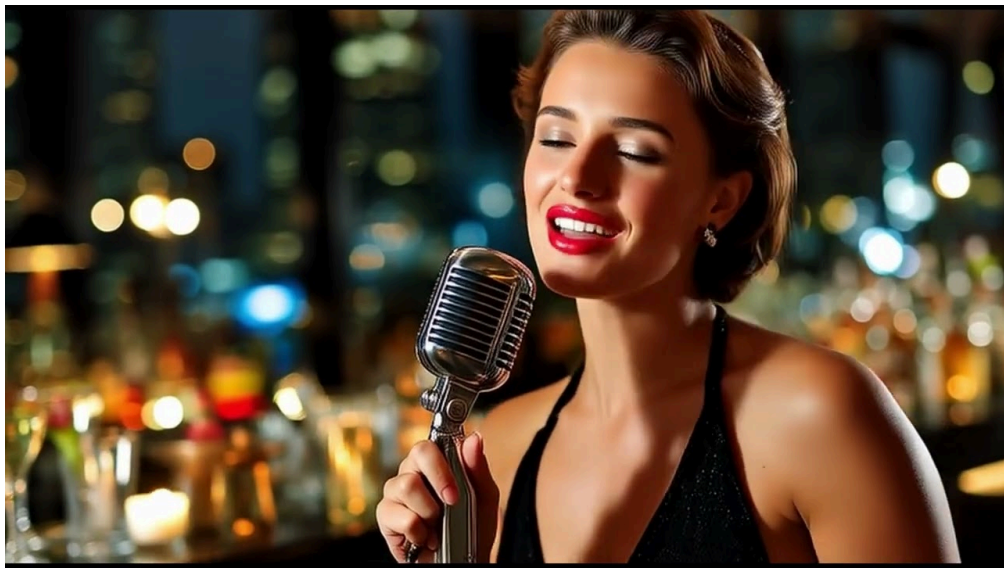


카페 밀도가 높은 강남권에서 블렌딩은 메뉴 경쟁력의 핵심을 만든다. 같은 라떼라도 어떤 원유를 쓰는지, 딸기 퓨레의 당도와 산도가 어디에 맞춰져 있는지, 커피 원두의 로스팅 포인트가 어느 정도인지에 따라 결과가 갈린다. 한두 번의 운 좋은 조합으로는 오래 버티기 어렵다. 재료의 변동성을 제어하고, 목표 풍미를 재현하며, 동시에 원가와 위생을 관리하는 체계가 필요하다. 현장에서 부자재 창고에 서서 유통기한과 로트번호를 대조해 본 사람이라면 공감할 것이다. 원자재 선택은 구매가 아니라 운영 전략이다.

강남블렌딩, 짬오블렌딩이라는 말의 맥락

강남블렌딩을 특정 브랜드의 이름으로만 보지 않고, 강남 상권에서 통용되는 블렌딩 감각과 운영 방식을 뜻하는 표현으로 이해해 보자. 출근 시간대에 빨리 팔리는 메뉴, 주말 브런치와 어울리는 향, 야간 테이크아웃의 농도 선호 같은 시간대별 수요가 분명하고, 고객 피드백이 즉각적이라 미세한 오차에도 민감한 환경이다. 짬오블렌딩이라는 표현은 기획 단계에서 밸런스를 0.5, 그러니까 과하지 않게 중용을 잡는 발상으로 쓰이곤 한다. 산미와 당도, 바디와 클린 컷의 균형을 한쪽으로 확 기울이지 않는 조합을 지칭하는 식이다. 강남짬오블렌딩을 표방하는 매장은 트렌드를 좇기보다, 평균적인 만족의 재현성에 무게를 둔다. 이 철학은 원자재 선택의 우선순위, 즉 표준화 난도가 낮고 로트 간 변동이 적은 재료를 선호하게 만든다.



블렌딩에서 다루는 원자재 범주를 먼저 정리하기

블렌딩이라고 하면 커피 원두만 떠올리기 쉽지만, 실제로는 음료와 디저트 전반을 아우른다. 카페 현장에서 다루는 대표적인 카테고리는 다음과 같다. 커피 원두와 추출수, 낙농과 대체유, 과일 원료와 퓨레, 농축액과 시럽, 차 잎과 허브, 가루류와 기능성 파우더, 베이스 농축액과 프리믹스, 베이킹용 초콜릿과 견과 페이스트. 카테고리마다 품질 지표가 다르고, 유통과 보관 조건도 달라진다. 예를 들어 생크림은 냉장과 콜드체인이 필수이고, 과일 퓨레는 브릭스와 pH를 반드시 확인해야 한다. 원두는 로스팅 일자와 배전도, 생두의 수분과 스크린 사이즈가 중요하고, 대체유는 안정제 구성과 단백질 비율, 라떼 스팀 거품의 유지력이 핵심이다.

목표 풍미를 먼저 잡고 거꾸로 올라가는 방식

원자재 선택은 시음으로만 결정하지 않는다. 매장 콘셉트와 핵심 고객층을 고려해 목표 풍미를 글로 먼저 명확히 쓴다. 예를 들어 아이스 딸기 라떼를 기획한다면, 당도는 최종 음료 기준 브릭스 10 전후, 산도는 pH 3.5에서 4.0 사이로 둔산, 향은 생딸기 비율이 높고 제이미 향은 배제, 색은 채도가 높되 침전이 적은 상태. 이런 식으로 목적지를 그려둔 뒤 역산한다. 퓨레의 브릭스가 60이면 희석 비율을 정하면서 산미 보정을 위한 레몬 농축액을 미량 추가할지, 아니면 산미 자체가 높은 품종의 퓨레로 바꿀지 결정할 수 있다. 짬오블렌딩을 지향한다면 이 목표 값들을 극단이 아닌 중간값에 세팅한다. 강남블렌딩에서 중요한 점은, 낮 시간대의 회전수를 고려해 희석과 조합이 빠르고, 로트가 달라져도 큐시트가 쉽게 보정되도록 수치 지표를 함께 관리하는 것이다.

품질 지표와 성적서, 어디까지 요구할 것인가

협력사에 요청해야 할 데이터는 생각보다 많지 않다. 핵심은 재현성과 안전이다. 커피의 경우 로스팅 프로파일, 생두 산지와 가공 방식, 수분 함량과 결점두율, 로스팅 일자, CO2 디가싱 상태, 배전도 지표가 기본이다. 물은 TDS와 경도, 알칼리도, 잔류 염소를 점검한다. 과일 퓨레는 브릭스, pH, 원산지, 가열 여부, 농축 비율, 첨가 당 종류, 펙틴 함량을 확인해야 한다. 유제품은 지방과 단백질, 총균수와 대장균군, 유통기한과 콜드체인 여부, 알레르겐 표기. 파우더류는 수분, 회분, 미생물 기준과 중금속, 알레르겐 교차오염 가능성이 포인트다.

성적서는 제품사양서와 COA가 기본이다. HACCP 또는 ISO 22000 같은 위생 인증은 플러스 요인이지만 절대 요건은 아니다. 다만 다빈도 메뉴의 주재료라면, 그리고 열처리를 거치지 않고 바로 제공된다면, 미생물 기준과 위생 시스템을 더 강하게 요구하는 편이 안전하다. 로트마다 브릭스가 ±0.8 이상 흔들리는 퓨레는 매장 오퍼레이션에 부담이 된다. 바쁜 시간대에 매번 보정하는 것보다, 스펙 편차가 작은 공급사로 갈아타는 편이 총비용이 낮게 나온다.

공급망과 세컨드 소싱, 계약 전에 따져볼 현실들

상권이 민감한 곳일수록 단일 소스에 의존하면 위험하다. 한 업체에서 납품이 지연되면 하루 매출이 크게 흔들린다. 공급처는 최소 두 곳을 확보하되, 주력 70, 보조 30 정도의 배분을 유지하는 구성이 운영에 유리하다. 다만 동일 레벨의 품질을 갖춘 보조 소스를 찾기 힘들다면, 사전에 블렌딩 보정 레시피를 만들어 두는 방식으로 리스크를 줄인다. 예를 들어 과일 퓨레 A를 B로 바꿨을 때 브릭스가 1 높다면 시럽을 10퍼센트 줄이고 우유를 20밀리리터 늘리라는 식의 보정표를 큐시트에 포함하는 것이다.

계약 조건에서는 MOQ, 납기 리드타임, 반품과 교환 조건, 품질 클레임 처리 방식이 핵심이다. 콜드체인 제품은 파손과 온도 이탈에 대한 책임 소재를 포워딩 구간별로 구분해 둔다. 수입 원료는 환율과 해상 운임 변동에 따라 분기별 가격 조정 폭을 명시한다. 시즌 메뉴 원자재는 시즌 종료 재고 처리 계획을 함께 설계한다. 예를 들어 남은 퓨레를 소분해 냉동하고, 다음 시즌 재기획에 사용할지, 혹은 베이커리 필링으로 돌릴지 선결한다.

안전과 위생, 서류보다 루틴이 좌우한다

서류로는 깔끔해 보여도 납품차에서 얼음팩이 녹아 있는 경우가 잦다. 받는 쪽 루틴이 더 중요하다. 입고 시 외관과 온도 확인, 로트번호와 유통기한 기록, 알레르겐 별도 구역 보관, 개봉 날짜 표기, 소분 시 위생 도구와 용기 살균, 청결 로그 기록. 특히 블렌딩은 혼합 과정에서 오염 확산이 빠르다. 한 번 오염되면 하루치 생산량을 모두 버려야 한다. 미리 정한 살균 절차를 지키는 것이 품질 성적서보다 강력한 안전장치다.

다른 한편, 원두는 밀폐와 CO2 배출의 균형이 중요하다. 로스팅 후 3일에서 10일 사이가 안정적이라면 입고 주기를 그에 맞춘다. 질소 충전 포장은 개봉 시점을 기록하고, 하루 사용량 단위로 소분해 산화 면적을 줄인다. 유제품은 0도에서 4도 사이를 지키되, 도어 오픈 횟수를 줄여 평균 온도 편차를 감소시킨다. 과일 퓨레는 해동과 재냉동을 금지하고, 하루 사용량만 전날 밤 냉장고에서 천천히 해동한다. 이런 사소해 보이는 루틴이 품미 재현성을 만든다.

체크리스트로 점검하는 협력사 실사 포인트

- 제품사양서와 COA 제공 가능 여부, 제공 주기, 최근 로트의 편차 기록
- 생산시설의 위생 동선, 원자재 입출고 구분, 냉장 냉동 창고 용량과 온도 기록
- 트레이서빌리티 시스템, 로트 리콜 시 대응 시간, 알레르겐 교차오염 방지 구획
- 납품 물류의 포장 방식, 온도 로거 사용 여부, 파손과 이탈 시 보상 규정
- 품질 클레임 처리 프로세스, 원인 분석 리포트 제공, 개선 조치의 이행 가능성

현장에 가면 캘린더에 적힌 청소 주기, 창고의 단차와 팔레트 상태, 배수구 냄새 같은 작은 디테일이 전반적인 관리 수준을 말해 준다. 위의 항목을 확인하면서 실제 제조 라인을 30분만 따라가 보면 서류로는 보이지 않던 리스크가 드러난다.

원가와 수율, 계산기 없이 말하지 말 것

좋은 재료를 쓰고도 마진이 무너지는 경우 대부분 수율과 손실을 빼지 않은 탓이다. 퓨레 한 통 1킬로를 받아도 병벽에 붙은 잔량과 소분 중 손실, 잔컵 회수분을 합치면 실제로 음료에 들어간 양은 920에서 960그램 정도다. 원두의 경우 그라인딩과 탬핑, 퍼지에서 빠지는 분량을 합치면 18그램 도징 기준 추출에 쓰인 건 17그램 이하가 되기도 한다. 스팀 우유는 피처에 남는 카스케이드 손실, 거품 버림 손실이 크다.

원가를 계산할 때는 표기 용량이 아니라 실가용량으로 계산한다. 이를 위해 한 달치 실제 소모 대비 입고 수량을 비교해 수율 계수를 만든다. 여기서 현장 경험이 빛을 발한다. 바쁜 오후 2시에서 5시 사이에는 손실이 커진다. 이 시간대 데이터를 따로 잡아 피크 보정 계수를 두면 원가 괴리가 줄어든다.

감각 평가, 숫자만으로는 부족하다

브릭스와 pH, TDS 같은 수치는 의사결정에 도움을 준다. 하지만 최종 음료는 온도와 질감, 향의 균형이라는 감각 변수 위에서 결정된다. 아이스 음료는 얼음이 녹는 5분과 10분 후의 당도와 농도 변화를 따로 본다. 딸기 라떼의 경우 처음 한두 모금에서 퓨레 향이 확 치고 올라와야 하고, 5분 후에는 우유의 단맛이 도드라지는 쪽이 좋았다. 한편 산미가 높은 원두를 베이스로 쓴 라떼는 얼음이 녹으면서 물 비린맛처럼 느껴지는 순간이 있다. 이때는 추출수의 경도를 살짝 높이거나, 로스팅 포인트를 반 단계 깊게 가져가면 개선된다. 감각 평가는 각 변수의 미세한 조정이 실제로 어떻게 체감되는지 연결해 주는 과정이다.

사례로 보는 딸기 시즌 블렌딩 설계

한 겨울 시즌 메뉴로 딸기 크림 라떼를 준비한다고 해보자. 목표는 지나치게 짠 같은 향이 아니라 생딸기 느낌, 색은 선명하지만 침전은 적고, 라떼베이스와 잘 어울려 걸쭉하지 않게 마무리되는 질감. 우선 후보 퓨레 세 가지를 받았다. 각각 브릭스 60, 62, 55. pH는 3.4, 3.7, 3.2. 첫 번째는 향이 선명하지만 약간 가열 향이 강했다. 두 번째는 향이 무난하고 색이 좋았다. 세 번째는 산이 강해 라떼와의 조화가 떨어졌다. 여기서 두 번째를 기본으로 잡고, 향을 보강하기 위해 냉동 생딸기 큐브를 일부 마니다이징했다. 큐브는 음료 안에서 해동되며 생향을 추가해 준다. 퓨레 대비 큐브 10퍼센트, 우유 대비 퓨레 8퍼센트를 1차 배합으로 정했다.

첫 주는 만족스러웠지만, 두 번째 입고에서 같은 품목의 브릭스가 0.7 올라가 당이 부자연스럽게 튀었다. 보정은 시럽을 줄이는 대신 우유를 15밀리리터 늘리고, 최종 브릭스를 9.8에서 10.2 사이로 맞추는 방식으로 해결했다. 여기서 배운 점은, 보정 변수를 하나로만 두면 반응 속도가 빠르다는 것이다. 설탕이나 시럽을 줄이는 식의 조정은 오퍼레이션에 부담을 준다. 우유량 조정은 바리스타의 손이 이미 익숙한 영역이라 시행착오가 적었다. 강남 블렌딩 관점에서 보면, 이런 실전형 보정표가 메뉴 재현성을 지켜 준다.

커피 원두 블렌딩, 점오 감각으로 정리하기

에스프레소 블렌딩은 한 잔으로만 보지 않는다. 라떼, 아메리카노, 플랫 화이트, 시그니처 음료까지 메인 메뉴 전체의 그릇으로 본다. 점오블렌딩을 표방한다면 산과 단, 바디의 균형을 중앙에 잡는다. 흔히 60 대 40 혹은 70 대 30 조합이 안정적이다. 예를 들어 씻긴 가공의 중남미 베이스에 내추럴 가공의 아프리카 원두를 30 비율로 더해 향을 띄운다. 배전도는 시럽 없이 마셔도 쓴맛이 남지 않을 정도, 우유와 섞었을 때 초콜릿과 견과의 뉘앙스가 나는 정도로 둔다. 물은 경도 60에서 90 ppm 범위가 무난했고, 추출은 비율 1 대 2에서 28에서 32초 구간에 맞춘다. 이런 중앙값은 변동성이 큰 매장에서 방어력이 높다. 반대로 산미를 전면에 세운 개성형 블렌딩은 충성 고객을 만들지만, 피크 시간대 CS와 반품 부담이 커진다. 어느 쪽을 선택하든, 상권과 콘셉트, 메뉴 구조의 전체 최적화를 먼저 본다.

보관과 패키징, 풍미의 적은 산소와 빛, 온도

포장은 품질의 절반이다. 원두는 가스 배출 밸브가 있는 산소 차단 포장을 기본으로 하고, 매장에서는 소분 단위를 작게 가져가 개봉 횟수를 줄인다. 파우더류는 제습제와 함께 밀폐하고, 스쿱은 내용물에 잠기지 않도록 따로 보관한다. 시럽과 농축액은 불투명 용기나 그늘을 선호하며, 꼭지를 청결히 유지한다. 과일 퓨레는 해동 후 48시간 내 사용을 원칙으로 하되, 부득이하면 당일 사용량만 매일 소분한다. 우유와 대체유는 도어 오픈으로 평균 온도가 올라가기 쉬우므로, 피크 시간대에는 프리쿨러나 서브 냉장고를 돌려 상온 노출 시간을 줄인다. 질소 플러싱과 진공 패키징은 원가를 높이지만, 카운터 뒤에서 향이 빨리 죽어 불량률이 높다면 오히려 비용을 절감한다.

흔한 문제와 해결 단서

메뉴가 잘 팔리다가 어느 날부터 맛이 무뎠다면 변수부터 재정렬한다. 최근 로트 변경, 온도 변화, 수율 저하, 얼음 규격 변화, 물 TDS 변동 같은 요소를 하나씩 지운다. 예를 들어 물 정수 필터의 수명이 다해 알칼리도가 떨어지면 산미가 둔탁하게 느껴진다. 얼음 결정이 커지면 희석 속도가 느려 첫 모금의 단맛이 과하게 느껴진다. 우유의 계절 변화로 단백질의 거품 유지력이 달라지는 시기가 있다. 이럴 때는 스팀 피처의 온도 목표를 2도 올리거나 내리고, 피처 사이즈를 바꾸는 소소한 조정이 의외로 효과적이다.

과일 퓨레는 펙틴 때문에 침전이 생기거나, 산과 우유의 단백질이 응고해 비주열이 무너지는 경우가 있다. 순서를 바꿔 우유를 먼저 붓고 퓨레를 위에서 섞거나, 산도를 살짝 보정하는 시럽을 사용하는 식으로 해결한다. 파우더류는 용해성 한계 때문에 미세한 덩어리가 남는다. 물의 온도와 교반 시간을 늘리되, 바쁜 시간대에는 프리믹스를 준비해 두고 당일 소진을 원칙으로 한다.

라벨링과 규정, 과장은 금물

표시는 안전과 신뢰의 영역이다. 알레르겐 표기, 카페인 함량, 보관 조건, 유통기한을 지키는 것이 기본이다. 과일 함량을 표기할 때는 실제 과일 원료의 비율을 근거로 해야 하며, 향료를 썼다면 천연, 합성의 구분을 정확히 알려야 한다. HACCP 인증 로고나 원산지 표시는 근거 서류가 있어야 한다. 마케팅적으로 강한 언어는 단기적으로 고객을 끌 수 있지만, 반복 방문을 만드는 것은 일관성이다. 강남블렌딩의 관점에서 보면, 매장 안팎의 모든 문구가 재현성과 신뢰를 받쳐 줘야 한다.

파일럿에서 양산까지, 단계별 진행 요령

- 콘셉트 정의와 목표 지표 세팅. 감각 언어와 수치 지표를 함께 기록한다.
- 후보 원자재 스크리닝. 성적서 확보, 기본 시음, 오프플레이버 체크.
- 파일럿 배합과 감각 평가. 시간 경과, 희석, 온도 변수를 반영한다.
- 오퍼레이션 테스트. 피크 시간대 동선과 보정 용이성을 기준으로 손질한다.
- 양산 시작과 모니터링. 로트 편차 보정표를 적용하고, 첫 달은 주 단위로 피드백을 수집한다.

이 다섯 단계는 간단하지만, 각 단계마다 버릴 것을 과감히 버리는 결단이 포함되어 있다. 파일럿에서 적당히 통과된 재료는 실전에서 발목을 잡는다. 특히 로트 간 편차가 크거나, 해동과 소분이 번거로운 원료는 다른 장점이 있어도 보류하는 편이 현명했다.

계약서의 언어를 메뉴 언어로 번역하기

가격과 납기만 쓰인 계약서는 운영 언어로 빈약하다. 품질 편차 허용 범위를 수치로 적고, 그 범위를 넘었을 때의 보정 책임과 비용 분담을 명시한다. 예를 들어 브릭스 편차가 ± 0.5 를 넘을 경우 납품사가 차액을 할인하거나, 추가 납품으로 보상한다는 식이다. 로트 불량이 적발되면 회수와 대체 납품의 리드타임을 명확히 한다. 이런 조항은 클레임 싸움에서 감정 소모를 줄여 준다. 무엇보다도, 이런 언어가 오가는 과정에서 서로의 기술 이해도가 맞춰진다. 그 자체가 품질 관리다.

지속가능성과 스토리, 과장 없이 정직하게

고객은 요즘 원산지와 환경, 생산자 이야기에 귀를 기울인다. 하지만 스토리는 사실 위에 올라가야 한다. 인증이 있는 콩을 썼다면 인증번호와 범위를 공유하고, 없는 경우에는 왜 이 공급처를 택했는지 품질과 재현성의 이유를 솔직히 말한다. 과일의 경우 시즌성과 냉동 전처리의 이점을 설명하고, 대체유는 수질 부담과 맛의 균형을 함께 논한다. 스토리는 매장スタッフが 한 문장으로 설명할 수 있을 만큼 압축돼야 한다. 고객이 이해하는 시간은 10초 남짓이다.

강남점오블렌딩의 운영 감각, 현장에서 살아남는 법

강남점오블렌딩은 스타일이기보다 운영 철학에 가깝다. 과하지 않게, 변동에 강하게, 빠르게 재현하는 감각이다. 이를 위해 원자재는 다음 성향이 유리했다. 첫째, 로트 편차가 작은 제품. 둘째, 소분과 해동이 간단한 패키징. 셋째, 과한 개성이 아니라 블렌딩에서 다른 재료를 받쳐 줄 수 있는 중간 톤. 넷째, 클레임 처리 속도가 빠른 공급사. 이 네 가지가 갖춰지면 메뉴 퀄리티가 흔들리지 않는다. 반대로, 개성이 강한 원자재는 시그니처 몇 품목에만 한정하는 편이 좋았다. 전체 메뉴의 바탕은 찜오 감각으로 다져 놓고, 포인트에서만 개성을 터뜨리면 CS와 운영 리스크가 균형을 이룬다.

마무리, 숫자와 감각을 함께 훈련하기

원자재 선택은 한 번의 쇼핑이 아니라 루틴의 설계다. 성적서와 지표는 안전과 재현성을 높여 주고, 감각 평가와 현장 보정은 고객의 만족을 완성한다. 두 영역을 잇는 언어가 필요하다. 바리스타와 구매, [강남점오블렌딩](#) 점장이 같은 지표와 같은 감각 언어를 공유할 때 강남블렌딩의 퀄리티는 비로소 매일같이 재현된다. 새 재료를 들일 때마다 그 언어를 업데이트하고, 보관과 동선, 보정표를 함께 손보는 습관을 들이면 된다. 어느 날 메뉴가 갑자기 좋아지는 일은 없다. 대신 매일 조금씩 안정되는 과정이 쌓여서, 손님이 이름을 기억하는 맛이 된다. 그것이 블렌딩의 진짜 힘이다.