

학원가 크리스마스 이벤트 실시

크리스마스 케이크 & 쿠키 만들기

크리스마스를 맞아 학원가에서 참가자들이 직접 참여해 제품을 만들어보는 각종 이벤트가 잇달아 열렸다. 대한제과제빵학원 연신내 점에서는 지난 12월 24일 크리스마스 이벤트에 미리 신청한 사람들과 함께 시간대별로 케이크 데코레이션, 쿠키로 만든 크리스마스 장식을 만들며 즐거운 시간을 가졌다. 빵굽터 제과제빵학원은 12월 23일과 24일 이틀 동안 크리스마스 생크림 케이크, 쿠키 만들기 강좌를 열었다. 이 행사에는 30명이 참가해 자신이 직접 만든 케이크와 쿠키 맛을 보며 예비 제과인으로서의 가능성을 알아보는 시간을 만들었다. 참가자들이 직접 참여할 수 있는 학원가의 크리스마스 케이크, 쿠키 만들기 행사는 해를 거듭할수록 인기를 더해 크리스마스의 새로운 행사로 자리잡아가고 있다. 취재 박소희 기자

가맹비 없이 구매 및 물류시스템 공동 활용

(주)베이크라임 제과재료상 체인화 앞장

부산·경남지역 제과재료 전문 업체 (주)베이크라임이 대구·경북지역으로 사업을 강화하고 본격적인 제과재료상 체인화에 앞장설 계획이다. 이에 앞서 지난 8월 대구에 (주)베이크라임 대구점(대표 오규현)을 오픈하고 부산·대구·창원 등 영남지방 주요 도시를 거점으로 확보했다.

2005년 1월 1일자로 (주)베이크라임 부산점 대표이사로 취임한 김홍중 사장은 "앞으로 군소 제과재료상이 서로 손을 잡지 않으면 경쟁에서 뒤처질 것"이라며 "공동구매를 통해 일정물량이 확보되면 재료 직수입이나 '규모의 경제'를 통해 일반 제과점에 훨씬 저렴한 가격으로 납품할 수 있다"라고 제과재료상 체인화에 대한 자신감을 나타냈다. (주)베이크라임의 상호를 다는 제과재료상은 공동구매와 공동물류시스템을 활용할 수 있고, 기술 세미나 도입 등의 마케팅도 함께 펼치게 된다. 가맹비는 무료. 취재 김미선 기자



친환경 유기농 제품 전시 및 유기농 체험 행사

친환경·유기농 박람회·식품소재 및 첨가물전 2004 개최

(사)한국유기농업협회가 주최하고 유기농농색가게 신시, (주)월드전람, 월간 <식품세계>가 공동 후원하는 '친환경 유기농 박람회'와 '식품소재 및 첨가물전 2004'가 지난 12월 11일부터 13일까지 서울 동안 코엑스 대서양홀에서 동시에 개최됐다. 이번 행사에는 국내외 80개 사가 참여해 친환경 농산물을 비롯 천연 소재를 이용한 가공품, 유기농 가공제품 등 자연 친화적인 다양한 제품들을 선보였다.

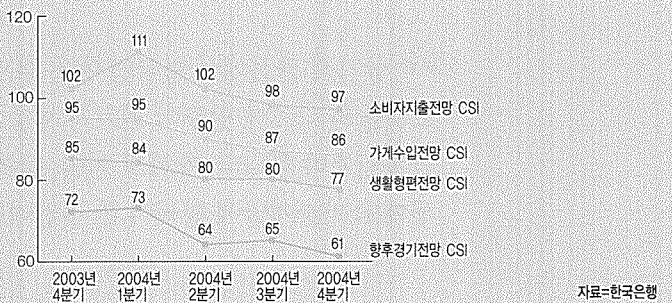
특히 천연감미료, 과자, 발아현미, 천연발효빵, 초콜릿, 과일 첨가물 등 천연 유기 농산물을 재료로 한 유기농 가공품뿐만 아니라 유기농 원료를 이용한 화장품, 의류 등 다양한 제품을 전시해 눈길을 끌었다. 또 반건조 무화과, 청국장을 넣은 쿠키 등 제과·제빵 분야에서 응용 가능한 품목들도 소개됐다.

이번 전시회에서 다채롭게 마련한 부대 행사는 친환경·유기농에 대한 관심이 높아지고 있는 반면 유기농의 의미가 대중들에게 정확히 인식되지 못하는 현실에 주목해 대중 속에 친환경 유기농에 대한 인식의 제고와 저변 확대에 중점을 두었다. 취재 정술이 기자

Prism

지출전망 최저로 떨어져 소비심리 위축 지속

소비자 경기 더욱 악화될 것으로 전망



새해에는 소비자들이 경기가 악화될 것으로 전망하고 지출을 더욱 줄일 것으로 보인다. 한국은행에서 지난 2004년 12월 24일에 발표한 4/4 분기 소비자동향조사(CSI)에서는 앞으로 6개월 동안 경기가 나이지 않을 것으로 예상하며 생활형편이 어려워져 지출을 줄이겠다고 응답한 소비자들이 대부분인 것으로 나타났다.

이번 조사는 지난 전국 30개 도시 2,500가구를 대상으로 파악한 결과로 소비자동향지수(CSI)는 생활형편전망, 가계수입전망, 소비자지출전망, 향후경기전망, 물가수준전망 등의 항목에서 소비자의 응답을 가장 평균해 작성한 지수이다. 기준치를 100으로 보고 100보다 적으면 앞으로 나빠질 것으로 응답한 소비자가 좋아질 것으로 응답한 소비자보다 많다는 것을 의미한다.

6개월 전과 비교해서 현재생활형편 CSI는 전분기와 동일한 67로 소비자들의 생활형편이 나이지 않고 있는 것으로 조사 결과가 나왔고, 생활형편전망 CSI는 77로 전분기(80)에 비해 더욱 낮아짐에 따라 소비자들은 생활형편이 개선되지 않을 것으로 내다봤다. 이러한 결과는 모든 계층에서 고르게 나타났다. 특히 100~200만 원대 소득계층에서 상대적으로 경기가 더 어려워질 것으로 전망했다. 또한 가계수입전망 CSI는 전분기 87에서 86으로, 소비자지출전망 CSI는 98에서 97로 하락함에 따라 소비자들은 수입과 지출이 모두 줄어들어 것으로 전망했다. 특히 소비자지출전망 CSI는 4년 만에 최저를 기록하면서 소비자들의 체감 경기가 갈수록 악화되어 위축된 소비 심리가 살아날 기미를 보이지 않고 있다.

지출에 대한 소비자들의 반응이 더욱 부정적인 것으로 나타나고 경기 전망도 불투명해짐에 따라 당분간 경기에 따른 제과업계의 어려움도 지속될 것으로 보인다.

취재 김영주 기자

헥센하우스 · 파네토네 · 스톨렌 등 크리스마스 고유 상품 자리 잡아

경쟁 심화로 이브 전날까지 매출 상승 기미 없어 초조

'경기가 어려울수록 크리스마스 케이크가 잘 팔린다'는 사실은 업계에서 이미 오래 전부터 속설로 여겨져 왔다. 대부분의 프랜차이즈 업체는 크리스마스 케이크 매출이 지난해에 비해 15~20% 정도 상승할 것으로 예상해왔다. 하지만 올 들어 유난히 따뜻한 겨울 날씨에 연휴를 앞둔 금요일이라는 악재가 '불경기 속설'에 찬물을 끼얹기도 했다. 무엇보다 발렌타인데이나 화이트데이 등 전통적인 제과 특수절마다 매출의 발목을 붙들어 맨 최악의 불경기가 이번 크리스마스에는 과연 어떤 영향을 미칠지 제과업계는 살얼음을 걷는 심정으로 크리스마스를 준비해왔다.

크리스마스가 업계 최고의 특수절이라는 것은 틀림없는 사실이지만 지난 2004년 한해 심각한 매출부진을 경험했던 자영제과점으로서 판매량을 예측하는 데도 상당한 어려움을 겪어야 했다. 게다가 특별 할인이라는 조건까지 내걸었지만 단체주문이 전에 없이 저조한 것도 자영제과점이 크리스마스 경기를 어렵게 보는 요인이 됐다. 24일 전날까지 별다른 매출 상승 기미가 보이지 않 있다는 점도 걸림돌로 작용했다.

커피전문점, 편의점 등 케이크 예약 판매

크리스마스 케이크 시장은 더 이상 제과점만의 '파이'가 아니었다. 유명 커피전문점 스타벅스는 12월에 들어서자마자 크리스마스 케이크의 예약 판매를 알리는 포스터를 전국 100여 개의 매장에 동시에 게시했다. (주)조선호텔 베이커리에서 납품한 크리스마스 케이크는 신세대 취향에 맞춘 심플한 데코레이션으로 기대 이상의 예약 성과를 이끌어냈다.

아이스크림 전문점 '배스킨라빈스'도 크리스마스 기획 케이크를 출시했다. 아이스크림이 사계절 상품으로 자리잡으면서 배스킨라빈스의 아이스크림 케이크는 크리스마스 시장에서 괄목할만한 성장을 보였다. 이 업체는 올해부터 매장 외부에 모형 케이크를 전시해두고 케이크 구매고객에게 루돌프 머리띠를 증정하는 등 고객 관심 끌기에 전력을 기울였다. 국내 도넛시장의 90% 이상을 점유하고 있는 던킨도너츠는 '크리스마스 브라우니케이크 4종'을 출시하고 24일과 25일 이틀간 4만여 개를 한정 판매하고 케이크 주 구매층인 사로잡기 위해 고민형을 증명했다.

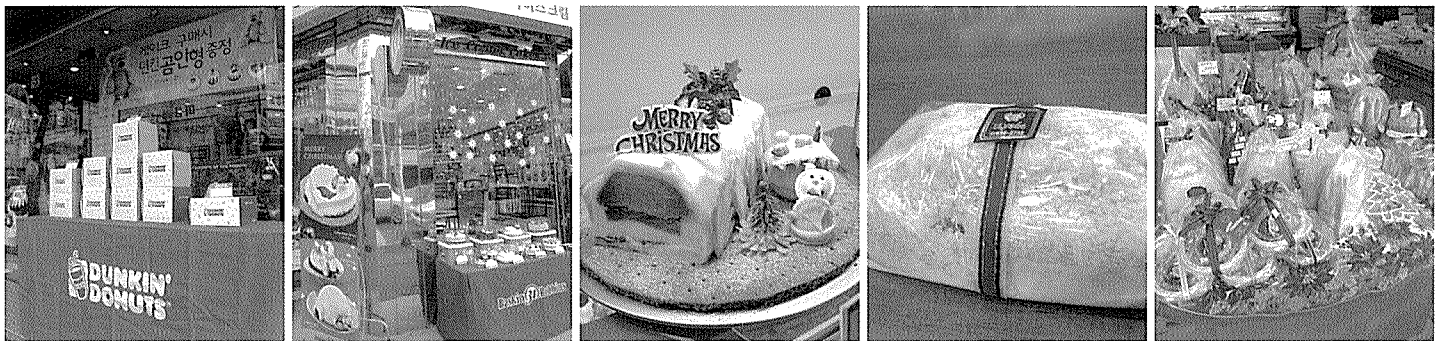
자영제과점, 전문가 색깔 입힌 제품 자리 잡아

자영제과점들은 기술인 특성을 잘 살려 크리스마스를 준비했다. 헥센하우스는 이제 크리스마스만 되면 제과점마다 빼놓지 않고 준비하는 대표 제품으로 자리잡았고, 파네토네 · 스톨렌 · 콜롬바 등의 크리스마스 정통 빵을 내놓은 제과점도 눈에 띄었다. 서울 노원구에 있는 엘리제 과자점은 제품 구매가 쉽도록 반으로 재단해 판매하거나 리본을 돌려 선물가치를 높이면서 크리스마스 분위기를 한껏 살려서 자칫 투박해 보일 수 있는 제품에 파티의 이미지를 입혔다.

기존 제품에 크리스마스용 장식물만 얹는 케이크가 대부분이었지만, 눈사람 · 트리 · 종 등 크리스마스 분위기를 살리는 케이크 틀을 활용한 제품도 인기를 끌었다. 또 크리스마스용 케이크 '뷔슈'가 제과점 쇼케이스를 화려하게 장식했다.

초록색과 빨간색 등 크리스마스 전용 포장재로 크기별로 묶은 쿠키 선물세트도 주머니 가벼운 서민들을 위한 실속 있는 선물세트도 자리 잡았다.

취재_김미선 기자



독일 뒤셀도르프에서 4월 21일부터 27일까지 개최

포장 · 제과기술 전시회 '인터팩 2005'

세계 최대 규모의 포장 및 제과기계 전문 박람회 '인터팩(interpack)'이 2005년 4월 21일부터 27일까지 7일 동안 독일 뒤셀도르프 박람회장에서 개최된다. 특히 이번 인터팩은 역대 최대 규모로 개최돼 포장 기술 · 기계 및 제과기계분야에서 세계적인 국제 박람회로 입지를 굳힐게 될 전망이다.

인터팩 홍보를 위해 한국을 찾은 독일 뒤셀도르프 박람회 도른샤이트(Mr. Dornscheidt) 회장은 "2004년 초 등록을 마감한 결과 뒤셀도르프 박람회장의 모든 전시관이 완전히 예약을 마쳤다"며, "과자류 및 장기 보존이 가능한 제과제빵류의 포장 신기술에 인터팩의 강점이 있다"고 한국 포장 관계자들의 전시회 참관을 기대했다. 전시장은 엄격한 기준에 따라 선정된 포장기계, 포장재, 제과기계 등 다양한 분야의 첨단 기술과 제품으로 채워져 포장의 시작부터 최종 단계까지 모든 공정을 다룬다. 세계 4대 포장 선진국에 해당하는 독일에서 열리는 인터팩은 3년마다 한번 씩 개최된다. 지난 2002년 대회의 경우 103개 국에서 17만 4천 명이 관람했고 51개국 2천500개 업체가 전시에 참가했다. 취재_김미선 기자

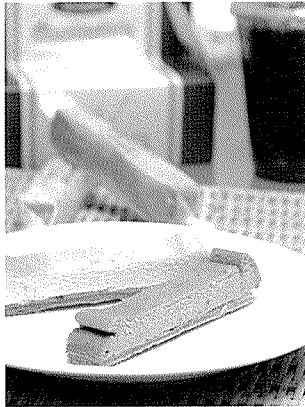
로드숍 제1호점 오픈

테이크 아웃 실시한 치즈 케이크 전문점 '티오 글라톤'

스위트밀 주식회사에서 운영하는 테이크 아웃 치즈 케이크 전문점 '티오 글라톤'이 지난해 12월 말 동부이촌동에 로드숍 제1호점을 오픈했다. 백화점 식품매장을 위주로 사업을 전개한 스위트밀 주식회사는 동부이촌동점 오픈을 시작으로 본격적인 프랜차이즈 사업을 전개할 것이라고 밝혔다.

스틱형 날개 포장 치즈 케이크로 인기를 얻고 있는 '티오 글라톤'은 신

세대 감각에 맞는 세련된 포장과 맛으로 인기를 얻고 있는 선진국형 테이크 아웃 치즈 케이크 전문점이다. 취재_박소희 기자



이주호 신임 사장 취임 및 상호 변경

중앙제과기계 확장 이전

중앙제과기계는 경기도 김포시로 확장 이전하고 이주호 전무가 신임 사장으로 취임했다. 중앙제과기계는 이주호 사장 취임과 함께 회사 이전을 계기로 옥천제과로 사용하던 상호를 소비자들의 인지도가 높은 중앙제과기계로 다시 변경하고 제품 브랜드를 더욱 강화하기로 했다. 이주호 신임 사장은 "제과발전엔 이바지 할 수 있는 좋은 기계를 만들 수 있도록 최선을 다할 예정"이라고 취임 포부를 밝혔다.

취재_김영주 기자



한국 하겐다즈(주) 대학로점 오픈

국내 최대 규모 카페형 아이스크림 전문점

한국하겐다즈(주)는 지난 12월 7일 대학로에 국내 최대 규모인 아이스크림 전문점을 오픈했다. 대학로점은 각종 아이스크림 디저트와 베이커리, 칵테일을 즐길 수 있는 카페형 아이스크림 전문점으로 80여 평 4층 건물로 국내 최대 규모를 자랑한다.

한국하겐다즈(주)는 이번 오픈을 기념해 공연예술문화의 중심지인 대학로의 특성을 잘 살려 뮤지컬 퍼레이드나 프로포즈 콘서트 등 다양한 문화예술 마케팅을 펼쳤다. 한국하겐다즈(주) 한중을 대표하는 "하겐다즈 대학로점은 고급 디저트 문화가 발달한 파리, 런던 등 세계적인 도시에 있는 하겐다즈 카페 중에서도 가장 고급스러운 메뉴와 인테리어를 갖춘 곳"이라며 "대학로점 오픈은 1980년대 이후 시작된 아이스크림 전문점 시대를 넘어서 고급 아이스크림 디저트 문화 시대로 진입한 것"이라고 의미를 밝혔다. 아이스크림을 디저트로 선보인다는 독특한 컨셉으로 문을 열었던 하겐다즈 카페는 지난해 3월 1호점 압구정점을 시작으로 적극적인 마케팅을 펼쳐 아이스크림 시장의 뜨거운 바람을 불러일으키고 있다. 취재_김영주 기자

Prism

LG경제연구소, 매출 급등 미국 사례 들어

웰빙 영향으로 샌드위치 시장 성장 예상



미국에서는 최근 몇 년 새 샌드위치 체인점이 급성장했다. 이는 미국의 젊은 직장인들이 빠르고 신선한 점심을 선호하는 경향이 점차 가속화되기 때문인 것으로 분석되고 있다. 샌드위치 시장의 성장에는 웰빙 바람을 타고 패스트푸드의 인기가 빠르게 식고 있는 점도 작용했다.

지난해 미국 내 샌드위치 매출은 1천50억 달러(약 111조 원)에 달한다. 우리나라에서도 체인사업을 진행 중인 '퀴즈노스 서브(Quiznos Sub)'는 지난해 매출액이 8억1천800만 달러로 전년에 비해 33%

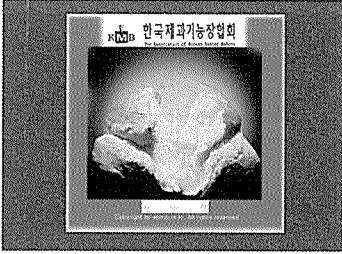
나 증가하는 기록을 세웠다. 미국 내에서만 1만8천여 개의 점포를 갖고 있는 대형 샌드위치 체인점 '서브웨이(Subway)'는 지난해 매출이 전년에 비해 10% 증가한 57억 달러를 기록했다. 서브웨이의 경우 우리나라에서도 웰빙 바람을 타고 점포수가 85개나 달하는 등 지난 한해 선전을 보였다.

샌드위치 시장의 급성장은 미국 사회에서 저(低) 탄수화물 열풍이 사라지면서 탄수화물 섭취를 완전히 끊는 대신 줄이는 것으로 방향을 전환했기 때문인 것으로 분석된다. 또 건강을 해치지 않으면서 갖고 다니기 편할 뿐 아니라 시간은 없고 현금은 많은 현대사회에 알맞은 음식이 바로 샌드위치라는 점과 빵과 상추, 토마토 등 보관하기 까다로운 재료를 늘 신선한 상태로 보관할 수 있는 냉장 시스템의 보완도 샌드위치 시장 성장에 한몫했다.

LG경제연구소는 '2005년 히트상품 대예측'이라는 보고서를 통해 지난 한해 화두였던 '웰빙'이 내년부터 세분화될 것으로 전망하면서 경기불황 국면에서도 '웰빙' 열풍이 잦아들지 않았던 미국이나 일본의 사례가 한국에서도 마찬가지로 나타날 것이라는 분석을 내놓았다. 즉, 2004년 미국시장에서 건강바람을 타고 샌드위치 시장이 급성장했듯 우리나라 제과시장에서도 샌드위치의 영역이 좀 더 다양화되고 커질 것이라는 분석이다. 게다가 우리나라 젊은 층의 입맛이 빠르게 서구화되고 있다는 점도 샌드위치 시장의 성장을 점치는 요소로 작용하고 있다.

취재_김미선 기자

온라인화 더 이상 미룰 수 없는 대세 판단 제과관련 업체 · 모임 홈페이지 개설 잇따라



제과업계에 인터넷 홈페이지 개설이 빠른 속도로 증가하고 있다. 예전에는 주로 제과 기계업체나 재료업체로 국한되던 홈페이지 개설문제가 제과인 모임이나 쇼핑몰 구축 등으로 영역이 확대되고 있는 것.

제과업계는 다른 업종에 비해 정보화가 다소 뒤처지는 경향을 보였으나, 앞으로 영업이나 활동을 위해 온라인화는 더 이상 미룰 수 없는 대세라고 판단한 것으로 보인다.

제과관련 업체의 홈페이지를 주로 개설해주는 베이커리넷에 따르면 홈페이지 제작을 의뢰하는 주문 건수는 지난 연말 들어 평소보다 50% 이상 늘었다고. 베이커리넷 이재홍 사장은 "홈페이지는 이제 사업이나 모임을 위해 기본으로 통한다"며 "제과업계도 사회의 이런 대세를 따라갈 수밖에 없을 것"이라고 업계 홈페이지 개설 증가에 대한 의견을 밝혔다. 홈페이지를 개설하려는 문의뿐 아니라 기존 홈페이지에 새 메뉴나 콘텐츠를 추가해 디자인을 새롭게 하는 리뉴얼 작업도 줄을 잇고 있다.

중앙제과기계(www.jungangbm.co.kr), 영송기계공업(www.yongsong.co.kr), 미래쇼케이스 등 지난 12월 한 달 만에 홈페이지를 개설한 제과기계업체가 3곳이나 된다. 기계업체들이 뒤늦게나마 홈페이지 개설에 열을 올리는 데는 온라인을 통한 제품 견적 의뢰나 신제품 정보를 요구하는 제과인이 그만큼 많아졌다는 것을 뜻한다. 불경기로 인한 매출 하락도 업체들이 온라인이라는 새로운 방식의 영업에 눈을 돌리게 하는 계기가 됐다.

제과인 모임도 속속 홈페이지 개편에 나서고 있다. 한국제과기능장협회(www.akmb.or.kr)는 홈페이지를 개편하고 협회 회원뿐 아니라 일반 제과인들이 새로운 기술에 대한 소식을 가장 빨리 접할 수 있는 정보의 창으로 활용할 계획이다. 한국제과기술경영아카데미 수료생 모임인 한국제과기술경영연구회(www.kobam.co.kr)는 그동안 활동의 주 무대였던 온라인카페를 지난 12월 홈페이지로 발전시켰다. 취재 김미선 기자

달콤한 맛의 100% 수제파이 고급 재료 사용한 파이 전문점 인기



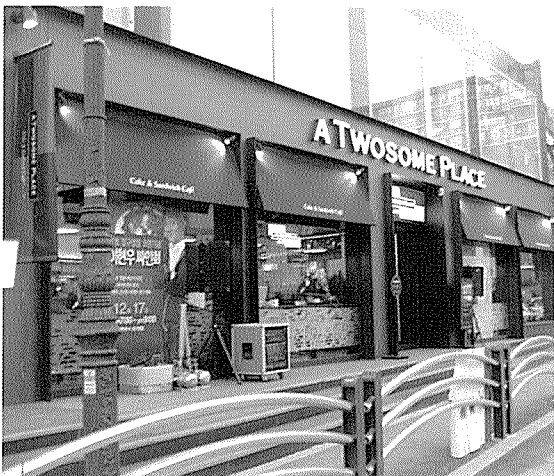
파이가 요즘 서울의 몇몇 전문점에서 불티나게 팔리고 있다. 이들 전문점은 유기농 파이, 아메리칸 파이 등 각자 차별화된 전략을 구사하면서도 최고 재료를 사용해 정성스럽게 만드는 100% 수제파이라는 공통점이 있다.

유기농 파이 전문점 블루리본은 아토피를 앓고 있는 자녀를 둔 주부 김희연, 조진현, 김현주 씨가 함께 운영하는 곳으로 아이들이 안심하고 먹을 수 있는 간식을 직접 만들기 위해 의기투합했다. 100% 우리밀에 유정란, 제주도 청정지역 우유, 유기농 과일, 뉴질랜드 버터 등 까다롭게 고른 유기농 제품만을 사용하고 당도는 무농약 쌀 조정을 사용해 건강에 이롭다.

아메리칸 파이 전문점 더 루씨파이 키친은 동경제과학교, 프랑스 르 꼬르동 블루를 졸업한 최윤희 씨가 미국의 유명 파이 가게를 돌며 맛본 정통 파이 맛을 우리 입맛에 맞춰 만든 파이 전문점이다. 초콜릿 푸딩파이, 애플파이, 키슈 등 다양한 파이와 독특한 맛으로 향장 인기몰이 중이다.

장진경, 김이경 씨 부부가 운영하는 호두파이 전문점 삼순이는 호두파이를 유난히 좋아하는 김이경 씨가 맛있는 파이를 맛보기 위해 직접 만들기 시작했다가 그 맛을 본 주변 사람들의 인기에 힘입어 아예 가게를 차린 케이스. 설탕이나 광택제를 쓰지 않고 가정용 오븐에 2시간 동안 구워 만든 호두파이는 캘리포니아산 호두를 통째로 넣어 한입 베어 물면 호두 씹히는 맛이 일품이다.

개성을 살린 특별한 제품으로 영양 많고 맛도 좋은 고품질 파이를 찾는 고객이 늘어 고급 수제 파이 전문점 인기가 날이 갈수록 더해가고 있다. 취재 박소희 기자



정통 유럽풍 카페문화 선도

투썸플레이스 4호 압구정점 오픈

CJ 베이커리 사업부는 12월 17일 유행의 거리 압구정동에 투썸플레이스 4호점을 오픈했다. 유럽적 향취와 자연의 휴식공간을 지향하고 각종 케이크와 샌드위치, 빵 등을 구비한 유럽풍 케이크 & 샌드위치 카페로서 인기를 끌고 있는 투썸플레이스는 지난 10월 오피스의 중심가 여의도에 3호점을 오픈한데 이어 각종 트렌드가 시작되는 압구정동에 문을 열면서 기존의 커피 중심의 카페와 완전히 차별화된 투썸플레이스만의 새로운 카페문화를 선도하고 있다.

이날 투썸플레이스 압구정점은 CJ 베이커리 전속모델인 가수 이현우 사인회 및 시식행사, 다이어리와 머그잔, 무료 쿠폰 등을 증정하는 등 개점 기념행사를 개최해 60여 평 매장 안팎의 손님들로 가득 차 순조로운 출발을 보였다.

젊은층을 대상으로 다양한 외식업체가 성업을 이루고 있는 압구정동은 투썸플레이스의 입점으로 고객 선점을 위한 업체들의 치열한 각축전이 벌어질 것으로 예상된다. 취재 정술이 기자