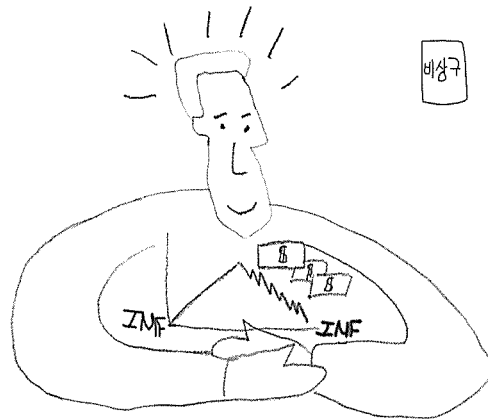




98년 경기 전망 ... ‘삐딱눈 생존 전쟁’

비상구는 어디인가. 이제는 삐딱눈 생존 전쟁이다. 지난해 하반기부터 우리 경제는 지독한 독감에서 헤어 나오질 못하더니 급기야 IMF(국제통화기금)의 구제금융을 받는 신세로 전락하고 말았다. 더욱이 환율폭등, 원부재료 가격의 상승, 인력난, 소비자 구매심리 저하, 잇따른 부도 등 각종 위기는 마치 고슴도치의 바늘처럼 우리를 들쭉서 댄다. 혹자는 IMF시대를 구조 조정을 통한 전회위복의 기회로 삼아야 한다고 강조한다. 베이커리업계에도 ‘절대적 변역기’가 온 것이다. 이에 본지는 베이커리업계의 지난 97년 경기를 진단하고, 98년 새해 경기를 심층 전망해 본다.

〈글·구성/ 강영주〉



1. 98년 베이커리업계 ‘비상구는 어디?’
2. 98년 관련 업계별 경기 전망
제분/제당/마가린/곡산기계/
수입기계/생크림/초컬릿/
견과류/인테리어/아이스크림

98년 베이커리업계 '비상구는 어디?'

매출급감...비용절감 통한 내실경영이 관건

“양적인 확장의 시대는 끝났다. 이제는 질적 승부의 시대다.”
 “오직 생존뿐이다. 살아남아야 한다.”

98년 베이커리업계를 전망한 이같은 화두는 이제 우리가 무엇을 해야할지를 극명하게 보여준다.

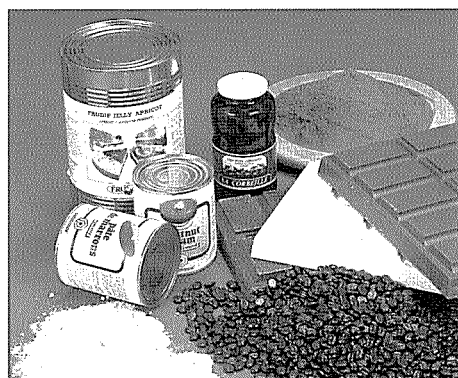
'오늘'과는 판이하게 다른 '내일'

98년 경제는 저성장과 고실업, 재정긴축 등으로 경기 불황이 심화될 것으로 예상된다. 3%이하의 경제성장, 20%에 가까운 금리, 6%가 넘는 물가 상승률을 보일 것이며 기업의 부도와 대량실업 등 때늦은 구조조정의 뼈아픈 대가를 치를 게 분명하다.

게다가 소득공제 등은 줄어들고 반면 특별소비세와 교통세 등의 세금부담은 오히려 늘어나게 되고, 은행 등 금융기관의 대출문턱은 더욱 높아져 자금사정이 크게 어려워질 것으로 보여 기업과 가계 모두 크게 어려움을 겪게 될 전망이다. 바야흐로 경제 정책의 틀에서부터 각 경제 주체의 행동양식에 이르기까지 '오늘'과는 판이하게 다른 '내일'로 접어드는 것이다.

생존위협이 시대...체질개선뿐이다

베이커리업계 전문가들은 98년 생존전략을 '체질개선'에서부터 시작해야 한다고 강조한다. 물론 사후약방문격이긴 하나 아직 때는 늦지 않았다. 더군다나 현재와 같은 경제상황에서는 이같은 노력이 살아남기 위한 유일한 비상구가 될 수밖에 없다.



▲ 올해에는 원부재료 가격이 약 20~30% 오를 것으로 보여 제과점의 어려움이 가중될 것으로 보인다

이미 지난해 12월 들어 환율 폭등(97년 12월 11일 기준 ₩1,719.50/1달러)으로 원부재료 가격 인상이 20~30% 이상 올랐고 수입업체들

이 꼭 필요한 만큼의 물량만 들여오고 있거나, 아예 수입을 중단하고 있어 물량 확보 경쟁이 치열할 것으로 예상된다.

또 국산기계가격도 15~20%의 인상을 앞두고 있으며 수입

기계는 50~70%의 수입가격 인상으로 인해 수입과 출고를 중단하고 있는 상황이다. 포장재는 최고 20% 이상 가격이 오를 전망이다. 따라서 올해는 소비자 구매력 감소와 아울러 이같은 상황이 제과점을 더욱 어렵게 할 것으로 보인다.

김스컨설팅 대표 김봉수 씨는 “지난해 말경 자체 조사한 바에 의하면 패밀리레스토랑은 30~40%, 일반 식당은 30%, 뷔페 식당은 50%의 매출 하락을 겪었으며 제과점은 10~20%의 매출 감소가 있었던 것으로 집계됐다”고 밝혔으며 “이러한 긴축시대에는 재료비, 인건비, 관리비 등의 제경비와 재고관리의 과학화를 통한 원가절감이 필요하다”고 말했다.

김영모과자점 대표 김영모 씨도 “생산비, 재료비, 일반 관리비, 인건비 등의 절감을 통해 생산성을 향상시키는 것이 관건이다. 이를 위해 경영, 생산, 영업 부문에서 고통분담이란 인식이 필요한 시기”라고 말했다. 최근 들어 원부재료 가격의 폭등으로 제과점도 가격 인상이라는 난관에 봉착한 것이 사실이다. 현 가격을 유지하려는 측은 고물가시대에 소비자와 고통분담을 한다는 인상을 고객에게 심어줘 현 매출 수준을 더 이상 떨어뜨리지 말자는 주장이고, 올리려는 측은 제품 가격을 올리지 않고는 제과점의 고통이 심각하기 때문에 가격을 올려야 한다는 주장이다.

현재와 같은 경제상황이라면 올해에는 최고 30% 이상 매출이 하락할 것으로 전망된다. 또한 제품 가격을 인상할 경우 수요가 감소해 전체 매출의 감소와 이익의 축소로 직결될지도 모른다는 불안심리를 안고 있는 게 사실이다. 결국 주먹구구식의 경영으로는 살아남을 수 없는 시대가 도래한 것이다.

프랜차이즈 업체, '살아남기' 최우선

'98년 베이커리업계의 향해지도는 어떻게 그려질 것인가.' 이에 대해 시원스레 답하는 사람은 드물다.

이같은 상황은 프랜차이즈업체들도 심각한 위기감을 느끼고 있는 것에서 잘 드러나고 있다. 그들이 내는 한목소리는 '살아남아야 한다'는 것이다. 경제상황이 이대로 나가다간 결국 지난해 이상으로 부도업체가 속출할 것은 분명하기 때문이다. 게다가 올해 프랜차이즈업체 가맹점 폐점률을 20%~60%까지 보는 시각이 강하다.

총비용부담에서 제조원가가 62~65%를 차지하는 가운데 원부재료 가격의 지속적 상승이 고비용 구조를 부채질하고 있

며, 26~28%에 달하는 일반 관리비 부문도 무시 못할 상황이다. 그렇다고 제품 가격 인상은 쉬운 일이 아니라는 게 업체들이 안고있는 고민이다. 따라서 프랜차이즈업체들은 재료비, 관리비, 인건비 부문 등에서 비용절감을 꾀해 이같은 난관을 뚫고 나간다는 전략을 공통적으로 세워놓고 있다. 따라서 올해 프랜차이즈업체에서는 인원감축과 조직축소를 통한 구조조정 작업이 있을 것이며 제품개발 경향에도 변화가 있을 전망이다.

97년은 프랜차이즈업체들의 다브랜드 전략이 두드러진 한해였다. 이로인해 신라명과가 5개, 고려당 4개의 브랜드를 보유하게 됐다. 그러나 폐점 속출에 대비하고 새로운 수요 창출과 자사 이미지 강화를 위해 마련된 이같은 전략은 저성장시대에는 매우 위협요소가 큰 경영전략으로 인식되고 있다. 1개의 브랜드를 창출하는 일과 그것을 관리하는 것에는 적잖은 비용이 투입되기 때문이다. 따라서 현재와 같은 최악의 경제상황을 고려할 때 올해 프랜차이즈업체들은 딜레마에 빠질 것으로 보인다.

파리크라상은 올해 매출 신장률을 97년과 비슷한 수준인 30%선으로 잡고 있다. 또한 지난해 말 ISO 9001 획득, 소비자 만족대상 수상 등 호조를 보인 한 해였다고 자체평가했다.

그러나 지난해 11월부터 경기가 급락하면서 이 회사도 매출 둔화를 피할 수 없었다. 때문에 올해에는 규모가 큰 문화행사나 98년 프랑스 월드컵 공식 스폰서로 참여하는 등 '프로모션마케팅'을 강화하고, 다양한 이벤트를 개발해 나갈 계획이다. 또한 소비자가 선호하는 제품사이클이 급속히 짧아지는 추세에 대한 즉각 대응력이 약했던 점을 들어 이 부문도 강화해 나갈 예정이며 사내 교육도 강화할 방침이다.

크라온베이커리는 지난해 하반기부터 기존 매장의 매출을 끌어올리는 것에 역점을 둔 내실경영에 주력했다. 또한 이 회사는 광고비를 약 33% 대폭 삭감하고, 이를 각 가맹점별로 신제품 위주의 무료시식행사를 강화하는 데 투자했다. 크라운베이커리는 올해 단위 점포당 매출을 10% 수준까지 끌어올리는 것을 목표로 삼고 있으며, 이를 위해 가맹점주 교육에 역점을 둘 방침이다. 이밖에 타 업체와의 전략적 제휴를 통해 유통·물류 부문의 효율화를 이뤄 원가절감의 효과를 꾀할 예정이다.

신라명과는 올해 매출신장률을 10%내외로 잡고 있다. 이에 따라 올해 이 회사는 생산성 향상, 조직축소, 인원감축, 저수익 점포 정리 등을 통해 비용절감과 효율경영에 역점을 둘 전망이다. 아울러 총 5개의 자체 브랜드도 고급화와 중저가라는 나름의 특성을 최대한 살려 정비해 나갈 방침이다. 이밖에 현재 신라명과는 냉동생지와 음료사업을 추진중에 있다.

고려당은 올해에는 대량 실업사태가 빚어질 것으로 보고, 이를 신규점포 확대의 기회로 삼을 방침이다. 그러나 은행대출금리가 20% 이상 상승하고 자금 대출이 갈수록 어려워질 것으로 예상. 신규개설 희망자들의 수준에 맞고 투자금액이 적은 '소액

투자매장'을 개발할 예정이다.



▲ 올해 신라명과는 내실경영과 사업다각화를 동시에 추진하고 있다.

아울러 올해에는 매출과 가맹점수 수준의 현상유지에 최대한 역점을 둘 방침이며 모든 TV광고를 전면중단 한다. 또한 투자 수익이 보장되는 쪽으로 저투자 고효율을 꾀할 것으로 보인다. 그러나 전망은 아직 불투명한 상태. 한편 고려당은 물류비를 줄이기 위한 주문체제 구축, 부서 통폐합을 통한 조직의 일관성 확보 등 비용절감을 위한 체질개선에 주력할 방침이다.

뉴욕제과는 지난해 12월부터 조직개편을 위한 구조조정 작업에 들어갔으며 올해에는 이에 더욱 역점을 둘 계획이다. 또한 할인점, 농협 하나로마트 등 특판 거래처를 지속적으로 개발해 매출을 늘려나갈 예정이며, 기존 사업을 유지·강화하는 방향으로 사업을 전개해 나갈 방침이다.


「1+1=2+α」라는 각오가 필요한 시점

98년은 중증에 걸린 환자처럼 고통스런 외침이 여기저기서 들릴 것이다. 자칫 잘못하다간 사망신고를 해야 할 판이다. 경제 대공황이 올지도 모른다는 예측이 분분하기 때문이다.

고통스런 환자는 정확한 진단과 과학적인 치료를 통해 완치될 수도 있다. 물론 거기에는 정성어린 간호와 그에 따른 지속적인 노력이 뒤따라야 한다.

따라서 최악의 경제상황에서 살아남기 위해서는 적극적이고 합리적인 구조조정을 통해 이를 업계 발전을 위한 전화위복의 계기로 삼아야 한다는 지적이다. 내적으로는 원가절감, 경영합리화를 이루어야 하고 외적으로는 현 경제 상황을 직시할 수 있는 정확한 시각이 필요하다는 것이다.

베이커리업계는 아직까지 매출면에서 다른 업체에 비해 안정성이 있으며, 이제 성장기를 지나 성숙기에 접어들고 있다는 업계의 시각이다. 자연스레 저성장기가 온 것이다. 받아들일 것은 받아들이고 바뀌어야 할 것은 분명 바뀌어야 한다. 아직 숨은 쉬고 있으니 치료를 서둘러야 하기 때문이다.

고통스럽지만 다시 뛰어야 할 98년, 「1+1=2가 아니라 1+1=2+α」를 만들어야 한다는 각오가 그 어느 때보다 필요한 시점이다. 

98년 관련 업체별 경기 전망

업체 흔들흔들...가격 천정부지

제분/제당/마가린/국산기계/수입기계/생크림/초콜릿/견과류/인테리어/아이스크림

제분

환율폭등으로 가격상승세 당분간 지속

97년 국제 소맥(밀가루의 원료)시세는 엘니뇨 현상으로 인한 남반구(호주, 아르헨티나)지역의 작황저조 예상으로 강보합세를 유지했으나, 최대 수출국인 미국의 기록적인 풍년(6,800만톤)과 밀생산국의 기상호전 등에 힘입어 세계 소맥 수급상황이 개선, 안정세를 유지했다. 이밖에 동남아 국가의 통화위기로 야기된 구매력 상실로 인한 수입수요의 감소 등이 국제 소맥 시세를 안정시키고 있다.

또한 겨울밀 생산 또한 순조롭게 이루어지고 있어 98년 가격전망 또한 약보합으로 예상되나 98년초 남반부 지역의 기후여건에 따라 상승세가 내포되고 있으며 타곡물(콩, 옥수수)에 비해 저평가 되어있는 현시세 이하로의 하락은 기대하기 어려운 형편이다.

현재 국내에 형성되어 있는 소맥분 가격은 미달러화에 대한 원화의 환율이 1달러당 860원을 기준으로 형성된 가격으로서 현재의 원화 평가절하 추세를 기준으로 산정해 보더라도 소맥분 가격인상 요인이 발생되고 있으며 IMF(국제통화기금) 구제금융과 관련된 고금리 현상 및 막대한 환차손은 제분사 경영을 더욱 압박한다.

올해에는 100% 수입에 의존하고 있으며 원재료인 밀 비중이 80%인 소맥분의 경우 환율변동에 따라 가격인상이 불가피하다. 연간 총 220만톤의 소요물량 전부를 수입에 의존하고 있는 국내제분업계로서는 환율 10원 상승시 약 50억원의 추가부담이 발생하기 때문이다. 글/홍세택(대한제분 영업부 이사)

제당

원당시세 강세와 환율급등으로 가격 상승 압박

설탕의 원료인 원당은 100% 해외조달 상품이고 원재료비가 제품원가의 대부분을 차지하고 있다.

최근 3개년의 원당 생산량 추이는 감소추세에 있고, 따라서 재고량도 계속 감소하는 상황이며 더욱이 개발도상국의 생활수준 향상으로 인한 소비량증가, 수출량감소로 재고율 하락은 지속적으로 심화될 것이다.

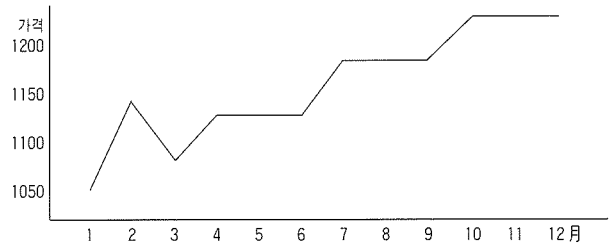
<최근 3개년간 원당생산량>

(단위:백만톤)

구 분	95년	96년	97년
생 산 량	125	123	122
재 고 량	46	47	45
소비재고율(%)	39	39	36

한편 국제원당시세는 아래의 그래프와 같이 97년중 지속적으로 상승하고 있고 98년에도 재고율의 저하, 엘니뇨현상으로 인한 기상변화로 작황부진이 예상되어 계속적인 강세가 예상된다.

<97년 국제원당시세, 단위:cent/lb>



현재 제당 3사에서 판매하는 국내소비량은 1인당 소비량이 20kg 미만으로 전세계에서 최하위권에 속할 만큼 적어 연간 성장률이 2% 내외이다. 그러나 제과제빵용 간접소비는 직접소비의 감소를 감안할 때 꾸준하게 상승하고 있는 추세다.

국내 설탕가격은 97년 초기 이미 2차례 소폭 인상된 바 있고 지난해말에는 원당가 상승, 원화의 급격한 절하로 약 40~50% 인상되었으나 제당업계에서 부담하고 있는 원가상승 요인에는 절대적으로 부족하여 98년에도 2~3차례 이상 인상 압박을 받고 있다. 한편 수입자유화로 인한 영향은 현재의 관세와 기타 요인으로 볼 때 당분간 국내시장에 큰 영향을 미치지 못할 것으로 보인다. 글/박은식(대한제당 식품사업부 과장)

마가린

예측불허의 상태...30%인상 불가피

97년은 유지업계의 변화가 두드러진 한해였다. 우선 동년 7월 버터 수입 자유화에 따른 유지제품 수입·판매가 활발하게 이루어졌고, 유지제조사가 기존 3개사에서 오투기 식품, 동서

식품 등이 가세하면서 5개사로 늘어남에 따라 수요대비 공급 물량의 증가로 국내 마가린 시장에 치열한 가격 경쟁을 불러 일으켰다. 아울러 수입유지 제품 사용량의 증가 추세를 보였다.

또한 최근 마가린의 주원료인 대두유, 면실유, 팜유 등 원유 가격 인상과 환율폭등으로 제품가격의 인상이 불가피했고, 이는 곧 국내 마가린 시장을 어렵게 만들고 수요를 감소시키는 요인으로 작용했다.

따라서 98년의 마가린 시장은 한마디로 불확실성과 예측불허의 상태가 될 것으로 보이며 환율 및 대두유 등 원유가 폭등으로 인해 지난해에 이어 국내 제품 가격이 30% 이상 인상될 것으로 전망된다. 아울러 수입유지제품 또한 국내제품 인상폭 보다 더 높은 인상이 불가피할 것으로 예상된다.

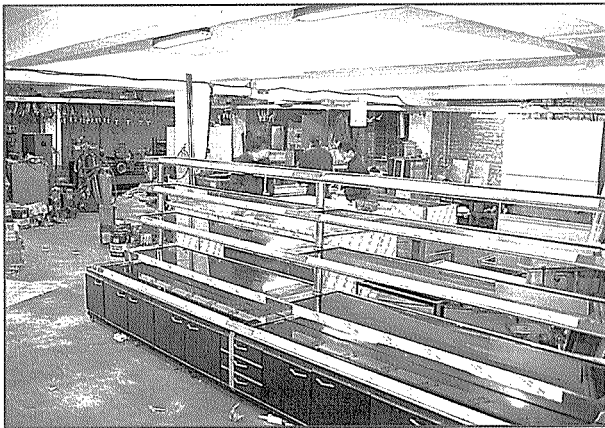
한편 원부재료비 부담에 따른 수입유지제품 및 고급마가린 사용이 둔화되는 현상이 나타나고 지속적인 성장세를 나타내고 있는 유크림 및 휘핑크림의 사용량이 증가하는 현상도 98년 마가린 경기전망을 어렵게 하고 있다.

유지업체들은 이러한 불안정한 상황을 슬기롭게 대처하기 위해 특수기능성제품 개발 및 고부가가치 유지제품 개발에 주력하고 품목의 다변화를 서두르고 있다.

글/이영수(서울하인즈 영업이사)

국산기계

환율폭등 영향으로 15~30% 인상될 전망



올해 국산기계는 환율폭등의 영향으로 기계 원부자재 가격이 수입가공품의 경우는 약 10~15%, 직수입품은 100%까지 급등해 기계가격이 약 15~30% 이상 인상될 전망이다.

국산기계업체들은 지금처럼 환율이 계속 오를 경우 전업 또는 폐업을 하는 제과점들이 속출, 기계 수요가 급락하고, 그 여파로 몇몇 기계업체들이 문을 닫는 사태로까지 치달게 될 것으로 보고 있다.

이에따라 국산기계업체들은 감량경영, 노사간 고통분담 등 대책 마련에 부심하고 있으며 올 2월 이후에나 상태가 호전될

것으로 기대하고 있다.

국산기계업체 관계자들은 외국산 기계가 고가인 점을 들어 "수입에 의존하고 있는 컨벡션오븐이나 파이로라의 개발도 시급한 실정이며, 이처럼 수입에 의존하는 품목부터 잠식해 나간다면 업체도 살고 국가경제에 큰 도움이 될 것"이라는 데 인식을 같이 하고 있다.

최근 급속냉동고를 자체 개발해 외국산보다 대당 500~1,300만원 정도 저렴한 가격으로 판매하고 있는 대흥기업은 자사에서 생산하는 데크오븐, 버터칼믹서, 도우컨디셔너, 발효기 등을 올해 하반기경부터 동남아시아나 일본으로 수출하려는 계획도 세워두고 있다.

한편, 국내 쇼케이스업체들도 상황은 마찬가지. ND산업 대표 권혁길 씨는 "쇼케이스 제작에 사용되는 대리석이나 냉동컴프레서 가격이 약 20~30% 인상되면서 원가와 이윤 부문에서 큰 어려움을 겪고 있지만, 그렇다고 3~4년전 수준을 그대로 유지하고 있는 쇼케이스 가격을 선불리 올릴 수도 없는 형편이기 때문에 업체들은 관망 상태"라고 전했다.

이처럼 국내 쇼케이스업체들이 가격을 쉽게 올릴 수 없는 이유는 이미 뿌리깊은 '가격 내리기' 경쟁이 워낙 치열해 서로 눈치만 보고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

또 권혁길 씨는 "98년에는 환율폭등으로 쇼케이스 원부자재 가격이 더욱 상승할 것으로 보이며, 이를 대처하기 위해서는 비용절감밖에는 달리 뾰족한 수가 없다. 향후 원부자재 가격이 이처럼 오른다면 쇼케이스 가격이 30% 이상 뛰는 것은 결국 시간문제일 뿐"이라고 말했다.

97년 국산 쇼케이스 주요 판매형태를 보면 일반형(라운딩) 45%, 벽면부착형 45%, 특수형 10%로 나타났으며 예년에 비해 벽면부착형이 감소하는 현상을 볼 수 있으며 오픈 평대 쇼케이스 수요가 증가 추세에 있다.

수입기계

수입·출고 중단 사태·올 2월 이후 기대

97년 국내 수입제과기계 부문은 인건비 절감 효과 및 균일한 제품 제조에 성능이 우수한 분할·성형기기와 도우컨디셔너, 질 높은 제품을 생산할 수 있는 자연발효 효모 제조기 등의 수요가 눈에 띄었다.

그러나 수입기계업체는 지난해 상·중반기까지는 예년과 거의 비슷한 수준을 유지했으나, 하반기에 접어들면서 경기침체와 환율폭등의 여파로 기계수입 가격이 약 50%~70% 이상 인상되었으며, 현재 공급 물량이 동이 났거나 출고가 전면 중단된 상태이다.

올해에도 이러한 상황이 달라질 것 같지 않다. 외국산 기계의 수입가격이 급등하다보니 외국업체와 외상거래(결제시한

60일)로 이미 기계를 수입해 온 업체들은 들여올 당시의 수입가를 기준으로 판매가격을 책정했고, 갑작스럽게 가격을 올릴 수도 없어 출고를 미루고 있는 실정이다. 또한 들여올 당시 현금거래를 한 기계수입업체들은 현재 남아있는 물량만이라도 출고를 하고있으나 곧 물량이 동이날 것으로 보인다.

기계수입업체들은 “기계수입 관세율이 수입농산물보다는 낮은 8% 수준이기 때문에 환율이 1달러당 1,200원대에 머물렀을 때만 해도 견디낼만 했다”고 전하며 “당시에는 외국업체들이 국내 상황을 고려해 가격할인을 해주었으나 현재는 그것조차 어려운 실정”이라고 말했다.

한편, 그나마 사정이 좀 나은 기계수입업체들은 외국업체와의 접촉을 통해 국내사정을 설명하면서 10~20%의 수입 가격 할인을 유도하고 있거나, 현재의 환율폭등을 일시적 현상으로 보고 역마진이 난다해도 판매를 감행하는 등 활로를 모색하고 있다. 그러나 현 경제상황이 지속된다면 이것마저 역부족이기 때문에 전망은 매우 불투명한 상태다.

생크림

수입생크림 위축, 생크림 가격 15% 인상

지난 97년 들어 생활수준의 급격한 향상으로, 가벼운 식감과 부드러운 풍미를 가진 생크림 케이크의 수요가 증가되면서 생크림 판매가 크게 늘었다.

96년 국내 생크림 시장 규모는 약 1만톤(200억원 규모)으로 이 가운데 수입제품의 매출이 60억원(3,000톤 규모)으로 추정되어 전체 시장의 30%를 점유하고 있다.

수입 휘핑크림은 순식물성 타입으로 풍미는 떨어지나 사용하기 편리하고, 가격이 비교적 저렴하며 냉장유통의 여건이 열악한 국내 제과점의 실정에 잘 맞아 증가했다.

98년은 특히 환율폭등으로 수입 생크림시장은 크게 위축될 것으로 보이며, 특히 올해에는 약 15% 이상 생크림 가격이 인상될 것으로 예상된다. 아울러 국내생산업체의 식물성생크림의 개발로 수입생크림의 수요는 감소할 것으로 보인다.

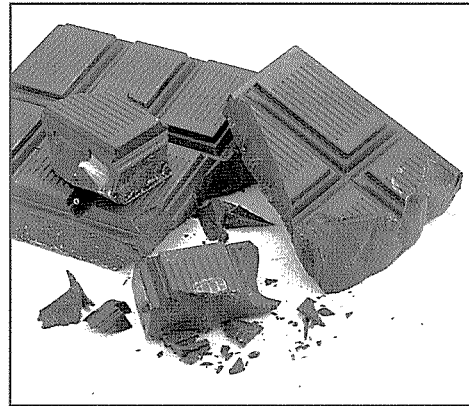
또한 소비자의 입맛을 고려한 고급화 추세는 더욱 가속화될 전망이다. 생크림 시장은 프랜차이즈업체의 적극적인 판매에 힘입어 생크림케이크의 판매가 매월 15~20%의 꾸준한 신장이 예상되므로 더욱 증가할 것으로 보인다.

글/이광성(롯데삼강 유지영업부 과장)

초콜릿

수입가격 80~90% 급등, 수입·출고 중단

원료 초콜릿 소비는 96년과 마찬가지로 초콜릿케이크에서 생크림케이크로 소비성향이 바뀌는 가운데 담보를 면치 못했다고 할 수 있다. 더군다나 97년 11월부터 휘몰아친 환율폭등



은 전량 수입에 의존하는 초콜릿 가격의 인상을 불가피하게 했다.

아울러 현재와 같이 환율이 지속적으로 오를

경우 대공황 상태가 올 것으로 예측된다. 초콜릿 수입가격은 이미 80~90% 폭등한 상태이며 수입 및 출고가 중단된 상태.

생크림케이크의 확산과 더불어 작년부터 점차 시도되는 초콜릿을 이용한 무스케이크의 개발은 고급화되는 소비자의 기호에 따라 증가될 것으로 보이며 이에 따른 초콜릿 수요도 얼마간 발생할 것으로 예상된다.

그러나 IMF(국제통화기금)체제하의 금년 경기는 상당기간 전품목, 전 업종으로 소비위축을 가져오게 될 것이고 이에 따른 생산감축과 실업을 증가로 베이커리업계도 지각변동을 기록하는 한해가 될 것으로 보이며 이에 초콜릿 수요 또한 상당한 감소를 예견할 수밖에 없다.

글/이용채(제원인터내쇼날 전무)

견과류

향후 30% 이상 가격 상승 압박

아몬드와 견과류는 예년과 비교해 볼 때 97년에는 수확량이 늘었으며 호두는 평년작 수준이다. 한편 지난해말 원화환율이 1,700원대(97년 12월10일 기준)까지 폭등하고 40%대에 달하는 수입 누진관세율 적용으로 호두 수입업체들은 실제 수입가격 60~70% 인상 압박을 받았다.

호두를 수입하는 모 업체의 경우 지난해 10월까지 9.072kg 당 9만원 하던 호두 실수요 가격을 동년 11월초 원화환율이 1,130원까지 접근하면서 13만6,000원으로 인상할 수밖에 없었다. 게다가 이 상태로 나간다면 20~30% 추가 인상은 볼 보듯 훗날 일이다.

그러나 청농 대표 오 승 씨는 “향후 환율이 어느 정도까지 상승하다가 올해 3~4월경이면 일정 수준에 머물 것으로 보인다”고 밝혀 올해 상반기 이후 환율이 진정 국면에 접어들 것으로 낙관하기도 했다.

인테리어

단순절약형 디자인이 우세

97년도의 인테리어업체의 전체적인 경기흐름은 예측량의 70% 수준이며 자금회전도 어려운 편이었다. 또 지난해에는 기



기업체나 포장업체의 사업 다각화에 따른 인테리어 사업 신규 진출로 업계 전체가 상당히 복잡한 양상을 띄었다.

세부적으로 살펴보면 과당경쟁에 의한 이윤 감소로 디자인 측면의 간소화 내지는 획일화된 디자인의 출현했으나 그나마 일부 업체의 꾸준한 노력으로 인테리어의 새로운 방향과 실험적인 디자인이 제시되었다.

가장 눈에 띄는 부분은 전원풍의 디자인과 여성취향의 칼라와 더불어 다양한 소품을 이용한 쇼윈도의 출연으로 업계의 모범적인 모델이 나타났다는 점이다.

또한 제품진열 형식에서 슈퍼형 곤도라식과 낮은 중앙집중형식, 벽면발바식 등의 형태가 출현했다. 외부조명 또한 일부 발전적 형태가 나타났지만 아직은 시험단계이다. 외부피사드(엑스테리어)는 로고 및 심벌의 표현재료가 한정되어 있어서 다양한 변화를 꾀하지 못했다.

98년의 경향은 올해 시험적으로 시도했던 부분과 다양한 활용, 전원풍의 디자인과 네오 클래식즘이 발전되거나 오히려 원시적인 다양한 형태의 모든 시도가 이루어질 것으로 보인다. 또한 절약형의 디자인이 주류를 이루고 독특하며 포인트 중심의 디자인이 될 것으로 보인다.

〈최근 5년간 인테리어업체의 평균점포 시설 현황, 5개업체 평균〉

연도	1월~3월	4월~6월	7월~9월	10월~12월	계					
93	3	2	3	1	4	2	5	1	15	6
94	2	2	7	1	5	2	6	2	20	7
95	3	1	7	1	5	2	6	2	21	6
96	3	2	6	2	4	2	5	1	18	7
97	2	2	4	1	3	2	6	5	15	10
평균	2.6	1.8	5.4	1.2	4	2	5.6	2.2	17.8	7.2

구분 전체공사 보수공사 전체공사 보수공사 전체공사 보수공사 전체공사 보수공사

올해에는 대형활인점과 유통업체의 대형화로 인한 인스타그램 베이커리의 출현과 경기불황으로 인한 명의변경 점포의 증가가 인테리어 수요를 늘게 할 것으로 예상된다.

아울러 국내기업 감원 및 명퇴 등으로 비전문가의 제과점 창업이 예상되므로 실제 수요는 많으나 전체적으로 단순절약형의

디자인에 의한 수요가 늘어날 것으로 보인다.

가장 특이한 점은 매년 하절기와 동절기는 수요가 없는 편이었으나 97년도 동절기는 오히려 상당한 수요가 있었으며 실제로 작업체별로 40~50% 정도 수주량이 증가했다.

글/김성민(메카디자인 실장)

아이스크림

복고풍의 자기품 인기 끝났

97년의 상반기의 경우 경기 침체 영향으로 예년과 비슷한 판매 추세를 유지하다가 성수기(5~9월)에 접어들어 뜻밖의 일기호조로 전년대비 11%대의 높은 매출을 달성했다. 그러나 동년 10월 이후 경제상황 악화로 매출액이 격감하고 있는 실정이다.

〈국내 아이스크림 시장 규모〉

구분	95년	96년	97년	비고
체인본부(개)	15	39	15	98년500~600억규모추산
가맹점수(개)	500	1,000	500	

또한 고급아이스크림에 대한 소비자의 욕구의 증대와 사회적 분위기와 맞물려 상당한 수의 아이스크림 매장이 출·폐점했으며 소매점 중심의 국내 4사의 영업부진과 아이스크림 전문점의 일시적인 다점포 전략으로 업체 부도 및 불량점포 발생 등 상당한 후유증을 남기고 있다.

〈아이스크림 체인본부 및 가맹점수〉

구분	96년	97년	비고
매출원(억원)	6,500	7,200	'95년의 경우 마이너스 성장
신장률(%)	6	11	

기존 국내 아이스크림 4사의 경우 바, 콘, 컵 형태의 기존 상품을 주력상품으로 설정, 집중 판매하였으나 아이스크림 전문 매장의 경우 벌크 형태의 30여가지 제품에 '아이스 케이크' 제품을 상품화하였다.

전문 매장의 경우 바닐라, 딸기, 초콜릿, 피스타치오, 체리 등 신세대 취향으로 달라지고 있으며 Take Home(매장에서 구입하고 가정에서 시식) 형태의 상품이 점차 증가했다.

올해에 아이스크림 업체들은 신제품 개발을 위한 투자를 줄이고, 소비자들의 복고풍 수요에 맞춰 기존 인기상품 판매에 주력할 것으로 보이며 매출 규모는 정체할 것으로 전망된다. 또 부실한 아이스크림 전문점 상당수가 폐점될 것으로 보인다.

최근과 같은 경기 악화를 타개하기 위해서는 아이스크림 전문 매장의 내실화와 제품의 고급화, 매장의 리뉴얼 작업, 양질의 서비스 제공, 아이스크림 업계의 꾸준한 노력이 필요할 것으로 보인다. [K]

글/정지현(한길 대표)