

밀가루의 근현대사

2025 여름

iM뱅크의
지역사랑지
향토와문화
115호



향토와문화 115호 2025 여름 밀가루의 근현대사

iM뱅크

대구은행의 새 이름
iM뱅크

상류층의 특별식에서 일상의 대중음식이 된 밀가루 음식.
우리가 맛있게 먹는 그 음식 속에
넓게는 세계사에서부터 동아시아사, 그리고 한국 근현대사의
많은 이야기가 들어 있습니다.

북경에서 선교사로부터 대접 받은 서양떡의 달콤함을 기록한 연행사,
입맛을 잃은 연로한 임금을 위해
자신이 맛본 달콤하고 부드러운 계란병을 만들고 싶었던 어의의 충직함.
제분공장에서 나오는 눈처럼 희고 고운 밀가루는 그림의 떡이요,
거칠고 질 나쁜 밀가루로 수제비와 밀가루죽을 해 먹었던 일제강점기의 서민 대중.
한국전쟁 이후 쏟아져 들어온 미국의 원조 밀가루,
식량 부족문제를 해결하기 위한 정부 차원의 반강제적인 혼분식장려운동.
이후 고도성장기를 거치며 폭발적으로 늘어난 밀가루 소비는
이제 우리 일상이 되었습니다.

팔소를 넣은 만주, 고학생의 눈물이 서린 호떡의 시대를 거쳐
이제 일본과 미국, 유럽의 선진기술을 받아들인
한국의 제빵제과업계는 전성기를 구가하고 있습니다.
청국 노동자들의 음식에서 한국인의 입맛에 맞춰 재탄생한 짜장면과
원조를 넘어서서 세계인의 입맛을 사로잡은 한국 라면은
밀가루 음식의 또 다른 축을 형성하고 있습니다.

혀끝을 녹이는 달콤한 빵과 추억 어린 짜장면,
나만의 비법을 자랑하고픈 라면 한 그릇,
그 속에 깃든 우리 근현대사를 이야기하려 합니다.





밀과 제분산업

8 한국사의 질곡을 품은 식재료, 밀가루

소준철



제빵제과

34 한국 제빵제과 연대기

고영



2025 여름



iM뱅크의 지역 사랑지 향토와 문화 115

밀가루의 근현대사



iM뱅크 사외보 계간, 비매품

발행인 황병우

발행일 2025년 6월 30일

편집인 문종윤

발행처 대구광역시 수성구 달구벌대로 2310

iM뱅크 홍보부 053-740-2054

e-mail dgbmagazine@dgbfn.com

기획 및 디자인 올댓플랜 씬

인쇄 (주)한성퍼앤아이



짜장면

64 짜장면에 매혹된 이탈리아 셰프의 한국 짜장면 연대기

박찬일

88 특집1 | 대구 명물 '야끼우동' 탄생 비화

이정희



라면

98 한국 라면 연대기

고영

126 특집2 | 구미라면축제

엄명숙



● 사진 허진우, 안창석
제작 지원 및 독자 관리 최현주
기획편집 엄명숙
디자인 박수진
일러스트레이션 asokomin

이 책에 실린 모든 내용은 iM뱅크의 공식 견해가 아닌
필자 개인의 사견임을 밝힙니다.
이 책에 실린 모든 콘텐츠의 저작권은 필자 및 사진작가,
소장기관에 있습니다. 신저작권법에 의해 보호받는 저작물이므로
무단 전재와 복제를 금합니다.

● 제호 설명
대구경북은 우리나라 역사의 맥을 이어온 자랑스런 고장이며, 대구
경북인은 항상 역사의 주역으로 오천 년 역사를 이끌어 왔습니다.
우리 조상들이 남기신 얼을 찾아 오늘에 되살리고 미래를 대비하는
일은 오늘을 살아가는 우리들의 몫이며, 사명이기도 합니다. 따라서
지역에 뿌리를 내리고 있는 iM뱅크는 이러한 문화 살리기 운동에 앞
장선다는 의미에서 본지의 제호를 '향토와 문화'라 정하였으며, 앞으
로 이러한 지역 사랑 운동을 지속적으로 펼치고자 합니다.
이제 시중은행으로 전환하여 더 큰 발걸음을 내디딘 iM뱅크의 사외
보 '향토와 문화'는 대한민국 곳곳으로 그 시각을 넓혀 창간의 정신
을 견지하며 튼튼하게 그 길을 가려 합니다.

밀과 제분산업

“좁쌀 한 알에도 우주가 담겨 있다”는 말처럼 밀가루 한 줌에도 선사시대부터 현대에 이르기까지 이 땅을 둘러싼 사회, 경제, 정치, 문화의 변화가 다 담겨 있습니다.

오랜 시간 권력과 풍요의 상징으로 혹은 구휼과 생존을 위한 약이 되기도 했던 밀가루는 제분기술의 혁신과 전 지구적인 시장이 등장하며 식민지 조선에서 그 풍경이 크게 변합니다. 제분공장에서 나온 희고 고운 밀가루는 일반 민중은 가까이 할 수 있는 고급 식재료였습니다.

하지만 해방 이후 미국의 원조 밀가루가 대량 유입되며 한국인의 일상으로 들어온 밀가루는 식량 부족을 해결하는 중요한 역할을 했을 뿐 아니라 대중적인 식재료로 변모했습니다.

부담 없이 편리한 한 끼, 일상의 간식이 된 밀가루, 그 역동적인 변화상을 둘러보고자 합니다.



한국사의 질곡을 품은 식재료, 밀가루

글_소준철·전남대학교 역사문화연구소 학술연구교수



세계 최초로 정착 농경이 발생한 서아시아의 비옥한 초승달지대(초록색 부분)

밀은 언제 한반도에 들어왔을까

밀은 오늘날 쌀과 함께 주요 곡물로 여겨지지만, 과거 동아시아에서는 중심 작물이 아니었다. 밀의 기원은 서아시아와 아프리카 지역으로, 요르단의 와디 엘지랏^{Wadi el-Jilat}에서 기원전 7500년에서 7300년 사이에 처음 재배되었던 흔적을 찾을 수 있다. 이곳은 메소포타미아 문명의 발원지로, 강이 발달하여 강수량이 풍부했기에 세계에서 처음으로 정착 농경이 발생하여 '비옥한 초승달지대^{fertile crescent}'로도 불린다.

이 밀이 한반도로 유입되는 과정에 대해서는 새로운 설명이 필요한 상황이다. 오랫동안 서아시아와 아프리카의 밀이 중국을 거쳐 한반도에 유입된 것으로 여겨졌다. 연구자들은 기원전 2000년대 후반기 유적인 황하유역에서 이뤄졌던 밀 재배를 최고^{最古}로 보고, 이후 한반도에 전래되었으리라고 추정해 왔다. 고고학자 이경아는 2014년 발표한 논문을 통해 동아시아에서 작물화된 밀의 발견을 산둥성 룡산^{山东省龙山} 양성진^{两城镇} 기원전 2600~2000과 조가장^{赵家庄} 기원전 2579~2200의 사례를 우선 고려해야 한다고 밝혔다. 이러한 맥락에서 보면 한반도의 경우, 기원전 300년경 원삼국시대에 밀 재배가 시작됐다는 설명이 제시되며, 평안남도 대동군 미림지에서 최초의 밀 유적이 발견된 것이 그 근거로 제시된다.

그러나 최근 한반도에서 밀 재배가 더 일찍 시작되었을 수 있다는 연구가 발표되었다. 고고학자 안승모는 밀이 중국에서 한반도로 유입된 것이 아닐 수도 있다는 가능성을 조심스럽게 제기했다. 서울대 기초과학교육연구공동기기원 AMS연구실에서 충청북도 옥천군 대천리 신석기 유적지에서 발견된 밀의 탄소 연대를 측정해 보니, 밀의 연대가 기원전 3500~3000년에 해당한다는 결과가 나왔다. 이는 동아시아에서 가장 이른 맥류 연대이다. 그렇지만 중국 유래설을 뒤집을 수 있을 만큼, 새로운 밀의 유입 경로와 재배법 고안에 대한 설명은 미진한 상태다. 그럼에도 고고학계 내부의 이러한 발견과 문제 제기는 무척 흥미롭다.

고려시대에는 누가 어떻게 밀을 요리해 먹었을까

밀의 한반도 유입에 관한 의견 다음으로 살펴볼 수 있는 건, 밀의 쓸모와 그 방법이다. 밀이 반드시 밀가루로 만들어져 식용되었다고 보기는 어렵다. 안승모는 자신의 연구노트인 《중국농경》²⁰⁰⁴에서 중국과학사가 조지프 니덤^{J. Needham, 1900~1995}의 《중국과학기술사》 일부를 인용하며, "죽의 형태인 포리지^{porridge}"로 소비했을 가능성이 높고, 가루를 내더라도 "날알을 볶아 가루로 만드는 티베트 요리의 하나인 찜바^{tsamba}"로 만들어 먹었을 가능성도 내비쳤다.

밀을 먹는 방식에 있어, 한반도에서 가장 오래된 기록은 고려시대의 사정을 담은 《선화봉사고려도경》에 있다. 이 글은 1123년 송나라 사절단의 일원이었던 서공이 1개월 남짓 주로 개경에 머물며 본 것을 다룬 것으로, '식사 접대'와 '연회'에 관한 내용에 밀과 관련한 이야기가 적혀 있다.

"사신이 고려 경내로 들어오면 ... (고려 정부가) 식사를 제공"하는데 "음식은 10여 종인데 면식^{麵食}이 먼저이고, 해물은 꽤 진기하다." 또한 "나라 안에 '밀'이 적어 모두 상인이 (중국의) 경동도^{京東道} 송나라 당시 산둥성 지역로부터 사들이니 '면' 가격이 대단히 비싸 큰 잔치가 아니면 쓰지 않는다."

여기서 알 수 있는 건, 그 양은 정확히 알기 어렵지만, 고려에서 밀의 재배가 이뤄지고 있었다는 점이다. 밀 재배 자체를 추정할 수 있는 건, 《고려사》¹⁴⁵¹에서도 찾을 수 있다. 고려



송나라 휘종 때 문인들의 모임 장면을 그린 문회도(부분). 화려한 상차림을 위해 부지런히 일하는 시동들의 모습도 눈에 띈다. 타이베이 고궁박물관

성종 8년⁹⁸⁹, 성종이 자신에게 '시무 28조'를 건의하여 국가체제 정비에 기여했던 최승로의 죽음을 애도하면서 그를 태사^{太師}로 추증하며 “베 1000필, 밀가루^麵 300석, 갱미^{薑米} 500석 등”을 부의로 보냈다. 여기서 고려 때 ‘밀’ 재배가 이뤄지고 있었음을 추정할 수 있다. 《고려사》에는 300여 년 후인 원종 13년¹²⁷², 당시 원의 속국이었던 고려정부가 원의 군대에 언제까지 양곡을 보급해야 하는지 묻는 문서도 있다. 이는 고려에서 밀을 가을에 파종하여 여름이 시작될 무렵에 수확했다는 것을 알게 한다.

(원) 황제의 명령을 들어 귀국의 군대에 군량을 공급하는 것은 가을까지 하는 것으로 한정하였으며, 농우^{農牛}·농기구·종자 등은 일찍이 다 마련하여서 종전사^{種田司}로 보내어 때에 맞추어 파종하게 하였으며, 현재^{1272년 음력 6월} 보리와 밀^{小麥}은 수확을 마쳤고 벼는 익는 중

그러면 이 ‘밀’을 어떻게 먹었을까. 서궁이 말한 ‘면식’이 무엇일지 생각해 보자. 최근 생산된 글을 보면, 서궁이 말한 ‘면식’과 ‘면’을 현대의 국수로 바로 해석하는 경우가 많은데, 그

렇다고 단정하기는 어렵다. 음식사가인 주영하는 면식과 면이 ‘국수’가 아니라 ‘밀가루로 만든 음식’을 넓게 이르는 말이라고 보았다. 이는 이전 시대였던 후한^{1~3세기}에서 밀가루로 만든 음식을 ‘호병^{胡餅}’이라 불렀고, 송나라^{10~13세기}에 들어 그 표현이 ‘면식’으로 바뀌었다는 주장이다. 이를 고려한다면, 당시 고려의 연회장에서 제공된 면은 구체적인 요리법이라기보다는 하나의 범주일 것이다. 이때 서궁이 말한 ‘면’이란 후한의 ‘호병’을 가리키는 것으로, 다음 요리법으로 만든 요리 중 하나 혹은 몇 가지이거나 그 변형일 가능성이 높지 않을까 싶다.

후한부터 전해져 온 오래된 요리로는 만두와 빠오즈처럼 증기로 찌는 ‘증병^{蒸餅}’, 국수나 수제비처럼 뜨거운 물에 삶는 ‘탕병^{湯餅}’, 불에 구워서 익힌 ‘소병^{燒餅}’/‘노병^{爐餅}’, 기름에 튀긴 ‘유병^{油餅}’, 속에 깨를 넣은 ‘마병^{麻餅}’ 같은 것들이 있고, 송에 들어 새로이 개발된 오동나무 껍질 속 섬유질을 말려 갈아 밀가루와 함께 반죽하여 만든 국수인 ‘동피면^{桐皮麵}’, 돼지고기 편육을 넣은 국수인 ‘삽육면^{揷肉麵}’, 수제비처럼 밀가루 반죽을 뚝뚝 떼어 필필 끓는 물에 넣고 삶은 국수 ‘대오면^{大煑麵}’ 정도를 일단 상상할 수 있을 것 같다.

‘소맥’이자 ‘밀’이라는 표현

고려시대에 씌어진 《선화봉사고려도경》에서는 밀이나 밀로 만든 요리를 ‘면’ 혹은 ‘면식’으로 불렀고, 조선시대에 씌어진 《고려사》에서는 ‘밀’을 두고 ‘면’과 ‘소맥’으로 적었다. 그렇다면 조선시대에 들어 그 표현은 어떻게 변했을까? 《조선왕조실록》을 살펴보면, 세종 6년 밀가루를 의미하는 ‘진말’(眞末, 가루 중에 가장 좋다 정도의 의미)이 처음 등장한다.

‘밀’과 ‘밀로 만든 요리’ 등에서 ‘밀가루’로 확장된 셈이다. 게다가 한글의 등장으로, 조선시대 밀가루는 ‘眞末’이라는 한자와 ‘밀가루’(→밀가루→밀가루)와 같은 한글 표현으로 병기됐다. 이때 ‘진말’이나 ‘밀가루’가 가리키는 뜻은 단출하다. (현재의 표준국어대사전과 고려대한국어대사전에서와 같이) 밀가루는 “밀을 빻아 만든 가루”로 정의된다.



우리나라 말에서는 예부터 중국 문자를 진서^{眞書}, 참글라 하고 훈민정음을 언문^{諺文}, 사투리이라 하여 통칭 진언이라고 불렀다.

- 황현, 《매천야록》 권2

황현의 말처럼 조선에서 한문과 한글은 그 위상이 달랐다. 그래서인지 한자인 '진말'과 한글 '밀가루' 사이에서 그 쓸모가 다르게 나타난다. 먼저 한자어 '진말'은 주로 빈객의 연향이나 종실 및 재신^{宰臣}의 음식물을 관장한 예빈시^{禮賓寺}에서 관리하는 재료로 논해졌고, 대체로 외국 사신을 응대하거나 관료가 죽었을 때 부의품으로 하사하는 용도로 사용됐다. 반면에 '밀가루' 등 한글 단어의 쓸모는 대개 처방을 위한 재료로 생각된다. '밀가루'(1466년, 《구급방언해》^{救急方諺解}, 상: 9), '밀가루'(1608, 《언해두창집요》^{諺解痘瘡集要}, 상: 69~71), '밀가루'(1868, 《의종손익》^{醫宗損益}, 36~37)를 거쳐 현대 국어 '밀가루'로 변화했는데, 이때 밀가루는 대개 특정한 병에 대한 처방으로 언급됐다. 예를 들면, '밀가루'는 삼중서^{三中書} 혹은 중서^{中書}, 그러니까 여름에 더위로 인해 체온 조절 기능에 이상이 생겨 발생하는 질병에 대한 처방으로 제시된다. 중서에 "밀가루 혼 兩^兩을 두 손 물 혼 中^中에 프러 머그라"는 말로, 현대어로는 "밀가루 한 냇을 따뜻한 물 중잔 한 잔에 풀어 먹으라"는 의미였다. 정리하자면, 밀은 꽤 귀한 재료로서 빈객을 모실 때 쓰거나 높은 관료의 부의품이었고, 때로는 이런저런 처방의 재료였다.

드물고도 귀한 '밀'

지금과 달리 조선시대까지만 해도 '밀'은 주된 곡식이라고 보기 어렵다. 《농사직설》^{農事直說}, 1429에서 "(대맥인) 보리와 (소맥) 밀은 신구 곡식 사이의 식량을 이어가는 접식으로 농가의 가장 급박한 식량원"이라고 했지만, 주영하는 그 생산량이 적었을 것이라고 추정한다. 그 이유로 《세종실록지리지》에서 "경상도, 전라도, 함길도"의 부세(賦稅, 세금)를 매겨 부과하는 일) 대상으로 "쌀, 콩, 밀, 참깨" 등을 거론했지만, 해당 지역에서 경작하는 데 적합한 작물인 토의^{土宜} 대상으로는 여기지 않은 것을 제기한다.

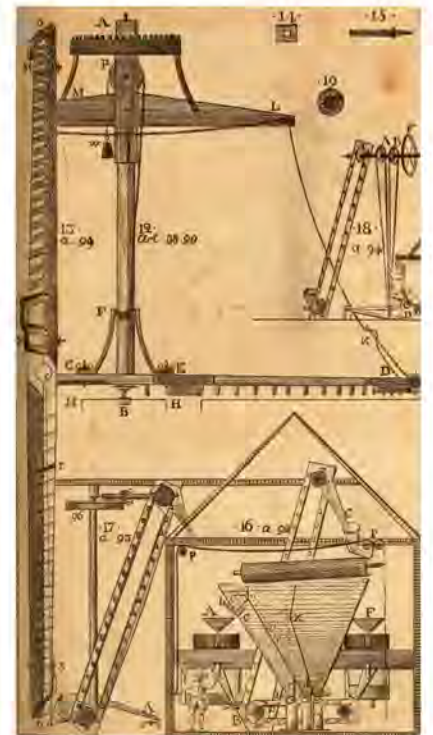
여기서 주영하는 흥미로운 설명을 내놓는다. 낮은 생산에도 불구하고, 조선에서 나온 음식서에 왜 밀가루를 활용한 음식이 자주 나오는지에 대한 이유다. 예컨대, 임진왜란과 병자호란을 모두 경험한 장계항^{張桂香}, 1598~1680의 한글 조리서 《음식디미방》에는 밀가루를 넣은 음식이 34회나 나온다. 주영하는 이에 대해 실제로 밀가루 음식을 해먹었다기보다는 "밀가루를 이용한 음식이 중국의 조리서에 많이 나왔고, 그것이 고급음식이란 인식"이었기에 수록한 것이라 말한다. 특히 "밀가루의 양을 많이 갖추어야 하는 음식은 단지 상화, 다식,

그리고 약과^{藥果}* 정도였고, 그 외에 밀가루를 이용한 음식을 볼 때 대량의 밀을 확보할 필요도 없었다. 이는 고급한 재료를 사용하며 "사대부가의 체통을 지키는 일"을 했던 셈이다.

이쯤 되면 밀가루가 자주 쓰이는 재료가 아니라는 것은 알 수 있다. 그러나 곡물가루를 반죽으로 만들어 뽑는 '국수'라는 음식 유형이 꽤 오랫동안 지속되어 왔다. 다시 말하자면, 밀가루가 귀한 것이라면 당대 흔한 곡물가루가 있었을 것이다. 예컨대 고려 후기 이규보는 《동국이상국집》¹²⁴¹에서 자식이 태어나 7일째 되는 날 손님을 맞이하며 이런 시를 지었다. "고명한 세 학사가 너의 탕병국수의 손님이 되었네"라고 말이다. 이때 국수는 밀가루가 아닌 무엇으로 만들었을까? 이규보의 아들 삼백이를 축하하러 온 이들이 무엇으로 만든 국수를 먹었을지는 알 수 없지만, 조선에 들어서면 국수는 대개 메밀가루로 만들었다. 조선 후기 실학자인 서명응의 《고사십이집》^{效事十二集}, 1771~1783년 사이 편찬 추정에는 국수는 본래 밀가루로 만들어야 하나 조선에서는 메밀가루로 만든다고 말한 바 있다. 최근 국립민속박물관의 정현미는 《민족문화대백과사전》의 '국수' 항목에서 전통시대의 조리서를 분석한 결과를 인용하며 "우리나라 국수의 재료는 메밀가루, 밀가루, 녹말가루의 순"이었다고 보았으니, 크게 다를 것 같지는 않다.

미국 밀가루의 근대 동아시아 진출

근대에 들어 밀가루는 소량생산-소량소비 체제에서 대량수입-대량소비 체제로 전환되었고, 이는 일국의 문제도 동아시아 차원의 문제도 아닌 전 지구적인 차원에서 시도됐다. 그 시작은 미국에서였다. 본래 인간과 동물의 힘을 이용해 맷돌을 돌려 갈거나 물레방아나 풍차를 이용해 갈던 것과는 다른 변화가 일어났다.



올리버 에반스가 제시한 자동제분 체제. 다섯 대의 기계로 구성되어 있고, 곡물이 마차의 자루에서 실려와 밀가루가 만들어질 때까지의 과정을 일원화했다.

* 상화: 霜花, '쌍화점'으로 유명하며, 밀가루를 술로 반죽해 발효시킨 다음 거피팔소를 넣고 찐 음식
* 다식: 茶食, 곡물을 가루 내어 꿀 또는 조청에 반죽하여 다식판에 박아 문양이 양각으로 나타나게 만든 음식
* 약과: 藥果, 밀가루를 꿀, 참기름으로 반죽하여 약과판에 박아 식물성 기름에 지져 만든 유밀과

오토매틱Automatic이란 롤러 밀roller mill 제조사는 1784년 미국의 필라델피아에서 발명가 올리버 에반스O. Evans가 제분 과정을 통합한 자동제분 체계를 통해 곡물의 운반과 이동을 자동화한 것을 그 시작으로 본다.

더 큰 변화는 '롤러 밀 제분'의 등장이었다. 1830년 스위스의 엔지니어 야콥 줄츠베르거J. Sulzberger가 주철로 만든 롤러를 설치했는데 처음에는 맷돌이 갈지 못한 중간분쇄물을 마저 가는 보조적인 역할이었지만 1870년대에 이르러 골이 있는 철제 롤러가 등장하며 맷돌을 대체했다. 나아가 증기 동력과 벨트 구동장치 덕분에 롤러 밀에 동력이 공급되면서 일관된 힘으로 우수한 품질의 밀가루를 생산하게 되었고, 이러한 롤러 밀 체계는 국제적인 차원에서 산업표준이 됐다.

그렇다면, 19세기 전 세계 밀가루 생산의 중심은 어디였을까? 미국의 역사학자 데이비드 노르드David P. Nord에 의하면 초기 제분산업을 이끌어 낸 도시는 바로 미국 미네소타주의 미니애폴리스였다. 이곳은 밀 재배 지역과 근접했고, 안정적인 수력 에너지가 있었으며, 급속한 철도 노선 확장으로 미대륙에서 중요한 결절점이었다. 게다가 에드문드 라 크루아E. La Croix가 발명한 미들링스 정제기middlings purifier로 배아를 효과적으로 분리하는 기술이 더해졌고, 이는 밀가루의 수율과 품질을 획기적으로 향상시켰다. 더욱이 19세기 말 제임스 와트가 발명한 증기기관이 적극적으로 도입되며 공장의 위치 역시 자연조건에 얽매이지 않게 되었고, 더 큰 규모의 생산시설 건설이 가능했다. 1918년만 하더라도, 미니애폴리스를 기반으로 한 워시번-크로스비사Washburn, Crosby Company가 4개 도시에서 12개 제분소를 운영하며



미니애폴리스 최초의 제분소인 워시번-크로스비사의 A 제분소

하루 6만 배럴 이상의 밀가루를 생산했다.

1880년대 미국 최고의 제분 중심지가 된 미니애폴리스는 1916년 1850만 배럴(미국 전체 생산량의 20% 상회)의 밀가루를 생산하며, '세계 제분의 수도'라 불렸다. 이곳에는 워시번-크로스비사 외에도 대형 제분회사가 3개나 있었

고, 그중 한 군데는 당시로서는 세계 최대 규모인 하루 1만 2000배럴의 생산성을 자랑했다.

이런 상승세를 바탕으로 미국에서는 1912년 7831개의 상업용 제분소가 운영되었다. 이는 제분기계와 설비산업이 극적으로 성장했고, 소수 대규모 제분소의 독점이 아니라 중소 규모의 제분소가 극도로 확산된 결과이다. 즉 제분산업이, 최종 소비재의 생산이 아니라 생산수단과 생산양식의 혁신과 확산으로 이뤄졌음을 알려 준다.

이렇게 팽창한 미국의 제분소는 아시아 시장으로 진입했다. 19세기 후반부터 서부 캘리포니아를 근거로 하는 회사들이 미국의 잉여 밀가루를 중국에 수출하기 시작했다. 미국은 1844년 성립된 왕샤조약望廈條約으로 밀가루 무관세 혜택을 누릴 수 있었고, 이는 미국산 밀가루의 가격 경쟁력으로 이어졌다. 캘리포니아의 아시아에 대한 밀가루 수출량이 1860년 3만 배럴에서 1871년 16만 배럴로 다섯 배 이상 증가한 것은 그 덕분이다. 에스페리 밀 회사는 1880년 홍콩에 지사를 설립했고, 중국 내 외국인 공동체나 부유층 중국인을 고객으로 설정하며 시장을 개척했다.

중국에서는 이 상황에 어떻게 대응했을까. 초기에는 중국 내륙(산시성山西省, 허난성河南省 등)에서 종래의 맷돌 중심 제분산업으로 대응했지만, 대도시에서 원하는 밀가루의 품질을 맞추지 못한 데다 생산성 역시 낮았다. 1863년, 한 영국회사가 상하이에 증기기관과 맷돌을 연동한 기계식 제분소를 설립했지만 얼마 가지 못했다. 1878년 텐진天津에도 중국인 소유의 제분소가 등장했지만, 품질과 생산성이 낮아 미국산 수입 밀가루 대체에 실패했다.

그렇다고 미국산 밀가루가 중국을 독점한 건 아니었다. 1895년 청일전쟁 이후 청나라 정부가 '권리 회복 정책'을 통해 민간 자본을 통한 수입 대체 산업화를 시도했고, 1898년 안후이安徽省 출신 사업가 손다삼孫多森, 1867~1919이 롤러밀을 도입한 푸펑Fufeng, 阜豐제분소를 설립했다. 이 제분소는 미국에서 강철 롤러 제분 시스템을 수입했고, 숙련된 엔지니어를 고용하여 중국인 작업자를 훈련시켰다. 게다가 청 상업국의



1898년 손다삼이 중국 상하이에 설립한 푸펑제분소

로부터 외국 밀가루와의 경쟁을 위한 5년 세금 면제 혜택도 받았다. 푸평제분소는 수입 밀가루에 필적하면서도 더 저렴한 밀가루를 생산해 판매함으로써 성공적이라는 평가를 받았다.

푸평제분소의 성공은 상하이와 만주 지역에 6개의 현대식 제분소 설립으로 이어졌다. 1909년 미국 밀가루의 대 중국 직접 수출량이 20년 만에 최저치를 기록했고, 1911년 “미국 밀가루의 대 중국 및 홍콩 수출량이 거의 중단”되는 결과로도 이어졌다.

그렇다면 일본은 어땠을까? 외국인 고문관 호레이스 카프론 H. Capron, 1804~1885의 계획에 따라 메이지 정부는 홋카이도 기후에 적합한 농업 기술과 작물을 도입하기 위한 실험으로 밀, 옥수수, 감자, 콩 등의 다양한 곡물을 도입했고, 자급자족 및 수익성 증대를 위한 개발 계획의 일부로 1873년 삿포로에 제분소를 설립했다. 이 제분소는 1896년 도쿄 소재 일본 제분회사와 합병했고, 1897년 미국 샌프란시스코의 와그너 제작소에서 롤러 밀을 활용한 제분기 4대를 수입하면서 일본에서 처음으로 롤러 밀을 활용한 제분회사가 됐다.

일본제분은 지속적인 확장을 시도했고, 1920년대 도쿄 오기바시, 효고^{고베}, 규슈 구루메, 요코하마 등에 공장을 추가 설립했다. 당시 양대산맥이었던 일청제분(日淸製粉, 1900년 다테야시제분^{館林製粉}이 1908년 일청제분과 합병 후 사명 변경, 현재 니신제분^{日新製粉} 그룹^{ループ}) 역시 요코하마에 1926년 일본 최대 규모의 쓰루미^{鶴見} 공장을 건설했다. 일본제분과 일청제분의 공장이 요코하마에 설립된

20세기 초반 일청제분의 요코하마 쓰루미공장. 밀의 수입과 가공 밀 수출에 최적화를 도모한 결과이다.(아래, 일청제분에서 출시한 소맥분들(우))



것은 수입 밀의 하역과 가공 밀가루 수출에 최적화된 물류 시스템을 구축하려는 전략적 결정이었다.

여기에는 20세기 초반 러일전쟁과 제1차 세계대전의 영향으로 밀가루 수출이 확대된 사정이 있다. 특히 러일전쟁은 건빵 등의 군수품 수요 증가와 만주지역으로의 영향력 확대로 밀가루 산업을 증대시켰다. 또 제1차 세계대전으로 인해 유럽 열강이 아시아 시장에서 경쟁력을 잃게 되면서, 일본산 밀가루의 아시아 시장 수출길이 확대되었을 가능성이 있다. 더구나 메이지 정부에서 서구식 식단을 장려하자 빵과 같은 밀가루 제품의 소비 증가로 이어졌다.

식민지조선의 제분산업

근대 초기 조선에서 밀가루는 어떤 존재였을까. 국립중앙도서관의 신문 아카이브에서 ‘밀가루’를 검색하면, 서재필이 발행한 《독립신문》에 자주 실린 광고가 하나 보인다. 인천 제물포의 영국 상회 홈 링거사의 것으로, 내용은 이렇다. “밀가루, 사탕. 누구든지 밀을 팔고 싶거든 인천 제물포에 있는 영국 상회 홈 링거 회사로 오거드면 밀을 몇천 석이라도 팔고 갈 터이요. 밀가루와 상등 사탕을 사고 습거든 그 회사에 와서 싸게 사가시오.” 밀을 팔거나 사는 회사가 등장한 셈이다.

1898년의 기사에서는 조선에서 “미국의 물품 중에 제일 많이 쓰이는 것이 석유와 기계, 밀가루와 각색 식물과 외국 세간 등”이라고 적었다. 아마도 당시 밀가루는 인천 개항장^{각국 조계지}이나 서울 정동 공사관 구역의 외국인들이나 사서 쓴 것으로 보인다. 영국과 미국의 밀가루가 동아시아로 흘러들어오고 있었지만, 아직 대량 생산된 서구의 밀가루가 사회 전반에 퍼진 건 아니었다.

1920년대에 들어서자 일본의 제분회사들이 조선으로 진출했다. 처음 들어온 건 대형업체인 일본제분과 일청제분이 아니라 1919년에 설립된 만주제분이었다. 만주제분은 조선제분의 진남포공장을 흡수합병하는 방식으로 들어왔다. 《매일신보》 1918년 1월 6일 기사에 1918년 3월부터 평안남도의 항구도시 진남포에 평양제분공장 설립계획이 보도됐다. 황해



밀가루와 설탕 등을 취급했던 제물포 홈 링거사의 광고(독립신문 1896.12.29.)(좌), 석유와 기계, 밀가루 등의 수입 증대를 보도한 기사(독립신문 1898.8.11.)(우)



풍국제분(좌)과 일본제분 인천공장.(우) 인천개항박물관

만주제분이 진남포의 조선제분과 합동하여 인천에 제분공장을 설립한다는 보도(시대일보 1924.12.25.)



도와 평안남도에 양질의 밀이 산출되니, 고베나 오사카에서 오는 일본산 밀가루를 밀어내고 식민지 조선에서 생산한 밀가루로 조선 시장을 개척하겠다는 의도였다. 《대선제분 50년사》²⁰⁰⁹는 이 공장의 설립 목적이 “조선 통치에 공헌, 조선인의 행복을 도모, 경영자의 이익을 증진”하는 데 있다고 밝혔다. 그렇지만 이 공장은 한 해 뒤인 1919년, 만주제분에 흡수된다. 이는 한반도의 밀가루시장이 커진 점과 수입 밀가루에 대한 5퍼센트의 관세 부과를 피하기 위한 것이었다.

만주제분은 조선산, 만주산, 미국산, 캐나다산 소맥을 구매하였고, 1일 생산능력은 300만 톤 정도로 생산된 밀가루는 조선에서 판매했다. 1921년, 서울 용산에 또 다른 제분공장이 설립됐다. 개인사업가 사이토 히사타로(1874~?, 齊藤久太郎 / 사이토 큐타로라고도 읽는다)가 설립한 풍국제분이었다. 사이토 히사타로는 이미 1919년 인천에 사이토정미소를

차린 상태였다. 진남포공장과 마찬가지로 미국의 울프사 제품으로 설비를 갖췄고, 1일 생산능력은 500배럴 정도였다(1920년대 중반 700배럴로 확대). 이후 1935년 자신 소유의 사이토정미소를 풍국제분에 합병시켰고, 풍국제분 인천공장이라 이름을 붙였다.

1920년대 중반이 되자 굴지의 일본제분이 조선에 진출했다. 1925년 미쓰이의 지원을 받은 일본제분이 인천 월미도에 공장을 설립했고, 일본에서 중고 설비를 가져와 활용했다. 이 공장의 초기 생산 능력은 1000배럴로, 만주제분과 풍국제분의 생산능력을 능가했다. 11년 후인 1936년 미쓰비시의 지원을 받은 일청제분은 현지 법인 조선제분주식회사를 설립하고, 현재의 서울 문래동 지역에 1일 생산능력 1000배럴 규모의 공장을 건설했다.

일본제분과 조선제분^{일청제분}의 경쟁은 진남포에서 그대로 이어졌다. 1936년 일본제분이 만주제분을 인수하자, 1937년 조선제분^{일청제분}이 새 공장을 지었다. 다만 경성과 인천의 제분공장에서 미국, 호주 등에서 수입산 밀을 제분했던 것과 달리 진남포에서는 만주, 황해도, 평안도, 함경도의 밀을 제분했다. 이는 진남포 공장이 경성이나 평양 등 조선 내의 도시 소비에 대응했다기보다 만주시장 진출을 위한 후방기지로서의 성격이 강했다고 볼 수 있다.

그렇다고 식민지 조선 전반에서 밀가루가 소비된 건 아니었다. 주영하가 지적했듯이 “조선의 농가에서는 겨울밀을 절구로 빻아서 껌질도 함께 섞인 거친 밀가루를 만들어” 먹었다. 서양식 기계를 갖춘 일본인이 운영하는 제분회사는 “눈처럼 고운 밀가루”를 빻았고, 이는 도시의 값나가는 국수나 빵이 되었다. 예컨대 조선 쌀의 일본 수출로 인해 값이 비싸졌고, ‘고운 밀가루’는 서양식 빵이나 일본 우동, 청나라식 포자와 교자, (나가사키 짬뽕으로 보이는) 청국우동 등 고급 요리에 쓰이는 비싼 재료였다. 반면에 값 싼 밀가루도 등장했는데, 이는 대개 거칠어 그 품질이 낮았고, 호떡이나 수제비, 밀가루죽 등을 만들어 먹었다. 따져보면 계급계층에 따라 서로 다른 요리로 밀가루를 소비했던 것이다.

1924년 《동아일보》 기사 중 사상문제로 일본 경찰에 시달리던 한 청년이 “며칠씩 굶다가 밀가루 한 줌으로 수제비를 만들어 늙은 조모와 함께 먹으려다가 미처 못 먹고 감옥에 갔다가 숨을 거두었다”는 내용에서, 당시 가난한 이들의 밀가루 소비 행태가 드러난다. 더욱이 “경성부 봉래정(의) … 빈민굴 … 사람은 한 끼 밥은 꿈 밖이라 중국 밀가루 두어 줌이면 남비 아래 연기가 일어난다(그나마 먹을거리가 있어서 요리를 한다는 뜻)”는 기사를 보면 밀가루의 생산지나 밀가루의 품질에 따라 소비하는 계층이 달랐을 가능성이 크다.

전후 제분산업의 분화와 침체

1945년 일본제국의 항복과 패전으로 제국-식민지 체제가 해체됐다. 이는 제분업계에도 영향을 미쳤다. 조선과 일본, 만주 등에 있던 일본인 소유 자산이 몰수되거나 국유화됐다. 《매일경제》 1973년 9월 27일 자, 해방 직후 근대적 설비를 갖춘 제분공장은 남한에 조선제분^{영등포}, 일본제분^{인천}, 풍국제분^{울산-인천}, 이렇게 네 곳뿐이었다고 적고 있다. 이들 공장은 모두 해방과 더불어 미군정이 수립되면서 귀속재산으로 분류됐고, 운영관리권이 계속 바뀌다가 휴전 이후에야 민간에 불하되었다. 무엇보다 밀의 생산지가 북한에 있었기에 원료 공급이 어려웠고, 무역사정도 좋지 않아 공장 가동은 쉽지 않았다.

우선 회사의 운영관계가 먼저 정리되어야 했다. 이 과정에서 가장 큰 업체인 일본제분과 조선제분의 공장을 어떻게 처리하느냐 하는 문제가 먼저 제기됐다. 휴전 직전인 1952년, 이한원 등이 일본제분 인천공장을 자본금 1천만 원으로 불하받아 현재의 곰표 밀가루로 유명한 대한제분을 설립했다. 조선제분 영등포공장의 경우, 1953년 조선제분의 판매과장이었던 윤석준이 주도하여, 신동아그룹의 최성모를 불러 조선제분주식회사를 새롭게 설립했고, 조선제분 영등포공장을 불하받았다.

그러나 조선제분은 다소 난감한 사정이 있었다. 1956년 조선제분 부산공장을 세우며 확장했으나 1958년 저축은행 인수전에 뛰어들었다가 실패한 뒤 경영에 문제가 생겼다. 이로 인해 계동산업에 영등포공장을 분리 매각했는데, 이 회사가 현재의 대선제분이 됐다. 윤석준은 남아 있는 조선제분의 본사를 부산으로 옮겼으나 직후 급서했다.

이후 조선제분의 부산공장은 1966년 최성모에게 넘어갔고, 1967년 조선제분 부산공장이 유일제분을 인수하면서 회사의 이름을 동아제분으로 바꿨다. 일본제분 인천공장과 조선제분의 영등포공장 외에 식민지 시기부터 이어져 온 또 다른 공장인 인천의 풍국제분은 1957년에서야 박무신에게 불하되었고, 그 이름을 삼화제분으로 바꿨다.



1954년 7월에 나온 대한제분 광고. 드디어 조업을 개시해 전쟁 이전의 생산량을 능가하게 될 것이라고 했다.

표 1. 1950년대 시설 능력 및 가동률

	회사 개수	시설능력(배럴)	생산능력(톤)	생산실적(톤)	가동률(퍼센트)
1954	-	2,954	54,155	42,931	79.3
1955	6	4,892	89,685	41,283	46.0
1956	12	11,921	218,550	132,666	60.7
1957	-	24,656	452,025	232,460	51.4
1958	-	34,084	624,872	257,616	41.2
1959	22	42,721	738,217	182,250	23.3

출처: 《대선제분 50년》

한국 사회에서 밀가루 소비와 제분산업의 흐름은 1956년 미국산 밀이 원조로 들어오면 서부터 변화의 전기를 맞았다. 이는 1954년 미국에서 통과된 “미국 농업무역발전과 원조 법안”(PL480, Agricultural Trade Development and Assistance Act of 1954)의 직접적인 결과였다. 이 법은 미국 내 잉여 농산물을 해외에 원조함으로써 국내 농업 문제를 완화하고, 냉전기 동맹국의 식량안정을 도모하고자 했던 정책이었다. 그 결과, 1956년부터는 주로 미네소타주 미니애폴리스 인근에서 생산된 미국산 밀이 대량으로 수입되었다. 역사학자 한봉석은 1949~1954년의 ECA(대한민국과 미합중국 간의 원조협정) 시기에는 폐기 직전 식품 위주의 재난·긴급구호 성격이 강했다면, 1954년 이후 PL480 체제하에서는 곡물과 유제품까지 포함된 본격적인 경제 원조로 성격이 전환되었다고 설명한다.

이렇게 도입된 미국산 밀은 제분협회를 통해 각 제분회사에 판매되었고, 그 수익은 국방 예산에 전용되어 ‘국가재건’의 재정 기반으로 삼는 구조였다. 1956년 11월에 세워졌던 첫 번째 배분 기준은 각 제분공장의 시설 능력이었으며, 이는 1950년대 제분업계 내에서 신설·증설 경쟁을 촉발시켰다. 초기 원조 과정에서 부족한 시설 능력 때문에 밀 수요가 공급을 앞지르는 ‘호황’에 대한 착각이 생겨났고, 기업들은 시설 규모가 곧 경쟁력이라는 인식을 갖고 공격적인 설비 투자에 나섰다. 그러나 1957년 11월부터는 배정 기준이 ‘실제 생산능력’으로 전환되었다. 이런 상황에서 업계 내의 과열된 설비경쟁으로 인해 뜻밖의 침체 국면을 맞이했다. 가동률의 저하로 일부 공장은 조업이 중단되었고 새로 진입한 회사는 시장에서의 지배력을 높이기 위해 출혈 경쟁에 나서기도 했다.



1957년 간행된 《대구경북제분》에 소개된 대구의 경북제분. 1일 생산량 3000포대를 자랑한다 했다.

1956년 어떤 회사들이 새로 등장했는지 아직 정확히 알 수는 없지만, 이때 “1955년부터는 부산의 남선곡산주식회사(南鮮穀産株式會社, 1944~?), 대구의 한도산업 외 4~5개의 군소 제분업체가 생겨나게 되었다.” 또한 1956년 경성고무 전무 출신 이용구가 세운 호남제분(1957년 군산공장, 1971년 목포공장), 같은 해 인천의 대한제분을 세우며 이한원과 함께 조선제분을 인수했던 김룡성이 대한제분의 부산공장을 따로 인수하여 세운 신한제분(현재의 삼양사, 1958년 제일제당의 제분공장 등이 설립되었다. 새로운 업체의 등장으로 1954

년 4892배럴에 불과했던 시설 능력이 1959년 4만 2721배럴로 급상승했지만, 실질적인 생산 실적은 1958년 25만 7천 톤을 정점으로 찍고는 다음 해 그 실적과 공장 가동률이 떨어졌다. 제분업체가 분화했지만, 미국이나 일본의 사례와 달리 기술 혁신을 통한 생산성이 신장된 결과라거나 소비자의 입맛이 뒤바뀌어 그 수요가 급증해서가 아니었다. 그 이유란, 전후 식량난을 겪게 된 상태에서 미국 원조로 들어온 밀 때문이었다.

누가 밥상 위에 밀가루를 밀어 넣었는가

“꼬꼬댁 꼬꼬 먼동이 튼다
북남이네 집에서 아침을 먹네
옹기종기 모여앉아 콩당보리밥
꿀보다도 더 맛있는 콩당보리밥
보리밥 먹은 사람 신체 건강해”
- 콩당보리밥



혼분식 장려 포스터와 표어, 국립민속박물관

1950년대에서 1960년대는 쌀이 부족하여 보릿고개와 기아 같은 절대적 빈곤이 심각했다. 쌀 생산량이 적다 보니, 쌀 소비량을 줄여야 한다는 논의가 정부로부터 계속됐고, 실질적으로 국가가 밥상의 일부까지 규제했다. 한창 전쟁 중인 1951년 국무회의에서 잡곡 혼식을 장려해야 한다는 논의가 나온 이래로, 1956년 농림부, 내무부, 재무부가 합의하여 절미운동을 전개하며 혼분식을 장려했다.

1960년대에도 쌀 수급 사정은 나아지지 않았다. 정부는 1962년 11월 본격적인 ‘혼분식 장려 운동’을 시작했다. 학생들의 도시락을 검사하는 강제적인 방법까지 동원되었다. 심지어 1970년대 초 쌀 흉년이 지속되자 30퍼센트 이상의 혼식이 되어 있지 않으면 학생들이 아예 도시락을 먹지 못하게 했다. “콩당보리밥” 같은 노래를 담은 음반이 나오고 아이들은 이 노래를 따라 불렀다. 1967년부터 1976년까지 정부는 혼식에 대한 요구를 강화했다. 매년 행정명령을 통해 모든 음식점에서 쌀밥 제공을 금지했고, 밥에다 보리쌀 등 잡곡을 혼합하거나 탕국에 국수 사용을 강제했다. 특히, 1969년 1월부터는 매주 수요일과 토요일을 ‘무미일(無米日)’로 정했고, 이날 오전 11시부터 17시 사이에는 쌀로 만든 음식을 팔지 못하게 했다. 이런 사정은 밀가루 소비량과 수입량 증가로 이어져 1976년 밀가루 수입량이 연 170만 톤으로 증가하게 됐다.

이처럼 국가 주도의 분식 장려 운동은 식문화에 큰 변화를 가져왔다. 앞에서 본 것처럼 이 ‘밀가루’는 미국 공법 PL480 식량원조를 통해 한국에 들어와 국가가 만들어 낸 압력 아래서 제분업체-식품가공업계-음식업장을 거쳐 소비자 앞에 놓인 것이다. 이 과정을 통해 사람들의 주식인 쌀과 보리 위주에서 쌀과 밀 중심으로 재편됐고, 라면과 빵 등 서구식 밀가루 음식문화가 일상 속에 자리 잡았다.

문제는 농업에 미친 영향이다. 1955년에서 1974년까지 PL480 식량원조를 통해 한국이 지원받은 식량의 규모는 총 16억 달러 규모로, 이 기간 미국 전체 대외원조의 37퍼센트 정도였다. 이 중 상당 부분이 밀가루 형태로 제공되었는데, 1959년 전체 PL480 원조액의 77퍼센트가 밀과 밀가루였다. 이러다 보니 밀가루 가격이 낮게 형성되어, 국내 농업 생산자들의 생산 의욕을 감소시키고, 식량 자급 기반을 약화시키는 배경이 되었다. 이러한 상황 속에서 육종학자들에 의해 생산량이 기존의 벼보다 30퍼센트 높은 통일벼가 개발되면서 쌀 생산이 급증했고, 1977년 쌀 생산량 600만 톤을 기록하면서 쌀 자급 달성과 ‘녹색 혁

명 성취'를 선언했다.

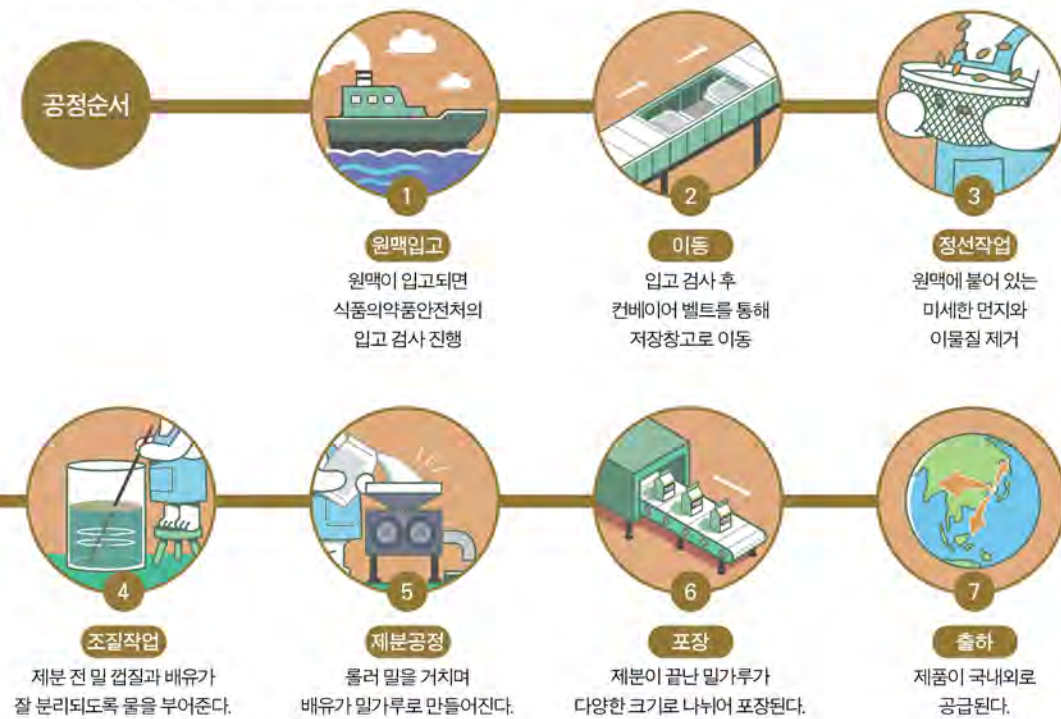
한국제분공업협회는 이후 1960년에서 1966년까지를 제분산업의 정체기로 본다. 시설능력의 과잉이 가동률 저하로 나타나, 1961년에는 역대 최저 가동률 15.9퍼센트를 기록했다. 1966년까지 30퍼센트를 밑돌던 공장 가동률은 2차 경제개발계획이 시작된 1967년에서야 회복세를 보였다. 제분산업은 잠시 호황을 맞았다. 그러나 1973~1975년 오일쇼크로 국제 밀 가격이 인상되면서 다시 불황기를 맞은 제분업계를 위해 1976년 '양곡관리법'에 따라 밀가루 가격 안정기금제도가 마련되고, 1977년 그 기금 운용을 시작했다. 밀 수입 가격이 밀가루 판매 고시 가격보다 낮을 경우에 그 차액을 적립하고 상회할 때 그 차액을 보전하는 제도였다.

그 덕분에 1977년 혼분식 장려가 해제되었음에도 시장은 계속 확대됐다. 특히 대한제분은 1975년 최신 설비 3개 라인을 확충했고, '동양 제일의 단일 제분공장'으로 알려지며 아

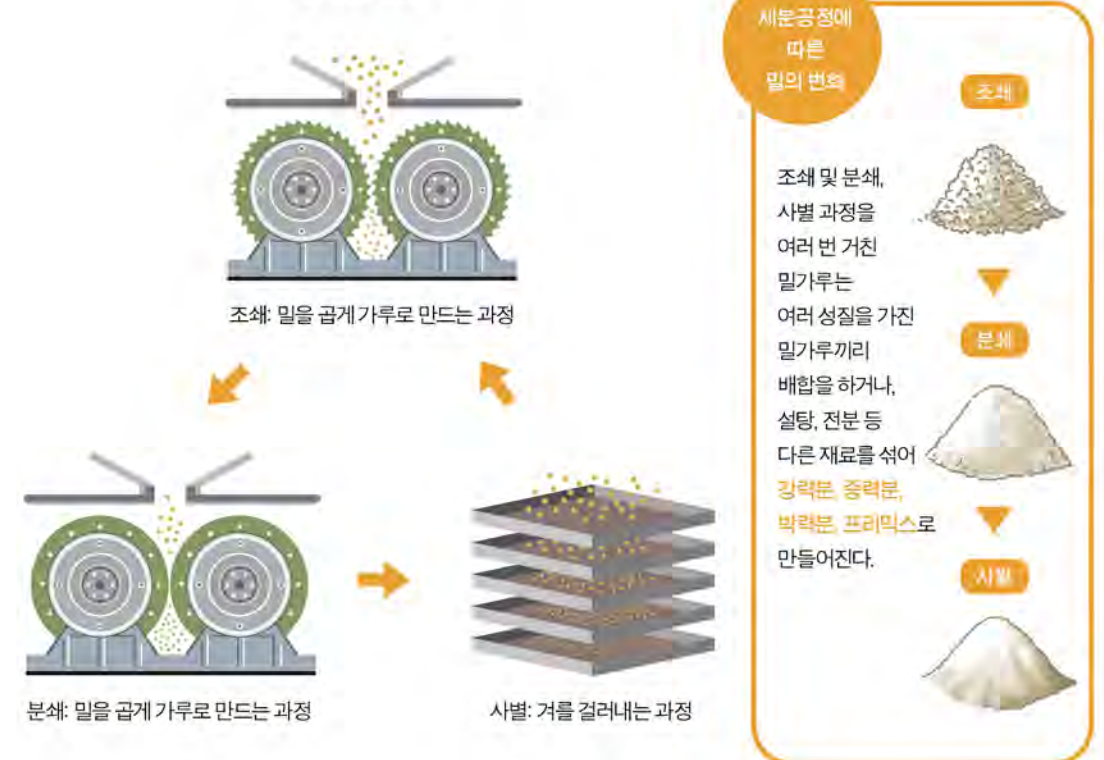
직까지도 유명한 '곰표 밀가루'라는 대표적인 상품을 갖게 되었고, 1970년 증권시장 상장으로 이어졌다. 또한 사료회사를 인수하며 미국 PIFCO사와 합작으로 항만용 대형 사일로 건설¹⁹⁷¹ 등 기초 인프라 투자를 병행했다.

후발 주자인 제일제당은 부산공장에서 등급별로 차별화한 밀가루(1급 삼성, 2급 월세계, 3급 미인, 이후 백설)를 생산하며, 등장하자마자 신생기업 최고의 시장점유율 8.3퍼센트를 기록했다. 이 외에도 동아제분^{현제의 사조동아원}, 백선밀가루, 삼양사^{현제의 쿠팡} 등 여러 기업이 경쟁했다. 1984년이 지나자 밀가루 품질이 다양화됐고, 제분업계의 산업경쟁력 제고 촉진을 위한 여러 시도가 이루어졌다. 밀가루 생산규격과 가격이 자율화됐고, 밀과 밀가루 수입이 자유화되었다. 이런 과정에서 제분회사들은 다양한 목적의 프리믹스(premix: 제조사가 미리 설탕, 베이킹파우더 등을 혼합한 제품) 등을 제조하며, 다양한 제품을 생산하고 있다.

밀에서 밀가루를 생산하는 제분과정



롤러 밀의 공정



곰표하우스 홈페이지 참조



원조 밀가루 포대. "미국 국민이 기증한 밀로 제분된 밀가루"라고 적혀 있다.
대한민국역사박물관(좌), 곰표 밀가루 포대, 국립민속박물관(우)

자수가 놓인 밀가루 포대. 미국 원조 밀가루 포대로 "TA-9632, BREAD FLOUR(제빵용 밀가루)"라고 적혀 있다. 속초시립박물관

쌀과 밀의 민족

각 회사의 흥망성쇠를 넘어 시장에서 밀가루의 유통 과정은 정부 중심의 중앙공급체계에서 민간 상업유통체계로의 전환을 통해 파악 가능하다. 앞서 살펴본 것처럼 1960년대 미국 원조로 밀가루가 들어와 배분되었고, 민간 제분사가 생산한 밀가루를 각 지역 도매상이 대량 구매하여 재판매하는 구조였다. 밀가루는 철도와 화물트럭을 이용해 이동했고, 시민들은 주로 시장의 양곡상이나 구멍가게에서 50파운드^{22kg}짜리 포대 단위로 풀어 담은 밀가루를 구입했다.

1970년, 경부고속도로의 개통은 밀가루의 유통에도 혁신을 가져왔다. 부산항으로 들어온 수입 밀이 인근 제분공장에서 가공되었고, 고속도로를 통해 수도권까지 신속하게 공급되었다. 앞서 제시했던 대한제분이 인천공장에 대형 곡물 사일로로 건설한 건, 전용 부두 시설을 따로 확보했다는 것이며, 직접 밀을 수입할 수 있는 능력을 보여준 사례다. 즉, 자체



국내 최대의 곡물 하역과 보관 전문회사인 대한싸이로(사일로)의 창고. 기네스북에 등재된 세계 최고 높이의 야외벽화이다.

적인 물류시설을 갖췄고, 스스로 그 효율을 높일 수 있음을 의미한다. 1970년대는 밀가루 산업이 중앙공급체계에서 민간 중심 유통체계로 전환되었던 시기인 셈이다.

이런 사정은 《대전제분 50년》에서도 자세히 살펴볼 수 있다. 특히, 1980년대 이후 슈퍼마켓 등 소매체인점과 대형 유통기업이 차례로 등장하면서, 밀가루는 더 이상 도매상을 거치지 않고 소비자에게 도달했다. 또한 소비자들은 이제 3kg 단위의 소포장된 곰표 밀가루를 살 수 있다. 1990년대가 되면 제분회사는 밀가루를 활용한 냉동 반죽, 냉장면, 베이커리 제품 등의 신선도 유지가 중요한 가공식품 확산을 위해 콜드체인체계를 구축했다. 이 과정에서 물류 창고가 자동화되었고, 재고 관리가 전산화되면서 밀가루와 그 가공식품은 정시 생산방식^{just-in-time}으로 공급되었다. 이전까지 존재했던 중간 유통단계가 없어지거나 축소됐고, 제분회사의 지점에서 직접 소매점에 공급하거나, 대형 유통업체의 물류센터를 거쳐 해당 매장으로 공급되는 방식으로 바뀐 것이다.

표 2. 연도별 1인당 밀가루 소비량(1965~2020)

	국내 가공밀가루 소비 (1965~2005 판매량/ 2010~2020 생산량, 톤)	수입밀가루 소비 (수입량, 톤)	밀가루 총 소비량(톤)	연도별 1인당 밀가루 소비량(kg)
1965	333,000	-	333,000	11.5
1970	927,000	-	927,000	28.8
1975	1,147,000	-	1,147,000	32.5
1980	1,462,000	-	1,462,000	38.4
1985	1,610,000	-	1,610,000	39.5
1990	1,520,000	-	1,520,000	34.2
1995	1,611,000	-	1,611,000	34.5
2000	1,803,000	1,000	1,804,000	34.8
2005	1,708,000	27,000	1,735,000	33.2
2010	1,765,000	73,000	1,838,000	32.6
2015	1,891,000	42,000	1,933,000	33.7
2020	2,005,000	12,000	2,017,000	34.3

출처: 한국제분협회

한국 사회에서 1인당 밀가루 소비량을 검토하면, 제분회사들의 성장세가 잘 보인다. 1인당 연간 밀가루 소비량은 1965년 11.5kg에서 1980년 38.4kg 수준으로 정착되었고, 현재까지도 큰 변동 없이 유지되고 있다. 밀가루는 1950년대까지 일부 도시 상류층이나 맛보던 사치품에 가까웠지만, 1960년대 혼분식 장려와 함께 라면, 빵, 국수^{칼국수, 짜장면 등}, 과자 등 각종 밀가루 음식이 새롭게 등장하면서 소비가 본격화되었다. 이런 변화에는 급속한 도시화와 라이프 스타일의 서구화가 영향을 미쳤다.

1960~1970년대 산업화로 농촌 인구가 도시로 몰리면서, 값싸고 빨리 먹을 수 있는 분식의 수요가 증가한 탓도 있다. 특히, 정부는 “밀가루 음식은 조리 시간이 짧아 현대적 생활에 부합한다”는 논리로 소비를 독려하기도 했다. 이런 과정에서 밀가루는 보릿고개를 나게 했던 음식이라던 부정적 시선이 아니라 간편하고 맛있는 식품으로 변화했다. 밀가루로 만든 음식은 1990년대 지나 그 위상이 정점에 이르렀다. 피자나 파스타는 이제 집에서도 해 먹을 수 있는 음식이 되었고, 또 값싼 상품에서 값비싼 상품으로 그 층위도 다양해졌다.



귀하고 비싼 식재료였던 흰 밀가루는 이제 너무 흔해 경계해야 할 음식으로까지 의미가 변했다.

그렇지만, 건강에 대한 관심이 증대되며 밀가루는 위험한 식재료로 강조되었다. 쉽게 살찌게 하는 음식이라거나, 위험한 백색식품이라는 이야기가 나왔다. ‘밀가루 끓기’는 꽤 오랫동안 이어지는 열풍이며, 아토피나 비만의 원인으로 밀가루가 지목되는 건 상식이며, 글루텐 불내증이라는 특수한 증상이 문제시되기도 했다. 제분업체들은 이러한 밀가루 기피 정서에 대응하며, ‘무방부제’, ‘무표백’을 강조하거나 ‘통밀’ 혹은 ‘글루텐프리’ 등을 활용한 제품을 만들기도 했다. 이런 상황에서 흔해진 밀가루보다 ‘유기농’이나 ‘우리밀’과 같은 특색 있고 값비싼 밀가루를 선호하는 소비자층도 등장했다.

밀가루는 ‘희소하고 비싼 재료’에서 ‘현대적이고 편리한 재료’를 거쳐 ‘너무 흔해서 경계해야 할 음식’으로 그 의미가 변해 왔다고 볼 수 있다. 과거 흰 쌀밥이 명절에나 먹는 귀한 음식이었다가 잡곡에 의해 그 가치가 역전된 것과 마찬가지로, 흰 밀가루 역시 비슷한 역전현상을 겪게 된 셈이다.

근대의 맛을 넘어서

한반도에 밀이 처음 전래되었던 아득한 옛날부터 오늘날 우리 식탁에 오르기까지, 밀가루의 여정은 결코 순탄하지 않았다. 기나긴 시간 동안 권력과 풍요의 상징으로, 혹은 구휼과 생존의 마지막 보루로 기능했으며 역사의 술한 굴곡을 온몸으로 통과해 왔다. 고대와 중세에는 왕실의 특별한 상차림에나 올랐고, 외교 사절을 위한 주요한 접대 품목이자 때로는 약재로 쓰이는 희소한 식재료였다.

근대에 들어서며 밀가루의 운명은 전환기를 맞이한다. 미국의 제분기술 혁신과 전 지구적인 시장의 등장, 이를 뒤따르는 동아시아 밀가루 산업의 팽창은 식민지 조선의 밀가루 풍경을 뒤바꾸었다. 일본과 조선의 자본가들이 제분회사를 설립하며 '눈처럼 고운' 공산 밀가루를 생산했지만, 좋은 품질의 밀가루란 여전히 도시 일부 계층의 음식이거나 농촌에서는 쉽게 접하기 어려운 값비싼 국수나 빵의 재료였다. 대다수 민중에게 밀가루는 특별한 날 먹는 음식의 재료이거나, 아주 값싼 낮은 품질의 재료에 불과했다.

해방 이후 밀가루는 미국의 원조물자로 대량 유입되며 한국인의 밥상에 올랐고, 일상의 식생활에 편입되기 시작했다. 전후 폐허 속에서 절대적인 식량 부족이 만연할 때 밀가루는 굶주림을 해결하는 중요한 역할을 담당했다. 이후 정부의 강력한 혼분식 장려 정책은 쌀 중심의 식문화에 균열을 냈고, 밀가루 요리는 밥공기나 반찬 그릇을 대체하기도 했다. 이 과정에서 제분산업은 경제 재건의 기반이자 외화 획득의 수단으로 자리매김했고, 여러 제분회사들이 명멸하기도 했다.



1970년대를 거치면서 '한강의 기적'으로 일컬어지는 고도경제성장 시기를 거치며 밀가루는 대중적인 식재료로 변모했다. 라면, 빵, 과자 등 다양한 가공식품이 등장했고, 집 밖에서 짜장면, 칼국수, 떡볶이 같은 분식을 사 먹는 일이 흔해졌다. 이는 밀가루 소비의 폭발적인 증가로 이어졌고, 유통망의 발달은 전국 어디서나 손쉽게 밀가루를 구할 수 있는 환경을 만들었다. 이제 '귀한 한 끼'에서 '편리한 한 끼'로, 나아가 '일상의 간식'으로 밀가루의 사회적 위상은 계속해서 변화했다.

오늘날 밀가루는 한때의 선망이나 경외의 대상이 아니라, 너무나 익숙하고 때로는 웰빙 열풍 속에서 경계의 대상이 되기도 하는 양가적인 존재가 되었다. 더구나 수입밀에 절대적으로 의존하는 상황은 식량 주권, 지역 농업의 존립에 대한 우려로도 이어진다. 현재 우리 사회서 논해지는 '우리밀'이나 '유기농 밀가루'에 대한 관심은 이러한 변화를 반영한다. 이처럼 밀가루 한 줌은, 선사시대부터 현대에 이르기까지 한반도를 둘러싼 사회, 정치, 경제, 문화의 역동적인 변화상을 고스란히 담고 있다. 더욱이 권력과 생존, 일상과 산업, 건강과 환경이라는 다층적인 문제로 읽히기도 한다. 밀가루의 여정은 지나간 역사의 기록이자, 한국 사회가 어떻게 외부 세계와 관계를 맺고 내부의 필요에 따라 스스로를 변화시켜 왔는지를 보여주는 생생한 기록이라 할 수 있을 것이다.

참고문헌

김영진, <농사직설 역문>, 《농촌경제》 6(4), 1983

이경아, <한반도 신석기시대 식물자원 운용과 두류의 작물화 검토>, 《중앙고고연구》, vol., no.15., 중앙문화유산연구원, 2014

주영하 외, 《한식문화사전》, 휴먼앤북스, 2024

주영하, 《한국의 면세계》, 2024

한국학중앙연구원, 《민족문화대백과사전》



글쓴이 소준철은 한국학중앙연구원 한국학대학원에서 석사·박사 학위를 받았다. 이화여자대학교 연령통합고령사회연구소 박사후연구원을 거쳐 전남대학교 역사문화연구소 학술연구교수로 일하고 있다. 도시사회학 연구자로서 잡지 《뿌리깊은나무》와 민중에 관한 역사적 탐구를 출발점으로 삼아, 오늘날 도시 공간의 물질성과 감각, 일상적 삶의 구조화 방식에 주목하고 있다. 《가난의 문법》을 혼자 썼고, 《똥의 인문학》, 《절멸과 갱생 사이》, 《인천의 산업과 노동》, 《서울 동역사-강서구》 등을 함께 썼다.

제빵제과

‘빵지순례’라는 말이 이제는 새롭지도 않을 정도입니다. 웬만한 도시에는 다 나름의 전통과 특장을 자랑하는 빵집들이 있고, 매일 아침 그 빵집 앞에서는 ‘오픈런’이 연출됩니다. 모두가 빵맛의 전문가가 된 것 같으면서도 단팥빵, 크림빵, 소보루빵처럼 빵과 과자 사이에 걸친 달달하고 기름진 빵이 여전히 인기인 것도 한국적인 특징입니다.

우리는 언제부터 빵을 좋아하고 먹게 되었을까요? 19세기 말 문호를 개방하면서 조선의 왕실과 고위층은 적극적으로 서양식 음식을 받아들입니다. 일반 민중들은 밀려들어 온 중국인들과 일본인들을 통해 ‘호떡’과 ‘만주’로 대표되는 그들의 빵과 과자류를 받아들입니다. 해방을 계기로 한국인에 의한 제빵제과가 시작되고, 경제성장에 발맞추어 압축성장해 온 한국의 제빵제과는 이제 세계화와 고급화의 물결 속에 그 전성시대를 구가하고 있습니다. 서양 신부들로부터 빵을 대접받았던 연행사, 입맛을 잃은 임금을 위해 계란병을 시도했던 어의, 만주 행상을 하는 고학생들의 이야기 등 우리 제빵제과 역사 속 많은 이야기 속으로 들어가 봅시다.

한국 제빵제과 연대기

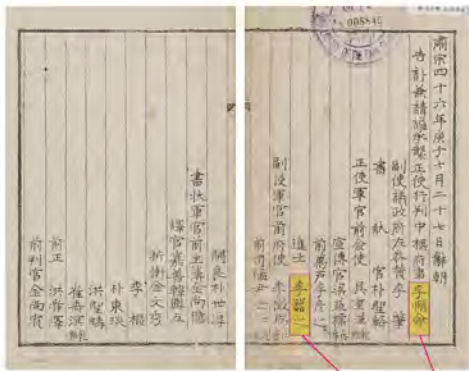
글_고영·음식문헌 연구자



먹어본 사람, 소문만 들은 사람, 구워본 사람, 실패한 사람

서양떡(西洋餅) 서른 개가 나왔다. 그 모양이 우리나라의 중박계(中朴桂)와 비슷했다. 매우 부드럽고 달며 입안에 넣자마자 풀어졌다. 참으로 특별한 맛이였다. 만드는 방법을 묻자 설탕에 계란, 밀가루를 섞어 만든다고 한다. 선왕(先王) 조선 숙종이 말년에 입맛이 없어 색다른 맛을 찾자, 어의 이시필(1657~1724)이 말하길 “전에 연경(燕京, 지금의 베이징)에 갔을 때 심양장군 송주(松洲)의 병을 치료하면서 계란병(雞蛋餅)을 먹어 보았는데 맛이 지극히 부드럽고 좋았습니다. 중국에서도 이것을 진귀한 음식으로 여깁니다”라고 했다. 이시필이 그 제조법에 따라 만들어 볼 것을 청해 내국(內局; 궁중 의료기관)에서 해보았는데 끝내 제대로 만들지는 못했다. 바로 이 음식이 그 서양떡이었다.

1720년 북경을 방문한 이기지(1690~1722)의 북경 여행기 《일암연기(一菴燕記)》의 한 대목이다. 이기지는 1720년 9월 27일 북경의 남천주당을 방문해 포르투갈과 독일 출신 예수회 인사들과 어울린다. 한문 필담과 중국어 중역을 통해서였지만, 그들은 몇 마디 오가기 무섭게 서로를 알아보았고, 금세 마음을 열었다. 이기지는 누가 봐도 매력적인 교양인이었고 북경에 온 예수회 인사들은 당대의 지식인이었다. 그때 예수회 인사들이 내놓은 환대의 음식이 서양떡, 계란병이었다. 이 음식의 실체는 과연 무엇이였을까. 설탕이 들어가고, 달걀 빗칼이 도드라지고, 입안에 넣자마자 풀어졌다니 스펀지케이크일까? 또는 카스텔라일까? 이기지에



1874년 당시 북경 천주당 남당의 모습. 이기지가 찾아갔던 당시의 남당은 두 번의 화재로 불타버리고 이후 재건된 것이다.(좌)
《일암연기》 첫 부분의 연행사 명단. 맨 처음에 정사인 이이명이, 일곱 번째에 이기지의 이름이 나와 있다. 규장각한국학연구원(우) 이기지 이이명

앞서 이시필이 이미 이 케이크를 맛보았고, 실패하긴 했지만 만들어 볼 생각까지 했다. 한정된 공간, 적은 수의 사람끼리였지만 조선과 유럽은 만날 기회가 있었고, 조선 사람이 서양의 빵류나 과자류를 맛볼 기회가 아주 없지는 않았다. 이덕무(1741~1793)와 그의 손자 이규경(1788~?)도 18세기 일본에서 출판된 백과전서인 《화한삼재도회(和漢三才圖會)》의 ‘가수저라(加須底羅)’, 곧 카스텔라 항목을 그대로 가져와 이를 특별한 일본 음식으로 소개하기도 했다.

가수저라는 깨끗한 밀가루 한 되와 백설탕 두 근을 달걀 여덟 개로 반죽하여 구리냄비(銅鍋)에 담아 숯불로 노랗게 되도록 익힌다. 대바늘로 구멍을 뚫어 불기운이 속까지 들어가게 하여 만들어 꺼내서 잘라 먹는데, 이것이 최고의 상품이다.

일본 방문 경험이 전혀 없는 이덕무와 이규경의 가수저라 또한 조선 후기에 떠돌던 일본 경유 서양 제빵제과의 어렴풋한 그림자일 테다. 이들 외에 서유구(1764~1845)도 방대한 백과전서 《임원경제지》에 가수저라를 실었다. 서유구 또한 《화한삼재도회》의 가수저라 항목을 그대로 다시 실었다. 서유구가 실제로 카스텔라를 구워 보았는지는 알 수 없다. 당시 조선 사람이 쓴 밀가루와 설탕과 달걀의 품질과 품위도 미궁이고, 설탕이 들어간 달걀의 거품을 내는 기술을 얼마나 이해하고 있었는지도 미궁이다. 제대로 된 오븐도, 일본에서 16세



《화한삼재도회》중 카스텔라를 설명한 '가수저라' 항목.
일본 와세다대학도서관

안팎에서 맛보다

19세기 후반이 지나면서 불법이든 합법이든 외국인의 조선 방문도 늘어난다. 이때 전통적인 떡이나 과자와는 다른 빵과 과자(밀가루 및 설탕을 바탕으로 한)가 이들과 함께 조선에 들어온 흔적이 조금 남아 있다. 이윽고 1876년 조선이 공식적으로 문호를 개방하자 외국인 방문은 물론 거류까지 폭증한다. 조선 정부와 왕실은 외교상 의전을 위해서라도 서양 음식, 당시 외교 오찬과 만찬의 표준인 프랑스 테이블 매너가 꼭 필요했다. 그래서 아예 음식과 식탁 연출에 밝은 앙투아네트 손탁Antoinette Sontag, 엠마 크뢰벨Emma Kroebel 등 서양인을 왕실에 고용하기도 했다. 크뢰벨은 자신이 근무한 기간^{1905~1906}에 본 조선 왕실의 식탁을 이렇게 기록했다.

빵, 과자, 제빵, 제과

밀가루에 물을 섞어 반죽을 하고, 그 반죽을 발효(발효 덕분에 부풀다)시킨 뒤, 부풀 반죽을 굽거나 찐 것이 빵이다. 분식粉食 문화권에서 빵은, 입식粒食 문화권의 밥과 같은 역할을 하기에 지나치게 달거나 짜거나 기름진 법이 없다. 빵은 워낙 맨밥과 같은 존재이다.

과자는 설탕, 우유, 유지 등 다양한 부재료를 섞어 만든 반죽(발효시키지 않는다)을 굽거나 튀겨 만든 음식으로, 일상에서 주식과는 완전히 구분되는 별미 음식이다. 과자의 부풀림은 달걀이나 유지가 감당한다. 빵이 맨밥처럼 습습한 데 견주어 과자는 인위적인 쫄쫄 단맛을 추구한다. 아무튼 둘 다 소맥분, 곰 밀가루가 주재료이고, 과자의 경우 설탕이 밀가루에 버금간다. 완성에 이르기까지, 과자에서 유지가 차지하는 비중도 빵에 견줄 바가 아니다.

그 가운데에 걸친 반빵 겸 반과자도 있다. 한국형 '빵집' '제과점'에서 빵만큼 많이 만들고 많은 한국인이 즐기는 달고 기름진 간식, 영어권에서라면 '스낵snak'이라고 부를 만한 단팻빵, 크림빵, 소보루빵 등도 일상에서 또 다른 분야를 이루고 있다.



조일통상조약 체결 기념 연회도, 19세기 조선의 서양식 연회 상차림 모습을 살필 수 있다. 숭실대 한국기독교박물관

무엇보다 궁중에서 차려지는 음식문화를 보면 온통 서양식, 특히 프랑스식 요리가 연회 식탁을 차지하고 있다. (...) 트뤼플 파스타에 생굴이며 캐비어가 일상적인 음식으로 식탁에 빠지지 않았고, 프랑스산의 풍미 있는 샴페인은 원산지의 어느 연회에서보다 훨씬 더 풍성했다. 조선 황실의 연회에 참석하면, 마치 서양의 어느 제후가 베푸는 연회에 와 있는 것 같은 기분이 들기도 했다.

조선의 왕실과 고위관리, 서울의 부자들은 문호를 개방하자마자 바로 서양식 음식 일체에 바로 적응했다. 관련한 문헌, 외국인의 증언, 창덕궁에 남아 있는 서양식 조리 시설, 국립고궁박물관 등 국내 박물관이 소장한 19세기 말 왕실의 제빵제과 관련 용구와 용기는 문호 개방 이후 밀려들어 온 제빵제과의 면모를 보여준다. 소수가 누린 제빵제과의 수준을 드러낸다. 또는 이런 풍경 속에서도 서양 제빵제과의 한반도 연대기가 드러난다.

상보 깔린 식탁에는 차림표 펼쳐 있고
우유와 빵은 눈앞에 무더기로 쌓여 있다
수프, 고기, 생선, 채소가 차례대로 나오고
ナイ프, 포크, 기타 식기는 번갈아 바뀐다
제철 아닌 진기한 과일은 유리 트레이^{tray} 층층이 담겼고
별별 빛깔의 향기로운 술이 유리잔마다 한가득
식사 끝에 커피 한 잔 마시고
긴 회랑 거닐며 담배 한 대 피운다

鋪巾長卓食單開
牛奶麵包當面堆
羹肉魚蔬供次第
刀叉匙櫟換輪回
不時珍果登玻架
各樣香醪滿瑪杯
終到珈琲茶進後
長廊散步吸煙來

1896년 4월 1일 서울을 떠난 김득련^{1852~1930}은 제물포항에서 배길에 오른다. 5월 26일 거행될 러시아 황제 니콜라이 2세의 대관식에 파견된 사절단의 일원으로서 여행을 시작한 것이다. 일행의 단장은 특명전권공사 민영환. 영어 잘하는 윤치호도 함께였다. 김득련은 사행 일지 작성 및 한어^{漢語} 통역을 맡아 중국의 상해-일본-북미-유럽-러시아의 모스크바와 상트페테르부르크까지, 그야말로 세계를 일주했다. 그는 여행의 견문과 소감을 고답적인 한시로 갈무리하곤 했다. 인용한 시, <각양찬희제^{喫洋餐戲題}, 서양식 저녁을 먹고 장난삼아 짓다>는 4월 11일 상하이에서 나가사키로 가는 배길의 만찬을 노래한 것이다. 시만 놓고 보면 서양식을 제법 즐긴 것만 같다. 하지만 점잔은 시 속에서나 뺏을 뿐이다. 김득련은 1896년 5월 뉴욕



1896년 러시아 황제 니콜라이 2세의 대관식에 참석한 민영환 일행. 앞줄 맨 왼쪽에 앉은 이가 김득련이다. Illustrated London News (26 May 1896)(좌), 《The Korean Repository》에 실린 김득련의 에피소드(우)

THE RUSSIAN AMBASSADOR. 105
most are here, that, according to foreign custom, ladies do sit at table with gentlemen. The same custom allows ladies to talk at the table and I am sure they do talk.
Well, rather than my strange costume attracted attention or because I am good looking (which is more likely), no wonder did I receive my seat then were fixed on me several pairs of beautiful Russian eyes, some blue, some grey, some olive—the last, in my opinion, the most beautiful. I thought I saw all the colors of the rainbow there. I didn't know what to do with my hands. "Never before did I see ladies the daughters of 'Arzhan'." I remark that ladies are kind things, but they are hard to be handled when one gets a look in the other. So there was nothing on my plate. I thought that a very warm flow in my own room. But then a waiter handed me a menu, a list of food written in French, in order, "Arzhan" tells me to order a menu, a list of food written in French. As for me, the list might just as well have been written in Latin or English, or any other unknown language, as to French. All this by the way.
I pointed to something on the menu. "The waiter smiled and came back with a cup of tea or coffee. Holding the cup in my left hand, with the right I took a spoonful of what I thought to be sugar. Sipping the beverage well, I took a good mouthful of it—and I found out too late that the what thing I took to be sugar was really salt. Happening to look up, a meaning glance and smile darted across the table. I knew what it all meant, but I behaved as if nothing extraordinary had happened. I saw now the waiter was not of the difficulty was to initiate others. "Notice that my neighbors were uttering a yellowish white substance or pieces of food, I supposed it to be honey and taking a good look at it, I put it on my mouth. "O horror of horrors! there was no honey about it. English call it honey and so my latest honey no better shall get me again. However, I managed the way, so I took honey with me, and coloring all my courage, I pointed once more to something else on the menu. This time I was glad to see the waiter bring me a plate of something very sweet—his cake as I afterward learned from my friend, "Arzhan". And however exactly what it was and noticing there were something with sugar, with and proper. I was just going to complete the remaining process with some words, when our neighbors said to me across the table, "Excuse me, that cake." Fortunately my people had left the table and I left the waiter to get the cake, the famous, coffee, and the delicious butter which being much used.
In this conversation I may tell you how I had a concert on board the ship. A concert is an extraordinary thing, some sing, some dance, some play on piano, and some do all these together, while spectators sit or stand and clap their hands. One evening I was in my berth in the disagreeable state of being neither sick, nor well, trying to read my Chinese "Guide around the World" (from which I shall give some extracts by and by. Having the word of music and of appetite, I reached out of my cabin and made my way to the cabin where the concert came. I got there just in time to hear the last notes of a piano duet. I liked it very much. Then two tall gentlemen stood up and in a thrilling voice that surprised me, delivered out some thing very loud and very high, somewhat as the clapping of the audience who clapped both hands with all their might. I confess, I enjoyed the sound of clapping hands better than the thrilling voice of the gentlemen. But for the time being, that I can understand how one may produce sound by striking one palm against another, but, how two strong and sensible men should shake and roar and call it singing—that I can not comprehend. Seeing "Arzhan"

에서 서울의 사촌에게 보낸 편지에 체면 돌보지 않고, 일상의 한순간을 있는 대로 털어놓았다. 시와는 달리 여행 떠나고 처음 며칠은 제대로 먹지도 못했다. "다양한 나이프와 포크를 다루는 데 상당한 기술이 필요하기 때문(as it requires considerable skill to handle knives and forks)"이다. 김득련은 나이프와 포크를 '오래된 야만의 잔재(the relics of old Barbarism)'로 여겼지만, 입술을 베고 혀를 찌르고 옷에 고기 등을 떨어뜨리는 낭패가 이어졌다. 커피도 쉽지는 않았다. 김득련은 설탕을 한 숟가락 가득 퍼 넣고는 맛있게 한 모금 을 넘겼다. 하지만 그건 설탕이 아니라 소금이었다. 순간 김득련은 자신에게 쏠린 눈길과 미소를 감지했다. 여기서 밀리면 대놓고 웃음이 터진다고 판단했을까? 그는 "별일 없었는 듯 행동(but I behaved as if nothing extraordinary had happened)"했다. 버터와 꿀은 헛갈렸고, 핫케이크에다 소스, 소금, 후추, 머스터드를 양념하기도 했다. 때마침 민영환 공사가 말려 '양념 케이크'를 입안에 넣지는 않았지만, 이 편지의 원본은 전해지지 않는다. 다행히 윤치호가 미국 북감리교 선교단이 발행한 잡지^{The Korean Repository} 1897년 3월호에 편지를 영어로 번역해 남긴 덕분에, 막 접한 해외의 일상과 사물 앞에서 서툴기만 했던 전통 사회의 한 사내를 만날 수 있다. 서툰 가운데 점잔은 빼고 싶었던 그의 속내, 생활의 한순간이 이렇게 드러난다.

호떡과 왜떡

보통 사람들의 경험은 어땠을까. 1882년 임오군란 이후 중국인 체류자 및 이주민이 급증하고, 1894년 청일전쟁 이후 일본인 체류자 및 이주민까지 밀려 들어오면서 조선 서민대중의 제빵제과 경험도 한층 그 폭이 넓어진다. 중국인들은 국수, 찰빵, 호떡을 통해 밥 못지않은 밀가루 음식의 효용을 보여주었다. 아울러 현대 한국 길거리 호떡의 원형인 화덕구이 호떡인 소병^{燒餅}, 샤오병도 일찌감치 구웠다. 월병^{月餅} 갈래의 과자는 밀가루 반죽과 유지, 달콤하거나 짭잘한 소의 어울림을 조선 사람들에게 소개했다. 파배기의 원형인 마화^{麻花}, 한때 중국 음식점에서 후식 노릇을 했던 발사^{拔絲}, 빠스 등도 한국 화교 문화사와 함께한 과자이다. 이들은 각각 밀가루 반죽과 설탕 사용의 기본기를 일깨우는 과자이기도 하다. 당시의 중국식 찰빵과 만두류, 중국식 밀가루 반죽 과자 일체는 '호떡'으로 불렸다. 간이 중국 음식점은 그저 '호떡집'으로 불렸다.

일본인은 더했다. 개항장마다 초기부터 과자 가게를 열었다. 일본 특유의 만주饅頭, 당코團子, 센베이煎餅, 모치燒餅, 오코시興し, 나가사키 카스텔라, 눈깔사탕, 막과자 등이 이때 잔뜩 들어왔고, 이와 함께 건빵이나 기본 빵류도 들어온 것으로 보인다. 이들은 치밀하게 조선인의 기호를 살펴 보고서까지 남겼는데, 그때에도 인기가 높은 빵류는 단연 ‘과자빵’, 그러니까 제빵과 제과의 사이에 있는 단팥빵 등의 갈래였다. 참고로 오늘날 한일이 모두 즐기는 달콤한 팔소를 넣은 단팥빵, 곧 앙팡餡パン은 1874년 도쿄의 기무라야木村屋에서 태어난 일본식 제빵제과의 대표 상품이다. 일본인 상인들은 일본 특유의 화과자와 함께 유럽과 미국의 제빵제과를 일본식으로 소화한 상품도 함께 취급했다. 당시 조선 사람들은 일본인이 취급하는 빵류와 과자류 일체를 그저 ‘왜떡’이라고 불렀다.



일본 최초의 단팥빵집인 기무라야의 단팥빵. 긴자기무라야 홈페이지

제과제빵이 있는 자리

서양식 제과제빵에서 나온 빵은 최근 한 세기에 여느 외래 음식처럼 갑자기 눈앞에 펼쳐졌고, 여느 외래 음식처럼 누리고 즐긴 사람과 일평생 아예 냄새도 못 맡은 사람 사이에 틈이 한참 벌어졌던 먹을거리였다. 뒤집어 생각하면, 갑자기 눈앞에 나타났다가 해방과 한국전쟁 이후에 폭발하기 전, 한국 음식 문화사 최근 백 년의 풍경과 그 충격을 잘 보여주는 먹을거리가 곧 빵이다. 이를 잘 보여줄 만한 자료로 1930년대 식민지 조선의 구석구석을 사실주의의 눈으로 포착한 채만식¹⁹⁰²⁻¹⁹⁵⁰의 소설 《태평천하》만한 것도 다시 없다. 소설의 장면과 장면을 따라가 보자.

“저어 참, 영감님?” “왜야?” “우리 저기 미쓰코시 가서, 난찌 먹고 가요?” “난찌?” “난찌라구, 서양 증심점심 말이에요.” “서양 증심?” “내에, 짭 맛이 있어요!”

예순다섯 나이에 100kg가 넘는 당당한 체구, 서울에서도 부자로 이름난 이 소설의 주인공 ‘윤 직원 영감’은 목하 15세의 어린 기생 춘심과 연애 중이다. 말이 연애지, 윤 영감은 나이 어린 여성을 차지해 보겠다고 정신이 나간 판이고, 춘심은 색욕에 눈 뒤집힌 늙은이



1929년 서울 최초로 등장한 근대식 백화점인 미쓰코시백화점과 층별 안내도. 소설에 등장하는 ‘난찌’ 레스토랑은 4층에 있었다. 국립민속박물관

를 벗겨먹자고 한참 머리를 굴리고 있다. 매소부賣笑婦든 첩이든 없어서 못 델 리 없는 윤 영감이다. 그는 돈으로는 살 수 없는 에로티즘 및 섹슈얼리티의 한순간을 즐기고 있는지도 모른다. 윤 영감은 자신의 사랑방으로 어린 연인이 먹고 싶다는 탕수육을 배달시키고, 갖고 싶다는 반지를 사주겠다고 신세계백화점 본점의 전신, 1929년 지하 1층 지상 4층 건물에 들어선 미쓰코시三越 백화점에도 함께 간다. 오늘날 ‘데이트 세레모니’의 원형이 여실하다. 그러나 춘심은 원하던 난찌, 곧 런치lunch를 얻어먹는 데는 실패한다. 늙은 연인은 쇠스랑 모양의 식기인 포크를 건딜 수 없었다. 여기서 말하는 ‘직원直員’은 식민지 시기 향교의 책임자이며 법률상으로는 무보수 명예직이다. ‘윤 직원 영감’의 이름은 윤두섭이다. 소설 속에서, 윤두섭은 보잘것없는 집안이 부끄러워 족보도 새로 만들고 직원 자리도 돈을 내고 얻은 것으로 그려져 있다.

“아서라! 그놈의 서양밥, 말두 내지 마라!” “왜요?” “내가 그년의 것이 좋다구 하여서, 그놈의 디 무어라더냐 허년 디를 가서, 한번 사 먹다가 돈만 내버리구 죽을 뻔하였다!” “하하하, 어떡하다가?” “아, 그놈의 것 꼭 소시랑을 피여 논 것처럼 생긴 것을 주면서 밥을 먹으라던 구나! 허 참...”

윤영감이 몸서리를 치는 그 난쟁이에는 도대체 뭐가 나왔을까? 정황으로 보아 1990년대까지 한국에 제법 남아 있었던 경양식에 가까웠을 듯하다. 경양식집에는 수프, 돈가스 또는 함박^{햄버그스테이크}이 있었고, 밥 또는 빵을 곁들인다. 젓가락질은 하지 않고 온통 포크를 쓰도록 한다. 사라다^{샐러드}도 주문 가능하다. 마무리로는 커피, 홍차, 청량음료 따위를 주문할 수 있다. 식민지 조선의 '난쟁이' 또한 이 언저리에 있었을 것이다. 여기 잇대 읽으니 식민지 시기의 인기 대중잡지 《별건곤》 1930년 제31호의 한 쪽지가 재미나다.

토마토—하이칼라: 토마토—란 빨간 일년감으로 서양인은 즐겨 먹지만 동양 사람의 입에는 그리 신통치가 못하다. 그럼에도 불구하고 양풍^{양식} 좇으려고 억지로 먹기 좋아하는 사람을 가리키는 말. 되다 만 하이카라를 빈정거릴 때 쓴다.

돈카츠: 돈^돈카츠레츠란 말인데 일반으로 하등양식^{下等洋食}의 대명사

'하이카라', 'high colla', 드레스셔츠의 깃으로서 운두가 높은 것이다. 식민지 조선과 20세기 한국에서, 서양풍 최신 유행만 좇는 사람을 조롱하는 말로도 쓰였다. 오늘날의 '힙스터'에 상당한 말맛이 있다. 윗글의 쪽지 제목은 '신어대사전^{新語大辭典}'이다. 오늘로 치면 '인터넷 신조어 풀이' 같은 쪽지다. 당대의 유행어, 속어를 통해 세태를 드러내겠다는 기획의도다.

다시 나이 차이 많이 나는 연인이 떠오른다. 춘심은 '난쟁이'가 정말 입에 맞았을까, 아니면 백화점 양식부 음식이니까 맛있을 수밖에 없었을까? 맛있어야 한다고 스스로를 강박했을까? 윤 영감의 완고함에는 식민지 힙스터, 토마토-하이칼라보다는 그래도 정직한 데가 있었을까?

문학 밖으로 나가보자. 조선 음식 연구의 선구자 방신영^{1890~1977}은 1910년대 집필을 시작한 이래, 해방을 지나서까지 개정을 거듭한 조리서 《조선요리제법^{朝鮮料理製法}》(초판 1917년)의 여기 저기에 일찌감치 수프와 커틀릿^{cutlet}, 디저트 및 케이크 그리고 커피에서 코코아에 이르는 '서양



우리 음식의 조리법을 근대식으로 기술한 방신영의 《조선요리제법》과 한국 최초의 컬러 조리서인 이용기의 《조선무쌍신식요리제법》

요리'를 소개했다. 방신영과 동시대에 활동한 요리인이자 조리서의 저자인 이용기^{1897~1933} 또한 자신의 책 《조선무쌍신식요리제법^{朝鮮無雙新式料理製法}》(초판 1924년)에서 방신영이 다룬 만큼 서양요리를 다루었다. 이용기는 커틀릿을 이렇게 설명했다. 당시 조선어 표기는 '카슬래쓰', '가슬내쓰' 등이다.

가슬내쓰: 우육을 얇게 썰어서 깨소금을 조금 뿌리고 칼로 잠간 짓(찌)만 익여서(이겨서) 찜어 다져서) 밀가루를 무치고 계란을 씌워서 기름에 지지나니

이용기나 방신영이나 커틀릿의 재료는 우육, 곧 쇠고기다. 이 부분은 《별건곤》의 '돈카츠'와 함께 읽어볼 만하다. 그 유래가 영어권의 커틀릿이든 독일어권의 슈니첼이든, 본격적인 일식 돈가스는 1929년에야 도쿄에 등장한다. 도톰한 돼지고기에 빵가루를 넉넉히 붙여 덴푸라^{天婦羅} 튀기듯 튀겨 한입거리로 내고, 우스터소스와 양배추 채에 미소시루를 곁들여 쌀밥과 함께 먹는 돈가스, 일본어로 '돈카쓰^{豚カツ}'가 확립되기 전까지는, 쇠고기 커틀릿과 돼지고기 커틀릿과 돈가스가 앞치락뒤치락 뒤섞인 음식 풍경이 이어졌을 것이다. 일본에서든 조선에서든 그랬을 텐데, 그 풍경이 1910년대 이래 조선인이 쓴 조선어 요리서에 이렇게 남아 있다. 이 주변이 식민지 조선, 해방 이후 20세기 한국인 서민대중 일상 속 양식의 풍경이 아니었을까. 앞서 보았듯, 당시의 대중매체는 이를 '하등 양식' 또는 '경양식^{輕洋食}'으로 부르기도 했다. 그렇다면 보다 본격적인 우등 또는 고급 양식의 풍경은 어디서 찾을 수 있을까. 아마 호텔의 역사에 깃들여 있을 테다.

호텔 역사에 깃든 고급 양식의 풍경

호텔은 구미 현대의 해운, 철도와 함께 자란 새로운 숙박 시설이다. '서양식 호텔'이라고 할 것도 없이 호텔은 구미 역사문화의 산물이다. 일본제국과 그 식민지의 일상사와 산업사에 서도 '료칸', 여관 등과 완전히 구분되는 공간인 호텔은 당연히 본격적인 식당을 전제로 한다. 제대로 된 식당이 없으면 제대로 된 호텔이 아니다. 이때 지역색은 둘째 문제다. 20세기 중반까지 정통 호텔의 식당이란 '웨스턴 베이직 퀴진', 특히 프랑스 음식을 정점으로 하는 식당을 기본으로 했다. 1880년대에 일본인이 인천에서 개업한 한국사 최초의 호텔인 대



조선총독부 철도국이 환구단의 일부를 허물고 1914년 설립한 경성철도호텔(조선철도호텔)(좌), 영화 <반도의 봄>에 등장한 주인공 남녀의 데이트 장면에서 등장하는 조선호텔 양식당 풍경(우)

불호텔에서도 서양식을 판매했다. 1901년경 오늘날의 덕수궁 부근에서 문을 연 팔레호텔 Hotel du Palais은 프랑스 요리사가 일한다는 점을 자랑했다. <독립신문>의 영어판인 <디인디펜던트 The Independent>에는 외국인 여행객, 체류자를 향한 서양인 소유·경영의 호텔 광고가 이어졌다. 역시 와인에서 버터에 이르는 서양 먹을거리를 언제든 먹을 수 있다는 설명과 함께 프랑스식 식사가 가능하다는 점을 강조하는 광고가 이어졌다. 이후 조선이 일제의 수중에 들어간 뒤로, 호텔 영업은 일본 통치기구 및 일본 자본이 독차지하게 된다. 대표적인 공간이 오늘날 서울 소공동에 자리한 서울웨스턴조선호텔의 전신인 조선호텔이다.

대한제국 황제가 하늘에 제사 지내는 공간인 환구단을 엑스테리어로 삼은 조선호텔은 최신의 '에스코피에식 주방'*을 갖추고 일찌감치 명성을 쌓았다. 이곳의 건축과 프랑스 음식은 국제적으로 인정을 받았다. 그냥 인정받는 정도가 아니라 꾸준히 일본제국 안과 해외를 향해 광고를 집행했다. 뿐만이 아니다. 1941년 이병일이 감독한 영화 <반도의 봄 半島の春>에서 청춘남녀의 호텔 데이트 장면의 배경 또한 조선호텔 양식당으로 추정된다. 영화 <반



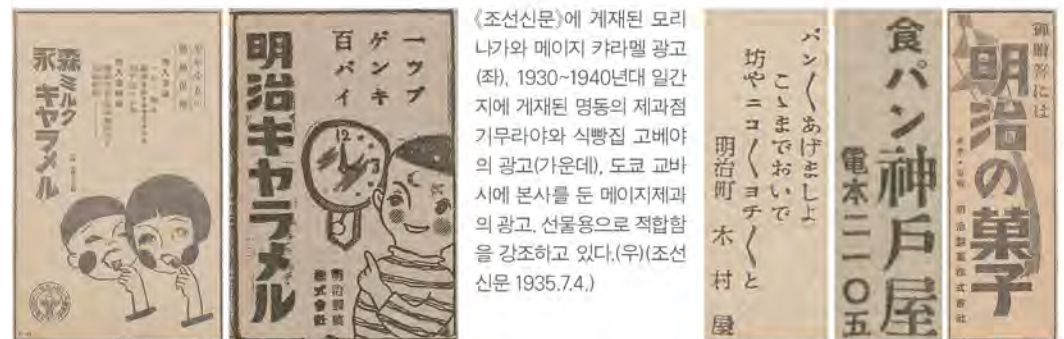
최고의 프렌치 스타일 요리를 자랑하고 있는 서울 팔레호텔의 광고, (The Independent 1898.4.21.)

* 오귀스트 에스코피에(Auguste Escoffier)에 의해 자리 잡은 현대 요식산업의 주방 및 그 체제. 주방장을 정점으로 분야별 요리사에서 견습생에 이르기까지 군대식으로 조직된다. 주방 공간은 기능에 따라 구획되며 여기에 맞는 설비를 체계적으로 갖춘다.

도의 봄>의 양식당 풍경에 자리를 잡은 여성은 연예인 지망생이며 남성은 음반사의 부장. 그러니까 요즘으로 치면 대중음악 또는 연예기획에서 힘 좀 쓸 만한 사람이다. 도시, 데이트 세리머니, 회사의 업무, 연예산업, 대중문화, 다중이용시설이 다 새로운 음식과 엮인다. 이야말로 한반도 근대의 풍경이고 근대 '양식'의 풍경이다.

이전에 없던 빵의 문화, 빵의 풍속이 바로 이 연대기, 이 풍경 안에 자리한다. 조선에다 본격적인 빵과 빵을 주식으로 하는 한 끼를 선보인 이들은 두말할 것 없이 유럽과 아메리카에서 들어온 사람들이다. 이들 가운데 상인은 호텔 영업과 요식업을 통해, 선교사들은 학교 교육을 통해 조선인들에게 빵을 퍼뜨렸다. 하지만 보다 본격적이며 적극적이고 상업적인 제빵제과는 역시 일본인 차지였다. 예를 들면 1902년 일본인 우에마쓰 간노스케(植松貫之助)가 서울에서 창업한 과자점인 야마토젠(大和軒)은 한 세대를 넘긴 1937년에도 오늘날의 중구 충무로 1가에서 건재했다. 군산으로 이주한 일본인 히로세(廣瀬) 집안의 사람들이 연 과자점 이즈모야(出雲屋)의 영업은 1910년대에 시작됐다. 1922년이면 신의주에 일본인의 식빵 제조업체가 들어선다. 모리나가(森永), 메이지(明治) 등 일본 대형 제과회사의 빵과 과자는 1900년대부터 어마어마하게 수입되었다.

20세기 전반 조선의 대도시에서 외래 문물을 얼마든지 접한 사람들, 상당한 교육을 받은 사람들, 청년학생, 번듯한 회사의 회사원에게 빵은 더 이상 낯선 음식이 아니었다. 가령 <조선일보> 1927년 9월 7일자에는 “학교에 다니는 아이들이 아침에는 밥 대신에 우유와 빵을 먹고 가겠다고 한다”는 주부의 사연과 함께 “식빵의 좋고 나쁜 것을 아는 법”을 가리는 꼭지가 실릴 정도였다. 1920년대 이후 조선어 신문, 잡지, 라디오 방송은 식빵, 토스트,



<조선신문>에 게재된 모리나가와 메이지 카라멜 광고(좌), 1930~1940년대 일간지에 게재된 명동의 제과점 기무라야와 식빵집 고베야의 광고(가운데), 도쿄 교바시에 본사를 둔 메이지제과의 광고. 선물용으로 적합함을 강조하고 있다.(우)(조선신문 1935.7.4.)



《대경성부대관》에 실린 서울의 제과점들. 왼쪽부터 동아제과, 다리아백과점, 세뉴사, 야마토켄, 백모란, 나가야

프렌치토스트, 샌드위치, 잼 만드는 법과 버터 등 유지방을 다루는 법, 우유나 커피나 홍차와 함께 빵이 있는 상차림을 연출하는 법을 다루고 또 다루었다. 그만큼 신청년, 신여성, 개화한 주부, 유복한 집안의 어린이나 학생에게는 인기 있는 정보였다는 뜻이겠다. 식빵 한 쪽으로 아침을 때웠다니(당시의 표현은 ‘아침을 치렀다’이다) 하는 청년의 투덜거림은 그 때 이미 흔했다. 맨빵이 불만이지, 샐러드를 갖추었거나 맛난 잼 또는 버터를 곁들였거나, 프렌치토스트를 잘 구워냈다면 불평이 나올 리가 없다. 1936년 《동아일보》 연재소설 〈춘엽부인〉에는 1930년대에 종로 한복판에서 커피와 토스트로 늦은 점심을 먹어치우는 회사원의 모습이 담겨 있다.

출근시간은 지난 지 오래요 벌써 오정이 넘은 모양이었다. 그는 세수를 끝내고 (...) 종로로 나가 토스트에다 커피로 요기를 한 다음 최등장인물 최승호는 사^회사로 들어갔다.

연도만 지운다면, 이 회사원을 오늘날 도시 한복판에 가져다 놓아도 전혀 어색하지 않을 지경이다. 하지만 이렇게 빵을 얼마든지 먹고, 상당한 품질의 토스트 및 샌드위치를 고민하고, 커피나 우유 또는 잼과 유지방까지 곁들인 빵 한 끼를 즐긴 조선 사람은 대도시의 극소수에 지나지 않았다. 19세기 말부터 해방 전까지, 본격적인 서양 제빵제과, 식빵을 바탕으로 한 한 끼가 없었던 것은 아니지만 대다수 조선 사람에게는 여전히 낯선 음식이고 식생활이었다.

기술에서는 어땠을까. 고급 빵, 과자의 제조와 유통을 거의 독점한 일본인 제빵제과 종사자들은 조선인을 허드렛일에나 부렸을 뿐 제빵제과의 핵심 기술은 전수하지 않았다. 적어도 조선에서는 그랬다. 오히려 만주에 건너갔던 조선인, 일본 본토에 들어갔던 조선인들이 운 좋게 제빵제과 기술을 배워 해방 이후에 제빵제과 1세대를 형성한다. 한국인에 의한, 한국인을 위한 제빵과 제과의 시작은 해방을 기다려야 했다. 기다리는 동안은, 빵과 과자 앞에서 민족이 분리된 세월이었다. 전통적인 한과가 제빵제과 영역의 새로운 기술을 기쁘게 만날 기회가 박탈된 세월이었다. 《개벽》 1925년 제55호의 새해 특집, 나무꾼에서 식모, 지게꾼에서 공장 노동자에 이르는 노동 계급 인터뷰에 응한 종로 네거리의 옛장수 최성오는 이렇게 말했다.

“요새로 말하더라도 소위 유식하고 돈푼이나 있다는 놈들은 대개 일본인 관리나 유력자에게 세찬을 보내느라고 땀 마리, 계란 알갱이, 여송연갑(莒宋烟匣, 상자 포장된 필리핀 루손산 연초), 양과자 상자를 사기에 발광들인 모양인데 그래도 옛은 아니 사 갑니다. 그까짓 놈들에게 옛을 팔면 얼마나 더 팔며 또 신신*할 것도 없습니다만 말을 하려 하니 그렇습니다. 어쨌든 왜떡(여기서는 화과자 및 일본인 과자점에서 나온 과자 및 빵류를 두루 일컫는다), 양과자 등쌀에 못해 먹겠습니다. 우리 손으로 그런 것을 다 만들든지 그렇지 아니 하면 없이 할 도리가 있어야 하겠습니다.”

* 신신新新하다: 마음에 들게 시원스럽다

옛은 옛대로 양과자와 만날 도리가 없고, 조선 옛방의 옛쟁이 또는 전통적인 과자 기술자들이 새로운 제빵제과의 기술을 배우고 거기서 법고창신을 고민할 여지가 별로 없었던 시절이 있었다. 전통적인 떡 또는 한과 또는 병과와 제빵제과가 아주 분리된 시절이 있었다. 빵은 해방 전까지는 그런 시절 속에 자리를 잡고 있었다.

해방 전의 빵 풍속도

1900년대에 들어 일본제국의 기세가 등등한 만큼 제빵제과에서도 일본인의 기세가 등등했다. 1910년 이후 조선이 완전히 일본 차지가 되면서는 더했다. 일본인의 빵과자점은 저가의 막과자, 눈깔사탕, 싸구려 빵 및 풀빵 또는 찐빵쯤을 파는 허름한 가게는 물론 기술력을 갖춘 전문 과자점에 걸쳐 있었다. 모리나가제과와 메이지제과 등 큰 기업의 영업과 판매도 이어졌다.

조승환의 연구에 따르면 1902~1908년 사이 서울에 네 군데뿐이던 일본인의 빵과자점이 1913~1923년 사이에는 119군데, 1927~1943년 사이에는 358군데로 늘어난다. 호텔의 등장도 함께 살펴야 한다. 1914년 조선폰텔, 1931년 명동호텔, 1934년 본정호텔, 1938년 반도호텔 등이 영업을 시작했다. 이 가운데 조선총독부 철도국 직영의 철도호텔은 1912년 부산 철도호텔을 시작으로 신의주, 경성, 금강산, 평양 등 주요 도시와 관광지에 들어섰다. 조선폰텔은 경성의 철도호텔이다. 호텔은 빵, 아이스크림, 푸딩, 쿠키 등을 만들고 격식 있는 탁자와 의자를 갖춘 공간에서 판매했다.

1920년대에는 조선인 업주와 기술자도 더러 나타났다. 하지만 이들의 제빵제과 제품은 낮은 기술에서 나온 싼 과자 빵으로 조선인 행상에 공급되었다. 심각한 사회문제를 다룬 《동아일보》 1922년 10월 24일자 기사는 한국 제빵제과사의 한 장면이 깃들어 있다. 이 꼭지의 제목이 이렇다. “누리형설^{寒裏螢雪} 1000명의 고학생. 껌질 반 섞인 조밥과 소금국도 얻어먹을 수 없는 그들의 가련한 형편. 날은 차차 추워오는데 어디 가서 자나. 갈뚝만두 파는 데도 서러운 사정.”



만주 파는 고학생 (매일신보 1920.11.23.)

‘누리형설’이란 ‘눈물 젖은 향학열’ ‘속으로 우는 향학열’쯤의 뜻이다. 당시 서울에만 1000명의 고학생이 고생고생 학업을 이어가고 있었다. ‘갈뚝’은 상호부조, 서로 돕는다는 뜻이다. 여기의 ‘만두’는 달콤한 소를 채운 일본 ‘만주’를 말한다. 고학생들은 만주 외에 싸구려 겐마이팡^{玄米パン}, 현미빵도 팔았다. 당시의 신문 기사를 가지고 조각 맞추기를 해보면, 그 제법은 반죽은 중국식 호떡, 소는 일본식 단팥소를 흉내 내 절충했던 듯하다. 배주환은 이런 제품을 공급한 이로 서울 봉래동에 소재한 삼덕당^{三德堂}의 주인 박성림을 거론한 바 있다.

이 밖에 평안북도 출신 김관옥^{1907~1956}의 자료도 남아 있다. 그는 일본 모리나가제과학교를 졸업하고, 신의주 맞은편 안동^{오늘날 중국 단둥}에서 일본인 공장장과 기술자, 중국인 기술자를 두고 ‘화양과자제조판매^{和洋菓子製造販賣}’를 내건 천수당^{千壽堂}을 경영했다. 이후 한국전쟁 전에는 서울에서, 한국전쟁이 나자 부산으로 가 빵과자점을 운영했다. 한때 서울의 명물이었던 독일빵집 이백이 사장의 이력도 특이하다. 그는 16세 때¹⁹²³ 일본으로 건너가 고베의 ‘저먼 홈 베이커리’에서 기술을 익혀 1943년에 귀국해 조선에서의 업력을 시작한다. 이처럼 낮은 기술력이라고 해도 조선 사람에게 생산과 판매의 경험도 생겼고, 극소수지만 제빵제과 기술을 제대로 배운 인력도 나타났다. 그런데 조선 안에서 고급 제빵제과 기술과 본격적인 빵과자점 및 공장의 경영을 배운 조선 사람은 없다. 당시 조선에 들어와 있던 일본 제빵제과업체는 조선 사람에게 고급 기술은 전수하지 않았다. 리치몬드과자점 권상범 명장 등 70대 제빵제과 기술자들이 기억하는 대선배, 기술의 지도자 역할을 한 해방 후 1세대는 모두 일본 아니면 만주에서 제빵제과 기술을 익힌 사람들이다.

20세기 전반 제법 규모가 있는 빵과자점은 실제로 어떻게 돌아갔을까. 당시 언론의 광고면을 보면 대도시의 제빵제과 재료상, 일본 제과 대기업의 특약 및 특판점의 존재가 쉬이 확인이 된다. 제빵제과의 부문별, 구간별 전문화의 기미가 희미하게나마 보인다는 말이다. 다시 배주환에 따르면, 1920년대 업계 안에서 도매, 소매, 중간도매 상업이 나뉘어 있었다. 선물용 과자를 전문적으로 파는 가게와 과자 방문 판매도 존재했다. 그런데 과자점에서는 포장판매만 했고, 손님이 앉아서 먹을 자리를 마련한 가게는 없었다. 다만 충무로1가에 있던 미호시야^{三好屋}는 좌석을 갖추고 밤만주 5개, 모치 5개, 단팥죽 한 그릇을 각각 10전에 균일 판매해 인기를 끌었다. 얼마 뒤 충무로 2가에 자리한 금강산양과점에서 오늘날처럼 의자와 탁자를 갖추고 빵과 음료를 팔기 시작했다고 한다.

모리나가와 메이지 제품의 조선 판매도 꾸준히 이어졌다. 그런 가운데 일본식 양과자는 충무로의 메이지야^{明治屋}와 세이뉴사^{精乳舎}, 빵류는 명동의 기무라야^{木村屋}와 인현동의 고베야^{神戸屋}가 유명했다. 당시 서울의 조선인 기술자들은 대개 여기서 양과자와 빵류의 초보 기술을 습득했다고 한다. 서울에서 제과 소매를 하는 외국인 가운데는 러시아인도 있었다. 실제로 러시아내전에서 밀려난 백계 러시아인들은 조선으로 많이 들어왔다. 이들 가운데 일부는 서울에서 러시아식 빵을 만들어 팔기도 했다. 생각보다 다양한 빵이 서울에서 구워졌던 것이다. 당시 신문과 잡지는 서울에서 맛볼 수 있는 러시아 빵을 ‘경성명물’로 묘사했다.

1940년이면 오늘날 못지않은 제조상의 기준과 세부를 담은 ‘경성과자공업조합규격세칙’도 나온다. 아울러 1910년대 조선에 정착한 일본인 제빵제과 기술자와 경영자가 노쇠해진 데다, 제2차 세계대전 전황이 불리하게 돌아가자 제빵제과 부문에서 조선인 인력의 비중이 높아진다. 예컨대 1942년 서울 지역 제과제빵에 종사하는 일본인 수가 155명, 조선인이 323명으로 이전과는 전혀 다른 민족 구성을 보인다. 군납 빵 생산의 확대 또한 조선인이 제빵제과에 참여할 기회를 늘렸을 것으로 추정한다.

제빵제과의 주변

서양식 제빵제과는 그냥 밀가루만 가지고 이를 수가 없다. 그 주변이 필요하다. 유지는 대표적인 ‘그 주변’이다. 한민족은 참기름·들기름·오동씨기름·삼씨기름·차조기씨기름·호두기름·잣기름·콩기름·동백기름·돼지기름·쇠기름·고래기름 등 먹을 수 있는 거의 모든 기름을 그때그때 형편껏 먹어왔다. 이 가운데 가장 본격적이며 지속적으로 써온 식용 기름이라면 역시 참깨로 짠 참기름과 들깨로 짠 들기름, 이 둘이다. 참기름은 1960년대 이후 한국에서 식용유 산업의 체제가 서고, 식용유가 대량으로 생산되어, 지지고 볶고 튀기는 식생활이 대중화되기 이전까지, 한식에서 가장 널리 쓰인 기름이다. 참기름은 음식의 풍미를 돋는 향신유로, 또한 필수적인 양념의 하나로 그 위치가 확고했다. 전통적으로 지지거나 튀겨 만드는 과자에 쓰는 기름도 참기름이었다. 들기름은 나물을 무치는 데에, 또 들기름과 어울리는 재료와 어울리는 부침과 볶음에서 개성과 장점을 발휘하여 참기름 못잖은 사랑을 받아왔고, 오늘날에도 그렇다. 1960년대 이전까지, 참기름과 들기름을 중심으로 이어온 한민족의 식용유 감각, 식생활 감각은 이용기의 한마디로 요약된다.

우리나라에서는 본래 기르고 치는 술법^{숙육}에 어두워 타락^{駝酪}, 여기서는 우유 및 유지방을 가리킴)은 덜 만들고 단지 깨(참깨와 들깨를 아울러 가리킴)만 심어서 기름을 짤 뿐이고, 다른 것은 알지 못하므로 한 번 깨가 흉년이 들면 기름이 금같이 귀하여 음식 모양 내는 집에서는 날마다 기름 쓰는 것이 여러 날 반찬 하는 용^{쓰임과 비용}이 더 들고도 부족하며 궁한 시골과 검박한 백성은 왕왕이 사는 동안에 기름으로 익혀 만드는 음식을 모르는 것이 옳지 않으므로 중국 사람은 콩나무 열매(기름기 많은 나무 열매를 가리킴)와 그 밖에 비슷한 열매의 씨를 가지고 기름을 짜서 참기름이 귀할 때 쓴다.

전통적인 과자 혹은 한과를 대표하는 것으로 유밀과^{油蜜菓}를 빼뜨릴 수 없다. 과자란 달콤하거나 짭짤한 풍미가 도드라지고, 질감과 촉감, 형태가 주식과는 구분되는 별미, 별식이다. 동서고금을 통틀어 과자에는 식물성이든 동물성이든 그에 어울리는 기름을 적극적으로 썼다. 버터가 많은 데서는 버터, 올리브유가 많은 데서는 올리브유, 한반도처럼 참기름이 절대로 우세한 데서는 참기름이 과자와 손잡게 마련이다. 유밀과는 기름으로 과자 특유의 풍미와 질감을 내고, 꿀이나 조청 등으로 달콤함을 끌어올린 한과를 두루 일컫는 말이다. 약과를 떠올리면 쉬이 그 만드는 과정과 풍미, 기름의 역할을 짐작할 수 있을 것이다. 참기름 외의 다른 기름이 혼해지기 전까지, 유밀과는 오로지 참기름에 지지거나 튀겨서 만들었다. 뿐만이 아니다. 참기름은 밀가루 반죽 또는 쌀가루 반죽에 들어가 바삭하면서도 부드러운 물성에 이바지하고, 윤택성을 더했다. 또한 참기름은 유밀과의 반죽을 더 잘 부풀게 한다. 완성된 유밀과는 참기름 덕분에 특유의 향과 수분을 오래 유지할 수 있다. 쉽게 말해 와삭 씹히고 바삭 깨지지만 딱딱하지 않은 과자다운 물성, 일단 깨지고 나면 잇새와 입안을 부드럽게 감도는 과자다운 촉감은 기름 덕분에 생기는 것이다. 그 촉감을 사랑한 한민족이 그동안 과자에 쓴 유지가 곧 참기름이다. 이는 오늘날의 제빵제과에서 버터 또는 반고체 상태의 유지인 쇼트닝을 쓰는 이유와도 맥이 통한다.



전통한과인 유밀과

달라진 시대와 음식 그리고 기름

새로운 음식 문화와 발맞추어 기름의 세계도 새로워졌다. 이를 잘 보여주는 책이 당시 음식 연구와 조리 교육의 선구자인 방신영의 《조선요리제법》이다. 방신영은 이 책의 '기름 만드는 법'에서 참기름·콩기름·들기름·낙화생^{땅콩}기름·도야지기름^{라드}·소기름·버터·면화기름^{면실유}·씨를 섞어 짠 기름^{셀러드유}·감람기름^{올리브유}·마가린까지 모두 열한 가지 기름을 다루었다. 당시 조선에서 구할 수 있고, 쓸 수 있는 동물성 및 식물성 유지를 망라한 것이다. 여기서도 참기름은 맨 앞, 제1번으로 서술된다. 아무튼 시대는 바뀌었고, 그만큼 외래 음식도 다양해졌고, 이민과 무역과 한반도 안의 식용유 공업의 확대에 따라, 이전보다는 다양한 기름을 구하고 쓸 형편이 되었다. 물론 전통적으로 이어진 작은 '기름집'의, 기본적인 도구로 짜낸 기름의 소규모 유통은 그때에도 이어지고 있었다. 《동아일보》 1923년 4월 13일자, '임유제업현상'경성에 약 2천 명' 꼭지를 들여다보자. 제목 '荳油製業現狀'^{임유제업현상}은 '들기름 제조업 현상황'이라는 뜻이다.

조선에 있는 유지의 원료 중 식물유의 원료는 심히 풍부하여 자작자급을 행하고도 남는 양이 많으나 기름을 채취하는 방법은 현재에도 유치하다. 재래부터 사용하던 목압기(木壓器, 지렛대 원리의 나무 소재 기름틀)로 대부분을 착취^{취출}하는 중인 바 현재 경성부 내에서 기름집이라고 칭하여 임유^{들기름}를 만드는 처소가 백수십 호요, 그 산유가 매년 2천 석이다. 유박 약 80만 근을 만드는 기계가 불완전하여 1차 착취한 유박 80만 근 중 다시 취득할 잔유가 350석에 달하는 유액이 잔류하였으므로 이에 신식기계를 사용케 되면 채유산액이 증가할 뿐 아니라 폐물에 다시 이익을 얻을 수 있다.



기름을 짜는 틀인 목압기, 국립민속박물관

그런 가운데 새로운 요리와 제빵제과 및 빵·토스트·샌드위치 차림에 어울리는 고가의 유지가 한반도에 수입 유통되었고, 한편으로는 식용유 공업이 조금씩 고개를 들기도 했다. 예컨대 방신영이 언급한 콩기름, 곧 오늘날의 대표적인 식용유 가운

데 하나인 대두유 산업은 20세기 전반에 시작된 것이다. 한민족은 아득한 예부터 콩을 먹어왔다. 하지만 콩에서 기름을 짜지는 않았다. 한반도에서 나는 콩은 무엇보다 장을 담그는 데 소용되었다. 그러다 1930년대에 만주의 값싼 콩을 들여와 공장에서 식용유를 생산하기 시작했다. 당시 대두유 공장은 만주산 콩을 들여오기 좋은 곳인 함경북도 청진에 있었다. 이 공장은 1933년 일본의 재벌 미쓰이물산^{三井物産}의 자본으로 설립된 북조선제유주식회사의 소유로 나중에는 대두유를 바탕으로 마가린까지 제조한 것으로 전해온다. 이 밖에 원산 이북에서 많이 잡힌 정어리, 청어 및 명태에서 짠 어유^{魚油}를 원료로 한 식용유, 면화 증산에 따른 면실유, 동남아시아산 야자를 이용한 야자유 등의 공장 생산도 이때 작은 발을 떼기는 했다.

해방과 또 다른 분기

하지만 제2차 세계대전 이후 한반도에 자리한 식용유 설비는 혁신도 증설도 없이 낙후를 면치 못한다. 분단과 전쟁을 겪으면서 생산 자체가 불가능한 지경이었다. 그나마 도시가 복구되고, 의식주를 위한 최소한의 시설이 가동되기 시작한 시점은 1950년대 중반 이후다. 해방과 전쟁 앞뒤로는 미강^{쌀겨}유가 간신히 식용유 산업을 돌리고 있었다. 참기름과 들기름은 해오던 대로 기름집의 소규모 생산, 소규모 유통이 다였다.

1950년대 말 산업의 기반이 어느 정도 마련되고 나서야 1959년 서울식품공사^{오늘날의 서울식품공업(주)}에서 '조머리표' 마가린 생산을 시작했고, 1960년에는 삼강유지화학^{오늘날의 롯데푸드}로 이어진 마가린 생산에 뛰어든다. 한국산 쇼트닝 생산도 비슷한 시기에 시작되어 몸집을 불려갔다. 1965년 삼강산업^{오늘날의 롯데푸드}로 이어짐이, 1967년 부산의 삼화유지가 쇼트닝 생산에 뛰어들었고, 1969년 이후에는 오늘날까지도 건재한 대형 식품회사들이 쇼트닝과 마가린 생산에 뛰어든다. 대두유는 미국산 대두를 수입해, 미국 차관으로 공장을 지어, 1971년 드디어 해방 이후 처음으로 한국산 대두유 생산을 시작했다. 이 대두유가 바로 1966년 설립된 동방유량의 '해표식용유'다. 이 대두유는 압착이 아니라 '추출'이라는, 당시 최신 기술이 적용된 것이다. '해표'는 오늘날 사조대림의 브랜드로 남아 있다. 기업의 움직임은 산업의 동향을 보여주기도 한다. 1953년에 설립된 제일제당공업주식회사^{제일제당}는 설립과 함께 제당에 뛰어들어 1958년 제분, 1963년 조미료, 1979년 식용유 생산을 거쳐 오늘날 굴지의 식품



1939년 국내 신문에 게재된
북해도산 유키지루시(雪印)
버터 광고



유지 산업의 성장을 이끌어낸 삼강쇼트닝. 여전히 같은 이름으로 출시
되고 있다.(좌), 1978년 당시 서울식품의 각종 유제품 광고. 마가린과
버터, 쇼트닝, 식용유 등도 제품군에 들어 있다.(우)



식용유 대중화의 시대를 연 동방유량의 해표 식용유 광고

기업으로 군림하고 있다. 이는 한 기업의 성장사에 국한된 이야기가 아니다. 설탕, 밀가루, 조미료, 유지라는 제품으로 이어진 연대기는 한 기업이 일상생활에 꼭 필요한 제품, 이문은 박해도 결국 큰돈으로 되돌아올 경공업, 그 가운데서도 식품의 한 분야 한 분야에 뛰어든 어가는 모습을 잘 보여준다. 아울러 단맛에 갈급했고, 종든 싫든 밥 대신 국수와 빵을 집었으며, 조금이라도 맛있게 먹고 싶었고, 어느새 온 음식을 기름지게 해 먹게 된 국민 식생활의 추이를 요약하고 있다.

이와 함께 1945년 설립된 해태제과, 1956년 설립된 동양제과^{오늘날의 (주)오리온}, 1959년 설립된 삼립제과^{오늘날의 SPC삼립}, 1960년 설립된 크라운제과, 1965년 설립된 롯데공업^{오늘날의 농심}, 1967년 설립된 롯데제과^{오늘날 롯데웰푸드} 등도 라면 공장 못잖게 유지 산업의 성장을 이끌었다.

우유와 그 주변

조선의 1년간 육용우유^{육용우유} 고기초^{고기초} 도살 수는 27만 5000두^두라는 다수에 달하나 고래^{고래}로 우유를 용^용함이 심소^{심소}하고 근^근겨우히 일본인과 기타 외국인 간에 수요되었는데 근래 그 효과가 점차 인정되어 수요도 증가하고 영업자의 수도 증가하였으나 아직도 소수이라 재작년 말에는 유우^{유우}乳牛^{乳牛} 젖소 수가 816두, 동년^{동년} 同^同 中 산유액^{산유액}乳乳^{乳乳}이 4278석^석, 약 180리터, 51만 3464원에 불과하였더라.

《조선일보》1924년 2월 11일자 ‘유우급산유액^{乳牛及產乳額}’ 기사다. 이 기사에 따르면, 1923년에 조선에서 사육되던 젖소는 816마리에 지나지 않았다. 2021년 1분기 현재 통계청 자료에 의하면 송아지와 더 이상 우유를搾 수 없는 젖소를 빼고, 당장 우유를 짜는 젖소만 20만 211마리가 사육되고 있는 오늘날의 현황에 견주면 그야말로 상전벽해다.

그럴만한 사정이 있다. 한민족은 오랫동안 소를 키웠고, 쇠고기를 사랑했지만, 우유를 먹자고 소를 기른 적은 없었다. 타락죽이라는 우유죽은 왕실이나 높은 신분의 극소수가 어찌다 약용으로 먹었을 뿐이다. 대중이 일상적으로 우유를 마시지는 않았다. 우유도 유지방도 음식에 널리 활용하지 않았다. 우유와 낙농업에 꼭 필요한, 송아지를 낳은 뒤에도 한참 젖을搾 수 있는 젖소가 한반도에 들어온 때는 1885년이다. 이 시기의 선각자 최경석^{1886~1886}이 1883년 조선이 해외에 파견한 외교사절단인 보빙사의 일원으로 미국을 다녀와 새 품종 작물과 가축의 도입과 보급을 시도했다. 하지만 조선은 몰락했고, 새로운 시도의 맥은 조선 사람에게 이어지지 못했다.

1900년대에 일본인에 의해 젖소가 사육되었고 우유의 생산과 판매도 대도시를 중심으로 이루어진다. 이미 1890년대 이후부터 미국, 유럽, 일본산의 연유가 수입되었고, 1910년대 이후에는 분유도 수입되어 유통됐다. 이는 《황성신문》이나 《독립신문》의 영어판인 《The Independent》 등의 매체를 통해 쉬이 확인할 수 있다. 요컨대 19세기 말 이후 한반도에서는 연유, 분유, 우유가 뒤섞여 유통되었다. 이런 우유 또는 가공우유는 조선에 체류하던 유럽, 미국, 일본 사람들 중심으로 소비되었다. 이 가운데 조선에서 가장 유명한 가공우유는 미국 보든^{Borden Company}사의 ‘수리표^{Eagle Brand}’ 연유였다. 이 회사는 1904년 스위스의



임실을 치즈의 고향으로 만든 지정환 신부와 임실치즈체험관 및 유제품들

네슬레에 합병되었는데 수리표 제품은 식민지 시기 내내 조선에 유통되었다.

1930년대가 되면 조선인의 목장 경영도 늘고 조선인의 생우유 소비도 조금씩 늘다. 1934년 4월 조선인 낙농업자가 참여한 청량리농유조합이 결성되는가 하면, 1937년 7월에는 경성우유동업조합이 결성되었다. 경성우유동업조합이 바로 '서울우유'로 유명한 서울우유협동조합의 전신이다. 경남대 이규진 교수는 이와 같은 추이에 있던 당시 낙농업의 의의를 '생산체계 표준화, 가격 통일, 저온 살균 우유의 시작'으로 요약한다.

해방 이후 경성우유동업조합은 서울우유동업조합으로 이름을 바꾸었으며, 1962년에는 서울우유협동조합으로 새롭게 출발한다. 1960년대에 들어 낙농업도 차츰 정비된다. 1961년에 이르러 축산물 가공처리법이 제정되었다. 서울우유협동조합은 1962년 균질우유의 시대를 연다. 이어 1963년에 연유, 1964년에 버터, 1965년에는 분유를 생산하기에 이른다. 1967년에는 낙농진흥법이 제정 공포되었고, 1968년 이후 정부의 주도에 따른 낙농 투자, 융자, 차관, 기술 도입도 본격화한다. 예컨대 한국과 뉴질랜드 정부는 1969년 <한뉴 시범 목장 설치에 관한 협정서>에 정식 조인한다. 이를 통해, 1975년 협정이 종료되기까지 뉴질랜드의 낙농 기자재, 101두의 뉴질랜드 젖소, 그리고 뉴질랜드의 낙농 기술자에 의한 선진 기술 전수 등의 성과가 있었다.

당시 한국은 식량 자립이 무엇보다 큰 과제였다. 정부는 우유 및 유지방을 영양 가치가



맥글린치 신부의 땅이 어린 제주도 이시돌 목장

있는 식량자원으로 여겼다. 우유 및 유지방은 국민의 체위 향상, 농민 소득 증대, 농업 선진화에 잇닿은 자원이었다. 그러니 대일청구권자금을 지역의 유가공 시설을 마련하는 데에도 쓸 정도였다. 낙농업과 우유와 유지방을 둘러싼 산업 일체가 한동안 정부의 정책, 계획에 따라 움직이고 몸집을 키웠음은 여느 산업과 마찬가지로였다. 대일청구권자금이란 1965년에 체결된 <한일기본조약>에 부속된 네 개 협정 가운데 하나인 '청구권·경제 협력에 관한 협정'에 따라 도입된 5억 달러를 가리킨다. 이는 일제 식민지시대에 수탈당한 한국인의 재산권에 대한 보상뿐 아니라 기타 징병, 징용 등 일본의 식민지 지배에 대한 포괄적인 배상의 성격이 있는 자금이다. 1966년부터 실제 쓰이기 시작했다.

이런 가운데 1954년 제주도로 들어온 아일랜드 출신 패트릭 제임스 맥글린치(P. J. McGlinchey, 1928~2018) 신부가 꾸준히 펼친 다양한 축산과 낙농의 시도, 1958년 한국에 온 벨기에 출신 지정환(본명 디디에 세스페데스, 1931~2019) 신부가 1967년 임실에 세운 치즈 생산 공장을 잇을 수 없다. 두 사람 모두 한국이 빈곤과 기아에 시달리던 시절, 축산과 낙농으로 한국의 앞날을 열고자 애썼다. 그 자취와 업적은 오늘날에도 분명하다.

한 세기 전과 견주어 한국에서 우유의 의미는 완전히 달라졌다. 1970년대 이후 한국에서 태어난 영유아 누구나 분유를 한 번은 먹고 젖을 땀다고 해도 과언이 아니다. 2020년 현재 한국인 1인당 흰 우유 소비량만 26.3kg에 달한다. 오늘날 한국인의 식생활에서 우유



대구시민의 추억 속 빵집인 수형당 광고. 최근 상표를 복원하고 제품 생산을 하고 있다.(좌), 성심문화관에 게시된 대전 성심당의 초창기 모습(사진: 심민호)(우)



1967년 대전 은행동에서와 성심당 초기의 모습
※ 성심당의 종신주를 따라 이전한 성심당은 조창이 밀분식 가루의 정도 모습을 하고 있다.

와 유지방과 발효유, 수많은 가공식품에 첨가되는 우유 부산물을 생각하면 다시 한 번 상전벽해라는 말을 떠올리게 된다.

해방 그리고 제빵제과의 압축성장

해방을 계기로 한국인의, 한국인에 의한, 한국인을 위한 제빵제과가 드디어 시작된다. 만주 또는 일본에서 기술을 익힌 기술자들 또한 해방과 함께 귀국했다. 일본인 소유의 제빵제과 시설은 한국인의 손에 들어왔고, 때마침 미군과 함께 들어온 원조 밀가루와 설탕, 유지는 제빵제과업계에 숨통을 틔웠다. 누구나 빵 특유의 질감, 과자의 단맛이 아쉬운 시절이었다. 빵이든 과자든 일단 만들기만 하면 팔리는 호황이 시작되었다. 이 시기는 전기 사정이 좋지 않아 그나마 남아 있던 전기오븐을 제대로 쓸 수가 없었다. 업계는 연료 수급 사정에 맞춰 장작 가마, 숯 가마, 연탄 가마, 가스 가마 하는 식으로 대체해 가며 일하는 수밖에 없었다. 그래도 미군 부대를 통해 고품질 유지와 유지방이 흘러나왔으니, 이를 경험한 제빵제과 기술자들은 1970년대까지도 한국산 쇼트닝, 마가린, 버터의 품질에 대해 강한 불만을 토로했다.

서울에서는 태극당¹⁹⁴⁶, 뉴욕제과¹⁹⁴⁷, 고려당¹⁹⁴⁷, 영일당¹⁹⁴⁷, 크라운제과의 모태 등이 영업을 시작했다. 대구의 수형당¹⁹⁴⁶, 군산의 이성당¹⁹⁴⁵, 목포의 코롬방제과점¹⁹⁴⁹ 등도 영업을 시작했다.



'서울에서 가장 오래된 빵집'임을 자랑하는 태극당(좌), 목포가 자랑하는 바게뜨 명당, 코롬방제과점(사진: 지역N문화(<https://www.nculture.org>), 한국문화원연합회)

1945년 황해도 웅진에서 문을 연 상미당^{오늘날의 SPC}은 1948년 서울로 자리를 옮긴다. 양산의 체제를 갖춘 해태제과, 풍국제과(1956년 오늘날의 (주)오리온이 매입), 동립산업도 이 무렵에 활발한 생산과 영업을 하고 있었다. 시내의 빵과자점이나 큰 공장이나 모두 적산을 인수해 시작한 것이다. 동립산업은 1948년 설립된 회사로 건빵, 캐러멜, 드롭스를 팔아 '건빵 재벌'이라는 별명으로 불리며 1960년대에 한국 7대 기업으로 손꼽혔다. 1985년 CJ제일제당에 합병되었다.

한국전쟁이 나자 많은 업체가 부산 피난에 나섰고, 부산에서는 1953년 풍년제과가 태어난다. 1953년 이후 피난 갔던 업체가 속속 서울로 다시 돌아왔고, 부산의 풍년제과도 서울로 향한다. 1954년 이백이 사장이 동작구 노량진동에 독일빵집을 열었고, 대전의 성심당이 쥘빵 노점을 시작하면서 역사를 시작한 때가 1956년이다. 1960년 광화문에 덕수제과가 문을 연다. 대구에서는 삼미제과, 삼송빵집, 송영사, 맘모스 등이 한 시대를 풍미했다. 드디어 국내에서 생산된 밀가루와 생효모, 쇼트닝, 마가린, 드라이아이스 등을 업계가 쓸 수 있게 된 때도 1960년대다. 이 시기에 대도시 빵과자점은 본격적인 좌석 판매로 전환했다. 자영업형 대 양산형의 경쟁 구도도 눈여겨볼 만하다. 피난에서 돌아온 상미당은 1959년 삼립제과공사를 설립해 비스킷 양산에 들어간다. 1963년에는 더욱 규모를 키워 서울 영등포구 대방동 공장 체제에 접어든다. 양산 빵이 본격적으로 나오기 시작했고, 크림빵 같은 '히

트작'도 나왔다. 정부의 경제개발정책과 혼분식장려운동이 양산 빵의 성장을 이끈 것이다. 삼립제과도 이 흐름을 읽고 빵과 크림빵의 양산에 손을 댔다.

한일국교정상화 이전부터, 식품업계에는 일본을 방문할 기회가 있었다. 라면과 양산 크림빵 등은 모두 일본을 방문해 받아온 일본 기술에서 비롯한 것이다. 1965년 한일 간의 국교가 정상화되고 나서, 1968년 해방 이후 제빵제과업계 최초의 일본 시찰이 있었다. 이후 일본 업계의 방한이 이어지는 등 한일 간 인적교류가 이어졌으니, 한국 제빵제과 인력의 일본 유학 발판은 이때 마련된 것이다. 같은 해에 일본뿐 아니라 미국의 최신 제빵 기술도 들어온다. 미국소맥협회^{WWA} 극동지부장 도널드 M. 테일러와 미국 농무성 제빵기술촉탁 곤잘레스가 한국을 방문해 제빵제과 기술 발전 방안을 논의한 흔적도 보인다. 곤잘레스는 실제로 오늘날 70대의 제빵제과 기술자들에게 최신 제빵 기술을 전수한 인물이다. 아직은 깊은 연구가 없는, 인력 교환에 관한 연구 또한 인류학의 큰 주제가 될 만하다.

업계로서는 호재의 연속이었다. 이후 자영업형이든 양산형이든 제빵제과 부문의 활황은 1970년대, 1980년대 내내 이어졌다. 동시에 고려당, 태극당, 뉴욕제과, 고려당의 프랜차이즈

*'빵지순례'의 전설이 된 대전 성심당 앞의 행렬들, 주말이면 더욱 장사진을 이룬다.(사진: 심민호)



체인망도 확대되어 골목마다 더 많은 점포가 생겼다. 이제 빵이나 과자를 못 구해서 못 먹지는 않는 시대가 열린 것이다. 미국소맥협회의 인사는 1970년대 한국 유지의 품질이 나쁘고, 설탕의 가격이 너무 높은 점을 지적하기도 했지만 제분, 제당, 유지 등 제빵제과를 뒷받침하는 산업 일체의 수준도, 아울러 제빵제과의 기술력도 한 세대를 지나지 않아 훌쩍 높아졌다. 1988년 말부터는 프랑스와 기술 합작을 하는 업체가 나타나는 등 기술의 도입에서 일본, 미국 일변도의 분위기도 깨졌다. 이즈음은 업계나 소비자나 국제화, 고급화의 물결에 휩쓸리는 시대였다. 1991년 이후 '세계화' '고급' '전문성' '정통' 등을 염두에 둔 CI 선포는 한국 사회가 통과한 사회변화의 추이 그대로다. 어느새 사람들은 빵과 과자를 구분하고, 프랑스나 일본의 빵 맛이나 과자 맛과 한국의 빵 맛이나 과자 맛을 비교하는 데 이르렀다. 이와 함께 2010년대에 다가가며 음식과 제빵제과를 선망하는 사회 분위기가 나타났다. 제빵제과 선진국 유학 선포가 뒤따랐고, 유학 다음에는 창업이 이어졌다. 이윽고 '빵지'며 '빵지순례'와 같은 말이 태어났고, 풍속이 이어지고 있다.

참고문헌

이덕무, 《청령국지》

이규경, 《오주연문장전산고》

朝鮮新聞社, 《大京城都市大觀》, 1937(서울역사아카이브, 서울역사박물관)

고영, 《카스테라와 카스텔라 사이》, 포도밭출판사, 2019

엠마 크뢰벨, 윤용선 외, 《엠마 크뢰벨이 본 대한제국 황실이야기》, 대한민국역사박물관, 2014

윌리엄 루벨, 이인선 옮김, 《빵의 지구사》, 휴머니스트, 2015

이은희, 《설탕, 근대의 혁명》, 지식산업사, 2018

조승환, 《한국 빵과자문화사》, 대한제과협회, 2003

주영하, 《백년 식사》, 휴머니스트, 2020

배주환, 〈한국 제과업 발전사〉, 《과자회보》 제207호, 1985

이규진, 〈일제강점기 조선의 우유 생산과 보급〉, 《한국식생활문화학회지》 31-5, 한국식생활문화학회, 2016

이은희, 〈일제강점기 우랑아 양육과 우유, 연유, 분유의 상륙〉, 《경제사학》 43-3, 2019

매일유업 위음, 《매일50》, 매일유업, 2019

서울우유협동조합 위음, 《서울우유80년사:1937-2017》, 서울우유협동조합, 2017

SPC 위음, 《SPC70년사》, SPC, 2015

글쓴이 고영은 대학에서 고전문학을 공부했다. 대중의 일상에 대한 관심을 바탕으로 판소리 및 잡가의 노랫말의 통사와 형태소 분석, 그리고 음식을 둘러싼 생활에 파고들게 되었다. 조선 후기 한문 단편과 판소리계 소설 등을 번역하고 주석했으며, 음식 관련 옛 문헌을 공부하고 있다. 펴낸 책으로 음식과 미각에 깃든 문화와 역사를 다룬 《카스테라와 카스텔라 사이》 등이 있다.





짜장면

연배 있는 이들이라면 누구나 당연히 가지고 있을 짜장면에 대한 추억 한 자락. 입학과 졸업식날, 일년에 한두 번 있는 가족 나들이 때의 외식 메뉴, 혹은 이삿날 바닥에 신문지를 깔고 앉아 먹던 짜장면 한 그릇. 그 기억 속 짜장면은 설렘과 기대로 기억됩니다.

짜장면을 너무 좋아해서 전국 노포를 다 찾아다니고 책을 쓴 사람, 짜장면을 파스타, 국밥만큼 잘 만든다는 이탈리아 셰프 박찬일의 짜장면 이야기.

어릴 적 짜장면 한 그릇 값의 기억에서 시작해 한국에 전해진 짜장면의 기원에서부터 화교들의 애환, 사자표 춘장, 배달문화가 바꾼 짜장면의 면발과 식감, 옛날식 맛을 고수하고 있는 지방의 중국집 등 생생한 체험을 통해 들려주는 짜장면의 역사와 맛, 우리 같이 짜장면 사랑에 빠져볼까요?



짜장면에 매혹된 이탈리아 셰프의 한국 짜장면 연대기

글_ 박찬일·셰프, 작가



사라져 간 나의 간짜장

먹고사느라 요리 말고도 칼럼이나 책을 쓰기도 한다. 글을 쓰는 일은 아무래도 고역에 가까워서 쓰마고 수락하고 나면 막상 마감이 되어서 머리를 쥐어뜯으며 고통스러운 후회를 거듭하게 된다. 글이란 어쩌면 나란 존재이고 돈과 바꾸기 위해 자꾸 속을 보이는 일이 쉽지 않기 때문이다. 재주도 없어서 매번 힘겨운 노동이다.

몇 년 전에 짜장면에 관한 책을 한 권 쓴 적이 있다. 그 작업은 아주 신이 나서 나도 모르게 며칠 밤을 새워 끝내버렸다. 오직 짜장면 오마주, 내밀한 고백을 기록한 책이었다. 혹시 보신 분이 있는지 모르겠는데, 전국의 짜장면 맛집을 탐방하고 사라져 간 부산의 한 중국집의 연대기를 추적하는 내용이었다.

그 집은 결국 문을 닫았고 나는 아직도 가게 앞에 매달려 있던 세로 간판의 사연을 알지 못한다. 말하자면, '부암반점'이란 가게였는데, 나무로 만든 간판을 자세히 보니, 그 안에 '아무개반점'이라는 글이 음각으로 이미 새겨져 있었다. 다른 가게의 간판을 재활용하느라



*기존 간판 위에 상호를 고쳐 쓴 부암반점의 간판(좌), 부암반점의 거친 간짜장(우)

그런 것일 수도 있고, 아니면 어떤 사연이 있어서 가게 이름을 바꾸었을 수도 있다. 몇 번이고 그 가게를 찾아가고, 전화를 걸어 인터뷰하고자 했는데 실패했다. 그러는 와중에 가게는 문을 닫았다. 이제 부암반점은 완전하게 사라져버린 것이다. 특별할 게 없는 집일 수도 있다. 열 평도 안 되게 좁았고, 그저 그런, 동네 사람들이 찾는 소박한 중국집이었다. 손님이 들어서도 반가운 기색도 없었고, 홀을 보는 아주머니(아마도 주방장 아저씨의 부인)는 텔레비전을 보면서 시큰둥하게 응대하던. 선전 같은 건 당최 관심도 없어서 사진 찍는 걸 아주 싫어했고, 고집 세 보이는 주방장이 일하는 주방은 언감생심이었다.

그래도 슬쩍 넘겨다보니, 개업하던 당시에 만들었을, 아주 오래된 부엌은 간소했다. 요즘은 어디에도 없을, 시멘트로 '공구리를 쳐서' 만든 화덕 아래 가스화구가 들어앉아 있고 그 위에 커다란 면술과 썬을 얹는 불판 하나가 놓여 있는 그런 구조였다. 칠십 언저리로 보이는 주방장 아저씨는 손수 면을 치고 짜장을 볶았다. 오랜 노동으로 그의 몸은 군살이라고는 전혀 없었다. 내가 동행한 후배에게 '체지방이 3프로밖에 안 되어 보인다'고 했을 정도였으니.

그러니까 서울에서 고속열차를 타고 부산까지 몇 번이고 찾아간 건 슬프게도 쓸 만한 짜장면집이 서울의 내 주변에 없었다는 사실 때문이다. 요리 잘하는 중국집은 있겠지만, 짜장면다운 짜장면을 내는 집은 분명 없었고 아마도 이제 영원히 없을 것 같다. 수타로 면을 치고(탕탕!) 주문을 하면 1인분이라도 일일이 간짜장을 볶고, 거룩하고도 고급스럽게 막 부친 계란 프라이를 한 장 없어주는 그런 집이 어디 있겠는가. 왜 간짜장 하나 제대로 하는 집이 없겠어, 하는 분이 많을 듯하다. 하지만 이는 적어도 내가 아는 한에서는 거의 사실이다. 그 이유는 뒤에 쓰도록 하겠다.

이제 부암반점의 기억은 접어야겠다. 고백하자면 한 해 전인가 혹시나 다시 문을 열었을까 기대하며 전화를 걸었다. 부인께서 “아저씨^{주방장}가 아파서 일단 문을 닫았는데 아주 폐업할지는 결정하지 않았다”는 말을 들었기 때문이다. 그러나 전화를 받지 않았고, 인터넷에서 찾아보니 가게 등록이 사라져버렸다. 없어지는 것은 그렇게 또 흔적조차 마치 풍화되듯 깨끗하게 존재를 감춰버리는 것이다. 나의 간짜장도 그렇게 사라졌다.

그저 짜장면을 너무도 사랑했던 나란 사람

두어 달 전에, 한 출판사로부터 이런 제의를 받았다. 이러저러하게 한국의 여러 셰프들이 참여하는 프로젝트가 있다. 각 셰프가 좋아하는 요리를 싣고 출판하려 한다. 출판 이익은 전액 기부한다는 것이었다. 좋은 제안이라 기꺼이 승낙했는데 무얼 할지 고민이 컸다. 그렇게 고른 메뉴는 짜장면이었다. 편집장은 의외라고 했다. 사실 두려웠다. 중식 요리사도 아니고, 스파게티 버무리던 내가 짜장면은 좀 그런 것 아닌가 싶기도 했다. 하지만 큰 주저없이 고른 이유도 있었다. 앞서 말했듯이 사 먹을 만한 짜장면이 별로 없어서 해먹은 지 오래된 일이라 손에 익은 음식이기도 했다. 그 옛날, 조선 땅에 도착했던 화교가 만들었을 짜장면에 가까운 걸 상상하며 만들던 짜장면이라고 해도 될까. 그렇다고 내가 프로로서 짜장면을 만들 수도 없고, 그럴 능력도 안 된다. 그저 짜장면을 사랑했던 한 인간의 별난 취미 정도로 봐달라고 말씀을 드린다. 그 책은 올해 안에 출판된다고 한다.

얼마나 좋아하는 음식이었는지 다른 건 몰라도 짜장면에 관한 기억은 내 뇌에 아주 선명하게 저장되어 있다. 다섯 살 무렵 동네 중국집의 풍경과 냄새조차 또렷하다. 손으로 밀치고 들어서게 되어 있는 입구의 주렴 소리, 나무 탁자의 냄새와 색깔, 주문을 외치는 중



대개 주립을 걷고 들어가는 식이었던 예전 중국집 풍경. 인천 짜장면박물관(인천광역시 중구 문화관광

국어 발음 같은 것들이 아직도 생생하다. 아니, 그것은 윤색과 상상이 덧입혀진 조작일 수도 있다. 그래서 몇 번이고 큰누이에게 내 기억의 정확성 여부를 물어보았는데, 얼추 틀리지 않았다. 짜장면으로 책을 쓴 사람답다(?)고 해야 할지.

당시가 대략 1970년대 초반의 일이다. 짜장면 값은 내 최초의 기억으로는 50원 정도였다. 삼양라면이 20원, 구공탄도 대략 그 가격이었다. 일고여덟 살 때의 일이다. 먹고사는 데 급급했던 시절이라 그 나이에 품 가격에 민감했다. 어른들이 늘 하는 얘기가 그랬던 까닭이다. 중학교 원 했고 고등학교를 다니던 1980년대 초반에 500~600원, 나중에 고등학교 대 초반에는 2000원 가까이 올랐다.

짜장면 값은 어른들의 회고에 비추어보면 1960년대는 비싼 편이었고, 점차 상대적으로 쌀 대중식사가 되었다. 이는 정부의 물가 정책과 밀가루의 수입 증가 덕이었다. 어떤 정권

1965년 매뉴판

價格表

品名	單位	價格 (₩)	品名	單位	價格 (₩)
生肉	斤	480	生肉	斤	480
熟肉	斤	430	熟肉	斤	430
魚	斤	500	魚	斤	500
蔬菜	斤	400	蔬菜	斤	400
豆	斤	350	豆	斤	350
麵粉	斤	300	麵粉	斤	300
糖	斤	300	糖	斤	300
油	斤	300	油	斤	300
其他	斤	300	其他	斤	300

中藥料食業

*목포 중화루의 1965년 메뉴판과 가격

이나 물가는 민심의 바로미터이므로 늘 예민하기 마련이다. 그중에서 음식값은 이른바 피부 물가라고 해서 더 민감하다. 이 때문에 정부에서는 가격신고제를 만들어서 올리려면 미리 신고를 하도록 해서 사실상 가격을 못 올리게 만들었다. 정책적으로 짜장면, 설렁탕, 비빔밥 같은 대중식사 가격을 통제했다.

화석이 된 춘장, 고이 간직한 기억의 냄새

수원에 가면 수원만두라는 가게가 있다. 오랜 화교 중국집이다. 만두도 잘하고 다른 중국 요리도 맛있다. 그 주인네를 취재한 적이 있다. 부인이 아주 친절하게 가게 역사와 가족의 내력을 설명해 주시던 기억이 난다. 취재가 깊게 들어가고, 내가 화교사나 중화요리사에 관심이 깊다는 걸 안 부인이 항아리 하나를 보여주셨다. 건조한 검은 고체가 가득 들어 있었다. 그걸 떼어 냄새를 맡아보았다. 깊고 강렬한 짜장과 간장 비슷한 향이 올라왔다. 50년이 넘은 춘장이었다. 너무 오래 되어서 수분이 말라버린, 춘장이 거의 결정체가 되어버린 것이었다. 직접 춘장을 쭉고 담가서 만들던, 어쩌면 한국의 마지막 '중국집 춘장'이 아닌가 싶어 흥분까지 일었다.

물론 가게에 쓰는 춘장은 아니다. 그 집도 이제는 공장에서 만든 것을 사서 쓴다. 그래서

*수원만두의 50년 넘은 춘장(좌), 필자가 고이 간직하고 있는 춘장 한 덩어리(우)



항아리에서 세월을 버티며 말라붙은 그 춘장은 화석처럼 여겨졌다. 기념 삼아 한 덩어리를 주셔서 아직도 집에 고이 간직하고 있다. 간혹 열어서 냄새를 맡아본다. 어린 날의 중국집 냄새가 다시 풍겨온다.

자, 우선 짜장면을 만드는 현대적인 과정을 한번 설명해 보자. 여러분은 유튜브를 찾아보시면 빨리 이해가 될 듯하다. 일단 나는 글로 짜장면 만드는 과정을 설명하고자 한다. 보통 짜장은 미리 만들어둔다. 요새는 '짜장 소스'라는 말도 쓰는데, 짜장이 이미 소스라는 뜻이므로 동어반복이다. 중국집에서는 보통 줄여서 '장'이라고 한다. 먼저 다량의 양파를 썰어서 볶는다. 요새는 기계로 다져 쓰기도 한다. 과거에는 라드나 쇼트닝을 쓰기도 했는데, 요즘은 거의 식물성 기름을 쓴다. 쇠로 된 큰 솥을 달군다. 이 솥은 썩이라고 하는데, 우리 한자어로는 가마 鑪子를 쓴다. 우묵한 냄비 형태의 장비를 이른다. 썩wok은 광둥(廣東)과 홍콩 등 중국 남부지방에서 요리용 냄비(우묵한 썩)를 이르는 말이다. 그런데 우리 전통 중국 요리사들은 이 말을 쓰지 않았다. 그냥 솥이거나 鑪, 솥이라고 불렀다. 실제로 중국에서도 베이징과 산둥 등 북쪽은 귀라고 부르고, 남부지역에서는 썩이라 한다. 언제부터 우리가 썩이라고 불렀는지는 밝혀지지 않았다. 아마도 북방계가 진출한 한국과 달리 남방계쪽 중국 요리사가 진출한 일본의 영향이 아닌가 여길 뿐이다.

여담인데, 평택의 오래된 화교 중국집을 취재하러 가서 노장 요리사가 갖고 있던 옛 썩을 본 적이 있다. 이미 팔순이 된 그는 돌아가신 아버지 대에 쓰던 것이라고 설명했다. 현재 우리가 알고 있는 썩과는 모양이 다르다. 크기도 작고, 솥에 더 가깝게 생겼다. 썩은 강력한 화력을 원한다. 특히 한국처럼 배달이 많아서 한꺼번에 많은 양을 요리해야 하는 실정에서 화력은 곧 돈이고 스피드다. 가정용 가스레인지가 시간당 3000킬로칼로리 정도인데 썩을 쓰는 화구는 4만 킬로칼로리 이상이다. 1리터의 물이 20초면 끓는다. 중국요리는 불의 힘이다.

자, 썩을 달구고 기름을 두른 후 양파를 볶는다. 보통 다지거나 갈아 둔 돼지고기를 볶는다. 춘장을 따로 볶아 합치거나 양파 볶은 썩에서 바로 할 수도 있다. 어쨌든 양파와 고기, 춘장 모두 볶아야 짜장이 된다. 여기에 감자전분을 푼 물을 부어서 농도를 조절하고 충분한 양을 만든다. 이렇게 만든 짜장을 따뜻하게 보관하고 있다가 주문이 들어오면 면을 뽑아서 그릇에 담고 짜장을 부어낸다.



*목포 중화루에서 주방장이 짜장을 볶는 모습

과거 화교가 한반도에 진출하여 중국집을 본격적으로 열던 최초의 시기를 1900년대 초로 보고 있다. 물론 화교가 들어온 것은 1882년 이후니까 훨씬 이전이다. 하지만 중국집이거나 청요릿집이라고 하는 본격적인 중국요리집이 대중화된 것은 시간이 꽤 흘러서다. 초기 짜장은 지금과 많이 달랐던 것으로 알려져 있다. 일단 전분을 풀어서 만든 짜장이 드물었다. 양을 늘리고 소스의 간을 낮춰서 먹기 편하게 하며 배달해도 면을 따뜻하게 보존하는 데 전분을 푸는 것이 효과적이었다. 소스가 반짝거리며 윤을 내는 것도 전분 덕이다. 원래 전분은 산동식 요리에서 소스를 만들 때 쓰는 기술이다. 요리에 윤기를 내서 보기 좋게 하고 전분물과 섞인 소스는 적당한 간이 되어서 요리를 먹기 편하게 만든다.

물론 간짜장면은 전분을 풀지 않는 것이 원칙이다. 간짜장면은 더 비싼 음식이고 짭짤하고 기름지게 간을 하는 고급면에 속한다. 호텔이나 고급 중국집에 가면 짜장면은 없고 간짜장면만 있는 것은 이런 배경이다. 간짜장면이 초기 중국집에 있었는지는 불분명하다. 여러 자료에는 1960년대쯤 중국집이 전국으로 크게 번져갈 때 한 중국집에서 차별화를 위해 고급면으로 팔기 시작하면서 보급되었다고 한다. 아쉽게도 중국집과 한국식 중화요리에 대한 여러 면모는 기록이 부실해서 사실 확인이 어렵다. 이는 여러 이유가 있는데, 한국의 화교 차별 정책과 경시 풍조가 한몫했다. 뒤에 다시 쓰겠지만 이승만과 박정희 정부는 한국의 화교 세력을 억제하는 여러 정책을 폈다. 외국인 토지와 재산 소유에 대한 제한 등이

그 주요 골자였다. 한국에 정착하여 사는 외국인인 화교가 99퍼센트인 셈이었으니 사실상 화교 통제정책이었다.

중국집에서 직접 춘장을 담그던 시절이 있었다

짜장이 다른 국수 요리와 결정적으로 다른 이유는 춘장 때문이다. 춘장은 아주 특이한 장이다. 일종의 된장이면서 소스의 원천이다. 춘장의 한자어를 春醬으로 알고 있는 이들이 많다. 실은 침면장(甜麵醬)에서 온 말이다. 중국어 발음은 텐멘장에 가까운데, 한국인이 알아듣기도 어렵고, 부르기 편한 말로 바뀌면서 춘장이 되었다고 본다. 침면장이란 달콤한 밀가루 장이란 뜻이다. 침면장이란 한자를 뜯어보면, '甜'은 달다는 뜻이다. 중국의 식당에서 메뉴판에 이 글자가 들어간 파트는 디저트라고 보면 된다. 배우 여명과 장만옥이 주연한 유명한 중국 영화 <침밀밀(甜蜜蜜)>은 사랑을 다룬 영화로 '달콤한 꿀'로 직역한다.

밀가루 장이라고 해서 밀가루만 들어가는 것은 아니다. 우리가 아는 메주콩과 밀가루를 섞어서 담근다. 우리 된장과 비슷한데 밀가루의 영향으로 달콤한 맛이 있다. 밀은 콩보다 당이 높아서 단맛이 강하다. 당이 높은 밀가루를 섞어서 담그니까 발효가 빠르다. 중국집에서 짜장면의 재료로 쓰자면 다량의 장이 필요한데, 이런 빠른 발효가 도움이 된다. 적어도 1960년대에는 많은 중국집, 특히 화교 중국집이나 고급 중국요리집에서는 장을 담가 쓰는 경우가 흔했다. 내가 취재한 수십 명 화교 요리사들의 증언이 대체로 일치한다. 당시에 도 사서 쓸 수 있는 춘장이 있었다. 화교가 모두 요리를 하는 것은 아니었다. 무역, 영농, 주물, 이발 등 다채로운 직업에 종사했다. 그들 중 일부는 장을 만들어서 팔았는데, 춘장은 물론 일반 된장과 간장 등을 팔았다. 중국집에서 주로 썼지만 일반 한국인도 간장 등을 사서 쓰기도 했다. 내가 확인해 보니, 1960년대 신문에 중국 상표의 된장 간장 광고가 실려 있었다. 한국 신문이므로 한국 소비자를 겨냥한 것이다.

춘장을 직접 담궜던 기억을 말해주는 많은 요리사의 증언이 있는데 서교동의 진진(국내 최초 중국식당 미쉐린 1스타 획득)의 주방장 왕육성 셰프는 이런 진술을 했다. 그는 칠순의 노장 요리사로 한국에서 태어난 화교 2세대. 부친은 주물기술자였다.

"중국집의 다수는 자기가 먹고 팔 것은 대개 담갔어요. 시중에 파는 것이 그때도 있었지만 자기 장에 대해서 자부심이 강했거든. 중국집은 보통 2층의 경우라면 옥상에서 장을



한국식 춘장인 사자표 춘장

보관했고, 단층으로 된 집도 안채는 살림집으로 쓰는 데가 많았어요. 그쪽에 장을 담가 숙성했지.”

춘장은 막 담그면 우리 된장처럼 노랗다. 숙성이 되면 된장이 그렇듯이 점차 검은색을 띠기 시작한다. 잘 숙성된 검은색 춘장은 맛의 보증수표였다. 여기서 널리 알려진 이야기가 시작된다. 캐러멜을 넣은 춘장이다. 사자표가 가장 유명하다. 지금도 시장점유율이 9할은 된다고 알려져 있다. 한국식 춘장의 탄생이다. 이 춘장은 1920년대 후반 '사자표'로 등장했다. 인천의 화교계 소장인 조직이 자체 제작한 검은 춘장으로, 기존의 첨면장보다 덜 짜고 더 단맛에 집중한 가공식품이었다. 나중에 영등포로 공장을 옮겼고, 현재는 중국으로 다수 이전했다. 사자표는 상표이고, 상품 이름은 아니었다. 회사 이름은 보통 '영화장 유'라고 한다. 최근에는 춘장을 볶는 수고를 덜어주는 아예 볶아서 포장한 춘장으로 다시 시장을 장악하고 있다.

보수성이 담보하는 중국집의 맛

춘장이 일반화되면서 첨면장^{텐멘장}이란 말도 점차 쓰이지 않게 됐다. 사자표 춘장의 보급은 일대 사건이었다. 첫째, 숙성하지 않아도 검은색의 짜장을 만들 수 있다. 즉, 저렴하게 숙성된 느낌을 낼 수 있다. 둘째, 단맛이 오히려 대중들의 환영을 받았다. 캐러멜은 인공색소로 아는 사람이 많은데 아니다. 캐러멜은 설탕을 만들 때 나오는 당밀을 가공해서 색을 낸 천연색소다. 짜장에 넣으면 윤기가 나고 맛이 달다. 짜고 칼칼한 맛의 춘장 짜장면 맛은 어린

아이들이 좋아하지 않았다. 기름기도 강했다. 초기 짜장면은 어른의 맛이였다. 캐러멜 색소의 사자표가 득세하면서 어린이 입에 '딱'이었다. 내가 먹은 최초의 짜장면도 아마 사자표이거나 당시 경쟁하던 회사 제품의 춘장을 넣은 것이 아니었을까.

한국에 '공장형 군만두'를 크게 보급한 화교 사장님을 취재한 적이 있다. 그와 환담 중에 춘장 얘기가 나왔다. 그러자 그는 보여줄 것이 있다고 뭔가를 들고 왔다. '엔타이 텐멘장' 즉 연태 춘장이었다. 엔타이^{煙臺}는 산둥성의 한 지역으로 우리나라 화교의 다수가 이 지역 출신이다. 청나라 베이징의 궁정에 요리사를 가장 많이 공급한 지역이기도 하다. 한마디로 요리 기술 좋은 동네다. 이 지역은 한국 짜장면의 원조 지역으로 알려져 있다. 엔타이 출신 화교가 한반도에서 요리사로 활약하게 되니, 당연히 춘장 기술도 가지고 왔다. 그 엔타이 춘장은 내게는 그다지 좋은 제품으로 보이지 않았다. 한국의 사자표와 비슷한 맛이었고, 성분을 보니 역시 대동소이했다. 오히려 한국의 사자표 춘장 기술을 '원조'인 중국이 받아들인 것인가.

신 화교(옛날에 한국에 온 화교를 구 화교, 1990년대 한중 수교 이후 온 화교를 신 화교라고 구분한다)들이 많이 사는 대림동이나 온라인 쇼핑몰에서 중국산 춘장을 파는데, 역시 사자표와 흡사해서 별 차이가 없다. 다만 더 짜고, 덜 달다. 이 춘장은 중국 산둥에서

인천 조계지 안의 청국 거리. 인천광역시 화도진도서관(좌), 관광객들로 붐비고 있는 인천 차이나타운(우)





옛 공화춘 자리에 들어선 인천 짜장면박물관(인천광역시 중구 문화관광)

어떤 용도로 춘장을 쓰는지 잘 보여준다. 포장지에 '대파의 동반자'라고 써어 있다. 산둥은 대파가 유명하다. 조선사람들은 원래 대파를 그리 많이 먹지 않았는데, 일제강점기에 건너 온 화교들이 대파 씨를 많이 가지고 와서 농사지어 시장에 팔던 것을 사 먹으면서 소비량이 늘었다고도 한다. 짭이 많고 알싸한 향이 조선인의 입맛에 잘 맞았다는 것이다. 산둥 사람들은 조선 땅에 주로 노동자로 첫발을 내디뎠다. 1882년, 우리가 잘 아는 임오군란이 터진다. 알다시피 조선의 권부는 청나라의 개입을 요청하고, 결국 3천여 명의 청군이 조선 땅에 들어온다. 이들과 함께 온 소수의 상인들이 최초의 화교 원조라고들 한다.

19세기 후반, 동아시아는 급속한 국제 질서 재편기에 들어선다. 청나라는 제2차 아편전쟁^{1856~1860}을 통해 서구 열강과의 불평등 조약을 잇달아 체결했고, 조선은 그 여파 속에서 1882년 조청상민수륙무역장정을 체결하며 청과의 반식민적 통상관계를 맺게 된다. 이 조약은 조선에 거주하는 청나라 상인에게 장사할 권리를 보장한 것으로, 사실상 청의 '경제적 조선 보호권'을 자인한 셈이었다. 결과적으로 1883년 인천항 개항 이후 조선에는 청국 상인과 노동자, 기술자가 본격적으로 유입되며 화교 공동체의 태동이 시작된다.

1884년, 인천 내항 주변에는 공식적인 청국 조계지^{淸租界}가 형성되며, 청국 영사관과 상점, 숙소, 점포, 음식점이 모여드는 거주지로 발전한다. 이 지역이 바로 현재의 인천 중구 선린동, 흔히 '차이나타운'이라 불리는 구역이다. 이들은 대부분 산둥성 출신, 특히 현재의 지명



짜장면과 공화춘에 관련된 유물을 전시하고, 과거 공화춘의 주방과接客실을 재현한 짜장면박물관 (인천광역시 중구 문화관광)

으로는 웨이하이웨이^{威海衛}, 엔타이 등지를 거쳐 육로나 해로로 들어왔으며, 한문과 구어에 능해 청국 공사관의 통역이나 문서 담당자로도 활동했다. 인천은 이런 이유로 지금도 화교가 하는 중국집이 많고 맛도 뛰어나다. 서울에서 많은 이들이 맛있는 음식을 먹으러 인천에 간다.

요즘 유명한 집은 <수요미식회>에 등장하여 대히트를 친 용화반점 등이다. 이 집은 서울의 중국집은 거의 포기하다시피 한 볶음밥을 옛날식으로 만들어서 화제를 모았다. 볶음밥이 왜 그리 변했는가 하는 것은 이 뒤에 쓸 배달 항목에서 다루겠다. 같은 줄기의 대목인데, 잘하는 중국집은 서울보다 인천, 대구, 부산 등지에 많다. 이유가 있다. 도시 발전과 보수성 때문이다. 서울처럼 급속도로 변화하지 않은 보수적인 지역에서는 중국집도 옛날식을 고수하게 된다. 당연히 맛이 좋다. 예를 들어 대구의 영생덕이며 종로의 화교 중국집을 보라. 한국인 중국집도 마찬가지다. 화교들과 경쟁해야 하므로 '잘해야 버틸' 수 있다. 이 부분은 여러분도 동의하리라 생각한다. 여담인데, 서너 해 전에 서울 관악구에 새로 생긴 아담한 중국식당이 크게 인기를 끌어 현재도 줄을 서야 한다. 이유는 단순하다. 주문하면 간짜장을 볶기 시작하고, 계란 프라이를 덮어서 낸다. 다시 말하면 서울의 중국집은 대부분 하지 않는 방식이다. 긴말하지 않아도 알 수 있지 않은가.

청국 노동자를 상대로 한 노점에서 탄생한 짜장면

우리에게 온 화교 상인들은 조선 시장에서 단순한 상업자 역할을 넘어서 조선인과의 일상적 접촉을 통해 음식을 나누고 노동을 함께했다. 1880년대 후반, 인천항과 서울 남대문 일대에는 '청국집'이라 불리는 화교 음식 노점이 등장한다. 당시 신문인 1898년 《한성주보》 기사에 “청관에서 작장면과 고기볶음국수를 파는 곳에 사람 몰린다”고 했다. 이는 최초의 중화요리점 등장을 반영하는 기록이다. 이들은 밀가루 반죽으로 빚은 기름떡, 호떡, 간단한 국수와 중국된장 볶음 요리를 거리에서 판매했다. 조선 후기 상인들은 이를 “잡국 음식”이라 불렀고, 이질적이지만 싸고 배부른 음식으로 인식했다. 아직도 우리 학계에서 결론을 내지 못한 ‘짜장면의 탄생’이 이때 생겼을 가능성이 크다. 짜장면은 중국어로 ‘작장면 炸醬麵’이라고 쓰고, 발음이 자장이거나 짜장으로 표기할 수 있다.

그 무렵 청나라는 이후 왕조의 멸망기에 접어들면서 대혼란에 빠진다. 민란이 일어나고 가뭄이 겹치면서 산둥지방은 난리가 난다. 다수의 산둥 남자들이 가족을 뿔어먹이려 조선땅에 독신 노동자로 들어온다. 조선을 강제통치하고 있던 일본이 원하던 바였다. 당시 조선을 대륙 침략의 전초기지이자 새로운 시장으로 만들려고 했던 일본은 수리공사와 신작로를 닦는 각종 토목공사, 요즘 말로 SOC 사업을 크게 벌이고 있었다. 이들은 노동 수요가 있었고, 싼값에 부릴 수 있는 중국인 노동자^{케우리}의 유입을 반겼다. 이들이 우리나라 구 화교의 비조^{鼻祖}가 된다.

이들은 대부분 노동자로 시작해 점차 중국집 등을 열고 사업의 터전을 닦는다. 그러나 본국이 내전에 휩싸이고 1949년 중화인민공화국이 수립되면서 결국 돌아가지 못하고 화교가 된다. 화교란 중국인으로서 외국에서 사는 교포란 뜻이다. 화교는 아주 특별한 존재다. 원적은 중국 본토인 산둥이 대부분인데, 중국의 공산화로 돌아가지 못하고 눌러앉게 된다. 이때 타이완^{당시 자유중국}의 신정부에 의해 자유중국 국적을 얻는다. 화교는 자유중국인 신분이므로 외국 여행이 금지된 한국인과 달리 바다 건너 자유롭게 드나들 수 있었다. 타이완을 왕복하며 작은 무역에 종사하거나, 일본에도 갈 수 있으므로 역시 무역이나 요리사로 일해 돈을 벌기도 했다.

춘장에 곁들인 대파가 양파와 단무지로

춘장은 볶으면 짜장이 되면서 동시에 반찬이 되기도 했다. 한국인은 짠 절임류의 반찬이 없으면 밥을 못 먹는다. 아시아에서도 한국이 거의 유일하다. 내가 이런 말을 하면 어떤 이는 “일본은 단무지^{다꾸앙}가 있지 않느냐, 중국도 짜사이를 먹지 않느냐”고 한다. 결론부터 말하면 둘 다 정확한 해석이 아니다. 일본인들이 다꾸앙이나 락교^{절임 파뿌리} 등 반찬을 먹기는 한다. 그러나 일본식 밥상에 소량 놓고 먹을 뿐, 한국처럼 김치가 몇 종류나 한꺼번에 밥상에 올라오는 방식은 아니다. 먹는 양도 아주 적다. 또 라멘 등 중국음식(원래는 중국에서 온 것이니 중국식으로 이해한다)을 먹을 때는 아무 반찬도 없는 경우가 대부분이다. 중국도 짜사이^{짜이}를 먹는 건, 현대 한국의 일부 고급 중국집에서 단무지와 양파 반찬 대신 고급스러운 중국 반찬을 찾다가 사용하게 된 것으로, 실제로 반찬처럼 소비되는 종류가 절대 아니다. 중국에서는 전채 요리에 가까우며, 중국의 사천 등 일부 지방에서만 먹는다. 한국처럼 공짜로 제공되지 않으며 시켜야 나오는 것이고 돈을 받는다.

부산의 노포 화교반점의 간짜장(좌), 익산 아래항의 된장짜장면, 캐러멜 소스가 들어가지 않는다.(우)



중국집의 짜장면도 처음에는 중국에서처럼 반찬 없이 제공되었으나 점차 조선인의 요구를 수용했을 것이다. 즉, 반찬을 냈다. 처음에 무얼 냈는지는 자료가 없다. 다만 산둥 사람들이 즐기듯이 대파를 썰어서 춘장에 곁들여 냈을 가능성도 있다. 위의 글에서 '대파의 동반자'라고 쓴 부분을 상기해 보라. 중국인, 특히 산둥 사람들은 대파를 춘장에 찍어 먹는 걸 좋아한다. 초기 화교들과 노동자들도 그랬다고 한다. 그런 식으로 대파를 썰어 춘장과 함께 제공했을 가능성이 높다고 나는 생각한다. 자, 중국집에 가면 짜장면 반찬으로 무엇을 내주는가. 맞다. 춘장에 물을 타서 밀도를 낮춘 장과 양파, 단무지를 준다. 단무지는 일제강점기에 생겨난 풍습일 것이다.

앞에서 사자표 춘장이 캐러멜을 넣은 춘장을 대히트시켰다고 썼다. 그런데 그 이전에 이미 그런 경향은 화교사회 중국집에 퍼지고 있었다. 화교 연구에 정통한 이정희 교수의 논문〈조선 화교의 음식문화 변화 연구〉²⁰⁰⁹에는 이런 대목이 있다.

“담그거나 중국에서 가져온 춘장이 모자라거나 할 때 흑설탕 등을 타기도 했다.”

만보산사건의 아픈 기억과 불난 호떡집

아마도, 빠르면 1960년대 적어도 1970년대에는 입학식이며 졸업식에 짜장면은 일종의 관행이었다. 외식거리가 많지 않았고 짜장면과 중국집은 수십 년간 한국 외식시장의 거인이었다. 친구들을 만나서 짜장면의 추억을 듣는 것을 나는 즐겼다. 한 친구의 이런 기억은 너무도 생생하고 흥미로웠다.

“졸업장을 들고 중국집을 갔지. 그때 예약이 있나 어디. 두어 집에서 자리를 못 찾아 결국 한참 걸어 아주 큰 중국집에 갔는데, 자리가 있다는 거야. 이층의 큰 홀에서 부모님과 짜장면을 먹었어. 문제는 그 후야. 신발을 벗고 들어가는 곳인데, 식사를 마친 사람들이 거의 비슷한 시간대에 퇴장하려고 몰려든 거야. 아이들 신발이란 게 다 똑같은 형질 학생화야. 그게 백 켤레는 놓여 있었을 거야. 신발 정리하는 사람 같은 존재는 없었고. 알아서 내 신발을 찾아야 하는데 그게 되냐고. 어떤 애는 울고, 아우성을 치고, 아주 대단했지. 흐흐.”

“호떡집에 불났다!”

어떤 의미인지 잘 아실 것이다. “호떡집에 불났다”는 상황이 매우 소란스럽고 떠들썩하

다는 뜻을 나타내는 표현인데 주로 엉망진창인 상황이나 말도 안 되는 상황을 말한다. 이 말의 유래는 여러 설이 있는데, 중국인과 호떡집에 대한 좋지 않은 인상에서 비롯되었다고 하는 일설이 유력하다. 중국인들은 호떡집을 운영하는 경우가 많았고, 그들의 언어나 행동이 낮설어 소란스럽게 느껴졌을 수 있다. 또한, 호떡을 만드는 과정이 매우 소란스럽고 떠들썩할 수 있다. 또 다른 설은 좀 무섭다. 일제강점기의 이른바 ‘만보산사건’이다. 1931년 7월 1일과 2일, 만주 지린성 장춘현 만보산 지역에서 발생한 이 사건은 논의 물꼬 문제에서 비롯되어 조선인과 중국인 농민 사이에 충돌이 일어났고, 여기에 일본 경찰이 개입하면서 결국 유혈 사태로 이어졌다.

이윽고 조선의 신문에 중국인이 조선인을 구타하여 죽였다는 오보가 실리면서 안 그래도 평소 대량 유입된 중국인들이 조선 상권과 노동시장을 혼란스럽게 한다고 여겼던 조선인들은 분기탱천한다. 전국에서 화교 상점과 거주지역, 중국집을 습격하고 구타하여 인사 사고까지 벌어진다. 많은 화교들이 본국으로 피신하거나 다른 지역으로 도망가기도 했다. 이때 중국 상점에 불을 지르는 경우도 있었다.

호떡집은 실제로 짜장면과 요리를 파는 중국집보다 훨씬 많았다. 호떡집은 보통 두 가지 업태가 있었다. 중국식 빵과 호떡을 파는 가게와 만두와 간단한 요리도 같이 파는 가게가 있었다. 명동에 취천루라는 오래된 중국 호떡집이 아주 유명했다. 나도 여러 번 갔다. 이 가게는 1990년대에 사라졌다. 호떡집이었지만 만두를 팔았다. 즉 만두집도 호떡집이라고 불렸던 것이다. 나중에는 오향장육과 만두에 배갈^{중국 고도주}을 파는 집이기도 했다. 화교가 하는 이런 호떡집 혹은 만두집은 부산^{신발원}이나 대구^{태산만두} 등지에 간혹 남아 있고 서울에서는 거의 찾아보기 어렵다. 우리가 아는 흑설탕이 들어간 호떡은 그중 한 종류에 불과하다.

호떡은 디저트나 빵이 아니라 간식이 다. 디저트가 아니라는 점에서 피자



대용식으로 인기를 얻고 있는 서울 길거리의 호떡장사 (매일신보 1940.3.14.)

갑다. 중국인 노동자들이 많이 사 먹었다. 반죽한 밀가루를 화덕에 굽고, 파와 춘장 등을 발라서 먹었다. 이런 음식은 화교의 고향인 산둥 등 동북지방에 지금도 흔하다. 놀랍게도 동북지방 출신이 많은 한국의 신 화교들이 운영하는 대림동에 호떡집이 꽤 많다. 만두와 여러 가지 호떡을 취급하는데 식사용이며 한국식 호떡은 거의 취급하지 않는다.

멋진 볶음밥 찾기가 왜 이리 힘든가

지금은 쌀도 꽤 먹지만 산둥은 기타 북방지역과 함께 밀가루 섭취 지역이다. 만두, 밀국수가 발달했다. 베이징은 왕조의 수도였으므로 중국 남부의 여러 민족이 올라왔고, 그들이 남부의 음식문화도 전파했다. 볶음밥 같은 것은 전형적인 남부음식인데 북방에도 퍼졌고, 그 때문에 산둥 출신 화교들이 조선에 와서 볶음밥을 팔았던 것이다.

중국집의 볶음밥은 고난도 겪었다. 1950~1960년대는 심각한 식량난이 있었다. 쌀 공급이 턱없이 모자랐다. 미국으로부터 밀가루 원조와 수입이 이루어지면서 배는 굶지 않을 수 있었지만 쌀 좋아하는 국민의 소비욕구를 막기 힘들었다. 정부는 쌀 소비를 줄이기 위해 골몰했다. 식당에 쌀밥을 팔지 않는 '무미일'을 지정해서 위반 시 벌금을 물리거나 폐업 조치까지 강행했다. 그 때문에 중국집에서 볶음밥을 팔지 못했다.

현재 중국집의 볶음밥은 간짜장의 하향평준화와 함께 심각하게 질이 나빠졌다. 배달 중심으로 바뀌면서 음식의 질도 떨어졌다. 볶음밥은 주문하면 하나씩 볶아야 제맛이 나지만, 많은 중국집이 인건비 문제와 배달 수요에 치여 '기름 비빔밥'이라는 비아냥까지 듣고 있다. 특히 중국집이 제일 많은 서울이 더 문제다. 이 때문에 맛있는 볶음밥을 먹기 위해

대구, 부산, 인천 등지의 화교 중국집을 찾는 이들이 적지 않다. 슬픈 일이다.

간을 해서 고슬하게 잘 볶은 볶음밥! 그 위에 기름에 튀기듯 '크리스피 계란 프라이'를 척 얹어주는 멋진 볶음밥을 만나기가 이리 어렵다니. 볶음밥에 보통 짜장을 곁들여주는데 이런 상술이 비난을 사기도 한다. 볶음밥의 부실함을 짜장으로 가리려는 의도라는 것이다. 그래서 국물조차 짬뽕 국물 대신 예전처럼 자극성이 적은



*밥알이 살아있는 인천 용화반점의 볶음밥

맑은 계란국을 내는 집을 최고로 치는 볶음밥 마니아, 옛날 중국집 애호가들이 꽤 있다.

짜장라면이 이룩한 신세계

1984년 3월, 라면회사 농심은 대한민국 식품사에 한 획을 긋는다. '짜파게티'를 출시한 것이다. 이 짜장라면은 짜장+스파게티의 합성어다. 당시 스파게티라는 것을 소비자들이 거의 모르고 있었는데 왜 이런 작명이 나왔는지 의아하기도 하지만, 어쨌든 핑 잡는 게 매라고 성공했으니 좋은 이름이 되었다. '오늘은 내가 짜파게티 요리사'라는 광고 속 대사는 의미심장했다. 소년인 모델이 짜장면(물론 인스턴트이지만)을 척척 만들어 가족과 친구들에게 대접한다는 건 신속성, 편의성에 요리의 주체가 어머니에서 가족 구성원으로 확산된다는 것으로 분석할 수도 있었다.

짜파게티는 짜장면의 가정 내 대체재로 완벽하게 자리 잡았다. 빠르게 짜장 맛을 집에서 즐길 수 있다는 것은 큰 장점이 있었다. 짜장이 액상이 아니라 분말로 가능하다는 것도 특이했고, 고기 맛을 내는 인조고기(대두박으로 만든 인공육)도 사람들의 관심을 끌었다. 출시 첫해 3억 원의 매출을 올리며 빠르게 시장을 장악했고, 2010년대 들어 '짜파구리'(짜파게티+너구리) 신드롬을 거치며 글로벌화되었다. 영화 <기생충>을 통해서 더 외국에 알려지기도 했다.

작년 기준 한국의 전체 라면시장 규모는 약 3조 규모인데 짜장라면이 3천억 선이다. 10퍼센트를 차지하고 있으니 상당히 큰 규모다. 경쟁 업체에서도 많은 짜장라면을 출시했다. 개그맨 이경규를 내세운 짜짜로니도 인기가 있었고, 요즘은 유명한 이연복 셰프를 모델로 해서 소스가 고급형 액상에 건더기가 풍부한 짜장면도 내고 있다. 코로나 시국에는 밀키트 형태의 보급이 많았다. 코로나 이후인 요즘도 여전히 인기 품목이다.



짜파구리를 세계적으로 유행시킨 영화 <기생충> 속 장면



나무로 된 옛날 배달통, 짜장면박물관

배달이 바꾼 짜장면의 맛

뭐니 뭐니 해도 짜장면은 배달을 통해 확장됐다. 1950년대 말, 서울 명동과 종로에 등장한 배달 짜장면 가게들은 자전거, 인력거, 심지어 손수레를 통해 배달을 시작한다. 당시에는 아직 철가방이 등장하기 전이었다. 초등학교 시절부터 짜장면 배달을 시작했던 이연복 셰프는 “나무로 만든 배달통이 무거워 힘들었다. 비가 오면 나무가 젖어 물을 먹어 팔이 빠져라 들고 다녔다”고 술회했다. 당시만 해도 랩이 없어서 배달의 기술이 필요했다. 짬뽕이나 우동은 흔들리면 흘러넘치므로 주전자에 국물만 따로 담아서 도착 후 부어주었다. 유년 시절, 아버지가 짬뽕을 시키면 배달원이 그릇 위에 노란 양은주전자로 국물을 부어주던 장면이 기억난다. 어머니는 더 부어달라고 했고, 배달원은 다른 집에도 갖다줘야 한다면서 거절하던 대화도 생생하다. 검은 배달 자전거 핸들에 주렁주렁 매달린 노란 양은주전자들의 풍경이 또렷하다.

1990년대, 한국도 이동통신 시대를 연다. 후발주자인 017은 대대적인 광고 마케팅을 벌인다. 이때 개그맨 이창명을 기용한 “짜장면 시키신 분!” 시리즈는 해당 통신회사의 주가를 올렸다. 이동전화의 통달력이 좋아서 지하철과 마라도 앞바다에서 시켜도 배달이 간다

는 콘티였는데, 짜장면 배달의 사회적 관심이 폭증하는 계기가 됐다. 이창명은 이 광고로 지명도가 엄청나게 올라가 특급 개그맨 반열에 올랐다.

이런 배달도 시작은 일제강점기, 속도전의 발발은 1970년대였다. 1970년대는 배달의 신기원이라 할 수 있다. 오토바이가 보급되면서 점차 속도전이 벌어졌다. 안 그래도 “더 빨리! 더 많이!”를 외치던 시대였다. 한국의 회사들이 일본의 오토바이 회사와 라이선스 계약을 맺고 다량의 물건이 시중에 나왔다. 물론 비싸서 아무나 탈 수는 없었다. 배달 많이 하는 중국집이 먼저 샀다. 오토바이 보급은 짜장면을 분지 않게 배달할 수 있는 효자였다. 그러나 곧 문제가 생긴다. 오토바이는 더 넓은 지역을 커버한다. 작은 동네 관내를 다니던 중국집이 옆 동네에도 진출한다.

짜장면이 다시 붙는다. 붙지 않게 요령이 생긴다. 면에 소다를 치면 면발은 더 쫄깃해지고 안 붙는다. 현재 우리가 먹는 짜장면의 색깔이 노란 건 그 때문이다. 소다가 나쁜 것은 아니지만 순하고 부드러운 면발은 매장되어 버렸다. 품질 저하를 피하지 못하고 있다. 게다가 ‘인건비’를 줄이려고 일회용 그릇을 쓴다. 그릇 회수 비용보다 일회용이 싸기 때문이다. 기분도 맛도 떨어진다. 구수하고 맛있는 짜장면을 만나기 어렵다. 괴롭다. 나 같은 짜장 마니아의 고통이다.

보통 식당의 곱배기는 1.5배 비쌌지만 중국집에선 1.2배 정도만 받아 배고픈 일꾼들에게 호평을 받았다. 1980년대 기준으로 양은 1.5배에 값은 백 원 더 내는 게 ‘국룰’이었다. 보통이 600원이면 곱배기는 700원, 그게 중국집 인심이였다. 배고픈 자들이여, 내게 오라, 그런 의미였다. 중국집에서 곱배기 문화가 자리 잡은 것은 1960년대 후반이라고 한다. 급속한 도시화로 노동자, 학생, 직장인 중심의 식당 수요가 늘었다. 많이 먹을 때였다. 밀가루는 싼다. 곱배기를 줄 수 있었다. 한 끼를 든든히 때우는 싸고 배



*짜장면의 노란 면발은 면이 붙는 것을 방지하기 위해 소다를 넣은 탓이다.



1990년대의 신메뉴인 쟁반짜장과 짬짜면

부른 음식=짜장면이란 등식이 자리 잡았다. 수타로 쳐서 주면서도 값은 비싸게 받지 않았다. 기계면이 대세가 되면서는 더 쉬워졌다.

곱배기의 다음 단계는 바로 짬짜면이다. 1990년대 중반 등장한 이 메뉴는 누가 처음 시작했는지 정확하지 않다. 요즘은 아예 전용 그릇까지 나왔다. “짜장도 먹고 싶고 짬뽕도 먹고 싶다”는 인간의 끝없는 욕심에서 비롯됐다고나 할까. 한때 중국집 앞에는 점집이 많았다는 우스개가 있다. 짜장과 짬뽕 사이에서 흔들리는 민초의 고민을 점집해 주었다는 소리다. 처음에는 반반 메뉴라는 이름으로 실험되다가 이내 식기 분할 기술이 접목되며 ‘짬짜면’이란 단어가 정착된다. 쟁반짜장도 1990년대에 나온 것이다. 원래는 남은 재료를 쓸어서 직원들이 먹던 메뉴였다고 한다. 점차 여러 고명이 더 들어가고, 직접 볶아서 내는 맛의 강렬함이 주효하면서 데이트 메뉴, 파티 메뉴가 되었다.

고맙다 나의 짜장면들이여

짜장면은 중국에서도 많이 먹을까. 의외로 우리 화교들의 고향인 산둥성은 별로 즐기

않는다. 베이징이 짜장면의 원조 격이다. 노포도 많다. 물론 우리 것과는 꽤 다르다. 2000 년대에 한 가게에서 짜장면을 먹었다. 베이징 사람들은 여름에 짜장면을 즐긴다. 중국인들은 한여름에도 더운물을 마신다. 찬 음식이 거의 없다. 짜장면은 삶은 후 찬물에 행귀서 미리 만든 소스와 채소를 얹어 먹기 때문에 찬 음식으로 통한다. 실제로는 미지근하다. 한국인은 우선 짜장 소스의 양에 처음 놀란다. 면을 덮을 만큼 가득 부어주는 한국 짜장의 3분의 1도 안 된다. 게다가 짜다. 고기 넣은 짜장을 기름에 볶아서 얹어주는데, 양파와 전분이 들어가지 않는다. 반찬도 없다. 그러니 염도 자체를 맞추자면 짠 게 맞다. 소스가 뽀뽀 해서 면에 잘 비비려면 기름을 넣어야 한다. 짜고 기름진 느낌이다. 기호에 따라 채소를 얹어 먹는데, 날것이 나와서 어색하다. 그래서 현지의 한국인들은 한인 구역에 가서 한국식 짜장면을 먹는다. 중국인들도 존재를 안다. 중국 최대의 검색사이트 ‘바이두’에 한식 韓式 짜장면이라는 항목이 따로 있다. 이걸 좋아하는 중국인들도 은근히 있다고 한다.

광둥 廣東과 홍콩에서도 짜장면을 먹어보았다. 이쪽 음식은 원래 단맛이 있고 덜 짜고 담백한 편인데 짜장면도 그랬다. 한국의 짜장면과 비슷했다. 그래도 소스의 간은 세고 양은 적은 편이다. 단무지와 양파, 춘장은 주지 않는다.^^

일본에서도 짜장면을 찾았다. 라멘은 일본의 국민음식인데 중화요리로 본다. 중국인들이 만들어 팔았기 때문이다. 라멘을 ‘주카소바’라고도 부르는데, 중화국수라는 뜻이다. 하지만 짜장면은 거의 보기 어렵다. 화교의 출신이 다른 까닭이다. 한국은 짜장을 많이 먹는 북방쪽 화교들이 건너왔고, 일본은 거의 먹지 않는 남방계가 이주했다. 다만 북방계도 더러 있어서 후쿠오카에서도 몇 번 한국 짜장면과 아주 흡사한 걸 먹어봤다. 베이징식은 앞서 설명한 것처럼 전분을 쓰지 않으므로 짭 소스를 소량 주는 데 비해, 산둥식은 전분을 써서 부드럽다. 후쿠오카의 다른 한 집에서는 정말 맛있는 짜장면을 팔았다. 이름은 ‘미소우동’이었다. 된장에 버무린 국수라는 뜻이다. 춘장이 된장의 일종이므로 맞는 말이다. 캐러멜이 들어가지 않은 된장인데, 일본의 붉은 된장인 ‘아카미소’를 쓴 것 같았다. 그래서 부드러운 갈색의 소스였다. 이 가게는 화교가 주인이었는데 코로나 무렵 폐업했다.

일본인은 짜장면을 모르는 이가 많고, 안다고 하더라도 먹을 곳이 거의 없다. 아주 가끔 파는 가게가 있을 뿐이다. 예외가 한 곳 있다. 야구선수 오타니의 도시인 북쪽의 모리오카라는 곳이다. 도쿄에서 신칸센이 연결되는데, ‘바이룽’이라는 이름의 짜장면 전문점이 크게



*후쿠오카의 미소우동(일본식 짜장면)(좌), 모리오카 바이롱의 짜장면(우)

변성했다. 바이롱은 한자로 ‘白龍^{백룡}’을 중국어 발음으로 읽은 것이다. 주인 할머니를 인터뷰했다. 일본이 만주를 침공했던 시기에 선친이 그쪽으로 이주해서 전기기술자 일을 했다고 한다. 패망 후 귀국했는데 폐허의 일본에서 먹고살 길이 없었다. 마침 만주에서 잘 가던 중국집 짜장면에 대한 기억을 더듬어 재현했다. 바이롱이란 이름은 당시 만주에서 팔리던 술 이름이라고 한다. 잘 만든 쫄깃하고 두툽한 면에 고기로만 볶은 짜장소스를 얹어 먹는다. 오이를 올리는 것이 중국식이다. 앞서 썼듯이 짜장면은 중국에선 여름 별식이므로 오이를 얹는다. 한국의 짜장면도 오이를 얹어내는 집이 많은데 이런 관습이 그대로 남아 있는 것이다.

이런저런 짜장면 탐구로 세계를 다녔는데 기억에 제일 특이한 짜장면은 이탈리아에서 먹은 것이다. 로마의 한 중국집이었다. 이탈리아에는 중국집이 상당히 많고 장사도 잘 된다. 최근에는 한식과 일식이 더 인기 있지만, 내가 있던 1990년대 후반에는 중국집이 최고였다. 한 한국인 가이드가 중국집 사장에게 짜장면 만드는 걸 가르쳐서 한국인에게 특별히 팔

게 된 메뉴였다. 면은 스파게티를 폭 삶아서 비슷하게 구현했다. 스파게티는 알다시피 듀럼 밀로 만들기 때문에 딱딱하고 질기다. 부드러운 동양식 면을 만들려면 아주 오래 삶아야 한다(한국인 유학생들은 당시 압력솥에 삶아서 먹기도 했다). 이역만리 타국에서 스파게티로 만든 짜장면을 먹노라니 참 감회가 복잡했다. 어쨌든 그것도 내 인생의 짜장면이었다.

내게는 짜장면과 그 밖의 음식 두 가지로 나누어 먹던 시기가 있었다. 뭔가 불안하거나 고민이 많을 때 짜장면을 먹으면 해소되곤 했다. 그것을 짜장면의 효능이라고 생각했다. 소울푸드, 뭐 이런 감성이었다. 이제야 그 원인을 어렵פות이 알 것 같아서 우습다. 짜장면은 고도의 혈당 상승제다. 불안하면 혈당을 올려서 쾌락을 올리려는 신체의 요구가 나를 짜장면 앞으로 불러낸 것이 아니겠는가.

그래도 짜장면은 옳다. 고맙다 나의 짜장면들이여.

*본문의 사진 중 설명 앞에 별표 표시가 있는 사진들은 필자인 박찬일 셰프가 지난 10년간 간직했던 귀한 사진자료들입니다.



글쓴이 박찬일은 셰프이자 작가로 활동하고 있다. 이탈리아 요리 국내 1세대로 한 시대를 풍미했다. 나중에는 국밥을 만들어 ‘미쉐린 빙 구루망’에 7년 연속 선정되기도 했다. 짜장면을 좋아해서 인생의 음식은 짜장면과 그 밖의 음식으로 나뉜다고 믿는다. 짜장면을 소재로 단행본을 쓰기도 했다. 전 세계의 짜장면을 먹으러 다녔다. 실제로 파스타, 국밥만큼 짜장면을 잘 만든다.

대구 명물 '야끼우동' 탄생 비화

글_ 이정희·인천대 중국학술원 교수

2006년 대구시가 선정한 '대구 10미' 가운데 대구서 탄생한 중국요리가 있다. 바로 '야끼우동'이다. 이름만 들으면 '일본 요리인가' 하고 생각할 것이다. '야끼'는 일본어로 '굽다'는 뜻이다. 일본에서 우리 음식 불고기를 '야끼니쿠'焼肉, 일본식 부침개를 '오코노미야끼'お好み焼き, 문어가 들어간 반죽 구이를 '다코야끼'たこ焼き라 한다. 그런데 '야끼'는 요리에서는 '볶다'는 뜻으로 사용되기도 한다. 일본 요리의 하나인 '야끼우동'焼うどん에서 '야끼'는 바로 '볶다'의 의미로 사용되어 '볶음우동'이 되고, 야끼소바焼そば는 '볶음국수'가 된다.

대구 야끼우동과 일본 야끼우동은 엄연히 다르다. 일본판 위키피디아의 '焼うどん' 야끼우동 코너는 대구의 야끼우동을 다음과 같이 소개한다. "대한민국 대구광역시에는 일본에서



1974년 대구에서 탄생한 야끼우동

전해진 '焼うどん'을 그대로 차용어로 사용한 인기 음식이 있다. 약 30년 전에 개발되어 주로 중화요리점에서 맛볼 수 있다." 대구 야끼우동이 일본 요리 야끼우동에서 유래했다고 소개하고 있다. 그런데 요리 명칭의 유래는 그럴지 몰라도 두 요리 사이에는 상당한 차이가 난다.

우선 일본 야끼우동은 우동 면을 돼지고기, 채소, 그리고 간장이나 소스와 함께 볶아 만드는 요리로 감칠맛이 난다. 대구의 야끼우동은 굵은 우동 면이 아니라 중국집에서 사용하는 중화 면을 사용하고 고춧가루와 마늘의 매운 양념을 기본으로 해산물, 양파, 배추, 호박, 숙주나물, 묵이버섯 등을 넣고 볶은 요리로 얼큰하고 매운맛이 특징이다.

일본 야끼우동은 국물이 없는 반면 대구의 야끼우동은 자작한 국물이 있다. 요리 방법도 약간 다르다. 일본 야끼우동은 식재료를 위에서 약한 불로 볶지만, 대구의 야끼우동은 센 불에 즉석에서 볶아낸다.

대구의 야끼우동은 요리법으로 보면 중국요리의 '차오몐'炒麵에 더 가깝다. 차오몐은 볶음면 혹은 볶음국수로 번역할 수 있다. 고온의 쪼에 식용유를 두르고, 고기와 채소를 볶은 뒤 삶아 놓은 면을 넣고 함께 볶아내는 요리법으로, 재료의 향과 식감을 살리기 위해 센 불에서 빠르게 볶는 것이 특징이다. 대구 야끼우동의 요리법과 매우 흡사하다. 하지만 차오몐은 감칠맛과 자작한 국물이 없다는 점에서 대구 야끼우동과는 다르다.

술안주가 된 차오몐에서 착안한 야끼우동

대구 야끼우동이 차오몐에서 유래했다는 것은 대구 야끼우동의 원조로 불리는 중화반점 장여림張汝林 사장의 다음과 같은 말로도 입증된다. "아버지장유정, 張維清로부터 다음과 같은 이야기를 들었습니다. 화교 친구들과 만나 술을 마시며 이런저런 이야기를 나누다가 마지막 남은 술 한 병을 차오몐을 안주 삼아 마셨는데 그게 너무나 맛있었다고 해요. 아버지는 집에 돌아와 차오몐을 대구 사람들의 입맛에 맞게 만들면 어떨까 궁리하다가, 이 지역에서는 맵고 짠 것을 좋아한다는 점에 착안해서, 각종 채소와 해산물에 고춧가루와 고추장을 넣어 센 불로 짧은 시간에 볶아낸 요리를 개발했지요. 그때가 1974년이었습니다."



야끼소바

장유청은 1934년 산둥성 푸산^{福山, 현재의 옌타이}에서 태어나 백부와 같이 서울로 이주했다. 푸산은 산둥요리의 발상지로 알려진 곳이다. 근현대 한국 중국요리점을 대표하던 서울의 아서원, 인천의 공화춘과 중화루는 푸산 출신 화교가 경영하거나 그곳 출신의 주방장이 요리를 담당했다. 그는 서울로 이주한 후 중국집 등지에서 요리를 배우면서 생계를 이어갔다. 16살 때 한국전쟁이 터지자 백부와 함께 대구로 피난을 왔다. 당시 대구는 북한군에 점령당하지 않은 안전한 지역이었다. 그가 결혼 후에 1954년 개업한 것이 중화반점의 전신인 중화원이었다.

장유청이 개발한 야끼우동은 중국요리인 차오몐을 대구 사람의 입맛에 맞게 특화한 것인데, 차오몐을 원류로 한 볶음면 요리는 다른 나라에도 있다. 태국을 비롯한 동남아 화교는 밀가루가 아닌 쌀로 만든 넓적한 면을 볶아 ‘궤티아우’라는 요리를 창안했다. 태국 정부는

1930~1940년대 쌀 부족 문제 해결과 음식의 태국화 추진책의 하나로 ‘궤티아우’를 태국식 볶음면으로 개량한 ‘팟타이’를 보급했다. ‘태

국식 볶음’이란 의미의 ‘팟타이’는 달콤새콤하면서도 짭짤하고 약간 매콤한 맛이 특징이다. 나가사키의 향토 중국요리인 ‘사라우동’도 광둥식 차오몐을 원류로 한 요리이다. 일본의 야끼우동도 일본이 제2차 세계대전에서 패한 후 식량 부족이 심각한 시기에 야끼소바의 중화면 대신 쉽게 구할 수 있는 우동 면을 넣어 볶은 요리로 큰 틀에서는 차오몐을 기원으로 하는 요리라 할 수 있다.

그렇다면 요리명을 차오몐으로 짓지 않고 야끼우동으로 한 이유는 무엇일까? 장여림 사장은 이렇게 설명했다. “야끼우동이 탄생할 즈음 중국집에서는 일본말을 많

이 썼어요. 밑반찬으로 나오는 단무지를 ‘다꾸안^{たくあん}’, 볶음밥도 야끼밥이라고 했습니다. 아마도 그 시대에 맞게 용어를 선택하여 지금에 이른 것이 아닐까 합니다.”

1970년대 중화민국^{타이완} 여권을 가진 화교 청년 가운데 일본의 중국집에 돈 벌러 간 사람이 많았다. 일본이 소득 수준이 높았고, 중화민국 여권으로 일본 입국이 쉬웠기 때문이다. 대구의 화교 청년 가운데서도 일본의 중국집에서 일하고 돌아온 화교가 많았다. 그들



팟타이

이 야끼우동과 같은 요리명을 전파했을 가능성이 크다.

화교들이 연 대구 중국집의 역사

중화반점에서 야끼우동이 탄생하기 전까지 대구 지역 중국집의 역사를 되짚어 보자. 지역 중국집의 역사는 1905년 화교가 대구에 정착하면서 시작됐다. 1905년 경부철도가 개통하자 경상도 내륙 경제의 중심지인 대구로 화교가 몰려들었다. 처음에는 포목상과 잡화상이 들어왔고, 노동자와 농민도 점차 증가해 1910년대 들어 화교 인구가 급속히 증가했다. 대구에 중국집은 빠르면 1900년대 후반, 늦어도 1910년대 초반에는 등장했을 것이다. 근대 한국에서 첫 중국집은 1880년대 중후반 서울과 인천에 들어선 ‘화교를 위한 요리점’이었다. 1910년대 들어 점차 중국요리가 한국인, 일본인에게도 인기를 얻으면서 대중화의 길에 들어섰다. 대구는 내륙에 자리하여 서울, 인천, 부산, 군산, 목포, 진남포 등의 개항장보다 중국집의 탄생이 늦었다.

대구 첫 중국집은 알 수 없지만, 군방각이 그 후보의 하나이다. 군방각은 규모, 종업원 수, 요리사 수에서 대구의 타 중국집을 압도했다. 이춘호 기자가 《영남일보》 1963년 2월 기사를 근거로 소개한 군방각은 다음과 같았다.

“식당 입구는 ‘개선문’ 같았다. 대지 250평 크기의 군방각은 공중에서 보면 T자형이었다. 입구는 웅장했다. 1m 남짓한 장방형 대리석을 정·좌·우, 세 방향으로 세워 올리고 거기에 상호를 해서체로 새겨넣었다. 붉은색 톤의 중국 전통 대문인 ‘패루^{牌樓}’를 연상시켰다. 입구를 지나 본관으로 가기 위해선 회랑 같은 좁다란 골목을 걸어가야 한다.”

군방각은 3층 건물이었다. 1층은 일반 손님이 드나들며 식사할 수 있는 공간으로 사용되었으며, 2층은 별실로 이뤄져 있어서 코스요리를 시키고 근처 교동시장 내에 있던 대동권 번 등에 전화를 걸어 기생도 부를 수 있는 요정의 역할도 했다. 대형 홀인 3층에서는 민간 단체의 각종 행사, 유지의 환갑잔치 등이 개최됐다.

군방각은 합자로 설립되었으며, 처음에는 화교 류명화, 그 다음은 모문금이 경영자로 활동했다. 요리사는 푸산을 비롯한 산둥성에서 데리고 왔다. 군방각은 중국 4대 요리에 들어가는 북경요리를 냈다. 군방각 정도는 아니지만 신화각^{新和閣}, 부흥루^{復興樓}, 인성루^{仁盛樓}도 꽤 유명한 중국집으로 호황을 누렸다.

1920년대에 들어서면 이러한 중국집 이외에 호떡집이 많이 생겼다. 호떡집은 혼자 아니면 가족 2명이 호떡을 만들어 팔았다. 일반 가정집을 약간 개조해서 영업하기 때문에 창업 자본이 얼마 들지 않았고, 산동성 출신인 관계로 고향에서 자주 만들어 먹던 만두, 호떡, 월병 등을 쉽게 제조할 수 있었다. 가격도 매우 저렴하고 한국인의 입맛에 맞았기 때문에 큰 인기를 끌었다.

대구뿐 아니라 경상북도 농촌 지역에도 1920년대 들어 중국집과 호떡집이 등장했다. 조선총독부가 1930년 10월 실시한 《조선국세조사》에 대구부를 포함한 경상북도에는 66곳의 중국집과 79곳의 호떡집이 영업하고 있었다. 이들 업소에 고용된 화교 요리사는 109명이나 됐다. 이 가운데 대구 시내 소재 중국집은 19곳, 호떡집은 41곳, 요리사는 42명이었다.

중일전쟁 발발 이후에도 중국집과 호떡집의 영업은 양호했다. 대구 시내 중국집은 22곳으로 10년 전보다 오히려 증가했다. 하지만 일제가 전쟁 수행을 위해 전시통제경제를 시행하면서 중국집과 호떡집의 주요한 식재인 밀가루, 설탕이 배급제로 전환되고, 전쟁 말기에는 배급량이 감소하면서 문을 닫고 산동성으로 돌아가는 화교가 많았다. 신화각, 부흥루, 인성루와 같은 노포는 이때 문을 닫았으며 군방각만이 살아남았다.

해방 이후부터 한국전쟁이 발발한 1950년대는 대구 지역 화교 중국집의 전성기였다. 일본, 만주 등 해외에서 거주하다 돌아온 귀향인, 한국전쟁 발발로 서울, 인천 등지에서 피난 온 이주민의 유입으로 1955년 대구 인구는 1944년에 비해 2.4배 급증했다. 또한 1300여 곳에 달하는 섬유공장에 2만 6000명의 노동자가 고용되어 있었다. 이러한 인구 급증과 섬유공업을 바탕으로 한 호경기는 중국집과 호떡집의 왕성한 수요를 창출했다.

연탄 화덕에 볶아낸 야끼우동의 맛

장유청이 대구에서 중화반점을 창업한 1954년은 바로 그러한 시기였다. 1957년 대구에는 군방각과 같은 기존 중국집과 중화반점처럼 새로 창업한 중국집과 호떡집이 255곳에 달했으며, 경북지역까지 합치면 300곳이 훨씬 넘었다. 대구·경북은 전국 화교 경영 중국집과 호떡집의 18%를 차지해, 서울 23%에 이어 2위를 차지했다. 1인당 중국집 수로는 전국 1위였다.

김원일의 자전적 소설 《마당 깊은 집》은 1954년 4월 하순부터 1년 동안 대구 종로 거리

의 장관동 시절을 재현한 소설이다. 이 소설 곳곳에는 장관동 근처의 화교 중국집과 호떡집 이야기가 등장한다. 이 소설은 종로 2가 23번지 소재 군방각의 번성함을 다음과 같이 묘사한다.

“약전골목에서 직각으로 꺾어 종로통으로 내려가면 ‘군방각’이란 대구시에서 가장 큰 청요릿집이 있었는데, 무슨 연회라도 있는 날은 정문 앞에 버스며 승용차가 여러 대 대기하고 있었다. 나로서는 제비처럼 날렵한 까만 고급 승용차를 보기도 서울 생활 이후 그때가 처음이었다. 군방각 맞은쪽에는 중국인 학교가 있었고, 쉬는 시간이면 중국 애들이 조봇한 운동장에서 질러대는 낯선 말의 고함소리가 나로 하여금 마치 이국땅에 온 착각에 들게 했다.”

1963년까지만 해도 대구·경북의 중국집과 호떡집 수는 412곳으로 여전히 서울에 이어 2위를 차지했다. 그런데 10년 후인 1972년에는 229곳으로 급감하여 전국 4위로 추락했다.

1954년 대한안내사에서 발행한 <대구상공시지도>에서 찾아본 군방각. 대구섬유박물관





'백년가게'로도 선정된 중화반점. 간판에도 원조 야끼우동 전문점임을 명시하고 있다.

10년 사이 서울과 경기의 수도권은 화교 중국집과 호떡집이 증가하지만, 지방은 모두 급감했다. 1960년대 말부터 화교의 타이완, 미국 등지로의 재이주가 이뤄져 화교 인구가 감소했다. 중국집에서 일할 화교 일손이 부족하여지자 한국인 종업원을 요리사로 고용했다. 이들은 요리 기술을 배운 후 독립하여 중국집을 여는 경우가 많았다. 한국인 경영 중국집과의 경쟁이 본격화한 것이다. 1963년 당시 화교 경영 중국집은 전체의 95%로 절대다수를 차지했지만, 1970년대와 1980년대를 거치며 한국인 경영 중국집이 급증하여 그 수가 한국인 경영 95%, 화교 경영 5%로 완전히 역전했다.

장유청이 야끼우동을 개발한 1974년은 화교 경영 중국집이 쇠퇴하기 시작한 시점이었다. 그가 개발한 야끼우동은 처음에 별로 인기가 없었지만, 시행착오를 거치면서 1980년대

초반 인기를 얻기 시작했다. 중화반점서 시작한 야끼우동은 입소문을 타고 대구 시내뿐 아니라 경북 지역까지 확산됐다. 장여림 사장의 형이 되는 장여삼(張汝森)은 대구 남산동에서 중화반점을 경영해 맛집으로 유명해졌고, 몇 년 전 작고한 후 문을 닫았다가 지금은 그의 아들이 대를 이어 경영하고 있다.

장여림 사장은 1965년 대구서 태어나 대구화교소학과 대구화교중학(중·고등부)을 졸업했다. 젊을 때부터 부친의 일을 돕다 부친이 1997년 작고하기 전해인 1996년 중화반점의 2대 사장이 되었다. 대구를 떠나 살아본 적이 없는 진짜 '대구 사람'이다.



중화반점의 장여림 사장

야끼우동의 맛은 센 불로 어떻게 볶느냐에 따라 달라진다. 야끼우동 개발 초창기 때는 연탄 화덕을 썼다고 한다. 장여림 사장은 “황토를 발라서 직접 화덕을 만들었는데 열효율이 높고 고온에도 잘 견뎌서 볶는 데 유용했어요. 연탄 화덕이 고온을 잘 견디지 못해 자주 바뀌줘야 했습니다. 센 불로 볶으려면 새벽에 일어나 연탄을 갈아주어야 했지요. 연탄 화덕으로 요리한 야끼우동은 특별히 맛이 있었습니다”라고 회상했다. 하지만 각종 환경규제로 인해 연탄 화덕은 1980년대 들어 사라지게 된다.

대구 지역에서는 인기가 높은 야끼우동이 수도권을 비롯한 다른 지역 중국집의 인기 메뉴로 정착하지 못하는 이유는 무엇일까? 장여림 사장은 야끼우동 특유의 매운맛과 자작한 국물에 타 지역 사람들이 익숙하지 않았던 것을 원인으로 꼽았다. 야끼우동은 ‘국물 없는 짬뽕’이라 할 수 있다. 짬뽕 맛에 익숙한 사람이 자작한 국물의 야끼우동에 적응하기가 쉽지 않았던 것일까? 그래도 못 먹어본 사람은 있어도 한 번만 먹은 사람은 없다는 말이 과장이 아닐 것이다.

일단 한번 드셔보시라! 야끼우동의 매력에 빠질 것이다.

글쓴이 이정희는 경북 성주 출생으로 일본 교토대학교에서 동양사학으로 문학박사 학위를 받았다. 현재 인천대 중국학술원 부원장으로 재직하고 있다. 30여 년간 한반도 및 베트남 화교를 비롯한 화교 문제에 천착하여 연구하고 있다. 주요한 저서는 《한반도 화교사》, 《화교가 없는 나라》, 《베트남 화교와 한반도 화교 마주보기》(공저) 등이 있다.

라면

반찬이래야 김치, 찌지 하나뿐이라도 꼭 밥이 있어야만 제대로 한 끼를 먹었다고 생각하는 사람들이 대부분이던 시절이 있었습니다. 빵이나 라면은 밥이 아니라는 굳건한 신념은 오래도록 우리를 지배했습니다. 그러나 1963년 첫 출시 이래 60년이 넘는 세월을 지나며 한국은 전 세계적인 라면 강국이 되었습니다. 지도에도 제대로 나오지 않는 중앙아시아나 아프리카의 시골 동네 허름한 구멍가게 선반에서도 한국 라면을 살 수 있을 정도입니다. K-컬처의 위력을 과시하듯 해외에서도 매운 한국 라면 먹방이 유행하고 있습니다.

국수의 한 갈래로서 즉석 유탕면인 라면의 탄생과 보급 확대 배경에는 일본과 한국 서민 대중의 궁핍한 식생활과 미국 원조 밀가루가 있습니다. 저렴한 가격, 간편한 조리법, 그리고 정부의 혼분식장려 정책과 만난 라면시장은 승승장구하게 됩니다.

스테디셀러인 신라면부터 러시아에서 인기라는 도시락면, 한국의 매운 맛을 세계에 퍼뜨리고 있는 불닭볶음면부터 비빔면, 참깨라면, 칼국수면 등 라면의 제자백가시대입니다.

한 그릇의 라면에 담긴 한국과 동아시아의 현대사, 그 궤적을 따라가 봅니다.



한국 라면 연대기

글_고영



하지만 봉순이 언니는 밀가루는 절대로 먹지 않았다.

- 저는 그냥 찬밥 먹을래요... 쌀이 없으면 모를까, 그 좋은 밥 놔두고 웬 밀가루래유...
어머니는 봉순이 언니가 어머니가 요리학원에서 배워온 빵을 먹지 않는 것이 짜증스러웠 듯했다.

- 빵이 밥보다 얼마나 영양가가 높은데 그러니? 지금 나라에서도 분식하라고 난리인데, 우리보다 잘사는 서양 사람들은 그 좋은 밥 안 먹구 이 빵만 먹는다더라. 게다가 너만 밥을 먹겠다면 그럼 너 땀에 아침에도 밥을 해야 되잖니.

하지만 밥에 대해서만은 봉순이 언니는 완강했다. 밥을 먹고 간식으로 빵이나 국수를 먹으라면 또 모를까, 그렇지 않으면 어렵도 없었다.

봉순이 언니는 저녁밥을 많이 지어 그것을 남겨 놓았다가 아침이면, 우리 가족이 상에 둘러앉아 토스트와 우유를 먹는 동안 주황색 플라스틱 바가지에 찬밥을 담아서 부엌으로 나갔다. 바가지에 담긴 찬밥을 국에 말아 부뚜막에 걸터앉아서 후루룩 혼자 먹는 것이었다.

어쨌든 어머니와 아버지는 갑자기 서구식 생활을 결심한 듯했고, 이른 아침이면 우리 집까지 따뜻한 서울우유가 두 병이나 배달이 되었고, 마가린에 굽는 토스트 냄새가 번졌다. 또 가끔씩은 신식으로 새로 나온 라면을 끓여 아침을 먹기도 했다.

1998년 《동아일보》에 연재되었던 공지영의 소설 〈봉순이 언니〉의 한 회분을 물끄러미 바라본다. 〈봉순이 언니〉는 1998년 5월부터 7월까지 연재되었고 같은 해 단행본으로 묶여 나온 소설이다. 봉순이 언니는 어려운 시절, 시골에서 도시로 더부살이하러 온 인물이다. 봉순이 언니와 같은 이들을 '식모'라고 불렀다. 부엌일을 비롯해 집안일을 도맡았기 때문이다. 1960년대의 기억, 1970년대와 1980년대 사이의 삶이 중요한 배경이 되는 이 소설에서, 봉순이 언니는 왜 고향을 떠나 남의집살이에 나섰을까. 그때 농어촌은 이루 말로 다할 수 없이 가난했다. 가난한 만큼 일 자체가 없는 빈곤의 쳇바퀴를 돌고 있었다. 농어업은 돈 되는 일이 아니었고, 가난한 시골에는 쌀을 비롯한 곡물 자체가 늘 부족했다.

그래도 도시는 사정이 좀 나왔다. 한국전쟁 이후 1950년대 말을 지나며, 그나마 도시 지역은 무너지고 부서진 거리와 골목에서 잔해나마 치웠다. 도심과 변두리에서 경공업이 가동되기 시작했다. 살아야 하기에 이어진 최소한의 토목건축 공사, 막 궤도에 오른 입출력 및 먹물거리 관련 제조업과 유통업, 거기 딸린 운수업 덕분에 서울을 필두로 한 대도시에는 일자리가 생겼다. 노임, 일당이 풀렸다. 한 종교 단체의 기업이 만든 '빨간 내복'이 출시된 해가 1962년이다. 그 이듬해에는 드디어 한국에서도 즉석 라면 생산이 시작되었다. 서구화에 대한 열망이 높았던 도시인들은 토스트 등으로 서구식 아침을 먹기 시작했다. 라면에도 재빨리 적응했다. 제분에서 제빵제과로 이어진 경공업 또한 가동에 한층 속도를 내기 시작했다. 그러다 이촌향도(離村向都, Rural Exodus)라는 사회 문제가 폭발한다. 농어촌, 시골 사람들이 일자리를 찾아 대거 도시로 이주하기 시작했다. 이들은 막노동, 도시 안팎의 공장, 행상과 노점과 좌판, 싸구려 식당에 뛰어들기 시작했다. 시골 여성에게 봉순이 언니와 같은 '식모' 또한 하나의 선택지였다.

이렇게 먹어 치우는 라면

라면은 이런 시대에 바다 건너 일본에서 한국에 들어와 자리 잡은 먹을거리이다. 하지만 이 식품 또는 음식은 처음에는 쉬이 자리를 잡지 못했다. 현대 한국인에게 분식이 막 자리를 잡을 즈음, 이와 겹치는 라면 연대기의 초기에, 한국인이 밀가루며 밀가루 음식에 느낀 뜨악한 심정의 일단이 봉순이 언니의 행동과 태도를 통해 단박에 드러난다. 끼니는 밥이어야 했다. 그것도 쌀밥이어야 했다. 내가 선택해 먹는 별미로서 밀국수 또는 막국수라면 모

를까, 가난 때문에 어쩔 수 없이 먹는 밀가루 음식, 분식으로 때우는 눈물 젖은 끼니는 벼와 쌀과 밥에 원망과 희망을 걸고 살아온 한국인이 바라는 바가 아니었다. 한국인은 쌀이 없으면 보리밥, 조밥, 귀리밥이라도 먹고 싶었다. 한국인은 처음부터 활짝 웃으며 라면을 맞이하지는 않았다. 적어도 두 세대 전까지는 그랬다. 그러다 두 세대 만에 세상도 감각도 미각도 일상생활도 바뀌었다. 이제 라면은 생활 속에서 당연한 사물이다. 아울러 그 문화적 의미는 따로 물어야 할 존재가 되었다. 정체가 완전히 바뀌었다.



반찬이 김치 하나뿐일지라도 한국인의 식사는 밥이어야 했다.

라면의 상전벽해

세계라면협회 통계에 따르면 2025년 5월 현재 온 지구에서 소비된 즉석 라면은 약 1231억 개에 달한다. 한국인의 라면 소비도 만만찮다. 중국^{홍콩 포함}, 인도네시아, 인도, 베트남, 일본, 미국, 필리핀에 이어 세계에서 여덟 번째로 라면을 많이 소비하는 나라가 한국이다. 1인당 연간 소비량으로 치면, 2023년 이후 세계에서든 첫째, 둘째를 다퉈 정도다. 인구를 보라. 연간 즉석 라면 총소비량에서 한국을 앞서는 필리핀의 인구는 1억 1290만 명(2023년 3분기 기준, 필리핀중앙은행)으로 추산된다. 한국 인구는 현재 약 5100만 명이다. 그런데 1인당 연간 소비량에서 한국은 그 어느 나라, 어느 지역에도 밀리지 않는다. 라면은 이미 1967년부터 해외 수출을 시작했다. 오늘날 한국의 라면 업체는 역동성과 활력과 매력을 갖춘 제조자로 손꼽힌다. 관세청의 수출입무역통계에 따르면 2024년 라면 수출액은 9억 5243만 달러로, 4년 전인 2019년 4억 6700만 달러보다 104% 증가했다.

라면은 음식 문화도 바뀌었다. 부대찌개는 그렇다 치고 이제는 김치찌개에서도 라면이 사리 노릇을 하고 있다. 아예 사리용 라면이 태어났다. 감자탕, 매운탕, 닭볶음탕, 온갖 전골, 떡볶이에서도 라면 사리가 낫설지 않다. 진부한 표현이지만 K-컬처와 라면이 결합하기



라면은 이제 떡볶이를 비롯해 모든 찌개의 사리가 되었다.

도 한다. 영화 <기생충>²⁰¹⁹의 ‘짜파구리’, 2020년대 BTS 지민의 ‘불닭볶음면’ 먹방은 좋은 예다. 이를 본 외국인들은 여기서 거꾸로 한국을 상상하고 만들어 내고 있다. ‘한국인처럼 라면 먹기’는 해외 먹방의 한 분야가 되었다. 라면이 한국인의 문화적 행위가 되었다고 말해도 지나치지 않다.

비근하니까 더

익숙하다 못해 내 생활 속에서 비근하기까지 한 사물일수록 그 최소한의 정의부터 돌아볼 필요가 있다. 그리고 나서야 바로 그 사물을 둘러싼 이야기를 제대로 시작할 수 있다. 게다가 이제는 일본인의 일상 음식인 라멘^{ラーメン} 또한 한국인에게 익숙하다. 다시 살펴볼지만 ‘라면’은 여지없이 ‘라멘’에서 온 말이다. 하지만 이 글에서는 오로지 1963년 이래 한국에서 시작해 자리를 잡은 즉석 라면을 ‘라면’으로 일컬으며 그 연대기를 따라가겠다. 라면, 한국인이 ‘라면’ 하면 떠올리는 그것은 어떤 사물인가. 사각 합성수지 포장 또는 사발 혹은 컵 모양 합성수지 용기에 담긴 즉석 국수다. 사리는 고불고불 말려 있다.

산업 일선의 설명은 이렇다. “면을 증숙^{蒸熟}시킨 후 기름에 튀긴 유탕면^{遊蕩麵}과 기름에 튀기지 않은 건면^{乾麵}에 분말 수프를 합친 것을 일반적으로 라면”이라고 한다. “보통 분말 수프를 별첨하며 때로는 액체 수프(양념 간장, 참기름 등), 페이스트, 기타(예: 건조 야채, 건조육, 절임 야채 등)”를 따로 포장해 넣은 라면도 있다.

식품의약품안전처 식품공전에 따르면 라면은 “국수를 증기로 익힌 뒤 기름에 튀겨 건조한 것에 분말 수프를 별도로 첨부한 즉석식품”이다. 다시 식품공전에 따르면 면류는 곡분, 전분 등을 주원료로 제조 및 가공한 것이다. 이는 다시 생면, 숙면, 건면, 유탕면으로 나뉜다. 이 가운데 라면은 대체로 ‘유탕면’에 해당한다. 유탕면이 라면 시장의 95% 이상을 차지하고 있다.

국립국어원 《표준국어대사전》의 풀이는 이렇다. “국수를 증기로 익히고 기름에 튀겨서 말린 즉석식품. 가루수프를 따로 넣는다”라고 설명한다. 국립민속박물관 《한국민속대백과사전》의 설명은 이렇다. “국수면, 麵를 증숙시킨 뒤 기름에 튀겨 만든 유탕면에 분말 또는 액상 수프를 별첨해 만든 즉석식품.”



보신 대로다. 튀기지 않고 수분을 날린 사리의 라면 제품이 없는 건 아니지만, 냉장 또는 냉동면 라면 제품도 없지는 않지만, 라면 하면 일단은 기름에 튀겨 만드는 유탕면이다. 현대 한국인 일상 속의 라면이란 곧 ‘가루 수프와 함께 포장된 즉석 유탕면’으로 요약할 수 있다. ‘수프’ 또한 뜯자마자 그 자리에서 국물 또는 양념장을 만들어내니 금방 풀리는 사리만큼이나 ‘즉석’의 필수적인 요소이다.

원리로 보는 제면 그리고 라면이라는 말

이상의 정의는 몇 줄 되지 않는다. 그러나 그 행간은 만만찮다. 라면의 ‘면’은 국수를 뜻하는 한자 ‘麵’에서 온 말이다. ‘麵’은 한자 문화권 어디서든 공유하는 어휘이다. 면을 중국어로 읽으면 ‘멘’에 가까운 발음으로 읽힌다. 일본어로 읽으면 ‘멘’이다. 영어로는 누들noodle, 프랑스어로는 파트pâtes, 이탈리아어로는 파스타pasta이다. 뭐라고 부르든 간에, 제면 기술의 핵심은 곡물가루 또는 전분으로 반죽을 만들고, 반죽에서 가락을 내는 행위이다. 제면의 기본 기술은 다음 네 가지로 나누어 볼 수 있다.

하나. 반죽의 양쪽 끝을 양손으로 잡아 뽑아 가락을 내는 방법이다. 국수 가락의 길이는 인체의 조건 안으로 들어온다. 자연스럽게, 한 사람이 두 팔을 양옆으로 벌렸을 때 한쪽 손끝에서 다른 쪽 손끝까지의 길이, 곧 ‘한 발’ 길이로 가락이 나온다.

중식당의 ‘수타면’을 떠올리면 된다. 이를 한자로 쓰면 ‘랍면拉麵’이다. 무서운 말이지만 ‘납치’라는 말의 ‘랍’과 같다. 곧 힘주어 끄는 행동을 가리키는 말이 ‘랍’이다. 한편 수제비는 당겨 길게 늘일 것도 없이 한 손으로 짧게 반죽을 뜯는 보다 원초적인 방법으로 만드는데, 랍면의 한 갈래라고 할 수 있다.

손으로 뽑는 랍면의 경우, 가락은 한 번 접으면 2가닥(2¹), 두 번 접으면 4가닥(2²) ... 여덟 번 접으면 256가닥(2⁸), 열네 번 접으면 1만 6384가닥(2¹⁴) 하는 식으로 늘어난다. 덕분에 국수 가게는 한 번에 4~5인분의 사리를 준비할 수 있다. 벌써 눈치채셨겠지만 랍면을 일본어로 읽고 쓰면 ‘라멘’이다. 온 지구의 즉석인스턴트 ‘라멘’, 한국의 ‘라면’은 ‘랍면’에서 오로지 그 이름만을 가지고 온 국수이다.

둘. 반죽에서 맛줄을 뽑고, 맛줄에서 다시 끈을 뽑고, 끈에서 다시 실을 뽑아내는 방법이다. 예전에는 이 과정 전체를 손기술로 해냈다. 하지만 오늘날에는 극소수 생산자를 빼고는 장치와 시설을 써 모든 공정을 해내고 있다. 과정을 보자. 반죽에서 2000mm쯤 가락을 늘려 가로대에 걸어 말린다. 말이 쉽지 덩이진 반죽에서 굵은 맛줄로, 맛줄에서 실로, 300mm, 1700mm, 2000mm 하는 식으로 점차 늘이고 또 늘이는 과정은 여간 까다로운 공정이 아니다.

주방장의 손길이 한 번 엇갈릴 때마다 국수가락은 제품으로 늘어난다.



이런 방식의 국수를 한자로 '삭면'索麵, '수연소면'手延素麵, '선면'線麵, '면선'麵線 등으로 쓴다. 참고로 '索'에는 '줄을 꼬다', '동아줄', '밧줄', '끈' 등의 뜻도 있고, '탐색', '사색'의 뜻도 있다. 끈 등의 뜻으로 쓸 때에는 '삭'으로 읽는다. 그밖에 한국 한자어 '소면'素麵에는 '고명 없는 국수', '순백색 사리', '고기 고명 쓰지 않은 국수'라는 뜻도 있다.

셋. 반죽을 밀대로 밀어 적절한 두께로 넓게 편 뒤 칼로 썰어 가락을 내는 방법이다. '아, 칼국수!' 하고 바로 그 모습이 떠오를 것이다. 칼국수 방식의 제면을 한자로 쓰면 '절면'切麵이다. 아무튼 핵심은 편 반죽에 날을 대 가락을 내는 데 있다. 날로 썰어 가락을 내는 중식 도삭면刀削麵 및 가위로 반죽에서 짧은 사리를 잘라내는 또 다른 중식 국수인 전도면剪刀麵 또한 절면의 동아리에 든다.

라면은? 그 이름만 '라면'에서 왔지, 공장의 제면 공정에서는 거대한 기계 장치에 딸린 날로 반죽에서 가락을 낸다. 오늘날의 라면은, 가락을 내는 기술을 놓고 보면, 실제로는 칼국수 곧 절면 갈래에 든다.

넷. 반죽을 대롱, 구멍, 분창 등에 밀어 넣어 가락을 뽑아내는 방법이다. 제면제빵용 밀가루의 물성을 기대할 수 없는 전분 또는 메밀가루 국수에 알맞은 기술이기도 하다. 한자로 쓰면 '압착면'壓搾麵 또는 '압출면'押出麵이다.

냉면 사리(메밀가루든 감자 전분 또는 고구마 전분 또는 칩 전분이든), 쫄면 사리, 막국수, 울챙이국수, 스파게티 등이 바로 이 방식의 국수이다. 한반도에서는 예부터 압출면이



대표적인 절면인 칼국수

압착, 또는 압출 방식으로 국수를 뽑아내는 울챙이국수를, 국립민속박물관



우세했다. 그래서 '국수를 내리다', '국수를 내려 먹다' 하는 표현이 익히 남아 있고, 지금도 쓰인다.

제면의 바탕 그리고 복잡한 그 말

반죽과 사리의 세계로 한 걸음 더 들어가 보자. 온 지구를 통틀어 기본적인 국수 반죽의 재료는 소맥분, 곧 밀가루이다. 동아시아의 한자어 '제면'製麵이라는 말 자체가 밀가루 반죽을 전제로 하는 어휘이다. 동아시아 공통 문어인 한자어에서 원래 뜻, 기본 어휘를 따지면 이렇다. 면은 '밀가루' '밀가루 반죽' '밀가루가 주재료가 된 먹을거리 일반'을 가리킨다. 국수의 세계에서는 밀가루 반죽 국수만 면이다. 특히 가늘고 긴 사리, 그런 사리를 쓴 국수 음식은 '면조'麵條라고 한다.

밀가루 말고 다른 곡물 또는 전분으로 만든 국수에는 '분'이라는 말이 붙는다. 한국인이 당면이라고 부르는 고구마 등 전분으로 만드는 사리의 중국어 이름은 분사粉絲이다. 그 가운데 넓적한 놈이 관분寬粉이다. 쌀국수에는 미선米線, 미분米粉 같은 말이 붙는다. 국수 외에 밀가루 바탕 음식에는 '병'餅이라는 말이 붙는다. 한반도에서는 쌀떡에 '餅'자를 붙이고, 일본 열도 또한 그런 음식에 '餅'자를 붙이고 '모치'もち라고 읽는다. 그런데 이 둘이 분식의 세계에서는 예외다. 워낙은 밀가루 바탕 음식만 '餅'이다. 다른 바탕의 음식은 '이'餌라고 한다. 조금 더 나가 보자. 일반적인 빵은 '면포'麵糰이다. '분식'에 해당하는 중국어는 '면식'이다. 만두 갈래의 음식은? 면식에 들어간다. 만두가 밀가루 반죽을 전제로 하는 음식이니 당연히 그렇다.

하나 더. '밀' 곧 '소맥'小麥은 벼과 식물이고 메밀은 마디풀과 식물이다. 메밀은 밀, 보리, 귀리, 호밀 등이 속한 '맥류'에 들어가지 않는다. 또한 전근대의 한반도와 일본열도 두 곳 다 중국 북서부, 중앙아시아, 아나톨리아, 유럽, 북미와 같은, 제면제빵에 맞아떨어지는 종의 밀로 밀농사를 해온 곳이 아니다. 이에 견주어 라면은 본격 제면제빵용 밀가루를 주재료로 하는 즉석 유탕면이다. 즉석 유탕면의 본격적인 산업 생산과 유통과 소비는 제2차 세계대전 이후 미국의 원조 밀가루를 바탕으로 일본이 처음 시작했다.

* 본래 의미의 분식이란 맥류의 알곡을 뽑아 반죽을 쳐 만든 국수 및 빵을 가리킨다. 그렇게 만든 국수와 빵으로 주식을 삼는 문화까지 가리킨다. 분식에서 중심이 되는 곡물은 밀이다.

동아시아 분식 굴기

제2차 세계대전 이후, 패전국 일본 서민 대중의 식생활은 궁핍하기 이를 데 없었다. 이때 어마어마하게 들어온 미국의 원조 밀가루는 일본인의 입맛에 맞는 밀가루 국수로 변신해 쌀밥과 맛먹는 한 끼가 되어주었다. 1945년부터 1952년까지 패전국 일본을 지배한 미군정이나, 그 아래 일본 당국이나 당시의 쌀 부족을 원조 밀가루를 활용한 빵 또는 비스킷으로 메우려 했다. 그러나 서민 대중은 손에 들어온 밀가루로 빵보다는 국수를 만들어 냈다. 일본인의 입맛에 맞는 양념, 고명, 국물을 쓴 밀가루 국수는 역전과 시장통에서 보통 사람들을 사로잡았다. 그러면서 한층 일본화한다. 현대 일식 우동의 굴기 그리고 일식 라멘의 굴기는 원조 밀가루에 힘입은 바 크다. 현대 한국의 칼국수, 수제비, 잔치국수, 밀떡도 마찬가지이다. 당시 일본의 기존 제면업체는 원조 밀가루를 활용한 건면 생산에 더욱 박차를 가했고, 닛신^{日清}식품에서 묘조^{明星}식품에 이르는 앞서 나간 회사는 일본 사람들의 기호와 선호에 착안해 제면의 고도화 및 대형화, 즉석 라멘 등 신제품 개발에 매달렸다. 밀과 밀가루는 태평양 너머에서 원조한 쪽의 생각처럼 움직이지는 않았다. 일본인이거나 한국인이거나 내 몸, 내 감각, 내 일상생활에 맞추어 밀과 밀가루를 변형했다. 준 쪽의 기대와는 다른 모습으로 만들어 먹어 치웠다.



안도 모모후쿠, 시대를 읽다

즉석 라멘, 라멘은 바로 이런 시대의 일본에서 태어났다. 국수의 아득한 연원이 어찌 되든 온 지구 공통의, 본격적인 공장 생산 즉석 라멘은 1958년 일본에서, 안도 모모후쿠^{安藤百福}를 발명자로 해 등장한, 일본 기업 닛신식품의 신제품이다. 닛신식품의 웹페이지에 따르면 이렇다.

안도 모모후쿠는 패전 뒤의 식량난 속에서 '역시 먹는 게 중요하다. 음식이 없으면, 옷도 주저도, 예술도 문화도 힘들다'는 생각을 하게 되었다. 어느 날 그는 '오사카역 근처의 암시장에서 라멘 한 그릇을 먹자고 길게 줄을 선 사람들을 목격한다. 미군정이나 일본 당국이나, 원조받은 밀과 밀가루를 가지고 빵으로 끼니를 감당하는 분식을 장려하고 있던 때였다. 하지만 아직 원조 밀가루를 대량으로 국수 제조에 쓰지는 못하고 있었다. 또는 평범한 일본인이 먹기 좋은, 전에 없던 다른 방식의 국수를 내놓은 사람은 아직 없었다.

안도 모모후쿠는 이왕 원조 밀가루를 먹어야 한다면, 빵이나 비스킷이 아니라 국수라면 어떨까 하는 생각을 하기 시작했다. 아니 많은 사람들이 그런 생각을 품고는 있었다. 그러던 1957년 그가 이사장을 맡고 있던 금융기관이 파산하면서 안도 모모후쿠는 빈털털이가 되고 만다. 전 재산을 날린 그에게는 오사카 부 이케다 시에 자리한 임대주택 한 채만이 남았다. 여기서 그는 오두막을 짓고, 오두막을 연구실 삼아 즉석 국수 제품 개발에 매달린다. 뜨거운 물만 있으면 먹을 수 있는 즉석 국수, 이것이 구상의 핵심이었다.

안도 모모후쿠와 즉석라멘의 탄생지가 된 그의 오두막(닛신식품 홈페이지)



그는 보존성과 간편성을 파고들다 튀김의 원리로 눈을 돌렸다. 국수를 기름에 튀기면 면에서 수분이 빠진다. 튀긴 국수가 뜨거운 물 또는 끓는 물과 만나면? 반죽에서 수분이 빠지면서 생긴 구멍, 틈으로 물이 금세 파고들면서 보통 국수에 가까운 물성, 질감, 식감을 기대할 수 있다.

즉석 라멘 태어나다

1958년 8월 25일 안도 모모후쿠가 개발해 세계 최초로 상업화에 성공한 닛신식품*의 즉석 라멘 판매가 시작되었다. 그 첫 제품이 '치킨라멘'이다. 치킨라멘에는 가루 수프나 건더기 수프가 함께 포장되어 있지 않았다. 사각 봉지에 포장된 제품이지만, 사리에 닭고기 바탕의 맛국물(味付けスープ)을 먹여 튀긴 제품이었다. 어떻게 먹는가? 대

접에 사리를 넣고 뜨거운 물을 부은 뒤 3분쯤 덮어 두었다가 사리가 풀리고 국물 맛이 우러나면 먹는 방식이었다. 냄비에서는 1분쯤 끓여 먹을 수도 있었다.

치킨라멘은 맛벌이와 핵가족이 늘어나기 시작한 시대와 맞아떨어졌다. 마침 1957년 일본에서 서구식 슈퍼마켓 영업이 시작되었다. 치킨라멘은 서구식 슈퍼마켓에 진열하고 영업 하기에 안성맞춤인 제품이었다. 역사상 첫 즉석 라멘은 텔레비전의 보급과도 발을 맞추었다. 상인의 후예인 안도 모모후쿠는 일찌감치 텔레비전 광고도 집행한다. 그런데 출시 직후에는 비싼 가격 때문에 치킨라멘은 잠시 외면받았다. 우동 한 그릇이 6엔이던 시절, 최초의 닛신 치킨라멘 한 봉지는 무려 35엔이었다. 하지만 시대의 흐름은 즉석 라멘의 손을 들어주었다. 1959년이 되자 일일 10만 개 생산 설비를 갖추고도 주문을 따라가지 못할 정도가 된다.

즉석 라멘의 성공을 본 다른 업체도 바로 경쟁에 뛰어든다. 1959년 에이스쿱(エースコック, Acecook)이 페킨라멘(北京ラーメン), 1960년 묘조식품이 묘조아지쓰케라멘(明星味付ラーメン)을 내놓으며

* 안도 모모후쿠는 1948년 주식회사 추고쇼사(中興社)를 설립한다. 1949년 그 상호를 산시식산주식회사(産食株式会社)로 바꾼다. 엄밀히 말하면 치킨라멘이 태어난 회사는 산시식산주식회사이다. 안도 모모후쿠는 치킨라멘을 개발한 뒤 회사의 상호를 닛신식품주식회사로 바꾸고 기존의 회사를 즉석 라멘 전문 회사로 완전히 개편했다.

초창기 치킨라멘의 TV CF(닛신식품 홈페이지)



경쟁은 더욱 불붙는다. 산업도, 소비도 궤도에 오른 셈이다. 이제 만들고 팔 만한 규모가 갖춰졌다.

1962년 묘조식품은 면과 가루 수프를 따로 포장한 제품(スープ付明星ラーメン)을 개발해 내놓는다. 이 제품이 오늘날 사리 따로, 가루 수프 따로 제품의 시초이다. 끓는 물에 사리를 익히는 방식, 가루 수프로 간을 맞추는 방식이 주부들에게는 '내가 요리를 한다'는 느낌을 주었다고 한다. 게다가 양념을 먹인 사리보다 상미, 보존 기한이 길어지는 장점까지 있었다. 이후 사리 따로, 수프 따로가 대세가 되어 오늘날에 이른다. 덕분에 1964년 묘조식품의 매출이 닛신식품의 매출을 앞지르기도 했다. 참고로 묘조식품은 1950년 오쿠이 기요스미(奥井清澄, 1922~1973)가 세운, 건면 곧 마른국수를 생산하는 회사였다. 묘조식품은 건면 생산 경험은 풍부했지만 즉석 라멘에는 경험이 없었다. 후발 제조사로서는 양념 먹여 튀긴 사리의 변질과 그 이취가 골칫거리였다. 이 문제를 해결하기 위해 묘조식품은 가루 수프를 따로 첨부한 즉석 라멘을 고안했고, 주부들에게는 이 '별첨'이 제대로 먹혔다.

즉석 라멘 역사의 초기, 일본 즉석 라멘은 맛수끼리 옆치락뒤치락하며 판을 키웠다. 제품 개발과 광고 홍보 및 판촉도 서로가 서로를 의식하면서 고도화했다. 승부는 어떻게 됐을까? 세월이 흘러 2006년 11월 닛신식품은 묘조식품과 경영을 통합한다. 같은 해 12월에는 묘조식품을 자회사로 전환한다. 다시 닛신식품은 2008년 10월 1일 회사명을 '닛신식품홀딩스주식회사'로 바꾸고, 따로 자회사 '닛신식품주식회사'를 설립한다. 즉석 라멘은 현대 일본 산업사의 한 장면을 이렇게 써내려 가기도 했다.



닛신의 즉석 치킨라멘과 컵라면(좌)
닛신의 경쟁사인 묘조식품의 아지쓰케라멘
1960년에 발매된 것이다.(우)



라멘 또는 라면의 동아시아

닛신식품의 경쟁사가 이렇게 금방 즉석 라멘 생산을 따라왔다고? 비슷한 제품이 잇따라 나왔다고? 즉석 라멘의 역사로 한 걸음 더 들어가 보자. 즉석 라멘이 오로지 일본만의 것일까? 안도 모모후쿠가, 다 망하고 나서 자신의 집 한 귀퉁이, 오두막 같은 데서 제품 개발과 발명에 몰두하다가 아내가 튀김 하는 모습을 보고 사리를 튀겨 보존성을 늘리고, 양념이 잘 붙게 하고, 뜨거운 물에 금세 풀어지는 즉석면을 개발했다는, 닛신식품 홈페이지에도 올라와 있는 막연한 신화를 그냥 받아들이면 그만일까?

공장제 양산 즉석 라멘을 시작한 사람은 안도 모모후쿠이다. 하지만 다른 사연을 들여다볼 필요가 있다. '안도 모모후쿠'의 본래 이름은 오백복(吳百福, Wú Bǎifú 또는 Wu Pai-Fu)이다. 오백복은 1910년 오늘날의 대만 타이난(臺南) 시에서 태어났다. 그의 선조는 대만과 마주보는 중국 복건(福建, 푸젠) 출신이다. 오백복은 어려서 부모를 잃고 조부모의 슬하에서 자랐다. 포목상을 하던 조부모 덕분에 그는 일찍이 장사에 눈을 떴다. 1932년 스물두 살에는 아버지의 유산으로 동양메리야스라는 회사를 설립했고, 1933년에는 일본으로 건너가 오사카에서 사업을 시작한다.

1941년 이후에는 돈이 되는 거의 모든 일에 손을 댔다. 환등기, 막사형 주택, 군용기 엔진 부품 제조 등 군수 쪽에 뛰어들었다가 군수 물자 횡령 혐의로 헌병대에 구속되어 모진 고문을 받은 적도 있었다. 용근 일본인이 아니라 제국의 이등신민인 대만 출신이었기 때문일 테다. 고문은 두 차례나 개복 수술을 해야 할 만큼 모질었다. 거기다 오백복의 업체는 연합군의 공습으로 불타 없어졌다. 아무튼 오백복은 일찌감치 일본화한 사람이었다. 헌병대 같은 데 끌려가 갇혀 언어터지지 않고, 차별받지 않고 일본에서 살아가려면 법률상으로도 용근 일본인이 되어야 한다는 생각을 한 듯하다. 오랜 노력 끝에 오백복이 드디어 일본 국적을 취득한 해는 1966년이다.

오백복이 즉석 라멘을 일으키던 시대만 해도 일본인의 감각 속에서 라멘은 중화풍이라는 느낌이 강했다. 지역과 세대마다 조금씩 다른 표현을 쓰기는 하지만, 라멘은 '난킨소바(南京そば)' 또는 '시나소바(支那そば)', '츄카소바(中華そば)'로 불렸다. 일본 라멘의 시초는 위낙 중국인이주자, 일본화교의 중식 국수이다. 지금은 라멘이 일본을 상징하는 음식이 되었지만 20세기 전반부터 제2차세계대전 뒤로 얼마간만 해도, 라멘은 일본 도시 하층 노동자의 싸구려

야식이었다. 평범한 일본인에게는 호기심 때문에 어쩌다 먹어볼 수도 있는 음식이었다. 그랬던 라멘이 절대적인 쌀 부족의 시대에, 줄 서 먹는 서민대중의 음식으로 바뀌었다. 따지고 보면 일본 즉석 라멘 회사들이 '중화풍', '북경' 같은 말을 제품에 붙여 사업을 시작한 데에는 다 이유가 있었던 것이다.

‘난킨’도 그렇다. 난킨은 중국 남경(南京, 난징)을 말한다. 국수에 하필 남경이라는 지명이 붙은 데에도 이유가 있다. 다수 한반도 화교가 산둥 출신인데 건주어 일본열도의 화교사회에는 광둥(廣東, 광둥), 복건(福建, 푸젠) 출신들이 주로 자리를 잡았다. 여기에 강소(江蘇, 장쑤), 절강(浙江, 저장) 출신도 조금씩 섞여 있었으니 중국 남부를 대표하는 지명과 음식 이름의 만남 또한 자연스럽다. 참고로 일본 고베의 차이나타운 그리고 요코하마의 차이나타운은 원래 ‘난킨마치(南京町)’로 불렸다. 차이나타운은 곧 난킨마치였던 것이다. 말하자면 ‘평양냉면’ ‘함흥냉면’ 같은 인식이고 명명이겠다. ‘시나’와 ‘츄카’는 중국, 중화, 중국풍을 뜻하는 말이다. 에이스쿠의 페킨라멘 곧 북경라멘은 공연한 작명이 아니었다. 참고로 지금은 일본에서 ‘시나’라는 말은 쓰지 않는다. 시나라는 말은 일본제국시대에 중국을 비하하는 말이었기 때문이다.

중국 남부에서 대만까지

튀겨서 보존 기간을 늘린 국수는 복건을 비롯한 중국 남부 그리고 대만 곳곳에서 익히 볼 수 있는 방식이기도 하다. 예컨대 중국 호북(湖北, 후베이), 무한(武漢, 우한) 지역의 열간면(熱干麵)은 한 번 물에 익힌 사리를 다시 뜨거운 기름에 데쳐 보존 기간을 늘리는 조리법으로 유명하다. 기름이 닿으며 물기가 빠진 마른 국수를 다시 뜨거운 물 또는 국물에 넣었다가 꺼내 양념으로 버무리면 고소함이 배가된다. 보존 기간을 늘리는 한편 맛과 풍미에 서도 이채를 더하는 셈이다.

중국 광둥, 강소, 복건, 대만에도 비슷한 방식의 국수가 있다. 이
부면(伊府麵), 이면(伊麵), 의면(意麵) 등 여러 어휘가 있지만 대체로 달걀
을 넣은 밀가루 반죽을 쳐, 가락을 내고, 삶아 식힌 다음, 기름
에 표면을 익혀 건진다. 튀길 때 덜 튀기고, 더 튀기고 매우 튀

麵水真好味意麵					
	大	小	雙	四	
品名	40	30	10	20	
意麵	乾湯				
米粉	乾湯				
拌仔條	乾湯				
肉燥飯	大30		小20		
空心菜	大50		小30		
高麗菜	大50		小30		
乾扁麵	大50		小30		
韭菜豆腐	40				
滷味拼自選					
	魚湯	70			
品名	五更粥	鹹豆漿	鹹豆漿	鹹豆漿	
20	新好湯	新好湯	新好湯	新好湯	
(內用)	集	合			
(外帶)	送	計			

한 중국음식점의 주문서. 의면과 미분(쌀국수), 납작한 형태의 쌀국수인 꺾쇠타오가 다시 건면과 탕면으로 나뉘어 있다.

기는 등 튀기는 정도에 따라 열은 갈색에서부터 짙은 갈색까지 사리의 빛깔이 달라진다. 이를 끓는 물에 풀어서 먹기란, 더구나 대만 출신에게는 낯선 방식이 아니었다. 애초에 찌거나 삶아 익힌 사리에 기름을 발라 말려두었다가 요리하는 방식 자체가 중국 면 문화에서 낯선 방식이 아니다. 이렇듯 제2차세계대전 이후 극도의 쌀 부족 속에서, 어떻게든 미국의 원조 밀가루를 일본식으로 소화해 내려 했던 일본 식품업체에게는 이미 참고자료가 있었다. 중식 밀가루 반죽과 제면법을 선보인 화교의 역사, 안도 모모후쿠와 같은 중화권 이주자 및 귀화자의 역사, 제국시대 일본과 중국의 폭넓은 접촉, 모두가 얹히고설켜 현대 일본 즉석 라멘의 탄생을 도왔다. 1950년대 일본에는 어떻게든 원조 밀가루를 대중적인 국수 제품으로 만들어 보려는 노력이 곳곳에 존재했다. 안도 모모후쿠와 같은 시도는 여러 사람이 저마다 하고 있었다. 중식당의 중화면과 일본인의 일상에 번져나간 중화면을 둘러싼 일상 자체가 일본 화교의 사업 착상과 전개에 요긴했다. 한마디로 안도 모모후쿠는 복잡한 동아시아 역사 속에서, 동아시아 국수 문화의 실제와 자신의 경험과 주어진 자원을 집대성하고 잘 써서, 즉석 라멘 개발 및 시판 제1호의 영예를 거머쥔 사람이다.

즉석 라멘, 대한해협을 건너다

일본에서 궤도에 오른 즉석 라멘은 대한해협을 건넌다. 오늘날의 삼양식품을 세운 전중윤(全仲潤, 1919~2014)이 일본 묘조 식품의 인력, 설비, 기술을 가져와 1963년 9월 15일 한국 라멘 역사상 첫 제품인 '삼양라면'을 세상에 내놓은 것이다.

전중윤은 해방 전에는 조선총독부 체신국 보험과에서 근무했고, 해방 뒤에는 미군정 하의 체신 공무원으로 일했다. 청장년기에는 죽 보험업에 종사했다. 1957년 동방생명 보험 오늘날의 삼양생명 창업에 참여해 부사장이 되었고, 1961년 제일생명보험 오늘날의 ABL생명 사장에 취임했다. 1960년대 전중윤은 산업 시찰을 위해 동남아시아와 일본 등지를 다닐 기회가 있었다. 이때 접한 일본 즉석 라멘에 전중윤은 즉시 반응했다. 당시 한국은 흉년과 농업 부진이 겹친 극심한 식량난 속에 서민 대중의 식생활은 엉망이었다.



한국에 최초로 라멘을 출시한 삼양식품 전중윤 회장(삼양식품 홈페이지)



삼양에서 최초로 발매한 치킨라면과 라멘 스프, 대한민국역사박물관

어느 날 점심시간에 남대문시장을 둘러볼 기회가 있었다. 그리고 시장 한 귀퉁이에 이르러 5원짜리 '꿀꿀이죽'을 사 먹으려고 수십 명의 노동자들이 장사진을 치고 있는 비참한 광경을 목격하였다. 고질적인 우리나라의 심각한 식량난이 빚어낸 참담한 광경에 전 회장은 비통함을 느끼지 않을 수 없었다.

이 순간 전중윤 회장의 머릿속에 전광석화와도 같은 영감이 스치고 지나갔다. 남대문시장 한복판에서 전 회장은 "바로 그것을 만들어야 한다"라고 마음속으로 소리 높이 외쳤다. 일본을 방문했을 때 일본인들이 손쉽게 끓여 먹고 툭툭 털고 일어나던 간편한 국수, 즉 '라면'을 생각해 낸 것이다.

일본을 여행했을 때 전중윤 회장은 여러 곳에서 이 라멘을 볼 수 있었고 너무 신기해서 그것을 사다가 호텔 방에서 끓여 먹어 보기까지 했었다. 1958년, 처음으로 라멘이 개발된 이래 일본에는 라멘제조업이 정착하여 수십 개의 라멘공장이 가동되고 있었다.

- 《삼양식품30년사》에서

쌀이 절대부족인 상황이었다. 그나마 원조 밀가루가 있었다. 산업과 정부의 입장에서든 어떻게든 원조 밀가루를 써먹어야 했다. 식량 문제는 박정희 정권의 사활을 가를 만한 문제이기도 했다. 마침 한국 정부, 한국 자본가 둘 다 즉석 라멘과 같은 국수라면 한국에서도 유용할 것이라는 판단을 했을 터이다. 여기에 냉전시대 한·미·일의 이해, 동아시아의

정세 또한 종합적으로 맞아떨어졌다. 예컨대 제2차세계대전 이후 한국과 일본, 두 나라의 관계가 정상화된 기본 조약은 1965년 6월 22일 조인되고, 12월 18일 성립, 발효되었다. 그런데 그 전에 한국의 한 기업인이, 자본가가, 얼마든지 대한해협을 오갔다. 일본인 기술자는 얼마든지 한국에 들어왔다. 냉전과 정치외교학을 연구하는 분들이 파고들어 마땅한 한 대목이다.

대량으로 밀가루를 소비하자면

전쟁 이후 1970년대까지도 한국은 양곡 부족에 시달렸다. 오늘날과 달리 거의 모든 국민이 원한 주식은 쌀밥이었다. 쌀밥이 아니면 보리밥이라도 먹어야 했다. 해방 전에 이미 드문드문 분식을 경험했지만, 해방과 전쟁을 겪으며 값싼 밀가루를 얼마든지 접했음에도, 밀가루의 풍미는 아직 한국인의 몸과 감각에 딱 붙지는 않았다. 이런 가운데 1961년과 1962년 연이은 흉작을 겪은 정부는 미곡소비절약운동과 혼분식장려운동에 박차를 가한다. 부족한 쌀은 덜 먹고, 어떻게든 수급이 되는 밀가루를 가지고 부족한 먹을거리를 메꾸자는 기획이었다. 이때의 '혼분식장려운동'이란 식량 부족에 대처하는 절미운동과 식생활개선운동이 결합된 국가 주도 국민동원운동으로서 1950~1970년대 내내 이어졌다. 제분업계는 때마침 미국의 공법 480호⁴⁸⁰에 따라 1956년 이후 어마어마하게 들어온 밀을 거저나 다름없이 쓸 수 있었다. 아울러 혼분식장려운동은 분식을 더 먹자는 쪽으로 기울고 또 기울었다. 제분, 제빵, 제면 업계로서는, 식품업계와 거기 잇닿은 산이 성장의 호재이자 동력이었다. 라면 산업의 확대와 소려 정책과 맞아떨어지는 일이었다.

답 화 무

우리의 너는, 최근 몇 오비성이 급증하여 매년 약 백만 회기를 도입하고 있는 길잡이 가운데서

철학자이자 말과에 뛰어난 보석, 및 줄 굵은 원석이 총
코한 열렬한 단색, 실, 갈은, 미나리 종이 몇보다 풍부
받아와 있어 해서 생리적인 아성이 강하고 참나, 그러므로
정부에서는 몇 오비를 여러하고 끝자 문자는 장려되고 되었으며
다른 자들이 매년 국한 여러하고 철도를 가질다.

선배, 가정에서 자라 주신 사랑

첫째, 가정에서 지켜 주실 사항

1. 할애된 기간을 2일 이상 존속하고, 1주일내 3회 이상 분식 함이다.

2. 식이이에는 풍기말을 사용하고, 자녀들의 도지적은 원칙과 분식을 지킵시다.

3. 동·문식을 지키지 않는 습속에서는 식사를 하지 맙시다.
특히 동식물배양소에서 지켜 주실 것 바랍니다.

1. 모든 음성편역업소에서 판매하는 반직 (광면, 직사일체)에는
반직과 직방 양구수를 갖는 장구를 취급하는 의무이름

모리광, 김광, 정우주 등 모든 감독을 원조로 하는 친조미인 20% 이상 초당파여야 한다. 다만, 별전에서 원파에게 재공작은 반드시 상응하는 행위를 한다.

2. 분석대상으로 지정된 움직임관례업소에서는 관식론 관례하지 못하다.

3. 원직책제법소에서는 반직을 원래하리 묻는다. 다만, 오류
한이수 원이리이수 간선리이수 등 경약식인 원직을 하에

라이즈, 디라이즈, 카래이즈 등 성형사의 한자를 관해
할 경우에는 브라질, 말발, 밀국수 등 또는 집주인 원자로
되는 원주인을 2000년 이전, 후반기에야 한국

4. 모든 음식점매점소에서는 매주 수요일과 토요일 11시부터 (7시 까지) 사이의 한식물 판매하기 금지다.

5. 모든 음식과 매료소에서든 작적을 반칙을 관배하지 못한다.

1. 물엿제조에 사용된 옥수수 이외의 알곡을 사용하지 않는다.

2. 우성과 공생식초를 재오의 서류를 제외한 다른 양쪽을 사출하지 않는다.

3. 학식주류 매대에 팔을 자물쇠로 잠고, 밀조주를 만류서 협시하. 특히 음식판매업소에서 기어 누설 자물은 양육관리법 제18조의

거성의 외한 행정명칭 자원이므로 위한될 경우에는 3개원 이상 6개원 이하의 영접정지 또는 영업허가 취소를 하여 원한 이래

하여 주시기 바랍니다.

1971년 11월 8 일

세무부장관 김 현 옥

농림부장관 김보현
보통사립학교장 이경춘

모선사회후삼판 이 경 오

혼분식을 장려하는 3부 장관들의 합동 담화문.
국립민속박물관



1963년 11월 통영에서 열린 분식요리강습회. 통영시립박물관

감각의 상전벽해

이런 맥락 속에서 1963년 오늘날의 삼양식품이 한국 최초의 라면인 '삼양라면'을 한국인에게 처음 내놓은 것이다. 그러고는 오늘날, “현재 라면은 저렴한 가격과 간편한 조리법 등으로 대중의 사랑을 크게 받는 음식이 되었다. 게다가 우리나라 라면에 있는 특유의 맛으로 세계인의 입맛까지 사로잡고 있다는 점에서 감히 라면은 한국을 대표하는 음식 중 하나라고 할 수 있을 것”이라는 설명을 할 만한 상황이 맞았다. 하지만 한국인과 라면의 만남이 처음부터 순탄하지만은 않았다. 앞서 보신 대로다. 봉순이 언니의 감각과 마음도 있었고, ‘라면’이라는 말과 사물이 너무나도 낯설었다.

‘라면’이 한자의 ‘羅綿’을 발음하는 것으로 착각하여 무슨 옷감 종류가 아니면 플라스틱 용기나 약품의 이름으로 오해를 하였다. (...) 더구나 쌀밥 위주의 식생활 습관이 의식 속에 못박인 우리나라 소비자들에게 갑자기 분식 우선적인 식생활을 요구한다는 것도 무리였

다. 그동안 밀가루로 만든 국수를 주식 대용으로 먹어 오기는 했지만 어찌다가 보조식 정도로 먹는 것이라는 인식이 박혀 있는 국민들에게 라면이 주식이 될 수 있는 식품이라는 생각을 갖게 한다는 것은 하루 이틀에 될 일이 아니었다. (...) 쌀밥과 된장찌개가 식사 개념으로 체질화한 사람에게 갑자기 생소한 라면을 주식으로 해보라고 권했을 때 적극적인 자세로 동화되어 오지 않는 것은 어찌 보면 당연한 현상이었다. (...) 무엇보다도 라면의 이름이 소비자들에게는 아주 생소했던 모양이다. 무슨 옷감이나, 실의 이름이나는 등 엉뚱하게 물어보는 사람들이 많았다.

-《삼양식품30년사》에서

인식과 식생활의 전환, 그에 따른 라면의 승승장구는 한국에서나 일본에서나 시대가 만들어 냈다. 대한해협 이쪽이나 저쪽이나 열쇠는 시대였다. 최초의 외면을 극복하자 그 성장은 가팔랐다.《삼양식품30년사》에 따르면 1963년 12월 20만 개에 그친 판매량은 1964년 5월 73만 개로 경증 뛴다. 여기서 잊지 말아야 할 점은 빠르게 조리해 싸게 한 끼를 해결해야만 하는 소비자의 증가다.

1960년대 중반 이후는 한국이 고도성장에 접어드는 때이고, 많은 농민이 도시에 모여들어 저임금 노동자로 변했다. 노동자에게 라면은 밥을 대신할 만한 한 끼였다. 부모가 일 나간 동안 조리해 익숙지 않은 어린이, 청소년이 한 끼를 해결하는 것도 큰일이었다. 1968년 라면이 60만 한국 국군의 군납품으로 선택된 것은 어찌 보면 가장 효과적인 광고 홍보였다. 60만 장정이 라면의 기억을 미각에 새기고 전역했으니까. 라면은 이렇게 시대와 맞아떨어져 점점 더 한국인의 일상, 식생활에 파고들었다.

삼양 대 롯데

1965년은 한국 라면의 연대기와 산업사에 의미 있는 전환점을 찍은 해다. 삼양이 절대 강자로 독주하던 라면의 판에 농심의 전신인 롯데공업주식회사가 '롯데라면'을 들고 나타난 것이다. 그때까지 동명식품, 신한제분, 동방유량, 풍국제면 등의 제품이 라면 시장에 있긴 했지만, 삼양에게 의미 있는 맞수가 될 만한 기업은 없었다.

한때 라면 경기에 자극되어 신한제분의 신한라면, 미왕라면, 해표라면, 럭키라면, 풍년라면 등 10여 개 메이커가 난립했으나 최장 6개월의 수명뿐 눈물의 퇴각들을 했다.

-《경향신문》, 1970.6.3.

동명식품은 묘조식품의 맛수 닛신식품과 제휴해 '풍년라면'을 내놓았고, 신한제분은 '닭표라면'을, 동방유량은 '해표라면'을, 풍국제면은 '아리랑라면'을, 삼양식품 공장장 출신 표상범은 '해피라면'을 내놓았지만 오늘날까지 명맥을 이어오는 곳은 없다. 이미 1970년 라면의 판을 굽어본 언론의 평가는 위에서 보듯 냉정하다. 1960년대 말을 지나며 문 닫을 라면 제조업체는 문을 닫았다. 그런데 롯데는 달랐다. 롯데는 제대로 된, 의미 있는 맞수였다. 1969년 이듬해 한국 라면 산업의 판이 삼양 대 롯데, 2대 기업의 판으로 정리되기까지 두 기업은 경쟁에 경쟁을 거듭하며 제품을 개발했다. 광고 홍보와 판촉에서도 본격성과 세련미를 경쟁해야 할 상황을 서로 만들어가며 경쟁했다.

농심의 전신인 '롯데공업주식회사'의 설립자는 롯데그룹 창업자 신격호(辛格浩, 1921~2020)의 동생 신춘호(辛春浩, 1930~2021)이다. 신춘호는 형의 일본 롯데 일을 도우며 한창 성장 중인 일본 즉석 라면 시장을 일찍이 목격했다. 1963년 한국에도 라면이 나오자 길게 보아 한국에서 라면이 되겠구나 하는 판단을 한 듯하다. 신춘호는 1965년 롯데그룹과는 별도로 라면 제조업체인 롯데공업사를 설립한다. 농심으로 사명을 바꾼 해는 1973년이다.

롯데공업은 한일국교 정상화 전날인 1965년 12월 19일 '롯데라면'을 개발하고 시판에 나



초창기의 롯데라면 제품들

섰다. 롯데라면은 초반에는 물론 고전했다. 아무튼 후발주자 아닌가. 그럼에도 롯데라면의 출현은 이후 한국 라면 시장의 판도를 바꾸는 계기가 되었다.

성장기의 한 풍경

함께 읽어볼 만한 자료가 하나 더 있다. 《매일경제》 1967년 9월 20일자 기사는 1965년 이후 한국 라면의 이모저모를 재미나게 보여준다.

라면은 값이 비교적 싸면서도 맛이 좋고 영양가가 높아 최근 수요가 늘어나고 있다.

라면이 보통 국수와 다른 점은 ① 즉석에서 보통 5분 이내에 조리를 할 수 있고 ② 보통 국수와 달리 밀가루만으로 만든 것이 아니라 식유^{食油}를 비롯한 각종 첨가물들이 부원료로 들어 있어 맛과 영양가가 높다는 점이다.

가격은 1인분 1식 산매가 18원으로 20원만 가지면 점심 한 끼를 먹을 수 있어 요즘 학생, 일반 봉급 생활자들뿐 아니라 가정용으로도 점점 인기를 얻고 있다.

현재 라면은 삼양식품의 삼양라면을 비롯해 롯데라면, 신한라면, 러키라면 그리고 최근 새로 나온 해표라면 등 4~5개사 제품들이 있는데 월간 약 80만 식^盒 이상이 생산되고 있다.

(...) 끓일 때는 더운물에 넣어서 3~4분이면 완전히 조리가 된다. 끓일 때 주의할 점은 라면에 조미료로 첨부되어 있는 수프를 다 끓은 후에 쳐서 먹어야지 국수와 함께 넣어서 끓이면 제맛이 안 난다.

또 반드시 팔팔 끓는 물에 국수를 넣어야지 찬물에 그대로 국수를 넣고 끓이면 국수가 불어서 죽처럼 된다.

라면 1식의 영양가는 약 550~700칼로리인데 최근 고급 동물성 식유인 라드를 라면 제조용으로 수입할 수 있게 되어 라면의 맛이 더욱 좋아지게 되었다.

기사는 '산매 18원', '즉석 조리 간편해 수요 급증', '메이커들 판매 경쟁 치열', '값싸고 맛 좋고 영양가 높아'와 같은 소재목도 품고 있다. 이런 문구가 언론이 기사에서 쓸 만한 문구



는 아니라고 해도, 당장 라면 제조사가 소비자에게 내세우고 싶은 바를 압축하고 있음에는 틀림이 없다. 또한 앞으로 삼양과 롯데가 씨먹을 광고 홍보와 판촉의 기본 기획을 짐작하게 하는 데 손색이 없다. 아울러 라면의 연대기가 조리법을 일일이 알려줘야 했던 시절이 있었음, 동물성 유지를 고급으로 여기던 시절이 있었음 등이 새삼스레 다가온다.

국군장병과 파병과 연예인과 광고 홍보 전쟁

1968년 육해공군 PX에 시험 급식용 라면이 비치되고 베트남전에도 라면이 따라가고, 게다가 혼분식장려의 일환으로 군에서도 주 1회의 분식 급양을 준비하였다. 힘들고 배고픈 장정들이 '라면 먹고 싶다'는 소리를 하게 되었다. 60만 대군이 라면 보급의 첨병 노릇까지 한 셈이다. 이 점 또한 기업 스스로 인식하고 있다.

당사의 라면이 군에 선을 보인 것은 '68년 각군 PX에 시험 급식용을 비치하면서부터였다. 이 무렵 정부의 혼분식장려의 일환으로 군에서도 주 1회의 분식이 고려되었고 당사와 경쟁업체인 롯데공업이 군납에 응찰하여 경쟁을 벌였다. 그 결과 당사의 제품이 품질의 우수성을 인정받아 70퍼센트를 납품하고 '롯데라면'이 30퍼센트를 납품하게 되었다. (...) 1969년 4월부터 육해공군은 물론 해병대에 이르기까지 전 장병에게 주 1회씩 당사의 라면을 급식한 것과 미 8군에의 군납은 품질의 우수성과 우량식품으로서의 가치를 인정받는 계기가 되었다. (...) '69년 4월부터 시작된 군납은 후에 주 1회에서 수/토요일의 주 2회 급식으로 늘어나 그만큼 판매량이 증가했고 처음 포장지에 10개씩 넣던 것을 2개씩 넣어 납품하게 되었다.

- 《삼양식품30년사》에서

라면은 한국군의 베트남전 파병과도 손을 잡았다. 1964년 9월부터 1973년 3월까지 한국군이 베트남과 그 전선으로 나가면서, 라면도 따라 해외로 갔다. 1967년 8월 '삼양라면' 약 10만 식이 베트남을 비롯한 동남아시아로 수출되었다. 1968년 롯데가 출시한 라면인 '왈순마' 또한 이에 뒤질세라 군수 물자로 베트남에 수출되었다.



군수물자로 베트남에 진출한 롯데라면 왈순마



1968년 당시 거금 500만원을 건 경품 캠페인까지 벌였던 롯데 왈순마 광고

군을 따라 해외로 간 라면과 왈순마와 같은 제품의 출현은 그 자체로 군사-경제-문화가 교차하던 한국의 1960년대를 상징적으로, 고스란히 담아내고 있다. 1960년대 후반, 대한민국은 미국 주도의 베트남전쟁에 병력을 파병하며 국제적으로 '반공 동맹'에 참여한 대가로 경제원조 및 수출의 기회를 얻었다. 이 시기 정부는 베트남 주둔 한국군과 국내 장병의 급식체계를 크게 재편·강화하고 있었는데 여기에 라면이 끼어들었다. 라면 군납과 파병의 뒤를 따라간 라면 수출은 식량 정책, 군수 산업, 해외 파병이라는 삼중의 맥락을 관통한 일대 사건이었다.

1등 기업이 앞서가고 있던 라면 시장에서, 후발주자인 롯데공업은 차별화된 전략이 필요했다. 삼양이 해외로 가면 롯데도 해외로 가야 했다. 더구나 전선의 한 끼라니, 이보다 더한 차별화가 어디 있겠는가. 그런데 왈순마는 국군장병과 대중과 라면의 판에 깊은 인상을 남기고 금세 사라졌다. 출시 당시 정운경 화백이 그리던 《경향신문》의 만평 '왈순마지매'의 저작권을 침해했다는 소송에 휘말린 결과였다. 법원이 롯데의 저작권 침해를 인정하면서 더는 '왈순마'라는 이름과 캐릭터를 쓸 수가 없었던 것이다. 그럼에도 그 의미를 다시 읽을 필요는 있다. 이제 광고홍보전, 판촉전에서 저작권이 문제가 될 만큼 라면의 판이 달라졌다는 데 주목할 필요가 있다. 다시 광고홍보로 돌아오면, 왈순마의 광고 모델이 1941년생 배우 강부자이다. 강부자의 이미지는 억척스럽지만 정 많은 아낙네, '엄마' 그리고 '부엌'에



농심신라면의 최장기 모델이었던 강부자와 구봉서

잇닿아 있다. 강부자를 통해 라면은 '가정적이고 정겨운 음식'으로 재포장되는 효과가 있었다. 라면은 부엌 한구석에 자리를 잡을 수 있는 먹을거리로 몸을 바꾼 셈이다. 강부자는 1978년 롯데공업주식회사가 농심으로 상호를 바꾼 이후 다시 농심의 라면 모델로 발탁된다. 안성탕면^{1983년 출시}, 까만소^{1985년 출시}, 신라면^{1986년 출시}까지 무려 13년간이나 강부자는 농심의 라면 모델을 맡아 소비자 앞에 섰다.

1960년대 정부는 쌀 소비를 줄이고 밀 소비를 늘리기 위해 혼분식을 강제했고, 라면은 이 정책의 수혜를 제대로 받았다. 특히 군대와 같은 대규모 집단 급식 현장에서 라면은 빠르게 보급되며 '별식'에서 '일상식'으로 더욱 자리를 굳힌다. 그러면서 바로 그 제품에 맞는 바로 그 모델을 찾아내야 하는 광고홍보 기획의 시대로도 접어들었다.

고깃국 전쟁 자장면 전쟁

라면은 이렇게 시대의 추이를 타고 한국인의 일상, 식생활에 파고들었다. '맛있으니까!'로 다일 수 없는 음식 문화사의 복잡다단한 속사정과 함께였다. 물론 한국인의 라면 기호와 선택, 한국 기업의 행동을 지나칠 수 없다.

라면을 놓고, 저게 한국인의 라면인지 단박에 알아차릴 표지가 있다. 기어코 김치를 넣고 끓인다면? 갈 데 없는 한국인의 행동이다. 고춧가루를 듬뿍 뿌린다? 라면에 흰떡을 넣

어 떡라면을 끓인다? 달걀을 풀고, 콩나물을 넣고, 대파를 송송 썰어 기성품 라면을 내 것으로 만들어 먹는 장면에 자리한 것은 전형적인 한국인의 행동과 전형적인 한국인의 라면이다. 기어코 라면 국물에 밥을 말고, 김치를 반찬 삼아, 말하자면 '라면국밥'을 깨끗이 해 치우는 풍경은? 무슨 설명이 더 필요할까. 서민 대중의 자연스러운 행동만큼이나 한국 라면 제조사 또한 한국인의 기호에 따라 라면을 한국화한다.

'삼양라면'을 처음 생산하여 인스턴트 면류식품의 선발업체로 나섰을 때만 해도 제조기술은 일본 묘조식품이 개발한 것을 도입하여 그대로 모방하는 데 그치고 있었다.

그러나 아무리 한국인과 일본인의 식성이 같은 동양권의 미식 위주라 하더라도 향신조 미료에 대한 기호에는 많은 차이가 있다. 예를 들어 한국인은 마늘·고춧가루 등을 선호하는 반면, 일본인은 후추·산초 등을 선호한다. 그러므로 일본식 라면이 한국인들의 식성에 맞을 리가 없었다. 면발의 경우는 쫄깃쫄깃하고 끈기 있는 것이 한국인의 식성에 맞으며, 특히 수프가 풍겨 내는 미각적 기호는 한국인과 일본인 사이에 현격한 차이를 나타내었다.

-《삼양식품30년사》에서

라면 회사는 바로 알아차렸다. 일본인의 기호와 선호와 한국인의 기호와 선호는 같을 수가 없다. 연구소 수준에서 1966년부터는 한국인의 입맛에 맞는 수프 개발은 급한 과제였다. 삼양식품은 1969년 칼국수를 라면화해 내놓는가 하면 일찌감치 냉면도 라면화했다. 1970년에는 한국인이 좋아하는 소고기 국물 맛에 착안한 제품, 국밥처럼 먹기 좋은 제품을 내놓았다.

대체로 채식 위주인 우리 국민의 식생활 습관으로 볼 때 조금 느끼한 라면의 맛보다는 '논프라이'의 담백한 '칼국수' 맛이 소비자의 구미에 맞았던 것이다. 이것은 '논프라이' 인스턴트 면류식품이 시장성이 높다는 것을 입증해 주었고 (...) 쇠고기를 주원료로 시원한 육수의 맛을 살린 '삼양냉면'이 개발되었다. 또 10월에는 쇠고기를 듬뿍 넣어 쇠고기맛을 살린 '삼양쇠고기면'을 개발하고 (...)

-《삼양식품30년사》에서



삼양과 농심의 소고기맛 라면 대결. 왼쪽은 국립민속박물관, 오른쪽은 부산시립박물관

1965년 롯데라면은 소고기 풍미 바탕의 수프에 착안한 것으로 보인다. 삼양라면은 1966년 이후 건조 수프에서 고춧가루, 마늘, 양파의 풍미를 강화한다. 1970년 삼양은 '삼양쇠고기면'을 롯데는 '롯데라면소고기'를 내놓으며 다시 제대로 맞붙는다. 눈여겨볼 만한 데는 풍미를 둘러싼 두 회사의 선택이다. 어떤 경쟁을 어떻게 펼치든 소고기에서 오는 풍미를 놓칠 수는 없었다. 삼양쇠고기면이 "구수한 쇠고기의 맛"을 내걸거나, 롯데라면 소고기가 "바로 설렁탕의 그 맛", "쇠고기의 깊은 맛"을 내걸거나, 결국 한국인의 소고기 기호와 선호가 이끈 기획이고 행동이었다. 당시 제품 개발에 참여한 롯데라면의 한 인사는 서울 노포의 쇠고기국밥, 곰탕, 도가니탕과 그 음식에 대한 한국인의 각별한 선호를 염두에 두고 소고기라면을 개발했다고 회고한 바 있다. 그뿐만이 아니다. 칼국수, 냉면, 자장면을 라면으로 소화하려는 기획과 제품화도 일찌감치 이루어졌다.

1969년 동명식품이 즉석 칼국수 제품인 '칼면'을 내놓자 삼양식품은 기늘고 긴 사리의 '뉴면'으로 대응한다. 둘 다 기름기 없이 덜 느끼한 제품 특성을 내세웠고, 같은 해 7월 24일 건면 라면 제품인 '칼국수'를 내놓는 데 이른다. 이 제품은 오늘날 삼양식품의 '손칼국수'로 이어지고 있다. 당시 동명식품은 칼면의 "수프를 육류 대신에 해산물로" 만들었고, 삼양식품은 "느끼한 맛이 없고 우리 식성에 맞게 기름기를 없앴을 뿐만 아니라 밀가루 냄새가 나지" 않도록 주의해 뉴면을 생산했다. 느끼함 운운하니 말이지만, 한국 라면 제품



K-푸드의 명성을 구가하고 있는 다양한 라면들

의 소고기 풍미와 기름기는 고춧가루와 마늘과 대파라는 옷을 한 겹 더 입고 있다. 덕분에 개운함이라는 감각으로 입맛을 이끈다.

자장면은 어땠을까. 1970년 삼양식품과 롯데라면은 앞서거나 뒤서거나 하며 자장면을 라면화한다. '삼양짜장면', '롯데짜장면'이 그 예다. 1984년 농심은 '짜파게티'를 출시했고, 1985년 삼양식품은 '짜짜로니'를 출시한다. 냉면의 라면화도 그렇다. 삼양식품은 이미 1975년에 냉면을 라면화한 바 있다. '강서냉면', '평양냉면', '함흥냉면'을 이미 제품명으로 썼다. 농심에서는 2008년 '둥지냉면'을 내놓았다. 당연히 물냉면과 비빔냉면을 모두 갖추고 영업하고 판촉하고 있다.

김치와 한 벌이 되는 라면 상차림, 고춧가루 및 마늘 풍미에 대한 선호, 쇠고기 풍미 바탕을 기본으로 하는 기호, '밥을 말아 먹으면 맛있는 라면'이라는 관능의 선택은 오늘날까지도 이어지는 라면의 풍경이다. 최근에는 짬뽕이나 부대찌개의 풍미를 라면이 더욱 바짝 쫓아가는 모습도 보인다. 얼큰함, 구수함, 시원함과 같은 감각의 저류는 깊이 들여다볼 만한 한국 라면 풍미의 바탕이다. 라볶이도 대중의 라면 변용의 좋은 예다. 이 경험은 짜장 라면과 함께 라면에서 볶음면의 분야를 건인한 측면이 있다.

이윽고 한국 라면은 국내를 넘어 온 지구로 확장되었다. 농심의 '신라면'은 1990년대 후반 이후 글로벌 브랜드로 성장했다. 2012년 삼양이 내놓은 불닭볶음면이 지구 곳곳에 만들어 낸 민속자료는 인류학계가 나서서 따로 정리해야 할 것이다. 1982년 라면 생산에 뛰어들어 낸 민속자료는 인류학계가 나서서 따로 정리해야 할 것이다. 1982년 라면 생산에 뛰어들어 낸 민속자료는 인류학계가 나서서 따로 정리해야 할 것이다. 1982년 라면 생산에 뛰어들어 낸 민속자료는 인류학계가 나서서 따로 정리해야 할 것이다. 1982년 라면 생산에 뛰어들어 낸 민속자료는 인류학계가 나서서 따로 정리해야 할 것이다.

2025년을 지나 라면은 또 어떤 연대기를 써 나갈까? 라면 한 그릇에 그야말로 한국 현대사, 동아시아 현대사가 담겨 있다. 그야말로 한국 라면의 연대기는 한국 현대사와 궤적을 함께한다. 한국 라면 62년간의 연대기를 음미한다. 한국 현대사를 새삼스레 돌아본다.

참고문헌

국립민속박물관, 《한국의식주생활사전, 식생활》, 2017
삼양식품그룹, 《삼양식품30년사》, 1991

노완섭, 《라면의 역사》, 《동아시아식생활학회 학술발표대회논문집》, 2006
주영하, 《라면의 지구사》 출판을 위한 기초 연구, 2014

《경향신문》, 《매일경제》, 《한겨레》, 《조선일보》, 《뉴시스》

<https://cm.asiae.co.kr>

<https://instantnoodles.org>

<https://kosis.kr>

<https://tradedata.go.kr>

<https://various.foodsafetykorea.go.k>

<https://www.nissin.com>

<https://www.myojofoods.co.jp>

<https://www.nongshim.com>



구미에서 라면 먹고 갈래요?



“라면 먹을래요?”

영화 <봄날은 간다>에서 은수가 상우에게 던진 이 한마디는 한국영화사에 남을 명대사가 되었고, 언제부턴가 “라면 먹고 갈래요?”로 변형되어 그게 정설이 되어버렸다.

영화 속에서 사랑의 매개체가 된 라면이 구미에 와서는 관광자원과 산업자산의 환상적 콜라보레이션으로 탄생했다. 바로 구미라면축제이다. 그래서일까? 축제의 주무부서 이름까지도 ‘낭만관광과’이다.

구미라면축제는 2022년 처음 열렸다. 제1회 축제는 ‘라면’과 ‘캠핑’을 테마로 하여 ‘구미 라면 캠핑페스티벌’이라 했다. 라면은 야외에서 먹을 때 더 맛있다는 점, 그리고 구미에는 캠핑 사이트 157면과 캐러밴, 잔디광장, 다목적 광장을 갖춘 캠핑장이 있다는 것, 일 평균 380만 개의 라면을 생산하는 농심의 공장이 있다는 데 착안해 기획된 축제였다. 1회 축제는 당시 코로나로 인해 지역축제에 목말라하던 시민들의 호응을 이끌어냈고, 구미와 인근 지역민 1만 5000여 명이 참여하며 성공적으로 막을 내렸다.

2회 축제부터는 축제명을 ‘구미라면축제’로 바꾸고 무대를 구미 시내로 확대했다. 도심 전체를 축제장으로 꾸며 방문객의 접근성을 높이고 지역상권 활성화에 최우선을 두었다. 4개 테마를 정해 프로그램을 다양화하고 문화행사에도 연계해 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공했다. 그 결과 무려 10만여 명이 방문하여 큰 성공을 거두었다.

이런 성과는 구미라면축제가 2024~2025 경상북도 우수지정축제로 선정되는 쾌거로 이어졌다. 국내 유일의 콘텐츠와 단 2회만에 거둔 급진적 변화, 축제의 성장가능성이 높은 평가를 받은 덕분이었다.

2024년 축제는 “세상에서 가장 긴 레스토랑”을 주제로 하여 구미역과 금오산 잔디광장, 금리단길 일원에서 펼쳐졌다. 또한 미식(美食)에 치중한 여느 축제와 달리 MZ세대를 겨냥해 섹션별 테마를 설정하고 다양한 프로그램을 마련해 큰 호응을 얻은 가운데 사흘간 17만여 명이 운집해 대성황을 이뤘다.

“라면도 요리가 될 수 있다”는 콘셉트가 주효했고, 3회만에 10배 이상의 방문객 증대를 통해 자신감을 얻은 구미시는 이제 라면축제의 명품화, 글로벌화를 계획하고 있다.



제1회 구미 라면캠핑페스티벌

기간: 2022. 8. 27.~28.

장소: 낙동강 체육공원 구미캠핑장

구미캠핑장의 잔디광장과 다목적광장을 4개의 존으로 꾸며 다양한 이벤트를 선보였다. 메인 무대인 ‘마이 구미 존 My Gumi Zone’을 중심으로 친환경을 주제로 한 ‘이에스지 존 ESG Zone’과 라면을 주제로 한 ‘누들 존 Noodle Zone’, 캠핑을 주제로 한 ‘플리마켓 존 Flea Market Zone’을 마련했다.

누들존에서는 라면 자판기에서 수많은 봉지라면과 컵라면을 구입해 먹을 수 있다. 어린이들을 위해 라면 끓여주는 로봇 ‘라봇’도 등장해 인기를 끌었다. 캠핑 교육존과 당근마켓존으로 구성된 플리마켓 존에서는 친환경 캠핑세제 만들기, 초보자를 위한 캠핑 교육, 캠핑 장비 전시를 통해 캠핑을 위한 체험과 정보를 제공했다.

디지털라면, 건강라면, 해장라면, 냉라면의 네 가지 주제로 열리는 요리경연대회도 열려 더욱 열기를 더했다.





제2회 구미라면축제

기간: 2023. 11. 17.~19.

장소: 구미역, 역전로, 문화로, 금리단길 일대

1회 때와 달리 구미역 일원의 도심 전체를 축제장으로 꾸미고, 명칭 또한 '구미라면축제'로 바꾸었다. 특히 축제의 성공을 위해 구미시는 전문가와 일반 시민 등으로 구성된 시민대표 기획위원을 공개 모집해 다양한 의견을 수렴하는 등 최선의 노력을 기울였다.

2회 축제는 '즐길라면라면로드'(홍보 및 체험존), '실라면!힐링거리'(포토존 및 셀프 라면 식음존), '먹을라면라면 테마광장'(이색라면 및 해외누들 식음존), '빠질라면!라면 스테이지'(무대공연 프로그램) 등 4가지 테마로 운영됐다.

2회 축제의 방문객 10만여 명 중 타지역 방문객은 36%를 차지했으며, 축제 기간의 소비금액 또한 17% 상승해 도시에 활기를 불어넣었다.



제3회 구미라면축제

기간: 2024. 11. 1.~3.

장소: 구미역 일원

3회 축제는 '세상에서 가장 긴 레스토랑'을 주제로 열렸다. 축제장에 475미터의 라면거리를 조성하고 '구미라면공작소', '농심 팝업 스토어', 'MSG팝업', '후루룩라운지', '라면 레스토랑', '뉴-타운 라면뽀', '라면 스테이지', '갓 랜드' 등 다양한 프로그램을 마련하고 방문객들을 맞았다.

이 중 가장 눈에 띄는 부스는 농심 구미공장에서 이날 생산된 라면을 바로 구매할 수 있는 '갓 튀긴 라면'의 판매 부스, 특히 구미에서만 맛볼 수 있는 '갓 튀긴 라면'이 큰 인기를 끌었다.

3회 축제의 방문객은 17만 명을 넘어섰고, 축제 기간 15억 원의 지역소비가 창출되었다. 이에 구미시는 축제의 확장 가능성에 자신감을 갖고 글로벌 규모의 축제 확대하려는 포부를 키우고 있다.





제4회 구미라면축제

기간: 2025. 10. 31.~11.2.

장소: 구미역 일원

제4회 축제는 올 10월 31일부터 11월 2일까지 열릴 계획이다. 축제 관계자들은 현재 참신한 프로그램을 계획 중이다. 이에 앞서 구미시는 라면축제를 글로벌 경쟁력을 갖춘 지역 대표축제로 키우기 위한 정책토론회를 갖기도 했다. 또 지난 5월에 열린 2025 구미아시아육상경기선수권 대회 때는 현장에서 '구미 라면관'을 운영하여 세계 각국의 선수들과 관람객들에게 뜨거운 호응을 얻은 바 있다.



더욱 새로워진 iM모임통장
회비가 쌓이면 금리가 쌓이네

이뱅크 모임통장 바로가기

**더욱 새로워진
iM모임통장**
최고 연 2.00%p(세전)
우대금리 제공!

[iM모임통장 상품내용] · 가입대상 : 만19세 이상 실명의 개인 · 상품유형 : 신자유저축예금(MMDA 제외) · 적용금리 : 기본 연 0.01% ~ 최고 연 2.01%(25.03.25 현재, 세전) · 우대금리 - 매일 최종잔액 100만원 이상 500만원 이하 : 연1.00%p - 이자계산기간 중 당행 계좌간 자동이체를 통한 입금실적 : 자동이체 입금 고객별 연0.20%p(최대 연1.00%p) * 적용금액 : 매일 최종 잔액 중 500만원 이하 금액 · 이자지급방법 : 매년 3/6/9/12월 넷째 토요일 결산 후 익일 지급

[유의사항]

- 계좌에 압류, 가압류 등이 등록될 경우 원금 및 이자 지급이 제한됩니다.
- 금융소비자는 금융소비자보호법에 따라 해당상품 또는 서비스에 대하여 설명을 받을 권리가 있으며, 그 설명을 듣고 내용을 충분히 이해한 후 거래하시기 바랍니다.
- 계약을 체결하기 전에 상품설명서와 약관을 반드시 읽어보시기 바랍니다.
- 이 예금은 예금자보호법에 따라 원금과 소정의 이자를 합하여 1인당 "5천만원까지" (본 은행의 여타 보호상품과 합산) 보호됩니다.
- 상품에 대한 문의사항이 있으시거나 자세한 상담을 원하시면 거래영업점 또는 고객센터(1566-5050, 1588-5050)를 이용하여 주시기 바랍니다.

[준법감사인 심의필 제25-835호(2025.04.10 ~ 2026.03.31)]
[은행연합회 심의필 제2025-04046호(2025.04.03 ~ 2026.04.02)]