

프리믹스, 뿌리내리기 어디까지 왔나

편리성보다 신제품 개발 차원으로 가능성 보여

아직까지 국내 프리믹스 시장은 미미한 수준이다. 그러나 일부이긴 하지만 수입 제품을 위주로 시장 가능성이 내비치고 있다. 이에 현재의 제과점용 프리믹스 시장, 취급 업체, 제품 현황 및 시장 미성숙의 원인을 점검하고 앞으로의 가능성을 타진한다.



▲ 프리믹스 시장은 아직 미약하지만 점진적인 성장 가능성을 내비치고 있다. 사진은 프리믹스 이용 건강빵 확산 행사.

제품면에서 인력난 타개의 방편으로 제기돼 온 것이 프리믹스와 냉동 생지이다. 그러나 그동안 이들 품목은 기대만큼 베이커리 시장에 자리잡지 못했다. 하지만 최근 프리믹스가 편리성과 신제품 개발의 방편으로 인식되는 등 시장 가능성을 내비치고 있다. 이에 프리믹스 시장 현황, 제품의 종류와 특징, 확산을 위한 개선점 등의 파악을 통해 시장 가능성을 타진해 본다.

프리믹스(PREMIX)는 제과 제품을 만들 때 편리하도록 주요 원료를 일정 배합률에 의해 균일하게 혼합한 제품이다. 따라서 작업 시간 단축, 품질 균일성, 제조 용이성, 낮은 실패율이 장점이다. 이 프리믹스는 사용 형태에 따라 몇가지 부재료를 첨가하는 기본 믹스(Base Mix)와 물만 첨가하는 완전 믹스(Completed Mix), 노하우 재료의 프리믹스에 부재료를 첨가하는 농축 믹스(Concentrated Mix)로 나뉜다.

국내에 프리믹스가 선보인 것은 1977년 제일제당이 최초로

다. 이후 제일유니버어살(현 제니코), 동아제분, 대한제분 등의 업체들이 참여했다. 수입 제품은 1986년 유니온무역을 시작으로 몽블랑상사, 유니레버(현 UK 프로베이커), 제원인터내쇼날 등이 잇따랐다. 현재 제과점용 프리믹스 시장은 기본 믹스는 제분 업체, 농축 믹스는 수입 업체에 의해 생산·수입돼 판매되고 있다.

현재 제과점용 프리믹스를 취급하고 있는 업체는 제일제당을 비롯해 대한제분, 삼양사가 기본 믹스 및 완전 믹스를 취급하고 있다.

또 유니레버사의 한국 총판인 UK 프로베이커, 유니온무역, 제원인터내쇼날, 선인 베이클, 웨스트 던, 제과 재료 도매점인 민암상사 등이 수입 농축 믹스 및 완전 믹스를 취급하고 있어 총 9개 업체 정도가 시장을 형성하고 있다.

먼저 제분 업체에 의해 생산되는 프리믹스는 크게 업소용과 가정용으로 나뉜다. 업소용의 경우 제빵, 제과 제품을 만드는 데 사용되는데 이들 제품은 주로 양산업체 및 제과점, 군납 제빵 업체에 공급되고 있다. 가정용은 일반 소비자 대상의 완전 믹스 제품으로 부침가루, 튀김가루 등이 대표적이며 소매점 등의 유통 경로를 통해 판매되고 있다.

제과점용 믹스, 연 2,450여톤 시장 형성

현재 국내 제분 업체의 프리믹스 시장 규모는 연 5만톤 수준이다. 이외에 주로 일본에 수출되는 물량 16만톤까지 포함하면 연 21만톤이나 된다. 물량면으로는 큰 시장 규모라 할

제과점용 프리믹스 시장 현황

수 있다. 그러나 제분 업체의 프리믹스는 업소용과 가정용의 비율이 4:6정도이기 때문에 수출용을 제외한 내수용 물량 5만톤 중 국내 업소용 프리믹스 시장은 연 2만여톤 남짓하다.

여기에 업체마다 차이가 있지만 업소용 프리믹스 중 양산 업체 및 군납 제빵 업체에 공급되는 물량이 대부분을 차지해 순수한 제과점용 물량은 연 2,000여톤에 불과한 것으로 전해지고 있다. 이는 월 평균 166톤 규모이다. 따라서 제과점용 프리믹스를 사용하는 일부 업소를 제외한 대부분의 제과점이 프리믹스를 사용하지 않고 있음을 반증한다.

업체별로는 1977년 제품 출시의 제일제당이 6개 품목에 연 960여톤을 판매하고 있다. 1983년 제품 출시의 대한제분은 11개 품목에 판매량은 제일제당과 비슷한 수준이라고 전하고 있다. 작년 11월 제품 출시의 삼양사는 13개 품목에 연 150여톤을 판매하고 있다.

현재 제과점용 프리믹스 생산 3사의 제품 구성은 엇비슷하다. 이 중 가장 판매가 많은 품목은 도넛이며 그 다음이 식빵 제품 정도로 나머지 품목은 상당히 미미한 수준이다. 실제로 한 업체의 경우 거래처가 제과점 40곳, 호텔 20여곳 정도에 불과하며 제일제당과 대한제분의 경우 월 판매량이 각각 80여톤 정도임을 감안하면 얼마나 시장 환경이 열악한지 가늠할 수 있다.

한편 수입 프리믹스는 1986년 유니온무역이 최초로 건강빵 프리믹스를 수입하면서 선보이게 됐다. 현재 5개 업체가 프리믹스를 판매하고 있는데 빵믹스는 농축 믹스, 제과믹스는 완전 믹스 형태이다. 빵믹스의 경우 곡류, 사워종, 야채, 포도당 등 노하우 재료의 프리믹스에 밀가루, 이스트 등의 재료를 첨가해 사용하고 제과 믹스는 물만 섞으면 제조가 가능한 형태를 취하고 있다.

현재 수입 프리믹스 시장은 몇몇 판매량이 적은 업체가 자

료 공개를 하지 않아 약간의 오차가 있으나 대략 연 450톤 정도 수준이다. 먼저 유니온무역이 제품을 수입하고 있는 UK 프로베이커가 월 평균 빵믹스 15톤, 제과믹스 10톤 총 25톤으로 가장 많은 판매를 보이고 있다. 취급 품목 수는 빵믹스 12종, 제

◆제분업체

업 체	품 목 수	연 판매량
제일제당	빵믹스 2종, 제과믹스 4종	920톤
대한제분	빵믹스 4종, 제과믹스 7종	900여톤
삼양사	빵믹스 5종, 제과믹스 8종	150톤

◆수입업체

업 체	품 목 수	연 판매량
UK프로베이커	빵믹스 10종, 제과믹스 13종	300톤
유니온무역	빵믹스 4종, 제과믹스 3종	84여톤
제원인터내쇼날	제과믹스 8종	미공개
선인베이클	빵믹스 2종, 제과믹스 4종	미공개

※ 웨스트딘과 민암상사는 자료 미협조로 누락 시켰음.

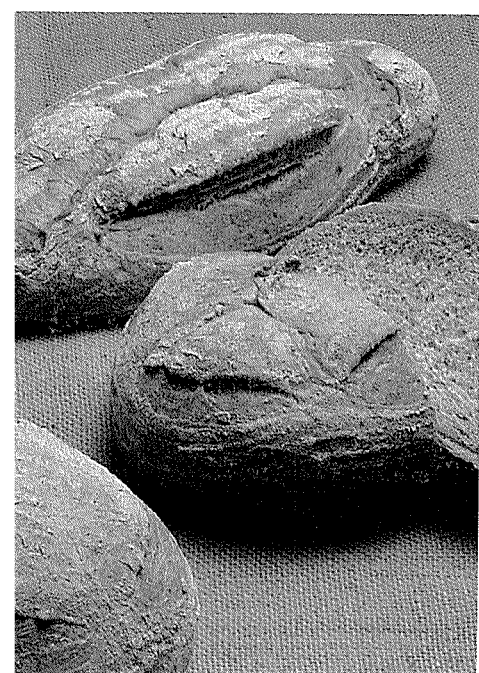
과믹스 13종. 프랜차이즈 업체를 비롯해 제과점 400곳, 특급 호텔 22곳, 창고형 매장내 할인 베이커리 9곳에 판매하고 있다.

국내에서 처음 벨기에 푸라토스사 프리믹스를 수입한 유니온무역의 월 평균 판매량은 7톤 정도이다. 멀티그레인, 스페클, 베지 7의 빵 믹스 3종과 파네토네, 테그털 사틴 크림 케이크 믹스, 초코 사틴 크림 믹스 3종 총 6품목을 판매하고 있다. 유니온무역은 세미나 또는 자사 제품을 이용해 만들 수 있는 제품의 배합 및 제조 공정 안내 등을 통해 시장 확산을 꾀하고 있다.

1989년 프리믹스를 수입한 제원인터내쇼날은 현재는 제과믹스만 취급하고 있다. 현재 취급 품목은 머핀 케이크 믹스, 커스터드 크림 믹스, 스폰지 케이크 믹스, 슈 믹스, 무스 파우더 4종 등 총 8종을 판매하고 있다. 또 선인 베이클은 호주 베이클사의 4씨앗 믹스, 머핀 믹스와 자사가 생산한 소맥 배아 과립, 건강빵 믹스를 판매 중이다. 이밖에 자료 제공은 하지 않았으나 웨스트 딘이 머핀 믹스 등 제과 믹스를 판매하고 있으며 재료 도매점인 민암상사가 빵 믹스를 유사 프랜차이즈 업체인 주재근베이커리, 케익하우스 엠마에 공급하고 있다.

제분업체 정체 속 수입 믹스 꾸준한 성장

국내 제과점용 프리믹스 시장은 3개 제분 업체의 2,000여톤, 5개 수입 업체의 450여톤을 포함 연 2,450여톤 정도이다. 그리고 전체적으로 국내 시장이 월 평균 204톤 정도에서 알 수 있듯 아직 미성숙 단계이다. 이처럼 시장이 미약한 것은 제과점이 프리믹스에 대한 필요성을 느끼지 못하고 있고 대



부분 자신들이 모든 제품을 직접 제조해야 한다는 성향이 강한 닷과 프리믹스가 지닌 몇가지 문제점에서 찾을 수 있다.

실제로 먼저 정체를 먼치 못하고 있는 제분 업체의 프리믹스의 경우 직접 재료를 이용해 제품을 제조할 때 보다 20% 이상 비싸다. 이에 대해 제분 업체들은 프리믹스가 작업이 편리하도록

구성한 제품이기 때문에 시간 절약을 제과점이 돈으로 계산해야 한다는 주장이다. 그런데

대부분의 제과점이 단순히 프리믹스와 직접 제조시의 재료비만 비교해 비싸다고 생각하고 있다는 설명이다.

그러나 제과점측의 입장은 다르다. 제과 믹스의 경우 물론 첨가하면 돼 편리성을 수궁하나 빵 믹스의 경우 밀가루와 설탕 등의 주재료가 첨가된 제품으로 타 재료는 다시 첨가해야 하기 때문에 편리성을 인정할 수 없다는 것이다. 또 대부분의 제과점이 생산 제품의 재료를 전날 작업 종료 후 계량해 다음날 사용하기 때문에 프리믹스가 시간 절약의 의미가 거의 없다는 설명이다.

또 일정 비율로 재료를 혼합해 품질이 균일하다는 프리믹스의 장점도 제과점의 시각에서는 걸림돌이 되고 있다. 품질의 균일성이 곧 우수성은 아니며 프리믹스를 사용할 경우 타 점포보다 나은 제품을 만들 수 없다는 지적이다. 여기에 빵 믹스의 경우 기존에 제과점에서 제조하고 있어 신제품 개발 등에 응용폭이 적고 제과 믹스의 경우 구성 재료의 질이 떨어진다고 주장하고 있다.

이에 대해 제분 업체의 프리믹스 관계자는 현재로서는 솔직히 대책이 없다고 토로한다. 다양한 개 제품에 대해서도 다양한 소비자의 요구 사항이 쏟아지고 있지만 대량 생산 특성상 그러한 요구를 모두 반영할 수 없는 실정이라고 털어 놓는다. 밀가루와 설탕을 함께 판매하고 있어 생산의 접근이 용이해 프리믹스를 생산하고 있으며 신제품 개발 면에서도 부진하고 회사 자체에서도 프리믹스에 대해 큰 비중을 두고 있지는 않다고 설명한다.

제분 업체 프리믹스의 부진과는 달리 수입 업체의 프리믹스 시장은 아직 미약하지만 매년 평균 10%대의 성장을 기록하고 있다. 이들 업체의 성공은 빵 믹스의 경우만 보더라도

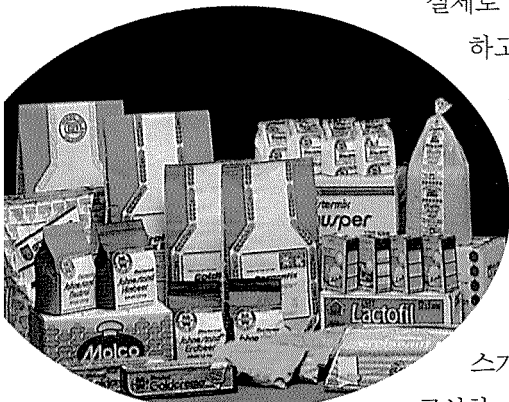
도 제품이 농축 믹스라는 데 있다. 이 농축 믹스는 제품 재료 구성면에서 호밀, 전밀, 귀리, 대두, 해바라기씨 등 곡물과 사위중, 개량제 등 노하우 재료에 제과점에서 밀가루 등 필요 재료를 첨가해 제품을 제조하는 형태이다.

따라서 제과점에서 잘 사용하지 않는 노하우 재료와 배합률로 이 프리믹스를 사용할 경우 제과점은 소비자에게 신제품을 선보일 수 있다는 것이 큰 장점이다. 여기에 제과점에서 나름대로 제품과 어울리는 호두, 건포도, 양과 등의 재료와 각종 크림을 샌드하면 더 독특한 제품이 탄생한다는 것이 수입 업체의 설명이다.

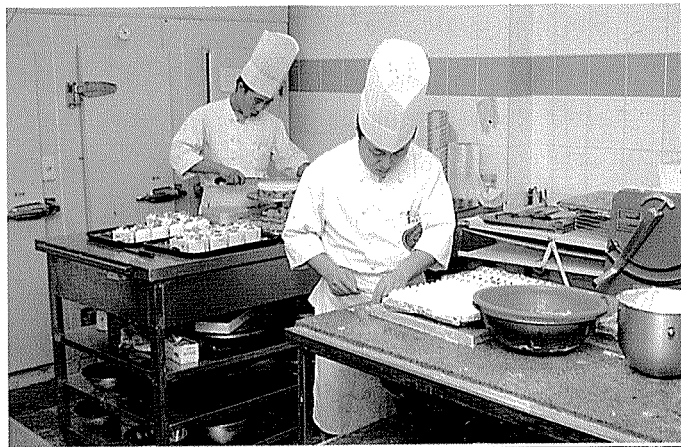
이들 수입 업체들은 프리믹스의 확산을 위해 수시로 소규모 세미나 개최와 점포를 방문해 제품을 실연하고 무료 시식을 하게 하는 등 '건강빵 페스티벌'을 통해 판매 확산에 적극 나서고 있다. 실제로 코른베르그과자점, 김영모과자점, 이레 베이커리 등 프리믹스 이용 제품을 생산해 판매하고 있는 일부 업체의 경우 판매나 소비자 호응 면에서 큰 효과를 기록하고 있는 것으로 알려지고 있다.

제과점의 신제품 개발 방편으로 가능성 커

현재 수입 프리믹스는 대개 일 매출 100만원 내외의 제과점을 위주로 사용되고 있다. 그만큼 사용 제과점의 폭이 한



▲ 앞으로 프리믹스는 수입 제품 위주로 편리성보다 제과점 신제품 개발의 방편으로 가능성을 보이고 있다.



▲▲ 프리믹스는 다시 부재료를 첨가해야 하기 때문에 편리성에서도 의미가 없다는 지적이다.
▲ 프리믹스 업체들은 세미나, 전시 등을 통해 자사 제품 알리기에 힘쓰고 있다.

정돼 있다는 반증이다. 한 수입 업체 관계자는 현재 할인 베이커리나 특급 호텔 등에서도 프리믹스를 이용한 제품으로 높은 매출을 올리고 있는 데 비해 대부분의 제과점은 신제품 개발의 좋은 방편인 프리믹스에 대한 인식이 약해 경쟁에서 뒤지고 있어 아쉽다고 전한다.

물론 수입 프리믹스가 모든 면에서 만능은 아니다. 일부 점포에서는 빵을 자주 먹다보면 미미하지만 특유의 향이 있어 질리는 것 같다는 의견도 제시되고 있다. 또 프리믹스 이용 제품이 큰 호응을 얻어도 점포 전체의 매출에 큰 역할을 차지할 정도로 절대적인 비중을 차지하지는 않는다는 설명이다. 다만 경쟁이 갈수록 치열해지고 있는 상황에서 소비자에게 신제품을 선보이고 매출 향상에도 기여한다는 차원에서는 합격점을 받고 있다.

이에 따라 기존의 업체들도 품목을 추가하려는 움직임이 일고 있다. 먼저 UK 프로베이커는 매년 5~6 가지의 제품을 추가해 명실공히 빵 믹스의 경우 웬만한 품목은 다 갖추겠다는 계획이다. 유니온 무역도 제조 공정이 복잡해 제조시 실패율이 높은 제품 부문의 프리믹스와 기능성 강화·천연 발효종 이용 믹스의 취급을 추진 중이다. 이밖에 제원인터내쇼날은 초컬릿 머핀 믹스 외에 앞으로 10여종을 추가할 계획인데 건강빵 부분을 대폭 강화한다는 구상이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 아직 국내 프리믹스 시장은 규모 면에서 걸음마 단계이다. 제분 업체의 경우 시장 확산을 위해서는 생산 여건의 불리함이 있지만 문제점으로 지적된 적은 품목수, 기존 제과점에서 생산되고 있는 품목과 중복되는 품목 위주의 제품 구성에서 벗어나 제과점에서 프리믹스를 이용할 경우 신제품으로 이용될 수

있는 제품 개발이 요구되고 있다.

또 수입 업체의 경우도 업체간 판매량에서 크게 차이가 나는 점을 극복하기 위해서는 하위 업체의 경우 제과 기술인의 습성과 제과점에서 원하는 제품이 무엇인가 정확히 파악하는 선택의 중요성이 요구되고 있다. 품질면에서는 주류를 이루는 빵믹스의 경우 건강빵이라도 맛과 소프트한 빵에 적용할 수 있는 제품이 성공의 요건으로 떠오르고 있다.

현재의 상황으로 볼 때 앞으로 국내 제과점용 프리믹스 시장은 수입 프리믹스 제품이 주도할 것이라는 의견이 지배적이다. 수입 업체들이 자사 제품의 활발한 판매 확산을 전개하고 있고 또 일부 제과점에 한정돼 있기 하지만 프리믹스에 대한 인식의 폭이 점점 넓어지고 있기 때문이다. 따라서 앞으로 프리믹스는 지금까지 편리성 위주에서 인식된 데서 벗어나 신제품 개발의 중요한 방편으로 점진적이기는 하지만 확산될 가능성이 점차 높아지고 있다. **☞**

〈글/ 박종선〉

국내 제과점용 프리믹스 취급 제품 현황

◇제분업체

업 체	제 품 명
제일제당	식빵가루, 소프트 옥수수가루, 머핀 믹스, 쥘케익 믹스, 빵도너스가루, 도너스가루
대한제분	단과자빵가루, 식빵가루, 옥수수 식빵가루, 이스트 도너츠가루, 케익 도너츠가루 스폰지 케익가루, 쥘케익가루, 머핀 믹스, 슈크림 바게트, 슈거코트(토팅용), 그레이저(코팅용)
삼양사	식빵가루, 단과자빵가루, 옥수수빵가루, 햄버거빵가루, 바게트 믹스, 건강빵 케익 도너트가루, 초코 케익 도너트가루, 이스트 도너트가루, 그레이저(코팅용) 초코 그레이저, 슈거코트(토팅용), 케피 슈거코트, 핫케익가루, 머핀 믹스 스폰지 케익가루, 팬케익가루, 쥘케익가루

◇수입업체

업 체 명	제 품 명
UK프로베이커	크라프트콘 믹스(잡곡빵), 골드콘(잡곡빵), 로건픽스(자연발효빵), 디어바게트(자연발효 바게트), 브리오슈 믹스, 파노말테(전밀빵), 볼콘 믹스(통호밀빵), 내츄라비-S(파네토네종), 안프리쉬 사와(사와 스타터), 토-너줄(애바라기빵), 딸기, 초코, 뉴트럴 믹스(무스), 마카롱 믹스 프로렌틴 믹스(케이크, 쿠키), 카제자네(치즈케이크), 티라미스 케익, 베리오판(로마지팬 대응), 애플 믹스, 예즐넛 믹스, 크레마-Z(샌드용 버터크림), 크림 파티세리(카스타드크림), 감자 분말
유니온무역	멀티그레인(건강빵, 바게트), 스페클(건강빵, 식빵), 베지-7(크로와상, 피자, 건강빵, 하드롤, 식빵) 파네토네(파네토네, 단과자빵, 쿠키, 파운드케이크) 테그럴 사틴 크림 케익 믹스(파운드케이크, 머핀) 초코 사틴 크림 케익 믹스(브라우니, 파운드케이크)
제원인터내쇼날	푸드 앤 크림 믹스(머핀), 엘프로이(카스타드크림) 젠믹스(스폰지케이크), 딸기 무스 파우더, 산딸기 무스 파우더, 뉴트럴 무스 파우더, 코코아 무스 파우더, 슈믹스
선인 베이클	나씨앗 믹스(식빵, 바게트), 머핀믹스 소맥 배아 과립(식빵, 바게트의 반죽용 및 토팅용), 건강빵 믹스(독일빵, 식빵, 바게트)

※웨스트 단과 민양상사는 자료 미제공으로 누락 시켰음