

‘자연주의’ 로 새시대를 열어간다

고려당 내추럴 베이커리

창업 52주년을 맞이하는 고려당이 지난 9월부터 내추럴 베이커리를 선포, 본격적인 마케팅 활동을 전개하고 있다. 고객만족과 자연주의로 기존 베이커리와의 차별화를 시도하고 있는 고려당의 내추럴 베이커리는 고려당의 새로운 비전을 제시하고 있어 업계의 주목을 받고 있다.

1945년 창업해 올해로 52주년을 맞이한 고려당이 지난 9월 기존의 베이커리와 차별화된 새로운 개념인 ‘내추럴 베이커리’를 선포했다.

내추럴 베이커리란 화학적 식품 첨가물을 순수 천연 첨가제로 전환해 자연 친화적인 제품 공급을 최우선으로 하는 고려당의 기업이념이라 할 수 있다. 이러한 기업이념은 이미 무표백 밀가루를 사용한 제품의 개발이나 천연보리로 만든 보리빵의 개발 등에서 부분적으로 표출되어 왔다. 내추럴 베이커리는 고객만족과 자연주의를 실현하고자 하는 그간의 노력을 총 집결해 탄생한 고려당의 새로운 컨셉이다.

천연성을 강화한 39종의 신제품 출시

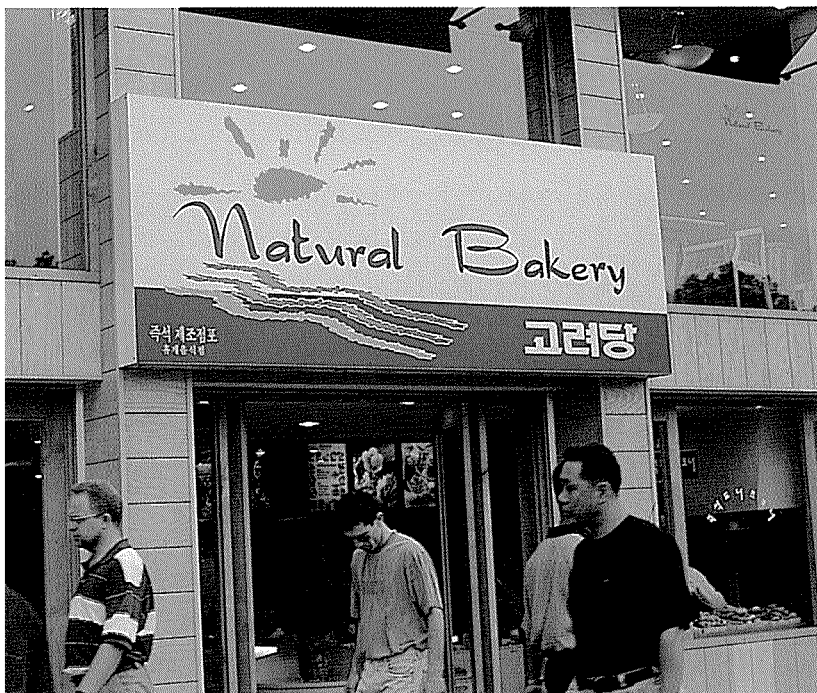
고려당은 내추럴 베이커리를 선포하기 위해 2년간의 준비기간을 거쳤으며 이 기간 동안 일본의 두리브르와 라미듀 빵 등 외국과의 기술 교류를 통해 천연성을 강화한 신제품을 개발했다.

고려당은 이번 내추럴 베이커리 선포를 계기로 총 39가지의 신제품을 출시했다. 새로 출시된 내추럴 베이커리 제품은 천연소재·우리밀·유산균제품으로 구분될 수 있다. 천연소재제품은 기존의 화학적 식품첨가

물 대신 천연소재를 사용했다. 빵을 만들기 위해 사용되는 기존의 유지제품에는 대부분 안전성의 보안을 위해 소량의 식품 첨가물과 유허제가 들어가 있다.

그러나 고려당은 유지회사와 공동으로 국내 최초로 천연발효유지를 개발해 화학적 식품첨가물과 유허제가 들어있지 않은 제품을 개발하는 데 성공했다. 또한 화학반죽계량제인 브롬산 칼륨을 비타민 C로 대체하고 미네랄이 풍부한 천일염을 사용해 제품의 천연성을 높였다. 천연소재 제품은 현재 트리플엑셀과 고구마베기를 등 모두 15종류의 신제품이 출시됐다

우리밀 제품의 경우 썬카스텔라와 우리밀 쿠키 등 8종류의 제품이 출시된 상태이고 이스트 대신 유산균으로 발효된 유산균 제품도 약 12종이 선보이고 있다. 또한 기존 제품의 경우도 점차적으로 내추럴 베이커리 제품으로 바뀌어나가고 있다. 현재



▲ 내추럴 베이커리의 시범 점포 고려당은 앞으로 ‘자연주의’ 정신을 담은 로고를 확정 올해안에 전매장의 간판을 교체할 예정이다.

총 340여종의 제품 가운데 25%정도가 이미 내추럴 베이커리 제품화가 완료된 상태이며 지속적인 기술개발을 통해 전 제품으로 확대시킬 계획이다.

대대적 홍보전략으로 다른 브랜드와의 차별화

현재 고려당은 제품의 우수성을 정확하게 전달하는 마케팅 활동을 홍보의 기본축으로 삼고 있다.

이를 위해 고려당은 지난 9월 한달 동안 내추럴 베이커리 선포기간으로 정해 제품출시를 기념한 대대적인 고객사 은행사를 진행했다. 또한 인터넷 홈 페이지를 통해 고객 쿼즈 대잔치를 진행해 대대적인 홍보효과를 거뒀다.

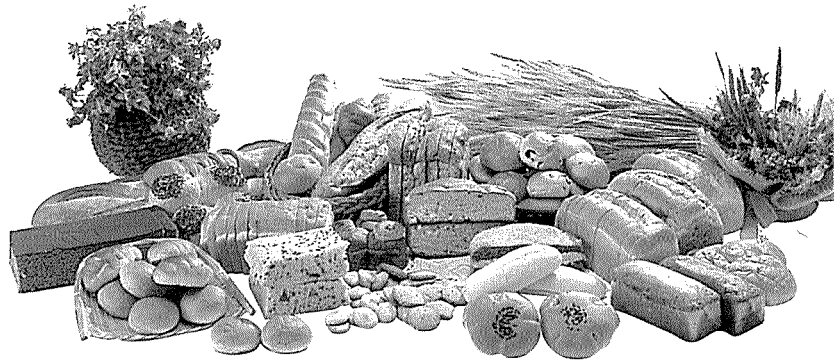
한편 9월 중순부터는 월 2억여원의 광고비를 투자해 TV를 비롯 신문과 라디오 등에도 지속적으로 광고를 내보내고 있다.

이와 함께 올해안에 고려당 전매장을 내추럴 베이커리의 이미지에 맞게 새롭게 단장할 예정이다.

고려당은 올해 전체적인 내추럴 베이커리의 매출을 200억원 규모로 상정하고 있다. 지속적인 연구개발로 제품을 보완하고 서비스를 강화해 내년에는 전년 대비 2배 이상의 매출을 올릴 것으로 기대하고 있다.

고려당의 내추럴 베이커리는 세계 식품시장의 천연성과 자연성을 추구하는 추세를 감안해 볼 때 향후 국내 베이커리 업계에 시사하는 바가 크다. **[이]**

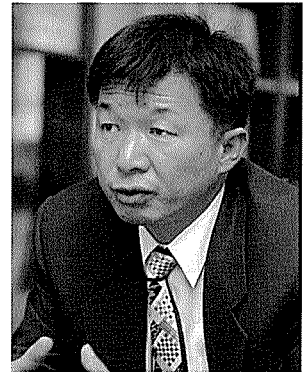
〈글/김경옥〉



▲ 지난 9월 새로 출시된 내추럴 베이커리 제품들.

인터뷰

한국 베이커리의 새로운 시대 개막



김지정<고려당 대표>

“내추럴 베이커리는 고려당의 기업정신인 고객만족과 자연주의를 바탕으로 52년 기술 노하우를 총 결집해 자연 친화적 제품을 제공하고자 하는 하나의 경영 지표라 할 수 있습니다. 이를 통해 고려당은 한국 베이커리의 새로운 시대를 열어가겠습니다.”

김지정(54) 고려당 대표는 내추럴 베이커리 선포의 의미를 이렇게 설명하고 있다. 2년전부터 외국과의 기술 교류를 통해 준비한 내추럴 베이커리는 현재 세계적인 추세를 반영한 것이다. 천연 재료를 사용해 자연 친화적인 제품을 개발하는 것이 무엇보다 중요하다고 강조한 김 대표는 그러나 전제품을 단시간내에 내추럴 베이커리화하기는 무리라며 성급하게 서두르지 않고 점진적으로 시행해 나갈 것이라고 밝혔다.

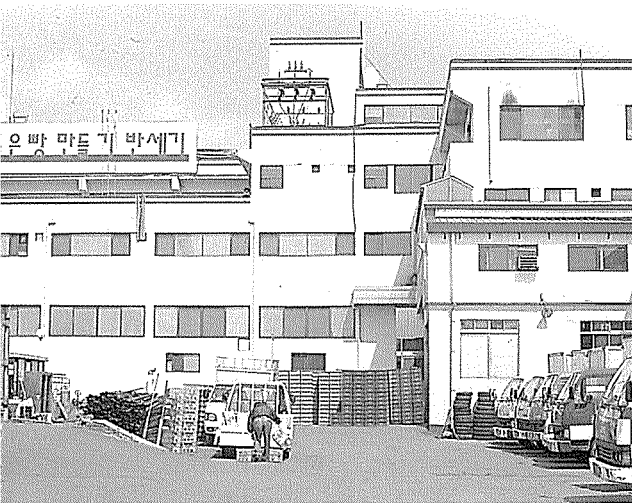
“사실 내추럴 베이커리는 기존 제품에 비해 원가 부담이 1.8배 정도 큰 것이 사실입니다. 그러나 우수한 제품을 공급한다는 사명 아래 마진율을 줄여, 원가부담을 고객에게 전가하지는 않을 것입니다.”

현재 고려당은 내추럴 베이커리의 1차적인 마케팅 전략으로 고객들에게 제품의 우수성을 정확하게 전달하는 데 주력하고 있다.

그는 기존 베이커리 업계들이 제품의 자연화를 얘기하기는 했지만 단순히 몇 가지 제품을 출시한 데 그쳤다고 지적하면서 기존 베이커리와의 차별성을 강조했다.

“고려당은 끊임없는 연구개발과 제품보완 그리고 서비스 강화를 통해 새롭게 태어날 것입니다. 사랑하는 가족에게 안심하고 권할 수 있는 자연의 제품, 천연의 제품을 공급하는 것이 바로 고려당 내추럴 베이커리의 근본 이념입니다.”

김 대표는 기존제품의 우수성을 강화하고 단점을 보완하는 한편 우수한 신기술을 도입, 천연재료 사용의 확대를 통해 내추럴 베이커리를 정착시켜 나갈 계획이라고 밝혔다.



▲ 고려당 성남 본사 전경.