



민족과 함께 고객과 함께, 고려당 반세기

종합식품회사를 향해 기지개를 켜다

광복 50년은 분단 50년을 뜻하기도 한다. 우리 민족은 45년 이후 '광복'과 '분단'이라는 기쁨과 슬픔을 가슴에 같이 묻고 살아 왔다.

해방둥이 고려당이 창립 50주년을 맞았다. 고려당은 50년의 전통을 바탕으로 21세기 종합식품유동회사를 향한 발걸음을 재우치고 있다. 남과 북이 하나되어 반쪽뿐인 '고려당'이라는 이름의 뜻이 완전히 실현되기를 기원하며 고려당의 발자취를 따라가 본다.

반세기의 발자취



구한말 외국 선교사들에 의해 전래된 빵은 한 세기를 거치면서 우리 생활에 탄탄한 뿌리를 내렸다. 외래문물인 빵이 이처럼 우리 토양에서 자연스럽게 호흡할 수 있게 된 데는 초창기부터 이를 능동적으로 수용하며 대중 속으로 다가갔던 몇몇 기업들의 노력 때문일 것이다. 신 개의 나이테를 그리며 베이커리 업계의 굵은 기둥으로 성장한 고려당은 그 대열의 선두에 섰던 기업이었다.

◀7전 8기의 의지는 본점 건물에 배어 있다.

판소리를 들으며 빵을 먹는다?

고려당은 이름에서 드러나듯 민족적 색채가 강한 기업이다. 근거를 알 수 없는 외래어 상호가 어지럽게 널려 있는 거리에서 '고려당'이라는 상호와 마주치면 반가움이 앞선다. 그리고 그 이름이 전혀 촌스럽지 않게 느껴진다. 대신 전통으로 휘감친 친근함이 배어 있음을 느끼게 된다.

고려당의 '민족주의'는 몇 가지 사례에서 확인된다. 70년대 초 종로 2가에 8층 건물을 신축한 후, 고려당은 매장 안의 배경음악으로 비틀즈나 로킹 스톤즈 대신 민요, 판소리, 가곡 등 우리 음악만을 고집했다. 창을 들으며 빵을 먹는 모습이 생각만 해도 어색하게 보이지

만 우리 것을 잃지 않고 주체적으로 소화하려는 의지가 엿보인 대목이다.

5·60년대 미국의 대량 원조와 이후 수입으로 이어진 미국산 밀의 대량 유입으로 뿌리가 뽑힌 우리밀을 살리려는 대열에도 고려당의 민족주의는 발견된다. 92년 우리밀 살리기 운동본부에 발기인으로 참여하였고 93년 3월 우리밀 식빵을 개발하여 소비자의 관심을 확대하는 데 기여하였다.

고려당의 역사는 45년 이전부터 시작된다. 지금의 본점 자리에는 선친인 김동환 씨가 조선이발기구상회를 운영하고 있었다. 그러나 극심해지는 일제의 수탈은 선친의 사업을 궁지로 몰아 넣고 있었다. 이에 불안을 느낀 김규옥 씨는 부인 주영숙 씨와 함께 가게 앞에 빵 굽는 리어카를 설치하고 노점상을 시작했다.

고려당의 정신은 선친 김동환 씨에 의해 세워진다. 일제치하에서 우리의 말과 글을 역설하다 옥고까지 치를 정도로 민족적인 신념이 강했던 그는 고려당이라는 상호를 지은 장본인이기도 하다. 해방직후 외래문물의 회오리가 나라 전체를 휘두르는 상황을 목도한 그는 위기감을 느꼈다. 이렇다간 우리 것이 완전히 사라질지도 모른다고 우려하면서 최초의 통일 국가인 '고려'를 상호에 넣었다.

현대적 마케팅의 도입, 창업 2세 시기

고려당은 70년 11월 본점 건물을 8층으로 신축하며 70년대의 도약기를 준비한다. 이 건물에는 7층까지만 엘리베이터가 오르도록 되어 있었다. 이는 8층은 걸어오르도록 함으로써 '7전 8기'의 의지를 다지고자 함이었다. 오투기 정신은 곧바로 발휘되었다. 71년부터 시작된 지하철공사는 고객의 발걸음을 막아버렸다. 매출이 급락하는 위기 속에 '고려인'은 위기를 투합했다. 학교, 유치원, 예식장 등 대량 수요가 있는 곳을 짚차로 누볐다. 위기를 기회로 연결시키면서 지하철개통과 함께 고려당은 도약의 발판을 굳혔다.

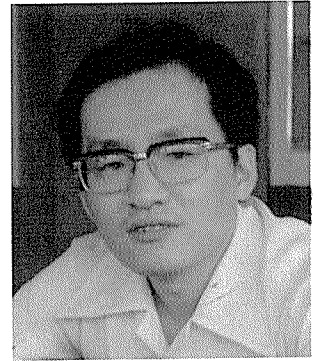
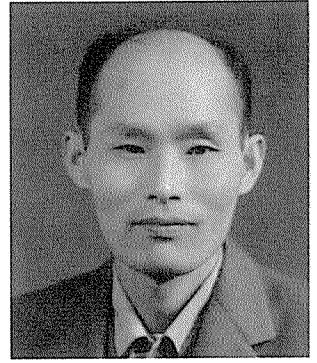
고려당은 70년대 후반 현대적 마케팅을 도입하여 완전한 회사의 면모를 갖춘다. 타계한 김규옥 사장의 뒤를 이어 경영을 맡은 김지웅 사장은 78년 4월 고려당과 동성개발(주)를 합병하고 본사를 77년 완공된 성남 공장으로 이전했다. 이때 김사장의 서울대 경제학과 동문이자 현재의 사장인 김지정 씨가 기획실장으로 영입된다.

현대적 마케팅 기법으로 무장한 창업 2세의 고려당은 영업전략을 쇄신하고 기술개발 및 품질향상에 주력했다. 프랜차이즈 시스템을 도입하여 영업망을 확충하고 업계 최초로 CI(기업이미지 통일화 작업)를 통해 통일된 기업 이미지를 소비자에게 심어주고 토탈 마케팅에 의한 판매 전략을 수립, 실행에 옮겼다. 또한 소비 추세에 발맞춰 업계 최초로 보리빵을 개발하고 '립스 프레도' 아이스크림을 시판했다. 특히 83년엔 '이집식사는 빵으로'라는 슬로건을 내걸고 적극적으로 식생활 개선 캠페인을 전개했다. 식생활 개선에 대한 공감대가 형성되기 시작한 시점 이어서 소비자들의 반응은 좋았다.

전통을 이어 종합식품유통회사를 향해

85년 4월 김지웅 사장의 갑작스런 타계 후 고려당은 김지정 사장에 의한 전문경영의 옷으로 갈아 입는다. 김지정 사장은 기본 마케팅 전략을 '사회복지 마케팅'으로 전환하고 더욱 친근한 이미지를 만들고자 노력하였다.

전문경영인의 고려당은 점포망의 확대와 매출의 증가로 성남 공장의 생산 능력이 포화 상태에 이르자 교통 체증으로 인한 배송의 어려움을 감안, 현지 공장화에 착수했다. 88년 충북 도안 제 2공장을 시작으로 정읍 제 3공장(90년), 경산 제 4공장(93년), 제주도 제 5공장(95년)을 설립하여 전국적인 생산, 물류체제를 확립했다. 또



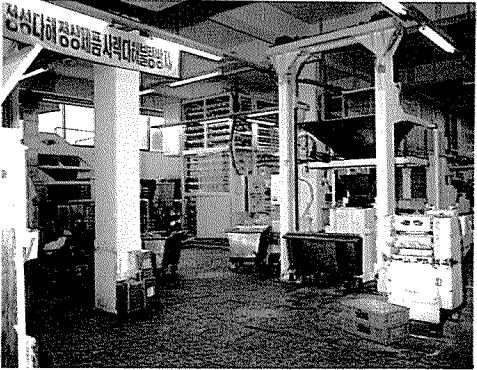
▲故 김규옥 회장
▲▲故 김지웅 사장

◀공장 현지화를 통해 전국적인 생산, 물류 체제를 이룬다.



그는 또한 없어서 못 팔 정도인 수요초과의 상황에서 "고객은 결코 우둔하지 않다"고 강조함으로써 나태해지지 말고 고객에 대한 서비스에 최선을 다할 것을 당부하였다. 이는 고려당의 경영 철학으로 굳어져 편하고 친근한 이미지를 위한 노력으로 구체화된다. 일례로 장애자의 해였던 82년 전직원이 수화를 배워 장애 고객에게 세심한 서비스를 제공한 일은 유명한 일화로 남는다.

창업 초기 부족한 재료와 미숙한 기술 등의 어려움을 극복하고 고려당은 도우넛, 고로케, 팔빵 등으로 서울은 물론 지방까지 그 이름을 널리 알렸다. 그러다가 6.25가 터지고 고려당은 폐허의 더미 위에 다시 건물을 세우고 5·60년대에 걸쳐 과자의 명문 자리를 틀었다.



▲품질향상은 빵을 수 없는 목표다.
▶평양 거리에도 고려당 간판이...

한 물류, 배송의 효율화를 위해 94년 7월부터 주문자동화 시스템을 가동함은 물론 9월에는 풀무원과 물류센터 합작 설립에 합의하였다.

고려당은 현재 3개의 법인을 거느리고 있다. 먼저 (주)브랑제리 드 베에르 고려당은 87년 프랑스 고급 베이커리인 드 베에르와 합작해서 설립한 회사로서 프랑스의 고급 제품을 취급한다. 설립 초기에는 베이크 오프(BAKE-OFF) 시스템을 도입해 화제가 되었다. 이 시스템은 공급 받은 냉동 반제품을 오븐, 발효기 등을 통해 갓 구운 빵을 제공하는 것인데 80년대 후

반 일반 제과점의 오븐 후레시(OVEN FRESH) 시스템과 함께 대표적인 방식으로 자리 잡았다.

고려스낵식품(주)는 90년 11월 설립되었다. 정음제 3공장에 본사를 두고 있으며 전병류 및 편의점용 제품 등을 생산하고 있다. 북경 고려당 식품유한공사는 93년 7월 북경 케이크 공사와 합작으로 설립되었으며 연간 240톤 규모의 케이크류 및 360만개의 아이스 스틱을 현지에서 생산, 판매하고 있다. 현재 북경에 20여개의 점포가 있으며 올 연말쯤 청도(靑島)에 공장을 건설할 예정이다.

한편 고려당은 별도의 사업부를 두고 외식분야에 진출했다. 현재 샌드위치 전문점 써탄-써티, 우동전문점 미미우동, 이탈리아 정통 레스토랑 몬도 디 파스타를 운영하고 있다.

평양 거리에 걸릴 '고려당' 간판

창업 50주년을 맞은 고려당은 이후 새로운 도약의 착지점을 21세기 종합식품유통회사에 두고 있다. 고려스낵식품을 세우고 외식사업부를 설치한 것은 이를 향한 발판을 만들고자 함이었다. 또한 2차 CI 작업을 통해 21세기 고려당의 미래에 걸맞는 경영이념을 정립했다. 인간존중과 새로운 식문화 창조로 요약되는 경영이념은 '고려호'를 21세기의 바다로 끌고 갈 것이다.

빵문화를 우리식으로 소화하고 발전시킨 고려당의



50년은 광복 50주년을 맞아 의미를 더한다. 광복 50년은 분단 50년과 맞물려 있고 고려당의 상호는 통일에 대한 염원이 담겨져 있기 때문이다. 고려당의 간판이 평양 거리에 세워질 날을 기원해 본다. [K]

(글/손인수)

인터뷰



김지정 사장

“종합식품매장으로 전환... 단위 점포매출 증대”

고려당은 올해부터 무리한 점포확산보다는 내실위주의 경영을 추구하고 있다. 그 이유는 무엇인가. 후발 경쟁 업체가 추월할 우려가 있지 않은가. 점포망은 어느 정도 확산되었다고 본다. 앞으로 중요한 것은 단위점포당 매출이 아닐까 한다. 이를 위해 고려당은 인테리어를 바꾸고 제품을 다양화 하는 등 점포의 내부역량을 강화할 방침이다. 그리고 고려당은 지방 분공장이 확립되어 있기 때문에 'bake-off' 시스템 등 새로운 방향 전환이 수월하다고 본다.

써탄-써티 등 외식분야에 진출, 사업을 다각화하고 있는데 그 이유는 사업을 다각화한다기보다는 앞으로 '조리'에 비중을 두려는 뜻으로 해석해야 한다. 지금껏 단과자빵 위주로 되어 있던 것을 조리빵으로 넓히려 한다. 써탄-써티, 몬도 디 파스타는 이를 위한 준비라고 할 수 있다. 고려당 매장에 샌드위치 코너가 설치될 수도 있을 것이다.

앞으로 어떤 면에 중점을 두고 사업을 추진할 것인가.

내실위주의 경영에 입각해서 고려당 매장을 종합식품매장으로 꾸미려고 한다. 이를 위해 고려스낵을 중심으로 베이커리제품과 같이 판매할 수 있는 제품을 모색하고 있다.

남북경협이 앞으로 활성화되리라고 보는데 북한에 진출할 계획은

북한 진출을 위한 시도를 몇 차례 한 적이 있다. 여건이 여의치 못해 구체화되지는 않았지만 현재로서는 충분한 가능성을 염두해 두고 있다.

고려당이 자신 있게 내세울 수 있는 점이 있다면

우리사주 비율이 높은 데서 보듯 고려당은 임직원들의 회사 사랑이 남다르다. '인화단결'은 가장 큰 힘이다.