

일본 패스트푸드 업계의 매출예상 프로그램 도입한

김종수

“
입지만 좋다고 사업 성공하는 시대는 지났다
”

‘점포를 오픈할 때 좋은 입지만 찾아가는 것은 실패할 확률이 높다.’

어리둥절한 얘기다. 지금까지는 점포의 입지가 사업의 성공을 좌우한다고 믿고 있었는데. 베가물산(주) 김종수 사장의 주장이다.

“사업에 있어 중요한 것은 어떤 입지를 선택하는가의 문제가 아니라 그곳에 점포를 오픈했을 때 어느정도의 매출을 올릴 수 있는가란 문제입니다.”

그는 일본 패스트푸드 업체인 맥도날드사의 정확한 매출을 예측해 연 매출 2,000억 엔을 가능케 한 DIC(Development Intelligence Consultant)사의 ‘초고정도 매출 예측시스템과 입지개발 수법’이라는 프로그램을 국내에 소개할 계획이라고 한다.

이 프로그램은 점포가 들어설 곳의 통행량, 상권 등을 정밀하게 조사해 컴퓨터에

자료를 입력해 놓기 때문에 95%정도의 매출예측이 가능하다는 것이다.

“우리나라의 경우 점포를 오픈할때 ‘감’으로 시작하는 경우가 대부분입니다. 결국은 사업에 실패할 확률이 그만큼 높다는 얘기지요. 얼마나 낭비가 심한 일입니까. 과학적인 분석을 통해 합리적인 투자를 유도하는 것이 현재에 필요하다는 판단으로 DIC사와 계약을 맺고 국내에 소개해야겠다는 계획을 세운 것입니다”

그는 이 프로그램을 현재는 자사 제품을 판매하는 곳에 제공하고 있다고 한다. 그러나 좀더 넓은 확산이 필요하다는 판단으로 월간 베이커리에 매달 연재를 하고 그외에 원하는 사람에게는 무료로 자료를 공개할 생각이라고 한다.

그러나 아직 문제는 있다. 그가 가지고 있는 프로그램의 데이터가 일본을 모델로

한 것이기 때문에 수치에서 오차가 발생할 수 있기 때문이다.

“일본과 우리나라가 비슷하리라 봅니다. 그러나 정확한 자료가 필요하기 때문에 DIC사의 도움을 받아 상권 실측을 해서 우리 현실에 맞는 수치를 만들 생각입니다. 현재는 일본 맥도날드사가 어떻게 경이적인 매출이 가능했나에 대한 사례를 일반인에게 소개하는 수준에서 만족하지만 조만간 우리도 현실에 맞는 프로그램을 가질 수 있으리란 생각입니다.”

현재의 패스트푸드, 베이커리 등이 포화상태라고 판단하는 그는 변신의 시기에 우리에게 필요한 것은 전략이라고 주장한다. 그 역시도 어떻게 변화해야 하는지 아직은 판단할 수 없지만 과학적이고 합리적인 조사가 선행된다면 분명히 길은 있을 것이라는 희망을 밝혔다.

장애인 기술교육 도입으로 눈길 끄는

김재성

“
훈련원의 시설 이용해 교육시키는 것일뿐
”



“장애인을 대상으로 제과제빵 기술교육을 시켜보자는 계획은 사실 4년전부터 있었습니다. 그런데 어떤 방법으로 학생들을 모집

해야 하는지도 모르고 홍보도 부족해 실패를 했습니다.”

국제제과직업훈련원 김재성 사무국장은

학생들을 모집하고 개강을 하기까지의 어려움을 이렇게 털어놨다. 그런데 김국장이 장애인을 다시 모집해야겠다는 결심을 하게된

배경에는 어느 청각장애인의 도움이 컸다. 그 학생은 훈련원에서 운영하는 일반과정에 들어와 지난 2월 정상인들과 나란히 졸업을 한 것이다.

“약간 청각장애가 있던 그 학생은 무리 없이 저희 훈련원을 수료했습니다. 그 모습을 보고 교육에 자신감을 얻어 애화학교 등 청각장애자들이 사회에 적응할 수 있게 교육시키는 선생님들과 두차례에 걸친 간담회를 가졌습니다. (자세한 내용은 본지 4월호 베이커리뉴스 참고)”

그러나 김국장은 아직 이 학생들의 교육

적 성공은 장담할 수 없다고 한다.

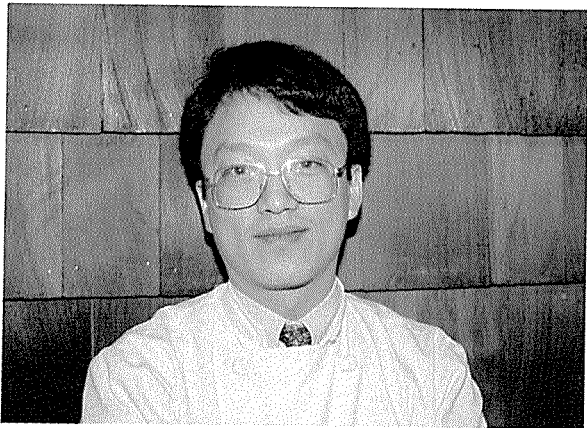
“지난 7일 입학식을 갖고 현재 3일 정도 수업이 진행됐는데 수업진행이 아주 느리고 정상인에 비해 3배 정도의 정성이 필요합니다. 훈련원 선생님이 빵만드는 법을 설명하면 다시 수화를 사용해 학생들에게 전달하기 때문입니다. 또 국내에서 처음 시도하는 교육이기 때문에 특별한 노하우도 없구요.”

그외에도 이 학생들 수료후 취업에 관한 문제, 장애인들의 특정한 심리 상태 파악 등 어려운 부분이 한두가지가 아니라고 한

다.

그러나 김국장은 이런 어려움보다는 보람이 더 크다고 한다. 항상 마음속에만 간직했던 장애인에 대한 관심, 애정을 비로소 실천에 옮길 수 있었기 때문이다.

한편 김국장은 “장애인들이 사회에 적응하기 위해서는 전문적인 교육이 필요합니다. 그런데 장애인 학교의 시설 등은 기술 교육을 시키기에 어려움이 많습니다.”라고 밝히면서 “훈련원의 전문적인 시설들을 이용할 수 있다는 것이 얼마나 좋은 기회입니까”라며 자신의 행복한 심정을 밝혔다.



주부들에게 빵만드는 법 가르치는

배성준

“
날카로운 소비자를 키우는 일은 업계의 발전

”

“팔이 아프도록 저어도 난 왜 버터거품이 안생기는지 몰라.”

“좋은 방법을 알려 드리겠습니다. 유화제를 써 보십시오.”

“유화제요? 얼마나 쓰면 되죠.”

삼풍백화점 내에 있는 ‘홈에이크’ 매장에서 오가는 대화다. 진지한 표정의 주부들이 백화점층에서 준비한 배합표를 들고 내용이 부족한 부분은 보충하고 그림까지 그리는 풍경이 자못 진지하다.

주부들이 가정에서도 쉽게 빵을 만들 수 있도록 관련 제품과 기구들을 판매하는 이곳에서 누구보다도 주부들과 가까운 제품 실연 담당자 배성준씨를 만났다.

작년 7월부터 시작된 이 행사는 어느덧 자리를 잡고 있었다. 매일매일 찾아와서 한가지씩 만드는 법을 배우고 곧장 집으로 달려가 자신이 다시 만들어 보고 다음날 만든 것을 자랑하는 주부, 하루도 빠지지 않고 찾아와서 개근상을 탈 정도의 출석을

을 사랑하는 주부, 이들이 모두 배성준씨의 든든한 제자다.

하루 세번씩 이뤄지는 실연에는 매번 20여명의 주부들이 조리대를 둘러싸고 그의 말 한마디도 놓치지 않으려는 듯 메모에 열중하고 있었다. 30~40여가지의 제품을 중심으로 가르치고 있는데 일주일에 이틀 정도는 새로운 제품을 추가한다고 한다.

배성준씨가 처음 이일을 맡게 된 배경은 의미심장하다. 일반인들에게 베이커리를 알려 빵에 대한 이해를 높이고 싶다는 욕심때문이었다.

“빵을 한번씩 만들어 본 주부들은 값이 지나치게 높다는 말을 하지 않습니다. 얼마나 많은 정성과 노력이 필요한가를 알기 때문이지요. 또 제품에 대한 안목도 생깁니다. 예를 들어 식빵하나를 사도 발효가 잘 됐는지, 잘 구워졌는지를 알아 볼 수 있으니까요. 관심의 단계를 넘어서 날카로운 소비자가 되는 것이죠. 그들의 눈이 냉

철할수록 우리 제과업계는 더욱 발전할 수 있으리라는 게 제 생각입니다.”

주부들에게 빵만드는 법을 알려주면 업계의 대상이 떨어진다는 일부의 얘기를 반박하는 그의 말이다.

주부들에게 제법을 알려주는 데에는 특별한 노력이 필요하다는 것이 그의 말이다. 만드는 법을 꼼꼼하고 정확하게 알려줘야 한다. 처음 해보는 사람이 대부분이기 때문에 업계 기술자들을 상대로 하는 것보다 3배는 자세해야 한다.

“일본책과 우리나라 베이커리 관련 책들을 놓고 제가 직접 만들어 보고 다음 메뉴를 선택합니다. 실연시간의 문제, 쉽게 재료를 구할 수 있는가, 만들기 어렵지 않나 등을 제 나름대로 판단해 봐야 하기 때문이지요.”

실연이 끝난 후에도 자리를 떠나지 않고 궁금한 사항을 다시 한번 물어보는 주부들이 그에게 가장 큰 보람이다. 