

(주)베이크플러스 크라프트콘믹스

# 독일식 건강빵 믹스의 최고봉

최근 웰빙(Well-Being) 열풍으로 여러 가지 곡물이 함유된 건강빵이 큰 인기를 끌고 있다. 이러한 트렌드에 발맞춰 제과재료 업체마다 건강빵 믹스를 대거 수입하는 추세다. 그 중 (주)베이크플러스의 크라프트콘믹스는 1992년 수입된 이래 10여 년 동안 한번도 선두자리를 뺏긴 적 없는 명실상부한 건강빵 믹스의 최고봉이라고 할 수 있다.

글\_허윤정 기자·사진\_전문식

많은 제과인들이 건강빵 믹스의 대표제품으로 손꼽는 (주)베이크플러스의 크라프트콘믹스. 1992년부터 수입된 이래 제과인들의 사랑을 독차지해온 크라프트콘믹스는 여러 가지 진기록을 갖고 있다. 국내 건강빵 믹스 판매 1위, 고객 불만접수 0%, 제과업계 유명 히트상품 재료 등 다른 제품에서는 찾을 수 없는 타이틀이 많다.

“시각, 후각, 미각을 모두 만족시키는 빵을 만들 수 있다는 사실이 가장 큰 장점입니다.”

베이크플러스의 김용일 사장의 표현에서 크라프트콘믹스에 대한 자부심이 느껴진다. 크라프트콘믹스는 다른 제품에서 느낄 수 없는 구수한 누룽지향 같은 몰트의 풍미가 소비자들을 사로잡는다. 또한 곡물이 그대로 살아있는 먹음직스러운 색과 모양, 입안에서 부드럽게 씹히는 소프트 그레인(Soft Grain)의 식감은 크라프트콘믹스의 최대 강점으로 손꼽힌다.

크라프트콘믹스는 출시된 지 12년 동안 단 한번도 매출이 줄지 않았다. 1998년 한반도를 강타한 IMF나 작년년부터 이어진 유례없는 불경기 와중에 여러 후발업체들이 앞 다퉈 빵 믹스를 수입하는 경쟁 구도 속에서도 매년 매출이 20% 이상씩 늘었던 것. 크라프트콘이 처음부터 인기가 높았던 것은 아니다. 1992년 처음 수입될 당시에는 독일 건강빵에 대한 인식 부족으로 제과인들의 큰 호응을 얻지 못했다. 무엇보다 가격이 높아 부담이 컸고 밝은 색의 제품에 익숙했던 제과인들이 어두운 빵 색깔을 선호하지 않았기 때문이다.

“가격이 높고 낯선 제품이라도 빵 맛이 좋다면 결국 성공할 거라는 확신이 있었습니다.”

당장은 눈앞에 닥친 가격 부담과 낯선 느낌 때문에 큰 인기를 끌지 않아도 빵 맛이 뛰어나면 결국에는 그 제품을 찾게 된다는 믿음으로 김 사장은 제품을 적극적으로 홍보했다. 그러한 노력이 결실을 맺어 크라프트콘믹스는 출시된 지 2년 만에 업계 믹스 판

매 1위를 차지하는 성과를 거뒀다. 또 지금까지 제과업계에서 가장 사랑받는 믹스 제품으로 자리 잡게 됐다. 빠른 시간에 큰 매출을 올리고 싶은 욕심을 버린 김용일 사장의 고집스러운 경영철학이 결국 빛을 발한 셈이다.

독일의 유명한 제빵재료업체인 울머스파츠사(社)가 크라프트콘믹스 제조사라는 사실을 알고있는 사람은 많지 않다. 울머스파츠사(社)는 독일 남서부에 위치한 울름이란 도시에서 3대째 빵 믹스를 만드는 가문에 의해 설립됐다.

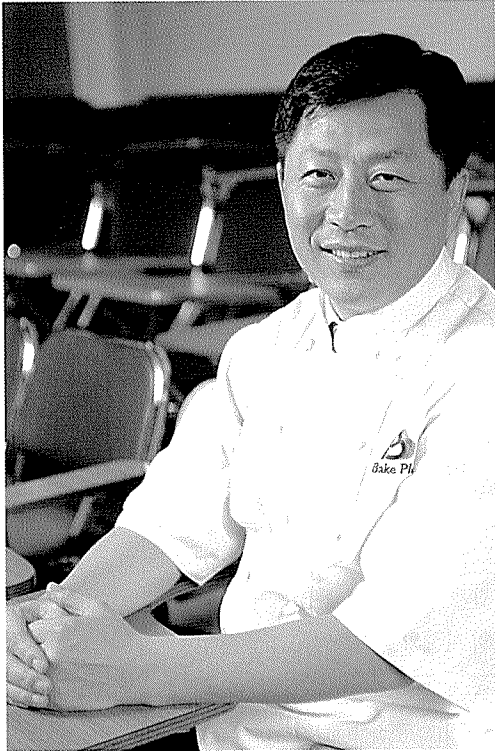
‘울머’는 ‘울름의’란 의미의 형용사이고 ‘스파츠’는 ‘참새’라는 뜻으로 울머스파츠의 로고는 밀을 물고 있는 푸른색의 참새이다. 영국과 네덜란드의 종합 식생활용품 회사인 유니레버사(社)에게 인수되었다가 현재는 네덜란드의 CSM 그룹으로 매각된 울머스파츠는 자사의 장인 정신과 브랜드를 그대로 유지한 채 전 세계에 고품질의 빵 믹스를 공급하고 있다.

김용일 사장은 “크라프트콘믹스의 제품성도 뛰어나지만 울머스파츠의 울름은 기업정신에 무척 감명받았다”고 전한다. 울머스파츠사의 사장은 대대로 가업을 이어온 울름시(市)와 빵에 대한 각별한 애정으로 세계에서 가장 큰 빵 박물관을 설립했다. 박물관 오픈 초반 적자가 이어졌을 때 묵묵히 재정난을 책임지던 울머스파츠사 사장은 관람객이 늘어나 점차 흑자를 기록하자 빵 박물관을 바로 울름시에 기증했다.

김 사장은 “이윤 추구가 목적인 기업으로써 하기 힘든 일”이라며 “빵에 대한 사랑과 열정이 없으면 불가능했을 것”이라고 강조한다.

베이크플러스에서 판매되는 총 20여 가지의 빵 믹스 전체의 판매량보다 크라프트콘믹스의 매출이 높을 정도로 크라프트콘믹스는 베이크플러스의 얼굴이 되는 상품이다. 건강빵 열풍이 계속 거세지는 가운데 크라프트콘믹스는 앞으로 건강빵 믹스를 대표하는 제품으로 그 위치를 확고히 할 것이다. ☞

# interview



(주)베이크플러스 김웅일 사장

(주)베이크플러스는 1994년 김웅일 사장이 설립한 제과재료 수입업체이다. 총 200여 품목에 달하는 제과 원료를 수입하고 있는 (주)베이크플러스에 대해 간략하게 소개하고 김웅일 사장이 말하는 크라프트콘믹스의 매력을 들어본다.

**크라프트콘믹스가 12년 동안 끊임없는 사랑을 받는 비결이 무엇입니까?**

한국인의 정서에 맞는 구수한 몰트의 향, 입안에서 부드럽게 씹히는 곡물의 식감이 크라프트콘믹스의 가장 큰 장점입니다. 흔히 독일식 건강빵은 딱딱하고 각종 곡물이 입안에서 걸돈다는 편견이 강했는데 크라프트콘믹스로 만든 빵은 부드럽고 고소한 맛이 강합니다. (주)베이크플러스의 유통과정 또한 제과인들에게 제품에 대한 신뢰도를 주는 결과를 낳았습니다. 제과점에서 급하게 제품을 찾으면 마진이 거의 남지 않아도 비행기로 바로 운송해오는데 고객에게 이런 정성이 많이 각인되었다고 봅니다.

**크라프트콘믹스로 만든 업계 히트 상품이 많은데 이유가 무엇이라고 생각하십니까?**

잡곡 도넛, 잡곡 바게트, 찹쌀 바게트 등이 크라프트콘믹스를 이용해 개발한 상품으로 모두 업계에서 장수 인기 제품으로 일컬어집니다. 크라프트콘믹스를 홍보하면서 세미나를 많이 개최했는데 제과인들이 그 레시피를 적절하게 응용한 것이 큰 효과를 본 것으로 생각합니다. 저도 회사 세미나실에서 크라프트콘으로 빵을 만들면서 새로운 레시피를 연구합니다. 국내 실정에 맞는 제품을 세미나에서 선보이려고 열심히 제품을 개발하지만 아무래도 현장에서 일하는 제과인들의 아이디어를 따라가기가 어려운 듯 합니다.

# Information

상 호 (주)베이크플러스



주 소 서울시 강남구 대치동 977-12 리치몬드상가 3층

설립년도 1994년

전화번호 02)567-7015

(주)베이크플러스의 대표적인 취급품목으로 발로나 초콜릿과 프루디 마가렛을 들 수 있다.

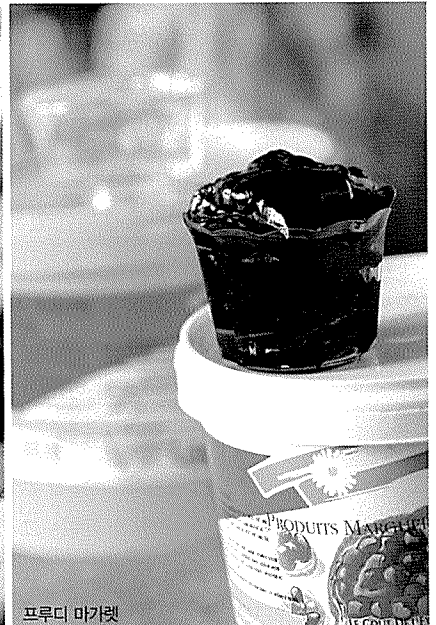
**발로나 초콜릿** 세계적으로 유명한 고급 초콜릿의 대명사 프랑스 발로나(Valrhona)사(社)의 제품. '그랑 크뤼' 제품군이 가장 유명하다. 카카오 함량에 따라 과나하, 카라이브, 만자리, 지바라 라페 등으로 나뉜다. 다크, 밀크, 화이트 등 커버추어 초콜릿과 각종 트러플, 봉봉 등의 품목을 판매하고 있다.

**프루디 마가렛** 프랑스의 유명 제과재료업체인 프루디 마가렛(Produit Marguerite)사(社)에서 제조한 각종 광택제 제품이 구비되어 있다. 얇게 발라도 광택이 살아있어 각종 양과자에 데코레이션용으로 많이 쓰인다. 초코 미로와, 애플리코트 나파주, 캐러멜 미로와 등 색깔이 선명한 광택제 종류가 많다.

**기타제품** 카퓨리사(社) 냉동 푸레, 냉동 과일, 폴리, 첨가제, 향신료, 이형제, 충전물, 케이크 믹스, 커스터드 크림 및 무스



발로나 초콜릿



프루디 마가렛