

동유럽 베이커리 시장의 최근 흐름

전반적으로 성장세 주춤, 나라마다 시장 상황 달라

세잔공화국이나 폴란드, 헝가리, 러시아 등 대부분의 동유럽 국가들은 빵과 곡류부문에 있어서 높은 성장률을 기록해 왔다.

실제로 지난 90년에서 94년사이 이들 국가는 6.6%의 실제성장률을 기록한 것으로 나타났다. 그러나 최근 들어 이들 국가의 성장세는 약간 주춤한 상태다.

폴란드, 제과 산업 기술진 개최

폴란드는 지난 97년 베이커리 부문에서 99만 3,000톤의 총생산량을 기록했다. 이는 97년에 비해 4.7% 정도 감소한 수치이나 올해 다시 예년 수준을 회복할 것으로 기대하고 있다.

또한 이 나라에서는 지난 2월, 자국 제과 기술의 발전을 위해 제과 산업 기술진이 개최되기도 했다. 국내외를 합쳐 100여개가 넘는 관련업체가 참가한 가운데 개최됐던 이번 전시회는 행사 현장에서 계약이 성사되는 등 활발한 교역의 장소가 되기도 했다.

한편 폴란드 북동부에 위치한 비알스톡(Bialstok)에서는 한 시각장애인 협동조합이 미국에 케이크를 수출하게 돼 화제가 되고 있다. 이 조합은 미국의 무역업체와 계약을 맺고 1차로 2만 3,000개의 케이크를 납품했는데 올해 안에 추가 주문이 들어올 것으로 기대하고 있다.

세잔공화국에서는 최근 들어 전반적인 빵가격이 하락세를 나타내고 있다. 세잔통계청이 발표한 바에 따르면 97년 12월 베이커리 제품의 소비자 가격이 96년 말에 비해 하락한 것으로 나타났다. 그러나 구체적인 하락률이나 그 이유에 대해서는 알려지지 않았다. 한편 빵 소비 또한 감소해 97년 3/4분기의 소비량이 96년 같은 기간에 비해 하락한 것으로 나타났다.

세잔공화국에서 빵가격이 인하된 반면 헝가리에서는 빵가격이 인상돼 대조적인 모습을 보였다. 헝가리 제과협회에 따르면 98년 들어 베이커리 제품의 가격이 10~12% 가량 인상된 것으로 나타났다. 이는 연료비나 교통비, 원자재 가격 등 전반적인 물가가 상승한 데 따른 것이다.

루마니아 정부, 베이커리 업체 민영화 발표

몇 해전 소련에서 독립한 라트비아(Latvia)에서는 베이커리 업체들간의 제휴가 활발하게 진행되고 있다. 최근 들어 지방 군소 업체들의 수가 크게 늘어나면서 이들 가운데 일부 업체들이 스타브르제(Staburze)사를 중심으로 그룹을 형성하기 시작했다. 스타브르제사의 한 관계자는 "현재 이 그룹에는 자국 업체는 물론 외국 기업도 포함되어 있다"고 밝혔다.

한편 이 업체는 현재 러시아 업체와의 제휴를 추진중인데 올 상반기 안에 계약이 성사될 것으로 알려졌다. 스타브르제사는 러시아 업체와의 제휴를 통해 제분 업체를 설립, 자체 생산은 물론 외국으로부터 밀가루를 수입·판매할 예정이다.

크로아티아의 대표적인 비스킷 제조업체인 크라스(Kras)사는 97년 3/4분기까지 2만달러의 매출을 올린 것으로 나타났다.

이는 당초 계획보다 높은 수치로 크로아티아 시장 상황을 감안했을 때 높은 성과를 거둔 것으로 평가된다.

이 회사는 97년 한해 동안 생산한 1만 5,383톤 가운데 26% 가량을 해외로 수출했다. 이는 96년에 비해 약 9%가 감소한 것이다. 그러나 슬로바키아나 보스니아, 마케도니아 등 주요 수출국에 대한 수출량은 꾸준히 증가하고 있다. 그동안 크라스사는 생산시설의 현대화를 위해 4만달러 이상을 투자해 왔다.

한편 라스타(Lasta)사와 크라스사는 오는 99년까지 크라스사 제품의 일부를 라스타사에서 생산하기로 결정했다. 이는 최근 발생했던 크로아티아 전쟁의 영향으로 크라스사의 경영상태가 악화되었기 때문인 것으로 알려졌다.

최근 들어 루마니아에서는 업체들의 민영화 바람이 거세게 불고 있다. 루마니아 농업부는 올해 안에 우유업체와 베이커리 업체 19곳의 민영화를 추진할 계획이라고 발표했는데 공장 가동률이 20% 이하로 떨어진 기업들을 대상으로 자산매각 등을 통해 추진될 것으로 알려졌다.



日식품·식재료 인터넷 시장등장
생산자와 직거래로 비용절감

최근 일본에서 구입과 판매는 노력, 시간, 비용을 들여야 한다는 일반적인 상식을 탈피한 인터넷 시장이 등장해 눈길을 끌고 있다.

(주)인포 마켓 사(동경)는 5월 '푸드 인포 마트' 라는 생산자와 구입자를 연결해주는 식품,식재료 인터넷 시장을 개설했다.

회원인 생산자가 판매하고 싶은 상품, 가격, 수량, 판매기간 등을 인터넷에 올리면 구입자는 구입 희망 상품과 희망 가격, 구입량, 조건 등을 기입해 전자 메일 또는 팩스 등을 이용해 보내면 된다.

이 인터넷 시장은 전국의 식품업계를 대상으로 운영돼 각지의 식품 및 식재료 정보를 보다 빠르게 수집 검사할 수 있다. 푸드 인포 마트에 소요되는 비용은 생산자의 경우 연간 30만엔으로 50품목을 게재할 수 있다. 또한 구입자의 경우 연 6만엔(처음 1년은 캠페인 기간으로 무료)을 지불해야 하며 중계수수료는 무료이다.

3월 10일까지 지방 식품 업체, 농업생산법인, 백화점, 레스토랑체인, 통관 회사를 중심으로 약 100여개 사가 등록돼 있으며 2000년까지 1,000개사가 넘을 것으로 예측하고 있다.

씹을수록 감칠맛 나는 '쿠이니아망'
팔미에와 비슷한 버터 롤인 과자

동경을 시작으로 일본 각지의 베이커리에 프랑스의 이스트를 넣은 과자가 등장해 인기를 끌고 있다.

프랑스의 불타뉴 지방에서 처음으로 선보인 이 과자는 '버터로 만든 과자'라는 말이 의미하는 바와 같이 본래 프랑스 빵 반죽에 버터와 설탕을 넣어 롤인한 과자다.

현재 파리와 일본에서는 프랑스 빵 반죽 대신 크로와상 반죽을 사용하고 있는데 작은 사이즈의 원형, 사각 케이스에 담

'99 모박쇼 개최요강 발표
내년 2월 26일부터 마쿠하리 멧세에서 개최

일본 대규모의 제과제빵 관련 산업전 '99 모박쇼가 내년 2월 26일부터 4일간 동경 마쿠하리 멧세에서 개최된다. 「놀라운 맛과의 만남, 21세기로의 비상!」이라는 테마로 개최될 이번 모박쇼는 일본 제과제빵 기계공업회 주체로 동경과 오사카에서 격년으로 개최되는 대규모의 종합 전시회이다.

'99 모박쇼 전시내용 및 일정은 다음과 같다.

■ 전시내용

- | | |
|------------|--------------------|
| ① 제빵 기계 | ⑪ 냉동생지 |
| ② 제과 기계 | ⑫ 부재료·포장재료 |
| ③ 식품가공 기계 | ⑬ 분석·검사기기 |
| ④ 식품포장 기계 | ⑭ 안전·위생관리기기 |
| ⑤ 냉과 기기 | ⑮ 환경대책 기기 |
| ⑥ 주방 기기 | ⑯ 정보처리기기·관련소프트 |
| ⑦ 냉동·냉장 기기 | ⑰ 전문도서 |
| ⑧ 점포설비 | ⑱ 그외 식품 관련기기·설비·도구 |
| ⑨ 물류기기 | |
| ⑩ 원재료·식재 | |

■ 이벤트 기획

- ① 스킨 프리자(수도권 주요 제과 제빵전문학교 소개 및 작품전시, 실연)
- ② 제과 제빵에 관한 기술 상담코너
- ③ 모박쇼 세미나(출품자 중 희망자에 한해 회사 PR을 겸한 신기술, 신제품 발표)
- ④ '99 모박쇼 견학과 관련업체 시찰 투어 등
- ⑤ 관련 전문 도서코너
- ⑥ 관련 단체 PR코너

■ 주최

일본 제빵제과 기계공업회

■ 개장시간

AM 10시 ~ PM 5시

■ 전시기간

1999년 2월 26일(금) ~ 3월 1일(월)

■ 입장료

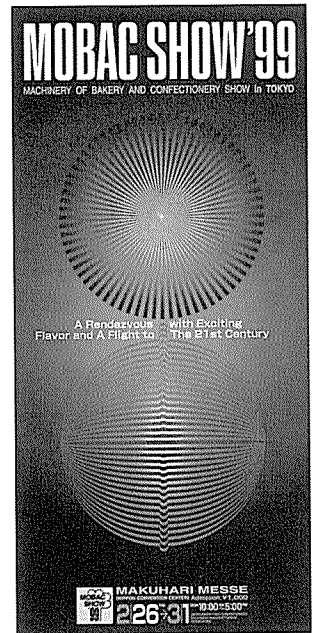
1,000엔

■ 전시회장

마쿠하리(幕張) 멧세

■ 문의처

'99 모박쇼 실행 위원회 사무국(03-3862-8478)



아 개당 200엔 정도에 판매되고 있다.

신식감 과자 늦깎이 인기

독특한 식감의 비스킷 '비스코티'가 전 세계적으로 폭발적인 인기를 끌고 있어 화제가 되고 있다. 비스코티는 이탈리아 한 커피체인에서 판매되었던 제품이 뒤늦게 인기를 끌게 된 일종의 케이크로 20대

전후의 여성들에게 호평을 받고 있다.

그대로 먹기에는 조금 딱딱하게 느껴지므로 에스프레소나 카프치노, 밀크티 등에 찍어 먹으면 더욱 맛있게 먹을 수 있으며 와인과 함께 야식으로 먹거나 아침식사 대용으로도 인기를 끌고 있다.

기존의 제품에 비해 표면은 부드럽고 안쪽은 파삭파삭한 새로운 식감과 심플한 달콤함이 특징이다.