



한 그릇에 담긴 온가족의 정성…‘간편식 새 시장’ 개척

어머니 손맛으로 수산물 간편식 진입 장벽 넘어서
아버지가 직접 키운 원재료로 고객 신뢰까지 더해
박해중 대표 “간편식 넘어 ‘가족이 먹는 식사’ 초점”



해담은(주)의 대표 상품 중 하나인 '전복내장미역국'

간편식 시장이 빠르게 성장하고 있지만, 수산물을 기반으로 한 HMR (Home Meal Replacement, 가정간편식)은 여전히 진입 장벽이 높은 분야로 꼽힌다.

원재료 수급과 위생 관리, 생산 구조와 유통 과정 까지 동시에 고려해야 하기 때문이다. 특히 수산물은 손질과 보관, 조리 방식에 따라 품질 차이가 크게 나타나기 때문에 간편식으로 구현하기가 쉽지 않다.

전남 목포에서 출발한 해담은(주)(대표 박해중)은 이러한 조건 속에서 전복을 중심으로 한 수산물 간편식을 10년 가까이 꾸준히 만들어 온 기업이다.

2017년 약 16평 규모의 원룸형 상기에 서 시작한 해담은은 현재 신안에서 120평 규모의 자체 공장을 운영하며 전복덮밥·전복죽·전복내장미역국 등 약 20여종의 수산물 간편식을 생산하고 있다. 모든 제조 공정을 외 주 없이 자체적으로 운영하는 구조를 유지하고 있다는 점이 특징이다.

컴퓨터 수리·판매업에 종사했던 박해중 대표는 스마트 폰 보급 이후 관련 시장이 급격히 축소되자 새로운 진로를 고민하게 됐다. 그 과정에서 자연스럽게 가족이 오랫동안 몸담아온 수산 업을 하나의 선택지로 떠올렸다.

수십 년간 임자도에서 식당을 운영해 온 어머니와 마찬가지로

25년 동안 전복 양식을 지어온 아버지의 영향이었다.

박 대표는 “처음부터 수산을 간편식을 하겠다고 결심한 건 아니었다”며 “다만 가족이 해오던 일을 다른 방식으로 이어갈 수 있겠다는 생각이 들었다”고 설명했다.

해담은의 대표 제품인 전복 덮밥은 어머니의 조리 방식을 바탕으로 완성됐다. 조리 과정을 과도하게 단순화하기보다, 집에서 먹는 한 끼 식사에 최대한 가까운 형태를 구현하는 데 초점을 맞췄다.

해담은의 직원들이 직접 대형 압력솥으로 밥을 짓고, 전복을 하나씩 손질해 올리는 방식으로 만들어진다. 여기에 어머니가 직접 개발한 특제 간장 소스를 더해 별도의 양념 없이도 전복과 밥이 자연스럽게 어우러지도록 구성했다.

전복죽과 전복 내장 미역국 역시 같은 어머니의 손맛에서 만들 어진 제품이다. 전복죽은 전복 내장을 충분히 사용해 일반적인 흰 죽과 달리 녹색빛을 띠는 것이 특징이다. 전복 내장 미역국 역시 화학 조미료 사용을 최소화하고, 재료 자체의 풍미를 살리는 데 집중했다.

대표 제품들에 사용되는 전복은 모두 아버지가 직접 운영하는 양식장에서 공급받고 있다. 해담은의 제품들은 아버지가 기운 전복과 어머니의 레시피 그리고 이를 간편식으로 구현하려는 박 대표의 시도가 결합된 결과물인 셈이다.

박 대표는 “어머니가 하시던 음식은 늘 전복을 어떻게 하면 부담 없이 먹을 수 있을지에 대한 고민이 담겨 있었다”며 “아버지가 기운 전복으로 그 레시피를 다시 만들 수 있다면, 충분히 경쟁력

이 있을 것이라 생각했다”고 말했다.

이어 “이 일을 하면서 가장 크게 느낀 건, 결국 음식은 사람을 속일 수 없다는 점”이라며 “재료를 줄이거나 과정을 생략하면 그 만큼 맛과 신뢰에서 바로 차이가 난다. 그래서 지금까지도 어머니의 조리 방식을 기준으로 삼고 있다”고 덧붙였다.

박 대표는 위생과 품질 관리 역시 직접 챙긴다. 제조 과정 전반을 내부에서 관리하며, 정기적인 점검을 통해 생산 환경을 유지하고 있다.

박 대표는 “내가 먹을 수 없는 음식은 만들지 않는다는 기준을 가장 먼저 세웠다”며 “간편식이라도 그 기준은 달라질 수 없었고” 강조했다.

다만 전복을 활용한 간편식이 소비자에게 익숙한 메뉴가 아니었던 만큼, 초기에는 시행착오도 적지 않았다.

박 대표는 “전복은 특별한 날 먹는 음식이라는 인식이 강하다 보니, 간편식으로 받아들이기까지 시간이 필요했다”며 “전복에 대해 익숙하지 않은 분들이나, 특히 해외 박람회에 가면 제품을 설명하는 데 시간이 걸리는 편”이라고 밝혔다.

이어 “맛을 보기 전까지는 쉽게 선택하지 않는다는 점을 항상 염두에 두면서 접근성을 어떻게 하면 높일 수 있을지 고민하고 있다”고 말했다.

이 때문에 박 대표는 박람회와 시식 행사에 직접 참여하며 소비자 반응을 꾸준히 확인해 왔다. 해외 박람회 현장에서도 접근 방식은 같다. 제품 자체를 앞세우기보다 ‘어떤 재료로, 어떤 방식으로 만들었는지’를 먼저 설명해 왔다.

해담은의 경쟁력에 대해 박 대표는 ‘규모’보다 ‘방식’을 꼽았다. 대기업과의 가격 경쟁보다는 수제 방식, 원재료의 출처, 그리고 생산 과정에 담긴 이야기를 전면에 내세운 것이다.

박해중 대표는 “해외 바이어들 역시 가장 먼저 묻는 건 전복의 원산지와 제조 방식”이라며 “아버지가 기운 전복과 어머니의 레시피라는 배경에 관심을 보이는 경우가 많다”고 말했다.

박 대표는 “수산물은 다루기 쉬운 재료가 아니다. 그래서 더 더욱 과정이 중요하다”며 “양을 늘리는 것보다 지금의 맛과 품질을 얼마나 흔들림 없이 유지할 수 있느냐가 더 큰 과제다”고 말했다.

이어 “10년 동안 버텨온 만큼, 이제는 구조를 더 단단히 다질 시기라고 생각한다”며 “급하게 서두르기보다는 우리가 잘 할 수 있는 방식으로 가려고 한다”고 덧붙였다.

김은지 기자 eunzy@gwangnam.co.kr



해담은(주) 지난해 9월 미국 수출을 위한 전복 간편식 선적식을 개최했다.



전남 신안군 압해읍에 자리잡은 해담은(주) 전경