

# 흐름 포착! 군소 양산 업체

## OEM에서 자체 유통까지 ... 가맹점 사업도 병행

본지는 지난해 7월경 수도권 및 지방 소재 군소 양산 업체에 관한 움직임을 포착할 수 있었다. 주로 OEM(주문자상표부착 생산 방식) 업체들이 대부분이었다. 최근 본지가 조사한 바에 따르면 개개 업체들의 부침이 심하고 소재 파악이 불분명할 뿐만 아니라 영세한 업체들이 많았다. 그러나 이들 군소 양산 업체들이 틈새시장 전략으로 베이커리 업계의 한 부분을 이루고 있는 것은 무시 못할 사항이다. 이에 수도권 및 지방 소재 원부재료 도매상 및 소매상을 통해 입수한 자료를 근거로 해서 우선 파악된 업체들의 현황과 사업 내용 그리고 생산 제품, 향후 계획 등에 대해서 알아본다.



서히 부각되기 시작했다. 물론 영세한 수준의 업체도 적지 않았다.

현재 이들 군소 양산 업체들은 OEM만을 전문으로 하거나 자체 유통망을 통해 백화점, 슈퍼마켓, 소매점 등 시장에서 판매하고 있는데 전체 양산빵 시장 중 약 15~20%를 차지하고 있는 것으로 조사됐다.

또한 OEM과 자체 유통을 병행하는 업체들도 부지기수였으며 자체 브랜드로 가맹점 사

업을 추진하고 있는 업체들도 눈에 띄었다.

IMF한파가 불어 닥치기 2~3년 전부터 프랜차이즈 업체들의 매출이 확대되고 소비자의 기호가 변화함에 따라 신제품이 늘어나고 있었다. 이에 따라 프랜차이즈업체들은 자체적으로 전 제품을 감당하기에는 효율성과 채산성이 떨어진다고 인식하기 시작했다.

이미 상당히 보편화돼 타업체와의 차별성이 없는 제품을 OEM으로 돌리고 신제품 개발과 주력제품 생산에 집중해야 한다는 목소리가 커지고 있었다. 즉, 매출이 늘어난다고 이에 비례해서 시설을 늘려 모든 품목을 생산하는 것은 효율적인 방법이 아니라고 판단하게 됐으며, OEM 제품의 품질 관리를 강화한다면 OEM 방식은 비용 절감 차원에서 효과적이라고 생각하기에 이르렀다.

사정이 이렇게 바뀌면서 지방 소재 군소 양산 업체들이 서

### 자체 시장 개척에 한계 느껴

지난해 7월부터 베이커리업계에 알려지기 시작한 업체는 조치원베이커리, 금촌베이커리, 호성식품, 쌍드비 등이었다. 이들 업체는 OEM과 자체 유통을 비교적 활발히 전개하고 있는 업체로 손꼽히고 있다.

한편, 본지가 파악한 업체는 모두 20여개로 OEM이나 자체 유통 혹은 이를 병행하는 사업 방식이 대부분이며 경기도, 대구, 대전, 인천, 광주, 경주, 충남, 제주도 등지에 소재하고 있었다. 그러나 최근 IMF 한파의 영향으로 많은 업체가 문을 닫거나 닫아야 하는 상황에 처해 있다.

관련업계의 한 관계자는 “길게는 20여년 동안 사업을 해 온 업체도 있고, 최근 신설된 업체도 적지 않다. 그러나 하루가 다르게 문을 열고 닫는 업체들이 부지기수기 때문에 그 수를 정확하게 파악하는 것은 불가능한 일이다”라며 “전국에 산재해 있는 업체 수가 적게는 500개 많게는 1,000개에 달하지 않겠느냐”며 조심스럽게 언급하기도 했다.

또한 대부분 영세하기 때문에 자본력과 영업력이 미약한 이들 업체가 자체 시장 개척에 한계를 느끼고 있는 것이 사실이다. 따라서 사업을 확장하거나 신제품을 개발하기 보다는 현상태의 수요 유지를 최우선으로 하고 있다. 이는 슈퍼나 백화점 등의 유통점에 제품을 공급할 경우, 유통점 측에 높은 마진을 쥐여 주는 부담이 있기 때문에 납품 단가(소비자 가격의 40% 수준, 보통 소비자 가격의 60~70% 수준이다)가 낮아 매출이 2자리 수준을 크게 벗어 나지 않고 있는 것에서 연유한다.

이밖에도 단기적인 이익을 위해 틈새시장을 노리고 뛰어드는 철새형 사업자가 많기 때문에 매출 추이가 극단적인 경우가 많다. 따라서 신설과 부도라는 악순환이 반복되고 있으며 이것이 이들 업계의 이미지를 깎아내리는 악재로 작용하고 있어 우려의 목소리가 갈수록 높아지고 있다.

군소 양산 업체의 한 관계자는 “가격이 낮은 것도 문제점으로 지적할 수 있다. 해당 업주들은 생산 공장 가동에 투입되는 자금의 회전을 높이기 위해 저가격 저품질의 제품을 대량으로 쏟아내고 있어 장기적으로는 소비자의 외면과 불신을 초래할 소지가 다분하다”고 밝혔다.

아울러 주목할 점은 최근의 불황 여파로 인해 이들 업체들이 기존의 OEM 사업으로는 더 이상 버티기가 힘들다는 것이다. 대부분 파이크라상, 신라명과 등 프랜차이즈 5社에 제품을 OEM으로 납품해 왔으나 최근 프랜차이즈 업체들이 매출 부진 등 어려움에 시달리고 있어 대부분 대금 결제가 원활하지 못한 상태다.

따라서 백화점, 슈퍼마켓, 학교매장 등 자체 유통망을 가지고 있는 업체들이나 별도로 가맹점 사업을 하고 있는 업체들을 제외하고는 경제 상황이 불황으로 치달수록 이들의 어려움은 가중될 것으로 보인다.

또 한 가지는 지방 양산 베이커리업체들 중 10~20여년 넘게 사업을 해오면서 해당 지역에 확고하게 뿌리를 내리고 있는 향토 기업적인 성격의 업체도 적지 않다는 것이다. 이들 업체들은 지방이라는 지역특성상, 판로가 견고하며 일정 매출에서 더 이상의 하락을 보이지 않고 있다.

군소 양산 업체들 중 눈에 띄는 업체가 금촌베이커리(대표 황진순)다. 이 업체는 본래 제빵 OEM업체였으나 지난해 9월 경부터 외식업체, 백화점, 할인매장 등으로 자체 공급망 확대

를 적극 추진해 오고 있다.

이는 국내 유통업체들이 지난해 중반부터 'PB(Private Brand)'라 불리는 자체상표의 개발에 관심을 기울인 데 따른 것으로 고객에게 쉽게 어필할 수 있는 생필품류, 빵 등 간단한 식품류를 유통업체들이 타업체 상표가 아닌 자체에서 개발한 브랜드를 내세워 판매하는 방식으로 제조업체간 계약관계를 맺는 OEM라 달리 유통업체와 제조업체간의 협력관계로 이루어지는 것을 의미한다.

## 금촌베이커리, 가맹사업도 추진

금촌베이커리는 지난해 초, 경기도 고양시 덕양구 소재 한 아파트 단지에 매장 10평, 공장 7평 규모의 '베이커리 타운'이라는 테스트 점포를 오픈했다. 이것은 서울지역을 중심으로 한 자체 가맹점 사업을 위해 자사에서 개발한 신제품에 대한 소비자 반응과 점포의 영업성 등을 검토하기 위한 준비 과정이었다.

매월 10여 가지 신제품을 출시하고 있는 이 업체는 신제품이 개발 됐을 경우 '베이커리 타운'을 통해 소비자 반응을 거쳐 존속 유무를 결정해 향후 새로운 사업을 위한 아이টে으로 축적시킨다. 이 업체가 추진중인 사업은 패밀리레스토랑, 뷔페, 식당 등 외식업체와 할인점 등의 유통매장으로 제품 공급망을 확대하는 것이다. 또한 틈새시장을 공략하는 새로운 형태의 프랜차이즈 사업도 포함된다.

특히 프랜차이즈 사업은 제품수를 냉동생지를 이용한 10여 가지로 한정하고 5평 미만의 소규모 냉동생지 빵 전문점 사업을 가리킨다.

한편, 이 업체가 OEM 사업에 안주하지 않고 이처럼 다양한 활로를 모색하는 것은 당시 급변하는 시장 환경 때문이었다. 93년 설립 이후 금촌베이커리는 생산 제품의 대부분을 크라운 베이커리에 납품해 왔으나 지난해 겨울부터 출하 물량이 정체되는 현상을 보였으며 98년 1월 15일 크라운제과, 크라운스넥과 함께 화의를 신청했던 크라운베이커리의 부도 여파도 어느 정도 영향을 미친 것으로 풀이된다.

금촌베이커리는 이를 타개하기 위한 지구책의 일환으로 다양한 판로를 개척할 필요성을 인식, 지난해 말 '몽블루'라는 점포 브랜드를 개발했다. 몽블루는 5평 미만의 소규모 점포로 총 70가지의 생과자와 쿠키를 위주로 판매하고 있다. 지난해 11월 분당 블루힐 백화점에 1호점이 들어선 이후 현재까지 약 11개의 점포를 오픈 한 것으로 알려지고 있다.

몽블루가 입점한 곳은 분당 블루힐 백화점 이외에 애경백화점, 갤러리아 잠실점, 그랜드백화점 신촌·강서점, 미도파백화점 상계점, LG백화점 구리점, 까르푸 부산·일산·대전·계

산점 등지인 것으로 전해졌다. 금촌베이커리의 이같은 행보는 기존 OEM 및 군납 전문 군소 양산 업체들의 향후 진로와 관련, 일정한 모델을 제시하고 있다는 점에서 주목되고 있다.

### 호성식품, OEM에 주력

OEM과 자체유통을 7대 3의 비율로 하고 있는 호성식품(대표 유운자)은 91년 12월에 설립됐다. 93년 8월부터 대지 650평,



호성식품 생산공장. 연건평 345평 규모

연건평 345평 규모의 제빵공장에 자동화 라인을 구축하기 시작했으며 96년 5월 공장을 증축하면서 양산 제빵라인과 급속냉동기 등을 완비했다. 연간 총 생산량은 2,321톤 규모로 종업원 수는 관리직이 20명, 생산직이 120명이다.

경기도 군포시 당정동에 소재하고 있는 이 업체는 OEM

을 주력 사업으로 하고 있는데 사니, 파리크라상, 뉴욕제과, 신라명과, 해태델리 등에 총 30가지 제품을 납품하고 있다. 가장 인기 있는 제품은 미니단팥빵, 팬케이크 등이고 주요 협력업체는 파리크라상이다.

### 호성식품 OEM 납품 현황

거래처명	OEM 제품명
미니단팥빵	사니, 파리크라상, 뉴욕제과, 해태델리(특판용)
바움쿠헤	신라명과, 해태델리(특판용)
미니롤케이크	사니, 파리크라상, 신라명과
팬케이크	사니, 파리크라상, 신라명과, 해태델리(특판용)
잡쌀떡	파리크라상
식빵비스킷	파리크라상

한편, 매출은 95년 30억, 96년 60억, 97년 90억을 기록하는 등 매년 30억씩 꾸준히 늘고 있으며 올해 매출 목표를 100억으로 잡고있으나 IMF 한파로 달성 여부가 불투명하다.

호성식품은 현재 밤만주류를 소매점, 슈퍼마켓 등에 공급하고 있다. 이 업체는 마크로 분당점에 아로베이커리 3호점을 별도 법인으로 운영하고 있는데 45평 규모에 약 50여 가지의 제품을 즉석 제조·판매하고 있다. 1일 평균 매출은 약 200만원

수준이다.

### 호성식품 생산제품 가격

제품명	소비자 가격 (단위: 원)	비고
미니롤케이크	1,500	8개/1봉지
바움쿠헤	600	1개/1봉지
팬케이크	600	1개/1봉지
미니단팥빵	2,000	6개/11봉지
트윈단팥빵	500	2개/1봉지
테니쉬페이스트리	500	1개당
식빵비스킷	1,200	12개/1봉지



호성식품의 각종 생산 제품. OEM과 자체 유통을 병행하여 공급한다.

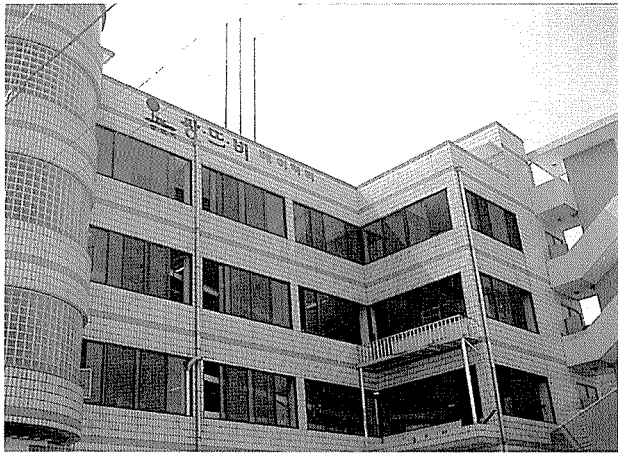
### 자체 유통에 주력, 제품개발실도 운영

인천 남동공단 2단지 내에 위치한 썬드비(대표 고희렬)는 92년 2월에 설립됐다. 생산직원은 58명, 관리직원은 14명이다. 생산공장은 대지 920평에 연건평 430평 규모이다. 연간 평균 매출은 약 15억 수준. 96년에는 20억, 97년에는 약 30억원의 매출을 달성했으며 올해 매출 목표는 아직 미정인 상태다.

이 업체는 호성식품과 달리 자체 유통과 OEM 사업을 7대 3의 비율로 전개하고 있다. OEM의 경우는 신라명과에 식빵과 마늘토스트를 공급하고 있으며 통밀식빵과 목화빵을 공급했던 우리밀 운동본부와는 협력 관계를 정리한 상태다.

자체 유통의 경우는 '썬드비'라는 브랜드로 일반 대리점이나 슈퍼마켓에 일반 단과자빵류와 보리빵 등을 공급하고 있으며 일부 백화점에도 들어가고 있다. 기존 브랜드인 '팡도르'는 정리한 상태다.

아울러 썬드비는 92년부터 전개해 오던 가맹점 사업을 매출 부진과 영세성을 이유로 지난해 5월 전면 중단하면서 총 50개에 이르는 가맹점도 모두 정리했다. 그러나 97년 2월 인천 구월동에 '깜파뉴'라는 상호명으로 1개 직영점을 오픈해 운영하고 있다. 14평 규모의 매장을 가지고 있는 테스트 점포인 셈이며 즉석 제조 판매를 통해 1일 평균 약 30만원대의 매출을 보이고 있다.



↑인천 남동공단안에 소재하고 있는 쌍드비 본사.

제품은 일반 단과자빵류와 식빵을 위주로 총 42가지가 있다. 다른 업체와는 달리 쌍드비는 자체에 제품 개발실을 두고 신제품 개발에 투자하는 것이 눈에 띈다. 제품가격은 구체적으로 밝히지 않았으나 “일반 자영제과점과 유명 양산업체 제품 가격의 중간 수준”이라고 이 업체 대표 고형렬 씨는 말했다.

한편, 쌍드비는 앞으로 OEM 협력업체 수를 지속적으로 늘리고 자체 가맹점 사업을 위한 준비도 경제상황의 추이를 주시해가며 진행할 예정이다. 아울러 향후 ‘건강 기능성 빵, 연령별 빵, 식사대용 빵’ 등의 세 가지 컨셉으로 제품을 개발해 나갈 방침이다.

### 이런 업체 저런 사업

제주도 용담 2동에 있는 우리식품(대표 강시현)은 78년에 법인을 설립했으며 제주지역의 빵 시장을 70% 이상 점유하고 있는 향토 기업이다.

종업원 수는 관리직이 4명, 생산직이 35명이다. 자체 유통과 OEM 사업을 병행하고 있으며 자체 유통에 힘을 쏟고 있다. 생산공장은 연건평 750평 규모로 연간생산 능력은 1일 3,000만 원 수준이다. 연간 평균 20~23억원의 매출을 올리고 있다.

자체 유통 사업은 슈퍼마켓, 편의점, 학교 매장, 관공서 매장 등에 제품을 공급하고 있으며 사니와 기린의 제주지역 총판을 담당하고 있다. 아울러 광주 및 호남지역에 있는 사니와 기린에 OEM으로 납품하고 있다.

주력제품은 일반 단과자빵류며 이밖에도 카스텔라, 소보로 빵, 앙금빵, 스펀지 케이크, 롤케이크, 파운드케이크 등도 제조·판매한다.

광주 광산구 안정동 소재 영일식품(대표 윤해성)은 1955년 10월에 설립된 향토 기업이다. 종업원 수는 240명인데 이 중 생산직이 160명이다. 생산공장은 대지 4,600평, 연건평 2,000평에 달해 다

른 업체보다 규모면에서 큰 편이다. 제빵 사업은 ‘에쁘르베이커리사업부’에서 담당하고 있다.

현재 이 업체는 약 150개의 광주지역 일반 슈퍼 및 대리점을 대상으로 제품을 공급하는 자체 유통 사업에 주력하고 있다. 이외는 별도로 ‘하모니베이커리’라는 상호로 빅마트, 해태마트, 화니마트 등의 광주지역 대형 유통점에 총 15개의 직영제과점을 운영하고 있으며 1일 평균 500만원의 매출을 기록하고 있다.

### 〈영일식품 최근 5년간 매출추이〉

93년	94년	95년	96년	97년
40억	50억	70억	80억	100억

제품은 도넛, 파베기, 붓세, 앙금빵, 자연발효식빵, 카스텔라, 조리빵, 옥수수식빵 등 총 60여가지에 이르며 자연발효식빵(2,500원)을 제외하고는 대부분 개당 500원으로 비교적 저렴하다.

최근 이 업체는 매출은 30% 증가했으나 IMF한파로 원부재료의 현금 구매 압박 및 어음 결제 기간이 단축돼 자금 운용에 다소 어려움을 겪고 있다. 향후, 원가 절감 및 베이커리형 양산빵을 활성화하는 데 주력할 방침이다.

OEM 전문 업체인 조지원 베이커리(대표 김기준)는 83년 7월에 설립됐으며 충남 연기군 조치원에 소재하고 있다.

이 업체는 지난 2월초 법원에 화의를 신청했다. 이같은 조치는 주 공급업체인 크라운베이커리(연간공급물량 약 150억원 규모)의 화의 신청에 따른 것으로 크라운베이커리가 재산보전 처분결정을 받아 회생 가능성이 높은 것으로 보인다.

한편 조지원베이커리의 생산 공장은 본동, 부속동을 합쳐 모두 연건평 860평에 이르고, 부속동에서는 주로 건과와 쿠키류를 제조하고 있다. 종업원 수는 생산직 100명, 관리직 7명, 출고·자체·설비 담당직이 20명이다. 생산제품 가지수는 총 150종이고 매출은 96년 72억, 97년 66억을 기록했다.

OEM 공급은 크라운베이커리, 독일빵집, 뉴욕제과에 일반 단과자빵류, 쿠키, 롤케이크, 스펀지 케이크, 카스텔라, 생과자류 등 약 20~45종을 공급하고 있다.

자체 유통은 2.5톤 배송차량 한 대를 이용해 가맹점, 청주지역, 조치원 등에 있는 유통점과 대학내 매장 7군데를 비롯해 일부 자영제과점에도 제품을 공급하고 있다.

이외에도 현재 ‘빠띠사보이’란 자체 브랜드로 유럽풍의 가맹점을 모집중인데 지난해 12월 청주 울량동에 14평 규모의 가맹 1호점을 오픈했다. 중앙공급식과 냉동생지를 병행하고 있으며 전체 제품 중 냉동생지 비율은 50%에 이른다. 1일 평균 매출은 약 60만원대이며 올해 10개의 가맹점 개점을 목표로 하고 있다.

전남 화순의 로즈베이커리(대표 김용주)는 95년 12월에 설립됐다. 종업원 수는 생산직만 120명, 관리직 7명이다. 생산공장은 최근 일본에서 30억원 상당의 멀티브레드라인을 들여와 설치했으며 대지 1,500평, 연건평 1,100평 규모다. 매출은 95년 30억원, 96년 40억원, 97년 50억원을 기록했으며 올해는 75억원을 목표로 잡고 있다.

이 업체에서 가장 눈에 띄는 것은 기존 업체들과는 달리 가격이 시장에서 유통되는 일반 양산빵보다 약 25~30% 높다는 점이다. 기존의 삼립과 사니 등이 석권하고 있는 전남지역 양산빵 시장을 고급제품으로 뚫겠다는 틈새시장 전략이다. 과거 가맹점 사업을 시도하기도 했으나 적자가 늘어나서 일찍 포기한 것도 이같은 전략을 강화시키는 계기가 됐다.

제품은 대부분 일반 자영제과점의 제품 수준과 맞췄으며 일반 단과자빵류, 카스텔라, 샌드위치, 도넛, 건과류 등 총 40여 가지가 있다. 100% 자체 유통만을 전문으로 하고 있으며 슈퍼마켓, 농·축협, 백화점 등 전남과 경북지역 총 60여개 유통점에 제품을 공급하고 있다.

현재 이 업체는 IMF 한파로 소비가 위축되고 매출이 하락하고 있어 생산라인의 거품 제거에 힘쓰고 있으며 구조조정을 통해 슬림화를 이뤄 불황을 극복할 계획이다. 중소형태의 사업을 유지하며 일정범위 내에서 지속적으로 시장을 공략해 나갈 방침이다.

충남 논산의 황산식품(대표 차상욱)은 올해 3월 27일에 설립된 소규모 양산 베이커리업체이다. 생산공장은 대지 300평, 연건평 200평 규모이며 종업원수는 생산직, 관리직 합쳐 6명이다. 제품은 생과자류, 건과류, 카스텔라를 생산하며 일반 빵류도 곧 추가할 예정이다. 이 업체는 자체 유통만을 하고 있으며 슈퍼와 백화점 상설 할인 매장에 제품을 공급하고 있다. 건과류를 주로 공급하는데 제품의 소비자 가격은 5개들이 한 봉지에 1,200원 10개들이 한 봉지에 1,500원이다.

이 업체 대표 차상욱 씨는 이미 오래전부터 논산지역에 있는 각종 양산 업체(공장면적 100평 이하)를 몇 개단위로 한 데 묶어 이들 업체에게 제품을 납품 받아 판매하는 중간 유통업자, 즉 총판의 역할을 통해 판매를 대행해 줬던 특이한 경력을 가지고 있다.

광주 소촌공단내 스콘베이커리(대표 박중배)는 96년도에 설립됐다. 종업원 수는 생산직 20명, 관리직 10명이며 생산공장은 대지 600평에 연건평 150평 규모다. 연간 생산능력은 12억원대. 연간 총 매출은 97년 3억을 기록했으며 올해 매출 목표는 10억이다. 제품은 우리밀운동본부에서 우리밀을 공급받아서 옥수수식빵, 건과류, 쿠키류, 일반 빵류, 각종 케이크류 등을 생산하고 있으며 제품 가지수는 총 150여종이다.

OEM은 전혀 하지 않고 있으며 광주지역 슈퍼마켓 등에 제품을 공급하는 자체 유통과 '스콘베이커리' 라는 상호로 가맹점 사업을 하고 있다. 중앙공급식과 냉동생지 공급을 병행하고 있다. 모두 가맹점 형태로 운영되고 있으며 96년에 광주 광산구 도산동에 가맹 1호점을 오픈했다. 현재 가맹점 수는 50개다.

인천시 주안에 있는 비엔씨베이커리(대표 양병수)는 96년 5월에 설립됐으며 총 종업원 수는 15명이다. 공장 평수는 80평으로 소규모 업체다. 연간 생산 능력은 300만개. 제품은 앙금빵, 소보로빵, 버터빵, 카스텔라 등이 있으며 개당 소비자 가격은 일반 단과자빵류가 220원이다. 자체 유통만을 하고 있으며 슈퍼마켓 등 50여 군데의 거래처를 통해 월 평균 5,000여 만원의 매출을 기록하고 있다.

김포 경희베이커리(대표 고경희)는 95년 12월에 설립됐으며 공장 평수는 150평이다. 앙금빵(3개/한 봉지 1,000원), 소보로빵(3개/한 봉지 1,000원), 크림빵 등의 일반 빵류와 카스텔라(2개 한 묶음 1,000원) 등을 일반 양산빵보다 30~40% 싼 가격으로 판매한다. 주 공급처는 재래시장, 슈퍼마켓, 백화점 등이다. 크리스마스에는 샌크림케이크와 버터케이크 등을 백화점에 약 100여개 정도 공급한다. 이 업체 대표인 고경희 씨는 제빵 기술자 출신으로 제과점을 경영하기도 했다. 생산 능력은 1일 3만개를 공급하는 수준.

한편 비엔씨베이커리나 경희베이커리 같은 업체들의 할인빵 출고가가 개당 160~200원으로 판매 마진은 적은 편이지만 지역 중하류층 소비자들의 반응이 좋아반품을 인정하지 않는다는 조건에도 불구하고 거래를 희망하는 소매점이 급증하고 있는 실정이다.

이들 업체는 생산품목을 4~5가지로 축소해 소품종 대량생산을 통한 저가격 출고가 가능하고 각 학교나 단체급식용 빵을 공급하는 등 판매망 확장에 주력하고 있다. 이처럼 틈새시장 전략을 구사하는 군소 양산 업체들의 할인빵이 큰 인기를 모으게 되자 소매점에서 판매되던 삼립, 사니 등 기존 양산빵은 물론 해당 지역 자영 제과점의 매출에도 적잖은 영향을 미치고 있는 것으로 알려지고 있다.

이밖에도 옥천의 미미제과(대표 박귀복)는 90년부터 건빵을, 대구 이팔리양과 뉴텔리는 가맹점 사업을, 대구 우리밀제과(대표 박화서)는 우리밀을 이용한 빵을, 경주 수연당제과(대표 허정미)는 74년 설립된 울산 호계동 팬더베이커리와 함께 법인체를 만들고 앙금빵, 도넛, 카스텔라 등을 학교매장, 각종 회사 단체 급식, 슈퍼마켓 등에 공급하고 있다.

한편, 안동에 소재한 한국제빵(대표 정윤걸)이 최근 양산빵 전문 할인매장을 수도권과 주요 광역도시에 오픈해 향후 귀추가 주목되고 있다. [계]

<글/ 강영주>