



식이섬유 전문 베이커리 여명제과 제2의 전성기 꿈꾸며 파격 변신 선언

한자리에서 27년 동안 운영, 동네 터줏대감으로 자리잡은 여명제과가 제2의 전성기를 위해 파격 변신을 시도했다. 모든 제품을 식이섬유 밀가루로 교체해 식이섬유 전문 베이커리로 탈바꿈한 것. 단골손님들에게 안주하지 않고 끊임없이 고민하는 여명제과의 노력이 빛을 발하고 있다. 글_김영주 기자·사진_전문식

27년 동안 역삼동 입맛을 평정해 왔던 여명제과가 제2의 전성기를 꿈꾸며 파격 변신을 선언했다. 제품에 사용하는 모든 밀가루를 식이섬유 밀가루로 바꾸어 진정한 웰빙 베이커리로 재탄생한 것. 지난 10월 9일 새로운 모습을 선보인 여명제과에는 벌써부터 입소문이 퍼지면서 손님들의 발길이 이어지고 있다.

여명제과의 대표는 '살찌서 빵 못먹겠다'는 손님들의 한탄을 듣다가 식이섬유 밀가루를 생각했다고. 일반 밀가루보다 3배 정도 비싼 가격이지만 한두 가지 제품으로는 진정한 웰빙이라고 할 수 없다는 생각에 과감하게 식이섬유 전문 베이커리라는 도전을 결정했다. 전 제품을 식이섬유 밀가루로 바꾸면서 인상된 재료값을 제품 가격에 조금 반영해 부담감을 줄이고 손님들에게 적극적으로 식이섬유 밀가루에 대한 홍보를 시작, 제품 가격 인상에 대해 이해를 시켰다. 매장 밖과 안에는 식이섬유에 대한 톡톡 튀는 POP를 달아 고객들의 시선을 끌고 먹어보아야 할 수 있다는 생각을 더욱 강화했다. 재 오픈 행사 때도 무엇보다 제품을 많이 선보이고 싶은 욕심에 시식행사를 다양하게 펼쳤다.

여명제과는 식이섬유 밀가루를 제공하고 있는 한국동아제분(주)로부터 식이섬유 전문 매장이라는 인증서를 받아 매장 한 편에 장식해 고객들에게 신뢰감을 주고 있다. 또 고객들에게 식이섬유에 대한 정확한 홍보를 하기 위해서 전 직원들이 한국동아제분(주) 실무자에게 지속적으로 교육을 받으며 식이섬유 밀가루에 대한 공부를 게을리 하지 않고 있다.

여명제과는 식이섬유 밀가루로 200여 가지가 넘는 제품을 만들면서 그 전보다 오히려 재료에 대해 신경을 더 많이 쓴다고. 식이섬유 밀가루로 바꾼 효과를 최대한 살리기 위해서 설탕과 같이 손님이 부담스러워하는 재료는 줄이고 다양한 곡물을 비롯한 야채 등 천연 재료들을 적극 활용해서 제품 개발에 힘쓰고 있다.

이런 노력으로 식이섬유 밀가루 전문 매장으로 바뀌면서 여성 고객들의 발길이 부쩍 늘었다. 여명제과의 판매와 제품 생산 총 책임을 맡고 있는 김광수 집장은 "최근에 다이어트와 건강에 관심 많은 여성 고객들이 빵은 먹고 싶어도 살찔까봐 주저하는 경향이 강한데 식이섬유 밀가루를 사용했다고 설명하면 먼저 알아서 사가는 편이다"고 전했다. 특히 근처에 있는 여고생들에게 여명제과는 인기 있는 장소로 자리 잡았다.

27년 동안 단골손님 위주로 운영해 왔던 여명제과는 전통에 안주하지 않고 고객들에게 맛도 좋고 몸에도 좋은 최고의 제품을 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 식이섬유라는 새로운 모습으로 같이입은 여명제과는 단골 고객뿐 아니라 다양한 고객층을 유혹하며 제2의 전성기를 앞두고 있다.

1 톡톡 튀는 노란색으로 만든 식이섬유 관련 POP. 농촌진흥청에서 나온 공식 자료를 기재했다. 2 여명제과는 웰빙의 이미지를 살리기 위해서 메인 색깔은 초콜릿색으로 하되 양쪽 벽면을 연두색으로 꾸며 포인트를 주었다. 3 여명제과의 인기 제품인 크랜베리아미디. 크랜베리가 듬뿍 담겨 씹히는 식감이 좋으면서 당백하고 깔끔한 맛이 포인트인 건강빵이다. 4 식이섬유 밀가루를 제공하는 한국동아제분(주)에서 받은 인증서. 매장 한쪽에 걸어 고객들에게 신뢰감을 주고 있다. 5 식이섬유 밀가루로 만들어 선물용으로 많이 나가는 구운과자와 쿠키 제품들. 훨씬 바삭해진 맛으로 고객을 유혹하고 있다. 6 여명제과의 빵들은 고객들에게 두루 사랑받고 있다. 특히 식이섬유 밀가루로 바꾸면서 식감이 더욱 좋기해졌다고. 7 여명제과는 새로운 분위기를 위해 인테리어도 새로 바꿨다. 매장 외부에도 커다란 식이섬유 POP를 걸어서 고객들에게 적극적으로 홍보하고 있다.

연락처 02)566-3029
찾아오는 길 한티역에서 선릉역가는 방향
강남 월마트 건너편