

백다방은 내게 커피를 쓸 수 있는 즐거움을 주었다

류여해 (수원대 법학과 겸임교수)

백다방을 처음 만날날

백다방을 처음 본 것은 자유경제원을 처음방문 하던 그날이었다. 파랗게 성의 없이 칠을 한 벽 그리고 문은 아기자기한 보통의 카페와는 다른 분위기였다. 좋게 말하면 지중해의 작은 카페이고 좀 격하시키면 동남아의 그냥 그런 카페 같은 느낌.

그냥 가까운 마음에 무념무상 상태로 커피를 주문했다. 그리고 내 눈은 정말 커졌다. 내 귀도 의심했다. 5000원이 안 되는 가격 두 잔에. 커피 크기는 미국 맥도날드의 큰 콜라크기였다. 팔빙수와 그 외 다양한 메뉴의 가격이 모두 요즘 말로 착했다. 커피향도 나쁘지 않았다. 친절도도 썩 괜찮다. 커피계의 중저가 라 불리는 이디야를 압도할 가격과 품질이었다.

백다방이 주제로 올라있을 때. 제일먼저 그 주제를 선점했다. 그 이유는 정말 그 기업가의 정신이 알고 싶었다. 내가 좋아하는 커피를 이렇게 가격을 내린 그 창업주가 궁금했다. 그날 나의 실수는 간판을 보지 못했다는 것이었다. 두 번째 방문했을 때.



로고를 보고 알아차렸다. 아! 백종원.
역시 그였구나.

커피가 보급화되던 시점

1990년대 커피가 보급이 되면서 다방이 아닌 커피전문점 개념이 들어왔다. 그때 자뎡과 도토루가 처음 자리를 잡기 시작했다. 자뎡은 그당시 2900원 도토루는 1900원이었다. 사람들은 분위기 등을 보며 자뎡을 갔고 일본에서는 아직도 성업중인 도토루는 우리나라에서 이제는 사라졌다. 그 이유를 많은 커피애호가들은 너무 싼가격이어서 안가게 된다는 것이었다. 그리고 1997년을 기점으로 스타벅스가 등장을 한다. 그 이후 2015년까지 수많은 커피집이 생겨났고 4000원에서 8000까지 기본 가격대를 형성 하면서 커피가게는 발전을 거듭한다.

물론 호텔의 커피 18000원부터 자판기커피 500원까지 다양하지만 우리는 가까이 있는 스타벅스 카페베네 등을 이용한다. 한잔에 5000원에 상당하는 돈을 지불하고. 혼자 한잔 사먹는 것은 할만 하지만 4명이상을 한번에 쓰기에는 커피값이 조금 후덜덜 하다는 느낌을 가지게 된다.

백다방의 역사

SINCE 2006

2006년 논현동 먹자골목의 작은 카페로 시작한 백다방은 15cm 대용량 커피에 합리적인 가격, 놀라운 퀄리티를 자랑합니다. 백다방은 거리 곳곳마다 자리하여 앳!메리카노, 불량쥬스, 옥수�크림 등 워트 있는 메뉴와 파랑과 노랑의 선명한 대비로 꾸며진 귀여운 외관으로 사람들의 시선을 사로잡습니다. 부담 없이 편안하게 그리고 맛있게, 만나면 기분이 좋아지는 친구 같은 커피 전문점, 백다방입니다.



● 백다방 BI



● 백다방 1호점 논현점

놀라운 것은 2006년도에 처음 가게가 만들어 졌다는 것이다. 그 당시에는 생각보다 손님이 없었고 인기도 없었다고 한다. 인지도도 당연히 없었다.



로고도 변천을 한다.

처음에는 스타벅스를 도용한 느낌을 받을 수 있다.

백다방의 메뉴

‘싸다 크다 맛있다’라는 슬로건을 걸고 백다방은 영업을 시작했다.

정말 크다.

앗!메리카노

HOT 1500원 **ICED** 2000원

백다방만의 맛과 향을 더한 100% 아라비카 로스팅 원두로 뽑아내 깊고 진한 맛의 앗!메리카노

정말 싸다.



이글을 쓰기 위하여 다 먹어봤다. 2000원의 가격치고 맛있었다.

백다방의 성공이유

최근 기사를 보면, 백종원 대표의 더본코리아가 최근 홈페이지에서 자사 브랜드들의 창업비용 안내를 모두 삭제한 것으로 나타났다. 이에 따라 예비창업자들은 각 브랜드의 창업설명회 등에 참석해야 관련 비용을 확인할 수 있어 폐쇄적인 기업 운영에 대한 지적이 나오고 있다. 더본코리아는 최근 커피브랜드 '백다방'의 창업비용이 논란이 되자 백다방을 포함한 전 브랜드의 창업비용 안내 항목을 홈페이지에서 삭제했다.

백다방은 올해만(1~8월) 220여개의 매장이 생겨나면서 작은 돈으로 창업을 희망하는 사람들에게 인기를 끌고 있는 브랜드다. 높은 가격경쟁력을 앞세워 기존 저가 커피의 대명사인 이디야커피와 라이벌 구도를 형성하고 있기도 하다. 물론 이디야를 위협하고 있는 존재이기도 하다.

삭제 전 홈페이지에 있었던 뽕다방의 개설비용을 보면은, 점포 개설비용은 임대료를 제외하고 6평 기준 약 7975만원 수준이다. 이디야의 경우는 15평 기준으로 9900만원 가량의 창업비용이 든다. 그러자 평당 기준으로 따졌을 때 뽕다방의 창업비용이 과도하다는 논란이 제기됐다. 1평당 평균 비용은 뽕다방이 1329만원, 이디야가 660만원이다¹⁾ 그런데 왜 가격이 더 싸다는 선입견을 가지게 되었을까? 창업비용이 싸다고 알려진 것은 수치의 오류가 숨어있었던 것일까?

36평아파트는 8억, 27평 아파트는 6억인데 27평아파트를 싸다라고 말하면 맞는 것일까?

백종원의 더본코리아가 세금 조사를 받았다고 기사가 , 뽕다방 개설비용의 무리수가 언론에 보도가 되지만, 백주부' 백종원의 뽕다방이 빠른 속도로 성장하고 있다. 지난 8월 말 기준 뽕다방 매장 수는 250여개에 달한다. 지난해 말 25개보다 200개 이상 증가했다. 1년사이 200개가 증가한 것이다. 주목받지 못하던 그냥 이름없는 동네의 커피가게에서 지금은 파란색만 봐도 들고가는 컵만봐도 누구나 스타벅스를 알아보듯이 뽕다방을 알아보고 있다.

그런데 뽕다방의 성공이유는 경쟁업체인 이디야를 보면 알 수 있을 것이다. 즉 요사이 추세는 싼 가격의 커피집이 대세라는 것이다.

커피가격중 상대적으로 저렴이로 불리는 이디야는 올해 237개가 늘었으니 이디야의 명성에 비하면 뽕다방은 후발 주자임에도 빠르다고 볼 수 있다. 그렇다면 스타벅스 카페베네가 빠르게 늘어나던 것이 주춤하게 된 계기는 무엇일까? 바로 커피값에 대한 진실을 고객들은 알게 되었다는 것이다. 과거에는 집에서 커피를 마시면 믹스 또는 더 발전하여 커피필터기계였다. 하지만 요사이 네스프레소 돌체구스토 등의 기계와 캡슐이 빠르게 보급이 되면서 커피값에 대한 거품이 지적이 되곤했다.

경기가 나빠지면서 사람들은 좋아하는 커피를 끊지는 못하고 커피를 마시되 싼커피를 찾게 되었는데 개인소영업자가 하는 커피가게는 가격은 싸지만 커피맛이 일률적이지 않은 단점을 항상 내재하고 있었다.

1) <http://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=592145>

그때 기존의 백다방이 주목받게 된 것은 바로 가격과 맛의 영향도 있지만. TV방송에서 '백주부 신드롬'이 시작된 것과 시점이 일치한다.

백다방은 이디야를 따라잡을 수 있을까?

백다방의 매장수가 급증하고 있다. 언론의 기사들은 연말까지 신규 출점수에서 이디야를 따라잡을 가능성이 높다는 분석이 나온다.

백다방의 고속 성장에는 오너인 백종원 더본코리아 대표의 대중적 인기와 함께 '싼 가격, 낮은 기대치' 전략이 주요했다는 게 관련 업계의 평가다.

백다방의 앳!메리카노(아메리카노가 아니고 이름을 변형했다)는 1500원(아이스 2000원)으로 4000원대 다른 커피 프랜차이즈의 절반 가격도 되지 않는다. 가장 비싼 메뉴도 3500원(청포도플라워)이다. 일반 커피가격과는 확실히 경쟁력이 있다.

양도 정말 크다. 앳!메리카노는 용량이 500ml로 일반적인 커피 프랜차이즈의 기본 사이즈인 355ml보다 40% 이상 많다. ml당 가격을 따져 보면 3분의 1 수준이다. 사이드 메뉴로 판매하는 2000원짜리 '사라다빵'은 옛 추억을 불러일으키고 쏘세지빵의 치즈는 녹아내린다. 입에서, 팔빙수도 은근 싸고 맛나다. 불량식품같은 쥬스 슬러시도 어린시절향수를 땡긴다.

경쟁사들은 커피 맛으로 고객들의 호불호가 갈린다. 할리스 스타벅스 베네 등은 고객들이 깐깐히 분석하는 반면 백다방은 그런 평가도 하지 않는다. 관대한 것이다. 가격이 싸니까. 4100원짜리 아메리카노에 적용하는 기준을 1500원짜리 앳!메리카노에 적용하기 어렵기 때문이다.

카페 창업을 생각하는 예비 점주들에게도 백다방은 매력적인 요소가 많다. 오너인 백종원의 이름 자체로 홍보가 되고 가맹비 역시 논란은 있었지만 지금은 그래도 매력적이다.

뽕다방은 현재 가맹비(교육비 포함)로 220만~330만원을 받고 있다. 뽕다방과 비슷한 포지션인 이디야가 가맹비로 1100만원을 받고 있는 것보다 훨씬 적은 돈이다. 초기투자비용 역시 8000만원 이하로 9000만 원대의 이디야보다 1000만 원 이상 저렴하다.

지금 대로라면 이디야를 따라 잡을 수 있다.

소비자를 향한 뽕다방의 미래는 과연 밝기만 할까?

뽕다방의 미래가 밝은 것만은 아니다. 백종원 대표의 인기를 타고 고성장하고 있지만 백 주부가 방송에서 사라진 후에도 성장이 지속될지는 알 수 없다. 소유진과의 결혼으로 백주부는 더 유명해 진것도 사실이다.

요사이 들어 백종원 대표의 가맹사업에 빨간 불이 켜졌다. 지난해말 기준 백 대표의 더본코리아가 운영하고 있는 36개 외식 브랜드 중 지난해 말 기준으로 가맹점이 남아있는 곳은 17개. 절반이 채 되지 않는다. 매장 수가 5개가 넘는 곳은 또 절반인 9개(홍콩반점, 홍마반점, 역전우동, 본가, 원조쌈밥집, 새마을식당, 한신포차, 미정국수, 뽕다방)에 불과했다.

한 때 수많은 아류 브랜드를 몰고 왔던 해물떡짬0410은 현재 2개 가맹점만이 남아있다. 더본코리아의 중심인 새마을식당도 지난해 매장이 10개나 줄었다. 가게가 너무 좁은 것도 하나의 단점으로 불려진다.

백종원은 기업인일까. 아니면 방송인일까. 방송인은 대중스타기 때문에 작은 실수도 크게 확대되어 질타를 받을 수 있다. 소비자는 등을 돌리는 것도 순식간이다.

그럼에도 불구하고, 뽕다방이 내게 그리고 우리 소비자에게 준 즐거움

한가지 확실한 것은 뽕다방은 커피값을 2000원이하로 만들면서도 맛은 있다는 것이다. 그것은 우리나라 커피역사를 1992년으로 돌린 것, 아니 더 싸게 돌아가도록 한 것이다. 그리고 커피 값이 쌀 수 있다는 것을 증명했다. 그러면서도 남는다는 것을 증명한 것이다.

지금까지 커피는 기본적으로 3000원 이상이라고 해도 다들 순응하고 지냈지만 백다방의 등장으로 1500원의 행복을 우리는 맛본 것이다. 그리고 소비자는 선택하게 된 것이다. 비싼 커피의 우아함에서 백다방의 싼 혜택까지. 이제 커피 가격의 변동이 조금은 오지 않을까 하는 기대를 가져보지만.

우리는 커피점에 커피만 마시러 가지 않는다. 편히 글을 쓰고 쉬고 에어컨을 즐긴다. 친구랑 수도도 떨고, 충전도 하고 인터넷도 하기엔 백다방은 많이 부족하다. 특히 몇시간 유모차를 끌고나온 엄마들이 들어가기엔 턱없이 부족하다. 회사근처에서는 성공할 것이다. 그러나 주택가에서는 불투명하다. 미래가.

그렇다면! 백다방의 성공은 바쁜 회사원이 있는 근처 아침시간과 점심시간에 주력을 하면 영업에 성공하겠지만 커피와 커피점을 생각한다면 지속되기는 힘들 것이라 본다.

지극히 소비자 입장에서 바라본 백다방이 우리생활에 준 영향

커피값이 밥값보다 더 많이 나가는 것이 어제 오늘 일이 아니다. 특히 커피를 한번 쏟다는 것이 몇만원과 직결될 때는 가끔 허무하기도 했다. 그런데 백다방이 등장하면서 손쉽게 내가 쏟다는 외칠 수 있다. 5명에게 쏘아도 만원이 넘지 않는다. 점심을 둘이서 먹어도 커피에 빵까지 만원이 넘지 않는다. 누군가에게 베풀 수 있는 즐거움을 준 것은 절대 부정할 수가 없다. 한잔에 오천원이라면 길을 지나가다가 커피콩을 볶는 고소한 향이 나를 자극해도 자주 마실 수는 없다. 그러나 천오백원이라는 가격은 내가 나의 후각에 충실할 수 있는 행복을 준 것이다.

커피를 들고 낙엽 떨어진 길을 걸어가면 괜히 힐링이 된다. 바쁜 아침 출근길 나를 위해 주는 커피한잔도 하루를 행복하게 시작하게 해준다. 다른 경쟁업체에게는 자극을 주었을 것이고, 소비자에게는 선택의 폭을 넓혀주었다. 많은 사람에게 창업의 기회를 열어준 것도 분명 있을 것이다. 백다방은 커피업계에 많은 기여를 했다. 메뉴의 복고풍도 불리으므로 써 소비자의 입맛에 다양화도 선물하였다. 그러나 나는 제일먼저 커피를 부담 없이 쓸 수 있도록 해준 것에 제일 큰 시사점을 두고 싶다. “자 오늘 커피는 내가 쏟다!” 얼마나 멋진 말인가!