

프랜차이즈업체 97년 사업 계획

지난해보다 35% 늘어난 4,406억원 목표

지난해에 이어 냉동생지, 생크림케이크가 더욱 활성화될 전망이다.

시장환경의 변화로 경쟁양상이 새롭게 전개될 것으로 보인다.

업체간 매출순위 변동도 조심스럽게 예측되고 있다.

〈매출 · 점포 부분〉

‘제 2의 경쟁 라운드’가 도래했다고 한다. 대기업의 잇따른 진출, 할인 베이커리 및 해외합작 점포의 확산 등 지난해 두드러졌던 변화의 조짐이 올해엔 더욱 구체화되리라는 전망이다. 새로운 복병으로 업계가 들쭉인다. 시장재편이 예상된다. 업체마다 ‘비장한’ 기운마저 감돈다. 그래서인지 업체마다 의욕적으로 목표를 늘려 잡았다. 현 시장을 포화상태라 진단하면서도 업체들이 내놓은 계획은 이를 무색케 한다.

‘비장한’ 기운 속에 전열 재정비

8개 프랜차이즈업체의 올해 매출 목표액은 96년 결산액보다 1,146억원이 많은 4,406억원으로 잡혔다. 96년보다 35% 늘어난 수치다. 그러나 목표액이 100% 달성되지는 않을 것으로 보인다. 지난 2년간 목표 대비 실제 달성률을 보면 88%에 불과하기 때문에 약 3,900억원 정도에서 마감될 것으로 예측된다.

매장 개설 목표수는 720개다. 이것도 역시 전부 달성되지는 않을 것이다. 지난 2년간 목표 대비 실제 달성률이 매출과 마찬가지로 88%다. 따라서 실제로는 640개 정도가 문을 열 것으로 보인다.

또한 폐점수를 고려한 순수 점포 증가수는 이보다 더 적을 것이다. 현 점포수에 대한 폐점률이 약 11% 정도로 나타나는데 이 비율을 96년 총 점포수 2,240개에 곱하면 약 245개의 폐점수가 나온다.

따라서 640개에서 245개를 뺀 395개가 순수하게 증가한 점포수에 근접할 것으로 예측된다. 지난해 순수 점포 증가수는 317개였다.

크라운베이커리는 지난해의 ‘부진’을 씻고 올해를 새로



▲ ▶ 파리크라상의 맹추격으로 올해 크라운베이커리와 파리크라상의 선두 다툼이 치열해질 전망이다.

운 도약의 시기로 잡았다. 지난해보다 47% 신장된 1,400억원의 매출을 올린다는 방침이다.

이를 위해 영남 70개, 호남 30개, 수도권 50개 등 150개의 매장을 추가로 개설할 계획이다. 공격적인 점포전개가 예상된다.

파리크라상은 완급조절에 나섰다. 줄곧 45%의 이상의 신장률을 보였던 파리크라상은 올해 다소 떨어진 37% 신장률에 1,150억원의 매출 목표를 잡았다. 매장은 140개를 개설할 예정이다.

지난해 내실위주의 영업에 주력했던 고려당은 올해에도 이를 이어갈 방침이다. 지난해보다 11% 신장한 600억원의 매출이 목표이고 매장은 100개 정도 개설할 예정이다.

신라명과는 '고속 드라이브' 정책의 강도를 높였다. 지난해 36% 신장률보다 훨씬 상회하는 51% 신장 목표로 660억원의 매출을 올릴 생각이다. 매장 개설 목표도 150개로 의욕이 넘친다. 서울, 경인지역엔 대형매장 개설에 주력하고 지방의 경우 물류 효율을 고려해 입점할 방침이다.

〈표4〉 주요 프랜차이즈 업체 97년 매출 및 매장개설 목표

업체명	매출목표(억원)	매장개설목표(개)	목표매출신장률(%)
크라운베이커리	1,400	150	47
파리크라상	1,150	140	37
고려당	600	100	11
신라명과	660	150	51
뉴욕제과	270	40	17
독일빵집	120	50	17
동류제과	140	50	47
빵드비	66	40	6
계	4,406	720	35



올해를 기점으로

프랜차이즈업체간의 매출순위 변동이 거세질 것이라는 전망이 제기되고 있다.

파리크라상, 신라명과, 동류제과의 행보가 주목된다.



이밖에 타업체들은 힘겨운 여건을 반영하듯 목표를 높게 잡지 않았다. 그러나 동류제과는 47% 신장이라는 고성장을 목표로 하고 있다.

지난해 속초공장 완공에 이어 부산공장 증설 그리고 올해 2월 김해공장 완공으로 생산기반을 구축하고 본격적으로 매출 확대에 나설 것이기 때문이다.

올해 말 매출순위 변동 예상

한편 올해를 기점으로 프랜차이즈업체간의 매출순위 변동이 거세질 것이라는 전망이 제기되고 있다. 먼저 파리크라상의 행보가 관심거리다.

크라운베이커리가 지난해 부진을 씻기 위해 의욕적으로 사업목표를 잡았지만 파리크라상의 도전도 만만치 않을 것으로 보인다.

고려당과 신라명과의 관계도 주목된다. 신라명과의 올해 목표가 고려당보다 앞서 있기 때문이다. 고려당이 자리를 지킬지 신라명과가 3위로 올라설지 관심이 모아진다. 또한 동류제과도 독일빵집보다 매출 목표를 늘려잡아 주목된다.

〈생산·마케팅 부분〉

프랜차이즈업체들은 지난해에 이어 냉동생지, 생크림 케이크를 더욱 확대할 예정이다.

시장환경의 변화에 따라 다브랜드 전략의 강화와 점포 컨셉의 변경 등도 눈에 띈다. 매체광고와 함께 이벤트를 통한 소비자 직접 접촉도 활발해질 전망이다.

냉동생지, 생크림케이크 계속 확대

크라운베이커리는 냉동생지를 식빵류, 유럽빵류로 확대해 품목수를 늘려 전체 제품의 20%까지 늘릴 예정이다. 생크림케이크도 더욱 확대할 방침이다. 특히 생크림케이크 자동화 라인을 설치, 물량을 크게 늘리기로 했다. 또한 아이스크림 제품을 기존 데리골드에서 호주의 '피터스 앤 브라운사'로부터 OEM 방식으로 납품을 받아 판매하며 브랜드를 다각화해 저가, 고가 브랜드를 새롭게 개발한다

는 계획도 갖고 있다.

파리크라상은 올해를 정상 도약의 교두보로 삼고 있다. 남보다 앞서 생크림케이크 생산에 주력해온 파리크라상은 올해 이의 비중을 더욱 늘리고 품질과 디자인을 개선할 방침이다. 또한 차별적인 제품 개발과 다양한 이벤트 전개로 브랜드 이미지를 강화한다는 구상이다. 가맹점 확대에 따라 생산 물량을 늘리기 위해 성남에 제 3공장을 세울 계획도 갖고 있다.

고려당도 냉동생지를 40%까지 늘리고 생크림케이크 생산 설비를 보완할 방침이다. 점포컨셉 변경도 검토하고 있다. 씨틴씨티의 품목을

접목한다는 것이다. 동시에 씨틴씨티의 직영점수를 줄이고 가맹사업을 전개할 예정이다. 구체적인 일정은 아직 잡혀있지 않은 상태다.

400여종에 이르는 제품수도 재정비, 어린이 주부 성인 등 대상에 맞는 제품군으로 나눠 관리할 예정이다. 또한 지난해 뜸했던 매체광고를 대폭 늘리되 기존 컨셉을 변경한다는 구상도 갖고 있다.

신라명과도 냉동생지와 생크림케이크 강화에 목표를 두었다. 냉동생지를 51%까지 늘리고 생크림케이크 물량 확대와 안정적인 공급에 주력하기로 했다. 매체광고도 이부분을 집중 부각할 생각이다.

또한 제품차별화 전략의 일환으로 지난해 말 개발한 쉬폰케이크 판매에 주력하는 등 빵류와 케이크의 매출구성 비율을 4:6으로 조정, 고부가가치 상품 판매에 역점을 두기로 했다. 쉬아브, 봉가또 등 기존 다브랜드 전략도 더욱 강화, 시장환경 변화에 대처할 방침이다.

독일빵집은 매출부진 타개를 위해 제 2 브랜드를 도입할 방침으로 있어 관심을 모은다. 3월경 구체적인 윤곽이 드러날 것으로 알려졌다. 기존 라디오 광고 횟수도 지난해보다 늘리기로 했다.



▲ 프랜차이즈업체들은 각자마다 냉동생지, 생크림케이크 비중을 높이고 이를 위해 시설보강에 나설 예정이다.

동규제과도 김해공장 준공을 계기로 새로운 점포 컨셉을 선보일 예정이다. 빵드비는 가맹점의 베이킹 오프 설비 확대를 통해 냉동생지를 활성화하고 해외투자도 고려하고 있는 것으로 알려졌다.

독자적 점포체제 확립으로 대기업 진출 대비

이렇듯 각 업체들마다 시기의 중요성을 인식하고 의욕적으로 사업계획을 세웠지만 업체간의 명암이 엇갈리면서 상위 4사의 매출이 전체 프랜차이즈업체 매출액에서 차지하는 비중이 더욱 커질 것이라는 전망이 나오고 있다. 지난해 매출결과를 보더라도 상위 4사의 매출이 8개 업체 매출의 85%에 육박하고 있어 이런 전망을 뒷받침한다.

한편 잇따른 대기업의 진출에 대해 각 업체들은 우수한 입지 선점과 그동안의 점포운영 노하우를 최대한 살려 독자적인 점포운영 체제를 확립해야 할 것이라고 입을 모으고 있다. 이와 관련 한 업체 관계자의 말은 시사하는 바가 크다.

“공생을 위해 전략적 제휴가 필요할 것이다. 약체 업체가 도산할 경우 대기업이 이를 인수, 이 시장에 뛰어들 가능성이 높기 때문이다.”

“

프랜차이즈업체들은 지난해에 이어

냉동생지, 생크림케이크를

더욱 확대할 예정이다.

시장환경의 변화에 따라

타브랜드 전략의 강화와 컨셉의 변경 등도

눈에 띈다.

”