

이달의 주요 NEWS

106 실험의 장(場), 신촌 상권이 부상한다

MF 이후 신규 제과점의 오픈이 크게 줄어든 가운데 신촌 상권에 새로운 컨셉의 복합점이나 전문점들이 속속 진출하고 있다. 일단 젊은층 고객 사이에 인지도를 확산시킨 뒤 본격적인 점포 확산을 고려하고 있는 이들 점포들의 시장 정착 여부에 관심이 모아진다.

108 자격증 발급·관리 민간 참여 허용

빠르면 내년초부터 대한제과협회가 제과, 제빵사 자격증의 발급·관리에 참여할 수 있게 된다. 앞으로 자격증 발급·관리는 국가 검정과 일반 검정으로 이원화되며, 민간부문이 새로운 종목을 신설할 수도 있게 된다.

111 제일제당·빙그레, 제빵훈련원 개원

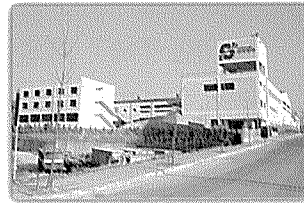
제일제당과 빙그레가 부산과 남양주에 각각 제빵직업훈련원을 개원했다. 이들 훈련원은 3개월 과정의 실직자 재취업 과정으로 운영되고 있으나 향후 안정적인 기술인력 확보와 가맹사업 확대에 대비하기 위한 것으로 전망된다.

112 뉴욕제과 브랜드 이원화 전략 추진

뉴욕제과가 최근 주요 소비군으로 등장한 신세대층 고객을 공략하기 위해 현재의 「뉴욕제과」 브랜드와는 별도로 「NY베이글」을 집중 육성한다는 장기 전략을 확정했다. 복합점 형식의 NY베이글은 향후 뉴욕제과의 주력 브랜드로 부상할 전망이다.

113 창원전문대 내년 제과제빵전공 신설

경남 창원전문대가 내년부터 식품과학계열내에 제과제빵전공을 신설한다. 제과제빵전공은 해당업종에서 18개월 이상 경력자에 한해 최고 160명까지 100% 무시험 선발할 수 있어 제과기술인들의 입학 기회가 늘어날 것으로 예상된다.



새로운 실험의 장(場), 신촌 상권이 부상한다

최근 신규 제과점 잇달아 오픈 ... 대학가 주변 젊은층 공략

IMF 이후 신규 제과점의 오픈이 눈에 띄게 줄어들어 가운데 최근 들어 신촌 지역에 신규로 오픈하는 제과점이 늘어 대조적인 모습을 보이고 있다. 지난 6월 이대 앞에 프레즐 베이커가 오픈한데 이어 9월에는 빙그레 썬메리의 복합점포와 연대앞에 빵굽터가 잇달아 문을 열었다.

이들 점포 외에도 뉴욕 제과의 NY 베이글, (주)의 스톨의 와플 전문매장인 와코도 신촌지역에 점포 입점을 검토중인 것으로 알려졌다. 이들 신규 점포는 대개 복합점포나 전문점 등 독특한 컨셉으로 시장 공략에 나서고 있어 고객 유치를 위한 이 지역 제과점의 시장 쟁탈전이 한층 치열해질 것으로 보인다.

대학가와 주택가 결합된 황금 상권

주택가와 대학가는 지역마다 조금씩 차이가 있긴 하지만 제과점의 입지 조건으로 가장 좋은 상권에 속한다.

이는 주택가의 경우 고정고객을 확보하는데 유리하고 대학가, 특히 여대의 경우 제과점의 주요 타깃인 20대 젊은고객들이 몰려 있어 고객을 확보하는데 유리하기 때문이다.

그런면에서 신촌은 이 두가지 조건을 고루 갖춘 최상의 상권이다. 이 지역은 인근에 주택가가 형성돼 있는 동시에 연대와 이



슈지난 95년 2월 새롭게 단장한 그린하우스 외관전경.

대, 서강대 등의 대학이 몰려 있어 옷가게나 술집, 음식점과 같은 유흥 상권이 형성되어 있다. 또한 타 지역에 비해 유동인구가 많고 도로의 형태상 상권의 집중도가 높은 편이다.

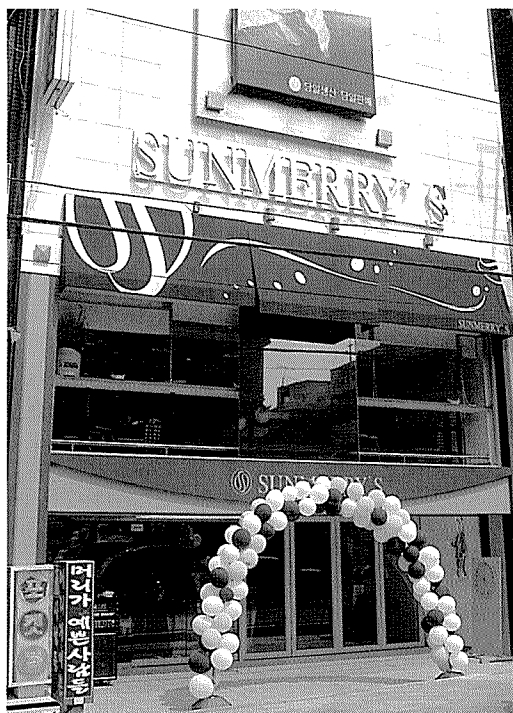
이런 유리한 조건에도 불구하고 그동안 과중한 임대료 부담 때문에 이 지역에는 제과점 오픈이 활발하지 못했다. 그러나

최근 들어 불과 2~3개월 사이에 신규 제과점이 속속 오픈하고 있으며 올해 안에 이 지역에 점포 개설을 검토하고 있는 곳도 있다. 이처럼 전반적으로 신규 제과점 오픈이 둔화된 상태에서 신촌 지역에 제과점이 늘어나고 있는 이유는 베이커리 업계의 시장 변화와 밀접한 관련이 있다.

올해 들어 제과점의 형태는 그동안 베이커리 제품만을 취급하는 전형적인 컨셉에서 탈피, 베이커리 제품과 새로운 아

이템의 접목을 시도한 복합점포나 베이글, 브레첵 등 일부품목을 취급하는 전문매장 등으로 다양화되는 추세다. 신촌은 이러한 새로운 아이템의 점포를 실험하기에 적합한 상권으로 평가된다.

이 지역은 대학이 몰려 있어 유동 인구 중 젊은층의 비율이 높기 때문에 변화에 민감하고 이에 대한 적응이 빠른 편이다. 이러한 상권의 특성상 새로운 컨셉의 점포라도 특별한 거부감 없이 빠른 속도로 확산돼 단기간에 인지도를 높일 수 있다.



새로운 컨셉의 제과점 잇달아 오픈, 치열한 시장 쟁탈전 예상

이처럼 신촌 지역에 신규 제과점의 오픈이 활발해짐에 따라 이 지역에서 고객 기반을 갖고 있는 기존 점포와 신규 점포 사이에 시장 쟁탈전이 치열해질 것으로 전망된다.

이대 정문에 위치한 '그린 하우스'는 오래전부터 이 지역을 지키고 있는 대표적인 제과점이다. 지난 95년 2월 새롭게 단장한 이곳은 자유로운 사고방식의 젊은이들에게 어울리도록 개방적이면서도 밝은 분위기를 지니고 있다. 이곳은 여대 앞이라는 점을 감안해 쇼트 케이크와 식사 대응의 다양한 샌드위치 종류로 꾸준한 인기를 유지하고 있다.

4년째 이곳에서 제과점을 운영하고 있는 '미고'는 오픈 당시 우리 업계에 생소한 개념이었던 복합점포라는 컨셉으로 많은 관심을 끌었다. 10여 종류의 조각 케이크를 중심으로 한 베이커리 제품과 커피 등의 음료를 결합시켜 젊은 층에게 좋은 반응을 얻고 있는 미고는 고유한 이미지와 스타일을 유지하고 있어 많은 고정 고객을 확보하고 있는 상태다.

작년 2월, 이대 후문에 문을 연 '라리'는 이 지역 제과점 중 특이하게도 젊은층은 물론 학교 교직원이나 세브란스 병원 이용객에 이르기까지 다양한 연령층의 고객을 확보하고 있다. 이곳은 커피 등의 음료와 함께 케이크류를 조각으로 판매해 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

한편 기존 제과점의 아성에 가장 먼저 도전장을 내민 '프레즐 메이커'는 전문매장의 성격과 복합점포의 성격을 동시



에 갖고 있다. 베이커리 제품의 품목수를 프레즐(브레첼) 한 가지로 한정하고 있다는 측면에서 볼 때는 전문점의 성격을 갖고 있지만 TCBY의 아이스크림과 구찌에 커피를 접목했다는 측면에서는 복합점포의 성격을 갖고 있는 것이다. 또한 젊은 층의 입맛에 맞는 치즈 소스와 겨자 소스 등 8가지 소스를 개발, 다양하게 즐길 수 있어 단일품목이 갖는 한계를 극복하고 있다.

지난 9월에 이대 앞에 오픈한 빙그레 '썬메리'는 제과점과 카페를 접목시킨 일종의 베이커리아. 이 점포는 주요 타깃인 젊은층의 기호에 맞게 매장 분위기를 연출하는 한편 베이커리 제품에 각종 음료와 아이스크림을 접목시킨 식사 대응의 제품을 개발하는 전략으로 시장을 공략하고 있다.

또한 연대앞 독수리다방 위치에 문을 연 빵굽터는 넓은 좌석 공간을 마련, 음료와 차를 결합시켜 이 일대 유동인구와 연대세브란스 병원의 고객을 확보한다는 방침이다.

이 외에도 뉴욕제과의 베이글 전문매장인 NY 베이글과 (주)익스틀의 벨기에 와플 전문점인 와코 등도 신촌지역에 점포 오픈을 타진중인 것으로 알려져 이 지역의 시장 판도 변화가 더욱 가속화될 것으로 보인다.

이에 대해 업계의 한 관계자는 "경쟁에서 살아남기 위해서는 모방이 아닌 자신만의 독특한 색깔을 지닌 점포 컨셉을 마련하는 것이 중요하다"며 "장사가 잘 된다고 기존의 컨셉을 무조건 모방하는 것은 결국 '제 살 깎아 먹기'에 불과할 뿐"이라고 말하고 있다.

