

오비스 보스케(Ovis Boske)라는 회사는 40여년의 역사를 가진 네덜란드의 호밀빵 제조업체다. 이 회사는 호밀빵의 소비가 감소하자 약 7년 전부터 경영전략을 새롭게 세웠다. '틈새시장'을 생존을 위한 새로운 시장으로 삼고 역량을 집중하기로 한 것이다.

이 회사의 공장은 네덜란드 남부 로에르몬트(Roermond)에 있다. 이 곳은 통합 유럽의 중심인 마스트리히트에서 얼마 떨어지지 않은 곳이다. 통합 유럽이라는 새로운 시장 환경 속에서 사업을 전개하기에 아주 적합한 곳이다.

보스케사는 지리적인 이점을 십분 활용, 사업방향을 '틈새 상품의 다국적 공급자'로 정했다. '틈새 상품'은 국내뿐만 아니라 해외에서도 상당한 부가가치를 올릴 것으로 보았기 때문이다. 따라서 보스케사는 호밀빵 생산량을 더 이상 늘리지 않고 틈새 상품의 생산자와 소비자를 연결해주는 '중개자'로서의 역할에 주력하고 있다. 프랑스산 브리오슈 등 품질면에서 가장 앞서 있는 각국의 대표 상품을 대량으로 구입하고 시기 적절하게 수요


자에게 공급한다. 이들 제품은 보스케사의 브랜드가 붙어 있다. 초기 네덜란드와 스칸디나비아 반도에 판매한 프랑스산 크로아상은 현재 벨기에, 영국, 이탈리아, 스웨덴에서 시장점유 순위 8위를 달리고 있다. 유럽 전역에 걸쳐 보스케의 상품이 팔리고 있는 것이다. 한편 현재 보스케사의 상품은 베네룩스 3국에서 전체의 60%가 팔리고 있다.

보스케의 상품은 상온, 냉장, 냉동 등 3가지 형태로 유통된다. 호밀빵, 바게트, 브리오슈, 크로아상, 네덜란드 과일빵, 토티어(tortilla; 멕시코 전통 빵) 등은 상온 상태로 유통되고 마늘 바게트, 토티어 등은 냉장 상태로 유통된다. 냉동상태로 유통되는 것은 마늘 바게트, 도넛, 머핀, 미국 쿠키, 베이글, 데니시 페이스트리 등인데 그 범위가 더욱 넓어 지고 있다.

각국에서 들어온 제품들은 로에르몬트에 있는 창고에 보관되는데 이 창고에는 새로운 보관 시스템이 구축돼 있다. 이 시스템은 폭넓게 시간과 온도를 조절할 수 있는데 이를 통해 상품은 안전하게 보관되어 소비자에게 이상 없이 전달되는 것이다.

보스케사의 대표적인 상품이었던 호밀빵은 현재 전체 매출의 30%에 지나지 않는다. 이는 다른 분야의 매출 확대를 의미한다. 보스케사는 호밀빵 분야에 대한 투자 대신 새로운 '틈새 상품'을 찾는데 매달리고 있다. 몇년 전부터 새롭게 떠오른 상품은 멕시코 전통빵인 '토티어'다. 이 상품은 멕시코 레스토랑의 수가 증가하고 슈퍼마켓에서 관심을 높이고 있어 유망한 '틈새상품'으로 평가받고 있다.

보스케사는 미국산이 주류였던 토티어를 3년 전부터 수입하기 시작했고 이에 곁들이는 소스를 개발했다. 지난해 1월에는 로에르몬트에 420만 달러를 투자, 자체 생산공장을 설립했다. 현재 보스케사는 상온 및 냉장 상태로 유럽전역에 토티어를 공급하고 있다. 또한 역시 멕시코 전통음식인 타코를 대체할 만한 상품으로서 토티어를 이용한 다양한 음식을 소개하는 소책자도 함께 공급하고 있다. 현재 15cm, 20cm, 25cm, 30cm 등 4종류가 있으며 유럽 10개국에서 판매된다.

지리적인 이점을 이용한 보스케사의 '틈새시장 두드리기'는 유럽 통합의 속도에 따라 그 강도를 더해갈 것으로 보인다. 

네덜란드 한 베이커리업체의 생존전략

'틈새 시장'을 찾아라

보스케사의 토티어제품에는 이를 이용해 만들 수 있는 다양한 제품에 관한 소책자가 함께 들어가 있다.

