

벨기에, 빵 소비량 감소세에 전전긍긍

일반 제과점수도 줄어 ... 정부 부양책 마련

벨기에는 인구가 약 1천만명이고 유럽연합 본부가 있는 유럽의 중심지다. 이에 따라 벨기에는 유럽 베이커리 산업의 중요한 시장으로 인식되고 있다. 그러나 최근 들어 빵 소비량이 줄어드는 등 이 시장이 다소 퇴색해가고 있는 것이 아니냐는 평가가 대두되고 있다.

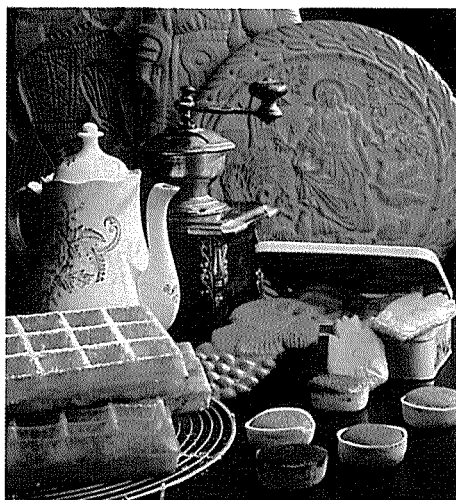
빵 소비량 감소가 양산업체 강제로 이어져

한 단체에서 실시한 벨기에 베이커리 시장 조사에 따르면 이 나라의 연간 1인당 빵 소비량이 지난 1960년대 120kg에서 최근에는 48kg으로 뚝 떨어진 것으로 나타나 이런 평가를 뒷받침한다. 빵 소비량의 감소는 전통의 일반 제과점의 약화와 양산업체의 강제로 이어진다. 타 유럽국가와 마찬가지로 일반 제과점의 수가 지속적으로 감소하는 대신 양산업체는 꾸준히 늘고 있는 것으로 이 조사는 밝히고 있다.

1988년부터 1993년까지 일반 제과점수와 양산업체수 추이를 살펴보면 일반 제과점은 매년 꾸준히 그 수가 감소해 93년 현재 6,365개로 집계된 반면, 양산업체는 수가 늘어 93년 현재 307개로 조사됐다. 결국 일반 제과점이 물러간 자리를 양산업체가 차지한 결과다.

한편 지역 인구 대비 제과점수를 조사한 것을 보면 평균 1,500명당 1개의 제과점이 분포돼 있는 것으로 나타났는데 농촌지역이 도시지역보다 제과점 밀집도가 높아 농촌이 도시보다 시장 잠재력이 큰 것으로 분석된다.

빵 소비가 줄어드는 이유에 대해 여러 의견이 분분하지만, 바쁜 현대 생활 속에서 예전과 같이 제대로 된 아침을 먹는 일이 힘들어짐에 따라 아침은 간단히 '때운다'는 생각이 보편화되고 있기 때문이라는 것이 주류를 이루고 있다. 또한 씨리얼 등 다양한 아침 대용 간편식의 등장은 주식인 빵의 소비를 더욱 억제하고 있다.



일반 제과점의 감소는 슈퍼마켓의 성장과 밀접한 관계를 맺고 있다. 대부분의 타 유럽국가와 마찬가지로 슈퍼마켓이 양산업체로부터 공급받은 빵을 값싸게 판매함으로써 일반 제과점 고객을 적극 유인하고 있기 때문이다. 슈퍼마켓과 양산업체의 대규모 판매망은 시장을 잠식하면서 일반 제과점의 지위를 크게 위협하고 있다.

전통 제과점, '절망적인 상황 아니다'

그렇다면 과연 일반 제과점의 상황은 이렇듯 절망적이기만 한 것인가. 전통의 일반 제과점은 그 수가 감소하고 시장점유율이 떨어지고 있긴 하지만 아직까지는 절대적 지위를 누리고 있는 것이 사실이다. 전체 베이커리 시장의 65%를 점유하고 있는 반면, 전체 소비자의 약 10% 정도만이 제과점이 아닌 슈퍼마켓 등에서 제품을 구입하고 있다.

대부분의 소비자는 슈퍼마켓에서 빵을 구입하더라도 일회성에 그치며 고정적이고 습관적인 것은 아니다. 가격 또한 슈퍼마켓의 제품이 싼 것은 사실이지만 이것이 빵 구매를 고정화시킬 만한 요소로 작용하지는 않는다. 이는 벨기에 소비자들이 양산제품의 품질이나 구색이 전통의 일반 제과점 수준보다 뒤쳐져 있다고 평가하기 때문이다.

이런 소비자의 인식은 최근까지 변하지 않고 지속되고 있는 것으로 보인다. 전통의 일반 제과점은 여전히 대세를 이루고 있는 것이다.

한편 벨기에 정부는 빵 소비량 감소를 막고 이를 늘리기 위해 발 벗고 나서기로 했다. 이에 따라 지난해 10월부터는 대대적인 국민 홍보에 나서고 있다. 정부의 빵 소비 장려 정책이 어떤 결과로 나타날지 관심이 모아진다.