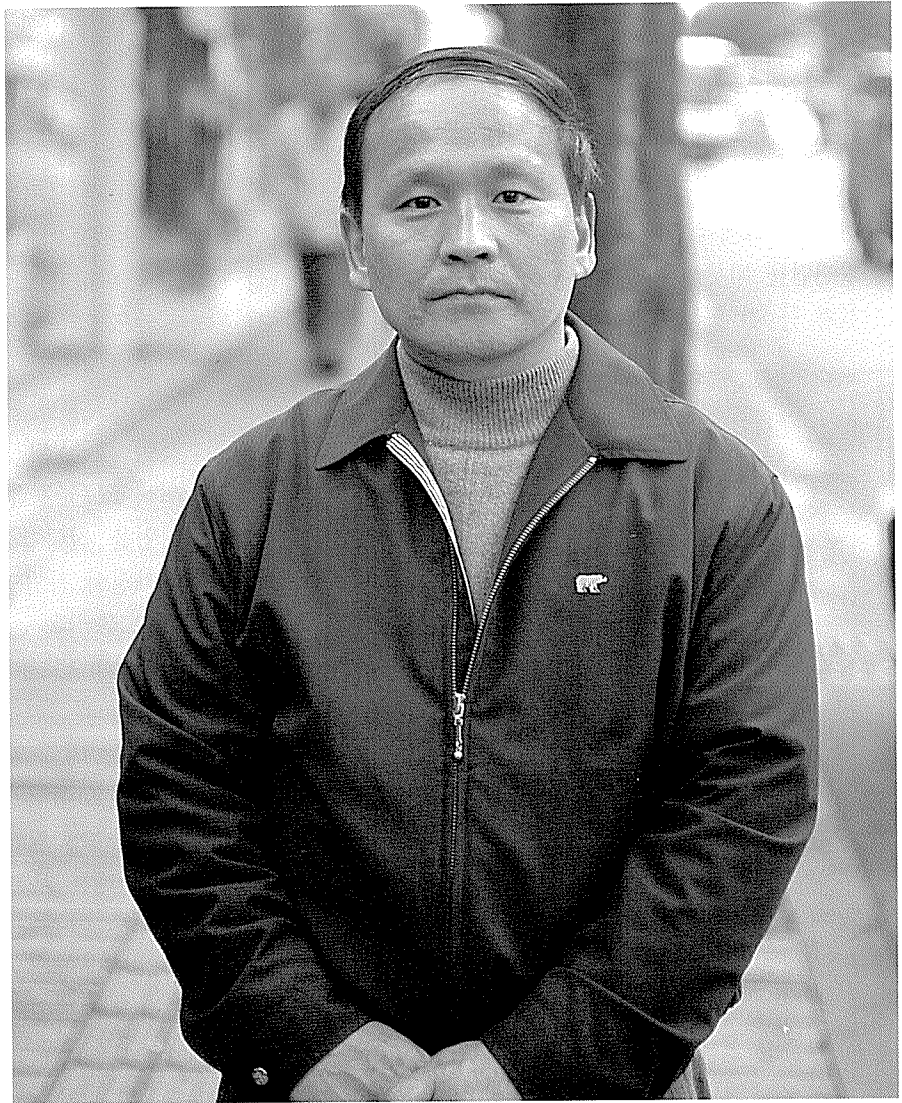


제주도 베이커리 일궈나가는 작은 거인, 업계를

하루방빵집 대표 구영희



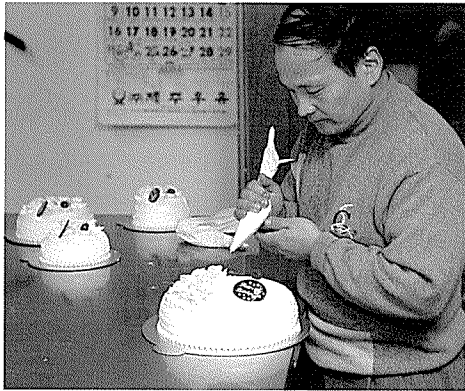
“1981년 제주도로 처음 왔을 때만 해도 이 지역 베이커리는 상당히 열악한 수준이었던 것이 사실입니다. 만두를 비롯해 기본적인 빵류가 베이커리 매장 제품의 대다수를 구성하고 있었죠. 당시에 제가 생산하는 제품은 제주도의 제품 흐름에 비하면 상당히 파격적이었던 것으로 기억합니다. 그만큼 육지와 섬의 제품 편차가 심했던 거지요. 돌이켜보면 벌써 20년전 이야기입니다. 이제는 기술교류에 대한 열의가 이 지역 기술인들에게도 확산되고 있어 상당한 발전을 이루고 있는 중입니다. 제주 지역 소비자들의 안목이 높아지고 있다는 반증인 셈이죠.”

한반도 남서 해상에 있는 한국 최대의 섬으로 약 54만 명의 인구가 살고 있는 육지화된 섬 제주도. 예로부터 돌과 여자와 바람이 많아 삼다(三多)의 땅으로 알려지고 있는 이 도서의 남단에 위치하고 있는 서귀포시의 중앙상권을 들어서면, 아침마다 그윽한 빵 굽는 냄새를 피워 올리는 제과점을 만날 수 있다. ‘하루방빵집’이라는 지극히 제주도적인 이름을 걸고 있는 점포의 문을 열고 들어서면

10여명의 종업원들 틈 속에서 작지만 아주 당당해 보이는 체격을 가진 사람을 만날 수 있다. 옅은 미소를 띠고 고객을 맞이하고 있는 하루방빵집 대표 구영희(43)사장의 첫 인상은 야무짐과 성실함 그 자체였다.

“마산에 있던 ‘합동양과’에 처음 입사한 것이 19살 때였습니다. 3년 근무를 통해 제과의 기본을 익혔던 곳이죠. 처음에는 앙금 만드는 일부터 시작했습니다. 그때는 다양한 앙금이 있었는데 지금 생각해보면 그것이 화과자의 기본이라는 생각이 들더군요. 그때 밤잠 못 자고 배우던 경험이 큰 도움이 된다는 것을 시간이 지날수록 절실히 깨닫고 있습니다. 어려운 시절이었지만 좋은 스승과 동료들이 있었기에 오늘날의 제가 있다는 것을 잊지 않고 있습니다. 제 인생의 초석이 놓일 때 어떤 식으로든지 제게 도움을 주셨던 분들입니다.”

구사장이 아직까지도 ‘평생의 스승’으로 섬기고 있다는 사람은 우리나라 베이커리 기술인의 원로급에 속하는 손명실씨다. 화과자의 전문가로 경남지역에서는 기술인의



▲ 제품 하나하나에 직접 경영자의 손길이 미치는 것이 소비자들에게 신뢰를 전해주는 최선의 방법이라는 구사장이 케이크 데코레이션을 하고 있다.



▲ 매장이 소비자들에게 어떤 이미지와 모습으로 비치질까? 구사장은 소비자의 입장과 시선으로 바깥에서 매장 내부를 틈틈이 평가해본다.



▲ 10여명의 직원들과 함께. 여덟번의 인테리어를 개보수하면서 공장이 30여평으로 늘어났다. 제품 생산파트를 나누어 유니폼 색깔까지 구분한 것이 신선하다.

대부로 통하는 송씨를 만난 것이 업계와 인연을 맺게 된 직접적인 계기가 됐다는 설명이다. 구사장이 당시 서울에서 기술력으로 이름을 높여가던 김충복과자점이나 그 외 유명 점포에서 기술을 익힐 수 있었던 것도 손명실씨의 배려가 컸다고 한다.

“경남에서 처음 기술을 익힌 후 서울로 올라가 당시 유명하다는 점포에서 기술을 한층 고급화할 수 있는 기회를 얻은 것이 제게는 큰 행운이라는 생각이 많이 들었습니다. 그때만해도 공식적으로 기술을 전수해 준다거나 사사하는 일이 흔한 일은 아니었습니다. 스스로 노력하는 길밖에는 별다른 방법이 없었죠. 작업이 모두 끝난 시간에 혼자 공장에 남아 잠을 줄여가며 연습하고 연구하는 등 시행착오를 겪어가는 것이 최고의 방법이었습니다. 선배 기술인들이 작업하는 것을 눈여겨봤다가 몇 번을 따라해 봐도 번번이 실패하던 기억이 아직도 생생합니다.”

1981년 우연찮은 기회에 제주도를 방문한 구사장은 5년간의 공장장 생활을 거쳐 지금의 제과점 자리에 3평 규모로 오픈을 하게 된다. 그야말로 ‘구멍가게’ 수준에서 시작하면서 각오도 남달랐다고 한다. 직원 한명과 허리띠를 졸라매는 적응을 해나가는 동안 차츰 경영에도 눈을 떠나갔다고 한다. 무엇보다 제품력에서 뒤지지 않아야 한다는 소신은 그를 전국의 유명 제과점으로 신발이 닳도록 다니게 한다. 지금의 규모로 키워오는 동안 전국에서 소문난 제과점은 가보지 않은 곳이 없을 정도라고. 공장장을 찾아 제품 배합을 물어보는가 하면, 제품을 사들고 와 그 맛이 날 때까지 만들고 또 만들었다. 그렇게 쌓인 노하우가 대도시 어느 제과점 부럽지 않은 제품 구성을 이루는 결과를 낳게 된다.

“오로지 좋은 제품을 만든다는 생각으로 달려오다 보니 외국연수와 같은 좋은 기회를 활용하지는 못했습니다. 다만 국내에서 인기 있다는 제품은 한번씩 만들어보거나 판

매를 해본 경험이 있지요. 국내 기술경연대회도 수상을 위해서라기보다 경험을 늘린다는 측면에서 적극적으로 참가한 적은 있습니다. 2회 하이박대회 때 수상한 것을 계기로 하이박동우회 회원이 됐어요. 회원들로부터 직간접적으로 도움 받는 경우가 많아 기술이나 경영측면에서 많은 지침이 되고 있습니다. 그분들에게 늘 감사하는 마음을 갖고 있습니다.”

여러 경로로 제품에 대한 고민을 해오던 구사장이 전략상품으로 최근 선택한 것이 바로 화과자다. 화과자 전문가인 스승의 영향도 있었지만 제주도라는 지리적 입지를 활용하기 위해 화과자를 선택한 그로서는 이번 선택이 일종의 모험이기도 하다. 한편으로는 일본과 가깝다는 점과 월드컵을 앞두고 전략상품이 필요하다는 인식 속에서 화과자는 구사장의 새로운 도약에 날개를 달아줄 것으로 기대되는 품목이다.

화과자 선물세트를 핵심 상품화한다는 구체적인 계획으로 올초 화과자 전문 생산공장도 설비를 갖추 나갈 계획이다. 우선은 군납과 제주도 공항에 판매 루트를 마련해 기본 수요를 확보한다는 생각이다. 그 외에도 제주도와 인근 지역에 O.E.M 생산을 통해 안정적인 생산 체도에 진입한다는 전략이다. 조심스럽게 일정을 설명하는 모습에서 수년간 화과자 사업을 준비해 온 자신감이 엿보였다.

“제주도가 더 이상 베이커리 업계의 변방이 아니라 당당한 주역으로 설 수 있다는 것을 보여주는 것이 이 지역의 업계가 활성화되는 단초가 될 수 있을 것으로 봅니다. 제주도산 밀감을 이용한 특산품을 만드는 노력도 계속 병행해 나갈 것입니다. 국제적인 관광도시로 발돋움하려고 하는 지금이 제주도에서 사업을 하는 사람으로서 최고의 기회가 주어진 순간입니다. 경쟁력을 갖춰 어느 지역에도 떨어지지 않는 사업장이 되도록 노력하겠습니다.”

〈글 / 오형석 ohs@mbakery.co.kr〉