



김세환 교수

# 1. 카페메뉴와 트렌드의 정의(1)

## 카페메뉴의 정의

MENU	
주요 카페 대표 식사 메뉴	
스타벅스	햄&루꼴라 올리브 샌드위치, 쉬림프 로제파스타 밀박스
엔제리너스	오리지널불고기 반미, 훈제베이컨에그 반미
할리스커피	비프함박 스테이크, 수플레 오믈렛 라이스
던킨	내쉬빌 핫치킨 버거, 킬바사 소시지 버거
커피빈	스파고 파스타

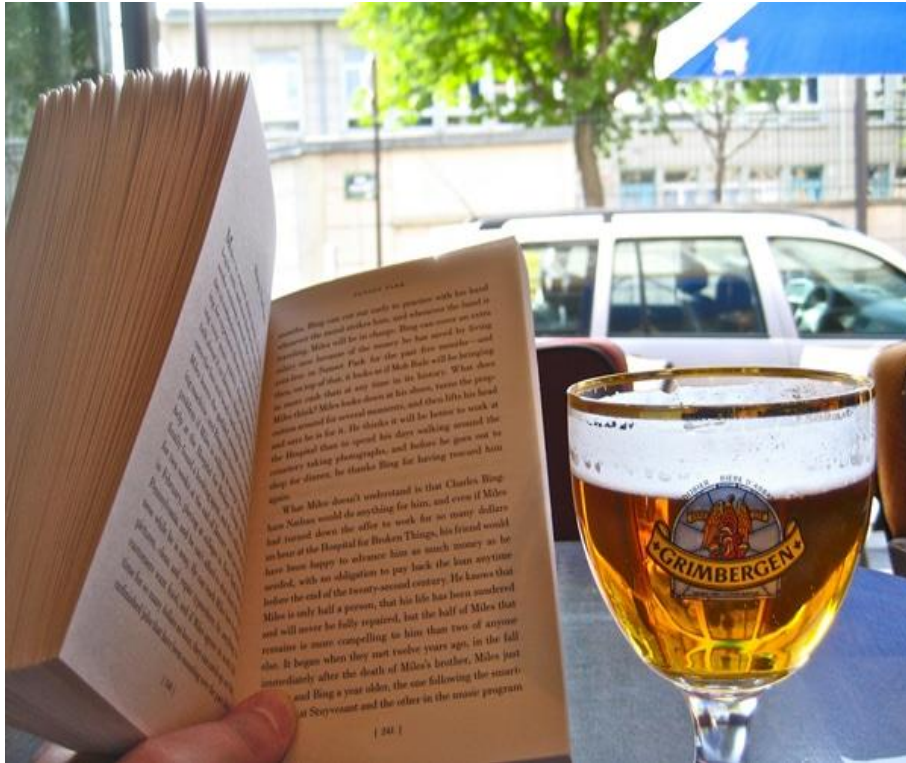
카페메뉴 (Café Menu)의 사전적 정의로 카페는 커피나 음료, 가벼운 음식을 파는 곳으로 정의 되어 있으며, 메뉴는 그 곳에서 판매하는 음식의 종류와 가격을 적은 것임

예전의 카페는 음료가 주가 되어, 간단하게 먹을 수 있는 빵류나 샌드위치가 주로 판매 되었지만, 현재는 판매하는 메뉴의 범위가 넓어지고 있음

오늘날의 다양한 카페메뉴, 자료: 매일경제

# 1. 카페메뉴와 트렌드의 정의(2)

## 외식산업 분류표에서 보는 우리나라 카페의 위치



오늘날의 다양한 카페메뉴, 자료: 매일경제

식품 위생법 상 카페는 보통 휴게음식점과 일반음식점업으로 분류됨

휴게음식점업-주로 다류(茶類) 혹은 아이스크림류 등을 조리. 판매하거나 패스트푸드점, 분식점 형태의 영업 등 음식류를 조리. 판매하는 영업으로서 음주행위가 허용되지 아니하는 영업임

일반음식점업-음식류를 조리. 판매하는 영업으로서 식사와 함께 부수적으로 음주행위가 허용되는 영업임

# 1. 카페메뉴와 트렌드의 정의(3)

## 트렌드의 정의



트렌드의 사전적 의미는 '~의 방향으로 가다', '향하다' 혹은 '기존과 다른 새로운 방향으로 변화해가는 경향이나 추세'로 말할 수 있음

트렌드는 '과거, 현재, 미래로 이어지는 하나의 흐름으로서 일시적인 유행과는 달리 어느 정도 긴 시간동안 유지되는 사회의 주요 흐름이나 패턴으로 말할 수 있음

한 해의 트렌드를 제시하는 도서, 자료: 미래의창

## 2. 1800년대의 커피트렌드

### 인스턴트커피의 등장과 인기



인스턴트 커피 광고, 자료: 파이낸셜뉴스

인스턴트 커피가 발명되기 전, 커피를 물에 넣고 끓여 먹는 방식으로 커피를 음용하였음

시간이 지나 면에 걸러 먹는 방식으로 커피의 음용 방법이 변화하였으나, 커피를 내리기 번거로움과 시간이 오래 걸리는 등의 이유로 간편하고 빠르게 먹을 수 있는 인스턴트 커피가 등장하게 됨

### 3. 1980년대 이후의 커피트렌드

#### 스타벅스와 테이크아웃 시대 개막



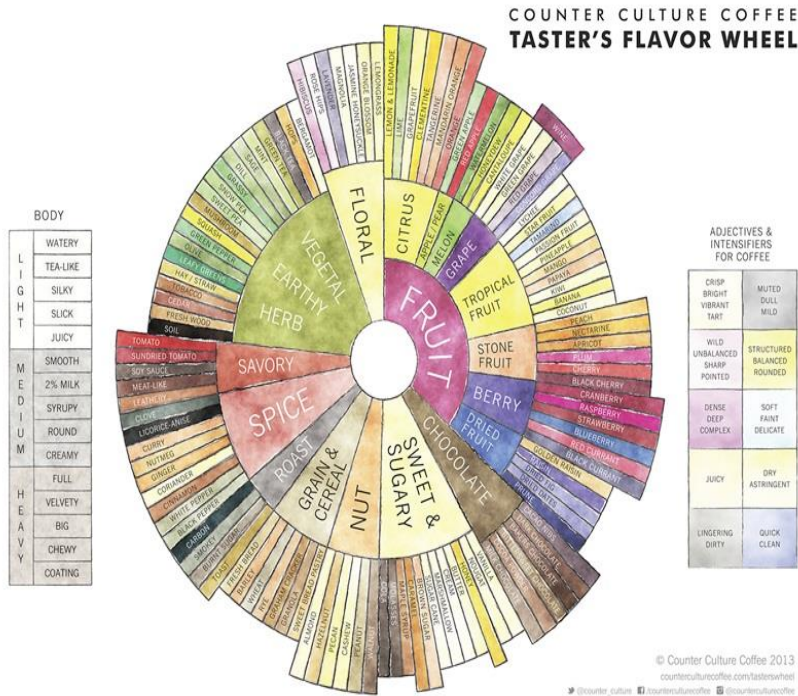
스타벅스의 테이크아웃 컵, 자료: 연합뉴스

스타벅스가 현재의 카페에 가지고 있는 의미는 간편한 테이크아웃 문화와 카페의 프랜차이즈화, 공간의 중요성 등이 있음

스타벅스의 탄생과 발전으로 인해 전세계 카페 시장이 변화하게 되었으며, 스타벅스는 업계 1위 자리를 굳건히 지키고 있음

# 4. 2000년대 이후의 커피트렌드

## 스페셜티와 고급커피에 대한 관심의 급증



2000년대 이후 커피의 품질에 대한 관심이 높아지고, 본격적으로 고품질 커피가 생산됨 따라서 고품질 커피에 대한 연구가 이루어지기 시작하였고, 맛에 대한 관심과 함께 생산에 대한 관심이 높아지며 좋은 조건의 재배환경과 노동자들의 상황에 관심을 가지게 됨

스페셜티커피와 공정무역커피, 디카페인 커피 등의 수요가 폭발적으로 늘어남

Specialty coffee flavor wheel, 자료:SCA

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (1)

## 소비자 식품 선택속성

요 인	변 수 명
다 양 화	처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다. 새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다.
건강지향	건강을 위해 음식을 가려먹는다. 유기농식품, 친환경 제품을 자주 이용한다.
고 급 화	가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다. 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다.
간 편 화	아침식사는 밥보다는 빵이나 미숫가루 등으로 간단하게 먹는 편이다. 식사대용으로 패스트푸드점을 종종 이용한다.
가격지향	동일 제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다. 식품을 구입할 때 가격정보를 늘 점검한다.

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (2)

## 소비자 식품 선택속성 - 다양화



처음보는 식품(음료)이라도 맛있어 보이면 구매하는 속성으로 다양한 경험을 원하는 소비자 식품 선택 속성으로 설명할 수 있음

스타벅스의 질소커피, 자료: 스타벅스

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (3)

## 소비자 식품 선택속성 - 건강지향



건강을 위해 음식을 가려먹는 성향의 소비자들을 가르켜 건강지향성향이라고 함  
유기농식품과 친환경식품을 자주 이용함

여러종류의 우유, 자료: 헬스조선

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (4)

## 소비자 식품 선택속성 - 고급화



스타벅스 리저브 로고, 자료: 스타벅스

고급화 선택속성은 가격이 비싸더라도 이름난 회사의 식품을 구매하며, 믿을 수 있고, 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 선택속성을 가진 소비자를 이른다.

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (5)

## 소비자 식품 선택속성 - 간편화



간편화 선택속성을 가진 소비자는  
간편하게 식사를 해결하고자 하는 소비자를  
이야기함

아침식사는 밥보다 빵이나 미숫가루 등으로  
대체하며 식사대용으로 패스트푸드점을  
종종 이용하는 소비자를 이야기함

인스턴트커피나 편의점커피를 마시는  
소비자 등으로 설명할 수 있음

여러 종류의 인스턴트 커피, 자료:동서식품

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (6)

## 소비자 식품 선택속성 - 가격지향

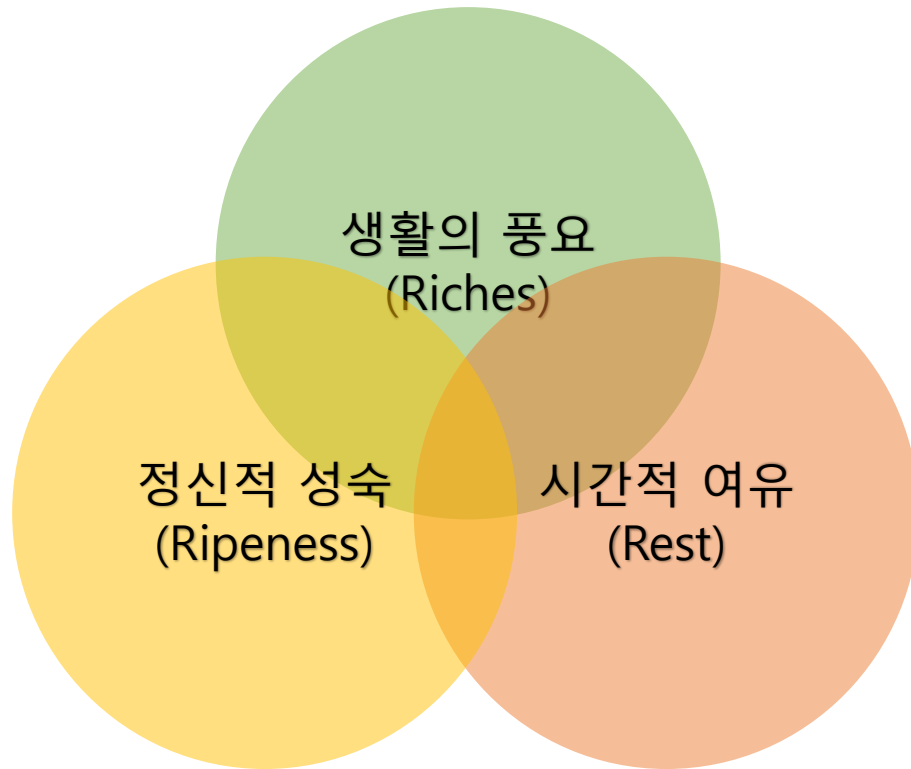


가격지향 소비속성은 소비자가 가격을 중요시하게 생각하는 속성으로써, 가격지향 소비속성을 가진 소비자의 경우 여러 회사 제품의 가격을 비교하여 구매하며, 식품을 구입할 때 가격정보를 점검함

백다방 홍보자료, 자료: 백다방

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (7)

## 프리미엄 메뉴 시장의 배경

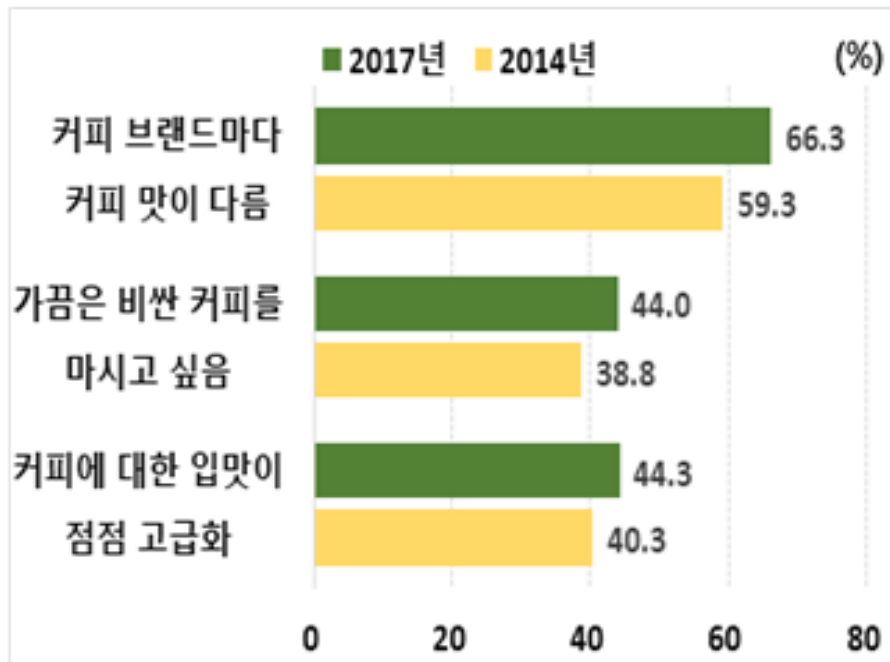


소비지향 사회로의 이동, 생활관의 변화, 새로운 라이프스타일의 출현 등으로 프리미엄 외식, 프리미엄 메뉴 시장이 커지고 있음

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (8)

## 고급커피에 대한 소비자 인식

### < 고급 커피에 대한 인식조사 >



스페셜티의 확산과 함께 고급커피시장에 대한 인식이 늘어나고 있음

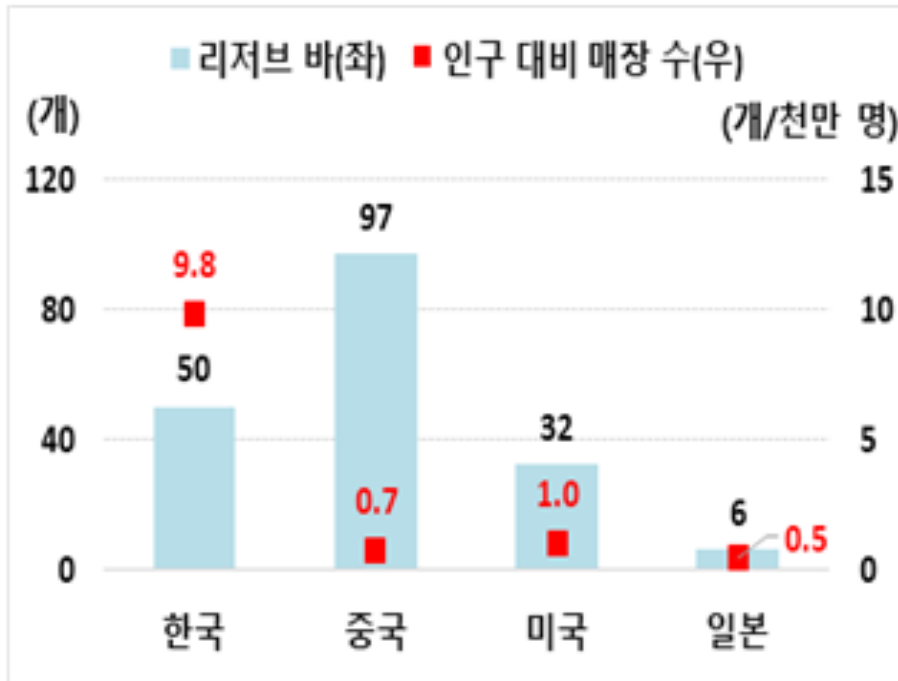
이는 고급커피와 스페셜티가 소비자들의 생활에 깊게 침투해 있음을 의미함.

고급 커피에 대한 인식조사 자료, 자료:현대경제연구원

# 5. 식품선택속성에 따른 소비자 카페 선택속성 (9)

## 국내외 스페셜티 취급 매장 현황

### < 주요국 스페셜티 고급 매장 수 >



전 세계적으로 스페셜티 매장은 늘어가는 추세임

우리나라의 경우 다른 나라들에 비해서 스페셜티 취급 매장의 비율이 월등히 높은 편임을 알 수 있음

주요국 스페셜티 매장의 숫자(2018),  
자료:현대경제연구원