

## 히트제품에 민감한 일본의 최신 제품경향

### 소비자 앙케이트 조사를 토대로 신제품 개발에 주력

식생활이 다양화 됨에 따라 빵의 종류는 해마다 눈에 띄게 증가하고 있다. 또한 제과점 점주에는 신제품과 함께 언제나 다양한 빵들이 진열되어 있어 점포를 찾는 사람들은 어떤 빵을 골라야 할지 잠시 망설이게 된다.

최근 일본에서 요리에 어울리는 식사용 빵이 인기를 끄는 등 지금까지 하얗고 부드러운 빵을 선호했던 소비자의 입맛도 변화되고 있다. 따라서 제품을 만드는 이들도 소비자의 입맛을 고려한 새로운 제품을 속속 선보이고 있는 추세이다.

#### 벨기에 와플에 이은 히트제품 쿠이니아망

현재 일본의 빵집에서 가장 인기를 끌고 있는 제품은 '쿠이니아망'이다. 이 제품은 프랑스빵 반죽에 버터를 넣고 접은 후 그라뉴당을 뿌려 만든 프랑스 볼타뉴지방의 향토과자로 독특한 식감이 인기 비결로 꼽힌다.

일본인들 사이에서는 몇년 전 커다란 붐을 일으켰던 미니 크로와상에 이어 베이글, 벨기에 와플 등의 제품들이 차례차례 인기를 얻어 왔다. 이와 같은 인기의 파도가 다음에 어떤 제품을 태울지는 예측하는 일은 쉽지 않다는 것이 일반적인 이야기이다.

일본 전역에 59개의 지점을 확보하고 있는 폼파도르 본점의 점주에는 프랑스빵을 비롯한 각종 식빵 등 10여 종류의 제품들이 진열되어 있다.

이곳은 2개월에 한 번씩 6가지 신제품을 개발하는 시스템으로 운영되고 있는데 모든 제품이 히트하는 것은 아니어서 점포에 따라 2주일만에 사라지는 제품들도 허다하다. 관계자에 따르면 이런 신제품이 개발돼 1년이 될 때까지 무사히 남아 있을 확률은 약 15%라고 한다.

이런 제품들 중에서 '쿠이니아망'과 같은 붐을 일으키는 독자적인 히트상품이 나오는 것이 일본 제과제빵업계의 소망이다.

#### 반죽자체의 식감과 풍미를 느낄 수 있는 제품 선호

제품에 있어서도 빵 위에 초콜릿 등을 코팅하거나 여러 가지 재료로 테커레이션된 제품보다는 반죽 자체의 식감과 풍미를 강조하려는 경향이 눈에 띄게 늘고 있다.

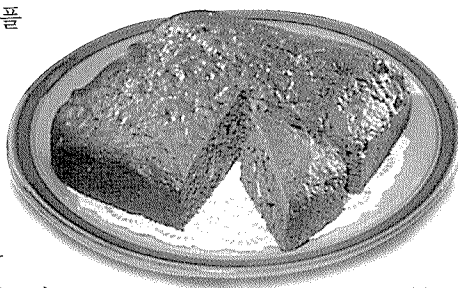
소비자 모니터 조사를 통해 현대인들이 건강지향, 저칼로리식을 고려한 빵제품을 선호하고 있다고 파악한 폼파도르

는 프랑스빵에 사용되는 소금을 미네랄을 풍부하게 함유하고 있는 천연해염으로 교체했고 동맥경화 예방에 효과가 있다고 알려진 DHA를 넣은 반죽에 대두와 녹색채소를 넣어 만든 '브레인'을 개발해 좋은 반응을 얻고 있다.

덴마크의 빵 데니쉬 페이스트리를 중심으로 제품을 생산했던 '안데르센(본사 동경)'은 고객이 트레이를 들고 빵을 고르는 방식을 일본에 처음 도입한 것으로 유명한 제과점이기도하다. 안데르센의 사업부장에 따르면 쌀의 대체품으로 전후에 확산된 빵은 미국풍의 하얀 식빵이 표준이 되었지만 현재는 다양한 식사빵에 주력하고 있는 추세라고 한다.

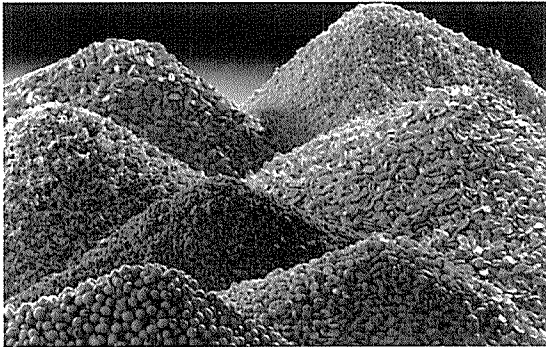
단품으로 먹는 것과 달리 요리와 함께 먹는 호밀빵, 전립분을 사용한 빵 등이 대표적인 예로 이 제품들은 하얀색이 아닌 다크 컬러 식감 또한 부드러운 제품이 아니다. 이제는 '백색의 부드러움' 대신 '작고, 딱딱하고, 검은 색'의 컨셉이 제품 개발의 열쇠가 되고 있다.

이런 변화의 물결은 빵을 판매하는 자영 제과점 뿐만 아니라 양산 업계에도 영향을 주고 있다. 아마자끼 제빵(동경)은 작년부터 '신식감 선언'라는 시리즈 제품을 개발해 인기를 끌고 있는데 부드러운 식빵에 탄력을 느낄 수 있는 독특한 식감이 주를 이루고 있다.



## 캘리포니아 아몬드 수확량 감소

저온과 폭우 등 이상 기후 현상이 주요 원인



최근 캘리포니아주 농업통계국(CASS)이 발표한 자료에 따르면 98년과 99년 캘리포니아산 아몬드 생산량은 약 24만 5,000톤에 그칠 것으로 전망되고 있다. 이는 당초 예상보다 약 2% 하향된 것으로 사상 최고의 수확량을 기록했던 지난 97년에 비해 29% 정도 감소한 양이다.

특히 수요가 많은 논파레루종의 경우 전년에 비해 약 27% 정도 수확량이 감소해 전체 아몬드 생산량 가운데 약 48% 수준에 그칠 것으로 예상된다.

이처럼 아몬드의 수확량이 크게 감소한 것은 개화 기간 중 캘리포니아 주(州) 전체에 걸쳐 저온을 수반한 비가 내린 것이 원인으로 알려졌다. 또한 과수 1구당 평균 결실수도 작년에 비해 30% 감소한 5,314개 정도로 예상하고 있다.

한편 이번 공식 발표를 앞두고 업계 일각에서는 아몬드 최종작황량이 22만 5,000톤을 크게 밑돌 것이라는 소문이 떠돌면서 한때 공급 부족으로 인한 가격 인상을 우려하는 목소리가 높았다. 그러나 발표 직후 아몬드의 수요가 많은 일본 등 일부를 제외한 나머지 지역에서는 극단적인 비관론이 많이 수그러든 상태다.

## 미국, 버터가격 급격한 상승세

버터생산량 감소로 유럽보다도 시세 높아져

미국의 버터 가격이 높은 인상률을 기록해 소비자들이 울상을 짓고 있다.

올해 5월까지 미국의 우유 생산량은 3,350만톤을 기록해 지난해 같은 기간보다 약 1.5% 정도 증가했으나 버터 생산량은 오히려 7% 감소한 19만톤을 기록한 것으로 나타났다. 이는 버터 수요는 비교적 안정세를 유지한 반면 유지방 수요가 증가해 유지방 제품으로 전용되는 우유양이 늘어났기 때문이다. 이에 따라 전체 버터 생산량이 감소해 공급 부족현상이 일어나자 가격이 급격한 상승세를 기록한 것으로 풀이된다.

실제로 지난 6월 미국의 버터 가격은 사상 유례없는 성장률을 기록, 유럽의 판매가보다 높아진 것으로 알려졌다.

한편 올해 5월까지 미국의 치즈 생산량은 지난해 같은 기간보다 2.7%가 증가한 31억 3,500만톤을 기록한 것으로 나타났다.

## 伊 바릴라 사, 밀라노 진출

냉동 생지 생산공장 설립, 크로와상 등 생산

이탈리아 베이커리 및 파스타 생산 업체인 바릴라 사가 밀라노 지역으로 진출할 예정이다. 이 업체는 시장을 확대하기 위해 그동안 제품을 공급하지 않던 밀라노 지역에 진출하기로 결정했다. 이에 따라 이 업체는 밀라노 지역에 올해 말 완공을 목표로 대규모 냉동생지 생산라인을 갖춘 공장을 설립하고 있다.

밀라노 공장은 이 업체의 자회사인 유니온 레버퍼토리 사에 의해 운영될 예정인데 '르 트라 마리'라는 브랜드로 크로와상과 파네토네 등의 제품을 출시할 것으로 알려졌다.

한편 '르 트라 마리'는 지난해 즉석에서 간편하게 구워 판매할 수 있는 냉동 제품으로 시장에 진출한 바 있다.

## 스웨덴, 신소재 포장지 개발

가볍고 질긴 종이 사용, 비용도 절감돼

스웨덴의 한 초콜릿 제조업체에서 새로운 소재의 포장용 종이를 개발해 화제가 되고 있다.

이 종이는 기존에 널리 사용되어 온 핀란드산 엔소 제품보다 무게가 가볍고 질기다는 장점을 가지고 있다. 특히 이 종이를 사용할 경우 다른 제품을 사용할 때보다 10~20% 정도 비용을 절감할 수 있을 뿐 아니라 매년 27톤 가량의 포장 재료를 절감할 수 있게 된다.

이 종이는 기름이나 수분이 스며들지 않는 특수 코팅 처리가 되어 있어 초콜릿이나 베이커리 제품은 물론 아이스크림이나 냉동제품용 포장 상자를 만드는 데도 적합하다.

