

냉동튀레 · 과일류 올해 약 20% 신장 예상 수입 4개 업체, 무스케이크 약진과 맞물려 신장 낙관

소비자의 입맛이 다양해지고 고급화되면서 무스케이크가 집중적으로 신장하고 있다.
무스케이크 제조의 기본 재료인 냉동튀레 · 냉동과일 시장의 시장현황과 확산을 위해 무엇이 필요한지 알아본다.

〈취재 / 오형석 ohs@mbakery.co.kr〉

최근 제품 다양화를 모색하는 움직임들이 업계에서 활발하게 감지되고 있다. 지난 연말 한 프랜차이즈 업체의 광고로 본격적으로 주목받기 시작한 무스케이크는 앞으로 상당한 관심의 대상이 될 것으로 관측된다.

특히, 프랜차이즈업체를 비롯해 최소한의 생산 여건을 갖춘 자영제과점들이 무스케이크의 확산에 본격적으로 뛰어들고 있어 차세대 주력상품의 주도권을 확보하기 위한 경쟁이 본격화되고 있다는 분석이 상당히 설득력 있게 다가온다.

양과자 제조에서 빠질 수 없는 재료인 냉동튀레 시장이 업계의 관심을 끄는 이유는 무스케이크의 성장폭과 맞물려 있다는 점에서 주목된다. 또한 베이커리 업계 주력 제품의 변화가 어느 정도 진척되는지에 대해 한 지표가 될 수 있다는 점에서도 관심이 가는 대목이다.

수입 4개사, 유럽산 고급 과일 취급

국내에서 냉동튀레 시장에 참여하고 있는 업체는 최근까지 4개 업체이며 각사마다 1종씩 모두 4종의 브랜드를 수입하고 있다. 이 업체들은 양질의 유럽산 제품을 수입하고 있는 것으로 알려지고 있으며 향후 시장 변화에 따라 다양한 품목이 추가로 수입될 계획인 것으로 전해진다(표 참조).

튀레는 야채나 과실을 익혀 부드럽게 한 뒤 믹서에 갈아 체에 걸러낸 것으로 유통과정에서 냉동보관이 보편화돼 있다. 국내에 유통되고 있는 튀레는 냉동튀레, 냉장튀레와 함께 데코레이션 튀레 제품 등이 있다. 이와 함께 튀레 수입업체들은 I.Q.F(개별 급속냉동)로 불리는 홀(Whole) 제품인 냉동과일을 취급하고 있다. 이들 제품은 국내에 수입될 때 관세가 50%에 다다

르는 등 수입 원가가 높아 다른 재료에 비해 일반적으로 고가의 제품이라는 평이다.

국내에 튀레를 가장 먼저 수입한 업체는 (주)제원인터내셔널로 현재 국내에서 가장 많은 양의 제품을 공급하고 있는 것으로 알려지고 있다. 프랑스제품인 브와롱(Boiron) 브랜드를 국내에 수입해 유통하고 있는 이 업체 수입팀의 한 관계자는 “브와롱사의 냉동튀레는 방부제 및 색소를 전혀 첨가하지 않은 신선한 상태를 유지하고 있으며, 특히 과일 고유의 맛과

〈표〉 국내 튀레 관련 수입업체

업체	비고	수입국 / 브랜드	취급제품	주요 수요처
제원인터내셔널 (02-998-5858)		프랑스 / 브와롱(Boiron)	냉동튀레 9종 혼합튀레 4종	자영제과점 대리점 판매
구르메F&B코리아 (02-790-1717)		프랑스 / 시콜리(Sicolly)	냉동튀레(무가당) 3종 냉동튀레(10% 가당) 7종 냉동과일(I.Q.F) 8종 망고 다이스	호텔, 레스토랑, 학교
베이커플러스 (02-567-7015)		프랑스 / 까푸리(Cap' fruit)	냉동튀레 12종 냉장튀레 4종 냉동과일(I.Q.F) 8종 데코레이션튀레 3종	호텔, 자영제과점
한국하인즈 (032-887-6030)		프랑스 / 퐁티에르(Ponthier)	냉동튀레 5종 냉동과일(I.Q.F) 3종	호텔(자영제과점) 대리점 판매

향을 보존하는 최소한의 설탕만을 첨가한 제품”이라고 평가했다. 이 업체는 딸기, 산딸기, 망고, 블랙커런트 등 모두 9종의 냉동튀레 제품과 여러 과일을 조합한 구르메 튀레 4종을 현재 수입하고 있다.

2000년부터 튀레를 수입하고 있는 구르메 F&B코리아는 프랑스 시콜리(Sicoly)사의 제품을 수입해 판매하고 있다. 이 제품은 과일 수확 후 6시간 안에 급속 냉동시킴으로써 신선함을 최대한 유지하고 있다는 것이 업체 관계자의 설명이다. 한국 시장 진출 이후 주로 고급 호텔과 레스토랑을 비롯해 자영제과점 등에 판매망을 갖추고 있는 것으로 알려진다.

이 업체의 한 관계자는 “가격대는 타업체의 제품보다 평균 10%~20%정도 비싸지만 품질만큼은 경쟁력을 가지고 있다”며, “현재 수입되는 냉동과일 및 튀레는 검은 산딸기, 블루베리, 크랜베리 등 냉동과일 8종과 무가당 튀레 3종, 10% 가당 제품 7종 등이 있다”고 밝혔다.

(주)베이크플러스는 프랑스 까푸리(CAP' FRUIT)사의 냉동튀레 제품을 지난해 하반기부터 수입하고 있다. 이 업체의 한 관계자는 “튀레 제조시 순간 살균을 30초 정도에 해오던 것에서 벗어나 살균시간을 절반으로 줄이는 기술을 개발함으로써 제품을 가장 신선한 상태로 유지한다는 특징을 가지고 있다”고 말했다.

이 업체가 현재 수입하고 있는 제품은 산딸기, 망고, 블랙커런트, 양배, 민트, 키위 등 냉동튀레 12종을 비롯해 냉장튀레 4종, 냉동과일 8종 등이 있으며 향후 품목 확산 정도에 따라 다양한 수입선을 확보해 나간다는 계획이다.

냉동튀레시장에 후발 주자로 시장에 진입한 한국하인즈는 망고, 블랙커런트 등 냉동튀레 5종과 냉동과일 3종 등을 수입해 판매하고 있다. 업체 관계자는 “프랑스 폰티에르(Pontier)사의 제품을 수입하고 있으며 인공색소, 보존료, 물 등이 전혀 가미되지 않은 순수 자연식품”이라고 강조했다.



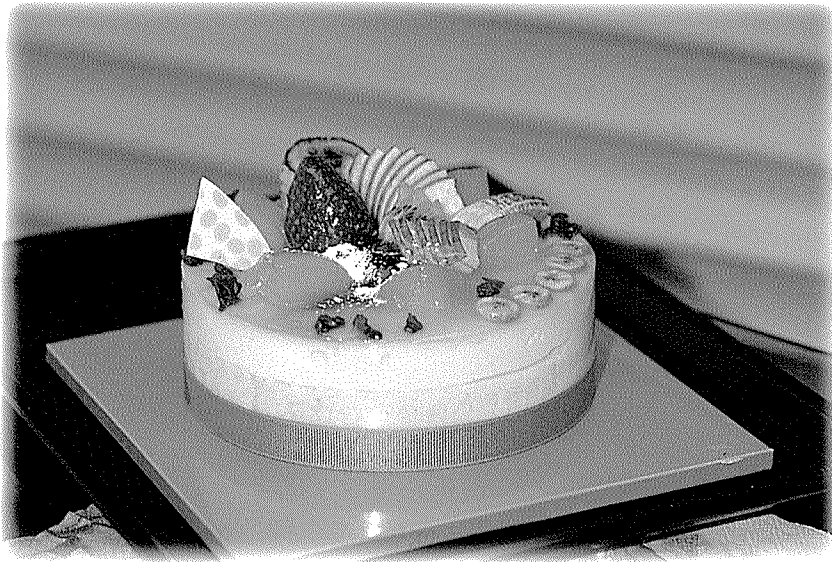
▲ 양과자 제품에 대한 고객들의 관심이 최근 들어 부쩍 증가하고 있다는 것을 여러 경로에서 감지할 수 있다. 사진은 서울의 한 여대 앞에 있는 베이커리에서 소비자들이 무스케이크를 고르고 있는 모습.

올해 냉동튀레 시장 20%대 신장 예상

튀레를 수입하고 있는 업체 관계자들은 부분적인 차이는 있지만 전체적으로 약 20%의 성장세를 이어갈 것이란 의견에 동의하는 분위기다. 무스케이크 등 지난해부터 소비자들에게 새롭게 주목받고 있는 베이커리 품목뿐 아니라 다른 인근 사업 분야에서도 튀레 사용이 점차 확대될 것으로 낙관하고 있기 때문이라는 분석이다.

베이크플러스 무역팀 김광석과장은 “유망한 자영제과점들이 새로운 제품 모색을 통해 고급화, 차별화 전략을 구사할 것으로 전망되면서 튀레의 성장가능성은 충분하다고 본다”며, “특히 튀레가 베이커리 사업부분뿐 아니라 과일주스, 아이스크림 시장의 성장세와 궤도를 같이할 것으로 예상됨에 따라 베이커리 부분에서의 사용량을 오히려 부추기는 경향도 간과할 수 없는 부분”이라고 평가했다.

관련 업체 마케팅 부서의 담당자들은 대부분 비슷한 전망을 내놓고 있다. 베이커리 산업뿐 아니라 관련 산업에서 냉동튀레의 사용이 증가하고 있다는 것이 이런 전망의 공통된 근거로 제시되고 있어 이런 인식이 보편화되고 있음을 알 수 있다.



◀ 시중 한 자영제과점에서 판매되고 있는 무스케이크. 냉동과일을 비롯해 다양한 과일이 올려져 있다.

▼ 다른 케이크류보다 상대적으로 고가인 점에서 무스케이크는 조각류 판매가 더 큰 비중을 차지하고 있다.

다만 냉동휘레 제품이 지방까지 확산되기 위해서는 현재 유통구조로는 어려운 점이 있다는 지적이다. 냉동제품의 배송수단이 되는 냉장 및 냉동차가 지방 중소 재료상이 구비하기에는 현실적으로 무리가 있다는 것이다.

휘레 수입업체들이 서울의 호텔이나 토크클래스의 제과점에 제품을 공급하는 현상들이 수요에 의한 것도 있겠지만 공급상의 문제도 있다는 설명이다. 업체의 한 관계자는 “수요가 지속적으로 증가할 경우 지방까지 배송하는 방안이 논의되고 있으나 아직은 현실적으로 어려움이 많다”며 “전국의 제과점에서 휘레를 보편적으로 취급하는 분위기가 확산되면 배송 문제는 자연스럽게 해결될 것”이라고 말했다.

한편, 냉동휘레시장이 지나치게 과열되는 것이 아니냐는 지적도 일부 업체에서 나오고 있다. 후발 업체들이 대부분 비슷한 품목을 수입하면서 소비자의 선택 폭을 넓혀지는 못한 채 품목의 가격경쟁만 심화되는 것이 아니냐는 불만이다.

이와 관련해 후발 업체의 한 관계자는 “현행 재료의 유통구조가 일괄구매되는 경향이 있어 큰 영업 이익이 없더라도 재료의 구색맞추기 차원에서라도 여러 품목을 수입해야 하는 회사의 입장이 있다”며 업계의 구조



적인 문제를 지적했다.

올해 냉동휘레 시장의 성장세가 어느 정도 이어질지는 다양한 변수들의 영향이 있음에도 불구하고 대부분의 업체들이 낙관적인 전망을 내놓고 있는 것은 분명해 보인다. 소비자들의 구매심리가 변하고 있는 만큼 시장의 ‘파이’도 점차 넓어질 것이라는 분석이 설득력을 얻어가고 있는 것을 감안하면 장밋빛 전망만은 아니라는 해석이다. 다만 업체들이 좀 더 참신하고 다양한 품목을 수입함으로써 실수요 소비자들의 선택권을 좀더 확대시킨다면 베이커리 산업의 양적·질적 성장을 더욱 도모할 수 있을 것이라는 지적이다. [계]