

손으로 빚어져 손으로 전해지는

경주의 맛 '황남빵'

노릇노릇하게 구운 국화문양 단팻빵
 1939년 창업해 맛·전통 3대째 이어져
 핵심 재료 '팥' 지역농가 173곳과 계약 재배
 품질 유지 모든 공정 수작업...온라인으로도 판매



황남빵

"10분만 기다리시면 따끈한 황남빵을 드실 수 있습니다."

경북 경주 도심 쪽샘유적지 맞은편 '황남빵' 본점. 평일 낮시간인데도 매장은 손님으로 북적인다. 모락 모락 김이 나는 황남빵이 나오자 손님들이 앞다뿔 사간다.

황남빵은 불국사, 첨성대 등 이름난 역사유적과 함께 빼놓을 수 없는 경주의 명물이다. 천안 호두과자처럼 우리나라를 대표하는 '국가대표급 빵'이라고 해도 과언이 아니다. 해외 관광객들도 어떻게 알고 찾아올 정도다. 올해로 창업 82주년이 됐을 정도로 역사 또한 깊다.

황남빵은 밀가루에 계란을 넣어 잘 치댄 반죽에 팥소를 듬뿍 넣고 고유의 국화문양을 찍어 노릇노릇하게 구운 단팻빵이다. 한 입 베어 무는 순간 달콤함이 입에 번진다. 질리지 않는 단맛이다.

매장에서 바라보는 10여 명 제빵사의 손놀림은 꽤나 유연하고 재빠르다. 손위에 반죽을 올리고 손목의 힘을 이용해 리듬감 있게 팥소를 넣는다.

간단해 보이지만 만드는 방법은 녹록지 않다. 전체 빵 무게에서 팥이 차지하는 비중이 70%다. 때문에 얇은 반죽에 팥을 넣는 과정에는 숙련된 기술이 필요하다. 팥소가 비칠 만큼 빵 껍질이 얇으면서도 터지지 않아야 하고, 점성이 있되 질기지 않아야 하며, 촉촉하되 팥의 달콤함을 해치지 않아야 한다.

◇팥 계약재배로 지역 농가와 상생
 맛의 핵심은 팥 양급이다. 다른 모든 공정은 1, 2년만 숙련되면 누구나 따라할 수 있지만 80년을 이어온 양급의 맛은 쉽게 흉내낼 수 없다는 게 황남빵 측의 설명이다. 황남빵의 목표는 단 하나, 언제 먹어도 똑같은 맛이다. 82년 전이나 지금이나 변하지 않는 맛, 수많은

유사품이 그 고유의 맛을 따라오지 못하는 이유다.

고유의 맛을 유지하기 위해 밀가루는 제분회사에서 황남빵용으로 특별 제조한 것을 쓴다. 핵심 재료인 팥 역시 100% 국내산 붉은 팥만 고집한다. 지금까지 팥 값이 아무리 비싸도 수입 팥을 쓴 적이 없다. 국산 팥 값이 너무 올라 적자를 보는 한이 있어도 국산만 쓴다. 전통이고 자존심이기 때문이다.

예전엔 강원 영월과 정선 등지의 팥을 썼다. 2011년부터는 계약재배를 통해 경주지역 농가로부터 팥을 공급받고 있다.

최상은(69) 황남빵 대표는 "경주에 기여할 수 있는 방향을 고민하다 내린 결정이었다. 가격적인 측면에서 보면 보자면 강원도 팥이 싸지만, 경주 특산품인 만큼 지역에서 생산된 원료를 쓰고 지역 농가와 상생한다는 점에서 의미가 크다"고 했다.

황남빵은 2011년 농가 173곳과 계약을 맺고 39ha 규모의 팥을 재배하기 시작했다. 팥 생산 불모지였던 경주가 단숨에 주산지로 부상했다. 2012년 420여 농가(재배 면적 125ha)에서 2013년 700여 농가(205ha)로 정점을 찍은 뒤 최근 450여 계약재배 농가(150ha) 규모를 유지하고 있다.

경주지역 팥 재배 농가가 늘어난 이유는 황남빵 영향이 컸다. 황남빵은 계약 농민이 생산한 팥을 등급과 상관 없이 전국 평균보다 높은 가격으로 전량 구매하고 있다. 팥의 가격은 매년 등락 폭이 심한데, 수확할 한 달간 강원도 영월군, 정선군 농협 수매가를 조사한 뒤 이보다 높은 가격으로 결정해 농가에 지급하는 식이다.

특히 2016년엔 여름 가뭄과 비 피해 등으로 팥값이 급등하며 애로도 겪었지만, 최고가로 팥을 전량 구매하고 종자 비용을 면제해주는 식으로 농민과 아픔을 나눴다.

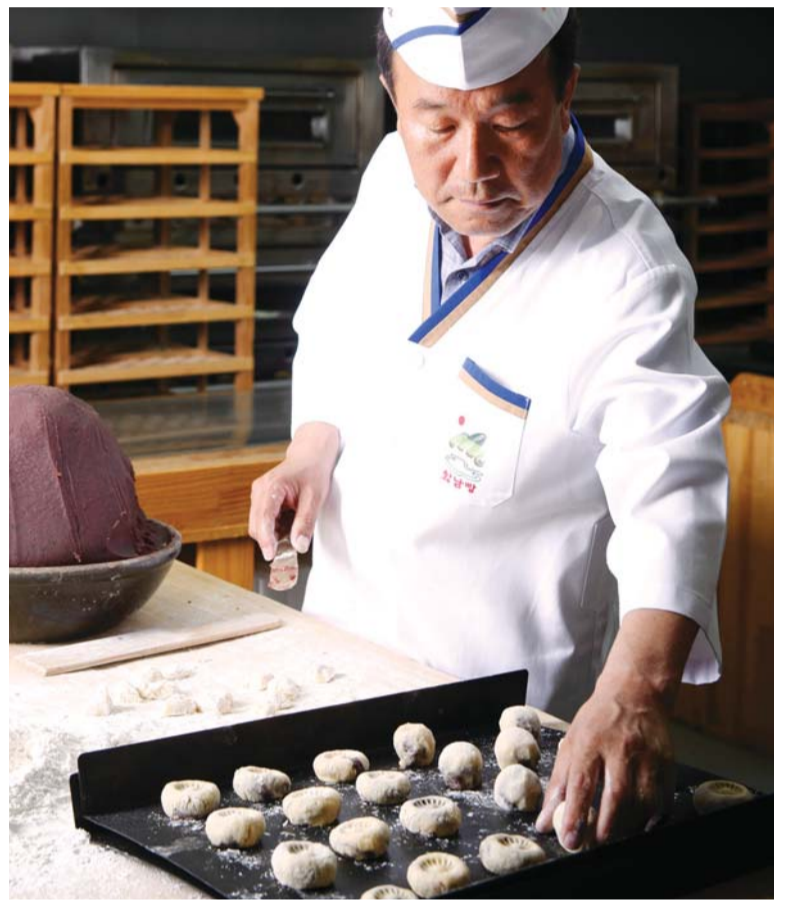
◇1939년 창업...3대가 이어온 100년의 맛

황남빵의 역사는 일제강점기인 1939년으로 거슬러 올라간다. 창업주인 고 최영화 씨가 21살 되던 해 경주 시 황남동에서 빵가게를 차린 뒤 처음 세상에 나왔다. 조상 대대로 집안에서 팥으로 떡을 빚어 먹던 방법을 기반으로 자신만의 독특한 제조방법을 창안한 것이었다. 얇은 반죽 속에 짙게 들어찬 국산 팥의 구수한 맛은 서서히 입소문을 타고 퍼져나갔고, 수십 년을 거치며 전국적으로 모르는 사람이 없을 정도로 유명해졌다.

'황남빵'은 빵을 사먹던 소비자들이 붙여준 이름이다. 창업 초기 변변한 간판도 없던 시절 '황남동에서 유일한 빵집에서 만든 빵'이라고 해서 황남빵으로 불렸고, 지금까지도 이어져오고 있다.

최상은 황남빵 대표는 창업주 고 최영화 씨의 둘째 아들이다. 창업주는 자신이 일궈놓은 황남빵을 자식들이 이어가길 바랐다. 그러나 1970년대 말까지만 해도 황남빵 인지도는 그리 높지 않았다. 다니던 대기업을 그만두고 섣불리 이어받기가 쉽지 않았다. 최 대표는 '내가 아니면 황남빵 역사가 여기서 끝날 수도 있겠다'는 절박한 심정으로 가업을 잇기로 결심했다. 1978년의 일이었다.

최상은 대표 체제 이후 황남빵은 비약적으로 성장했다. 명품화를 위해 1987년 '황남빵'을 상표등록한 것을 시작으로 1998년엔 현재 본점 자리로 사육을 확장 이전했다. 2002년 철담산업훈장 수상, 2005년 전통산업 선정, 2013년 경북도 향토부리기업으로 선정되면서 대한민국 대표 먹거리임을 재확인했다. 2014년에는 연 매출이 100억원에 이를 정도로 성장했다. 정식 직원이 90여 명이나 되는, 제빵업체로는 중견기업이다.



최상은 황남빵 대표가 직접 빚는 황남빵을 오븐에 담고 있다.

현재 황남빵의 가업은 3대째 이어지고 있다. 최 대표의 아들 진환(45)씨가 서울 롯데월드몰점과 경주를 오가며 생산과정 전반을 직접 관리하며 아버지 밑에서 경영수업을 받고 있다.

◇모든 공정은 수작업...창업주 뜻 지켜

음식사업이 대개 그렇듯이 유명세를 타면 전국 곳곳에 분점을 내고 프랜차이즈로 확장하는 경우가 많지만 황남빵은 다르다. 1994년 경주시 향토음식 지정 이후 국내 유명 백화점과 유통업체가 러브콜을 날렸지만 흔들리지 않았다. 창업주의 뜻을 지키기 위해서였다. 창업주는 생전 고유의 맛과 품질을 유지하기 위해 '모든 공정은 수작업으로 진행하고, 국내산 팥만 사용해 팥소를 만든다'는 제조 원칙을 고수했다. 프랜차이즈는 품질관리 등 여러 면에서 적합하지 않았다.

고유의 맛을 지키기 위해선 신선도가 필수인 만큼 '제작한 빵은 당일 소화'가 원칙이다. 소비자들이 황남빵은 창업 후 지금까지 가격 외에 변한 게 하나도 없다고 입을 모으는 이유다.

이런 노력은 온라인(www.hwangnam.co.kr) 판매에서도 고스란히 드러난다. 온라인으로 판매하는 제품은 식품안전관리인증기준(HACCP·해썹) 인증을 받은 별도의 온라인 판매를 위한 공장에서 빵을 생산한다. 제품엔 차이가 없지만, 빠른 배송을 통해 좀 더 신선도 높은 빵을 소비자에게 제공하기 위해서다.

/매일신문 김도훈 기자 hoon@



황남빵 매장내부. 고유의 맛과 품질을 유지하기 위해 '모든 공정은 수작업으로 진행한다'.

광주일보 江原日報 경남신문 경인일보 대전일보 每日新聞 부산일보 釜山日報 제주일보 新팔도명물은 한국지방신문협회 9개 회원사가 공동 취재·보도합니다.

소상공인 공동브랜드 k.tag 전국100개 인증업체선정

광주전남 기능장 호 국무총리상 표창
 보건복지부 장관상 표창
 광주광역시 시장상 표창 광주남구 청장상 표창

大山 프리모 남녀 가발

특수가발 별매(원터치) 테잎 X 핀 X
 기능장이 직접 37년 시술 1만명 이상 내공
 H.M사 동급제품 130만원 59만원~

062 673 5858 (모발모발) 매주 화요일 휴무 일요일 정상 영업

광주광역시 남구 주월동 라인가든아파트 상가2층(대광여고 옆)