

어제

부터인지 한해를 마감하는 시점이 되면 이른바 그 해의 히트상품이 탄생하곤 한다. '많이 팔린다'는 것이 곧 우수 상품이란 말과 이음동의어로 쓰이는 현실에서 히트상품이란 영광은 제품 개발, 홍보, 판매 전략의 효율성과 우수성을 공인받는 승리의 월계관이 아닐 수 없다.

그런데 최근 베이커리 업계에도 한 히트제품의 출현이 제과인들의 이목을 집중시키고 있다. 개별 소매점포라는 업종의 특성상 약간의 시차를 인정한다 해도, 올초 지방의 한 자영제과점에서 시작되어 전국으로 파급된 이 제품의 인기 바람은 이제 하나의 '사건'으로 기록되기에 부족함이 없다. 그리고 이처럼 하나의 제품이 특정 지역에만 국한되지 않고 전국적인 인기 상품으로 이름을 올릴 수 있었던 데에는 평

택 케익타운 대표 김성환(49)씨의 숨은 노력을 언급하지 않을 수 없다.

만득이 핫도그, 제과업계의 히트 상품으로 불려

일명 '도깨비 방망이'로 불리는 만득이 핫도그는 IMF 이후 제과점의 매출 부진이 심화되는 시점에서 국면전환을 위해 긴급 투입된, '큰 기대없이 출시한' 유인상품이었다.

구매력이 약화된 젊은층 고객을 위해 값싸고 푸짐한 먹거리의 필요성을 느끼던 김성환씨가 만득이 핫도그를 개발한 것은 올 4월 무렵으로 거슬러 올라간다. 된반죽을 사용해 기존의 핫도그에서 특유의 질긴 맛을 없애고, 겨자와 타르타르 등의 독특한 소스를 곁들이긴 했지만 출시 당시 만득이 핫도그의 판매 목표는 하루 200여개 수준이었다. 하지만 점두에 설치했던 유인상품 코너를 만득이 핫도그로 대체하면서 얼마 뒤 케익타운 앞에는 보기드문 진풍경이 벌어지기 시작했다.

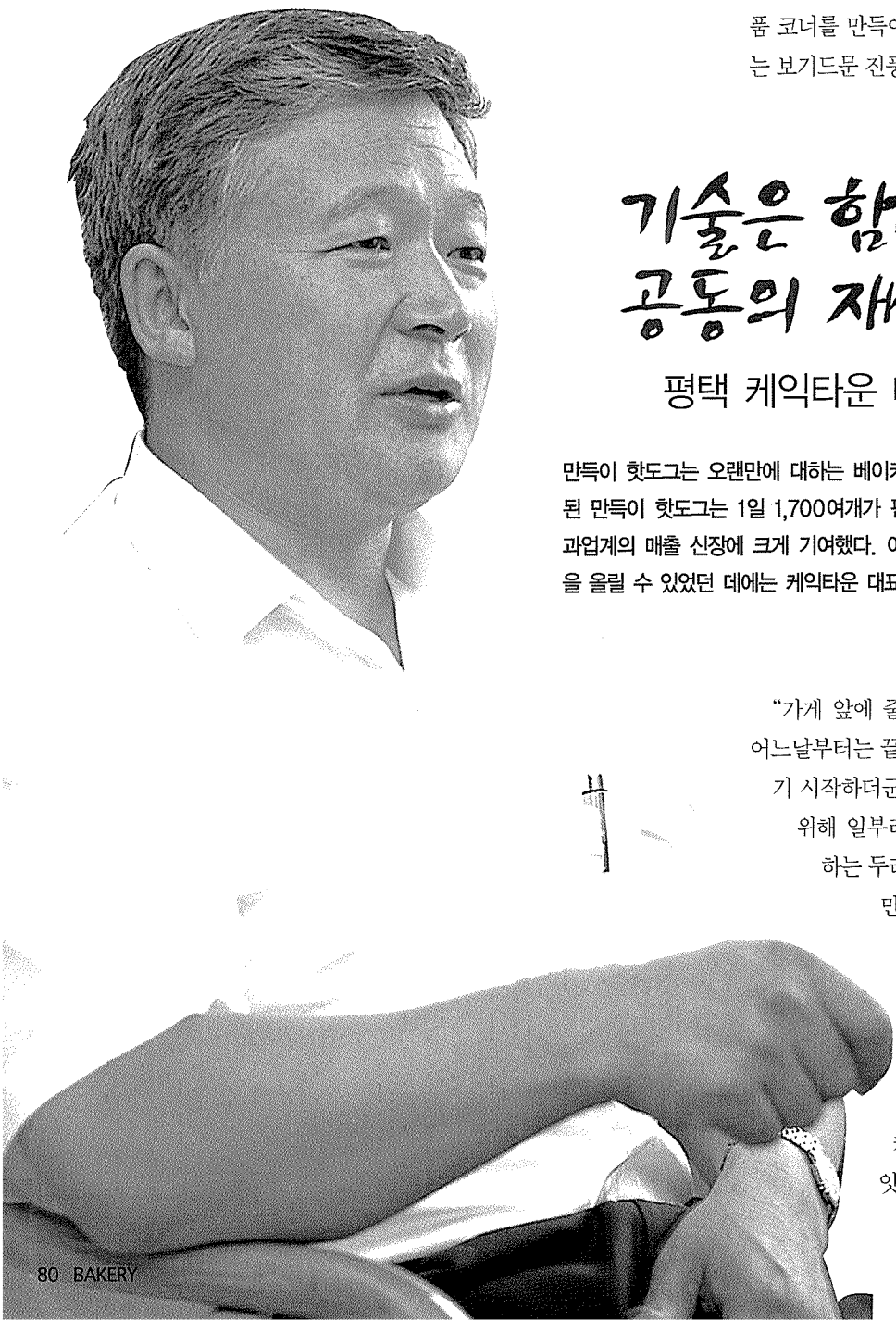
기술은 함께 나눠야 할 공동의 재산

평택 케익타운 대표 김성환

만득이 핫도그는 오랜만에 대하는 베이커리 업계의 히트상품이다. 평택 케익타운에서 시작된 만득이 핫도그는 1일 1,700여개가 판매되는 인기를 과시하면서 전국으로 파급되어 제과업계의 매출 신장에 크게 기여했다. 이처럼 하나의 제품이 전국적인 인기 상품으로 이름을 올릴 수 있었던 데에는 케익타운 대표 김성환씨의 숨은 노력을 언급하지 않을 수 없다.

"가게 앞에 줄을 서는 사람들이 차츰 늘어나기 시작하더니 어느날부터는 끝이 보이질 않는 거예요. 그제서야 덜컥 겁이 나기 시작하더군요. 정말 저 많은 사람들이 핫도그 하나를 사기 위해 일부러 우리 가게 앞에 장사진을 치고 있는 것일까, 하는 두려움이 생기더라고요"

만득이 핫도그는 출시된지 두달만에 하루 평균 1,700여개가 판매될 정도로 '소름 끼치는' 인기를 경험한다. 예상을 뛰어넘는 빅히트의 조짐이 보이기 시작한 것도 이때 부터였다. 만득이 핫도그에 대한 소문이 삽시간에 퍼져나가면서 호기심반, 부러움반으로 케익타운을 찾아오는 제과인들의 발길이 줄을 잇기 시작했다.





수김성환씨가 현재 관여하고 있는 모임은 총 387개. 이중에는 순수한 봉사 단체만도 100여개가 넘는다. 어려웠던 옛날을 잊지 않는 그는 지금도 평택 인근의 사회시설에 신선한 케익타운의 빵을 제공하고 있다.

“최근 3개월 사이에 케익타운을 견학하고 간 제과인만 해도 1,000여명이 넘습니다. 요즘같은 불경기에, 그것도 지방 소도시에서 하루 1,700여개가 팔린다는 제품에 대해 호기심이 생기는 건 당연하잖아요. 부산, 강원도 등 먼곳에서 일부러 평택을 찾아온 사람들도 적지 않았습다.”

하지만 초창기 케익타운을 방문한 제과인들 가운데 만득이 핫도그의 제조 비법을 묻는 사람은 거의 없었다. 그러나 김성환씨와 일면식이 있는 제과인들도 그를 피해 길게 늘어선 줄 속에 몸을 감추기 일쑤였다. 한 동안 “케익타운에서 팔리는 핫도그 가운데 상당수는 제과기술인들이 사간 것”이라는 우스갯 소리가 나돌 정도였다.

기술은 모두 함께 공유할 때 빛이 나는 것

이런 일들이 반복되면서 김성환씨도 머지않아 전후사정을 짐작할 수 있었다. 제조기술을 공개하지 않는 제과업계의 인색한 풍토에 익숙해진 그들이 핫도그 제조법을 ‘절대 공개할 리 없는’ 일급비밀로 단정해 버린 건 충분히 이해할 만한 일이었다. 하지만 애초부터 김성환씨는 기술을 독점하겠다는 욕심 따위는 갖고 있지 않았다. 매출 하락에 고심하고 있는 제과업계에 도움이 될 수 있다면 ‘그깟 핫도그 배합 하나를 숨기고 말고 할 것이 뭐가 있겠느냐’ 는 생각이었다.

그날 이후 김성환 씨는 머쓱해하는 제과인들을 가게 안으로 불러들여 배합이며, 소스 제조법 등을 일일이 설명해주기 시작했다. 핫도그 제조법을 공개하자 파급력은 의외로 컸다. 전국 각지의 제과점들이 머지않아 케익타운과 똑같은 맛의 핫도그를

생산해낼 수 있게 된 것이다. 개중에는 며칠씩 공장 일을 거들며 제조법을 익혀가는 사람들도 적지 않았다. 이렇게 파급된 만득이 핫도그는 튀김류의 판매가 주춤해지는 여름철 들어서도 상권에 따라 많게는 1일 수백개 이상이 판매될 정도로, 남녀노소 누구에게나 부담없는 먹거리로 인기 상승가를 지속할 수 있었다.


“예전엔 행여 후배 기술자가 볼까봐 재료 배합하는 모습조차 보이지 않으려는 사람들이 많았잖아요. 하지만 기술이란 여러 사람이 공유해야 더 빛이 나는 법입니다. 아무리 좋은 기술도 혼자 감춰두고 있으면 퇴보하기 마련 아닙니까.”

김성환씨가 보여준 열린 마음과 동업일가에 대한 의리는 지난 66년 열일곱의 나이로 제과업과 인연을 맺은 이후 겪어 왔던 인생역정과도 무관하지 않다. 사업 실패로 어려움을 겪었던 젊은 날, 운전기사, 야채장수 등의 직업을 전전하던 그가 마지막까지 믿고 기댈 수 있는 것은 어려서부터 손에 익힌 제과기술 뿐이었다. 지난 89년 초 마지막 희망을 걸고 평택에 정착할 때만 해도 그의 수중에 단돈 1,000만원이 전부였다.

내가 받은 것, 이제 제과업계에 돌려줄 때

성공을 향한 그의 무서운 집념을 보여주는 초창기의 일화 하나. 가게 위치가 고객들을 불러 모으는데 불리하다고 느낀 그는 어느날 새벽 20여m 옆에 있던 버스정류장 표지판을 가게 앞으로 ‘ 옮겨 심어 ’ 놓았다. 운이 좋았던지 이 일은 별다른 문제없이 시야부야 넘어가고 말았지만 그의 표현대로 ‘죽기를 각오했던(?)’ 이 사건 이후로 케익타운의 매출은 한결 탄력을 붙일 수 있었다.

성공을 향한 그의 피나는 재기 노력은 곧 현실로 나타나 지난 95년에는 드디어 케익타운이 세들어 있던 4층짜리 건물을 매입할 수 있었다. 10여개의 봉사단체를 통해 인근 사회보호 시설에 보이지 않는 선행을 계속하고 있는 것이나, 8년째 제과협회 평택 지부장을 맡아 제과인들의 권익향상을 위해 동분서주하는 것도 성공의 길을 열어준 제과업계에 조금이나마 보답하려는 소박한 마음의 표현이다. 그런 그에게 세삼 미련을 두고 공개하지 못할 비밀이 있을 리 없는 것은 당연하다.

만득이 핫도그의 비히트는 동업일가의 의리를 재확인시키는 계기를 마련해 주었으며, 열린 경영의 한 모범을 제시했다는 점에서 자못 중대한 의미를 부여할 수 있다. 이제 그가 아무런 대기없이 뿌린 이 씨앗들이 더욱 크게 자라나길 기다리는 것, 그것이 바로 김성환씨가 기대하는 내일의 모습일 것이다. 

〈글/ 이종원〉