

결과 돈보기와 X-mas 케이크 컬렉션

# 되짚어 보는 2004 크리스마스

제과업계에서 맞이하는 여러 가지 행사 가운데 가장 큰 규모와 볼거리를 자랑하는 행사는 단연 크리스마스가 꼽힌다. 크리스마스에 쏠쏠 환하게 밝히는 크리스마스 케이크를 빼놓을 수 없기 때문이다. 불경기가 과연 정설대로 매출에 좋은 영향을 미칠 것인지 아니면 오히려 일 년 중 가장 큰 매출 호기를 방해하는 휘방꾼이 될지 제과인 모두의 관심이 집중된 가운데 2004년도 크리스마스를 맞았다. 지난 크리스마스 경기는 '정말로' 어땠는지, 고객의 눈길을 확 잡아끈 케이크는 무엇이었는지 꼼꼼하게 살펴본다.

## Part 1 크리스마스 시장 '빛 좋은 개살구'

지난 크리스마스만큼 여기저기서 들려오는 말이 서로 천차만별인 적은 없었다. 크리스마스 시즌을 시작하면서 경기전망을 저마다 달리 내놓은 데다 한바탕 '전쟁'을 치루고 난 뒤 결과가 엇갈려 더욱 그랬다. 한 가지 뚜렷한 사실은 크리스마스 시장이 예전만큼 제과업계 효자노릇을 하지 않는다는 점이다.

글과 사진\_ 김미선 기자

'경기가 어려울수록 크리스마스 케이크 매출은 된다.' 역설적인 명제는 사실로 드러났다. 지난 2004년 크리스마스 케이크 시장은 전년대비 평균 17% 정도의 성장을 기록한 것으로 나타났다. 제과업계로서는 몹시 흥분되는 '사건'임에 분명하지만, 문제는 이번 크리스마스 시장의 '파티'를 대부분의 자영제과점이 함께 누리지 못했다는 데 있다.

프랜차이즈 대체로 '만족', 할인점·편의점 등 경쟁 심화 사실 지난 크리스마스 경기전망은 '기대 반' '의문 반'이었다. 지난해 장기화된 불경기로 발렌타인데이, 화이트데이 등 특수 절마다 기대에 못 미치는 성과 탓에 아쉬움을 토로했던 제과업계는 크리스마스 시즌이 상황의 반전을 가져다 줄 수 있을지 반신반의하는 모습을 보였다. 크리스마스 시즌마다 풍성한 사은품을 내걸고 고객을 불러 모으기에 여념이 없던 프랜차이즈 업체들조차 "경기가 어렵다는 것이 호재가 될지 악재가 될지 도통 짐작하기 어렵다"는 전망을 내비쳤다.

크리스마스 당일 오전까지도 매출에 큰 변동이 없어 초조함을 감추지 못했던 제과점들은 오후로 접어들면서 서서히 고객이 밀려들기 시작하자 드디어 안심할 수 있었다고. 극심한 불황은 사람들을 패밀리 레스토랑이나 스키장이 아닌 집으로 불러

모았고, 큰 무리 없이 크리스마스 파티 분위기를 내기에는 케이크가 최고였다.

'천사날개'를 내걸고 케이크 판매에 나선 '파리바게뜨'는 전국적으로 130억 원의 매출을 올리며 전년 크리스마스에 비해 두 자리 수 이상 성장했고, 다양한 종류의 기획 케이크를 출시한 크라운베이커리 또한 크리스마스 이브와 당일 이틀 동안에만 60만 개의 케이크를 팔아치우며 지난해보다 선전했다는 결과를 발표했다. 두레쥬르와 신라명과는 점당 매출이 똑같이 17%씩 성장했다. 신라명과는 크리스마스 시즌에만 13억 원의 매출을 기록했다고 밝혔다.

할인점과 편의점 또한 크리스마스 케이크 시장에서 결코 뒤지지 않았다. (주)데이앤데이는 7만 개나 되는 케이크 판매고를 올리며 전년보다 두 배 이상 매출이 뛰었고 편의점 시장도 전체 21만 개에 가까운 케이크 판매량을 자랑하며 크리스마스 시장의 새로운 강자로 떠올랐다.

자영제과점 매출 양극화 뚜렷, 프랜차이즈 할인판매 영향 그렇다면 자영제과점의 크리스마스 시즌은 과연 어땠을까? 자영제과점의 경우 이번 크리스마스 시즌에도 양극화 현상이 두드러졌다. 서울 강남의 A제과점의 경우 전년에 비해 30% 이상



1 본격적인 판매를 앞두고 매장에 층층이 쌓여둔 케이크 상자. 크리스마스는 역시 제과업계 최고의 특수절이다.  
 2 '풍부한 제품 아이템' '오랜 홍보기간' 등 크리스마스 준비에 정성을 기울인 제과점은 매출이 나쁘지 않았다는 평가가 많았다.  
 3 언제부터가 크리스마스에 사은품 증정이 관행처럼 굳어졌다. 마진을 하락 탓에 크리스마스는 이제 '빛 좋은 개살구'라 불린다.

매출이 올라가는 결과를 보인 반면, 똑같이 강남권에 위치한 B 제과점은 오히려 매출이 20% 넘게 떨어지기도 했다. 지방으로 갈수록 이런 경향은 더욱 뚜렷했고, 점포 규모가 작을수록 또 인지도가 떨어질수록 크리스마스 매출은 그리 좋지 않았다.

크리스마스 시장에서 자영제과점은 프랜차이즈 제과점에 비해 상대적으로 성적이 좋지 못했다. 프랜차이즈 업체들의 경우 이동통신사와의 제휴를 통해 자영제과점보다 훨씬 싼 가격에 크리스마스 케이크를 판매한 꼴이 됐고, 크리스마스 한 달 전부터 TV광고나 매장 내 포스터를 활용한 크리스마스 마케팅에 돌입했다. 파티나 선물을 위해 케이크를 구매하려는 사람들에게 그들의 브랜드 인지도가 영향을 미치고 있다는 점도 무시할 수 없다. 업체마다 10여 종이 넘게 준비한 크리스마스 기획 케이크는 고객의 선택 폭을 넓혀 만족도를 높였다.

사실 프랜차이즈 업체들 또한 크리스마스 시장이 마냥 즐겁지만은 않다. 업체 간 과도한 사은품 경쟁과 높은 프로모션 비용 탓에 그렇지 않아도 '크리스마스 시장은 빛 좋은 개살구'라는 말이 떠도는 마당에 할인 부담까지 떠안고 있어 압박감은 점점 더 커지고 있는 실정이다. 그럼에도 불구하고 업체들이 크리스마스에 '올인' 할 수밖에 없는 이유는 크리스마스가 제과업계의 대표 특수절일 뿐 아니라 크리스마스 시즌에 고객에게 얼마

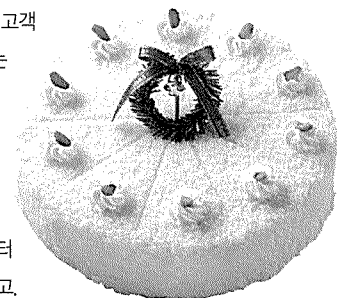
만큼 강력한 인상을 심어주느냐에 따라 다음 해 상반기 매출이 좌지우지된다고 확신하기 때문이다.

지난 크리스마스 시장의 진정한 승자는 과연 누구일까. 기대만큼 매출이 오르지 않아 속이 탄 자영제과점일까. 아니면 매출은 그럭저럭 만족할 수준이지만 그다지 남는 장사는 하지 못한 프랜차이즈 업체들일까.

### 추천 Best 고구마케이크

지난 크리스마스에서 가장 사랑받은 아이템은 단연 고구마케이크다. 물론 전체 판매량에서 1위 자리는 생크림케이크가 변함없이 고수했지만, 고객의 선호도는 고구마케이크가 압도적으로 높았다. 올해 처음 크리스마스 기획 상품으로 고구마케이크를 선보인 뚜레쥬르는 "생크림 제품이 다양한 크기로 준비했다는 점을 고려해볼 때 3호 크기 하나만 준비한 고구마케이크의 고객 선호도가 단일 품목으로는 가장 높았다"는 결론을 내렸다.

신라명과도 "평소의 스테디셀러 제품인 고구마케이크가 크리스마스에도 생크림 케이크 다음으로 높은 판매 비중을 차지할 만큼 인기가 높았다"고 발표했다. 버터 케이크의 인기는 상대적으로 크게 줄었다고



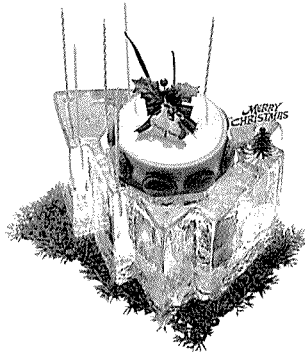
# Part 2 열띤 경쟁 벌인 크리스마스 제품 페레이드

경기 침체가 장기간 이어지면서 얼어붙은 제과시장에 찾아 온 크리스마스는 제과인의 마음을 설레게 하고 손길을 바쁘게 했다. 이번 크리스마스 제품은 갖가지 독특한 아이디어와 한층 업그레이드된 맛으로 승부를 걸었다. 철저한 준비와 차별화 전략으로 고객 사랑을 듬뿍 받은 제과점의 케이크를 한자리에 모아 소개한다.

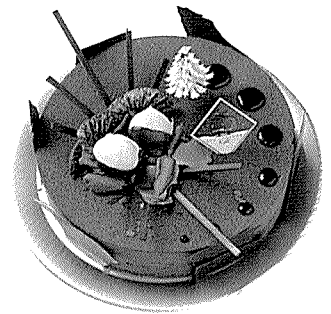
글\_박소희 기자 · 진행\_편집부 · 사진\_전문식, 주현진

## 01 김영모과자점

갖가지 크리스마스 케이크를 준비한 김영모과자점은 엄선된 고급재료를 사용해 맛의 질을 높였으며 크리스마스에 어울릴 수 있는 포장이 되도록 각별히 신경을 썼다.



Green Tea 올해 첫선을 보인 트리 모양의 얼음조각과 녹차 아이스크림 케이크.



타워팰리스 마롱무스, 망고젤리, 마롱시트, 자바라 밀크 초콜릿을 사용한 고소한 맛의 무스.

## 02 라띠에르과자점

한번 단골이 된 고객은 잊지 않고 다시 찾는 라띠에르과자점은 특히 주문고객이 많다. 셰프가 직접 만든 크리스마스 장식물을 올려 정성을 더했다.



생크림 케이크 부드러운 시트에 휘핑크림을 아이싱하고 딸기를 얹어 깔끔하게 마무리했다.



가또 쇼콜라 진한 초콜릿 맛이 일품인 가또 쇼콜라 케이크.

## 03 케익하우스미호

새롭게 디자인한 케이크를 많이 선보여 매출 향상에 한몫했다. 디자인 뿐만 아니라 맛도 한층 업그레이드했다는 평가.



트리모양 케이크 상큼한 딸기와 앙글레즈 크림이 절묘한 조화를 이뤘다.

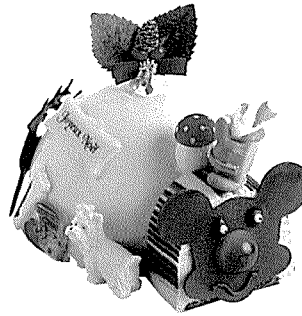


종모양 케이크 초콜릿 무스와 초콜릿 시트로 층을 내 종모양 초콜릿 무스 케이크를 선보였다.

## 04

### 본누벨

사전주문을 받은 제품에 한해 할인행사를 열어 좋은 반응을 얻었다. 다양한 무스 케이크와 초콜릿 공예 제품이 꾸준히 팔렸다.



이글루 프랑부와즈 무스의 상큼함과 화이트 초콜릿의 달콤함이 어우러진 앙증맞은 케이크.



산타의 마을 수제 초콜릿 공예제품. 원뿔 모양 초콜릿에 산타, 봉봉 초콜릿을 붙여 마무리했다.

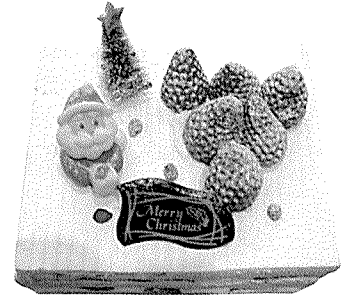
## 05

### 아티제

웰빙(Well-being) 열풍에 맞춰 소재의 고급화에 힘썼다. 신선한 과일, 요구르트 등을 이용한 제품이 인기를 얻었다.



요구르트 생크림케이크 복숭아, 파인애플을 샌드하고 요구르트를 넣은 상큼한 생크림케이크.



딸기 생크림케이크 크리스마스 한정 제품. 딸기를 아끼지 않고 듬뿍 넣어 그 맛을 더했다.

## 06

### 안스베이커리

아기자기한 크리스마스 장식물을 장식한 크리스마스 케이크와 직접 만든 쿠키를 준비했다.



생크림케이크 크리스마스에 빠지지 않는 생크림 케이크. 별모양 장식물을 얹어 마무리했다.



고구마 케이크 고구마와 생크림을 듬뿍 넣어 여전히 인기가 높은 고구마케이크.

## 07

### 엘리제과자점

해마다 크리스마스를 위해 장식물을 직접 만들어 판매한다. 케이크에 맞는 장식물을 구상해 좋은 반응을 얻었다.



프랑부와즈 불량 구운 비스킷에 프랑부와즈 무스와 화이트 초콜릿 무스가 어우러진 뷔슈케이크.



뷔슈 드 노엘 나무장작 모양으로 만든 초콜릿 롤 케이크를 대각선으로 잘라 크림을 바른 케이크.

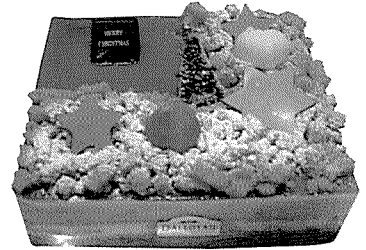
## 08

### 달로와요

무스케이크 보다 생크림케이크에 더 많은 신경을 썼다. 작은 사이즈 제품이 주로 판매됐다.



스노우맨 눈사람 모양 케이크. 재미있는 모양에 맛도 좋은 인기제품.



심포니 산딸기 스펀지에 양배무스와 산딸기 스펀지를 올리고 화이트 초콜릿을 바른 케이크.

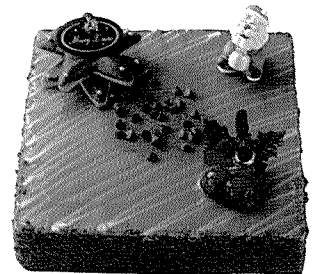
## 09

### 신라명과

다양한 데코레이션의 생크림 케이크와 무스케이크를 골고루 준비했다.



징글벨 트리 트리 모양으로 데코레이션 한 부드러운 쉬폰케이크.



초코 사각 무스 고급 초콜릿 무스와 초콜릿 시트가 어우러진 달콤한 케이크.

## 10

### 크라운베이커리

인기제품을 새롭게 장식해 선보였다. 상큼한 맛이 어우러진 생크림케이크가 인기를 얻었다.



레몬라임쉬폰 케이크 촉촉한 쉬폰케이크 시트에 새콤달콤한 레몬라임 크림의 쉬폰케이크.



베리베리 케이크 상큼한 딸기와 부드러운 생크림이 앙상블을 이루는 고급 생크림케이크.

## 11

### 투스럼플레이스

로맨틱한 크리스마스를 주제로 달콤하고 부드러운 맛의 갖가지 치즈케이크를 중심으로 한 크리스마스 케이크를 준비했다.



와인치즈 케이크 입안 가득 퍼지는 레드와인의 향과 부드러운 치즈 맛이 일품인 치즈케이크.



라즈베리치즈 케이크 새콤한 산딸기와 고소한 치즈맛이 어우러진 크리스마스 치즈케이크.