

## 쥐포자판기, 돈 되는 냄새 '솔솔'나게 할 수 있을까



도대체 왜 자판기로 쥐포를 구으려고 하는 거지? 쥐포자판기가 등장한다고 했을 때 자판기 업계의 일반적인 반응은 시큰둥한 게 보

통이다. 왜냐하면 과거의 부정적인 이미지가 깊게 각인이 되어 있기 때문이다. 쥐포자판기 시장은 지난 2001년에서 2002년에 걸쳐 기획상품으로 집중적인 시장전개가 이루어졌다. 하지만 너무 급조된 제품이 출시된 까닭에 견잡을 수 없는 품질문제로 시장에서 단명을 하고 말았다. 당시 소비자 반응은 그런대로 괜찮은 편이었어도 취약한 품질문제가 아이킬레스건으로 작용했던 것. 그런데 최근 또 쥐포자판기가 등장했다. 경일테크에서

'쥐포닷컴' 쥐포자판기를 개발 상품화하고 본격적인 시장전개를 진행하려 하고 있다. 과거의 부정적 이미지를 경일테크에서 모를 리 없다. 그럼에도 불구하고 자신 있게 시장도전을 하는 데는 그만한 이유가 있다. 자판기를 통해 구은 쥐포의 맛에 있어서나 전체적인 제품경쟁력에 있어 과거에 비할 바가 아니다. 과거의 부정적인 쥐포자판기가 아니라 알짜 사업 아이템으로서의 강점으로 무장을 했다. 이제 자판기를 통해 구을 만들고, 시장에 먹힐 만 하다. 경일테크가 그 성공을 자신하는 데는 다 이유가 있다

### 뛰어난 맛의 구현, 과거와 질적으로 다르다



기자가 경일테크(대표이사:이제형, www.쥐포닷컴.com) 취재를 간 날, 실무를 총괄하는 조현근 부장은 다짜

고짜 시흥에 있는 현장 생산라인으로 기자를 안내했다. "일단 한번 가서 보셔야 합니다." 백문(百聞)이 (不如一見)이라고 쥐포자판기가 어떤 제품인지 직접 보고 느끼라는 취지에서 생산라인으로 직행시켰던 것이다. 쥐포자판기하면 떠오르는 부정적인 이미지를 먼저 불식시키겠다는 의도가 다분했다고 할까.

생산라인을 찾았을 때 출시를 앞둔 제품들의 본격적인 조립작업이 이루어지고 있었다. 조부장은 한편에 있는

테스트 용 제품 앞으로가 쥐포를 굽기 시작했다. 곧 이어 구수한 냄새가 나는 것 같더니 노릇노릇하게 구워진 쥐포가 투출이 되었다. 시식결과 맛은 기대이상이었다. 골고루 구워진 쥐포는 비린 냄새 없이 입에 착 달라붙었다. "와, 어떻게 이리 잘 구워 질 수가 있죠?" 질문하자, "기계니까 가능한 것이죠."라는 답변이 이어졌다. 우문현답(愚問賢答)이라고 할까. 고성능의 기계이니까 사람보다 잘 굽는 게 당연하다는 얘기이다. 그도 그럴 만 한 것이 쥐포는 600℃ 이상의 고온에서 근적외선 열로 구어진다. 빛 투과가 골고루 이루어져 단맛이 살리며, 식어서 먹어도 맛이 유지될 수 있게 한다.

뛰어난 맛을 배가하기 위해 쥐포 역시 최상급의 제품을 사용한다. 두껍고 경쟁력 있는 내용상품을 본사에서 공급을 하게 된다. 쥐포는 두꺼울수록 맛이 나기 때문에 이 부분에 주안점을 둔 것. 쥐포자판기가 두꺼운 쥐포 특성에 맞게 세팅되어 있기 때문에 운영자가 임의로 쥐

포를 사다 쓰는 경우 문제가 될 수 있다. 경일테크는 쥐포자판기가 시장에 소구하기 위해서 가장 중요한 점은 맛이라고 보고 있다. 따라서 이 부분에 포커스를 맞춰 품질을 보완하는 데 심혈을 기울였다. 개발기간만 해도 3년여가 소요되었고 테스트를 위해 엄청나게 많은 쥐포를 구어 냈다. 그 결과 뛰어난 맛을 구현하는 자판기를 출시할 수 있게 된 것이다.

조현근 부장은 "저희 쥐포자판기를 통해 구워진 쥐포는 아무리 먹어도 질리지 않는다"고 강조한다. 한번 먹어 보면 그 맛에 중독되어 자꾸 먹게 된다는 얘기이다. 실제로 일산 킨텍스 전시장에 4대를 필드테스트 했을 때 청소년들의 폭발적인 반응을 이끌어 냈다. 맛에 매혹된 많은 청소년들로 자판기 앞은 문전성시를 이루었다고 한다.

### 알짜 사업으로 거듭나기 위한 본격적인 도전

지난 87년 창업된 경일테크는 프레스가공, 금형제작, 사출성형, NCT정밀판금 등의 분야로 사업을 해온 업체이다. 가공업체로서의 한계를 탈피하여 자체상품을 만들겠다는 집념이 쥐포자판기의 탄생 배경이다. 3년 전 틈새시장을 개척할 수 있는 아이템을 강구하던 중 포착이 된 게 쥐포자판기였다. 당시 이제형 사장은 소주한잔을 마시다 주인이 구어 주는 쥐포를 보고 아이디어가 발화했다고 한다. '사람이 아닌 자판기로 쥐포를 구워 팔면 어떨까'하는 발상으로 쥐포자판기 개발에 착수하게 된 것이다. 지난 3년여 동안 시행착오도 많이 겪었다. 만족할만한 쥐포의 맛을 내는 일은 쉬운 과정이 아니었다. 특히 쥐포를 타지 않게 하는 것과 들러붙지 않게 하는 일이 가장 힘들었다. 수차례의 실패와 보완에 보완을 거듭한 끝에 현재의 단계에 이르렀다.

이 쥐포자판기 분야에 경쟁사가 있는 것도 사실이나 품질에 있어 우위를 확보하면 된다는 생각으로 품질강화에 사력을 기울였다. 식품을 판매하는 식품자판기로서

위생성을 위해 인체에 무해한 스테인레스 강을 사용했고, 부품도 값싼 중국제가 아닌 좋은 부품만을 사용해 내구성을 강화했다.

이제는 만족할만한 제품을 가지고 시장을 개척해 나가는 시점. 문제는 시장성이다. 과연 쥐포자판기의 시장성이 기대만큼 충족이 될 수 있을지, 경일테크는 촉각을 곤두세우고 있다.

아무래도 과거 쥐포자판기에 대한 부정적 인식이 걸림돌이다. 앞으로 이러한 인식을 개선시키며 시장을 확대하는데 총력을 기울여 나갈 계획이다. 경일테크가 주된 타겟 로케이션으로 삼은 곳은 PC방, 철도, 터미널, 찜질방, 극장, 매점 등의 로케이션이다. 뛰어난 쥐포 맛을 제공할 수 있기 때문에 시장 수요는 엄청 클 것으로 예상하고 있다. 제품의 유통가격은 코인기능만 들어간 제품이 179만원, 지폐식별기가 부착된 실외형이 240만원이다. 관리도 편리하고 수익성도 좋다는 점을 집중 부각시키며 창업자들을 모집할 계획이다. 과거의 부정적 이미지를 딛고 쥐포자판기가 알짜배기 사업으로 거듭날 수 있을지, 큰 관심사가 아닐 수 없다.



▲ 이제형 사장