

내일을 향해 새로운 도전에 나선다

안산 한형규 과자점

드넓은 벌판이 서해안을 향해 끝없이 이어지는 곳. 10여년 전 이곳에 변화의 바람이 불기 시작한 후 '안산'이란 새로운 도시 하나가 형성됐다. 그러나 안산은 아직 미완성의 도시이다. 지금도 개발과 변화의 움직임이 계속되고 있고 앞으로 더 큰 발전 가능성을 내포하고 있는 도시이기 때문이다. 이런 도시의 가능성처럼 밝은 미래를 향해 나날이 성장하고 있는 점포가 한형규과자점(대표 한충희)이다.

신생 점포인 까닭에서인지 한형규과자점을 보았을 때의 느낌은 생동감 그 자체였다. 짙은 노란색 톤의 한눈에 들어오는 간판과 매장 안으로 들어서도 원목을 주재료로 단장된 깔끔하고 아늑한 인테리어에 시선을 끄는 각종 장식이 신생 점포로의 분위기가 물씬 풍긴다. 12평 규모의 공장도 새로 마련된 기계 시설과 깨끗한 환경에서 작업에 임하는 기술인의 모습이 활기에 차있다.

한형규과자점은 전철 안산선의 중앙역 길 건너편 월드코아 상가 옆에 위치해 있다. 작년 11월 말 문을 연 개업 7개월에 불과한 신흥 점포다. 하지만 실질적인 연륜은 8년이다. 안산에서

만 두곳을 거쳐 이번 개업이 3번째이기 때문이다. 이전의 두곳 점포에서도 1일 100만원, 150만원의 높은 매출을 자랑했다. 그런데도 3번째 자리 옮김을 한 것은 한단계 더 발전된 점포로 성장을 위해서다.

뛰어난 제품력으로 단시일 내에 인정받아

현재 이 점포의 상권 내에는 프랜차이즈 업체 제과점 2곳과 자영제과점 1곳 등 4개의 제과점이 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 또 한형규과자점 부근의 월드코아 상가는 조성된 지 얼마 되지 않아 아직 소비자의 발길이 뜸하다. 오히려 상가 뒤편이 더 활성화돼 있는 편이다. 그럼에도 불구하고 이 점포는 후발 업소이지만 벌써 소비자에게 인정받는 제과점으로 자리잡아가고 있다.

이처럼 한형규과자점이 빠른 시일 내에 자리잡을 수 있었던 비결은 제과점 성공의 제1요건인 우수한 제품력 때문이다. 이 점포의 업주인 한충희 사장은 하얏트, 힐튼 등 특급 호텔에서 10여 년간 근무했으며 95년의 SIBA 대회 초컬릿 부문에

‘내일은 꿈꾸는 자에게만 있다’.
맛을 점포 운영의 최우선 과제로
하는 한형규과자점은 안정된 매출
기반을 과감히 떨치고 안산을
대표할 수 있는 전국적인 대형 점포
로의 성장을 위해 발돋움하고 있다.



서 은상을 수상했을 정도로 베테랑 기술인 출신이다. 따라서 제품의 '맛내기'에 뛰어난 강점을 가지고 있다. 지금도 제품 제조에 참여하는 한 사장의 뛰어난 기술은 그대로 제품에 반영되고 있다.

그중 대표적인 예가 생크림케이크이다. 타 점포와 다른 방식으로 제조하는 케이크의 독특한 맛은 자리를 옮기기 이전 하루 70여 개를 판매할 정도로 이미 정평이 나왔다. 이밖에 재료도 마가린 대신 버터를 사용하며 전 제품에 최상의 제품만을 사용하고 빵의 경우 1일, 케이크는 2일 이상 판매하지 않는 것을 원칙으로 하고 있을 만큼 제품 관리에 철저함을 기하고 있는 것이 우수한 제품력을 자랑하고 있는 주요 원인이다.


또 수많은 신제품 개발도 성공요인 중 하나다. 한형규 과자점은 한달에 3가지 정도의 제품을 개발한다. 물론 신제품은 1주일 정도 무료 시식을 통해 확산시키고 고정 제품이 되도록 유도하고 있다. 이렇게 계속 신제품을 통해 항상 120여 품목을 유지함으로써 늘 새로운 제품이 2~3가지가 있다는 것이 장점이다. 이를 위해 큰 도시의 유명 제과점에서 제품 정보를 얻는 등 최신 제품의 흐름에도 뒤지지 않도록 노력하고 있다.

이런 우수한 제품력의 결과 한형규과자점은 대부분의 고객이 단골이다. 이는 아직 활발하지 않은 상권에 위치해 있는데도 단시일 내에 안정권으로 진입할 수 있었던 큰 요인이다. 실제로 3차레나 점포를 이전했는데도 그 맛을 못잊어 이전할 때마다 찾아와 제품을 사가는 '골수 고객'이 많다는 점과 소비자의 입을 통해 알려져 새로운 고객이 계속 늘고 있다는 점은 이 점포의 제품력을 반증해 주는 하나의 예이다.

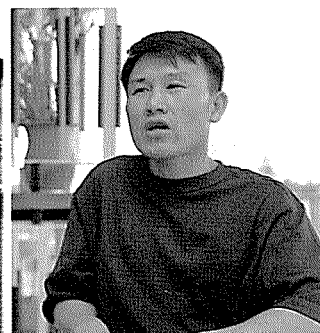
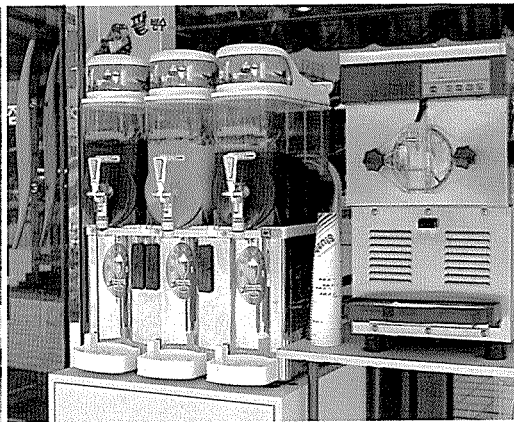
안산을 대표하는 대형 점포로 성장이 목표

한형규과자점은 지금까지는 소비자에게 제품의 맛을 알리는 데 주력해 왔다. 짧은 기간 내에 상권이나 소비자에 대한 특성을 완벽하게 파악하지 못했기 때문이다. 그러나 7개월간의 점포 운영 결과를 토대로 내년부터 조심스런 변화를 모색하고 있다. 먼저 여름 상품의 강화로 현재 점포 앞에 슬러쉬기를 설치하고 음료를 판매하는 데서 한걸음 더 나아가 내년에는 아이스크림 및 아이스크림 케이크 등 보강을 검토 중이다.

또 향후 계획이긴 하지만 현재 매장과 같이 있는 공장을 별도 시설로 옮기고 이 공간을 전부 매장화한다는 구상이다. 이를 통해 객석 공간을 크게 늘리고 독특한 분위기의 매장 구성을 통해 일반 제품은 물론 제과 제품 외의 판매를 늘리는, 이른바 복합 점포로의 변신을 계획중이다. 이밖에 무료 시식 겸 소규모 세미나 개최를 통한 신제품 개발 및 확산에도 적극 나설 예정이다.

한형규과자점은 현재 안산에서 상위 점포이긴 하지만 1위 점포는 아니다. 그러나 향후 전국적으로 안산시를 대표하는 대형 점포로의 성장을 목표로 하고 있다. 따라서 과거 두번의 안정된 매출 유지 기반을 과감히 떨치고 새로운 도전에 나선 것은 이처럼 더 높은 목표 달성을 위해서였다. '내일은 준비하는 자에게만 있다'란 말처럼 전국의 유명 점포를 목표로 향해 나아가는 한형규과자점이 앞으로 어떤 모습을 보여줄지 기대를 모은다. 

〈글/박종선〉



1. 단시일 내에 안정적인 위치를 확보한 것은 뛰어난 제품력을 증명하는 한 예이다.
2. 음료 제품 외에 아이스크림 점포로 복합 점포를 구상 중이다.
3. 한총회 사장

한형규과자점 경영 전략

- 점포 설립: 1996년 11월
- 점포 규모: 매장 15평, 공장 2평
- 생산 인원: 5명

▪ 성공 요인

1. 맛을 최우선으로 하는 제품력
2. 한달에 3가지 신제품 개발
3. 수시로 무료 시식 실시

▪ 향후 계획

1. 공장 공간의 매장화
2. 아이스크림 점포
3. 객석 공간 확대
4. 1일 300만원 매출 목표