

담당\_정슬이

## 어려운 현실 공동 타개 위한 제빵업계 총회의 프랑스 제빵업계 삼부회(三部會) 개최



오는 10월 17일과 18일 이틀에 걸쳐 파리 의회에서 제빵업계 총회의가 개최된다. 프랑스제과제빵 연합회(La Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française)가 주최한 이번 회의는 제빵업계의 미래와 발전에 대한 다양한 논의가 이뤄질 예정이다.

프랑스 제빵업계는 최근 몇 년 동안 원부재료값 상승과 사회·위생적인 측면의 규정 강화, 고객의 위상 변화 등으로 어려움을 겪어왔다. 안팎으로 어려움에 직면한 제빵업계는 당연한 문제점을 분석하고 공동의 대응책을 논의하기 위해 이번 총회를 마련했다. 이번 총회는 삼부회(三部會)의 성격으로 제분업체, 기계업체, 교육계 등 제과업과 직접적인 연관이 있는 구성원 뿐 아니라 식품학자, 미래학자 등 학계 관계자 및 소비자 단체가 다함께 참여해 의견을 교류하고 직업적인 연계를 강화하는 계기로 삼겠다는 의지가 엿보인다.

'제빵업계 내일의 탁월 새로운 변화와 도전'을 주제로 미래의 고객에 대한 이해, 프랑스의 빵 소비 패턴의 변화, 혁신과 제품의 품질, 제품의 영양학적 개선, 기술인 재교육 등 제빵업계 전반에 걸친 전망과 대책을 논의하는 의미 있는 자리가 될 것으로 예상된다.

## 타히티 제빵업계 바게트 가격 논쟁 타히티 바게트 생산 차질 우려



타히티(Tahiti)에서 바게트 빵의 가격 논란이 일면서 바게트 생산에 차질이 우려된다. 프랑스의 해외 영토인 남태평양의 섬 중의 하나인 타히티의 제빵사들은 프랑스 폴리네시아 정부가 제시한 바게트의 가격이 너무 터무니없다며 분통을 터뜨렸다. 바게트가 생필품(les Produits de Première Nécessité)으로 분류돼 있어 최저 가격을 유지하도록 규정돼 있기 때문이다.

프랑스 폴리네시아 정부는 최저 가격을 상향 조정해야 한다는 제빵사들의 주장은 수긍이 가지만 주민 생계를 위해 대폭 조정은 불가능하다는 입장이다. 에밀 방파스(Emile Vanfasse) 재정 경제장관은 제빵사 연합 프랑클랭 시우(Franklin Siou) 회장의 주선으로 바게트만을 제조·판매하는 빵집을 방문해 바게트 빵의 생산과 비용 등에 관한 충분한 설명을 듣고 이 달 안에 정부에 대책을 제안할 뜻을 밝혀 결과가 주목된다.

## Prism

### 다크 초콜릿 혈압 낮추는 효능 연구 활발 심장병환자들에게 다크 초콜릿 권장



최근 고혈압 전문 잡지 (Le Journal Hypertension)에서 고혈압 환자에게 대한 연구에서 다크 초콜릿이 혈압을 낮추는 효과가 있다고 밝혔다. 다크 초콜릿이 혈압 하강 효과가 있는 반면 화이트 초콜릿에서는 어떠한 효과도 나타나지 않았다.

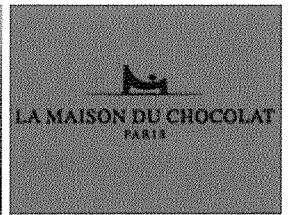
이번 연구에 앞서 이탈리아 아퀼라 대학의 클로 디오 페리(Claudio Ferri) 박사는 건강한 사람을 대상으로 실험한 결과 다크 초콜릿이 인슐린 분비를 자극하고 혈압을 낮춘다고 밝혔다. 이

연구에 모티브를 얻은 미국 보스톤의 터프츠 대학의 제프리 블럼버그(Jeffrey Blumberg) 박사는 고혈압 환자를 대상으로 한 효능 연구에 착수했다.

20명의 고혈압 환자를 대상으로 한 그룹은 다크 초콜릿을 100g씩 먹게 하고 다른 그룹은 90g의 화이트 초콜릿을 먹게 한 결과 다크 초콜릿을 먹은 환자들에게서 혈압이 낮아진 것을 확인했다. 화이트 초콜릿에는 건강에 유익한 특성을 부여하는 것으로 알려진 물질인 플라보노이드가 함유되지 않았기 때문이다. 다크 초콜릿에 함유된 플라보노이드 성분은 우리가 흔히 먹는 차, 포도, 사과 등에 함유돼 있는 항산화제로 심장혈관계 질병을 예방하는 효과가 있다.

이밖에도 초콜릿에 관한 효능 연구가 초콜릿 소비가 많은 유럽을 중심으로 활발하게 진행 중이다. 초콜릿에 함유된 테오브라민 성분이 기침을 줄이는 데 효과가 있다는 연구 결과 등이 속속 밝혀지면서 초콜릿의 효능이 주목을 받고 있다.

### 메종 뒤 쇼콜라(La Maison du Chocolat)의 특별 제안 초콜릿이 함께 하는 크루즈 여행



메종 뒤 쇼콜라(La Maison du Chocolat)는 타피 루즈(Tapis Rouge)사의 초콜릿과 와인 프로모션 크루즈에 참여한다. 타피 루즈는 크루즈 여행 전문 업체로 이번 프로모션은 오는 9월 5일부터 13일까지 프랑스 북부 옹플르르(Honfleur)항에서 출발해 포르투갈 리스본에 도착하는 크루즈 여행으로 초콜릿이 함께 하는 특별한 일정을 선사한다.

초콜릿 농장에서 카카오 열매 수확부터 초콜릿에 페브(fève)를 넣는 작업에 이르기까지 초콜릿의 제조 공정을 견학하고 초콜릿을 직접 시식하면서 다양한 종류의 카카오와 초콜릿의 효능에 대한 얘기도 들을 수 있다. 와인을 넣은 가나슈를 직접 실연해 가나슈를 만드는 비결 등도 소개할 예정이다. 메종 뒤 쇼콜라 고객에게는 특별히 10% 할인된 가격으로 프로모션을 제공한다.

담당\_박소희

## 가또 특별기획 설문조사결과 발표

# 젊은 여성 소비자의 양과자 기호 및 의식조사

제과 전문지 <가또>는 지난 6월, 수도권에 거주하는 20대부터 60대까지의 여성소비자 108명을 대상으로 양과자 기호 및 의식에 관한 앙케이트를 실시해 결과를 발표했다.

크게 3가지로 분류해 질문한 앙케이트에서 양과자 구입 횟수와 구입처에 대해 케이크는 1개월에 평균 2.1번 구매하고, 응답자의 81.9%가 양과자점에서 구입한다고 응답했다. 그러나 응답자중 20대의 과반수 이상이 편의점에서 구입한다고 응답해 젊은 세대의 편의점 의존도가 높아지고 있음을 반영했다. 1회 당 평균 구매액은 1천 387엔으로 과반수 이상의 응답자가 1천 엔 이상 2천 엔 미만이라고 밝혔다. 적당하다고 생각하는 가격은 조각 케이크의 경우 300엔에서 400엔 사이, 생일 선물용 케이크는 2천 엔 이상 3천 엔 미만이 적당하다는 의견이 대다수를 차지했다. 케이크를 사는 기념일은 '생일에 케이크를 산다'는 의견이 94.4%를 차지했고 크리스마스, 어머니의 날, 히나마초리 등이 뒤를 이었다. 좋아하는 케이크는 치즈 케이크, 초콜릿 케이크, 쇼트 케이크 순으로 집계됐고 싫어하는 케이크는 사바랭, 무스 케이크, 바바루아 등이 차지했다. 양과자의 유효기간에 신경을 쓰는지 묻는 질문에는 87.1%의 응답자가 유효기간을 신경 쓴다고 대답해 유효기간에 대한 관심이 높음을 나타냈다. 양과자 소재의 안정성을 신경쓰고 있는지에 관한 질문에는 63%의 응답자가 안정성에 대해 신경을 쓴다고 답했다.

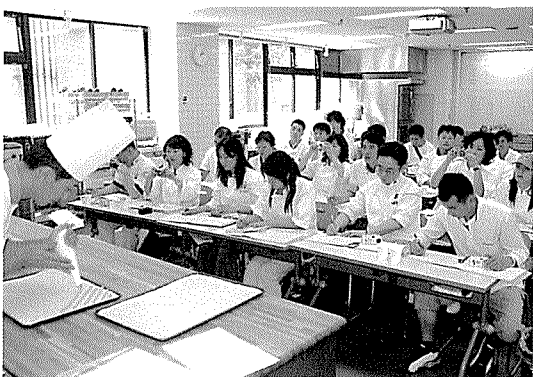
양과자를 선물용으로 구입한 적이 있는지에 관한 질문에는 87%가 있다고 대답했다. 70%의 응답자가 선물용 양과자를 구입할 때 단골 양과자점을 이용하고 그 외 응답자들은 호텔, 외국 브랜드, 백화점 지하, 유명 양과자점 등을 찾았다고 대답했다. 40%의 응답자가 선물용 양과자로 마들렌, 파운드 케이크 등의 반생과자를 선택한다고 밝혔고 그 뒤를 이어 구움과자 27.7%, 생과자 27.7%의 순서로 응답했다. 선물용 양과자의 평균금액은 2천 254엔으로 2천 엔에서 3천 엔 사이의 제품을 구입하는 것으로 조사됐다. 양과자점을 선택할 때의 기준은 맛, 분위기, 가격의 순서로 양과자점을 찾는 것으로 집계됐다. 또한 양과자, 양과자점에 대한 정보를 70% 이상의 응답자가 입소문으로 전해 듣는다고 밝혔고 나머지 응답자들은 그 뒤를 이어 잡지, 텔레비전, 인터넷 등의 순서로 정보를 얻는 것으로 나타났다. 양과점 서비스로 가장 필요한 것에 대한 질문에는 양과자점 내에서 가장 필요한 것으로 상품 설명, 시식, 점원의 상품에 관한 전문지식이라고 답하고 양과자점 밖에서 가장 필요한 것은 지방 발송 서비스, 인터넷 정보라고 응답했다.

편의점이나 인터넷 이용에 관한 앙케이트에서는 1주일에 편의점을 찾는 횟수가 평균 2.8회로, 편의점에서 케이크, 슈크림, 푸딩 등 디저트를 사먹는 사람이 71.3%를 차지했다. 특히 젊은 연령층에서 편의점을 많이 찾는 것으로 집계됐다. 편의점에서 디저트를 사는 이유는 편하고 쉽게 접할 수 있기 때문이라는 대답이 93.1%, 편의점 디저트



의 가격에 대해서는 적당하다는 대답이 74.1%를 차지했다. 인터넷을 이용해 양과자를 구입한 적이 있는지에 관한 질문에는 있다는 응답이 14.8%로 예년에 비해 증가했음을 알 수 있다. 또한 구입해보고 싶다는 응답이 70~80%를 차지해 인터넷 구매에 대한 관심이 높아지고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 응답자 과반수 이상이 양과자점의 홈페이지에 접속한 경험이 있다고 밝혔다.

이번 앙케이트를 통해 응답자들이 양과자점에 바라는 의견을 몇 가지 소개하면 칼로리가 높아도 맛있고 특별한 제품을 먹고 싶다, 버터크림 케이크 등 예전에 먹던 맛의 제품도 다뤘으면 좋겠다, 먹기 쉬운 디자인으로 케이크를 만들었으면 좋겠다, 칼로리를 줄이고 맛은 변하지 않는 케이크를 개발했으면 좋겠다는 등 제품에 대한 의견이 많았다. 또 제품을 보는 것만으로는 맛을 알 수 없으므로 시식할 수 있는 제품이 많았으면 좋겠다, 지방 발송의 경우 배송비가 무료였으면 좋겠다, 양과자의 레시피가 있었으면 좋겠다는 등의 의견이 나왔다.



동경제과학교, 특별 세미나 개최

## 한국 제과인들의 뜨거운 관심 집중

동경제과학교(교장 아마모토 케이치)는 여름 방학 기간 동안 한국 제과인들을 대상으로 특별 세미나를 해 성황리에 마쳤다.

지난 7월 20일부터 22일까지 3일 동안 (사)대한제과협회 주최로 열린 특별세미나에는 24명의 일반 제과인들이 참여 화과자, 양과자, 빵 제품을 실연했다. 이어 7월 25일부터 27일까지 3일 동안에는 리치몬드제과학원과 에폴 드 파리의 학생 64명이 세미나에 참가해 최근 제과에 대한 관심이 높아졌음을 실감하게 했다. 아마모토 교장은 "특별 세미나 기간 동안 참가자들이 시종일관 관심어린 눈길과 적극적인 자세로 수업에 임하는 모습에 깊은 감동을 받았다"며 소감을 밝혔다.

동경제과학교는 세미나 참석자 전원에게 수료증을 수여했다.