

제주 토종 보리빵을
보급하는

남성우

언제부터인가 '제주 갈릴리 토종 보리빵'이 40대 이상의 중년에게는 어린 시절의 향수를, 건강 식품을 선호하는 이들에게는 색다른 맛과 건강식으로 다가서고 있다.

"저희 보리빵은 무설탕, 무색소 등 일질 첨가물을 사용하지 않는 제품입니다. 식품만큼은 자연으로 돌아가자는 생각에서 제품 제조시 이 원칙을 철저히 지키고 있고 사업도 그런 방향에서 추진하고 있습니다."

라 식이성 섬유질이 더 많다고 알려진 제주산 보리 30.6%와 밀가루, 제주 생수를 이용해 제품들을 생산하고 있으며, 기존 보리가 7번 도정하는 데 비해 2번 도정하는 것이 특징이라고 밝혔다.

현재 제주농연식품에서 시판하고 있는 제주 토종 보리빵은 대표적인 토종 보리빵을 비롯해 썩보리빵, 아케보리빵, 호박보리빵 4가지. 이외에 시판은 하지 않고 있지만 보리를 이용한 비스킷과 롤케이크를 개발한 상태며 쌀빵도 거의 개발이 끝나

“

제주산 보리와 생수에 첨가제를 사용하지 않습니다.

”

제주농연식품의 대표 남성우 사장의 말이다. 남사장은 제주도 출신 빵도, 만들어 파는 사람도 말그대로 제주 토종인 셈이다.

현재 서울 경인 지역을 중심으로 판매되는 제주 갈릴리 토종빵은 제주도 공장에서 생산, 항공편으로 직송돼 개당 4백원의 가격으로 제과점 등에서 시판되고 있다. 메주콩을 발효시키는 방법과 같은 자연 발효와 첨가제를 사용하지 않아 유통 기한이 짧고 개당 18원의 항공 운임비가 들지만 제주도에 서 나는 보리와 재료를 이용한 토종보리빵을 고집하고 집하고 있다. 남사장은 현무암 토양에서 자

가는 중이다.

"올 여름 무더운 더위 때문에 제과점에 공급된 보리빵이 이들을 넘기지 못하고 변질될 땐 자연 발효 생산 방법과 첨가제를 사용하지 않은 탓이라는 생각에 별 마음이 다 들었지만 다시 한번 식품만은 자연으로 돌아가자는 평소 생각을 굳게 가슴에 새겼습니다."

말 그대로 자연 그 자체의 재료와 건강을 지향하는 보리빵을 꾸준히 생산 보급하겠다는 제주농연식품의 의지를 지켜보아 달라는 남성우 사장의 말이다.

'전산화, 또는 이에 따른 효율화가 결코 일량을 줄인다거나 인원을 감축할 수 있다는 것을 의미하는 것은 아닙니다. 현재의 인원이 전산화에 의해 업무 능력 및 영역을 배가하게 된다는 것이지요, 따라서 동시에 관리 영역도 넓어지고 효율화에 의한 생산력 증대가 이루어 집니다."

오는 9월부터 썬메리제과가 전산화시스템을 가동하게 된다. 이를 준비하는 박봉수 영업부장

기준이기 때문에 전산실 운영도 전문 소프트웨어에 용역을 주는 형식입니다. 가장 중점을 두는 부분은 역시 영업에 관련된 제반관리라고 할 수 있습니다. 보통 전산화는 기업의 내부관리부터 시작되는데 썬메리와 같이 다수의 매장을 운영하는 체제에서는 단연 영업관리가 우선되어야 하기 때문이다. 발주와 생산관리가 신속, 정확, 효율화 되고 특히 실적관리는 매장에서도 중요한 정

“

전산화는 업무 능력과 영역을 배가한다는 데 의의가 있습니다.

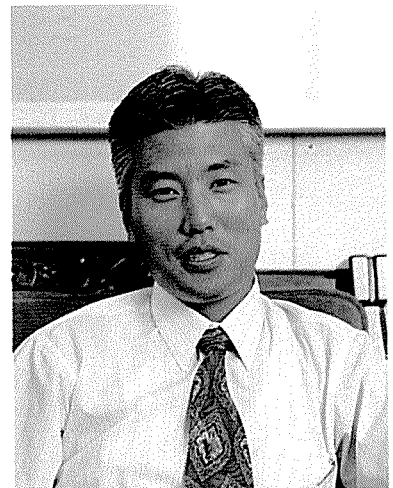
”

은 한때 유통업계에서 경영관리 부문에 노하우를 쌓았던 인물. 그가 말하는 전산화란 곧 정보이며 '관리'이다. 앞으로 다가올 썬메리의 다점화시대를 대비하여 생산, 출고, 실적, 재고 등 전부문의 데이터화 시스템화를 위한 준비가 지금 시작되고 있는 것이다.

"향후 5년, 점포 20개를 기준으로 작업을 진행하고 있습니다. 투자낭비를 막기위해서 설정한

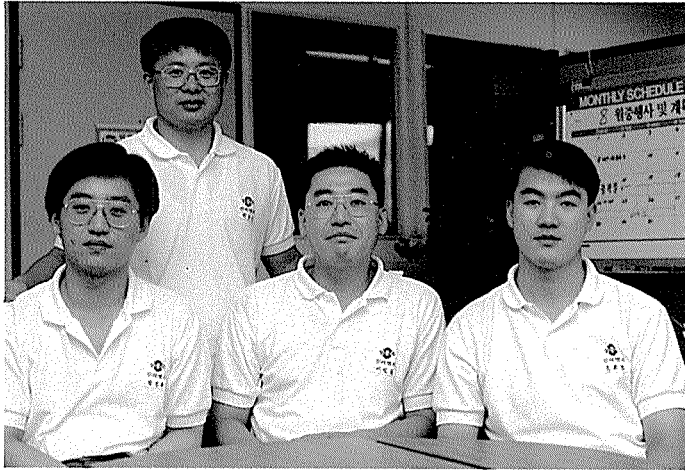
보가 됩니다."

그간에도 철저한 실적관리로 판매량 예측을 성공적으로 이루어 왔던 박부장은 수작업이나 개인용컴퓨터를 넘어선 전산화가 관리체계의 혁신을 가져올 것이라는 점은 아주 당연한 것이라고 한다. 그보다 궁극적인 기대는 '소비자에게 더 신선한 빵을 제공한다.'는 것 이것은 썬메리 뿐 아니라 빵을 파는 모든 이의 목표이기도 하다.



전산화로 관리혁신 준비하는
썬메리제과

박봉수



신라가족 제과제빵 큰잔치 주관한

신리명과 경영합리화팀

“
직원만족이
고객만족을 가능하게 합니다.
”

“이번 행사는 직원들이 ‘재미’있는 일을 치루면서 분위기를 새롭게 하고 의욕을 가져본다는 단순한 의도에서 출발합니다. 생산력을 증대한다거나 신제품 개발을 유도한다는 보다 큰 목적은 먼저 동기 부여가 있는 다음에 자연스럽게 일어나는 것이기 때문입니다.”

지난 7월 28일 신리명씨가 자체 행사로 개최한 빵·과자 콘테스트 ‘신라가족 제과제빵 큰잔치’에는 105명의 직원이 빵, 케이크, 화과자 각 부문에 69개의 작품을 선보였다.

이중 신제품으로 개발이 결정된 작품은 6개 품. 그러나 이보다 더 중요한 것은 한달 남짓 대회를 준비하면서 고양된 직원들의 사기와 의

욕이라고 행사를 주관한 경영합리화팀의 서민종 과장은 말한다.

신리명씨의 경영합리화팀은 최근 국내에서 대기업 중심으로 일어나고 있는 경영혁신운동의 일환으로 92년부터 활동을 시작했다. 매출경쟁과 확장일로로 시대에 이제 기업도 내실을 다지고 조직 각 부분의 비효율적 운영을 타파함으로써 본질적으로 경쟁력을 강화할 수 있다는 논리가 우리 업계에도 뿌리를 내리는 듯 하다.

경영합리화팀의 관심은 다양하다. 의식개혁운동, 업무효율화, 능률 향상을 위한 다양한 이벤트, 말하자면 사내의 구석구석을 파헤쳐 불합리한 부분을 개선하고 생산력, 매출증대를 불러 올

수 있는 기반을 공고히 한다는 것이다. 이번 콘테스트도 이러한 취지 아래 분위기 쇄신이라는 측면에서 기획되었다.

“고객만족은 ‘직원만족’ 이후에 가능한 것입니다.” 간단한 이 한마디가 무척이나 신선하게 다가온다.

최근 ‘주위환경을 깨끗이 하자’는 의식 운동을 벌이고 있다는 경영합리화팀은 이번 가을에 판촉사례, 개선사례, 제안사례 등의 발표회를 계획하고 있으며 이번 잔치가 생산부문에 치우친 행사였던 만큼 판매, 영업부문의 이벤트도 마련할 생각이다. 빵·과자 콘테스트의 성과가 좋아 매년 대회를 개최하겠다는 것도 물론이다.

3년마다 개최되는 독일의 이바(BA)쇼가 내년 3월 31일부터 4월 6일까지 뒤셀도르프에서 열린다. 제과제빵 관련 대규모 행사로 평가 받고 있는 이 대회는 이미 세계 각국에서 8백여 업체가 참가 신청을 마쳤고 10만명 이상이 관람할 것으로 예상되고 있다.

“이바쇼는 협찬 협회인 독일연방제과협회가 매년 개최지를 지명합니다. 지난 92년에는 베를린에서 열려 참가업체 8백50, 방문객 8만1천명이라는 성과를

단기술, 고가품에만 국한 된 것은 아닙니다. 참가국이 세계적이다 보니 아프리카, 동남아, 동구권, 구소련 등 우리보다 후진국에서도 업체가 참가하고 관람객이 몰려옵니다. 기술 수준이 아주 다양하게 나타나다고 할 수 있지요, 그렇게 보면 우리나라도 전시 참가가 가능할 듯 한데 아직까지는 전시를 희망하는 기계업체가 없습니다.”

부스 사용료는 1부스(9m2)당 설치비용까지 1백만원 내외로 국내 전시비용과 비슷한수준이라고 한

“
세계적 흐름과 다양한 기술력을 접할 수 있습니다.
”

을렀고 아마 내년 대회가 이 이상의 성과를 올린다면 다음 개최지도 뒤셀도르프가 될 가능성이 높습니다.”

한독상공회 박정미과장은 쾰른과 뒤셀도르프 두 도시의 각종 세계적인 전시회 홍보를 맡고 있다.

“대회 참가업체 중 1/3 이상이 독일기업이므로 유럽의 높은 기술력을 접할 수 있으리라 봅니다. 규모 면에서도 방대함을 알 수 있죠. 그렇지만 전체가 참

다. 그러나 운송료, 항공료, 숙박비, 통역 등 제반 비용이 이보다3~4배 소모되기 때문에 선뜻 참여가 이루어 지지 않는 듯 하다고

특히 95년 이바쇼에서는 기계 뿐만 아니라 빵·과자의 디자인과 다양한 감각적 아이디어의 세계적 흐름을 볼 수 있을 것이라는 박정미 과장. 그는 오는 9월 13일 하이아트호텔에서 있을 이바쇼 설명회 준비에 여념이 없다. [K]



‘95 뒤셀도르프 이바쇼 홍보를 맡고 있는 한독 상공회

박정미