



댁아주는 게 아니냐는 것이다. 특히 패스트 푸드 등 외식업체들의 기술도입이 제조기술 자체에 중심을 두지 않고 상표권 사용에 더욱 무게를 두고 있는 현실은 이러한 우려를 뒷받침한다. 또한 국내 제휴업체가 자신들의 요구에 부합하지 않고 국내 업체에 의해 브랜드 이미지가 구축되었다고 판단했을 경우 그들은 독자적인 사업망을 갖추고 국내 시장에 진출한다. 이렇듯 '손 안대고 코 푸는' 모습은 이미 현실화되고 있다. 그렇다면 베이커리 업계에 대해서는 어떤 평가를 내릴 수 있을까.

베이커리 업계는 80년대 후반부터 외국 자본과 손을 잡았다. 크라운 베이커리 등 일부 업체를 제외한 대부분의 업체들이 외국기술을 도입하고 있다. 이를 두고 업계의 대체적인 평가는 기술도입의 원래 취지가 가까이 가 있다는 데로 모아진다. 업계 관계자들은 오래 전부터 국내에서 베이커리

# 기술도입, 되로 주고 말로 받자

## 베이커리업계 기술도입 실태와 방향

오랜 산고 끝에 세상으로 나온 WTO(세계무역기구)체제는 세계 경제 지도를 바꾸어 놓았다. 국가 사이의 경계를 나타내는 굵은 선은 가늘거나 희미한 선으로 대체됐다. 굵은 선이 상징했던 무역장벽이 허물어지고 그 위로 자유무역의 물결이 넘나든다.

WTO체제 아래서 자국의 산업을 보호하기 위한 조치들은 불공정행위로 간주되어 해당 국가는 WTO에 제소된다. 이에 따라 정부는 불필요한 분쟁의 씨앗을 제거하고자 각종 행정규제를 완화하고 있다. 기술도입과 관련한 자유화 조치는 대표적인 예이다.

정부는 도입기술 규모에 따라 정부신고 수리분(계약기간 1년 이상, 착수금 5만불 이상, 경상기술로 순매출액의 3% 이상인 경우)과 그외 감류외국환은행의 은행인증분으로 나누어 신고제도를 실시해온 것을

지난해 3월부터 은행인증을 폐지했고 이어 올 4월부터는 방위산업, 반도체 등 조세 감면을 받고자 하는 경우를 제외한 모든 기술도입의 정부신고를 폐지했다.

### 브랜드로 손안대고 코푸는 외국자본

이제 국내 업체들은 정부의 눈치를 보지 않고도 외국기술을 자유롭게 들여올 수 있게 됐다. 지난해 기술도입건수가 총 430건(정부신고분에 한함)으로 93년에 비해 22.5% 상승한 것만 봐도 자유화 체감지수를 느낄 수 있다.

한편 기술도입의 증가를 두고 우려의 목소리도 높다. 기술도입을 통해 국내 기술수준을 짧은 기간 안에 국제적인 수준으로 끌어올린다는 긍정적인 측면을 부정하지 않지만 자칫 해외자본의 활로를 우리 손으로

사업이 시작되어 어느 정도의 자생력이 있으며 소비자들의 외국 브랜드에 대한 인식이 미미하다는 데 그 이유를 찾는다.

### 베이커리업계 기술이전 조건은 양호한 편

베이커리 업계의 기술도입은 기술제휴와 합작 형태로 나뉜다. 기술도입은 89년 뉴욕제과를 선두로 썬메리, 신라명과, 파리크라상 그리고 최근에는 롯데백화점으로 이어졌다. 기술도입 조건을 살펴보면 계약기간은 3~5년으로 나타났고 기술대가로 순매출액의 3~4%를 지급하고 있는 것으로 나타났다.(표 1 참조)

파리크라상은 상대적으로 높은 기술대가를 지급하고 있는데 이는 제조기술 뿐만 아니라 점포운영 전반에 관한 노하우를 이전받기 때문인 것으로 보인다. 한편 기술제공

자는 프랑스가 단연 으뜸으로 많은데 이는 프랑스가 빵문화에서 가장 앞서 있음을 반영한다. 패스트푸드 업체가 주로 미국에 의존하고 있는 것과 대비되는 모습이다.

제휴 브랜드는 고급화를 지향하며 서울 강남권, 백화점 등에 매장을 두고 고급 수요층을 겨냥하고 있다. 점포당 매출은 어느 정도 올라 있으나 수요층의 한계에 부딪혀 있어 점포망 확대의 '기지개'를 펼치는 미지수다. 매출이 일정 수준에 올랐다고는 하나 한정된 수요층에 대한 고가 제품의 판매로 이루어진 것이어서 전반적인 붐은 조성되지 않았다는 판단 때문이다. 더욱이 고급

활발한 사업을 펼치고 있는데 현재 논현동 본점 등 10곳에 매장을 두고 있고 올해 안에 2개를 더 늘릴 계획이다. 박희환 과장은 "시식행사를 지속적으로 전개해 소비자에게 맞는 맛을 개발하는 데 노력할 것"이라고 말해 제품의 맛에 대해 고심하고 있음을 엿보게 했다. 맛의 정착 여부가 사업의 확대 및 성공에 가장 중요한 요소라는 것이다. 크라운 베이커리의 최성식 과장도 "이질적인 문화에 의한 맛의 차이가 외국기술 도입을 주저하게 되는 중요한 이유"라고 말했다.

비교적 업계에 잘 알려지지 않은 업체가 삼부제과다. 이 회사는 삼립G·F의 계열

라는 브랜드명으로 현재 대림동 썬메리제과 등 5곳에 매장을 두고 있는데 올해 안에 3곳을 더 오픈할 계획이다. 강천규 부장은 "직영 위주로 사업을 전개할 방침인데 이는 기존 업체 가맹점들의 규모와 수준이 점점 떨어지고 있어 가맹점에 대한 소비자들의 인식이 나빠지고 있기 때문"이라고 말했다.

### 외국기술의 한국화가 중요

국내업체들은 제휴 및 합작 외국업체들이 빵 및 양과자류의 기술 제공은 물론 국내 기술자들의 현지 연수 및 본사 기술자 파견 등 기술이전에 성의를 보이고 있는 것으로 평

무역자유화의 바람이 거세다. 국내 기업이 외국과 기술제휴 및 합작하는 건수가 늘고 있다.

이미 80년대 말부터 외국자본과 손을 잡은 베이커리 업계는 요즘 불고 있는 바람에 대해 특별한 느낌이 없을 수도 있다. 그러나 외국 자본에겐 특별한 의미로 다가온다. 예전과 달리 이제는 확실한 틈만 보이면 어떤 시장이라도 기술과 노하우의 불도저로 밀어 붙일 수 있기 때문이다.

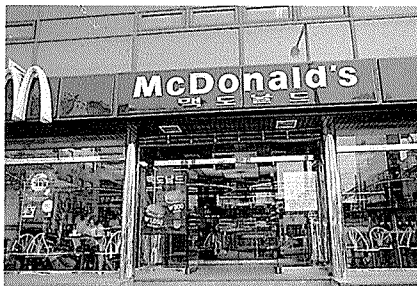
화를 위한 1점포 1공장 시스템이 상당한 투자 비용을 요구하고 있는 실정에서 설블리 점포수를 늘리기에 무리수가 따른다. 한편 업계 일각에서는 점포망 확대보다는 기술이전에 더욱 무게를 둔 현실적인 계산 때문이라는 분석도 나오고 있다.

합작 형태로 외국자본과 손을 잡은 업체는 고려당, 삼립G·F, 썬메리제과 등 3곳이다.(표 2 참조) 이들은 49~51%의 지분을 갖고 외국자본과 합작회사를 차리고 경영 수익을 공유한다. 양쪽은 기술이전은 물론 경영 전반에 관한 의견을 나누며 의사결정에 참여한다. 이를 통해 국내 업체들은 외국의 선진 기술 및 마케팅 기법을 수월하게 수혈 받을 수 있고 외국자본은 국내시장 진출의 위험 부담을 줄일 수 있다.

가장 먼저 외국과 합작한 회사는 브랑제리 드 베에르 고려당이다. 이 회사는 비교적



브랜드이미지가 구축되면 외국자본은 독자적으로 진출한다



외국기술을 우리 상황에 맞게 빨리 정착시키는 게 중요하다

회사로서 제과점업을 목표로 일본 후지베이커리와 합작으로 설립됐다. '에피아르'

가하고 있다. 그러나 "외국 기술을 우리 상황에 맞게 얼마나 빨리 적용하여 정착시키는 게 매우 중요하다"고 파리크라상 김문찬 과장은 말한다. 외국 기술로 제품이 고급화는 되겠지만 소비자의 보수적인 입맛에 맞지 않는다면 사업의 성공은 보장 받기 힘들기 때문이라는 것이다. 소비자의 입맛을 '혁명'적으로 바꾼다기보다는 점진적으로 '개혁'한다는 개념이 필요하다는 얘기도.

이러한 개념에 충실하면서 제품을 고급화하고, 이것이 분수효과처럼 아래로 기존의 제품들에 영향을 끼치도록함으로써 전체적인 제품의 '진보'를 이루어야 할 것이라고 업계 관계자들은 보고 있다. 이는 시장의 확대뿐만 아니라 "곧 닥칠 외국자본의 직접 진출에도 경쟁 우위를 점유할 수 있기" 때문이다. [2]

(글/손인수)

<표1> 베이커리업계 기술제휴 현황

기술도입자	기술제공자	계약기간	신고수리일	계약제품	착수금	경상기술료	점포수
뉴욕제과	프랑스 루시앙 뿔띠에	5년	89.2.10	양과자류, 프랑스풍 요리	50만프랑	3%	2
썬메리제과	일본 (주)Sun-Merry	5년	91.11.19	빵 및 양과자		1%	
신리명파	프랑스 에디아트	3년	93.2.1	빵, 초콜릿		총매출액의 3%	3
파리크라상	프랑스 르노뜨르	5년	94.	빵, 과자류 등의 제조기술 및 점포운영 전반에 관한 노하우		4~4.5%	1
롯데백화점	프랑스 포송		95.3			4%	1

<표2> 베이커리업계 외국합작 현황

합작회사명	국내회사	외국회사	투자액(천불)	비율(%)	등록일	사업명	점포수
브랑제리 드 베에르 고려당	고려당	프랑스 브랑제리 드 베에르	125	49	88.9.14	바게트, 패이스트리 등 제조	10
삼부제과(브랜드:에피아르)	삼립 G.F	일본 후지베이커리	691	50	89.10.10	제과점업	5
썬메리제과	썬메리제과	일본 Sun-Merry	686	51	91.7.26	빵제조, 제과점업	9