



우리가 함께 합니다
광주의 기술 발전,

서울상사 대표 안병창

작년 11월 3일 중앙제과기계산업(주)의 호남영업소 개소식에는 오후에 접어들면서 사람들이 모여들기 시작했다. 그 속에서 유난히 분주한 사람이 있었다. 찾아오는 제과인을 일일이 환한 얼굴과 약속로 맞이하며 감사의 말을 잊지 않은 사람. 그는 이날 호남영업소와 공동으로 개소 기념 오픈 세미나를 준비한 서울상사의 안병창 사장이었다.

안사장이 제과 재료와 인연을 맺기 시작한 것은 서울종합포장에 입사하면서부터. 서울포장은 케이크 박스와 제과 포장 업체였지만 후에는 제과 재료를 취급하게 됐는데 안사장은 그곳에서 제품을 재료상에 납품하는 업무를 담당했다. 처음부터 성실성은 인정받았지만 그가 현재 광주 및 인근 지역 180여개 제과점과 거래하는 대표적인 재료상 업체로 발돋움하기까지는 나름대로의 노력이 있었기에 가능한 것이었다.

직원으로 일하던 시절의 에피소드 한토막. 포장에서 재료로 품목이 바뀌고 난 뒤 납품 업무를 하는 그는 처음에 많은 애를 먹었다. 포장과 달리 재료의 종류가 너무 많고, 처음 접하는 것들이라 모든 게 생소하기만 했던 것. 하루는 거래하던 점포를 들렀는데 그곳에서 밀가루 중 박력분을 주문한 적이 있었다. 밀가루가 한 종류인지 알고 있던 그는 '아무 밀가루나 쓰면 되는 것' 아니냐고 대답하는 웃지 못할 상황이 발생하기도 했다.

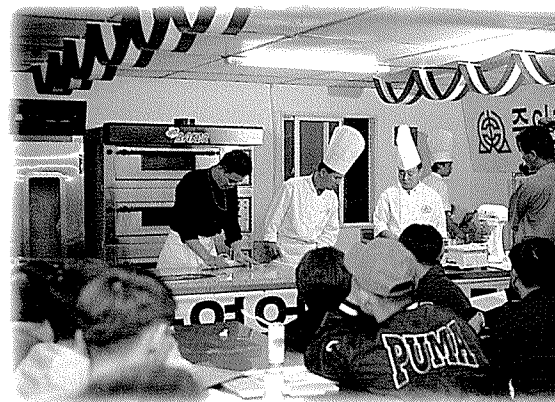
이 일을 계기로 안 사장은 최소한의 재료 상식을 갖추어야겠다고 생각해 창피함을 무릅쓰고 기술인들에게 하나하나 물어가며 재료 공부를 게을리 하지 않았다. 그리고 타고난 친화력과 성실성을 바탕으로 제과인과의 유대 관계를 쌓아 나갔다.

준비하는 자에게 기회는 오는 법. 1995년 11월 지금의 서울상사를 설립하고 꿈에 그리던 자신의 뜻을 펼칠 수 있게 됐다. 그는 서울상사가 있을 수 있도록 도움을 준 제과점에 항상 감사의 마음을 갖고 산다고 말한다. 안병창 사장은 젊다. 나이뿐 아니라 생각도 젊다. 뿔레야 뿔 수 없는 관계인 제과점과 재료상은 함께 발전해야 한다는 생각을 갖고 있다. 그래서 재료상이 단순히 물건을 파는 데서 그치지 않고 제과점이 지금보다 발전될 수 있도록 도움을 주는 역할도 해야 한다고 생각한다.

"중앙기계산업 호남영업소에는 세미나실이 마련돼 있습니다. 앞으로 제품 연구를 원하는 사람이 있다면 저희 서울상사는 지원을 아끼지 않을 겁니다. 또 서울상사는 앞으로 한달에 1~2번은 세미나를 열어 지역 기술 발전에 일조할 수 있도록 모든 노력을 기울일 것입니다."

서울상사는 작년 11월 3일의 세미나에 이어 22일에는 크리스마스 대비 세미나를, 12월에는 냉동 생지 활용 세미나를 연이어 개최했다. 처음에 제과인에게 했던 약속을 그대로 이행하고 있는 셈이다. 안병창 사장은 이에 머무르지 않고 인력 문제를 해결하기 위해 프랑스 냉동생지를 공급하는 한편 이를 잘 활용할 수 있도록 기술 서비스를 하는 계획도 추진하고 있다. 이를 위해 서울상사는 이미 전담 기술 서비스 직원을 채용한 상태이다.

재료상으로는 파격적이라 할 수 있는 기술 서비스 실시에서 나타나듯 그의 생각은 젊고 크다. 또 그에게는 제과인에게 항상 감사하는 마음이 있다. 그렇기에 광주 및 인근 지역의 기술 발전을 위해 힘쓰겠다는 그의 각오와 계획에 믿음을 갖는 이유도 거기에 있다.



〈글 / 박종선 sunpark@mbakery.co.kr〉

남대문 포장재 유통의 메카

대도지물 대표 김평권

“남대문은 의미 없는 돌맹이 하나라도 상품가치를 지닐 수 있는 곳이지. 그만큼 소비층이 폭넓고 다양해서 순수한 아이디어와 개성만으로 실력을 겨룰 수 있는 곳이 남대문 시장입니다. 포장지 하나를 팔더라도 판매자의 기획력에 따라 물건의 가치가 달라집니다.”

김평권(49)씨는 롯데알미늄에서 알루미늄 호일을 팔던 영업맨 출신. 이 회사에서 근무한 기간이 1회 용품 시장의 가능성에 대해서 눈을 뜬 계기가 됐다. 이후 그는 1977년에 롯데알미늄을 퇴사하고 8개월 동안 휴직하면서 인생의 전환점을 맞이한다. 회사라는 안정된 직장을 뛰쳐나와 새로운 도약을 꿈꾸며 삶의 소소한 진리를 체험했다.

삶의 언저리에서 막다른 골목길에 부딪힐 때마다 그는 당시의 각박한 현실을 회고하면서 힘을 얻어왔다. 당시 그가 선택한 길은 포장재와 같은 맥락에 속하는 '종이붙이 가게'인 지물포를 운영하는 일. 내심 먼 훗날 포장전문업체로 발돋움하려는 부푼 희망을 안고 대도지물을 시작하게 됐다.

팬시 업종이 호황을 맞이한 1980년대에 포장전문업체도 활황을 누린다. 사업시기와 소비자 구매력이 절묘하게 맞아 고작 두 명에 불과했던 점원이 10명으로 늘어나는 등 대도지물은 성장을 거듭하게 된다. 포장업계에서는 백화점 포장센터, 팬시점, 개인 고객 등이 주거래처이나 최근에는 고급 포장재를 사용하는 베이커리가 점차 늘어나면서 신규 시장으로서 각광받고 있다.

“베이커리 시장의 잠재력은 무궁무진하다고 봅니다. 자영 제과점도 고급화를 지향하는 추세이며, 판매되는 제품 대다수가 포장용지로 쌓여 있습니다. 똑같은 제품을 팔더라도 포장지의 재질과 디자인이 구매요인으로 작용해 매출 폭이 달라질 수 있다고 봅니다. 때문에 포장지 산업에서 베이커리 시장은 공략 가능한 틈새시장이지요.”



포장재 사업은 항상 시대의 흐름에 맞추어야 살아남을 수 있는 업종이다. 철저하게 자율경쟁의 원칙에 따라 움직이는 남대문 시장에서 대도지물이 포장전문업체로 이름을 내걸 수 있는 데는 김평권씨의 남다른 신념이 있기 때문이다. 그는 물건은 팔리는 것이 아니라 팔아야 하는 것이라고 말한다.

남대문 시장에서 그는 대도지물을 포장전문업체로 성장시키기 위해 부단히 노력하고 있다. 토요일 오후 7시부터 일요일 오전 12시까지 열 일곱 시간을 제외하고 일주일 내내 가게의 불을 켜둔다. 앞으로 일 잘하는 사람이 자신의 가게를 물려받았으면 좋겠다고 그가 한마디 덧붙였다.

“사람에게는 저마다의 개성이 있습니다. 무언가를 시작할 때 개성에 맞는 일을 하는 것이 자신이 가장 잘 할 수 있는 일일 겁니다. 포장지에 제 자신의 인생을 건 것처럼요.”

〈임희정 / lim@mbakery.co.kr〉

