



보다 높게, 보다 멀리 날아라

전국제과재료상 모임 회장 이은자

아직까지 한번도 가보지 못한 미지의 항공을 향해 비상하려는 꿈을 지닌 갈매기는  
전재모 회장 이은자씨가 동경하는 삶의 종착역이다. 누구나 꿈은 있지만 선뜻 목표를 향해 다가서는 일은 결코 쉽지 않다.  
작은 체구에 독심 하나로 버텨온 그의 세월엔 성공에 다가서려는 남다른 의지와 노력이 배어있다.



### 서울식품에서 철은상사까지

연분홍 한복을 곱게 차려 입은 철은상사 대표 이은자(43)씨에게 전채모 회장이란 직함이 웬지 낯설게 보인다. 인천 계산동, 주택단지에 위치한 철은상사를 찾았다. 전국 제과재료상 모임 회장인 이은자씨를 만나기 위해 찾아간 곳은 작은 재료상이다.

“철은상사가 80년대 초 업계에 처음 발을 내디뎠을 때는 맨 땅에 헤딩하는 격이었죠. 당시 임신한 상태였는데 일 욕심이 너무 많지 않느냐는 말을 들어가며 억척스럽게 회사를 운영했습니다. 차영 제과점 수도 늘어나는 추세였고 베이커리 시장이 커질 것이라고 판단해 업계에 뛰어들었습니다. 재료시장의 성장 가능성을 일찍 파악한거죠.”

19년전 청량리에서 서울식품 대리점으로 출발한 철은상사는 지난 1월 주식회사 철은으로 법인 등록을 마쳤다. 주식회사로 전환한 동기는 매출 규모가 커지면서 보다 체계화된 시스템을 적용해 회사를 꾸리기 위해서이다. 철은상사는 현재 전국 150개 제과점에 제과재료를 납품하고 있을 정도로 성장했다.

당시 유지업계는 제과 재료상의 주력 판매제품인 유지를 방산 시장에만 납품을 했다. 일반 소비자는 쉽게 제품

을 구할 수 없어 출고가보다 비싼 값에 제품을 구매해야 했고, 다양한 제품을 쉽게 접할 수 없는 불편함이 따랐다. 이때 서울하인즈(현 한국하인즈)가 서울 식품에 유지류를 공급한 이후 삼립(현 (주)웰가)과 롯데도 소매시장에 뛰어들면서 유지 시장이 변화한다.

철은상사는 이런 변화의 중심에서 살아남기 위해 재료의 고급화에 주력해 왔다. 일반적인 흔한 재료뿐만 아니라 철은상사에서만 취급하는 품목을 갖춰야 경쟁력을 확보할 수 있기 때문이다. 지난 1월 프랑스 D.G.F사와 독점 수입 계약을 체결한 것도 철은상사 제품을 차별화 시키려는 전략에서 추진됐다.

한국니치마케팅 주관으로 원료 수입과 더불어 제품 개발, M.O.F 전국 순회 세미나 등 제과 시장에 도움이 될 만한 조건들을 내세운 계약을 체결해 국내 기술 향상에도 힘을 쏟았다. 제과 시장에서 번 돈의 일부를 다시 환원하고 싶다는 것이 이은자씨의 바람이다. 이런 그의 경영관이 반영돼 오늘의 철은상사를 만들었다.

철은상사는 커피숍, 호텔, 제과점, 빵공장 등에 90% 이상의 재료를 공급하고 있다. 그는 다양한 거래처를 돌면서 장사가 잘되는 점포와 매출이 부진한 점포를 비교하고 제과점 운영에 대한 문제점을 들여다보게 됐다. 이런 문제점에 대한 대안을 마련하기 위한 노력의 일환으로 매주 월요일 전체회의를 통해 직원간 의견을 교환한다. ‘끊임없이 연구하고 노력하는 자세’가 뒤따라야 발전할 수 있다는 확신 때문이다.

### 소녀, 제과 재료상 여장부되다

철은상사의 성장 배경에는 업계에서 여장부로 통하는 이은자씨의 뜻심이 숨겨 있다. 한번은 베이커리 점주를 위한 경영 세미나를 성사시키기 위해 유명한 경영 컨설팅 강사인 박익춘 소장 집 앞에서 2시간 넘게 기다린 적도 있다. 당시 박익춘 소장은 중소기업, 대기업 등을 상대로 경영 컨설팅을 담당하고 있던 터라 스케줄이 빡빡해 시간을 내기가 쉽지 않았다.

꼭 필요한 일이면 이리저리 재단하지 않고 밀어붙이는 추진력은 그의 뜻을 엿볼 수 있는 사건을 만들곤 한다. 학창시절부터 사업에 관심이 많아 사람들로부터 독한 아이로 통한 그녀가 지닌 남다른 꿈은 여느 또래처럼 멋을 내고, 화장하는 것이 아니었다. 때문에 작은 점포나마 사업가로서 자신의 이름 석자를 내걸고 당당하게 사회에 진출했다.

이런 과정에서 고등학교 졸업 후 독학으로 공부한 세무



회계 관련 지식이 큰 도움이 된다. 여자이기 때문에 겪었던 서러움이 컸을 그녀가 선택한 길은 자신의 능력을 보여 주자는 다짐이었다. 관련 업체에 거래처 관리 수첩을 자발적으로 만들어 주거나 세무회계 프로그램을 제과 재료상 관리에도 적용시켜 주변 재료상들에게 실질적인 도움을 주었다.

여성에 대한 왜곡된 시선으로 대했던 업계 사람들도 그의 노력에 감흥을 받았는지 사업가이자 철은상사 대표로써 그를 대하기 시작한다. 이후 철은상사는 사업이 성장 궤도에 진입하자 주먹구구식의 기존 거래방식에 변화를 추구해 합리적인 유통업체로서 거듭났다. 지난 2년 전부터 그는 전국제과재료상 모임인 전재모를 결성해 대표로서 활동하고 있다.

### 전재모 결성... 회원간 공동 이익 창출

전국에 흩어진 재료업체가 서로 정보를 교류하고 공동 구매를 통해 고급 제품을 저가에 보급하자는 취지로 전재모 결성이 추진됐다. 29개 재료상이 회원인 전재모는 매달 정기 모임을 갖는 등 활발한 오프라인 활동을 펼치고 있다. 전재모는 각 업체가 지닌 노하우를 공유화해 다른 곳과 차별화된 재료업체를 지향하고 있다.

제과 시장의 인력난과 원부 재료의 거래 등 베이커리 업계의 난관을 도와주고 싶어 그는 전재모 활동을 시작했다. 각 회원업체는 전재모를 통해 매달 기술 세미나와 인력 관리 요령, 재료의 유통 관리 등에 대한 정보를 서로 제공한다. 재료상이 단순히 물건을 파는 데 그칠 것이 아니라 제과 시장에 도움이 되는 방향으로 사업을 전개시켜야 한다

는 것이 그의 주장이다.

전재모는 회원간 정보 공유를 통해 지역 거래처 관리를 위해 발생하는 원가비용을 절감했다. 또한 전국 제과재료상 가운데 큰 비중을 차지하기 때문에 가능한 공동 제품 구매를 통해 마가린 월드 700 등 단독 제품을 취급할 수 있는 여건을 마련했다. 그는 먼저 재료상들이 의식 구조의 변화를 꾀해야 전재모 활동이 보다 발전적일 것이라고 의견을 말했다.

이은자 사장은 작은 규모의 소형 점포가 점차 줄어들고 대형 점포가 증가하는 추세이기 때문에 제과점들이 매출 증대를 위해 꾀해야 할 마케팅 전략이 필요하다고 덧붙인다. 그런 활동은 점주가 알아서 변화시켜야 할 사항이지만 재료 업체도 함께 노력해야 한다는 설명이다.

“최대의 공격이 최대의 방어라는 말처럼 항상 적극적으로 근무에 임합니다. 제가 주변 환경에 맞추어 살았다면 여태껏 일을 부여잡고 있던 않았겠죠. 자신이 추구하는 환경은 스스로 만들어 나가는 것이라고 생각합니다. 재료 업체가 수익 창출을 위한 경영환경 개선 노력을 적극적으로 해나가야 할 것입니다.”

철은상사의 대표로, 전재모 회장으로, 한 가정의 어머니이자 아내로서 그가 책임져야 할 것은 많다. 그러나 주어진 삶에 안주하지 않고 발전을 위해 한 단계 앞서나가는 그의 모습에서 사업가로서의 근성이 느껴진다. 자신이 도전할 수 있는 영역에서 최선을 다하고 싶다는 그에게 불가능이란 말은 한낱 단어에 불과한 것 같다. **이은자**

(글 / 임희정 lim@mbakery.co.kr)