한국 유학생들의 일본 길라잡이

동경제과학교 취업부 토모코 하야시

"동경제과학교 취업부에서 유학생들의 취업 상담과 그와 관련된 실무를 담당한 것은 4년 쯤 됩니다. 한국학생들이 동경제과학교로 유학 오는 경우가 많아 저에게 한국은 그다지 낯선 나라는 아니라는 생각이 드는군요."

15년 전부터 동경제과학교에서 유학과 관련된 교육 행정을 맡아보고 있는 토모코 하야시(37)씨. 대학에서 영문학을 전공한 그녀는 졸업과 동시에 단지 '영어가 된다는 이유' 만으로 베이커리 산업과는 관련이 없었던 이전의 인생을 뒤로 하게 된다.

"학교를 졸업할 때까지 베이커리쪽과는 거의 무관한 삶을 살아왔다고 해도 과언이 아닙니다. 유학생들, 특히 한국 유학생들과의 관계가 하나둘 늘어나게 되면서 한국에 대해서도 많이 알게 됐죠. 학교에 근무하면서 제 자신이 참 많은 경험을 하고 있는 셈이지요. 그런 면에서 동경제과학교는 제게 제2의 인생을 살게 하는 터전을 마련해 준 셈입니다."

그가 가지는 한국과 한국 유학생들에 대한 느낌은 어떤 것일까. 서울국제 빵과자전에 참가해 동경제과학교 부스를 안내하고 있던 그는 한마디로 답변을 요약해냈다. '적극적' 이란 말을 연신 풀어내는 그의 입을 통해 일본에 유학하고 있는 한국 학생들이 이국에서 어떻게 생활하고 있는지 짐작할 수 있었다.

"한국 사람들은 굉장히 적극적입니다. 올해 한국 방문이 4번째인 저로서는 '친절하다' 는 느낌을 하나 더 보태서 일본으로 돌아갈 것 같습니다. 일본 유학 시절 열심히 하던 학생들이 한국에 돌아와서 성공한 모습을 보면 참 뿌듯함을 느낍니다. 앞으로도 계속 학교에 남아 양국의 베이커리 산업의 발전에 조그마한 기여라도 할 수 있는 역할을 하고 싶군요."

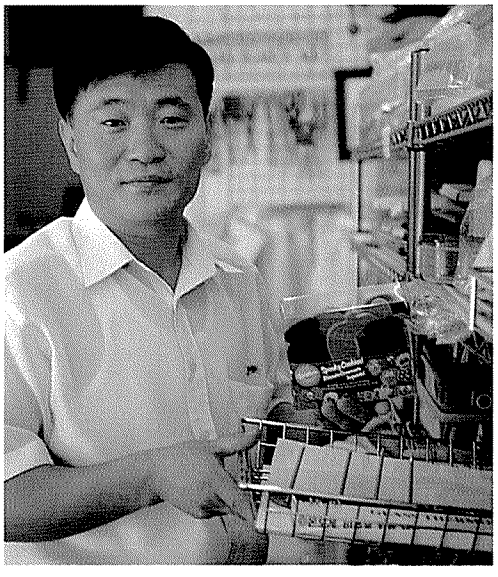
얘기를 나누는 내내 미소를 잃지 않던 그가 마지막 인사를 하면서 다소 심각한 표정으로 진지하게 말을 건네온다. 야무지게 말을 맺는 모습에서 자기 일과 유학생들에 대한 애정이 느껴졌다.

"불황을 모르던 일본경제가 주춤하면서 한국 유학생들의 일본 내 취업이 원활하지 못한 상황입니다. 한국 유학생들이 취업비자를 받기가 어려운 현실적인 여건이 어떤 해결의 실마리를 찾았으면 좋겠어요. 서로 노력한다면 좋은 결과가 있을 것으로 기대합니다."

〈글 / 오형석 ohs@mbakery.co.kr〉

수원 지역 제과업계의 마당발

우성 제과 컨설팅 대표 공병윤



이제 막 불혹의 나이를 넘어온 그이지만 아직도 낯선 사람 앞에서는 수줍음을 탄다. 하지만 한두 마디 얘기를 나누다보면 포장되지 않은 꿈이 엿보인다. 제과기술인 경력 17년, 컨설턴트 경력 5년. 살아온 시절의 절반을 제과업과 함께 해온 공병윤(41) 사장. 수원에서 태어나 수원농업고등학교를 졸업한 이후 제과기술을 쌓으면서 무려 20년이라는 세월을 건너온 그의 삶에서 빵과의 질긴 인연이 묻어난다.

묵묵히 쌓아온 기술과 청춘의 열정이 담긴 제과점을 그는 99년도에 그만두었다. 제과점은 그가 삶의 터전으로서

꾸려온 공간이었다. 그러나 프랜차이즈 및 체인 베이커리가 속속 들어서면서 주변 상권이 포화상태에 이르게 되자 끊임없는 경영난에 시달리게 된다.

"무언가 돌파구가 필요한 시기였죠. 그러다가 개업준비를 하는 지인에게 도움을 준 것이 계기가 되어 제과컨설팅에 뛰어들었습니다. 수원농고 출신들이 모여 만든 '비엔나베이커리'가 마치 체인 베이커리처럼 공동브랜드를 내걸고 하나둘 생겨났죠. 저의 손길이 닿은 곳도 꽤 됩니다."

선배와 후배가 개업한 비엔나 베이커리를 컨설팅 하면서 쌓인 경험이 지금의 길을 걷게 만든 수원 토박이 공병윤 사장. 그의 손을 거쳐나간 제과점은 모두 400여 개에 달한다. 최근 자영 제과점의 인테리어 시공을 끝낸 후 색다른 이벤트를 구상 중인 그의 삶은 항상 바쁘다.

요즘 유행 경향은 고급스러운 분위기를 지향하는 추세이다. 이런 흐름을 따라 그도 화이트의 바탕색이 중심이 되어 절제된 멋을 자아내는 젠(Zen)스타일의 디자인을 추구한다. 유능한 제과컨설턴트로서 실력을 인정받기 위해서는 아이디어 개발과 더불어 인맥관리도 중요한 부분이다. 그런 면에서 그는 항상 겸양지덕을 갖추며 제과인과의 끈끈한 유대관계를 지속하기 위해 노력하고 있다.

"컨설팅을 하자면 여러 가지 일을 한꺼번에 처리한다는 것이 힘듭니다. 그러나 남이 선뜻 실천에 옮기지 못한 생각을 행동으로 옮길 때의 기쁨은 매우 크죠." 공병윤 사장의 꿈은 더욱 많은 제과점이 자신의 손을 거쳐나가는 것이다. 수원뿐만 아니라 다른 지역에서도 인정받는 컨설턴트로서 그가 자리매김 하길 바란다.

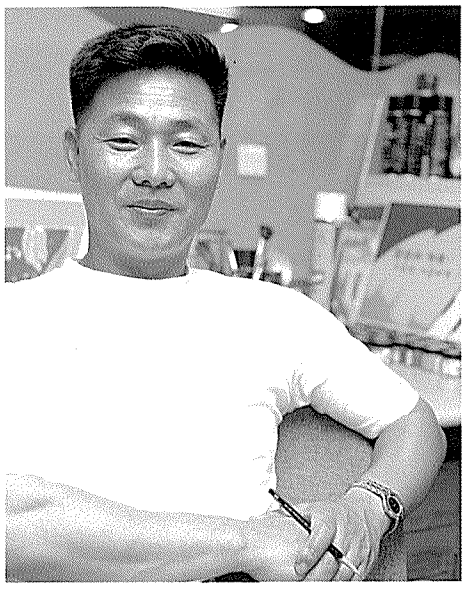
〈글 / 임희정 lim@mbakery.co.kr〉

디자인은 제품의 가치를 결정한다

예림기획 강영구 실장

아무리 좋은 제품이라도 매장 분위기와 조화되지 않으면 그 가치가 감소하고 만다. 베이커리 제품의 경우 먹는 것이니 만큼 좋은 식감을 느끼기 위해서 세심한 주의를 기울여야 한다. 예림기획의 강영구 실장(45)은 전문 디자인을 베이커리와 연결시킨 독특한 인테리어 컨셉을 추구하고 있다.

"처음에 일을 시작했을 당시에는 포스터 같은 시각적인 작업만을 했지만 현재는 제품과 점포를 조화시키는 종합적인 인테리어 작업을 통해 제과점 매출 향상을 꾀하고 있습니다."



전라남도 해남이 고향인 그는 광주에 올라와 한 백화점의 POP작업을 시작하며 본격적으로 현장에 뛰어들었다. 가난한 농부의 아들인 그는 대학에서 산업디자인을 전공하면서 일을 병행하는 힘든 생활을 하며 하나 둘씩 경력을 쌓아갔다. 그리고 성심당과 풍년제과의 일을 맡으면서 활동 범위를 전국으로 넓혀 나가기 시작했다.

"고향을 떠나 도시로 나왔을 때는 '목구멍이 포도청'이라고 밥만 제대로 먹을 수 있으면 어떤 일도 마다하지 않을 정도로 사정이 어려웠습니다. 그렇지만 15년 전 제과점 일을 시작하면서 이 분야는 발전가능성이 많다고 느껴 포기하지 않고 인연을 맺은 것이 오늘에 이르고 있습니다."

현재 강영구 실장은 시대 급변에 발맞춘 최신 감각의 디자인 개념을 중시해 젊은 디자이너들의 의견을 적극 수용하고 있다. 또한 그는 전문성을 살리기 위해 그 동안의 노하우를 바탕으로 꾸준히 마케팅에 대한 공부를 하고 있을 정도로 자기계발 노력을 게을리 하지 않고 있다.

"제과점 인테리어에서 제일 안타까운 것이 바로 칼라선택을 잘못해 전체적인 조화를 깨고 제품의 식감을 떨어뜨리는 것입니다. 전문성이 필요한 분야는 전문가와 상의해야 하지만 너무나 주관적인 자기만족에 따라 일을 진행하는 것이 문제라고 생각합니다. 올바른 디자인 작업은 주먹구구식과 달리 정확한 데이터를 기초로 한 작업이 선행돼야 합니다."

강영구 실장은 돈보다 사람들이 좋아 디자인 일을 한다며 한번 인연을맺은 사람은 좋은 관계로 남을 수 있도록 최선을 다해 작업에 임한다고 한다. 오늘도 베이커리 전문 디자인 세계를 개척하는 그의 노고에 격려를 보낸다.

〈글 / 정한상 jeong@mbakery.co.kr〉