

놀라움과 부러움이 교차하는 일본 제과업계

'98 동경제과학교 연수기

지난 8월 25일 동경에 도착한 '98 동경제과학교 연수단 일행은 5박6일 동안 동경제과학교에서의 기술 연수와 긴자, 에비스 지역의 유명제과점, 가빠바시·시모지마의 소도구·포장상가 견학 등으로 바쁜 일정을 보냈다. 총 42명으로 구성된 연수단 일행은 일본의 제과업계를 사찰하는 동안 시종 놀라움과 부러움을 감추지 못했다.

8월 25일 오전 11시 50분, 나리타 공항에 도착한 연수단 일행은 긴자(銀座) 거리의 유명 제과점을 견학하는 것으로 일본에서의 공식 일정을 시작했다.

긴자(銀座)는 동경에서도 가장 유명한 번화가로 기무라야, 풍월당, 조양, 달로와요 등의 유명 제과점은 물론 이탈리아·프랑스·태국 등 세계 각국의 전통 요리를 맛볼 수 있는 음식 문화의 중심지이기도 하다. 이 가운데 기무라야, 풍월당, 조양, 달로와요 등은 미쯔코시 백화점이 위치해 있는 긴자 4정목(丁目) 부근에 밀집해 있다.

전문화·세분화된 일본의 제과점

잘 알려진 것처럼 기무라야는 129년 전 메이지 유신 이후 일본에서 개업한 최초의 빵집으로 '앙금빵'을 처음 개발한 곳이기도 하다. 지금까지도 전통 제법을 고수해 일일이 수작업으로 앙금빵을 제조하고 있는 기무라야는 4년마다 점포 앞 포석을 새로 교체해 주어야 할 만큼 많은 일본인들의 사랑을 받고 있는데, 특히 빵이 나오는 시간이 되면 어려서부터 "타인에게 피해를 주지 말라"는 교육을 받고 자란다는 일본인들도 꽤 소란스러워지는 모습을 볼 수 있다.

이런 모습은 지척에 있는 풍월당, 달로와요 등에서도 별로 다르지 않은데, 우리와 비슷한 동양문화권에 속해 있지만 많은 일본인들이 이미 서구식 빵문화를 자연스러운 삶의 한 부분으로 받아들이고 있음을 느낄 수 있다. 그래서인지 풍월당, 달로와요

등 번화가의 노변점은 물론 미쯔코시 백화점 지하매장에 있는 조양, 피스토리나 등에도 늘 빵을 사러 온 손님들로 북적거리는 광경을 쉽게 볼 수 있다. 가이드의 설명에 따르면 일본의 젊은 이들은 결혼을 포기한 채 독신생활을 고집하는 경우가 많아 이들을 위해 다양한 인스턴트 식품이 개발되고 있다고 한다. 별도의 조리가 필요없는 빵식이 이들에게 식사 문화로 보편화된 데는 이렇듯 일본 사회의 특수한 주거환경도 큰 영향을 미쳤음이 분명하다.

특이한 것은 일본의 제과점들은 대부분 전문점화되어 있어 우리처럼 한 제과점에서 빵, 케이크, 쿠키, 과자, 전병, 캔디, 아이스크림 등의 복합상품을 취급하는 경우가 없다는 점이다. 긴자 거리의 제과점만 해도 각기 빵, 화과자, 양과자 등으로 세분화·전문화되어 있는데, 한 예로 하루미도오리가에 있는 고베야키친은 일본 각지에서 생산되는 과일을 이용해 '과일빵'만들 주로 생산하는 식이다. 또한 이곳에선 국내 제과점들이 주력 상품으로 취급하는 테케레이션 케이크를 거의 찾아볼 수 없는 점도 매우 이채롭다.

편리함과 타협하지 않는 일본인들의 장인정신

이번 연수의 목적지인 동경제과학교는 그 동안 580여 명의 한국 유학생들을 배출한 곳으로, 지금도 약 40여 명의 유학생들이 재학 중인 일본 제과기술 교육의 산실이다. 현대식 건물과 최고의 교육 시설을 갖춘 동경제과학교는 실습 장비의 하나인 스페인식 돌가마를 제작하기 위해 한화 1억원 정도를 투자할 만큼 기술인 양성에 아낌없는 지원이 이뤄져 일본내에서도 가장 선망받는 교육기관으로 알려진 곳. 이곳에서 연수단 일행은 3일 동안 매일 8시간 이상의 집중적인 기술 세미나에 참여했는데 동경제과학교의 빵, 양과자만 전문 강사들이 각자 하루씩 일과를 도맡아 국내에 소개되지 않은 신제품을 직접 실연하는 방식으로 진행되었다.

기술 연수의 성과는 기대치를 훨씬 상회하는 것이었다. 특히 연수단 가운데는 경력 20년 이상의 중견 기술인들도 적지 않았는데, 제조 공정 하나 하나를 엄격히 준수하는 일본인들의 작업



태도에 첫날부터 적잖이 놀라는 눈치들이다. 예를 들어 반죽시 고작 0.5℃의 온도차를 바로 잡기 위해 수없이 얼음물 중탕을 반복하는 건 이들에게 너무도 당연한 모습.

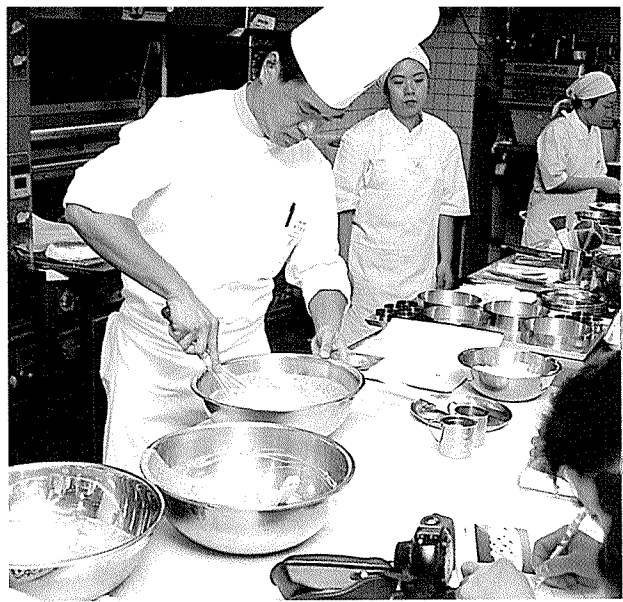
일본인들의 장인정신은 바로 이처럼 세심한 부분까지도 포기하지 않는 자긍심과 작업 의식의 표현일 것이다.

또한 일본에서는 이스트푸드를 전혀 사용하지 않는데 이 때문에 빵을 만들 때 비타민C를 대체 재료로 사용하고 있다. 일본 제과업계에는 특히 국내에서는 쓰이지 않는 많은 제과 재료가 발달되어 있어 눈길을 끌었다.

번뜩이는 창의력과 진지함, 일본의 저력

연수단은 에비스 지역의 상제르망, 부띠끄 다이뉴방 로부송 등의 제과점을 견학하는 동안에도 곳곳에서 일본인들의 번뜩이는 창의력과 아이디어를 확인할 수 있었다. 1일 입점객만 1,500여명이 넘는다는 상제르망만 해도 육각형 모양의 특이한 건물 구조는 물론, 주고객층인 젊은 여성들의 입맛에 맞도록 20여종의 다양한 샌드위치가 개발되어 있다.

일본 제과업계가 오늘날 국민들에게 가장 사랑받는 업종으로 정착하기까지는 여러번의 시행착오를 거듭했을 것이다. 5박



6일의 짧은 일정 동안 '명성(名聲)이란 하루 아침에 만들어지지 않는다'는 진리를 몸소 체득한 것만으로도 이번 연수는 누구에게나 값진 경험이 아니었을까.

“빵과자를 대하는 일본 기술인들의 진지한 모습을 보며 그동안 융통성이란 이름으로 쉽게 타협해 버렸던 많은 것들을 떠올렸습니다.”

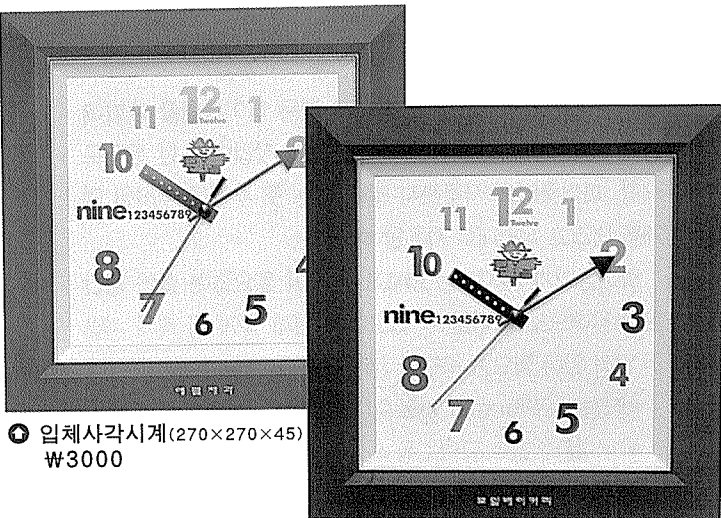
돌아오는 비행기 안에서 누군가 나즈막하게 되뇌이던 찝막한 한마디는 어쩌면 연수단 모두의 공통된 소감이 아니었다 싶다. [24]

〈글/이종원〉

스위트하트

“당신의 사업이 신바람을 일으킬 판촉시계”

- 상품 주문시 상호를 인쇄하여 택배로 보내드립니다.
- 견본 필요시 10,000원을 송금하시면 벽시계1, 탁상시계1를 택배로 보내드립니다.



① 입체사각시계 (270×270×45) W3000



② 원반야광알람탁상시계 (140×140×45) W3000

Sweet Heart®
HAVE A GOOD TIME

정성을 다하는 스위트하트입니다.
진심이 상담에 드리겠습니다.

스위트하트 시계특판사업부

인천광역시 계양구 작전3동 610-6
TEL : (032)554-0367~8 FAX : (032)554-0369

농 협 130016-52-132471 (매금주/권영균)