

삼성에버랜드 50年 部門史

食 Story

당신의 건강을 함께 지켜온 시간

제1절 푸드서비스 건강함을 담다

1. 직원복지를 위한 푸드서비스
 - 삼성그룹 연수원 중심 급식서비스(1982)
2. 식음 전문화를 위한 기반 구축
 - FS, FM사업부 발족(1994,1995)
3. 식음 인프라 구축
 - 서울유통센터 오픈(1997)

제2절 국민 식생활 질을 높이다

4. 선진체계 구축과 선도
 - 유통사업부 발족(1998)
5. 위생, 품질관리 강화
 - 식품연구소 오픈(1999)
6. 국내 식품위생관리 표준 제시
 - 단체급식업계 최초 HACCP 적용업소 지정(2000)
7. 직원복지를 넘어 국민건강으로
 - 급식시장 확대, 매출 업계 1위 달성(2000)

제3절 전문화, 고도화 실현하다

8. 사업 고도화를 위한 시스템 구축
 - FAN(온라인 급식관리시스템), 통합 VOC 관리시스템 오픈(2002)
9. 식음 전문성과 기술력 향상
 - 조리아카데미 신메뉴·표준 레시피 개발(2003)
10. 인프라의 전문화, 고도화
 - SCM 구축과 물류센터 개관(2003~)
11. 식품위생 전문화
 - 병원성 미생물 검출 관련 특허 등록(2003)
12. 신선하고 안전한 식재료 공급
 - 콜드체인시스템 구축(2004)

제4절 맞춤형서비스로 차별화하다

13. 차별화된 식음서비스
 - 푸드테이너 양성(2006)
14. 푸드서비스의 역량 강화
 - 식자재 사업 강화(2006)
15. 토털 식음사업으로 도약
 - FC사업부로 명칭 변경(2007)
16. 푸드서비스의 브랜드화, 고급화
 - 식음전문브랜드 웰스토리 론칭(2007)
 - 프리미엄 푸드서비스 추진(2008)

제5절 푸드서비스, 새 시대 선언!

17. 선진급식의 시작
 - 창조관 선진급식형 리뉴얼(2010)
18. 식음사업의 복합화
 - 선진복합식음서비스 태평로 델라코트 오픈(2011)
19. 국민건강을 책임지는 전문성 확보
 - 식품연구소, 방사능 공인검사기관 지정(2012)
20. 중국진출을 통한 푸드서비스 전파
 - 중국법인 설립(2012)
21. 선진 식음인프라 구축과 안전 확보
 - 평택물류센터 구축(2012)

제1절 푸드서비스 건강함을 담다

1. 직원복지를 위한 푸드서비스

- 삼성그룹 연수원 중심 급식서비스(1982)

중앙개발은 1982년 삼성그룹 연수원을 중심으로 급식서비스를 개시, 직원들의 건강증진과 복지수준 향상에 힘썼다. 1986년 제1공제회관 운영으로 급식사업의 전문화 초석을 마련했으며, 이후 식자재 공급을 체계화하는 등 급식서비스의 양과 질 모든 면에서 성장을 이어 갔다.

식(食)은 삶을 영위하기 위한 가장 기본적인 생존수단일 뿐 아니라 에너지와 활력소의 원천으로서 인류문화의 중요한 부분을 차지해왔다. 때문에 산업화가 가속화되면서 규모의 확장과 함께 구성원에 대한 복지 차원의 급식은 중요한 화두로 떠올랐다. 우리나라 역시 1960~1970년대 고도 경제성장시기를 거치며 급속도로 산업화가 이뤄지자 단체급식의 중요성이 강조되기 시작했다. 음식의 질뿐만 아니라 단체급식의 특성상 위생과 안전에 대한 관리의 체계화가 요구됐다.

중앙개발은 이러한 식문화의 중요성을 일찍이 간파하고 1982년 6월 호암관, 해운대연수소 등 삼성그룹 연수원을 중심으로 급식서비스를 개시, 푸드서비스 선도를 위한 첫걸음을 내디뎠다. 당시만 해도 아직 우리나라에 전문 급식업체가 태동하기 전이었다. 삼성그룹 역시 이때까지 각 사별로 사원식당을 운영하고 있었다. 중앙개발도 호암관, 해운대연수소 등에 대한 빌딩관리를 개시하면서 그 일환으로 식당까지 운영하는 형태였다.

중앙개발은 1986년 오픈한 서울시 중구 소재의 제1공제회관을 맡으면서 급식사업 전문화를 위한 초석을 마련했다. 삼성은 경제성장과 국민소득의 증대로 복리후생에 대한 요구가 높아지

인재양성 철학에서 시작된 급식서비스

1982년 호암관과 해운대연수소를 관리하며 개시한 급식서비스에는 인재양성을 무엇보다 강조한 이병철 선대회장의 의지가 담겨 있었다. 급식서비스가 연수원을 중심으로 처음 실시된 것은 교육에 매진하는 직원들에게 최고의 식사를 제공함으로써 동기를 부여하기 위해서였다. 이병철 선대회장은 새벽이면 식당에 내려와 식사준비를 꼼꼼히 행길 정도로 애정을 기울였다.

1986년에는 서울 태평로 일대 삼성 임직원들의 식사를 책임지기 위한 제1공제회관을 오픈, 우리나라 경제성장을 견인하는 직원들의 먹거리와 건강을 책임진다는 자부심으로 뚝뚝 땀 흘렸다. 이때까지만 해도 전문 급식사업체계를 갖춘 것은 아니었지만 중앙개발이 제공하는 제1공제회관의 급식서비스는 직원들에게 최고의 식사가 아닐 수 없었다.

자 회사 차원에서 급식사업을 전개해 직원 만족도를 높이기로 하고 서울 강북의 36개 기업 직원들에게 식사 등을 제공하기 위한 제1공제회관을 마련했다. 중앙개발은 1986년 9월부터 일식 수 5600식의 제1공제회관 운영을 시작했다. 조리사 4명, 조리원 36명, 대면배식 형태로 당시로서는 최고의 식사를 직원들에게 제공했다. 토요일에도 3500여 명이 이곳에서 식사를 했으며, 1987년 1월부터는 신경영에 따른 7·4제 실시로 아침식사도 제공하기 시작했다.

단순히 저렴하고 맛 좋은 식사를 제공하는 차원이 아닌 직원들의 안전과 건강을 책임진다는 자부심으로 중앙개발은 제1공제회관 운영에 만전을 기했다. 이어 1987년 호암관 2생활관, 종합기술원 준공으로 급식사업은 더욱 활기를 띠었다.

중앙개발은 1994년 5월 서울 강남의 제일모직 사원식당을 수탁, 운영하면서 13곳의 식당을 운영하게 됐다. 급식서비스의 질을 제고하기 위한 방안이 다각도로 연구되면서 실내분위기와 동선 등 시설 측면에서도 중앙개발의 역량은 크게 제고되기에 이르렀다.

2. 식음 전문화를 위한 기반 구축

- FS, FM사업부 발족(1994,1995)

중앙개발은 1994년 FS사업부를 설립, 푸드서비스사업을 본격화했다. 단순한 복리후생 차원을 넘어 단체 급식시장에 적극적으로 진출하면서 1995년에는 식자재 유통을 목적으로 FM사업부를 신설하는 등 식음 전문화를 위한 기반을 구축해 나갔다.

우리나라는 '86아시안게임, '88서울올림픽 등 대규모 스포츠행사 유치로 급식에 대한 인식이 확대됐다. 1인당 소득도 1만 달러 시대를 바라보면서 산업체나 관공서 등에서도 복리후생 차원에서 급식의 질을 향상시키기 위한 관심이 높아졌다. 이에 FS(Food Service) 사업을 유력한 사업아이템으로 인식해 상당수 기업들이 급식시장에 진출했다. 1987년 LG, 1992년 신세계, 1994년 CJ 등 기업들의 참여와 함께 1995년 식품위생법 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Points) 규정 등 제도적 인프라가 구축되면서 FS사업은 하나의 독자적인 시장을 형성했다.

1994년 12월 21일 중앙개발은 FS사업부를 설립, 단순한 복리후생 차원을 넘어 본격적으로

FS사업화를 추진했다. 빌딩엔지니어링사업부 소속에서 독립사업부로 발전한 것으로, 확대되고 있는 FS시장의 본격 경쟁에 대응하고 이에 필요한 경쟁력을 제고하기 위함이었다.

FS사업부는 21세기 식음문화의 창달이라는 비전 아래 The Best Cuisine(다양한 메뉴를 개발하고 조리기술을 향상시켜 최상의 음식을 제공함), The Best Service(참된 서비스의 제공으로 손님과 종사원의 진정한 만족을 실현함), The Best Life(새로운 식음문화의 창달을 통해 삶의 질과 행복을 추구함)의 실현으로 미래 식음문화를 창조하고 발전시키고자 했다. 이를 위해 우선 기존의 운영사업장을 개선하고 단체급식시장에 적극적으로 진출하는 전략을 수립했다. 그동안 운영해온 노하우를 바탕으로 새로운 전략과 시스템을 도입해 기존의 운영사업장 관리수준을 높이고, 외식, 식당 컨설팅사업 등 영역을 확대해 토털 푸드서비스를 실현한다는 계획이었다.

이듬해인 1995년 4월 10일 식자재 유통을 목적으로 FM(Foodstuff Management)사업부를 신설했다. FM사업부는 FS사업에 필요한 식자재 공급을 전담하는 사업부로서 바잉파워(Buying Power)를 확대해 시너지 창출의 기반을 마련했다.

준비단계로서 1단계는 사업장의 원활한 식자재 공급을 위해 사업부와 거래선, 사업장 간의 구매·물류 종합 온라인 전산시스템을 구축하고 수도권 지역에 물류센터를 건립하는 한편 Fresh, Clean, Quick 공급시스템을 확립해 식자재 영업을 확대하기로 했다. 2단계로는 생산농가와의 계약재배 등 직거래 채널을 구축하고 유기농산물 공급을 확대해 각 지역 거점별로 물류기지를 확보, 신선한 농산물을 소비자에게 공급하면서 생산농가의 소득증대에도 기여하고자 했다. 또한 위생안전 측면에서 균일한 품질의 식자재 공급망을 구축함으로써 FS사업이 조기에 안정화될 수 있는 기틀을 형성했다.

FM수주의 모멘텀

FM사업부의 첫 수주는 양재에 있던 D 회사로 월 2000만 원 정도의 규모였다. 지금은 하루 FM 출고량이 10억 원을 상회하지만, 당시에는 FM 출고량이 하루에 1억이 되면 떡을 해서 온 부서에 돌렸다.

FM 성장의 모멘텀은 2000년 들어 서울 무역센터에서 뷔페를 운영하는 D개발로부터 식자재 납품을 수주했을 때였다. 삼성에버랜드와 D개발은 FS사업에 있어서는 경쟁관계였다. 그러나 삼성에버랜드는 FS사업에 있어 철저히 보호해 주겠다고 약속했고, D개발은 물류센터까지 갖추고 있었음에도 삼성에버랜드에 식자재 납품을 맡겼다. 이후 D개발이 운영하고 있던 H사의 직원식당의 계약기간이 끝나면서 다시 입찰에 붙여졌다. 삼성에버랜드는 신의를 지키기 위해 입찰에 참여하지 않았고, 상생경영을 실천한다는 인식이 업계에 퍼지면서 삼성에버랜드는 FM사업의 성장 계기를 마련할 수 있었다.

FS사업부와 FM사업부를 신설하면서 셰프(Chef) 등 직급체계와 승진체계를 만들어 구성원들에게 동기를 부여하는 동시에 전문업으로서 푸드서비스를 정착시키는 계기를 만들었다. 이와 함께 1995년 12월 22일 일본 최대의 단체급식업체인 닛꼬꾸트러스트(Nikkoku Trust)사와 업무 제휴를 체결하고 선진 FS 운영노하우의 개발을 추진했다. 닛꼬꾸트러스트사는 일본의 단체급식을 기업화한 선발업체로 집단급식이 곧 복리후생이라는 도식화된 종래의 단체급식 개념에서 탈피해 ‘시중에 넘쳐 흐르는 식품처럼 다양하고 맛있는 식사를 제공한다’는 차별화된 정책으로 1일 35만 식을 공급하고 있었다. 업무제휴를 통해 양사의 운영노하우 교환과 함께 눈높이 연수 등 인적교류로 FS사업을 새로운 성장동력원으로 육성해 나갔다.

1995년 18개소로 사업장을 확대한 FS사업부는 1996년 강남지역 직원들을 대상으로 제3공제회관 삼성플라자를 오픈했다. 삼성플라자는 1653m²(500평), 1일 최대 3900명을 수용할 수 있는 규모로 중식에 불편을 겪고 있던 강남지역 직원들에게 보다 다양한 메뉴의 질 높은 식사를 제공했다.

3. 식음 인프라 구축

- 서울유통센터 오픈(1997)

1997년 11월 서울유통센터(현 용인물류센터)를 준공함으로써 전문 푸드서비스를 위한 자체 물류인프라를 확보하기에 이르렀다. 3만 3058m²(1만 평) 규모의 서울유통센터는 당시 최대 규모로 최신의 식자재 보관시스템을 갖추고 차별화된 물류시스템을 실현했다.

IMF에 이렇게 큰 물류센터를?

1995년 FM사업부가 발족했지만 서울 가락동 농수산물시장의 임대 창고와 사무실에서 사업을 영위하는 영세한 형태였다. 이후 용인과 수지에 마련한 물류센터 역시 임차형태여서 전문적으로 푸드서비스를 제공하기에는 미흡하기만 했다.

이에 1996년 인허가를 받고 1997년 본격적으로 경기도 용인에 신축 물류센터를 건설하기 시작했는데 IMF 외환위기가 몰아치고 말았다. 대내외에서 대규모 물류센터를 건설하는 것에 대해 우려를 금치 못했다. 과연 IMF라는 위기 앞에서 3만 3058m²(1만 평) 규모의 대단위 물류센터를 짓는 것이 타당한지, 앞으로 경제위축이 예상되는 상황에서 너무 큰 투자가 아닌지 모두들 우려의 눈길을 보냈다. 1997년 11월 서울유통센터 준공 이후에도 이러한 걱정은 그치지 않았다. 당일 아침 배송이 모두 끝나는 식자재 물류센터의 특성상 낮에는 창고 안에 아무 것도 적재된 것이 없으니 더욱 텅텅 빈 것처럼 느껴졌다.

하지만 이는 기우(杞憂)에 불과했다. 대규모 물류인프라는 삼성에버랜드 푸드서비스의 강력한 경쟁력으로 자리매김하며, 업계 최고의 급식 전문성을 갖추는 원천이 되었다.

1995년 4월 FM사업부를 신설하고 FS사업에 필요한 식자재 공급을 전담했지만 이에 필요한 물류인프라는 아직 체계적으로 갖춰지지 못한 상태였다. 서울 가락동 농수산물시장의 창고를 임대해 사무실과 창고로 사용했는데, FS사업의 확대에 대응하기에는 미진하기만 했다. 창고 규모도 좁을 뿐 아니라 배송차량도 부족하고, 업무방식도 일일이 사람 손에 의존하는 실정이었다. FS사업뿐 아니라 FM시장의 외부 진출 등을 도모하기 위해서는 반드시 물류인프라를 확충해야 했다.

1995년 물류센터 구축을 위한 마스터플랜이 수립되고 하반기부터 판교와 기흥 등 수도권을 중심으로 부지물색에 나섰다. 3만 3058m²(1만 평) 규모의 대단위 물류센터가 들어설 수 있는 부지여야 했다. 이에 3만 4512m²(1만 440평) 규모의 경기도 용인 부지를 최종 선정하고 부지를 매입, 1996년에 인허가를 받고 그해 가을부터 부지조성에 들어갔다. 부지 앞에 신갈로 통하는 편도 1차선만 있을 뿐인 야산이어서 산을 깎아 물류센터에 적합한 부지를 만드는 데 애로가 많았다. 힘들게 부지조성 공사를 마치고 1997년 3월 3일 국내 최초 농수축산물 전용 물류센터 착공식을 가졌다.

당시 물류건설분야에서 업계 최고의 역량을 보유하고 있던 삼성항공(현 삼성테크윈)과 용역계약을 맺고, 품목별로 존(Zone) 형태를 갖춘 최신의 식자재 보관시스템을 구축하는 등 규모에 걸맞은 차별화된 물류시스템을 갖춰 나갔다. 그 결과 1997년 11월 17일 서울유통센터(현 용인물류센터)를 준공, 마침내 자체적인 물류인프라 역량을 보유하게 됐다. 서울유통센터는 당시 최대 규모로 미래 FM사업의 성장을 위한 중요한 기반이었다.

서울유통센터 오픈 후 FM사업은 질적으로 큰 변화를 겪었다. 이때부터 농축산물의 직접 구매가 이뤄졌으며, 협력업체에서 차량으로 식재료를 보내오면 문을 열자마자 온도를 체크하는 등 위생과 안전에 만전을 기할 수 있었다.

물류센터 오픈에 앞서 1997년 2월과 7월에 각각 ISO 9002(품질경영시스템)과 ISO 14001(환경경영시스템)을 획득함으로써 업계 최초로 위생안전 및 품질관리에 대한 기반을 닦았다. 1995년 18개 사업장에서 1997년 56개 사업장으로 크게 확대된 FS사업에 발맞춰 물류·품질시스템이 확립되면서 FS사업부와 FM사업부는 1997년 12월 총매출 1000억 원을 돌파하는 기염을 토했다.

제2절 국민 식생활 질을 높이다

4. 선진체계 구축과 선도

- 유통사업부 발족(1998)

1998년 FS사업부와 FM사업부를 통합해 유통사업부를 발족했다. 이후 단체급식산업의 성장을 주도하면서 다양한 신메뉴 개발, 레시피의 표준화 등 선진체계를 구축했다. 특히 에버랜덱스를 개최해 식음역량을 높이고, PB상품을 론칭해 고객니즈에 적극적으로 대응했다.

1997년 말 우리나라 경제를 뒤흔든 외환위기에 따른 IMF의 후폭풍은 삼성에버랜드에도 큰 영향을 미쳤다. 사업영역에 대한 구조조정과 함께 체질개선을 통한 경쟁력 강화가 중요한 문제로 대두됐다.

이에 1998년 1월 1일 FS사업부와 FM사업부를 통합해 유통사업부로 출범시켰다. 사업부 통합을 통해 시너지 극대화의 기반을 마련하기 위함이었다. 1997년 단체급식사업 개시 3년 만에 9만 식을 돌파하고, FM사업도 총 23만여 식의 식자재를 공급하며 사업규모가 크게 확대되고 있었다.

다행히 IMF 외환위기는 급식산업에 있어 기회로 작용했다. 각 기업들이 구조조정을 추진하면서 경쟁력 강화와 효율증대 차원에서 직원식당을 잇달아 전문업체에게 아웃소싱했다. 이러한 추세는 관공서를 비롯한 공공시설에도 확대돼 외환위기 이듬해인 1998년 FS사업의 주 타깃인

FS사업 확대, 인력과 시스템 통합

유통사업부 발족 이후 삼성에버랜드는 삼성그룹을 비롯한 다양한 기업의 사내 식당 수주 확대에 나섰다. 그러나 같은 그룹 내 회사라 할 지라도 쉽게 사내 식당을 맡기는 경우는 없었다. 아직 전문 FS사업에 대한 인식이 확립되지 않아 해오던대로 사내 식당을 직영하려는 경우가 태반이었다. 수주를 한다고 하여 운영이 쉬운 것도 아니었다. 식사와 식자재 공급이 조금만 이상하면 관계사라 할지라도 뺄주는 경우가 없었다. 오히려 까다로운 경우가 더 많았다.

삼성에버랜드는 FS사업을 확대하면서 수주와 운영에 대한 고민을 더욱 심화하고 체계를 더욱 확립할 수 있었다. 식음역량을 착실히 쌓는 한편, 고객사가 원하는 운영방식을 개발하며 이를 다시 수주로 연결시키는 사업의 선순환 틀을 마련해 나갔다. 이를 위해 고참 영양사들을 중심으로 TF를 만들어 식자재 통합작업을 추진함으로써 효율화를 도모하고, 조리사와 영양사 등 식음인력을 통합해 삼성에버랜드만의 FS사업체계를 구축하기 시작했다.

위탁시장 규모가 1조 3000억 원에 육박하고, 위탁률도 30%를 넘게 되었다.

삼성에버랜드는 유통사업부 출범을 계기로 먼저 기업체 직원식당의 수주에 나섰다. 다음으로 성관대 교직원식당, 마산삼성의료원 등 다양한 사업장의 직원식당을 점진적으로 인수했다. 그 결과 1997년 56개 사업장에서 1998년 73개 사업장으로 규모가 크게 확대됐다. 또 메뉴엔지니어링팀을 신설해 사업장 확대에 발맞춘 레시피의 표준화와 다양한 신메뉴 개발에 나섰다. 특히 1998년부터 식품전시 및 조리경진대회인 에버랜드엑스(EVERLANDEx) 행사를 매년 개최해 신메뉴 개발과 현장 중심의 완벽한 위생관리를 도모했다. 에버랜드엑스 행사에서는 조리경진대회를 통해 단체급식의 단조로운 메뉴 구성을 탈피하고 고객이 선호하는 다양한 메뉴를 개발하며 고객만족의 극대화를 꾀했다. 또 급식에 필요한 조리용도별 최상의 식자재와 신상품을 전시하고 조리·시식함으로써 소비자와 공급자가 직접 정보를 교류할 수 있도록 했을 뿐만 아니라 위생관리를 위한 기기, 도구, 설비 등도 전시해 위생관리에 대한 이해와 질적 수준을 높였다.

이와 함께 1998년 12월 유통시스템인 FAMES(Food And Menu Engineering System)를 개발해 푸드서비스를 위한 시스템 기반을 구축했다. 1년여에 걸쳐 각 사업장마다 PC와 네트워크를 설치해 전산 발주를 실현한 것으로, 식자재 리스트의 수기 입력을 전산화함으로써 발주 데이터를 협력업체에서 바로 확인할 수 있어 사업의 효율을 크게 제고할 수 있었다.

삼성에버랜드는 사업 확대의 일환으로 FM사업 활성화를 위한 PB(Private Brand)상품 론칭을 추진했다. 대량구매를 통한 원가경쟁력이 중요한 FM사업은 다양한 구매처 관리를 통한 양질의 식자재 조달이 필요한데, 이때 확보한 구매역량을 활용해 FM사업을 좀 더 전문화하기 위함이었다.

FM사업에 있어 PB상품은 일반 소비자용 식자재 상품과는 다르게 중간상인, 식당·주점, 프랜차이즈 등 각 식당 운영에 적합하게 맞춤형으로 메뉴나 구색에 맞게 주문 제작된 식자재로, 제품가격에 마케팅 비용 등이 포함돼 있는 NB(National Brand) 상품보다 저렴하면서도 품질이 좋은 제품을 공급할 수 있는 이점이 있었다. 기존 NB상품으로는 채워지지 않는 고객의 니즈를 반영한 PB를 통해 FM시장 확대와 함께 매출 증대를 도모할 수 있는 것이었다.

삼성에버랜드는 무첨가제, 무색소, 무감미료 등 식가공품 중심의 3무를 기반으로 상품을 구성하기로 하고 1998년 10월 PB제품 농마로를 출시하고, 1999년 브랜드명을 후레시스

(FRESIS)로 변경했다. 후레시스는 고객들에게 신선하고 깨끗한 식재료를 제공한다는 목표로 ‘고품질, 자연, 신선함, 깨끗함’의 이미지를 표방했다. PB상품의 첫 품목은 당면이었는데, 대량으로 삶아 판매해야 하는 식당의 니즈를 반영해 잘 퍼지지 않는 점이 특징이었다. 이후 김, 고추장 등 자연친화적 원료만을 사용한 식재료를 중심으로 하여 ‘후레시스’라는 독자 브랜드로 2003년까지 15개 품목을 개발했다.

5. 위생, 품질관리 강화

- 식품연구소 오픈(1999)

삼성에버랜드는 1999년 식품연구소를 오픈하고, 국민건강과 안전을 위한 푸드서비스의 고도화를 꾀했다. 식품연구소는 식품안전안전검사 등 식재료 안전성 분석과 품질관리, 위생관리를 중점적으로 수행했으며, 그 결과 국가공인 식품위생검사기관으로 지정받는 등 국민 먹거리 안전 강화에 기여했다.

삼성에버랜드는 1998년 유통사업부 발족 이후 식품연구팀을 확대해 1999년 1월 15일 식품연구소를 개소하고 식품분석, 식품위생, 신기술연구, 신상품 개발 등 종합 푸드 R&D를 도모했다. 식재료 유통·저장기술과 신속품질 평가기법 연구, 식재료 및 가공식품 성분 분석과 신속 식품안전성 분석기술 연구, HACCP 시스템 총괄을 비롯한 위생관리기법 연구 등을 목적으로 했으며, 전통·친환경 식품 등 PB상품 개발도 함께 추진하기로 했다. 용인물류센터 내에 99m²(30평) 규모로 식품연구소를 마련해 자체적인 R&D 인프라를 확보함으로써 식음 전문성

식음사업의 안전지대, 식품연구소

FS사업부와 FM사업부를 발족하면서 푸드서비스 사업을 본격화한 삼성에버랜드는 1997년 FM사업부 내에 식품연구팀을 신설했다. 급식산업의 성장과 함께 식자재 공급시장이 확대될 것으로 전망되면서 김치와 장류 등 식자재에 대한 사업화를 도모한다는 계획이었다. 1998년 FS, FM사업부를 유통사업부로 통합한 삼성에버랜드는 식품연구팀을 확대, 발전시켜 1999년 1월 식품연구소를 개소했다. IMF 외환위기의 영향으로 긴축경영을 하는 상황이었지만 안전한 푸드서비스를 위한 식품품질 연구는 미룰 수 없는 과제라는 것이 삼성에버랜드의 철학이었다. FS사업부와의 통합을 계기로 식자재의 사업화뿐만 아니라 식품안전관리 기능을 추가해 전문 식품연구소로서의 위상을 강화했다. 이후 2005년에 식품연구소에 QA(품질보증) TF팀을 만들어 품질보증체계를 정립했다. 이전에는 위생안전부서에서 품질보증을 담당하고, 식자재 협력사 관리는 구매바이어가 담당하고 있어 가격과 품질에 대한 객관성을 담보하기 힘들었다. 이를 식품연구소가 모두 담당하게 되면서 식자재에 대한 품질과 위생수준을 향상시킬 수 있었다.

을 확보하고 국민건강과 안전을 위한 푸드서비스사업의 고도화를 추구했다.

식품연구소는 먼저 김치, 된장 등 전통식품의 연구개발에 나섰다. 1997년 10월부터 한국식품 개발연구원과 전통장류를, 부산대 김치연구소와 명품김치 공동연구를 진행해왔는데, 식품연구소는 이를 발전시켜 장류와 김치의 사업화를 추진했다. 이를 통해 신제품 개발과 식품분석기술에 대한 R&D 경험을 쌓을 수 있었다.

이후 식품연구소는 후레시스 등 PB상품 개발과 사업장 위생관리로 영역을 확장하며 식품 안전점검사 등 식재료 안전성 분석과 품질관리를 중점적으로 수행해 나갔다. 위생관리기법 연구와 신속품질 평가기법 연구, 식재료 유통기술 연구, 식재료 및 가공식품 성분 분석 등을 통해 먹거리 안전의 첨병 역할을 담당했다. 대량조리와 배식을 특성으로 하는 FS사업의 특성상 위생 사고 발생 시 파급효과가 매우 큰 상황에서 식품연구소를 통한 삼성에버랜드의 완벽한 식품안전 추구는 매출증대뿐 아니라 국민건강을 위한 기업의 사회적 책임을 다하기 위한 것이었다.

이러한 삼성에버랜드의 노력은 2000년 5월 한국능률협회컨설팅 주관의 한국식품안전경영대상 단체급식부문 수상으로 이어졌다. 뿐만 아니라 식품연구소는 2001년 7월 식약청으로부터 국가공인 식품위생검사기관으로 지정받아 전문성을 국가적으로 인정받는 성과를 거뒀다. 공인인증기관은 국가기관으로부터 일정수준 이상의 시설과 능력을 인정받아 검사업무나 인증업무 등을 수행하고 공인인증서(검사성적서)를 발행하는 기관으로, 식품연구소는 국가공인 식품위생검사기관 지정을 통해 삼성에버랜드뿐 아니라 우리나라 식음문화 발전에 이바지할 수 있게 됐다.

식품연구소는 이후 2004년 2월 용인물류센터 내에 331m²(100평) 규모로 크게 확장하고 첨단 분석장비를 도입하는 등 전문 식품연구소로서 기능과 역할을 더욱 제고해 나갔다. 쌀과 밥맛 품질개선, 김치·고춧가루 품질관리 강화 등 식재료 품질개선을 주도했으며 신선도 검사, 미량영양성분 분석, GMO 분석, 수질분석 등 품질 관련 분석을 강화했다. 또 식자재 안전성 확보에 더욱 주력해 항생물질, 잔류농약, 중금속, 미생물, 식품첨가물 등 위해요소 분석활동을 활발히 펼쳤다.

6. 국내 식품위생관리 표준 제시

- 단체급식업계 최초 HACCP 적용업소 지정(2000)

1999년 식품연구소 오픈과 함께 운영사업장에 HACCP을 적극적으로 도입한 삼성에버랜드는 2000년 11월 삼성전자 기흥1식당에 대해 단체급식업계 최초로 식약청 공인 HACCP 인증을 받았다. 이후에도 국내 최초로 드라이 키친을 실현하는 등 국내 식품위생관리의 표준을 제시했다.

삼성에버랜드는 FS사업을 펼치며 주방환경, 식자재, 물컵 하나까지 꼼꼼한 현장점검과 과학적인 시스템을 위생관리를 엄격하게 유지해왔다. 나아가 1995년 HACCP(식품위해요소 중점관리기준, Hazard Analysis Critical Control Point)의 우리나라 도입을 계기로 이에 대한 연구를 본격화했으며 1999년 식품연구소 오픈과 함께 운영사업장에 HACCP을 적극적으로 도입하기 시작했다. 집단급식소는 HACCP 의무대상이 아니었지만 삼성에버랜드는 차별화된 위생관리와 한 차원 높은 위생관리를 위해 전 사업장을 HACCP 기준에 준해 관리해 나갔다.

HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 최종소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 위해 물질이 해당식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생관리 시스템으로, 최종 제품

고춧가루, 흑시 중국산 아닌가요?

삼성에버랜드는 식품의 원산지에서부터 고객에게 음식이 제공되는 현장까지 건강에 위험이 될 만한 요인들을 빠짐없이 찾아내 최고의 식재료 안전성을 확보하고 있다. 곰팡이·세균 발생부터 식품첨가물·세척제, 유리·금속·플라스틱 등의 이물질이 음식에 섞일 여지도 미리 제거할 뿐만 아니라 식품과 관련해 불거진 사회이슈나 법적 위반사항, 고객 클레임까지 꼼꼼히 체크한다.

우선 품목자체가 가지고 있는 위험도를 관리하는데, '문제가 얼마나 자주 발생하는 품목인가', '변질이 얼마나 쉽게 되는가' 등 28개 항목으로 구성된 '품목위험도'를 평가한다. 중국산이 국산으로 둔갑하는 사례가 많은 쌀, 고춧가루, 참기름 등이 품목위험도가 큰 품목으로 꼽힌다.

쌀의 경우 농협 및 대형 미국종합처리장과의 거래를 통해 지역농가에서 구입한 제품만을 사용하고, 고춧가루도 국산만 취급하는 1개 업체로 한정해 원산지가 변경될 가능성을 철저히 배제한다. 참기름의 경우도 참깨에서 기름을 짜는 단계에서부터 포장하는 단계까지 생산현장을 찾아가 직접 확인한다.

수백 곳에 이르는 협력사 관리는 품질보증의 기본이다. 농산·축산·수산·공산 등 식재료 산지별 분류와 수입업, 가공업 등의 업체별 분류에 따라 각각 100여 개 항목으로 이뤄진 체크리스트를 구비해 매년 최소 1~4회 이상 지속적으로 점검을 실시한다.

신규 협력사를 선정하는 절차도 까다롭다. 구매부서에서 좋은 품질의 식재료를 경쟁력 있는 가격으로 확보할 수 있는 업체를 선정해 품질보증부서에 의뢰하면 곧바로 검증작업이 시작된다. 현장을 직접 방문해 작업장 출입구(탈의실, 손세척대, 에어샤워, 발판소독고), 원료보관 창고, 작업현장 설비, 작업자 위생(손세척, 위생복장 착용, 소독 및 청소상태), 포장실(유통기한 날인, 내·외 포장 등) 등을 일일이 점검하고 사진촬영을 해 둔다. 영업신고증, 품목제조보고서, HACCP 등 서류심사도 철저히 진행한다.

을 검사해 안전성을 확보하는 개념이 아니라 식품의 생산, 유통, 소비의 전 과정을 통해 지속적으로 관리함으로써 제품 또는 식품의 안전성(Safety)을 확보하고 보증하는 예방활동이다. HACCP은 위해분석(HA: Hazard Analysis)과 중요관리점(CCP: Critical Control Point)으로 구성돼 있는데 전 공정에서 CCP를 설정해 각 CCP의 지점에서 설정된 기준에 따라 이를 관리함으로써 해당 위해를 사전에 예방하며 식품의 안전성을 확보하는 것이다.

이처럼 삼성에버랜드는 과학적이고 근본적인 위생관리시스템 HACCP을 적용함으로써 100% 청결한 주방환경의 확보에서부터 마지막 식수 하나까지 꼼꼼하고 체계적인 위생관리를 실현했다. 그 결과 2000년 11월 20일 운영사업장인 삼성전자 기흥1식당이 단체급식업계 최초로 식약청 공인 HACCP 인증을 받았다.

삼성에버랜드는 HACCP을 통한 완벽한 위생관리, 가공에서 유통 및 조리공정까지 철저한 관리항목을 설정해 정기적으로 체크했다. 특히 국내 최초로 드라이 키친(Dry Kitchen)을 실현했다. 주방의 모든 시설물과 집기에 드라이 키친제를 도입해 물기로 인한 미생물 번식의 위생사고를 사전에 예방하고 골절, 타박상 등 안전사고까지 방지했다.

모든 직원들의 청결한 위생관리 생활화도 도모했다. 실기와 이론을 겸비한 입체학습으로 정기적인 위생교육 실시, 요리에 임하기 전 손을 이용한 손세정 작업에서 알코올 손소독기로 마지막 살균까지 모든 직원들이 청결한 위생상태를 유지했다.

삼성에버랜드는 높은 위생관리를 위해 HACCP 사업장을 확대해 나간 결과 2008년 1월 삼성전자 화성 NDR홀이 15번째로 HACCP 지정을 받았다. 이는 물 컵의 지문 하나도 허용치 않는 세세한 현장점검으로 고객건강에 만전을 기하고 식생활 공간 전체에 과학적이고 근본적인 위생관리시스템을 구축하기 위한 삼성에버랜드의 노력이었다.

2004년에는 사내자격증인 위생안전지도사(Hygienics&Safety Instructor)를 노동부로부터 사업내 자격검정으로 인정받으며 위생안전과 관련된 독보적인 역량을 확보했다. 위생안전지도사는 삼성에버랜드에서 6개월 이상 근무하고 소정의 위생안전 정기교육을 이수한 사람에게 매년 2회 위생안전에 관한 기본지식과 실무소양을 평가해 수여했으며, 제1회 시험은 2003년 11월에 실시됐다.

삼성에버랜드는 체계적인 위생관리를 위해 미국 위생전문기관인 NSF-CMI와 공동으로 위생

안전표준절차서(SOP)를 구축, 179개 항목 체크리스트를 2011년부터 사용하고 있다. 또 협력사 관리를 위한 품질관리시스템을 NSF-CMI와 공동으로 1년 동안 구축해 7개 카테고리, 157개 항목을 2012년부터 적용하고 있다.

이처럼 자체 위생능력이 강화되고 선진급식 사업장이 증가하면서 삼성에버랜드의 위생관리체계는 HACCP을 포괄한 업계 표준으로 자리 잡으며, 더욱 엄격하고 체계적인 먹거리 안전의 보호막 역할을 하고 있다.

7. 직원복지를 넘어 국민건강으로

- 급식시장 확대, 매출 업계 1위 달성(2000)

완벽한 위생관리, 메뉴개발, CS 향상, 물류센터 구축 등을 통해 푸드서비스의 전문화를 이룩해온 삼성에버랜드는 산업체, 오피스, 관공서 등 대형사업장에 대한 시장 확대를 추진했다. 2000년에 매출액 업계 1위를 달성, 국내 급식시장을 선도하는 기업으로 도약했다.

경제성장과 함께 국민들의 경제활동이 활발해질수록 단체급식의 수요가 증대됐다. 집에서 먹는 식사만큼이나 급식을 이용하는 횟수가 많아지면서 푸드서비스는 단순한 가격이나 맛의 개념을 넘어 국민과 안전, 건강에 직결되는 사업으로서 그 중요성이 새롭게 조명되기 시작했다.

특히 많은 사람들이 이용하는 단체급식의 특성상 식중독 같은 위생사고가 발생할 경우 피해 또한 대규모로 이어질 수 있어 이를 사전에 예방하기 위한 대단위 인프라 투자가 반드시 선행돼야 한다. 때문에 삼성에버랜드는 1982년 급식서비스 개시 이후 1994년 사업부 발족과 함께 식음 전문화를 위한 기반 구축에 박차를 가했으며, 특히 1998년 FS, FM사업부를 통합해 유통사업부를 발족한 이후 물류인프라 구축, 식품연구소 오픈 등 식자재 구매에서부터 급식서비스에 이르기까지 전 공정을 유기적으로 연결한 완벽한 시스템을 갖춰 나갔다.

이러한 인프라를 바탕으로 1998년 유통사업부 발족과 함께 기업체 직원식당 수주 확대에 나섰다. 하지만 전문 푸드서비스에 대한 인식이 아직 확립되지 않아 영업에 많은 어려움을 겪어야 했다. 삼성에버랜드는 위탁운영을 맡은 사업장을 대상으로 위생관리, 메뉴개발, 고객서비스 등에 대한 수준을 높이며 꾸준하게 직원식당 수주를 전개했다. 특히 조리사, 영양사 등 인력 통합

과 함께 각 사업장별로 다르게 운영되던 식품서비스에 대한 컨설팅을 통해 삼성에버랜드화하기 위한 많은 노력을 기울였다.

이즈음 IMF 외환위기로 구조조정이 가속화되면서 많은 기업들이 직원식당을 아웃소싱하기 시작했다. 또 '88서울올림픽 이후 국민생활 수준이 향상되고 패밀리 레스토랑 등을 통해 외식을 접하면서 급식품질에 대한 요구가 높아지자 FS전문기업에게 외주를 주는 경우가 늘어났다. 이러한 시대적 흐름에 따라 상당수 FS전문기업들이 별도의 법인 형태로 출범한 것도 이 시기였다.

1997년 6월 인천국제공항 단체급식 위탁운영을 개시하며 급식시장 확대에 대한 가능성을 타진한 삼성에버랜드는 내부 역량을 바탕으로 2000년부터 새로운 사업군의 급식시장에 본격 진출했다. 시장 확대를 통한 지속성장을 목적으로 산업체, 오피스, 관공서를 중심으로 대형 사업장을 집중적으로 수주하는 마케팅 전략을 추진함과 동시에 업계를 선도하는 경쟁력 향상을 위한 핵심역량을 강화해 나갔다.

그 결과 삼성에버랜드는 1999년 138개 사업장에서 2000년 226개 사업장, 2001년 273개 사업장, 2002년 306개 사업장으로 규모를 확대시켰다. 일식수 또한 1999년 20만 4000식에서 2002년 31만 5000식으로 크게 늘었다.

지속적인 시장 확대로 FM사업도 크게 성장해 유통사업부 전체적으로 2000년 매출 2000억 원을 돌파, 매출액 업계 1위를 달성했다. 이로써 푸드서비스사업의 안정적 성장과 함께 국내 급식시장을 선도하는 기업으로서 입지를 굳히게 됐다.

제3절 전문화, 고도화 실현하다

8. 사업 고도화를 위한 시스템 구축

- FAN(온라인 급식관리시스템), 통합 VOC 관리시스템 오픈(2002)

삼성에버랜드는 1998년 FAMES 개발 이후 온라인 품질관리시스템 SEFAS에 이어 2002년 4월 FAN 시스템을 오픈, FS와 FM사업 전반을 아우르는 시스템을 구축했다. 또한 통합 VOC 관리시스템을 오픈해 고객만족을 위한 노력을 강화했다.

1998년 FAMES(Food And Menu Engineering System) 개발을 통해 전산 발주를 실현, 푸드서비스시스템 기반을 구축한 삼성에버랜드는 2000년 1월에 웹기반 협력업체지원시스템, 4월에 인터넷 식자재 구매시스템을 개발해 운영함으로써 구매부문에서의 시스템 역량을 강화했다.

푸드서비스사업의 전문화·고도화를 위한 노력은 계속 이어졌다. 2002년 4월 온라인 품질관리시스템인 SEFAS(Samsung Everland Food Analysis System)를 오픈, 체계적인 식자재 품질검사와 이력관리를 실현했다. 다양한 식자재 품목의 규격화, 표준화 및 등급, 산지, 제조원, 원산지 등의 명확한 제원을 표시해 믿고 먹을 수 있는 푸드서비스를 더욱 강화했다.

이어 같은 해 온라인 급식관리시스템인 FAN(Food service Advanced Network) 시스템을 오픈해 메뉴계획-구매-식자재 유통-푸드서비스 제공 등 FS, FM사업 전반을 아우르는 시스템을 구축하기에 이르렀다. FAN 시스템은 FAMES를 웹버전으로 발전시킨 것으로 실시간 업그레이드가 가능해 삼성에버랜드는 신속하고 통합적인 푸드서비스를 제공할 수 있게 됐다.

품목별 브랜드 단일화와 모든 사업장의 통합 레시피 관리로 구매경쟁력을 강화하고, 식자재 품질과 평가를 통한 협력관리까지 이뤄질 수 있었다. 또 영양사가 고객반응을 FAN시스템에 입력해 이를 푸드서비스에 반영할 수 있는 체계를 구축했다. 이처럼 메뉴계획에서 식자재의 레시피 단위 발주, 매일매일의 식단가 관리 및 원가 관리까지 모든 식음 업무의 완벽한 전산화 실현으로 푸드서비스의 업무효율성을 극대화하는 한편 대외경쟁력을 강화했다.

2002년 7월에는 위생안전이력관리시스템을 오픈해 푸드서비스사업의 핵심요소인 '위생'과 '안전'에 대한 시스템 고도화를 이룩했다. 삼성에버랜드는 특히 2006년 리스크를 미연에 방지하기 위해 업계 최초로 품질보증시스템인 이퀄스(Equals: Everland Quality Assurance Leading System)를 도입했다. 이퀄스 도입에는 대단위 투자와 운영비 소요가 예상됐지만 삼성에버랜드는 전문적인 사업 노하우를 바탕으로 안심하고 먹을 수 있는 먹거리 제공을 위해 품질

건강관리 프로그램 고투웰

삼성에버랜드는 2006년 급식업계 최초로 건강관리 프로그램 고투웰(Gotowell)을 론칭했다. 고투웰은 온·오프라인으로 고객들의 식사 및 영양관리를 돕는 식생활관리 서비스이다. 스트레스와 콜레스테롤을 줄이려는 사람, 집중력을 강화하려는 사람 등 다양한 니즈를 가진 고객들을 위해 자신의 건강상태를 지속적으로 모니터링하면서 건강정보를 제공하도록 설계됐다. 고객의 영양상태, 식습관 등을 기반으로 올바른 식생활을 하도록 지원함으로써 직원식당을 단순히 식사를 제공하는 공간에서 건강센터로 정착, 선진 식품서비스를 제시했다.

보증시스템 구축에 나섰다. 이퀄스는 수년간의 자체 데이터베이스와 관리 경험을 바탕으로 한 품목위험도, 사회적 이슈, 고객 클레임 등의 주요 지표를 통해 위험도가 높은 정도에 따라 집중 관리 및 차등 관리되도록 했다.

삼성에버랜드는 전문 푸드서비스업계의 선도기업으로 입으로 느끼는 만족을 넘어 마음으로 느끼는 만족을 위한 고객감동서비스를 실천했다. 2002년 8월 오픈한 통합 VOC(Voice of Customer) 관리시스템은 고객만족을 넘어 고객감동을 실현하기 위한 노력의 결실이었다.

삼성에버랜드는 통합 VOC 관리시스템을 통해 고객 클레임에 대한 24시간 피드백시스템을 구축했다. 고객불만과 제안사항을 실시간으로 처리함으로써 서비스 향상을 위한 체계적인 운영 전략과 개선방안을 수립, 실천할 수 있었다.

이와 함께 고객밀착 현장모니터링과 음식·환경·서비스 차원의 설문조사를 실시해 구체적인 개선포인트를 발굴, 서비스를 제고해 나갔다. 이러한 고객만족 노력은 사업장별 테마이벤트로 이어져 단순히 식사를 제공하는 데 그치지 않고 생활의 에너지를 얻을 수 있는 푸드서비스로 발전해 나갔다.

특히 삼성에버랜드 서비스아카데미와 연계, 서비스 마인드를 갖춘 식음전문가 양성을 위한 전문직무교육, 위생안전교육, 서비스교육 등 다양한 프로그램을 개발해 운영했다. 또 고객만족에 기여한 직원을 포상하고 관련 사항을 공유하는 칭찬마일리지 제도를 통해 고객만족을 위한 노력이 전 직원에게 확산되도록 했다. 인사, 용모, 복장, 보행, 전화 등 친절 5대 항목을 통해 고객에 대한 친절서비스 체질화도 도모했다.

9. 식음 전문성과 기술력 향상

- 조리아카데미 신메뉴·표준 레시피 개발(2003)

삼성에버랜드는 1997년 설립한 식음전문 교육기관 조리아카데미를 중심으로 신메뉴와 표준 레시피 개발, 식음 전문가 양성 등에 힘썼다. 이와 함께 프리미엄메뉴경진대회, 일본 핫토리 조리학교와 업무제휴 등을 통해 프리미엄 푸드서비스를 준비해 나갔다.

삼성에버랜드는 1997년 6월 설립된 조리아카데미를 중심으로 신메뉴 개발과 표준 레시피 개

발, 식음 전문가 양성을 적극적으로 추진해 전문 푸드서비스업체로서 새로운 식문화 창조에 힘썼다.

조리아카데미는 식음인력 역량 개발을 통해 식음문화 창조와 식음품질 개선, 생산성 향상을 목표로 국내외 관련기관 벤치마킹 등 2년 여의 준비과정을 거쳐 오픈했다. 첨단시설의 다양한 실습실, 강의장, 기숙사, 인터넷 카페를 갖추고 식음·조리전문가 양성 및 연구개발을 위한 완벽한 교육인프라를 구축했다.

조리아카데미는 식음 전문교육기관으로서 조리사와 영양사 인력을 양성해 전문 조리인과 급식인으로서 지녀야 할 자세와 자질을 길러 사업부의 적재적소에 공급하는 역할을 맡았다. 또 연구개발에서 정립된 각종 기술과 정보를 직급별, 분야별 수준과 요구에 맞춰 체계적이고 연속적인 교육훈련을 통해 조리인력의 능력을 향상시켜 나갔다. 이와 함께 현업에서 수행하기 힘든 요리 패턴의 변화, 조리기술, 조리관련 시스템 등을 연구 개발해 현업에 지원했다.

이를 위해 이론과 실무를 겸비한 최고 자체 강사진을 두고 대상에 따라 모듈화된 커리큘럼을 마련, 다양한 교육과정을 운영했다. 2001년에는 관련 기관 최초로 이러닝(e-Learning) 콘텐츠를 개발, 운영하기 시작했으며, 이를 바탕으로 조리 과정을 과학적으로 정립한 <조리체계론>을 발간했다.

2003년에 접어들면서 삼성에버랜드는 단순한 핵심역량 증진의 차원을 벗어나 전반적인 사업역량의 고도화를 추진했다. 이에 따라 2002년에 론칭한 통합메뉴관리시스템을 기반으로 표준레시피를 정립했다. 자체 개발한 운영시스템을 토대로 고객의 요구사항을 분석하고 조리공정을 표준화함으로써 차별화된 맛과 영양을 제공했다.

프리미엄 메뉴 경진대회

경제발전에 따라 건강과 영양관리에 대한 관심이 높아지면서 삼성에버랜드의 식음서비스도 토탈 헬스케어로 진화해 나갔다. 비만, 고혈압 등 성인병 예방을 위한 건강식 메뉴 개발과 서비스도 그 일환이었다. 저칼로리 메뉴인 그린밀의 경우 이를 섭취한 직원들이 2개월간 최대 체중 11kg, 체지방 19.8% 감소 효과를 본 것으로 나타났다. 평상식이 800cal 정도인 데 비해 그린밀은 300~350cal 수준을 유지했다. 또 저염식인 자연담은 밥상은 소금을 1.3g 이내만 사용해 제공했다.

이 같은 다양하면서도 고객니즈를 최대한 반영한 식단 개발은 2005년부터 시작한 프리미엄메뉴경진대회를 통해 촉진됐다. 프리미엄메뉴 경진대회는 1999년부터 실시해오던 사내 메뉴 경진대회를 프리미엄 푸드서비스 확산에 발맞춰 발전시킨 것으로, 프리미엄 메뉴에 대한 지속적인 교육과 확산을 통해 역량 있는 프리미엄 메뉴 전문 조리사를 양성하는 계기로 작용했다.

또 각 분야 전문인력들의 메뉴 선호도, 영양분석 등 메뉴엔지니어링을 실시해 각 사업장 특성에 맞는 메뉴를 개발해 나갔다. 2002년부터 조리 분야에 특화시킨 조리 올림픽을 진행해 다양한 신메뉴를 촉진했고, 2005년부터는 프리미엄메뉴경진대회로 업그레이드해 고객 만족을 위한 메뉴 R&D를 활성화했다. 조리아카데미 역시 신메뉴 개발 R&D를 강화해 급식 신메뉴뿐 아니라 프리미엄 메뉴, 연회 메뉴 등 다양하고 종합적인 푸드서비스 제공을 뒷받침했다.

이와 함께 Taste Master 육성 등을 통해 맛의 상향표준화 노력을 강화해 나가는 한편, 2005년 10월 17일 일본의 핫토리 조리학교와 업무제휴를 체결해 영양사와 조리사 양성체계를 강화했다. 핫토리 조리학교는 일본 최초의 영양사, 조리사 양성학교로 식음예절과 매너, 환경문제까지 폭넓게 대응할 수 있는 전문가를 양성하고 있다. 삼성에버랜드는 핫토리 조리학교와의 제휴를 통해 영양사와 조리사의 전문성을 제고함으로써 푸드서비스의 질적 향상을 지속적으로 이뤄 나갔다.

이처럼 삼성에버랜드는 고도의 식음 전문성과 기술력을 바탕으로 우리나라 푸드서비스의 수준을 한 단계 업그레이드했으며, 2006년에는 대한민국농산물요리대전에 참가해 한국식품연구원장상을 수상하는 성과를 거뒀다.

10. 인프라의 전문화, 고도화

- SCM 구축과 물류센터 개관(2003~)

삼성에버랜드는 1997년 용인물류센터 오픈 이후 2001년 부산물류센터, 2005년 대구물류센터, 2007년 광주물류센터를 개관해 전국 물류네트워크를 완성했다. 인프라의 고도화로 FM사업을 전국으로 확대하게 되면서 삼성에버랜드의 푸드서비스 사업은 더욱 안정적 성장을 일궈 나갔다.

삼성에버랜드는 1997년 11월 용인물류센터 오픈 이후 부산, 대구, 광주에 지역별 물류센터를 오픈, 전국 물류네트워크를 구축했다. 이로써 적시, 적기에 원하는 식자재를 조달, 공급할 수 있게 되어 푸드서비스사업의 경쟁력을 크게 제고했다.

2001년 1월 개관한 부산물류센터는 1만 6529m²(5000여 평)의 대지에 2314m²(700여 평)의 분류장을 갖추고 부산·경남지역의 식자재 공급을 책임졌다. 이어 2005년 4월 6612m²(2000여

평)의 대지에 992m²(300여 평)의 분류장을 갖춘 대구물류센터를 개관했으며, 2007년 11월 광주물류센터를 오픈했다. 광주물류센터는 5620m²(1700여 평)의 대지에 860m²(260여 평)의 분류장을 갖췄다.

이에 따라 삼성에버랜드는 FM사업영역을 전국 각지로 확대하며, 인프라의 고도화를 이룩하게 됐다. 전국 물류네트워크 구축으로 산지직거래, 비축구매, 통합구매 등 SCM(공급망 관리, Supply Chain Management) 최적화로 고객에게 유통마진을 환원시켜 매출을 증대시켜 주는 효과를 거뒀다. 또 식자재 전용 물류센터의 직영운영으로 물류비 등 간접비 절감을 이뤘다.

특히 용인, 부산, 대구, 광주 등 전국의 물류센터에 전용 검수실을 설치해 전문인력에 의한 철저한 품질관리를 실시함으로써 물류센터는 최일선에서 푸드서비스의 안전을 책임지는 역할을 수행했다. 그 일환으로 2001년부터 차량안전관리경진대회를 개최, 물류서비스의 질적 향상을 제고했다. 차량안전관리경진대회는 식자재를 배송하는 차량의 안전운행에 대한 예비점검과 함께 배송사업장과 관련한 매뉴얼, 비상공구, 배송현장, 서비스 마인드 발표 등 여러 사항을 종합해 순위를 매겨 시상하는 행사로, 차량 안전관리뿐 아니라 FM서비스의 수준 향상에 대한 관심을 유도했다.

2002년부터는 배송기사를 SP(Service Producer)로, 조장은 캡틴(Captain)으로 명칭을 바꿔 고객 접점의 서비스 수준 향상을 도모했다. SP는 기존의 식자재 배송기사의 의미를 벗어나 고객에게 포괄적인 서비스를 제공하는 접점의 서비스맨으로서 역할을 수행했다.

특히 2005년 1월 용인과 김해 물류조직 통합을 시작으로 2006년 9월 대구, 광주 물류조직까지 일원화해 통합물류조직을 완성했다. 이로써 명실상부한 전국적인 물류네트워크를 구축하게

웰스토리물 론칭

삼성에버랜드는 2003년 8월 특판 상품 소핑몰 에버숍을 오픈하며 온라인과 오프라인을 병행한 유통사업을 시작했다. 2007년 웰스토리 브랜드 론칭 이후 에버숍을 웰스토리몰로 명칭을 변경하고 특판/유통 부문의 신사업을 더욱 본격화했다. 2008년 5월 푸드서비스 고객을 대상으로 식품/주방생활 소핑몰을 시작하고 그해 12월에는 웰스토리몰을 리뉴얼해 재오픈했다.

이후 2010년 8월 웰스토리몰을 관계사 임직원 대상의 폐쇄몰로 전환해 이용고객을 명확히 했고, 이어 그해 9월 식품/주방생활 외에 화장품, 소형가전 등으로 신규 품목을 확대했으며, 2012년 5월에는 휴·식·주를 테마로 하여 품목군을 재정립했다.

웰스토리몰은 현재 삼성 관계사 임직원을 대상으로 하여 품질 좋은 제품을 저렴한 가격에 제공, 고객의 만족도를 높이고 있으며 이를 바탕으로 향후 온라인 소핑몰로서의 역할을 확대할 계획이다.

되면서 물류운영 효율 제고를 통한 식자재의 안전성 확보를 더욱 강화할 수 있게 됐다.

삼성에버랜드는 또 식자재의 산지 구매를 도모하는 동시에 지역과 상생할 수 있는 다양한 농촌지원활동을 벌이는 데도 힘썼다. 농번기에 임직원들이 직접 마을을 방문해 부족한 농촌일손을 돕는 것은 물론, 자매결연마을과의 직거래장터 개설, 환경정화활동, 마을 시설물 수리보수 등을 통해 주민들의 삶의 질 향상을 도왔다. 그 결과 2005년 12월 도농교류상 농림부 장관상을 수상하는 등 이웃과 함께 하는 기업으로서 위상을 제고했다.

11. 식품위생 전문화

- 병원성 미생물 검출 관련 특허 등록(2003)

삼성에버랜드는 유전자 검사에 의한 식중독균 검사법을 연구, 2003년 '다중중합효소연쇄반응을 이용한 병원성 미생물의 검출방법 및 검출키트'로 특허를 등록했다. 2006년에는 식중독균 신속검사 시리즈인 '©gene-check(이진체크)'를 개발해 세계적인 수준의 식품위생 전문성을 확보했다.

삼성에버랜드는 푸드서비스업계의 선도기업으로서 고객에게 안전하고 안심되는 식재료를 공급하기 위해 식품연구소를 중심으로 R&D에 크게 힘썼다. 푸드서비스사업을 영위하는 데 있어 가장 중요한 것은 위생안전의 확보이기에 삼성에버랜드는 이를 위해 과학적인 검사분석활동을

임금님 바이오 젓가락 탄생 스토리

이는 모든 식품위생 연구자들의 공통된 화두일 것이다.

삼성에버랜드는 식중독균 검출을 위해 2003년 10월 삼성전자가 총괄과제로 진행 중이던 산업자원부(현 지식경제부) 차세대 핵심기술 과제에 참여했다. 하지만 과정은 만만치 않았다. 반도체 기반의 하드웨어에 삼성에버랜드의 식중독균 검출시약 및 검출법 소프트웨어를 탑재하기까지 많은 시행착오가 필요했다. 서로 하드웨어와 소프트웨어를 개발한 후 조합하는 형태였기에 잘 맞지 않는 결과가 나오면 기술적 문제를 타하는 경우도 있었으나, 조합한 이후부터는 성과물로 탄생하느냐 아니냐의 자존심 문제로 귀결됐다.

수많은 시행착오를 딛고 부단한 노력 끝에 ©gene-check(이진체크)라는 식중독균 검출키트 36종 상품과 TMC-1000이라는 검출장비를 2006년 개발했다. 이를 '임금님 바이오 젓가락'이라 이름했는데, 과거 임금님 수라에 독이 있는지 은젓가락으로 테스트했던 것에 착안했다. 그해 코엑스에서 개최된 'Bio Korea 2006'에 삼성중합기술원, 삼성테크윈, 삼성에버랜드 3사가 공동으로 '삼성관'을 기획해 참관했고, 삼성의 생명과학분야의 우수성을 알리는 자리를 마련했다. 이러한 성과로 2010년 '자랑스런 삼성인' 기술상을 수상하는 영예가 주어졌다. 또한 2010년 G20 서울정상회의에 개발된 키트가 사용됐으며, 세계 정상들의 식품안전을 지킨 공로를 인정받아 청와대 경호실로부터 감사패를 수여받았다.

활발하게 펼쳤다.

하지만 2000년대 초반, 식중독균 검사와 관련해 전 세계적으로도 신속하고 정확하게 검사할 수 있는 방법이 미진해 기존의 방법으로는 식중독균 검사 시간이 3~5일 소요됐다. 이에 삼성에버랜드는 자체적인 연구개발을 통해 식중독균 신속검사 방법을 확보, 푸드서비스사업의 안전성을 제고하기 위해 2001년 3월 유전자 검사에 의한 식중독균 검사법을 연구하기 시작했다. 그 결과 2003년 11월 26일 '다중중합효소연쇄반응을 이용한 병원성 미생물의 검출방법 및 검출키트'로 특허등록을 하는 성과를 거뒀다.

이후 2003년 10월 산업자원부의 차세대 신기술 개발사업인 '산업용 초소형 Protein/DNA Chip System 대량생산기술'에 참여, 산업자원부의 연구비를 지원받아 더욱 활발히 연구를 수행해 나갔다. 2004년 12월 식중독균 5종 신속 검출용 키트를 개발했으며, 이듬해인 2005년 3월 국내 및 일본, 미국, 유럽에 특허출원을 완료했다. 2006년 9월에 열린 바이오 코리아 전시회에서는 삼성관에 검출키트를 출품했다. 그리고 2006년 12월 삼성에버랜드는 식중독균 신속검사 시리즈인 '©gene-check(이진체크)'의 개발을 완료하는 성과를 거뒀다.

©gene-check(이진체크) 시리즈는 유전자 검사방법에 의해 식중독균을 5~20시간 이내에 검출하는 키트로서 종류는 식중독균 1종 검사용부터 9종 동시 검사용까지 다양하다. 검출 가능균은 총 11종으로, ©gene-check(이진체크)의 유전자 검사에 의한 식중독균의 검사방법은 전 세계적으로 최신의 검사방법으로 평가받았다. 미국의 듀퐁, 일본의 다카라 바이오와 같은 세계 유수의 기업들이 연구에 참여했으나 이들 모두 4~5개 식중독균의 검사 방법만을 확보한 상태였다.

삼성에버랜드는 11종 식중독균에 대한 검사 방법과 9종의 식중독균을 동시에 검출하는 방법을 개발함으로써 식품위생에 있어 국내를 넘어 세계적인 전문성을 확보했으며, 국내외 관련회사에 식중독균 신속검출키트를 공급하며 국민건강을 책임지는 푸드서비스기업의 역할을 다했다.

12. 신선하고 안전한 식재료 공급

- 콜드체인시스템 구축(2004)

2004년 용인물류센터에 콜드체인시스템을 구축해 식재료 보관, 입출고 및 배송의 모든 프로세스에서 적정

온도를 유지하면서 고객에게 안전한 식자재를 공급할 수 있게 됐다. 삼성에버랜드는 이후 전국 물류센터에 콜드체인시스템을 구축했다.

삼성에버랜드는 전문 푸드서비스 전용 물류센터 구축을 통해 적시, 적기에 원하는 식자재를 조달, 공급하면서 물류비 절감을 통한 FM사업의 안정화를 이룩했다. 하지만 1997년 오픈한 용인물류센터, 2001년 오픈한 부산물류센터 모두 냉동창고와 상온창고뿐이어서 선진 물류시스템과는 다소 격차가 있었다. 업계를 선도하며 국민건강과 안전을 책임지기 위해서는 더욱 선진화된 물류인프라를 구축해야 했다.

이에 삼성에버랜드는 2003년 10월부터 용인물류센터에 대해 콜드체인시스템(Cold Chain System)을 구축하기 시작했다. 콜드체인시스템은 신선식품을 산지 또는 공장으로부터 소비자에게 냉장·냉동상태로 저장, 운송, 공급하는 냉장·냉동 유통체계로 식자재 보관, 입고 및 배송의 모든 프로세스에서 적정 온도를 유지하기 위한 시스템이다. 운송, 보관 중 외부 상온에 노출되는 경우 품질과 안전성에 영향을 주기 때문에 외부온도 노출의 최소화가 핵심이다.

물류센터의 경우 영하 18도 이하의 냉동, 5도 이하의 냉장창고 온도제어시스템을 도입하고, 부직포 덕트(Duct)를 천장에 설치해 냉기가 한쪽으로 몰리지 않고 고루 퍼지도록 했다. 또 냉장·냉동제품 취급으로 습기가 많아 바닥이 미끄러운 단점을 보완하기 위해 바닥을 에폭시(Epoxy) 재질에서 유클리트로 교체했다.

또 통상 이면, 삼면식인 도크를 사방접안식으로 변경해 단일규모로는 가장 많은 차량 100대

눈을 헤치고 손수레로 배송한 것은 고객만족

물류의 핵심은 적시, 적기에 제품을 공급하는 것, 특히 신선이 생명인 식자재의 경우라면 두 말 할 나위가 없다. 때문에 물류서비스를 저해하는 가장 위험한 요인은 폭우나 폭설 같은 자연재해일 것. 인프라 구축이나 인적 서비스는 노력한 만큼 질적 향상이 이뤄지지만 하늘이 내리는 날씨는 어찌할 도리가 없는 경우가 많다. 하지만 삼성에버랜드는 이러한 자연재해마저도 극복하며 고객만족에 한걸음씩 더 다가갔다. 2011년 초 폭설이 전국을 강타하며 부산마저도 뚝뚝 얼어붙고 말았다. 원래 눈이 잘 오지 않는 지역이기에 적은 눈에도 교통대란이 일어났는데 이 해에는 유독 더 많은 눈이 내려 삼성에버랜드 부산물류센터마저 두 손을 들 수 밖에 없었다. 하지만 삼성에버랜드 SP는 달랐다. 식자재를 배송하지 못하면 고객사는 음식을 만들 수 없어 손실을 볼 수밖에 없기에 눈을 헤치고 식자재를 나르기 시작했다. 차량으로 배송하기에는 거의 불가능했다. 손수레를 끌고 1km도 넘는 거리를 왕복하기를 몇 차례, 결국 모든 식자재를 고객에게 전달할 수 있었다. 거의 포기하고 있던 차에 식재료를 제공받은 고객들은 크게 감동받아 수많은 칭찬 메시지를 보내 왔다. 보이지 않는 곳에서도 묵묵히 일하는 이들 덕분에 삼성에버랜드의 푸드서비스는 최고라는 타이틀을 얻을 수 있었다.

동시 접안이 가능하도록 했다. 이로써 보관보다는 매일 전체 물동량의 80% 이상이 물류센터를 통과해 배송되는 특성을 고려해 공간 활용을 최적화함으로써 입출하 능력을 극대화할 수 있게 됐다. 뿐만 아니라 배송차량에도 0~10도의 냉장기, 영하 18도 이하의 냉동기를 각각 설치해 적정 온도 유지에 만전을 기하고 있다.

용인물류센터 콜드체인시스템은 2004년 3월까지 구축돼 그해 4월 19일 오픈식을 가졌다. 이로써 안전한 식자재를 고객에게 공급할 수 있는 능력을 확보하게 되어 저온, 냉동식품 등에 대한 제한이 없어졌고 유통기한, 여름철 식품관리 등 전 유통채널에서 원활하고 안전한 물류 공급망을 확보하게 됐다.

삼성에버랜드는 용인물류센터에 이어 2005년 6월 부산물류센터에 콜드체인시스템을 구축했으며, 대구물류센터와 광주물류센터는 설립과 동시에 콜드체인시스템을 구축함으로써 전국 물류센터에 대한 콜드체인시스템을 구축하기에 이르렀다.

제4절 맞춤형서비스로 차별화하다

13. 차별화된 식음서비스

- 푸드테이너 양성(2006)

삼성에버랜드는 즐거운 식사 체험을 선사하는 푸드테이너먼트(Foodtainment) 개념을 도입했다. 푸드테이너먼트를 실현하는 식음전문가 '푸드테이너'를 양성해 2006년 노동부로부터 사업내 자격검정인정증서를 획득하는 성과를 거뒀다.

2000년대 중반, 경제성장과 소득수준의 증가는 푸드서비스사업에 있어 다양한 식사 선택과 고급화에 대한 니즈를 반영하는 방향으로의 전환을 요구했다. 저렴하고 맛없는 급식의 이미지를 벗어나 외식에 가까운 시설과 맛으로 푸드서비스의 새로운 장을 열어야 하는 시점이 도래한 것이었다.

삼성에버랜드는 2004년 7월 업계 최초로 급식전문 캐릭터 에버스타(Everstar)를 론칭, 다른

식음회사와 차별화된 개성 있는 서비스를 추구했다. 식재료를 모티브로 하여 토토망 공주, 요리조리짱, 토토봉국왕, 무무 등 모두 6개의 캐릭터로 구성된 에버스타는 단순히 음식을 먹는 곳이 아닌 행복과 즐거움을 줄 수 있는 푸드서비스 제공을 위한 캐릭터 마케팅의 일환이었다. 이에 따라 포스터, 스티커, 식권 등 각종 인쇄물, 식당 내 각종 사인류, 물류 차량, 영양사와 조리사 유니폼은 물론, 이벤트 경품 등 각종 행사에 에버스타 캐릭터를 적극 활용해 친근하고 즐거운 푸드서비스를 제공해 나갔다. 에버스타는 2008년 9월 'The 토토망(Totomang)'으로 이름을 바꾸고 건강하고 즐거운 식문화 확산에 앞장섰다.

나아가 삼성에버랜드는 2005년 '한정된 메뉴의 식사만을 제공'하는 개념에서 탈피해 즐거운 식사 체험을 선사하는 푸드테인먼트(Foodtainment) 개념을 본격 도입해 푸드서비스의 패러다임 변화를 주도했다. 푸드테인먼트는 푸드(Food)와 엔터테인먼트(Entertainment)의 합성어로, 건강하고 영양가 있는 음식에서 한 단계 더 나아가 식사를 하는 고객이 즐거울 수 있도록 다양한 엔터테인먼트적인 요소를 도입한 새로운 서비스 개념이었다.

삼성에버랜드는 푸드테인먼트 개념 도입을 통해 음식으로써 고객을 환대하고, 진정한 마음으로 고객들을 즐겁게 해주며, 새로운 식음문화를 창조해 나간다는 계획을 수립했다. 이에 따라 영양사, 조리사 등 단순한 호칭에서 벗어나 진정한 푸드테인먼트를 정성껏 실현하는 식음전문가인 푸드테이너(Foodtainer)를 양성해 나갔다.

오늘 점심식단은 어떻게 짜였을까?

삼성에버랜드는 2013년 현재 전국 620여 개에 이르는 전 사업장의 메뉴품질을 표준화해 2만 5000여 가지의 표준레시피를 확립해 놓았다. 식사 패턴의 변화에 따라 고객들의 니즈를 기반으로 메뉴 콘셉트를 도출해 맞춤형 메뉴를 제공하고 있다.

그렇다면, 구체적인 식단은 어떻게 짜였을까? 메뉴엔지니어링부서에서 먼저 단가와 사업군별 특성을 고려한 세트메뉴 9만 5000건을 공지하면, 각 사업장에서 특성에 맞는 세트메뉴를 선택해서 계절, 트렌드, 원가, 조리공정 등을 고려해 메뉴를 편성한다.

시대에 따라서도 선호하는 메뉴가 변화한다. 과거에는 산업체군에서 돈육고추장볶음, 닭갈비 등 고단백, 고칼로리 메뉴를 선호하고, 비교적 운동량이 적은 오피스군의 고객들은 미역국, 샐러드 등 가벼운 음식에 대한 선호도가 높은 경향을 보였다. 현재는 고객들의 기대수준이 높아지고 니즈가 세분화됨에 따라 푸드코트나 카페테리아 등 선진급식을 통해 더욱 다양한 메뉴를 선보이고 있다. 특히 2012년부터는 건강에 대한 관심이 높아지면서 성인병을 예방하는 건강식 메뉴를 제공해 인기를 끌고 있다.

삼성에버랜드는 급식과 외식의 경계가 모호해지고 식음서비스가 다양화되는 최근의 환경에서 차별화된 메뉴 상품력을 갖추기 위해 2012년부터 메뉴개발에 콘셉트형 메뉴를 도입해 2015년까지 1000선 개발을 목표로 추진 중에 있다.

고객이 요구하는 푸드, 엔터테인먼트, 서비스의 요소를 제공할 수 있는 역량을 갖춘 식음전문가를 체계적으로 양성하기 위한 교육과정을 개발해 삼성에버랜드만의 차별화된 식음서비스를 제공해 나갔다. 테이블 매너 및 서비스, 메뉴디자인, 푸드 스타일링, 컬러 코디네이트, 식공간 연출, 레크리에이션기법, 감성연출서비스, 이벤트기획, 커뮤니케이션, 컴플레인 응대, 서비스 리더십 등을 갖춘 푸드테이너를 통해 삼성에버랜드는 토털 푸드서비스를 실현할 수 있었다.

2006년 9월 4일 푸드테이너가 노동부로부터 사업내 자격검정인증서를 획득함으로써 삼성에버랜드는 푸드테이너 양성을 통한 전문 식음서비스기업으로서의 위상을 다시 한번 인정받았다. 식음서비스 국가공인 자격증이 없는 상황에서 푸드테이너가 사업내 자격검정인증서를 획득한 것은 푸드서비스 전문기업으로서의 역량을 국가적으로 인정받은 결실이었다.

이러한 성과를 토대로 고객만족을 위한 다양한 이벤트를 마련하며 즐거움과 재미를 더욱 배가했다. 창립 이벤트, 식목일 이벤트, 만우절 이벤트 등 기념일 이벤트를 비롯해 보양식 이벤트, 생일축하 이벤트, 잔반제로 이벤트 등 월별, 기념일 그리고 특별이벤트 형태로 다양하면서도 고객 맞춤형으로 끊임없이 실시됐다. 또 영양사들이 직접 POP를 만들어 매주·매월 영양정보, 식품정보, 위생정보 등을 제공하고, 건강과 여행 등 고객들의 다양한 관심사를 충족시켜주는 활동을 활발하게 전개했다. 이처럼 임직원들의 자발적이고 열정적인 푸드서비스로 삼성에버랜드가 운영하는 직원식당은 단순히 음식을 먹는 곳이 아닌 즐겁고 활기찬 공간으로 변모돼 나갔다.

14. 푸드서비스의 역량 강화

- 식자재 사업 강화(2006)

삼성에버랜드는 기업 직원식당 등에 대한 고급화, 다양화를 추구하며 한 단계 업그레이드된 푸드서비스를 제공해 나갔다. 2006년부터 식자재 유통을 더욱 강화해 푸드서비스 전문기업으로서 위상을 제고했다.

2006년 발생한 사상 최대 규모의 대형 식중독사고는 우리나라 위탁급식산업에 메가톤급 태풍을 몰고 왔다. 상대적으로 안전지대로 평가받던 대기업 운영 학교급식장이 파동의 진원지로 지목되면서 학교 직영 관리체제로 전환해야 한다는 목소리가 높아졌다. 2005년 기준으로 단체급식시장 규모는 3조 원으로, 전국 1만 645개 초·중·고교 가운데 전문업체에 급식을 위탁하

고 있는 곳은 15.5% 정도이며 이 중 연 1000억 원 이상의 매출을 올리는 대형업체가 차지하는 비율은 약 5분의 1 정도였다. 결국 2006년 노로바이러스에 의한 학교급식 파동은 직영을 중심으로 하는 학교급식법개정안 국회통과, 환자식대 보험적용 등으로 위탁급식업체의 입지가 어느 때보다 위축된 채로 마감됐다.

삼성에버랜드는 이미 2005년 학교급식에서 철수하면서 기업 중심으로 푸드서비스 역량을 강화하고 있었다. 하지만 급식사업을 하고 있는 대기업에 대한 사회의 따가운 눈총을 피할 수는 없었다. 어느 기업보다 식품안전과 위생체계를 강화하며 국민건강을 책임진다는 사명감으로 푸드서비스를 벌여 왔기에 학교급식 파동은 더욱 안타까울 수밖에 없었다.

삼성에버랜드는 급식의 고급화, 다양화를 추구하며 한 단계 업그레이드된 푸드서비스를 제공하기 위한 노력을 더욱 적극적으로 펼쳐 나갔다. 우선 직원식당에 대한 고객사의 시각과 인식을 변화시켜야 했다. 생활의 질을 중시하는 시대가 도래했다고 하지만 공장 식당 등에서는 여전히 좌석배치, 배식대 형태, 시설물 사이즈 등 모든 것이 선입선출(先入先出)의 효율과 생산성이 우선시되는 상황이었다.

이를 타개하기 위해 삼성에버랜드는 고객사와 함께 일본과 미국의 선진 급식장에 대한 벤치마킹을 실시했다. 일본의 소니 본사는 여러 콘셉트의 다양한 메뉴를 제공하는 것은 물론 커피숍, 문구류까지 갖춘 편의점 형태도 운영하고 있었다. 글로벌 1위 급식기업인 컴파스가 운영하는 미국의 사업장도 둘러보며 선진국형 급식모델을 살펴봤다.

삼성에버랜드는 이를 토대로 자율배식은 물론 2~4인용 테이블, 개별식기 등 환경개선을 우선적으로 추진하며 프리미엄급 급식에 대비했다. 이와 함께 레이아웃과 코너 구성 등에 대한 식음컨설팅을 받으며 FS사업장에 대한 설계, 디자인 역량을 꾸준히 높여 나갔다.

삼성에버랜드는 이와 함께 2006년부터 식자재 유통을 강화해 규모의 경제를 통한 선순환체계를 마련했다. 국내 식자재 유통시장 규모는 32조 원으로 성장률이 20%를 상회하고 있어 그 전망이 매우 밝을 것으로 판단됐다. 또 식자재의 안정적 공급이 중요한 FS사업과의 시너지 효과를 제고해 원가경쟁력을 높일 수 있을 것으로 기대됐다.

소규모 유통에서 미흡할 수 있는 체계적 시스템과 위생관리 면에서 삼성에버랜드는 강력한 대단위 인프라를 활용, 언제 어디서나 누구라도 안심하고 먹을 수 있는 식자재 유통을 실현할

수 있었다. 단체급식 등 대규모 푸드서비스의 특성상 식중독과 같은 사고가 발생할 경우 피해 또한 대규모로 이어질 수밖에 없다. 그만큼 사고를 예방할 있는 인프라와 선진시스템 구축이 중요하다. 삼성에버랜드는 콜드체인시스템을 갖춘 전국 단위의 물류센터와 체계적인 위생안전 관리 등 선진 인프라 구축과 함께 규모의 경제 실현으로 식자재 공급의 안정화를 이룩, 국민의 안전과 건강관리에 만전을 기했다.

그 결과 FM사업은 2005년 거래선수 461개에서 2006년 561개, 2007년 605개로 해마다 증가 추세를 보였다. 이에 앞서 삼성에버랜드는 2000년 이후 내렸던 푸드서비스 사업(FS+FM) 전체 매출 기준 1위 자리를 2004년에 탈환하는 등 우리나라 최고 전문 푸드서비스기업의 위상을 더욱 공고히 했다. 새로운 급식서비스 개념인 푸드테인먼트 활성화와 전문인력 양성, 선진시스템 구축, 위생안전 강화 등을 통해 건강에너지를 창출하는 초일류 푸드서비스기업으로서 우리나라 푸드서비스산업을 한 단계 업그레이드해 나갔다.

15. 토틸 식음사업으로 도약

- FC사업부로 명칭 변경(2007)

삼성에버랜드는 2007년 유통사업부를 'FC(FoodCulture)사업부'로 명칭을 변경하고, 우리나라 신식음문화를 선도하겠다는 의지를 선포했다. 대표 조리사 Co-Chef(Corporate Chef)와 같은 전문인력 육성에 더욱 주력하는 등 토틸 식음사업으로의 도약을 도모했다.

2007년 1월 22일 삼성에버랜드는 유통사업부를 'FC(FoodCulture)사업부'로 명칭을 변경하고 '건강에너지를 창출하는 초일류 Food Culture 선도기업'을 향해 새출발했다. 단순한 사업발전의 차원을 넘어 우리나라 신식음문화를 선도하겠다는 의지의 표명이었다.

FC사업부는 2006년 말 319개 FS사업장과 561개 FM사업 거래선을 보유, 먹거리를 통한 품격 있는 푸드서비스를 제공하고 있었다. 산업체, 오피스, 관공서, 병원 등의 전문 푸드서비스 운영과 서울-부산-대구-광주 등 전국 주요 지역에 위치한 식자재 전용 물류센터를 중심으로 신선한 식자재를 적시에 공급하는 FM사업은 선진 운영시스템을 기반으로 고객의 건강하고 활기찬 생활을 뒷받침했다.

FS사업의 경우 맛과 영양이 조화된 7000종의 레시피 풀(Pool)을 구축하고 과학적인 메뉴진단 프로그램을 통해 위험메뉴 스크리닝과 영양의 밸런스를 확보했다. 또 음식의 품질 유지를 위한 표준화된 레시피와 조리 프로세스를 운영하고, 조리음식의 중심온도 측정 및 시차조리로 안전한 음식을 제공했다. 선진형 식품위생관리시스템 운영과 상시 위생안전 점검은 삼성에버랜드만의 전문성과 인프라로 국내 최고 수준을 자랑했다.

삼성에버랜드는 FC사업부로의 명칭 변경을 계기로 더욱 체계적이고 과학적인 FS사업을 전개하며, 전문 레스토랑 수준의 프리미엄 푸드서비스 제공을 역점적으로 추진하기로 했다. 휴식과 재충전의 시간을 제공하는 생동감 있는 식음공간을 창출해 고객의 건강에너지를 책임지는 토털 식음기업으로 도약하겠다는 청사진이었다.

이를 위해 조리컨설팅, 연회, 이벤트, 위생안전관리, 주방 레이아웃, 고객서비스까지 아우르는 대표 조리사 Co-Chef(Corporate Chef) 제도를 2007년 도입했다. Co-Chef는 본격적으로 추진되고 있는 프리미엄 푸드서비스를 전파하고, 조리사 1인이 근무하는 스탠더드 사업장 운영을 지원하는 한편, 사업장 업무 다각화를 위한 연회서비스 업무 등을 맡았다. 이처럼 전문인력을 시스템화함으로써 삼성에버랜드는 좀 더 효율적이면서도 표준화된 푸드서비스를 전국의 고객들에게 제공할 수 있게 됐으며, 조리사들 또한 푸드서비스 전문가로서 위상을 확보하기에 이르렀다.

과학적인 식당설계

사내식당 공간 설계도 과학이다. 사내식당이 들어설 고객사의 업종, 남녀비율, 연령층, 직원수에 따라 좌석배치, 배식대 형태, 시설물 사이즈 등 모든 것이 바뀐다.

몸을 움직이며 일하는 제조업 사내식당은 다른 곳보다 식사량이 많고 점심시간에 한꺼번에 사람들이 몰려드는 특성이 있다. 이에 비해 사무직원들이 많은 오피스 내 사내식당은 테이크아웃에 대한 수요가 많고 식사량은 그리 많지 않은 편이다. 때문에 제조업 사내식당엔 조리원들이 정해진 양만큼의 음식을 제공하는 형태인 대면배식보다는 직원들이 자유롭게 음식 양을 선택할 수 있는 형태인 자율배식이 주를 이룬다.

배식대, 테이블 등 시설물의 사이즈도 이용자들의 특성에 따라 달라진다. 똑같이 여직원들의 이용비율이 높다 하더라도 구두를 많이 신는 고객의 특성을 반영해 오피스 사내식당의 배식대 높이가 제조업 사내식당보다 좀 더 높게 설계된다.

사내식당에서 기능적으로 가장 중요한 영역은 바로 조리공간이다. 서초타워 B동 사내식당의 경우 식자재를 싣고 들어오는 트럭의 하차장부터 입고, 검수, 전처리, 보관, 조리, 배식까지 모든 공간이 가장 최소의 동선으로 설계돼 있다. 사내식당 설계는 디자인 감각뿐 아니라 푸드서비스의 모든 업무과정과 고객의 행동양식을 공간에 녹여 내야 하는 과학이다.

FM사업의 경우 용인, 부산, 대구, 광주 등 전국 4개 지역의 첨단 물류센터를 중심으로 선진 구매기업의 활용과 유통구조의 혁신을 통해 신선하고 안전한 식자재 공급을 더욱 강화해 나갔다. 레시피, 주간메뉴, 식수 등에 따른 고객 맞춤형 식자재 공급과 체계적 위생안전·품질관리시스템, 현지 직거래를 통한 고품질의 신선 식자재 제공 등 고품격 식음문화를 위한 토털 솔루션 사업으로 도약을 꾀했다.

2008년에는 전처리·반가공 형태의 식재료 ‘솔루션 푸드(Solution Food)’ 사업을 시작하며 FS사업의 효율을 높이는 한편, FM사업의 확대를 도모했다. 솔루션 푸드란 ‘준비가 완료된 상태’를 뜻하는 말로서 바로 조리할 수 있게 준비된 가공식재료이다. 식당을 운영하는 인원이나 조리시간이 부족한 사업장에서 이를 해결할 수 있는 대안이 됨은 물론, 향상된 음식의 맛을 일정하게 유지함으로써 고객 만족도까지 높일 수 있었다.

16. 푸드서비스의 브랜드화, 고급화

- 식음전문브랜드 웰스토리 론칭(2007)

- 프리미엄 푸드서비스 추진(2008~)

삼성에버랜드는 2007년 전문푸드서비스 브랜드 웰스토리(Welstory)를 론칭했다. 웰스토리 론칭으로 푸드서비스의 브랜드화를 추구하면서 동시에 고급화를 추진, 2008년 삼성서초타운 전자사옥 웰스토리 카페 테리아를 오픈하는 등 본격적인 프리미엄 푸드서비스 시대를 열었다.

삼성에버랜드는 2007년 1월 FC사업부를 출범한 데 이어 그해 9월 3일 전문푸드서비스 브랜드 웰스토리(Welstory)를 론칭했다. ‘건강에너지를 창출하는 초일류 Food Culture 선도기업’을 향한 첫발이었다.

웰빙문화, 개성화 시대에 걸맞은 차별화된 식음서비스 브랜드의 필요성이 커짐에 따라 삼성에버랜드는 푸드서비스의 대표 브랜드 개발에 나섰으며, 그 결과 웰스토리 선포를 통해 식음서비스의 새로운 지평을 여는 전환점을 마련한 것이었다. 푸드서비스사업의 전문적이고 독자적인 이미지를 구축하고 고품격 푸드서비스를 제공해 브랜드 위상을 확립해 나간다는 계획이었다.

‘웰스토리’는 ‘웰(Well)’과 ‘스토리(Story)’의 합성어로, 과학과 예술이 담긴 수준 높은 식음서

비스로 건강하고 즐거운 삶의 이야기를 창조하겠다는 의미를 담았다. 라이트그린, 올리브색, 노란색, 오렌지색 등 4개 색으로 구성된 웰스토리 로고는 ‘음식을 통한 즐거움’을 상징했다. 반원 형태는 그릇을 의미하는 것으로 이 그릇 안에 미소와 맛있는 음식을 함께 담아내겠다는 의지를 표현했다. 이와 함께 브랜드 슬로건으로 ‘우리 웰스토리의 이야기가 곧 당신(고객)의 건강하고 풍요로운 삶’이라는 뜻의 ‘our story: your wellbeing’을 선포했다.

삼성에버랜드는 웰스토리 론칭과 함께 운영 형태를 대폭 손질해 기존 급식의 고정형태에서 벗어나 다양하면서도 차별화된 새로운 식음서비스 문화를 선보이기 시작했다. 내외부적으로 모든 시설과 차량의 로고를 변경하고 인테리어 기준도 새롭게 마련했다. 이와 함께 단체급식사업장과 FM사업을 수행하고 있는 전 직원들의 직무별 유니폼도 전면 교체해 브랜드 효과를 높였다.

그 결과 삼성에버랜드의 전문푸드서비스 브랜드 웰스토리는 론칭 2년여 만에 국내 상표 중에서 정상 자리에 올랐다. 2008년 12월 특허청 주관 ‘우수상표대상’에서 우수상을 수상하며 푸드서비스 전문브랜드의 위상을 한 단계 끌어올렸다. 2011년에는 웰스토리 브랜드를 바탕으로 스마트폰 어플리케이션을 출시해 ‘2011 스마트 앱 어워드’를 수상, 고객의 편의성 제고에 대한 노력을 인정받았고, 2013년에는 급식업계 최초로 ‘소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상’을

식사시간의 즐거움, 웰스토리 카페테리아

삼성에버랜드 프리미엄 푸드서비스의 시초, 삼성서초타운 전자사옥 웰스토리 카페테리아. 주 이용고객은 삼성전자를 비롯해 SDS, 전기, 네트워크, 협력사 등으로 점심시간만 3000여 명이 이용하는 공간이다.

지하 2층이지만 블랙과 레드, 화이트 톤의 테이블 등 사내식당이라고 이름하기에 어색할 정도로 고급스럽고 세련되게 꾸며졌다. 기존의 푸드서비스가 1~2개의 메뉴를 식판에 담아 먹는 방식이었다면 프리미엄 푸드서비스는 다양한 메뉴와 그에 맞는 식기로 메뉴만의 고유특성을 살린 식사를 할 수 있는 것이 가장 큰 특징이었다.

식사시간이 가까워지면 각 코너를 담당하는 9명의 조리사들은 모든 조리원들과 함께 서비스 전열을 기다린다. 완전히 조리된 상태로 제공되던 기존의 푸드서비스와 달리 프리미엄 푸드서비스는 점심시간 2시간 내내 10~20씩씩 즉석조리를 하여 제공하기 때문이다. 신속하고 정확한 조리과 감동적인 서비스를 위해 삼성에버랜드 직원들은 온 신경을 곤두세워야 한다.

9개의 전문코너에서 매일 다른 9가지 메뉴가 준비되고 있으니 식사를 하러 나온 고객들도 고민되기는 마찬가지이다. 사람들이 많아 식사를 받기까지 상당시간이 걸릴 것이라 짐작하겠지만 의외로 기다림 없이 금방 음식을 받을 수 있다. 바닥마다 친절한 설명문구와 화살표로 처음 이용하는 사람들도 쉽게 해당코너까지 찾아서 빨리 움직일 수 있도록 구성해 놓았기 때문인데, 오픈 전부터 식당이용객들의 동선을 고려한 치밀한 배식라인 시뮬레이션 작업의 결과이다.

“메뉴가 다양해서 매일매일 선택하는 재미도 있고, 맛도 좋아 식사시간이 즐겁다.”

삼성에버랜드가 창조하고 있는 오감만족의 휴식공간, 재충전의 새로운 문화이다.

수상하며 고객의 만족을 위해 끊임없이 혁신하는 웰스토리의 위상을 다시 한번 높였다.

웰스토리 론칭으로 푸드서비스의 브랜드화를 이루는 동시에 메뉴의 고급화도 더욱 활발히 추진했다. 2008년 3월 프리미엄 푸드서비스 메뉴 1000선을 개발하는 등 고객니즈와 트렌드를 반영한 프리미엄 메뉴개발을 꾸준히 전개했으며, 2008년 6월 19일 일본 타쿠쇼쿠사와 메뉴교류 협정을 체결하는 등 프리미엄 푸드서비스 제공을 위한 역량 축적에 온 힘을 기울였다.

이를 기반으로 삼성에버랜드는 2008년 11월 17일 삼성서초타운 전자사옥 웰스토리 카페테리아를 오픈하며 본격적인 프리미엄 푸드서비스 시대를 열었다. 코리안(Korean), 아시안(Asian), 웨스턴(Western), 볼앤플레이트(Bowl&Plate), 누들(Noodle), 홈메이드(Homemade) 등 9개의 푸드코트에서 다양한 음식을 제공하고, 식기에서 조리인력까지 프리미엄 역량을 극대화했다. 특히 식당 내 이동동선을 최적화해 대기시간을 크게 단축하고 식당 곳곳에 휴식공간 및 영양상담소 등을 운영해 단순히 한 끼 식사를 하는 사내식당이 아닌 오감만족의 휴식공간, 커뮤니티가 일어나는 창조적 공간으로 탄생시켰다.

제5절 푸드서비스, 새 시대 선언!

17. 선진급식의 시작

- 창조관 선진급식형 리뉴얼(2010)

2010년 창조관 리뉴얼을 시작으로 삼성에버랜드는 고급화된 푸드서비스를 다양하게 제공하는 선진급식을 추진하기 시작했다. 이후 오피스뿐 아니라 공장에까지 일반 선진급식을 실현해 나갔으며, 이를 바탕으로 다양한 부가서비스를 제공하는 복합 선진급식으로서의 진화를 추진했다.

삼성에버랜드는 2010년부터 급식 외에도 스낵, 편의시설 등 다양한 부가서비스를 제공하는 선진급식을 추진, 건강에너지를 창출하는 식음문화를 창출해 나갔다. 선진급식은 고객의 소득 수준 향상과 외식경험의 증가로 1~2개의 메뉴가 세트로 제공되는 전통적 급식 형태에서 더 나아가 다양한 메인메뉴를 독립된 코너에서 제공하는 동시에 특화된 부가서비스까지 이뤄지는 형

태로 발전한 것이었다. 특히 기업의 식대보조 방식이 현물보조에서 현금보조로 변화하면서 외식시장과의 경쟁이 이뤄짐에 따라 삼성에버랜드는 선진급식을 통해 다양화된 고객니즈를 충족시키고자 했다.

선진급식은 푸드코트, 카페테리아뿐만 아니라 전문식당과 스낵코너까지 한 공간에 조성된 일반급식보다 진화된 형태이다. 2010년 창조관 리뉴얼을 시작으로 삼성에버랜드는 선진급식을 추진하기 시작했다. 비빔밥과 탕 등 한식을 좀 더 전문화하고, 인터내셔널 푸드 등 외식 수준의 프리미엄 급식을 다양하게 제공하는 형태였다.

이어서 2011년 6월 에스오일, 2011년 7월 호텔신라 직원식당을 선진급식형 식당으로 리뉴얼해 새롭게 선보였다. 주메뉴 3~5종, 부메뉴 10종 등 고객이 선택할 수 있는 범위를 확대해 만족도를 높였으며, 서버리존(Servery Zone)을 전문화해 소량씩 즉석조리하여 맛을 한층 배가했다. 삼성에버랜드에서 40%를 출자해 미래 주요 사업으로 육성하고 있는 바이오 의약품 생산 합작법인 바이오로직스의 직원식당도 2012년 7월 선진급식형으로 오픈했다. 한식코너, 인터내셔널코너뿐만 아니라 샐러드바와 'Coffee&'까지 운영, 메인메뉴에서 디저트까지 제공함으로써 고객만족을 극대화했다.

또 2009년 12월 일반단체급식으로 오픈한 삼성전자 탕정식당에 2011년 10월 선진급식형 식당인 블루홀을 오픈했다. 양식, 중식, 일식 등 5개의 전문코너를 도입해 제조공장으로서의 혁신적인 푸드서비스를 제공하기 시작했다. 나아가 메뉴를 좀 더 전문화시킨 코너를 먼저 제안해 리모델링 후 2012년 1월부터 삼성그룹 전자사업군 최초로 전문화 코너를 오픈했다. 델리(Deli), 오리엔탈 라이스(Oriental Rice), 컷렛(Cutlet) 코너 등 메인메뉴를 전문화해 제조공장의 사

집밥보다 맛있는 웰스토리 밥맛의 비밀

삼성에버랜드의 집밥보다 맛있는 밥 맛의 비결은 밥 소믈리에의 과학적이고 체계적인 관리에 있다. 밥 소믈리에에 밥을 짓는 일에 있어 최고의 전문가로, 일본 취반협회와 곡물검정협회에서 주관하는 자격인증제도이다. 삼성에버랜드는 2010년 직원 3명이 한국인 최초로 밥 소믈리에 자격을 취득했다. 이어 2011년에 1명, 2012년에 3명이 추가로 자격을 취득해 총 7명의 밥 소믈리에를 보유 중이다.

또 최고의 밥맛을 위해 도정한 지 7일 이내의 국내산 쌀을 사용하고 있다. 또 쌀을 씻는 과정에서 물을 갈아 주는 횟수를 1~2회 늘리고, 평상시보다 약간 강한 힘으로 쌀을 씻어 표면의 산화된 지방층을 벗겨 주는데, 단 쌀알이 깨지면 쌀알갱이가 한 곳으로 모이게 되고 그 부분은 밥이 질게 되어 밥 맛을 저하시키기 때문에 쌀알이 깨질 정도로 강하게 힘을 주는 것은 피하는 등 세심한 조리로 웰스토리의 밥맛을 높여 가고 있다.

내식당에서도 외식 수준의 전문화된 푸드서비스를 실현하게 됐다.

삼성에버랜드는 선진급식을 추진하는 동시에 식당의 디자인과 코너운영 등에 대한 컨설팅을 진행하며 푸드서비스의 패러다임 전환을 촉진하고 있다. 이와 함께 포인트 정산제 등 복리후생 설계를 제안, 식음사업의 고급화·복합화를 주도하고 있다.

18. 식음사업의 복합화

- 선진복합식음서비스 태평로 델라코트 오픈(2011)

신촌세브란스병원 컨세션 사업을 수주한 삼성에버랜드는 2010년 9월 컨세션 푸드코트 델라코트(delacourt)를 오픈했다. 이후 2011년 10월 삼성생명 본사에 델라코트를 시작하며 선진 복합 푸드서비스의 새 장을 열었다.

2010년 9월 1일 연세대 신촌세브란스병원에 푸드코트 델라코트(delacourt)를 오픈하며 삼성에버랜드는 컨세션사업에 진출했다. 다중시설 식음관리 및 운영사업을 뜻하는 컨세션사업은 십수 년 동안 수행해온 급식사업과 연관되면서도 앞으로 성장가능성이 많은 사업으로 꼽혀 삼성에버랜드는 시장진입을 모색해왔다.

신촌세브란스병원 컨세션사업을 수주한 후 고객층과 유동인구 등을 조사해 고객별 MD를 선정하고 유기농육, 편의점, 푸드코트, 전문식당 등을 기획한 삼성에버랜드는 테넌트(Tenant) 입점을 추진하며 푸드코트는 자체적으로 운영하기로 했다. 그 결과 탄생한 것이 푸드코트 '델라코트'였다. 이를 통해 일반고객을 대상으로 한 외식부문에서 경쟁력을 확보하면서 외식과 급식의

최적의 푸드서비스를 제공하라

2011년 삼성생명 본사에 화려하게 문을 연 델라코트. 주로 이용하는 관계사 10여 곳 중 대부분이 금융권인 특성을 고려해 햄버거, 피자, 파스타 등의 음식을 보강했다. 까다로운 고객의 입맛을 충족시키기 위해 햄버거나 피자의 경우 외부사업자를 영입하기도 했다. 물론 전체 메뉴 중 한식이 60%를 차지하고 있는데 실적 데이터와 고객 설문조사 등 고객분석을 꾸준히 펼쳐 메뉴를 보강했다.

원래 삼성생명 본사 델라코트는 지하 1층에 자리 잡을 계획이었다. 그러나 지하 1층은 고객을 충분히 수용할 만큼 면적이 넓지 않았고, 삼성본관과 연결하기 위해서는 지하 2층이 타당한 것으로 삼성에버랜드는 예측했다. 이 같은 아이디어를 실행으로 옮기는데만 1년이 걸렸다. 하지만 고객에게 최적의 푸드서비스를 제공하기 위해서는 이 정도의 수고스러움은 당연히 감내해야 할 몫이라는 것이 삼성에버랜드의 생각이다.

경계를 허무는 복합 선진급식을 더욱 역점적으로 추진해 나갔다. 전문식당과 스낵까지 한 공간에 구성하고, 품목별로 다양한 가격을 운영해 고객 선택폭을 확대하면서, 외식 수준의 프리미엄 메뉴와 서비스를 제공하겠다는 전략이었다.

이를 위해 FC사업부는 컨세션 푸드코트 브랜드인 텔라코트의 의미를 확장시켜 '선진복합식음서비스 브랜드'로 진화시키기로 했다. 기존의 일반적인 급식서비스에서 나아가 다양한 메뉴와 품격있는 공간, 차별화된 서비스로 고객을 위한 맞춤형 푸드서비스를 지향했다.

푸드코트 경험을 바탕으로 2011년 10월 18일 삼성생명 본사에 '텔라코트'를 오픈, 드디어 복합 선진급식을 실현했다. 삼성생명 본사의 텔라코트는 1986년 9월에 조성돼 25년 동안 서울 태평로 일대 삼성 임직원들의 식사를 책임지던 공제회관이 이전하면서 완전히 새로운 모습으로 다시 태어난 것이었다. 해외 전문 업체의 컨설팅을 통해 공간 콘셉트와 디자인을 개발하고 임직원 니즈 조사 등 각종 서베이를 통해 상세한 운영방안을 확정했다. 고객들이 다양한 메뉴와 더 좋은 서비스에 대해 추가로 비용을 지불할 의사가 충분히 있다고 판단, 외식과 같은 퀄리티를 추구하면서도 가격경쟁력을 가질 수 있도록 했다. 아침식사부터 시작해 디저트까지 한 번에 해결하는 것은 물론, 연령대별 맞춤형 타겟팅으로 다양한 임직원들에게 만족스럽게 식사를 제공하는 공간을 추구했다.

2011년 7월부터 현장 시공에 들어갔는데, 낮은 층고와 같은 건물의 구조적 어려움을 극복하고 음식냄새를 최대한 제거하는 공조시스템 구축에 많은 신경을 썼다. 그 결과 삼성생명 본사의 텔라코트는 전용면적 5663m²(1713평), 1790석 규모로 푸드코트, 카페테리아, 프리미엄 한식, 웨스틴, 스낵 등 5개 존(Zone) 18개 코너에서 153개의 메뉴를 제공하는 프리미엄 복합 푸드 서비스 공간으로 탄생했다. 전체적인 디자인 콘셉트도 '직장인들에게 편안한 휴식의 공간'이 될 수 있도록 계절의 변화, 자연적인 요소를 활용했다. 맛있는 식사뿐 아니라 자연의 다양함을 통해 영감을 얻는 공간이 되도록 한 것이었다.

신개념 복합 식음공간 텔라코트를 통해 또 한 번의 푸드서비스 진화를 실현한 삼성에버랜드는 2012년 들어 기존의 서비스에 새로운 가치를 더한 '건강날개' 특화서비스를 개발, 선보였다. 고객의 건강서포터로서 건강한 삶의 인프라를 제공하겠다는 서비스 철학을 담아 식사를 즐기는 동안 리프레쉬를 얻고, 지쳤던 몸과 마음에 날개를 달 듯 날아갈 것 같은 서비스

를 받을 수 있다는 의미를 건강날개로 표현한 것이었다. 심벌은 건강을 상징하는 Well-being, Wellness와 날개 Wing의 이니셜인 W를 활용해 고객에게 건강한 미소를 전하는 모습을 상징했다. 손을 활짝 펴 날개를 만들고, 건강날개 박수로 고객을 맞이함으로써 더욱 따뜻하고 활기찬 분위기에서 식사하는 즐거움을 만끽할 수 있도록 했다.

19. 국민건강을 책임지는 전문성 확보

- 식품연구소, 방사능 공인검사기관 지정(2012)

삼성에버랜드는 2001년 식약청으로부터 국가공인 식품위생검사기관으로 지정된 것을 시작으로 2012년 민간 연구소 최초로 방사능 공인검사기관 인증까지 총 7개 공인검사기관을 운영, 국민의 먹거리 안전에 기여하고 있다.

삼성에버랜드 식품연구소는 2001년 식약청으로부터 국가공인 식품위생검사기관으로 지정된 이후 2002년 6월 국가공인 축산물위생검사기관 지정(국립수의과학검역원), 2007년 5월 기업부설연구소 지정(한국산업기술진흥협회), 2007년 7월 농산물 우수관리 인증기관 지정(국립농산물품질관리원), 2007년 10월 국가공인 쌀현미품질검정기관 지정(국립농산물품질관리원), 2012년 2월 노로 바이러스 검사기관 인증(식약청), 2012년 10월 방사능 공인검사기관 인증(식약청) 등 현재 7개 공인검사기관을 운영 중이다. 공인검사기관 운영은 선진 분석 시스템을 바탕으로 삼성에버랜드의 푸드서비스뿐 아니라 국가적인 먹거리 안전에 기여하고 있음을 인정받은 결실

민간 최초 방사능공인검사기관 인증

2011년 3월 일본 후쿠시마 원전사고 이후 인접한 우리나라에서 특히 방사능에 대한 경각심과 관심이 고조됐다. 이에 대한 불안은 수입 식재료 등 먹거리에 대한 불신으로 이어져 푸드서비스 산업에 큰 악영향이 되어 돌아왔다.

삼성에버랜드는 정밀장비와 실험실을 마련하고 전문인력 영입을 통해 방사능 검사를 시행하며국가공인검사기관을 추진했지만, 삼성에버랜드가 유통을 하고 있는 점과 민간기관이라는 점, 상대적으로 짧은 실험 실적만으로 검사능력을 평가할 수 없다는 식약청 담당자들 생각을 전환시키기에는 상당한 어려움이 따랐다. 하지만 목표를 반드시 이뤄야 한다는 일념 하에 지속적으로 면담을 수차례 요청하고 외부 검사능력 평가에 참여해 취득한 우수한 평가결과로 설득하기를 수십 차례, 드디어 실사를 통해 2012년 10월 민간기관 최초로 방사능지정 검사기관을 획득했다. 방사능지정검사기관 인증은 삼성에버랜드의 독보적인 식음안전 역량을 입증하는 성과로 사업경쟁력 강화에 일조할 것으로 기대되고 있다.

이었다.

이처럼 국가로부터 인증받은 명실상부한 우수 시험검사기관으로서 식품연구소는 국민건강을 책임지는 종합식품 R&D센터로 도약하기 위해 2011년 11월 리모델링을 실시, 661m²(200평), 17개 실험실의 메인랩(Main Lab)과 100여 종의 실험장비를 갖추고 잔류농약 등 16개 분야, 573개 전문 분석영역을 책임지고 있다. 이를 바탕으로 매년 식재료 4000, 사업장 7000, 총 1만 1000품목 정도의 분석실적을 올리고 있으며, 각 품목별 위험도에 따라 실시간으로 푸드서비스의 안전을 책임지고 있다. 또 2012년 4월 30일 안전보건공단과 재해 예방을 위한 업무협약(MOU)을 체결하고 각종 안전사고 예방과 안전문화 정착을 도모했다.

2012년 4월에는 삼성에버랜드 노로바이러스 Stop 시스템을 최초 운영했다. 지하수에서의 노로바이러스 안전성 강화를 위해 협력사 및 지하수를 사용하는 FS사업장들을 대상으로 정기 분석검사와 염소투입기 설치를 추진 중이었으나 이는 지하수에 국한돼 안전관리체계의 한계가 있었다. 이에 따라 식품연구소는 노로바이러스 제어 살균 소독제 연구개발을 통한 조리기구, 개인 위생 및 야채 소독 등 다각적 오염인자의 제어방법을 수립, 노로바이러스 Stop 시스템을 최초로 운영했다. 이에 앞서 2012년 2월 미국의 Kims Labs과 공동연구 합의를 체결하고 채소·과일 노로바이러스 제어 세척제 및 장비의 공동개발 연구에 나섰다.

또 2012년 6월 방사능 실험실을 신설하며 민간 최초 방사능 검사기관 인증을 추진한 결과 2012년 10월 식품의약품안전청이 주관하는 ‘방사능 공인검사기관’ 인증을 받았다. 국가기관과 4개 공공기관 이외의 민간연구소 중 방사능 검사기관으로 인증받은 곳은 삼성에버랜드가 유일하다.

삼성에버랜드는 방사능 검사 강화를 위해 방사능 종류 확인이 가능한 멀티 측정기와 방사능의 강도를 정밀하게 측정할 수 있는 고순도 게르마늄 검출기 등을 도입하고 전문인력을 보강, 세계적으로 우려가 증폭되고 있는 방사능에 대한 안전대응을 사전에 준비해왔다. 그 결과 방사능 공인 검사기관을 인증받음으로써 연간 3만 6000가지 규모의 식자재에 대한 방사능 오염 여부를 가려낼 수 있는 검증된 시스템을 통해 식자재의 안전성을 더욱 강화할 수 있게 됐다. 뿐만 아니라 고가의 방사능 검사 장비를 갖추기 어려운 중소 협력사를 대상으로 방사능 검사를 무상 지원함으로써 중소

20. 중국진출을 통한 푸드서비스 전파

- 중국법인 설립(2012)

삼성에버랜드는 2011년 중국 최대 급식기업인 홍준(鴻駿)사와 합자회사 설립계약을 체결하고 중국시장에 진출했다. 앞선 위생관리와 표준 레시피 등을 바탕으로 국내 기업과 현지 기업에 대한 적극적인 수주활동을 펼치며 중국 급식시장에 대한 진출을 가속화하고 있다.

삼성에버랜드는 2009년 5월부터 중국사업 검토를 본격화해 2010년 미국의 맥킨지와의 컨설팅 등 시장조사를 꾸준히 진행했다. 세계 최대 규모로 성장하고 있는 중국 급식시장에 거점을 마련함으로써 새로운 성장동력을 확보하기 위함이었다.

21조 원 규모의 중국 위탁급식시장은 연 13% 성장률의 세계 최대 시장으로 부상하면서 프랑스 소텍소, 미국 아라마크, 영국 컴파스그룹 등 글로벌 급식업체 모두 진출한 상황이었다. 컨설팅 결과 중국 급식사업은 식자재 비중이 크기 때문에 식자재 관리체계가 궁극적인 운영경쟁력이 될 것으로 분석됐다. 이에 따라 현지 업체와의 협력을 통해 중국 급식시장에 대한 현지화를 도모하기로 하고 파트너 선정 작업을 다각도로 벌였다.

그 결과 2011년 12월 19일 삼성에버랜드는 중국 최대 급식기업인 홍준(鴻駿)사와 합자회사 설립계약을 체결하고 중국시장에 첫발을 내디뎠다. 합자회사 ‘상해애보건강기업관리복무유한공사(上海愛寶健企業管理服務有限公司)’는 자본금 총 1400만 위안(26억 원) 규모로 삼성에버랜

메뉴 다양성은 배우고 선진 노하우는 전수하고

해외 진출은 현지화가 가장 중요한 원칙이자 기본. 삼성에버랜드는 영양사의 경우 중국에서 5년 동안 일한 경험이 있는 경력자를 채용하고, 조리사는 현지 채용인력으로 운영하며 내부인력양성을 동시에 추진하고 있다.

중국에 진출한 삼성에버랜드는 위생관리는 자신 있었지만 메뉴에 있어서는 아직 현지인들을 만족시키기에 미흡한 측면이 있었다. 우리나라는 다양한 메뉴 제공이 일반화되고 있는 추세이지만, 중국은 이미 공장에서도 기본적으로 15개 코너에 30개 메뉴를 운영하고 있는 상황이었다. 인구만큼이나 음식의 종류도, 입맛도 다양했다. 이를 위해 우선 삼성전자의 제주사업장에서 파일럿 테스트로 푸드코트 8개, 카페테리아 5개 등 13개 코너를 시범운영하며 경험을 쌓아 나갔다. 또 합자법인이 운영하고 있는 쑤저우의 가전 사업장에서 4개 코너를 운영하며 메뉴 다양성에 대한 노하우를 배우기도 했다.

반면, 조리사 의존도가 너무 높아 일관된 품질이 부족한 것은 중국 급식서비스의 단점이었다. 이를 해소하기 위해 삼성에버랜드는 조리사 출신의 지역전문가를 파견하고 표준 레시피를 정립하는 등 한국의 선진 노하우를 전파하고 있다. 특히 중국인 조리원의 문맹률이 80% 정도임을 감안해 그림 등 다양한 시각적 자료를 활용해 교육을 실시하고 있다.

드 51%, 흥준사가 49%의 지분을 각각 보유하게 됐다. 흥준사는 150개의 대형 사업장을 운영하는 중국 최대 급식기업으로서 현지의 다양한 식자재 구매 인프라와 영업역량을 보유하고 있는 회사다.

2012년 3월 31일 정식으로 합자회사 '상해해보건기업관리복무유한공사'를 설립한 삼성에버랜드는 그해 7월 중국 쑤저우(蘇州)에 위치한 삼성전자와 대만 업체의 단체급식을 수주하면서 본격적으로 중국 공략에 시동을 걸었다. 앞선 위생관리 역량을 바탕으로 메뉴 다양성을 뒷받침할 수 있는 일관된 품질과 표준 레시피를 정립해 중국 현지 업체와 차별화된 한국의 앞선 푸드 서비스를 제공했다.

쑤저우는 삼성전자 가전·PC·반도체공장, 삼성디스플레이 LCD공장, 삼성전기 MLCC공장 등 삼성 주요 계열사의 생산법인을 비롯해 글로벌 기업의 생산기지가 밀집해 있는 곳으로, 삼성에버랜드는 이를 초석으로 하여 글로벌 기업과 중국 현지 기업을 대상으로 사업을 확대한다는 방침이다. 초기 단계의 중국 단체급식시장에서 삼성에버랜드는 식자재 네트워크를 바탕으로 국내 기업과 현지 기업에 대한 적극적인 수주전략을 펼치며 글로벌 급식업체들과 진정한 진검승부를 벌이고 있다.

21. 선진 식음인프라 구축과 안전 확보

- 평택물류센터 구축(2012)

삼성에버랜드는 2012년 국내 최고의 설비와 시스템을 갖춘 평택물류센터를 오픈하며, 기존의 물류센터들과 함께 전국을 5대 거점화하는 선진 식자재 인프라를 완성했다. 이로써 업계 최고의 물류경쟁력을 확보, 국내 식자재 유통을 선진화하며 고객의 진정한 건강서포터로 자리매김하고 있다.

삼성에버랜드는 사업확대에 따른 물량의 급격한 증가로 용인물류센터 수용능력의 한계가 예상되어 안정적인 물류 인프라 확보를 위해 2008년부터 신물류센터 구축을 추진했다. 그해 6월 평택시 서탄면에 8만 3474m²(2만 5251평)의 부지를 매입하고, 이듬해인 2009년 6월 연면적 6만 896m²(1만 8421평)의 글로벌 수준 물류센터 마스터플랜을 수립했다. 초기 투자비 축소와 경영환경에 유연하기 대처하기 위해 2단계 분할 구축 방침을 정한 삼성에버랜드는 2011년 7월

물류레이아웃을 확정하고 그해 9월부터 1단계 건축공사에 돌입했다.

그 결과 1년여가 넘는 공사기간을 거쳐 2012년 9월 7일 건축준공 승인을 받고, 10월에 오픈했다. 그리고 그해 11월, 서울·경기·충청·강원권의 식자재 공급을 책임질 평택물류센터의 역사적인 준공식이 열렸다. 평택물류센터는 국내 최대 규모의 식자재 물류센터로 연면적 2만 1265m²(6432평) 규모이며 1만 6000m²(4840평)에 이르는 냉장·냉동창고를 구비했다.

뿐만 아니라 142대의 물류차량이 동시에 접안할 수 있는 도크(Dock) 시설을 설치하고, 물류차량 입차 시 시스템으로 작업 도크를 자동으로 배정하는 DMS(Dock Management System)까지 갖췄다.

이와 함께 식음사업의 수준을 결정하는 식자재의 신선도와 안전성을 강화하기 위한 최첨단 설비가 설치됐다. 배송 차량이 식자재를 싣기 위해 접안 시 틈새로 냉기가 빠져나가는 것을 막기 위해 에어 셸터(Air Shelter)를 구비, 차량을 에어백으로 감싸 식자재가 단 한 순간도 실온에 노출되지 않도록 했다. 또 건물 내부의 냉기 유출을 방지하기 위해 건물의 모든 출입구마다 천장에서 찬 바람이 나오는 에어 커튼(Air Curtain)을 설치해 완벽한 콜드체인시스템을 구축했다.

이처럼 국내 최고의 최첨단 식자재 물류센터인 평택물류센터를 마련함으로써 삼성에버랜드는 업계 최고의 물류경쟁력을 확보, 사업 확대에 대비한 선제적 물류 대응을 도모할 수 있게 됐다. 평택물류센터는 수도권과 충청권, 강원권까지 배송대응을 할 수 있는 전국허브센터 역할을

업계 최고의 시스템 고도화

FM사업이 빠르게 성장하면서 물류센터 인프라는 더욱 중요해졌다. 1997년 준공 당시 너무 크게 지었다고 우려됐던 용인물류센터는 10년도 채 안돼 수용능력이 한계에 도달했다. 신물류센터 건설을 통해 안정적인 물류 인프라를 확보해야 할 시점이었다.

2006년부터 신물류센터 검토에 들어간 삼성에버랜드는 용인을 중심으로 반경 20~50km 내 거리의 부지물색에 나섰다. 사업의 성장속도에 맞추기 위해 9만 9174m²(3만 평) 이상 부지를 염두에 두고 있었다. 그러나 매입기도 문제였지만, 대규모 부지인 만큼 여러 땅 주인들에게 이를 사들이기에는 어려움이 많이 따라 적당한 부지를 찾기 쉽지 않았다.

결국 2008년 6월에 들어서 평택시 서탄면에 8만 3474m²(2만 5251평)의 부지를 마련할 수 있었다. 당초 계획보다 약간 작은 규모였지만, 용인의 3만 3058m²(1만 평)보다는 2배 이상 확장된 것이었다. 그런데 2008년 8월 말 또다시 난관이 닥쳤다. 오산 세교신도시 지정으로 2km 내 개발 2년 제한에 걸리면서 사업을 보류해야 했던 것이다. 다행히 2009년 말 오산 세교신도시 지정이 풀리면서 평택물류센터 건설을 본격적으로 추진할 수 있었다.

평택물류센터를 준공하면서 삼성에버랜드는 국내 최고의 설비와 시스템을 갖춘 물류인프라를 확보했다. 이에 그치지 않고 2단계 평택물류센터 구축 프로젝트를 계속해 2016년 자동분류기, 자동창고, 전처리센터 등 명실상부하게 자동화 기능을 갖춘 물류센터를 마련할 계획이다.

수행, 물류비 절감 및 정시 도착률 향상으로 대고객 서비스 수준을 향상시킬 것으로 기대되고 있다. 특히 협력사-물류센터-사업장 일관 콜드체인시스템 구축으로 식자재의 안전성과 품질 경쟁력을 크게 높여 국내 식자재 유통의 선진화를 앞당기고 있다.

이러한 인프라를 기반으로 삼성에버랜드는 맛, 위생, 환경 등 기존의 식음서비스 가치에서 한 발 더 나아가 고객의 몸과 마음의 조화로운 건강을 지원하는 최고의 건강서포터로 진화하고 있다. 프리미엄 메뉴와 2만여 가지의 표준 레시피, 식자재 안전 다중 체크 프로세스, 전 사업장의 위생SOP(표준작업절차)에 따른 위생적 조리, 전국적 물류네트워크 등을 바탕으로 고객의 성공과 행복한 삶을 위한 건강 인프라를 탄탄하게 쌓으며 식음문화 선도에 앞장서고 있다.