

이자카야와 가라오케



김 양 평 의
일본 이야기

굳이 일본에 관한 관심이 없는 사람도 이자카야와 가라오케라는 단어는 한 번쯤은 들어 보았을 것이다. 그리고 흥이 많고 음주가무를 즐기는 사람일수록 자주 접하는 장소이기도 하다.

이자카야(居酒屋)는 한자 뜻 그대로(머무를 居 + 술 酒 + 가게 屋) 앉아서 술을 마시는 가게를 의미하고 우리말로로는 보통 선술집으로 번역된다. 그런데 막상 이자카야에 가보면 한국의 선술집과는 느낌이 다르다. 선술집은 술과 안주의 종류가 매우 단출한 반면, 이자카야는 아주 많은 종류의 술과 음식을 제공하고 있다. 예를 들어 우리나라 대표 선술집인 포장마차에는 안주 수가 10가지를 넘기기 힘들고 술의 종류도 한정적인데, 일본의 이자카야에는 20~30가지 안주를 주문할 수 있고 술도 다양한 종류가 있어 어떤 술을 마실지 고민해야 할 정도이다. 그리고 또 다른 점은 이자카야에는 ‘자릿세’라는 것이 있다. 이자카야에 들어서서 종업원의 안내를 받고 의자에 앉으면 주문

하지도 않았는데 작은 접시에 소박한 요리를 담아 가져다준다. 이것이 바로 오토오시(お通し)인데 이자카야에만 있는 독특한 문화로 자릿세를 받기 위해 주는 음식이다. 일본을 방문한 여행자들은 본인이 주문하지도 않은 이 소박한 음식의 가격이 영수증에 예상보다 비싼 가격으로 청구되어 있어, 이자카야에서 바가지를 썼다고 말하기도 한다.

다음으로 가라오케는 그 어원이 특이하다. 가라오케는 일본에서도 한자 표기가 없이 주로 외래어를 표기하는 카타카나(カタカナ)로 표기하는 것이 일반적이다. 이는 가라오케가 외래어이기 때문인데 세계 어느 나라 말에도 ‘가라오케’와 비슷한 단어는 없다. 사실 가라오케라는 단어는 일본어와 외국어가 혼용되어 1970년대에 만들어진 신조어다. 카라(カラ; 空)는 일본어로 비어있다는 뜻이고 오케(オケ)는 오케스트라(orchestra)의 줄임말이다. 즉, 가수의 목소리가 빠진 오케스트라라는 뜻이며, 우리가 흔히 볼 수 있는 노래방 반주기계를 가리킨다. 1970년대 일본의 고도성장과 함께 전자산업이 발달하면서 개발된 신문물이자 새로운 문화가 만들어진 것이다. 동전을 넣고 노래를 부를 수 있는 가라오케 기계는 이자카야 등에 보급되

기 시작했고 그 문화가 한국에도 전파되었다. 한국에서도 초기에는 가라오케라는 단어를 그대로 사용하였으나, 어른들의 놀이터로 인식되어 부정적인 이미지가 있었다. 하지만 지금은 ‘노래방’이라는 이름으로 청소년들도 자주 이용하는 건전한 놀이문화로 자리를 잡았다.

그런데 일본의 가라오케와 한국의 노래방에도 차이가 있다. 우선 요금 체계가 다르다. 한국의 노래방은 방 크기에 따라 시간당 요금이 다를 뿐 인원수를 따지지는 않는다. 반면, 일본은 방 크기와는 상관없이 한 명당 정해진 요금을 지불해야 한다. 다음으로 일본의 가라오케는 최근 이자카야를 품기 시작했다. 당초 가라오케는 이자카야에 놓인 반주기계에서 시작되어 하나의 업종으로 발전했는데, 이제는 가라오케에서 이자카야에서 판매하는 술과 음식을 본격적으로 팔기 시작한 것이다. 흥에 겨워 가무를 즐기는 노래방에서 종업원에게 직접 음식을 주문하는 것은 생각만 해도 쉽지는 않아 보인다. 그렇다면 한국 PC방의 이미지로 접근하면 이해하기가 쉬워진다. 노래를 선곡하는 리모컨을 가지고 음식 주문 창을 띄워 원격으로 주문하면 더 이상 어려운 일이 없게 된다.

/산업연구원 전문연구원

출점 경쟁 넘어... 편의점의 다음 숙제



김 지 수 첩
신 원 선
(유통&라이프부)

편의점은 이제 ‘작은 슈퍼마켓’이 아니다. 출근길에 커피를 사고, 퇴근길에 간단한 식사를 해결하며, 주말에는 택배를 부치고 공과금까지 납부할 수 있는 곳. 어느새 우리의 일상엔 편의점을 빼놓고는 설명하기 어려워졌다. 편의점은 더 이상 상품을 파는 점포가 아니라 생활을 이어주는 인프라로 변하고 있다.

돌이켜보면 편의점이 이렇게까지 우리 생활 속에 깊숙이 들어올 줄은 예상치 못했다. 1인 가구와 고령화, 온라인 쇼핑의 성장으로 대형마트가 힘을 잃어가는 사이 집 앞 편의점은 오히려 존재감을 키웠다.

급할 때 가장 먼저 찾게 되는 곳, 가까이에 있다는 이유만으로도 안도감을 주는 곳이 됐다. ‘라스트 100미터 유통망’이라는 말이 괜히 나온 게 아니다.

하지만 이 진화가 모두를 위한 것인지는 의문이다. 편의점은 늘 새로운 서비스와 상품으로 생활을 편리하게 만든다고 말하지만, 정작 그 부담은 가맹점주가 짊어지는 경우가 많다. 무인 택배, 배달 서비스, 심지어 금융 기능까지 편의점은 만능 플랫폼이 됐지만, 이 과정에서 점주들이 감당해야 할 인건비와 운영 리스크는 커졌다. 결국 ‘생활 인프라’라는 화려한 수식어 뒤에는 팍과 희생이 자리 잡고 있다.

소비자의 입장에서 봐도 고민은 있다. 편의점은 분명 가까워서 편리하지만, 그 편리함이 곧바로 ‘가치’로 이어지지는 않

는다. 돈을 내고 만족할 만큼의 특별한 경험이나 혜택이 있느냐?라고 물어왔을 때 쉽게 ‘그렇다’라고 대답할 수 없다는 것. 온라인몰과 배달앱과의 경쟁 속에서 편의점만의 정체성을 소비자에게 각인시키지 못한다면, 생활 인프라로서의 입지는 언제든 흔들릴 수 있다.

편의점이 앞으로 나아갈 길은 결국 ‘편의성의 재정의’다. 단순히 가까이 있다는 물리적 의미를 넘어 소비자가 체감하는 새로운 가치를 만들어야 한다. 지역 밀착형 서비스, 시니어 친화 서비스, 온라인과 오프라인을 결합한 물류 허브 등 다양한 가능성이 거론된다. 하지만 중요한 건 본사와 점주, 그리고 소비자가 모두 납득할 수 있는 지속 가능한 모델을 찾는 일이다.

/tree6834@metroseoul.co.kr

오늘의 운세 9월 3일 (음 7월 12일) http://www.saju4000.com



36년생 어려움을 겪어봐야 남의 어려움도 알게 된다. 48년생 뒤는 농 위에 나는 농 있으니 분발. 60년생 소나무는 눈서리를 이겨내 절개를 자랑. 72년생 집안 정돈이 되면 마음은 힘을 얻는다. 84년생 시시비비에서 내 잘못도 생각.



37년생 일이 순조롭게 풀린다. 49년생 내일의 주인공이 되려면 평소 긍정적으로. 61년생 반려견을 키우려면 피해주지 말고 걸맞게 에티켓도 지켜야. 73년생 지혜가 있으니 두려울 게 없다. 85년생 오르지 못할 나무는 쳐다보지 마라.



38년생 소고기라도 먹지 않는 사람이 있기 마련. 50년생 힘들고 고단한 하루를 보내면 보답이 온다. 62년생 농친 고기를 안타까워 말고 주변을 정리. 74년생 예수는 항상 네 이웃을 사랑하라 말했다. 86년생 근면함으로 부족함을 극복.



39년생 하늘의 조화는 아무도 예측을 못하듯이 인간의 길흉화복도 마찬가지. 51년생 투기와 투자를 제대로 구분하라. 63년생 마음은 별처럼. 75년생 시작에서 요아시스를. 87년생 재물이란 끈구름과 같다고 하지만 그래도 절실히 필요.



40년생 구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배. 52년생 한발 앞서려다 두 걸음 뒤처지게 되니 주의. 64년생 역마의 운이 있으니 여행도 추천. 76년생 할 수 있다는 말을 마음으로 되뇌어라. 88년생 비가 오다가 소나기가 몰려오는 하루가 되니.



41년생 일이 잘 안 되면 원인을 내게서 찾도록. 53년생 환영을 받으니 기쁨이 넘치는 하루. 65년생 벌을 두려워하면 꿀을 얻을 수 있다. 77년생 미인박명(美人薄命)이니 외모를 인위적인 수술은 신중하게. 89년생 변화가 와도 미미한 수준.



42년생 금전 문제 아니면 속상할 일이 생긴다. 54년생 썰물이 되면 바다의 바닥이 드러나 볼 수 있다. 66년생 구설수가 있으니 새로운 만남을 주의해야. 78년생 첫 손가락에 배가 부르지 않는다. 90년생 지상낙원이 따로 없이 행복.



43년생 마른 우물을 찾고 기뻐하는 형국. 55년생 부모님의 건강과 안부를 챙기면 좋은 일이 있다. 67년생 남의 부러움을 사는 날이나 음주주의. 79년생 실로 알 수가 없는 것이 사람 마음. 91년생 기회가 주어지니 현명한 판단이 필요.



44년생 청소를 하면 기운도 따라 정돈이 되니 일이 풀린다. 56년생 가난에 시달리면 마음도 위축되니 제테크공부. 68년생 자신감이 총탄. 80년생 욕심은 인간의 기본적인 본능인데. 92년생 한쪽 말만 듣고 옳고 그름을 판단하지 말도록.



45년생 오늘이 인생에서 가장 젊은 날이니 즐겁게. 57년생 돈이 많아도 지혜를 모아 지켜나가야 내 돈. 69년생 자나 깨나 불조심하는 날. 81년생 재주가 한 가지만 있어도 웅만한 생활을. 93년생 인생살이 근심을 어찌 다 알 수가 있겠는가.



46년생 하루의 계획은 새벽부터. 58년생 세상에는 남의 잘못을 말하기 좋아하는 부류가 있다. 70년생 비가 든 구름을 걸어서 봐서 어찌 알겠는가. 82년생 젊음이 있으니 향기를 내뿜으려 하지 않아도 될 듯. 94년생 가족에게 공평하게.



47년생 작은 이익으로 원숭이띠와 닮은 듯. 59년생 결과는 미래에 있기 마련. 71년생 큰 바다에 나가봐야 풍파의 거침을 알게 된다. 83년생 백옥은 진흙 속에서도 빛난다. 95년생 사람은 백인백색(百人百色) 천인천색(千人千色)으로 개성이 다르다.

김상회의四季

명당 로망(2)



선산이 있어도 매장보다는 화장을 선호하는 풍조가 되어간다. 대부분 선산은 위치가 먼 지방인지라 실질적으로 묘터를 관리하는 것은 물론 참배조차 쉽지 않다 보니 서울 근교의 수목장이나 화장 후 납골당에 안치한다. 살아서도 온전히 자기 집 한 채도 쉽지 않았던 사람들이 서울 근교의 공원묘지 한 평을 억 소리 나는 비용으로 가기 어렵다. 여유가 되는 사람들이라면 죽어서 내 재산을 갖고 가진 못한다고 하더라도 내 누을 자리 하나 마련에 대한 로망은 뭐라 할 것은 아닌 듯싶다. 조상이고 뭐고 부모조차도 돌아가시고 나면 자기 사는 것도 바빠서 명절 때 묘소나 납골당 참배도 차가 막히느니 어찌나 한다. 힘들게 묘지를 썼다 하더라도 잔디 관리는 공원 관리자들에게 내는 관리비로 해결될 사안일 뿐이다.

그러니 감히 명당을 찾는 사람들이야말로 이 시대의 특권층 아닐까. 필자가 아는 어느 스님은 아무리 시절이 바뀌었다 하나 화장은 절대 금물로 여기고 있다. 현대사회에 별 이상한 사건이 자주 생기고 상상할 수 없는 악덕 패륜 행위가 많아진 것의 원인을 화장에서 비롯된 것이라고 주장한다. 그분은 영가를 보고 느끼는 기운이 있는데, 화장하게 되면 영혼이 안식을 찾지 못한다고 본다. 인도처럼 화장이 당연한 문화인 곳과 우리나라처럼 매장풍습이 전통인 곳과는 비교하면 안 된다고, 매장으로 이어진 수천 년의 전통이 습이 된 민족은 화장하게 되면 영혼이 뒤흔들려 자손에게 해가 된다고 보는 것이다. 매장을 흥지에 잘못하게 되면 그 해해가 더 큰 것 아니냐는 필자의 풍수적 반문을 바로 자르며 일갈하기를 매장할 때 조금만 신경 쓰면 흥지도 바로 잘 잡을 수 있는 것이냐, 화장은, 혼 자체를 놀래서 흔들려 놓기 때문에 자손들에게 좋은 영향이 갈 수 없다는 주장이다. 당연한 말씀이다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.

김상회 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com



메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이장규	편집국장	윤휘중
인쇄인		중앙일보(주)	
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206	2002년5월28일 제5746호	
일간 메트로경제	서울 가150111	2017년3월09일 제1850호	

본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.

매일매일 두뇌트레이닝

새벽하루

스도쿠365

3X3 �도쿠 X는 가로세로 3X3각스에 1부터 9의 숫자가 대각선 화색 9개에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

문제출제: 손호성

새로운 고난이도의 월드레코드를 즐겨보세요

http://www.argo9.com

할인도서

7		4		8	9	3		2
					1	7		
9	7							5
6	4		1		5			
8								1
				9		8		6
5							2	4
		6	8					
3		5	4	9		1		6

2	1	2	9	6	8	6	9	8
6	8	6	9	2	1	9	2	8
8	2	9	8	1	6	6	2	9
2	9	1	6	2	8	9	6	
9	2	8	6	2	9	8	6	2
9	6	6	1	9	8	2	6	2
6	2	8	8	9	9	1	2	
1	6	8	2	9	6	2	8	9
8	9	2	6	2	1	8	6	

9	2	1	2	6	6	9	8	8
8	6	9	2	1	8	9	2	6
6	2	8	9	8	2	6	1	9
2	9	6	8	2	6	8	9	1
1	9	2	6	9	8	2	6	8
8	8	6	9	2	1	2	6	9
9	8	9	6	2	2	1	6	
6	6	2	1	9	9	8	8	2
2	1	8	6	8	9	6	9	2