

# 급변 추세의 베이커리 업계

## 업태변화, 가격할인, 점포 증가를 보고...

올 연초부터 지난달 말까지 불과 9개월 사이에 베이커리 업계에는 크게 3가지의 주목할 만한 변화가 일고 있으며 그 물결 또한 날로 높아질 조짐을 보이고 있어 관심을 증폭시키고 있다.

이와 같은 변화의 구체적 사례를 든다면 첫째, 업계가 이미 알고 있는 바와 같이 네덜란드 국적의 마크로, 프랑스의 까르푸로 대표되는 외국 유통업체의 출현을 들 수 있다. 이들 외국 유통업체는 상당한 지명도와 막강한 자본, 기술력을 배경으로 베이커리 업계에 진출하고 있다는 점에서 시선을 집중시키고 있다.

이들 유통업체는 이른바 '창고형 할인 매장' 안에 생산 시설을 갖춘 베이커리를 운영하고 있는데 신선도를 최대한 살린 즉석 제조 시스템과 20% 내외의 가격 할인으로 소비자의 욕구를 동시에 만족시키는 독특한 방식을 택하고 있다. 특히 내년부터는 마크로와 까르푸가 속속 지방 출전을 앞두고 있으며 기존의 E마트, 프라이스클럽, LG마트 등 유통업체도 매장을 점진적으로 확대, 2000년까지 102개 정도로 늘어날 것으로 전해지고 있다. 이와 관련해 주목할 것은 이들 유통업체 대부분이 제과점을 운영할 예정이라는 사실이다. 현재 몇몇 창고형 매장 내 가격할인 제과점의 1일 평균 매출액은 400만원대로, 앞으로 우리 업계에 적지 않은 영향을 미칠 것임은 자명하다.

둘째, 제과 접목 복합 점포가 올초에 등장했다는 점을 들 수 있다. 서머나, 세인트 시내몬, 미세스 힐즈, 이츠 여미 등 6개 업체가 운영 중인 복합점포는 즉석 시스템을 특성으로 하고 있으며 페이스트리·쿠키 등의 제품을 냉동생지를 이용함으로써 인력 조달은 물론, 인건비 절감 등 기존 베이커리의 단점을 최소화하고 별도로 아이스크림, 음료 등을 유망 상품으로 취급하고 있다는 점이다.

셋째, 두드러진 변화로 크라운베이커리, 파리카라상, 고려당, 신라명과 등 상위 4개사가 금년 8월말 현재 개설한 체인점 수가 156개에 이르고 있으며 뉴욕제과, 가나안, 독일빵집 등이 개설한 점포를 추가한다면 연내에 적어도 200여개가 증가할 것으로 예상된다. 이외에 20여개의 유사 체인업체가 개설한(8월말 현재) 점포도 무려 336개소로 집계되고 있어 경기 부진에도 아랑곳없이 보기 드문 업소 증가 추세를 보이고 있다.

더 부연한다면 올 9월말까지 증가한 프랜차이즈 업체 및 유사체인업체 가맹점, 유통업체의 제과점을 모두 합하면 500업소가 넘으며 연말까지 적어도 600개가 훨씬 넘는 점포가 증가할 것으로 보인다.

이상에서 나타난 현재의 상황으로 볼때 베이커리 업계는 포화 상태임이 분명하며 그것은 바로 치열한 경쟁만이 남아 있음을 의미한다.

언제 어느 때든 베이커리 업계를 위협하는 요인은 항상 존재해 왔으나 우리 업계는 그때마다 슬기롭게 대처해 오늘에 이르고 있다. 그러나 지금의 상황은 과거와는 비교하기 힘들 정도로 어려운 실정이다.

새로운 업태(業態)인 가격 할인 및 복합점포 등 독특한 운영 형태를 무기로 위협하는 지금, 우리 업계는 이런 외적환경을 극복하고 오직 베이커리업소만이 지닌 장점, 특성을 살리는 길이 무엇인가 냉철하게 판단하고 이에 따른 대응 방안을 다시 한번 강구하는 노력이 절실히 요구되고 있다. **배**