

10 사람



김태원(왼쪽), 박준용(오른쪽) 씨는 회기로 23번길에서 온오프라인 카페, '몰리'를 운영하고 있다

(사진=천유정 기자)

해외 수출을 향한
그들의 발걸음

학기 초 오프라인 카페 '몰리'를 창업하여 계속해서 오프라인 매장 사업을 이어나간 그들은 한 가지 문제점에 봉착했다. 7월이 되자 대학가의 유동 인구가 줄어들며 오프라인 시장의 매출이 더 이상 향상되지 못하는 것이다.

하지만, 그들의 꿈은 여기서 그렇게 쉽게 좌절되지 않았다. 3월부터 진행돼 카페 창업을 이어나가고, 독자 메뉴까지 개발한 그들의 실행력은 수많은 경쟁을 뚫고 유명 스타트업 투자 기업인 '프라이머'의 투자를 받게 되었다.

'프라이머'는 한국의 스타트업 육성을 위한 투자형 기업으로 매년 500팀 가량의 스타트업 팀 중에서 단 10팀 가량의 극소수의 인원만 선정하여 투자를 유지한다. 김 씨는 '프라이머' 선정 과정을 회고하며 "사실 현장에 발표하러 나가는 것만 하더라도 좋은 기회로 여겼었다"며 "투자 선정 과정에서는 우리만의 실행력을 보여주는 것이 핵심 전략"이었다고 말했다. 3월달 막연한 김 씨의 아이디어로 시작된 그들의 창업 이야기는 투자자들의 마음을 설득하기에 부족함이 없었다.

투자를 받게 된 그들은 이를 발판 삼아 현재 해외 수출 본격화에 착수하고 있다. 그들의 시그니처 메뉴인 '깻잎 페스토'를 비롯해 '장류'에 분야에서 해외 수출에 힘쓰며 그들의 최종 목표인 해외 유통 사업에 첫걸음을 딛고 있다.

꿈꾸는 이들을 위해
"모든 것을 쏟아붓는 자세 필요해"

박 씨는 투자를 꿈꾸는 이들과 꿈을 좇고 있는 재학생들에게 "사업을 하고 대표가 된다는 것은 그만큼 엄청난 책임이 따른다"며 "시간이 지날수록 내가 있는 자리에 대해 더 책임과 부담을 느끼게되는 시간이 찾아온다"고 전했다.

이어 그는 "열심히 하는 것이 유일한 답"이라고 전했다. "자신이 어느 자리에 있고, 어느 위치에 있든, 책임감과 사명감이 없다면 지속하기 힘들다"며 "그렇기에 주어진 시간과 일에 최선을 다하며 모든 것을 쏟아붓는 자세가 필요했다"고 덧붙였다.

작은 아이디어에서 시작된 이들의 여정은 시행착오 속에서도 멈추지 않았다. 무모해 보였던 도전은 점차 현실이 되었고, 그 과정에서 두 사람은 책임감과 실행력으로 자신을 증명해냈다. 이제 그들의 꿈은 회기 23번 골목길을 지나, 세계의 문을 두드리고 있다.

지역 특산품으로 브랜드 정체성 구축 투자 유치로 해외 수출도 본격화

김예찬 기자 yechan@khu.ac.kr

김태원(Hospitality경영학 2023)
박준용 (조리&푸드디자인학 2023)

회기로 23번길, 카페 '몰리'에는 온라인 스프레드 유통 사업 부문에서 해외 진출로 향하는 김태원(Hospitality경영학 2023)과 박준용(조리&푸드디자인학 2023) 두 명의 학생 CEO가 자리를 지키고 있다. 그들은 학생 신분으로 직접 창업에 나서, 이제는 해외 진출까지 꿈꾸고 있다. 도전을 이어가고 있는 두 학생의 이야기를 직접 만나 들어봤다.

평범했던 두 학생
창업의 길로 들어서다

김태원(Hospitality경영학 2023) 씨와 박준용(조리&푸드디자인학 2023) 씨는 한국조리과학고등학교에서 처음 만났다. 그들은 같은 반 친구로서 조리에 대한 진지한 마음으로 함께하게 됐다. 고교 시절을 보낸 그들은 함께 우리학교 호텔관

광대학에 입학하며 그 인연이 이어졌다.

함께 대학 생활을 보내던 그들은, 올해 3월 말 김 씨가 제안한 창업 아이템을 통해 카페 창업의 길로 들어서게 됐다. 평소 김 씨는 박 씨에게 여러 창업 아이디어를 제안해 왔고, 어느 날 김 씨가 제안한 온오프라인 카페 '몰리' 아이템에 대해 김 씨는 "이건 무조건 돼, 무조건 돼"를 연거푸 외치며 박 씨의 상상력을 자극했다. 김 씨의 설득에 넘어간 박 씨는 결국, "그래 그냥 한번 해보자"며 조금은 무모하게 창업의 길에 들어서게 됐다.

하지만 창업의 길은 그리 순조롭지 않았다. 창업을 결심하고 사업 아이템에 대해 전공 교수님께 자문을 구했다. 그들의 사업 아이템을 본 정라나(식품영양학)교수는 "제발 하나만 해, 너네 지금 하나도 제대로 못하는데 그걸 왜 5개, 6개씩 하려고 하나"라며 애정 섞인 쓴 소리를 하기도 했다. 이러한 조언을 바탕으로 그들은 개별 아이템에 집중해, 본격적으로 창업의 길로 나섰다.

그들은 먼저 오프라인 카페를 창

업함으로써 자금을 마련하고 피드백을 얻고자 했다. 카페 개업 장소는 회기로23번길. 오랜 기간 이 지역에서 아르바이트한 경험이 있던 박 씨는 익숙한 건물과 저렴한 월세, 적당한 규모를 이유로 이 곳을 선택했다.

지역 특산품을 활용한
로컬 프렌차이즈 사업

카페 인테리어부터 메뉴 개발까지, 모든 것을 독자적으로 시도했던 그들은 지금의 '몰리'에 오기까지 수많은 시행착오를 겪었다. 그들의 시그니처 메뉴인 '깻잎 페스토'가 그 예다. 깻잎을 페스토의 주재료로써 사용한 점은 깻잎이 그동안 시중에 별다른 관심을 끌지 못했었고, 그들이 생각하는 가장 독자적인 맛을 이끌어 낼 수 있었기 때문이다.

메뉴개발에 있어 가장 중요시했던 요소는 음식 본연의 균형을 지켜나가는 것이었다. 박 씨는 "깻잎 페스토 역시 페스토 본연의 맛을 살리면서 깻잎의 향을 잃지 않도록 하는 것이 중요했기 때문에 심혈을 기울였다"고 말했다. 그들은 메뉴가 세

상 밖으로 나올 수 있는 레시피를 만들기 위해 4, 50번이 넘는 실험을 거쳐왔다. 박 씨는 "정신적으로도 육체적으로 정말 힘들었던 시간이었다"고 회상했다.

'깻잎 페스토'는 그들이 가장 중요하게 여긴 '로컬 프렌차이즈 메뉴 제작'의 목적으로 탄생한 것이기도 하다. 김 씨는 평소 "지역 특산품을 부흥시킴으로써 지역 경제를 활성화 시키는데 이바지 할 수 있는 로컬 산업에 흥미를 느껴왔다"며 "처음에 창업을 시작할 때부터 전국 각 지역을 돌아다니며 특산품을 발굴해 나가는 지역 로드맵을 그려나갔다"고 말했다.

지역 특산품을 세상 밖으로 노출시키고자 했던 그들의 노력은 그들의 메뉴에서 고스란히 전해졌다. 그들의 시그니처 메뉴인 '깻잎 페스토'는 깻잎을 지역 특산품으로 여기는 충청남도 금산군에서 자라는 깻잎을 사용한다. 또한 현재까지도, 경상남도 함양군, 하동군 그리고 경상북도 상주시를 돌아다니며 '몰리'의 브랜드 정체성에 부합하는 지역 특산품을 이용하는 로컬 사업에 적극적으로 뛰어들고 있다.