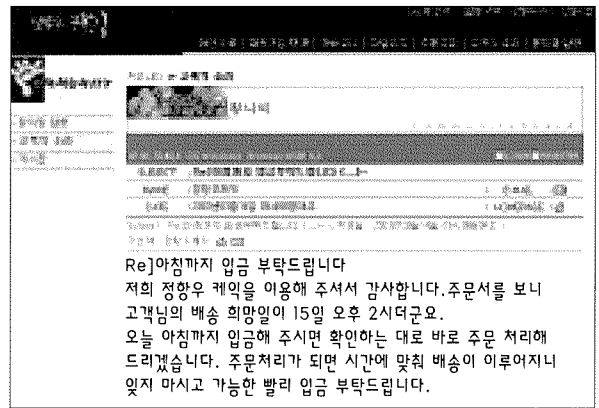
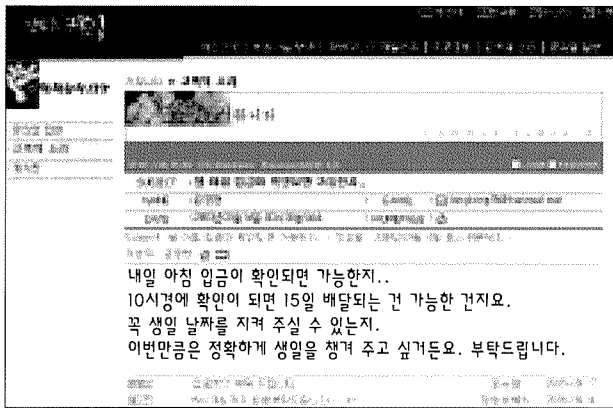


# 국내 케이크 배달 시장의 현주소

## 눈앞의 이익보다 고객 니즈(Needs) 만족을 위해



부산 「정향우 케익」 홈페이지의 고객 게시판에는 주문을 의뢰하는 고객의 글과 건진이 이를 확인해주는 관리자의 답글로 넘쳐난다. 케이크 전문점의 특성을 살려 이 업체는 하루 적게는 5건, 많게는 10건 이상 케이크 배송에 나서고 있다.

인터넷이 널리 보급되면서 웹상에서 필요한 물건을 구매하는 인터넷 쇼핑족이 급속도로 증가하고 있다. 이런 현상은 제과 부문에 있어서도 예외가 아니어서 케이크 택배 시장은 매년 20~30%의 높은 성장률을 보이며 확장세에 있다.

대전 「(주)성심당」의 경우 “평일에는 50건, 주말에는 60~70건 정도로 배달 주문량이 많다”며, “전체 매출에서 차지하는 비중이 매년 급속히 증가해 현재 6~7%대에 이르고 있다”고 전했다. 이처럼 제품 택배 사업에서 괄목할 만한 성과를 보이는 이유에 대해 “홈페이지 내 온라인 쇼핑몰을 활성화해 고객에게 해당 제품에 대한 상세한 정보를 제공함으로써 ‘보지 않고 사는 제품’에 대한 고객의 신뢰를 끌어냈기 때문”이라고 (주)성심당 관계자는 말한다. 오랜 기간 쌓아온 택배 사업의 노하우를 토대로 제품 파손율을 0%에 가깝게 줄인 것 또한 빠른 성장의 이유일 것이다.

케이크 택배 사업의 만능 격인 「크라운 베이커리」를 위시한 프랜차이즈 업체들은 폭넓은 브랜드 인지도를 토대로 케이크 배달 사업에 참여하고 있다. 업체들은 “인터넷 쇼핑의 활성화와 맞물려 고객의 니즈(Needs)를 만족시키기 위한 배달 사업이 이제 도외시할 수 없는 영역인 것은 사실”이라고 사업의 취지를 밝히고 있다.

### 케이크 택배의 시장 한계성

그러나 택배 서비스를 실시하고 있는 대부분의 업체들은 “케이크 배달 사업의 시장성에는 여러 가지 한계가 있다”고 지적한다. 프랜차이즈 업체들이 자사 홈페이지를 통한 온라인 쇼핑몰을 비교적 확실하게 구축해 놓고서도 배달 사업을 크게 활성화하지 않는 이유도 이런 한계를 간파하고 있기 때문이다.

#### 첫째, 기간별 편차가 극심한 판매량.

오늘 저녁에 디저트로 먹을 케이크를 위해 가까운 곳에 제과점을 두고 인터넷 쇼핑몰을 찾거나 전화로 배달 주문을 하는 고객은 극히 드물다. 케이크 배달 시장은 이런 고객의 특성으로 인해 특정 기념일에 한해서만 주문이 폭주하는 현상을 보이고 있다. 즉, 선물용에 국한돼 시장이 형성되고 있음을 의미하는데, 평소에는 사업성 여부를 심각하게 고려해야 할 만큼 수요가 미미하다가 특정한 날을 앞두고 눈덩이처럼 불어나는 주문이 생산과 배송 능력의 한계를 고려할 때 업체로서도 그다지 반갑지만은 않은 존재다.

#### 둘째, 제품 손상의 위험성 산재

전체 배달 품목의 95% 이상을 차지하고 있는 케이크는 파손 위험이 높은 제품이다. 케이크 배달 업체들이 가장 우려하는 바도 바로 이 점. 일반 택배를 이용할 경우 파손의 위험이 높고, 24시간 이상 지체되는 경우가 많아 제품의 신선도가 떨어진다는 것이 중론이다. CJ GLS, 삼성HTH택배 등과 같이 일부 대형 택배사에서 냉장 차량을 이용한 ‘쿨



(Cool) 택배 등을 선보이고 있지만, 1만원 이상의 높은 배송비로 인해 제품 단가를 지나치게 높게 책정할 수도 없는 업체로서는 '그림의 떡'이나 마찬가지다. '예랑 테마케익'과 같이 케이크 배달을 전문으로 하는 업체들도 이런 문제로 인해 본사 배송차량이 직접 배달할 수 있는 지역에 국한해 사업을 실시하는 경우가 다반사이다.

#### 셋째, 배보다 배꼽이 큰 배송 비용.

현재 케이크 배송 1건당 일반 택배비는 5,000~6,000원 정도이다. 고객들에게 배송비를 별도로 부담시키거나, 배달 전문 업체의 경우 제품 가격 책정시 배송 비용을 반영하기도 한다. 고객들이 부담하는 배송비는 보통 3,000원 정도. 언뜻 계산해도 일반 택배 이용시 2,000원 정도의 업체 부담금이 발생한다. 자체 배송을 할 경우에도 배송 직원과 차량 등을 필요로 하고 인건비와 차량 구입비, 연료비 등의 추가 비용이 들기 마련. 업계 관계자는 "이외에도 포장비 등 배달에 따른 추가 비용이 만만찮게 소요된다"고 토로한다.

#### 넷째, 이미지 하락 요인 될 수도.

케이크 배달은 좋은 날, 좋은 자리를 위한 의미 있는 선물의 개념이 크다. 기대가 크면 실망도 큰 법. 따라서 제품이 파손된 채로 배달되거나 약속된 시간에 도착하지 않을 경우 발생하는 고객의 불만이 일반 구매에 비해 더욱 확대될 소지가 있다. 업체들의 홈페이지 게시판에는 제대로 배송을 받지 못한 고객들의 성난 목소리가 올라오게 마련이다. 불만 사항이 발생해도 이를 표출하지 않는 '침묵 고객'도 상당수라는 점을 감안할 때, 높은 비용에도 불구하고 고객 서비스 차원에서 실시하고 있는 택배 서비스가 오히려 업체 이미지 실추로 연결되는 경우가 발생한다고 한다. 업체의 한 관계자가 택배 서비스를 "잘 해도 50점, 못 하면 -100점"이라고 표현한 것도 이쯤 되면 빈말은 아니다.

### 문제점 개선 위해 업체마다 절치부심

현실이 이렇다 보니 업체들은 안전한 배송을 위한 대책 마련에 저마다 부심하고 있다. 자체 배송 차량을 마련해 점포와 동일 지역권에서만 배송을 실시하는 방법이, 고객 불만을 줄이기 위해 정향우 케이크 등 배달 사업을 활발하게 진행하고 있는 자영 제과점에서 많이 취하고 있는 방식이다.

배달 케이크의 대명사 '포토케익'과 프랜차이즈 업체 '신라명과'의 경우 사람이 직접 운송하는 '지하철 택배'를 활용하기도 한다. '신라명과' 관계자는 "지하철 택배는 제품의 안전성은 물론 정확한 시간 엄수에 있어 케이크 배달에 크게 유효하다"고 밝혔다. '파리바게뜨'의 경우도 성남 본사와 같은 권역 내에 있는 서울·경기 지방에 한해 지역 꽃배달 업체와 제휴해 직접 배송에 나서고 있다.

여름철에 가장 문제가 되는 선도 유지의 경우 드라이 아이스, 보냉제 등을 이용한 보완책을 마련해두고 있다. 일반 제과점과 비교해 하루 판매량에서 앞서는 '파리바게뜨' 등의 프랜차이즈 업체는 하절기용 드라이 아이스 층을 삽입한 케이크 박스를 특별 주문해 활용하고 있다. 배달 주문이 물량의 대부분을 차지하고 있는 '포토케익'의 경우도 냉장 차량을 마련하는 등 대책 마련에 절치부심하고 있다.

한편 다수의 가맹점을 보유한 프랜차이즈 업체들의 경우 이러한 문제점에 대한 보완책으로 '지역 거점 가맹점'을 적극 활용하고 있다. 점주와 상의 하에 각 지역별로 1~2곳의 가맹점을 지정해두고, 본사에 집계된 배달 물건(物件)을 처리토록 하는 방법. '크라운베이커리'는 이러한 배달 방식을 통해 제품의 안전성을 담보함은 물론 철저한 점주 교육으로 고객과의 약속인 배송 시간을 정확하게 지키는 효과를 노리고 있다. 또한 거점 가맹점에 배달 물량을 몰아 케이크 택배 사업의 이익을 가맹점으로 돌려줌으로써 "본사가 케이크 택배 사업을 활성화하면 기존 가맹점의 영업에 지장을 주는 것이 아닌가"라는 가맹점들의 불만을 다소 불식시키고 있다. 그러나 케이크 배달 매출이 전체 1% 이하의 점유율 밖에 차지하지 못하고 있어 거점점포의 확실한 수입원으로 자리잡기까지는 꽤 오랜 시간이 걸릴 것으로 예상된다.

### 케이크 배달 선배들이 말하는 사업상의 유의점

'포토케익', '성심당', '크라운베이커리' 등 케이크 배달의 초창기 멤버들이 입을 모아 전하는 배달 사업의 가장 큰 유의점은 배송 시간과 관련한 것이다. 업체별로 파손에 대한 대책을 어느 정도 마련해두고 있는 상황에서 고객과의 약속인 '배송 시간을 지키는 것'이 고객 불만을 줄이는 관

건이다. 이를 위해 고객이 원하는 시간을 송장(送狀)에 정확하게 기재해 배송 직원의 착오가 없도록 하고, 무리한 약속은 처음부터 하지 않는 것이 중요하다고. 특정일과 같이 주문량이 폭주할 때에는 약속된 시간에 다소 늦을 수 있음을 고객에게 사전에 인지시켜 이해를 구한다. 홈페이지 등에 '배송 조회'란을 만들어 고객이 주문 처리 상황을 직접 확인할 수 있도록 하는 것이 좋다.

또한 고객이 제품을 눈으로 직접 확인하지 않고 선택하는 경우가 대부분이므로 주문 담당 직원을 두어 고객의 선택을 돕는다. 담당 직원은 해당 제품에 대한 구체적인 지식을 통달해 가장 알맞은 제품을 추천할 수 있도록 한다.

배송 담당 직원의 친절 교육도 간과해서는 안 되며, 택배 회사와의 제휴를 통해 사업을 진행하고 있다면 이러한 부분에 대한 책임 소재를 명확히 구분한 후 계약을 진행할 필요가 있다.



전문 배달 업체를 제외한 배달 서비스 실시 업체들은 대부분 이를 '계륙(鷄肋)'에 비유한다. 이런 저런 조치를 취해 보아도 이렇다 할 이익은 없지만 그렇다고 날로 증가하는 고객의 요구를 무시할 수는 없기 때문. 전문가들은 케이크만을 전문적으로 배송하는 업체가 등장하거나 자영 제과점간의 확실한 전국 네트워크(Network)화 등의 획기적인 대안책이 없는 한 케이크 배달 시장은 업계의 영원한 숙제일 수밖에

에 없다고 말한다.

아직은 사업 초창기. 업체들마다 더 나은 배송 방법, 포장 방법을 찾아 나가는 단계이다. 이런 세심한 배려를 통해 고객과의 신뢰를 쌓아 나갈 때 비로소 케이크 배달이 훌륭한 사업 아이템으로 자리잡을 수 있다. 더 나아가 쿠키, 초콜릿 등 보다 부가가치가 높은 제품의 배달로 연결되는 교두보로서 역할을 해 나가게 될 것이다.

〈취재·김미선〉

Advice

케이크 택배에는 안전핀이나 드라이아이스 이용

한진택배는 가장 많은 업체가 배송 제휴를 맺고 있는 국내 1호 택배사이다. 이 업체는 케이크 배송시의 주의사항에 대해 다음과 같이 밝히고 있다.

-케이크 등의 제과류는 어떤 품목군으로 구분되는가? 이에 따른 할증이나 할인 요금이 적용되지는 않나?

케이크는 부패·파손 가능 식품으로 분류된다. 생크림 케이크는 더욱 그렇다. 따라서 특별한 경우를 제외하고는 보통 버터 케이크에 한해 접수 가능하다. 기준 요금에 50% 정도의 할증이 적용되고 있으나 대규모 물량시에는 고객과 협의해 적정 배송료를 책정하고 있다. 따라서 개인 제과점보다는 기업 고객이 택배 이용에 유리하다.

-케이크 택배를 의뢰할 때 포장 등에 있어 고객이 특별히 신경을 써야 할 부분은 무엇인가?

택배사의 운영 부주의로 파손될 가능성도 많지만 케이크 자체가 워낙 파손 가능성이 많은 화물이기도 하다. 따라서 고객이 케이크를 의뢰할 때 파손되지 않도록 충분히 보호 조치를 취할 필요가 있다. 우선 케이크가 움직이지 않도록 4~5개의 안전핀을 고정시켜야 하며, 박스에 드라이아이스 등을 넣어 외부 온도를 차단할 것을 권장한다.

-한진택배에서 내세우는 케이크 배송의 강점은 무엇인가?

"컴비테이너(Combitainer)라는 특별한 수송 용기를 사용해 화물 적재시 발생할 수 있는 마찰이나 눌림을 최대한 방지하고 있다. 또한 부피가 큰 화물, 무거운 화물 등을 분리 적재해 케이크와 같은 소형 화물의 파손 가능성을 최소화 시켰다. 케이크 배송의 특성상 생일, 결혼기념일 등 지정일 배송이 많은 점을 고려해 정해진 배송 시간의 철저한 엄수를 위해 최대한 노력하고 있다."