

홍삼제조기 제조업체 “휴먼플러스”

휴먼플러스 대표 석응도
(053)616-6936



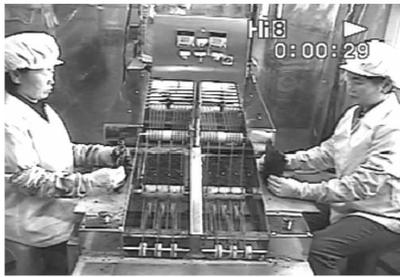
대표이사 석응도

경부선을 타고 대구 금호 분기점에서 구마선으로 옮겨 타고 조금가다보면 회원인터체인지가 나온다. 도시와 농촌이 공존하는 변화의 물결이 빠른 속도로 확산되고 있는 대구광역시에 편입된 달성군이 소재하고 있는 곳이다. 달성군 신청사가 들어선 논공읍 소재지안에 조금 떨어진 곳에 기능성 김을 만들고 있는 휴먼플러스가 자리잡고 있다. 관계자의 이야기를 들으면 식품공장이라 장소를 잡을 때 주위에 공해업체가 없고 공기도 깨끗하고 오염이 안된 지역을 선정하다 보니 산아래 자리잡았다고 한다.

바닷가도 아닌 곳에서 김 가공공장이 있다는 것이 이해가 되지않았다. 휴먼플러스의 석응도 대표이사를 만나보고 이해를 할 수 있었다. 휴먼플러스는 본래 홍삼제조기 및 홍삼제품 전문 생산기업이다. 지난 1997년 홍삼중탕기 유통사업을 시작으로 2000년 홍삼제조기 공장을 설립했으며, 미국과 캐나다, 일본 등지에 수출 한 바도 있고, 지금까지도 중근당 건강, 홍가원, 다나, 정일품 등에 생산을 해주고 있으며 자체 유통조직을 통해 꾸준히 매출이 향상되고 있다.

석사장은 현 시대를 “창조의 경쟁 시대”라고 정의 내리고 있다. 끊임없는 변신을 통하여 고객의 욕구를 만족시키지 않으면 도태될 수밖에 없는 현실을 정확히 진단하고 있었다. 또한 제조와 유통이 유기적인 관계로 연결되어있지않으면 중소기업은 아무리 좋은 제품을 만들어도 사회적으로 인정받기





가 어렵다고 판단하고 항상 제품을 개발할 때는 유통방을 먼저 분석한 뒤에 제조를 한다고 한다. 대표의 도전 정신과 탐구하는 열정이 기업에 그대로 반영되어 시장 분석과 연구에 직원들이

적극적으로 동참하여, 2006년을 대표약의 해로 잡고 있었다. 기왕의 기술력과 유통방을 바탕으로 국민건강을 선도하는 기업이 되되자 기업계에서는 국내 최초로 자동화 시설을 갖추고 기능성 “홍키 김과 키토산 김”을 개발 출시하여 백화점, 농협, 마트, 단체조직 등으로 소비자층을 넓혀 나가고 있다. 석사장은 홍삼제품 생산 전문업체로서 환경공해시대를 극복하는 대안으로 웰빙마라미 광고 있는 시대상황을 잘 직시하고 안전한 식탁분화물여는데 일조를 하고자 웰빙 맛김을 개발했다고 한다.

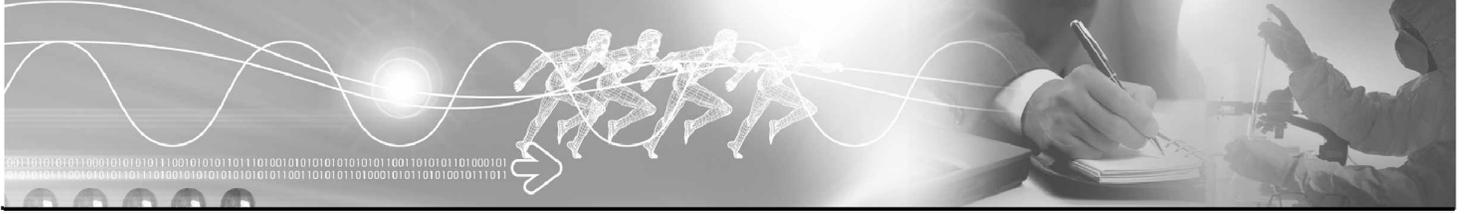
“홍키(상표등록 40-0656625호)라는 상표로 출시되고 있는 웰빙맛김의 품질을 최적으로 만들기 위해서는 먼저 재료가 제일 중요하다고 한다. 서해안에서 채집한 김을 사용하는데 업체가 부도되고 맛과 향이 뛰어나고 각종 미세날이 풍부한 김만을 선정해서 영하 15℃ 이하의 냉동고에 보관을 하면서 다음 채집할 동안 사용한다고 한다. 김에다 홍삼원액과 분말을 도포하고 키토산을 첨가하여 생산한다. 처음 제품 개발할 때 포기하고 싶은 마음이 여러번 있었다고 한다. 소비자들은 김은 김 맛이 나야지 홍삼 맛이 나면 안된다는 것이다.

냉담한 소비자층의 기호에 맞추기위해 키토산이 첨가되었다고 한다. 키토산 자체로도 변역기능과 혈액 개선의 기능을 가지고 있지만 홍삼과 중화되어 홍삼 맛을 상쇄시켜 김맛을 나게하고 고유의 김맛을 유지시켜주는 특징을 가지고 있었다. 홍삼원액과 키토산 원액이 기름과 배합되지 않아 제품이 제대로 생산되지 않아 몇 달을 연구한 끝에 방법을 찾아내고 기름과 소금이 배합되어 나는 써늘 쓴맛까지도 상쇄시켜 독특한 맛을 내게 하는 비법을 찾아 소비자들의 관심을 다시 찾아오게 되었다고 한다. 보통의 식품은 향미 첨가시켜 ‘부덕한 기능성 식품’인 경우가 많은데 홍키 웰빙맛김은 홍삼과 키토산을 100% 국산산 사용하여 김을 먹으면서 홍삼과 키토산을 섭취할 수 있어 하나로 셋을 먹는 일석삼조의 효과를 볼수 있는 식품이라 한다.

가끔 소비자들에게 국산 재료만 쓰고도 다른 제품과 가격차이가 없게 판매가 된다고 오해의 걸분을 많이 받는다고 한다. 기존 기업계는 노동집약적 산업이라 많은 인력과 비위생적인 요소가 많아 제품위가 상승요인이 많았지만 자동화로 인력을 절반가량 줄일수 있었고, 위생적으로도 획기적으로 개선시켜 고정 생산비용을 절반으로 줄여서 제품의 판매가격을 떨어뜨릴 수 있었다고 한다. ‘홍키’라는 상표도 홍삼과 키토산을 배합하여 가공했다는 의미의 합성어라 한다. 현재 가공방법이 특허출원중이고, 품질향상을 위해 국제 인증기준인 ISO에도 합격되었다고 한다. 또한 석사장은 독특한 아이디어로 2005년 스포츠 서울에서 선정하는 식품분야 불루오션 대상도 받았다고 한다.

석사장은 다량의 특허를 받아놓고 있지만 새로운 신제품을 개발하고, 공장을 확장하려고 진척여가까지 받아 놓아 바쁜 일정을 보내고 있지만 지역의 불우이웃과 노인정에 항상 후원하는 후원활동도 꾸준히 하고 있었다. 고향에서 제조공장을 하기 때문에 항상 지역중소기업으로써 지역인심을 잃지 않아야 한다는 신념이 기업을 더욱 가치있게 만드는 것 같았다.

석사장에게 기업을 운영하면서 제일 중요시 여기는



좋은 업체로 알려지게 목표라고 한다." 우리나라에는 세계에서 도저히 따라오지 못하는 제품이 두가지 있다고 한다. 바로 인삼과 김이다. 지구촌 어디에도 우

세 뭐냐고 했을때 바로 나온 대답이 "첫째로 규모가 큰 제조업체로 알려지기보다 품질이 가장

리나라보다 품질이나 효능이 우수한 인삼과 김은 없기 때문에 "물째로 가장 한국적인 재료를 가장 체계적인 제품으로 만들어 수출을 많이 해서 국익에 도움이 되는 것이 목표다."라고 당차게 말한다.

중소업체로서 환경이 열악하지만 IMF도 극복했는데 어떤 어려움도 대처할 수 있는 능력을 갖추었다고 한다. 앞으로 품질도 중요하지만 상품 사후관리와 디자인과 상품홍보에도 주력할 것이라 한다. 세계적인 제품을 만들어 국내 소비자의 기호를 넘어 세계화를 시키는 데도약의 선봉장으로 회사에 앞장서겠다는 다짐을 한다. **표준**

