

국세청, 제과점 내 주류 판매 금지

# 법적 면허 대상 제외, 업계 파장 클 듯



앞으로 제과점 내 주류 판매가 전면 금지될 것으로 보인다. 국세청에서는 그 동안 제과점 내 주류 허가에 대해 분분했던 의견을 정리하고 제과점이 주류 면허를 받을 수 있는 대상이 아님을 공식적으로 발표했다.

제과점에서 주류 판매가 시작된 것은 지난 1999년에 발표된 '식품위생법시행령 및 시행규칙 개정안'에서 '휴게음식점영업자는 업소 내에 주류를 반입(손님이 반입하는 경우를 포함한다)하거나 보관하여서는 아니된다'는 조항이 삭제되면서부터다. 이 조항 삭제가 제과점에서도 주류 반입 및 판매가 가능하다는 의미로 해석되면서 관련 세무서 등에서 주류 허가를 받아왔다.

그러나 최근에 국세청 내부에서 이 문제에 대한 논란이 일면서 제과점 내 주류 판매에 대한 문제가 다시 수면 위로 떠올랐다. 국세청 소비세과 관계자는 '식품위생법에서 규정하는 것은 음주행위에 대한 것으로 주류 판매는 다른 법에 속하기 때문에 그 조항이 삭제됐다고 해도 주류를 판매해도 된다는 의미가 아니다'라고 설명했다.

식품위생법 시행령 제7조에 따르면 휴게음식점 영업은 음식류를 조리·판매하는 영업으로 음주행위가 허용되지 않는 영업으로 규정하고 있어 휴게음식점영업에 속하는 제과점은 손님들이 술을 마

실 수 있도록 판매하는 주류판매업면허 대상이 아니다.

국세청 관계자에 따르면 주류를 판매하기 위해서는 주류 판매업 면허를 발급받아야만 가능한데 주세법에 규정된 면허 대상은 주류 판매를 주업으로 하는 주류 전문점과 슈퍼와 같은 식료잡화점, 이용 잡화점만이 가능하고 휴게음식점에 속하는 제과점은 주류 면허를 취급할 수 있는 대상이 아니라는 것. 이에 따라 제과점은 술을 고객이나 마실 수 있는 공간도 아닐뿐더러 술을 사갈 수 있는 판매업종도 아니기 때문에 주류 판매를 할 수 없다는 설명이다. 특히 크리스마스 등 이벤트를 진행하면서 증정하는 주류에 관해서도 똑같은 법이 적용되기 때문에 유상이든 무상이든 제과점에서 주류 취급은 할 수 없게 된다.

국세청은 관할 세무서에서 법에 대한 잘못된 해석으로 제과점에 주류허가서를 발급한 경우가 많이 있는 것으로 밝혀짐에 따라 주류면허에 대한 입장을 분명히 밝히고 허가한 면허는 주세법 제15조 제2항 제1호에 의해 면허를 취소할 예정이다.

또한 이미 허가된 면허에 대해서는 행정처분 없이 회수할 예정이지만 주류판매업면허를 받지 않고 주류를 판매하는 경우에는 조세범처벌법 제8조 제1항에 의해 3년이하의 징역 또는 300만 원 이하

## 관련법 정리

▶ 식품위생법 시행령 제7조

8. 식품접객업

가. 휴게음식점영업 : 음식류를 조리·판매하는 영업으로 음주행위가 허용되지 아니하는 영업

▶ 주세법 시행령 제10조

(의제주류판매업면허)

④법 제8조 제3항 제2호에서 "대통령령이 정하는 자"라 함은 주류를 주류제조자로부터 직접 구입하지 아니하는 자로서 식료잡화점·일용잡화점 또는 이와 유사한 상점에서 주류를 소매하는 자를 말한다. 다만, 제9조 제2항 제2호 각목의 규정에 의한 주류 및 법 제22조 제2항 제3호 가목 단서의 규정에 의한 주류는 주류제조자로부터 직접 구입할 수 있다.

▶ 조세범처벌법 제8조

①법에 의한 면허를 받지 아니하고 주류, 밀술·술덧을 제조(개인의 자가소비를 위한 제조를 제외한다) 또는 판매한자는 3년 이하의 징역 또는 300만 원이하의 벌금에 처한다.

의 벌금을 받을 수 있다고 전했다.

와인이나 간단한 샴페인을 팔고 있는 제과점이 많아진 상황에서 이와 같은 결정은 큰 파장을 불러올 것으로 보인다. 제과점에 와인을 공급하고 있는 한 업체 관계자는 "4년동안이나 허가를 내주다가 이제 와서 잘못된 해석이라고 못하게 하는 것은 도무지 말이 안된다"고 강한 불만을 나타냈다. 와인을 접목해 팔고 있는 한 제과점에서는 '이미 많은 투자를 해왔는데 어떻게 하라는 것인지 모르겠다'며 허탈해했다.

업계에 퍼질 파장을 염려하여 (사)대한제과협회에서는 제과점에서 샴페인과 와인만이라도 판매할 수 있도록 허가해줄 것을 관계부처에 전달, 해결방법을 모색 중에 있다. 불황으로 시름하고 있는 제과점 경기가 이번 사건으로 더욱 궁궁 얼어붙을 것으로 우려된다.

김영주 기자

제과업계 추석 제품 동향

# 위축된 분위기 속 소극적인 준비



올 여름 사상 최악이라는 불경기 속에서 제과업계는 비수기를 견뎌내야만 했다. 고객들이 지갑을 좀처럼 열지 않은 소비 위축으로 인해 매출감소는 물론 제품 생산마저 줄어들어 심각한 경영난을 호소하는 제과점이 많았다. 따라서 많은 제과점에서 추석을 기점으로 여름 비수기의 매출 부진을 만회하려는 움직임을 보이고 있지만 이 역시 여의치 않다는 의견이 지배적이다.

올 추석에는 적극적으로 이벤트를 열거나 기획 상품을 출시하는 제과점은 극히 드문 가운데 기존의 제품을 활용한 소극적인 마케팅을 펼치는 점포

가 대부분인 것으로 밝혀졌다. 추석 선물 세트의 대부분을 차지하는 쿠키와 구움과자 선물세트는 기존 제품을 추석 분위기에 맞게 새로 포장하는 것으로 대체하는 곳이 많았다. 소비 심리 위축이 계속됨에 따라 가격대가 다소 높은 화과자와 만주 세트도 작년보다 가격을 내려 2만 원에서 3만 원대의 상품을 많이 준비한 것으로 나타났다.

한편 프랜차이즈 업체들은 저렴한 가격의 다양한 선물 세트를 선보였다. 파리바게뜨의 경우 1만 원대 상품이 주류를 이루는 가운데 파운드케이크, 롤케이크, 모나카, 쿠키 세트 등을 준비했다. 크라

운베이커리는 카스텔라 제품과 함께 다양한 한과를 출시해 눈길을 끌었다. 이와 함께 3만 원에서 35만 원대에 이르는 한과 세트를 10가지 넘게 준비해 매출을 올리겠다는 계획이다.

많은 제과점이 추석 때 반짝 매출을 기대하며 이를 시작으로 조금씩 경기가 살아나기를 기대하지만 실제로 매출 회복에 도움이 될 지는 미지수이다. 별도의 기획 상품 개발과 이벤트를 극도로 자제하는 분위기 속에서 기존 제품을 재활용하는데 그친 이번 추석이 늦가을과 겨울 매출 상승에 물꼬를 틀지 귀추가 주목되고 있다. **허윤정 기자**



1. 김영모과자점에서 준비한 바구니 세트.



2. 빵곰터에서는 다양한 사이즈의 선물 세트를 준비했다.



3. 대전 성심당은 한과 기획상품을 선보였다.

- 김영모과자점 - 하회탈 모양의 만주 세트(2만 원), 각종 구움과자 세트, 택배 및 단체 주문 통해 선물세트 판매.
- 마인츠동과자점 - 3만 원대 구움과자 바구니 세트, 9월 16일부터 23일까지 단체 주문 고객에 한하여 10% 할인 행사 실시.
- 빵곰터 - 2만 원부터 5만 원까지 다양한 만주 및 구움과자 선물세트, 고객이 원하는 종류의 제품으로 맞춤 세트.
- 불랑제리 르방 - 추석 포장으로 구움과자 바구니(대, 중, 소 크기 별로 1만5천 원에서 4만 원대).
- 대전 성심당 - 롤케이크, 파운드케이크, 한과·구움과자 선물세트(2만5천 원에서 3만5천 원대), 매장에 별도로 한과 판매코너 마련, 20~30가지 케이크 판매.

## 국제기능올림픽 훈련원생 대상 2005 헬싱키 대회 예상과제 발표

2005년 헬싱키에서 열리는 제38회 국제기능올림픽에 참가할 한국대표 선발을 앞두고 한국제과학교 홍행홍 교장이 예상과제를 발표했다. 홍행홍 교장은 한국 대표선발전에서 총 6가지 분야의 제과제품을 실연하게 될 훈련원생들의 이해를 돕고 효율적인 연습을 위해 각 부문을 조목조목 알려주었다.

‘프티푸르’ 부문에서 가장 주의해야 할 점은 제품의 최대 크기가 지름 4cm를 넘지 말아야 한다는 것. ‘봉봉 쇼콜라’ 부문은 다크, 밀크, 화이트 초콜릿을 모두 사용하면서 정확한 템퍼링을 하는 것이 중요하다. ‘마지팬’은 마지팬만 가지고 수작업으로만 만들어야 한다. 이때 제품 1개 당 무게는 30g이 넘지 않도록 한다. 경연 당일 추첨으로 결정된 재료를 사용해 만드는 ‘앙트르메와 케이크’ 부문은 음악을 주제로 시식용과 전시용 2제품을 만들어 초콜릿 공예와 함께 진열해야 한다. ‘앙트르메와 케이크’와 함께 진열되는 초콜릿 공예의 규격은 45×45×60(cm)이고 주제는 역시 ‘음악’이다. 국제기능올림픽 한국 대표는 11월 말에 일차적으로 2명을 선발한 뒤 12월 말에 최종 선수를 뽑는 형식으로 진행될 예정이다.

허윤정 기자

## 공정위, 7개 제분업체 대상 밀가루값 담합여부 조사

공정거래위원회(이하 공정위)가 밀가루 가격 인상에 대한 담합 의혹과 관련해 조사에 착수했다. 지난 9월 5일부터 공정위는 국내 제분 시장을 대부분 차지하고 있는 7개 업체를 대상으로 지난 상반기 밀가루 가격을 인상하면서 담합행위가 있었는지를 조사 중이다.

제분 업계는 원액가격 상승과 해상 운임비 급등 등 가격 상승 요인에 따라 최고 10%까지 가격을 올렸다. 이 과정에서 담합 의혹이 제기되자 지난주 공정위는 지난주 조사관들을 업체로 보내 자료를 확보하는 등 조사를 벌이고 자료 검토를 통해 담합여부가 확인될 경우 과징금과 검찰 고발 등 제재를 취할 방침이다.

김영주 기자

## 2005 유로빵 컨퍼런스 개최

# 조직위원회 임원 내한 전시회 홍보

지난 8월 31일 교보빌딩에 위치한 레스토랑 라브리(L'abri)에서 프랑스 최대 제빵산업 전시회인 2005 유로빵 컨퍼런스가 개최됐다. 프랑스 대사관 상무관실 국제전시회인 프로모살롱(PROMOSALONS) 주최로 열린 이번 컨퍼런스에서 프랑스 유로빵 조직위원회 임원이 내한해 전시회 홍보를 위한 설명회를 가졌다. 이와 함께 유로빵 기간 중에 개최되는 세계 제빵월드컵에 대한 설명도 이루어졌다.

이날 컨퍼런스에는 (사)대한제과협회와

재료업체, 제과제빵 관련 언론사를 초대했지만 많은 업체들이 불참한 가운데 진행됐다. (사)대한제과협회에서는 김영모 회장, 박찬희 부회장, 정일석 사무총장 등이 참가했다. 김영모 회장은 유로빵 설명회가 끝난 뒤 조직위 임원들에게 “유로빵 전시회의 효과적인 홍보를 위해서 제과업계의 주요 재료업체와 기계업체가 모두 참석하길 바란다”고 의견을 제시했다. 또한 지난 4월 싱가포르에서 개최된 세계 제빵월드컵 아시아 지역예선의 불공정한 심사와 비합리적인 대회 운영에 대해 “앞으로 세계적인 대회로 성장하기 위해서는 조직위원회의 효율적인 대회 운영이 필요할 것”이라고 일침을 놓았다. 이에 대해 유로빵 조직위원장 장-폴 부르텡 씨는 “대회 운영에 문제점이 있었던 것은 사실”이라며 “(사)대한제과협회의 의견을 충분히 수렴해 더 발전하는 대회로 거듭나겠다”고 답변했다.

2005 유로빵은 2년에 한번 씩 열리는 프랑스 최대 규모의 제빵 관련 박람회로 오는 2005년 4월 16일부터 20일까지 5일 동안 파리에서 개최된다.

허윤정 기자



## 서비스 동향 사상 최대 감소

# 7월 제과점 경기 최악으로 나타나

비수기였던 7월 제과점 경기가 최악인 것으로 나타났다. 지난 9월 6일 통계청이 발표한 ‘7월 서비스업 활동 동향’을 보면 제과점업이 지난해 동월에 비해 15.3%가 감소한 것으로 나타나 3월 기점으로 조금씩 회복해 가던 상황이 비수기를 거치면서 바닥으로 내려앉았다. 특히 음식점업에서 다른 부문에 비해 제과점이 가장 큰 하락폭을 보여서 위축된 제과점 경기를 보여 주고 있다.

지난달 발표된 소비자물가가 4.8%로 3년 1개월 만에 최고의 상승률을 기록하고 이번에 발표된 7월 서비스 동향이 2000년 이후 최대의 감소폭을 기록하는 등 물가는 천정부지로 오르고 내수 경기가 악화되어 ‘안먹고, 안입고, 안쓰는’ 공포 얼어붙은 소비 심리가 제과점 경기에도 영향을 미친 것으로 분석된다.

제과점을 운영하는 한 제과인은 “요즘 작년엔 비해 매출이 너무 줄어서 특수절에도 제품 만들어 놓기가 무섭다”고 심각한 상황을 전했다.

정부가 내수 침체에서 벗어나기 위해 많은 정책을 펼치고 있지만 대부분의 시장 전문가들은 경기 회복 시기를 장담할 수 없는 상황으로 보고 있어 경기 체감을 느끼려면 현실적으로 시간이 걸릴 것으로 보인다.

김영주 기자

견과류 전 품목 30% 이상 가격 상승

## 전 세계적으로 수요 폭발... 이월상품 전무



아몬드, 헤이즐넛, 호두 등의 견과류가 30% 이상 가격이 올라 제과업계의 비상이 걸렸다. 견과류 가격 상승의 선두에 있는 품목은 아몬드로 최근 전 세계적으로 수요가 급팽창해 현재 공급량이 절대적으로 부족한 상태이다. 길림양행의 김경진 씨는 "아몬드 최대 수입국인 인도가 수입량을 늘린 데다 중국의 수요도 갑자기 늘어 물량 확보가 매우 어렵다"며 "미국 내에서 아몬드의 여러 가지 효능이 밝혀지면서 갑자기

수요가 늘었다"고 설명했다. 또한 미국에 이어 제2의 아몬드 생산국인 스페인이 올 여름 서리피해로 작황이 좋지 않아 가격이 오를 수밖에 없다는 의견도 나오고 있다. 아몬드의 수입 원가가 1달러 이상 오름에 따라 소매가격은 최소 30% 이상 인상되고 아몬드 가공품은 이보다 더 값이 더 오를 전망이다.

아몬드와 함께 헤이즐넛, 호두, 피칸 등 기타 견과류도 가파른 가격 상승세를 타고 있다. 공급량이 일정치 않아 국제 시세가 불안정한 작물인 헤이즐넛은 주요 생산국인 터키의 생산량이 줄었으며 원래 공급량에 여유가 없던 마카다미아와 피칸 등에 대한 수요도 늘어나 이들 품목도 30% 이상 가격이 불가피하다.

제과 제품의 주요 재료인 견과류가 갑자기 가격이 많이 올라 제과 업계의 걱정의 목소리가 높다. 지난 달 원유 및 계란 값이 상승한 데다 견과류 가격까지 올라 많은 제과인들이 우려를 나타내고 있다. 다림너초빌, 길림양행 등 주요 견과류 수입 업체는 "추석이 지나고 늦가을 이후로 꾸준히 가격이 오를 전망이다"라고 밝혔다.

허윤정 기자

부산지방식약청, 행정처분 조치

## 알레르기 유발 식품원료 미표시 적발

지난 9월 2일 부산지방식품의약품안전청은 알레르기를 유발시킬 수 있는 식품원료를 사용하고도 이를 소비자가 알 수 있도록 제품에 원료명을 표시하지 않고 대형 백화점과 할인점 등 시중에 불법 유통 시킨 23개 업체를 적발하고 행정처분토록 조치했다.

이번에 적발된 업체들을 살펴보면 알레르기 유발 식품원료 미표시 제품 유통 업체 18개, 영양성분 미표시 제품 유통 업체 1개, 제조업소명 미표기 제품 유통 업체 1개, 원재료명 미표시 유통 업체 2개이다. 특히 알레르기를 유발시킬 수 있는 달걀, 우유, 메밀, 땅콩 등을 사용한 제품을 만들면서 이를 표기하지 않은 업체들이 많이 적발됐다. 이 중에는 유명 제과 업체에서도 빵에 들어가는 탈지분유나 만주에 사용한 밀과 우유 등을 표기하지 않아 적발된 것으로 조사됐다.

부산지방식약청은 한국인에게 알레르기를 유발하는 것으로 알려진 '난류, 우유, 메밀, 땅콩, 대두, 밀, 고등어, 게, 돼지고기, 복숭아, 토마토'를 함유한 식품을 식품제조가공업소에서 원재료로 사용할 경우에는 반드시 원재료명을 표시해야 함을 밝히고 지속적으로 단속을 실시해 소비자들이 제품 선택 시 정확한 정보를 제공 받을 수 있도록 노력할 예정이다. 이에 따라 관련 재료를 사용할 때는 반드시 원재료 표시를 하도록 주의가 요망된다.

김영주 기자

## 삼양사, 하인즈 가공유지사업 인수 본격적인 종합 식품 기업 으로 발돋움

삼양사(대표 김윤)가 한국하인즈의 가공유지 사업을 인수했다. 삼양사와 자회사인 삼양 제넥스는 300억 규모의 인수금액을 지불하고 한국하인즈 가공유지사업 부문 주식을 100% 인수하는 계약을 체결했다. 한국하인즈는 미국식품기업인 하인즈의 국내법인으로 식용유, 마가린, 쇼트닝 등의 가공유지를 생산해 온 업체이다.

이로써 삼양사는 기존의 설탕, 밀가루 부문과 함께 가공유지 분야까지 진출함에 따라 종합 식품기업으로 자리매김한다는 회사 방침을 현실화한 상태다. 삼양사는 창립 80주년을 맞아 3대 핵심사업으로 육성할 화학, 식품, 의약 사업 부문에 대한 대대적인 투자를 계속할 계획이다.

허윤정 기자

## 미국 하이부쉬 블루베리 국내 수입 계획 국내 미유통 삼투압 건조 블루베리 시판 예정

미국 하이부쉬 블루베리 협회(US Highbush Blueberry Council)에서 국내 에이전트를 찾아 블루베리 제품의 본격적인 국내 시판을 예정하고 있다. 미국 하이부쉬 블루베리 협회가 들여올 품목 중에는 국내에서 아직 선보이지 않은 삼투압 건조 블루베리를 포함하고 있어 많은 관심을 끌었다. 삼투압 건조 블루베리는 삼투압을 이용해 블루베리 안의 수분을 제거하고 대신 시럽을 주입하는 방식으로 가공된 제품이다. 이 경우 블루베리를 상온에서 보관할 수 있으며 수분을 포함하고 있어 식감과 맛이 뛰어난 장점을 지닌다.

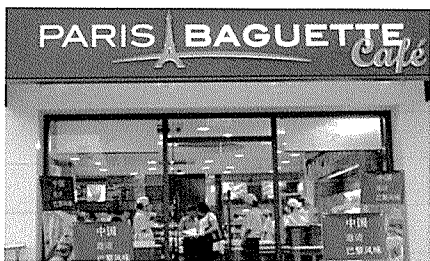
블루베리는 최근 건강빵 열풍에 따라 반죽 속에 첨가되는 재료로 제과점에서 많이 쓰인다. 블



루베리를 꾸준히 섭취할 경우 노화 방지, 항산화 효과를 볼 수 있으며 콜레스테롤 감소와 시력보호에도 효능이 있는 것으로 밝혀졌다.

허윤정 기자

## 파리바게뜨 중국 1호점 오픈 프랜차이즈 개시, 향후 5년 내 500개점 목표



파리바게뜨가 국내 제과업계 최초로 100% 투자 형태로 중국 베이커리 시장에 독자 진출했다. 지난 9월 10일 상하이 구베이(古北)에 파리바게뜨 중국 1호점이 문을 열었고, 올해 안에 10개, 2010년까지 500개 점까지 가맹점수를 늘려나갈 계획이다.

이를 위해 (주)파리크라상은 중국 현지에서 생산 공장을 설립하고 빵과 케이크에 음료코너를 곁들여 고급스러운 유럽형 베이커리 카페 모델을 선보인 상태. 1호점이 위치한 구베이는 상하이에서 소비수준이 가장 높은 지역으로 앞으로 파리바게뜨는 중국 최상위 1% 그룹을 타깃으로 하는 귀족 마케팅을 전개할 계획이다.

김미선 기자

## 안스베이커리 개점 12주년 행사 일본인 셰프 초청 포장 및 제품 실연

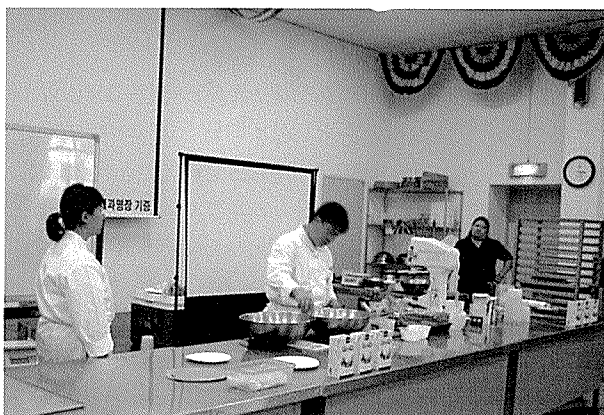
안스베이커리(대표 안복현)가 개점 12주년을 맞아 고객 이벤트를 개최했다. 지난 9월 13일과 14일 이틀에 걸쳐 안스베이커리 구월점에서 일본인 셰프 초청 행사와 함께 선물 증정 이벤트를 가졌다.

이날 안스베이커리에서는 1천200개의 쿠키 선물세트를 마련해 제과점 방문 고객에게 증정하고 일본 사이다마에 위치한 라마루끼과자점의 나카무라 루미코 씨 외 3명의 셰프를 초청해 제품 시식 및 포장 실연을 선보였다. 나카무라 루미코 씨는 일본의 최신 유행 포장법을 소개하고 올 크리스마스 유행할 제품을 직접 실연했다. 안스베이커리는 1차로 구월점에서 이벤트를 가진 뒤 10월 말까지 순차적으로 5개 지점을 순회하며 개점 축하 행사를 갖는다.

허윤정 기자

## 선인 주최 퀴믹(QimiQ) 세미나 개최

# 퀴믹 제품 설명 및 응용 제품 실연



지난 8월 26일 한국제과학교에서 (주)선인 주최로 퀴믹(QimiQ) 제품 설명 및 응용 제품 세미나가 개최됐다. (사)대한제과협회 기술지도위원을 대상으로 열린 이번 세미나에서는 새로운 개념의 유제품인 퀴믹의 특성을 설명하고 다양도로 쓰일 수 있는 제품을 직접 실연하는 순서로 진행됐다.

(주)선인에서 수입하는 퀴믹

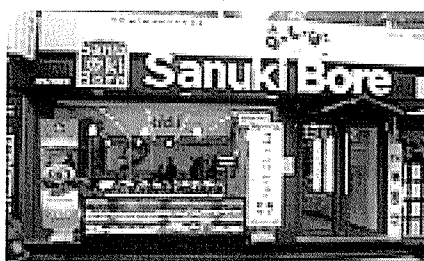
은 저유지방크림 15%와 젤라틴 1%가 함유된 유제품으로 제품의 풍미를 더할 때 넣는 첨가제 역할을 하지만 그 자체로는 맛과 향이 없다. 퀴믹은 수분과 유분을 섞이게 하며 산에 강한 특징을 지님과 동시에 제조 시간을 단축할 수 있어 다양한 제품에 쓰일 수 있다. 퀴믹은 주로 케이크 무스나 충전용 크림, 샌드위치용 필링에 마요네즈와 함께 사용된다.

한편 10월 29일 (사)대한제과협회에서 주최하는 제1회 한국여성제과기술인경연대회에서 퀴믹이 필수 재료로 사용될 예정이다. 케이크 및 양과자 부문에 출품되는 제품들 가운데 생크림 케이크와 앙트르메(무스 케이크)는 대회 규정상 반드시 퀴믹을 사용해야 한다.

허윤정 기자

## 삼립식품 종합식품회사로 도약

# 빵 핵심, 외식·건강식품 등 신규 사업 진출 활발



삼립식품이 빵 전문기업에서 종합식품회사로 거듭나기 위해 외식프랜차이즈, 건강식품 등으로 사업을 다각화한다. 이를 위해 지난해 10월 출시한 우동전문점 '사누끼 보레'의 출점을 가속화해 지난 9월 7일 신촌 4호점을 새로 오픈했다.

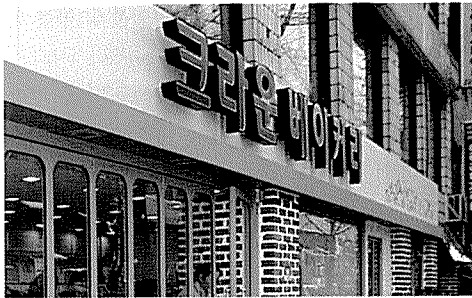
대표적인 품목 빵을 주력으로 꾸준히 키워나가는 한편 이와 관련한 먹을거리부문을 사업영역을 확장함으로써 종합식품회사로 거듭날 계획이다. 삼립식품은 오는 10월부터 현재 4호점까지 직영으로 출점한 '사누끼보레'를 프랜차이즈로 사업 영역을 확대하고, 올해 안에 서울·경기 지역을 중심으로 매장 수를 10여 개로 늘릴 계획이다. 삼립식품이 지난해 1월 출시한 건강식품 브랜드 '삼립내추럴푸드'는 다이어트 검 등의 히트상품을 출시하며 사업에 박차를 가하고 있다.

내년에 창립 60주년을 맞는 삼립식품은 70~80년대 '크림빵', '삼립호빵', '보롬달' 등 히트상품을 잇달아 내놓으며 양산빵 시대를 개척한 주역이다. 이후 레저, 건설 등 무리하게 사업을 확장하다 지난 1997년 10월 법정관리에 들어갔으나, 2002년 태인사그룹에 인수되면서 지난해 매출 1천165억 원을 기록하는 등 재기의 발판을 다지고 있다. 김미선 기자



프랜차이즈 새 옷 갈아입고 가을맛이 완료

# 파리 · 크라운 · 뚜레쥬르 BI, SI 앞 다뤄 새 단장



베이커리업계 대표적 프랜차이즈 3사가 앞 다투어 매장 새 단장에 나섰다. 파리바게뜨, 크라운 베이커리, 뚜레쥬르는 올해 하반기 들어 오랫동안 손보지 않아 노후한 이미지였던 BI(Brand Identity)와 SI(Store Identity)를 세련된 옷으로 갈아입고 새 출발했다.

파리바게뜨는 올해 창립 18주년을 맞아 기존 메인컬러인 파란색과 노란색은 고수하면서 기존의 스트라이프를 자제해 세련된 이미지를 부각시킨 새 BI를 선보였다. 파리바게뜨의 상징물 '에펠 탑'을 단순화해 현대적인 감각을 잘 살렸다는 평을 얻고 있다. 파리바게뜨는 지난 8월 말부터 전국 가맹점에 새 BI를 적용하는 작업을 시작해 오는 10월까지 전국 1천200여 개 점포의 간판을 모두 새롭게 할 계획이다.

크라운베이커리가 새로 선보인 BI와 SI는 가족적이고 따뜻한 느낌을 강조해 벌써부터 고객들의 호평을 얻고 있다. 새 BI는 신규 오픈 가맹점이나 노후한 점포를 중심으로 적용하고 있다. 평면이었던 기존의 간판을 브랜드가 도드라지는 입체형으로, 인테리어 메인컬러를 따뜻한 느낌의 아이보리로 교체하고 스텐 실과 흰 벽돌로 편안한 느낌을 강조했다. 크라운베이커리 마케팅부 김동욱 씨는 "새 단장으로 매장마다 평균 40~50% 정도 매출 증가 효과를 보고 있다"면서 "신제품 출시와 이벤트를 결합해 시너지 효과를 노리고 있다"고 밝혔다.

CJ(주) 뚜레쥬르는 복합형 베이커리 '카페뚜레쥬르'의 이미지를 기존 뚜레쥬르에 알맞게 개선해 접목하고 있다. 기존의 매장 인테리어가 '우리 동네 빵집'이 주는 푸근함이었다면 새로 바뀐 인테리어는 여기에 메탈과 화이트 톤을 접목해 세련된 이미지를 보강했다.

김미선 기자

## 대한제과제빵학원 확장 이전 기술인 대상 전문인반 신설



대한제과제빵학원은 지난 9월 강의실과 사무실을 넓혀 기존 건물 3층과 5층에서 2층과 3층으로 확장 이전했다. 그동안 2개 층으로 떨어져

스럽게 이어지면서 업무의 효율성을 더하고, 약 150평의 규모에 사무실, 상담실, 원장실 등의 시설과 연구실 및 강의실 4개가 이루어져 학생들이 좀 더 쾌적한 환경에서 학원생활이 제빵제과 실습이 가능해졌다.

한편 대한제과제빵학원은 오는 10월부터 기술인을 대상으로 2개월 과정의 전문인반을 개설한다. 이성민, 안종섭, 서강현 씨 등의 강의로 진행되는 전문인반에서는 앙과자와 초콜릿, 설탕공예, 선물용 과자 등을 다룰 예정이다. 오병호 원장(사진)은 "전문인 과정의 체계적인 교육을 위해 선진화된 시설을 갖추고 보다 차별화된 선진교육 시스템을 도입했다"고 밝혔다.

문의 : 대한제과제빵학원 02)587-0321

박소희 기자

M.O.F 스테판 글라시에 노하우 전수

# 월드페이스트리컵 대표선수 훈련



프랑스 M.O.F 스테판 글라시에(사진 가운데) 씨가 한국을 방문해 2005년 1월 월드페이스트리컵에 출전할 한국대표팀에게 대회 노하우를 전하는 훈련을 가졌다.

지난 8월 30일부터 9월 5일까지 1주일 동안 잠원동 마인츠 돌과자점에서 진행된 이번 훈련은 월드페이스트리컵 한국대표인 홍종훈 선수의 개인적인 친분으로 스테판 글라시에 씨를 초청해 이루어졌다. 훈련기간 동안 선수들은 각종 공예 기술을 익히는 동시에 월드페이스트리컵에 대비한 정보를 얻는 시간을 마련했다. 글라시에 씨는 선수들에게 맛의 중요성을 강조하며 색깔, 기술, 모양 등 제품의 첫 이미지가 되는 부문을 집중 공략할 것을 주문했다.

스테판 글라시에 씨에게 강도 높은 훈련을 받은 월드페이스트리컵 한국 대표팀 홍종훈, 최인호, 조성훈 선수는 각자 개인 훈련 기간에 돌입하다가 베이크플러스 세니나실에서 합동 훈련을 할 예정이다.

김미선 기자

## 분당제과제빵기술학원 명칭 개명 강랑기푸드아카데미로 재탄생

지난 2002년 휴원했던 분당제과제빵학원이 강랑기푸드아카데미로 새롭게 단장해 9월 6일에 재개원했다. 분당구 구미동에 위치한 강랑기푸드아카데미는 분당제과제빵학원 시절 갖추고 있던 실습 시설을 늘리고, 다양한 코스를 마련해 제과뿐만 아니라, 칵테일 등까지 함께 배울 수 있다.

강랑기 원장은 "그동안 분당제과제빵학원을 운영하면서 쌓은 노하우로 강랑기푸드아카데미를 분당의 새로운 명소로 자리매김 할 것"이라고 포부를 밝혔다.

문의 : 강랑기푸드아카데미 031)712-9500

박소희 기자