



업체탐방

1

재료가 기술을 이끈다

양금업체 (주)동방식품



2

'제품력이 최고의 영업전략이다'
 이것은 (주)동방식품이 표방하는 모토이며
 결론이다. 제과업계와 결코
 나누어질 수 없는 한 부분으로서 동방식품이
 지향하는 바는 최고의 '화과자'.
 이를 위해서 당연히 동방식품의 양금은
 최고 품질을 자랑한다. 재료업체의
 사명이 질 좋은 재료공급에만 그치지
 않고 관련 기술의 증진에도 미쳐야 함을
 강조하는 동방식품의 미래는
 그러므로 제과업계의
 그것과 궤를 같이하는 것이다

지난 9월 9일, 고성군 울대농공단지내 (주)동방식품 세미나장에서는 1백여명의 제과인이 참석한 가운데 경영·화과자세미나가 열렸다. 다양한 기술을 접할 기회가 비교적 적은 지방의 제과인을 위해 동방식품이 개최한 이날 세미나에는 멀리서 대구·경북지역, 가까이서 창원의 제과인들이 초청장 하나 없이 세미나가 열린다는 소식만을 듣고 찾아들었다.

평소 생산 설비만이 조용히 움직이던 공장에서 갑작스레 벌어진 잔치가 진행되는 동안 동방식품과 맺은 제과인들의 신뢰와 우정이 분위기를 자아내고 이날 세미나는 새로운 기술을 익히는 장이기도 하거니와 오랜만에 한 가족이 어우러져 안부를 확인하는 날이기도 했다.

특별한 영업 전략은 차치하고 영업 직원조차 불필요하다고 강조하는 동방식품의 손명실 사장의 지론이 다르다는 결실. 그것은 동방식품이 제과인의 한 가족이라는 의식에

서 출발하여 동방의 진정한 고객은 재료를 사용하는 제과인이 아니라 그 재료로 만든 빵과 과자를 먹는 소비자라는 인식으로 흐른다. 제과인과 재료업체는 한 배를 타고 있다. 질 좋은 재료가 가치 높은 빵·과자를 가능하게 함은 물론이고 이것이 결국 제과업계의 발전을 이루게 한다는 결론. 이 결론을 절대적으로 신봉하는 동방식품의 과제는 화과자의 본국 일본을 능가하는 '한국의 화과자'를 만들기 위해 최고의 양금을 제공한다는 것이다. 이 과제가 이날의 세미나에서처럼 재료업체와 제과인을 한 가족으로 묶어 주는 듯 하다.

(주)동방식품은 올해 10월로 설립 만1년을 맞는 신생기업이다. 그러나 그 뿌리는 어느 업체 못지 않게 깊다.

전국에 40여개 중소 양금업체가 지역별 시장을 중심으로 활동하던 상황이 최근에 크게 판도 변화를 일으켰다. 이제 양금도 경쟁력이 필요한 시대가 된 것이다. 그 경쟁



력은 결코 국내 상황에만 국한 된 것이 아니라, 세계적인 것이 되어야 한다. 그것은 곧 제품의 질적 향상이며 설비의 현대화를 요구하게 된다. 동방식품은 이러한 시대적 요구에 의해 탄생하게 된다. 마산, 창원, 진주에 흩어져 있던 4개의 소규모 업체가 이런 상황을 고무적이고 발전적으로 받아들여 함께 힘을 모은 것이다.

대지 약 5천평의 공장에 완전 자동화 설비를 갖추고 본격 가동에 들어간 합자회사 (주) 동방식품의 지난 1년은 향후 기업의 장래를 결정하는 중요한 한해가 되었다. 그동안 제품력에서는 화과자 본고장 일본의 품질검사에서도 합격판정을 받아 국제적인 경쟁력을 획득했다는 것이 그 첫번째 결실이고 제과인들 사이에서도 제품력으로 신뢰할 수 있는 동반자 자리를 굳혔다.

현재 동방식품이 생산하는 품목은 적두앙금, 백두앙금, 그린앙금, 호박앙금, 썩앙금, 그 밖에 호박잼과 빙수 팔이 추가되어 다양함을 보여준다. 개발이 완료되어 곧 생산에 들어갈 신제품은 울무앙금과 앙금에 마아가린을 첨가한 골드앙금 등이 있으며 신제품 개발은 지속적으로 추진될 동방의 미래와도 같다. 그것은 곧 새로운 화과자, 빵·과자의 미래이기 때문이다. 그러나 동방식품은 다양한 품목보다는 단 한 품목이라도 최고의 질을 보장할 수 있어야 함을 우선으로 하고 있다. 자동화에 의한 철저한 위생관리 공정

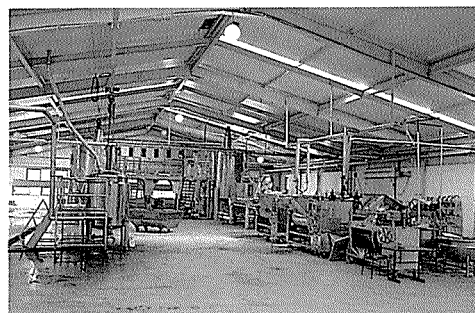
관리는 기본적인 조건이며 자재의 선택과 관리에도 신중을 기하는 업체로 이미 정평이 나있다.

동방식품이 특별히 자랑하는 썩앙금과 호박앙금은 그 대표적인 경우. 대부분 분말썩을 사용하는 경우와 달리 초봄에 채취한 질 좋은 썩을 대량 구매하여 독특한 방법으로 비닐포장, 냉동보관하여 만드는 썩앙금은 향과 맛에 있어서 완벽에 가깝다고 할 수 있다. 또 호박앙금과 100% 호박으로 만



든다는 호박잼을 위해서는 연간 3백톤의 순 국산 호박을 확보한다.

동방식품의 이러한 제품관리 전략은 당연한 시대적 요구이기도 하지만 한편으로는 손명실시장으로 대표되는 회사 창업자들의 의지의 강고함 때문이다. 일본의 동경제과학교 연수를 거치고 화과자 뿐 아니라 제과기술로서 오



1. 고성군 울대농공 단지에 자리잡은 공장 전경

2. 손명실시장

3. 동방식품이 개최한 세미나에는 동방의 가족이 찾아 들었다.

4. 동방식품이 생산하는 앙금들

5. 자동화 생산라인

6. 제조된 앙금이 마지막 포장단계를 거치고 있다.

랜 연륜을 가진 손사장은 나름의 장인정신에 덧붙여 좋은 재료가 좋은 제품을 만들 수 있다는 점을 끝없이 강조하는 인물이다. 그것은 동방식품의 공장에서도 제과점에서나 마찬가지 진리이다. 영업을 투자되는 비용을 제품력향상에 투자하겠다는 단호함도 이런 확신에서 나온다는 것이다. 제과인의 한 사람으로서 앓는 장인정신을 앙금을 파는 것 이상으로 제과인들에게 강조하고 있는 동방식품은 따라서 업계의 한 부분으로 존재하는 것이다.

이제 설립 1년의 성과를 마무리하고 내실있는 앙금업체를 다짐하는 동방식품이 다가오는 95년도에 펼칠 사업계획은 또 한편 주목을 끌게 한다. 현재 2천평의 건평 가운데 앙금 생산설비를 제하고도 반 정도나 남은 공간에 화과자 생산을 시작한다는 것이다. 주요 판매 대상치는 고속도로 휴게소. 아직 국내에 크게 알려지지 않은 화과자를 넓게 보급하고 동시에 적극적인 제품개발과 함께 기업 성장도 고려한 포석이다. 이 밖에 지속적으로 세미나를 개최하여 기술 보급에 힘쓰겠다는 것도 하나의 중대 계획으로 자리잡고 있다. 질 좋은 재료를 생산하더라도 이를 가치 있게 활용하기 위해서는 제과인 모두에게 기술, 재료에 대한 이해 등이 복합적으로 갖추어져야 하기 때문이다.

동방식품은 창업의 시점까지 품고 왔던 오랜 경륜과 함께 이제 또 다시 출발의 선상에 놓여 있다. 제과업계의 미래가 동방식품의 미래와 같은 위치에 놓여 있다는 인식이 그 출발을 더욱 무게있게 만든다. (글 김희득)

