

제과점영업, 영업신고증 새로 교부 **새로운 식품위생법개정안 시행**



위해식품 처벌을 강화하고 현행 제도상 일부 미비한 점을 개선하기 위해 마련한 식품위생법개정안이 지난 12월 29일 국회에서 통과된 이후 7월 28일에 식품위생법 시행규칙 일부를 개정된 식품위생법시행규칙 일부개정령을 추가 공포하면서 시행에 들어갔다.

이 개정안으로 인해 12년 동안 교유의 업종 없이 휴게음식점영업에 속해 여러 가지 불합리한 점을 겪어왔던 제과점은 '제과점영업'이라는 독립 업종으로 분리되는 성과를 얻었다. 그동안 휴게음식점영업에 속했던 제과점은 음식점이나 다방업종 등 성격이 전혀 다른 업종과 동일 시되면서 제조가공업이라는 생산업종의 특성을 인정받지 못했다. 하지만 제과업계의 오랜 숙원이었던 '제과점영업'이 독립 업종으로 분리됨에 따라 제과점의 특성에 맞는 각종 행정규제, 세법 등에 대해 정부와의 교섭을 할 수 있는 가능성이 열렸다.

이에 따라 업종 분리로 보건복지부에서 공표한 식품위생법시행규칙 일부 개정령에 의해 기존에 휴게음식점영업 신고를 하여 영업을 하고 있는 제과점들은 오는 2005년 10월 31일까지 제과점영업신고증을 새로 교부받아야 한다. 업종 분리가 이뤄지면서 받는 영업신고증이라는 수수료는 면제된다.

또 영업형태를 '주로 빵, 떡, 과자 등을 제조·판매하는 영업으로서 음주행위가 허용되지 아니하는 영업'으로 규정하고 있어 기존에 빵, 떡, 과자를 판매함과 동시에 아이스크림이나 음료를 판매하는 형태가 그대로 인정되어서 운영상 변화는 없다.

위생교육과 관련해서도 몇 가지 항목이 바뀌었다. 위생교육대상자 중에 도서·벽지의 영업자는 허가관청 또는

신고관청에서 교육 참석이 어렵다고 인정되면 교육 교재를 통한 교육으로 위생교육을 대체할 수 있다. 또 기존에 12시간으로 규정하고 있는 교육시간을 8시간으로 단축해서 시행하게 된다. 특히 신규위생교육을 받은 사람 가운데 2년 안에 동일한 업종으로 영업을 하거나 업종내의 다른 업종으로 영업을 하면 위생교육을 다시 받지 않아도 된다. 따라서 휴게음식점영업에서 제과점영업으로 업종을 변경할 경우 신규 위생교육을 받은 지 2년 이내의 영업자는 위생교육을 다시 받을 필요가 없다.

이번 식품위생법개정안에서는 특히 위해식품을 처벌하기 위한 각종 규제를 신설했다. 무엇보다 지방자치단체의 위생감시 기능을 강화했다. 유착관계를 떠나 지방자치단체 간에 서로 위생상태를 감시할 수 있는 조항이 신설되었고, 식품제조과정에 위생관리에 대해 영업자가 스스로 책임지는 자율관리를 기본원칙으로 하되 외부 전문가로 하여금 위생관리상태를 점검 받는 시민식품감사인제도를 마련했다. 또 위해식품을 제조·판매한 업소에 대해 영업허가 제한 등을 강화해 위반으로 인해 영업허가가 취소되거나 영업소 폐쇄명령을 받은 업주는 5년 동안 같은 종류 영업을 하지 못하게 된다.

특히 위반행위를 신고한 자에게 지급했던 포상금 30만 원을 1천만 원 이하로 지급할 수 있도록 포상금 기준을 대폭 인상해 식품 안정성에 대한 법령 준수율을 높일 방침이다. 이에 따라 위생 관련해서 보다 많은 관심을 가져할 것으로 보인다. 새롭게 바뀐 식품위생법은 법제처 홈페이지(www.moleg.go.kr)를 통해 확인할 수 있다.

취재 김영주 기자

| 제과업브리 관련 법규 |

'식품위생법, 및 동법 시행령'

8. 식품접객업

가. 휴게음식점영업 : 주로 다류, 아이스크림류, 등을 조리·판매하거나 패스트푸드점, 분식점 형태의 영업 등 음식류를 조리·판매하는 영업으로서 음주행위가 허용되지 아니하는 영업

나. ~ 마. (현행과 같은)

바. 제과점영업 : 주로 빵, 떡, 과자 등을 제조·판매하는 영업으로서 음주행위가 허용되지 아니하는 영업

식품위생법 시행규칙 일부 개정령

제13조 (제과점영업신고증 재교부에 관한 경과조치) 시장·군수·구청장은 이 규칙 시행 당시 종전의 규정에 의해서 휴게음식점영업신고증을 하여 영업을 하고 있는 자중 제과점영업으로 업종이 변경된 자에 대하여는 2005년 10월 31일까지 제27조의 규정에 의한 영업신고증을 새로 교부하여야 한다. 이 경우 신고증 수수료는 면제한다.

| 위생교육 관련 |

식품위생법 시행규칙

제36조(도서·벽지 등의 영업자 등에 대한 위생교육)(중략) 위생교육대상자 중 허가관청 또는 신고관청에서 교육참석이 어렵다고 인정하는 도서·벽지 등의 영업자 및 종업원에 대하여는 제37조의3의 규정에 의한 교육교재를 배부하여 이를 익히고 활용하도록 함으로서 교육에 갈음할 수 있다.

제37조의2(교육시간)①법 제27조제2항의 규정에 의하여 영업을 하고자 하는 자가 받아야 하는 위생에 관한 교육시간은 다음 각 호와 같다.

1. 영 제7조제1호 내지 제3호의 규정에 해당하는 영업 : 8시간

②(중략)

③제1항 및 제2항의 규정에 의하여 신규위생교육을 받은 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 영업에 대한 신규위생교육을 받은 것으로 본다.

1. 신규위생교육을 받은 날부터 2년 이내에 교육을 받은 업종과 동일한 업종으로 영업을 하고자 하는 경우

2. 신규위생교육을 받은 날부터 2년 이내에 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 업종내의 다른 업종으로 영업을 하고자 하는 경우

가. 영 제7조제8호가목의 휴게음식점영업·동호나목의 일반음식점영업과 동호바목의 제과점영업

| 위생교육 근절 관련 |

제20조의3 (시민식품감사인) ①제22조의 규정에 의하여 영업허가를 받거나 신고를 한 자중 대통령령이 정하는 영업자는 식품등의 위생관리상태의 점검을 위하여 식품위생에 관한 전문적인 지식이 있는 자로서 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 자중 식품의약품안전청장 또는 시·도지사가 지정하는 자를 시민식품감사인으로 위촉할 수 있다.

제71조의2 (포상금 지급) 식품의약품안전청장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 이 법의 위반행위를 신고한 자에 대하여 1천만 원 이하의 범위 안에서 보건복지부령이 정하는 기준에 따라 포상금을 지급할 수 있다. (개정 2005.1.27)

국내 경기 부익부 빈익빈 갈수록 심화

제과점 업종 등은 여전히 찬바람 쌩쌩

도·소매 판매가 증가세를 회복하고 있는 반면 서민층과 밀접하게 맞닿아 있는 제과점업을 비롯한 음식점업은 내림세가 여전히 지속되고 있다. 통계청이 지난 8월 4일 발표한 서비스업 활동 동향에 따르면 지난 6월 전년 같은 달 대비 2.4%가 증가됐고 도·소매 생산 및 판매도 증가세를 보였다. 특히 신형 대형차가 대거 출시되면서 자동차 판매가 급격히 증가했고 최근 호텔업과 백화점업 또한 고소득층을 주 타깃으로 하는 명품 매장을 위주로 판매가 급상승하고 있다.

반면에 서민들이 주로 이용하는 음식점업과 제과점업 등은 여전히 찬바람이 쌩쌩 부는 것으로 나타났다. 특히 제과점업은 9.1%가 감소한 것으로 드러나 최악의 경기를 실감케 했다. 도·소매업 판매 증가로 내수 회복에 대한 기대가 높았지만 본격적인 회복은 시간을 두고 지켜봐야할 것으로 보인다.

취재_정승이 기자

외식산업과 식품, 주방기기 트렌드 읽을 수 있어

2005 서울국제 외식산업·식품·주방기기전시회 개최



오는 11월 3일부터 6일까지 4일 동안 삼성동 코엑스 태평양홀에서 2005 서울국제외식산업·식품·주방기기 전시회(SIRE'S 2005)가 개최된다. SIRE'S 2005 조직위원회가 주최하고 코엑스, 한국전시간벤션연구소와 경희대학교 외식산업경영연구소가 공동 주관하는 이번 전시회는 한국 외식산업의 최신 정보교류와 동향을 파악하고 신제품 홍보를 통해 레스토랑, 케이터링 및 주방기자재, 인테리어, 위생 안전 설비, 유니폼을 비롯해 건강에 유익한 음식과 식자재를 전시한다. 또한 와인 테스팅 및 시음회, 참가업체 CI 경연대회, 참가업체 특별 이벤트 시연, 신메뉴 출시 및 시식 등 다양한 부대행사를 마련하는 한편 외식산업에 대한 세미나도 열릴 예정이다. 취재_박소희 기자



정부 9월 초 공청회 통해 입안 결정

업계, 자격증 창업 의무화 찬성 여론

지난 6월 대통령 직속 중소기업특별위원회가 영세자영업자 지원대책의 일환으로 자격증 창업을 발표한 이후 논란이 그치지 않는 가운데 제과업계에서는 "자격증 의무화가 필요하다"는 쪽의 의견에 시간이 갈수록 힘이 실리고 있다.

특별위원회의 발표가 있었던 초기만 해도 "제과업계 현실을 무시한 탁상공론의 전형"이라는 의견이 우세했으나, 최근 들어서는 "기술 우위를 점하고 있는 자영제과점주로서는 자격증 의무화에 굳이 반대할 이유가 없다"는 의견이 다수를 이루고 있다. 자격증 의무화에 찬성하는 제과인들은 기존의 제과점 창업이 제과에 대한 기술이나 지식이 전혀 없는 사람도 창업이 가능해 시장 경쟁이 과열되고 실력 없는 제과점을 양성시켜 제과업계 전체의 수준을 떨어뜨리는 결과를 초래하고 있다는 점을 근거로 들고 있다.

그러나 찬성 입장을 밝힌 제과인들도 "업주가 직접 자격증을 갖고 있지 않더라도 자격증이 있는 직원을 고용하면 된다"는 특별위원회의 수정안에 대해서는 분명한 반대의 목소리를 내고 있다. 20년 째 자영제과점을 운영하고 있다는 대구의 한 제과인은 "자격증 의무화는 제과점을 새로 창업할 업주에 못 박아 실시하지 않으면 전혀 의미가 없다"며, "정부가 기술 없는 창업이 주를 이루는 프랜차이즈 제과점의 사정만 너무 봐주는 것 아닌가"라고 불만을 터뜨렸다.

하지만 주로 제과기술이 없는 일반인이 업주가 되는 프랜차이즈 제과점의 경우 제과점주 자격증 의무화로 출점 속도를 다소 늦출 수도 있을 것이라 자영제과점 측의 기대감도 높다.

지난 6월 대통령 직속 중소기업특별위원회는 자영업 진입의 요건을 강화하고 일단 창업한 자영업자에 대해서는 시장 경쟁을 줄여 경영의 안정성을 도모한다는 취지 아래 음식·숙박·이·미용업으로 새로 창업하려면 국가기술자격증이 반드시 있어야 한다는 골자의 영세자영업자 지원대책을 내놓으며 단 기존 영업주들은 따로 자격증을 취득할 필요는 없다고 밝혔다.

이에 대한 찬반 논란으로 여론이 들끓자 정부는 오는 9월 2일 업종별 의견을 수렴하기 위한 공청회를 개최기로 했다. 이날 공청회에는 영세자영업자 대책의 직접 대상자인 제과업계에서도 참가해 '수정안 없는 찬성'에 대한 입장을 분명히 할 계획이다. 취재_김미선 기자

음료 및 베이커리 전반에 관한 총망라

제4회 서울카페쇼 참가업체 모집

2005년 11월 10일부터 13일까지 4일 동안 코엑스 대서양 홀에서 개최되는 제4회 서울카페쇼 참가업체를 모집한다. (주)엑스포랜드 (주)아이비라인이 주관하고 월간 <커피>가 주최하는 이 행사는 올해로 4회째로 음료 및 베이커리 전반에 관한 국내외 신제품 및 신기술 소개와 홍보의 장을 제공하고 관련업계의 시장동향을 파악하는 한편 상호 정보 교류와 관련업체들의 마케팅 활동이 활발하게 펼쳐질 예정이어서 커피 관련 제품, 재료, 기구 및 용기, 베이커리 제품, 디저트 및 베이커리 관련 프랜차이즈 업체가 대거 참여할 것으로 예상된다.

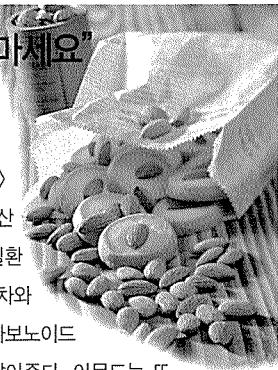
또 이 기간 동안 제3회 한국 바리스타 챔피언십 대회도 함께 열릴 예정이다. 올해부터 한국커피연합회 주최로 개최되는 이 대회는 8월 25일부터 26일까지 부산에서, 9월 6일부터 9일까지 서울에서 예선을 갖는다.

제4회 서울카페쇼에 참가신청을 원하는 업체는 10월 7일까지 접수를 받고 참가객은 홈페이지에서 온라인 사전등록을 하면 무료 입장할 수 있다. 취재_박소희 기자

■ 홈페이지 : www.cafeshow.co.kr

아몬드, 노화과 심장질환 예방 효과 탁월 “아몬드 껍질 벗겨내지 마세요”

아몬드를 껍질째 먹는 것이 좋다는 연구 결과가 발표돼 눈길을 끈다. 지난 6월 미국 영양학회지 <Journal of Nutrition>은 아몬드 껍질에 플라보노이드라는 항산화 물질이 들어있어 노화방지와 심장질환 위험 감소 등에 도움을 준다고 밝혔다. 차와 포도, 사과 등 과일에 많이 들어있는 플라보노이드는 몸의 세포를 공격하는 유해 산소를 막아준다. 아몬드는 또 다른 항산화 물질인 비타민 E가 풍부해 아몬드를 껍질째 통째로 먹으면 플라보노이드와 비타민 E의 시너지 작용으로 항산화 기능이 2배로 높게 나타났다. 연구를 주도한 보스턴의 터프츠 대학의 제프리 블룸버그 박사는 “아몬드의 항산화 물질의 상호 작용이 노화 방지에 효과가 있다고 판단된다”고 밝혀 아몬드 소비 증가에 좋은 신호탄이 될 것으로 예상된다. 취재 정승이 기자



포도씨 오일과 관련 제품 붐 포도씨 오일 전성시대

최근 포도씨 오일에 대한 관심이 뜨겁다. 포도씨 오일은 백화점과 할인마트를 중심으로 판매가 급증하고 있어 올리브 오일의 아성에 도전장을 내밀고 있다. 포도를 압착해 짜낸 포도씨 오일은 올리브 오일에 비해 특유의 향과 느끼함이 적어 담백한 맛을 낼 뿐 아니라 항산화제인 비타민 E와 필수 지방산인 리놀렌산이 풍부한 것이 특징이다. 포도씨 오일은 프랑스, 이탈리아, 스페인 등지에서 주로 생산된다. 포도씨 오일의 인기가 급상승하자 포도씨 오일을 함유한 화장품과 비누, 영양제를 비롯해 포도씨 오일 참치와 김이 출시돼 좋은 반응을 얻고 있다. 제과·제빵업계에서도 빵에 곁들여 먹으면 맛이 좋은 포도씨 오일을 응용한 웰빙 제품이 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 기대를 모으고 있다. 취재 정승이 기자



Prism

식약청 식품영양 가이드-나트륨 편 발간

나트륨 과잉 섭취 경계 주의보

나트륨 // 하루에 얼마나 섭취하고 있을까?

나트륨 // 어떤 식품에서 많이 섭취하나요?

나트륨에 대한 몇가지 오해들

음식에 따로 소금을 넣지 않으니 나트륨 섭취량이 많지 않아요. **No!**

나트륨은 짭짤한 음식에만 들어있어요. **No!**

나트륨 과잉 섭취는 나이 든 분들에게만 걱정할 문제예요. **No!**

기타 17% | 김치류 30% | 소금 17% | 된장, 간장 등 장류 22%

건강을 생각한다면 나트륨 섭취를 줄이세요!

KFDA 식품의약품안전청

최근 나트륨 과잉 섭취로 인한 건강상의 문제가 핫이슈로 떠오르고 있다. 식품의약품안전청(이하 식약청)이 소비자에게 나트륨에 대한 올바른 정보를 제공하기 위해 발간한 <식품영양 가이드-나트륨 편, '건강을 생각한다면 나트륨 섭취를 줄이세요'>는 한국인의 나트륨 섭취량, 나트륨을 많이 함유한 식품, 나트륨 섭취를 줄일 수 있는 요령 등을 소비자들이 쉽게 이해하고 실천할 수 있도록 설명하고 있다.

나트륨은 김치나 소금, 장류 등에 많이 들어있는 영양소로 체내의 수분을 조절하는 중요한 역할을 한다. <식품영양 가이드>에 따르면 한국인의 하루 평균 나트륨 섭취량은 4,900mg으로 세계보건기구(WTO) 권장량인 2,000mg의 2.5배에 달한다. 이 결과는 우리나라 사람들이 즐겨 먹는 음식에 나트륨이 많이 들어있다는 사실을 나타내는 것으로 나트륨을 과잉 섭취하면 혈압이 오르는 등 절대적으로 몸에 해롭다. 식약청은 짠맛에 길들여지지 않도록 올바른 식습관을 형성하고 짠맛을 내는 양념이나 국물 등을 섭취할 때 주의해 나트륨 섭취량을 줄일 것을 당부하는 한편 각 업체 또한 나트륨이 들어간 첨가물의 사용 적정화와 대체품 개발 등 다양한 노력을 기울일 것을 촉구했다.

한편 미국 뉴저지 주의 이노포스(Innophos)사에서 개발한 팽창제 칼-라이스(Cal-Rise)가 화제를 모으고 있다. 칼-라이스는 제품의 나트륨 함량을 줄여주는 팽창제로 칼-라이스를 사용하면 맛과 품질 변화 없이 나트륨 함량을 20%까지 낮춰 줄 뿐 아니라 하루에 필요한 칼슘의 10~19%를 섭취할 수 있다.

취재 정승이 기자

미국유제품수출협의회, 국제 유제품 시장 전망

국내 유제품 가격은 큰 변동 없을 듯

지난 8월 8일 미국유제품수출협의회에서 8월 국제 유제품 시장 전망에 대한 보고서를 발표했다. 이번 보고서는 2005년 7월 중순까지의 유럽 국가, 오세아니아, 미국 등 국제 수출 가격과 각 국가별 생산량, 정부 정책 등 다양한 상황을 토대로 작성됐다. 보고서에 따르면 탈지분유, 전지분유는 수요가 강세를 보이는 한편 공급량이 부족한 상황으로 당분간 국제 가격이 강세를 유지할 것으로 전망했다. 또 치즈, 버터, 버터유, 유청분말, 농축 유청 단백질 등은 가격 인상 요인과 하락 요인이 함께 나타나 가격 변동은 없거나 하락할 것으로 분석했다.

국내 유지 업체들은 이러한 국제 상황에도 국내 시장에서는 유제품의 가격 변동이 없을 것으로 내다봤다. 국내 유지업계 한 관계자는 “원유 상승 등 가격 인상 요인은 많이 내재되어 있지만 침체에 있는 제과업계 상황 상 당분간 유지업체들이 제품 가격을 인상하는 일은 없을 것”이라고 설명했다.

취재 정승이 기자

고급 이미지 위해 기존 사명으로 회귀

데이앤데이 (주)조선히텔베이커리로 사명 변경

(주)데이앤데이는 지난 8월 10일 (주)조선히텔베이커리로 사명을 변경했다. (주)조선히텔베이커리(대표 김원복)는 지난 1월 1일 조선히텔에서 분리 독립 하면서 사명을 회사의 대표적인 브랜드인 '데이앤데이'로 바꿨으나 고객들에게 '고품격' '고품질'의 이미지로 다가서기 위해서는 '조선히텔베이커리'가 더 낫다는 판단 아래 사명을 변경했다.

(주)조선히텔베이커리 김원복 대표는 "호텔의 고급 이미지로 인식된 기존의 사명이 고품질을 추구하는 우리 회사에 훨씬 어울린다는 확신을 갖고 사명 변경을 추진했다"면서 "특급호텔의 품격과 서비스 품질을 유지 발전시키기 위해 앞으로 더욱 노력할 것"이라는 사명 변경의 포부를 밝혔다. 새로운 CI는 오는 9월 공식 선포될 예정이다. 취재_김미선 기자

리치 100주년, 골드라벨 구매에 대한 감사 뜻 전달

한국리치식품유한회사 골드라벨 프로모션 추첨



한국리치는 리치 100주년을 맞이해 실시한 골드라벨 프로모션 행사의 당첨자를 발표했다. 골드라벨은 대리점과 재료상을 통해서 유통되는 탓에 그동안 직접적으로 만날 기회가 없었던 최종 구매자인 제과점 경영주들에게 감사의 뜻을 전하기 위해 지난 5월 1일부터 7월 31일까지 석 달 동안 골드라벨을 구매한 고객에게 스티커를 제공해 50개의 스티커를 모은 고객에게 푸짐한 상

품을 주는 이벤트를 마련했다. 모두 400여 명이 응모한 이 행사는 지난 8월 18일 차성덕 영업이사의 추첨으로 5명이 행운의 주인공으로 뽑혔다. 1등은 200만 원 상당의 해외여행 상품, 2등과 3등은 각각 50만 원과 30만 원 상당의 전자제품 구매권, 4등과 5등은 각각 18K 리치 펜던트와 14K 리치 펜던트를 증정하며 개별 연락할 예정이다. 1등-문경채(광주, 하얀꽃차제과점)/2등-김진성(충남 연기, 고려당), 이정용(울산, 흠베이커리)/3등-전종학(대구, 까레몽과자점), 안해성(서울, 빠나미), 정동기(광주, 보시엘드파리).

취재_정술이 기자

Prism

베이징에 카페형 1호점 오픈

뚜레쥬르 중국 시대 스타트



CJ(주)뚜레쥬르는 지난 8월 18일 중국 베이징 오프아오우(五道口)에 뚜레쥬르 1호점을 오픈했다. 한국 내 카페형 뚜레쥬르를 모델로 삼은 중국 1호점은 딱딱한 빵을 선호하지 않는 중국인들의 입맛을 고려해 바게트 등 하드계열을 제외하고는 뚜레쥬르의 국내 제품 메뉴얼을 그대로 유지할 계획이다.

뚜레쥬르 베이징 1호점이 위치한 오프아오우는 베이징대·청화대·어언문화대 등 중국 유명 대학이 밀집한 지역으로 시장조사 결과 새로운 문화를 흡수하는 속도가 빠르고 젊은 고객의 특성상 구전 마케팅이 강한 것으로 평가됐다. 점포 인테리어 또한 대학가라는 입지적 특성을 고려해 서울 대학로에 위치한 뚜레쥬르를 본떠 이뤄졌다.

사스의 영향으로 엄격해진 중국의 위생법규에 따라 공장을 완전 개방형으로 개조했으며, 제품 생산직원은 마스크 착용이 필수화한 점포 포장하지 않은 빵이 외부 공기에 노출되지 않도록 유리 쇼케이스에 넣어 진열하고 고객들이 빵을 고를 때 사용하는 쟁반을 자외선 살균기로 관리하는 점 등이 국내 매장과 차별화된다. 제품의 가격은 국내 가격과 비교하면 20% 정도 저렴하지만 현지 베이커리 시장과의 차별화를 고려해 중국 내 다른 베이커리보다 10~15% 비싸게 책정됐다.

3년 동안의 시장성 검토를 거쳐 중국에 진출한 뚜레쥬르는 중국 베이커리 시장의 상황을 좀 더 정확하고 지속적으로 파악하기 위해 당분간 직영점 위주로 사업을 전개할 방침이다. 중국 내 가맹사업은 인력과 원자재 등 가맹 인프라가 구축되고 공장 준공으로 제품의 유통성이 확대되는 2007년 이후에나 가능할 것으로 보인다. 한편 CJ(주)는 2013년까지 중국 내 뚜레쥬르의 점포수를 1천300개까지 늘리고 새로운 외식 브랜드를 도입해 중국 내에서 식품서비스 관련 최대 기업으로 성장한다는 목표를 수립했다. 취재_김미선 기자



팽 먹고 알 먹는 문화 마케팅

유통·제과업계 베이커리 강좌 열풍

유통업계를 필두로 문화 마케팅 열풍이 뜨겁다. 업체마다 최근 이슈가 되는 테마를 정한 강좌를 개설하고 공연이나 행사를 유치해 잠재 고객을 끌어들이는 전략이다. 먼저 종영된 후에도 화제가 끊이지 않은 드라마 <내 이름은 김삼순>의 인기를 타고 백화점과 할인점마다 제과·제빵 강좌를 개설하고 소비자들을 유혹하고 있다. 신세계 백화점 강남점은 프랑스 르코르동블루 출신 김방호 셰프의 '삼순이 따라잡기 프랑스식 전통 케이크와 초콜릿' 강좌를 개설했고, 홈플러스 영등포점은 9월 말에서 10월까지 '파티쉐 일류 베이커리' 강좌를 열 예정이다. 이에 앞서 제과·제빵용 기계 및 도구를 취급하는 대우공업사는 지난 1월부터 매주 두 번 씩 홈베이킹 강좌를 개설돼 일반 소비자들의 좋은 호응을 얻고 있다. 대우공업사 정용채 대표는 "저희 회사에서 취급하는 홈베이킹용 제품을 구입하는 소비자 대부분이 전문기술이 없는 점에 착안해 강좌를 개설했다. 강좌가 입소문을 타면서 수강 인원도 늘고 오븐이나 기타 도구 판매가 월등히 늘었다"고 밝히 마케팅의 중요성을 일깨우고 있다. 취재_정술이 기자

현지법인 설립, 점포 부지 선정 마쳐 삼립식품 중국 진출 본격화

지난 6월 중국 진출을 선언한 (주)삼립식품(대표이사 서남석)이 중국 청도에 현지법인을 설립하고 본격적인 사업전개에 나섰다. 삼립식품은 우선 청도지역에서 안정적인 판매망을 구축하는 등 내실을 다진 다음 단계적으로 가까운 도시로 판매를 확대할 계획이다.

이를 위해 중국 현지법인 '청도상리식품유한공사'를 설립하고 청도지역 2곳에 베이커리와 유사한 형태의 안테나 점포를 오픈하기 위한 부지 선정에 나섰다. 오는 2007년까지 50억 원을 투자해 크림빵·미감식빵 등의 현지 생산공장을 준공함으로써 2010년까지 연간 100억 원의 매출을 올린다는 목표를 세웠다. 취재_김미선 기자

블루오션 전략 일환 실버식품시장 진출 기린 8년만에 최대 실적 기록

(주)기린(대표이사 이용수)은 지난 8월 1일 실적 발표를 통해 올해 상반기 실적이 지난 8년 동안 최대치를 기록했다고 밝혔다. 마케팅팀 김영근 차장은 이와 관련해 "최근 블루오션 전략의 하나로 빵 한 가지라도 기능성이 가미된 제품의 개발과 판매에 주력한 데 따른 것"이라고 해석했다.

이 업체는 최근 국내 시장 소비자의 급격한 노령화에 대비해 바이오 벤처기업인 오스코텍과 전략적 제휴를 맺고 뼈 성장에 효과가 뛰어난 물질인 SGA(Skeletal Growth Activator)를 독점 공급받아 '뼈가 좋아지는 식빵'을 출시한 바 있고, 앞으로도 실버식품 개발에 주력할 계획이다. (주)기린은 지난 2003년 말 화의를 졸업한 이후 지속적인 구조조정을 거쳐 비용을 절감하고 수익이 낮은 사업을 과감하게 정리했다. 취재_김미선 기자



Prism

새롭게 마련된 베이커리존 눈길 끌며 신세계백화점본점 그랜드 오픈



유통업계 최대 이슈였던 신세계백화점 본점이 대공사를 마치고 지난 8월 10일 오픈했다. 신세계백화점 본점에는 '패션화된 전문 식품관'을 컨셉으로 고급화된 식품관을 선보여 눈길을 끌었다. 특히 식품관 내 베이커리존을 따로 마련해 베이커리 매장이 여기저기 분산되어 있던 다른 백화점 식품 매장과는 달리 베이커리와 관련 여러 매장과 카페 등을 한곳에 모아 새로운 볼거리를 제공했다.

신세계백화점 본점 베이커리존에는 (주)조선호텔베이커리의 달로와요, 에구치, 뒤상, 마인츠동과자점, 미고, 벨기에 명품 초콜릿 비타메르 등의 베이커리와 함께 디지털 팩토리, 헤룰즈 등 베이커리 카페가 입점해 우리나라 최신 유행 베이커리 제품을 선보이고 있다.

베이커리존은 특히 커다란 기둥을 중심으로 다양한 베이커리의 케이크 제품들이 고급스러운 쇼케이스에 등글게 전시되어 있는 독특한 인테리어가 눈길을 사로잡는다. 고객들이 기둥을 따라 돌면서 모든 브랜드의 케이크 제품을 한번에 볼 수 있도록 하는 편리한 동선을 제공하고 있어 다른 곳에서는 느낄 수 없는 신선함을 선사하고 있다. 베이커리존에 입점한 베이커리들은 고객들의 시선을 사로잡기 위해 저마다 독특한 제품 디스플레이는 물론 패키지를 한층 고급스럽게 꾸며 매장을 구성하고 있다. 신세계백화점본점 베이커리존을 구경한 한 제과인은 "고급스러운 분위기에 제과제품을 한곳에 모아 마치 전시회에 온 것 같은 느낌을 받았다"며 "베이커리숍마다 고급스러운 분위기를 내기 위해 사용한 쇼케이스나 디스플레이 소품, 케이크 디자인은 물론 특히 각 점포마다 세련됨을 강조한 포장 패키지 등이 눈여겨볼 만했다"고 전했다.

취재_김영주 기자

우리밀·우리쌀베이커리 사업 개시 광주 제빵공장 준공식 개최로 본격 가동

지난 8월 26일 우리밀살리기운동본부는 광주광역시 북구 본촌동에 대지 3백 평, 연건평 215평에 이르는 제빵공장 준공식을 갖고 본격적으로 제빵사업에 뛰어들었다. 이로써 우리밀살리기운동 광주전남본부와 우리밀 광주전남영농조합법인이 공동 협력해 탄생한 우리밀·우리쌀베이커리는 광주 제빵공장에서 우리밀과 우리쌀로 빵과 쿠키 등을 만들어 판매에 나설 예정이다.

그동안 대기업에 위탁 판매해 온 시스템으로는 우리밀 생산과 보급에 한계가 있다고 판단한 우리밀·우리쌀베이커리는 광주 제빵공장을 마련해 세미 오토 시설로 가동되는 광주 공장 내부를 국내 최초로 빵 발효실을 황토 벽돌로 만들어 환경친화적인 빵 생산체제를 구축하는 한편 온라인으로 공장 현황을 볼 수 있도록 장비를 설치해 소비자가 믿고 제품을 구매할 수 있도록 시스템을 갖췄다. 최강은 우리밀·광주전남영농조합법인 대표이사는 "우리밀과 우리쌀의 최대 생산자인 전남을 널리 알리기 위해 빵 종류를 다양화하고 우리밀 제빵 사업을 본격화할 예정"이라고 밝혔다. 취재_박소희 기자

2005 미국 유청 제품 베이커리 세미나 개최

천연 자연 기능성 원료 유청에 대한 인식 제고

미국 유제품 수출 협의회(U.S Dairy Export Council)는 9월말부터 10월 초까지 서울과 부산에서 국내 제과기술인을 대상으로 '미국 유청 제품 베이커리 세미나'를 개최한다.

이번 세미나에는 경제적인 원료이며 기능성과 영양에 있어서도 그 가치를 인정받아 이미 다양한 업계에서 널리 사용되고 있는 미국산 유청 제품이 제과, 제빵 부문에 미치는 장점과 어떻게 적용되는지 소개하며 유청을 이용한 다양한 신제품도 함께 선보일 예정이다.

미국 유제품 수출 협의회는 이번 세미나를 통해 천연 자연 기능성 원료인 유청에 대한 인식을 높이는 한편 유청 제품이 베이커리 시장에 고부가가치 원료로 정착할 수 있도록 장기적이고 지속적인 활동을 벌일 계획이라고 밝혔다.

■ 세미나 문의 : 미국 유제품 수출 협의회

■ 전화 : 02-516-6893

■ 홈페이지 : www.usdec.or.kr

취재 박소희 기자

수원여대 제과제빵 창업동아리 '베이퀸'

우수 창업동아리로 뽑혀 해외 연수

수원여대 제과제빵(담당교수 황윤경) 창업동아리 '베이퀸'이 우수 창업 동아리로 선정되어 해외에서 연수를 받는다. 중소기업청과 한국경제신문사에서 공동 지원하는 이 행사는 창업 아이템을 제출한 대학생 동아리 가운데 우수한 창업 아이템을 가진 창업동아리를 선정해 9박 10일간의 일정으로 일본 연수를 보내게 된다. 올해는 총 25개 팀 98명의 대학생이 뽑혔다.

수원여대 제과제빵 창업동아리 베이퀸은 '한방과자만들기'라는 타이틀로 창업 아이템을 제출해 높은 경쟁률을 뚫고 뽑혔다. 4명의 제과제빵과 학생으로 구성된 베이퀸은 이번 해외 연수를 통해 시장조사는 물론 관련 자료를 수집하고 기술 및 창업 노하우를 익혀 실제 창업에 활용할 예정이라고 밝혔다.

취재 박소희 기자

고사리 손 학생들과 함께 한 가슴 따뜻한 시간

자여초등학교 초등학생 제과제빵실습 체험



창원전문대학 제과제빵과(담당교수 정순경)는 지난 8월 17일 자여초등학교 초등학생 18명을 학교로 초대해 제과제빵실에서 함께 쿠키를 만드는 행사를 진행했다. 이번 행사는 맞벌이 부부의 자녀들이

방향 중 가정에 방치되지 않게 마련한 다양한 프로그램의 일환으로 자여초등학교가 요청해 이루어졌다. 창원전문대학 제과제빵과는 그동안 인근지역 고등학교와 연계한 활동은 꾸준히 해왔지만 초등학교 학생을 대상으로 수업을 진행한 것은 이번이 처음이다. 정순경 담당교수를 중심으로 제과제빵과 2학년 학생들은 어린 동생들과 함께 쇼트 브레드 쿠키를 직접 만들며 즐거운 시간을 가졌다. 취재 송여희 명예기자

김상엽 원장 연구소 초대 소장으로 선임

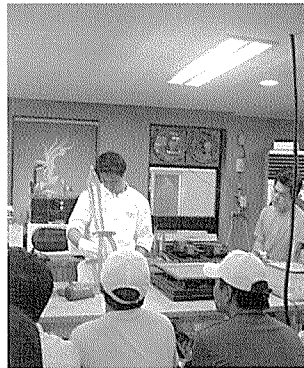
(사)한국관광평가연구원, 제과제빵개발연구소 개설

문화관광부 권한 대행 단체인 (사)한국관광평가연구원에서 제과제빵개발연구소를 개설하고 초대 소장으로 김상엽제과대학원의 김상엽 원장을 선임했다. 김상엽 원장은 50년 동안 제과업계에 공헌하고 지난해 (사)한국관광평가연구원에서 수여한 제과제빵부문 브랜드 대상을 수상한 경력이 인정되어 초대 소장으로 임명됐다.

(사)한국관광평가연구원은 각종 관광 상품을 개발하고 국내 상품의 브랜드화 작업을 담당하고 있는 단체로 제과제빵개발연구소를 설립, 제과제빵분야의 제품 개발은 물론 제과제빵과 관련된 제품이나 인물의 브랜드화, 제과제빵 컨설턴트 양성 프로그램을 운영할 예정이다. (사)한국관광평가연구원 김동승 원장은 "이번 연구소 설립으로 제과제빵 업계 발전에 도움이 될 수 있는 사업을 지속적으로 진행할 예정"이라고 이번 연구소 개설 취지를 밝혔다. 초대 소장으로 선임된 김상엽 원장은 "앞으로 제과업계를 위해 계속 연구하라는 것으로 알고 열심히 노력할 생각이다"고 소감을 전했다. 취재 김영주 기자

정홍연 쉼프 초청, 최신 설탕공예 기법 선보여

정영택공예전문아카데미, 설탕공예 세미나 개최



지난 8월 23일 정영택공예전문아카데미에서 설탕공예 유료 세미나를 개최했다. 이번 세미나에는 일본 리가로열호텔 제과·제빵 치프이자 프랑스 월드페이스트리컵과 미국 월드페이스트리컵 챔피언십 대표 선수였던 정홍연 씨를 강사로 초청해 최신 설탕공예 기술을 이용한 작품을 선보였다. 이번 작품은 설탕공예 분야에서 새롭게 유행하

고 있는 메탈릭한 요소를 최대한 살린 제품으로 새로운 방식으로 만들어낸 수정이나 유니콘볼 등을 만들 수 있는 기법을 소개했다.

이날 세미나가 제과점이 한창 비수기인 시점에 유료 세미나로 개최됐음에도 불구하고 50여 명의 많은 제과인들이 참석해 새로운 작품에 대한 뜨거운 관심을 반영했다. 취재 김영주 기자

지역 문화 축제 홍보 지원 행사

동우대학 호텔제과제빵과 참가

지난 7월 27일부터 8월 15일까지 20일 동안 속초 한화콘도 프라자랜드에서 제1회 속초 호러 영화제가 열렸다. 이 행사는 주간 영화전문지 <씨네21>이 주최하고 동우대학이 후원하는 속초 문화축제로 동우대학 호텔제과제빵과 임원들이 행사 홍보에 나섰다. 동우대학 호텔제과제빵과 임원들은 호러 영화제에 맞게 특별히 제작한 쿠키를 직접 만들어 참가자들에게 무료로 나눠주는 한편 행사기간 동안 호텔제과제빵 학생들이 만든 슈거크라프트, 버터 케이크 등을 전시해 일반 관람객들에게 뜨거운 호응을 얻었다. 동우대학 호텔제과제빵과는 앞으로 지역 문화 축제 홍보에 적극적으로 지원할 예정이다.

취재 박소라 명예기자