

(주)대두식품 '특수앙금'

포스트 단팥빵 시대의 새 주인공

고객의 개성과 취향이 날로 다양해지면서 앙금시장 또한 그동안의 '팥' 일변도에서 벗어나 점점 다양해지고 있다. 그 변화의 선두에 우뚝 서 있는 대두식품은 1992년 국내 특수앙금 1호로 기록된 '완두앙금' 출시를 시작으로 밤, 고구마, 호박 등 자연소재를 앞세운 특수앙금을 속속 선보이며 제과업계 경쟁력 개발에 앞장서고 있다.

글_김미선 기자·사진_한수정

요즘 '단팥빵'이라는 제목의 일요 아침 TV 드라마가 인기다. 초등학교 시절부터 한동네에서 티격태격 자란 남녀주인공의 우정이 점차 사랑으로 발전한다는 줄거리로, 드라마에서 단팥빵은 순수했던 어린 시절에 대한 추억과 향수를 상징하는 매개체로 작용한다. 사실 주인공들이 초등학교생이던 20년 전까지만 해도 우리나라 제과점 매출은 단팥빵이 주를잡고 있었다고 해도 과언이 아니다. 우리네 제과점에서 단팥빵을 떼어놓고 생각할 수 없는 것처럼 우리나라 앙금시장에서 대두식품의 존재를 빼면 그야말로 '앙고 없는 찜빵' 이나 다름없다.

소비자들의 개성과 취향이 날로 다양해지면서 앙금시장 또한 그동안의 '팥' 일변도에서 벗어나 점점 다양해지는 모습을 띄고 있다. 그 변화의 선두에 서 있는 주자가 바로 대두식품이다. 대두식품은 1992년 국내 특수앙금 1호로 기록된 '완두앙금' 출시를 시작으로 밤, 고구마, 호박, 썩 등의 자연 건강소재를 앞세운 특수앙금을 속속 선보이고 있다. 여기에 까다로운 화과자 작업과정을 확 줄여주는 '네리끼리'와 '당고' 등 화과자 전용 앙금이 더해지면서 맛있고 똑똑한 앙금라인을 완성했다.

'특수앙금'이란 앙금하면 제일 먼저 떠올리게 되는 팥 앙금이 아닌, 말 그대로 '특별한 앙금'을 뜻한다. '완두앙금'이 처음 세상에 나왔을 때 앙금도 초록색일 수 있다는 사실에 사람들은 깜짝 놀랐다. 지금은 제법 흔해져 특수앙금이 아닌 일반앙금으로 분류되고 있지만 당시로서는 고정관념을 깨부수는 획기적인 시도임에 분명했다.

대두식품이 일찌감치 특수앙금에 관심을 돌리게 된 계기도 '고정관념 깨부수기'와 맥락을 같이 한다. 앙금의 유통기간이 고작 일주일에 불과했던 1992년, 대두식품은 포장재를 개선해 3개월까지 유통 가능한 앙금을 개발했지만 '앙금의 유통기간은 무조건 일주일'이라는 업계의 오랜 인식에 부딪혀 매출은 기대만큼 오르지 않았다. 기존의 팥 앙금으로는 고정관념을 깨기가


쉽지 않겠다는 판단에서 생각해낸 돌파구가 바로 특수앙금이다.

무가당·건강 기능성 특수 앙금으로 다양화

완전히 새로운 개념의 앙금제품을 소개함으로써 대두앙금이 지닌 유통기간의 장점을 자연스럽게 알리겠다는 일명 '특수앙금 전략'은 딱 들어맞았다. 완두앙금이 출시되자 처음에는 호기심으로 한두 개 구매하던 고객들이 좋은 품질에 일단 한 번 놀라고, 3개월이나 되는 유통기간에 다시 한 번 놀랐다. 곧이어 줄줄이 개발된 호박, 고구마, 밤 등 여러 가지 맛의 앙금이 제과인들에게 인기를 한몸에 받으면서 덩달아 일반앙금의 매출도 쑥쑥 뛰어 올랐다. 특수앙금은 후발업체였던 대두식품을 지금의 업계 1위로 도약하게 해준 일등공신이다.

대두식품의 특수앙금 라인인 제과업계에서 '무지개 앙금'이라는 별칭으로 통하며 지금까지 번치 않는 인기를 누린다. 유자, 딸기, 포도 등의 달콤한 과일 앙금에다가 씹싸름한 맛의 인삼 앙금까지 그 영역을 계속 넓혀가고 있는 중이다. 화과자가 대중화되면서 '네리끼리'와 '당고' 앙금도 판매량이 꾸준히 늘고 있다.

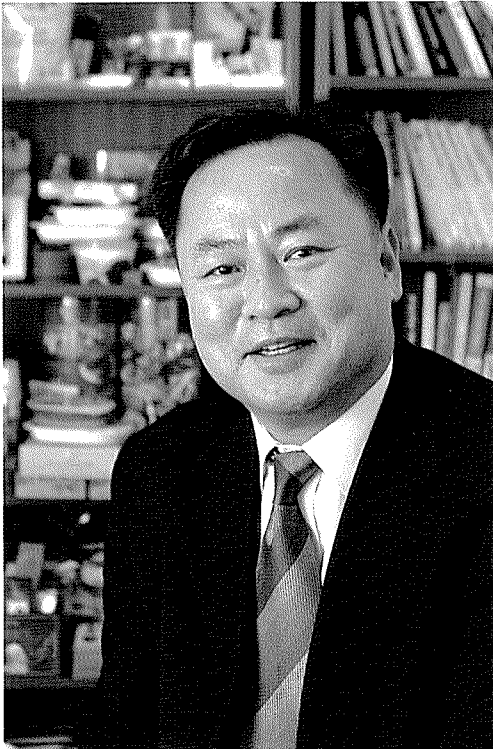
특수앙금의 통통 튀는 색깔과 맛은 하루가 다르게 변하는 고객의 입맛을 사로잡는 제과제빵 제품 개발로 이어지고 있다. 팥 앙금에 비해 조금 비싸기는 해도 단과자 빵에 팥 대신 호박이나 고구마 앙금만 채우면 빵 값이 훌쩍 뛰기 때문에 오히려 특수앙금은 제과점에서 효자 노릇을 톡톡히 하는 기특한 존재다.

대두식품은 무가당 앙금, 건강 기능성 앙금 등의 특수앙금을 꾸준히 개발해 웰빙 바람에 발맞춰 나갈 계획이다. 특수앙금의 변신은 아직 끝나지 않았다. 팥 앙금이 우리나라 제과제빵의 역사와 궤를 같이 하듯이 특수앙금 또한 제과제빵의 발전과 더불어 더욱 다양화되고 기능화될 것이다. 



화과자 전용 특수앙금 '네리끼리'

interview



(주)대두식품 이철순 영업본부장

(주)대두식품은 40%의 시장 점유율을 자랑하는 국내 1위의 양금 전문 업체다. 대두식품의 양금은 국내를 넘어서 일본과 미국 등 해외에서도 품질을 인정받고 있으며, 요즘은 양금을 기본재료로 하는 양갱, 죽, 팥빙수 등에서도 이름을 알리고 있다.

특수양금은 (주)대두식품에게 어떤 의미를 갖는 제품입니까?

(주)대두식품은 지난 1983년 양금시장에 뒤늦게 뛰어들어 후발업체입니다. 처음 사업을 시작했을 때 이미 기존 양금업체들이 시장을 장악한 상태였습니다. 특수양금은 (주)대두식품이 누구도 시도하지 않았던 새로운 제품으로 제과인들의 눈길을 확 사로잡는 계기를 마련해준 효자상품입니다. 특수양금의 성공을 발판으로 기존 팥 양금의 시장 점유율을 끌어올릴 수 있었을 뿐 아니라 제과업계에 '품질이 남다르다'는 좋은 인식을 심을 수 있었다고 봅니다. 특수양금은 대두의 역사 그 자체이며 또 자부심이기도 합니다.

특수양금이 시장에서 자리잡기까지 남다른 노력을 기울인 것으로 압니다.

양금하면 단팥만 생각하던 시절에 특수양금을 정착시킨다는 것은 '땀방에 헤딩하기'나 다름없었습니다. 양금빵의 원조나 다름없는 일본에서 제과유학을 마친 직원들을 채용해 전국 방방곡곡을 돌아다니며 특수양금을 알리기 위한 세미나를 설 새 없이 열고 또 열었습니다. '양금과 화과자' '양금과자 사계' 등의 단행본을 회사 차원에서 직접 만들기도 하고 끊임없이 특수양금과 관련된 레시피를 개발해 보급한 것도 초기 시장개척에 성공할 수 있었던 힘이 돼주었습니다.

Information

상 호 (주)대두식품

대표이사 조성룡

설립년도 1983년 5월

홈페이지 www.daedoofood.co.kr

주 소

본사 및 공장: 전북 군산시 서수면 마룡리 93-19

영업본부: 서울특별시 서초구 서초동 1429-9

연 락 처

대표: 02)597-8071

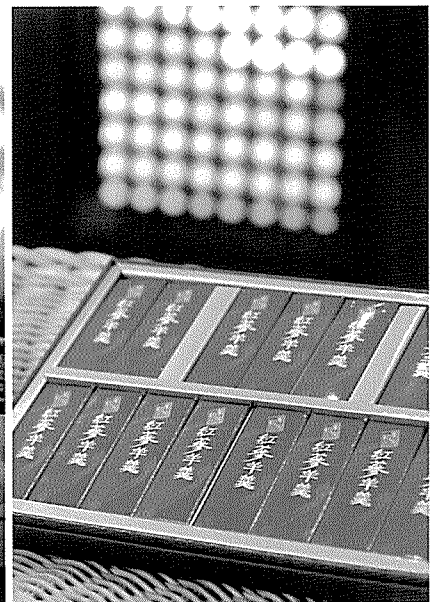
고객 상담실: 080-597-8072,

mt2000@daedoofood.co.kr

품질 만족팀: 063)451-8008~9

대표 제품

(주)대두식품의 대표적인 취급품목으로 화과방 양갱과 화과방 홍삼양갱을 들 수 있다. 요즘 대두식품은 제과점에서 샵인샵(Shop in Shop) 형태로 접목해 매출을 높일 수 있는 양갱, 화과자, 냉동 떡 개발에 주력하고 있다.



화과방 양갱 고구마, 팥, 호박, 매실, 딸기 등 5가지 맛의 특수양금을 활용한 양갱 세트. 기존 양갱 제품에 비해 맛이 고급스럽고 깊다. 제과점 계산대에 비치해두고 판매하는 구색 상품으로 좋다.

화과방 홍삼양갱 대두식품이 홍삼양금을 기본으로 최근 개발한 야심작. 제과점 명절 구색상품으로 활용하기에 안성맞춤이다. 건강에 좋은 홍삼을 부담없이 즐길 수 있다. 30개 들이 한 상자에 4만5천 원.