

2006 서기
한국민족문화재단



토속음식 어떻게 개발하고 활성화 시킬 것인가

:: 발표자 | (주)한아식품대표 | 최동주

:: 토론자 | 비비큐(주)제너시스 | 추상용

혜전대학교 | 홍기운

토속음식 어떻게 개발하고 활성화 시킬 것인가

최동주(newham@hanmail.net)

I. 서 언

우리 전통음식에 대한 개발과 수요는 급격하게 증가를 하고 있고 그 속도는 더욱 가속화될 전망이다. 그 동안 우리사회의 서양음식 일변도의 문화에 대해서 비판적인 의견이 지속적으로 동의를 얻어 가고 있는 실정이다.

이렇게 주변환경이 토속음식에 대해 유리한 조건을 형성하고 있음에도 불구하고 그에 대한 외식업계의 대응과 후속조치는 미흡하다고 생각한다. 이런 상황속에서 최근 나타나고 있는 한식 시장의 트렌드를 중심으로 줄기를 파악하여 우리 음식의 효율적인 개발과 활성화를 위한 방안을 마련하고자 한다.

II. 토속메뉴의 차별화를 위한 조건

1. 먹는 방식의 변화

최근 메뉴개발에는 생선구이도 쌈을 싸서 먹기도 하고 삼겹살을 이용하여 샌드위치도 만들어 내고 있다. 또 단호박 속에다가 해물찜 요리를 만들어내기도 한다. 또 서양의 식자재를 활용하여 전통적인 음식에 변형을 가하고 있다. 과거의 개념대로 생각한다면 여간해서 생각해 낼 수 없는 아이디어이다. 고객들은 늘 새로운 방식의 외식을 찾아 나서고 있다. 즉 종전에 전통적으로 먹어 오던 방식만을 고집할 것이 아니라 새롭게 재창조를 해 나갈 필요가 있다.

2. 음식으로부터의 흥미와 관심

고객들은 식당에서 맛있는 음식을 먹는 것 뿐만 아니라 재미나 흥미를 요구하게 되었다. 예를 들어 돌판에 구워먹던 삼겹살이 자갈이라는 소재를 만나서 변신을 한 적도 있었고 솔뚜껑이 등장하면서 고객들에게 큰 흥미를 모았다.

요즘은 삼과 같은 예상치도 못했던 도구를 삼겹살을 먹는 식당에서 활용하기도 하고 있다. 요즘은 피자집에서 거리로 나와 피자반죽을 주고 받는 퍼포먼스를 보여 주면서 지나가는 고객들의 시선을 모으고 있다.

같은 음식이라고 하여도 음식을 통해 고객들에게 색다른 흥미를 제공하는 방식이 필요하다

3. 현대적인 맛을 가미

외국의 음식을 통한 다양한 실험은 크게 활성화가 되고 있는 것 같다. 그런 상황에서 전통적으로 먹어 오던 평범한 메뉴이기는 하지만 현대적인 양념, 외국의 소스 또는 와인을 활용하는 경우가 급격하게 증가하고 있다. 와인 삼겹살은 이미 대중화 된 것이고 전통 음식인 순대나 보쌈이 돼지고기와 함께 서양의 와인을 결합한 음식이 등장하여 큰 호응을 받은 적이 있다. 즉 새로운 소스나 향을 활용하여 특이하게 경험을 할 수 있도록 배려를 하는 것이다 .

4. 용기나 기물의 변화 필요

대나무통을 활용한 순두부가 등장을 하고, 우리의 전통음식을 고급스런 용기를 활용하여 분위기와 격을 높이는 일들이 진행되고 있다. 또 설렁탕이나 냉면같이 우리의 토속적인 음식들이 고정관념을 깨고 화려한 색깔의 면을 사용하여 신세대 고객들의 시선을 잡는 경우가 있다.

고객들이 음식에 대한 수준이 향상되면서 음식자체도 중요하지만 음식을 담아내는 용기나 음식의 색깔을 변형하여 제공함으로써 새롭게 주목을 받을 수가 있다.

그런 차원에서 삼겹살은 이미 10년전 솔뚜껑이라는 소재를 통해 큰 변화를 보였다. 솔뚜껑은 발명이 된 것은 아니지만 그것을 삼겹살 구이기로 사용을 하게 된 것은 역시 새로운 기물을 개발한 사례에 해당한다.

그 이후에 자갈이나 맥반석, 옥, 황금구이판을 활용한 차별화가 끊임없이 시도가 되었고 최근에는 자수정 가루를 20% 섞어 도자기식으로 구워낸 보석 불판으로까지 발전을 거듭하고 있다.

뿐만 아니라 최근 삽을 활용하여 순식간에 삼겹살을 구어 내는 방식으로 고객들의 주목을 받았던 것도 역시 기물을 활용한 대표적인 경우에 해당하는 일이다.

샤브샤브 요리도 기물에 의한 변화를 겪을 가능성이 높다. 즉 샤브샤브 같은 비교적 연성화 된 음식의 이미지에서 벗어나 구이와 국물을 동시에 맛볼 수 있도록 새로운 기물이 고안되고 있는 중이다.

즉 구이와 샤브샤브를 동시에 맛볼 수 있는 시스템이다. 그런 기물이 등장하게 되면 두개의 요리를 동시에 먹을 수도 있는 장점이 있고 종전과 다른 특이한 모습이라서 고객들의 시선을 모을 것으로 판단하고 있다

5. 건강이나 영양의 요소를 가미

흔히 주위에서 보던 음식들이지만 건강이나 영양측면에서 새롭게 접근하여 주목을 받는 경우가 많이 있다.

요즘 삼겹살 식당에서 제공되는 김치의 원산지와 토속적인 저장방식 등에 대해서 고객에게 알리는 경우가 있다. 유기농 야채를 사용하여 고객들의 동의를 구하는 식당들이 점점 증가하고 있다.

또 전통적인 흰밥 개념에서 벗어나 영양가 있는 식자재나 곡식 혹은 해물을 활용한 밥들이 크게 주목을 받고 있다. 이것은 요즘 외식업계에서 건강과 영양에 관한 주제는 가장 큰 이슈임을 말해 주는 것이다.

특히 우리나라가 광우병이나 조류독감 파동을 경험하면서 이런 시류는 점점 증가를 하는 것 같다. 특히 건강이나 영양에 관한 요소로 차별화를 하기 위해서는 우리 전통음식이나 식자재를 활용하는 경우가 많다.

6. 토속음식의 대중성

고객들은 식당에 대해 변화시키기 어려운 몇 가지의 관념을 가지고 있는 것 같다. 예를 들면 편하게 먹을 수 있어야 한다든지, 혹은 푸짐하게 음식이 제공되어야 한다든지 아니면 점포의 분위기가 어느 정도 접근가능성이 필요하다는 것을 의미합니다.

즉 고객들은 식당을 선택할 때 편하고 쉽게 접근할 수 있는 대중적인 분위기를 통해 외식의 즐거움과 스트레스 해소 그리고 뭔가 가정에서는 느낄 수 없는 색다른 분위기를 원하고 있는 것 같다.

외식업소에서 세련된 디자인이나 점포의 이미지 그리고 격이 중요하지 않은 것은 아니다. 그러나 그것이 진정 가치를 발휘하기 위해서는 고객들의 일반적인 정서와 일치할 때 만이 가능한 일이라고 생각한다

서울 서초동의 교대 곱창집이나 런던의 왕키 중국식당 같은 곳이 대표적인 경우이다

III. 토속메뉴의 프랜차이즈 조건

1. 장기적으로 지속할 수 있는 메뉴 아이템

음식도 패션과 같이 상황에 따라 선호도가 달라지고 있다. 그러므로 체인사업에 적합한 아이템은 이런 시류에 흔들리지 않고 지속적으로 고객들에게 선호될 수 있는 음식을 선정하는 일부터 시작해야 한다.

흔히 같은 음식이라고 하더라도 주변의 상황에 따라서 유행하거나 사라지기도 하고 일정한 시간이 지나고 나면 다시 복고풍의 바람이 부는 경우도 있다

그러므로 흔히 우리 외식업계에서는 잠깐 반짝이다가 사라질 가능성이 있는 메뉴를 가지고 서둘러 체인사업을 시도하다가 단명으로 끝나는 경우가 바로 그와 같은 이유에서이다

한때 우리사회에서 유행해서 사회적인 문제를 야기 시키기 까지 했던 탕수육이라든가 짬닭 같은 경우가 이에 해당하는 경우라 하겠다

또 이런 메뉴를 선정했다고 하더라도 메뉴의 수명주기에 따라서 쇠퇴기는 불가피하게 다가오는 현상이다. 이럴 경우 지속적인 메뉴의 보강이 이루어져야 하는데 이 경우에 손쉽게 보완이 이루어질 수 있는 메뉴를 초기부터 선정하는 것은 프랜차이즈 사업의 핵심적인 주안점이라 하겠다

2. 종전의 판매하던 방식에서 차별화

즉 고객들은 음식에 대해 종전에 접하던 방식에서 새로운 변화를 항상 요구하고 있다. 고객들은 이제 음식을 1차적인 욕구해결의 수단이 아니라 음식을 통해 새로운 경험을 하기를 원하고 있기 때문이다.

그런데 여기에서의 변화란 커다란 것이 아니다. 아주 작은 것이라 하여도 고객들은 커다랗게 느낄 수 있는 것들이 많이 있다. 따라서 종전과 같은 음식이라고 하여도 먹는 방식이나, 조리방식, 세팅 방법, 제공방식, 음식의 색깔 변화를 통해 고객들에게 새로움을 전해 줄 수 있어야 한다.

최근에 삼겹살의 구이방식이 지속적으로 개발되고 있는 것이나 각종 면류에 대한 색깔을 칼라풀하게 바꾸어서 전통적으로 가지고 있던 고정관념을 깨고 있는 것은 이와 맥을 같이 하는 일이라 하겠다

3. 조리 매뉴얼화가 용이한 음식

프랜차이즈 사업으로 가능한 메뉴는 반드시 조리매뉴얼 작업이 용이한 음식이어야 한다. 따라서 외식업에 경험이 없는 사람이라고 하여도 점포내에서 조리장이 없이도 매뉴얼과 교육에 의해서 만들 수 있는 음식이어야 한다. 그렇지가 않고 좋은 메뉴이기는 하나 매뉴얼화가 어려운 음식일 경우에는 단일 점포로서는 적합한 아이템이지만 프랜차이즈로 전개하기에는 한계가 있다

4. 모방하기 어려운 핵심 조리 노하우

모방이 가능한 음식이어서는 안 된다. 만약 모방이 가능하게 되면 각 체인점에서의 균일한 매뉴얼 준수를 보장할 수 없고 전체 프랜차이즈 구조가 크게 흔들리기 때문이다. 즉 본사가 조리기술에 대한 핵심 노하우와 주관을 가지고 체인점을 대상으로 리더십을 발휘할 수 있을 때만이 정상적인 프랜차이즈 경영이 가능하다.

5. 원활한 식자재의 공급

아무리 좋은 음식이라고 하여도 식자재를 공급 받기가 어려운 음식이면 프랜차이즈 사업으로 전개할 수가 없다.

프랜차이즈 사업은 희귀한 식자재를 사용하는 아이템이 아니라 대중적으로 검증된 메뉴 중에서 선정하여 차별화 시켜 나가는 전략이 중요하다

또 가급적 상황에 따라 변동이 심하지 않은 안정적인 메뉴를 선정하는 것도 꼭 필요한 일이라고 생각한다

6. 품질관리가 가능해야 한다

장인정신으로 만들어 지는 토속음식은 일정한 품질관리가 쉽지 않다는 것이 가장 큰 단점이다. 즉 매뉴얼화되어 누구든지 방식만 알면 조리할 수 있는 시스템이 갖추어지지 않았기 때문에 여전히 소수의 사람에 의해서 품질이 유지되어야만 하기 때문이다.

그것은 프랜차이즈 아이템으로서는 적합하지 않기 때문이다. 왜냐하면 프랜차이즈를 가맹하고자 하는 사람들은 음식에 대한 전문적인 경험이나 지식이 현격하게 낮은 사람들이기 때문이다. 그렇기 때문에 본사에서 일괄적으로 공급하는 식자재를 가지고 손쉽게 조리할 수 있는 시스템의 프랜차이즈를 선택하게 된 것이다.

따라서 여전히 손맛에 의해서 음식의 맛이 유지가 되어야 하는 것이라면 프랜차이즈로 전개를 하기에는 여러 가지 어려운 상황이 벌어질 수 밖에 없다.

7. 배송이 가능한 음식

아무리 홀륭한 음식이라고 하여도 프랜차이즈의 기본인 식자재를 배송하는 시스템에 하자가 있다고 한다면 체인사업이 처음부터 가능하지 않다.

따라서 현재 만들어진 음식을 가지고 전국적으로 배송이 가능하도록 음식의 저장이나 보관 등과 같은 연구가 반드시 선행되어야 할 것이다.

8. 대중성을 갖추어야 한다

장인정신을 가지고 만드는 음식이라고 하여도 그것이 일반 고객에게 어필할 수 있기 위해서는 대중적인 음식으로 새롭게 개발되어야 한다

즉 전통의 우수한 음식맛을 살리면서도 이것을 조리하고 고객에게 제공하고 또 고객이 시식할 수 있는 방법은 지극히 편리하고 대중적인 방식으로 이루어져야 할 필요가 있다.

외식업에서 대중성이라고 하면 다음과 같은 요소들을 이야기한다.

즉 주간과 저녁의 매출이 같이 발생할 수 있어야 한다는 점입니다. 따라서 어느 한쪽·시간대에 몰리는 음식이라고 하면 서둘러서 보완을 해야 할 필요가 있다.

또 좌석회전율을 적정하게 유지할 수 있는가 하는 점이다. 일반 대중적인 식당에서는 이와 같이 신속한 회전율을 통해 활성화되는 메뉴를 만들어야만 적정한 이익을 유지하면서 영업이 가능하다.

또 주방에서 손쉽게 만들 수 있는 음식인가 하는 점이다. 아무리 좋은 음식이라고 하여도 주방의 공간을 고려하여야 하며 작은 주방에서 만들 수 있는 것이 아니라면 대중적인 점포로 성공하는 데에 장애가 되고 있다.

IV. 결 언

우리 전통 한식 메뉴의 개발에도 가치혁신(value innovation)은 그대로 적용이 가능하다고 생각한다. 현재의 고객에만 의존하지 말고 새로운 고객과 시장을 찾아 나서는 외식 경영인들의 역할이 절실하게 필요하다.

향후 우리 음식은 해외에서 크게 주목을 받을 것이 분명하며 이때 메뉴개발을 넘어서서 우리 음식과 동양의 사상을 결합한 총체적인 예술작품이 나오기를 희망한다