

오늘도 치맥하셨습니까?

드디어 불금이다. 세계 최강의 노동 강도를 자랑하는 한국인에게 불금이란 신성불가침의 영역이다. 기독교의 성금요일 ‘금육’도, 불가의 불살생도 먹히지 않는 날이다

대한민국의 모든 이들이 사랑하는 날. 퇴근을 하고 동료들과 한 잔 꺾기로 했거나, 연인들은 데이트 약속을, 혹은 가족들과 함께 하기로 했을 것이다. 사람들 만나서 한 주의 긴장을 풀며 할 수 있는 가장 재미난 일은 함께 먹는 일 아니겠는가. 그래서 골목마다 고기 굽는 냄새가 가득차고 배달 오토바이는 쉬지 않고 거리를 누비기 시작한다.

그런데 늘 고민이 앞서는 것이 메뉴를 고르는 일이다. 집에서 해 먹지 않는 이상 여러 명이 모여서 가장 만족도가 높은 외식메뉴는 무엇일까? 여기에는 몇 가지 제약이 따른다. 일단 호불호가 강하게 갈리지 않아야 한다는 것. 5인 이상 모였을 때 모두의 입맛을 만족시킬 메뉴를 고르기로 쉽지 않다. 그리고 가격대비 포만감이 있어야 한다는 것. 밥을 대신해 한 끼 식사로도 충분하지만, 너무 건전한 식사이기만 하면 너무 아쉽고 적당한 음주가 가능하다면 좋겠다.

이는 가족들끼리도 마찬가지다. 아이부터 어른까지 모두 맛있게 먹을 있는 메뉴가 생각보다 많지 않다. 물론 있긴 있다. 뇌에 꽃을 피우게 한다고 해서 한우 꽃등심. 하지만 그걸로 배도 채우고 안주로 삼기에는 우리의 지갑은 참으로 날씬하다. 그리하여 이런 난관을 모두 넘고 최적화된 메뉴는, 단언컨대 ‘치킨’일 것이다.

2만 원 안팎이면 4인 가족들 배가 부르고(삼겹살로 4인 가족들이 배를 채운다고 생각해 보라), 입맛에 따라 ‘후라이드 반 양념 반’, ‘간장치킨’, ‘파닭’, ‘오븐구이’, ‘불닭’을 시킬 수도 있다. 조금 비싼 브랜드 치킨도 있지만 요즘은 세트 치킨인 ‘두 마리 치킨’ 가게도 많아서 양은 걱정할 것 없다. 어른들은 취향에 따라 맥주나 소주를, 그리고 아이들은 콜라를 곁들여 먹을 수 있다. 치킨이야말로 끼니-안주-간식의 삼위일체를 이룰 수 있는 유일한 메뉴, ‘치느님’이다. 그리고 다양한 치킨메뉴 고르기도 귀찮다면 이 한마디만 외치면 된다. “반반 무 많이!”

치킨은 한국인들이 꼽는 대표적인 추억의 음식이기도 하다. 1970~80년대 ‘통닭’이나 ‘켄터키’의 이름으로 우리를 설레게 했던 치킨은 아버지의 월급날이나 생일, 소풍이나 운동회 때 빠지지 않는 메뉴였다. 튀김 기름의 압도적인 냄새는 주변을 유혹하기에 충분해서, 지금도 초등학교 운동회날 목 좋은 자리를 차지하고 있는 것은 동네 치킨점들이다. 내 아이가 잘 뛰었든 말든 일단 돛자리 깔고 닭다리를 뜯고 있는 풍경은 예나 지금이나 다르지 않다. 예전에는 닭이 통째로 유산지에 쌓여 누런 각대 봉투에 담겨 있었고 요즘은 피자박스에 담겨 있다는 것만 빼면 말이다.

또한 치킨은 축제의 음식이기도 하고 공동체의 음식이기도 하다. 적어도 부부나 연인들이 싸움을 하거나, 아이들이 시험을 죽 쏘고 온 날 치킨을 뜯지는 않을 것이다. ‘1인 1닭’ 시대라고 하지만 여전히 좋은 사람과 모였을 때 먹는 음식이 바로 치킨이다. 닭고기를 식사로 먹

는 서양은 오븐에 구운 로스트치킨을 선호하고, ‘프라이드 치킨’은 KFC에서 먹는 정도로 여긴다. 그리고 부분육 요리법이 발달해 있어서 가슴살, 다리, 날개 등을 정육 상태로 사고파는데, 한국은 여전히 닭 한 마리를 통째로 조리해서 먹는다. 또한 쫄깃한 식감을 유난히 좋아해서 닭 부위 중에서 가장 선호하는 부위도 닭다리다. 그러다 보니 이렇게 먹을 것이 넘쳐나는 세상에서도 ‘닭다리’를 누가 차지하느냐는 여전히 중요하다. 40~50대 여성들에게 ‘닭다리’는 늘 아버지나 오빠, 남동생에게 빼앗긴 한 댕헨(?) 부위기도 하고, 남자들도 형이나 동생에게 빼앗긴(대체 한국 사람들 중에서 누가 닭다리를 충분히 먹었던 것일까?) 부위다. 오죽하면 1985년 한국에 KFC가 진출하고 가장 환호했던 사람들은 당시의 여대생들이었을까. 그들은 KFC에 가서 원하는 부위를 골라서 시켜 먹을 수 있던 것이 굉장한 해방 경험이었다고 말한다. 무엇보다 미국식의 인테리어, 치킨무가 아닌 ‘코울슬로’ 같은 새로운 사이드메뉴가 당시 여대생들을 열광케 했다.

여하튼 백숙으로 삶아 먹거나 ‘도리탕’으로 볶아 먹던 닭은, 주로 튀기거나 구워 먹긴 하지만 여전히 한 마리를 통째로 식구들이 나누어 먹는 것은 우리 음식문화에 각인되어 있는 흔적이다. 요즘 세련된 인테리어를 내세운 카페형 치킨점에서는 개인 포크와 집게, 접시를 주기도 한다. 하지만 대개 그냥 손으로 들고 뜯어 먹는다. 그리고 손에 양념이 묻으면 손가락을 빨아 먹는 이 원초적인 식사매너라니! 치킨은 관계의 친밀성이 받쳐주어야만 맘 편하게 즐길 수 있는 음식이기도 하다. 고향인 아프리카에서 미국으로 끌려가 노예 생활을 하던 흑인들의 ‘소울푸드’로 알려진 프라이드 치킨이 이제는 지구 반대편 한국인의 ‘소울푸드’ 노릇을 하고 있는 셈이다.

닭은 흔한 식재료다. 그런데 대부분의 사람들이 집에서 후라이드 치킨을 만들어 먹을 생각은 하지 않는다. 치킨은 처음부터 사 먹은 음

식으로 자리 잡았는데, 이유는 치킨이 튀김이기 때문이다. 외식 메뉴로 단단하게 자리 잡은 대표적인 메뉴가 ‘짜장면’과 ‘후라이드 치킨’인 이유는, 아무리 해봤자 집에서 그 맛이 안 나고 사 먹는 것이 훨씬 합리적이라는 결론에 닿았기 때문이다.

일단 튀김요리가 갖는 특징은 주재료에 튀김옷을 입혀야만 우리가 원하는 바삭한 식감이 나온다는 것이다. 그 바삭한 식감을 좇다 보니 요즘은 “튀김을 시켰더니 서비스로 닭이 왔다” 는 말을 들을 정도로 튀김옷이 과해지는 경향이 있다. 그런데 그것이 우리가 사랑해마지 않는 크리스피 치킨의 본질이다. 오죽하면 ‘크리스피(crispy)’겠는가.

그리고 식용유가 필요하다. 닭 한 마리를 튀겨 낼 정도의 양이면 페트병에 들어 있는 가정용 식용유 한두 병으로 어렵도 없다. 그리고 무엇보다 큰 닭이 폭 잠길 만한 튀김솥이 가정에는 없다. 이 모든 조건이 다 갖춰졌다고 해도 가정용 가스렌지로 기름 온도를 높이려면 한참 기다려야 한다. 자, 그래도 불굴의 의지로 튀겨 낸 홈메이드 후라이드 치킨의 맛은 어떨까? 바로 엄마의 손맛이다. 즉 맛은 심심한데 다 닭살은 쫄쫄하고 시간이 조금 지나면 바로 녹진녹진한 상태로 변할 것이다. 그러다 식으면 바로 돌덩어리처럼 굳는 것이 바로 홈메이드 후라이드 치킨이다.

그 이유는 바로 염지의 마법이 빠졌기 때문이다. 우리가 먹는 치킨은 반드시 염지 과정을 거치는데, 이 염지라는 것에는 소금과 후추 뿌리는 수준을 넘어선 수많은 ‘마법의 가루’가 들어간다. 이 마법의 가루는 향미를 증진시키는 것은 물론이고 닭고기의 근육의 조직을 끊어내서 촉촉하게 만드는 기능도 한다. 물론 유통기한 늘려 놓을 수도 있는 것은 옵션.

그리고 파우더의 비밀도 숨어 있다. 그저 닭조각이 커 보이라고 튀김옷을 입히는 것이 아니다. 치킨은 배달음식이거니와 천천히 술과 함께 먹는 안주다. 배달이 완료될 때, 그 뜨거운 열기로 닭조각들이

서로 엉겨 붙어 쪽쪽 늘어져 있다면, 우리는 이토록 치킨을 사랑하지 않았을 것이다. 도착했을 때의 그 뜨거운 바삭함이 중요하다. 이건 물론 배달맨의 투혼이 반겨 주는 것이기도 하지만, 튀김 파우더의 능력이 더 중요하다.

그래서 결론은 후라이드 치킨은 사 먹는 음식이라는 것이다. 그리고 치킨은 튀김요리라는 것이다. 그래서 우리는 모두 알고 있지 않은가? 치킨은 결코 ‘영양 간식’이 아니라는 것을 말이다. 튀김요리에 우리가 건강을 기대하지는 않는다는 것이다. 그저 그 바삭한 식감과 고소한 향미가 혀와 뇌를 즐겁게 만들면 족한 음식인 것이다. 게다가 튀김이라는 조리방법을 빼더라도, 치킨의 핵심 원료인 닭이 그다지 건강하게 자라지 않는다. 작년부터 올해 상반기까지 아직도 조류독감으로 전국이 들썩이고 있다. 애꿎은 철새 탕을 하고는 있지만 지난 몇 년 구제역과 조류독감 등 반복되는 동물전염병이 사실은 엽기적인 수준의 축산환경에 기인한다는 것은 잘 알려져 있지 않은가. 어차피 계란에서 병아리로 태어나는 데 열흘 남짓, 거기서 중병아리 정도로 자랐을 때 세상 밖으로 ‘떡허러’ 나오는 것이 우리 치느님의 운명 아니던가. 치맥을 먹으면서 좀 더 쿨하게 보이려면 “건강 따윈 필요 없어!”를 외치는 것이 나올 것이다. 건강과 다이어트를 생각한다면 튀김옷을 벗겨 먹는 일이 얼마나 우스운 것인지 이 책을 통해서 깨달을 수 있을 것이다. 기왕 먹는 후라이드 치킨, 뺏속까지 쪽쪽!

하지만 치킨의 위엄은 하늘을 찌른다. 한국에서 치킨은 1997년 이후에 단 한 번도 외식메뉴 1위 자리를 내어 준 적이 없다. 햄버거와 피자도 감히 넘볼 수 없는 패스트푸드의 황제. 그리고 이 독재는 앞으로도 이어질 것이다. 닭(육계) 시장을 제외하고도 순수하게 치킨 시장을 연간 3조 정도로 예측하고 있으니, 치킨은 그 자체로 독립 산업이다. 무슨 조화인지 주기적으로 치맥은 당기게 마련이고, 눈만 뜨면 새

로운 치킨 메뉴가 출시되니 지겨울 틈도 없다. 가격과 서비스 경쟁은 세계 최고인지라 콜라나 ‘무 많이’ 정도로는 어렵도 없다 요즘에는 아예 쓰레기봉투까지 주면서 뒤처리까지 책임져 주는 치킨집도 생겼다. 오늘 시켜 먹은 치킨이 맛이 없어도, 혹은 새로운 치킨을 먹고 싶어도 걱정할 것 없다. 집 앞에 쌓여 있는 전단지과 쿠폰북 절반 이상이 치킨이 차지하고 있기 때문이다. 치킨을 시켜 먹는 것보다 더 쉬운 선택이 우리 인생에 또 있을까?

그런데 한국 사람이 유독 치킨을 사랑해서 치킨집이 많은 것일까? 치킨이 1등을 하기 시작한 1997년은 한국이 고난의 행군이 시작된 시기와 딱 맞는다. 즉 많은 사람들이 직장에서 쫓아져 나와 치킨집을 차렸고 차릴 수밖에 없었다. 산이 저기에 있어서 올라갈 뿐이라는 어느 등산가의 말처럼, 치킨집이 많이 있기 때문에 많이 먹는다고 보면 맞다. 먹다 보니 그야말로 ‘습관’이 됐고 ‘중독’이 됐을 뿐.

한국은 OECD 국가 중에서도 자영업 비율이 지나치게 높은 나라다. 공공부문의 고용 흡수가 미약하고, 기업의 고용안정성이 바닥 수준이다. 그렇다 보니 부동산 임대비와 자녀 교육비로 돈이 쪽쪽 빨려 들어가는 시기인 40대 중후반에 자의든 타의든 월급쟁이 신세가 청산되고 만다. 이제는 아예 취업 전선의 징집이 원천 거부되어 아예 창업 쪽으로 진로를 정하는 청년들도 많다.

노골적으로 말하면 다른 외식업에 비해 치킨점은 창업 비용이 적게 드는 편이다. 무엇보다 요리라고는 라면밖에 끓여 보지 못한, 소위 아저씨들도 3~4일 교육을 받으면 일단은 창업이 가능하다. 250여 개—이 글을 쓰는 순간에도 새로운 치킨 프랜차이즈와 망하는 치킨 프랜차이즈가 생겨나고 있을 것이다—에 육박하는 치킨 프랜차이즈 본사들은 ‘대박신화’를 설파하면서 누군가의 퇴직금과 적금을 주목하고 있다. 하지만 알면서도 속고 몰라서도 속으면서 일단 창업에 뛰어들게 된다. 인생 치킨 아니면 떡볶이니까.

현재 한국의 치킨점은 3만 5000에서 5만여 곳으로 추정한다. 등록되어 있는 치킨점만 따진다면 3만여 개 정도지만 노점 형태의 닭강정이나 닭꼬치, 트럭 통닭구이까지 합치면 대체 몇 개의 치킨집들이 있는지 가늠하기가 어렵다. 간략한 통계를 보자면 2002년에서 2012년 사이에 개점한 치킨점은 전국적으로 7,400여 개 정도다. 특히 2002년 월드컵의 영향으로 기하급수적으로 치킨집이 늘어났다. 지난 10년 동안 신규 진입한 7,400여 개의 치킨집들 중에서 5,000여 개의 치킨점이 제대로 닭을 튀겨 보지도 못하고 문을 닫았고, 지금도 닫고 있을 것이다. 워낙 치킨집이 많다 보니 사실 동네에 몇 곳이 있는지 제대로 세어 보기도 힘들다. 정확한 통계를 뽑기도 어려운 것이 문을 열자마자 석 달도 채우지 못하고 문을 닫는 곳이 수도룩하기 때문이다.

최근 한 인기 드라마에서 여주인공이 맛깔스럽게 ‘치맥’하는 장면이 나왔다. 이 드라마 열풍으로 중국에도 치맥 열풍이 불고 있다 한다. 이미 전 세계에서 미국 다음으로 KFC 매장이 많은 중국에서 ‘한국식 치킨’ 맛을 보기 위해 줄을 서서 기다리고, 이를 두고 음식 한류의 조짐까지 보인다고 연일 언론에서 호들갑을 떨고 있다. 그런데 이 드라마 인기가 치솟던 지난 2월, 전라도의 한 양계 농민은 조류독감의 파고를 견디지 못하고 스스로 생을 접었다. 같은 시기 국내 굴지의 육계회사들의 주가는 상종가를 쳤고, 주식 예닐리스트들은 당분간 상종가 수준에서 ‘보합세’를 유지할 것이라며 투자를 적극 권유를 하는 중이다. 닭도 죽고 양계 농민도 죽었는데 닭회사는 잘나가고 있다. 이것이 무슨 조화일까.

오늘도 아파트 엘리베이터에 진한 향기가 퍼진다. 엘리베이터가 올라가는 그 짧은 순간에 배달 아저씨는 냉장고 부착용 치킨 전단지를 손에 쥐어준다. 아저씨가 내려도 치킨 냄새는 남아 있다. 아마 누

군가가 이 엘리베이터를 연이어 탄다면 그 강렬한 향취에 집으로 뛰어 들어가 전화번호를 누를지도 모른다. “여기 반반 무 많아요!”

이 책은 ‘프라이드 치킨’ 이 아닌 ‘후라이드 치킨’에 대한 이야기이다. 그리고 나는 대한민국의 안부를 이 말로 묻고 있는지도 모르겠다. 여러분, 오늘도 치맥하셨습니까?