

병원 인스토어, 수익성 높지만 영업 차별화 필요

‘라브랑제리’ 인천 길병원점 오픈

(주)롯데브랑제리는 지난 1월 18일 인천 길병원에 ‘라브랑제리’를 오픈했다. 라브랑제리 오픈은 요즘 병원이나 학교 내 인스토어베이커리가 수익성 좋은 점포모델로 떠오르면서 입점 경쟁이 더욱 치열한 가운데 (주)롯데브랑제리 서울대병원 이후 두 번째로 인스토어병원 인스토어베이커리에 진출한 것이라 더욱 뜻깊다.

(주)롯데브랑제리 마케팅팀 백동호 씨는 “병원이나 학교의 인스토어베이커리의 경우 고정고객 확보가 용이하다는 장점이 있는 반면 일반 점포에 비해 영업활동에 여러 가지 제약이 많이 따르는 것이 사실”이라면서 “주로 케이크나 선물류 등 부가가치가 높은 제품을 위주로 매출이 이루어지나 병원이라는 특수성을 감안할 때 당도가 높지 않고 웰빙 소재를 활용한 건강에 좋은 빵을 적극적으로 접목해나갈 계획”이라고 밝혔다. 취재_ 김미선 기자

마케팅 부문 강화·확장 꾀해

크라운베이커리 2005년 임원 인사

크라운베이커리는 1월 1일자로 임원에 대한 인사를 단행하고 김옥중 총괄사무를 전무이사로 승진 발령했다. 또 윤석민 디자인 매니지먼트 부문장은 상



김옥중 전무이사

무이사로, 김선태 재경부장은 관리 부문장인 관리이사대우로, 이천취 신규영업부장은 영업 이사대우로 각각 승진했다. 이번 임원 인사를 통해 크라운베이커리는 영업·제품기획·디자인 등 마케팅 부문의 강화를 꾀한 것으로 알려졌다. 이밖에도 윤도현 공장장은 생산부문장인 생산부문의 이사대우로 승진 발령받았다.

정리_ 김미선 기자

Prism

CJ 외식서비스 부문 기자 간담회 가져

중국·미국 등 해외진출, 현지화·대중화 우선



‘뚜레쥬르’가 올해 새해 벽두부터 강력한 해외진출 의지를 보이고 있다. CJ(주)외식사업부문 정진구 대표는 지난 1월 24일 기자간담회를 갖고 “올해는 CJ(주) 외식 브랜드의 세계화에 주력할 계획”이라며 “특히 베이커리 브랜드 뚜레쥬르는 중국과 미국을 중심으로 이미 시장

검토 작업을 거의 마무리 짓고 출점만 남겨둔 상태”라고 밝혔다.

뚜레쥬르는 2005년 추진할 핵심 사업으로 프랜차이즈 사업의 역량 강화를 꼽고 485개에 이르는 가맹점 수익성을 개선해 점주 만족도를 높이는 한편 이를 통해 고객 만족까지 실현할 계획이다. 또 뚜레쥬르 창립 초기부터 준비해온 한국 토종 제과점의 세계화를 올해부터 더욱 강화해나간다는 전략을 수립했다.

작년 5월 LA 외곽에 테스트 점포 형태로 오픈한 미주 1호점을 통해 미국 현지인의 소비성향을 파악한 결과 손익분기점을 넘는 매출을 보이는 등 ‘사업성이 나쁘지 않다’는 결론을 내리고 뚜레쥬르 미주 2호점 출점에 박차를 가하고 있다. 1호점은 한국의 뚜레쥬르와 100% 같은 제품과 점포 형태인데 반해 앞으로 출점하게 될 2호점은 미국 현지의 베이커리 형태를 감안해 카페형 베이커리 형태가 될 가능성이 클 것으로 보인다. 또 올해 상반기 중에 빵 재료 생산 공장도 짓는다.

뚜레쥬르의 중국진출에 관해서는 올해 1월 중국 북경에 설립한 현지법인을 통해 대중화·현지화 가능한 제품과 점포 형태를 모색 중인 것으로 알려졌다. 지난 해 중국 시장에 한발 먼저 진출한 P사가 중국 상위층을 대상으로 타깃 마케팅을 펼치고 있는 것과 대조를 이룬다. 뚜레쥬르는 이날 기자간담회를 통해 “올해 매출 목표를 전년 대비 20% 이상 신장한 1천 400억 원으로 정하고 올해 안에 가맹점 600개를 돌파할 것”이라고 밝혔다. CJ(주)외식사업부문은 뚜레쥬르 외에도 CJ 푸드빌에서 운영중인 한식 패밀리 레스토랑 ‘한국’, 면 전문점 ‘시젠’을 앞세워 2007년까지 해외시장에서 한국을 알리는 토종 브랜드로서 완전히 자리 잡아나갈 것을 계획하고 있다.

취재_ 김미선 기자



쌀빵과 밀가루빵 적절 안배, 쌀빵 비중 높일 듯

쌀빵 전문점 ‘밀앤미과자점’ 가맹사업 개시

쌀빵 전문점 ‘밀앤미(밀n米) 과자점’이 지난 1월 21일 창동 1호점의 오픈식을 갖고 가맹사업을 본격화했다. 이번에 오픈한 창동 1호점은 ‘밀앤미과자점’의 직영본점 형태로 운영되며 한동안 테스트 점포로서 활용될 계획이다. ‘밀앤미과자점’은 상회에서 나타나듯이 밀가루빵과 쌀가루빵을 함께 만들어 파는 제과점으로 지금은 밀가루빵과 쌀가루빵의 비율이 7 대 3 정도이지만 쌀가루빵에 대한 시장 반응을 검토한 다음 그 비중을 점점 늘려나간다는 방침을 수립했다.

‘밀앤미과자점’의 가맹권을 갖고 있는 현대제과기술학원 김영석 원장은 “쌀가루빵은 1차발효가 짧거나 아예 없는 등 기존의 밀가루빵 공정과 차이가 많다”면서 “쌀가루빵은 물론 경영과 관련한 모든 노하우를 가맹점에 전수할 계획”이라고 밝혔다. 밀앤미과자점은 쌀가루에 글루텐을 입힌 차별화된 쌀가루를 제품에 사용하며, ‘쌀 케이크’, ‘흑미검정공방’ 등 다양한 종류의 쌀 응용 제품을 선보이고 있다. ‘밀앤미과자점’의 최초 가맹비는 1천500만 원이며, 매달 30만 원의 관리비만 내면 된다. 취재_ 김미선 기자

풍부한 국제대회 노하우 공유의 장(場)

K.B.world 작품전시회 및 실연 세미나 개최

국내 제과인의 기술공유 모임 'K.B.world'가 제1회 작품전시회 및 무료 세미나를 실시한다. 오는 2월 26에서 27까지 이틀 동안 한국제과학교에서 열리는 전시회에는 안창현, 위재상, 서강현, 정영택, 정홍연 등 국내 최고 수준의 제과인이 심혈을 기울여 만든 설탕공예, 초콜릿공예, 빵공예, 마지팬 등 총 26개 작품을 감상할 수 있다.

한편 K.B.world는 국내 제과기술 발전을 모토로 설탕 및 초콜릿공예 무료 세미나를 개최한다. 2월 26일에는 정홍연 씨가 직접 실연하는 초콜릿공예 세미나를, 27일에는 정영택 씨가 설탕공예를 실연할 예정이다. 세미나는 오후 1시부터 시작된다. K.B.world는 '한국제과를 세계로'라는 기치로 나선 기술인들이 풍부한 국제대회 노하우를 비롯해 공예 등 제과의 선진기술과 정보를 전체 제과인들과 공유하기 위해 결성된 제과인 모임이다. K.B.world의 초대회장은 안창현 (사)대한제과협회 기술지도위원장이 맡았다. 정리_ 김미선 기자

제과업계 선진화 널리 알리는 계기 마련

박사학위, 학회지 개재 등 제과인 잇단 '논문 경사'

(사)대한제과협회 광성호 강서지회장은 '반응표면분석법에 의한 거품형 점 케이크 혼합방법별 제조조건의 최적화'라는 제목의 논문을 제출해 2월 18일 단국대학교 식품영양학과에서 박사학위를 수여받는다. 현재 뉴욕베이커리 대표이자 신성대학 제과제빵전공 조교수를 역임하고 있는 광성호 지회장은 이번 박사학위 취득에 대해 "제과가 전문 영역으로 인정받기 위해서는 이론적인 토대가 반드시 필요하다"고 강조했다.

한편 종각2세기제과제빵학원 임선희 강사가 건국대학교 석사학위논문으로 제출한 '올리브유를 첨가한 빵반죽의 리올로지 특성'에 관한 논문이 국내 최고의 권위를 자랑하는 <한국식품과학회지>에 게재되는 영광을 안았다. 임강사는 논문을 통해 "제빵에서 유지를 사용할 때 쇼트닝 대신 올리브유를 대치하면 건강에 좋은 제품을 웰빙형 제품을 만들 수 있을 것"이라는 견해를 밝혔다. 정리_ 김미선 기자

올해부터 (주)조선호텔에서 법인 독립 독자회사로

조선호텔베이커리의 새 이름 '(주)데이앤데이'



올해 1월 1일자로 (주)조선호텔은 베이커리사업부를 분리·독립하고 회사명을 '(주)데이앤데이'로 정하는 한편 신설법인의 대표이사로는 조선호텔베이커리 사업부장인 김원복 상무를 추대했다. (주)데이앤

데이의 회사 주식 100%는 모두 (주)조선호텔이 보유하는 형태다. (주)데이앤데이는 기업정신을 담은 새로운 CI를 선포하고 독자회사로서의 첫걸음을 내딛었다. 새 CI는 (주)데이앤데이의 사훈을 뜻하는 세 개의 태양 혹은 세 개의 씨앗을 이미지화한 것으로 각각 최고의 품질, 최상의 서비스, 최고의 위생을 의미한다.

기존사업을 전략적으로 유지하며 규사업을 강화하기 위한 (주)데이앤데이의 중장기 비전을 수립하고 2014년까지 매출액 7천 억, 손익만 600억 원에 달하는 최고 수준의 종합식품기업으로 성장하겠다는 청사진을 제시했다. 또한 (주)데이앤데이는 인스타터베이커리의 형태뿐만 운영되는 현재의 형태에서 과감히 발전시켜 해외시장 진출, 로드샵 등의 독자 사업 영역을 확대해나갈 것으로 보인다.

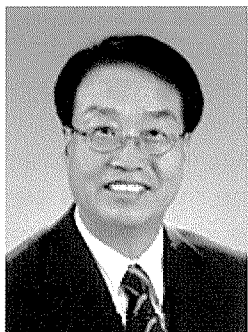
(주)데이앤데이의 김원복 대표이사는 취임사를 통해 "원료차별화, 서비스 차별화, 직원 복지 차별화를 통해 내부 조직과 외부 고객이 함께 만족할 수 있는 회사로 이끌어 갈 것"이라는 포부를 밝혔다.

(주)데이앤데이가 베이커리 전문기업으로서 독자적인 길을 구축하게 됨으로써 신규 사업 진출 등에서 지금까지보다 훨씬 빠른 결정력을 보일 것으로 전망된다. (주)데이앤데이는 올해 2월로 예정된 HACCP를 획득하고 난 이후 냉동생지의 해외수출도 꾀하고 있는 것으로 알려졌다.

(주)데이앤데이의 대표적 인스타터베이커리 브랜드 '데이앤데이'는 향후 2010년까지 전국 120개 매장을 구축하고 중국 시장에는 50개 정도 출점할 계획이다. '달로와요'는 10개 점포로 늘어나고 조선멜리는 현재의 3개 점포 수준을 유지할 것으로 보인다. 취재_ 김미선 기자

생산설비 이전 등 현안 타개책 모색

(주)기린 대주주 서현개발로 변경



(주)기린 최상모 대표이사

국내 양산업계 3위의 제빵업체 (주)기린의 대주주가 변경됐다. 지난 해 12월 17일 (주)기린의 경영권이 지금까지 대주주였던 박우춘 씨에서 강원도 소재의 건설업체 서현개발로 넘어갔다. (주)기린은 "박우춘 대표가 서현개발(주)에게 보유주식 819만 4천706주를 장외시장에서 매각했다"고 발표했다. 서현개발(주)는 기린(주)의 경영권을 인수하기 위해 나 대표로부터 주식을 적극적으로 사들임으로써 18.18%의 지분을 획득해 대주주가 된 것으로 알려졌다. 사진은 (주)기린 최상모 전문 경영인.

이에 따라 (주)기린이 오랜 검토 끝에 어느 정도 윤곽을 드러내던 생산설비 이전 문제가 다시 벽에 부딪히게 될 것으로 보인다. (주)기린은 애당초 경남 양산으로 공장을 옮기려다 고향이나 다름없는 부산시의 만류에 의해 부산 외곽 이전으로 방향을 전환했으나, 이번에 경영권이 타지역 건설업체로 넘어감으로써 부산에서는 이전 문제는 원점으로 돌아갈 수도 있다는 우려가 나오고 있다. 한편 현재의 임원진에 대한 선·해임은 앞으로 있을 임시주주총회에서 결정될 예정이어서 귀추가 주목된다. 취재_ 김미선 기자

Domestic News News

북녘 어린이 영양빵공장 지역사업본부 발족 북녘 빵공장 건설 사업 가속화



지난 1월 12일에는 북녘 어린이 영양빵공장 제주지역사업본부(본부장 김형섭), 24일에는 대구경북지역사업본부가 발족하는 등 북녘 어린이 영양빵공장 건설 사업이 가속화되고

있다. 이들 지역본부는 지난해 12월 발족한 북한 어린이 영양빵공장 중앙본부와 연계해 북녘 어린이들에게 영양빵을 제공하기 위한 모금활동과 지원사업에 착수했다.

‘우리겨레 하나되기 운동본부’ 여성위원회와 북측 민족화해협의회는 지난해 11월 23일부터 25일까지 사흘 동안 금강산에서 실무 접촉을 갖고 평양시 대동강 구역을 빵공장을 건립해 오는 3월부터 본격 생산에 들어갈 것을 합의했다. 이날 합의안에 따라 북측은 공장 건물과 인력을 지원하고 남측은 기계설비와 재료를 지원해 매일 1만 개의 빵을 생산하는 계획을 추진중이다.

이를 위해 오는 3월 8일 평양 대동강구역 어린이빵 공장 준공을 목표로 빵공장 모금을 위한 거리캠페인을 벌이고 빵공장 저금통·명패 분양, 빵공장 후원 문화행사, 빵공장 후원자들과 북측과의 결연사업 등을 추진할 방침이다. 미국을 비롯한 해외 동포들의 모금 운동 및 지원약속이 쇄도하는 등 북한 어린이들에게 영양빵으로 사랑을 나누는 손길이 이어져 보는 이들의 마음을 훈훈하게 했다.

제주사업본부는 발족선언문에서 “통일된 나라를 이끌어갈 우리의 아이들을 함께 걱정하고 돌보며 가르쳐 바르게 키우기 위한 꿈을 현실로 만들기 위해 어린이 영양빵공장을 시작한다”며 “온 겨레의 하나됨을 간절히 염원하는 제주도민들의 마음을 모아내겠다”고 취지를 밝혔다.

취재 정솔이 기자

Prism

명절 고급 선물세트

설 선물용 고급 수제쿠키 인기



개당 1천~2천 원에 팔리는 고급 수제 쿠키가 한창 인기다. 차(茶), 디저트 문화가 확산되면서 백화점 식품 코너 내 쿠키 매장의 매출이 최근 1~2년 사이 최고 두 배까지 쾅쾅 뛰었다. 이러한 인기의 여세를 몰아 고급 수제 쿠키는 일찌감치 명절 선물로도 자리잡았다. 백화점들은 수제 쿠키가 이번 설 선물로도 각광을 받을 것으로 보고 선물 세트 물량을 크게 늘려 준비하고 있다.

현대백화점 무역센터점 내 쿠키 코너 ‘베즐리’의 매출은 2003년 하루 평균 25만원에 불과했으나 지난해에는 60만 원, 올해 들어서는 80만 원선까지 뛰었다. 전세계 백화점 강남점의 경우 지난해 추석 쿠키 선물세트의 매출이 전년도에 비해 무려 60%나 뛰어 올랐다.

본래 아동 층을 겨냥한 상품인 쿠키가 이처럼 성인 층으로부터 호응을 얻는 데에는 차(茶) 문화의 영향이 크다. 웰빙 바람에 힘입어 차(茶)에 대한 관심이 높아지고 커피 테이크 아웃점이 급증하면서 쿠키가 덩달아 인기를 얻고 있는 것. 또한 최근 백화점들의 고급화 전략과도 잘 맞아 떨어지는 것도 인기의 한 요인으로 꼽을 수 있다. 여기에 맞춰 쿠키 재료도 녹차, 홍차 등 갖가지 차로 만든 쿠키와 클로렐라, 아몬드, 마카다미아, 흑임자, 세사미 등 고급 재료를 사용해 고급화되고 있는 추세다. 고급 먹거리를 추구하는 소비자들이 늘면서 수제 쿠키 매출의 증가세가 뚜렷하고 1만~7만 원대의 가격대에 비해 품위있는 선물로 비쳐져 명절 선물로도 좋은 반응을 얻고 있다.

취재 박소희 기자

디저트 시장 고급화 추세

웰빙형 & 프리미엄 디저트

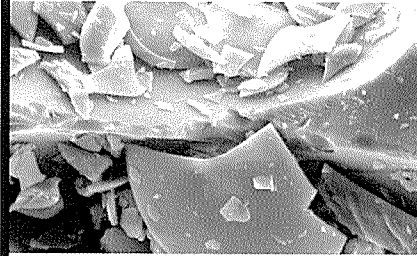
‘레드망고’를 선두주자로 저열량 요구르트를 비롯한 웰빙 디저트 열풍이 2005년 새해에도 계속될 것으로 전망된다. 겨울동안 주춤했던 디저트 시장은 날씨가 따뜻해지고 관련 업체들간의 경쟁이 치열해질 것으로 보인다. 디저트 시장은 20·30대 젊은 여성층을 주고객으로 지난해의 트렌드를 이어받아 ‘웰빙형 상품’과 ‘프리미엄급 고급상품’의 인기가 이어질 전망이다. 디저트 시장은 구매 계층이 제한적인 반면 안정적이어서 경기와 상관없이 고급화 추세는 당분간 계속될 것으로 보인다.

빙그레는 지난해 선보인 고급 요구르트 디저트 ‘스위벨’을 올해도 전략적으로 홍보할 계획이다. CJ는 ‘쁘띠케익’ 시리즈와 ‘쁘띠첼 젤리’를, 스위트 밀은 일본에서 선풍적인 인기를 등에 업은 소형 치즈케이크 ‘티오글라톤’을 시장에 뿌리내리겠다는 포부를 밝혔다. CJ의 관계자는 “먹을거리에 칼로리를 신경 쓰는 소비자가 많아 천연소재를 이용한 디저트가 더욱 늘어날 전망”이라며 “곡물, 견과류에 이어 열대와 일 등 참신한 재료를 이용한 시각적인 제품이 등장할 것”이라고 예상했다. 취재 정솔이 기자



식이섬유 제6의 영양소로 주목

새로운 베이커리 접목 소재로 각광



탄수화물, 단백질, 지방, 비타민, 미네랄에 이어 우리 몸에 꼭 필요한 제6의 영양소로 주목받고 있는 식이섬유가 제과업계의 새로운 기능성 소재로 각광받고 있다. 식이섬유는 인간의 소화효소는 분해되지 않는, 즉 인체의 소화기관에

서 소화되지 않고 그대로 배설되는 난소화성 다당류로 섬유질, 섬유소, 화이버 등으로 알려져있다. 식이섬유는 배변작용을 활발하게 하고 혈장 콜레스테롤 저하, 식사 후 당분 흡수속도 조절, 포만감을 부여해 과식을 방지함으로써 체중조절에 도움을 주고 체지방의 축적을 감소시키는 기능이 있다.

제6의 영양소인 식이섬유가 함유된 다양한 소재를 개발해 제과제빵에 접목시키는 연구를 하는 회사와 제과점이 늘고 있다.

국내 최초로 식이섬유를 빵에 접목한 동아제분주식회사는 고기능성 식이섬유 RS프리믹스를 Fiber-sun(화이버-선)으로 제품명을 변경하고 본격적으로 제과용 식이섬유 홍보활동에 나섰다.

주식회사 위드원은 멩게껍질에서 식이섬유를 추출하는 기술을 개발해 한국과 일본에서 특허를 내고 대량생산에 들어갔다. 무색, 무취, 무미인 불용성의 이 식이섬유는 많은 수분을 함유할 수 있어 가공식품에 소량(2~4%)을 첨가할 경우 제품이 부드러워지고 보존기간은 2~3배 늘어나게 한다. 빵의 경우 약 30%의 부드러움을 증가시키며, 젤리나 잼, 어묵 등의 점도를 향상시킨다.

또한 질경이 씨앗으로 오랫동안 배변제의 천연 원료로 사용되어 온 차전자피가 새로운 기능성 소재로 각광받고 있다. 차전자피는 수분흡수력과 보유력이 뛰어나 각종 변비약이나 유산균 음료의 원료로 많이 쓰여왔다. 최근 이러한 차전자피를 이용해 빵을 만들 수 있는 믹스 제품이 개발되면서 식빵을 비롯한 다양한 빵류에 적용하는 것이 더욱 쉬워졌다. 안스베이커리 만수점은 차전자피 식빵을 판매하고 있는 대표적인 베이커리로 판매를 시작한 이후 꾸준한 인기를 누리고 있다.

최근 현대인들에게 부족한 식이섬유가 풍부한 제과제빵 제품을 먹으면 변비나 체중 조절같은 즉각적인 효과를 경험할 수 있다는 점이 고객에게 어필하면서 새로운 인기 소재로 떠오를 것으로 보인다. 취재_박소희 기자

과대포장 적발 업소 포장검사 명령

위반 1개 제품 300만 원 과태료 부과

부산광역시 금정구청 청소행정과는 2004년 11월 19일부터 베이커리 과대포장 업소를 적발하고 포장검사명령을 조치했다. 금정구청 관계자는 1998년부터 과대포장과 관련한 시정명령을 실시했지만 이를 지키지 않는 업체가 많아 대기업 프랜차이즈 업소를 중심으로 포장검사를 시작했으며 지역제과점도 대대적인 검사를 실시하게 됐다고 밝혔다. 현재 베이커리 관련 포장 공간 기준은 종전 데코레이션 케이크가 20%에서 완화되어 35%, 데코레이션 케이크 이외의 제품은 20% 이상을 초과할 수 없다.

자원의절약과재활용촉진에관한법률 제9조 제3항 및 제품의 포장재질·포장에 관한 기준 등에 관한 규칙 제5조 제1항의 규정에 따라 포장적 기준치를 위반한 업소는 포장검사전문기관인 기술표준원 또는 환경상품시험평가센터, 한국자원재생공사, 한국생활용품 시험연구원으로부터 검사를 받아 포장검사명령을 받은 날로부터 20일 이내에 검사성적서를 제출해야한다. 이를 위반할 경우 종전에는 시정명령에 그치던 것이 위반 1개 제품 당 300만 원의 과태료를 부과하도록 강화됐다.

앞으로 포장폐기물 발생억제와 자원절약차원에서 적극적으로 과대포장 적발에 나설 예정이라고 밝혀 제과점에서 사용하는 포장에 대해 더욱 신중해야 할 것으로 보인다. 취재_박소희 기자

한국관광호텔제과사협의회

동심회 홈페이지(www.dsh.or.kr) 오픈

한국관광호텔제과사협의회인 동심회(회장 정희태)가 2월에 홈페이지를 공식 오픈한다. 동심회는 회원들간의 정보 교류와 공존공영을 위해 1976년에 설립한 이래 30여 년 동안 발전시켜 온 단체로 홈페이지 오픈과 함께 더욱 노력하고 발전하는 한국관광호텔제과사협의회로 거듭나겠다는 포부를 밝혔다. 회원 중심으로 운영되는 동심회 홈페이지는 동심회 회원들의 만남의 장소로서 구인구직을 알선하고 세미나, 지식 광장이 있는 자료실로 운영될 계획이다. 또한 호텔의 다양한 정보를 제공하고 호텔제과제빵업계의 노하우를 전하는 메신저로 발돋움할 것으로 기대되고 있다.

취재_정승이 기자



그랜드 인터컨티넨탈 호텔 '초콜릿 프로모션'

코스마다 이어지는 달콤한 초콜릿의 향연

그랜드 인터컨티넨탈 호텔은 오는 2월 14일 발렌타인데이부터 3월 14일 화이트데이까지 한 달동안 각 레스토랑과 바에서 요리마다 초콜릿을 함께 내놓는 '초콜릿 프로모션'을 선보인다. 초콜릿 프로모션의 오프닝 행사로 2월 13일 오전 11시 30분부터 2시까지 그랜드 인터컨티넨탈 호텔 지하 1층에서 초콜릿 만들기 행사와 다양한 초콜릿 전시, 이벤트가 이어진다.

그랜드 인터컨티넨탈 호텔의 '테이블 34'를 비롯해 '오스트레일리안 그릴'과 커피숍 '그랑카페', 퓨전 레스토랑 '마르코폴로' 그리고 '로비라운지', '딜리쉬'에서는 각각 독특한 초콜릿 세트 메뉴와 초콜릿 아이টে를 준비중이다. 프랑스 레스토랑 '테이블 34'는 섬세한 감각이 돋보이는 초콜릿을 곁들인 요리와 초콜릿 수플레 크레페 등을 선보이고, 뉴아시아와 지중해 요리를 즐길 수 있는 '마르코폴로 무억클럽'에서는 초콜릿 소스를 가미한 진귀한 요리들을 준비하는 등 초콜릿을 요리와 접목해 특별한 발렌타인데이와 화이트데이의 추억을 만들고 싶은 이들을 유혹할 예정이다. 취재_정승이 기자

설탕가격 상승에 제과업계 경계령

설탕가격 4년 만에 최고치 기록 예상

세계 최대 설탕 소비국인 인도의 사탕수수 작황 악화에 따라 뉴욕에서 거래되는 설탕 가격이 올 상반기에 4년 만에 최고치를 기록할 것으로 예상되고 시장 관계자들이 전망했다. 이미 지난해 59%나 오른 설탕 가격은 1파운드에 9.37센트까지 치솟아 싱가포르의 설탕 거래인인 애덤 리섬은 "올해는 지난 2001년 이후 처음으로 10센트를 넘어설 수 있을 것"이라고 밝혔다. 설탕 가격의 폭등은 세계 최대 설탕 공급국 브라질이 국내 수요 증가로 인해 수출이 둔화되고 있는 데다 2위 생산국인 태국의 작황이 20%나 감소한 것이 주요 원인으로 지적됐다. 또 최근 EU의 설탕수출 보조금 세계무역기구(WTO)에 위배된다는 판정을 받아 EU의 설탕수출 보조금이 없어질 경우 그동안 왜곡됐던 설탕시장의 가격구조가 시정돼 설탕 가격이 20% 가량 증가할 것으로 전문가들은 내다봤다. 이에 따라 미국에서는 제과업체 등에 대한 설탕 도매가격을 30년 만에 최고치를 경신한 가격으로 매겨 기업들을 압박하고 있어 국내 제과업계도 긴장을 늦추지 않고 있다. 취재_정솔이 기자

발렌타인데이 겨냥

(주)선인 초콜릿 세미나 실시

지난 1월 18일부터 19일까지 이들 동안 (주)선인(대표 이효규)은 자사 세미나실에서 발렌타인데이를 겨냥한 초콜릿 세미나를 실시했다. 작년에 이어 두 번째로 실시한 이 세미나는 선인에서 취급하는 스위스 초콜릿 '펠크린'을 이용한 제품을 참가자가 직접 실현하도록 진행됐다. 봉봉 소콜라를 중심으로 다양한 제품을 만들고 현장에서 응용 가능한 실용제품 위주로 프로그램이 진행되어 참가자들의 뜨거운 호응을 얻었다.

취재_박소희 기자



빵·떡 속의 밤 경계령

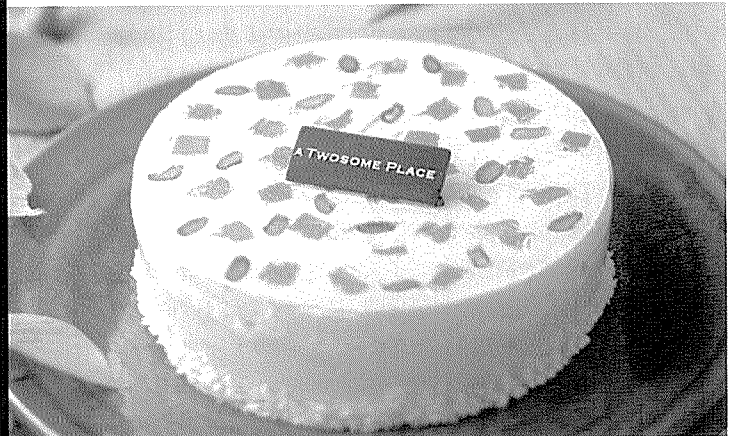
밤통조림에 표백제 검출

대형백화점과 할인점에서 판매하는 빵과 떡에 들어가는 밤에서 기준치를 10배나 초과한 표백제 성분이 검출돼 물의를 빚고 있다. 부산지방 식품의약품안전청은 지난 1월 25일 빵이나 떡에 들어가는 밤 통조림을 만드는 과정에서 기준치의 10배에 해당하는 표백제를 사용한 업체 9곳과 사용이 금지돼있는 산화방지제를 사용한 업체 1곳 등 식품첨가물의 사용 및 표시 기준을 어긴 25개 업소를 적발했다. 식약청에 따르면 경남 진주시의 A업체는 사용이 금지된 산화방지제(EDTA)로 만든 비닐팩으로 밤을 포장했던 것으로 드러나 충격을 안겨주었다. 표백제로 쓰이는 차아황산나트륨은 간 밤의 갈변 현상을 막기 위해 사용되고 있으나 천식이나 기관지염을 일으킬 수 있어 호흡기 질환자들에게 치명적일 수 있다고 알려져 사용이 제한되어 왔다. 한 관계자는 제과점에서 사용하는 밤이 식품첨가물 사용 기준에 적합하다는 공인된 증명서를 업체로부터 발급받아 보관하면 문제발생시 도움이 될 수 있다고 조언했다. 위반업체 명단은 식약청 홈페이지(www.kfda.go.kr)에서 확인할 수 있다. 취재_정솔이 기자

Prism

건강과 맛 두 가지를 충족하는 소재

단호박 이용한 제품 인기바람



건강소재 단호박을 이용한 제품이 인기를 끌면서 이를 이용한 신제품이 속속 등장하고 있다. 한때 인기 열풍을 몰고 왔던 고구마케이크에 이어 웰빙바람과 함께 건강소재가 인기를 얻으면서 단호박을 이용한 제품에 대한 고객 반응이 좋아 각종 제품에 단호박을 접목하려는 노력이 이어지고 있다.

녹차를 이용한 제품으로 인기를 얻고 있는 오설록 티하우스는 작년 11월 단호박과 녹차를 넣은 치즈 케이크 1호 사이즈를 2만2천 원에 출시했다. 이 제품은 몸에 좋고 맛도 좋아 신세대들의 입맛을 끌고 있다.

투스썸 플레이스는 지난 가을 고구마 케이크에 이어 새롭게 선보인 웰빙 케이크로 호박 무스케이크를 내놓았다. 부드러운 호박 무스케이크에 달콤한 단호박이 박혀 있는 이 케이크는 한 조각에 3천 원, 1호 사이즈를 1만8천 원에 판매한다.

김영모 과자점이 출시한 로열 펌프킨은 액산해조칼슘 1,000mg을 넣은 단호박 무스케이크로 고구마케이크에 이어 인기 제품으로 자리잡았다. 2호 사이즈를 2만 7천 원에 판매한다. 워낙 고객의 반응이 좋아 케이크 뿐만 아니라 단호박참쌀 빵, 호박 푸딩 등 적용 제품의 범위도 확대하고 있다.

단호박의 인기 여세를 몰아 (주)선인에서는 올 해 1월부터 바로 제품 응용이 가능한 단호박 페이스트를 출시했다. 지난해 12월 제품 홍보 세미나를 시작으로 앞으로 본격적인 홍보활동을 시작할 계획이다.

취재_박소희 기자