

패가 좌우되곤 하지. 식품이나 음식 맛 설명을 잘해주기만 해도 맛이 배가되거든.

보글보글 끓는 된장찌개 사진 보면 침이 고이지? 그런데 사진에서 된장찌개 냄새가 나? 맛본 것도 아니잖아. 그렇지만 사진을 보기만 해도 군침이 돌아. 그만큼 미각은 시각과도 밀접해. 시각정보를 활용하면 미각을 꽤 잘 자극할 수 있지. 견물생심이 이런 때 쓸 말은 아니지만, 좌우간 먹음직스러운 비주얼이나 맛난 것을 ‘눈에 띄게’ 하면 배고프지 않아도 또 ‘먹고 싶어져.’

블루치즈 좋아해? 한입 먹으면 움찔 놀랄 정도로 역하지. 그런데 맛에 길들여져봐. 종종 생각날걸. 홍어는 어때? 코에 쿵 충격이 올 정도로 맛이 세잖아. 그러다 맛에 익숙해져서 돼지고기랑 3년 묵은 김치에 싸 먹으면 진짜 맛있지. 나도 옛날엔 못 먹겠던데 아내가 해남 사람이라 먹기 시작했더니 이젠 맛있어.

맛은 배우는 거야. 쓴 맥주맛도, 쓴 커피맛도 배워서 좋아하게 돼. 배울 수 있다는 건 바꾸어 말하면 가르칠 수 있다는 건데, 그 말은 곧 미각이란 단순히 필요해서 찾는 ‘니즈’가 아니라 욕망이 추가 수요를 만드는 ‘원츠’의 시장이란 뜻이야. 즉 개발하기 나름으로 수요와 가격의 제약 없이 커질 수 있는 시장이란 거지.

서울 북촌의 런던 베이글 뮤지엄에 몇 번 갔다가 줄이 하도 길어서 포기했는데, 얼마 전에 겨우 먹어봤어. 외국에서 먹던 베이글과는 살짝 다르더라. 이상엽 대표는 ‘떡식감’이라고 표현하던데, 서양인과 달리 한국인들은 쫄깃한 맛을 좋아한대. 그래서 빵도 그런 맛이 더해져야 잘 팔린다는 거야. 이 대표가 레이어드라는 스콘 맛집도 만들었는데, 작은 시장을 크게 키운 덕에 베이글과 스콘 가게가 얼마나 많이 생겼는지 몰라. 이렇게 먹는 시장은 개발하기에 따라 끝이 없어.

더욱이 미각을 가르치면 가격도 끝이 없어져. 1,500만 원 한다는 로마네콩티 와인은 돈이 있어도 구하기 어렵다잖아. 인당 몇십만 원씩 하는 레스토랑도 예약하기 힘들게 인기라더라.