

양산 제과업체

# 두 가지 난제 '유통망 변화 & 사업 다각화'

양산업체 관계자들의 공통된 의견은 "양산빵은 정체기에 빠진 시장이고, 지금은 시장의 확대를 꾀하기보다 현 매출 수준을 유지하기 위한 노력이 필요할 때"라는 것이다. 하지만 2003년 양산빵 업계는 의외의 플러스 성장을 기록했다. 그들의 지난해 성장 배경을 살펴본다.

글·김미선 기자

## \* (주)샤니



- ...지난해 호떡류 매출 30% 이상 신장
- ...고품질 식빵 '더블생크림소프트' 출시
- ...냉동생지 등 식자재 사업 강화할 터

(주)샤니는 지난해 호떡과 페이스트리의 선전으로 전년 대비 소폭 성장한 결과를 보였다. '부드러운 숙' '팡찌니' 등 샤니가 해마다 출시하던 신제품 개발이 지난해 잠시 주춤했고, 극심했던 불경기를 고려해 보면 그리 나쁜 결과는 아니다. 사실 샤니의 경우도 (주)삼립식품처럼 빵 부문보다 냉동생지 등의 식자재와 '텔리박스' 등의 신규 사업 진출에 따른 부수적 매출 효과로 보여진다. 그러나 모호한 시장 포지션으로 매출 하락 등의 문제가 제기되던 '텔리박스'의 출점은 현재 접은 상태이다.

샤니는 2004년을 신제품 '더블 생크림 소프트'의 출시로 시작했다. 그동안 출시됐던 고품질 식빵군이 양산빵 전체에 대한 고객의 인식을 좋은 쪽으로 유도하는데 한몫했다고 평가하고 '다시 한번 양산 식빵 시장에 불을 당기겠다'며 높은 의욕을 보이고 있다. 2월에는 일본과 미국에서 선풍적인 인기를 모으고 있는 게임 캐릭터 '유희왕' 시리즈 출시와 함께 이와 관련한 대대적인 프로모션을 준비 중이다.

편의점·할인점 양산빵 시장에서 1위를 고수하고 있는 샤니는 '가장 신선한 빵을 가장 빨리 고객에게'라는 모토로 배송 시스템을 체계화해 비용을 절감하고 자사 제품에 대한 선풍적 이미지를 구축한다는 계획이다. 양산빵 시장의 성장 한계에 대비해 냉동생지, 잼 등 식자재 제품군을 성장역점사업으로 정하고 영업력 강화에 나섰다.

## \* (주)삼립식품



- ...지난해 '제2의 탄생', 흑자 전환
- ...추억의 크림빵 공전의 히트
- ...올해 브랜드 통합할 나사

(주)삼립식품은 지난 해 양산업체 가운데 가장 활발한 변화를 보

인 업체로 2002년 11월 (주)파리크라상에 인수된 후 새로 허영인 대표 체제를 출범시켜 '제2의 탄생'을 맞고 있다. 지난 2월 18일에는 지난해 경상이익이 42억9천369만 원의 흑자로 전환했다고 공시했다.

불경기에도 불구하고 대규모 흑자를 기록할 수 있었던 이유에 대해 이만기 마케팅팀 대리는 "빵 부문 매출보다 작년에 새로 출시한 외식, 건강식품 브랜드로의 사업 확장에 따른 결과"라고 밝혔다.

지난해 (주)삼립식품 매출의 일등공신은 30년 만에 부활시킨 크림빵이다. 이 제품은 중장년층을 중심으로 출시 두 달 만에 하루 7만2천 개가 팔려나가 할인점에서는 아예 '추억의 빵' 행사를 따로 진행할 정도였다.

올해 (주)삼립식품은 '브랜드 통합' 작업에 착수했다. 이로써 인기 브랜드였던 '꾸시꾸시' 'I'm Baker' 등이 사라지고, 고급 제품군만을 모은 새로운 브랜드를 출시할 계획이다. 이는 지난해 역점 사업이었던 품질 향상의 노력을 반영한 것으로 '양산빵은 품질이 낮다'는 인식을 탈피하기 위한 이미지 고급화 전략의 일환으로 해석된다.

편의점 시장을 적극적으로 공략하기 위한 품목의 다양화·고급화도 (주)삼립식품이 관심을 기울이는 부분이다.

## \* (주)기린



- ...지난해 제품 고급화 충실
- ...할인점·편의점 시장 집중 공략
- ...품목 다양화 해결 과제

(주)기린은 지난해 여름 기온 하락으로 양산빵 시장의 매출이 전반적으로 증가했다고 발표했다. 지난해 (주)기린의 히트상품인 '바로 구워 토스트 식빵'은 따로 버터를 바를 필요 없이 토스트기에 굽기만하면 곧바로 간편하게 먹을 수 있는 식빵이다. 지난해 사업 목표였던 '제품 고급화'에 충실한 제품으로 대형 할인

점 위주의 판매가 이루어졌다.

(주)기린의 올해 사업방향은 큰 맥락에 있어 지난해와 차이가 없을 것으로 보인다. 할인점과 편의점 시장에서 시장 점유율을 높여가기 위한 다양한 방안을 모색 중이며, 보다 공격적으로 영업 현장에 나서기 위해 이미 조직 재정비에 나섰다.

(주)기린이 영업력 강화의 기초로 꼽는 올해의 과제는 제품의 품질을 높이고 품목을 다양화하는 것이다. 양산빵의 저가 이미지를 탈피하는 것이 중요하다는 판단 아래 지난해 히트제품에 버금갈 만한 차별화된 제품 개발에 주력하고, 포장재 또한 고급스럽게 새로 디자인한다는 전략을 수립했다.

빵 부문 외에 사업 다각화의 일환으로 (주)기린의 효자상품 '쌀과자'를 집중 육성하기로 하고 새로운 제품 개발에 착수할 계획이다.

**\* 서울식품공업(주)**



- ...매출 성장 기대치 못 미쳐
- ...'품질 혁신' 올해 최대 과제
- ...냉동생지시장 선점 노력

서울식품공업(주)는 지난 2003년 전년과 크게 달라지지 않은 조

용한 한해를 보냈다. 지난 해 초 계획했던 바대로 홈플러스, 2001 아울렛, LG마트 등 할인점 부문의 판로는 넓어졌으나 매출 성장세는 미미했다.

장남신 기획실 차장은 "원도우베이커리 제품에 비해 가격이 저렴한 양산빵에게 불경기는 오히려 좋은 기회가 될 수 있지만, 지난해 불경기는 아예 소비 자체가 없었다"며 새로운 판로의 개척에도 불구하고 매출이 크게 성장하지 않은 이유에 대해 설명했다.

올해 서울식품공업(주)는 '품질 혁신'을 가장 먼저 해결해야 할 과제로 삼았다. 이를 위해 고급 원료를 사용하고 유통기간을 줄이는 등 품질에 대한 소비자 신뢰 확보에 주력하기로 했다. 하반기부터 경기가 호전될 것으로 보고 지난해 불투명한 시장 상황 때문에 추진하지 못했던 타깃 고객층 세분화도 구체화할 계획이다. 이를 위한 첫걸음으로 초등학교를 타깃으로 한 '바우와우' 시리즈를 출시했다.

이 업체의 냉동생지 브랜드 마명드블랑제는 '버터크루아상' 생지의 선전으로 지난 해 50%의 괄목할만한 성장을 했다. 커피 전문점을 중심으로 매년 큰폭으로 성장하는 냉동생지 시장을 선점하기 위한 서울식품공업(주)의 품질개선 노력은 올해도 계속 될 것으로 보인다.

양산업체 관계자들의 공통된 의견은 "양산빵은 정체기에 빠진 시장이고, 지금은 시장의 확대를 피하기보다 현 매출 수준을 유지하기 위한 노력이 필요할 때"라는 것이다. 실제로 지난해 양산업체가 기록한 매출 신장은 빵 부문 매출의 증가에 기인했다기보다 업체별로 전개한 사업다각화에 따른 것으로 해석되고 있다. (주)삼립식품이 지난 해 흑자로 돌아선 것도 "우동, 로드샵, 건강식품사업 등 신규 사업 진출에 힘입어 매출 발생요인이 추가된 영향"이라는 의견이 많다. 양산업체마다 새로운 사업의 발굴 혹은 기존 비빵 부문의 강화에 주력하는 이유도 정체된 매출의 돌파구를 찾기 위해서다.

양산빵의 유통 경로가 일반 슈퍼를 중심으로 하는 '시판'에서 대형 할인점과 편의점으로 빠르게 전환하고 있는 점도 업체들이 당면한 과제 중 하나다. 업체 관계자들은 "판매의 중심이 이동하고 있고 브랜드 이미지 차원에서도 일반 슈퍼 판매보다 도움이 되는 것이 사실이지만, 할인점과 편의점 측이 요구하는 가격 및 제품 조건이 워낙 까다로워 오히려 수익성 악화의 주범이 되기도 한다"고 어려움을 토로한다. 양산업체들은 "이러한 고충을 극복하기 위해서는 생산 효율성을 높여 비용을 절감하는 수밖에 없다"고 의견을 모았다.

〈표〉 대형양산업체 매출액 추이

단위 : 매출액(억)

| 업 체 명     | 2002 |     | 2003 |     | 전년대비성장률(%) | 2004 예상 |
|-----------|------|-----|------|-----|------------|---------|
|           | 빵    | 비 빵 | 빵    | 비 빵 |            |         |
| (주)샤니     | 1800 | 200 | 1935 | 215 | ▲7.5       | 2300    |
| (주)삼립식품   | 990  | 146 | 960  | 240 | ▲5.6       | 1450    |
| (주)기린     | 320  | 355 | 335  | 345 | ▲0.7       | 750     |
| 서울식품공업(주) | 238  | 31  | 267  | 36  | ▲13        | 316     |

※자료는 각사의 발표에 의한 것임