

베이커리 시장 커졌으나 점포 매출 부진

점포수 증가 주원인, 매년 10% 매출 하락 추정

■ 취재 / 박종선 sunpark@mbakery.co.kr

“본격적인 여름철이 아니라 계절적인 영향도 아닌 것 같은데 왜 매출이 계속 떨어지는지 모르겠습니다. 나만 아니라 얘기를 들어보면 다들 똑같은 형편입니다. 경제는 조금씩 나아지고 있다는데 오히려 작년보다도 매출이 못한 것 같습니다. 답답한 심정입니다.”

4개월 전부터 점포 사장을 만날 때마다 흔히 들을 수 있는 하소연이다. 제과점의 매출 추이를 쉽게 접할 수 있는 재료나 기계 업체에서도 요즘 제과점 경기가 심각하다는 말이 전해진다. IMF의 여파가 가지지 않았다는 분석이 지배적이지만 매출 부진의 원인에 대해 명쾌한 답을 내지 못하는 것이 업계 현실이다.

이에 본지는 재료 사용량을 통해 경기 부진 여부를 파악해 보았다. 필수 재료 중 제과점의 사용량이 대부분을 차지해 가장 정확한 판매량을 산출할 수 있는 생이스트를 선정해 작년과 올해 1~5월까지 같은 기간 동안의 판매량을 조사했다. 아울러 자영 제과점과 달리 통계가 가능한 프랜차이즈 업체를 대상으로 매출 변화 추이를 파악해 보았다.

생이스트의 경우 업체별로 증감의 차이가 있으나 제니코식품, 조흥화학, 삼립유지 등 3사의 전체 판매량이 같은 기간에 비해 4% 성장한 것으로 나타났다. 제과점 매출 부진이 심각하다는 주위의 우려와는 정반대의 현상이었다.

예상과 달리 시장 외형은 소폭 신장 기록

조사 결과 일부 재료 업체가 세부적인 판매 증감률을 공개하지 않아 정확한 경기 상황을 파악할 수 없었다. 하지만 업체들의 말에 따르면 자영제과점과 프랜차이즈 업체의 시장은 확대된



반면 양산 업체는 축소된 것으로 나타났다.

조사 결과 프랜차이즈 업체들은 전체적으로 매출이 신장한 것으로 나타났다. 파리크라상, 크라운베이커리, 신라명과 3사의 매출은 작년 1~5월까지 1,129억원이었으나 올해 같은 기간에는 1,310억원으로 16% 신장했다. 점포수도 작년 1,593개에서 5월 현재 1,684개로 91개 증가했다.

물론 프랜차이즈 업체의 매출 신장은 점포 증가에 의한 것이라고 할 수 있다. 하지만 실질적인 경기 진단의 척도가 되는 점포당 매출을 계산해 본 결과도 전년 대비 10% 증가한 것으로 나타났다.

이번 재료 사용 및 프랜차이즈 업체 매출을 조사한 결과 베이커리 시장은 주변의 이야기와는 달리 소폭 신장한 것으로 나타났다. 이를 통해 알 수 있듯 업계 관계자들은 오래전부터 빵 소비의 확산에 따라 시장은 계속 소폭 신장하고 있다고 분석하고 있다. 하지만 자영 제과점의 매출이 부진한 것은 점포당 매출이



떨어진 결과라는 해석이다.

지금까지 업계에서는 국내 경기의 부진이 제과점 매출 하락의 주원인일 것이라는 예상이 지배적이었다. 그러나 현재 우리나라의 1인당 국민 소득은 IMF 전의 80~90% 수준이다. 근로자 임금도 97년 수준에 육박하고 있다.

따라서 소비자의 구매력이 떨어져 제과점이 매출 부진을 겪는다는 것은 설득력이 약하다는 설명이다. 현재 업계의 매출 하락이 국내 경기 부진에 의한 것이라면 IMF 때처럼 모든 점포의 매출이 떨어져야 하는데 현실은 그렇지 않다는 것이다.

점포수 증가로 매년 10% 매출 감소 추정돼

업계 관계자들은 점포당 매출이 떨어진 주요 원인으로 제과점의 수적 증가에 따른 매출 나눠 먹기를 들고 있다. 실제로 본지가 전국 제과점 갯수를 파악한 바에 따르면 97년 1만 3,752개였으나 99년에는 1만 5,676개로 연평균 900여개의 제과점이 증가하고 있다. 특히 점포의 증가도 증가려니와 신생 점포의 매출 수준이 높아 기존 점포의 매출을 많이 잠식함으로써 큰 영향을 미치고 있다.

제과 재료 업체의 한 관계자는 "최근 오픈하는 자영 및 프랜차이즈 업체 점포는 1일 매출이 50~60만원 이상인 경우가 많

고, 1일 평균 300만원대 매출의 할인점 내 베이커리가 계속 증가하고 있어 기존 점포가 이들 점포들에게 많은 매출을 잠식당하고 있는 실정"이라고 밝혔다.

현재 대형 할인점은 한해 평균 40여개, 프랜차이즈 업체 점포는 200여개가 증가하고 있다. 한해 총 증가 점포수에서 이들 업체를 빼면 자영 제과점은 대략 650여개가 늘어나는 셈이다.

새로 생기는 자영 제과점 중 60~70% 정도가 1일 매출 50만원 정도의 점포라고 가정하면 할인점과 프랜차이즈 업체를 포함한 신생 점포에 의한 기존 점포의 1일 매출 잠식액은 5억여원 수준이다.

베이커리 업계에서 새로운 점포가 주변에 입점해도 매출에 큰 영향을 받지 않는 점포는 10%도 안될 것이라는 게 일반적인 견해이다. 따라서 업계 관계자들은 전체 1만 6,000여 점포 중 나머지 1만 4,000여개 이상의 점포는 신규 점포 입점에 따라 매출을 잠식당할 환경에 놓여 있다는 설명이다.

신규 점포의 1일 매출을 1만 4,000여개의 점포수로 나누면 기존의 점포가 1일 3만~4만원대의 매출을 잠식당하는 결론이 나온다. 물론 이들 점포가 일시에 오픈하는 것이 아닌 만큼 기존 점포의 매출 잠식은 서서히 진행된다.

하지만 일반적인 점포의 경우 한해 동안 전체 매출 중 평균 10%의 매출이 하락한다고 볼 수 있다. 그러나 이는 계산상의 수치일 뿐 입지나 제품력에서 뒤지는 상당수 점포는 이보다 많은 매출을 잠식당하는 것으로 예상된다.

특히 문제의 심각성은 이런 매출 잠식이 일과성에 그치지 않는다는 점이다. 매년 1일 50만원 이상 매출을 올릴 수 있는 신생 점포가 크게 늘어나고 있으며, 이들보다 경쟁력이 약한 점포들은 매출 잠식이 해마다 누적돼 심각한 경영난을 겪을 것이기 때문이다.

업계 관계자들은 IMF와 같은 특수한 상황이 다시 발생하지 않는 한 국내 경기가 제과점 매출 부진을 좌우하는 결정적인 요소는 아니라고 단언한다. 피자, 햄버거 등 패스트푸드 및 경쟁업종에 의해 시장이 잠식당하는 것도 일부분일 뿐 가장 큰 원인은 점포 수에서 이미 포화 상태에 이른 베이커리 시장 자체에 있다는 설명이다.

근래의 제과점 매출 부진은 점포간 매출 나눠먹기에 의한 것이며, 앞으로도 이런 상황은 계속될 것으로 예상되고 있다. 따라서 소규모 점포가 대부분을 차지하는 업계 특성상 앞으로도 점포의 매출이 하락할 수 밖에 없어 전체적으로 베이커리 시장이 매출 부진을 면치 못하는 양상이 계속될 것이라는 전망이다. [계]