

신생 중소 케이크 배달업체 늘어 인터넷 확산 힘입어 주문 증가 추세

■ 취재 / 정한상 jeong@mbakery.co.kr

20세기 말부터 폭발적으로 보급된 인터넷은 기존의 면대면 관계인 오프라인(off-line) 시장 이외에 사이버 상의 온라인(on-line) 시장을 형성했다. 이에 발 빠르게 등장한 것이 바로 전문 케이크 배달업체의 증가라고 할 수 있다. 현재까지 케이크 배달 시장이 전체 시장에서 차지하는 비중은 미미하지만 각 업체마다 시장 선점과 안정된 시스템을 구축하기 위해 노력하고 있는 중이다.

오프라인과의 연계가 관건

인터넷이 등장하기 이전에는 근거리 위주로 인근의 제과점에 직접 주문을 통해 케이크가 배달됐다. 무엇보다도 원거리에 있는 고객에게 제품을 홍보하고 필요한 시간에 맞춰 배달할 수 있는 시스템이 부재했기 때문에 전국적인 대단위 네트워크 형성이 어려웠다.

식생활이 향상되면서 케이크가 주요 행사의 필수 제품으로 부상함과 동시에 과학기술의 진보는 이러한 딜레마를 아주 손쉽게 해결했다. 바로 인터넷에 온라인 쇼핑몰이 개설돼 고객의 다양한 취향과 욕구에 부응하게 된 것이다. 그렇지만 대부분의 케이크 배달업체가 오프라인 상에 생산시설을 갖춘 곳이 드물고 사업 규모가 작아 아직까지는 시장형성기에 머물러 있는 단계다.

케이크 배달업체도 각 회사마다 경영 방침 및 자본, 인력, 제품 등의 시스템이 각기 다르기 때문에 모든 업체가 똑같은 조건을 가지고 운영되고 있는 것은 아니다. 일례로 크라운베이커리, 파리크라상, 고려당, 신라명과 같은 프랜차이즈업체는 기본적으로 홈페이지에 쇼핑몰을 운영하고 있다. 이 업체들은 오프라인 상에 충분한 생산시설과 유통망을 확보하고 있을 뿐 아니라 제품 품질이 일정하다는 이점을 가지고 있다. 그렇지만 프랜차이즈업체도 각 회사마다 케이크 배달서비스 운영에 있어 차별화 된 형태를 보이고 있다.

크라운 베이커리의 경우 주문을 받으면 본사에서 근거리 대리점으로 오더를 주어 매장서 직접 배달



하는 체제이다. 또한 13명의 텔레마케터가 '해피콜'이라는 A/S를 실시해 배달 사고와 불만족 등을 대비하는 시스템을 운영하고 있다. 이 업체의 한 관계자는 "회사 입장에서 보면 주문만 받고 실제 판매를 대리점에 주기 때문에 판매에 대한 이익은 없다. 그렇지만 브랜드 이미지와 대리점 관리차원의 장래성을 보고 꾸준히 투자하고 있다"고 말했다.

파리크라상의 경우는 대리점에서 배달되는 케이크 이외에 본사에서 직접 케이크를 배달하고 있다. 이 업체는 한진 택배와 제휴해 케이크를 배달하고 있지만 택배 회사의 취급 부주의로 가끔씩 고객들에게 클레임이 걸리는 것으로 알려졌다. 이러한 문제는 기존 택배업체가 소프트한 케이크를 배달할 만큼 성숙된 의식이 없는 것에 기인한다.

고려당은 처음부터 수도권을 위주로 본사에서 직접 케이크를 배달하고 있으며 일부 특정 지역에만 부정기적으로 배송하는 것으로 나타났다. 신라명과 같은 경우 모든 지역을 커버하기에는 대리점만으로 부족해 대한 통운과 연계해 본사에서 공동으로 케이크 배달을 실시하고 있다.

업체마다 생산과 배송방식 다양

프랜차이즈업체 이외의 전문 케이크 배달업체로는 케익랜드(www.cakeland.co.kr), 포토케이크(www.photocakes.co.kr), 케익콜서비스(www.cakecall.co.kr), 케익프라이머스(keprimus.co.kr),

브레드하우스(www.bread1.co.kr), 한국통신인터넷 전보 115(www.115.hanmir.com), 겨레꽃배달(www.koreaflowershop.com), 플라워이벤트(www.flowerevent.co.kr) 등이 있다. 이 업체들은 크게 케이크 배달을 한다는 점에서는 공통점을 찾을 수 있지만 회사마다 각기 독특한 아이템을 추구하고 있는 곳도 더러 있다.

케익랜드의 경우 전국의 450여 개의 체인 점포에서 주문 받은 케이크를 공급하고 있다. 이 업체는 타 업체와 달리 홈페이지 상에 손해배상제도를 명확히 게재해 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있도록 했다. 판매되는 제품은 생크림 이외에 모카, 가나슈 초코케이크, 캐릭터 케이크 등이 있다. 특히 캐릭터 케이크의 경우 곰돌이, 빼에로, 키스미 등 다양한 종류를 구비하고 있다.

포토케이크는 본사가 부산에 있는 업체지만 서울의 지역본부 이외에도 대구, 진주, 울산, 청주, 원주, 안양, 수원, 광주 등지에 계약관계의 지사를 운영하고 있다. 이 업체의 한 관계자에 의하면 “사업초기에는 포토케이크에 대한 고객들의 인식이 부족하고 흥미 위주의 호기심으로 문의 전화만 많았다. 그러나 포토케이크가 널리 홍보되면서 차츰 주문이 늘어나고 있는 추세다.”고 말해 포토케이크에 인식이 높아진 것을 알 수 있다.

케익콜 서비스는 98년 1월에 설립된 전국적인 케이크 배달업체로 생크림, 모카, 캐릭터 케이크와 40,000~80,000원 대의 대, 중, 소 종합선물세트를 판매하고 있다. 케익프라이머스의 경우는 타 업체와 달리 자체 생산 시설을 갖추고 냉동차를 이용한 직접 배달시스템을 운영하고 있다. 특히 이 업체는 쉬폰, 기리슈로즈, 티라미슈 등 기존 업체와 차별화된 고급제품을 직접 공급하고 있다. 그렇지만 배달지역이 서울과 수도권에 한정된다는 제약이 있는 반면 꽃을 냉동차에 함께 배달해 좋은 효과를 얻고 있다고 한다.

브레드하우스도 케익프라이머스처럼 직접 생산해 수도권 고객에게 공급하는 것은 똑같지만 배송 방법에 있어 차이를 보이고 있다. 이 업체는 주력 제품인 생크림, 버터 케이크 이외에 2, 3단 대형 케이크와 롤케이크, 스펀지 케이크, 파운드 케이크를 특별한 케이크라는 품목으로 판매하며 제품 배송을 인편에 의한 지하철 등의 대중 교통으로 한다는 것이 특징이다.

한국통신 인터넷 전보 115는 인터넷(user.hanmir.com에서 이용자 등록)을 통해 고객이 전보, 꽃, 케이크 등의 배달서비스를 신청하면 115 전보와 동일하게 상품을 배달하는 전국적인 서비스이다. 이 업체의 제품은 생크림 케이크를 기본으로 디럭스 롤 케이크, 베라체수제 쿠키와 샴페인 등으로 구성돼 있다.

꽃 배달 전문 업체의 경우도 케이크를 함께 취급하는 곳이 많은 편으로 겨레꽃 배달은 크라운 베이커리와 제휴해 제품을 공급하고 있다. 이 업체는 체인을 소유한 화원과 계약을 맺은 것이 특징으로 꽃과 케이크 주문을 동시에 처리하는 시스템을 운영하고 있다.

이밖에도 케이크 배달을 실시하는 곳은 플라워이벤트를 비롯해 3535쇼핑닷컴(www.3535.shopping.com), 미미화원(www.gomimi.co.kr), TJ Mart(www.tjmart.com) 등 꾸준한 증가 추세에 있다.

케이크 배달은 아직 정확한 시장이 형성되지는 않았지만 시간이 갈수록 시장 규모가 차츰 더 커질 것으로 예상되고 있다. 그렇지만 사라진 일부 업체의 경우 체인점 가맹비를 지방 제과점으로부터 받은 뒤 종적을 감춘 사례도 있어 사업 참여에 신중함이 요구된다.

앞으로 케이크 배달업체가 경쟁에서 살아남기 위해서는 차별화 된 제품과 독특한 마케팅 이외에도 충분한 제품 공급능력 확보가 관건으로 지적되고 있다. [E]

■ 케이크 배달업체

업체명	홈페이지	주요 취급 품목	비고
케익랜드	www.cakeland.co.kr	생크림, 버터, 캐릭터 케이크, 황실과자 홍루몽, 꽃배달	전국 서비스
포토케이크	www.photocakes.co.kr	포토 케이크	각 지역 지사 운영
케이크 배달	www.cakecall.co.kr	생크림, 캐릭터 케이크, 종합선물세트, 꽃배달	전국 서비스
케익프라이머스	www.cakeprimus.co.kr	생크림, 티라미 수, 쉬폰, 고구마 케이크 등, 패키지 1,2	수도권 서비스, 제품 직접 생산
한국통신 인터넷전보	www.115.hanmir.com	생크림, 디럭스 롤 케이크, 샴페인, 베라체수제 쿠키, 전보, 꽃배달	전국 서비스
브레드하우스	www.bread1.co.kr	생크림, 버터, 특별한 케이크	수도권 서비스, 제품 직접 생산
겨레꽃 배달	www.koreaflowershop.co.kr	생크림, 모카 케이크, 샴페인, 꽃배달	전국 서비스
플라워이벤트	www.flowerevent.co.kr	생크림, 초코 케이크, 쿠키, 빵, 종합세트, 꽃배달	전국 서비스

* 위 자료는 업체 발표에 의함.