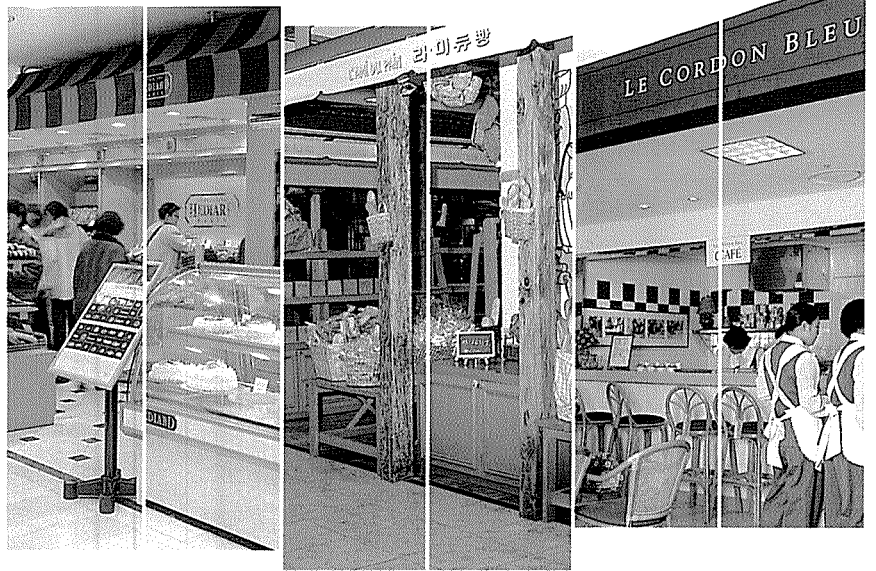


최근 극심한 경기 침체와 빵값 인상에 따른 소비 위축으로 모든 제과점이 매출 부진의 늪에 빠져 있다. 그러나 백화점 등 최고급 상권에 입점한 제과점들은 가격 인상, 고객수와 객단가 현상 유지 등의 요인으로 20% 이상 매출이 증가해 눈길을 끌고 있다.



불황에도 매출 오른 ‘이색지대’ 있다

백화점 등 최고급 상권 매출 20% 증가 현상

외환 위기는 부도 업체의 속출과 기존 업체들의 구조 조정을 야기시켰다. 이로 인한 실업자 발생, 임금 삭감 등의 여파로 소비가 크게 줄었다. 더구나 재료 가격 인상에 따라 지난 1월 중순경부터 제과점들이 제품 가격을 평균 20~25% 정도 인상한 탓에 씹쓸이를 줄이려는 소비자들이 더욱 소비를 줄여 제과점들은 20~30%의 매출 하락을 보인 것으로 알려지고 있다.

문제는 이런 매출 부진이 아직 초기 단계라는 점이다. 정리해고제 도입으로 대량 실업 사태가 본격화될 것으로 예상되는 올해 5~6월경부터는 급격한 소비 위축으로 제과점의 경기 부진도 더욱 심화될 것으로 예상되고 있다. 실제로 매출 부진을 파악하는 척도인 고객수의 감소와 객단가의 하락은 이미 1월말부터 계속 진행되고 있는 실정이다.

이처럼 베이커리 업계가 너나없는 극심한 매출 부진 속에 빠져 있는데 비해 오히려 매출이 늘어난 점포들이 있어 눈길을 끌고 있다. 이들 점포들은 규모가 크고 매출이 높아 전국적으로 이름난 대형점포가 아니다. 백화점 등 최고급 상권에 위치한 점포들이다. 본지가 조사한 바에 따르면 이들 점포는 10~30% 매출이 늘어나 외환 위기전보다 현재 평균 20%의 매출 증가를 기록하고 있다.

외환 위기 전보다 평균 20% 매출 증가

먼저 파리크라상이 프랑스와 합작한 고급 브랜드인 ‘르노뜨르’는 최고급 상권인 현대백화점 무역센터점, 압구정점 등 일급 백화점에 위치해 있다. 또 압구정점, 이촌점은 백화점은 아니지만 소비 수준이 높은 아파트 상권에 입점해 있다. 이들 점포들은 외환 위기가 닥치기 전인 지난해 11월 이전보다 현재 매출이 20~30% 증가한 것으로 밝혀지고 있다.

프랑스와 해외 합작한 경기도 성남 블루힐 백화점 내의 ‘코르동 블루’는 외환 위기 전 한달 매출이 8,000~9,000만원 선이었다. 그러나 현재는 한달 매출이 1억원을 넘어서 20~25% 정도 매출이 증가했다. 코르동 블루는 지금도 계속 매출이 증가하고 있다. 특히 코르동 블루는 타 업체와 달리 제품 가격을 동결해 가격 인상에 따른 매출 증가가 아닌 고객수와 객단가가 높아진 매출 증가라는 점에서 눈길을 끈다.

일본과 기술 제휴한 빙그레의 썬메리도 매출이 증가했다. 백화점 및 일반 상가 중 고급 상권을 중심으로 점포 확산을 전개하는 썬메리의 점포수는 총 14개. 이 가운데 점포 위치나 고객의 소비 수준 면에서 최고급 상권이라 할 수 있는 점포는 미도파백화점 상계점을 비롯해 갤러리아백화점 압구정점, 잠실점, 영동점 등 4개 정도이다. 이들 점포들 역시 평균 30%의 매출 증가를 기록하고 있다.

고려당의 최상위 브랜드는 일본과 자본 합작한 ‘라미듀빵’과 자체 개발 브랜드인 ‘썬클루’. 이 가운데에서도 가장 매출이 높았던 현대백화점 무역센터점 라미듀빵의 경우 외환 위기 이전의 1일 매출은 450~500만원 수준이었다. 또 현대백화점 천호점에 입점한 ‘썬클루’는 1일 350~400만원선이었다. 그러나 현재 이들 점포는 10% 가량 매출이 오른 후 일정한 매출을 계속 유지하고 있다.

신라명과가 프랑스와 기술 제휴한 최상위 브랜드인 ‘에디아르’의 점포수는 현재 6개. 이 가운데 동일 브랜드의 타 점포보다 우수한 상권이라 할 수 있는 곳에 입점한 점포는 신세계백화점 본점과 영등포점, 삼성플라자점 등 4개 정도이다. 빵이 주력을 이루는 에디아르는 이런 우수한 상권 덕에 최근의 경기

부진에도 불구하고 지난해 11월 이전보다 10% 정도 매출이 오른 상태이다.

최고급 상권 매출 증가 현황

업체명	브랜드명	점포수	매출 증가
파리크라상	르노뜨르	5개	25%
청구 블루힐 백화점	코르동 블루	1개	25%
빙그레	썬메리	4개	30%
고려당	라미듀빵	1개	10%
	쌩클루	1개	10%
신라명과	에디아르	4개	10%

* 해당 업체의 점포수는 매출이 증가한 점포수만 계산한 것임.

쏟아진 큰 부유층 상대로 매출 증가

업계 관계자들은 베이커리 업계가 대부분 매출 부진을 겪고 있음에도 불구하고 예외적으로 이들 점포가 매출이 오른 요인으로 가격 인상, 고객수와 객단가의 현상 유지, 은행 금리 인상에 따른 부유층의 소비 증가, 상권의 특수성을 든다. 이들 요인은 하나의 고리처럼 서로 밀접하게 상관 관계를 이루고 있어 이들 최고급 상권에 입점해 있는 점포들의 매출 증가를 가능하게 했다는 평가이다.

실제로 재료 가격 상승에 따른 이윤 감소를 보충하기 위해 이들 점포 가운데 코르동 블루만 전 품목의 가격을 올리지 않았을 뿐 파리크라상의 르노뜨르는 9%, 빙그레의 썬메리는 18.8%, 고려당의 라미듀빵, 쌩클루는 8~10%, 신라명과의 에디아르는 12% 가격을 인상했다. 따라서 이때문에 가격 인상분 만큼의 매출 증가액이 발생하게 돼 전체 매출 증가에 크게 기여한 것으로 전해지고 있다.

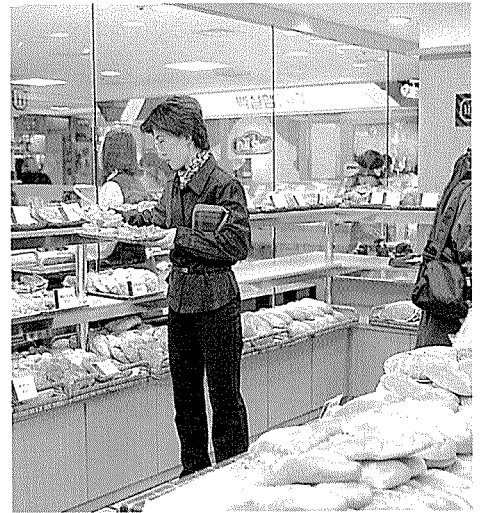
둘째, 고객수와 객단가가 큰 변동이 없었다는 점이다. 대부분의 일반 제과점이 가격을 올렸음에도 매출이 떨어진 것은 고객수와 객단가가 하락했기 때문이었다. 그런데 이들 점포의 고객들은 가격 인상과 구매에 영향을 전혀 받지 않는 소비층이기 때문에 고객수와 객단가가 그대로 유지됐다. 반면 제품 가격은 올라 가격 인상분만큼 전체 매출이 증가한 것으로 보인다.

셋째, 이처럼 이들 점포의 고객들이 가격 인상에 별 영향을 받지 않고 일정한 소비 수준을 유지할 수 있었던 것은 외환 위기 때문이라는 지적이다. 외환 위기는 은행의 대출 금리 상승을 불러왔지만 반대로 예금 금리도 오르게 했다. 따라서 은행 이자 수익의 증가로 한층 여유가 더 생긴 상류층은 씀씀이가 늘어 베이커리를 이용하는 소비도 그대로 유지됐거나 소폭 증가한 것으로 알려지고 있다.

넷째, 상권의 특수성이다. 매출이 오른 점포들은 상류층을 주 고객으로 하고 있다. 이들 상류층은 꼭 일류 백화점을 이용한다. 또 색다르면서 품질은 최고인 제품을 구매하는 등 일반인과 다른 소비 행태를 통해서 상대적으로 심리적인 만족감을 느끼는

고객이다. 따라서 대부분 고정 고객이고 고객수와 객단가에 변동이 없어 최고급 상권에 위치한 점포들의 매출이 증가하는 요인이 됐다.

이번 조사에서 그동안 매출이 높고 우수한 상권에 입점해 있으며 제품력도 뛰어나다고 알려진 자영 제과점들의 매출은 오르지 않았다. 일부 점포만 매출이 현상 유지를 하고 있었을 뿐 다수의 제과점은 매출이 소폭 하락해 최고급 상권에 입점한 점포들과 대조를 이루었다. 이런 사실은 이들 점포들이 비교적 우수한 상권을 보유하고 있지만 최고급 상권에 입점한 점포들에 비해 고정 고객과 객단가 등에는 이에 못미치는 수준임을 반증하는 예이다.




↑ 제품 가격 인상과 고객수, 객단가 현상 유지 등 소비에 구애받지 않는 고객을 보유해 매출이 증가했다.

현재 최근의 극심한 경기 부진에도 아랑곳

없이 수도권 지역에서 매출이 평균 20% 증가한 점포는 15개 남짓한 정도이다. 이들 점포는 대부분 프랑스, 일본 등 외국과 기술 제휴한 점포이며 백화점 중에도 일류급 백화점에 입점해 있는 등 최고급 상권에 속해 있다. 이런 까닭에 고객의 수준도 높다. 일례로 이들 점포의 고객은 객단가가 8,000~1만원대로 일반 제과점의 두배가 넘을 정도로 무척 높다.

이들 점포의 주고객들은 제품의 소비 형태도 일반 자영제과점과는 다르다. 케이크의 경우 생크림케이크보다 2만1,000원대 무스케이크를 선호할 정도로 수준이 높으며 비싼 제품 가격에도 구애받지 않는다. 이에 따라 이런 고객을 상대로 하는 일부 점포의 경우 생크림케이크보다 무스 케이크를 더 많이 판매하고 있으며 코르동블루의 경우 아예 생크림 케이크를 판매조차 하지 않을 정도이다.

이들 점포들은 계속 매출이 증가할 것인가. 업계 관계자들은 20% 매출이 증가한 상태에서 그칠 것이라고 예상하고 있다. 부유층의 소비가 더 늘어난다 해도 베이커리 제품이 식품이기 때문에 일반 소비재처럼 수요가 계속 증가하는 데는 한계가 있다는 점에서도이다. 다만 부유층을 상대로 하는 최고급 상권에 있기 때문에 이들 점포는 경기 부진에도 매출이 떨어지지 않고 현재의 안정적인 매출을 계속 유지하는 '이색지대'로 남을 것이라는 전망이다. 

<글/ 박종선>