

# 신도시 아파트단지내 상가, '끝없는 추락'

## 점포 임대료 최고 50% 이상 하락해

최근 분당, 일산 등 신도시 아파트단지내 상가 경기가 큰 폭으로 하락하면서 침체의 늪을 벗어나지 못하고 있다.

이는 불황 여파로 지역점포 매출이 감소한데다 이 지역에 백화점을 비롯한 대형 할인유통 매장이 대거 입점하면서 주변상권에 큰 변화가 일고 있기 때문이다. 현재 지하층이나 지상 2, 3층 등 비인기층 점포의 경우, 보증금과 월세금 없이 관리비만 내는 '무임대료' 점포가 늘고 있는 가운데 아예 한 개의 점포가 임대되지 않은 단지상가까지 속출하고 있는 실정이다.



1층코너 점포만해도 임대료 하락이 지난해 보다 25~30% 수준에서 멈췄으나 나머지층의 경우 임대료를 받지 않고 있다.

후곡마을 청구상가의 경우 1층 10평점포만 보증금 3천만원에 월세 80~120만원을 받고 있을 뿐 나머지층 점포는 대부분 임대료가 전무하다. 백마마을 청구·한양상가 1층 코너점포도 지난해 1,000만원 정

도였던 권리금이 200~300백만원으로 떨어졌고 임대료도 보증금 1,000만원에 월세 50만원으로 전년대비 50%이상 큰폭으로 하락했다.

이 지역 부동산중개업소의 한 관계자는 "대형유통업체로 수요층이 대거 몰려들면서 단지내 상가들이 단체로 점포주에게 임대료를 낮춰줄 것을 요구하는 등 상황이 좋지 않은 상태"라고 말했다.

### 분당, 역세권 중심 상권 대이동

분당은 야탑역세권을 중심으로 대형백화점, 할인점 등이 잇따라 개설되면서 신상업지구로 상권이 대이동하고 있는 실정. 초림역 인근에 있는 양지마을 금호·청구단지내 상가는 최근들어 블루힐백화점, E마트, 뉴코아, 월드유통 등 백화점과 대형할인매장 개설 여파로 매출이 쏟아져 임대료가 큰 폭으로 하락하고 있다.

가장 인기있는 1층 코너 10평 규모의 점포 임대료가 보증금 3,000만원에 월세 600만원으로 전년대비 약 30~40% 하락했으며 1층 내부점포 임대료는 코너점포의 40~50% 수준, 지하층과 지상 2, 3층은 관리비만 부담하고 임대료를 내지 않고 있다. 이에 따라 권리금도 1층 코너 10평짜리 점포가 지난해 절반 수준인 500~5,000만원 선을 유지하고 있으나 나머지층은 무권리금인 상태. 이같은 현상은 역세권 이외의 지역에서 더욱 심화돼 호자촌 푸른마을, 셋별마을 일부를 제외하고는 지하층과 지상 2, 3층의 상가 대부분이 무월세에 관리비만으로 임대되고 있다.

### 일산, 전년대비 최고 50%이상 하락

일산지역의 단지상가도 분당과 다를 것이 없는 실정.

### 산본, 평촌, 중등도 상황은 매한가지

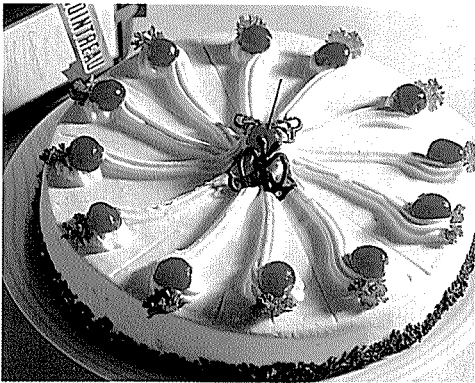
산본역을 중심으로 E마트, 뉴코아 등 대형할인매장이 개설돼 있는 산본 신도시도 단지상가가 침체되기는 마찬가지. 백두마을 한양단지내 상가 1층 코너 6평 규모의 점포는 권리금이 없이 임대료가 전년대비 30% 이상 하락한 보증금 2,000~3,000만원, 월세 40만원선에 거래되고 있다.

범계역을 중심으로 뉴코아, 김스클럽 등 역세상권이 발달한 평촌신도시의 단지상가 임대료도 지난해보다 30~50%정도 떨어진 가운데 매출이 넘치고 있다.

무궁화마을에서 최고 임대료를 보이고 있는 한양 1층 코너점포(10평)의 임대료는 보증금 4,000만원에 월세 100만원선이다. 무궁화마을내 동현상가의 경우 20개 지하점포 중 10개가 비어있고, 점포매각을 유리하게 할 목적으로 적자를 감수하면서도 공여지책으로 문을 여는 점포들도 부지기수다. 또 목련마을내 우성상가는 가장 영업이 잘 된다는 점포마저 20개 중 절반이 매물로 나와 있어 최근의 '침체 상황'을 반영하고 있다.

# 크림치즈 시장이 확대되고 있다

## 수입업체, 업소용 및 소매용 제품 확대로 제과점 공략



크림 치즈 시장이 서서히 확대되고 있다.

업체들이 품목 확대 및 판매면에서 베이커리쪽 영업을 강화하려는 움직

임을 보이고 있기 때문이다. 현재 크림 치즈를 취급하고 있는 업체는 MD 푸드코리아, 매일뉴질랜드치즈, 콜롬버스 코아퍼레이션, 삼호물산으로 모두 수입 제품을 판매하고 있다.

이 크림 치즈는 크게 업소용과 소매용 제품으로 나뉜다. 가장 일반적인 형태는 플레인, 딸기, 파인에플 맛의 제품. 업소용은 제과점에서 '치즈케이크' 등을 제조할 때 사용되는 것으로 소매용과 달리 1~1.8kg의 대용량이며 소매용은 소비자가 빵 등의 제품에 발라 먹을 수 있도록 한 형태로 50~200g 단위로 판매되고 있다.

### 크림 치즈 월 23여톤 시장 규모 형성

이중 업소용은 시장 개방 이전부터 미군부대를 통해 유출돼 거래되는 암시장 물량이 월 2톤 정도이고 1995년부터 크림 치즈를 수입하기 시작한 MD 푸드코리아(舊 한덴유가공)가 '부코', 매일뉴질랜드치즈(舊 한뉴치즈)는 '앵커'라는 상품명으로 각각 1.5톤, 2톤을 판매하고 있다.

반면 소매용은 MD 푸드코리아가 월 7톤, 콜롬버스 코아퍼레이션이 '소프트 필라델피아'란 이름으로 6톤, 삼호물산이 '랜드 오 레이크' 상품명으로 5톤 등 총 18톤이며 업소용 시장 5.5톤을 포함하면 국내 크림 치즈 시장은 월 23여톤, 연 276톤 규모를 형성하고 있다.

한편 베이커리업계에서는 크림 치즈 이용 제품이 지난해부터 점진적으로 증가하고 있다. 또 제과점의 업소용 제품 주문에 따라 소매용만 공급하던 업체도 새롭게 업소용 취급을 계획 중이며 신규 업체의 가세 움직임이 일고 있다. 이밖에 비교적 매출이 높은 일부 제과점을 중심으로 소매용 제품의 판매가 이루어지고 있어 각 업체들은 신제품 출시 및 판매 강화에 나서고 있다.

### 해태유업 진출 및 업체들 제과점 판매 강화

콜롬버스 코아퍼레이션은 소매용만 취급했으나 오는 6월경부터 업소용 제품을 판매할 계획이다. '필라델피아'라는 업소용 제품을 200g, 1kg, 10kg, 15kg 단위로 판매하며 전국의 제과 재료 도매상과 세미나, 전시회 참가 등을 통해 시장 확산을 꾀하고 있다.

이 업체는 시장 개방 이전 오랫동안 암시장에서 거래되던 크림 치즈 제품이 '필라델피아'가 대부분일 정도로 인지도가 높은 점에 큰 기대를 걸고 있으며 기존의 소매용 제품도 대리점 개설이나 제과 재료도매상을 통해 제과점을 적극 공략한다는 구상이다.

이밖에 올해 판매망을 대리점 체제로 전환한 MD 푸드코리아도 제과점 영업을 강화할 방침이며 해태유업도 크림 치즈 시장 진입을 시도하고 있다. 특히 해태 유업은 호주에 목장을 보유하고 기술 제휴를 통해 생산된 피자용 치즈 등의 제품을 수입하고 있는데 이같은 경로를 통해 크림 치즈의 수입을 고려하고 있는 것으로 알려졌다.

### 국내 크림 치즈 시장 현황

업체명	브랜드명	제품수		월판매량(톤)	
		업소용	소매용	업소용	소매용
MD푸드	부코	1	11	1.5	7
콜롬버스	소프트필라델피아		4		6
삼호물산	랜드 오 레이크		4		5
매일뉴질랜드	앵커	4		2	
블랙마켓(암시장)	필라델피아 등			2	
계				5.5	18

# 전국 제과점수 1만 3,752개

## 자영 1만 1,265개...71%가 대도시 집중

본지 조사 결과 전국의 제과점 수는 총 1만 3,752개인 것으로 밝혀졌다.

본지가 전국의 224개의 시·군·구 단위 지역별로 전국의 제과점 분포를 조사한 결과에 따르면 3월 31일 현재 전국 제과점 수는 자영제과점이 1만 1,265개, 프랜차이즈 13개사 가맹점이 2,487개로 집계됐다.

지역별로는 서울이 3,320개로 전국 제과점 수의 24%를 차지해 가장 많았으며 경기도가 2,435개로 17.7%, 부산이 1,375개로 10%, 경남이 1,114개로 8.1%의 분포를 보였다.

또한 서울·인천·경기도 등 수도권 지역의 점포가 6,463개로 전국 제과점 수의 47%를 차지했으며 인구 50만명 이상 도시의 제과점 수가 9,858개로 전체의 71.6%를 차지해 대도시에 제과점이 집중돼 있는 것으로 나타났다.

한편 서울 및 광역시를 제외하고 제과점이 가장 많은 곳은 296개의 경기도 고양시였으며 가장 적은 곳은 1개의 경북 영양군으로 밝혀졌다.

지역별 전국 제과점 수 현황

지역	제과점수	지역	제과점수	지역	제과점수
서울	3,320	대전	471	전남	448
부산	1,375	경기	2,435	전북	538
대구	880	강원	470	제주	180
인천	708	경남	1,114	충남	454
광주	410	경북	642	충북	331
총 계					1만 3,752

### 냉동생지 시험대에 오른다

#### 제원·UK·고도, 6월 공급 개시

오는 6월경 냉동생지가 시장 진입을 가름짓는 시험대에 오르게 된다.

수입 냉동생지를 취급 예정인 업체는 냉동생지 시장에 신규 진출한 제원 인터내셔널과 고도상사 외에 수입을 재개하는 UK프로베이커 등 3개 업체.

이미 4월부터 크라운베이커리에 냉동생지를 공급 중인 제원인터내셔널은 오는 6월경 프랑스 르뒤프사의 '브리도르' 냉동생지 6~10종을 본격적으로 수입해 판매 확산에 나설 계획이며 UK프로베이커도 같은 시기에 유니레버사의 신제품 5종을 12톤 가량 수입해 공급을 재개할 예정이다. 또한 고도상사도 프랑스 노히호조사의 제품 20

여종을 수입할 예정이다.

현재 불모지 상태나 다름없는 국내 냉동생지 시장은 오는 6월 이들업체가 제품을 공급하게 됨으로써 새로운 전기를 마련하게 되었으며, 그동안 소비자인 제과점의 냉동생지에 대한 불신을 극복하고 시장 진입에 성공할 수 있는가 하는 측면에서 업계의 관심을 모으고 있다.

### 삼양사 프리믹스 강화

#### 건강 농축믹스 개발 추진

삼양사가 프리믹스 제품을 강화하고 있다. 지난해 11월 프리믹스를 출시한 삼양사는 제과점용 제품의 확산을 위해 기존 제품의 보완점을 개선 하는 한편 신제품 개발에 따른 아이템 선정 작

### 꼬레뚜앙, 인스토어 베이커리 추진

#### am pm 편의점내에 즉석 시스템 도입



꼬레뚜앙이 당초 예상과 달리 편의점에 인스토어 베이커리를 개설하는 방향으로 가닥을 잡고 있는 것으로 알려졌다.

이는 공장 이전과 함께 대대적인 가맹점 확산을 꾀할 것이라던 전망과 다른 것이어서 주목된다.

꼬레뚜앙은 모체인 편의점 am pm의 가맹점포를 활성화하는 차원에서 자사 편의점에 인스토어 베이커리를 설치하는 것을 장기적인 목표로 설정하고 있다고 밝혔다.

꼬레뚜앙을 총괄하고 있는 am pm 서용환 전무는 "현재의 제과점 가맹사업은 브랜드의 이미지를 높이기 위한 것"이라며 "제과점은 가맹 및 직영 포함, 20개 이내로 제한하고 이후 편의점 인스토어 베이커리를 추진할 방침"이라고 말했다.

한편 꼬레뚜앙은 3월말 현재 수도권권을 중심으로 13개의 가맹점을 운영하고 있다.

업 등을 추진하고 있다.

삼양사가 중점적으로 모색하고 있는 분야는 건강빵 개념의 프리믹스. 대부분의 기존 제품이 기본 믹스 위주의 단순한 제품이고 이미 제과점에서 생산하고 있는 제품과 중복된 점을 감안해 제과점에서 신제품으로 생산할 수 있는 곡물 등을 이용한 농축 믹스 분야를 검토하고 있다.

## 코르동 블루 가맹사업 운곽 드러나

### 분당에 공장 설립, 초기 5개 오픈

코르동 블루의 가맹 사업 운곽이 드러났다.

코르동 블루는 5개의 가맹점을 동시에 오픈하기로 하는 한편 직영 모델숍을 명동, 압구정동, 신촌중 한 곳에 개설하기로 하고 이를 위해 분당지역에 중앙공장을 설립할 예정이다. 그러나 가맹점 및 모델숍 오픈, 중앙공장 설립 시기는 구체적으로 알려지지 않았다.

초기 가맹점은 우선 배송 문제를 고려해 분당과 가까운 지역, 즉 서울 강남·강동권에 들어설 것으로 알려졌으며, 가맹점은 중앙공장에서 냉동생지를 공급받고 식빵, 케이크는 현장에서 직

접 제조하는 방식으로 운영될 예정이다.

또한 커피 등 음료를 접목, 가맹점 마진율을 극대화하기로 했다.

코르동 블루의 한 관계자는 “가맹점 규모를 최소 30명 이상으로 한정했기 때문에 가맹점 개설에 임대료를 제외하더라도 2억원 이상은 소요될 것”이라 전하고 “오픈 초기에 프랑스 현지 기술자를 각 가맹점에 파견하는 등 가맹점의 영업 활성화를 위해 노력할 방침”이라고 밝혔다.

코르동블루의 이번 가맹사업 전개는 해외합작 업체 중 처음이고 가맹점 규모도 대형이어서 향후 결과가 주목된다.

### 동규제과 김해에 신공장 완공

#### 생산 여유량 가동, 영업망 확대도

동규제과가 지난 3월 23일 김해 나전지역에 신공장을 완공하고 부산 및 경상권을 거점으로 본격적인 사업 확장에 들어갔다.

이번 김해 신공장은 대지 면적 2,000평에 1,000평 규모의 생산설비를 갖추고 있으며 이미 지난 4월초부터 본격 가동에 들어가 부산 및 경상권의 40개 프랜차이즈 가맹점에 냉동생지 및 빵 제품을 생산 공급하고 있다.

동규제과는 김해 공장의 1일 생산능력이 현재의 점포 공급분보다 30~40% 정도 상회함에 따라 향후 이같은 생산 여유분을 풀가동, OEM(주문자상표부착)이나 지역 총판을 통한 새로운 판매망 확장에 나설 계획으로 알려졌다.

### 유니온 무역, 초콜릿 수입 추진

#### 벨코라데사 제품·도입 물량 미정

유니온 무역상사가 제과재료용 초콜릿 수입을 추진하고 있다.

유니온 무역상사는 벨기에 벨코라데사 초콜릿을 수입하기로 하고 이달 7일부터 10일까지 열리는 서울식품전에 이 제품을 전시, 소비자 반응을 살펴볼 계획이라고 밝혔다.

한편 기존 업체들이 지난해 도입한 초콜릿 커버추어는 약 400여 톤이며 소비자 가격 기준으로 약 20억원에 이르는 것으로 추정된다.

### 신라명과, 다브랜드 점포 확산

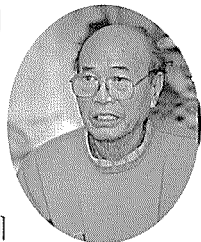
#### 에디아르·쉐아브·봉가또 활발

신라명과가 다브랜드의 베이커리 점포 확산을 활발하게 전개하고 있다.

### 김환식 선생 사은 세미나 개최

22일부터 김상엽학원서, 제자들 제품 실연

제과 기술계의 원로인 김환식 선생 사은 세미나가 개최된다.



이번 세미나는 김환식 선생에게 기술을 전수받은 수 김환식 선생 제자들이 마련한 것으로 오는 5월 22일은 강북 김상엽학원에서, 23일은 강남 김상엽학원에서 이틀간 열린다. 이날 세미나에는 일제시대의 유명 과자제품, 50~60년대의 인기 제품과 현대 양과자 제품이 선보이게 된다.

특히 이번 세미나에는 김환식 선생이 직접 참석할 예정인데 84세의 고령인 까닭으로 제품 실연에 어려움이 있어 제품 설명만을 하게 된다. 대신 김상엽, 김종익씨 등 수제자들이 세미나 대상 제품을 나누어 실연한다.

세미나 비용은 5만원 이상이다.

문의: (02)991-1542~4

현재 신라명과가 보유하고 있는 브랜드는 ‘신라명과’ 외에 프랑스와 기술 제휴한 고급 브랜드인 ‘에디아르’, 그리고 등급별로 ‘쉐아브’, ‘봉가또’ 등 3종류.

이중 에디아르는 최근 영등포 신세계 백화점에 입점해 점포수가 총 7개로 늘어났으며 오는 8월, 9월 분당 서현역사내 삼성물산의 ‘메가포트’ 유통점과 인천 신세계백화점에도 입점할 예정이다.

또한 현재 3개 점포를 운영하고 있는 ‘쉐아브’도 대전 둔산의 동양백화점에 입점시킬 예정이어서 다브랜드 전략이 더욱 확산될 전망이다.

한편 ‘봉가또’는 E마트 입점 위주로 총 5개의 점포를 보유하고 있다.

## 프랜차이즈 4사 1/4분기 731억원

### 파리크라상 1위 부상, 선두다툼 치열할 듯

본지 조사 결과 프랜차이즈업체 상위 4사는 1/4분기 동안 731억원의 매출을 올렸으며 37개의 점포를 증가시킨 것으로 나타났다.

특히 이번 조사에서는 작년까지 2위 업체였던 파리크라상이 선두 업체인 크라운베이커리의 매출과 점포수를 앞질러 1위 업체로 부상하는 순위 변동이 있었다.

#### ■ 1/4분기 프랜차이즈 4사 매출·점포 현황

업체	매출(억원)	점포증가(개)	점포보유수(개)
파리크라상	249	+27	529
크라운베이커리	239	+23	526
고려당	125	-21	409
신라명과	118	+8	358
계	731	37	1,822

각 사별 매출 실적을 보면 파리크라상이 249억원으로 선두를 기록했고 크라운베이커리 239억원, 고려당 125억원, 신라명과 118억원 순으로 나타났다.

같은 기간 동안 점포 증가수에서는 파리크라상이 27개 증가로 가장 많았고 크라운베이커리 23개, 신라명과가 8개를 증가한 반면 고려당은 27개가 줄었다.

이에 따라 4사의 1/4분기 현재 점포 보유수는 파리크라상 529개, 크라운베이커리 526개, 고려당 409개, 신라명과 358개로 이들 4사가 총 1,822개의 가맹점을 보유한 것으로 집계됐다.

### 제원인터네셔널, 수입선 교체 추진 편리성, 효율성, 기능성 제품 위주

제원이 기존 원부재료 수입업체를 대폭적으로 교체, 기능성과 편리성, 효율성 등을 위주로 한 제과용 원부재료를 지속적으로 수입할 방침이다.

제원은 기존 건강빵 프리믹스 수입원을 오스트리아 '바카들린社'에서 독일 '아벨엔쉐퍼社'로 교체했으며 7월 말경 건강빵 프리믹스를 비롯한 머핀·케이크 믹스, 재료용 스틱형 초콜릿 제품을 국내시장에 본격 공급할 예정이다.

이처럼 제원이 기존 수입원을 변경하게 된 이유는 그동안 바카들린社의 수입가격이 다소 높아 제원의 건강빵 프리믹스 가격이 타사 제품에 비해 15%정도 높았던 때문으로 알려졌다.

### 바로방, 베이커리 사업 강화 공장 개보수하고 고급빵으로 승부



▲ 마포구 연남동 바로방 본사, 현재 공장시설 개보수 중이다.

지난해 말 경영 악화로 종합유통회사인 큰나무계열(대표 전병식)에 매각됐던 바로방(대표 정종득)이 최근 사업 정비를 통한 경쟁력 강화에 나서고 있다.

바로방은 지난달 6일부터 연건평 98평규모의 공장설비를 개보수중이며 올

하반기경 자연발효빵라인을 추가해 향후 고급빵 브랜드로 제2의 창업을 준비하고 있다.

이올러 바로방은 현재 3~4가지의 고급빵류를 신제품으로 개발했고, 큰나무계열의 화장품 영업조직을 이용해 식빵, 케이크 등의 택배사업도 구상중에 있는 것으로 알려졌다며, 일단 서울지역을 우선으로, 향후 2~3년 안에 전국적으로 택배사업을 확대할 예정이다.

또한 일본 베이커리업체와의 기술 제휴를 위해 업체를 선정중에 있으며 곧 기술 라이선스 계약이 이루어질 것으로 보인다.

이외에도 바로방은 서울·경기지역과 대전 동양백화점 등에 위치한 총 18개 매장(직영 3개, 가맹점 15개)을 정비하고 앞으로 가맹사업자를 선별적으로 받아들여 향후 3:7(직영점:가맹점)의 비율로 가맹사업을 전개할 방침이다.

### 금마무역, 재료사업 돌입 알디아사 필링·광택제 등 수입

제과기계 수입업체인 금마무역(대표 문병욱)이 제과 재료 사업에 돌입해 관심을 모으고 있다.

금마무역은 벨기에 알디아(ALDIA)사의 과일 필링, 광택제, 잼 제품을 수입해 오는 7월경부터 제과점에 공급하게 된다.

이에 앞서 금마무역은 오는 5월 7일경부터 열리는 서울 푸드 전시회에 참가해 필링 13종, 광택제 2종, 잼 2~3종을 선보일 예정이다.

또 금마무역은 이들 제품을 전국의 제과 재료 도매상을 통해 공급할 예정이며, 시장 확산을 위해 제과점을 대상으로 한 기술 지도 및 세미나를 구상하고 있다.

## 샤니, 신유통업체 공략 모델숨 오픈 예정

### 상호명 '따뻬오'... 즉석 시스템으로 이미지 제고

샤니가 새로운 제과점 브랜드를 도입해 주목된다.

지난해 8월 김스클럽 인천 연수점에 인스��어 베이커리 '꼬메트베이커리' 1호점을 개설한 이후 김스클럽 분점을 중심으로 점포를 전개하고 있는 샤니는 이 점포의 인지도 확산이 미흡하다고 판단하고 새로운 브랜드 '따뻬오'를 도입할 예정인 것으로 알려졌다.

업계 관계자에 따르면 샤니는 슈퍼마켓, 소매점 매출이 부진하자 할인점,

양판점 등 신유통업체를 통한 매출 증대를 목표로 양산 제품에 대한 이미지를 높이기 위한 인스��어 베이커리 사업을 전개했으나, 꼬메트베이커리로는 목적 달성이 힘들다는 판단에 따라 새 브랜드를 도입한 것으로 알려졌다.

따뻬오는 꼬메트베이커리보다 높은 수준에 제품 컨셉을 맞추고 할인점, 양판점 등에 회사 전체의 이미지를 높이는 차원에서 모델숍 형태로 입점할 예정이다.

### 삼립식품, 고급빵 '아임 베이커' 출시 40평 이상 대형 슈퍼 공급



삼립식품이 새 브랜드인 '아임 베이커'를 출시했다.

지난 4월 출시된 '아임 베이커

(I'm Baker)'는 기존 '꾸쉬꾸쉬(슈퍼마켓)', '로망스(편의점)', '신데라(할인매장)'와의 차별성을 강조한 500~1,200원대의 고급빵으로 네덜란드산 버터와 우유 등 고급 원료를 사용한 것이 특징이다.

삼립식품은 30개 품목의 '아임 베이커'를 수도권과 5대 광역시의 40평 이상 대형 슈퍼마켓에 공급할 예정이다.

### 과자연구회, 기술 위주 운영 경진대회 개최, 제품 토의 정기화

한국과자연구회(회장 정국섭)가 제품 개발을 통한 회원 업소 발전으로 모임 성격을 전환, 정기 모임시 활발한 제품 토의를 전개함과 동시에 경진대회 개최를 구상하고 있어 관심을 끌고 있다.

과자연구회는 서울, 부산, 광주 등 5개 지역에 기술 분과위원회 체제를 구축하는 한편 다음 정기 모임시 토의할 제품의 주제를 미리 선정해 사전에 제품을 개발케 하고 2개월 후 모임때 개발된 제품의 시식과 토의를 거치는 등 기술 위주로 모임을 운영할 예정이다.

과자연구회는 이런 형식을 통해 기술 발전을 꾀하는 한편 이와 연계해 내년 말경 개발된 제품을 대상으로 일정 장소에서 경진대회를 개최할 예정이다.

한편 과자연구회는 회원 업소 공장장을 대상으로 해외 기술 연수를 계획하고 있다.

### 미소맥협회 제면연구소 설립 6월말경 제과학교 부설기관으로

미소맥협회 한국지부(지부장 고원방)가 오는 6월말경 제면기술 발전을 위해 '한국제면기술연구소'를 설립한다.

이 연구소는 한국제과고등기술학교 부설기관으로 운영될 예정인데 이를 위해 지난 4월 1일 미소맥협회와 한국제과고등기술학교 간에 정식 계약이 체결됐다.

고원방 미소맥협회 한국지부장은 "제면기술 개발 및 보급으로 밀가루 소비를 더욱 촉진시키기 위해 연구소를 설립하기로 했다"고 밝혔다.

한국제과고등기술학교 인근 약 50평 규모의 건물에 들어설 한국제면기술연구소는 실험 제면생산 라인을 설치하고 제면에 관한 연구와 교육을 실시할 예정이다.

### 라미듀빵 3호점 오픈 현대백화점 구반포점에

자연발효빵 전문점인 라미듀빵이 1호점(현대백화점 무역센터점), 2호점(대치점)에 이어 지난 4월 현대백화점 구반포점 안에 3호점을 오픈했다.

공장 및 매장을 포함 17평 규모인 3호점은 하루 평균 80~100만원의 매출을 목표로 하고 있다.

지난해 7월 현대백화점에 입점한 1호점은 하루 평균 평일에는 450~500만원, 주말에는 600만원의 매출을 올려 빵 전문점으로 시장 진입에 성공을 거두었다는 평가를 받고 있다. 라미듀빵측은 현재 신생 백화점 및 지방 백화점에서 개설 문의가 많다고 전하고, 향후 모든 여건을 고려해 신중하게 점포를 개설해나갈 방침이라고 전했다.



## 제과기계, 사용설명서 활용 필요

### 응급조치 미흡, 시간·인력 낭비

제과기계의 불필요한 A/S 요청이 줄을 잇고 있어 기계 발주시 사용설명서의 제공을 활성화해야 한다는 지적이 일고 있다.

현재 대부분의 생산업체가 기계 설치시 별도의 사용설명서 없이 간단한 작동 요령만을 구두로 전달하는데 그치고 있어 기계 이상에 대한 불필요한 A/S 요청이 쇄도, 인력과 시간 낭비가 심각하다는 것.

관련업체에 따르면 최근 제과점 근무 경험이 없어 기계에 대한 기초지식이 부족한 업주들이 많아지면서 간단한 응급 처치조차 A/S를 요청하는 사례가 빈번한 것으로 알려졌다.

일반적으로 고압전류가 흐르는 오븐은 안전사고의 위험이 높아 전문 기술 인력의 출장 수리가 불가피하지만, 간

단한 기계 이상이나 부품 교환의 경우 응급조치를 통해 충분히 해결할 수 있다고 한다.

실제로 냉동 쇼케이스 A/S 요청 가운데는 형광등을 교체하거나 온도조절장치 변환 등 간단한 응급조치를 통해 해결할 수 있는 사례가 30%에 이르고 있다는 것.

이에 따라 기계 발주시 사용설명서 지급을 의무화해 불필요한 시간과 인력의 낭비를 줄여야 한다는 지적이 비등한 형편이다. 그러나 현재 대다수의 생산업체가 “사용설명서를 지급해도 실효성이 있겠는가. 덩치가 큰 제과기계의 경우 일일이 사용설명서를 제작하는 것부터가 힘든 일이다”는 반응을 보여 업계 전반의 의식 개선이 시급히 이루어져야 할 것으로 보인다.

### 가나안 가맹점 상당수 브랜드 전환 중하위권 프랜차이즈업체 중심으로

지난 1월말 도산한 가나안베이커리의 가맹점중 상당수가 중하위권 프랜차이즈업체 가맹점으로 전환한 것으로 알려졌다.

업체에 따르면 가나안베이커리가 도산했을 당시 약 60개에 달했던 이들 가맹점중 13~14개가 뉴욕제과로, 6~7개가 독일빵집 가맹점으로 전환되는 등 약 30개 점포가 타 브랜드로 바뀌었다.

타 브랜드로 전환된 업소는 대부분 서울이 아닌 경기도 일원에 분포돼 있으며 이 과정에서 업체들간의 경쟁이 치열했던 것으로 알려졌다. 이는 가나안베이커리 가맹점이 주로 경기도, 충청도 등 중부권에 퍼져 있어 이

들 중하위권 업체들이 서울지역에 신규점포를 개설하는 것보다 유리하다고 판단했기 때문이라는 분석이다.

한편 나머지 업소 중 10여개는 폐업했고 10여개는 여전히 가나안베이커리라는 상호로 영업을 하고 있는 것으로 알려졌다.

### 태왕베이커리 ‘달로와요’ 개점 연기 7~8월경 될 듯, 5개 직영점만 운영

라마다올림픽아 호텔내 입점을 목표로 추진중이던 달로와요 개점이 연기됐다.

라마다올림픽아 호텔은 올 3월 중 호텔 내 1, 2호점 동시 오픈을 목표로 생산 설비 보강 및 인력교육을 병행해왔으나 관련 장비의 발주가 늦어져 오는 7~8월로 개점 시기를 늦추게 됐다고

### 고려당, 뉴욕 한인타운에 분점 운영 지난해 이어 상반기중 2호점 예정

고려당이 올 상반기중으로 미국 뉴욕시 한인타운에 가맹 2호점을 개설한다.

지난해 11월 뉴욕시 한인거주타운인 플러시 스트리트에 120평 규모의 1호점을 개설한 고려당은 한인상가타운인 32번가에 80평 규모의 2호점을 오픈할 예정이다.

고려당 뉴욕분점은 국내연수를 통해 현지 점주에게 기술지도를 하고 점주가 현지에서 제품을 만들어 판매하는 형태로 운영된다. 국내 가맹점과 달리 가맹비를 받지 않고 본사에서 제품공급도 하지 않는다.

고려당은 뉴욕 1호점 점주가 독자적으로 지역 케이블 방송에 광고를 내보내는 등 활발한 활동을 벌여 기업 홍보에 기여하고 있다고 보고 앞으로도 재미동포 중 사업희망자가 나타나면 기술지도 및 상호 사용을 허용할 방침이다.

밝혔다.

호텔측은 지난해부터 프랑스 달로와요 본사에 기술인력을 파견, 기술이전과 품목 선정 등 개점 준비작업을 진행해 왔으며 공장 규모도 150평 규모로 확장 이전해 달로와요 전통 제법의 고급빵을 선보인다는 계획이었다.

한편 라마다올림픽아 호텔측은 향후 5개 정도의 직영 점포만을 운영할 것으로 알려졌다.

### 고도상사, 사무실 이전

고도상사가 최근 삼성동에서 가락동으로 사무실을 이전했다.

이전주소: 서울 송파구 가락동 94  
근화 B/D 2층

☎(02)3401-6760~6

## 베엘즈코리아 머핀빵 전문점 오픈

### 천연 과일 후르츠머핀 등 취급

머핀빵만을 전문으로 취급하는 매장이 선보여 눈길을 끌고 있다.

베엘즈코리아가 5월초 강남역 부근에 개점한 40평 규모의 머핀 전문점은 천연 과일을 이용한 후르츠머핀 등 총 43가지의 머핀빵을 전문 판매하고 있다.

베엘즈코리아는 아시아권에 유일하게 개설한 미국 베엘즈사의 한국지사로서 올 초 「베엘즈 아이스크림」의 국내진출이 성사된데 이어 계열사인 메

인스트리트社 머핀을 공급, 단가 700~1,200원의 머핀빵 전문점 사업을 함께 추진하게 된 것으로 알려졌다.

천연 과일을 이용한 베엘즈 머핀빵은 블루베리, 스트로베리 등 후르츠머핀 이외에도 저지방머핀, 무지방머핀 등 맛과 기능성을 높인 제품으로 알려져 있으며, 자사 베엘즈 아이스크림을 함께 접목시킨 복합매장으로 단일 품목의 약점을 보완하고 있다.

### 대흥기업, 제과기계 본격화 오븐 개발, 제과기술 서비스도

대흥기업(대표 김대인)이 제과 기계 사업을 본격적으로 개시한다.

대흥기업은 그동안 냉동·냉장 기계를 전문 생산하며 도우콘 및 발효실 등 일부 제과 기계를 취급해 왔으나 전기 오븐을 추가하고 제과점을 대상으로 영업을 본격화하고 있다.

대흥기업은 5월초 신제품인 전기 오븐을 선보일 예정이며 적극적인 영업망 확대를 위해 제과 기술인을 영입, 제과점을 대상으로 제과 제품 기술지도를 실시할 계획이다.

### 대건선우회, 제68회 총회 개최 새 임원진 선출 및 결산보고

2·30대 젊은 제과인의 모임인 대건선우회(회장 김인덕)가 지난 3월 제68회 총회를 개최했다.

이날 총회에서는 베이글스파자점 대표 김인덕 씨를 신임 회장으로, 여명제

과 공장장 장세영 씨를 총무로 선출했다.

아울러 이날 정기총회에서는 사업 및 지출 내역 결산보고와 선후배간 우의를 돈독시키기 위한 다양한 토론과 의견이 개진되었다.

### 한국식품위생연구원 위생 관련 교육 실시 5월 8일부터 이틀간 현 식품위생법 위주

한국식품위생연구원에서 5월 8일, 9일 양일간 식품위생관련 기술 및 법안에 관한 전문 교육을 실시한다.

식품위생법 개정 사항 이해, 식품 등의 표시기준 및 사전광고 심의, 수입식품제도 이해, 최근 식품위생관리제도 등 최근의 식품위생 정보에 대해 식품산업체 경영주 및 실무자, 식품관련 종사자 등을 대상으로 교육을 실시한다.

교육일정은 오전, 오후 3시간씩 이틀에 걸쳐 진행되며 수강료는 한 과목당 4만원이다.

☎826-2100

### 대두식품 조성룡 대표 대통령 표창

양금생산업체인 (주)대두식품 대표 조성룡 씨가 지난 4월 7일 열린 보건의 날 기념식에서 국민보건향상에 기여한 공로를 인정받아 대통령 표창을 수상했다.



### 유니온트레이딩, 신제품 수입 추진 웨딩케이크 데커레이션 및 받침대

유니온트레이딩이 미국에서 웨딩케이크용 재료와 도구 수입을 추진중이었다.

현재 수입 추진중인 제품은 웨딩케이크용 재료인 그림과 장식물 및 케이크 받침대로, 올 하반기 경이면 국내에 출시될 예정이다.

이 제품들은 크리스탈과 플라스틱 제질로 되어있고, 분수작용과 램프가 점멸되는 웨딩케이크용 받침대는 종류가 다양해 앞으로 큰 호응을 얻을 것으로 이 회사는 기대하고 있다.

### 동심회, 제일제당 인천 1공장 견학 설탕 제조 공정에 대한 이해 얻어

동심회(회장 정희태)가 지난달 10일 제일제당 인천 제1 공장을 방문, 견학하는 행사를 가졌다.

총 40여명의 회원이 참여한 이날 행사에서는 원당을 통해 제조되는 설탕 제조 공정을 직접 견학, 제빵용 설탕의 이해를 높이기 위한 다각적인 의견 교환이 이루어졌다.

동심회는 이번 제당 공장 견학과 함께 향후에도 유업체, 제분업체 등 베이커리 관련 공장을 견학할 예정이다.



## 프랜차이즈, 가맹계약서 수정할 듯

### 기준고시 시행으로 안전장치도 마련

‘가맹사업 불공정거래행위 기준고시’가 시행됨에 따라 프랜차이즈업체들이 자구책 마련에 부심하고 있다.

이에 따라 최근 가맹계약자 보호를 위한 ‘보증적금제’와 ‘투자보상제’ 등 다양한 법적 안전장치가 마련돼 앞으로 가맹 계약자들의 투자 위험이 크게 줄어들 전망이다.

우동전문점 ‘새미락’이 처음으로 실시하고 있는 보증적금제는 가맹점이 본사와 합의를 거쳐 가맹계약때 투자한 인테리어비용에 따라 1,000~1,500만원짜리 3년만기 은행적금에 가입하고 불입액의 30~50%를 본사가 지원하는 것. 또한 치킨 전문점 ‘비비큐’의 투자보상제는 가맹점이 사업을 포

기할 경우 평당 120만원 정도 소요된 인테리어비용의 50%를 환불하는 제도이다.

한편, 베이커리 프랜차이즈업체들도 이같은 기준고시의 시행에 따라 현재 각사별로 문제의 소지가 있는 계약서상의 조항들을 일부 수정중에 있으며 파리카라상의 경우, 가맹사업자의 인테리어업체 지정 등 기준고시상 위법여지가 있는 사항을 다듬어 지난달 중순경부터 시행에 들어갔다고 전했다.

크라운베이커리도 기존 가맹계약서의 수정 가능성을 내비침에 따라 강제 계약의 소지가 될 사항들을 조정하는 한편, 가맹계약자 보호를 위한 안전장치도 아울러 마련할 예정이다.

유통 경로를 통해 제품을 선보인 바 있는 크래프트 한국지사는 판매가 호조를 보임에 따라 내년 오스트리아의 ‘미라벨’이란 브랜드의 12종류 제품을 수입해 제과점 및 백화점 등에 공급할 계획이다.

한편 미라벨 초콜릿을 생산하는 크래프트사는 치즈, 커피, 육가공품 등을 취급하는 다국적 기업이다.

### 한영기업 공장 이전

한영기업(대표 한상영)이 본사 및 공장을 확장 이전하고 호남과 대구 영업소를 신설했다.

이전주소: 서울 성동구 성수1가 2동 656-392

☎본사 및 공장 : (02)468-0532

호남영업소 : (0652)231-9323

대구영업소 : (053)426-3400

### 성안공업, 제품 세일 단행

냉장평대 가격 최고 60%이하

성안공업이 5월 한달 동안 세일 행사를 개최, 최근 자체 개발한 냉장용 평대 신제품을 최고 60% 인하된 가격으로 판매한다.

이 회사 창립 8주년 기념 행사로 마련된 이번 세일은 성안공업 서울본사, 호남영업소(광주), 대전영업소, 인천영업소(주안)를 중심으로 100대 한정 판매로 이뤄진다.

이번에 개발된 냉장평대는 샌드위치 및 햄버거, 조각생크림케이크 보관용으로 냉장온도를 5℃로 유지, 외부온도에 영향을 받지 않고 골고루 냉장을 할 수 있다는 게 특징.

이외에도 우레탄 발포제를 사용, 보온처리가 뛰어나서 평대 내부에 성애가 끼지 않고 옥돌을 따로 돌려 디자인이 우수하다는 설명이다.

### 매일유업 제품 세미나 개최

5월 중순과 올 하반기경 2회

매일유업이 자사 유제품을 이용한 제품 세미나를 개최할 예정이다.

이 회사는 지난해 10월 대전에서 베이커리 기술인들을 대상으로 제품 세미나를 개최한 바 있으며 올 5월 중순경 전문 기술인을 초빙, 제품 실연 세미나를 개최한다고 밝혔다.

매일유업은 매년 2회에 걸쳐 이러한 세미나를 개최하고 있는데 올 하반기경에도 이 같은 세미나를 또 한차례 실시할 방침이다.

### 크래프트사 초콜릿 확산

‘미라벨’ 제과점 판매 개시

크래프트사가 내년부터 제과점을 대상으로 본격적인 초콜릿 완제품 판매에 나선다.

올 발렌타인데이에 시범적으로 일부

### 세븐일레븐 OEM방식 빵 공급 추진

시장조사 마치고 생산업체 물색중

편의점 업체인 세븐일레븐이 140개에 이르는 자사 매장에 OEM(주문자상표부착) 방식의 빵 공급을 위해 생산업체 선정 작업에 들어간 것으로 알려졌다.

현재 매장 전체 매출중 빵 매출액의 비중은 그리 크지 않지만 향후 소비자들의 빵 수요가 크게 늘 것으로 전망, 품목 다각화를 위해 OEM 생산을 고려하게 된 것.

세븐일레븐은 양산빵을 제외한 모든 제품을 대상으로 수익성과 예상 수요량이 높은 품목을 선정, 늦어도 연내에는 자사 매장에 주문 생산된 빵을 공급할 계획인데, 이미 시장조사를 마치고 생산업체 선정 작업이 진행중인 것으로 알려졌다.