제과 프랜차이즈 업계

조직 내실파 VS 공격 경영파

지난해 제과 프랜차이즈 업계는 '가맹점 수익률 향상을 목표로 시스템 재정비에 나선 업체'와 '새로운 사업을 시작해 적극적으로 시장을 공격한 업체'로 나뉜다. 2가지 방향 모두 가맹점주의 점포 운영 만족도를 최고로 생각한다는 점에서 맥을 같이 하는 것이다.

글 · 김미선 기자

* 파리바게뜨

PARIS BAGUETTE

- ...시스템 재정비에 총력
- ...가맹점 수익률 극대화
- ...새로운 BI 작업 진행

지난 해 파리바게뜨는 뚜레쥬르, 신라명과 등 경쟁사가 사업 다각화와 새로운 모델 점포의 오픈으로 분주했던 것과 달리 별다른 움직임을 보이지 않았다. 하지만 겉으로 보이는 평온함과는 달리 내부적으로는 그 어느 해보다 치열한 변화를 겪었다.

파리바게뜨 마케팅팀 김현옥 차장은 "유해성 시비가 끊이지 않는 패스트푸드를 대체할 먹을거리로 제과가 각광받고 있다"며, "외형적인 변화에 신경쓰기보다 조직 내부의 시스템을 재정비해 가맹점 수익률을 극대화하는 것이 중요한 시점"이라는 의견을 밝혔다. 가맹점주의 점포 운영 만족도를 높여 수익성 높은 사업으로 이미지를 정착시킴으로써 점포수를 확장해나간다는 프랜차이징의 정석을 추구하겠다는 것이 파리바게뜨의 기본 입장.

파리바게뜨는 현재 새로운 SI(Store Identity) 작업을 추진 중이다. 여러 개의 점포 모델을 내놓고 시장에서 테스팅하고 있으며, 앞으로도 여러 가지 모델을 추가 개발할 계획이다.

* 크라운베이커리

CROWN BAKERY

- ...매장 리뉴얼 통해 선호적 이미지 구축
- ... '제품' '인테리어' '서비스' 3대 혁신과제
- ...홈페이지 리뉴얼, 온라인 쇼핑 강화

크라운베이커리 매장은 지난해부터 매장 리뉴얼이 한창이다. 직영점부터 전국 매장에 대해 순차적으로 실시하고 있는 이번 리뉴얼을 통해 기존의 'Old'한 브랜드 이미지를 '정통'이라는 긍정적인 이미지로 바꿔나갈 계획. 지난해 초 '노후한 가맹점 관리 시스템을 2~3년 동안 장기적 안목을 갖고 혁신해나가겠다'고 발표했으나, '진행 중'이라는 답변만 있을 뿐 별다른 움직임은 아직까지 눈에 띄지 않는다.

크라운베이커리는 올해 목표를 '가맹점 리노베이션(Renovation)'으로 정했다. 이를 위해 제과점 3대 기본 과제 '제품' '인테리어' '서비스'를 새롭게 하는데 사업의 역점을 두기로 했다. 이를 위해 지난해부터 진행 중인 매장 리뉴얼 작업을 조속한 시일 내에 마무리 짓고, '전원 속으로' 시리즈를 품목 및 품질면에서 충실화해 요즘의 웰빙 트렌드에 발맞추기로 했다. 또 눈에 보이지 않는 부분에서의 경쟁력 강화가 더욱 중요하다고 판단하고 무엇보다 '서비스' 강화에 주력하기로 했다.

온라인 케이크 사업에서 국내 최고를 달리고 있는 크라운베이커리는 올해 안에 홈페이지 리뉴얼 작업을 완결해 꾸준히 증가하고 있는 이 부문 매출에 박차를 가하고 군부대 · 급식 등의 특판 영업 강화 등 다양한 판로를 개척하는 마케팅에 적극 나설 것으로 보인다.

* 뚜레쥬르

Tous Les Jours

- ...식품서비스군 새 대표 취임, 공격 경영 가속화
- ...카페뚜레쥬르 출점 중단, 뚜레쥬르의 카페뚜레쥬르화
- ...녹황색 야채 테마 새 제품라인 추진

지난 해 1월 런칭한 중대형 복합점포 '카페뚜레쥬르'는 직영점과 가맹점을 합쳐 1년 만에 9개점을 오픈했고, 100평 이상의 대형 점포 투썸플레이스는 서울 강남역에 2호점을 오픈했다.

뚜레쥬르의 공격 경영은 올해 더욱 가속화 될 것으로 보인다. CJ(주) 식품서비스군 대표로 외식업계 전문 CEO 정진구 씨를 영입, 고객 접점에 있는 베이커리와 외식사업에의 집중 투자를 공식 선언하고 나섰다. 뚜레쥬르는 CJ(주) 식품 · 음료 부문과의 협조를 통해 스프, 샐러드 등의 식사대용 메뉴는 물론 음료 등의 디저트 부문을 강화할 계획이다.

뚜레쥬르의 점포 컨셉도 한층 업그레이드될 것으로 보인다. CJ(주)베이커리사업부는 "수익구조가 취약한 카페뚜레쥬르의 출점을 잠정 중단시키고 일반 뚜레쥬르 매장 전체에 카페뚜레쥬르의 컨셉과 BI를 적용하겠다"는 계획을 밝혔다. 기존 점포는 싸인판 · 포장재 등의 BI 교체 작업을 진행하고, 신규 점포는 매장 규모를 20평 이상으로 한정할 계획이다.

올해 대학로, 압구정동에 추가로 3개점을 오픈할 계획인 투썸플레이스는 점포 모델을 50평 정도의 중대형으로 축소해 기동성 있는 출점이 가능하도록 했다.

뚜레쥬르는 올해의 제품 컨셉으로 '기본 빵의 충실화와 식사대용 빵의 다양화'를 꼽았다. 최근에는 웰빙 열풍을 반영해 '녹황색 야채'를 테마로 한 새로운 제품군에 대한 런칭 준비를 마쳤다.

* 신라명과

SHILLA MYUNGGUA

- ...새 점포 모델 수익성 검토 완료
- ...냉동생지 바팅 소규모 테이크아웃점 준비
- ...수제초콜릿 전문샵 오픈

신라명과는 지난해 삼성동 아셈(ASEM) 매장에서 검증된 점포 모델에 따라 기존 매장 리뉴얼과 신규 매장 오픈에 정신없는 일년을 보냈다.

식음료 전시회 및 가맹점주 설명회를 통해 고급화된 신라명과의 모습을 적극 홍보한 결과 일년 만에 30개 매장을 신규 오픈했다. 신라명과 마케팅팀 조휘열 팀장은 "고급스러운 멀티샵 개념을 도입한 결과 10평 정도 소규모 매장의 하루 매출이 100만 원에 달한다"며, "가맹점 수익률을 최우선 과제로 하는 프랜차이즈 업체로서 새 점포 모델은 일단 시장에서 합격점을 얻었다"고 자평했다.

신라명과는 올해 새로운 형태의 사업에 진출한다. 생지 사업의 강화 차원에서 자사 냉동생지 브랜드 '보시엘드파리'를 공동 브랜드화 하는 소규모 테이크아웃 전문매장을 추진 중인 것. '보시엘드파리'는 신라명과의 냉동생지를 제품으로 활용해 생산성을 높이고 커피 등 음료를 가미한 점포다. 신라명과는 '보시엘드파리'를 대도시 중심으로 출점해 200개점까지 늘릴 계획이다.

올해에는 고급 수제초콜릿 '라비두스'의 로드샵 진출도 더 이상 미루지 않을 전망.

* 고려당

KORYO DANG

2003년은 고려당 반세기 역사에 남을 해였다. 지난 해 9월 (주)뉴욕제과는 '고려당' 상호를 인수하고 새로운 법인을 설립했고, 고려당 성남공장은 지난 해 7월 부동산 컨설팅 업체에 56억원으로 낙찰됐다.

(주)뉴욕제과는 200여개의 기존 고려당 가맹점을 자사가 보유하고 있던 제과 브랜드 'Peltier'로 상호를 변경하고 새로운 BI로 리뉴얼 작업을 진행 중이다. 고려당 인수와 동시에 의욕적으로 제과 프랜차이즈 사업에 뛰어든 (주)뉴욕제과의 한 관계자는 현재의 사업 상황에 대해 "답보상태"라 밝혔다. 가맹점 확대가 불경기라는 복병에 부딪혀 난관에 부딪힌 탓이다.

(주)뉴욕제과는 일단 기존 가맹점에 대한 리뉴얼 작업을 조속한 시일 내에 완료하고, 경기 동향을 살피면서 조심스럽게 사업을 전개해 나갈 계획이다.

2003년 제과 프랜차이즈 업계는 '가맹점 수익률 향상을 목표로 시스템 재정비에 나선 업체'와 '새로운 사업을 시작해 적극적으로 시장을 공격한 업체'로 나뉜다.

업계 1 · 2위인 파리바게뜨와 크라운베이커리는 지난해 제품과 수익률 면에서 자사 가맹점이 경쟁력을 갖출 수 있도록 노후한 관리 시스템을 재정비하고 가맹점에 대한 지원을 대폭 강화하는 데 사업의 초점을 맞췄다. 반면 무서운 기세로 이들을 추격하고 있는 뚜레쥬르는 카페뚜레쥬르, 투썸플레이스를 통해 계속해서 새로운 시도를 선보였다. 신라명과 또한 "고객의 취향에 맞게 발 빠르게 움직이지 않으면 도태된다"는 마인드로 빵의 가짓수는 줄이고 조각케이크, 샌드위치, 커피, 초콜릿 등 부메뉴를 충실히 갖춘 고급스러운 멀티샵 출점에 총력을 기울이고 있다.

올해도 프랜차이즈 시장의 이러한 경향은 지속될 것으로 보인다. '시스템 재정비'와 '멀티샵으로의 전환' 2가지 모두 가맹점 수익률을 극대화해 프랜차이즈 사업을 공고히 한다는 데 뜻을 함께 하는 것이다. 냉동생지사업이나 특판 영업을 강화하는 것 또한 수익성을 높이는 방안으로 프랜차이즈 업체의 관심이 증폭되는 부문이다.

프랜차이즈 업체 점포수 및 매출액 현황은 일부 업체의 자료 미공개로 전체 업체에 대한 정보를 게재하지 못한 점 양해바랍니다.