

# 02

누구나 알지만 아무도 몰랐던  
수원 이야기

## “지금까지 이런 맛은 없었다!”

### : 수원통닭과 수원갈비, 그 맛의 함의(含意)

#### “이것은 갈비인가? 통닭인가?”

2019년 설 명절에 맞춰 개봉한 영화 <극한직업>은 수원 이름이 붙은 음식인 수원갈비와 수원통닭을 절묘하게 합하여 ‘수원왕갈비통닭’을 탄생시켰다. 수원왕갈비통닭은 이 영화에서 만들어진 음식으로, 수원갈비집 아들이 집안의 비법으

로 내려오는 수원갈비 양념으로 예상하지 못했던 맛있는 통닭을 만들어내는 영화적 설정이 큰 재미를 주었다.

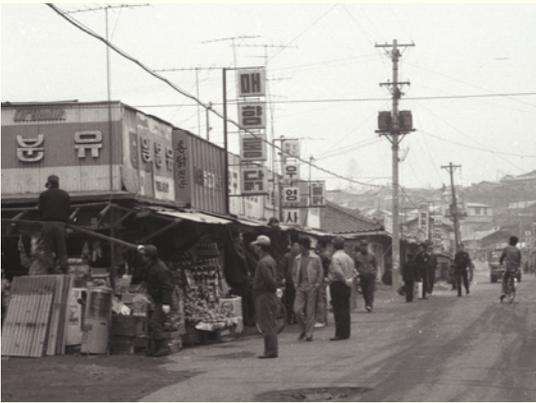
영화의 선풍적 인기로 힘입어, 수원왕갈비통닭을 상품으로 내놓은 남문통닭거리의 통닭집들은 전국적인 명소가 되었고, 이제 수원의 명물이 갈비나 통닭이냐는 재미있는 갑론을박이 나올 정



2022년 수원통닭거리축제(수원시 포토뱅크 제공)



2014년 수원통닭거리(수원시 포토뱅크 제공)



1977년 매향통닭과 보신통닭(수원박물관 제공)

도가 되었다. 더불어 영화라는 가상세계에서 만든 수원왕갈비통닭이 실재하는 음식으로 만들어지는 과정은 문화콘텐츠가 현실에 미치는 영향력을 실감하게 하였다.

사실 수원통닭은 양념통닭이 아니라 1970~1980년대 시장에서 팔던 그 흔하디흔한 튀김통닭이었다. 그 흔한 시장표 수원통닭이 2000년대 수원화성과 행궁을 다녀간 관광객들에게 입소문을 타기 시작하였다.

1990년대에 변화한 중심지에 자리를 잡은 KFC, 맥도날드 등의 프랜차이즈는 튀김옷을 입힌 조각 '치킨'으로 전국의 닭 맛을 획일화하였다. 이런 프랜차이즈는 개발이 멈춘 수원화성 일대에 관심이 없었고, 그 무관심 속에서 수원통닭은 살아남을 수 있었다.

그러던 중 1970년대 통닭 맛을 모르는 20~30대 젊은이들에게 수원이라는 지방색을 입고 1970년대라는 시대의 맛을 유지한 수원통닭이

색다르게 느껴졌다. 결국 수원통닭이 다시 사랑을 받게 된 것은 개발에서 동떨어진, 지체된 시간이 만들어낸 맛의 '다양성'이다.

## 화춘옥 갈비, 그 맛의 충격

수원왕갈비통닭이 나오기 전까지 수원을 대표하는 음식으로는 수원갈비가 독보적인 위치를 차지하였다. 해방 직후 영동시장 내 화춘옥에서 탄생한 수원갈비는 한국 육식문화의 흐름을 바꾸었다.

그전까지 '소갈비'는 주로 폭 고아서 국을 끓이는 데 사용하였고, 구이의 경우 두툽한 고기 부위를 구워 5첩, 9첩, 12첩 반상에 올리는 반찬의 하나였다. 그러나 화춘옥의 이귀성은 고기가 넉넉히 붙어 있는 소갈비를 구워 반찬이 아닌 단품 요리로 팔았다. 즉 '고기만' 먹는 음식을 만들어낸 것으로, 고기를 향한 사람들의 욕망을 '양껏' 채워 주었다.

하지만 무엇보다 놀라운 것은 화춘옥 갈비구이의 단맛이었다. 이귀성은 고기 양념에 설탕을 듬뿍 넣어 고기를 부드럽게 만들었다. 조선시대 음식과 현대 음식의 가장 큰 차이는 단맛이라고 한다. 전통시대에는 홍시나 조청·꿀 등을 사용하여 음식에 단맛을 내었는데, 이는 양념이기보다는 향신료처럼 살짝 단맛을 추가하는 정도였다. 그만큼 단맛을 내는 재료들이 희귀하였다.

설탕이 우리나라에서 대중적으로 보급된 것은 1950년대 중반 제당 공장이 설립되면서이다. 따라서 설탕을 듬뿍 넣은 음식도 그 이전에는 희귀했는데 화춘옥의 이귀성은 과감하게 설탕을 사용하여 갈비를 구워냈다. 그럼 이귀성은 어떻게 해서 설탕을 과감하게 사용할 수 있었을까? 아마도 이귀성이 일제시기에 화춘제과점이라는 일본식 제과점을 운영하면서 설탕을 사용하는데 익숙했기 때문일 것이다.

1960~1970년대 수원갈비는 어린아이부터 대통령 입맛까지 사로잡았다. 박정희 전 대통령



1950년대 화춘옥 상량식과 1대 주인 이귀성



1970년대 영동시장 일대 수원갈비(수원박물관 제공)

은 화춘옥의 단골이었다. 대통령이 ‘뜨는’ 날이면 화춘옥이 있었던 영동시장은 비상계엄이었다. 중앙정보부 사람들이 하루 전에 미리 와서 갈비에 양념하는 것을 감시하고 냉장고에 넣는 것을 확인한 다음 봉인까지 하였으며, 혹시라도 누군가가 바꿔 치기 할까 두려워 교대로 지키며 밤을 새웠다고 한다. 그리고 대통령이 오는 당일에는 손님들을 돌려보내게 하는 등 보안 유지에 철저하였다.

그래서 대통령이 오는 날은 공치는 날이었지만 대통령의 일거수일투족 그 자체가 뉴스거리였기에 뉴스를 타고 화춘옥 방문 소식은 그대로 보도되었다. 이는 홍보 효과가 커서 연예인과 정치인 등 유명인들의 방문이 이어졌고 전국에서 손님을 끌어들이었다. 이 시기 영동시장에는 수원갈비를 파는 음식점이 늘어 갔고, “대통령도 인정한 수원갈비”의 인기는 산업화가 가속화되면서 농사짓는 소가 아니라 식용 소가 키워지는 시대로 접어들었음을 의미하였다.

## 강남 개발과 가든형 수원갈비집의 탄생

1974년 서울 강남 개발이 본격화되면서 이 지역에 식당들이 들어섰으며, 전문적으로 갈비와 냉면만을 취급하는 곳이 생겨났다. 특히 1981년 강남에 문을 연 삼원가든의 성공으로 강남에 갈비를 구워 먹는 가든의 시대가 열렸다.

이 당시 정부는 강남 빈 땅의 개발을 독려했는데, 이에 강남의 공한지를 가진 땅부자들은 공한세라는 세금폭탄을 피하기 위해 그 땅을 싸게 임대하였다. 삼원가든의 창업주는 공한지를 싸게 임대해 가든을 지었다. 땅 주인의 입장에서 나날 세금 대신에 임대료가 들어오는 마법의 제안이었고, 식당 주인으로서는 넓은 땅을 싸게 임대해 가든형으로 식당을 차릴 수 있어 서로에게 더 이상 좋을 수 없는 거래였다.

한 해에 20여 개가 넘는 초대형 갈비집이 논현동과 서초동에 들어섰다. 1982년 ‘수원갈비’라는 이름으로 등록된 음식점은 실내장식비에만 2억~3억 원씩 투자하였으며, 이들 기업형 식당들은 초호화판 실내장식과 정원을 갖추고 특수층을 대상으로 하는 영업전략을 세워 운영하였다. 바야흐로 고기에 더하여 분위기를 먹는 시대가 도래한 것이다.

또한 강남의 가든형 갈비집은 외식하는 사회의 출현을 의미하였다. 서울 외곽의 유원지를 찾던 사람들은 강남 중심가에 위치한 전원풍의 갈비집에 열광하였고 어린이날이나 생일 등의 기념일과 주말에 강남 아파트단지의 중산층 가족들은 갈비집을 찾는 것이 자연스러운 문화로 자리 잡았다.

## 두 번의 변신

서울의 가든 열풍은 수원갈비의 본고장인 수원으로 역수입되었다. 영동시장 일대에서 장사하던 수원갈비집들은 주차공간이 없는 시장통을 벗어나 1980년대 수원 외곽에 자리를 잡았다. 자가용을 타고 오는 외지인들이 손님의 70%를



1990년대 수원갈비 전문식당(『동아일보』 1993년 4월 17일)

차지하였기 때문이었다. 1번국도와 42번국도 주변 과수원이나 농원에 대형 수원갈비집들이 세워졌고 가든형 갈비집으로 꾸며졌다.

이때 스승을 따라 강남으로 진출했던 젊은 조리사들이 다시 수원의 대형 갈비집으로 돌아왔다. 이들은 협심회라는 조리사 친목 모임에 속해 있었는데, 협심회 소속 조리사들에 의해 수원갈비는 몇 가지 변화를 겪게 되었다. 첫 번째는 수원갈비의 양념 비율을 통일시킨 것이다. 이들은 동수원호텔에 모여 적정 비율을 만들었는데 이때 설탕의 양이 그 이전에 비해 3분의 1 수준으로 적어졌다. 두 번째는 갈비를 재우는 방식이 변화한 것이다. 그 이전에는 고기에 양념이 잘 배도록 뒤적이며 무쳤는데, 이때에 이르러 고기 위에 양념을 뿌리는 방식으로 바뀌었다. 수원갈비는 매우 얇게 저며지기 때문에 무치다 보면 잘 찢어졌다. 어린이날처럼 손님이 많은 날에는 몇 천 대의 갈비를 빠르게 무쳐야 했는데, 갈비가 자



가보정의 점심 특선 정식한상차림

꾸 찢어져 어려움을 겪었다. 이에 이미 적정한 비율로 배합된 마른 양념을 고기 위에 뿌리는 방식을 선택한 것이다. 이 두 가지 변화는 수원갈비를 대량으로 판매하기 위해서 나타난 대응이었다.

한편 1990년대 이후 수원갈비는 점차 위기를 맞이하였다, 외식산업이 다변화한데다가 광우병과 웰빙 분위기로 고기 음식에 대한 인기가 사라들었기 때문이다.

이때 수원갈비는 또 한 번의 변신을 꾀하였는데 중심 업무지인 인계동에 자리한 가보정이 주도하였다. 인계동에는 보험과 은행 등 금융기관, 관공서, 언론기관 등이 밀집해 있어 업무상 고객을 접대하는 일들이 많았다. 특히 보험 전성시대에 여성 보험설계사들은 “가격 부담이 덜하되 대접하기에 적당한 점심 메뉴”를 필요로 하였다. 이에 맞춰 점심 특선으로 등장한 것이 ‘정식한상차림’이었는데, 반찬에 공을 들이고 가짓수를 늘린 것이었다. 즉 가보정은 단품 고기 음식으로 성장해 왔던 수원갈비를 사회적 요구에 맞게 다시 한정식과 결합시켰다. 하지만 반찬의 맨 가운데에 수원갈비를 놓음으로써 이 메뉴는 수원갈비의 변신이자 확장임을 알렸다.

수원통닭과 수원갈비에서 알 수 있듯 음식의 맛과 인기는 시대를 닮아 변화한다. 우리는 맛있게 그 음식의 맛을 즐기며, 간혹 그 맛이 품은 시대적 함의와 이 음식을 만드는 사람들의 노고를 떠올려 본다.

글 홍현영 수원학연구소 연구원