

# 일본의 국산밀과 천연효모를 사용한 건강빵



## ■ 건강지향이 높은 일산밀로 만든 빵

일본에서 빵이 일상적으로 주식의 일부가 된 것은 제2차 세계대전 중 50년전 전쟁에 패망하고 나서부터다. 5년의 걸친 전쟁기간동안 남자들은 전장에 나갔고 따라서 농촌에는 일손이 모자랐다. 그렇다고 해서 식량을 수입할 수도 없었다. 그리고 패전 당시 식량보급기지였던 한국, 대만은 독립하여 각각 새로운 길로 나아갔다.

국토가 황폐해진 일본에 해외로부터 수많은 병사들과 해외이민자들이 철수귀국했다. 식량은 당연히 부족했다. 반면 일본을 점령한 미국은 밀이 남아 돌아왔다. 무엇보다 농산물 수출이 경제적 기반이었던 미국은 전쟁중 그 길이 막혀 있었기 때문에 당연하다. 미국은 일본에 잉여농산물을 계속 공급했다. 따라서 일본은 미국의 농산물 수출의 상위권을 차지하게 됐다. 이것이 일본에 빵식문화가 확대되는 경위가 된다.

일본에 빵과 그 부식이 전해짐에 따라 일본인의 식생활은 풍요로워졌고 영양 면에서도 향상되어 평균수명은 세계 1위(남 76세, 여 82세)가 되기도 했다. 이것은 패전이 가져온 큰 플러스이기도 하다.

현재 일본에서 소비되는 빵용 밀가루는 연간 약 118만톤(1999년). 쌀은 약 1천만톤 가량이 되므로 약 10분의 1에 해당된다. 이 밀가루의 원료가 되는 밀은 미국과

캐나다에서 수입하고 있다. (면용밀은 오스트레일리아에서 수입) 일본 국내에서 생산되는 밀(이하 일산밀이라 칭함)도 빵용에 사용되고 있지만 그 숫자는 극히 소량에 그치고 있다. 일산밀로 만든 빵은 건강지향법에 의해 일부에서 인기를 끌고 있지만, 일산밀의 품질, 가격, 양적인 면에서 문제가 있어 대형 제분회사에서는 국산밀 안락사를 조심히 전개하고 있을 정도로 장애물로 생각하고 있다.

그렇게 된 이유는 무엇인가. 전전 홋카이도(北海道)를 비롯해 각지에서 밀이 재배되어 적어도 면용밀은 일산밀로도 질적, 양적으로 충분했었다. 또한 빵용밀의 경우는 빵의 역사가 짧기 때문에 품질이 좋은 밀은 재배가 안됐지만 그런대로 수요 공급이 되었고 상등품의 캐나다산 밀가루도 수입이 되고 있었다. 일본에 빵이 탄생하여 약 100년간 그리고 전전 약50년간은 빵이 기호품에 지나지 않았기 때문에 밀가루의 소비량은 많지 않았다.

그러나 물론 캐나다의 마니트바밀에 가까운 고급밀을 만드는 노력은 전전서부터 정부와 민간사이에서 지속적으로 이루어져 왔다. 그러나 밀의 품종개발은 오랜 시간과 경비를 요하는 끈기가 필요한 사업이다. 마니트바밀을 일본에서 재배해도 기후풍토가 다르기 때문에 똑같은 품질의 밀로는 재배할 수 없는 것이다. 전운이 퇴색되어가고 식량은 양보다 질을 따지는 시대가 되었고 품종개발은 안타깝게도 중단되고 말았다.

몇년전 홋카이도에서 하루유다까 라는 빵용밀이 탄생했다. 홋카이도의 소형 제분회사인 에베쓰(江別)제분과 지방 도리농가의 연구노력에 의한 결과다. 그러나 그 생산량 역시 소량에 지나지 않는다.

현편 소비자 사이에서 외국산밀이 수입될 때 수송, 저장중 벌레발생이나 곰팡이 번식을 방지하기 위해 다량의 약제가 투입된다는 것이 문

빵뉴스사  
니시카와 다끼코(西川多紀子)



제가 되기 시작하였다. 말하자면 포스트하베스트다. TV에서 이 장면이 방영되면서부터 소비자의 반응은 대단했다. 실제, 일본에 도착하는 수입밀은 선제, 정선된후 외피는 제거하기 때문에 잔존하는 살충제는 없고 건강에도 영향을 미치지 않지만 사용한 약제량이 엄청나다는것에 대부분의 소비자들이 놀라움을 금치못했던 것 같다.

그후 국민적 정서가 주식의 자급자족률을 높이는 쪽으로 기울었다. 정부도 그것에 뜻을 두고 정책을 펴고 있다. 그래서 일본에서 생산되는 밀은 그 품질여하에 상관없이 정부가 높은 가격으로 매입하고 있다. 일본에서는 쌀과 밀은 식량관리법이라는 법률에 따라 시스템화 되어 있다. 즉, 밀은 정부가 민간에게서 매입한 후에 제분회사에 팔고 있다. 제분회사 특히 대형 제분회사는 질적으로 불안정한 일산밀의 인수를 꺼리고 있지만 법률적으로 어쩔수 없이 하급품의 각종 밀가루를 혼합하여 소화하고 있다.

그러나 앞에서 말한 2가지 이유로 소비자의 일산밀로 만들어진 빵에 대한 니즈는 점점 높아졌다. 한편 대형 제빵업자에게 점차 시장점유율을 위협받고 있는 홈베이커리의 극히 일부분의 사람들은 그대응책의 하나로써 이러한 소비자의 니즈에 대응했다. 물론 신념을 갖고 건강을 위해 일산밀만을 사용하여 빵을 굽고 있는 사람도 있다. 또 북해도의 밀산지에 있는 모체과점은 "여러분이 농사지은 밀로 구운 빵입니다."를 캐치플레이즈로 내세워 제품의 아이টে으로 진열해 놓고도 있다.

그러면 순일산밀로 만든 빵의 맛은 어떨까. 빵의 내상이나 입에 넣었을 때의 느낌은 마니트비밀가루로 만든 빵과는 확실히 다르다. 그러나 잘 반죽한 일산밀로 구운 빵은 은은한 단맛이 나고 풍미가 있다. 나도 개인적으로는 좋아한다.

일산밀은 단백질의 양이 적기 때문에 빵반죽 생성에 필요한 글루텐의 함량도 부족하다. 따라서 고단백의 마니트비밀가루로 빵을 만드는 것보다 어렵다. 그래서 제법은 원칙을 정확히 지키고 정성들여 만들지 않으면 안된다. 발효에는 공장에서 생산하는 공업적으로 배양한 효모를 사용하는 사람도 있지만, 독자적으로 배양한 개성이 풍부한 소위 천연 효모를 발효시켜 사용하는 사람도 있다.

어쨌든 이 모두 글루텐의 함량이 부족하기 때문에 발효시간을 길게 잡고 있다. 여기에 독특한 맛의 요소가 있는 것 같다. 천연효모를 배양해서 판매하는 업자도 있다. 손으로 만드는 이스트 메이커이다. 보통 공장에서 생산되는 효모의 먹이에는 폐당밀이 이용되고 있지만 천연효모는 포도, 양파, 밀껍질 등에 부착되어 있는 야생효모를 배양하고 있다. 여기서 맛의 개성이 나온다. 그러나 잡균이 침투하기쉬워 세심한 관리가 필요하다.

지금 문제가 되는 것은 빵에 사용하는 일산밀이 부족하

고 비싸다는데 있다. 가나가와(神奈川)현의 웬부른 베이커리는 1년반전부터 소비자의 니즈에 부응해 전면적으로 우리밀로 바꿨다. 병원으로부터의 격려가 있었고 아토피성 피부질 환자가 이 빵으로 나았다고 하는 보도도 나오고 있다. 경영은 순조로운 편이지만 중요한 일산밀을 공급받기가 어려워 현재 홋카이도 이와테현(동북지방) 시가현(狹野)의 소규모 제분회사로부터 사들이고 있다.

일본의 농업은 전후 생산성이 좋아 꿈 일변도가 되었고, 새로운 문제로서는 후계자난을 걱정하고 있다. 한편 우루과이라운드 등 국제경쟁의 어려움속에서 일본국민의 자급자족의 꿈은 점점 어려워져 가고 있다. 일산밀로 만든 빵은 건강지향에 의한 소산이지만 조그만 일본인의 양심의 상징이라고도 말할 수 있다. 앞으로 그것은 일본정부의 농업정책에 걸려 있지만 결코 밝다고는 할 수 없겠다.

## ■ 일본의 천연효모

천연효모를 사용해 빵을 만드는 사람 대부분이 일본에서 생산되는 밀을 사용하고 있다. 실제로 일산밀에 천연효모를 사용한 빵을 먹어보면 캐나다산 일등품에 공장생산용 이스트를 넣어 만든 빵보다 훨씬 맛있음을 알 수 있다.

작년 (유)호시노천연효모빵종 본사에서 이들에 걸친 천연효모를 사용한 제빵 강연회에 참가한 적이 있다. (유)호시노천연효모빵종이라는 회사는 1951년 호시노 아끼라(星野昌)씨가 창립하여 30년간의 연구를 거듭한 결과 종래의 이스트와 다른 효모를 개발했다. 그것이 호시노천연효모종이다. 호시노씨는 재작년 별세, 현재 호시노 마스오(星野益男)가 뒤를 이어 경영근대화해 임하고 있다. 호시노 효모(소위 주종)는 쌀과 밀을 토대로 공기중의 이스트를 채취해 배양한 것으로 분말로 포장 판매하고 있다. 이것은 효모분에 물(28도) 2배를 첨가하여 상온 28도에서 30시간 숙성시킨다. 여기에 밀가루와 부재료를 넣어 반죽을 생성한후 12~16시간(OVER NIGHT) 두어 발효시킨다. 이것을 가지고 공정에 따라 빵을 만들면 된다.

일본에서 우리밀 생산이 감소하고 있어 빵용으로 공급받기란 여간 어려운 일이 아니다. 그래서 대부분은 수입밀을 사용하고 있는데, 원도우베이커리가 양산업체에 대응하기에는 좋은 수단임은 분명하다.

그러나 천연효모는 장시간의 온도를 유지하기가 어려워 누구나 할 수 있는 것은 아니다. 그래서 호시노의 신임사장은 독특한 도우콘디셔너(호이로와 효모 숙성기능을 갖는)를 개발했다. (강사는 이가리 히데기요씨로 유명한 기술인. 지금은 힐사이드 빵트리에서 베이커리 경영을 맡고 있음) 이외 천연효모를 생산하는 회사로 월드 호프가 있다. 여기서는 호프종으로 효모를 만들었다. 월드 호프종은 시판하는 일반 이스트와 비슷, 발효시간이 4시간 밖에 걸리지 않는 이점이 있어 대기업에도 공급하고 있다.

또한 개인적으로 레이즌이나 사과에서 종을 일시켜 사용하는 사람도 있다. 호시노의 거래처는 현재 25여 업소에 이르고 있다. 새로운 도우콘 개발에 따라 호시노효모의 사용자는 늘어날 것으로 보인다. 문제는 일산밀 공급에 있는데 이것은 앞에서 설명한 대로 어려운 실정이다. 과연 일산밀과 천연효모의 콤비에 의한 풍미는 어디서 오는걸까.