긴급취재

(주)우리밀, 베이커리 시장에 출사표 던진다!

프랜차이즈 사업 진출 연내 100개 점포 개설 목표

(주)우리밀이 베이커리 사업에 본격 착수했다. 이는 기존 베이커리 시장에 새로운 바람을 일으킬 것으로 전망된다. '안전하고 맛있는 빵을 즐기면서 건강을 지킨다'라는 슬로건을 내걸고 기존의 프랜차이즈 업체와 동일한 중앙공급 시스템을 도입, 가맹사업을 위한 추진 드라이브에 박차를 가하고 있다. 〈글/강영주〉

(사)우리밀 살리기 운동본부 산하 (주)우리밀이 올 10월경 베이커리 가맹점 사업에 본격 참여할 것으로 밝혀져 베이커리업계의 또다른 다크호스로 떠오르고 있다.

UR협상 타결, 수입자유화조치 이후 우리 농산물 애용이라는 신토불이의 기치를 내걸고 92년 8월 출범했던 우리밀 살리기 운동본부는 지난해 본격적으로 베이커리 시장의 문을 두드렸다. 바로 '우리밀 식빵 가정 배달사업'이었다.

이는 수도권 아파트 단지를 위주로 지역 택배소를 모집, 나르미(배달인)를 통해 기존 건강식 대리점들이 했던 것처럼 각 가정에 제품을 직접 배달하는 방식이다.

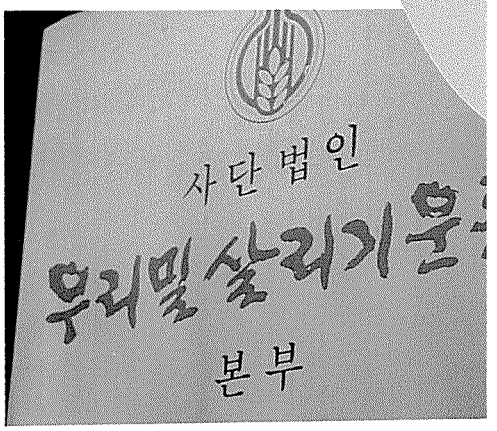
가맹점 상호는 우리밀베이커리

현재 (주)우리밀이 취급하고 있는 품목은 기존 우리밀 식빵 이외에도 통밀빵, 냉동쿠키, 카스텔라, 스팀케이크, 전병, 건빵, 우리밀 피자, 면류, 잼류 등 매우 다양하게 분포돼 있다. 이들 제품은 모두 OEM방식을 통해 생산되고 있으며 반응도 면에서 꽤 호응을 얻고 있는 것으로 알려졌다.

이중 식이성섬유를 강화한 건강기능 빵인 '통밀식빵'은 수제품이기 때문에 개당가격이 2,500원으로 높은 편이다. 또 '카스텔라'의 경우는 순수 국산 유지를 사용하였고, 유정란(어미닭이 품어서 병아리를 낳을 수 있는 계란)을 사용한 제품으로 가격이 3,000원으로 고가이다.

이들 제품은 모두 (주)우리밀과 계통계약을 체결한 농협이나 각 택배소, 백화점 등을 통해서 판매된다. 그러나 (주)우리밀은 50여개 우리밀 식빵 택배 대리점의 한달 총 매출액이 고작 1억원 정도라는 사실에서 보는 바와 같이 지난해 9월 시작한 '우리밀 식빵 가정 배달사업'에서 기대 이하의 상과를 거뒀고, 최근에는 택배 대리점 수도 30여개로 줄고 있어 고전을 면치 못하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 부진함을 극복하기 위해 (주)우리밀이 내놓은 카드가 바로 베이커리 프랜차이즈 사업이다.

현재 (주)우리밀이 구상하고 있는 사업방향은 기존의 프랜차이즈 업체와 동일한 베이



▲(사)우리밀 살리기운동본부는 89년 9월 한국카톨릭 농민회 우리밀살리기운동을 기점으로 92년 8월 농수산부로 부터 사단법인 설립허가를 취득했다.

커리 가맹사업이며 이에 필요한 부대 사항들을 다각적으로 검토중에 있다.

(주)우리밀은 올해 안으로 수도권 지역에만 100개 점포를 개설한다는 목표 아래, 이달중 '우리밀베이커리(가칭)'라는 상호로 모델점포를 개설, 사업적성 여부와 전망 등을 평가할 예정이며 점포 인테리어 및 점포 이미지 등을 '우리밀'이라는 브랜드와 어울리도록 테스팅할 것으로 전해졌다. 또한 제품 판매 동향 등을 점차적으로 분석하여 앞으로 개발될 신제품 연구에 적극 반영할 계획이다.

가맹점 취급 제품의 큰 줄기는 '기능성 빵'

(주)우리밀이 이처럼 베이커리 가맹사업에 적극적으로 참여하게 된 것은 그동안 우리밀 식빵 배달 사업 등을 통해 어느 정도 우리밀 제품에 대한 홍보효과와 노하우를 축적할 수 있었고, '우리밀 살리기'라는 캠페인을 통해 약 30억이라는 거액을 모금하였으며, 이러한 구호가 소비자들에게 어느 정도 호소력을 발휘했기 때문인 것으로 풀이된다.

또한 최근 국민소득 1만달러 시대를 맞이하여 식문화의 대대적인 변화를 예고하고 있는 시점에서 '안전하고 맛있는 빵을 즐기면서 건강을 지킨다'라는 우리밀베이커리의 이미지 전략도 시대에 부흥할 수 있는 좋은 호재로 작용하고 있는 것으로 평가되고 있다.

이처럼 우리밀베이커리가 취급하게 될 제품 종류의 큰 줄기는 '기능성 빵'이라고 할 수 있다. 이것은 기존 프랜차이즈업체들이 신선함과 즉석빵의 개념을 소비자에게 크게 부각시키기 위해 '냉동생지 혹은 저온숙성빵'이라는 명칭으로 품목 차별화를 선언, 매출 향상에 열을 올리는 것과 같은 맥락으로 볼 수 있다.

한편 (주)우리밀 측은 "제품공급은 중앙공급식을 기본으로 해서 즉석제조 및 판매 방식을 택할 방침이며, 가맹점 개설 신청자들에게 최대한 유리하도록 가맹조건을 정할 것"이라고 밝혔다.

다음〈표1〉은 (주)우리밀이 제시한 가맹점 개설 조건표이다.

이밖에도 (주)우리밀 측이 제시한 제품 마진폭은 기존 프렌차이즈 업체들의 그것보다 약 1.2배 정도 높게 책정될 전망이다.

우리밀은 이를 위해 강원대학교 영양학 연구소에 제품개발을 의뢰, 맛과 부가가치를 높일 수 있는 신제품 개발을 적극 추진중에 있으며 물류전문업체에 배송을 전담케 해 빵의 신선도라든지 물류비용면에서 큰 효과를 노리고 있다.

또한 최근 불고 있는 베이커리업계의 냉동생지 물결에 편승 (주)우리밀에서도 가맹점에 공급하는 모든 제품의 약 5%정도를 냉동생지 제품으로 책정하고 이를 앞으로 더욱 강화하여 10%선까지 끌어올릴 계획이다.

〈표1〉 가맹점 개설 조건표

개설가능지역		전 국
점포규모	즉석식	약 30평 이상 (제조설비 10~15평 이상) (판매매장 15평 정도)
	중앙공급식	약 20평 이상 (간단한 제조설비 5평) (판매매장 15평 이상)
공급제품		우리밀로 제조된 모든 베이커리용 제품
공급방법	서울·수도권지역	중앙공급(본부에서 3개 농협과 연계 공동사업추진)
	지방지역	조건에 따라 즉석빵집과 프랜차이즈로 이원화
가맹비 설정		100만원~200만원
보증금 설정		· 중앙공급식 : 300만원~500만원 · 즉석빵형식 : 200만원선 안팎 ※지역에 따라 차등
본사 지원		· 간판 및 인테리어 통일(전국 지역 본부에서 작업추진, 업자와 직접 연결) · 점포 신규개설시 기계 및 설비에 관한 공장 직접알선, 경비절감 강구 · 우리밀 빵 배합 및 제조 공정에 관한 자체 지도
기타		· 우리밀 공급가격은 1900원/1kg · 지역별로 모집광고 실시
문의		(02)3234-123 (주)우리밀

※위 내용은 개설 조건 초안임을 밝혀둔다.

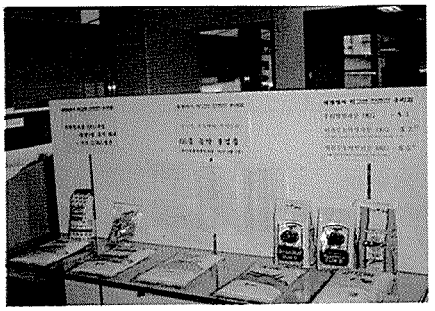
특화된 점포로 틈새지장 공략

현재 (주)우리밀은 올해 11월 경기도 양평에 있는 약 1,500여평 부지에 본 공장을 준공할 예정이며 수도권 지역에서는 중앙공급식 가맹사업을, 지방의 경우는 기존 윈도 베이커리 위주로 적극적 홍보를 펼쳐 우리밀베이커리 가맹점으로 유도한다는 복안을 가지고 있다. 또한 강원, 충남북, 경남북, 전남북, 인천 등의 8개 지역본부를 기점으로 지방 가맹사업을 전개한다는 계획을 이미 세워놓고 있다. 그러기 위해서 우선적으로 경남 마산에 또하나의 본 공장 건립을 추진중에 있는 것으로 알려지고 있다.

우리밀이 제시한 제품 마진폭은 기존 프렌차이즈 업체들의 그것보다 약 1.2배 정도 높다.

이를 위해 강원대 영양학연구소에 맛과 부가가치를 높일 수 있는 신제품 개발을 의뢰했으며 물류전문 업체에 배송을 전담, 빵의 신선도 유지와 비용면에서 큰 효과를 노리고 있다.

▲작년 9월 시작한 우리밀 식빵 택배사업은 기대했던 것과 달리 고전을 면치 못했다.



▲우리밀은 무농약의 안전하고 건강한 기능성 식품이라는 이미지로 홍보를 강화하고 있다.

한편, 우리밀베이커리의 홍보전략은 한마디로 특화된 점포를 가지고 틈새시장을 공략한다는 것이 전략의 핵심이다. 즉 '안전과 건강'이라는 기능성을 내걸고 전문성을 높인 특화된 점포를 통해 특정계층을 파고든다는 마케팅 기법이다.

또한 우리밀베이커리 점포내에 기존의 우리밀 제품도 함께 디스플레이해 '그곳에 가면 우리밀 제품을 만날 수 있다'라는 홍보 마인드를 적극 활용, 다목적 점포를 지향하고 있다.

현재 우리밀베이커리는 사업망을 확보하기 위해 30여개 우리밀 식빵 택배소에 우선적으로 가맹점 개설권을 부여하고, 나머지 60여군데 정도를 직접 개척할 계획이다. 따라서 그동안 서울 및 수도권 지역에서 전개했던 '우리밀 식빵 가정배달 사업'을 중단하게 된다.

"우리밀은 수입밀에 비해 유통경로가 축소돼 있어 물류와 제반 비용면에서 유리하며, 93년이후

우리밀 수매가격 증가폭 연 13%로 감소

우리밀은 과거 기존 수입밀보다 높았던 밀 가격이 최근 세계 무역시장의 다변화 등으로 폭등함에 따라 가격경쟁력 면에서도 충분히 유리한 위치를 선점하게 될 것으로 보고 있다.

"우리밀은 수입밀에 비해 유통경로가 축소되어 있어 물류면이나 제반 비용면에서 다소 유리하며, 93년 이후 우리밀 수매가격 인상폭의 상한선 동결 등으로 어느 시점에 가면 급등하는 수입밀과의 가격경쟁을 쉽게 앞지를 수 있을 것으로 보인다."는 것이 우리밀 측의 향후 밀 가격 전망이다.

아래 〈표2〉는 우리밀의 연도별 생산관련 자료이다.

현재 우리밀 수매가격은 매년 증가하고 있기는 하나 증가폭은 연 -13%로 줄고 있는 추세이다. 이는 수매가격 상한선 동결이 그 요인이며, 이는 지속적으로 일어날 것으로 보인다.

95년 한 해 수입밀 도입량은 2,121,000톤이었으며, 우리밀 생산량은 12000톤이었다. 또한 올해는 2000톤 늘어난 14000톤으로 잡고 있다. 이렇게 볼 때 우리밀 생산량은 국내 전체 밀 시장에서는 다소 미미한 수준이지만 매년 평균 약 3439톤씩 증가하고 있다.

어느 정도 성장 잠재력 가지고 있어

최근 수입되고 있는 수입밀은 kg당 수입가격이 최고 약 700원 정도라고 하며 96년 기준 우리밀의 kg당 수매가격은 775원이다. 또한 95년 기준으로 지역별 생산량이 가장 많은 곳은 전남 광주지역이며 다음으로 경남, 강원도 지역 밀 생산량이 많은 것으로 나타났다.

우리밀 수매가격 인상폭의 상한선 동결로 어느 시점에 가면 급등하는 수입밀과의 가격경쟁을 쉽게 앞지를 수 있을 것으로 보인다."

현재 (주)우리밀은 종전의 우리밀에 새로이 기능성을 첨가한 건강 강화 믹스를 곧 개발, 연내 시판에 들어간다고 밝혔다.

(주)우리밀의 관계자에 따르면 "이는 베이커리 가맹사업에 발맞춘 시장공략 전략의 일환이며 이를 더욱 강화할 방침"인 것으로 해석된다.

이처럼 우리밀이 추진하고 있는 베이커리 가맹사업의 전망이 결코 어둡다고는 할 수 없다. (주)우리밀 측에서는 이러한 사업이 아직은 초보단계라고 밝혔지만 베이커리업계의 현 상황을 지켜본다면, 분명한 것은 어느 정도 성장 잠재력을 가지고 있다는 것이다.

종전 우리밀 제품이 가격과 맛의 면에서 최대의 약점을 가지고 있었으나 지난 10개월 동안의 '우리밀 식빵 택배 사업'을 통해 그들은 충분한 시행착오를 거쳤고, 그것이 아마도 지금의 베이커리 가맹사업의 전초전이 아니었나 여겨진다. 앞으로 우리밀베이커리 가맹사업에 관심을 두고 지켜 볼 때이다.

▲우리밀을 이용한 식품은 매우 다양하며 이미 각종 베이커리용 제품이 시판되고 있다.

〈표2〉 우리밀 연도별 생산관련 자료

1992년			1993년			1994년			1995년
재배면적	생산량	수매량	재배면적	생산량	수매량	재배면적	생산량	수매량	1,100만평중
229,500평	275,500kg	6,100가마	1,590,500평	1,908,600kg	33,418가마	4,092,677평	4,904,231kg	98,289가마	30만가마 생산
●수매가			●수매가			●수매가			●수매가
1등 28,400원			1등 29,800원			1등 30,690원			1등 31,000원
2등 27,100원			2등 28,400원			2등 29,250원			2등 20,000원
등외 23,000원			등외 24,200원			등외 24,930원			등외 25,000원
생산농가 350호			생산농가 2,500호			생산농가 4,500호			생산농가 6,000호