

# 서울, 부산, 인천 경연대회 참가 극히 저조

## SIBA 출품수 집계 결과 전국 평균 밀돌아

제 8회 SIBA 빵·과자경진대회 출품수 집계 결과, 대도시인 서울·부산·인천 지역의 자영제과점 참여율이 극히 저조한 것으로 나타났다.

이번 대회에는 7회 대회보다 100여개가 줄어든 335개의 작품이 출품됐는데 특히 서울, 부산, 인천의 출품률이 전국 평균을 밀돌아 출품을 저조를 주도했다. 반면 같은 대도시임에도 광주, 대전의 출품률은 전국 평균을 훨씬 상회해 대조를 보였다.

서울 및 5개 광역시의 자영제과점수 대비 출품률을 보면 서울 2.61%, 부산 1.46%, 대구 3.34%, 광주 10.19%, 대전 6.77%, 인천 1.97%로 나타났다. 전국 평균 출품률은 2.97%이다(표 참조).

이같이 전국 자영제과점수의 40%를 차지하는 서울, 부산, 인천의 경연대회 출품률이 저조하자 업계에서는 이런 추세로 가다가는 SIBA를 포함한 각종 경연대회의 토대가 흔들리는 것이 아니냐는 우려의 목소리가 일고 있다. 경기불황과 유통환경의 변화로 경연대회의 참여가 예전과 같지 않다는 것을 인정하더라도 이들 대도시 지역 참여율이 전국 평균을 훨씬 밀도는 것은 문제가 있다는 것이다.

비기술인 출신으로 서울 한 지역에서 제과점을 운영하고 있는 원아무개 씨는 이의 원인으로 기술인들의 열의 부족을 꼽는다. 그는 “요즘은 실력 있는 기술자를 보기도 힘들뿐더러 열의를 갖고 경연대회를 준비하는 모습을 찾아볼 수 없다”고 말한다. 그는 또 “이는 자기일에 대한 자부심과 긍지가 부족하기 때문이지 않겠느냐”고 덧붙인다.

반면 기술인들은 현재의 근무 환경에서는 경연대회를 위해 따로 시간과 노력을 투여할 만한 여유를 가질 수 없다고 반박한다. 열의의 문제라기보다는 여건의 문제라는 것이다. 서울 강남 모체과점 공장장 김광수 씨는 “특별한 배려가 있는 것도 아니고, 더욱이 요즘 경기가 안 좋아 솔직히 경연대회를 준비하는 데 눈치가 보인다”고 털어 놓는다.

한편 지역에서 유일하게 이번 SIBA 경진대회에 참가했다는 서울 은평구 콘디토르과자점 이봉용 대표는 “기술인으로 근무할 때부터 현재까지 경연대회에 5번 정도 참가했지만 내용보다는 모양 위주로 수상작을 선정하고 있다는 느낌을 받았다”

고 말한다. 그는 또 “나도 은상을 한 번 수상한 적은 있지만 심사기준이 모양에만 치중하는 듯한 모습은 문제가 있다”고 지적한다.

이 말은 향후 경연대회 활성화와 관련, 중요한 시사점을 던져준다. 즉 공예부문의 경우 모양에 중점을 두어 심사하는 것은 당연하겠지만, 나머지 부문에서 실용성, 상품성을 비중 있게 다룬다면 굳이 따로 시간을 투자하지 않고도 평소 개발한 제품으로 대회에 출품할 수 있는 여건이 마련되는 셈이다. 참여 저조의 큰 이유 중 하나가 대회를 위해 따로 시간과 노력을 투자하기 힘들다는 것이기 때문이다. 자신이 개발한 제품이 소비자에게 인기를 끌고 있는 제품이면 경연대회에서도 수상 가능성이 높다는 인식이 확산되도록 분위기를 조성하는 것이 필요하다는 것이다.

업계 관계자들은 업주와 기술인의 열의가 회복되어야 함은 물론 상품성이 높은 제품은 곧 수상과 연결된다는 인식을 심어줌으로써 경연대회가 제과기술인이라면 누구나 부담없이 참여할 수 있는 축제의 한 마당이 되어야 할 것이라고 지적하고 있다.

〈표〉 서울 각구 및 광역시별 자영제과점 출품률

	서울			광역시				
	자영제과점수 (97. 3기)준	출품수	출품률 (제과점수대비)	자영제과점수 (97. 3기)준	출품수	출품률 (제과점수대비)		
서울	강남구	81	12	14.81%	성북구	119	6	5.04%
	강동구	144		0%	송파구	140	12	8.57%
	강북구	94		0%	양천구	138		0%
	강서구	105	1	0.95%	영등포구	77	2	2.59%
	관악구	141	8	5.67%	용산구	42		0%
	광진구	158	1	0.63%	은평구	113	3	2.65%
	구로구	99	1	1.01%	종로구	58	1	1.72%
	금천구	84	1	1.19%	중구	39		0%
	노원구	100	1	1.00%	중랑구	106	6	5.66%
	도봉구	99	3	3.03%	서울소계	2,528	66	2.61%
	동대문구	126	4	3.15%	부산	1,229	18	1.46%
	동작구	93	1	1.07%	대구	748	25	3.34%
	마포구	64	2	3.12%	광주	363	37	10.19%
	서대문구	114		0%	대전	369	25	6.77%
서초구	108	1	0.92%	인천	708	14	1.97%	
성동구	79		0%	전국	11,265	335	2.97%	

# 아이스크림업계 리스테리아균 파동

## 국내 수입 제품에서도 검출돼 논란

최근 홍콩에서 판매되고 있는 미국산 드라이어스 아이스크림에서 리스테리아균이 검출되면서 미국산 아이스크림을 비롯한 국내 수입 아이스크림 업체들이 큰 타격을 입고 있다.

### 드라이어스, 대부분 임시휴업 상태

수입 아이스크림은 연간 1조원 규모로 추정되는 국내 빙과류 시장에서 약 10%를 점유하고 있으며 40여개의 수입 아이스크림 업체 가운데 절반에 가까운 20여개 업체가 미국산 아이스크림을 수입 판매하고 있다.

이번 대장균 파동은 미국산 수입쇠고기의 O-157균 검출로 식품류에 대한 소비자의 불안감이 높아지는 시점에서 불거져 나온 사건이라 미국산 아이스크림을 수입 판매해온 업체에게는 거의 치명적인 악재로 작용하고 있다.

이에 따라 지난 95년 국내 진출 이후 120여개의 가맹점을 개설하는 등 빠른 속도로 시장 확산에 나섰던 드라이어스가 가맹점은 사실상 거의 전 매장이 임시휴업 상태에 들어갔다. 각종 매체를 통해 리스테리아균의 유해성이 보도되면서 최근 들어 드라이어스 매장에는 아예 내점객이 전무한 형편이다.

### 수입 아이스크림 전체적 매출 급락

또한 드라이어스를 비롯한 미국산 아이스크림 뿐만 아니라 완산지가 다른 수입 아이스크림업체도 평균 30~40% 정도 매출이 하락하는 등 1,850여개에 달하는 국내 아이스크림 전문점이 리스테리아균 파동으로 큰 곤혹을 치르고 있다. 더욱이 언론 보도가 시작된 직후 롯데, 신세계 등 일부 백화점이 미국



▲ 홍콩 드라이어스사 제품에서 검출된 리스테리아균 파동으로 국내 수입아이스크림 업체들이 심각한 위기를 맞고 있다.

산 아이스크림 코너를 매장에서 철수시키면서 수입 아이스크림에 대한 소비자의 불신감이 더욱 빠르게 확산되고 있는 실정이다.

리스트େ리아균은 가축이나 어패류, 채소류, 육류 등에 분포하며 이 균에 감염될 경우 수막 뇌염과 수막염을 일으켜 고열, 두통, 신경장애가 일어나고 증세가 심한 노약자와 어린이는 사

망에 이를 수도 있다. 또한 섭씨 65°C 이상에서는 사멸하지만 영하 5°C 이하의 냉장상태에서도 증식이 가능한 냉온성 세균으로 알려져 있다.

### 국내 수입 제품에서도 검출돼

리스트테리아균 파동이 일파만파로 번지자 지난 10월 4일부터 식품의약품안전본부가 국내 드라이어스사 제품을 긴급 수거, 유해성 대장균 검사를 실시한 결과 리스테리아균은 검출되지 않은 것으로 밝혀졌다.

그러나 지난 10월 22일 국내 시판중인 쓰리프트 아이스크림 2종류에서 리스테리아균이 검출, 해당제품에 대한 판매금지 처분이 내려져 수입 아이스크림의 유해성 논란은 쉽게 가라앉지 않을 전망이다.

쓰리프트 아이스크림의 리스테리아균 검출은 "국내 통관시 완벽한 검역을 거쳐 위험성이 없다"고 주장하던 수입 아이스크림 업체들에게도 큰 충격을 주고 있다.

수입 업체의 한 관계자는 최근의 리스테리아균 파동에 대해 "해마다 70% 이상 신장세를 보이던 고급 아이스크림 시장이 이번 사태로 인해 크게 위축될 것"이라고 우려를 나타냈다.

# 프랜차이즈, 즉석빵 확산 바람 뜨겁다

## 베이크 오프 80%, 자영 점포에 강한 도전장

프랜차이즈 업체들의 즉석 빵 확산 바람이 뜨거워지고 있다.

그동안 각 업체들이 제조·공급의 여건상 불리함 때문에 제품 면에서 자영제과점에 열세였던 신선도 부분을 만회하기 위해 추진해온 냉동 생지를 이용한 즉석빵 개념의 확산 움직임이 자영제과점의 입지를 위협할 수준에 이르러 큰 관심을 모으고 있는 것.

현재 프랜차이즈 업체들은 즉석빵 개념을 실현하기 위해 본사에서 냉동 생지를 가맹점에 공급해 구운 후 판매하는 방식을 취하고 있다. 이를 위해서는 각 가맹점들은 냉동 생지를 구울 수 있는 오븐, 발효실 등의 베이크 오프(Bake-Off) 시스템을 갖추어야 한다. 이 베이크 오프 점포는 각 업체의 즉석빵 실현을 위한 토대 구축 정도와 즉석 개념으로 어느 정도 자영제과점 영향을 미칠 수 있는가를 판단하는 근거라 할 수 있다.

### 80%의 점포가 즉석 제조 여건 갖춰

9월말 현재 각 업체의 베이크 오프 점포 현황에 따르면 크라운베이커리가 581개 점포 중 베이크 오프의 비중이 98%, 파리크라상이 593개 중 97%로 타 업체보다 높고 신라명과가 379개 중 71%, 고려당이 434개 중 55%순으로 업체 평균 80%의 점포가 즉석 제조 여건을 갖춘 것으로 나타났다.

이런 결과는 백화점 입점 점포 등 냉동 생지를 공급하지 않는 점포를 포함시킨 것으로 가맹점에 국한하면, 일부 업체의 경우 베이크 오프의 비율이 100%대에 육박하며 타 업체들도 상당히 높은 수준임을 알 수 있다.

업체별 베이크 오프 현황은 어느 업체가 전체 생산 제품 중 냉동 생지에 비중을 두어 발빠른 확산에 주력했는가에 차이가 있는데, 이 부분에 주력한 크라운베이커리와 파리크라상, 신라명



과가 높은 점유율을 기록했다. 특히 타업체에 비해 냉동 생지의 생산 및 공급을 늦게 시작한 크라운 베이커리가 100%에 육박하는 수준까지 도달하게 된 것은 최근 이 부분에 대해 집중적인 노력을 기울인 결과로 보여 주목을 끌고 있다.

### 즉석빵 개념으로 자영 제과점 위협

한편 전체 제품 매출액 중 냉동 생지가 차지하는 비중도 업체마다 차이가 있지만 평균 30%선에 이르는 것으로 알려지고 있다. 이에 따라 각 업체들은 기존 점포 및 신규 점포를 베이크 오프 점포로 구성하는 동시에 냉동 생지의 개발을 통한 품목 확대를 진행하고 있다.

프랜차이즈 업체의 베이크 오프 시스템을 통한 즉석 제조 강화에 대해 업계의 반응은 자영 제과점들에게 적지 않은 영향을 미치리라는 평가다. 한 관계자는 "자영 제과점이 비록 즉석 제조를 한다 해도 기술력이 떨어지고 빵 제품을 1일 이상 판매하는 점포의 경우 프랜차이즈 업체의 제품에 비해 맛과 신선도 면에서 더 이상 우위에 있다고 장담할 수 없기 때문에 제품 질 향상과 판매 기한 단축 등의 노력이 뒤따르지 않고서는 매출에 많은 타격이 뒤따를 것"이라고 지적했다.

〈표〉프랜차이즈업체 베이크 오프 점포 현황

업체	현점포수(9월말현재)	현점포중 베이크오프 비율
크라운베이커리	581	98%
파리크라상	593	97%
신라명과	379	71%
고려당	434	55%
계	1,987	80%(평균치)

※현 점포중 베이크 오프 비율은 근사치이며, 자사 발표를 근거로 했음.

# 건물주 횡포로 제과점 폐점 속출

## 점포임대차보호법 제정 시급 여론

매출부진에 따른 폐점이 아니라 건물주의 횡포로 인해 울며 겨자 먹기 식으로 점포를 내주는 경우가 속출하고 있어 임차인 보호장치가 시급히 마련돼야 한다는 여론이 거세게 일고 있다.

서울 영등포구 신길 7동 안테르센과자점은 이 같은 희생양의 대표적인 사례. 이 업소는 10여년간 이곳에서 영업을 해오



며 지역에서 탄탄한 자리를 잡은 것으로 알려져 있었다. 그러나 두어달 전 건물주가 갑자기 점포를 비워달라는 것이었다. 사정을 알고 보니 건물주가 직접 제과점을 운영하려는 의도 때문이었다.

안테르센과자점은 갑자기 몇 개월 전 수천만원을 투자해 인테리어를 새롭게 꾸민 터라 막대한 손해를 입게 되었다. 법률상담기관을 수소문하면서 대처 방안을 강구했지만 뾰족한 수가 없어, 결국 이 제과점은 자리를 내주고 다른 곳으로 점포를 옮길 수밖에 없었다.

이같은 사례는 경기도 군포시 크리스탈제과점도 마찬가지다. 이 업소 역시 9년 동안 영업을 해오다 갑작스런 건물주의 요구로 점포를 비울 수밖에 없었다.

### 건물주의 일방 행위, '별 수'는 없는가?

이처럼 임대인의 일방적인 행위에 대해 임차인을 보호할 수 있는 법적인 보호장치가 마련돼 있지 않은 실정이다. 계약서 상에 통상 2년의 계약기간을 명시하더라도 이를 법적으로 보장받을 수 없다. 다만 건물주가 일방적으로 계약을 해지했을 때 민사소송을 통해 시설투자비는 어느 정도 건질 수는 있다.

이 경우 전제조건이 있다. 시설투자에 대한 거래처 세무계산서 등 세무근거가 꼼꼼이 갖춰져야 한다는 것이다. 예를 들어 인테리어 시공업체에서 세무계산서와 보증증권을 챙겼다면 법원으로부터 감가상각비를 제외한 금액만큼 변제받을 수 있다.

그렇다 하더라도 권리금은 포기해야만 한다. 권리금은 임차인 사이에 거래되는 것이기 때문에 건물주가 보장

해야 할 몫이 아니다.

따라서 건물주가 요구한 시한내에 다른 임차인이 나선다면 상황이 달라지겠지만 그렇지 않을 경우 권리금은 고스란히 날리게 되는 것이다.

이와 관련 업계의 한 관계자는 "현재로선 민사소송을 통해 '시설 투자비 반환 청구'를 하고 소송기간만큼 영업일수를 연장함으로써 투자비를 최대한 회수하는 수밖에 없다"고 말했다. 이 관계자는 이어 "그러나 초기에 점포를 임대하면서 전 임차인에게 지불했던 권리금을 보장받을 수 있는 근거는 전혀 없다"고 못박았다.

### 임차인 법적 보호장치 마련 절실

이와 같은 문제점을 통상산업부도 인정하고 지난해 점포임대차 기간을 2년으로 보장하고 권리금을 인정하는 내용을 골자로 한 '업무용 건물 임대차보호법안'을 정부입법안으로 국회에 상정했지만 지지부진한 상태다.

따라서 현재로선 임차인의 법적 보호 장치가 전무해 비교적 탄탄한 영업기반을 갖고 있더라도 임차한 업소라면 하루 아침에 점포를 비워야 하는 경우가 계속 이어질 전망이다.

# 프랜차이즈업체 점포 증가세 둔화

## 9월까지 201개 그쳐, 업체간 우열 뚜렷

프랜차이즈 업체들의 점포 증가세가 부진을 면치 못하고 있다.

본지 조사에 따르면 9월말 현재 상위 4사의 점포 증가는 201개로 나타났다. 이는 아직 연말까지 3개월이라는 기간이 남아 변화의 여지가 있지만 작년에 이들 업체가 294개의 점포를 증가시킨 것에 비하면 부진한 편이다.

또 현재까지의 201개 점포 증가는 지난해 점포 증가수인 294개의 68% 수준에 그쳐 현 추세라면 이들 업체가 남은 3개월 동안 전력을 기울인다 해도 올해 점포증가

목표인 540개 달성은 물론 작년 점포 증가수에도 미치지 못할 것으로 보인다.

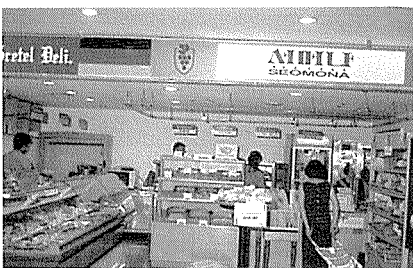
9월까지의 업체별 점포 증가 현황에서는 파리크라상이 91개로 가장 많았고 크라운베이커리 78개, 신라명과 28개, 고려당이 4개 순으로 나타났으나 점포 증가수에 있어서는 각 업체별 우열이 크게 두드러졌다.

한편 9월 현재까지 이들 업체의 점포수는 파리크라상 593개, 크라운베이커리 581개, 고려당 434개, 신라명과 379개로 총 1,987개인 것으로 나타났다.

9월말 현재 점포증가 현황

업체명	96년말 점포수	현점포수(9월현재)	증가수(9월현재)	96년동기점포증가수
파리크라상	502개	593개	+91개	119개
크라운베이커리	503개	581개	+78개	52개
신라명과	351개	379개	+28개	90개
고려당	430개	434개	+4개	33개
계	1,786개	1,987개	201개	294개

### HRS, 서머나 250개 오픈 예정 냉동생지와 기타 제품 7:3 비율



HRS(대표 정홍식)는 냉동생지 전문점인 서머나를 향후 서울, 부산 등지에 250개 이상 오픈할 예정이라고 밝혔다.

이 회사 장재규 이사는 "서머나는 냉동생지 뿐만 아니라 바게트샌드위치, 커피를 비롯한 생과일 주스 등도 함께 판매하며

제품비율은 7:2:1(냉동생지:샌드위치:음료) 정도가 될 예정"이고 "사무용 빌딩 지하, 역세권, 중·고·대학교 매점 등 약 3~5평 규모로 입점하게 될 것"이라고 말했다.

올해 9월 본사에 서머나 사업부를 신설, 이에 대한 구체적인 계획안을 마련한 것으로 알려진 HRS는 연내로 서울 답십리·강변역·성남·역삼역·종로 등지에 직영점 1개와 가맹점 3개를 개설하고, 앞으로 총 250개의 직영 및 가맹점 체제를 구축할 계획이다.

한편 HRS는 95년 덴마크 슐스타드사에서 수입한 냉동생지를 96년 1월부터 호텔, 케이터링업체 등에 공급해 왔으며, 지난해 이 제품을 이용한 서머나 모델 점포로 이미 시험 단계를 거치기도 했다.

### 뉴욕, 베이글전문점 첫 지방 진출 충북 진천에...냉동생지·즉석빵결합



뉴욕제과 베이글 전문점인 뉴욕베이글이 첫 지방 진출을 시도해 관심을 모으고 있다.

최근 충북 진천에 매장면적 18평 규모로 오픈한 뉴욕베이글 가맹점은 베이글 샌드위치 외에 냉동생지, 즉석빵, 커피를 비롯한 각종 음료 등을 함께 판매한다.

이 회사 영업본부 이운재 차장은 "충북 진천의 유동인구가 많은 변화가 상권에 입점한 뉴욕베이글 전문점은 특색있는 베이커리 복합점포 스타일을 지향하고 있다는 게 특징"이라고 말했다.

뉴욕제과는 첫날 오픈 행사때 약 400만 원의 매출을 기록한 이 점포가 앞으로 일일 평균 100만원 이상의 매출을 달성할 수 있을 것으로 보고 있으며 향후 충남, 강원 일부, 경기도 수원, 인천 등지의 변화가나 아파트 신축 예정지 등에 뉴욕베이글 전문점을 지속적으로 진출시킬 계획이다.

### 나라통상, 품목확대로 사업다각화 아몬드, 피스타치오, 원두커피 추가

나라통상(대표 허성길)이 수입 품목 확대로 사업다각화를 추진하고 있다.

캘리포니아호두 전문수입업체인 나라통상은 최근 미국 피앤지(P&G)사와 독점계약을 체결해 폴저스(Folgers) 원두커피를 직수입해 내년상반기경부터 시판할 예정이다.

나라통상은 이외에도 캘리포니아 피스타치오를 수입해 할인매장 등에 술안주용으로 공급할 계획이고, 제과제빵 부재료인 아몬드와 농축 레몬주스를 추가하기로 했다.

## 입시철 경기 기대반 걱정반

### 관련업체 기획상품 준비 완료

11월 19일로 확정된 수능 시험일이 다가오면서 관련 업체들의 손길이 분주해지고 있다.

파리크라상은 신제품으로 합격기원 문안을 써넣을 수 있는 카드가 들어간 2,000원~3,500원대의 엽제품 3종류와 6,000원~1만 2,000원대의 찹쌀떡세트 5종류를 준비, 가맹점 공급을 서두르고 있다.

신라명과도 엽, 초콜릿, 찹쌀떡 등의 기획상품에 도자기 학사모와 거울, 마패 등을 접목시킨 '장원'으로 시장 공략을 준비하고 있다.

신라명과의 한 관계자는 "지난해 수요가 많았던 8,000원대 상품을 집중 보완해 포장을 고급화시켰고 중저가 상품 개발에도

역점을 두었다"고 밝혔다.

한편 캔디 생산업체인 리리제과도 최근 1,000원~1만원 짜리 '썩집게 엽'을 출시했으며, 로얄제과가 엽과 다트를 넣은 2,000원~5,000원대의 '행운의 선물'을 출시했다. 이처럼 관련 업체들이 입시철 경기 활성화를 위해 다양한 상품들을 선보이고 있어 지난해의 입시철 매출 호조가 올해도 계속될지 귀추가 주목되고 있다.

아울러 올해의 경우 서울·경기지역의 고입 시험이 없어서 중저가품에 대한 판매가 부진할 것으로 예상되지만 최근 계속되는 취업대란(就業大亂)의 영향으로 취업준비생들을 위한 대체 수요가 발생할 것으로 예상된다.

이에 따라 띠리에코리아는 경기도 수지에 대지 600평 규모의 기존 띠리에아이스크림 냉동창고를 확충해 냉동생지 물류창고로 활용할 방침이며 냉동탑차도 10대 이상 확보해 놓고 있다.

### 빵굽터, 청양농고와 자매결연 기술자 인력난 해결에 큰 도움

빵굽터가 최근 충청도에 있는 청양농고와 자매결연을 맺어 활발한 교류를 전개하고 있다. 이번 자매결연은 농고쪽에서는 학생들이 직접 실습할 수 있는 현장이 제공된다는 측면에서, 빵굽터의 경우는 인력난 해결에 도움을 줄 수 있다는 측면에서 양자 모두에게 이점이 있을 것으로 보인다.

방덕수 본부장은 "1차로 내년 졸업 예정인 학생 9명이 올라와 각 분점에서 일하고 있는데 성과가 있다면 앞으로도 이런 식의

### 학원설립 움직임 활발해져 서울, 강원 지역 잇달아 개원

강원도와 서울지역에 잇달아 학원이 개설되면서 한동안 주춤했던 제과학원 설립이 다시 활기를 띠고 있다.

지난 10월 4일 문을 연 영동제과기술학원(원장 김대영)은 강원도 지역에서 제과학원 1호를 기록했다. 강릉 시청 부근에 위치한 약 50평 규모의 이 학원은 10월 6일부터 수업을 시작했는데 현재 정규반 6개월 과정을 운영하고 있다. 시간은 오전과 오후, 야간반으로 나뉘 각각 4시간씩 수업을 진행하게 된다.

한편, 11월 3일 동양제과기술학원(원장 강의원)이 가양동 분원을 개원한다. 60여평 규모에 정규반 6개월 과정과 1년 과정으로 구성된 이 학원은 오전과 오후, 야간반으로 나뉘 각각 3시간씩 수업을 진행한다.

· 영동제과기술학원: (0391)41-3941/3

· 동양제과기술학원: (02)3664-5553~4

자매 결연을 확대해나갈 방침"이라고 밝혔다. 빵굽터는 현재 강원도 지역의 한 농업고와도 자매 결연을 추진중에 있으며 올해 안에 확정될 예정이다.

### 영진, 독특한 이벤트 선보여 멀티비전과 라이브 공연 등 접목

영진 컨설팅이 새로운 이벤트 행사를 선보여 눈길을 끌고 있다.

영진은 행사장에 멀티비전을 설치 행사장면을 무비 카메라로 촬영해 바로 상영하는 방법과 명동에서 심장병 어린이 돕기 자선공연을 했던 '노래촌'의 라이브 공연으로 행사 분위기를 한껏 돋우는 독특한 이벤트를 선보이고 있다.

한편 행사 장면을 촬영한 비디오 테잎은 당일 이벤트 행사 뿐만 아니라 행사 이후에도 매장이나 다음 이벤트 행사를 위해 다시 활용할 수 있어 일석이조의 효과를 거둘 수 있을 것으로 보인다.

### 띠리에, 냉동생지 가맹사업 추진 '파나비프랑스' 연내 20개 개설 목표

띠리에코리아(대표 이승철)가 파나비프랑스란 브랜드로 냉동생지 전문점 가맹사업을 추진한다.

지난 7월 28일 프랑스 파나비프랑스(PANAVI FRANCE)사와 계약을 체결한 띠리에코리아는 서울 및 지방에 각각 10개 등 연내 20개 매장의 개설을 목표로 하고 있다.

이달 중 직영 1호점 오픈을 앞두고 있는 파나비프랑스는 냉동생지, 일반빵, 샌크림케이크, 띠리에아이스크림 등을 함께 취급할 복합점포 형태인 매장면적 15평규모의 A타입과, 냉동생지만을 취급하고 백화점 및 대형쇼핑타운 등의 인스토어 베이커리 형태로 입점할 예정인 매장면적 7~8평 규모의 B타입 두가지가 있다.

## 파리크라상, '레스토랑' 개념 도입

### 인테리어 교체, 기술개발연구소 설립



▲ 레스토랑 개념을 접목시켜 새로 단장한 서소문점 외부전경.

파리크라상은 오는 2000년대를 대비해 '베이커리-레스토랑'이라는 개념을 새롭게 도입, 경외식품의 베이커리 사업을 전개할 것으로 알려졌다. '베이커리-레스토랑'은 빵을 유인상품으로 하여 경외식에 주력하는 레스토랑을 말한다.

파리크라상은 맛벌이 부부와 간편식을 선호하는 경향이 증가함에 따라 향후 패밀리 레스토랑의 이용률이 하락할 것으로 전망하고 있다. 이에 따라 파리크라상은 '베이커리-레스토랑' 개념을 도입해 기존 제과점의 인테리어와 제품을 르노뜨르 수준

으로 고급화시키는 한편, 빵에 요리의 개념이 가미된 샌드위치 종류의 조리빵을 강화시켜 나갈 방침이다.

현재 파리크라상은 이를 위해 기술 개발 연구소를 설립해 고급 인력을 확보한 상태이며 새로운 B.I 작업을 진행중이다.

시범적으로 파리바게트 서소문점의 인테리어 공사를 마친 파리크라상은 세부사항을 좀더 보강해 7~8개월 안에 전매장의 인테리어를 교체할 계획인 것으로 알려졌다.

파리크라상의 한 관계자는 "베이커리와 외식시장의 틈새를 공략하는 '베이커리-레스토랑' 전략으로 다른 브랜드와는 차별화를 통해 다가오는 2000년대 시장을 공략할 것"이라고 밝혔다.

일본의 '고베야 베이커리-레스토랑'에서 힌트를 얻은 이 전략은 20여년 전 패밀리 레스토랑이 등장하던 시기에 '고베야 치킨'이 경쟁력을 확보하기 위해 도입한 개념으로 현재 고베와 오사카 등 6곳에 체인점을 운영하고 있다. 고베야 베이커리-레스토랑은 하루 평균 매출이 250만~300만엔(한화 1800~2300만원) 정도에 이르고 있다.

### 태인산업, 완제품 위주로 수입추진 초콜릿, 과일캔류, 무알콜 샴페인 등

태인산업 식품팀이 향후 완제품 위주로 식품 수입을 추진할 것으로 알려졌다.

이 회사 식품팀 관계자는 "그동안 향신료, 유제품, 냉동과일류, 개량제 등 주로 원부재료를 수입·판매해 왔으나 한계가 있다고 판단, 향후 완제품 위주로 수입 추진을 검토중"이라고 말했다.

이에 따라 태인산업은 지난 3월경 스위

스 초콜릿 전문업체인 린트(Lindt)사와 국내 에이전트 계약을 체결했으며 원가부담과 초콜릿 시장 첫 진출로 인한 영업 미숙을 이유로 일단 벌크제품을 들여와 국내에서 포장 판매할 방침이다. 이를 위해 국내 포장업체에 의뢰, 초콜릿에 어울리는 포장도 자체 개발할 예정이다.

태인산업은 아울러 기존의 후르츠카떼일, 블루베리, 체리 통조림 외에 복숭아 통조림, 귤통조림 등의 과일캔류도 추가할 계획이며 무알콜 샴페인이나 시식용 크립치

즈 등의 수입도 검토중에 있다.

태인산업은 식품 대 장비의 매출 하율이 6:4정도인 것으로 파악됨에 따라 향후 식품 분야를 강화할 방침으로 이같은 완제품 수입을 추진하게 된 것으로 분석된다.

### 독일빵집, 직영점 '브로첸' 오픈 수원역 앞 1호점, II월중 마산 2호점

독일빵집이 오는 11월 8일 직영 브랜드인 '브로첸' 1호점을 수원역 앞에 오픈한다.

기존 독일빵집 점포를 새롭게 단장해 약 32평 규모로 개설될 브로첸 직영 1호점은 즉석 제조시스템을 갖추고 본격적인 영업에 들어갈 예정이다. 이 회사 윤태영 이사는 "브로첸은 인스��어 베이커리 형태와 독립 점포 형태를 병행해 직영으로 운영하고 또 다른 브랜드인 '저먼 베이커리'는 가맹브랜드로 활용할 방침"이라며 "수원역 브로첸 1호점의 경우 하루 300만원의 매출을 목표로 하고 있다"고 말했다.

독일빵집은 또한 11월 중순경 마산 대우백화점에 인스��어 베이커리 형태로 약 35평 규모의 브로첸 2호점을 입점시킬 예정이다.

### 바로방, 본사 생산공장 이전 확정 안성부지에 전자동 라인 갖춰

바로방이 최근 본사 생산공장 부지를 안성으로 확정했다.

이 회사는 지난 8월 세븐일레븐과 제품공급 계약을 체결하는 등 사업다각화가 이루어짐에 따라 모(母)그룹인 큰나무그룹의 식품공장이 들어서 있는 안성부지에 대지 1만여평, 연건평 1,200여평 규모로 냉동생지라인을 제외한 전 생산라인에 전자동 시설을 갖출 계획이라고 밝혔다.

안성 생산 공장의 생산능력은 일일 제품생산량 8만개이며, 98년 6월경 준공될 예정이다.



## 롯데삼강 대대적인 조직 개편 단행

### 부서 통폐합으로 자체 경쟁력 강화 모색

롯데삼강이 대대적인 조직 개편을 단행해 업계의 관심을 모으고 있다.

롯데삼강의 이번 조직 개편은 부서 통폐합을 통해 자체 경쟁력을 강화하기 위한 것으로 지난 10월 11일자로 사업 본부를 영업과 생산, 관리 3개 부문으로 통합했다.

또 롯데델가, 베이커리 유지, 양산건과업체 유지 등 3개의 영업부서가 하나로 통합됐다.

이밖에 베이커리 기술서비스 부서였던

'베테라'를 영업본부의 마케팅실내 개발팀으로 흡수시킴에 따라 앞으로 기술 서비스와 영업을 병행하게 될지 향방에 관심이 모아지고 있다.

한편 롯데삼강은 그동안 유지, 아이스크림, 롯데델가, 음료, 도시락의 5개 부문을 주축으로 사업을 전개해 왔는데 이 가운데 도시락 공급 사업부문을 정리하는 등 사업성이 떨어지는 부문의 구조 조정을 통해 경쟁력을 강화해 나갈 것으로 알려지고 있다.

### 한국마크로 대전점 개점 아로베이커리 4호점 입점

한국마크로 대전점이 지난 10월 1일 대전 둔산 신도시에 오픈했다. 이와 동시에 마크로의 인스투어 베이커리 브랜드인 아로베이커리도 입점했다.

이번 아로베이커리 4호점의 사업자는 대전 에펠제과로 알려졌는데 이 점포는 51.5평 규모로 40여가지의 제품을 시중보다 20% 할인된 가격으로 판매하고 있다.

마크로 대전점은 지상 5층, 지하 1층, 연면적 1만 4,000평에 매장 면적은 5,000평 규모이다. 이로써 마크로는 대전점을 포함해 인천점, 일산점, 용인 남부점 등 4개 점포로 늘어났으며 내년에는 대구와 부산에 5,6호점이 개점할 예정이다.

### 프리젤, 제과 원부재료 사업 진출 무스케이크 프리믹스, 과일 후르츠 등

수입 아이스크림 업체인 한국프리젤(대표 전태욱)이 제과 원부재료 사업에 진출할 것으로 알려지고 있다.

'돌로미티'란 브랜드로 아이스크림 전문점 사업을 추진하고 있는 한국프리젤은 이탈리아 프리젤사에서 무스 케이크 원료인 「프리젤」 프리믹스를 수입해 제과 원부재료 사업에 참여한다는 방침이다. 이에 따라 한국프리젤은 이미 4개의 대형 제과점에 제품을 시험 공급하고 있으며 빠르면 연내에 일반 자영제과점을 대상으로 한 영업망 확보에 나설 계획이다.

한국프리젤이 제과점 공급용으로 수입을 추진하고 있는 무스 케이크용 프리믹스는 제조 공정이 비교적 간단하고, 젤라틴 응고 속도가 느려 실온에서의 작업성이 우수한 것으로 알려지고 있다.

한편 한국프리젤은 프리믹스 외에도 과일 후르츠, 초콜릿 등을 수입해 취급 원부재료를 확대해 나갈 방침이다.

### 한국리치사 베이글 수입 예정 미 리치 제품, 도우 형태 8종류

리치프러더츠 한국지사(이하 한국리치사)가 미국 본사에서 베이글 도우를 수입할 예정인 것으로 알려졌다.

이 회사 관계자에 따르면 한국리치사는 치즈, 시너몬, 에그, 멀티 그레인 등 8종류의 베이글 도우(반죽)를 들여오기로 하고 우선 시장성 탐색을 위해 지난 SIBA(서울국제빵·과자전)에 이들 제품을 선보였다.

한국리치사는 앞으로 베이글에 대한 몇 차례의 시장조사를 거친 후 일반 제과점을 상대로 판매에 들어갈 예정이다.

### 세일제과산업 법인 설립

#### 경기,수원 총판 개소식도 가져

쇼케이스 제작 및 제과점 인테리어업체인 세일제과산업(舊세일특수산업, 대표 조현욱)이 법인 설립을 마치고 본격적인 사업 강화에 나섰다.

세일제과산업은 생산 인원의 충원과 사업 재정비를 위해 지난 9월 20일 '세일제과산업'이라는 법인으로 정식 등록했다.

또한 경기 일원과 충청권에 대한 영업력 강화를 위해 지난 9월 30일 경기도 수원시에 경기·수원 총판점의 개소식 행사를 가졌다.

### 쿠프 드 파테사, 국내 파트너 물색 냉동생지 수입 및 소비업체 구해

프랑스의 냉동생지 제조업체인 쿠프 드 파테사가 자사 제품을 수입 또는 소비할 업체를 구하고 있다.

쿠프 드 파테사는 프랑스 냉동생지 전문 업체로서 현재 국내 컨설팅 업체인 C&S인터내셔널을 통해 국내 파트너를 물색하고 있는데 제휴가 성사되면 냉동생지 및 반제품 냉동 생지 등 형태의 페이스트리, 빵, 케이크, 머핀, 쿠키, 타르트, 앙트르메 피자 등의 제품을 공급할 예정이다.

문의 C&S인터내셔널 (02)518-9128



# 제과업 종사자 건강진단 회로 축소

## 유사 업종으로 전환시 위생교육 면제도

영세 업종에 대한 규제가 일부 완화될 것으로 보인다.

정부가 식품접객업에 대한 규제 완화 방침으로 마련한 식품위생법시행령 개정 방향에 따르면 현재 제과점 종사자들이 6개월마다 받게 돼 있는 건강진단이 빈번해 불편을 겪고 있는 점을 감안, 앞으로 1년에 1회로 축소할 방침이다.

또 개업하거나 업종을 전환할 때 반드시 받았던 신규업주 위생교육도 완화돼 식품접

객업자가 휴게음식점을 음식점으로 바꾸는 등 유사업종으로 변경할 때 위생교육을 면제도록 할 예정이다.

아울러 10명 미만 제과점의 경우 허가를 받지 않고 신고만 하면 영업을 허용할 방침이다.

그러나 영업 신고시 기존의 허가 절차에 필요한 서류와 동일하며 신규업주 위생교육을 이수해야 하는 등 행정 절차가 크게 간소화되지는 않을 것으로 보인다.

### 빙그레 내년 대대적 점포 확산 직영점 17개 개설, 제과학원 운영도

빙그레가 내년중 대대적인 점포 확산에 나선다.

올해 썬베리를 통합한 빙그레는 10월말 현재 13개인 직영점을 내년에는 30개까지 확대한다는 계획이다.

이에 따라 빙그레는 점포 확산에 따른 생산 인력 충원과 향후 매장 관리 인원의 확보를 위해 제과학원 설립도 추진중이다.

내년 2월 개원 예정인 제과학원은 구리시 빙그레 사옥 안에 설립되며 실습실 60평, 강의실 25평 규모에 30명을 모집해 교육시킨 후 자사 매장에 배치시킬 계획이다.

### 샤니, 올 겨울 '호빵' 시장 공략 전년 대비 25% 신장 190억원 목표

샤니가 지난해 출시한 '팡찌니'로 올 겨울 호빵시장 공략을 강화할 예정이다.

지난 겨울 호빵시장에서 145억원의 매출을 올린 샤니는 10월에서 2월에 걸친 이번 호빵 시즌에 25% 신장된 190억원의 매출을 올린다는 계획이다.

이를 위해 샤니는 신제품 '김치고기만두'를 개발하고 세븐일레븐 매장에서 연중 판매해 오다가 여름철에 잠시 중단한 팡찌니 판매를 재개하기도 했다.

현재 호빵시장에서는 샤니와 삼립식품이 시장점유율에서 박빙의 승부를 벌이고 있는데 지난 시즌의 시장 규모는 약 390억원으로 알려져 있다.

### 제원, 트러플 초콜릿 가격 대폭 인하 시장 경쟁력 강화 위한 포석인 듯

최근 제원인터내셔널(대표 이우혁)의 호텔 공급용 트러플 초콜릿 가격이 큰 폭으로 인하되었다.

프랑스 마리갈레보 초콜릿을 수입 판매하고 있는 제원은 종전 5만원 이상으로 호텔에 공급하던 트러플 540개들이 한 박스당 가격을 2만 6,210원으로 인하했다.

별다른 가격 인하 요인이 없는데도 이처럼 트러플 가격이 크게 인하된 것은 최근 후발 업체들의 시장 진출로 경쟁이 한층 치열해진데 따른 대응책으로 보인다.

이를 위해 제원은 거래 호텔측에 가격 인하를 알리는 협조 공문을 발송한 것으로

알려졌다.

업계의 한 관계자는 "공급 업체가 늘어나면서 최근 들어 초콜릿 가격 책정에도 거품이 걷히는 추세"라고 전하고 "제과점에서 초콜릿을 직접 제조하는 경우가 많아지고 있어 적정한 가격 책정이 시급히 이뤄져야 할 것"이라고 지적했다.

### 삼양사, 프리믹스 품목 확대 찰쌀도넛 · 찰쌀떡가루 개발

삼양사가 향후 프리믹스의 품목수를 더욱 늘려나갈 방침이다.

영양강화 밀가루 사용을 이점으로 내세운 밀맥스 프리믹스는 식빵가루, 건강빵가루, 머핀믹스, 스펀지 케이크 가루, 바게트믹스 등 약 30종으로 구성돼 있다.

아울러 삼양사는 최근 찰쌀 도넛 가루를 출시한 것으로 알려졌고, 찰쌀떡 가루도 곧 개발할 예정이다.

### 대성학원 개원 3주년 세미나 개최 케이크, 머핀 등 5제품 선보여

수원 대성제과기술학원(원장 이천식)은 지난 10월 16일 개원 3주년 기념 세미나를 개최했다.

대한제과협회 수원지부 후원으로 100명의 기술인들이 참가한 이날 세미나에서는 롯데상감 베테라의 이현철, 정지만 씨가 스낵 트위스트, 앙금 초코브레드, 피넛버터 바나나 케이크, 헤이즐넛 케이크, 레몬 머핀 등 5제품을 선보였다.

### 일광무역 사무실 확장 이전

코코넛 전문 수입업체인 일광종합무역상사가 지난 10월 18일 사무실을 확장 이전했다.

이전주소 : 서울시 동대문구 청량2동 205-562 정림빌딩 1층

☎ 957-9100~4,6 FAX 957-9105,7

## 인터뷰

## “세계 베이커리산업을 이곳에서 만나십시오”

## 독일 iba '98 조직위원장 한스 볼텐



지난 10월 15일 독일 제과협회 회장 및 세계 제과제빵협회 부회장으로서 iba '98 조직위원장을 맡고 있는 한스 볼텐 씨가 방한해, 내년 5월 8일부터 14일까지 독일 뒤셀도르프에서 열리는 국제제과제빵기술전시회(iba '98) 설명회를 열었다.

iba는 세계적인 제과제빵 기술박람회로서 내년으로 17회째를 맞이한다.

“95년 행사 때는 29개국에서 886개의 업체가 참여 성황을 이루었습니다. 관람객수도 127개국 9만8,000명에 이른 것으로 집계됐는데 외국인도 37%였고 이중

아시아인이 10%를 차지했습니다.”

이번 iba '98에는 제과제빵용 원부재료 및 반제품, 제과제빵 설비, 패스트푸드 설비, 간식 제과점 설비, 카페 설비, 기타 설비 등 총 6개 분야에 걸쳐 세계 각국에서 참여한 업체들이 치열한 홍보를 펼칠 예정이다. 9월말 현재 27개국에서 800여개 업체가 참가를 신청했고 이중 일본, 대만의 업체들도 포함돼 있다고 볼텐 위원장은 설명했다.

“이 행사는 제과제빵 국제박람회 중 단연 으뜸이며 이곳에서 세계 베이커리 산업의 최신 흐름을 확인할 수 있을 것입니다.”

iba '98에는 본 행사 개막 하루전에 부대행사로 세계제빵기술 심포지엄(IBT)도 열리게 된다.

이번으로 3회째를 맞이하는 IBT에서는 제빵기술 및 경영에 대한 전망이 논의될 예정이다. 볼텐 위원장은 “회를 거듭할수록 한국인의 관심이 늘고 있어 한국 베이커리 산업이 날로 발전하고 있음을 짐작할 수 있다”며 “이번 행사에도 많은 관심과 참여가 있었으면 한다”고 당부했다.

## 대두식품 양금 이용제품 확산 나서 연내 제2공장 준공, 생산라인 증설도

대두식품(대표 조성룡)이 양금 소비를 촉진하기 위해 양금을 이용한 각종 제과제품을 선보이고 있다.

대두식품은 최근 생크림에 20% 정도의 양금을 함유한 양금케이크와 양금쿠키, 영양갱 등을 개발하고 자영제과점 등 거래업소를 대상으로 대대적인 홍보에 나섰다.

대두식품이 개발한 양금쿠키는 설탕이

나 버터의 사용량을 줄이고 대신 썩, 유자, 커피, 호박 등의 양금을 첨가해 당도를 낮춘 쿠키 제품. 이와 함께 11월부터 출시 예정인 영양갱은 인삼, 밤, 썩, 고구마 등 8가지 맛을 지닌 영양간식으로 일반 자영제과점에 공급될 예정이다.

한편 대두식품은 최근 들어 수요가 늘고 있는 고은양금 등의 생산량 확대를 위해 현재 공사가 진행중인 제2공장 준공을 12월 중순까지 마무리 짓고 빠르면 올 연말부터 본격 가동에 들어간다고 밝혔다.

## 제원, 냉동 치즈케이크 수입 검토 총 5가지 제품으로 고객 반응 조사

제원인터내쇼날(대표 이우혁)이 최근 냉동 치즈 케이크 수입을 검토중에 있는 것으로 알려졌다.

크림치즈가 주원료인 이 제품은 미국 월드베스트 치즈케이크(World Best Cheese Cake)사에서 수입한 것으로 딸기, 산딸기, 초콜릿, 쿠키앤크림, 아마레도 등 총 5가지 제품이 있다.

제원은 케이크 가격이 개당 1만~1만 2,000원으로 다소 비싸다는 이유를 들어 지속적인 고객 반응 조사를 실시해 본격 수입을 결정할 예정이다.

## 뿌리양금, 비타큐 냉동생지 수입 이달부터 170여가지 제품 출시 예정

뿌리양금(대표 정문호)이 프랑스 비타큐 냉동생지를 수입·시판할 예정이다.

이 업체는 이달 15일부터 총 170여가지에 달하는 냉동생지를 자영제과점에 공급할 계획이며 이를 위해 경기도 신갈에 소재한 냉동창고를 임대해 물류창고로 활용한다.

뿌리양금은 대리점 판매방식을 택함에 따라 현재 냉동생지 전문 대리점을 모집중에 있고 하루 약 30톤 정도를 판매 목표로 정하고 있다.

## 구룡쇼케이스 공장 확장 이전

쇼케이스 전문 제조업체인 구룡쇼케이스(대표 김재곤)가 경기도 광주군으로 생산 공장을 확장 이전했다.

이번 공장 이전을 계기로 구룡쇼케이스는 영업 및 A/S부문을 대폭 강화해나갈 계획이다.

이전주소: 경기도 광주군 초월면  
신월리 507-7

☎ (0347)61-2190, FAX (0347)64-9516