

# 베이커리 관련 '전문 인터넷 쇼핑몰' 바람

## 제과제빵에 대한 정보와 아이디어 · 쇼핑까지 해결

인터넷 사이트가 실물점포보다 비용이 저렴하고 정보화에 따른 인프라 구축으로 타 업종에서 전자상거래가 활발히 이뤄지는 것에 자극 받아 제과제빵 재료 및 기구 등을 판매하는 전문 인터넷 쇼핑몰이 늘어나고 있다. 현재 활발히 운영중인 베이커리 관련 전문 인터넷 쇼핑몰 업체들의 현황과 전망을 짚어본다.

■ 취재 / 강인옥 inok@mbakery.co.kr

인터넷을 이용해 서비스와 물건을 사고 파는 전자상거래가 활성화된 지 이미 오래다. 전자상거래는 시간과 공간의 제약이 없어 판매자는 유통 비용이나 임대료 비용 부담을, 소비자는 물건 구매에 따른 시간이나 노력을 절약할 수 있다. 신용카드와 컴퓨터만 있으면 시간을 들여 직접 매장에 가지 않고 집에서든 얼마든지 상품을 사고 팔 수 있는 것이다. 국내에도 96년 인터넷 쇼핑몰이 첫선을 보인 이후 급속히 확산, 인터넷 쇼핑 이용자와 이용금액이 늘고 있어 기존 유통시장을 크게 위협하고 있는 실정이다.

이처럼 사이버쇼핑 시장규모가 커지면서 국내 쇼핑몰의 추세도 함께 변화되고 있는데 그 특징 중 하나가 전문 쇼핑몰의 약진이다. 쇼핑과 콘텐츠의 결합, 틈새시장의 공략, 커뮤니티 형성의 강점에 힘입어 전문 쇼핑몰이 늘어나고 있는 것이다.

이러한 추세에 발맞춰 최근 베이커리업계에도 제과제빵 관련 재료나 기구 등을 취급하는 전문 쇼핑몰 사이트가 생겨나고 있다. 99년 12월 최초의 빵 관련 전문 인터넷 쇼핑몰을 개설한 베이킹테크를 비롯, 올해 인터넷 쇼핑몰을 구축해 활동에 들어간 베이커리존, 케익프라자, 올베이커리가 그 대표적인 업체들로 이들은 베이커리업계의 관심을 모으며 전자상거래 움직임을 활성화시켜나가고 있다.

### 다양한 정보 제공으로 인지도 높이는데 주력

베이킹테크(www.baking.co.kr)는 일반인들의 재료 구입이 어려운 것에 착안하여 제과제빵 재료 및 도구를 쉽게 온라인상에서 구입할 수 있도록 하기 위해 쇼핑몰을 개설했다. 현재 제과제빵 관련 재료와 도구 등 400여 품목을 판매하고 있는 이 사

이트는 베이커리 관련 서적이거나 선물용 초콜릿, 동양매직오븐 제품 등도 함께 구비해 쇼핑몰을 운영중이다.

지금까지 총 가입 회원수가 3,500여명인 이 사이트의 하루 판매건수는 5~6건으로 매출 비중은 미미한 상황이다. 이 업체 최남규 사장에 따르면 "처음 온라인 판매에 대한 신뢰 부족으로 2~3만원대의 저가 주문 판매가 주를 이루었다"며 "그러나 초기의 불안감이 사라지면서 필요한 제품을 가정에서 간편하게 저렴한 가격으로 구입할 수 있는 이점이 부각돼 현재는 10만원대 이상의 구매가 많이 늘고 있다"고 밝히고 있다.

이 업체는 쇼핑몰 운영 외에 영업용, 가정용으로 구분해 놓은 제품의 자세한 레시피와 공정 사진을 게재하고 다양한 베이커리 관련 뉴스와 정보를 제공해 하루 사이트 방문자수가 500명을 넘는 경우도 많은 것으로 알려졌다. 베이킹테크는 앞으로 쇼핑몰 운영에 따른 수익 창출보다 충분한 관련자료 제공과 다양하고 유익한 콘텐츠 보강 등 완벽한 베이커리 전문 정보 사이트 구축에 더 많은 비중을 둘 것으로 보인다.

올 4월 개설돼 7월에 다시 재편성, 새로운 모습을 갖춘 베이커리존(www.BakeryZone.co.kr)은 베이커리 제과제빵 전문 포털 사이트 쇼핑몰 업체로 국내 최대의 제과제빵 오프라인을 기반으로 하고 있다. 형틀이나 소도구, 소형 기기 분야의 판매가 높은 이 사이트 운영 업체인 우정공업은 베이커리존을 통해 자사 제품을 홍보하고 회사의 인지도를 높여 오프라인의 매출 증대로 이어가는 계획을 세워놓고 있다.

회원제 쇼핑몰로 운영중인 이 사이트는 현재 5,000여명의 회원을 확보하고 있으며 우정공업이 제조, 판매하는 제품 중 인기 품목으로 25% 정도를 선별해 온라인상에서 판매중인 것으로

나타났다. 이곳 역시 하루 판매 건수가 5~6건 정도로 전체 매출의 1~2%만을 차지해 극히 미미한 수준이지만 현재는 수익을 목표로 하기보다 충실한 정보제공과 네티즌의 신뢰도를 쌓는 것을 우선으로 사이트를 운영하고 있다.

이 업체 지중민 상무는 “베이커리존 운영을 통해 자체 DB를 구축하고 상품에 대한 충실한 정보, 양질의 콘텐츠 제공, 제과업계 네트워크의 구축을 통해 베이커리 전문 포털 사이트로서의 확고한 입지를 굳힐 것”이라고 전했다.

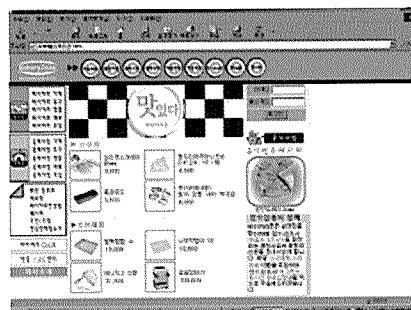
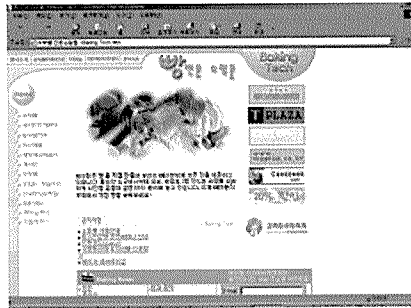
베이커리존은 현재 온라인상으로 구매 주문이 들어오면 본사에서 제품을 직송하는 형태로 배송 시스템을 갖추고 있으나 향후 자사 물건을 납품하는 전국 200여개의 판매점 협조를 통해 근거리에서 배송할 수 있도록 고려 중이다. 또한 조만간 오프라인상에서 취급하는 1,500여종의 전 제품 정보를 모두 사이트에 올려 고객의 구매 선택폭을 넓힐 계획이다. 이 업체는 오는 10월 독일 뮌헨에서 개최되는 Iba 쇼에 참가해 자사 제품의 우수성을 평가받고 전세계 인터넷 사용자를 상대로 베이커리존 사이트를 홍보할 것으로 알려졌다.

## 제과점 참여 위해 인터넷 업체 노력 필요

국내 최초의 인터넷 제과제빵 토탈 매장을 표방하는 홈베이킹 전문 인터넷 사이트를 개설했던 유암산업도 후발업체와의 차별과 인터넷이라는 시대 흐름에 뒤지지 않기 위해 올 2월 전문 인터넷 쇼핑몰 케이크프라자(www.cakeplaza.co.kr) 운영을 시작했다.

데이콤 스펀라자 물앤몰스의 회원 상점 형태로 개설된 케이크프라자는 제과 재료, 기구, 파티용품 등 1,000여가지의 국산, 수입 제품을 판매하고 있으며, 데이콤의 카드 결제 시스템과 eTrans 택배 서비스를 통해 본사에서 직접 소비자에게 주문품을 배송하고 있다.

유암산업은 케이크프라자 쇼핑몰을 비롯해 현재 입점해 있는 타 쇼핑몰에서 월 1,000여만원 정도의 매출을 올리고 있는 것으로 나타났다. 타 쇼핑몰 업체들과 마찬가지로 온라인 판매를 통한 매출이 전체 매출 향상에 크게 기여하고 있지는 않다. 그러나 앞으로 제과제빵 분야뿐 아니라 외식분야의 식자재 취급으로 판매 가능한 품목수를 늘리고 요리 사이트 등 관련 업체와의 제휴



를 통해 쇼핑몰을 광고, 홍보할 계획에 있어 향후 꾸준한 매출 증가가 예상된다.

올베이커리(www.allbakery.co.kr)는 제과제빵과 요리 관련 기구, 재료 등을 판매하는 인터넷 쇼핑몰로 원스톱 개념을 도입, 유통단계를 과감히 줄이고 제조업체에서 소비자에게로 연결되는 시스템을 구축해 올 4월부터 사이트를 운영하고 있다. 현재 1,000여명의 회원을 확보, 하루 10건의 판매량을 올리고 있는 올베이커리는 제과점, 요식업체, 양산업체의 개업과 관련된 모든 것을 한 곳에서 해결할 수 있도록 25개의 관련업체와 협력, 일괄처리 가능하도록 원스톱 토탈 서비스도 지향하고 있다.

작년 중계동에 매장 ‘스위트 하우스’를 오픈한 이 업체는 전체 매출 중 온라인 판

매가 차지하는 비율이 30% 정도로 비교적 높은 수익을 올리고 있는 것으로 나타났는데 지방 소비자들의 주문량이 높은 편으로 주로 생크림, 버터와 소기구류쪽의 판매가 많다. 이 업체는 현재 판매중인 500여종의 제과제빵과 요리 식자재 품목수를 앞으로 늘려나갈 계획이며 온라인 입금만 가능했던 현 결제 시스템에 신용카드 사용도 가능하도록 관련업체와 협의 중이다.

이밖에 올베이커리는 동영상으로 1주일에 1제품씩 무료 제품 강좌를 진행 중인데, 앞으로 초, 중, 고급으로 과정을 증설해 유료 코너로 진행할 예정이다. 또한 이 사이트의 흥정 코너에서는 단체 주문을 할 경우 현재의 판매가보다 더 저렴한 단가로 물건을 구입할 수도 있다.

이 업체 이종현 사장은 “앞으로 온라인과 오프라인을 연계시키는 수익모델 창출에 중점을 둘 예정이며 그 일환으로 제과점과 유통업체를 연계에 각 지역에 포스트 제과점을 두고 제품을 1시간 이내 배달 판매하는 사업을 추진하고 있다”고 전했다. 올베이커리는 베이커리 관련 전문 정보 제공과 함께 실제 오프라인상에서도 적용할 수 있고 거기에 발맞춰 수익까지 창출해 내는 탄탄한 수익 구조의 인터넷 전문 업체로서의 발빠른 움직임을 보이고 있다.

이밖에도 부산지역 제빵재료점이 운영하는 인터넷 쇼핑몰 헨젤과 그레텔(www.henzel.co.kr)이 작년 12월에 개설돼 온라인 판매를 하고 있으며, 홈베이킹 전문점 브레드가든과 기타 재료 업체들도 온라인 판매를 위한 쇼핑몰 입점 및 제작에 관심을 보

이고 있어 앞으로 베이커리 관련 전문 인터넷 쇼핑몰 시장이 활성화 될 전망이다.

정보를 쉽게 얻을 수 있기 때문에 인터넷을 이용하기는 하지만 일반적으로 고객은 실제 거래가 이루어질 때 직접 만져보고 확인한 후 구매하기를 원한다. 따라서 사이트상의 제품 사진과 가격만 보고 물건을 구입하는 것을 불안해하는 경향이 여전히 높은 편이다.

인터넷 쇼핑몰의 배달사고가 빈발하는 것도 최근 문제로 떠오르고 있다. 따라서 제품 품질과 가격면에서 고객의 신뢰도를 높이고 배송 시스템의 확실한 정비가 우선적으로 이루어져야 할 것으로 업계 관계자는 지적하고 있다.



### 타 업체와의 제휴 통한 수익 모델 창출 필요

홈베이킹 판매가 주를 이루는 인터넷 쇼핑몰이 베이커리 전반으로 활동 영역을 넓힐 수 있으려면 제과점과 직접 연계될 수 있는 방안들이 강구돼야 한다는 의견도 있다. 그러나 현재로서는 밀가루, 설탕 등 중량이 큰 재료의 배송료 문제와 다양한 종류와 무게의 제품 구비, 기존의 제과점 거래 관행 등이 걸림돌로 작용하고 있다. 인터넷 쇼핑몰을 통해 제과점의 주문을 이끌어내기 위해서는 일반 재료상보다 낮은 가격 제시, 포장, 재료, 소도구 등의 일괄 구매 가능 등이 도입되어야 할 것으로 보인다.

인터넷에 대한 인식도 병행되어야 할 주요 부분이다. 인터넷을 중심으로 모든 산업이 재편되는 상황에서 베이커리업계도 결코 예외가 될 수 없다. 각 제과점이나 관련 업체들도 현 추세에 맞춰 인터넷 활용 방안을 적극 모색해 나가야 할 것이다.

전자상거래는 전세계 인터넷 가입자가 잠재 고객이란 점에서 무한한 시장 가능성을 가지고 있다. 전자상거래 미래에 대해 국제기구나 시장조사기관들은 온통 장미빛 전망을 내놓고 있다.

한국 IDC도 국내 시장이 지난해 2억 4400만 달러에서 2004년에는 74배 이상 성장한 180억 달러의 시장이 될 것으로 전망하고 있다. 74배 성장이라는 천문학적인 수치는 전자상거래 시장의 성장 가능성을

충분히 대변해 주고 있다.

인터넷과 관련된 비즈니스는 아직 아무도 정답을 제시할 수 없는 불확실성을 견고 있다. 그러나 인터넷 인구가 폭발적으로 늘어나고 온라인 구매 의사를 가진 사람들이 급증함에 따라 경쟁이 갈수록 치열해 질 것은 분명하다. 또한 온라인 쇼핑몰 시장에 대한 사용자의 인식이 확대되고 온라인 시장으로 진출하는 업체가 증가한다면 그 양상은 지금과는 크게 달라질 것이다. 앞으로 다양한 아이디어로 무장한 새로운 인터넷 쇼핑몰 시장이 형성될 것으로 전망된다. [5]

### 베이커리 관련 전문 인터넷 쇼핑몰 운영 업체 현황

업체명	사이트 주소	서비스 개시일	제품 구성	상품대금 지불 방법	배송료	비고
베이킹테크	www.baking.co.kr	1999년 12월	재료, 도구, 오븐 제품 등 400여 품목	신용카드결제, 온라인 입금	구매액 3만원 이상 시 무료 배송, 3만원 이하면 배송료 3,000원 부담	가정·영업용 레시피 분류 게재
유암산업	www.cakeplaza.co.kr	2000년 2월	재료, 기구, 파티용품 등 1,000여 품목	"	"	쇼핑몰 전문사이트
우정공업 (베이커리존)	www.BakeryZone.co.kr	2000년 4월	형틀, 도구, 기계 등 1,500여 품목 판매 예정	"	"	회원제 운영, 관련 정보 포털 사이트
올베이커리	www.allbakery.co.kr	2000년 4월	제과제빵 및 요리 재료, 기구 등 500여 품목	온라인 입금	"	제과점 제품 배달사업 추진 중