이달의 주요 NEWS

102 베이커리 신조류 점포 뜬다

103 OEM, 군납업체 가맹사업 진출

104 신규 제과점 증가세 주춤

108 '벨기에와플' 국내 확산 열기 후끈

109 허공에 떠버린 '제과 답례품 특수'

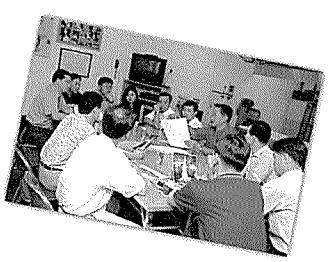
최근 실직자 수 증가, 가정 경제 파탄 등 경기침체가 날고 심화되고 있는 가운데 베이커리 관련 다양한 신조류 점포들이 선보이고 있다. 이들은 유망상권에서 신세대나 상류층을 집중 공략하는 마케팅 전략을 펼치고 있다. 이들을 취재했다.

상위 프랜차이즈 업체들의 매출 부진과 군납 축소 등 시장상황 악화로 OEM 및 군납을 전문으로 해오던 업체들이 덩달아 어려움을 겪고 있다. 이들은 최근 이같은 난황을 타개하고 신규 수요를 확보하기 위해 가맹사업 진출 움직임을 보이고 있다.

신규 제과점 개점이 올들어 크게 주춤한 것으로 나타났다. 대한제과협회에서 실시한 신규업주위생교육 수료자 집계자료에 의하면 97년 대비 98년 상반기 동안 서울·인천지역의 제과점 개업은 35.7% 감소한 것으로 조사됐다.

일본에서 선풍적인 인기를 끌었던 '벨기에와플'이 올들어 국내에서도 급속하게 확산될 조짐을 보이고 있다. 얼마전 대한제분과 제일제당이 와플 프리믹스와 펄 슈거를 개발한데 이어 고려당, 유로코리아, 익스톨 등이 사업에 뛰어들었다.

기대했던 제과 답례품 시장이 사라질 위기에 있다. 오는 10월부터 결혼식에서 오후 3시부터 5시 사이에 음식물 접대를 금지하도록 한 개정안이 사실상 백지화됨에 따라 시장 공략을 서둘러온 자영제과점과 프랜차이즈 업체들을 곤혹스럽게 하고 있다.



복합 혹은 단일, 베이커리 신조류 점포 뜬다

유망 상권에서 특정 계층 공략 … IMF 돌파구 모색

최근의 경기침체에도 불구하고 다양한 신조류 베이커리 점포들이 선보이고 있다. 이는 연일 실직자 수가 증가하고 가정 경제마저 크게 흔들림에 따라 날로 급락하고 있는 소비자들의 구매력을 잡아보자는 데서 기인한 것이며 아울러 특수 상권에서 특정 계층을 집중적으로 파고드는 마케팅 전략이 어느 정도 먹혀들고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

이들 신조류 점포들은 주로 대학가나 고급 아파트 단지를 배후세력으로 하는 황금상권에 복합 형태나 단일 점포로 입점하여 신세대와 중상류층 이상의 고객을 타깃으로 한다는 게 특징이다.

복합점포로 고객을 끈다

뉴욕제과는 올해 초부터 브랜드 이미지 통합 작업을 지속적으로 추진, 'NY 베이글'이란 신규 브랜드를 올 10월경 선보일 예정이다. 이 매장은 기존 품목 이외에도 각종 베이글을 비롯해 베이글 샌드위치, 냉동생지, 조각케이크, 커피, 음료 등을 취급하는 복합점포로 운영될 예정이며 파이류, 식빵, 페이스트리 등 일부 품목은 즉석 제조될 것으로 보인다. 현재 입점 대상지역으로 신촌과 잠실역, 신천역 등의 역세권을 물망에 올려 놓고 있으며 올 11월경 30여평 규모의 직영 1호점을 오픈할 계획이다. 1일 평균매출 150~200만원을 목표로 잡고 있다.

킴스컨설팅이 지난 8월 12일 경기도 시흥 시화에 오픈한 '빵집이야기'는 70평 규모의 매장 전(前)면을 제과점으로, 후(後)면을 패밀리레스트랑으로 꾸민 샌드위치형 매장이라 할 수 있다. 총 30석의 좌석공간을 마련, 기존 제과점 품목을 비롯해 돈까스, 스파게티, 탕수육 등의 요리 메뉴외에 생맥주도 판매한다. 배후세력으로 1만세대 이상의 아파트 단지가 들어선 중심 상업지역이어서 인근 상인들과 가족단위 주거 인구를 모두 흡수할 수 있을 뿐만 아니라 상권이 확장·발달되고 있는 지역이라 향후 그 유망성이 점쳐지고 있다. 1일 평균매출 100만원 이상을 목표로 잡고 있다.

빙그레 썬메리가 이달 10일~15일 경 오픈 예정인 신촌 이대 앞 지상 1/2층 60평 규모의 직영점은 제과점과 커피숍, 레스토랑을 결합한 고급 카페테리아형 복합점포이다. 기존의 '썬메리' 브랜드를 그대로 유지하고 빵류을 비롯하여 무스케이크, 조각케이크, 샌드위치, 스파게티, 커피, 음료, 아이스크림 등을 즉석 제조·판매한다. 또 주변 경쟁점들과의 차별화를 이루고 대학가 신세대 계층을 집중 공략하기 위해 매장 컨셉의 고급화를 꾀할 방침이다. 1일 평균매출은 200~300만원을 목표로 잡고 있다.

베이글, 냉동생지 전문점도 늘어

엠파이어베이글이 지난 7월 말 서울 동부이촌동에 오픈한 13평 규모의 직영 1호점은 전통적인 미국 스타일의 매장 컨셉을 내세우고 있는 베이글 전문점이다. 이 점포는 메뉴 선택의 폭을 넓히기 위해 기존 6가지 베이글 외에도 블루베리, 초코칩, 체다치즈, 너트, 버터 베이글 등 모두 20여종의 베이글과 샌드위치, 치즈케이크, 머핀, 쿠키, 데니쉬페이스트리 등을 추가했으며 10개의 좌석이 있는 테이크 아웃(Take-Out) 시스템으로 운영된다. 또한 총 1만여 세대의 아파트 단지를 배후세력으로 하고 있으며 주상복합상가인 한강맨션아파트단지 상가에 입점해 있다. 1일평균매출 100만원 이상을 목표로 잡고 있다.

HRS는 최근 매장면적 13평 규모의 냉동생지 전문점인 서머나 역삼점을 오픈했다. 이 점포는 입점 상권이 오피스가인 것을 고려해 젊은 직장여성층을 타깃으로 하는 냉동생지를 비롯해 생과일 아이스크림, 커피, 파스타, 베이글 등 총 20여가지 품목을 취급한다. 1일 평균매출 60만원이 목표. 한편, HRS는 이달 중순경 시나몬, 플레인 등 총 5가지 베이글 냉동생지를 캐나다에서 수입해 추가할 예정이다.

OEM, 군납 업체 가맹사업 진출 가속화

계약 철회, 매출 부진으로 사업다변화 불가피한 실정

제과업계의 매출 부진이 장기화되면서 OEM이나 군납 전문 업체들의 사업 다변화 움직임이 본격화되고 있다.

주 거래처인 상위 프랜차이즈 업체의 매출 정체와 군납 물량 축소, 시장 환경이 날로 악화함에 따라 이들 역시 존립을 위한 사업 영역의 확대가 불가피해졌기 때문이다. 여기에 주요 공급처의 잇따른 경영합리화 조치로 인해 기존의 제품 공급 계약이 철회되는 경우까지 발생하고 있어 현재로선 이를 대체할 만한 신규 수요의 확보가 절실한 실정이다.

⇧지난해 초 한 OEM 업체가 개설한 테스트 점포(위 사진은 기사의 특정사실과 관계 없음)

거래처 OEM 축소 영향, 조심스런 접근

제과업계의 매출 부진으로 가장 큰 타격을 입은 곳은 역시 OEM 전문 업체들이다.

특히 자체 유통망이 전무한 중소 규모 OEM 업체들은 IMF 이후 거래처의 판매부진과 물량축소로 생산라인 가동률이 급락해 회사 운영에 적지않은 어려움을 겪고 있는 것으로 알려졌다. 이 때문에 최근 거래처의 계약 철회로 발생한 손실을 보전하기 위해 유휴 설비를 이용, 가맹사업에 진출하려는 OEM 업체들이 늘어나고 있다.

현재 10여 개의 가맹점을 운영하고 있는 J사는 거래처의 품목 축소로 발생한 월 1억원 가량의 손실을 만회하기 위해 가맹사업에 진출한 사례. 이 업체는 가맹사업의 수익 안정선인 30개 이상의 점포 개설을 목표로 하고 있으나 OEM 납품 업체와의 관계가 불편해질 것을 우려, 본격적인 사업 확대는 주저하고 있는 형편이다. 그러나 지난해 계약 연장을 예상하고 생산라인을 확장했기 때문에 신규 수요 확보를 위한 사업 확대가 불가피한 실정이다.

이 밖에도 얼마전 한 프랜차이즈 업체와의 OEM 계약이 만료된 K사가 빠르면 올 9월말 본격적인 가맹사업에 돌입할 예정이며, H사도 가맹사업 강화를 위해 내부 검토 작업을 진행중이다. 또한 그 동안 10여개의 직영점만을 운영해온 한 OEM 업체 역시 사업 확대를 검토하고 있는 것으로 알려졌다.

올 들어 15개 이상의 점포를 개설한 한 OEM 업체 관계자는 이같은 사업 다변화 추세에 대해 "상위 업체들의 부도 사태로 OEM 전문 업체들 사이에 위기감이 팽배해 있고, 경기 부진으로 인해 대금결제가 지연되는 일이 많아지면서 자체 유통망의 필요성이 더욱 절실해졌다"는 말로 그 이유를 설명했다. 더욱이 OEM 생산 경험을 통해 제품력에 자신감을 갖게 된 것도 이들이 가맹사업에 의욕을 보이는 중요한 요인으로 평가된다.

그러나 이들은 현재 제품 공급이 이뤄지고 있는 상위 프랜차이즈 업체들과의 관계를 고려, 당분간 개설 지역과 점포수를 크게 확대하지는 않을 것으로 보인다. OEM 업체라는 특수성을 감안할 때 매출액의 대부분을 차지하는 기존 거래처의 양해가 필수적이기 때문이다.

사업 다각화 통한 신규 수요 창출이 목적

이와는 별도로 군납 전문업체인 D사 역시 최근 들어 가맹사업 진출을 목표로 사업성 검토 작업을 진행중에 있다.

지난해 약 50억원의 매출을 기록한 이 업체는 한 프랜차이즈 업체와의 OEM 계약을 통해 사업 영역을 확대한 이후, 매출 하락이 심각한 군납 대신 제과점 가맹사업에 관심을 갖게 된 것으로 알려졌다. D사 관계자는 "백화점 특판을 통한 매출이 호조를 보여 상품성에 자신을 갖게 됐다"며 "당장 올해 안에 사업을 시작하지는 않겠지만 점차 가맹점 개설 등으로 사업 다각화를 추진해 나갈 방침"이라고 밝혀 가맹사업 진출에 강한 의욕을 내비쳤다.

빠르면 올 9월경부터 시작될 이들 OEM, 군납 전문 업체들의 점포 개설이 본격화될 경우 비슷한 상황에 직면해 있는 다른 업체들의 참여가 이어질 것으로 예상돼 향후 이들의 행보에 관심이 집중되고 있다.

신규 제과점 증가세 주춤하다

상반기 서울 · 인천 지역 36% 감소

꾸준한 증가세를 보이던 신규 제과점 개점이 올 들어 크게 주춤해진 것으로 나타났다.

본지가 신규 제과점의 개점 현황을 파악하기 위해 대한제과협회에서 실시한 신규업주위생교육 수료자를 조사한 결과 97년 대비 98년 서울 · 인천 지역의 상반기 제과점 개업은 97년의 832개보다 219개 적은 613개로 35.7%가 감소한 것으로 나타났다. 97년에는 96년의 신규 제과점 개설수인 641개보다 191개가 많아 34.1%의 증가세를 나타냈었다.

지난해와 올 상반기에 치러진 서울 · 인천 지역의 월별 신규 교육자 현황에서는 지난해와 비교할 때 올 3월이 -36.8%로 감소 폭이 가장 컸고 역시 올 2월이 -31.8%, 6월 -25.4%, 4월 -3.5% 순으로 나타났다.

올 상반기 동안의 신규 제과점 오픈이 이처럼 크게 감소한 것은 경기 부진으로 신설 및 명의 변경 점포가 줄어든 데 따른 것으로 올해 서울 · 인천 지역의 신규 제과점 개설은 지난해 1,242개에 크게 못미칠 것으로 예상된다.

■96~98년 서울 · 인천지역 상반기 신규 제과점 개설 현황

	2월	3월	4월	6월	계
96년	140개	137개	106개	258개	641개
97년	223개(+59.2%)	206개(+50.3%)	140개(+32.0%)	263개(+1.9%)	832개(+34.1%)
98년	152개(-31.8%)	130개(-36.8%)	135개(-3.5%)	196개(-25.4%)	613개(-35.7%)

※( )안은 전년 대비 증감률임

기계업체, 성수기도 기대 못해

건설경기 부진도 매출 하락에 영향

제과기계 업체들의 시름이 깊어지고 있다. 제과점 오픈이 본격화되는 가을 대목을 앞두고 있지만 좀처럼 경기 회복의 기미가 보이지 않기 때문이다.

제과점의 투자 의욕이 급격히 위축된 IMF 이후 대부분의 기계업체들은 매출 감소로 인해 회사 운영에 적지않은 어려움을 겪어왔으며 여름 비수기가 시작된 이후에는 대부분 예년의 1/3 수준으로 매출이 격감한 것으로 알려졌다. 이로 인해 영세업체들의 덤핑판매가 갈수록 심화되는 등 시장 질서마저 흐려지고 있다.

업계 관계자들은 "지금은 정상적인 영업활동이 불가능한 최악의 상태"라며 "현재와 같은 상황에서는 하반기 매출 역시 기대하기 힘들 것"이란 전망을 내놓고 있다.

한편 기계업체의 매출 하락이 심화된 데에는 건설 경기의 침체가 큰 영향을 미친 것으로 지적되고 있다. 유통점의 경우 제과점 입점이 보편화되어 개업 시즌 동안 적지 않은 수요를 기대할 수 있었으나 최근 들어 유통업체들의 점포 출점도 주춤해진 상태기 때문이다.

뺑드비, 백화점 특판 호조

인력 충원 등 시장 확대 나서

스위스식품(대표 박영조) 뺑드비가 백화점 특판 영업을 강화하는 등 판매 활성화를 위한 대책 마련에 나서고 있다.

뺑드비는 경기 침체로 가맹점 모집이 부진해진 올 해부터 수도권 대형 백화점을 대상으로 특판 매장을 설치, 고객 유치행사를 벌여왔는데 비수기 판매가 예상 외의 호조를 보인 것으로 알려졌다. 이에 따라 뺑드비는 백화점 특판 행사의 범위를 확대하기 위해 공장내 생산 인력을 충원하는 등 달라진 시장환경에 대응하기 위한 경쟁력 강화에 나섰다.

한편 뺑드비가 추진해온 BI 교체 작업은 진행이 다소 지연되어 빠르면 10월초에나 구체적인 윤곽이 드러날 것으로 보인다.

제과점, 아이디어 이벤트로 시설 끌기

계절 제품 및 사회적 이슈 활용

최근 제과점들이 심각한 매출 부진을 겪고 있는 가운데 서울 양재동 소재 이레베이커리가 신선한 아이디어로 고객의 시선을 끌어 관심이 집중되고 있다.

이 제과점은 지난 7월 20일~26일까지 '서머(Summer) 샌드위치 페스티발'을 개최해 인근 오피스가의 젊은 직장 여성들과 양재역 주변의 신세대 대학생들에게 큰 호응을 얻었다.

이 행사에서는 에그 샌드위치, 바게트 샌드위치, 옥수수모닝 샌드위치, 라오겐 샌드위치, 크로와상 샌드위치 등 모두 9 가지 샌드위치를 개당 가격 1,900원~2,700원대의 중저가로 판매했는데 특히, 시원한 청량감을 주기 위해 소스를 적게 넣고 야채의 맛을 그대로 살려 인기를 모았다.

이외에도 이레베이커리는 8.15 광복절을 맞이해 '다시 뛰는 한국인 모델 찾기'란 캐치프레이즈를 내걸고 지난 8월 10~15일까지 6일간 세리팍 버디를 잡아라(골프공 넣기), 원샷 8.15 콜라 먹기 대회(500㎖ 콜라 한번에 먹기), 태극기로 삼행시 짓기 등의 행사를 개최하기도 했다.

프라자호텔, 델리프라자 오픈
프랑스풍 컨셉, 다양한 메뉴 구성

래디슨 서울프라자 호텔이 최근 프랑스풍 고급 델리카트슨 '델리프라자'를 오픈했다.

이 호텔은 기존에 프라자 베이커리라는 제과점을 운영해 왔으나 베이커리 품목 이외에 다양한 아이템을 접목시켜 확장 오픈하면서 상호를 델리프라자로 변경했다.

이 점포는 베이커리 품목을 170여 가지로 늘리는 한편 각종 소스와 향신료 등 다양한 저장식품류 아이템 90여가지를 새로 추가했다.

프라자 호텔은 델리프라자 오픈 기념 행사로 홍보용 전단지를 배포하고 8월말까지 전단지에 인쇄된 티켓을 가져오는 고객에 한해 10% 할인판매를 실시하기도 했다.

삼성이벤트, S-커뮤니케이션 설립
제과점전문 이벤트 기획 · 진행 담당

삼성이벤트(대표 이재홍)가 최근 이벤트 전문 계열 업체인 S-커뮤니케이션을 설립했다.

모업체인 삼성이벤트가 파티 및 이벤트 소재나 용품을 전문적으로 취급하는데 비해 S-커뮤니케이션은 제과점을 비롯한 각종 업체의 판촉 행사를 전문적으로 기획, 진행하게 된다.

이에 따라 S-커뮤니케이션은 제과점 이벤트는 물론이고 유통업체의 세일 행사, 프로 스포츠구단의 공연 이벤트, 각종 테마파크의 공연 행사, 외식업체 판촉 행사 등으로 업무영역을 대폭 확장하게 됐다.

삼성이벤트는 S-커뮤니케이션 설립을 계기로 이벤트 전문 업체로서의 체제가 완비됨에 따라 향후 파티 및 이벤트 문화를 지속적으로 확산시켜 나갈 계획이다.

대학교, 베이커리 사업 본격화
안산공대 · 동신대, 가맹사업 나서

안산공대, 동신대 등이 제과점 체인사업을 본격화하고 있다.

안산공대는 지난 7월 마포구 아현동에 '에띠디앙' 이란 프랜차이즈 형태의 체인점 1호점을 시작으로 현재 9호점을 개설하는 등 본격적인 베이커리 사업에 돌입했다.

지난해 21세기 미래식품사업부를 발족하고 시화공단 내에 260여종의 냉동생지 생산공장을 완공한 안산공대는 에띠디앙의 수익금을 식품공학과의 장학금으로 활용중인데 올해 안에 수도권을 중심으로 30~40개의 점포를 추가 개설할 것으로 알려졌다.

한편 지난해 동신베이커리를 설립한 나주 동신대학도 본격적인 베이커리 사업을 전개할 예정이다. 지난해 7월, 120여 평의 제빵 공장을 완공한 동신대는 그동안 구내매점 및 인근 지역 학교급식으로 제품을 판매해 왔으나 사업 영역의 확대를 추진하고 있다.

동신베이커리는 9월경 체인 사업에 따른 브랜드 및 개설 조건 등 사업안을 확정하고 올 하반기부터 나주 및 인근 지역을 중심으로 점포 확산을 꾀할 예정이다.

고려당 · 고려스낵, 화의개시 결정
채권자 집회 등 절차 거쳐 25일 최종 인가

(주)고려당(대표 김지정)이 지난 8월 8일 수원지방법원 제30민사부로부터 화의개시 결정 처분을 받았다.

지난 3월 매출 부진과 IMF 한파로 인한 자금 경색으로 부도처리돼 법원에 화의를 신청한 바 있는 고려당은 경상비 등의 제반 경비를 대폭 감소하는 한편 인원을 850명에서 550명 선으로 감축하는 등 강도 높은 자구 노력을 통해 경영 정상화를 추진해왔다. 특히 부도 이후 각 가맹점에서 물품대금을 미리 입금시켜 자금 회전이 원활해진 점과 채권단에서 90% 이상의 동의를 얻은 점 등이 화의 개시에 결정적인 영향을 미친 것으로 알려지고 있다.

이승량 변호사를 관재인으로 선임한 고려당은 앞으로 채권자 집회와 채권신고 등의 절차를 거쳐 오는 9월 25일 최종적으로 화의 인가 결정을 받게 된다.

한편 고려당의 계열사인 고려스낵도 성장 가능성이 큰 업체라는 점이 인정돼 같은날 전주지방법원으로부터 화의 개시 결정 처분을 받은 것으로 알려졌다.

제과제빵용 밀가루 생산량 감소

전체 생산량 증가, 강력분은 1천톤 줄어

지난해 전체 밀가루의 소비량은 증가했으나 베이커리용 밀가루 소비는 오히려 감소한 것으로 나타났다.

한국제분공업협회의 자료에 의하면 지난해 제빵용 강력분의 경우 28만 7,000톤이 생산돼 96년의 28만 8,000톤에 비해 1,000톤이 감소한 것으로 나타났다. 반면 지난해의 박력분 생산량은 96년과 같은 27만 2,000톤의 생산량을 기록했다.

특히 강력분의 경우 96년 생산량이 95년보다 2만 5,000톤이 늘어 최근 생산량이 증가세를 보이는 듯 했으나 지난해에는 1,000톤이 줄어 다시 감소세로 돌아섰고, 박력분의 경우도 95년보다 96년에 7,000톤이 늘어 2.6% 증가했으나 지난해에는 96년과 같아 베이커리 업계의 소비량 감소를 반증했다.

한편 지난해 국내의 전체 밀가루 생산량은 168만 5,000톤으로 96년의 163만 6,000톤보다 4만 9,000톤이 늘어났다. 종류별 생산량을 보면 중력분이 전체 생산량의 62.9%인 105만 9,000톤, 강력분이 28만 7,000톤(17%), 박력분이 27만 2,000톤(16.1%), 혼합 밀가루가 6만 6,000톤(3.9%), 기타 1,000톤(0.1%)으로 나타났다.

■최근 10년간 밀가루 용도별 생산량 추이 (단위:만톤)

	88년	89년	90년	91년	92년	93년	94년	95년	96년	97년
중력분	116.2	101.8	99.6	95.1	96.9	99.9	97.6	101.1	101.6	105.9
강력분	22.1	20.9	23.5	22.3	22.3	23.4	24.7	26.3	28.8	28.7
박력분	17.4	18.4	21.4	21.3	20.3	21.5	23.7	26.5	27.2	27.2
혼합분	10.8	9	6.1	6.5	5.1	5.3	6	6.7	5.8	6.6
기 타	0.2	0.5	0.6	0.6	1.2	1.5	0.8	0.2	0.2	0.1
계	166.7	150.6	151.2	145.8	146.6	151.6	152.8	160.7	163.6	168.5

대학내 학생회관을 공략하라

프랜차이즈 업체, 대학내 속속 입점

대학교 학생회관 매장에 프랜차이즈 업체들이 속속 입점해 눈길을 끌고 있다.

파리크라상, 바로방, 제일제당이 각각 대학내 학생회관에 점포를 입점시키거나 제품을 공급하는 등 젊은층 공략에 적극적으로 나서고 있는 것.

파리크라상(대표 김영덕)은 이화여자대학교내 학생회관 공사를 맡고 있는 신세계와 계약을 체결하고 학생회관 매점에 8평 정도의 코너를 마련, 완제품 형태로 제품을 공급할 예정이다. 또한 학생식당에도 냉동생지 형태로 제품을 공급하게 될 것으로 알려졌다.

바로방(대표 정종득)은 매년 2천만원 상당의 장학금을 홍익대학교측에 기탁하는 조건으로 학생회관 내에 30평 규모의 매장을 입점시킨 것으로 알려졌는데 학교 개강에 맞춰 9월쯤 점포를 오픈할 계획이다.

이 점포는 젊은층의 구미에 맞게 매장 컨셉을 정하고 50대 50의 비율로 중앙공급과 즉석생산을 실시할 예정이다.

농협 인스토어 베이커리 출점

청주 하나로마트에 즉석 점포

농협중앙회의 농협유통이 자사 매장에 인스토어 베이커리 출점을 추진하고 있다.

농협은 지난 8월 청주시 광서동에 2,400여평 규모의 물류 센터 개장과 함께 하나로마트내에 '우리밀식품'이라는 제빵 코너를 마련했다. 이 제빵 코너는 8평 규모로 제빵 설비를 갖추고 우리밀을 이용한 빵과 케이크 70여 품목을 즉석 제조, 판매하고 있다.

농협의 인스토어베이커리 출점은 농협이 운영중인 '한들마트' 내 즉석 제조 점포에 이어 이번이 두번째이다. 하나로마트 관계자는 이번 빵 코너 개설에 대해 "청주 물류센터 개장에 따른 것으로 향후 추가 개설 계획은 없다"고 밝혔다.

그러나 농협 중앙회는 2000년대까지 대형 마트 매장을 200개까지 늘린다는 계획을 수립한 바 있어 인스토어 베이커리의 확산 가능성이 큰 것으로 점쳐지고 있다.

한편 서강대학교 학생회관내 식당을 운영하고 있는 제일제당은 지난 5월부터 '뚜레주르'라는 브랜드로 8종류의 냉동생지를 학생회관 매점에 공급하고 있다. 이 업체는 식당내 별도의 점포를 마련하진 않았으나 냉동생지를 공급받아 직접 구워 판매하고 있다. 이에 대해 제일제당의 한 관계자는 "학생들 사이에 반응이 좋다"며 "앞으로 품목수를 더욱 확대할 계획"이라고 밝혔다.

한솔제과기계 전화번호 변경

중고기계 전문 업체인 한솔제과기계(대표 이수봉)의 전화번호가 변경됐다.

☎(02) 372-0182~3

신라명과 신개념 케이크 출시
네티즌 타깃, 사은행사 병행

신라명과(대표 홍평우)가 윤달로 인한 판매 부진 만회와 새로운 수요 창출을 위해 케이크 신제품 4종을 출시했다.

이 케이크는 기존 제품과 달리 생크림에 초코, 딸기, 소다, 키위 맛을 접목시킨 것이 특징이며 소비자의 소형화 선호 추세를 고려해 1호 사이즈의 소형 제품으로 출시됐다.

신라명과는 신개념의 제품이라는 점을 강조하기 위해 컴퓨터 활용이 생활화된 네티즌 세대를 위한 컨셉으로 제품을 설정하고 컴퓨터의 키보드를 연상케 하도록 4가지의 제품명도 '초키(초코)', '핑키(딸기)', '소키(소다)', '키키(키위)' 케이크로 정했다.

또한 신라명과는 제품 컨셉에 맞도록 인터넷을 통해 '예쁜 ID 공모' 행사를 개최해 1등에서 3등 수상자에게 1년에서 1달치 인터넷 사용료를, 4등에는 신제품 케이크 할인 쿠폰을 제공하는 등 제품 확산에 주력하고 있다.

빵굼터, 공동 마케팅 실시
제품생산 시간 부착, 가격 통일

빵굼터(대표 김서중)가 브랜드 이미지를 통일하기 위해 전 가맹점을 대상으로 공동 마케팅을 전개할 것으로 알려졌다.

현재 약 40여개의 가맹점을 운영하고 있는 이 업체는 상호나 간판, 인테리어 등은 어느 정도 일관성을 유지하고 있으나 실제 점포 운영방식이나 마케팅 차원에서의 통일성이 미약하다고 판단, 공동 마케팅을 전개하기로 결정했다.

이에 따라 빵굼터는 9월 중에 전 가맹점의 매장 점두에 '빵나오는 시간표'를 일제히 부착하는 한편, 제품의 가격을 점진적으로 통일하는 방안을 검토중이다.

또한 일년에 3~4회 정도 정기 세일 기간을 정해 이 기간 동안 전 가맹점에서 일제히 할인 판매를 실시하기로 결정했다.

제과협회 '월드 파티세리' 선수 파견
'도약 21세기'로 주제 선정, 출전 준비 한창

대한제과협회(회장 권상범)가 내년 1월 24~25일, 프랑스 리옹에서 개최되는 '꾸드 몽 들라 빠띠세리'(일명 월드 파티세리)대회에 3명의 대표선수를 파견한다.

지난 8월 17일 리치몬드제과기술학원에서 열린 대회 출전 준비 모임에서는 이번 대회를 대한제과협회 주도 아래 치르기로 결정하고 대회 출전 선수로 결정된 마산 코아양과의 장복용씨, 삐에스몽테과자점의 우원석씨, 인터콘티넨탈호텔의 정해철씨의 작품에 대한 토의를 가졌다.

이날 모임에서는 전 대회 참가자들의 조언과 참석자들의 의견을 종합해 대회 출전 제품의 주제를 '도약 21세기'로 결정하는 한편 9월 중 정보 수집을 위한 사전 답사와 내년 이 대회 참관을 위한 연수단을 모집한다는 안을 확정했다.

한편 '꾸드 몽 들라 빠띠세리' 대회는 2년마다 열리는 대회로 앙트르메와 아이스크림, 디저트 3개 부문 6품목에 경연이 벌어지는데 내년 대회에는 장복용씨가 앙트르메와 설탕 공예, 우원석씨가 디저트와 초컬릿공예, 정해철씨가 아이스크림과 아이스캐빙 부문에 출전하게 된다.

농협중앙회, 우리밀 사업 인수
자산·부채 인수, 우리밀 수매와 판매

농협중앙회가 지난 7월에 우리밀 살리기 운동본부를 인수했다.

농림부는 최근 농협중앙회가 과도한 부채로 회생불가 판정이 내려졌던 (사)우리밀살리기운동본부(본부장 정성헌)의 자산 80억원과 부채 126억원을 모두 떠안는 방법으로 우리밀 살리기 사업을 인수했다고 밝혔다.

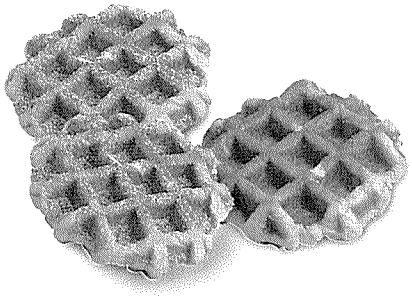
이에 따라 농협은 우리밀 알곡 수매와 판매를 맡게 되고 우리밀운동본부는 우리밀살리기 캠페인과 우리밀 생산자 후원 및 16만명에 이르는 우리밀살리기 회원 관리 등 순수 민간운동만을 담당하게 된다.

한편 독립 법인인 우리밀베이커리사업단(단장 김건식)은 우리밀 제분과 가공을 직접 담당하는 것을 비롯해 기존의 '우리밀 베이커리클럽+5' 가맹점 사업을 원래 계획대로 추진할 것으로 알려졌다.

특히 우리밀의 제분은 종전처럼 대한제분 등 국내 제분업체에게 맡길 예정이다.

'벨기에와플' 국내 확산 본격화

편의점 등 유통점 공략, 전문 매장도 등장



지난해 일본에서 선풍적인 인기를 끌었던 벨기에와플이 국내에서도 확산될 조짐을 보이고 있다. 대한제분과 제일제당에서 와플 프리믹스와 펄 슈거를 개발한데 이어 고려당과 유로코리아, 익스톨도 자제적으로 와플제조기술과 펄 슈거를 개발해 본격적인 시판에 나섰다.

고려당(대표 김지정)은 지난 7월말부터 고려당 전국 매장에서 벨기에와플 판매에 들어갔다. 고려당은 일본 연수를 통해 제조기술과 기계, 펄 슈거 등을 자체적으로 개발, 완제품 형태로 각 매장에 공급하고 있는 것으로 알려졌다. 이 업체는 또한 'LG 25' 편의점에 '로아몬드'라는 브랜드로 와플 완제품을 공급하고 있다.

유로 코리아(대표 어유선)는 지난 8월초 종로에 와플전문점인 '띨레몽' 1호점을 오픈했다. 이 점포는 띨레몽 와플을 비롯해 토핑의 종류에 따라 아몬드 와플과 땅콩 와플, 초코 와플 등 4종류의 와플제품을 선보이고 있는데 와플제조 기술을 자체적으로 개발해 인천 공장에서 생산한 제품을 냉동생지 형태로 각 매장에 공급하고 있다. 그러나 펄 슈거와 기계는 벨기에 현지에서 직접 수입하고 있다. 유로코리아는 현재 종로점 외에도 명동과 에버랜드 등 올해 안에 10여개의 점포를 추가로 오픈할 계획이다.

한편 (주)익스톨(대표 허욱환)은 와코(Wako)라는 브랜드로 현대백화점 등 4곳의 백화점과 편의점에 5종류의 벨기에와플을 공급하고 있다. 이 업체는 벨기에와 일본에서 기술 연수를 통해 한국인의 입맛에 맞는 제품과 기계를 자체 개발, 냉동생지와 완제품 형태로 각 매장에 공급하고 있다. 또한 9월 중 신촌 지역에 와플과 음료를 결합한 전문 매장도 오픈할 것으로 알려졌다.

치즈시장, 불경기 심각

판매부진과 재고증가로 몸살

치즈업체들이 최근 판매부진과 재고물량 증가로 심한 몸살을 앓고 있는 것으로 드러났다.

MD푸드, SK식품(크라프트치즈), 삼호물산(랜드오레이크치즈), 임실(호주산, 덴마크산 치즈), 서울우유(미국산, 캐나다산 치즈), 매뉴치즈 등은 올초 환율급등과 판매율 저조로 재고 물량이 크게 늘어난 상태이다.

서울우유의 경우 올해 3월말까지 미국산 치즈의 재고량이 351톤, 캐나다산이 87톤으로 파악됐으며 매뉴치즈의 경우 98년 5월 현재 재고량이 미국산(업소용)만 약 50톤에 이르는 것으로 알려졌다.

이에 따라 이들 업체는 유통기한을 맞추기 위해 끼워팔기, 떨이판매 등으로 재고를 처분하고 있는 상태이며 아예 매장을 철수시키는 업체도 발생하고 있다.

한편 현재 치즈의 공장도 가격은 지난해 12월 대비 평균 13% 이상 하락하고 있으며 시장 상황이 나아지지 않을 경우 가격 인하 폭이 갈수록 커질 것으로 전망된다.

양산업체 신상품 출시 본격화

중저가 제품 강화 추세 뚜렷

삼립식품, 샤니 등 상위 양산업체들이 9월초 신제품 출시를 앞두고 제품별 아이템을 강화하는 한편 가격대를 재조정하고 있다.

스펀지 케이크, 카스텔라 등의 품목수를 확대한 샤니는 500원대 제품의 생산량을 늘릴 계획이며 다음달부터 찜 케이크와 호빵 등 겨울 상품도 본격 출시에 나설 예정이다.

삼립식품도 이달초 꾸쉬꾸쉬 제품을 300원대로 인하해 출시한다. 특히 '삼만불', '2002' 등이 큰 호응을 얻자 저가품인 꾸쉬꾸쉬의 아이템을 11가지로 확대해 최근의 매출 신장세를 이어간다는 방침이다.

또한 삼립식품은 10월초 양산업체 가운데 처음으로 볶은 김치를 이용한 김치호빵을 출시할 계획이다.

계양제과제빵학원 개원

지난 7월달에 계양제과제빵학원(원장 이정희)이 새로 문을 열었다.

인천시 계양구 작전2동에 소재한 이 학원은 총 60평 규모로 6개월 과정과 1년 과정으로 운영되고 있다. 이곳은 현재 3명의 강사가 수업을 실시하고 있는데 오전과 오후 야간타임으로 나눠 수업을 진행한다 (문의 : 032)554-0707~8).

부정 · 불량식품 신고전화 '1399'

식품의약안전청은 식품의 안전성 확보를 통해 소비자를 보호하기 위하여 부정 · 불량식품에 대한 신고전화를 9월 1일자로 개통했다. 번호는 국번없이 1399.

허공에 날아간 '제과 답례품 특수'

결혼식 음식물 접대 금지 사실상 백지화

제과 답례품 특수가 허공으로 날아가게 됐다.

오는 10월부터 결혼식에서 오후 3시부터 5시 사이에 음식물을 접대하지 못하도록 할 예정이었던 '가정 의례에 관한 법률 시행령' 개정안이 사회 전반적인 규제 완화 추세와 맞지 않고 제대로 지켜지지 않을 가능성이 높다는 이유로 정부 규제위원회에 의해 보류됨으로써 사실상 백지화됐다.

이에 따라 오후 3시에서 5시 사이 결혼식 피로연에서의 음식물 접대 금지로 시장 공략이 가능할 것으로 예상되던 500억원대의 제과 답례품 특수가 사실상 어렵게 돼 올초부터 시장 공략을 위해 제품 구성과 홍보물 제작 등 준비를 해온 프랜차이즈 업체 및 자영제과점들의 계획이 상당한 차질을 빚게 됐다.

한편 정부는 불필요한 소비 억제 차원에서 결혼식 피로연에서 오후 3시와 5시 사이에 음식물을 접대하지 못하도록 하는 시행령을 지난 5월부터 시행할 예정이었으나 다시 10월로 늦추었다가 지난달 시행령 자체를 사실상 백지화하는 등 일관성 없는 정책 운영을 펼치고 있다는 지적을 받고 있다.

선인베이클, 세미나 개최

9월 11일 리치몬드학원에서

제과재료 업체인 선인베이클(대표 이효구)이 오는 9월 11일 리치몬드제과학원에서 기술세미나를 개최한다.

스위스 펠클린사의 실연 강사인 스테판 아이텐씨가 진행하는 이번 세미나는 케이크, 양과자, 무스, 디저트, 프라리네 등 총 20여 제품이 선 보이며 특히 최근 관심을 모으고 있는 팬시 초컬릿의 제작 과정도 소개될 예정이다.

참가비는 무료이나 세미나의 효율을 높이기 위해 선착순 50여명으로 인원이 제한된다.

- 일시: 1998년 9월 11일 14:00~17:30
- 장소: 서교동 리치몬드제과학원
- 문의: (02) 798-6936 선인베이클

세일제과산업, 영업 호조

인력 충원, 공기 단축으로 원가절감

지난해 수원영업소 신설을 계기로 경기 및 수도권 영업을 강화해 온 세일제과산업(대표 조현옥)이 영업에 호조를 보이고 있다.

세일제과산업은 올 들어 인테리어, 셀프 진열대 제작, 이벤트 등으로 사업 다각화를 추진해 왔는데 IMF 이후 토탈서비스 개념의 영업 전략이 적중해 원가절감형 인테리어 공사가 급증한 것으로 알려졌다.

이 업체 조현옥 대표는 "한달 평균 15건 내외의 인테리어 공사를 시행하고 있다"며 "분야별 전문 인력을 채용해 공사기간을 단축할 수 있는 점이 공사비 절감의 비결"이라고 밝혔다. 이 밖에도 보수관리팀을 운영, 인테리어 및 기계 장비의 사후 관리를 중점 강화하면서 경기 불황이 심화된 하반기 이후 오히려 매출이 늘어난 것으로 알려졌다.

세일제과산업은 분야별 인력 배치를 통해 사은품 제작 등 이벤트 사업부문을 더욱 강화해나갈 방침이다.

이드프랑, 다양한 마케팅 전개

비수기에도 불구 매출 신장 요인

이드프랑(대표 이정승)이 최근 다양한 마케팅을 전개하고 있다.

이 업체는 자사의 총 23개 점포 중 현재 가장 내점고객이 많은 일산, 분당, 서현, 성남점 등의 8개 킴스클럽 매장내 점포에서 마케팅을 펼치고 있는데, 매장에서 공장과 판매대를 최근접시켜 고객이 제품 생산과정을 직접 볼 수 있게 했다. 또한 신제품이 출시될 경우 한 달 동안 도우미를 두고 무료시식회를 개최하는 등 마케팅을 강화.

이외에도 타임서비스를 통해 입점고객수가 적은 오전 9시~10시30분과 오후 5시~6시 사이에 제품에 대한 가격할인을 실시하고 있으며 판매직원은 전원 아르바이트생을 채용해 인건비 절감 효과도 거두고 있다.

한편 이드프랑은 킴스클럽 6개점에서 지난 7월 한달 동안 약 3억 6,000만원의 매출을 기록하는 등 이러한 전략이 직접적인 매출 신장의 요인으로 작용하고 있다.

크라운베이커리 인사 이동

크라운베이커리(대표 윤영달)가 지난 7월 임원진에 대한 인사 이동을 단행했다.

이번 인사에서 크라운베이커리는 본사 총괄부문 전무 겸 독일빵집 대표인 백정관씨를 독일빵집 대표로, 본사 관리부문 이사인 김옥중 이사를 관리부문 겸 영업부문 이사로 발령했다.

제과점 허가제에서 신고제로 전환

내년부터 시 · 군 · 구에 서류 접수 즉시 영업

내년부터 제과점은 시 · 군 · 구에 간단한 서류 신고만으로 영업을 할 수 있게 된다.

보건복지부는 일부 식품관련 영업에 대한 현행 허가제가 허가관청의 불필요한 규제와 간섭으로 사업자의 불편을 초래하는 것은 물론 부조리와 연계될 가능성이 있어 올해 중 식품위생법시행령 등 관련 법령을 개정, 내년부터 진입규제를 완화하기로 했다고 밝혔다.

이에 따라 보건복지부는 식품접객업소 가운데 제과점을 비롯해 다방 등 휴게음식점과 일반음식점에 대해 현행 허가제를 신고제로 전환키로 했으며, 식품제조가공업(과자 · 청량음료 등), 즉석판매제조가공업(빵 · 떡 · 소시지류 등), 식품냉동냉장업도 신고제로 바뀐다.

이번 조치로 내년부터 제과점을 개업하려는 사업자는 필요한 서류 등을 시 · 군 · 구에 신고하면 당일 접수 처리되고, 별다른 결격 사유가 없는 한 공무원의 현장 확인 없이 신고 후 즉시 영업을 개시할 수 있다.

그러나 제과점 시설기준 등의 영업기준은 현행대로 존속되며, 신규업주교육도 원칙적으로 사전교육을 필한 뒤 신고 당일 해당 서류와 함께 교육필증을 접수하도록 했다. 또한 영업개시 후 불법건축물이나 오 · 폐수 등 환경 문제에 저촉되는 불법 사실 등이 발견될 경우에도 해당 부처의 적발을 통해 영업 취소나 관련 제재를 받게 된다.

경훈공업, 가정용발효기 개발

온도감지 센서 내장, 적정온도 유지

경훈공업사가 최근 가정용 발효기를 출시해 관심을 끌고 있다.

순수 국내 기술로 개발된 가정용 발효기는 10만원대의 중저가로 최하 10℃에서 최고 110℃까지 온도 조절이 가능할 뿐만 아니라 자체에 자동 온도감지센서가 내장돼 있어 과열을 방지하고 적정온도를 유지해 준다.

지난해부터 홈 메이드 베이킹에 대한 관심이 높아지면서 가정용 소도구 판매가 눈에 띄게 증가한 이 업체는 "가정 주부들의 요청이 많아 올해 초부터 서울 용두동 공장에서 가정용 발효기 개발을 추진해 왔다"며 "제품 테스트와 안전도 시험을 거쳐 지난 8월부터 제품을 본격 출시했다" 고 전했다.

삼립식품 '브레드빌' 본격 출시

아침식사 대용으로 대형 유통점 공략

삼립식품이 의욕적으로 추진해온 고급 브랜드가 '빵을 좋아하는 사람들' 을 뜻하는 「브레드빌(BreadVille)」로 확정됐다.

꾸쉬꾸쉬, 신데라, 아임베이커 등의 브랜드를 통해 제품별 차별화를 강조해 온 삼립식품은 최근 유통 환경의 변화에 따라 마크로, E 마트, 홈플러스 등에 공급할 총 26개 품목의 브레드빌을 개발했다.

이달 1일부터 본격 출시될 브레드빌은 식빵, 파운드 케이크, 감자빵 등으로 아침 식사용 기능을 강조한 2,000원대 고급빵이라는 게 큰 특징.

삼립식품 관계자는 "유통 환경 자체가 대형 점포 위주로 재편되는 추세라 소비 취향도 변하고 있다"고 말하고 "냉장 및 냉동 보관해 장기간 취식이 가능하도록 포장지에 끈을 다는 등 대형 매장 이용객의 성향과 기호를 고려했다"고 개발 배경을 설명했다.

홈 메이드 베이킹 전문매장 확산

유암 · 브레드가든, 20여곳에 이르러

유암산업(대표 김영철)과 브레드가든(대표 이영진)이 8월말까지 각각 9개의 매장을 오픈하면서 홈 메이드 베이킹 열기가 전국으로 확산되고 있다.

'케이크&파티' 를 운영하는 유암산업은 대치동 리치몬드 상가내의 본점을 시작으로 서울과 수도권 지역에 점포를 개설하고 있으며 지난 8월에는 울산 지역에 점포를 오픈해 지방 확산을 꾀하고 있다. 이 업체는 9월 중에 인천지역에도 점포를 오픈할 것으로 알려지고 있다.

한편 브레드가든(대표 이영진)은 지난 96년 대전지역에 '브레드가든' 1호점을 오픈하면서 대전과 부산을 중심으로 점포를 개설해왔다. 이 업체 역시 최근 서울과 수도권 지역으로 점차 점포수를 늘려가고 있다.

▲ 케이크 & 파티

본점 501-4776, 분당점 0342) 717-3415, 송파점 403-3415, 상계점 933-4693, 목동점 645-3415, 강동점 481-3416, 수원점 0331) 225-3415, 평촌점 0343) 84-3415, 울산점 052) 227-3415

▲브레드가든

대전 월평점 042) 485-2702, 대전 한빛점 042) 861-2702, 교대점 594-2703, 부산 남천점 051) 622-7527, 부산 동래점 051) 514-2712, 춘천 퇴계점 0361) 53-2702, 분당 서현점 0342) 781-2702, 송파점 401-2702, 울산 삼산점 052) 257-2702