

## 해외업계동정

네덜란드 제과점은 2년전보다 101개가 줄어든 3,140개 정도로 슈퍼마켓에서 판매하는 빵에 밀리고 있다.

현재 빵 시장을 주도하고 있는 슈퍼마켓 헤이즌사의 경우 냉동 생지, 가스 포장 빵, 유통 기한 연장 빵 등 다양 제품으로 시장을 확대하고 있다. 앞으로 슈퍼마켓의 영업 시간 제한이 완화될 예정이어서 시장점유 격차가 더욱 심해질 전망이다.



헤이즌사는 슈퍼마켓 앞에 독립 매장을 설치해 냉동생지, 유통기한 연장 빵으로 시장을 확대하고 있다.

# 네덜란드 빵 시장 슈퍼마켓이 주도

## 냉동생지, 유통기한 연장 제품 등으로 공략

다른 북유럽 국민들보다 네덜란드 국민들은 평균 1년에 개인당 60kg을 소비할 정도로 빵을 즐긴다. 그러나 제과점 수는 줄어드는 추세에 있다. 네덜란드 제과협회에 따르면 작년 네덜란드의 제과점 수는 2년전보다 101개가 감소한 3,140개로 집계됐다. 이는 시장 점유에서 슈퍼마켓에 밀리는 결과로 이어졌다.

### 2년전보다 제과점 감소, 슈퍼마켓이 빵 시장 59% 점유

현재 빵 시장을 주도하고 있는 슈퍼마켓은 각 점포 앞에 독립 매장을 두어 빵을 만들어 팔던 예전의 방식에서 탈피, 하나의 중앙 공장에서 각 체인 점포로 빵을 공급하는 추세를 보이고 있다.

현재 네덜란드에는 7,500개의 슈퍼마켓이 있는데 이는 인구 2,000명당 1개에 해당한다. 93년에 슈퍼마켓은 전체 빵의 59%를 점유하고 있는 반면 제과점은 35.1%, 호텔·레스토랑 등이 5.9%를 점유하고 있다. 과자쪽도 시장은 비슷해 슈퍼마켓이 59%를, 제과점이 31%, 역시 호텔·레스토랑, 식품점 등이 10%의 점유 형태를 보이고 있다.

제과점의 시장 점유율이 감소했지만 다른 분야의 전통적인 신선 식품보다는 사정이 괜찮은 편이다. 정육점과 채소 가게가 단지 25%의 점유율을 보이고 있기 때문이다.

네덜란드가 1인당 1년에 60kg의 빵을 소비할 정도로 안정적인 시장 기반이 형성되어 있긴 하지만 전통적인 신선빵 시장은 하락 국면에 있다. 생산 규모가 약 15% 정도 과잉되어 있기 때문이다. 향후 몇 개 업체가 파산하면서 조정국면을 거치리라는 전망이 우세하게 제기되고 있다.

네덜란드 최고의 슈퍼마켓 업체는 알버트 헤이즌사다. 이 회사는

식품시장의 27%, 빵 시장의 24%를 점유하고 있다. 그런 만큼 다른 업체들은 헤이즌사의 거취에 주목하며 이에 맞춰 앞으로의 영업 전략을 세우려고 한다.

네덜란드 소비자들은 다양한 형태로 빵을 구입한다. 이에 부응하듯이 회사는 '주말용 빵(Weekend Bread)'이라 하여 주말까지 유효한 제품을 판매한다. 냉동생지, 가스포장빵을 제공, 선택의 폭을 넓히고 있다. 이는 빵 굽기의 완성이 가정에서 완료된다고 판단하기 때문이다.

### 슈퍼마켓, 냉동생지, 가스포장빵, 유통 기한 연장 제품으로 공략

헤이즌사의 자체 조사에 따르면 대형 빵의 40% 이상이 가정에서 냉동 상태로 보관되고 필요에 따라 녹여서 이용된다. 그러나 냉동생지나 롤 빵, 소형빵 등이 꾸준히 인기를 모을 것이라고 이 회사는 믿고 있다. 이런 종류의 제품은 유효기간이 8일이나 된다.

헤이즌사는 지금 매장 분위기를 바꿔 매일 신선한 빵을 제공하고 있다는 이미지를 전달하려 한다. 이는 실제 제과점의 분위기를 연출함으로써 일반 제과점에 비해 신선도가 떨어진다는 이미지를 불식시키고자 함이다.

제과업계에서 헤이즌사는 유럽 최대의 지위에 있지만 다른 나라와 달리 영업 시간의 제약을 받고 있어 이웃 나라들을 부러워한다. 네덜란드에서는 일주일에 55시간 이상 영업을 하지 못한다. 일요일에도 영업을 하려면 특별 면허를 취득해야 하기 때문이다. 그러나 헤이즌사는 이런 제한이 곧 완화되리라고 믿고 있다. 현재 의회에서 영업시간 연장에 관한 안이 상정돼 있다. 그렇다 하더라도 일요일 영업을 힘들 것으로 보인다. 