

'97 베이커리업계 10대 뉴스

그 어느때보다 불경기의 찬 바람이 거센 한 해였다. 그 와중에서 가나안베이커리, 동큐제과가 부도를 냈고 독일빵집은 크라운베이커리에 인수됐다. 그럼에도 불구하고 인스투어 베이커리는 더욱 확산됐고 제일제당 등 대기업의 신규 진출도 잇따랐다. 이에 따라 베이커리 시장의 대대적인 구조조정이 예고되고 있다. 숨 가쁘게 달려온 베이커리 업계의 한해를 결산했다.

□글/손인수

1. 제과점 매출 사상 최악... 불경기 심화

지난해 하반기 이후부터 두드러지기 시작한 전반적인 경기 부진은 올해 들어 잇따른 대기업의 도산으로 더욱 심화되었다. 이에 따라 베이커리 업계도 불황의 찬 바람이 그 어느 때보다 매서웠다는 평이다. 본지가 지난 5월 전국 주요 재료도매상의 올 상반기 제과점 공급 물량을 조사한 바에 따르면 서울, 경기, 인천 등 수도권이 20%, 부산 20%, 대구 35%, 광주 15%, 대전 25%, 충남 20%, 충북 15%, 경남· 경북· 전남· 전북 각 30%, 강원 20% 등 전국적으로 평균 20%의 매출 감소를 나타냈다.

이는 제과점의 매출 부진을 직접적으로 반영한 결과로써 이같은 상황은 시간이 지나면서 더욱 악화되었다는 분석이다. 이에 따라 제과점 폐업이 속출하는 등 성숙 단계에 있는 베이커리 시장의 구조 조정이 빠르게 진행될 것으로 보인다.



2. 가나안, 동큐, 삼립 등 잇따른 부도 사태

올해에는 베이커리업체 및 양산업체의 부도가 이어져 충격을 안겨주었다.

올초 1월 가나안베이커리가 몇 차례 주인이 바뀌는 우여곡절 끝에 결국 최종 부도를 내고 업계에서 사라진 뒤 4월에는 동큐제과 역시

부도를 냈다. 특히 동큐제과는 부도가 나기 한 달전에 경남 김해에 1,000평 규모의 신공장을 건설하고 의욕적으로 사업을 추진하고 있던 중이라 더욱 충격적이었다.

5월에는 국내 양산제빵업계의 선두주자인 삼립식품이 부도를 내는 사태를 맞았다. 이와 함께 대표적 원부재료 업체인 삼립유지, 삼립테코도 동반 부도를 냈다. 그러나 삼립식품, 삼립유지는 법원으로부터 법정관리 전 단계인 재산보전처분 결정을 받아 회생의 기회는 남아있는 셈이다.



3. 프랜차이즈업체 다브랜드 전략으로 할로 모색

할인점, 백화점의 확산으로 유통환경이 변화함에 따라 프랜차이즈 업체들은 대형유통 시장 공략과 다양한 소비 욕구에 부응하기 위해 단일 브랜드에서 다브랜드 전략으로 선회하는 모습을 보였다.

고려당이 '쌍클루' 라는 브랜드를 새롭게 선보임과 동시에 고려당의 보조 브랜드로 '내추럴 베이커리' 를 개발했다. 고려당 계열사인 고려스낵도 대형 유통점 공략 브랜드로 '라파리잔느' 를 소개해 시선을 끌었다. 뉴욕제과는 베이글 전문점 브랜드인 '뉴욕 베이글' 점포를 개설했고 크라운베이커리에 인수된 독일빵집은 직영점 브랜드 '브로첸' 과 가맹점 브랜드 '저먼 베이커리' 를 각각 개발했다.

이에 따라 지금까지 단일 브랜드로 이미지 제고와 가맹점 확산을 꾀하던 이루어졌던 업체간 경쟁이 대형유통시장 공략을 위한 경쟁으로까지 확대될 것으로 보인다.



5. 인스토어 베이커리 확산으로 베이커리 시장 구조 재편

백화점, 할인점, 대형 슈퍼마켓 등 대형 유통점안에 입점한 인스토어 베이커리가 크게 확산되고 있다. 이들 인스토어 베이커리는 규모나 매출면에서 인근 중소 제과점에 커다란 위협 요소로 작용하고 있다.

현재 인스토어 베이커리는 일반 제과점수에 비해 수적으로 아직 미미한 수준이지만 향후 베이커리 업계의 태풍으로 등장하리라는 전망이다. 기존 유통업체들이 분점 개설에 박차를 가하고 있고 현대, 삼성, 대우, LG 등 재벌들도 유통시장에 신규 진출하는 등 향후 대형 유통점이 크게 늘어날 것으로 보이기 때문이다.

이에 따라 인스토어 베이커리도 그 수가 늘어나 기존 베이커리 시장 구조를 빠르게 재편할 것으로 전망된다.



6. 대기업 제일제당 베이커리사업 진출...대파란 예고

제일제당이 결국 대대적인 베이커리 사업으로 가닥을 잡고 사업을 추진해 업계가 바짝 긴장했다. 제일제당은 냉동생지 사업에 주력하는 대신 자사 명예퇴직자 위주로 20개 내외의 테스트 점포를 개설하기로 한 당초의 입장에서 선회해 가맹점 '뚜레쥬르' 를 올해 10여 개, 내년에 100개 가까이 늘리기로 한 것으로 알려졌다.

이를 위해 제일제당은 지난 11월 11일 충북 음성 대소공단의 제일제당 대소공장에 자체 공장을 설립하고 빵류 냉동생지를 생산하고



4. 생크림 진짜 가짜 논쟁 파문

크라운베이커리가 지난 4월 신문과 TV에 '경쟁사 및 자영제과점의 생크림 케이크는 식용유로 만든 가짜다' 라는 요지의 광고를 내보내자 업계는 생크림 논쟁으로 한바탕 소동이 벌어졌다.

광고가 나가자 대한제과협회는 크라운베이커리에 강력히 항의했고 급기야는 파리크라상의 공정거래위 제소로 이어졌다. 결국 이 논쟁은 7월 22일 공정거래위원회가 파리크라상의 제소건에 대해 크라운베이커리에 사과 광고 명령을 내림으로써 일단락됐다.

이에 대해 업계 관계자들은 제품의 차별성을 부각시키는 것이 지나쳐 차질 근거 없는 주장으로 업계 전체에 악영향을 끼치는 일이 더 이상 반복되어서는 안될 것이라고 입을 모았다.

있다. 이 업체는 베이커리 사업외에도 단체급식업체, 패밀리 레스토랑 등에도 냉동생지를 판매할 예정이다.



진대회의 경우도 124개가 줄어 든 335개의 작품이 출품돼 전반적인 경기부진의 영향을 받은 모습이었다.

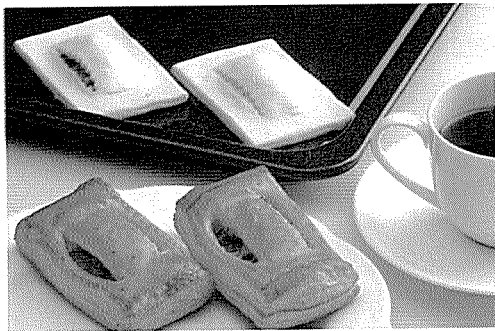
그러나 올해 열렸던 다른 전시회의 경우도 규모가 대폭 축소된 것을 감안한다면 소기의 목적은 충분히 달성한 것으로 평가됐다.

7. 냉동생지 시장 확대 바람

가중되는 인력난과 제품관리의 어려움으로 인해 가장 유력한 대안으로 제시됐던 냉동생지 시장이 본격적으로 확대된 한 해였다.

기존 일부 업체에서만 제한적으로 공급되던 냉동생지가 원부재료 업체의 잇따른 가세로 시장 규모가 커졌다는 평이다. UK프로베이커가 아스트라 칼베사 제품을, 제원인터내쇼날이 프랑스 브리도르사 제품을, 유니온 무역이 대만 리치사의 제품을, 유암산업이 영국 호파스사의 제품을 각각 수입, 판매에 나섰다.

한편 기존 국내생산 업체인 기린과 서울식품도 판로확대를 적극 모색했다.



8. 제 8회 서울 국제빵·과자전 개최

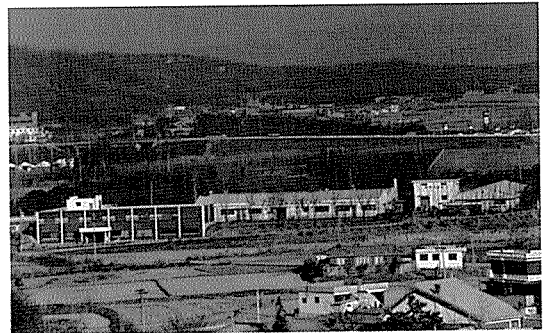
제 8회 서울국제빵·과자전이 대한제과협회 주최로 10월 8일부터 11일까지 한국종합전시장에서 개최됐다. 이번 대회는 산업전의 경우 7회 대회보다 26개가 감소한 57개 업체가 참여했고 빵·과자경



9. 전통의 독일빵집 막 내리

1952년에 창업돼 45년간 국내 대표적인 베이커리 업체중의 하나로 성장해왔던 독일빵집이 경영난을 이기지 못하고 크라운베이커리에 인수됐다. 독일빵집은 96년 말 현재 경기, 충청, 일부 수도권을 중심으로 133개의 가맹점을 보유하고 있었고 지난해 103억원의 매출을 올려 매출 순위 6위의 업체였다.

독일빵집을 인수한 크라운베이커리는 '브로첸', '저먼베이커리' 등 새로운 브랜드를 개발하고 체제정비를 완료한 상태다.



10. 유산균, 곡물 이용 기능성 제품 부각

유산균, 곡물을 이용한 기능성 제품이 본격 확산되기 시작했다.

고려당, 파리크라상, 크라운베이커리 등 프랜차이즈 업체들이 유산균을 이용한 제품을 잇따라 출시했고 일부 자영제과점에서 호밀빵, 메론빵, 대추빵, 잠곡빵 등 곡물이나 과일을 이용한 건강빵을 개발, 홍보에 나서는 등 기능성 제품이 크게 활성화됐다.

지금껏 기능성 제품에 대한 관심이 많이 있어 왔지만 실제로는 크게 확산되지 못했던 현실을 감안했을 때 올해는 본격적인 기능성 제품의 도입기로 자리매김될 듯하다. [리]

