

샌드위치전문점 '토박'



샌드위치전문점 '토박'은 여의도의 증권가, 사무실이 밀집된 곳에 자리잡고 있다.

다종의 빵과자를 파는 제과점과도 색다르고 한창 세를 넓히고 있는 패스트푸드와도 별스럽게 보이는 이 '토박'이 표방하는 것은 바쁜 샐러리맨을 위한 깔끔하고 부담스럽지 않은 한끼의 식사. 앞으로 제과업체가 깊어져야할 빵식의 대중화를 위한 실마리와 그 가능성을 보여주고 있는 곳이다.

원래가 비즈니스맨인 토박의 신동섭사장은 '80년대 일본 주재근무 시절 햄버거도 대중화되어 있지 않던 우리와는 달리 널리 번성한 일본의 샌드위치전문점이 유독 눈에 들어왔다. 한국에서도 곧 닥쳐올 패스트푸드 시대에 무엇보다 신선도와 영양, 그리고 간편성을 겸비한 샌드위치가 각광을 받게 될 것임을 예견한 그는 그때부터 샌드위치를 연구하기 시작했다.

일본의 점포에서 사용재료와 판매방법을 배우기도 하고 한국인의 취향에 맞는 제품개발에 중점을 두었다. 그는 베이커리 제품이 대부분 단맛위주인데 비해서 샌드위치는 내용물의 다양성을 살려 단 백하고 상큼한 맛을 낼 수 있으며 그만큼 다양한 메뉴를 제시할 수 있다고 한다. 현재 토박의 샌드위치에 들어가는 재료는 야채와 육류, 어류 등 10여종. 그러나 개발하기에 따라서는 얼마든지 변화를 줄 수 있다는 것이 그에게는 가장 매력적인 부분이었다.

그러나 여기에서 무엇보다 중요한 샌드위치의 특징은 '신선도'. 신사장은 직접 새벽시장에서 당일 소요분의 재료를 구입하여 조리

이달에 특집으로 꾸며본 샌드위치는 빵식의 대중화를 위한 가능성을 가진 품목이다.

일찍부터 널리 알려졌으나 아직 제과업계에서 크게 두각을 나타내지 못하는 샌드위치, 최근에 '샌드위치전문점'으로 자리를 굳히고 인기를 누리고 있는

여의도의 한 곳을 찾아, 그 가능성을 비추어 본다.



준비를 마친 다음에야 자기 일을 본다. 영양이나 편리성이 아무리 강조되어도 샌드위치는 즉석조리가 아니면 이미 가치가 상실되기 때문이다. 토박이 여의도의 사무실가에 자리잡은것도 결국 샌드위치라는 식품이 지닌 신선함과 편리성을 가장 필요로 하는 사람들이 바로 이곳의 직장인들이기 때문이다.

90년 12월에 문을 연 이후 3년 남짓, 토박이는 이제 여의도 일대의 명물이 되었다. 점심시간이 되면 최소 10여분을 기다려야 자리가 난다. 방송을 타기도 하고 즉석요리, 단백한 맛, 저렴한 가격에 풍부한 영양 등 센스있는 패스트푸드점으로 몇 몇 잡지에 소개되면서 소문난 '전문점'이 된 것이다.

그러나 역시 토박이의 명성은 단순한 소문때문이 아닐 것이다. 신동삼사장은 짜임새 있게 만들어진 토박이 샌드위치의 맛과 신선한 제품을 제공하겠다는 노력이 단골을 늘리는 요인이라고 말한다. 제품 개발에서 점포운영까지 충분히 만족스러운 식사, '되는사업'을 위한 신사장의 노력이 남달랐다는 얘기이다.

국내에서는 최초라고 자부하는 샌드위치전문점 '토박이'를 이제 정상레도에 진입시키고 있는 신동삼사장은 한편 차분히 토박이의 가맹사업에 대한 구상을 가지고 있기도 하다. 현재의 여의도점을 소규모자본으로 운영할 수 있는 점포의 모델이 되도록 꾸민 것도 사실은 그 때문이었다. 그동안 몇 패스트푸드 사업체로부터 제의를 받기도 했고 아무런 통고도 없이 토박이를 모방한 점포가 있기도 했다. 그러나 가맹점은 현재 토박이의 운영방식을 그대로 옮겨받아 이제까지 쌓아올린 토박이의 위상이 손상받지 않는 조건이라야 한다고 신사장은 강조하고 있다.

아울러, 그가 베이커리업계에 던지는 색다른 제안이 있다. 재료의 원활한 공급을 위해서이기도 하지만 토박이의 브랜드와 베이커리의 브랜드가 연합한다면 서로가 효율적이고 또한 전략적인 사업이 될 수 있을 것이라는 것이다.

빵식의 대중화를 위해 조리빵의 개발이 필요하고 그중에서도 샌드위치가 가장 가능성이 있음에도 불구하고 베이커리업계가 아직 본격적인 판매전략을 가지지 않는 것으로 보인다. 이것이 제안에 덧붙여진 '토박이'의 궁지인 듯 하다. [2]

※전화: 786-2191, 318-6637

인터뷰



토박이 여의도점 점장 조윤수씨

"당연히 젊은 샐러리맨들이 많이 찾고 그중 70%는 직장여성이에요. 다른 패스트푸드 보다 신선하고 메뉴가 다양해서 인기가 있다고 봐요. 메뉴별로 내용물이 다 다르지요. 대부분의 재료는 새벽시장에서 가져오고 당일 재고가 없도록 합니다. 주문을 받고 손님이 보는 앞에서 샌드위치를 만들기 때문에 깔끔하게 토박이 특유의 맛을 그대로 살려냅니다."

관리를 맡고 있는 조윤수씨는 아침 7시면 토박이의 문을 연다. 9시30분까지 모닝세트, 가장 붐비는 점심시간에는 런치세트를 위주로, 포장판매, 주문배달까지 하다 보면 저녁 8시30분, 여의도가 한산해지고 토박이도 문을 닫는다.

"토박이에서는 10여가지의 샌드위치를 팝니다. 보통 2천원에서 3천원이면 든든한 식사가 될 수 있지요. 런치 세트는 2~3종류의 샌드위치를 함께 드려요. 그리고 한 품목씩 드셔도 되고요. 물론 어떻게 주문해도 커피나 음료가 제공되고, 저희집 물은 완벽한 생수랍니다."

감자샌드위치, 과일샌드위치, 로스트비프샌드위치, 클럽디럭스샌드위치, 햄파인애플샌드위치 등의 토박이 샌드위치를 하나하나 일러주는 조윤수씨는 연신 밝은 표정을 지어 보인다. 무심결에 담배를 무는 손님에게 '죄송합니다. 토박이는 금연입니다.' 식사를 마치고 계산을 서두르는 손님에게 '감사합니다. 토박이는 셀프서비스입니다.' 가벼운 대화에도 웃음을 잃지 않는 친절이 토박이를 찾는 손님에게 샌드위치의 맛을 충분히 느끼게 한다는 것이 그의 지론이란다.



참치/감자 샌드위치



소시지/치킨 샌드위치