

중진공 정책자금으로 성장하는 중소기업 만나다

국민 혈세가 들어가는 정책자금은 최소의 비용으로 최대의 효과를 올려야 한다. 정책자금을 바라는 곳은 많은데, 자원이 한정되어 있어 골고루 나눠주기가 쉽지 않기 때문. 중소기업과 벤처기업들을 위한 대표적인 지원기관인 중소벤처기업진흥공단(중진공)도 마찬가지다. 올해 중진공의 정책자금 예산 규모는 총 3조6700억원에 달한다. 이 가운데 창업기업자금이 2조800억원 정도로 가장 많다. 스마트공장 도입 등을 통해 추가 성장을 도모하는 기업에게 돌아가는 신성장기반자금도 8800억원 정도다. 이외에 수출초보기업, 수출유망기업, 실패기업, 자연재해나 사회재난 피해기업 등 중진공의 정책자금 지원 범위는 창업, 성장, 업종전환, 재도약, 글로벌화 등 기업 성장의 모든 과정을 아우르고 있다고 해도 과언이 아니다. 중진공으로부터 받은 정책자금을 통해 사업을 넓히고, 추가 성장을 준비하는 중소기업 두 곳을 전라북도 부안에서 만났다. <편집자 주>



‘수박 유통에서 시작해 스마트팜 쪽고, 농산물 가공업까지...’

서해안고속도로 부안IC에서 부안군청을 지나 23번 지방도로, 일명 ‘부안로’를 따라 남쪽 줄포 방향으로 가다보면 거대한 유리온실 하나가 눈에 들어온다. 온실 외벽에는 ‘부안마케팅 제1농장’이란 글씨가 써 있다.

부안마케팅은 이마트에 들어가는 수박의 60~70%를 공급하는 회사다. 농협을 제외하고는 국내 수박 유통시장에서 1위를 차지하고 있다. 부안마케팅이 연간 거래하는 수박만 2만톤(t) 정도에 달

한다. 지난해 매출 337억원 중 약 70%가 수박이었다.

유리온실은 부안마케팅이 스마트팜을 통해 새로운 작목인 토마토 등의 재배에 도전하기 위해 약 100억원 가량을 투자, 올해 초 완공했다. 이 과정에서 농업축산식품부로부터 지원도 받았다.

“온도와 습도, 환기 등 토마토가 가장 잘 자라기 위한 환경을 모두 컴퓨터로 제어한다. 수경재배여서 양액(비료+물)의 농도와 필요한 양도 자동으로 맞춰주고 공급한다”면서 “양쪽의 길이가 200m, 넓이는 1만여 평으로 이 정도의 규모를 갖춘 스마트팜은 찾아보기 쉽지 않을 것이다.”

임장섭 부안마케팅 대표가 가지마다 탐스럽게 열린 토마토를 만지작거리며 말했다. 하루 토마토 수확량만 5kg 상자, 3000개 정도로 일주일에 4번

씩 따낸다. 스마트팜에 걸맞게 작물을 기르는 것은 컴퓨터가 알아서 하고, 수확할 때만 사람의 손이 필요하다.

부안마케팅은 이곳에서 생산하는 토마토를 아워홈, 이마트, 신세계푸드 등 식자재회사와 대형마트 등에 납품하고 있다. 이를 통해 연간 30억원 정도의 매출이 가능할 것으로 보고 있다.

임 대표는 “유통이 생산과 함께 가지 않으면 경쟁력이 없다. 특히 생산비용을 낮추기 위한 대량생산 시스템은 필수”라면서 “양질의 우리 농산물을 직접 기르고, 소비자들이 더욱 저렴하게 구매할 수 있도록 하는 게 부안마케팅의 사명이라고 생각한다”고 말했다.

56년생인 임대표의 직업은 당초 농산물 경매사였다. 경매시장에서 잔뼈가 굵었던 그는 농산물 유통시장에 뛰어들기 위해 2002년에 지금의 부안마케팅을

신토불이 농산물 생산·유통 양질의 제품을 저렴하게 전국 식탁에 올린다



부안마케팅 임장섭 대표

설립했다. 그 후 부안마케팅은 수박을 주력으로 해 양과까지 섭렵하며 지역을 넘어 전국적인 유통 거상으로 성장했다. 그러다 막대한 자금을 투자해 스마트팜을 짓고 직접 생산까지 뛰어들었다. 신토불이 제품을 소비자들에게 싸게 전달하겠다는 책임감 때문이다.

임 대표가 그동안 단순하게 유통만 했던 것은 아니다.

생산자들과 협업해, 속은 망고처럼 노랗고 겉은 수박처럼 생긴 ‘블랙망고수박’을 세계 최초로 개발했다. 이름도 임대표 자신이 직접 지었다. 씨없는 수박 보급에도 적극 나섰다. 수박생산농가의 조직화·규모화·현대화에도 힘썼다. 농산물 운반 차량이 빈차로 다니지 않도록 하는 물류 효율화도 꾀했다. ‘밭이랑 뜰이랑’이란 말을 합친 ‘바뜨랑’이란 브랜드도 만들어 마케팅에 활용하고 있다.

부안마케팅은 여기서 멈추지 않고 현재 또다른 도전을 하고 있다. 중소벤처기업진흥공단으로부터 약 28억원의 신성장기반자금을 지원받아 오이피클 제조공장을 올해 초 인수, 농산물 가공업에도 본격 뛰어들었다.

“스마트팜에서 생산한 오이를 이용해 피클을 만들어 도미노피자 등에 납품하는 등 사업다각화를 위해 인수를 결정했다. 농업과 제조업이 만나 시너지 효과가 나면 상당한 부가가치가 가능할 것으로 보고 있다.”

‘신(新)’지식인 임장섭 대표의 발걸음은 유통을 넘어, 생산 그리고 제조까지 이어지고 있다.

/전북 부안=김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



이마트 수박의 60~70% 유통, 단일 기업 1위 100억 들여 스마트팜 완공, 토마토·오이 생산 오이피클 제조까지... ‘농업+제조업’ 융합 앞장

부안마케팅 임장섭 대표(왼쪽)가 아들 임재근 부사장과 스마트팜에서 생산한 토마토를 들고 있다. /김승호 기자

편의점 대박상품 ‘ㅇ스? ㅇㅇ스~’ 빵공장 30년 외길, CU 먹여살리다

(인정? 어 인정)



피오레 문요환 대표

‘ㅇ스? ㅇㅇ스, ㅇㅇㅇㅇ ㅇㅇㅇㅇ.’ 알쏭달쏭한 이 문자의 뜻을 알면 당신은 이미 편의점 CU에 파는 생크림 케이크에 푹 빠진 사람이다.

ㅇ스? ㅇㅇ스는 ‘인정? 어 인정’, ㅇㅇㅇㅇ ㅇㅇㅇㅇ은 ‘이겨레알 반박불가’란 뜻이다.

지난 2018년에만 전국에 있는 CU 편의점에서 약 600만 개가 팔려나간 쇼콜라 생크림 케이크, 쿠키&생크림 케이크의 포장지에 그려져 있는 글씨다.

안 먹어본 사람은 있어도, 한 번만 먹어본 사람은 없을 정도로 10~20대 등 사이에서 폭발적인 인기를 끈 히트상품을 만든 주인공인 피오레(FIORE) 문요환 대표. 피오레는 전북 부안에 터를 잡고 있는 디저트 전문 제조 중소기업이다.

“네이밍은 CU 본사 관계자들과 함께 했다. 중소벤처기업진흥공단을 통해 지원받은 자금과 판매처(CU), 그리고 제

품 아이디어의 3박자가 딱 맞아떨어져 가능한 일이었다. 올해는 고급 티라미슈를 입힌 2세대 쇼콜라 생크림으로 승부를 볼 생각이다.” 문요환 대표가 피오레 본사 2층에 있는 사무실에서 사람 좋은 얼굴로 설명했다.

그러면서 그는 나이를 묻는 기자에게 “내가 조금 있으면 환갑”이라면서 활짝 웃었다. 알고보니 62년생인 문 대표는 올해 우리 나이로는 57세가 됐다. 환갑 가까운 나이에 디저트로 젊은이들의 입맛과 취향을 사로잡고 있는 것이다.

문 대표는 2015년 6월 당시 지금의 피오레를 설립했다. 디저트를 전문으로 생산하는 최고의 회사를 만들어보겠다는 저지른 일이다.

하지만 막상 부딪히고보니 시설투자가 만만치 않게 들었다. 그래서 무조건 중진공을 찾아갔다.

중진공 전북서부지부 조용채 과장은 “제품이 참신해 실제 생산에 들어가면 성장가능성이 클 것으로 판단했다. 피오레가 공장을 짓고 그 공장을 토대로 중진공이 대출받는 ‘직대’를 통해 자금을

조달할 수 있도록 도움을 줬다”고 설명했다. 문 대표에게겐 천군만마와 같았다.

생산에 필요한 최적의 기계를 찾기 위해 사방을 뛰어다녔고, 일본 등을 오가며 신제품 개발에 집중했다. 그 사이 판매처를 확보하기 위해 영업도 직접 해야 했다. 중소기업 사장이다보니 혼자 대부분을 감당할 수밖에 없었기 때문이다.

그러다 대박을 쳤다. 피오레가 출시한 쇼콜라 생크림 케이크와 이탈리아 정통 티라미슈는 지난해 ‘CU 1등 상품’에 당당히 이름을 올렸다.

다른 브랜드의 편의점 주인이 피오레 제품 때문에 CU 편의점주를 부러워했다는 일화가 나올 법도 하다. 한 주부는 딸이 좋아하는 생크림 케이크를 사기 위해 주변 CU 편의점을 모두 뒤지고 다녔다는 뒷얘기도 들려왔다.

2017년 당시 36억원이던 피오레 매출이 지난해 114억원까지 급증한 것도 이들 효자상품 덕분이었다.

하지만 문 대표가 성공가도만 달려온 것은 아니다. “빵공장 경력만 벌써 32년째가 됐다. 20년간 빵을 만들어 납품하



작년에만 약 600만 개 팔려 ‘1위’ 실패 거울삼아 제품 개발 전념 모범납세자·우수 중소기업 성공



‘디저트 전문기업’ 피오레의 문요환 대표.

던 S식품이 갑자기 관련 사업을 접으면서 졸지에 회사가 문을 닫았고, 나는 신용불량자가 됐다. 네 식구가 방 1칸 짜리 옥탑방에서 생활해야 했다. 그래도 정직하게 열심히 노력하면 길이 있을 것이라고 생각하며 앞만보고 달려왔다.” 문 대표가 당시를 회상했다.

한 때의 실패가 문 대표를 탄탄하게 하는 자양분이 된 것이다.

그러다보니 30년 넘게 한 분야에서 외길 인생을 가고 있는 문 대표와 그의 회사는 모범납세자, 전라북도 우수 중소기업 등에도 이름을 올렸다. 기자와 인터뷰하던 날엔 최근 지자체에서 받은 상금 일부를 불우이웃들에게 써 달라며 기부를 하고 오던 길이었다. 그와 이야기를 나누면 나날 수록 담풍한 사람 향기가 진하게 풍겨왔다. /전북 부안=김승호 기자