

프라이스클럽, 내년 할인 제과점 사업

97년 분당 1호점 입점 시작 후 확산 움직임

프라이스 클럽이 97년부터 할인 제과점 사업을 전개할 것으로 알려져 관심을 모으고 있다.

프라이스 클럽이 계획 중인 제과점 사업은 기존 마크로의 ARO베이커리나 까르푸와 같이 대규모 할인 매장에 제과 생산 시설을 갖추고 제품을 생산해 할인 판매하는 형태를 띠 것으로 예상되고 있다.

앞으로 프라이스 클럽이 계획중인 할인 제과점의 브랜드나 생산 제품, 할인폭 등은 미정이나 타 할인 제과점과 비슷한 빵류 위주의 제품과 30% 내외의 할인폭이 될 것으로 전해지고 있다.

이를 위해 프라이스클럽은 최근 생산과 시설 검토를 위해 미국에 관계자를 파견했으며 내년 성남의 분당 프라이스클럽 매장에 1호점을 개설하고 타 매장과 향후 클럽 매장에도 할인 제과점을 입점 시킬 계획인 것으로 전해지고 있다.

이에 따라 프라이스 클럽이 내년 할인 제과점을 개설하면 국내에는 ARO베이커리, 까르푸 등 3개 브랜드가 앞으로 계속 자사 매장에 할인 제과점을 입점 시킬 것으로 보여 전국 신도시 주변의 제과점이 적지 않은 타격을 입을 것으로 예상된다.

도 매입자를 찾지 못하고 있는 실정이다.

또한 E마트 인근 상가의 경우는 임대료가 대폭 하락해 이 상가의 시세는 10평 기준으로 보증금 3,000만원에 월세 80만원선을 유지했지만 요즘에는 E마트에 밀려 보증금은 유지하지만 월세는 50~55만원선으로 떨어졌으며 1,200~2,000만원하던 권리금은 사라졌다.

인근 부동산중개업소는 “유동인구가 많고 상권이 확보된 일부 지역을 제외한 대부분 지역의 상가가 대형 유통업체의 가격파괴 전략에 밀려 고전하고 있다”며 “대형 매장들이 오는 98년까지 속속 들어서게 됨에 따라 일반상가의 상권위축은 더욱 심화될 전망”이라고 전했다.

토토스, 패스트푸드 '리틀토토스' 가맹 돌입 피자·치킨 등 유명상품, 연내 70개점 목표

토토스 피자가 패스트푸드점 형태의 '리틀 토토스' 가맹 사업에 돌입해 관심을 모으고 있다.

토토스 피자가 의욕적으로 추진하고 있는 '리틀 토토스'는 현재 소비자에게 인기있는 유명 상품만 선정해 취급하는 형태로 피자, 수입 닭고기를 이용한 치킨, 샌드위치, 햄버거, 돈까스, 수입 아이스크림과 이들 메뉴를 종합한 세트 상품으로 구성돼 있다.

리틀 토토스의 평균 점포 규모는 15평 내외로 설비, 인테리어 비용 등 3,500만원 정도의 적은 비용으로도 고수익을 올릴 수 있도록 하기 위해 눈에 띄는 인테리어를 통한 고객 유도와 1차 조리된 반제품을 공급해 매장에서 간단하게 조리 판매하는 형태로 운영될 예정이다.

현재 토토스 피자는 2개의 '리틀 토토스' 가맹점을 보유중인데 활발한 가맹 전개에 나서 올해 안에 60~70개 정도의 가맹점을 개설할 계획이다.

파리크라상, 10월 베이글 냉동 생지 수입 美 페트로프스키社 5종, 뉴욕과 양파전

파리크라상이 오는 10월 베이글빵 냉동생지를 수입할 예정이다.

이번 수입은 그동안 파리크라상이 베이글빵을 자체 생산해 가맹점에 공급해 왔으나 미국 본토의 맛을 선보인다는 전략에 따라 미국 페트로프스키社 냉동 생지 4~5종류를 수입할 것으로 전해지고 있다.

한편 현재 국내에는 베이글빵 판매업체 선발 주자인 뉴욕제과가 수입 믹스를 이용해 5종류 제품을 1일 9,000개 판매하고 있고 파리크라상이 4종류 제품을 판매하고 있는데 이번 파리크라상의 냉동생지 수입으로 치열한 경쟁이 전개될 것으로 예상되고 있다.

新도시 상가 임대료 및 권리금 큰폭 하락 대형할인점 속속 개점으로 일반상가 침체

최근 일산, 분당, 평촌 등 신도시에 대형할인점이 잇따라 들어서면서 이 지역 일반상가

의 점포임대료, 권리금 등이 큰 폭으로 떨어지고 있다.

현지 부동산중개업소에 따르면 회원제 창고형 할인점인 김스클럽, E마트, 까르푸社의 하이퍼마켓 등 대형 할인점이 신도시 지역에 속속 영업을 시작하거나 준비중이어서 가격경쟁력과 생활 편의 시설면에서 뒤지는 일반상가들이 급속히 침체되고 있다.

평촌 신도시의 경우 범계역 부근에 뉴코아 백화점의 할인점인 김스클럽이 지난해 12월 개장하면서 인근 아파트단지외 일반상가의 점포의 폐업이 늘고 있다. 이에 따라 올초 200여개에 불과하던 점포매물이 최근 2배나 증가한 400여개가 인근 부동산중개업소에 쌓이고 있다.

분당 야탑전철역 인근에 있는 일반상가는 영업부진으로 임대조차 어려운 상태이다.

일산 신도시 K상가 50평짜리 슈퍼의 경우 지난해 상반기만 해도 권리금이 1억원을 호가했으나 최근에는 권리금 5,000만원에

美캐주얼 레스토랑 슬라스키스 델리 오픈 빵, 피자파이 등 독립브랜드로 판매

외국 외식업체들의 국내 외식 시장 선점 경쟁이 날로 가속화되고 있는 가운데 미국의 중급 수준의 외식 업체인 '슬라스키스 델리'가 이달중 오픈한다.

현재 노량진에 1호점 오픈을 준비중인 슬라스키스 델리는 1971년 설립, 미국내 300개 지역에 가맹점을 가지고 있는 캐주얼 레스토랑 형태이며 20대 중반에서 40대 초반을 목표 고객으로 삼고 있다.

이 업체는 이에따라 피자와 샌드위치 등을 독립 브랜드화하여 수제품 형태로 판매할 방침이며 특히 샌드위치는 결이 부드럽고 풍미가 뛰어난 식빵을 사용, 먹기에 부담이 없도록 기존 샌드위치 브랜드와 차별화한다는 전략을 세워놓고 있는 상태.

또한 햄, 치즈, 비탄산 음료, 오이 피클, 케첩 등을 매장 쇼케이스에 직접 디스플레이해 기호품 체인점으로서의 이미지를 극대화할 수 있는 복합매장을 추구한다는 전략을 세워 놓고 있다고.

한편 슬라스키스 델리의 한 관계자는 "제품에 사용되는 육류 등은 한국내에서 직접 공급받을 방침이고 20대중반에서 40대 중장년층들이 부담없이 이용할 수 있도록 매장 인테리어와 서비스에도 각별히 신경쓰고"있으며 "제품 가격은 기호품의 경우 2,000~3,000원 정도이고 샌드위치는 개당 2,000원 정도에 판매할 것"이라고 밝혔다.

냉동생지 전문 베이커리 등장한다 유니스환, 미국 리치환에서 직수입

베이커리 사업에 진출, 베이커리 솜 오픈을 준비하고 있는 업체가 있어 관심을 모으고 있다.

지난 6월 설립된 '유니스'라는 업체는 이달 중에 대구지역에 1호점을 개설, 냉동생지를 이용한 쿠키, 테니쉬 페이스트리 등의 제

품을 위주로 하고 아이스크림을 복합하는 형태로 운영할 예정이라고 밝혔다. 그러나 브랜드명은 알려지지 않았다.

현재 미국 리치사의 생크림을 중간 유통하고 있는 유니스는 향후 서울 지역에 모델 쇼를 오픈할 계획이며 프랜차이즈 사업도 추진할 방침으로 특별한 기술이 없어도 간편하게 판매할 수 있다는 데 사업 가능성을 두고 있다.

기능장회, 3차 기술·경영 세미나 개최 성심당서 제품 기술인의 자세 등 내용

기능장 모임인 제과기능장회(회장 신철수)가 지난 8월 21일 제3차 세미나를 개최했다.

대전 성심당에서 직원 80명을 대상으로 실시된 이날 세미나에서는 기능장인 윤성찬씨가 '치즈 수플레', '크림 치즈 케이크', '초콜릿 케이크' 제품 실연을 선보였고, 서정용씨가 '제과 기술인의 자세', 김봉수씨가 '제과업의 현황'에 대해 강의했다.

지난해 발족한 제과 기능장회는 제과 기술 및 업계 발전을 위해 노력한다는 설립 목적에 따라 지금까지 세번의 기술 세미나를 실시했

고 앞으로도 지속적으로 세미나를 개최할 예정이다.

기린 상반기 실적 적자에서 흑자로 전환 지난해 대비 매출 11% 증가, 경상이익 2억

제빵업체들의 경영난이 가중되고 있는 가운데 지난해 상반기 동안 7억 4천만원의 적자를 낸 기린이 제품가격 인상과 경영혁신에 따른 비용 절감으로 올 상반기에는 흑자로 전환됐다.

이 회사 관계자에 따르면 기린은 상반기 결산 결과 매출은 전년 동기보다 11.7% 성장한 532억 8천만원으로 집계됐으며 경상이익도 2억원 가까이 올린 것으로 알려졌다.

기린은 올들어 인원감축 및 긴축재정 등 다운사이징으로 비용을 절감하고 지난 3월 제품가격을 인상했기 때문에 흑자전환이 가능했다는 설명.

기린은 하반기 매출이 상반기보다 많기 때문에 하반기에도 매출이 지난해보다 18.8% 증가한 1,124억원, 경상이익은 15억원에 이를 것으로 전망하고 있다.

대형 할인 제과점, 매출 잠식 영향 크다 4km 밖 업소도 영향, 신도시 제과점 타격 예상돼

대형 할인 제과점의 일반 제과점 매출 잠식 영향이 큰 것으로 밝혀지고 있다.

현재 대형 할인 매장 내에 제과점을 운영 중인 곳은 마크로의 ARO베이커리와 까르푸. 이외에 프라이스클럽도 내년부터 가격 파괴 제과점 개설을 추진 중에 있다.

이 대형 할인 매장 내 제과점은 비교적 대규모 생산 시설을 갖추고 제품을 30% 내외 할인 판매하고 있는데 평일 400만원대, 주말 500~700만원대의 높은 매출을 기록하고 있는 것으로 전해지고 있다.

이에 따라 이들 대형 할인 매장내 제과점이 소재한 주변 제과점은 실례로 4km 밖에

위치해 있는데도 바게트의 경우 판매가 절반으로 떨어지는 등 전반적인 매출 저조 현상을 보이고 있다.

업계 관계자는 한 예로 성남시 분당의 경우 내년 오픈 예정인 프라이스클럽 내 제과점과 까르푸, 할인 매장은 아니나 지난달 오픈한 블루힐 백화점 내의 '꼬르동 블루'를 합치면 평균 1일 1,200만원의 매출이 발생돼 그만큼 주변 업소의 매출 감소로 이어질 것이라며, 이들 할인 매장내 제과점이 주로 전국의 신도시에 입점하는 만큼 이 지역 제과점이 적지 않은 타격을 받을 것이라고 전망했다.

초콜릿·제빵 개량제 시장 쟁탈전 가속화

서울하인즈 수입품 판매, 해당사 경쟁 치열

제과용 초콜릿과 제빵 개량제 시장 점유 경쟁이 신규 업체의 참여로 더욱 뜨거워지고 있다.

기존 시장에 새로 참여한 업체는 서울하인즈로 9월부터 독일 '쇼키나그'의 다크·밀크·화이트 초콜릿 커버추어와 호주 웨스턴 푸드 인그레이터트社 'K-1000' 제빵 개량제를 수입 판매하고 있다.

이에 따라 기존 초콜릿 시장에서 우위를 점하고 있는 제원인터내쇼날의 '까까오바

리' 제품에 롯데삼강의 '소보카'에 이어 이번 수입으로 서울하인즈의 '쇼키나그'가 가세함으로써 앞으로 치열한 경쟁을 벌일 것으로 예상되고 있다.

또 제빵 개량제도 현재 시장 우위를 점하고 있는 유니온무역의 'S-500'의 아성에 롯데삼강의 '파워 1000'에 이어 이번 서울하인즈가 'K-1000'으로 도전장을 내밀게 돼 다수의 판매망을 갖춘 유지업체와 기존 업체와의 경쟁이 더 가속화될 조짐이다.

양과자 전문점 '라리' 2개 분점 오픈 예정 신촌, 신세계백화점 개설, 고가정책 유지

양과자 전문점인 '라리'가 서울 압구정동 본점 외에 2개 분점 개설을 계획 중에 있어 다시 한번 관심을 모으고 있다.

'라리'가 분점을 개설하려는 곳은 서울의 신촌과 신세계백화점으로 조만간 공사에 들어가 연내에 오픈할 것으로 알려지고 있다.

한편 앞으로 개설 예정인 2개 점포도 본점 개점시 제과인의 비상한 관심을 끈 쉬폰·치즈 케이크 등 독특한 맛의 제품과 인테리어, 높은 가격 등 '라리'만의 차별성을 계속 유지할 것으로 전망된다.

5ㄹ식품 초강세 식품시장 판도변화 가속 저지방·저열량·저당분·저염·저알코올

식품산업의 미래는 '라이트(light)제품'에 달려 있다는 식품업계의 예측이 가열되고 있는 가운데 최근 건강에 대한 관심이 높아지면서 5ㄹ식품에 대한 수요가 폭발적으로 늘고 있다.

이에따라 식품업계는 기존 제품에서 열량과 당분, 지방 등을 대폭 줄인 라이트상품을

경쟁적으로 출시, 전체 식품류 중 5ㄹ 식품이 차지하는 비율이 50~60%를 차지하고 있는 것으로 분석됐다.

이제까지 초콜릿, 아이스크림, 비스킷 등 달고 맛있는 제품 개발에 열을 올려온 양산 제과업계의 경우 여성은 물론 어린이들까지 비만을 우려, 과자를 기피하자 주력상품을 열량이 적은 라이트 제품으로 바뀌어나가고

있다.

이같은 5ㄹ추세는 베이커리 업계 또한 예외는 아니어서 현재 기존 단과자 빵과는 다른 식이성섬유 등을 이용한 각종 건강빵이 속속 개발되고 있으며 일부 준양산 업체의 경우 식탁에서 먹는 식사대용식의 개념으로 건강빵 페스티벌을 강화하는 등 식품업계의 또다른 판도 변화에 발빠른 행보를 보이고 있다.

우유 등 유제품 품질 보증제 도입 예정 월별 원유 및 시유 검사 성적 공표제도

앞으로 우유 및 유제품에 대한 품질보증제도가 시행될 예정이다.

또 이와 관련 우유의 품질 및 안정성에 대해 소비자에게 신뢰할 수 있도록 월별 또는 분기별로 원유와 시유의 검사 성적을 공표하도록 하는 등 원유와 우유 성적의 공표제도도 실시할 것으로 보인다.

이밖에 우유 및 유제품의 외포장에 영양사항 표시를 의무화하고 국산 원유와 외국산 유제품으로 생산된 제품의 차별화와 표시상 혼란을 제거하는 방안도 검토되고 있다.

인천 사보리베이커리 공장 확장 이전

250평 최신 설비 구비 26개 점포 제품공급

동일 상호 제과점인 인천 사보리베이커리가 최근 공장을 확장 이전했다.

인천 송림 6동 인천제철 부근에 확장 이전한 사보리베이커리 공장은 총 250평 규모로 최신식 제조 시설을 갖추었으며 20여명의 생산 인원이 26개 동일 상호 제과점에 제품을 공급하게 된다.

한편 인천 사보리베이커리는 1991년 설립된 업체로 독특하게 식품 제조업 허가를 얻고 제품을 생산해 인천을 중심으로 체인점을 모집, 각 동일 상호 점포에 제품을 공급

하고 있는데 앞으로 점포 확장보다는 개별 점포당 매출 향상에 주력할 계획이다.



패밀리레스토랑 '영업차별' 활발

다점포 대중화나 소점포 고급화나가 문제

국내 패밀리레스토랑 업계가 뜨거워지면서 각사들이 영업차별화 전략을 활발히 전개, 시장이 후끈 달아오르고 있다.

현재 국내 패밀리레스토랑 업체들은 점포 수를 늘리면서 대중화하는게 유리한가, 점포 수는 적더라도 고급화하는게 바람직한가를 놓고 업체별 차별화 전략을 추진하고 있다.

이에 따라 코코스는 2000년대까지 30개 이상 점포를 늘릴 계획이며 다점포대중화를 겨냥, 충북 진천에 조리 및 물류센터를 건설하고 있다.

또한 스카이라크를 운영중인 제일제당의 경우는 현재 7개에 불과한 점포를 2000년대까지 110개로 늘려간다는 방침. 이를 위해 제일제당은 인천에 있는 제일냉동식품 공장 과 논현점을 수도권일대에 식자재를 공급하는 센트럴키친으로 이미 활용중.

'다점포 대중화'를 내세우고 있는 이들 업체는 가족고객이 큰 부담없이 이용할 수 있는 전형적인 패밀리레스토랑을 목표로 하고 있으며 고객 1인당 객단가도 7,000~8,000원 수준의 저가로 책정, 출점지역을

도시 외곽 지방도시로 할 계획이다.

반면 베니건스, TGI프라이데이즈, 시즐러, 토니로마스 등은 '소점포 고급화전략'을 내세워 독특하고 고급스런 점포이미지와 고객 서비스 및 음식의 품질을 높이기 위해 점포 수보다는 '질'로 대응한다는 전략을 세워놓고 있다.

이들 업체의 점포는 대부분이 10~20대 여성고객을 겨냥한 객단가 1만6,000원 이상의 캐주얼다이닝레스토랑이나 고급디너하우스로 서울 강남 대로변, 신촌, 홍익대 근처 등 도심권을 집중 공략한다는 계획이다.

한편 업계 관계자들은 "패밀리레스토랑의 이같은 영업전략 차별화로 인해 대중적인 저가형 레스토랑과 고급 레스토랑간 고객확보 및 시장쟁탈전이 뜨겁게 달아올를 것"이라고 전망했다.

〈패밀리레스토랑업체의 점포확대 계획〉

| 업체명 | 운영회사 | 점포수 | 연간점포계획 |
|-----------|----------|-----|--------|
| 코코스 | 미도푸드시스템 | 35개 | 15개 이상 |
| 스카이라크 | 제일제당 | 7개 | 15~20개 |
| 베니건스 | 동양제과 | 2개 | 2~3개 |
| TGI프라이데이즈 | 아시안스타 | 8개 | 2~3개 |
| 시즐러 | TS엔터프라이즈 | 3개 | 2~3개 |
| 토니로마스 | (주)이오 | 2개 | 1개 |

한약재 이용 제품 생산 이색 제과점 등장 인삼 등 4종류 이용 케이크, 주문생산 위주

한약재를 이용해 제품을 생산하는 이색 제과점이 등장해 눈길을 끌고 있다. 화제의 점포는 서울 이화여대 부근의 '오픈링'으로 이곳에서는 인삼, 오미자, 칡뿌리, 도라지 등을 이용해 독특한 맛의 케이크를 판매하고 있다.

현재 오픈링은 생산 제품이 아메리칸 쿠키 4~5종, 마늘바게트, 조리빵과 주력 제품인 한약재 이용 케이크 등 10여가지 불과할 정

도로 특정 제품을 전문적으로 판매하고 있는데 특히 한약재 이용 케이크는 한약재 특유의 강한 맛과 케이크의 맛이 적절히 조화를 이루도록 해 현재 일반 소비자와 환자용으로 주문 생산 위주의 판매를 하고 있어 독특한 제품을 통한 소비자 수요 창출 면에서 관심을 끌고 있다.

롯데삼강 '베테라' 창립 10주년 세미나 개최 10월 8·9일 롯데호텔서 600명 초청 실시

롯데삼강이 '베테라' 창립 10주년 기념

대세미나를 개최한다.

오는 10월 8일과 9일 양일간 서울의 롯데호텔에서 개최되는 이번 세미나는 일본의 다바다 쇼이찌 씨가 초청돼 10여가지의 양과자류를 선보이게 된다.

양일간 개최되는 이번 세미나에서는 8일 서울지역 기술인 300명, 9일 지방 300명 총 600명이 초청되는 유례없는 대규모 세미나로 롯데삼강은 이를 위해 호텔 대형룸에 세미나 시설을 마련해 실시할 예정이며, 세미나 종료 후 참석자를 위한 연회를 실시할 예정이다.

한편 롯데삼강의 '베테라'는 동사가 제과 기술 발전을 위해 운영하고 있는 기술 지원 부서로 기술 서비스는 물론 정보지인 '베테라誌'를 발행하고 있으며 올해 11월로 창립 10주년을 맞는다.

유암산업, 제과재료 취급 체인점 사업개시 도구 포장 재료 취급, 1년에 2개 점포 개설

제과 재료 및 도구 일체를 취급하는 유암산업이 체인점 형태로 전시장 개설에 나서고 있다.

현재 서울 대치동 제과제빵종합상가 직매장 외에 3개 전시장을 보유한 유암산업은 지난 8월 일산 청구상가에 체인1호점 개설을 시작으로 본격적인 사업 개시에 나서고 있다.

유암산업은 현재 제과용 소도구를 비롯해 원목 갱반, 베이킹 컵, 재료 등을 취급하고 있는데 체인점 개설시 점포의 위치, 진열, 쇼케이스, 인테리어 등을 지원하며 본사에 보증금을 내면 별도 로얄티는 없이 상품을 공급한다.

유암산업은 이러한 체인점 형태의 전시장을 앞으로 1년에 2개 정도씩 개설할 예정이다.

제과 관련업체 업종 다양화 활발

영진포장-컨설팅, 세일특수-인테리어 접목

제과 관련 업체의 업종 다양화가 점차 활발해지고 있다.

이들 업체의 업종 다양화는 기존 주력 업종과 유사하면서 접목이 용이한 부분이 주종을 이루고 있는 추세. 실제로 영진포장은 컨설팅, 쇼케이스 업체인 세일특수산업은 인테리어 사업을 병행하고 있다.

먼저 영진포장은 포장재를 원가에 공급함과 동시에 제과점의 개업과 관리, 매매, 회원에게 4회 무료 이벤트 대행 등 컨설팅을 하고 있다.

또 세일특수산업은 10여명으로 구성된 별도 인테리어사업부를 두고 소품에서 매장 분위기 조성 등 전반적인 인테리어 사업에 착수해 현재 30여개의 제과점 인테리어 실적을 올리는 등 성과를 얻고 있다.

한편 업계 관계자는 이런 현상에 대해 날로 업체간 경쟁이 치열해지고 있는 현실을 타개하기 위해 기존 주력업종과 상호 보완할 수 있는 업종을 병행하는데 따른 것으로 앞으로 이런 업종 다양화 추세가 더 늘어날 것으로 내다보았다.

의 옵션에 맞춰 주위 제과점 등에 OEM을 줄 방침"이고 "연내에 전국 40개 가맹점 설립이 목표"라고 밝혔다.

과자연구회, 선물용 구움과자 세미나 개최 11월 8일과 12일 양일간 리치몬드제과 기술학원에서 회원 대상 세미나를 가졌다.

젊은 기술인 모임인 한국과자연구회는 지난 8월 11일과 12일 양일간 리치몬드제과 기술학원에서 회원 대상 세미나를 가졌다.

둘을 뚫는 물방울회와 공동으로 개최한 이날 세미나에서는 일본 하얏트 파크 호텔의 아사다 씨가 초청돼 10여가지의 선물용 구움 과자가 선보였다.



별론 갤러리, 파티용품 전문점 사업 추진 케이크를 비롯한 각종 선물용품 판매

이벤트용 풍선 전문 업체인 별론갤러리가 파티용품 전문점 사업에 본격 뛰어들 것임을 밝혀 업계의 비상한 관심을 모으고 있다.

이 달 1일 반포점 오픈을 시작으로 파티용품 전문적 사업을 적극 추진하고 있는 별론갤러리는 다양한 파티용 소품을 비롯, 행사용 케이크도 제작·판매에 들어간다고.

이 회사는 또한 파티용품 전문점의 모든 상품을 Delivery(배달)방식으로 판매할 방침이며 특히 행사용 케이크는 최신 감각에 어울리는 독특한 테커레이션으로 제품의 시각적 이미지를 최대화한다는 전략을 세워놓고 있는 상태.

현재 이 회사가 판매하고 있는 파티전용 Delivery케이크의 경우, 주는 이의 마음을 최대한 전달할 수 있는 메시지 등의 테커레이션을 강화해 기존 제과점보다 약 10~20%정도 높은 가격으로 판매하고 있는 것으로 밝혀졌다.

한편 이 회사 관계자는 "그동안 방송국,

호텔, 백화점 등에서 쌓아온 이벤트에 대한 노하우를 최대한 활용, 전문점 사업을 전개할 계획이며 파티용 케이크는 샘플을 미리 매장내 냉장쇼케이스에 디스플레이 해 고객

젊은 기술인 모임 '디딤돌' 수재의연금 기탁 지난달 본회에 의연금 10만원 보내와 훈훈한 미담

젊은 기술인들의 모임인 '디딤돌(회장 이강열)'이 수재의연금으로 써달라며 지난달 16일 10만원을 기탁해 와 업계의 훈훈한 미담사례가 되고 있다.

지난 '92년 11월 결성된 이 모임은 주로 20대 중·후반, 제과경력 10년 안팎의 기술인 9명으로 구성된 사모임으로 올 사업계획의 일환으로 이같은 봉사활동을 전개한다고 밝혔다.

이에따라 본회에서는 지난달 16일, 답지한 성금을 '수재민을 돕읍시다'라는 구호로 수재의연금 모금활동을 펴고 있는 한국경제신문에 전액 접수시켰다.

한편 이 모임의 한 관계자는 "앞으로

이같은 봉사활동을 통해 업계 이미지 강화에 조금이나마 보탬이 되도록 노력할 것이며 젊은층으로 구성된 이상, 발전적 성격을 갖출 수 있도록 심기일전할 방침"이라고 전했다.



빵류 유통기한 98년 완전 자율화 방침 정부 44개 식품 품목 유통기한 자율화 시행

현재 양산 및 준양산업체 생산품에 주로 해당되는 빵류의 유통기한 규정이 오는 98년까지는 완전 자율화된다.

이런 사실은 정부가 유통기한 설정을 제조업자가 자율로 설정하는 것이 국제적인 추세인 점을 반영하기 위한 것으로 98년까지 부패 및 변질이 용이한 품목을 제외한 일반 빵류 제품의 유통기한을 자율화할 방침이다.

이에 따라 지난 10월 식품 공전 개정으로 인한 전체 자율화 대상 346개 품목 중 약 60%가 자율화됐고 나머지 품목도 98년까지는 완전 자율화될 예정이다.

기술 발전, 인재양성 위한 산학협동 제과제빵학회 결성 움직임 여론 제기

올해 국내 최초로 대학에 제과제빵학과가 설립된 것을 계기로 산학협동위원회 및 제과제빵학회를 구성하지는 여론이 높아지고 있어 관심을 모으고 있다.

이는 업계와 학계가 긴밀한 협력관계를 구축, 현실에 부합되는 인재를 양성하고 제과제빵 관련기술을 상호 교류, 이를 축적하자는 데 목적이 있다.

이와 관련 두 모임의 결성을 추진하고 있는 혜전전문대 호텔제과제빵학과 조남지 교수는 "산학협동의 취지는 업계와 학교 모두에게 도움이 되도록 하자는 데 있다"고 말했다. 조학과장은 또 "인근 업종에서는 조리학회 등이 있어 상호 기술을 교류, 축적하고 있는데 반해 베이커리업계에서는 전혀 그렇지 못하다"며 제과제빵학회는 가능한한 선에서 기술 및 연구실적을 공유함으로써 업계 전체의 발전을 도모하는 데 기여할 것"이라고 설명했다.

혜전전문대는 업체를 대상으로 이에 관한 의사를 타진 중에 있으며 접촉한 회사들로부터 긍정적인 반응을 얻은 것으로 알려졌다.

업계 관계자는 "이러한 모임이 만들어진다면 업계 전체의 발전에 크게 기여할 것"으로 본다며 "업계는 과도한 경쟁의식을 갖기보다는 대승적 차원에서 이 모임결성에 적극 나서야 할 것"이라고 지적했다.

한국식품위생연구원, 위생관련 교육 실시 10월 10일부터 이틀간, 위생관련 기술교육

한국식품위생연구원에서 오는 10월 10일~11일 양일간 식품위생관련 기술 및 법안에 관한 전문기술교육을 실시한다.

지난 5월, 이미 1차 교육을 실시했던 이 연구원의 한 관계자는 "국내외적으로 식품산업환경의 급속한 변화에 따른 대응방안 수립 및 관리기술의 질적 향상을 도모한다는

취지아래 이 같은 교육을 실시한다"고 밝혔다.

이에따라 한국식품위생연구원에서는 최근 현안이 되고있는 식품 등 HACCP제도의 적용, 식품 등 유통기한 설정 이론 및 방법 해설, 식품첨가물 및 오염물질에 대한 평가, '96식품위생법 시행령 및 시행규칙개정사항 해설 등 총 4개 교육과목을 선정, 교육에 들어갈 방침이다.

한편 이번 교육을 맡은 담당 강사들은 모두 한국식품위생연구원 박사급 분야별 전문연구원들로 구성돼 있으며 교육일정은 오전, 오후 각 3시간씩 이틀에 걸쳐 이 연구원 대강당에서 진행된다. 수강료는 한 과목당 4만원. ☎(02)821-5175

올 하반기 피자 시장 춘추전국시대 현재 60~80여개 피자브랜드 난립상 곧 정리될 듯

올 하반기 국내 피자시장이 후끈 달아오르고 있다.

현재 국내 피자시장은 약 60~80여개의 피자브랜드가 난립하고 있으며 이외에도 피자장에 진출하고자 하는 업체들이 속속 대기하고 있어 피자시장의 춘추전국시대는 당분간 지속될 전망이다.

관련 업계에 따르면 지난해 냉동피자를 포함한 전체 피자시장 규모를 5,000억원 정도로 추산, 올해는 약 6,500억원대로 성장할 것으로 예상하고 있다.

그러나 지난해 900억원 이상의 매출 실적을 달성한 피자헛 등 상위 5~6곳을 제외하면 대부분의 피자업체들이 가맹점을 포함해 연간 매출액이 100억원을 못 넘기고 있어 이같은 브랜드 난립하는 한시적인 버블현상이라는 업계 관계자들의 지적이다.

이같은 상황이 가속화되고 있는 가운데 이대왕, 신촌 등 대학가와 명동을 중심으로 신세 대들이 많이 모이는 10여군데에서 영업중인 피자부페는 1인당 5천원 정도를 내면 피자를 마음껏 먹을 수 있는 독특한 형태로 성업중이

며 카페테리아 방식으로 운영되고 있는 '스바로'는 피자는 세진푸드시스템이, 피자 제공시간을 최대한 단축, 즉석에서 제공하는 시스템으로 운영되는 롯데피자는 롯데리아가 이달중 오픈을 서두르고 있다.

한편 이같은 현상에 대해 피자업계 관계자들은 "국내 피자시장 규모가 커지고는 있지만 출점하는 업체들이 계속 늘고 있어 경쟁이 격화되고 이익폭은 줄어들고 있다"고 분석했으며 "피자시장의 춘추전국시대는 당분간 지속되겠지만 맛이나 서비스, 가격면에서 경쟁력을 상실한 브랜드는 97년을 넘기지 못하고 폐업할 것"으로 전망하고 있다.

<96년 7월 현재>

| 업체명 | 총 매점수(개) |
|-------|----------------|
| 피자헛 | 107(모두 직영점) |
| 시카고피자 | 140(2개 직영점 포함) |
| 피자피자 | 85(6개 직영점 포함) |
| 도미노피자 | 44 |
| 로마노피자 | 30 |
| 후레쉬피자 | 30 |
| 파파스피자 | 27 |
| 미스터피자 | 25 |

천연 생크림 생산 확산 봄 고조

생크림 케이크 확산 영향, 롯데삼강 신제품 출시

천연 생크림의 생산이 점차로 확산되고 있다. 그동안 천연 생크림은 작업성과 보존성 취약으로 식물성 및 혼합형 휘핑크림에 밀려 생산 및 사용이 저조했으나 생크림 케이크 확산에 따라 생산이 늘고 있다. 이런 현상은 최근 고려당, 크라운베이커리가 주력 제품의 하나로 천연 생크림 케이크를 대대적으로 확산시키고 있고 타 업체는 물론 개인 제과점의 관심이 증폭됨에 따라 수요가 확대되리라는 판단에 따른 것. 이에 따라 기존의 천연 생크림 취급 업체

인 매일유업, 한텐유가공, 우리유업 외에 롯데삼강이 오는 9월부터 신제품을 개발해 판매에 들어갔다. 특히 롯데삼강의 이번 신제품은 기존 제품의 단점인 휘핑크 조직 파괴에 따른 작업성과 보형성 문제를 어느 정도 보완한 제품으로 준양산 업체를 비롯해 일반 제과점의 판매까지 겨냥하고 있다. 따라서 앞으로 천연 생크림 생산 업체의 증가는 물론 부진했던 생산량의 증가가 이어질 것으로 예상되고 있다.

김영모 과자점 강사 초청 직원 정신교육 실시 성공적인 삶 주제로 직원정신 함양에 기여



서초동 김영모 과자점(대표 김영모)에서 '성공적인 삶'이란 주제로 자체 직원 정신교육을 실시했다.

이날 교육에는 김영모 과자점 각 분점의 젊은 직원들이 모두 참가, 직업인으로서의 사명감과 자부심 등을 함양할 수 있는 가치관 확립에 좋은 기회를 가질 수 있었다.

또한 이날 교육의 강사로 현재 한국생산성본부 고문위원을 맡고 있으며 직업인의 정신자세와 성공전략에 관해 많은 강의 경험을 가지고 있는 한국윌드마케팅연구원장 최해병 씨가 초빙되었다.

한편 이날 행사를 주관한 김영모 사장은 "현재 제과점 노사관계에 문제점이 많은 것

이 사실이며 이를 위한 해소방안으로 노사간 커뮤니케이션이 중요하다"고 강조했으며 "이같은 교육을 통해 젊은 직원들의 직업정신 함양과 노사 상호간 원활한 의사소통의 효과를 볼 수 있으며 앞으로 한달에 한번 정도 자체 직원 정신교육을 실시할 예정"이라고 밝혔다.

다이아몬드업체 불황 타개 안간힘 지난해 94년대비 500억엔 밀물어

일본의 아이스크림 생산업체들이 올 봄

이후 주력상품 확충과 신상품 투입 등 판매 확대를 본격강화, 일본 아이스크림시장이 들썩이고 있다. 1년중 각 업체들의 4~9월까지 6개월간 판매량은 여전히 전체판매량의 약 70% 전후를 차지하고 있는데 95년 각 업체들의 총 출하액은 3,820억엔(일본아이스크림협회 제공)을 기록했다.

그러나 이 수치는 기록적인 폭서를 보였던 94년도(4296억엔)를 밑돌았기 때문에 올해 각 업체들은 자사의 시장 선점 분야를 강화하거나, '개식디저트'라고 불리는 컵에 들어간 아이스크림 상품군 등으로 편의점(CVS)을 의식한 상품제조에 주력하고 있다.

한편 일본 아이스크림 생산업체인 에자키 글리코사는 올해 100엔대 가격의 주력 4품종인 '자이언트콘, 파넵, 아이스 실, 파피코' 시리즈로 4개품목 모두 T.V등에 CM을 활발히 내보내고 있으며 지난 4월에는 젊은 여성층을 겨냥, 파인·오렌지·딸기·포도를 동결시켜 아이스크림 위에 데커레이션한 디저트 아이스(용량 145ml, 200엔)를 관동지방 등에서 발매했다.

모리나가유업은 발매후 21년째를 맞이하는 장수상품 '피노'를 지난 3월 상순 초컬릿의 풍미를 첨가 품질을 개선하여 1개당 용량이 10ml인 초코아이스가 6개 들어간 1개 상자 단위로 금년 8월까지 100엔의 사은 가격(통상은 120엔)에 판매할 방침이다.

건대 제빵 최고 경영자과정 2기생 졸업

8월 23일 졸업·재학생 참여 축하, 우수 논문자 표창

건국대 제과제빵 최고경영자과정 2기 졸업식이 지난 8월 23일 졸업생 가족과 1·2기 졸업 및 재학생이 참석한 가운데 있었다.

이날 졸업식에서는 총장상 임현양씨, 원장상 임중모, 맹대호, 김봉수씨에게 표창이 수여됐으며 졸업생 중 우수 논문 제출자에게도 상장이 수여됐다.



지회 · 지부 소식



부산광역시지회 과우산악회 등반대장 이경호 씨의 백두산 등정기

백두산을 다녀온지 20여일. 지금에 와서야 백두산 천지의 장대한 모습과 장백폭포의 오묘함은 평생이 흘러도 잊지 못할 나날들의 파노라마처럼 나의 눈앞에 펼쳐진다. 이럴 때면 난 그 때의 감격을 그리며 다시 한번 감회에 젖는다.

만고 천하의 영산 백두산에 올라

몹시도 기다리던 1996년 6월 7일, 여름비가 부슬부슬 내리던 날 아침 나는 41명의 과우산악회 회원들과 중국 민항기에 몸을 싣는다. 처음 중국 땅을 밟은 곳은 북경국제공항. 군복을 착용한 중국인들의 모습이 "이곳이 바로 공산주의 중국이구나"하는 이질감을 확연히 느끼게 했고, 그들의 무표정한 모습과 텔레비전에서나 접할 수 있었던 인민군복장을 보며 처음부터 섬뜩한 생각마저 든다.

우리들은 현지 가이드를 따라 '이화원' 관광을 마치고, 그 다음날 북경의 천안문 광장, 자금성, 만리장성 등을 부족한 여행일정 탓에 급히 돌아야 했다. 찬란하고 광대했던 고대 중국의 역사적 유물들도 잠시, 3일째 되던 날 우리는 연길에서 부푼가슴을 안

고 민족의 영산 백두산으로 향한다. 그러나 1시간쯤 갔을까, 우리가 탄 자동차에 이상이 발생, 백두산 일정에 차질이 생길까봐 노심초사하는데 다행히도 다른 한 차에 합께 탈 수 있었다. 드디어 장백산이라고 쓰여진 '백두산'에 도착, 기상관측소까지 올라갔고, 그곳이 바로 천지임을 비로소 알게됐다. 한 발 한발 옮겨가며 올라선 이곳, "만고 천하(萬古天下)에 그런 장관은 대두(對頭)할 데 없을 듯하더라" 이곳이 진정 천지이던가! 고고한 자태, 당당한 기품, 실로 신비한 멋스러움 그 자체이다. 북받쳐 오는 감동만으로는 감당할 수 없는, 인간의 언어로는 도저히 표현할 수 없는, 그 신성한 모습은 과연 우리 민족의 영산임을 입증한다. 하지만 왜 이렇게 들고 돌아와야 했는가. 참으로 서글픈 생각마저 든다.

분단의 이픔은 두만강 물줄기로 흘러

우리는 끊임없이 고동치는 가슴을 안고 떨어지지 않는 발걸음으로 장백폭포를 향했다. 장백폭포의 장관은 생각했던 것 보다 더욱 웅장했고 쏟아져 내리는 물줄기와 얼음

지난달 (월간 베이커리) 편집부에는 한 통의 편지가 도착했다. 바로 부산광역시 지회 이경호 씨로부터 온 편지였다. 편지 속에는 우리 민족의 영산 백두대간의 그 장대함이 구구절절 표현돼 있었다. 그곳을 직접 체험하고 온, 당시 등반대장이었던, 이경호 씨의 등정기를 전국 지회·지부 회원들에게 소개한다. <편집자 주>

조각은 마치 선녀의 옷자락처럼 부드러우면서도 용솨음치는 용의 자태 그것이다. 여름의 천지물을 그 근원으로 흐르는 장백폭포 아래의 햇살은 따갑지만 그 물은 12월의 얼음처럼 차갑다. 게다가 그 물맛이란 것이 아마 먹어보지 않은 사람은 모르리라.

그후 우리는 설레던 마음을 진정시키고 백산호텔에서 1박을 했다. 다음날 우리 민족의 한이 서려있는 용정역을 거쳐 숙연한 마음으로 고고한 저항시인이며 자유인이던 만해 한용운님이 모교인 용정중학교를 둘러보았다. 용정중학교 해진강 일출정을 지나 분단의 이픔을 도도한 물줄기로 흘러내리는 두만강 중국 도문에 도착해서 아스라이 북한땅을 바라보았다. 바로 눈앞에 보이는, 갈 수 없는, 저곳. 이것이 바로 민족 분단의 아픔이 우리에게 준 서러움 아니겠는가.

백두산 천지처럼 확 트인 마음으로

감격의 백두산 등정 등 무사히 마치고 돌아온 4박5일간의 중국여행에 대해 어떤 의미가 있었는지, 무엇을 남겼는지 굳이 따지고 싶진 않다. 민족의 영산 백두산에 가기 위해 노력했던 내 결실을 애써 거두려 하지 않을 것이다. 그러나 내게는 이미 풍성한 열매를 주렁주렁 매단 사과나무와 같이 저 청명한 하늘과 함께 그리도 충만해 있음을 깨닫는다.

이번 여행을 마치고 난 후, 다소 아쉬운 점이 있다면 선배는 후배를 사랑하고 후배는 선배를 존경하는 상호이해의 마음이 조금은 부족했 듯 싶었다. 우리 모두가 저 백두대간의 천지처럼 확 트인 마음으로 살아갔으면 하는 작은 바람을 해본다. [K]