



有望한 食品市場... 유럽

— 코펜하겐 國際食品博覽會를 둘러보고 —



林
勝
男

△ 롯데製菓企劃管理部長 ▽

과자類는 伊製品 판쳐

이번에 유럽을 여행하게 된 수북적인 코펜하겐에서 열린 금년도 국제 식품 박람회(이하)에 참석하고 현지식품시장 현황과 각종 식품의 제조 공정을 살피기 위한 것이었다.

또한 롯데가 금년에 4백만 달러의 對美 수출 계약을 체결한 것을 계기로 해외 시장의 다변화를 꾀하고 아울러 歐洲지역에의 기업 진출 가능성을 타진하자는 것도 기대의 한가지였다.

따라서 이 박람회에 참석한 8개국의 25개 식품 공장과 21개 수퍼체인들을 둘러보았다. 국제식품박람회에 출품된 식품들은 주로 歐洲지역 국가들의 제품이었는데 품종 수는 肉加工品이 제일 많았다.

그 다음이 乳加工品, 酒類, 菓子類 등의 順으로 나타났다.

이것은 歐洲지역의 식품 소비패턴이 東洋과는 전혀 다르다는 점을 실감케 하는 것인데 치즈는 1백여종이 넘었으며 菓子類 중에서는 초콜릿이 가장 다양한 품종을 과시하고 있었다.

市場규모 美와 맞먹어

특히 이번에 방문한 25개 공장과 21개 수퍼체인에서 느낀 것은 유럽이 한市場이어서 각 국가와 같은 販賣루트가 형성되어 있다는 것이다.

롯데製菓 林勝男 企劃管理部長은 지난 3월 1일부터 1개월간 유럽 8개국의 식품업계 현황을 살피고 돌아왔다. 그는 코펜하겐에서 열린 금년도 국제 식품 박람회도 살피고 왔는데 국내 식품업계가 해외에 적극적인 기업 진출을 시도할 경우 상당한 성과를 거둘 수 있을 것으로 내다보고 있다. <編輯者註>

따라서 이곳에 우리나라 기업이 진출한다면 그 시장규모는 美國에 뒤지지 않을 것이므로 상당한 의회획득이 가능할 것으로 보인다.

EEC지역의 製菓시장은 이탈리아가 석권하다시피 하여 가는 곳마다 이탈리아製 과자가 눈에 띄었는데 품질은 우리 제품과 거의 맞먹는 것으로 판단되어 국내제과업계의 對歐洲진출 전망이 밝다는 확신을 가질 수 있었다.

유럽가정에서 소비하는 식품의 대부분이 1차 가공품이기 때문에 그곳 식품 공업의 발전상은 말로 표현할 수가 없을 정도였다.

유럽의 식품 공장들은 모두 완전자동화가 이루어져 있었다. 그런데도 에너지 절약 운동이 가는 곳마다 철저하게 이뤄지고 있는 데는 탄복했다.

예를 들면 사람 없이 기계만이 가동되고 있는 현장은 모든전등이 꺼져 있었다.

함부르크의 세계적 코코아 원료 처리 공장은 연간 2만톤의 코코아 버터를 생산하고 있는 대규모 시설을 갖추고 있는데도 종업원은 1백 명만이 붙어 일하고 있었다.

이같은 시설이 자동화되어있는 것은 歐洲식품공업의 수준을 그대로 나타내고 있는 것 같아 감명 깊었다.

生産시설 모두 自動化

롯데七星의 사이다 향료 수입원인 암스테르담의 나르텐 향료회사를 방문하여 연구실장 야만씨와 함께 시간을 보낸 일이 있다.

그와 함께 있는 동안 유럽인들의 잦은 기호 동향과 음료소스에 관한 토론을 벌여 많은 점을 배울수 있었다.

더우기 코카콜라, 등 外國자본계열의 음료들이 歐洲시장에서 활개를 치지 못한다는 사실은 무언가 歐洲人의 생태를 읽게 해주는 것 같았다.

세계 밀크 초콜렛의 본산지인 스위스에 틀러 3일간 머물렀다.

체류기간내내 눈이 내려보고 싶은 마타호른 山의 모습을 보지 못하게 된 것이 아쉬운 여운으로 남아 있다.

그곳에서 스위스 초콜렛의 거장이며 日本 롯데 초콜렛을 세계적 제품으로 탄생 시킨 막스·브라크씨를 만났다. 그의 안내로 세계적으로 유명한 베스르 초콜렛의 설비메이커인 뷰러社를 방문하여 새로운 초콜렛 제조 기술에 관한 토론을 벌였는데 同社는 획기적인 기술 개발을 이미 추진하고 있었다.

韓國製品도 競争가능

이번 歐洲여행에서 나는 식품 공업에 관련한 우리의 기술과 능력, 그리고 제품 수준이 선진제국에 못지 않다는 확신을 갖게 되었다.

이번여행에서 느낀 것은 우리업체도 세계로 눈을 돌려 과감한 기업 진출을 시도할 경우 세계적인 식품공업국으로 명성을 떨칠 날이 멀지 않다는 것이다.