

전체 아이스크림 시장 중 전문점을 통해 판매되는 고급 아이스크림의 시장 규모는 약 3백억원 대에 이르는 것으로 알려졌다. 아직까지는 몸뚱이가 작다고 할 수 있다. 그러나 관련 업계는 선진국의 예에서 보듯 생활 수준이 더욱 높아갈수록 부피가 커지리라는 전망에 후한 점수를 매긴다. 베스킨라빈스 이후 주위에 새로운 브랜드로 전문점이 속속 생겨나는 것을 봐도 업계의 '낙관'을 읽을 수 있다.



밀탑이 쌓아 올리는 아이스크림 '탑'

영남권에서 준양산 사업으로 '밀'의 '탑'을 탄탄히 쌓아 온 밀탑이 이제는 아이스크림 '탑'을 쌓고 있다. 밀탑은 지난 8월 부산대 앞에 '까리노'라는 브랜드로 1호 아이스크림 전문점을 개설하고 고급 아이스크림시장에 정식 '신고'했다. 이미 10여년 전부터 '본젤라또'로 아이스크림 시장에서 입지를 굳힌 밀탑은 '본젤라또 자존심'을 내세우며 성공적인 '탑 쌓기'에 자신감을 보이고 있다. 정동영 사업본부장은 "이미 상당수의 업체가 시장에서 경합을 벌이고 있어 어느 정도의 어려움을 예상하고 있지만 아이스크림 사업에 대한 노후가 상당한 수준으로 축적돼 있기 때문에 충

분히 극복할 수 있을 것"이라며 결과를 낙관했다.

밀탑은 잇따른 아이스크림 전문점의 출현으로 기존의 본젤라또의 이미지가 예전과 달리 '고급'에서 벗어나고 있다고 판단하고 이에 대한 대책에 부심해 왔다. 본젤라또만으로는 변화하고 있는 아이스크림 시장에서 지위를 확보하기가 힘들 것으로 판단했다. 밀탑은 이런 판단을 근거로 올초 아이스크림 전문점 사업에 대한 타당성 검

토를 끝내고 지난 4월부터 8월까지 아이스크림 전문점 사업을 위한 CI 작업을 벌였다. 그 작업 결과, '까리노'라는 브랜드와 로고, 독특한 인테리어가 만들어졌고 8월 14일 부산대 앞에 까리노 1호점이 탄생했다.

'까리노'란 이탈리아로 '귀여운', '사랑스러운'이라는 뜻인데 수입 브랜드가 아닌 독자적인 브랜드라고 밀탑측은 말한다. '신세대 패션 아이스크림'이라는 컨셉에서 보

베이커리 zoom

고급 아이스크림 전문점 시장을 달군다

밀탑, 신세대 패션 아이스크림점 까리노 출범



밀탑이 순수 국산 브랜드인 '까리노'로 고급 아이스크림 시장에 뛰어 들었다. 본젤라또의 '아성'을 고급 아이스크림 시장에서도 실효해 보자는 야심이다. 또한 고부가가치 사업으로 경영수지를 건전하게 꾸려보자는 계산이다. 까리노는 아이스크림 전문점 브랜드다. 케이크를 결합한 것이 특색이다. 까리노는 내년에 본격적으로 전국적인 가맹점 사업에 착수할 예정이다. 매출은 96년에 15억원, 97년에 30억원으로 잡고 있다. 베이커리 zoom으로 밀탑의 까리노를 세밀히 들여다보았다.

부산1호점. 시기를 놓치지 않기 위해 발빠르게 뛰어 들었다.

여지껏 까리노는 20, 30대 젊은 소비층을 겨냥하고 있다. 30여가지 제품을 갖추고 천연향을 사용한 저당도 아이스크림으로 뒷맛이 깨끗하다는 점을 장점으로 강조한다.

96년 전국적인 가맹사업 본격 추진...홍보 강화

까리노의 가장 특색 있는 부분은 아이스크림과 생크림케이크 그리고 커피, 주스 등 각종 음료와 결합된 복합매장이라는 데 있다. 아이스크림 전문점의 형태를 갖추고 햄버거 등 패스트푸드를 결합한 매장은 있으나 이렇듯 케이크류와 음료를 함께 취급하는 형태는 국내에서 처음이라는 게 밀탑측의 설명이다. 이는 동절기에 아이스크림시장의 매출이 20~30% 떨어지는 상황을 염두에 둔 포석으로, 까리노가 계절의 영향을 받지 않는 사계절 매장을 표방하고 있음을 엿볼 수 있다. 까리노는 앞으로 겨울철에 대비하여 단팔죽도 추가할 예정이다. 또한 아이스크림 케이크도 곧 개발해 제품수를 더욱 다양화할 예정이다.

까리노는 영남권에 국한돼 있는 밀탑의 베이커리 가맹 사업과는 달리 전국적인 체인 사업을 목표로 하고 있다. 밀탑내의 독자적인 사업부서로 독립한 까리노는 수원에 있는 아이스크림 공장에서 제품을 생

에도 '입성' 한다는 계획이다. 정 본부장은 "내년에는 가맹점 사업에 전력을 기울여 25~30개의 매장을 오픈하고 96년에는 15억원, 97년에는 30억원의 매출을 올린다는 계획을 잡고 있다"고 말했다. 한편 까리노는 가맹점 사업 외에도 상황에 따라 기존 제과점내에도 까리노 제품을 공급할 계획도 갖고 있다.

까리노의 가맹점 개설 조건은 일일 평균 50만원 이상의 매출이 가능하고 매장 실평 수 최하 5평에서 25평 사이인 곳이어야 하며 보증금 800만원과 기계설비비 1,000만원에서 1,600만원 및 인테리어 비용을 부담해야 한다. 가맹점의 마진율은 45~50%에 이르고 24시간전에 주문하여 제품을 공급받을

순수 국산 브랜드라는 점을 굳이 강조하지 않는다. 또한 까리노가 밀탑에서 운영하고 있다는 것도 내세우지 않는다. 소비자들에게 새롭고 신선한 이미지를 전달하고자 하는 목적에서다. 초기 상황에 신선한 브랜드 이미지와 축적된 기술 노하우가 만들어 내는 제품력으로 짧은 기간 안에 시장진입에 성공한다면 기존 선두권 업체들과 한번 해볼 수 있다는 게 밀탑의 입장이다.

"아이스크림 전문점 사업은 적은 인원을 효율적으로 이용할 수 있고 배송 및 보관에 따르는 문제가 적으며 마진이 높다는 게 큰 장점입니다. 이와 함께 까리노는 복합매장 형태로 계절 상품로서의 아이스크림의 단점을 보완했기 때문에 이런

점들을 적극적으로 홍보한다면 가맹점 모집은 수월



신세대 패션 아이스크림을 컨셉으로 20, 30대를 겨냥한다.



아이스크림과 케이크가 만난 것이 까리노의 특징. 산, 기존의 냉동 물류 시스템을 이용하여 전국 가맹점에 제품을 공급한다는 계획이다. 현재 부산에 직영 1곳과 부산 현대백화점에 가맹점 1곳을 운영 중에 있는데 올해 안에 부산에서 직영 2곳을 추가 오픈하고 제주도 여미지 식물원에 가맹점을 개설할 예정이다. 그리고 내년 3, 4월쯤에는 서울

수 있다.

까리노 '리트머스시험지', 결과가 긍정하다

밀탑의 까리노가 성공적으로 시장에 진입할 수 있을지는 미지수다. 비교적 짧은 준비기간을 거치고 발빠르게 사업에 착수한 것은 이 시기를 놓쳐 타사의 브랜드 이미지가

정착됐을 땐 시장 진입이 더욱 힘들어지리라는 판단 때문이다. 밀탑은 고급 아이스크림 시장이 가시적인 규모로 형성되기 시작한 것이 최근의 일이라는 데 주목한다. 아직까지는 초기 상황이라는 얘기다. 수입 브랜드가 국내 고급 아이스크림 시장을 휘두르고 있는 상황을 감안, 밀탑은 까리노가

하게 이루어질 수 있으리라 봅니다."

베이커리 업체가 한 우물만 판다면 힘드는 인식을 어느 정도 공유하고 있다는 것은 사실이다. 밀탑의 이런 움직임은 그런 인식의 반영이다. 외식사업에 뛰어드는 대체적인 사례와 달리 고급 아이스크림 시장에 뛰어드는 모습이 특색 있게 보일 뿐이다. 우려되는 부분은 취급 품목은 다르지만 까리노와 같은 복합점포가 아직은 시험단계에 있다는 점이다. 제과점에 피자를 결합하고 커피를 결합하는 형태가 유행처럼 번지고 있지만 결과는 썩 만족스럽지 못하다는 반응만 봐도 그렇다. 까리노가 성공적으로 시장에 진입한다면 기존 고급 아이스크림 시장의 판도를 변화시킬 뿐만 아니라 복합매장에 대한 성공 가능성을 높히게 될 것이다. 까리노는 '리트머스 시험지'이다. [K]

(글/손인수)