

다보인터내셔널이 우리에게 처음 알려진 것은 견과류를 통해서다. 그리고 지금은 다보인터내셔널을 생각하면 체리를 생각할 만큼 '체리'를 우리결에 가깝게 가져다 줬다. 정확한 체리정보를 알리는 것에서 시작한 다보인터내셔널의 노력은 이제 만 3년의 지나면서 결실을 맺기 시작했다. 항상 새로운 재료를 소개함으로써 제과업계를 풍성하게 하는 업계의 숨은 일꾼, 다보인터내셔널을 찾았다.



다보인터내셔널

다양한 부재료 판매, 알선... 체리에 이은 견과류로 승부

미시건레드체리의 붉은색과 달콤, 새콤한 맛을 홍보

다보인터내셔널이라는 이름을 들으면 무의식적으로 체리가 떠오른다. 선명한 빨강색깔과 작고 귀여운 동그란 열매의 모양, 새콤하고 달콤한 체리의 맛이 연상되면서 입가에는 벌써 침이 고인다.

그러나 우리가 지금까지 알고 있던 체리는 각테일이나 후루츠과일 통조림에서 봤던 것 정도다. 익숙한 이름에 비하면 지금까지 제품을 접할 수 있는 기회는 너무 적었다. 이런 상황에서 '체리란 바로 이런 것이다'라고 소개한 업체가 다보인터내셔널이다.

다보인터내셔널이 제과업계에 체리를 소개하기 시작한 것은 1992년부터이다. 미국체리마케팅협회의 한국사무소로 정식 계약을 맺고 미시건 레드체리 사우어를 한국시장에 정식으로 소개하기 시작했다. 이때 다보인터내셔널이 소개한 제품들은 모두 천연체리로 개별급속냉동체리(I.Q.F red cherry), 가당냉동체리(5+1 frozen red cherry), 천연 체리농축액, 체리퓨레 및 퓨레 농축액, 5+1 냉동체리를 말린 건체리 등이다. 이제는 우리에게 익숙한 이름이지만 초기에는 하나같이 낯선 제품들이었다.

92년부터 미시건 천연레드 냉동체리를 소개하면서 부각되기 시작

다보인터내셔널이 현재 하고 있는 일은 미시건 레드체리의 홍보, 마케팅, 판매알선 등이다. 그러면 이를 위해 구체적으로 하는 일은 무엇일까. 우선 체리와 관련된 안내책자를 만들어 배포하고 있고 지난 93년과 95년 봄에는 일본 과자전문학교 부교장인 사시하다 마코토를 초청해 제품세미나를 개최했다. 또 관련 업체를 찾아가 체리 설명회를 개최하는 등 활발한 판촉활동을 펴고 있다.

이런 다보인터내셔널의 노력은 협성농산(주)에서 미시건 레드체리를 이용한 체리파이 킬링, 체리잼 등을 생산하는 성과를 맺었다. 또 해태, 파스퇴르유업의 체리를 원료로한 아이스크림, 체리로 만든 소주 등 다양한 체리 이용제품이 일반 소비자들에게 소개되기 시작했다.

"체리는 우리에게 아직까지 대중적으로 알려진 제품은 아닙니다. 그러나 이미 미국을 비롯해 유럽, 일본 등지에서는 광범위하게 사용되고 있습니다. 응용범위가 넓기 때문이죠. 빵, 케이크뿐만 아니라 음료, 아이스크림, 잼, 주류에 이르기까지 광범위하게 사용할 수 있는 제품입니다." 다보인터내셔널 박 중 사장의 설명이다.



▲다보인터내셔널은 미국체리마케팅협회 산하 한국사무소에서 국내에 천연미시건 레드체리를 소개하는 것 외에도 다양한 견과류를 판매, 알선하고 있다.

▲다보인터내셔널이 앞으로 소개할 파라마운트사의 파스타치오, 형태도 분태와 분말 등 다양한 앞으로 제과점에서 사용할 수 있는 폭이 넓어질 전망이다.



박 중 사장

그러나 여전히 체리는 우리에게 광범위하게 확산되고 있지 못한 실정이다. 이에 대해 박 중 사장은 몇가지 원인을 꼽았다.

우선 다보인터내셔널이 소개하는 미시건 레드체리가 냉동제품인데 반해 이를 보관하고 운송할 수 있는 재료상이나 제과점의 시설이 아직은 미비하다는 데 있다.

“냉동창고나 냉동제품을 운송할 수 있는 차량이 부족합니다. 이런 현실때문에 체리를 비롯한 냉동과일이 제과제빵의 훌륭한 재료임에도 제대로 평가를 받지 못하고 있습니다. 계절에 구애받지 않고 천연과일을 마음껏 쓸 수 있다는 것은 얼마나 멋진 일입니까. 그러나 아직 우리업계는 통조림 과일에 전적으로 의존하고 있고 냉동과일은 딸기 정도만 사용되고 있을 뿐입니다.”

또 일반인들이 갖고 있는 잘못된 인식도 한몫을 한다.

“지금까지 우리에게 알려진 체리는 병체리로 불리는 마라시노 체리였습니다. 그러나 이것은 인공향과 색소가 가미된 장식용 체리일 뿐입니다. 그러나 사용자들은 체리하면 병체리를 떠올리고 장식용밖으로는 사용할 수 없다고 생각합니다. 사실 체리의 본래 역할은 토핑용이 아니라 필링용입니다.”

체리를 토핑용밖에는 사용할 수 없다는 잘못된 인식이 확산 가로막아

이것은 그동안 체리에 대한 정확한 정보가 일반인들에게 알려지지 않았기 때문이다. 체리는 크게 미국 오리건주에서 주로 생산되는 다크스위트 체리와 미시건 주에서 생산되는 레드사우어 체리로 나뉜다. 이중 다크스위트 체리는 생과일 용인데 95% 이상이 봄철에 수확 즉시 소비된다. 따라서 장시간 보관용으로는 적당하지 않다. 또 색깔

은 검고 단맛이 주로 난다. 그런데 이 다크스위트 체리 중 일부가 병체리로 만들어져 과거 우리에게 알려졌다. 따라서 소비자들이 체리를 생각하면 우선 병체리를 생각하게 만든 원인이 되었다.

반면 레드사우어 체리는 천연적으로 색이 붉고 단맛과 신맛이 주로 나며 식품가공용으로 주로 사용된다.

다보인터내셔널은 지속적으로 이런 정확한 정보를 홍보해 체리가 제과재료로 적절하게 사용될 수 있도록 할 계획이다.


“체리는 여러가지 점에서 매력적인 상품입니다. 우선 새콤하면서도 달콤한 맛이 그렇고 색깔도 아름다운 붉은색이어서 빵이나 케이크와 어울려 가치를 높여줍니다. 이외에도 일반인들에게 체리 이미지가 좋은 것도 장점입니다.” 박 중 사장의 체리 예찬론이다.

다보인터내셔널은 체리의 가능성을 믿고 있기 때문에 아직은 어렵지만 미래에는 훌륭한 부재료로 자리를 잡을 수 있다는 확신을 보였다. 또 미개척지인 체리를 확산시켜 제과업계가 한단계 발전할 수 있다면 그것으로 만족한다고 한다.

박 중 사장의 도전적인 면모를 볼 수 있는 부분이다. 이런 그의 성격은 그가 과거 우리업계에 블루다이하몬드사의 아몬드를 처음으로 소개한 사람이었다는 것을 안다면 고개가 끄덕여 지는 사실이다.

한편 다보인터내셔널은 체리를 집중적으로 홍보하는 일외에도 다양한 견과류를 제과업계에 소개하고 있다.

“이미 알려진 껍질을 벗기지 않은 피스타치오외에도 파라마운트사가 생산하는 분태한 제품과 분말제품을 들여와 판매와 관촉활동을 할 계획입니다. 또 피칸, 헤바라기씨 등 다양한 견과류와 건포도도 소개하고 있습니다.”

그는 10여년 전에 맺은 제과업계와의 인연을 소중하게 지키기 위해 자기 위치에서 최선을 다하고 싶다고 한다. 그의 위치에서 할 수 있는 일이란 바로 여러가지 재료를 소개함으로써 제과 제품을 좀더 풍성하게 하는 것이다. 체리하면 다보인터내셔널이 생각났듯이 미래에는 어떤 재료를 우리에게 소개할까. 기다려지는 시간이다. 

〈글 / 김주희〉



▶다보인터내셔널은 미시건 레드체리의 홍보를 위해 93년과 95년 2번에 걸쳐 일본과자전문학교 부교장인 사시하다 마코토를 초청해 제품세미나를 개최했다.



▲다보인터내셔널의 노력으로 협성농산(주)에서 체리파이 필링과 잼이 개발된 것 외에도 체리를 이용한 아이스크림 등 다양한 상품이 개발돼 소비자들께 새롭고 달콤한 천연체리의 맛을 부담없이 즐길 수 있게 됐다.