

생맥주뷔페집의 고객들

신 중 돈
중 앙 일 보 기 자

유 한사이나미드 마케팅부장 宋승기(41)씨는 최근 역삼동 소재 회사 길 건너편에 음식뷔페같이 한 사람이 1만 3,000원의 맥주값만 내면 맥주와 안주를 양에 구애받지 않고 마음껏 마실 수 있는 맥주뷔페집이 생겨 싱글 병글이다.

맥주뷔페라는 용어가 가져다 주는 어색함 때문에 맨 처음에는 방문을 꺼렸지만 일단 이용해 보니 주당의 부하들을 데리고 가도 금전적인 부담감이 상대적으로 덜해 宋부장은 최근 주머니사정등을 고려 부하들을 데리고 하루가 멀다하고 이 집을 방문하고 있다.

송부장이 애용하는 맥주뷔페집은 이름하여 'OB스타디움'. 1인당 1만 3,000원만 내면 술과 안주 모두를 해결할 수 있는 일체식 주점으로 박봉에 시달리는 셀러리맨들에게 더할 나위 없는 장소다.

'비용은 최소, 효용은 최대'라는 신세대의 약은 음주 풍조를 겨냥해 대동된 이 업소는 현재 업소 내에서 제공되고 있는 주류가 OB생맥주인 관계로 붙여진 상호가 'OB스타디움'일 뿐, OB맥주 본사와는 무관한 일반 주점으로 OB베어스·OB호프·OB일번지에 이은 '생맥주 분야의 4세대 주점'이다.

생맥주를 양껏 마실 수 있다고 해서 붙여진 별명이 '생맥주뷔페'로 현재 압구정점 본점을 필두로 서초점·창원점 등에서 성업중이나 OB스타디움측은 올해 안에 지점망을 대폭 확충, 전국에 약 30곳의 생맥주뷔페점을 구축할 계획이다.

우선 서울 지역에서는 북창동, 여의도 등 사무실 밀집 지역에서 체인화가 집중 검토되고 있으며 전국의 1대 도시·1개 업소 목표하에 본사측은 장소물색에 한창이다.

직장인들 사이 '소주房'에 이어 '맥주房'으로도 불리우는 이 업종은 음식 뷔페문화에 익숙한 우리나라 사람들의 '量위주의 食문화'를 충족시켜 주고 있다는 평을 듣고 있기도 하다.

이 때문에 X세대 직장인을 자처하는 사회 초년병들은 OB스타디움과 같은 맥주뷔페집을 '차세대 음주문화의 寶庫'라고 부를 정도다.

OB스타디움에서 고객들이 접할 수 있는 메뉴는 생맥주·청량음료·건식 징기스칸으로 불리우는 쇠고기볶음 요리·칼국수 등.

업소측은 고객의 요청에 따라 이들 메뉴를 무제한 방출하고 있다. 술과 안주, 청량음료에 이어 얼큰한 칼국수로 해장까지 책임지고 있음이 특징이다.

이 집의 단골고객이자 맥주뷔페 예찬론자인 이정국씨(40·언론인)는 "일반 생맥주집을 방문, 1인당 2,000cc 가량의 맥주를 마시고 통틀어 안주 3~4 가지를 시켜도 1인당 1만 5,000원은 족히 나오는 高물가시대를 맞아 생맥주뷔페에서는 일단 주당들에게 예산초과의 불안감으로부터 해방시켜 주고 있기 때문에 한정된 예산 범위 내에서 해결해야만 하는 직장인들의 회

식장소로는 이만한 장소가 없다고 본다"고 강조했다.

따라서 회식비가 1인당 얼마로 한정된 직장의 부서장들 사이 이 업소가 인구에 회자돼 매일 저녁 발디딜 틈이 없을 정도다.

맥주뷔페집을 찾는 고객은 크게 3가지 층으로 구분된다.

량을 내세우는 '주당', 운영방법은 서구식이지만 내용은 철저한 한국식임에 호기심을 느끼는 '駐韓외국인', 술은 마시고 싶지만 주머니 사정이 안 좋아 여기저기 눈치보다 찾아오는 '대학생' 등.

주당들은 이 집을 '滿醉까지의 지름길'로 인식하고 있으며 생맥주문화에 그 누구보다 익숙한 서구인들은 이집을 '맥주로 배를 채우며 장시간 향수를 달랠 수 있는 더할 나위 없는 곳'으로 여기고 있다. 대학생들에게 있어서는 문닫는 시각까지 무제한 맥주를 마실 수 있는 가장 경제적인 곳으로 인식되고 있다.

이광재씨(35·직장인)는 맥주뷔페집을 "우선 경제성이 뛰어나고 레스토랑과 같이 운영되는 탓에 청결성이 마음에 든다"고 평한다. 이씨는 "업소의

살내장식이 아주 고급스럽지 않기 때문에 부담감이 적어 직원들과 소탈한 분위기 속에서 대화를 나눌 수 있는 것도 이 집의 장점"이라고 덧붙였다.

그러나 이씨는 "일단 돈을 지불한 사람들 사이 공짜라는 생각이 만연, 불필요한 낭비가 발생하는 것 같아 안타깝다며 이같은 음주 풍토가 사라질 때 이 집의 진가가 살아날 것"이라고 지적했다.

업소측은 이에 대해 "5명 중 2명꼴은 맥주가 차지 않다가 먹던 맥주를 버리고 새로 찬 맥주로 잔을 채우는 실정이라며 이같은 점이 아쉬움으로 남고 있다"고 밝혔다.

OB스타디움 이용객들은 맥주뷔페집이라는 모토와는 달리 생맥주의 종류가 단일 품목으로 한정된 점에 아쉬움을 느끼고 있어서 이 점도 개선해야 할 부분으로 지적되고 있다.

맥주뷔페집이라 하면 맥주의 종류가 다양해 소비자들이 기호에 맞는 맥주 또는 선호하는 상표의 맥주를 선택할 기회가 주어져야 하나 OB스타디움에서는 이 점이 지켜지지 않고 있는 것.

이에 따라 한국에서 처음 선보인 이 맥주뷔페집에 깊은 애정을 갖고 있는

애주가들은 생맥주의 품종다양화·혹 생맥주의 도입·수입생맥주 시판 등이 이루어져 소비자들에게 질 좋은 맥주를 다양하게 마실 수 있는 기회를 주어야 할 것이라고 입을 모으고 있다.

이들 애주가들은 "또한 안주가 최고기 위주의 단일 메뉴에 편중되고 있는 점도 개선되어야 할 부분이라며 맥주뷔페집이 身土不二 성격의 한국형 안주 보급 등을 과감히 실행, 식사와 술을 겸비한 새로운 음주문화 공간"으로 자리잡았으면 하고 바라고 있다. ♣