

“새로운 10년을 향한 힘찬 기지개”

김영덕 파리크라상 신임 대표이사



“신입사원으로 입사해 24년을 근무하다 대표이사의 자리에까지 올랐습니다. 개인적으로는 더없는 기쁨이고 영광이지만 그만큼 어깨가 무거워집니다.”

김영덕 파리크라상 신임 대표이사는 현재의 파리크라상이 지난 10년을 정리하며 새로운 10년을 시작하는 중요한 시점임을 강조했다. “가장 큰 목표는 ‘새로운 파리크라상을 만들자’는 것입니다. 올해는 새로운 10년의 첫 해이며 매출 1,000억원, 점포 600개 돌파를 통해 대기업으로서의 틀을 갖추는 중요한 때입니다. 제품, 서비스, 현장경영, 업무의 정보화, 신나는 직장 분위기 등 5대 과제를 중점 추진할 것입니다.”

구체적으로 김 대표이사는 제품면에서는 품질관리를 더욱 강화하고 물류체계 정비를 통해 1일 2회 배송망을 확보할 것이라고 말했다. 서비스 부분에서는 사내고객인 사원, 1차 고객인 가맹점주, 점포 이용 고객까지 아우르는 고객만족 시스템을 완비할 예정이다. 업무의 정보화 부분은 현재 본사에서 운영하고 있는 생산, 매출 등 데이터 업무를 기반으로 인터넷과 랜을 혼합한 인트라넷으로 전환할 계획이다.

시장환경 변화에 따른 대응방안에 대해 김 대표이사는 “전체적으로 매장의 특화에 무게를 두고 해외합작 점포인 르노뜨르 수준으로의 품질 향상, 냉동생지 기술 혁신, 조리제품 개발 등을 추진할 계획”이라고 말했다.

베이커리 시장이 커짐에 따라 대기업을 포함한 신규업체의 진출이 잇따르고 있다. 이에 따라 업계 일각에서는 기존 업계가 과도한 경쟁을 지양하고 전략적 제휴를 통해 필요한 부분을 최대한 공유해야 할 것이라는 의견이 대두되고 있다.

“기존 베이커리 업체와의 전략적 제휴는 특별히 고려하고 있지 않습니다. 대신 유통 업체와의 전략적 제휴를 통해 무(無)점포 유통망을 구축하고 현재의 베이커리 중심에서 베이커리-레스토랑이라는 종합 외식분야로의 진출을 위해 레스토랑 체인업체와의 전략적 제휴를 추진할 계획입니다.”

올해는 극심한 경기불황으로 소비자의 구매심리가 위축돼 있다. 이에 따라 베이커리 업계에도 하강기류가 짙게 깔려있다. 김 대표이사는 “이런 상황에도 파리크라상은 상반기 결산 결과, 상대적으로 긍정적인 모습을 보였다”며 “올 하반기에는 경기가 서서히 풀릴 것으로 예상됨에 따라 상승곡선이 높게 올라가 올 매출목표 달성이 무난할 것으로 본다”고 말했다.

“독일빵집의 변신을 지켜봐주십시오”

백정관 독일빵집 신임 대표이사

지난 7월 크라운베이커리가 독일빵집을 인수하며 크라운베이커리 백정관 전무를 독일빵집 신임 대표이사로 임명했다. 백 대표이사는 현재 크라운베이커리 영업총괄본부장도 맡고 있다.

“전통의 독일빵집 대표이사를 맡게 돼 개인적으로 큰 영광이라 생각합니다. 회사를 일신해 새로운 도약을 이룰 수 있도록 최선을 다하겠습니다.”

독일빵집은 50년 가까운 역사에도 불구하고 시장환경의 변화에 능동적으로 대처하지 못했다는 평가를 받고 있다. 이에 따라 설비, 판매망, 브랜드 인지도 등이 상대적으로 낙후돼 있다. 백 대표이사가 앞으로 개선해야 할 부분인 것이다.

“침체된 분위기에 활력을 불어넣는 게 급선무입니다. 임직원 모두가 제 2 창업의 마음으로 뭉친다면 독일빵집은 빠른 시일 안에 역사와 전통에 걸맞는 새로운 모습으로 다시 태어날 것입니다.”

백 대표이사는 우선 과제로 조기에 손익구조를 흑자구조로 돌려놓는 데 주력할 방침이다. 길게 잡아 1년 안으로 이 목표를 달성할 계획이다. 그런 후 공장증축 등 시설투자를 실시할 예정이다.

크라운베이커리는 독일빵집을 인수하면서 독일빵집을 유통시장 공략을 위한 브랜드로 활용한다는 계획을 밝힌 바 있다. 이에 대해 백 대표이사는 “‘브로첸’, ‘도이치베커라이’ 등 2개의 브랜드 개발을 완료했다”며 “브로첸은 대형유통점, 할인점 위주의 인스토어 베이커리로 활용하고 도이치베커라이는 새로운 가맹점 브랜드로 이용하되 기존 가맹점은 희망자에 한해 이 브랜드로 전환할 방침”이라고 말했다.

이를 통해 독일빵집은 향후 유통점과 가맹점의 매출 비중을 6 : 4로 유지할 계획이라고 백 대표이사는 덧붙였다.

올해 상반기 가나안베이커리와 동큐제과의 부도, 크라운베이커리의 독일빵집 인수 등 베이커리업계는 그 어느때보다 변화가 심했던 한 해로 평가될 듯하다. 이에 향후 베이커리 시장에 대해 갖가지 전망이 나오고 있다.

“한 연구기관의 자료에 따르면 오는 2000년까지 전국적으로 100개 이상의 대형 유통점이 들어설 예정이고 시장규모는 약 28조원에 이를 것으로 전망됩니다. 여기서 양산부문과 베이커리부문을 합한 빵 부문이 차지하는 매출 규모는 약 2조원 정도가 될 것이라고 합니다. 따라서 이 유통환경 변화에 얼마나 능동적으로 대처하느냐에 따라 성패가 좌우될 것입니다.” [2]

