

유럽의 크리스마스

일손 부족 해결 위한 프리믹스 개발 활발

크리스마스 시즌은 제과인들의 창의적인 재능을 발휘할 수 있는 절호의 기회. 평소 건강에 관심이 높아 저지방 식품들을 선호하던 소비자들도 크리스마스만큼은 그런 걱정을 잠시 접어두고 과일과 초콜릿, 너트류가 풍부한 케이크류를 마음껏 즐긴다. 유럽의 제과업체는 이미 여름부터 노엘 케이크나 과일 케이크, 데커레이션 쿠키 등의 크리스마스 상품에 주목해왔다.



▲ 브리티쉬 베이클의 믹스를 이용한 제품들 (사진: 유러피언 베이커)

질 높은 프리믹스로 일손 부족 극복

크리스마스 시즌에는 매출이 급격히 상승한다. 그러나 동시에 그만큼 일손이 부족하기 마련이다. 유럽의 제과재료회사들은 이런 점에 착안해 바쁜 시즌 동안 손쉽게 제품을 만들 수 있는 다양한 편의상품들을 개발해왔다.

유럽은 전통적으로 크리스마스 때가 되면 가정에서 직접 케이크를 만들어 먹는다. 이에 못지 않게 제과점에서의 케이크 수요도 평소보다 급증하게 된다. 영국의 재료회사인 브리티쉬 베이클(British Bakels)사는 간편하게 만들 수 있는 후르츠 케이크 믹스를 선보이고 있다. 이 믹스는 물과 건조된 과일만을 첨가하면 손쉽게 과일 케이크를 만들 수 있다. 물과 건조된 과일 이외에 액상 카라멜과 럼주를 더하게 되면 더욱 훌륭한 케이크를 만들 수 있다.

케이크 믹스 이외에도 간편하게 토핑을 할 수 있는 '페티니스'라는 제품도 큰 인기를 끌고 있다. 페티니스는 부드럽고 잘 굳지 않아 쉽게 아이싱을 할 수 있는 제품이다. 한 재료 업체의 관계자는 이런 종류의 프리믹스 제품은 누구나 쉽게 사용할 수 있을 뿐 아니라 질적으로도 우수하고 시간을 절약해주는 장점을 갖고 있다고 말하고 있다.

다양한 향료와 파티 제품

크리스마스 분위기를 살리기 위해 유럽인들은 독특한 향이 나는 재료들을 사용한다. 설탕과 밀가루, 코코넛을 섞은 슬라이스 믹스에 민스민트와 계란을 첨가하게 되면 촉촉하고 향이 좋은 제품을 만들 수 있다. 민스민트가 없을 경우는 촉촉한 건포도와 럼주의 향을 이용하기도 한다. 다양한 색상의 초콜릿은 제품의 품격을 높여주

는 재료 중의 하나. 초콜릿은 간단하게 녹여 다양한 크기와 모양의 몰드에 붓기만 하면 된다. 얇은 몰드를 사용하면 코팅도 가능하다.

한편 미국의 프리믹스 회사 던 푸드(Dawn Food)사에서 발간하는 크리스마스 제품 레시피는 오렌지 크래커를 비롯한 다양한 크리스마스 제품에 대한 정보를 제공하고 있다. 이 레시피는 다양한 제품을 원하는 소비자의 기호에 맞게 질과 가격면에서 만족을 줄 수 있는 제품들을 선보이고 있다.

유럽의 크리스마스에서는 파티를 빼놓을 수 없다. 미니 블리니스는 파티에 적합한 제품이다. 메밀을 이용한 반죽으로 만든 블리니스는 생크림 위에 훈제연어나 안초비 등의 토핑을 올려 완성한다. 예쁜 장식이 있는 천을 깐 쟁반위에 담겨진 미니 블리니스는 크리스마스 분위기를 살려주는 대표적인 유럽의 크리스마스 제품으로 자리 잡고 있다.



▲ 미니 블리니스 (사진: 유러피언 베이커)

'97 동일본양과자작품전 개최

창립45주년 기념, 다양한 부대행사도 눈길



▲ 사진은 '96 동일본양과자 작품전 전경.

제 18회 '97 동일본양과자작품전이 지난 10월 14일부터 16일까지 3일간 동경 하마 마쓰쥬에 있는 동경도립산업무역센터에서 개최됐다.

이번 작품전은 일본양과자협회연합회 창립45주년을 기념하여 제4회 전국양과자 기술콘테스트와 동시에 전시되는 등 예년에 비해 큰 규모로 개최되었다.

미국, 아침식사 최고 인기 '베이글' 비만 예방 건강식으로 크게 부각

미국인들의 아침식단이 최근 몇 년 새 크게 바뀌고 있어 관심을 모으고 있다.

미국의 한 조사기관에 따르면 8가지 아침식사 중 크게 증가한 품목은 베이글과 팝타르트(과일을 얹은 파이)로 베이글은 지난 10년동안 무려 192%나 늘어난 것으로 나타났으며 팝타르트는 214%가 늘었다. 머핀과 시리얼은 각각 3, 4위를 기록.

집에서 아침식사를 하는 미국인들 중 3.5%가, 식당에서 아침식사를 하는 미국인들 중 5.5%가 베이글을 찾고 있으며 전통적인 아침 메뉴였던 도너츠는 15%, 베이컨은 29%, 토스트는 31%, 달걀은 38%씩 줄어들었다.

지난해에 비해 15업체가 늘어난 65개의 관련업체가 참가했고 대형 공예과자, 마지팬 데커레이션케이크, 버터크림 데커레이션케이크, 프티가토, 콩피줄리 & 쿠키, 앙트로메 & 타르트, 소형과자공예, 초콜릿공예, 주니어 부문 등 9개 부문 작품들이 전시되었다.

행사장내의 다채로운 이벤트중 정보발신코너에서는 1일 2회 만다린나폴레옹콩쿨대회 1위 입상자가 설탕공예 실연을 통해 신기술을 선보여 관람객들에게 인기를 끌었다.

동일본양과자작품전은 동경도양과자협회가 주최해 일본 동부지역을 대상으로 매년 개최되는 전시회로 양과자에 관한 기술과 신정보를 얻을 수 있으며 기술인의 참가율이 높은 전시회로 알려져 있다.

이에따라 베이글 판매량이 기하급수적으로 늘어나 93년 4억 2,900만 달러였던 것이 올해는 무려 23억달러 규모로 급속히 팽창했다.

미국 동부 일부 대도시지역 여파족들의 아침식사 정도로만 알려졌던 베이글이 이처럼 일반 서민들에게까지 선풍적 인기를 끌게 된 것은 우선 씹을수록 맛이 쫄깃쫄깃해지며, 저지방·고탄수화물 식품이라는 사실이 비만알레르기가 심각한 사회문제로 떠오르고 있는 미국사회에 크게 어필한 것으로 분석되고 있다.

핵가족을 위한 소형 식빵 시판 일본 제빵회사...건강빵으로도 인기

일본의 한 제빵회사에서 10월 1일부터

핵가족, 독립세대를 위한 소형포장 식빵 '리틀 베이커리' 시리즈를 시판했다.

슬라이스 6장 한 개의 가격은 150엔 (1200원).

리틀 베이커리 식빵은 독신자 등 혼자 생활하는 사람들이 큰 사이즈의 식빵을 구입할 때의 부담을 덜어주어 이들을 공략하기 위해 고안된 것이다.

현재 일본에서 생산되는 보통 사이즈의 식빵은 400g인데 반해 이번에 새롭게 소개되는 식빵은 240g로 한 장의 크기 또한 기존의 것보다 작아졌다.

이 제품은 또한 흑설탕, 참깨, 우유 등 건강소재를 사용해 건강빵으로도 인기를 끌고 있다.

영국 다양한 캠페인으로 소비 진작 애플파이 경연대회, 빵 주간 행사 등

애플파이는 미국의 대중적 디저트로 유명하지만 미국뿐만 아니라 영국에서도 꾸준한 인기를 누리고 있다.

이것은 영국에 최상의 요리용 사과로 알려져 있는 브람레이품종의 원산지가 있기 때문이다. 이에 따라 브리티시 베이커리는 업체에서는 브람레이 사과의 수요를 확대시키기 위해 애플파이 콘테스트를 개최하기도 한다.

아마추어를 대상으로 실시하는 이 콘테스트는 각 가정에서 전통적으로 내려오는 비법을 일반에게 알려주고 제과제빵에 대한 관심을 높이는 데 그 목적이 있다.

또한 영국에서는 2년 전부터 애플파이 콘테스트와 같은 시기에 '빵만들기 주간'이라는 캠페인을 벌이고 있는데 이는 빵의 소비를 늘리려는 소비 촉진 캠페인이다.

이외에도 영국에서는 다양한 행사를 통해 영국인들에게 빵에 대한 지속적인 관심을 유도하고 있다.

제니코, 양금 시장 본격 진출 아이스크림 케이크도 출시

제니코(주)가 양금 및 아이스크림케이크 시장에 본격 진출했다.

제니코는 지난 10월부터 통팔양금을 공급받고 있는 일본 하시모토사 중국 현지 공장에서 고운양금, 흰양금, 빙수팥의 수입도 추진하고 있다.

또 제니코는 미국 더블 레인보우사에서 수입한 아이스크림케이크 5종과 바 제품 4가지, 컵 제품 5가지를 판매하고 있는데 내년부터 제과점을 대상으로 본격적인 영업에 나설 예정이다.

제과사協 기술 세미나 개최 체육대회 등 활발한 활동도

한국관광호텔제과사협의회(회장 정희태)가 회원의 기술 발전 및 단합을 위한 활동을 활발하게 전개하고 있다.

제과사협의회는 지난 9월 29일 롯데삼강 베테라의 후원으로 기술 세미나를 실시했

다. 이 세미나에는 제과사협의회 회원 30여 명이 참가한 가운데 노보텔호텔의 이준열 씨와 신라호텔의 이운중씨가 무스 및 프랑스 케이크를 선보였다.

한편 제과사협의회는 10월 15일 한강시 민공원에서 축구, 배구, 족구, 달리기, 줄다리기 등 체육대회를 개최하기도 했다.

애플 베이글, 국내 진출 모색 내년 초경 국내 직영 1호점 오픈

미국 베이글 전문 프랜차이즈 업체인 빅애플 베이글이 국내 진출을 모색하고 있다.

올해 7월 미국 빅애플베이글과 한국 총판 계약을 체결한 한홍기(52) 씨는 “올해 말경이나 내년 초쯤 국내에 직영 1호점을 오픈해 고객 인지도를 조사할 예정이며, 베이글을 주종으로 크림치즈·머핀·각종 음료 등을 취급하는 복합점포 형태가 될 것”이라고 밝혔다.

미국 ‘빅애플베이글’은 설립된 지 3년된 업체로 미국 전역에 약 300여개의 가맹점을 가지고 있다.

협회소식

인천, 제과인 체육대회 개최



인천지회(지회장 강희중)은 지난 10월 5일 제5회 제과인의 날 체육대회 행사를 개최했다. 8개구 200여명이 참석한 가운데 열린 이날 체육대회에서 인천지회는 축구, 족구, 이어달리기 대회를 실시해 회원간 단합을 다졌다. 한편 이날 행사에서는 서구지부가 우승, 계양구지부 준우승을 했으며 화합상에는 연수구지부, 응원상에 남동구지부, 미기상은 중구지부가 차지했다.

관악, 친선 체육대회 개최



관악지회(지회장 홍승익)는 지난 10월 12일 난우중학교에서 제9회 친선 체육대회를 개최했다.

중앙회 방성열 부회장을 비롯해 회원 90명이 참석한 가운데 열린 이날 체육대회에서 관악지회는 축구, 배구대회를 통해 회원의 친목과 단합을 다졌다. 이날 대회에서 종합 1위는 신대방지역이, 종합 2위는 봉천 4구역이, 종합 3위는 서울대 지역이 차지했다.

수원, 기술 세미나 실시

수원지부(지부장 이덕주)는 지난 9월 9일 지부 사무실에서 SIBA '97 출품 권장과 회원 업소 매출 신장을 위한 기술 세미나를 실시했다.

이날 세미나에서는 대두식품의 지원 아래 양금을 이용한 빵·생크림 케이크 등 총 5제품을 선보였다.

삼립식품 중국시장 진출 기술이전료 재투자 방식으로

삼립식품이 최근 중국 칠성경제기술 유한공사와 합작으로 하얼빈 삼립식품 유한공사를 설립하고 중국 시장에 본격 진출한다.

삼립식품의 투자 규모는 총 자본금의 50%인 15만 달러로, 실제 현금 출자액은 없이 기술 이전료로 받는 로열티를 재투자 하는 방식이다.

이곳에서 생산된 빵은 삼립 브랜드로 판매될 예정이며 빠르면 내년 초부터 본격적인 제품 생산에 들어갈 수 있을 것으로 보인다. 이를 위해 조만간 중국측 제빵 기술자 90명이 국내에 편견돼 기

술 연수를 받을 예정이다.

삼립식품이 기술이전료로 받는 금액은 매출액의 7% 정도이며 투자 초기 1년간은 로열티의 30%를 판매촉진 비용으로 재투자할 방침이다. 삼립식품유한공사는 주로 햄버거용빵, 단팥빵, 식빵 등을 생산해 백화점과 외식업소, 대형 유통망을 통해 판매할 예정이며 향후 베이징, 상하이 등에도 지사를 설치해 중국 시장을 확대해나간다는 계획이다.

한편 삼립식품은 내년 봄 하얼빈시 중앙로에 자사가 운영중인 프랜차이즈 ‘구 드 프랑스’를 오픈할 예정이다.