

BEST
CHOICE

맛집 섬김의 갑질(?)로 '초밥 전성시대' 예고한다

초밥&롤 전문점 '스시 Young'



'젊다·싸다·친절하다' 그리고 '배부르다'
가성비 끝내 줌은 '기본' 미소와 친절은 '덤'
그가 택한 광고는 '사람'... 최선만이 '살 길'
누구나 편하게 찾을 수 있는 초밥집 만들고파



스시, 우리말로로는 '초밥'이다. '스시'는 한국의 식혜(食醪)와 닮았다. 물고기에 소금 간을 해 초밥이나 메밥에 버무려 놓았다가 삭힌 후 먹는 생선식혜와 같은 조리법을 쓴다. 이 방법은 지금까지도 한국이나 일본에 전수되고 있지만 일본에서는 그 후 '하야시'라 부르며 즉석 음식으로 간소화시켜 몇 가지 요리법으로 분화했다. 쌀밥에 식초를 뿌려서 새콤하게 조미한 다음 김으로 싸서 '노리마키', 생선조각이나 기타 해물을 밥에 얹은 것이 '니기리즈시'이다. 그런가하면 두부 조각을 기름에 튀겨 만든 유부를 조미해 만든 후 그 속에 조미한 밥을 뭉쳐 넣은 것이 남녀노소 누구나 좋아하는 '이나리즈시'이다.

도시의 물론, 골목 어귀마다 어렵지 않게 눈에 띄는 초밥집. 그러나 크지도, 화려하지도 않은 규모와 달리 선뜻 들어서기가 쉽지 않다. 만만치 않은 가격 때문이기도 하지만 웬만큼 먹어서는 배를 채우기는커녕, 입맛만 버리기 일췌이기 때문일 것이다.

'만 원의 행복'을 현실로 만드는 '런치스페셜'

스시 young도 별반 다르지 않으리라 생각했다. 지난 달 회사 동료의 초밥타 일정에 마지못해 방문한 곳이었기에 더욱 그러했는지도 모르겠다. 적어도 음식을 마주하기 전까지는 말이다. 동료와 함께 이런저런 수다 몇 마디를 건네는 사이 주문도 하지 않은 '참치회 무침' 한 접시가 식탁에 놓였다. 서비스라 하기엔 과하다 싶을 만큼의 양이었다. 그때까지만 해도 별다른 감동은 없었다. 어차피 배도 부르지 않을 것, '제일 싼 것으로 먹자'는 의견에 합의한 우리는 9500원으로 표기된 '런치스페셜'을 주문한 뒤, 따뜻한 정종 두 잔을 곁들였다.

심여 분 쯤 되었을까? 깔끔한 도자기 접시에 가지런히 담겨진 초밥의 비주얼이 침샘을 자극했다. 그도 그럴 것이 그동안 접시 수와 지갑을 살피며, 겨우 허기만 달래야 했던 여타의 초밥집과는 사뭇 다른 모습이었으니 '혹시 비싼 메뉴를 잘못 시킨 것은 아닐까' 하는 의심마저 들었다. 식전 서비스 회에 이어 식후 등장한 향(香)깊은 우동을 보자 저절로 가격표에 눈길이 갔다. 그러곤 이내 스시영의 '왕 팬'이 되었다.

손님이 남기더라도 '배부르게 먹이자' 다짐

젊은 오빠 정은재 사장은 누가 봐도 의심할 여지없는 천상 '부산 사나이'였다. 웃음기 없는 수줍은 표정, 폐기 넘치는 눈빛, 무엇보다 군더더기 없는 짧은 대답이 그랬다.

지난 9월 송탄에 문을 연 일식집 '스시 young'은 우리가 아는 여느 일식집과는 사뭇 다르다. '젊다, 싸다, 친절하다' 그리고 '배부르다' 그렇다고 음식 맛이 나 직원들의 서비스가 소홀한 것도 아니다.

도대체 이렇게 장사를 해서 얼마나 남을지 걱정이 앞섰다. 별다른 포장 없이 '복'내 뱌는 정 사장의 대답이 압권이다.

"많이 팔면 손해는 나지 않는다. 사실 처음에는 조금 더 남겨 볼 요량으로 회도 얇게 떠 보고, 이것저것 머리도 굴려 봤다"며, "그러나 손님이 가장 먼저 알아차리더라. 먹는 음식으로 장난치면 안 되겠다는 생각이 정신이 번쩍 들었다. 그때부터 손님이 남기더라도 '배부르게 먹이자'는 생각을 했다"고 회상한다.

저렴한 가격, 친절한 서비스에 손님들 어께 '으쓱'

정 사장은 일식이 좋아 16살 어린 나이에 요리사의 길을 선택했다. 우연한 기회에 모교 선배인 일식요리의 대가 김원일 요리사로부터 요리를 배웠고, 군대를 다녀 온 뒤 본격적인 요리사의 길로 접어들었다.

그 뒤 서울에서 생활하다 얼마 전 지인과 함께 시작한 '스시 young'이 송탄에 3호점을 개점하면서부터 평택으로 오게 되었다. 이미 '오산 1호점'과 '향남 2호점'이 성공했기에 송탄에 개점한 3호점 역시 자신이 있었지만, 시내 상권이 아닌 주택가 어귀에 자리 잡은 탓에 걱정도 있었다. 물론, '입 소문만으로 승부하겠다'는 애초의 포부를 지키고자 적극적인 홍보도 하지 않았다.

그가 선택한 광고 매체도 '사람'이요, 마케팅 전략도 '사람'이었으니, 가게를 찾아오는 손님들에게 지극한 정성을 선보이는 방법만이 유일한 살 길이라 생각했다.