

유럽 베이커리 제품 시장 동향 ① 냉동생지편 양산업체 시장점유 확대에 크게 기여...기술 진보 뚜렷

유니온 무역(대표 태양극)은 지난 2월 20일 ~ 3월 2일 냉동생지, 프리믹스, 냉동케이크 등 유럽의 베이커리 제품 동향을 살펴보는 기술연수를 실시했다. 베이커리 프랜차이즈업체 및 양산업체의 제품개발실 담당자들이 주축이 된 연수단은 벨기에 퓨라토스사, 스위스 론도사, 독일 덜러사 등에서 실시한 세미나에 참석하는 한편, 현지 제과점 및 양산공장을 둘러봤다. 유럽 베이커리 제품 시장 동향을 냉동생지, 원부재료 등 2개 분야로 나눠 2회에 걸쳐 게재한다.

■ 현지 취재·사진/ 손인수 insu21@mbakery.co.kr

■ 협찬 : 유니온 무역

유럽 베이커리 시장은 전통적인 자영제과점이 주도하는 가운데 양산 및 준양산 업체의 추격이 거세지고 있는 상황이다. 이처럼 양산 및 준양산 업체가 성장할 수 있었던 데는 여러 가지가 있겠지만 냉동생지의 발전을 꼽을 수 있다. 제품을 대량 생산, 배송해야 할 뿐만 아니라 수공 위주의 자영제과점과 경쟁을 해야 하는 처지에서 냉동생지는 '효율성'과 '신선도'이라는 두 마리의 토끼를 양산업체에게 안겨 주었기 때문이다.

이에 따라 원부재료 업체는 이같은 양산업체의 요구에 부응하며 오래 전부터 냉동생지에 대한 연구를 진행해 왔는데, 최근의 결과물이 '파 베이킹(Par-baking) 브레드'이다.

제빵 연구전문가들에 따르면 냉동생지는 크게 세가지로 구분된다(표 참조). 먼저 발효전 냉동생지(Frozen dough)로 이는 현재 일반적으로 사용되고 있는 냉동생지를 말한다. 그러나 최종 제품으로 완성되기까지 해동, 발효, 굽기의 과정을 거쳐야 하기 때문에 시간이 많이 소요되고 바게트와 같이 유지가 들어가지 않는 저배합 제품에는 적용할 수 없다는 점이 단점으로 지적돼 왔다.

두 번째는 파베이킹 브레드로서 이는 앞서 발효전 냉동생지의 단점을 극복하며 저배합 제품을 냉동생지화할 수 있는 길을 열었다. 또한 매장에서 간단히 굽기만 하면 되기 때문에 즉석에서



▲ 유니온 무역에서는 삼립식품, 크라운베이커리, 파리크라상, 신라명과, 고려당 등 프랜차이즈 및 양산업체의 제품개발 담당자를 주축으로 연수단을 구성하고 유럽 베이커리 시장 동향을 살펴봤다. 퓨라토스사 퀄리티센터 앞에 모인 연수단 일행.

구워 소비자에게 더욱 신선한 제품을 공급할 수 있다. 벨기에 퓨라토스사 선임 생산 매니저 디디에 비버트(Didier Biebaut)씨는 "현재 파베이킹 브레드는 유럽 전체 냉동생지 제품의 약 15%를 차지하고 있는데 매년 그 비중이 늘어나는 추세"라고 말했다.

세 번째는 완전발효 냉동생지(Full fermented frozen dough)로 굽기 전단계인 발효까지 끝낸 후 냉동시킨 것이다. 완전발효 냉동생지는 아직까지 상용화되지는 않았지만 퓨라토스사의 경우 이 분야에 대한 연구가 거의 마무리되고 있는 것으로 알려져 조만간 상용화될 것으로 전망된다.



▲ 연수단은 푸라토스사, 톤도사, 딜러사 등 유럽 재료 및 기계업체에서 실시한 세미나에 참석했다. 연수단이 푸라토스사 세미나에 참석, 파베이킹 브레드에 대한 설명을 듣고 있다.

푸라토스사 등 유럽 재료업체 냉동생지 연구 활발

이처럼 파베이킹 브레드는 기존 발효전 냉동생지에서 한 단계 발전한 형태로 오븐만 다룰 수 있으면 즉석에서 소비자에게 신선한 제품을 판매할 수 있다는 점이 가장 큰 장점으로 꼽힌다. 그러나 이런 장점에도 불구하고 파베이킹 브레드가 크게 확산될 수 없었던 것은 몇가지 기술적인 난점이 있었기 때문이다. 국내 프랜차이즈 업체들도 오래 전부터 파베이킹 브레드에 관심을 갖고 이에 대한 연구를 꾸준히 진행해 왔고, 일부 업체에서는 이를 상용화하고 있지만 문제점은 여전히 남아 있는 상태다.

파베이킹 브레드와 관련된 문제를 정리해 보면, 먼저 제품을

구웠을 때 표면에 주름이 생기고 볼륨이 줄어드는 현상이 발생한다. 빵 색깔이 고르지 못하고 껍질이 마르면서 껍질과 속결이 분리되기도 한다.

유통과정에서도 문제가 발생한다. 파베이킹 브레드의 또 다른 장점은 기존 냉동생지와 달리 실온에서 유통할 수 있어 물류비를 대폭 절감할 수 있다는 점을 들 수 있는데 제품의 노화가 빠르게 진행된다는 게 큰 문제로 지적돼 왔다.

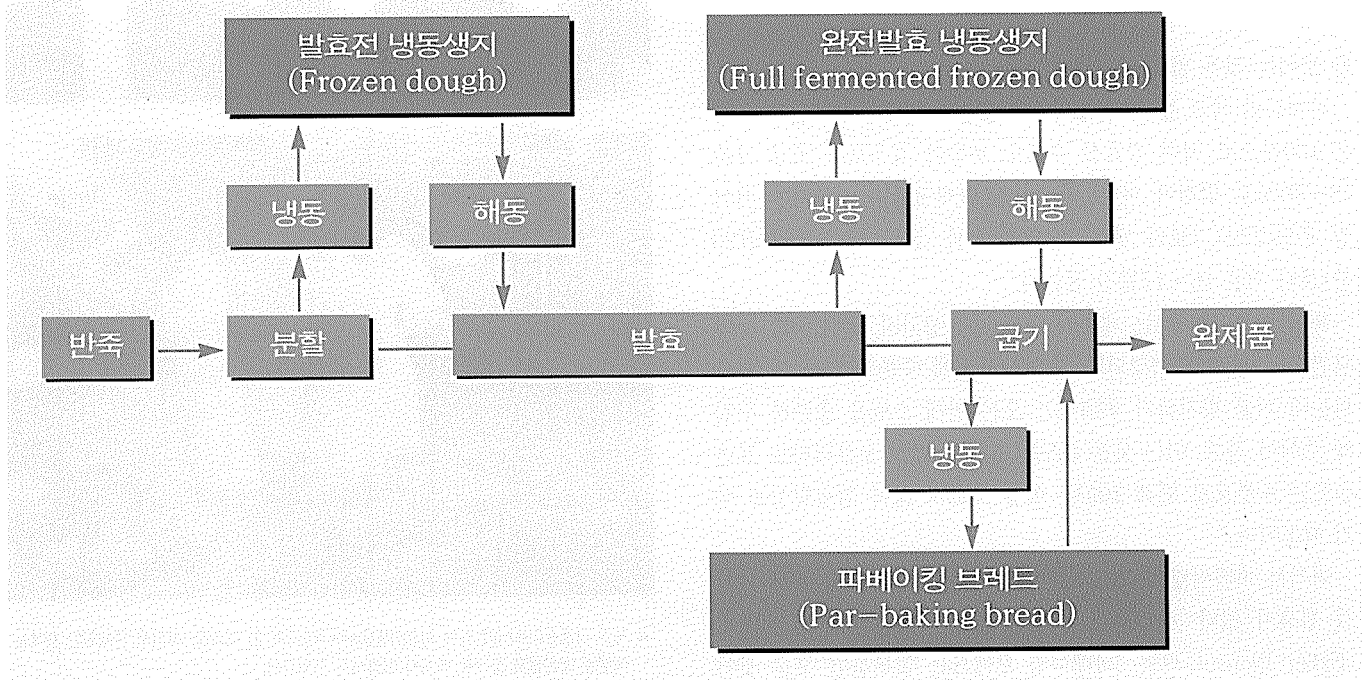
그러나 유럽의 재료업체, 양산업체들은 이같은 문제를 해결하기 위해 꾸준히 연구를 진행해 왔고 이같은 문제를 대부분 해결한 것으로 알려졌다. 특히 원부재료업체들이 냉동생지에 대한 연구에 심혈을 기울이는 것은 새로운 수요를 창출하고 이에 걸맞는 신제품을 판매하기 위한 전략 때문이다.

대표적인 업체로 제빵 개량제 'S-500'으로 널리 알려진 벨기에 푸라토스사를 들 수 있다. 이 회사는 자체 연구실을 통해 냉동생지의 기술적 난점을 극복하기 위한 방안을 모색하는 동시에 이와 관련된 신제품(냉동생지용 개량제, 프리믹스 등)을 꾸준히 출시하고 있다.

냉동생지 기술을 한 단계 끌어올린 '파베이킹'

푸라토스사가 이번 한국연수단을 대상으로 실시한 세미나 자료에 따르면 파베이킹 브레드의 제조 공정은, 믹싱 → 분할 → 벤치타임(중간발효 : 10분) → 성형 → 발효 → 파베이킹(Par-baking)으로 나뉜다. 여기서 일반적인 제빵공정과 차이

<표> 냉동생지의 종류 및 공정





▲ 스위스 베른시에 있는 쿠프(Coop)사 베른 공장. 냉동생지를 포함한 빵류는 전날 야간에 만들어 새벽에 각 점포에 배송한다. 주간에는 주로 케이크류를 생산해 1일 2회 배송한다.

를 보이는 것은 발효와 파베이킹 단계이다.

바게트의 예로 들면, 발효시간은 보통의 경우인 120분보다 짧은 100분으로 하며 발효실 습도도 보통의 경우보다 조금 낮은 75~80%로 맞춰야 한다. 파베이킹 단계에서는 정상적인 베이킹 온도(220℃)보다 낮은 ±170℃에서, 굽는 시간도 정상(20분)보다 적은 16~17분간 굽는다.

특히 이 단계에서는 제품의 표피가 형성되지 않게 하는 것이 관건이다. 표피가 형성되는 원인은 표면에 수분이 없을 때 형성되는데 이를 방지하기 위해서는 오븐 안에 스팀을 충분히 주입해 주어야 한다. 이는 오븐 온도가 100℃ 이상 오르더라도 표면 온도는 수분으로 인해 100℃ 이상 오르지 않아 껍질형성을 막기 때문이다.

여기서 파베이킹 브레드과 관련된 일반적인 오해를 짚고 넘어갈 필요가 있다. 퓨라토스사 선임 생산 매니저 디디에 비버트(Didier Biebaut)씨는 “파베이킹 브레드는 일부분만 구운 것이

아니고 빵의 내부까지 완전히 구워진 상태”라고 말한다. 결국 파베이킹 브레드의 핵심은 표피를 형성하지 않고 빵의 내부까지 완전히 굽는 것이다. 그러나 파베이킹 브레드의 완성은 여기서 끝나지 않는다. 어떻게 냉각·냉동시키고, 최종 굽기를 어떻게 하느냐도 상품의 완성도를 판가름하는 중요한 열쇠다.

파베이킹 후에는 바로 스프레이로 물을 뿌려주고 습도가 많은 곳에서 30~40℃가 될 때까지 식혀야 한다. 1~2일 안에 판매할 제품이라면 이 단계에서 포장·배송하고 2~3개월 동안 유통시키려면, -35℃에서 급속 냉동한 후 -20℃에서 보관한다.

최종 굽기 단계에서는 스팀을 5초 정도 오븐 안에 주입하고 220℃에서 8~15분간 굽는다. 이 단계는 일반적인 제빵 과정에서의 굽는 개념과 달리한다. 즉 빵은 이미 파베이킹 단계에서 구워진 상태이기 때문에 제품의 색을 생성하고 속결을 부드럽게 하는 데 목적이 있다.

이처럼 퓨라토스사는 냉동생지와 관련된 앞선 기술력을 바탕으로



▲ 독일 다름슈타트에 있는 보르뮈트(bormüth)사의 한 제과점. 여기서 판매되는 빵류는 대부분 냉동생지 상태로 배송돼 매장에서 구워진다.



▲ 독일에서는 냉동생지를 즉석에서 구워 판매하는 냉동생지 전문 매장을 흔히 볼 수 있다. 제품을 사기 위해 사람들이 길게 늘어설 정도로 인기가 높다.

으로 다양한 신제품을 출시해 좋은 반응을 얻고 있다. 대표적인 것이 파베이킹용 개량제인 '파소더블'이다. 이 제품은 파베이킹의 핵심인 제품의 수분 이탈을 방지하고 실온 유통시 노화를 방지하는 효과가 있다는 게 퓨라토스사의 설명이다.

양산업체, 냉동생지로 '신선도 경쟁력' 확보

이렇듯 냉동생지 기술이 더욱 발전함에 따라 유럽의 양산업체들은 냉동생지의 장점을 최대한 활용하며 베이커리 시장에서의 시장점유율을 점점 높혀가고 있다. 완제품 위주의 유통 방식에서 벗어나 슈퍼마켓 등 유통 매장이거나 분점에서 제품을 구워 판매함으로써 취약했던 신선도 부분을 보강했기 때문이다.

스위스 종합식품업체인 쿠프(Coop)사는 베이커리사업 부문에서 연간 6천만 스위스프랑(420억원)의 매출을 올리고 있다. 쥐리히시와 베른시에 2개의 공장을 운영하고 있으며 베른 공장의 경우 자체 운영중인 97개의 인스토어 베이커리에 제품을 공급하고 있다. 주간에는 주로 케이크류가 생산되며, 냉동생지를 포함한 빵류 제품은 주로 야간에 만들어져 새벽에 배송된다. 특징적인 것은 완제품의 경우 포장을 하지 않은 상태에서 배송되고 매장에서 포장, 판매되고 있다는 점이다. 이 업체 홍보담당자에 따르면 빵류 제품중 냉동생지의 비중이 점차 늘어나고 있는 추세이다.

독일 다름슈타트(Darmstadt)시에 있는 보르뮈트(bormüth)시는 베이커리 준양산 업체로 1913년에 설립돼 현재 이 지역에서 12개의 매장을 운영하고 있다. 제품 생산은 시 외곽에 위치한 중앙 공장에서 이루어지고 있으며, 빵류는 대부분 냉동생지로 배송돼 매장에서 구워 판매된다.

독일에서는 조그만 간이매장에서부터 점포형 매장에 이르기까지 냉동생지 전문 매장이 쉽게 눈에 띈다. 다름슈타트 중심가에 위치한 '디취(Ditsch)'라는 점포는 단 2명의 인력으로 브리첼, 피자 등 냉동생지를 햄버거와 같이 패스트푸드 형태로 즉석에서 구워 판매하고 있다.

국내 프랜차이즈업체도 '파베이킹' 추진 움직임

이처럼 유럽 베이커리 시장에서 냉동생지는 지속적으로 단점이 보완됨에 따라 점점 그 자리를 넓혀가고 있다. 여기에는 양산업체의 자체 노력뿐만 아니라 재료업체 및 설비업체에서 냉동생지 제조 환경에 맞는 신제품을 꾸준히 출시하고 있기 때문이다.

한편 국내 프랜차이즈 업체들은 대부분 발효전 냉동생지를 생산하고 있고 그 비중을 더욱 높여가고 있지만, 파베이킹 브랜드는 여러 가지 기술적 난점이 남아 있어 아직까지 확산되지 못한 상태다. 그러나 크라운베이커리가 3년전부터 파베이킹 바게트를 시판하면서 기술적인 보완 작업을 꾸준히 진행하고 있고, 파리크라상이 오는 5월 경 파베이킹 바게트 전용 생산 라인을 신설할 예정으로 있어 파베이킹 브랜드의 정착 여부에 관심이 모아진다. **이계**

벨기에 퓨라토스



▲ 퓨라토스사 벨기에 본사 전경.



▲ 퓨라토스 벨코라도 초콜릿 공장 전경.

벨기에에 본사를 두고 있는 퓨라토스사는 1919년 설립돼 현재 유럽, 아시아, 북미, 남미, 아프리카 등 세계 46개국에 생산 공장을 두고 있고 100개국에 제품을 공급하고 있다. 생산 품목은 제빵 개량제, 프리믹스, 호소, 이스트, 마가린, 초콜릿 등 3,000여 가지에 이른다. 지난 99년에는 약 7억 달러의 매출을 올렸다.

이 회사의 대표적인 제품 브랜드로는 'S-500' 개량제, '에스키모' 냉동생지용 개량제, '마그마' 액체 개량제, 'Easy' 빵 믹스, '판테' 이스트, '아리스토' 마가린, '크리미비트' 커스터드 크림 믹스, '미로아' 광택제, '테그랄' 케이크 믹스, '벨코라도' 초콜릿 등을 꼽을 수 있다. 전체 직원은 3,000명이고 이중 400명이 벨기에 본사 및 공장에서 근무하고 있다. 벨기에 본사에는 공장과 함께 연구소, 퀄리티 센터 등이 있는데, 특히 연구소에는 60명의 연구개발 인력이 배치돼 제빵 연구를 활발히 진행하고 있다.



▲ 본사 퀄리티센터 2층에 마련된 베이커리 박물관. 오래된 제과제빵용 도구 및 설비들이 전시돼 있다.

스위스 시버 론도



▲ 시버 론도사 전경. 97년 이탈리아 도제(DOSE)사와 합병, 회사 이름을 '론도 도제'로 바꿨다.

이탈리아 도제 본사 40명 등 총 350명이다. 현재 이 회사는 32종류의 도우 시터와 5종류의 양산 라인을 생산하고 있으며 이 분야에서 세계 최고의 품질을 인정받고 있다.

도우 시터(dough sheeter)를 생산하고 있는 시버 론도(Seewer Rondo)사는 1948년 설립돼 인구 1만 6,000명의 소도시인 스위스 부르크도르프(Burgdorf)에서 두 번째 큰 회사로 성장했다. 현재 독일, 미국, 프랑스, 영국, 이탈리아, 캐나다, 말레이시아, 러시아 등지에 지사를 두고 생산품의 95%를 수출하고 있다.

지난 97년에는 대표적인 양산 라인 설비업체인 도제(DOSE)사와 합병해 회사명을 'RONDO DOSE'로 바꿨다. 직원은 스위스 본사 180명, 지사 100명,



▲ 시버 론도사의 데몬스트레이션실. 각종 도우 시터 및 양산 라인이 설치돼 있다.