

서울에서 한창 '뜨는' 단품 베이커리

〈취재 / 김미선 sunny@mbakery.co.kr〉

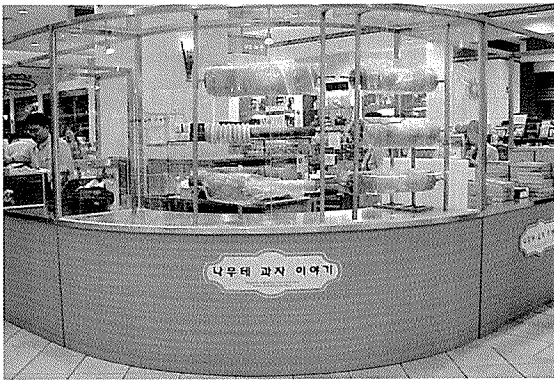
호두 과자, 호떡, 외플... 길거리 음식들. 지금까지 단품 시장은 대부분의 사람들에게 '짜구려'라는 인식이 지배적이었다. 유행처럼 반짝 시장에 등장했다가 사라져간 품목들도 부지기수에 이른다.

그러나 2002년 현재의 단품 시장은 예전과는 판이하게 달라진 모습이다. 일반 체과점에서 볼 수 있는 것 중 하나를 거리로 가지고 나와 고급화·차별화한 것이라 보면 된다. 이러한 점포들은 규모가 작아도 한눈에 들어오는 인테리어로 사람들의 발길을 잡고 있다. 대부분 외국 본사에서 라이선스를 얻어 현지의 경영 방침 및 필요한 경우에는 원재료까지 직수입하는 시스템을 취하고 있는데, 가맹점을 모집해 본사가 철저한 관리를 해주는 프랜차이즈화를 꾀하고 있는 점 또한 공통점이다.

이러한 단품 베이커리의 장점은 소규모 점포가 많아 임대료와 시설비 등이 적게 들기 때문에 초기 창업비용이 적고, 대부분 2~3인 점포여서 인건비 또한 절감된다. 점포 오픈에 관련한 입지 선정·기술·홍보 등의 문제 또한 대부분 본사의 관리 하에서 이루어지며, 일주일 정도의 '점주 교육' 또한 각사마다 시행하고 있는 사항이다. 오픈 후에도 본사 매니저가 상주하면서 가맹점의 조기 안정화를 돕는다.

일반적으로 단품 베이커리 시장의 수명은 2~3년으로 보고 있다. 그렇지만 해외에서의 인기를 발판으로 도입된 요즘의 단품 브랜드들은 끊임없는 신제품 개발로 지속적인 수요를 창출해 간다는 포부를 갖고 있다. 요즘 서울 시내에서 한창 뜨고 있는 단품 베이커리 6곳을 조명해 본다.

나무테 과자 이야기



바움쿠헤(독 Baumkuchen). 단면이 나이테 모양인 독일과자.

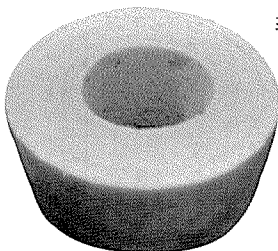
바움쿠헤를 만들기란 쉽지 않다. 그 어떤 과자보다 사람의 손을 많이 거쳐야 하고 전용 오븐 회전 굴대도 마련해야 하기 때문이다.

이렇듯 공정이 까다로운 '바움쿠헤' 만을 취급하는 점포가 있다. (주)뉴욕제과의 '나무테 과자 이야기'가 바로 그 주인공. 보다 효율적인 작업을 위해 자체 제작된 '회전 오븐'만 활용할 뿐 정통의 방법과 동일하게 사람의 손으로 한겹한겹 나무테를 만들어 낸다. 묽은 유동 상태의 반죽을 바른 후 회전 오븐에서 그 겹이 완전히 구워지면 다시 반죽을 묻혀주는 방식으로 18겹에서 24겹까지 옷을 입힌다. 얇은 겹이 매번 구워질 때마다 이 제품의 가장 큰 장점인 '고소함'도 그만큼 덧입혀진다

고 보면 된다. 이는 한꺼번에 구워낸 것과는 비교할 수도 없는 '고소함'이다. 의외로 녹차와도 궁합이 잘 맞아 차(茶)문화가 발달된 일본에서는 현재 최고 인기 상품이다.

'나무테 과자 이야기' 매장에서는 굴대에 매달린 바움쿠헤를 매장에 걸어 두고 고객이 원할 때 즉석에서 잘라 판매한다. 외국에서 맛을 본 적이 있는 고객들이 주로 찾고 있고, 선물용으로도 많이 나가고 있다. (주)뉴욕제과의 한 관계자는 "국내 최초의 바움쿠헤 단품 매장이라는 사명감만큼 시장 개척의 책임감도 크다"면서, "이를 위해 오리지널 맛에 가깝도록 최고급 재료를 이용해 매일 정성스럽게 구워낸다"

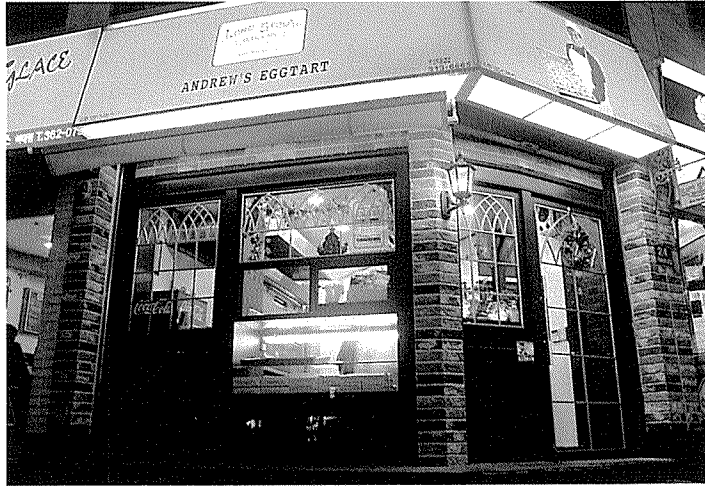
고 자랑한다. 백화점 매장에서는 가스 오븐을 설치할 수 없기 때문에 지금은 본사에서 구워낸 것을 하루 두 번씩 배송하는 체제로 운영된다. 하지만 시장이 넓어져 로드샵이 가능해지면 일반 매장용 소형 오븐을 제작해 배치할 계획이다.



TIP

- 위치: 신세계 백화점 강남점
- 가격대: 1호 12,000원 / 2호 15,000원 / 3호 25,000원 / 4호 35,000원
- 필요 평수: 5평
- 매장 필요 인원: 2명
- 가맹 문의: (주)뉴욕제과
(02)755-0010

앤드류스 에그타트 ANDREW'S EGGTART



지난 해 11월 이대 앞에서 작은 파란이 일었다. 그 주인공은 바로 이대 정문에 들어선 '앤드류스 에그타트 Andrew's Egg Tart'. 처음 맛보는 에그타트의 독특함에 이끌린 젊은이들은 온라인을 달구기 시작했다.

'타트'란 '타르트(Tarte)'의 영어식 발음이다. 포르투갈의 수녀원에서 만들어 먹던 에그타트는 포르투갈의 식민지였던 마카오에서 영국인 '앤드류 W 스토클'이 상품화한 것. 홍콩을 거쳐 대만, 싱가포르, 일본 등 아시아 전역에서 붐이 된 양과자이며, 실제로 홍콩에서는 점포 문을 열

기도 전에 아침마다 길게 줄을 설 정도로 인기몰이 중이다. 국내에는 지난 해 8월 마카오 본사와 한국 총판 계약을 맺은 '(주)김스페이스'가 처음으로 도입해 이대와 압구정에 직영점을 오픈했다. 두 점포에 사람들의 관심이 집중되자 여기 저기서 가맹 문의가 빗발쳤고, 올해 4월부터 프랜차이즈 사업에 돌입해 현재 여의도와 명동 두곳에 가맹점을 개설한 상태이다. 국내 도입시에는 주로 젊은 층들을 공략했으나, 의외로 딱딱한 것을 싫어하는 중장년층 매니아들이 속속 생기고 있는 상태.

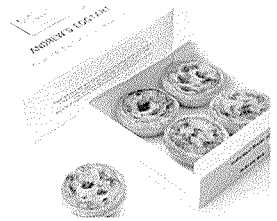
'에그타트'는 접시 역할을 하는 타르트 반죽에 휘핑크림과 계란 노른자를 혼합한 충전물을 채워 구워 낸다. 바삭하면서 부드러운 '페이스트리'와 입에서 살살 녹아 내리는 '노른자 크림'이 절묘한 조화를 이룬 것이 특징. 커피와 함께 먹으면 훨씬 더 깊은 맛을 느낄 수 있으며, '차게 혹은 따뜻하게' 어떤 상태에서도 맛이 떨어지지 않는다. 계란을 주원료로 해 영양가가 풍부할 뿐만 아니라 열량 또한 개당 140칼로리로 높아 한끼 식사로도 든든하다. 모양과 크기도 양중맞고, 4·6·8·12개 들이로 다양한 포장이가 가능해 선물용으로도 좋다.



TIP

- 위치: 이대점 / 압구정점 / 여의도점 / 명동점
- 가격대: 에그타트 개당 1,200원 /
테이크아웃 커피 1,500원
- 필요 평수: 5평 이상
- 매장 필요 인원: 2명
- 가맹 문의: (주)김스페이스
(02)337-7960

(주)김스페이스는 에그타트의 프랜차이즈 사업을 위해 수작업으로 진행되던 전 과정을 50%까지 기계화시키는 등 대량 생산 체제에 대비하고 있다. 매일 아침 본사에서 각 매장마다 당일 판매할 양만큼의 '계란 크림'과 냉동 타르트 생지를 공급하고, 매장에서는 생지에 크림을 채워 넣어 오븐에 굽는 간단한 작업만 진행하면 된다.



최근 '에그타트'는 테이크아웃 커피를 실비로 접목시켜 시너지(Synergy) 효과를 노리고 있다. 단품의 짧은 수명을 극복하기 위해 계란 이외의 다양한 재료를 충전물로 적용하는 등 지속적인 신제품 개발에 주력할 계획이다.

베이글 스트리트 카페 BAGEL STREET CAFE



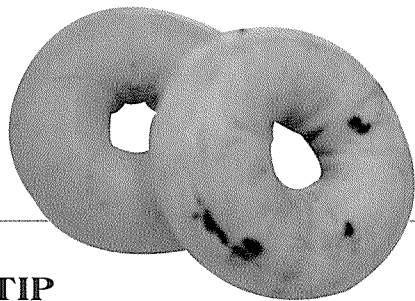
“야! 이 가게 좀 봐! 베이글만 파네!”

친구와 함께 지나가던 여대생의 호기심 가득 찬 감탄사. 점포 앞에 붙어서 한참을 신기해 들여다보던 두 친구는 신나게 가게문을 열고 들어간다.

베이글 전문 프랜차이즈점 ‘베이글 스트리트 카페(대표 구자환)’는 국내 최초이면서 동시에 최고임을 자부한다. 컨벡션 오븐을 사용하지 않고 끓는 물에 살짝 데친 후 오븐에서 구워내는 유대인 정통 베이글 제조법을 고수해 질기지 않으면서 쫄깃쫄깃한 맛이 일품이다. 가장 질 좋은 밀가루 사용만

을 고집하는 이곳의 베이글은 ‘3무(無)’ 즉, ‘무방부제, 무첨가물, 무가공물’의 원칙을 지킴으로써 고객들에게 신뢰감을 쌓아가고 있다. 플레인, 시나몬 레이즌, 새사미, 갈릭, 허브 등 16종에 이르는 다양한 베이글과 함께 각각에 어울리도록 개발된 14가지 크림 치즈는 이곳만의 자부심이다. 날마다 공급되는 신선한 야채 및 직수입한 크림치즈와 햄을 이용해 즉석에서 만들어 내는 베이글 샌드위치는 맛은 물론이고 건강까지 책임지는 인기 메뉴. 베이글의 다양한 수만큼이나 샌드위치의 종류 또한 다양해 베지테리언, 베지멜트, 캘리포니언, 스모크셀론 등 12가지에 이른다.

‘베이글 스트리트 카페’는 1994년 캐나다에서 시작돼 수많은 베이글 매니아를 만들어 냈고 현재 미국을 포함한 북미 지역에 모두 30여개의 가맹점을 보유한 유명 베이글 프랜차이즈 업체. 캐나다 본사의 전폭적 기술 지원을 바탕으로 설립된 ‘(주)베이글 코리아’가 지난 5월 젊음의 거리 압구정동에 ‘베이글 스트리트 카페’ 국내 1호점의 포문을 열어 우리나라에서도 그 명성을 직접 확인할 수 있게 됐다. 이 업체는 압구정점의 좋은 반응에 힘입어 문정동에 2호점을 열고 가맹점 사업에 박차를 가하고 있다.



TIP

- 위치: 압구정동 1호점 / 문정동 2호점
- 가격대: 베이글 - 플레인 1,000원,
나머지 15종 1,300원 /
베이글 샌드위치류 5-6천원대
- 필요 평수: 10평
- 매장 필요 인원: 2명
- 가맹 문의: (주)베이글 코리아
(02)431-6399

이글 프랜차이즈 업체. 캐나다 본사의 전폭적 기술 지원을 바탕으로 설립된 ‘(주)베이글 코리아’가 지난 5월 젊음의 거리 압구정동에 ‘베이글 스트리트 카페’ 국내 1호점의 포문을 열어 우리나라에서도 그 명성을 직접 확인할 수 있게 됐다. 이 업체는 압구정점의 좋은 반응에 힘입어 문정동에 2호점을 열고 가맹점 사업에 박차를 가하고 있다.

쿠키, 프리즐, 머핀 등의 간단한 부메뉴를 뒤 고객들이 쉽게 질리지 않도록 선택의 폭을 넓혔으며, 제품과 잘 어울리도록 개발된 캐나다인 하우스 커피도 베이글의 맛을 한층 돋군다. 따뜻하고 소박한 분위기의接客 공간도 마련돼 있어 고객들이 편안히 앉아 대화를 나눌 수 있도록 배려했고, 덕분에 점포와 제품 전체에 대한 선호적 이미지가 더욱 빠르게 전파될 수 있었다.

구운 지 하루가 지난 베이글은 따로 정성스럽게 포장해 50% 할인된 가격에 판매하며, 보너스 카드 및 20% 할인 쿠폰 등의 발행은 고객의 발길을 유도하는 또 다른 재미다. 이른 오후가 되면 벌써 몇몇 제품들은 동이 날 정도로 요즘 인기가 대단하다.

시노스 치즈 케익

CINO'S CHEESE CAKE

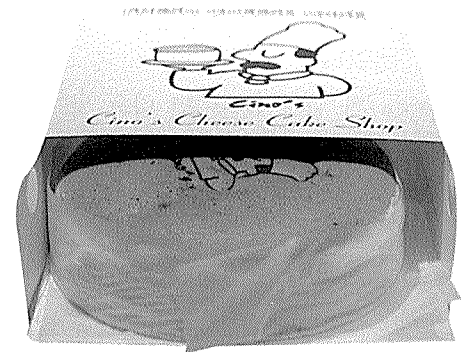


치즈 케이크가 답답한 쇼케이크를 탈출했다. 국내 최초의 치즈 케이크 전문 매장 '시노스 치즈 케이크(대표 서현철)'는 매장에서 시간시간마다 직접 구워낸 신선한 치즈 케이크만을 판매한다. 이곳 제품은 일반적인 미국식 치즈 케이크와 비교해 훨씬 덜 달고, 덜 느끼한 일본식 치즈 케이크로 우리나라 고객들의 입맛에 보다 잘 부합한다. 시노스 치즈 케이크의 질감은 '카멜레온'이다. 막 구워냈을 때는 반숙한 달걀 노른자 같이 부드러운 질감이지만, 냉장고에 넣어 두고 차갑게 먹으면 알맞게 숙성돼 찰진 치즈 덩어리를 씹는 듯하다. 무엇보다 입안 가득 퍼지는 고급 '크림 치즈'의 풍부한 향은 이곳의 가장 큰 인기 비결이다.

치즈 케이크는 이미 일본에서는 7~8년에 걸쳐 시장에 완전히 정착된 단품이며, 홍콩과 싱가포르 등지에서도 '99년 도입돼 선풍적인 인기를 끌고 있다. 인구 280만명의 싱가포르에서 10여개의 치즈 케이크 점포가 성업중이라 하니 그 인기를 짐작할 만하다.

단품으로서 치즈 케이크의 장점은 유행을 크게 타지 않는다는 점이다. 대부분의 단품 매장이 1.5~2년을 인기의 정점으로 보는 반면, 치즈 케이크의 경우 제과업계의 성장과 함께 그 인지도가 커왔고, 이제는 생크림 케이크나 무스 케이크처럼 고급 양과자의 한 부분으로 자리매김하고 있기 때문이다.

'시노스'의 영업 전략은 '바리다매'로 요약된다. 일반 제과점에서 치즈 케이크는 2만원을 훌쩍 넘는 고가 제품인데 반해 '시노스'는 1호를 6,500원, 2호를 9,500원에 각각 판매한다. 그렇다고 해서 '싸구려'로 치부해서는 안된다. 단품에 대한 집중적 대량 생산과 소형 매장 임대로 따른 비용 절감 효과일 뿐, '시노스'는 고급 재료만을 엄선해 만든 고품질 치즈 케이크로 이미 정평이 났다.



압구정 '글로리아 진스 Gloria Jean's'와 '샤넬리' 등의 케이크 카페에서 깊은 맛으로 젊은 층들의 관심을 끌었던 치즈 케이크가 바로 '시노스'에서 납품한 것.

사실 지난 '97년에 오픈했던 현대백화점 천호점과 무역센터점은 백화점 사정으로 인해 2000년 아쉽게 문을 닫아야만 했다. 그 후 약 2년에 걸쳐 '시노스'의 치즈 케이크를 사랑했던 고객들이 여러 가지 통로로 끊임없이 재오픈을 요청해 '시노스'는 8월 23일 현대백화점 목동점을 시작으로 다시 사업을 시작했다. 앞으로 프랜차이즈로 사업을 확장할 예정이며, '슈크림' 등의 단품을 한 종류 더 가세시켜 '숍인숍(Shop-in-Shop)' 형태의 점포로 꾸려 나갈 계획을 갖고 있다.

TIP

- 위치: 현대백화점 목동점 지하 식품 매장
- 가격대: 1조각-1,300원 / 1호-6,500원 / 2호-9,500원
- 필요 평수: 2.8~4평
- 매장 필요 인원: 주방 및 판매 2인
- 가맹 문의: 시노스 케익
011-716-0693

앤티앤스 AUNTIE ANNE'S



미국 유학이나 여행의 경험이 있는 사람이라면 대부분 '앤티앤스 Auntie Anne's'의 담백한 프레즐을 경험해 봄직하다. 작은 시골 마을의 식당 종업원이었던 앤 베일러 (Anne Beiler)에 의해 만들어져 미국 내에서는 "프레즐 판매의 혁명"이라고 불릴 만큼 선풍적 붐을 일으켰고, 이제 미국을 넘어 세계 전역으로 뻗어 나가고 있는 매장이다.

이처럼 '앤티앤스'의 프레즐이 인기몰이를 하는데는 이유가 있다. 첫째, 냉동 생지 없이 매장에서 직접 프리믹스로 반죽·숙성하는 과정을 거치는 '엄격한 신선함'. '만든

지 30분이 지난 제품은 아낌없이 폐기한다'는 고객과의 약속을 지킴으로써 이러한 신선함은 다시 한 번 보장된다. 둘째, 최상질의 섬유질과 탄수화물이 풍부한 천연 재료만을 사용하고 지방을 낮춰 고객의 건강까지 생각한 제품이라는 점. 원하는 이들에게 자사 제품의 영양 평가표를 배부할 정도로 '앤티앤스'가 가장 자신 있어 하는 부분이다.

7가지 프레즐 각각과 궁합이 맞도록 개발된 머스터드, 초콜릿, 캐러멜, 마리나라, 치즈, 머스터드 파켓 등의 6가지 딥핑소스(Dipping Sauce)와 함께 곁들이면 더욱 맛있게 즐길 수 있다. 프레즐은 커피와 가장 잘 어울린다고 생각하지만, 그것은 이곳의 레몬에이드를 맛보기 전의 이야기. 매장에서 직접 짜낸 레몬즙에 설탕을 첨가해 만드는 레몬에이드는 고객들이 '앤티앤스'를 찾는 또 다른 이유가 되고 있다.

철저하게 수작업으로 이루어지는 '앤티앤스' 프레즐. 직접 공정을 담당하고 있는 매장 직원들은 '정성이 중요하다'고 입을 모은다. 물의 양,



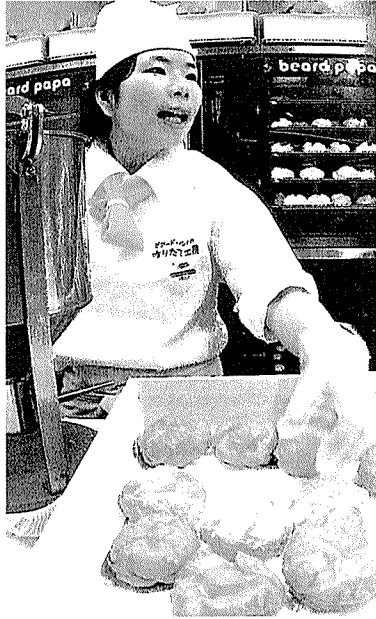
온도를 정확히 개량해야 부드러운 반죽을 얻을 수 있으며, 정해진 숙성 시간을 철저히 지켜줘야만 제대로 구수한 맛의 프레즐을 얻을 수 있다는 의미이다. 따라서 "프레즐 제조에 있어서 '대충'이란 절대 있을 수 없고, 이에 자부심을 느낀다"고 말한다. 그만큼 품질을 자신한다는 얘기.

'앤티앤스'의 국내 유통 라이선스를 따낸 '(주)재원 푸드'는 잠실 롯데월드 내에 직영 1, 2호점을 입점한 데 이어, 지난 7월 첫 번째 로드샵인 명동점을 오픈했다. 앞으로 이 회사는 미국 본사와의 협의를 통해 '앤티앤스'를 가맹점 체제로 운영할 계획이다. 이를 위해 미국에서 직접 들여오는 프리믹스 등의 각종 원부재료를 100% 국산화해 가맹점 마진을 향상시키고, 오븐, 워머(Warmer), 열판 등의 고가 기계들을 가맹점에 '판매'가 아닌 '임대'의 방식으로 설치해 비용을 최소화하는 작업을 진행 중이다.

TIP

- 위치: 잠실 롯데월드 1·2호점 / 명동 3호점
- 가격대: 오리저널, 시나몬슈가, 아몬드, 세사미, 갈릭, 할라피뇨, 건포도, 오니언 프레즐 개당 1,800원 부터 / 딥핑 소스 각 500원
- 필요 평수: 3~4평 (창고 공간 별도)
- 매장 필요 인원: 주방 및 판매 2명
- 가맹 문의: (주)재원 푸드
(02)508-8201

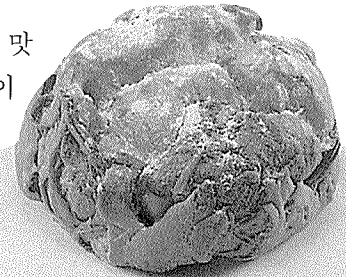
비어드 파파 BEARD PAPA



얼마 전 요미우리 자이언츠의 투수이자 탤런트 최진실씨의 남편인 조성민씨가 사업가로 변신했다는 뉴스가 있었다. 그가 시작하는 사업은 바로 '슈크림'. 그가 일본에 체류하면서 먹어본 것 중 최고라고 자신하는 슈크림 '비어드파파'는 아침마다 매장 앞에 길게 줄을 설 정도로 현지에서는 인기 절정이다. 국내에서도 '비어드파파'는 지난 6월 롯데 백화점 잠실점과 8월 인천점에 이미 입점한 상태이며, 이번에 조성민·최진실씨가 오픈하는 현대백화점 목동점은 3호점이 되는 것.

'비어드파파'의 인기 비결은 뭐니뭐니해도 단연 슈크림의 '맛'이다. 이곳의 '슈'는 차별적으로 바삭바삭하면서도 부스러기가 떨어지지 않아 먹기에 편하다. '슈'의 바삭함을 돋보이게 하기 위해 고객의 주문 후 즉석에서 차가운 상태로 짜주는 '슈크림' 또한 '비어드파파' 노하우의 결정체. 이곳 '슈크림'의 가장 큰 매력은 천연 '바닐라 빈즈'를 굵어 향을 내 바닐라 향이 깊으면서도 느끼하지 않다는 점이다. 너무 달면 입맛에 빨리 질리기 때문에 당도도 적절히 조절했다.

일일이 손으로 친 커스터드 크림과 제 맛을 내기 위해 일본에서 공수해오는 후레쉬 크림이 끓인 우유와 함께 더해져 이곳 슈크림만의 부드러움이 완성된다. 남달리 바삭한 파이와 부드러운 크림의 질을 한결같이 유지하기 위해서는 '온도 조절'과 '밀폐'가 생명이다. 이를 위해 전용 오븐과 믹싱기를 일본에서 자체 개발·제작했고, 매장에서 일하는 누구나 쉽게 익힐 수 있도록 조작법 또한 간단하다. 슈크림의 생명인 '신선함'을 보장하기 위해 '비어드파파'는 매일 아침마다 그날그날 필요한 밀가루, 우유, 설탕 등을 새로 공급받는다. 방부제나 안정제 등의 인공 첨가물을 쓴다는 것은 상상조차 할 수 없다.

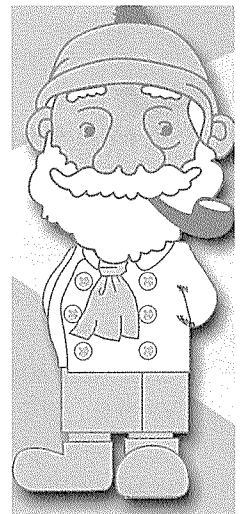


ビアー・ド・パパの
作られた工房

'비어드파파' 매장은 완전 오픈 매장으로 모든 작업 과정을 고객들에게 공개한다. 매장 정면에 배치된 오븐 또한 전면을 유리로 만들어 '슈 파이'가 구워지는 모습이

훤히 보이도록 배려했다. 시중에서 흔히 볼 수 없는 '바닐라 빈즈'를 굵는 과정도 고객이 보는 앞에서 진행된다. 회사 측은 "이러한 제조 과정의 공개는 고객에게 제품에 대한 신뢰를 부여할 뿐 아니라 기대감을 증폭시켜 매출 향상으로 이어진다"고 설명한다.

현재 '비어드 파파'는 백화점 지하 매장에서만 찾아볼 수 있지만, 조만간 거리로 진출할 계획이다. 이웃 나라 일본은 현재 218개의 매장이 성업중이라고 한다. 그렇다면 우리나라는?



TIP

- 위치: 롯데백화점 잠실점 / 롯데백화점 인천점
현대백화점 목동점
- 가격대: 1개 1,500원,
5개/10개 단위로 포장 가능
- 필요 평수: 7평
- 매장 필요 인원: 3명
- 가맹 문의: 비어드파파 코리아(주)

(02)591-9403