

프랜차이즈 상위 4개업체의 장벽쌓기

매출집중도 전체의 85%...매장 점유도 80%나

프랜차이즈업체들의 업체별 집중도가 심화되고 있다.

본지가 크라운베이커리, 파리크라상, 고려당, 신라명과, 뉴욕제과, 독일빵집, 동큐제과, 빵드비 등 8개 프랜차이즈업체의 96년도 영업실적을 조사한 결과 전년비 26%가 늘어난 총 3,260억원의 매출을 올린 것으로 집계됐다.

이중에서 파리크라상과 신라명과가 가장 두드러진 약진을 보였는데 파리크라상은 지난해 경기(38개) 서울(27개)지역을 중심으로 모두 119개의 점포를 늘리면서 전년비 50%가 증가한 840억원의 매출을 달성했고, 신라명과는 영남(38개) 경기(26개) 지역 위주로 90개의 점포를 늘렸고 매출 또한 438억원을 달성하면서 전년도에 비해 36%의 신장률을 나타냈다.

또 크라운베이커리는 지난 한해동안 여러 가지 사정이 겹쳐 내실위주의 영업을 전개한 결과 예년보다 다소 부진한 성적을 보였으나 그래도 22% 성장에 950억원의 매출실적을 올려 여전히 선두자리를 고수한 것으로 나타났다. 고려당은 이번 조사에서 고려스낵의 매출을 제외 고려당의 순수매출로만 산정한 결과 13%가 늘어난 542억원의 실적을 보였다.

이로써 프랜차이즈업체 8개사의 총매출 3,260억원중에서 상위 4개업체의 점유율은 85%인 2,770억원으로써 94년 82%, 95년 83%보다 더욱 비중이 높아졌다.

지난해 8개업체가 개설한 점포수는 모두 317개. 이중에서 파리크라상이 119개, 신라명과가 90개, 크라운베이커리가 52개, 고려당이 33개로 4개업체가 작년 한해 동안 늘린 점포수는 총 294개로써 전체 증가수의 약 93%에 달하며, 이에 따른 96년도 총 점포현황도 크라운베이커리 503개 파리크라상 502개 고려당 430개 신라명과 350개로 총 1,785개. 따라서 8개업체의 점포수 2,240개의 80% 정도가 상위 4개사가 차지한 것으로 집계돼 날이 갈수록 중·하위업체들에 비해서 상대적으로 이들 업체들의 높은 장벽이 실감난다.

이와 같이 기존의 프랜차이즈업체는 시간이 흐를수록 상위업체들과 중·하위업체들간의 격차가 커지고 있을 뿐만 아니라 금년도 프랜차이즈업체들의 사업목표를 분석한 결과, 8개업체의 매출목표인 4,406억원중에서 4개업체의 매출이 총 3,810억원으로 잡혀 있어 이런 차이는 더 커질 전망이다. 목표 달성도면에서도 이들 업체가 훨씬 실현 가능성이 높을 것으로 보인다.

이제 베이커리업체는 대기업의 잇따른 진출, 할인 베이커리 및 해외합작 점포의 확산 등 새로운 세력까지 가세하면서 제 2의 경쟁라운드로 돌입하고 있는 시점이다. 이러한 때에 앞으로 상위 4개사 프랜차이즈업체의 거취는 매우 중요한 의미를 띠고 있다. 과연 몇개 업체의 지배적 사업자의 출현이 바람직한 방향일까. 이에 대해서 일부에서는 지금이야말로 업체간 전략적 제휴가 필요한 시기라고 말하기도 한다. 즉 생산의 비교우위를 따져 일부품목의 주문자생산방식을 도입한다면 어려운 이 시기에 공동 발전할 수 있는 새로운 방안을 모색할 수도 있다는 것이다. 특히 지금까지는 경쟁상대였기는 했지만 오히려 상대업체의 침체나 몰락은 새로운 강자의 출현으로 기존의 틀이 약화될 수도 있다는 우려에 대응하는 방어적 개념일 수도 있다는 것이다.

97년 한해의 베이커리시장은 격동기를 맞고 있다. 경기부진과 시장의 포화상태라는 어쩔 수 없는 시장환경속에서 베이커리시장의 흐름은 어찌면 이미 종잡을 수 없는 쪽으로 움직이고 있는지도 모른다. 