



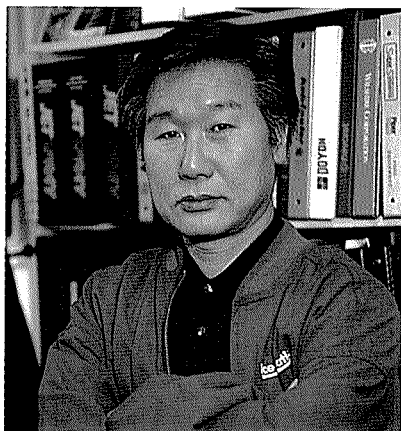
신강상사

업체탐방

새로운 시장환경, 정보활용으로 극복한다

하루가 다르게 시장환경이 변하고 있고 이에 맞춰 새로운 품목을 선정하는 데 필수적인 요소가 범람하는 정보를 어떻게 요리하느냐이다. 신강상사 사무실에 들어서면 벽장이 한눈에 들어온다.

무역회사임을 알리듯 외국 책자가 즐비하다. 그 책 속에 신강상사의 미래를 좌우할 상품들이 숨어 있다.



한희정 사장

현대를 정보사회라고 규정하는 데 이의를 제기하는 사람은 없을 것이다. 첨단 과학의 통로를 타고 순간순간마다 쏟아지는 정보는 홍수를 이루고 현대인은 정보의 바다에서 허우적댄다. 정보를 제대로 활용하는 것은 과거 먹고 사는 문제만큼이나 중요한 요소가 되었고 정보를 다루는 기술의 유무에 따라 삶의 질이 규정되기도 한다.

기업활동에서 효율적인 정보 이용은 더 할 나위 없이 중요한 문제다. 적시에 필요한 정보에 접근하고 이용함으로써 순간을 다투는 치열한 시장경쟁에서 살아남을 수 있기 때문이다.

외국업체 4곳과 대리점 계약 ... 컨백션 피자오븐 등 취급

주방, 제과, 식품기기 수입판매 업체인 신강상사는 정보를 제대로 활용하는 업체이다. 그런데 그 방법이 무척 간단하다. 외국 잡지를 보며 관련 내용을 스크랩하고 관련 해외전시회를 참관하여 업체의 흐름을 파악하는 정도이다. 신강상사의 예에서 보여지듯 정보이용은 꼭 첨단적인 방법보다 필요한 정보의 출처가 어디에 있는지를 얼마나 많이 알고 있는가가 더욱 중요하다라는 것을 알 수 있다.

"5~6개의 외국 식품관련 잡지를 정기 구독하고 있습니다. 해외 전시회를 참관하러 갔을 때 신청을 했죠. 잡지를 보며 필요하지만 국내에서 생산이 안 되는 품목을 선정하고 해당 외국업체와 수입 상담을 벌입니다."

한희정 사장은 벽장에 뿔뿔이 들어찬 잡지를 가리키며 이것들이 정보의 산실이라고 말한다. 신강상사는 다양한 주방, 제과, 식품 기기를 수입하고 있는데 요즘 중점적으로 판매하고 있는 제품은 3종류다. 먼저 주스를 카테일해서 먹는 추세에



▲수요를 예측, 미리 주문을 하고 물건을 들여와 보관하면서 수요에 대비한다. 사진은 서울 사무소에 전시, 보관돼 있는 각종 피자기물.

▼다양한 수입기기에 대한 연구. 최상의 A/S를 위한 필수사항이다.

맞춰 미국 헤밀턴 비치사의 카테일 기기를 수입하고 있으며 이탈리아 릴마사에서는 29종류의 단체급식용 기기를 수입하고 있다. 또한 미국 베이커스 프라이드사에서 22종류의 컨베션 피자오븐을 수입하고 있는데 소형 위주로 제과점 등을 타깃으로 삼고 있다.

한편 신강상사는 미국 트롤센사, 헤밀턴 비치사, 베이커스 프라이드사, 이탈리아 릴마사 등 4곳의 외국업체와 대리점 계약을 체결하고 국내시장 판매를 담당하고 있다. 특히 트롤센사에서는 육각 모양의 회전 냉장고를 수입하고 있으며 릴마사에서는 단체급식용 기기 외에 컨베션 오븐을 수입하고 있다. 그밖에 신강상사는 각종 피자기물, 커피기기 등도 취급한다.

신강상사는 분당에 있는 아파트 공장에 60평 규모의 창고를 두고 다양한 품목을 보관하고 있다가 수요가 있을 때마다 판매한다. 수요를 예측, 미리 주문을 하고 물건을 들여와 창고에 보관하는 것이다. 한 기기를 수입하려면 최소 2개월이 소요되기 때문에 소비자의 요구에 신속히 반응하기 위해서다.

새로운 아이템으로 식품기기 틈새시장을 공략

한 사장이 신강상사를 설립한 것은 지난 84년. 무역 회사에 근무하면서 우연히 미국의 주방기기 업체와 손이 닿았고 아이템이 좋다고 판단, 오토로 독립했다. 지금뿐만 아니라 당시도 주방기기는 수요가 소량으로 한정됐기 때문에 국내에 생산되지 않았고 따라서 필요한 제품을 적기에 찾아 수입하기만 하면 판매는 문제가 없을 것으로 판단했다.

“일종의 틈새전략이었던 셈이죠. 지금은 다르지만

당시 수입업을 하는 사람에 대한 인식이 무척 안 좋았습니다. 그렇지만 국내에 만들지 않는 제품을 들여와 국내 소비자에게 공급함으로써 국내 업체에 새로운 아이디어를 제공한다는 생각으로 일을 했습니다.”


신강상사의 영업은 대리점 없이 직판으로 이루어진다. 5명의 적은 인원이자보니 일일이 수요를 찾지 않고 기존 거래처를 관리하며 대체 및 신규 수요에 대비하고 있다. 대체 수요는 어느 정도 있으나 신규 수요는 많이 줄었다고 한다. 해외 외식 브랜드가 국내에 상륙하면서 기계 설비를 모두 갖추고 들어오기 때문이다. ‘틈새시장 공략’을 염두해두고 사업을 전개했던 신강상사로서는 그만큼 수입품목의 아이템이 줄어드는 셈이다.

이런 상황을 극복하고자 신강상사는 새로운 아이템 찾기에 부심했고 그 결과 이탈리아 전통 음식인 파스타 제조기와 벽난로를 연상시키는 ‘우드 버닝 피자오븐’을 발견했다. 특히 우드 버닝 피자오븐은 나무 대신 가스를 이용하는데 제조시간을 단축시킬 수 있고 전시효과도 뛰어나 성공 가능성이 높은 품목으로 점치고 있다.

한 사장은 주방, 제과기기 전문 전시회인 밀라노 엑스포를 보고 “수많은 관련 기기가 크지도 않은 한 나라에서 생산되고 있다는 것에 놀랐다”면서 “앞으로 수입 말고 자체 슬라이서 등 기기를 직접 제조하고 싶다”고 앞으로의 포부를 밝힌다.

한 사장은 또 최근 몇 년 동안 제과점에서 피자를 결합하는 사례가 늘고 있으면서도 그것을 소비자에게 확실하게 인식시킬 수 없었던 이유에 대해 “유명 피자업체의 맛을 따라가기에만 급급했던 것이 문제”라면서 “독특한 맛을 개발하는 데 주력해야 할 것”이라고 말한다.

아이템, 관련정보를 충분히 활용하면 보인다

무역업의 생명은 아이템의 선정에 있다. 국내 생산이 되지 않으면서도 적을지라도 수요가 있는 아이템을 발견하고 수입처를 찾는 것이 중요하다. 국내 외식산업의 규모가 날로 커지고 이에 따라 시장환경도 변함에 따라 신강상사는 더욱더 새로운 품목을 찾고자 부지런히 정보를 검색하고 있다. 미로를 헤치며 새롭게 찾은 아이템은 무엇일지... 뻑뻑이 들어찬 책 속에 이미 그 해답이 있을지도 모른다. 

〈글/손인수〉

