

# 냉동생지 확산, 환경 조성이 선행돼야 한다

업체 · 사용자 부담 줄여야 ... 제과점 아웃소싱 모색 필요

■ 취재 / 오형석 ohs@mbakery.co.kr

경기 침체가 몇 년 동안 이어지면서 베이커리 산업의 불황도 예외는 아니다. 각 지역에서 베이커리를 경영하는 업주들의 불멘소리가 이제는 그다지 특별하게 들리지도 않는다. 불황 타개를 위해 여러 가지 방안들이 논의되고 있는 가운데 최근 몇 년 사이에 가장 근접한 방안으로 떠오르는 것 중의 하나가 냉동생지다.

베이커리 생산 현장에서 흔히 '중간반죽'으로 불리는 냉동생지는 우선 생산 시간을 상당히 줄일 수 있다는 장점이 있다. 이미 알려진 대로 냉동생지는 반죽, 1차 발효, 분할, 성형, 2차 발효, 굽기 단계를 거치는 반죽의 단계를 절반 정도 줄인 반제품 형태라고 할 수 있다. 성형단계를 이미 거쳐 냉동 보관되는 제품이기 때문에 활용 여하에 따라 생산성을 증대시킬 수 있다는 것이다.

## 기존 생산 구도 한계 ... 1인당 생산성 끌어올려야

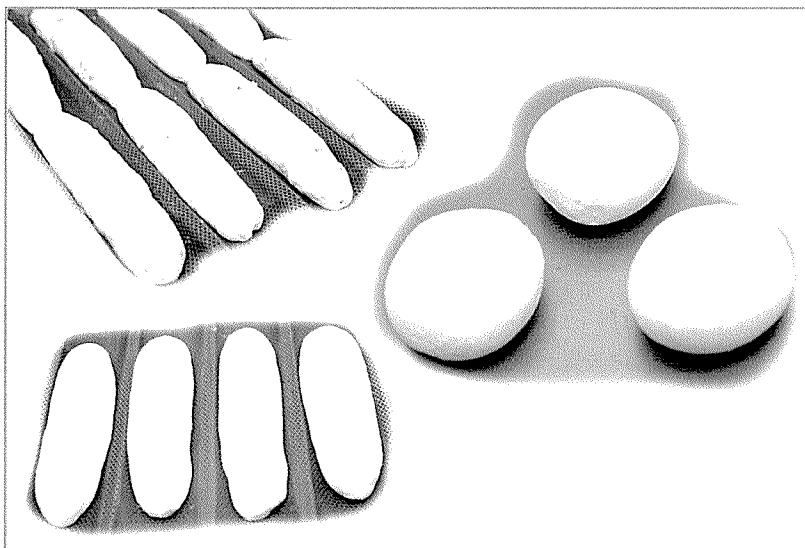
표면적인 이유에서만 깊어보면 냉동생지의 활용 가능성은 생산성과 제품 품목의 다양화라는 점에서 논의될 수 있다. 지난 10여 년 동안 냉동생지가 논의된 것도 큰 맥락에서는 '상품성'에 있었다. 냉동생지의 필요성은 도입 초기보다는 상당히 인식이 확산되고 있다고 평가할 수 있다. 문제는 지금이야말로 국내 베이커리 업계의 현실을 냉정하게 짚어야 할 때가 되지 않았는가 하는 점이다.

국내 생산 현장 노동력의 1인당 생산성은 하루 기준 20~30만 원 정도라는 것이 평균 인식이다. 생산 공장에 3명이 근무한다면 그 점포의 하루 매출은 약 60~70만원이라는 것이 보편적인 추정이다. 이런 기준은 그동안 이루어져온 업계의 생산 방식과 재료업체의 판매 규모 등을 종합해 나온 것으로 거의 정석처럼 굳어져 매출 판단의 준거가 되고 있다.

중요한 것은 지금의 1인당 생산성이 현재의 불황을 견디나갈 만큼 효율성과 경쟁력을 지니고 있는가에 주목할 필요가 있다는 것이다. 업계 전문가들의 시각은 다소 차이는 있지만 대부분 현 상황에 대해 부정적인 방향으로 추가 기울어진다. 베이커리 산업이 일찍부터 발전한 일본이나 유럽과 단순 비교하는 것은 무리가 따른다. 비교의 핵심은 그들의 영업전략이 어떤 노선을 견지해왔는가에 있다.

제품 컨설팅으로 현장에서 활발히 활동하고 있는 한 중견 기술인은 "한 지방에서 제품으로 명성을 쌓은 베이커리숍이 어떤 방법으로 전국적인 체인점을 넓혀 나갔는지 일본의 이십년 전을 면밀하게 분석할 필요가 있다"며 "그들이 확고한 명성을 지키며 아직까지 인정받는 대형점포로 성장할 수 있었던 것은 일찍이 체인점에 대해 생지 개념을 도입했다는 점이 설득력을 가진다"고 말했다.

다음 날 오전에 작업해야 하는 품목을 반제품 형식으로 미리 반죽을 만들어 놓음으로써 시간과 노동력의 효율을 극대화할 수 있었다는 평이다. 이런 시도가 가능했던 것은 안정된 생산 설비가 구비돼 있었다는 점을 전제한다. 즉 도우 컨디셔너와 냉동고의 확보가 선행돼야 한다는 것이다. 생산 설비의 투



자가 생산성의 효율을 제고시켰고, 결국 투자비의 감가상각분을 담보하고서도 근로자 1인당 생산성을 극대화할 수 있었다는 지적이다.

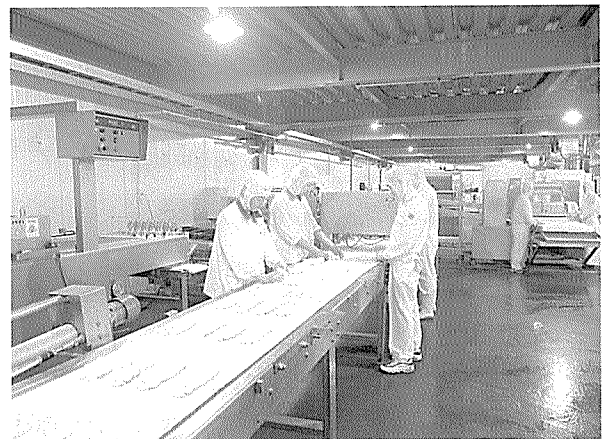
또 다른 전문가는 좀 더 미래지향의 비전을 내놓았다. 국내 베이커리숍이 앞으로 다른 산업과의 경쟁에서 우위를 확보하기 위해서는 지금의 생산 시스템을 보완해나가야 한다는 지적이다. “88년 올림픽이 국내 외식산업에 어떤 파장을 던졌는지를 생각해 보면 월드컵 이후의 변화를 쉽게 짐작할 수 있을 것”이라며 “현재 대부분의 소규모 베이커리숍이 느끼는 위기감은 효율적인 생산성을 자신할 수 없는 데서 비롯된다”고 말했다. 이 관계자는 1인당 생산성이 50~60만원을 웃돌아야 다른 산업과의 경쟁력에서 밀리지 않을 것이라고 전망했다.

#### 냉동생지 활용 방안 ... 소규모일수록 검토할 필요

국내에서도 어느 정도의 규모를 갖춘 점포들은 생지를 만들어 쓰는 것으로 알려지고 있다. 이들 점포들은 다음 날 오전에 사용할 반죽을 미리 만들어 놓고 냉동고에 보관하고 있다. 이런 생산 시스템은 시간절약과 일의 능률이라는 두 마리의 토끼를 한꺼번에 잡을 수 있는, 현실적으로 가장 안정된 방식이라고 할 수 있다.

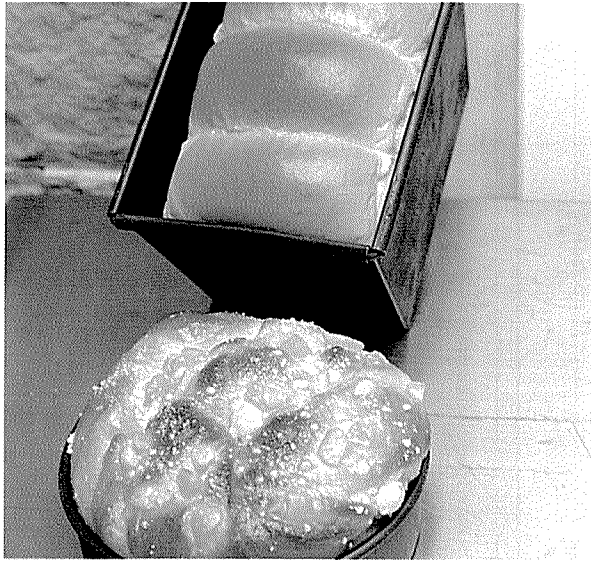
반면, 국내 베이커리 산업의 근간을 이루고 있는 제조인원 1~2인의 소규모 점포 상황은 이런 여유마저도 없는 실정이다. 국내 베이커리숍의 다수를 차지하고 있는 이들 점포들의 경쟁력은 궁극적으로 전체 국내 베이커리 산업의 향후 바로미터가 된다는 점에서 주목할 필요가 있다. 밀둥이 튼튼한 산업 구조를 가지지 못하고서는 전체 발전도 낙관할 수 없다는 것은 이미 다른 산업에서도 증명된 경제 활동의 보이지 않는 룰이다.

이들 점포들은 자체적으로 생지의 개념을 가진 유희제품을 생산할 능력이 없는 것이 현실이다. 생지의 개념을 도입한 반죽을 만들 노동력도, 제품을 보관할 만한 냉동시설도 없다. 결국 이런 점포들이 품



목을 고루 갖춰놓거나 부족한 인력을 대체할 필요성을 느낀다면 냉동생지 전문 업체의 제품을 쓸 수밖에 없다. 점포주들의 이런 고민은 여러 곳에서 감지된다. 냉동생지 전문 업체 관계자들에 의하면 생지 활용 방안을 문의해 오는 베이커리숍이 예전보다는 분명히 늘어났다는 평가가 이런 분위기를 반영한다.

자영제과점에 냉동생지가 확산되는 것에 몇 가지 걸림돌이 있다는 것은 주지하는 사실이다. 80년대 초에 처음 냉동생지가 양산업체에 의해 수입되었을 때 이를 사용해본 기술인들이 실제 직접 만든 반죽보다 제품력에서 너무 떨어진다는 평가를 내렸다는 점이 우선 지적될 수 있다. 다시 말해 냉동생지의 초기 이미지를 흐려놓았다는 것이다. 상당히 의욕 있



게 추진했던 당시의 사업은 지금 평가에 따르면 시기가 빨랐다는 평가가 지배적이다. 당시의 국내 상황과 딱 맞아떨어지는 아이템은 아니었다는 것이다.

이런 경험을 발판으로 후발 국내 생지 생산 업체들은 상당히 신중하면서도 철저한 기획 속에서 사업을 벌이고 있다. 현재 유통되는 냉동생지의 제품력은 상당한 수준에 와 있다는 것이 중론이다.

문제는 업체의 배송시스템과 자영제과점의 관련 설비 부재에 있다. 냉동생지는 물류비용에서 업체에 상당한 부담을 안길 수밖에 없다. 제품의 특성상 최소 영하 18℃에서 보관이 이루어져야 한다. 따라서 반드시 냉동고 시설을 갖춘 냉동차량이 배송해야 한다.

이런 여건은 업체의 물류시스템에 적지 않은 고민을 던져주고 있다. 한 달에 평균 20~30만원정도를 사용하는 자영제과점을 거래처로 둔 업체는 주문이 있을 때마다 직배송을 한다는 것에 대해 상당한 물류비용을 감수해야 하는 부담을 안게 된다. 이런 거래처가 지방 곳곳에 흩어져 있을 경우 문제는 더욱

심각해진다. 제품 수요처를 계속 확보하기 위해서는 실제 영업 소득의 감소를 감수해야만 한다는 딜레마가 생기는 것이다.

끝으로 냉동생지의 실제 사용자인 자영제과점이 가지는 현실적인 어려움을 지적할 수 있다. 냉동생지를 취급하기 위해서는 냉동고를 갖추는 것이 제품의 손실을 줄이는 근본적인 예방책이 된다. 그러기 위해서는 상당한 금액의 투자가 필요하다. 현실적으로 한 달에 30만원 안팎의 생지를 사용하는 제과점으로서 투자기에는 대한 갈등이 생겨날 수밖에 없고 이를 미루기에는 제품의 손실에 대한 비용이 만만치 않다는 이중고민에 놓여 있는 상황이다.

#### 이제는 아웃소싱이다 ... 경영자들의 확신 여부에 달려

종합해 보면 냉동생지 생산업체와 자영제과점 모두 각자의 입장에 따라 개선할 부분과 고충이 동시에 나타나는 것이 국내 냉동생지 사업의 현주소다. 시기에 따라서는 프랜차이즈업체의 운영 방식을 참고할 수 있을 것이다. 대부분의 제품을 생지로 공급하는 프랜차이즈 업체들은 다양한 품목을 구비해 놓으면서도 평균 1인당 생산성에서는 자영제과점을 훨씬 상회하고 있다.

호텔베이커리와 유통할인점의 인스토어베이커리 운영방식도 자영제과점으로서 벤치마킹할 수 있다. 상대적으로 판매가 덜 되는 제품에 대해서는 그 품목만을 전문적으로 생산하는 업체로부터 납품 받을 수 있다는 것이다. 이른바 아웃소싱이 이제 베이커리산업에서도 추구돼야 한다는 지적이 상당히 설득력을 얻어가고 있다.

업계 관계자들의 향후 전망은 그래서 의미가 있다. 이들의 공통점은 새로운 생산과 유통 시스템의 출현이 얼마나 발 빠르고 합리적인 공감대를 형성하면서 등장할 것이냐는 것이다. 한 관계자는 “지방의 경우 냉동생지를 취급할 수 있는 시설을 갖춘 대형재료상의 출현이 현실적으로 업체와 자영제과점 양측의 고민을 어느 정도 덜어줄 수 있을 것”이라고 지적했다.

냉동생지를 사용하는 것이 최근의 운영난을 타개할 수 있는 방안이라는 판단은 전적으로 사용자의 몫이다. 선택의 기준은 업주들의 확신에 달려 있다. 실수요자들의 관심과 움직임이 활발해지면 물류와 설비에 관련된 인프라 구축도 현실화될 것으로 전망된다. 