

부처님 오신날엔 연꽃케이크를 ...

우리나라 제과계 역사는 올해로써 만 1백1년이 되는 해다.

1883년 지금도 생생하게 모습을 드러내 보이고 있는 서울 중구 정동(전MBC 옆)에 자리한 하남(何南) 호텔 내에 당시 소련공사의 처형인 孫澤이란 여인이 경영하던 '정동 구락부'에서 처음으로 雪 米 羔(카스테라를 설고라 하였음) 등 洋菓子를 만들어 팔면서 부터 우리나라의 양과자 역사가 시작되었다.

그후 일제치하의 36년으로 얼룩져 왔고 1945년 제2차 세계 대전의 종식과 이어 8.15광복, 그리고 6.25 사변 등 전란의 와중에 묻혀 반세기가 넘는 동안 타 산업분야도 그러 하거니와 우리 제과업계의 산 기록을 살살히 살피기는 그리 쉬운일이 아니다. 다만 앞서 밝힌바와 같이 얼룩졌던 전란의 와중기를 지난 그 이후의 최근세를 살펴보면서 업계의 현주소와 미래 경기동향 등에 관한 몇가지를 부연코자 한다.

업계가 잘 알고 있는바와 같이 1960년대 후반부터 1970년대 말까지만 하더라도 빵·과자는 만들면 팔리던 시대였다. 그러했던 소비 동향은 1980년대가 시작되면서부터 팔리면 얼마든지 만들 수 있는 탈바꿈을 했던 것은 비단 우리 업계뿐만 아니었다.

어떻게 만들면 팔리는 시대로 부터 팔리면 얼마든 만들수 있는 시대적 변화와 경기양상이 이어져 오면서도 그러나 매출시장은 연간 30%선으로써 70년대부터 80년대 초까지 호황의 물결을 타고 태평성대를 누려 왔던 것이 베이커리업계였다.

당시에는 베이커리업계 공히 이벤트도 없었다. 다만 호황속에서도 크리스마스 경기는 업계의 큰 대목으로 호황을 맛보게 하는데 부족함이 없었다.

1983년을 기점으로 입시 철에 찻쌀떡 매출도 소문없이 업계를 즐겁게 해주었으며 85년 이후부터는 비록 마스크를 통해 질타(?)를 당할 망정 발렌타인데이 경기도 서서히 고개를 들기 시작하여 업계의 명절로 부상하기에 이르렀다.

그러나 한편으로 업계에 심각한 어려움이 드리워지기 시작했던 것은 1983년부터 우후죽순격으로 전국에 업소가 난립, 치열한 업소간의 경합이 이어져 왔던 점을 들 수 있고 85년을 정점으로한 기술인력의 부족현상은 업계 전도를 주춤하게 하는 큰 요인으로 등장했다.

본난을 통해 다시한번 업계의 현주소를 짚어보면 첫째 기술인력의 부족현상과 고급기술 인력이 부족하다는 심각성을 말할 수 있고, 둘째로는 영세성을 과감히 탈피할수 있는 새로운 진로의 모색이며, 셋째는 독창성과 특성을 살린 새로운 제품개발이 제고돼야 한다는점, 넷째로는 소비계층의 저변 확대작업을 통한 경기부양책이 강구돼야만 한다는 점이다.

이러테면 4월 초파일 석가탄신일과 보다 밀착할 수 있는 제품창출로 축제 분위기를 조성하는 역할도 생각해 봄직하다. 현재 추계된 전국의 불교신도는 2천만을 헤아린다. 절반으로 줄여 잡아도 1천만의 두터운 소비층이 잠재하고 있음을 살필수 있다.

이러한 계층에 눈길을 돌려 보는 적극성과 지혜는 응당 필요하다. 佛象과 연관깊은 연꽃을 이미지로 하여 만든 케이크나 빵 공예품등 그 어느쪽도 좋다.

인애와 박애정신을 바탕으로한 佛敎, 이러한 종교세계에 즐겁고 고마움을 전하는 메시아로서의 역할을 충분히 해낼 수 있는 케이크가 곁들여진다는 것은 더할 나위없는 의미를 부여하고도 남음이 있을 수 있기 때문이다.

본지에서는 이같은 목적에서 이미 수년전부터 연구를 게을리 하지 않은 천안시내의 뉴실크로드제과점 정판수 사장의 제품을 특집으로 엮었다. 역시 연꽃을 케이크에 담아 만든 제품으로서 우리의 눈길을 끄는데 족하다. 성탄절이나 석가탄신의 축제무드에 업계의 경기진작이라고 하는 상흔을 굳이 곁들여 생각치 않더라도 업계의 명절로도 한몫을 할 수 있는 계기를 한번쯤 조성해 보았으면 하는 소망 간절하다. 