

## 빵 소비는 어디쯤 와 있을까

우리 속담에 꿩밥한 행동을 하거나 미운 털이 박힌 사람에게 곧잘 '국물도 없다' 라고 말한다. 식사 때마다 가장 기본적으로 나오는 국물조차 없다는 뜻이다. 한편으로 생각하면 국물이 우리 나라 먹거리의 가장 기본적이고 중요한 요소인 것을 잘 나타내주는 말이기도 하다.

70년대 이야기지만 세계적인 햄버거업체 맥도날드가 한국 상륙을 목표로 우리 나라 사람들의 식성을 조사했었는데, 그때까지만 해도 아직은 시기상조라는 쪽으로 결론이 났다고 한다. 그 원인은 한국 사람들의 식문화는 국물이 없이는 생각할 수 없다는 것이었다. 미국 대중문화의 상징이라고 할 수 있는 햄버거는 전혀 국물이 없는 대용식이기 때문이었다.


베이커리업계는, '빵의 소비를 늘리기 위해서는 식사를 대신할 수 있는 식사용 빵의 소비가 늘어나야만 한다'고 오래전부터 주장해 왔다. 어느 프랜차이즈업체가 '아침 식사는 빵으로' 라는 캐치프레이즈를 내걸고 식사용빵의 소비촉진을 기하기도 하면서 세간에 꽤 좋은 반향을 일으키기도 했으며, 업계는 식사를 대신할 수 있는 조리빵에 대한 신제품개발에도 많은 노력을 기울여 왔다.

그러나 아직도 국물이 없이는 식사를 못하는 세대가 많은 탓인지 빵을 간식이 아닌 식사를 대신할 수도 있는 준주식 정도로 생각하고 있는 사람도 적은 것 같다.

본지가 홈페이지 개설에 즈음하여 사이버 설문조사를 실시했다. 전국에서 골고루 참여한 숫자가 모두 8,489명. 이들중 응답을 잘못된 562명을 제외한 거의 8천명에 가까운 유효응답자 중에서 77%가 제과점에서 제품을 구입하는 목적을 간식용이라고 답했으며, 식사용이라고 응답한 사람은 14.5%에 불과했다. 즉 열명 중에서 1.5인 정도만이 빵을 식사로 대신하고 있다는 결과를 보여 주었다고 할 수 있다.

물론 이들 중에서 가끔은 하루 세끼중 한끼정도는 빵으로 식사를 대신하고 있으나 소비인식도면에서 빵은 곧 간식이라는 등식을 버리지 못하고 있는 경우를 감안해도 그동안 업계의 노력을 생각한다면 예상외의 응답이 아닐 수 없다.

연령별로는 결혼한 30대의 전문직에 종사하는 사람들이 빵으로 식사를 대신하는 경우가 평균치보다 높게 나타났으나, 10대 이하(85%)를 비롯해서 아직도 전 연령층에서 빵은 간식으로 구입한다는 응답이 높은 것으로 분석됐다. 그러나 이런 결과를 비관적으로만 생각할 것은 못된다. 오히려 빵식의 소비를 늘릴 수만 있다면 베이커리업계의 전체 시장이 늘어 날 수도 있다는 가능성을 나타낸다고도 할 수 있는 것이다. 만일 빵식을 하는 사람이 14.5에서 20%로 또는 그 이상으로 증가 했을 때 전체 시장의 볼륨은 크게 변하는 것이다. 그리고 그 숫자의 의미는 간식의 차원하고는 또 다르다. 식사를 대신하기 때문에 소비가 줄어들 우려가 별로 없다는 것이다. 간식은 줄여도 식사를 줄이는 법은 없기 때문이다.

우리가 갈 길은 여기서 명쾌하게 나온다. 빵식의 대중화를 위해 부단히 연구하고 노력해야 하는 것이다. 여러 가지 각도에서 방법을 연구해야 하겠지만 무엇보다도 소비자들이 빵으로 식사를 대신할 수 있다는 인식을 가질 수 있도록 알리고 홍보하는 작업이 중요한 일일 것 같다. 

홍성대 <편집장> sdhong@mbakery.co.kr