

아이 입맛 사로잡은 '건강 먹거리' 명성 자자



'위기의 전남 쌀 구하자'... 쌀 소비 촉진 향토업체 찾아서

<1>쌀과자회사 '올바름'

지난달 전국 평균 산지 쌀값은 80kg 기준 17만6천628원으로 지난해 10월 20만4천567원에 정점을 찍은 뒤 계속 하락하고 있다. 전국 최대 쌀재배 지역인 전남은 재고쌀로 가득차면서 쌀 산업의 위기감이 고조되고 있다. 이에 광주매일신문은 지역 쌀 소비 촉진에 매진하는 업체를 찾아 함께 위기 극복에 대한 방안을 담은 시리즈를 게재한다. /편집자주

2018년 설립 후 유기농 쌀로 과자 생산...연간 50t 소비 어린이 구강보호 위해 순수 자일리톨 사용 고집화 힘써 독도 그림 때문에 日 수출 포기 '독도과자' 주문 폭주도

과종부터 수확, 생산까지 88번의 농부의 손길을 거쳐야 얻을 수 있는 쌀이 노력한 정성만큼 제값을 받지 못하고 있다.

전국 최대 쌀 재배지역인 전남 농민들의 불안감이 날이 갈수록 커지고 올해 역대 최대 위기를 겪고 있다.

이처럼 어려운 농민들을 생각해 쌀과자회사 '올바름'은 지역의 쌀 만을 사용해 쌀 소비 촉진에 도움을 주며 아이들의 안전 먹거리 환경 조성을 위해 묵묵히 자신의 길을 걸어가고 있는 지역 대표 중소기업이다.

올바름 김정광 (41) 대표의 첫 과자 생산은 2013년으로 거슬러 올라간다. 유제품 알레르기를 앓고 있는 아들을 위해 유기농 쌀을 사서 직접 만들어 준 것이 시작이었다.

기계전공을 한 김 대표는 장점을 살려 소량이 아닌 대량 생산이 가능한 쌀과자 전문업체를 광주에 창업해 관장은 성과를 거뒀으나 경험 미숙으로 시련을 겪어야만 했다.

이후 심기일전 끝에 2018년 장성 백양사 앞 작은 건물에 지금의 올바름을 설립했다.

기존의 경험과 노력에 더해 이른 시일 내 업체를 알리기 위해 전국의 육아박람회엔 거의 다 참여했다.

그 결과 고객들은 올바름에 반응하기 시작했다.



쌀과자회사 올바름은 유기농 현미 쌀을 이용해 통키·팡시리즈 등을 생산하고 있다. 오른쪽은 분쇄, 혼합 등을 거쳐 제품이 포장되는 모습.



올바름이 생산하는 쌀과자는 포장지 뒷면에 독도 그림이 있어 '독도과자'로도 불린다.

고 매출은 단기간에 상승해 더 큰 꿈을 위해 2020년 동화면 남산리 1천65289㎡ (500평) 부지에 현재의 사업장을 마련했다.

올바름은 2018년 설립 이후 계속해 성장세를 유지하고 있다. 처음 시작했을 당시 한해 쌀 소비는 3~4에 불과하던 것이 몇 년 만에 지난해엔

20t, 올해도 50t가량을 소비할 예정이다.

지난달에는 장성농협지부와 장성 쌀 소비촉진 및 아침밥 먹기 운동 활성화를 위한 업무협약도 체결해 쌀 소비에 앞장서고 있다.

김 대표는 장성RPC통합센터에서 수급받은 유기농 현미 쌀만 사용해 시금치, 단호박 쌀과자(퐁키, 팟) 등 12가지 제품을 생산하고 있으며 아이들의 구강보호를 위해 순수 자일리톨을 꾸준히 사용하고 있다.

이러한 쌀과자 제조 과정은 쌀 건조→분쇄→시금치·단호박 등 제품별 분말 혼합→자동화설비 기계 사용 180도 굽기→자일리톨 액상 코팅 과정을 거치면 제품화된다.

쌀 과자의 주된 소비층은 아이를 키우는 부모들이 상당수고 지금은 국내를 넘어 베트남, 대만, 홍콩, 호주에도 수출되고 있으며 올 연말이면 미국과 중국에도 수출하기 위한 막바지 계약을 남겨두고 있다.

김 대표가 수출하는 모든 제품 뒷면에는 독도 그림이 그려져 있어 흔히 인터넷상에서는 '독도과자'로 불린다.

지난 2021년부터 포장지 뒷면에 비어 있던 공간에 아이들이 좋아하는 캐릭터를 넣을지를 직원들과 상의했지만 김 대표의 제안으로 독도 그림을 넣기 시작했다.

이 포장지 때문에 지난해 일본까지 수출을 확대할 수 있었지만, 협상 막바지에 문제가 됐다.

당시 구매자가 제안한 첫 일본 수출 물량은 회사의 연간 매출의 10%에 해당하는 금액을 제시해 큰 성과를 올릴 수 있었다.

하지만 구매자가 독도를 뺀 새 포장지를 사용하는 것을 권유, 김 대표가 이를 수용하지 않아 수출은 결국 무산됐다.

이 일로 인해 독도를 더 홍보하기로 마음먹었고 사단법인 독도사랑운동본부 회원으로 지난해 독도페스티벌에 제품 600만원, 울릉군민들의날 제품 300만원 기부 등 독도 알리미 활동에 적극적으로 임하고 있다.

올해 이러한 소식을 접한 누리꾼들로 인해 유명세를 타며 평일 기준 하루 70~80건 정도였던 주문이 지난달 수천 건에 달하는 폭주도 회사는 홈페이지에 '배출 지연' 안내문을 기재하기도 했다. 올바름의 도전은 앞으로도 계속된다. 수많은 고난과 역경을 딛고 지금까지 걸어온 만큼 앞으로도 신제품 개발을 이어가 안전먹거리 쌀과자와 K쌀과자(독도과자)를 알리는 지역 대표 기업으로 성장할 계획이다.

김정광 대표는 "일본 거래처와 미팅 당시 첫 거래 물량으로 매우 큰 액수였지만 자존심을 팔아야하며 돈을 벌고 싶지 않았다"며 "앞으로도 포장지를 바꿔 수출하는 일은 없을 것"이라고 말했다.

이어 "뒤늦게 많은 분이 관심을 가져주셔서 조금 당황스럽기도 하지만 많은 분들이 또다시 독도에 관심을 가질 수 있는 좋은 기회라고 생각하면 기분이 좋다"며 "빠르게 변화하는 시대 환경이지만 앞으로도 정직하고 안전한 과자 먹거리를 지켜나가 지역에 귀감이 되는 기업이 되겠다"고 말했다. /안태호기자



"소비자가 원하는 제품 끊임없이 만들겠다"

●김정광 올바름대표

"올바름의 성장은 영점호 공동대표를 비롯한 구성원의 끊임없는 노력 덕분입니다. 어떤 산업군도 소비자가 원하는 취향을 사로잡지 못하면 살아남을 수 없어 신제품개발은 필수입니다."

김정광 대표의 기술 개발에 대한 열정은 그가 매일같이 출근해 근무하는 자신의 사무실 한쪽 책상 위에 쌓여있는 제품 등에서 엿볼 수

있었다.

같은 기계에서 나오는 제품이지만 쌀의 수분 함량과 성분(시금치, 단호박)에 따라 맛과 식감이 달라지는 것을 잘 알고 있어 끊임없이 맛보고 평가하기 위함이다.

이러한 성격 때문에 지금은 주력상품이 된 퐁키와 팟 제품이 탄생했다.

보통 아가들이 잡는 연습이 필요한 시기인 6-8개월 동안에는 좀 더 긴 과자류인 순수퐁키시리즈, 물건을 잡는 연습이 필요한 시기인 9-12개월

동안에는 동그란 유형의 순수퐁을 만들어 내 고객이 필요한 제품을 끊임없이 고민한다.

이처럼 그가 과자만 생각하는 것은 자신의 자녀처럼 모든 아이가 안전하고 걱정 없는 과자를 먹게 해주기 위한 마음 때문이다.

김 대표 역시 십여 년간 과자 업계에 종사하면서 내 아이에게 먹일 제품을 만들지만, 일부 소비자에 의해 힘든 시간을 보낸 적도 있다.

직접 만드는 과자이기 때문에 수분 함량과 쌀의 잘린 단면에 의해 아주 가끔은 쌀분통정도의

식감을 느낄 수 있지만, 보상받기 위해 모래와 자갈을 넣었다는 일부 악성 소비자의 민원에 시달린 적이 있다.

그런데도 그는 현재까지 신제품 개발에 대한 생각을 놓지 않으며 앞으로도 묵묵히 올바름만의 정직하고 좋은 과자를 만들어 나가겠다는 강한 각오를 내비쳤다.

김정광 올바름 대표는 "전문가들이 인정한 자일리톨을 아이들의 구강 건강을 위해 계속 사용하고 있다"며 "갈수록 유아 비만이 늘어가는 추세에서 다양한 건강 쌀과자 제품을 선보여 영유아를 넘어 어린이들이 거리낌 없이 먹을 수 있는 쌀과자도 개발해 선보일 계획이다"고 말하며 환히 웃었다. /안태호기자

GREEN GOONG PRIME EVER 120

그린궁 宮 프라임에버 120

**다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!**

그린궁프라임에버120은 소중한 **여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에 도움**을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 **여성 건강기능식품**입니다.

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

