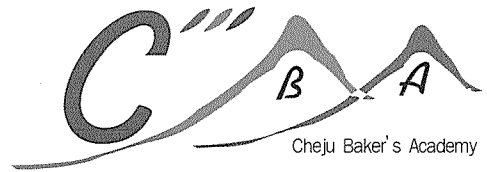


제주도가 아름다운 이유

학구파 제과인들의 모임 '제주제과기술연구회'



↑ '98 하이박에 참가해 각 지역의 제품들을 집관하고 있는 제주 제과기술연구회 회원들.

섬과 육지를 갈라놓고 있는 수백리 바닷길은 때때로 그 물리적 거리보다 훨씬 더 아득한 단절감을 느끼게 한다. 지난 10월말 '98 하이박 경연대회를 위해 제주도에서 상경한 7명의 젊은 기술인들도 모처럼 각 지역에서 출품된 제품들을 둘러보며 가벼운 흥분을 느낄 수 있었다.

“아무래도 지역적으로 고립돼 있다 보니 정보교류의 기회가 부족한 것은 사실입니다. 그렇기 때문에 제주도 기술인들은 기술개발에 더욱 관심을 가질 수밖에 없죠. 바쁜 시간을 내어 이렇게 서울 나들이에 나선 것도 경연대회 출전 외에 각 지방의 기술 흐름을 살펴보기 위해서입니다.”

이번 '98하이박에 참가한 이들은 모두 제주제과기술연구회(회장 최한기, 이하 제기회) 회원으로 활동하고 있는 제주도내의 내로라하는 학구파 기술인들이다. 그래서인지 경연대회 준비에 분주한 와중에도 대회장 한편에서 틈틈이 간이 토론회를 갖는 모습이 띄 이채롭다.

평소 기술 개발에 많은 관심을 갖고 있던 제주도의 젊은 기술인들이 기술연구회를 발족한 것은 지난 96년 7월이다. 섬이라는 지역 여건 때문에 새로운 정보나 기술 도입이 늦어지는 것을 우려한 8명의 기술인들이 “제주도에도 기술연구 모임이 활성화되어야 한다”는 공감대를 형성한 것이 결국 기술연구회의 발족으로까지 이어졌다.

모임을 결성할 당시, 창립 멤버 가운데 몇몇이 제과점 직원으로 근무하고 있던 탓에 ‘기술인 노조를 결성한다’는 소문

이 돌아 업주들의 오해를 산 일도 있었다고 한다. 그렇지만 젊은 기술인들의 의욕적인 연구 활동을 지켜본 업주들도 얼마후에는 이들의 노력을 이해하고 적극 후원해 주기에 이르렀다. 제기회는 이처럼 술한 시행착오 속에서도 성장을 거듭, 선후배 제과인들의 신망을 받는 정회원 14명의 중견 연구회로 발전할 수 있었다.

“모임을 결성한 이유가 기술개발과 정보교류에 있기 때문에 연구회 활동도 주로 세미나 위주로 진행됩니다. 특히 회원중 누군가가 새로운 제품을 선보일 때는 수시로 난상토론이 이뤄지기 때문에 모임 개최 횟수가 늘어나게 돼요. 이런 활동을 통해 후배 기술인들도 늘 연구하는 마음을 갖게 되는 것 같아 모임의 중요성을 실감하고 있습니다.”

순수한 기술연구 모임을 고집하는 제기회의 성격은 3년여라는 짧은 기간 동안 이들이 벌인 활동을 통해서도 쉽게 짐작할 수 있다. 회원 모두가 틈틈이 일본 모박쇼 같은 국제전시회를 둘러보며 선진국의 제과업 흐름을 견학하는 것은 물론, 월 1회 자체세미나, 제주도내 젊은 기술인들의 연구 의욕을 북돋우기 위해 연 1회 이상 빵과자전시회를 개최하는 등 제기회의 활동 내역은 사뭇 미래지향적이다.

최근에는 한 재료상과 협의해 저렴한 가격으로 재료 공동구매를 성사시켰는가 하면, 취업난이 심화된 이후에는 후배 기술인들의 취업 알선에도 적극 나서 좋은 성과를 거두기도 했다. 대부분 30대 초, 중반의 회원들이 대부분이라 단순한 친목모임의 틀을 벗어나 생산적인 활동에 뜻을 모을 수 있는 것은 이처럼 제기회가 가진 무한한 가능성의 일면이다. 제기회 활동이 활기를 띠면서 얼마전에는 제주도의 3개 지역 신문이 앞다투어 취재를 나와 활동상을 보도하기도 했다.

“욕심이 있다면 제과업에 대한 사회의 인식을 더욱 개선하는 것입니다. 그러자면 우리 제과인들도 내실을 갖추는 일을 게을리하지 말아야겠죠. 앞으로 후배기술인들에게 방송통신대나 산업체특별전형등의 많은 교육기회를 알선해주고 싶습니다.”

모처럼의 서울 나들이에 나선 제기회 회원들의 활기찬 웃음 속에서, 이제 제주도가 아름다운 이유 하나를 짐작할 수 있을 것 같다.

캐릭터 케이크로 꿈을 심어 줍니다

인천 키즈베이커리 황수영



최근 들어 다양한 형태의 전문점이 하나둘 늘고 있다. 베이글, 와플, 브리첼, 케이크 전문점 등이 그것이다. 특히 올해 들어선 처음으로 캐릭터 케이크를 주력 제품으로 한 전문점이 생겨 관심을 모은다. 그런데 사실은 이보다 앞서 캐릭터 케이크를 만들어 온 '원조'가 있다. 인천 연수구 옥련동에서 키즈 베이커리를 운영하고 있는 황수영씨가 그 주인공이다.

그가 캐릭터 케이크의 원조라는 사실은 점포에서 잘 나타난다. 옥련점의 경우 일반적인 빵 30여가지와 버터, 생크림, 롤, 파운드케이크 10개 정도를 제외하곤 3개의 쇼케이스 중 2개의 쇼케이스가 온통 캐릭터 케이크 샘플 천지다. 이곳의 케이크는 미키마우스, 기차, 토끼, 자동차, 타조 등 종류도 다양하며 일반 케이크와 달리 입체형이어서 고객의 눈길을 끌

기에 충분하다.

현재 키즈베이커리에서 제조하는 캐릭터 입체 케이크는 54가지 정도. 고객이 샘플을 보고 주문하면 제하게 판매한다. 각각의 캐릭터 팬에 시트를 굽고 버터크림이나 생크림을 촘촘히 짜 제품을 완성한다. 이 탓에 손품이 훨씬 더 들어 가격이 2만 5,000원에서 5만원이 나 한다. 황수영씨가 이 캐릭터 케이크를 주력 제품으로 한 점포를 내게 된 것은 40년간 오산 미공군기지내 베이커리에서 근무한 것과 관련이 있다.

"15년전 그곳에서 처음 캐릭터 케이크를 접하게 됐는데 미국에서 어린이들에게 인기있는 제품이라고 하더군요. 지난해 그곳을 퇴직하기 전까지 캐릭터 케이크를 만들면서 그동안 모아 놓았던 캐릭터 시트 팬을 바탕으로 새로운 케이크를 선보이자는 생각에서 점포를 열게 됐습니다."

작년 8월 황수영씨는 점포를 오픈하면서 어린이를 위한 케이크가 있는 점을 강조하기 위해 점포명도 키즈(KIDS)베이커리로 정했다. 또 캐릭터 케이크를 알리기 위해 아파트 단지에 전단지 배포하는 등 홍보에 나섰다. 그 결과 소비자의 반응은 빨랐다. 처음 보는 특이한 케이크에 신기하다는 표정들이었고 입소문이 퍼져 하루에 평균 5~6개 정도가 팔리곤 했다.

"대부분의 고객이 친척의 생일이나 유치원 행사 등 선물 용도로 사갑니다. 처음 보는 케이크가 있다는 소문이 퍼져 언젠가는 서울에서 전화로 주문하고 직접 사러온 사람도 있습니다. 최근에는 우리 가게 제품과 같은 캐릭터 케이크점

으로 가맹 사업하는 업체가 생겨 점차 확산될 것 같습니다."

현재 황수영씨는 아들과 함께 연수동에 또 하나의 점포를 운영한다. 대개 나이가 들면 제조는 물론 점포 운영에서도 한발짝 물러서는 게 보통이다. 그러나 황수영씨는 66세의 나이에도 불구하고

직접 캐릭터 케이크의 테커레이션을 한다. 마치 인자한 할아버지가 귀여운 손자들에게 꿈을 그려주듯 오늘도 어린이들에게 캐릭터 케이크를 통해 '꿈'을 심어주고 있다.

