



삼성생명
3분기 누적 순익 1.5조
생보사 자존심 지켰다
08



건강관리
소비자 잡아라
식품업계 '오트' 출시
니



노티드월드에 진열되어있는 노티드도넛. /신원선 기자

“맛과 디자인에 행복해하는 고객들로 힘 얻어요”



노티드 도넛

조정현 GFFG R&D 매니저

매장서 3년 반, R&D 2년째 근무
각종 베이커리 메뉴들 기획·개발

고객들 피드백 듣고 신메뉴 반영
도넛디자인 영감 다양한 곳서 얻어
“예쁜 베이커리 디저트 만들고 싶어”



조정현 GFFG R&D 매니저.

/사진영 기자

형형색색 포근한 파스텔톤의 색감과 아
기자기한 디자인, 도넛 속 짙은 크림으로
유명한 노티드 도넛은 GFFG 베이커리 R
&D 팀에서 탄생했다. 특히 노티드 도넛
개발에 주력하고 있는 조정현 GFFG R&D
매니저를 만나 인터뷰를 나눴다.

조정현 매니저는 노티드 도넛 매장에서
3년 반 근무하고 R&D 팀에서 근무한지 2
년째로 노티드 도넛과 컵케이크, 각종 베이
커리 메뉴를 담당해 기획·개발하고 있다.

맛별이 부모님 밑에서 자라 학창시절부
터 요리에 관심이 있던 그는 고등학교 3학
년, 대학교 학과 선택 때 '제과제빵' 쪽으
로 진로를 결정했다. 대학교 졸업 이후 베
이킹에 큰 꿈을 갖고 GFFG에 입사, 노티
드 매장에서 근무를 시작했다고.

“R&D 팀에 오기 전에는 도산공원 1호
점 매장에서 근무를 했습니다. 당시 집에
서 매장까지 거리가 멀어 새벽 4시에 기상
해야 했었는데, 약 3년 동안 그렇게 출퇴근
을 했어요. 피곤하거나 힘들다는 투정보다
는 좋아하는 일을 한다는 생각에 보람이
컸습니다. 제 꿈을 위해 체력적으로 힘들

어도 견딜 수 있던 것 같아요. 매장 규모가
늘면서 관리자(팀장)를 할 수 있는 기회가
생겼고, 그 후에 운이 좋게 R&D 팀에 합
류하게 됐어요.”

도넛과 컵케이크를 개발하면서 가장 신
경쓰는 부분은 맛이다. 조 매니저는 “출시
한 제품에 대한 고객들의 피드백을 듣고
다음 제품을 개발할 때 반영한다”며 “고객
들의 의견과 현장에서의 작업성을 고려해
상품을 기획한다”고 말했다.

남녀노소 호불호 없이 잘 팔리는 제품은
'우유생크림 도넛'이다. 썩고 인절미, 흑임
자 등을 베이스로 한 도넛은 중장년층들도
많이 찾는다. 보통 한 가지 제품 개발에 소
요되는 기간은 한달이다. 완성되기까지 주
기적으로 맛 보고 당도 조절을 해서 전체
적인 맛 조절 과정을 거친다. 크림도넛의
원조격인 노티드 도넛은 압도적인 맛과 양
의 크림을 자랑한다. 크림 제형이나 맛 조
절은 어렵지 않지만, 곰돌이나 꽃 등 도넛
의 디자인에 따른 어려움은 있다고.

노티드는 아기자기한 인테리어와 캐리
터 IP가 차별점이다. 노티드는 2017년 신

사동 작은 도넛가게를 오픈한 지 약 6년 만
에 매출 500억원대 규모 외식브랜드로 급
성장했다.

노티드의 가파른 성장 비결은 외식업을
넘어 트렌드에 맞춘 브랜드 마케팅을 펼친
것이 주효했다. 단순한 도넛 외에 브랜드
만의 감성과 스토리텔링을 선호하는 MZ
세대만 특유의 소비 트렌드를 겨냥한 것.
이를 위해 노티드는 모든 시그니처 캐릭터
자체 지식재산권(IP)을 확보하면서 브랜
드 세계관을 확대하고 있다.

조정현 매니저는 도넛 디자인의 영감을
다양한 곳에서 얻는다고 말했다.

그는 “외적인 디자인은 셰프님을 비롯한
팀원들과 회의하면서 영감을 얻기도 하고,
쉬는 날 다양한 디저트 가게를 돌아다니면
서 트렌드를 파악하기도 한다”며 “또 서점
에서 책을 보기도 하고, 요즘에는 유튜브
영상도 많이 보고 있다”고 설명했다. 이어
“맛과 소비자들이 선호할만한 디자인 등 모
든 면을 만족해야 하는데 주어진 시간 안에
개발해야 하는 점이 힘들지만, 고객들의 반
응을 보고 힘을 얻는다”고 덧붙였다.

가장 작업 만족도가 높았던 제품은 최근
선보였던 2023 LoL 월드 챔피언십 기념
노티드 x 라이엇 게임즈 한정판 도넛이다.

노티드 x 라이엇 게임즈 한정판 도넛은
'케인' '하트스틸' 도넛 2종으로 먼저 케인
도넛은 녹진한 누텔라 바닐라 크림과 체리
필링의 조합으로 부드러운 달콤한 맛과 상
큼한 풍미를 강조했다. 노티드 시그니처
캐릭터 스마일리에 케인의 익살스러운 표
정을 구현했다. 하트스틸 도넛은 노티드의
베스트셀러 우유 생크림을 베이스로 하트
초콜릿 쿠키에 하트스틸 로고를 담아 특별
함을 더했다.

조 매니저는 “원하는 디자인과 맛을 전부
녹인 제품이라서 컬러배 작업하면서도 즐
거웠다”며 “향후에도 다양한 브랜드와 콜라
베이션 제품을 기획하고 싶다”고 밝혔다.
조 매니저는 입사 후 3년 동안 새벽에 출
근하던 생활 패턴에서는 벗어났지만, 지금
도 제품 개발이나 신제품 교육 등 내부 이
슈가 있을 때에는 일찍 집을 나선다.

“새벽에 출근해 일하고 집에 오면 밤 11
시였던 때도 많았죠. 그 때는 또래 친구들
보다 출근이 빠르니까 저만 바쁘게 산다고
생각했는데, 큰 착각이더라고요. 저보다 나
이 많으신 분들도 그 시간에 출근하시고
바쁘게 삶을 살고 계시더라고요. 그러면서
생각을 바꿨던 것 같아요. '이렇게 많은 사
람이 이 시간에 출근하면서 바쁘게 살고
있구나. 더 열심히 하자' 하면서 저 자신을
다독였어요.”

“가족같은 분위기의 저희 팀원들과 함께
앞으로도 맛있고 예쁜 베이커리 디저트를
만들고 싶어요. 서로 영감을 주고받고 의견
을 조율하면서 좋은 방향으로 끊임없이 나
아가야죠.”

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ '길저스알렉산더 40점' NBA 오클라
호마시티, 4연승 행진
▲ '골프 황제' 타이거 우즈, 7개월 만에
필드 복귀 /사진 뉴시스

▲ 롯데 "울버햄튼, 황희찬과 재계약
논의... 협상 긍정적"
▲ LG 오지환·KIA 박찬호, KBO 수비상
유격수 부문 공동 수상



▲ 'U-17 월드컵 전패 탈락'... 변성환 감독
"책임 나한테 있어"
▲ A매치 5연승 노리는 클린스만호, 21
일 원정서 중국과 격돌 /사진 뉴시스