냉동생지 성공을 위한 제언

제조 과정에 대한 이해와 판매 전략의 수립이 필요

필자는 40년간 제과업계에 몸담고 있으면서 냉동제품에 항상 관심을 가져왔다. 생지냉동에 의한 제빵법은 효모의 동결 장애가 큰 문제점으로 남아 있어 생지냉동 제빵법이 아직 활성화되지 못했다. 이에 그간에 나름대로 생지를 냉동하여 제품을 생산했던 경험을 바탕으로 새로 부각된 생지냉동 사업에 도움이 될 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

□글 : 김기홍 (해동 제빵기구 대표)

냉동생지에 대한 다양한 실험

필자는 1975년경 생지를 냉동시킬때 발생하는 문제점에 관해 연구하던 중 뉴욕제과의 제안을 받고 이를 현장에 적용할 기회를 갖게 되었다. 이에 냉동생지에 관한 기술을 직접 지도해 1호점으로 뉴욕제과 은마아파트점을 오픈하였다. 해동 방법과 발효, 굽는 방법 그리고 판매까지 직접 지도하여 생산한 생지 냉동 제품은 곧 전지점에 확산되었고 1일 판매량이 5만개까지 이르렀다.

그 뒤 70년대말 서울의 대빙과회사가 지방으로 판매를 확산하면서 지방의 중소빙과공장이 경영위기에 처하게 되었다. 부산의 석빙고 또한 예외가 아니었다. 이에 필자는 제과에 관한 설명과 냉동생지를 통한 신선한 빵을 판매하는 방안을 제시하였다. 우선 부산 광복동에 점포를 개업, 사상공단 공장에서 냉동생지를 공급받아 1979년 12월 31일 오픈하였다.

그러나 설날 연휴에다 선전도 없이 오픈한 탓에 매출이 오르지 않았다. 일주일 후에 석빙고 사장께서 제과점이 완전 실패하였다고 하셨다. 나는 서울의 가게를 닫고 직원과 부산에 내려가서 석빙고 사장에게 10일간 광복동 제과점을 우리에게 맡겨달라고 했다. 단 어떠한 판매방식을 사용해도 간섭하지 말 것을 전제로 했다.

제품의 종류는 데니쉬 페이스트리 10종류와 식빵 2종류 그리고 도넛 2종류 등 모두 14종류였다. 기계는 입구근처에 설치해 지나가는 행인이 볼 수 있게 하였다. 판매방법으로는 신제품을 개발해 시식코너를 이용하려 했으나 효율성이 높지 못해 갓 구운 빵을 길거리로 직접 들고 나와 지나가는 행인들에게 나눠줘 맛을 보게 했다. 또 저녁 7시가 되면 남아 있는 데니쉬 페이스트리 제품을 모두 쓰레기 통에 버리게 하였다. 얼마 뒤 저 집은 빵맛이 좋아 저녁만 되면 빵이 떨어진다는 소문이 퍼지면서 부산 제과업계에서 유명하게 되었다. 약속한 10일이 지난 후 그 제과점의 1일 매출은 300만원 이상이 되어 다시 석빙고 사장에게 인계되었다. 이렇게 시작한 지점이 곧 50여 개로 번창하였다.

그러나 냉동생지를 공급받아 해동, 발효, 구워 판매하는 방식은 초창기에는 번창하였다가 몇 년 후에는 원점으로 하락하고 말았다. 1987년 국내 일류 제빵회사에서도 냉동생지 제조를 위해 막대한 투자를 하여 냉동생지를 판매하고 있으나 기대에 못미치는 것으로 알고 있다. 이는 냉동생지의 생산과 보관, 제조 등 제품에 대한 이해 부족 때문에 실패하는 것이다. 최근들어 다시 냉동생지 제품에 대한 인식이 새로워지면서 각 제과회사에서 시설을 투자하고 있다. 이에 그간의 경험과 소견을 바탕으로 냉동생지 판매가 지속력을 갖지 못하고 원점으로 하락한 원인과 대책을 분석하고 이를 통해 앞으로의 전망을 제시하려 한다.

냉동생지의 문제점

냉동생지의 문제점은 크게 몇가지로 나눠볼 수 있다. 우선 시설의 문제를 살펴보면 다품종 소량생산보다는 대부분이 대량생산라인을 갖추고 있다는 점이다. 국내에서 냉동생지 품목은 주로 데니쉬 페이스트리인데 이는 발효 제품이다. 그러나 생지의 발효균은 냉동과정에서 냉해를 입어 사멸하는데 이는 현재까지 완전하게 해결하지 못하고 있다. 또한 데니쉬 페이스트리는 유지가 50% 이상 함유되어 살 찌는 식품을 피하려는 경향이 있는 일반 소비자층에게 선호되는 제품이라 할 수 없다. 그러나 이런 난점에도 불구하고 대부분의 제과회사에서는 데니쉬 페이스트리 라인에 막대한 투자를 하고 있는 실정이다.

냉동 생지 제조에 이용되는 급성 냉동고는 턴넬 이나 스파이럴 프리저가 이상적이다. 룸식 냉동고는 팬에 생지를 나열하고 락크에 채워서 넣기 때문에 품질이 일정하지 않다.

냉동생지 제조과정에서는 적절한 재료의 사용이 중요하다. 생지 종류에 따라 쇼트닝이나 식물성 마아가린, 버터, 라드 등 어떤 것을 사용할지 결정해야 한다. 또한 제품의 종류에 따라 향료의 선택도 달라질 수 있다. 그 외에도 냉동생지의 저장고 관리에 있어서 생산 계획에 따라 정확한 배합과 생지 온도, 발효 시간, 성형 등을 조절해야 하며 품목의 제조날짜를 명기하여 선입선출을 엄수하는 등의 계획적 생산과 적절한 냉동저장도 중요한 부분이다.

영업 부분에 있어서는 본사의 영업사원은 제빵기술자가 되어야 한다는 점을 들 수 있다. 영업사원은 주로 현장(지점)을 뛰어 다니며 빵의 잘못된 점을 시정할 수 있어야 한다. 결함을 즉시 시정 못하면 잘못된 제품을 계속 판매하게 돼 그것을 맛본 사람은 다시 찾지 않게 된다.

지점에서도 생지의 해동방법이나 발효, 굽는 과정에 대해 알고 있어야 한다. 흔히 종업원들은 지점에서 해동하고 발효시켜 굽는 것을 싫어하는 경향이 있는데 종업원들이 충분한 기술을 습득해야만 좋은 제품을 만들 수 있다. 또한 항상 신선한 빵을 판매하기 위해서는 어느 시간대에 어느 정도의 손님이 찾는다는 것은 알아둬 2시간 정도의 판매 분량을 준비하는 것을 원칙으로 해야 한다. 그러나 대부분 지점에서는 오전에 하루 판매량을 구워, 오후쯤엔 식감이 떨어지는 제품을 판매하게 된다. 맛이 없는 제품을 판매하면 재고가 생기게 되고 그것을 다음 날까지 판매하게 되면 자연히 매출은 하락하게 된다.

이상과 같은 문제점을 본사 영업사원이 순회하면서 잘못된 점을 즉시 시정해야 하며 수시로 기술지도가 있어야 한다. 그러나 이런 점들이 잘 지켜지지 않기 때문에 냉동생지 제품의 판매액은 초기에는 신장하였다가 시간이 지날수록 원점으로 하락하고 만다.

앞에서 말한 것처럼 국내 냉동생지 제품은 주로 데니쉬 페이스트리인데 대부분 본공장에서 생지를 냉동시켜 지점에 공급해 제품화하는 방법을 사용한다.

이 제품은 발효제품으로 냉동과정에서 이스트균이 일부 냉해를 입어 잘못되어도 유지층에 의해 부풀어 올라오기 때문에 생지의 냉동에 대한 고도의 기술이 없어도 무난하게 취급할 수 있다.

그러나 효모의 동결과정과 동결의 장애요소는 무엇인가, 효모가 장애를 받지 않기 위해서는 어떠한 조건이 필요한가, 생지의 냉동에 의한 빵의 품질개선 방법은 무엇인가 하는 점들이 남겨진 연구과제라 생각된다. 또한 제품의 개발이 지속되어야 할 것이다.

냉동생지의 가정 공급방안 모색

끝으로 한가지 덧붙이자면 가정에 냉동생지를 공급하는 방안에 대해 생각해 볼 필요가 있다는 점이다. 가정에 냉동제품을 공급하기 위해서는 동결한 생지를 구입해 굽는 제품과 구운 완제품을 구입해 가정에서 전자렌지에 데워먹는 두 가지 방법이 있다.

가정에 판매될 수 있는 제품의 종류로는 스펀지 케이크나 버터 케이크 · 초컬릿 케이크 등의 케이크류와 사과파이 · 복숭아파이 · 딸기파이 등의 파이류, 버터쿠키 · 슈가쿠키 · 초컬릿쿠키 등의 쿠키류, 피자파이, 샌드위치 등 다양하다. 그러나 이런 제품을 가정에 판매할 때에는 포장방법이나 단위, 판매방법, 이해하기 쉬운 설명서의 첨부 등 많은 부분에 신경을 써야할 것이다. 특히 제품이 변질되지 않도록 보관하는 것이 중요하다.

완제품 냉동제품은 전자렌지에 데워 먹을 수 있게 하여 아침식사 대용으로 개발할 수 있다. 여기서 주의할 것은 포장방법인데 내용물의 동결, 해동에 변화를 주지 않는 제품이 선택되어야 한다. 이상의 방안들을 바탕으로 실제적인 실험과 정확한 데이터를 통해 제품을 생산 판매한다면 앞으로 냉동생지는 유망한 사업이 될 수 있을 것이다.