에는 커피가루를 골고루 적설 정도로 물을 소량 부어 뜸을 들인다. 커피가 부풀는 동안 기다린다(약 30초). 물이 내려가는 정도를 봐며 20~30초 간격으로 물을 끓는다. 가득 부어 물이 넘치는 일이 없도록 주의한다. 물은 나선형으로 커피가루를 고루 적셔가며 끓되, 케멕스 내벽에 끓지 않도록 주의한다.

**5 마무리** 커피 방울이 2~3초 간격으로 떨어지면 추출을 마무리한다. 추출에 걸리는 시간은 3~4분 이내로 한다. 필터를 들어내고 미리 데워둔 잔에 커피를 옮겨 마신다.



### 콘 필터

케멕스가 널리 사용되면서 미국 코아바 커피숍의 바리스타들이 고가의 종이 필터를 대체할 수 있고 친환경적인 스테인리스스틸 소재의 콘필터를 개발하여 큰 반향을 일으켰다. 미세한 티공에도 불구하고 초기에는 미분으로 인한 단점이 있었으나, 연구를 거듭하여 현재 판매 중인 세 번째 버전은 구멍이 더 미세하고 촘촘해졌다. 종이 필터에 비해 물 흐름이 빠르기 때문에 추출 시간은 준수하되 물을 천천히 끓는 게 포인트이다.



# Chemex

multi-player

## Flavor

테라로사 뉴스레터 2014년 4~5월호 통권 제12호  
발행인 김용덕 편집·디자인 테라로사 커피  
본지에 실린 글과 사진은 테라로사 커피의 허락 없이 사용할 수 없습니다.  
©2014 (주)학산 테라로사 커피

April - May 2014

No.12

## 갓 구운 빵 같은, 달달한 캐러멜 같은

필자가 커피에 문외한이었을 때, 커피는 본래 강남콩처럼 갈색인 줄 알았다. 녹색의 씨앗을 볶아서 갈색으로 만들어 먹는 것이라고는 상상도 못했다. 커피 향도 헤이즐넛 향 커피나 바닐라 향 커피는 실제 커피에서 그런 향이 나는 것이라 믿었다. 훗날 인공 착향이라는 사실을 알았을 때 얼마나 충격이 크던지. 과연 커피 본래의 향은 무엇일까? 그리고 어떻게 발현되는 것일까? 지난 호에 이어 커피 향 발생 요인 두 번째, '슈거 브라우닝'을 살펴본다. 글 최현경(광화문점 바리스타)



### sugar browning

볶기 전 커피 생두(커피체리의 씨앗 부분으로 녹색을 띤다)에서 나는 향이라고는 뜻내 외에는 도무지 찾아볼 수가 없다. 커피를 안 마시는 사람들조차 좋아하는 커피 향은 로스팅 과정을 통해 화학적 변화가 일어나야만 발현된다는 점은 이미 널리 알려진 바이다. 여기서 주목할 것은 커피 향의 발생 요인이 여러 가지라는 점이다. 커피 향을 보통 4가지로 분류하는데, 첫째는 커피 씨앗에 잠재되어 있는 효소에 의해 생성된 향, 둘째는 커피가 열에 볶힐 때 만들어지는 향, 셋째는 커피의 섬유질이 전류 반응하여 형성된 향, 마지막은 커피 열매의 생육과 수확, 가공, 로스팅 과정에서 발생할 수 있는 결점의 향이다. 커피 향이 복잡한 이유는 이들이 각각 따로 존재하는 게 아니라 한데 뒤섞여 아주 조금씩 그 존재를 드러내기 때문이다. 이 중에서 볶아서 발생한 볶은 향에 대해 잘 알려면 '슈거 브라우닝Sugar Browning'에 대한 배경지식이 필요하다.

커피가 볶으면 녹색에서 갈색으로 변하는 이유는 커피에 있는 당 성분이 단백질 등의 아미노산과 열에 반응하는 것으로, 마치 밀가루 반죽을 구우면 노릇한 빵이 되고 고

기를 구우면 갈색이 되는 것과 같은 이치이다. 그런데 좀 더 생각해보면 이들은 갈색으로 변한다는 점뿐 아니라 향이 발생한다는 공통점을 알 수 있다. 하얀 밀가루가 먹음직스러운 구운 빵 냄새를, 생고기가 군침 도는 고기 냄새를, 그리고 커피가 그 사랑스러운 볶은 커피 향을 내는 것은 바로 마이아르 반응 Maillard Reaction이라고 불리는 '갈변 반응'의 결과물이다. 이 반응에서 나오는 커피 향은 '너티Nutty, 캐러멜Caramelly, 초콜리티Chocolate' 계열로 나누어 표현한다. 그러나 커피에서 고소한 견과류나 초콜릿, 달콤한 캐러멜과 흡사한 향이 난다면 그 원인으로 당의 갈변 반응을 생각해볼 수 있다.

갈변 반응에 의한 커피 향은 커피가 볶인 정도(당이 열에 노출된 정도)에 따라 향의 계열이 달라진다. 볶음도가 약하면 강한 견과류 향이, 볶음도가 강하면 초콜릿 계열 향이 더 잘 발현된다. 향을 계열로 분류하는 이유는, 그 안에 좀 더 세밀한 구분이 있기 때문이다. 예를 들면 너티 계열에는 '볶은 땅콩Roasted Peanut 같은, 호두Walnut 같은, 바스마티 라이스Basmati Rice 같은, 토스트Toast 같은 향들이 존재하며, 캐러멜 계열에는 '볶은 헤이즐넛Roasted Hazelnut 같은, 볶은 아몬드Almond 같은 향들이 포함된다. 초콜릿 계열은 '빵 굽는 냄새Bakers 같은, 다크 초콜릿Dark Chocolate 같은, 밀크 초콜릿Milk Chocolate 같은, 신선한 버터Butter 같은' 향들로 더 미세하게 구분된다.

여기서 주의해야 할 점은 위에 제시한 향들이 명확하게 갈변 반응의 결과물로만 사용되는 것은 아니라는 점이다. 이런 풍미 자체는 커피 안에 존재하는 효소에 의해 생성된 향에서도 혼용된다. 어느 커피에서 캐러멜 향이 난다면 커피 자체가 캐러멜 같은 풍미를 지니고 있어서이기도 하고, 커피를 중간 이상으로 볶았기 때문이기도 하다.

각양각색의 커피에서 다른 듯하면서도 비슷한 느낌을 받는 이유는 여러분들이 눈치챈 것처럼 커피가 볶아지기 때문이다. 즉, 위에 열거된 이러한 향들이 생산지는 서로 다르더라도 볶은 커피 어디에든 존재하기 때문이다. 어쩌면 우리는 이렇게 변신에 능란한 커피 향에 교란 당하는 것인지 모른다. 자, 그 즐거운 교란을 즐길 준비가 되었다면 과테말라 라 에스페란자 커피의 견과류 풍미를 연구해보자. 이 향미는 과연 어느 요인에서 오는 것일까? ☕

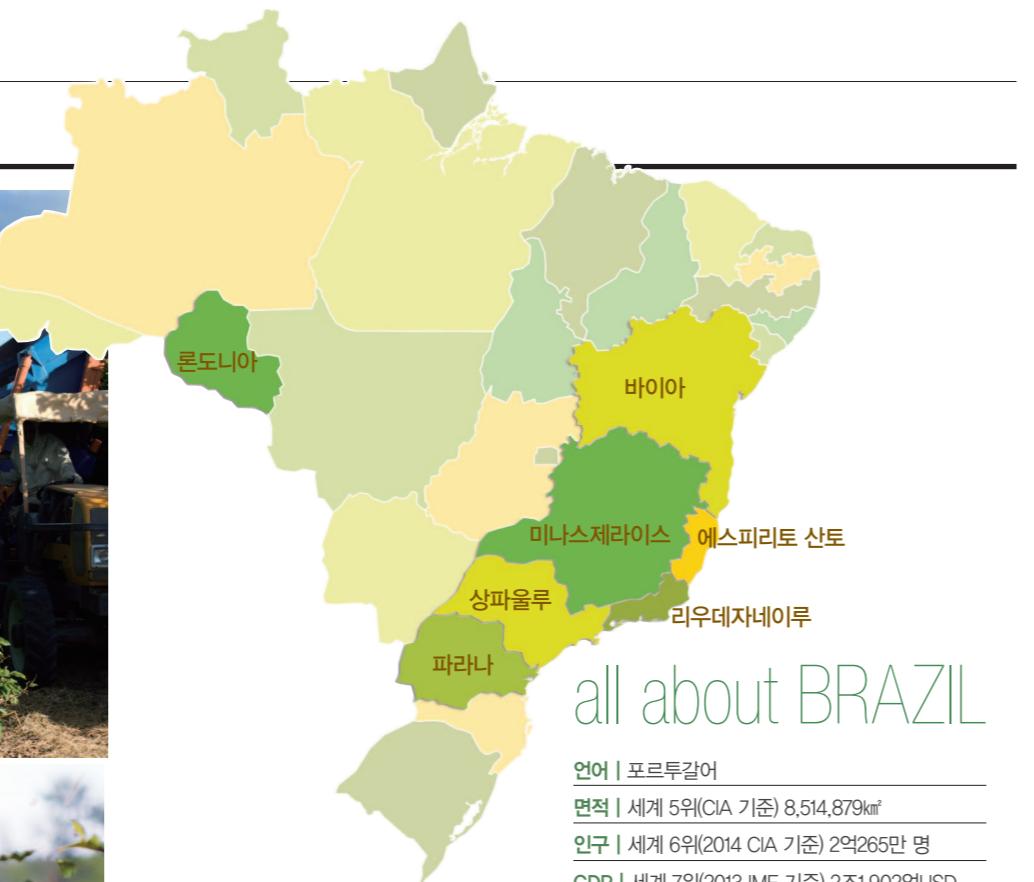
www.terarosa.com

# TERA ROSA COFFEE

The Coffee knows the Difference



# Clip Brazil



## 커피 역사에 큰 획을 긋다 **브라질**

커피 소비자들에게 커피 하면 가장 먼저 떠오르는 나라는 브라질이다. 전 세계 커피의 3분의 1을 생산하고, 커피 생산국 중 가장 많은 양을 생산하고 있으니 '커피의 나라=브라질'로 인식되고 있는 것은 어찌면 당연지사다. 커피를 좋아하는 대중의 절대 지지를 받고 있는 브라질 커피 속으로 들어가보자.

글 이윤선(데라로사 그린빈 바이어)



**mechanical  
farming**



Brazil

### 한때 전 세계 커피 소비량의 80%를 공급

2011년 국제커피기구ICO 통계에 따르면 브라질은 연간 약 16 억 톤의 커피를 생산하고 있다. 이 천문학적인 양을 생산하기 위해 22만 명의 농부가 일하고 있으며, 농부를 포함한 브라질 커피 산업 종사자는 연간 3천5백만 명에 이른다고 한다. 실로 거대한 산업 규모가 아닐 수 없다. 그에 비해 브라질의 커피 역사는 그리 오래전으로 거슬러 올라가지 않는다.

커피는 우리 모두가 아는 것처럼 원래 아메리카 대륙의 자생품은 아니다. 브라질에 커피가 처음 도착한 때는 1727년, 프랑시스코 지 멜라 팔레타 해군 장군이 씨앗을 가져와 심은 것이 브라질 최초의 커피나무였다. 그러나 브라질에서 본격적으로 커피가 재배된 것은 80여 년이 흐른 1840년대에 이르러서다. 당시 엄청난 수의 아프리카 흑인 노예들이 브라질에 유입되었는데, 브라질은 풍부해진 노동력을 이용해 사탕수수와 커피 농사를 본격적으로 할 수 있었다. 그 후로 브라질 커피 산업은 비약적인 발전을 이루었다. 1920년대에 브라질 커피 생산은 그 최고점에 다다라 전 세계 커피 소비량의 80%를 공급할 정도였다. 그러나 1950년대에 들어서면서 중남미 여러 나라에서 커피 생산이 본격화되면서 브라질이 커피 시장에서 차지하던 공급량은 줄어들었다.

브라질에서 커피는 여전히 주요 수출 품목이지만, 지난 50년을 돌아보면 브라질 전체 수출에서의 비중은 크게 줄어들었다. 1850년대부터 1960년대까지는 커피가 수출의 50% 이상을 차지했고, 특히 1950년에는 63.9%를 기록할 만큼 커피 수출이 본격화되었다. 그러나 1960년대에는 다른 수출 품목들이 증가하면서 브라질 커피 수출 비중이 줄어들기 시작해 1980년대는 수출 비율이 12.3%, 급기야 2006년에는 2.5%까지 줄어들었다.

### 기계 농법과 고품질 커피, 두 마리 토끼 잡기

그렇다면 이렇게 많은 양의 커피가 어느 지역에서 나는 걸까? 브라질의 주요 커피 경작지는 미나스제라이스Minas Gerais, 상파울루São Paulo, 에스피리토 산토Espírito Santo, 파라나Paraná, 바이아Bahia, 리우데자네이루Rio de Janeiro, 룬도나이Rondonia 지역이다. 이 중 미나스제라이스가 브라질 커피의 51%를 생산하며, 그래서 대규모 커피 농장들의 대부분이 이곳에 위치해 있다.

브라질에서 생산되는 커피의 80%는 아라비카이며 나머지는 로부스타이다. 커피는 대부분 내추럴커피체리째로 말린 것으로 가공하는데 이는 약 90%에 달하며, 나머지 10% 내외의 커피가 펄프드 내추럴(커피체리의 껍질을 벗겨내고 점액질 상태로 말린 것)과 세미워시드(커피체리 껍질을 벗겨내고 기계에 넣어 점액질을 제거해 말린 것), 그리고 일부 워시드(껍질을 벗겨내고 말렸 후 씻어서 건조)로 가공된다.

규모가 방대한 농장들이 워낙 많고 농장이 평지에 위치해 있어서 커피 농사의 많은 부분에 기계를 사용한다. 경작과 수확 그리고 가공 과정에 이르기까지 단계별로 기계들이 다양하게 개발되어 있어 짧은 시간 내에 많은 양의 일을 처리한다. 그간 커피업계에는 커피 농사에 기계를 사용하는 것은 저급 커피 생산 방식이라는 인식이 팽배해 있었으나, 적절한 기계 생산은 효율을 높이고 과학적인 농사를 가능하게 하기 때문에 일정한 품질을 얻을 수 있는 장점도 있다. 브라질의 경우 경제 개발로 인해 산업화가 촉진되면서 인건비가 큰 폭으로 상승했기 때문에 대규모 농장을 운영하기 위해서는 기계 사용 외에 다른 방법이 없었다. 그래서 다른 커피 생산국에 비해 다양한 기계를 이용한 농법들이 개발되었다. 뿐만 아니라 과거 대량생산으로 인한 저품질 커피라는 인식을 바꾸기 위해 최근 20년간 여러 가지 품질 개선 프로젝트

를 진행해 현재 전 세계 커피 시장에서 브라질 커피의 이미지를 바꾸는 데 성공했다. 이들의 이러한 노력은 대량의 물량을 찾는 소비자는 물론이고, 소량의 고품질 커피를 찾는 소비자까지 모두 아우르는 결과를 이뤄냈다.

### 커피 생산국 1위이자 커피 소비국 2위

최근 브라질에서 나타나고 있는 커피 소비 열풍은 커피 소비국들을 긴장시키고 있다. 과거에는 커피를 생산하는 나라에서는 대체로 커피를 소비하지 않았으나 현재 브라질은 미국 다음으로 전 세계에서 가장 많은 양의 커피를 마시는 제2의 소비국이다. 2011년 통계에 따르면 1인당 연간 커피 소비량은 6.2kg로 전 세계 14위에 해당하며, 에티오피아와 더불어 커피 생산국 중 커피를 대량 소비하는 보기 드문 국가이다. 머지않아 브라질은 세계 최대 커피 생산국이자 최대 소비국이라는 2개의 타이틀을 동시에 거머쥘지도 모르겠다. ☕



click

**Brazil Specialty Coffee Association**  
BSCA Brazil Specialty Coffee Association

1991년에 12명의 농부들이 커피 품질을 향상시키고자 조직한 비영리 기구이다. 브라질 내 커피 농부들에게 품질 향상을 위한 다양한 농법을 전수하고 또한 고품질 브라질 커피를 전 세계에 알리는 데 필요한 협력을 도모한 결과, 전 세계 커피 바이어들에게 새로운 품질의 브라질 커피를 인식시키는 데 성공했다. 대표적인 커피품평대회인 컵 오브 엑셀런스Cup of Excellence 프로그램이 1999년 브라질에서 시작된 것도 BSCA의 품질에 대한 강한 집념의 결과였다.

[www.bsca.com.br](http://www.bsca.com.br)





## 싱글 오리진 커피를 차처럼 풀어내다

# 호주

세계 커피 시장에서 새로운 커피 소비국으로 가장 이목이 집중되는 나라는 단연 한국이다. 그간 소비국으로 인지될 만큼 커피를 소비하지는 않았지만 최근 5년간 급격한 양의 증가와 커피 품질의 고급화로 계속해서 이슈 메이커가 되고 있다. 우리와 더불어 인도, 중국, 러시아, 호주도 주목을 받기 시작했는데, 이 중 호주는 절대적인 커피 소비 증가와 품질 면에서 한국만큼 변화가 빠른 나라도 손꼽히고 있다. 시드니와 멜버른을 중심으로 호주 커피 시장을 조사하면서 커피 소비 패턴과 품질, 시장의 활성화 정도, 마케팅 방법을 눈여겨보았다. 글 이윤선테라로사 그린빈 바이어

### 아침에는 커피, 오후에는 맥주

호주의 커피숍은 대부분 아침 7시에 시작해 오후 4시면 문을 닫는다. 아침에 커피 소비가 굉장히 집중되어 있으며 오후 2시 이후에는 커피를 마시는 양이 급격히 줄어든다. 호주인들에게 커피는 아침에 마시는 음료이며, 오후에는 맥주가 그 자리에 대신한다. 우리나라와 사뭇 다른 영업시간 패턴도 놀랍지만 또 한 가지, 커피숍에서 판매되는 음식의 수준도 꽤 놀랍다. 커피숍이 문을 여는 7시부터 바로 음식 주문이 가능한데, 간단한 샌드위치 정도가 아니라 근사하게 차려 나오는 한 접시 요리들이다. 음식은 대부분 영업 종료 때까지 제공되며, 커피숍을 찾는 이들 대부분이 음식과 커피를 함께 주문하여 즐긴다.

### 프로 정신이 빛나는 장비 세팅

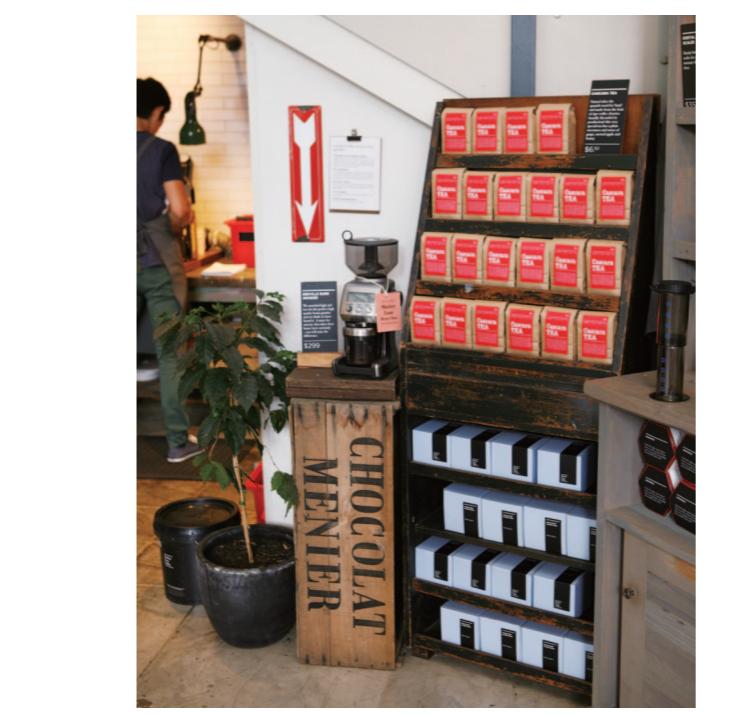
20여 군데 커피숍을 다니는 동안 이들의 장비 세팅이 눈길을 끌었다. 작은 가게라 하더라도 에스프레소 머신은 평균 2대, 그리고 그에 맞는 그라인더 조합을 갖추고 있었고, 브루잉에 필요한 추출도구와 작업대가 잘 정비되어 있었다. 머신을 2대 두는 이유가 '예비용'임을 짐작할 수 있었다. 기계 한 대로 커버가 안 될 정도로 바쁠 때, 또 갑작스러운 기계 고장으로 업무가 마비될 때를 대비한 것이었다. 당장 고장이 난 것도 아닌데 여분의 기계를 갖추어 놓는다는 것은 운영자에게 쉽지 않은 결정이다. 초기 비용이 많이 드는 것은 물론이고 관리 또한 쉽지 않기 때문이다. 호주의 커피숍 대부분이 규모와 상관없이 장비에 대단히 정의하여 담아 소비자들에게 필요한 정보를 알차게 제공하고 있었다. 이는 한창 성장 중인

### 싱글 오리진 커피를 차처럼 제공

이번 시장 조사에서 가장 흥미로웠던 것은 호주 커피인들이 싱글 오리진 커피를 대하는 자세였다. 그 제공 방식이 무척 새로웠기 때문이다. 싱글 오리진 추출에 사용하는 도구는 현재 전 세계 바리스타들이 애용하는 드리퍼, 케멕스 등과 별다를 바 없었다. 그런데 다 내린 커피를 잔이 아닌 특별한 용기에 담아 제공하였다. 용기 모양은 솔마다 제각각이어서 호리병처럼 생긴 것도, 홍차를 우리는 둥근 유리 병 모양도 있었다. 재질은 대부분 유리였으며 간혹 도자기 제품도 있었다. 나무 트레이에 용기와 커피를 따라 마실 작은 찻잔(손잡이가 없는 유리잔이 대부분)을 담아 손님에게 제공하는 식이었다. 미국의 인텔리전시아 커피숍도 싱글 오리진 커피를 대부분 이렇게 별도로 담아 주는데, 그것은 추출량이 많아 한 잔에 담을 수 없을 때 이왕 내린 커피를 고객이 더 마실 수 있도록 배려하는 차원이었다. 호주는 추출량이 적은데도 마치 차를 내듯 커피를 제공하였다. 처음에는 이 세팅에 호기심이 생겼는데, 여러 번 사용해보니 손님 입장에서는 불편한 점들이 나타났다. 손잡이가 없는 잔에 마시려니 뜨거워서 잔을 들기가 어려웠다. 유리 재질 용기와 잔에 담긴 커피는 식는 속도가 빨라서 몇 분 지난 뒤에는 커피가 차다는 느낌이 들었다. 몇몇 바리스타들에 이런 제공 방식과 유리 제품을 사용하는 이유에 대해 물어보았지만 뚜렷한 이유는 없었다. 어떤 바리스타는 '필터 커피가 유행하기 시작하면서 많은 바리스타들이 그 맑고 개운한 느낌이 차와 닮았다고 생각해 커피도 차처럼 유리잔에 담아 먼저 눈으로 맑은 빛깔을 즐기면 좋겠다는 발상을 하게 된 것 같다'고 의견을 밝혔다. 또 드립 커피는 에스프레소 계열 음료에 비하면 준비 시간이 긴 만큼 손님도 여유롭게 음미하라는 의미에서 용기와 잔을 사용하게 된 것 같다고도 덧붙였다. 싱글 오리진을 추출하는 방식, 즉 주문이 들어올 때마다 바리스타가 한 잔 한 잔 내리는 방식은 일본에서 고수했던 방식이라 이들에게 동양의 정적인 이미지를 연상시킨다는 의견도 있었다.

호주 커피숍은 커피 한 잔을 팔더라도 그 마케팅에 대단한 노력을 투자하는 인상을 받았다. 사용하는 커피의 농장 정보를 엽서로 제작하여 커피와 함께 제공하였다. 그 설명과 디자인은 판매용으로 활용해도 손색이 없을 만큼 정교하였고, 추출 방법도 간단히 정의하여 담아 소비자들에게 필요한 정보를 알차게 제공하고 있었다. 이는 한창 성장 중인 커피 시장에서 대중을 위한 훌륭한 커피 교육 도구이다.

마지막으로 맛에 대해 간단히 평하자면, 일부러 찾아간 곳이든 우연히 들른 곳이든 맛은 기대 이상이었다. 품질이 나쁜 커피에서 느껴지는 불쾌한 맛, 예를 들면 오래 묵은 생두나 원두를 사용하고 있다거나 결점두가 많은 재료를 썼다거나, 로스팅을 삼하게 헐거나 더했다는 느낌이 드는 커피는 없었다. 모두 평균 이상의 수준이었다. 하지만 빼어나다는 생각은 들지 않았다. 호주 커피 시장에서 회자되는 여러 커피숍에서도 품질이 특별한 커피를 발견할 수 없었다. 그래도 커피를 다루는 바리스타들의 솜씨는 매우 능숙했으며, 손님을 대하는 세련되고 다정한 서비스는 그들의 커피 수준을 더욱 높여주고 있었다. 이번 여행이 호주 커피 시장의 빙산의 일각을 본 것일지도 모르나 커피 품질, 고객 응대, 기술 어느 면에서 든 우리만큼 빠른 속도로 확산되고 발전하는 시장임에는 틀림없었다.



## 뉴욕의 커피 한 잔 가격은?

뉴욕의 5개 카운티, 맨해튼과 켄즈, 브루클린, 브롱스, 스테이트 아일랜드에는 2천2백여 개의 커피숍이 존재한다(서울에는 약 1만2천 개가 있다). 서울의 면적은 뉴욕의 절반이며 인구는 뉴욕보다 1백만 명 정도 많다. 그 중 던킨도너츠 매장이 515개, 스타벅스 매장이 283개로 뉴욕 커피숍의 36%를 차지한다(2013년 12월 기준). 이외에 다양한 소규모 커피숍과 로스터리 커피숍, 지역 커피 체인점 등이 있으나 그 규모는 미미하다.

1696년 뉴욕 브로드웨이에 첫 번째 커피하우스 킹스 암스킹스 Arms가 문을 연 이래 1994년 스타벅스가 브로드웨이에 진출하기까지 뉴요커플에게 커피는 값싼 음료에 불과했다. 1980년대까지만 해도 호텔에서 60센트면 마실 수 있었기 때문에 1.5달러짜리 스타벅스 커피는 당시 파격적인 가격이었다. 20년이 지난 지금은 던킨도너츠의 카푸치노가 평균 3달러에 달한다.

2010년 뉴욕에 푸어 오버 바Pour Over Bar와 싱글 오리진 커피가 도입되면서 스페셜티 커피 시장 붐은 시작되었다. 이제 커피 한 잔에 평균 5달러를 지불하는 뉴요커들이 많아졌다. 뉴욕의 터줏대감인 카페 그램피는 에티오피아 커피 한 잔을 12달러에, 파니마 에스메랄다를 9달러에 판매하는 각종 방송 매체에 전파를 탄 전력이 있다.

'프리미엄 커피란 무엇인가' 그 가격은 합리적인가에 대한 논란에 불을 지폈고, 스페셜티 커피는 명품 소비처럼 부를 과시하는 수단일 뿐이라는 비난도 있었다. 심지어 커피 한 잔을 마시려고 5분이나 기다려야 하느냐는 시간 소비의 문제까지 논란의 대상이 되었다. 하지만 지난 4년간 스페셜티 커피와 푸어 오버 바는 번박하고 사라지지 않고 뉴욕에 원전히 녹아들었다. 이제 달리는 프리미엄 커피의 가격 기준이나 미친가지다. 사람들은 일반 아이스커피보다 2~3배 비싼 블루 브루 커피를, 인텔리전시아 커피숍에서 푸어 오버 커피를 블루 보틀에서 2컵에 16달러인 사이렌 커피를 마신다. 뉴욕의 커피 라이브들은 지금 그들이 마시는 스페셜티 커피를 '프리미엄 커피, 부티크 커피'라 부른다. 바리스타들은 소비자들에게 계속해서 맛과 품질의 차이를 이해시키려 애쓰며 사용하는 재료에 대한 정보를 전달한다.

미국에서 푸어 오버는 더 이상 새롭지 않다. 커피숍마다 2~5종의 싱글 오리진 커피를 갖추고 캐릭스나 칼리다, 하리오, 사이폰, 에어로프레스 등 다양한 추출 도구로 커피를 내리는 모습은 이제 바리스타와 고객 모두에게 친숙하다.

뉴욕의 에스프레소 시장은 혼합 음료가 계속해서 인기를 얻고 있다. (포브스)지는 2013년 9월호에 미국인의 83%가 우유나 소스가첨가된 커피를 마신다고 보도했다. 뉴욕의 에스프레소 베리에이션 매뉴는 점점 다양해지고 있다. 전통적인 라테와 카푸치노, 마카이토에서 벗어나 각종 시럽과 소스를 섞는 것은 물론, 호주에서 건너온 플랫 화이트(작은 라테라고 생각하면 된다)와 스페인에서 온 코르타도(카푸치노와 마카이토의 중간 개념)의 뉴욕화가 한창 진행 중이다.

뉴욕은 알디시피 트렌드에 발 빠른다. 요즘은 작은 커피숍마다 다양한 고급 장비들을 세팅하고 있다. 아직까지 미국에서 쉽게 볼 수 없는 '모드바MODBAR'를 설치한 커피숍들이 있는가 하면, 바리스타들이 과학적인 마인드를 저렴한 브루어 커피를 소비하는데, 그리고 그 중 4명이 미국 커피 시장의 대명사인 저렴한 커피를 소비하는데,

이는 요즘 감소 추세에 있다(미국 커피협회 NCA 발표). 미국의 1인당 연간 커피 소비량은 현재 4.24kg. 이런 미국 커피 시장의 트렌드를 보여주는 곳이 있다. 바로 뉴욕이다. 글 김민선

뉴욕은 알디시피 트렌드에 발 빠른다. 요즘은 작은 커피숍마다 다양한 고급 장비들을 세팅하고 있다. 아직까지 미국에서 쉽게 볼 수 없는 '모드바MODBAR'를 설치한 커피숍들이 있는가 하면, 바리스타들이 과학적인 마인드를 저렴한 브루어 커피를 소비하는데, 그리고 그 중 4명이 미국 커피 시장의 대명사인 저렴한 커피를 소비하는데, 그리고 그 중 4명이 미국 커피 시장의 대명사인 저렴한 커피를 소비하는데,

때문이다. 이들은 로스팅을 직접 하지 않고 이름난 커피를 공급 받는데, 카운터컬처와 스텁프타운, 인텔리전시아가 뉴욕에서 이를ms 대로 각축전을 벌이고 있다. 소규모 커피숍들은 미처 전시관 큐레이터처럼 커피 선택을 매일 혹은 일주일씩 바꿔가며 선보인다. 2개 회사 커피를 받아 에스프레소와 푸어 오버용으로 나눠 쓰기도 하고, 각기 다른 회사 커피로 다양한 에스프레소를 선보이는 등 흥미로운 변화를 시도한다. 지금 뉴욕에서는 샌프란시스코와 LA, 포틀랜드 등 미국 각지에서 건너온 커피뿐만 아니라 영국의 스웨어아일, 스칸디나비아 반도의 팀 원들보, 커피 플랫폼 커피까지도 맛을 수 있다. 뉴욕 특유의 문화적 다양성이 커피 시장을 뜨겁게 만들고 있다.

테라로사의 바리스타 트레이너와 로스터를 역임한 김민선 씨가 뉴욕으로 1년간 유학을 떠났습니다. 지금 www.테라로사.도서관.com에서는 그녀가 만난 뉴욕의 커피 피플, 토비 에스테이트의 그린빈 바이어가 말하는 뉴욕 커피 컬처를 만날 수 있습니다.



# TERAROSA Bookmark

**NEW 1**  
Guatemala  
La Esperanza



## 과테말라 라 에스페란자

우에우에데낭고 산 페드로 넥타 지역, 시에라마드레 산맥이 지나는 곳에 라 에스페란자 농장이 위치해 있다. 해발고도 1600~1750m 계곡에서 부르봉과 카투아, 키타이 세 가지 품종을 재배하는데, 이번 테라로사에 보내온 커피는 로스 세드로스 로트에서 별도 재배한 카투라 품종만 모은 것이다. 고소한 맛을 기분으로 하고 있으며, 초콜릿과 사과, 밀린 자두의 풍미가 어우러진다. 이 농장은 1948년부터 3대에 걸쳐 커피 농사를 지어왔다. 250g 20,000원/500g 34,000원.



**NEW 2**  
El Salvador  
Santa Elena

## 엘살바도르 산타 엘레나

2013 엘살바도르 컵 오브 엑셀런스 대회 6위 수상작, 여러 해 대회에서 수상한 바 있는 산타 엘레나 농장은 테라로사의 오랜 친구인 페르난도 리마 씨의 가족이 1930년대부터 운영해온 엘살바도르의 명문 농장이다. 농장은 활화산으로 유명한 산타 아니 화산 지대에 위치해 있으며, 화산대로 자주 뒤덮었던 텃에 땅이 매우 기름지다. 화산성 토양은 배수가 잘 되고 유기물질이 풍부하기 때문에 커피 재배에 큰 이점이 있다. 국립공원과도 인접해 있어 수많은 동식물종을 만날 수 있는 곳이기도 하다. 아름드리 잎과 나무 그늘에서 자란 이번 부르봉 품종 커피는 엘살바도르 커피의 섬세한 진연목을 보여준다. 오렌지와 복숭아, 석류가 어우러진 풍미가 우아하며, 단맛이 은은하게 이어진다. 250g 36,000원/500g 61,000원.

테라로사닷컴에만 있는 쇼핑의 즐거움

### 3종 샘플러

2014년 첫 번째 샘플러가 4월 4일부터 테라로사닷컴에서 판매된다. 새로 나온 커피 3종, 과테말라 라 에스페란자와 엘살바도르 산타 엘레나, 브라질 JR로만 구성하여 더욱 매력적이다. 아름답지만 나른한 햇빛에 당신에게 생기를 불어넣을 커피를 발견할 수 있거나.

Mr. Lamington 테라로사 애프터눈 케이크  
미스터 래밍턴

테라로사 베이커리에서 부드러운 한입 크기의 초콜릿 케이크 미스터 래밍턴을 선보인다. 조그만 스페셜케이크를 초콜릿 담에 담가 코코넛을 덧입혀 촉촉하고 진하고 달콤하다. 래밍턴은 본래 호주와 뉴질랜드에서 사랑 받는 국민 케이크. 강릉 지역 3개 매장과 경기도 용인시 서종점, 서울 광화문점에서 맛볼 수 있다. 광화문점에는 바닐라 스페셜케이크에 딸기잼을 한 층 넣은 '미스 래밍턴' 버전도 준비되어 있다. 5조각 1만원.

## 테라로사 커피 원두 리스트

### Africa

#### 케냐 기디루 Kenya Githiru AB

검붉고 비옥한 화산토에서 재배한 SL 28과 SL 24, Ruiru 11 품종을 잘 익은 것만 골라 수확하고 깨끗한 강물로 가공하여 햇볕에 말렸다. 패션프루즈와 무화과, 석류, 허비스커스 풍미가 어우러져 상큼하다. 250g 20,000원/500g 34,000원.

#### 에티오피아 시다모 오마초 Ethiopia Sidama Homacho

오마초 베고 영농조합이 생산한 지역 토착종 커피로, 정확한 품종은 알 수 없지만 민트처럼 싱그럽고 상큼달콤한 복숭아 주스 맛을 선사한다. 발랄하고 여성스럽다. 이 영농조합은 복일의 유기농 인증 및 공정무역 인증을 보유하고 있다. 250g 18,000원/500g 31,000원.

#### 에티오피아 예가체페 퍼퓸 Ethiopia Yirgacheffe Perfume

에티오피아 예가체페 지역에서 생산된 최상급 커피들로 블렌딩하여 향수같이 꽃내음을 전하고 베리 향도 살짝 스친다. 커피가 맑고 투명하며 잘 익은 과일처럼 달다. 250g 22,000원/500g 37,000원.

### Latin America

#### 온두라스 엘 푸엔테 Honduras El Puente

온두라스의 슈퍼스타 농장. 해발고도 1600m 지대에서 키운 커피로, 수세식으로 가공한 다음 바람이 잘 통하는 드라이 테이블과 온실에서 이중으로 말렸다. 생불루베리와 코코아의 풍미, 묵직한 바디와 크리미한 질감이 인상적이다. 250g 18,000원/500g 31,000원.

#### 브라질 JR Brazil JR

2013 브라질 얼리 하비스 COE 대회 6위, 바닐라와 사과, 캐리멜의 향이 우아하게 감돌며 달콤새콤하다. 크리미한 질감이 인상적이며 식어도 안정적인 커피 맛 또한 깊은 인상을 남긴다. 이번 대회에서 국제 심판관들로부터 89.34점을 받았다. 250g 28,000원/500g 48,000원.

#### 브라질 오우로 베르디 Brazil Ouro Verde

오우로 베르디 농장은 브라질에서는 보기 드물게 소량을 핸드 픽으로 수확하여 고품질 커피를 자수적으로 선보이고 있다. 갖 볶은 맹풀이나 맹꽁이 같은 맛이 난다. 단맛은 솔사탕처럼 가볍고 풍성하다. 250g 18,000원/500g 31,000원.

#### 과테말라 산 구아이바 Guatemala San Guayaba

2013 과테말라 COE 대회 4위. 오렌지, 망고, 꽃내음 등이 어우러져 향기롭고 달고 긴 여운을 남긴다. 맹꽁이 초콜릿의 고소한 맛도 느낄 수 있다. 산 구아이바 농장주는 자신의 커피가 특별한 이유로, 다양한 동식물종이 서식하는 비옥한 땅과 잘 조성된 나무 그늘을꼽는다. 250g 36,000원/500g 61,000원.

### Blend

#### 에스프레소 블렌드 Espresso Blend

테라로사 에스프레소는 한쪽으로 치우치기보다는 균형미 있는 맛의 조화와 생기를 더하는 약간의 산미, 농후한 단맛, 입안에 머금었을 때 탄탄한 칠갑, 부드러운 목 넘김이 있는 에스프레소를 추구한다. 250g 13,000원/500g 22,000원/1kg 38,000원.

원두 구입 테라로사 커피 매장 & 테라로사닷컴 [www.terarosa.com](http://www.terarosa.com)

## TERAROSA COFFEE

COFFEE FROM FARMS

강릉 | 테라로사 커피공장 everyday 9am~10pm

강릉시 구정면 현천길 25

강릉 | 임당점 everyday 9am~11pm

강원도 강릉시 문화의길 9 1층

강릉 | 사천점 everyday 9am~10pm

강원도 강릉시 사천면 순포안길 6

경기 | 신세계 경기점 everyday 11:30am~10pm

경기도 용인시 수지구 포은대로 536 신세계백화점 지하 1층

경기 | 서종점 everyday 9am~9pm

경기도 양평군 서종면 북한강로 992

부산 | 해운대 마린시티점

부산 8:30am~10pm, Sat-Sun 10:30am~10pm

부산시 해운대구 마린시티로 38

아이파크 C1 2층 SSG 푸드마켓

[www.terarosadotcom.com](http://www.terarosadotcom.com)

## TERAROSA LIBRARY

### FLAVOR | 카운터컬처의 새로운 테이스터스 플레이버 훈

커피 소비국부터 지금 반대편 커피 생산국 어디에 가나 볼 수 있는 커피 플레이버 훈은 1990년 SCAA가 제작한 것이다. 이를 보다 상세하게 업그레이드한 새로운 플레이버 훈이 선보여 화제다. 바로 카운터컬처의 그린빈 바이어이자 웰리티 매니저인 티모시 훈의 작품이다. "기운더컬처에서 거의 10년간 커피를 감별하는 일을 해왔습니다. 그런데 조짜 커피에게 SCAA 플레이버 훈을 설명하기란 너무 어려웠어요. 어렵게 묘사된 표현들이 많기 때문입니다. 그래서 보다 사용하기 쉬우면서 직관적인 새로운 표를 그렸습니다." 지금 카운터컬처의 플레이버 훈은 이미 여러 나라 언어 번역되고 있으며, 특정 지역의 관용어에 대한 문화적인 수정도 병행되고 있다고 한다.

### COUNTER CULTURE COFFEE TASTER'S FLAVOR WHEEL



### BREWING | 커피를 만드는 물, 안녕하십니까?

맛있는 커피 한 잔에 커피 맛을 내는 물질은 얼마나 들어 있을까? 놀랍게도 1~2%이다. 나머지 98~99%는 물이다. 2%를 어떻게 추출하느냐에 따라 커피는 마치 피망이나 노랑, 빨강이 되지만, 98%를 차지하는 물 또한 알고 보면 맛의 배경을 결정짓는 중요한 역할을 한다. 그렇다면 커피 추출에 영향을 미치는 물의 요소는 무엇일까? TDS와 pH, 일칼리도와 경도에 대한 이해가 필요하다.

### ASK TO COFFEE PEOPLE | 뉴욕의 스페셜티 커피 마켓

뉴욕 윌리엄스버그에서 요즘 가장 핫하다는 토비 에스테이트 커피숍의 운영을 맡고 있는 디론 피고를 만났다. 그를 통해 뉴욕 스페셜티 커피의 시작과 미래를 듣는다. 그가 말하는 'Polly Collective Community'도 주목해보자.

### 2013~2014 '좋아요'가 가장 많이 달린 분야별 BEST 7

**FLAVOR** 우미미를 아세요? **BREWING** 미국 카페, 그리고 TDS와 수율

**ROASTING** 수분이 생두에 미치는 영향 **COFFEE ROAD** 마햄베 커피가 도착했다

**TERA TIMES** 진격의 머신, 시네소

**ASK TO COFFEE PEOPLE** My Experience in Brazil Late Harvest

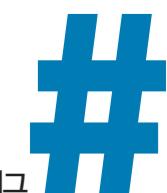
**COFFEE TRAVEL** 스텁프타운 커피를 만나다

테라로사도서관닷컴  
오픈 1주년

EVENT

테라로사도서관닷컴은 2013년 3월 25일 시작되었다. 지난 15년간 커피 산지 농부들은 물론 커피업계와 소비자들에게 신세계를 열어준 스페셜티 커피는 생두와 제조, 주출을 둘러싼 숱한 이슈들을 만들어냈으며, 시간이 갈수록 그 움직임은 더 활발해지고 있다. 테라로사는 그 이슈들을 한데 모으는 방법으로 도서관을 기획했다. '테라로사 커피 로드, 브루잉, 로스팅, 테라 타임스, 플레이버, 애스크 투 커피 피플, 커피 트래블'이라는 7개의 주제를 갖고 테라로사 필진뿐 아니라 외부 필진들의 참여로 보다 다양한 시각을 제공하고자 했다.

한번 들어오면 시간 가는 줄 모르는 도서관, 읽고 싶은 글이 빼곡한 커피 도서관을 꿈꾸며 계속 안테나를 올리고 있다.



### EVENT 1 #테라로사도서관 해시태그

도서관 자료 중 가장 유용했던 자료를 공유하자! 참가자 전원에게 테라로사닷컴 3,000원 할인 쿠폰을 제공한다. 나만 아는 도서관 활용법이나 사용 후기 등을 함께 작성한 10명을 선정하여 테라로사닷컴 '로스터스 초이스' 3회 이용권을 선물한다.

#### 참가 방법

LIKE IT 테라로사 커피 페이스북([facebook.com/terarosacoffee](https://facebook.com/terarosacoffee))의 '좋아요'를 누른다. UPLOAD IT 나에게 유용했던 테라로사도서관 자료를 링크 또는 사진으로 담아 본인 담벼락에 업로드한다. 전체공개로 설정한다. TAG IT 반드시 #테라로사도서관 해시태그를 함께 등록한다.

기간 2014년 4월 1~20일

발표 2014년 4월 23일, 페이스북

선물 해시태그 이벤트 참가자 전원, 테라로사닷컴 3,000원 할인 쿠폰

정성스러운 후기 작성자 10명, 로스터스 초이스 3회분 이용권(56,000원)

### EVENT 2 브루잉 레시피 공모

요리의 세계에는 정석과 변형이 존재한다. 초기단 요리법도 존재하지는가. 당신의 커피 추출 레시피는 무엇인가? 테라로사도서관에 공유하고 싶은 레시피를 공개해주시라.

기간 2014년 4월 1~20일  
접수 [library@terarosa.com](mailto:library@terarosa.com)  
발표 2014년 4월 23일, 페이스북  
선물 공모자 전원 테라로사닷컴 3,000원 할인 쿠폰  
베스트 레시피 3명, 테라로사 커피 COE 3종 세트(100,000원)

