

힘내라! 소상공인! 미공간

남도 식재료 '한 상' 골목 식당서 브랜드 확장

연평도 꽃게·지역 농산물 기반
상차림 완성도 높여 차별화 시도

매장 경험·고객 반응 등 데이터화
온라인몰 '담은장' 매출 확보 탄탄

윤재영 대표 "복합 미식 플랫폼 지향
식재료 가치 확장... 지역 동반 성장"



운다. 능이아귀지리탕과 제철 반찬 6종, 흑미술밥에 후식차까지 얹어낸 한 상의 가격은 2만9000원. 비슷한 가격대의 경쟁 매장보다 상차림의 밀도를 높여 확실한 차별화를 뒀다. 계장 단품이 아닌, 상 전체의 완성도로 승부를 보겠다는 전략이다.

식재료 역시 지역의 숨결과 달아 있다. 전체 재료의 30% 가량을 곡성 외가 농가와 지역 공판장에서 직접 가져오고, 쌀은 50% 이상 지역산을 고집한다. 가족 농가에서 재배한 식재료를 사용하는 구조는 고객에게 깊은 신뢰를 주는 동시에, 미공간만의 독보적인 정체성을 강화하는 핵심 기능이다.

사실 경영자의 입장에서 변동성이 큰 지역 농산물을 고집하는 것은 일종의 '기회비용'을 감수하는 일이다. 규격화된 대량 납품 식자재를 쓰면 원가 절감은 물론 주방 운영도 훨씬 수월해지기 때문이다.

하지만 윤 대표는 이를 기회비용이 아닌 '투자'로 해석한다. 남도 특유의 맛결스러운 풍미는 결국 산지의 신선함에서 나온다는 믿음이 있고, 까다로운 원가 관리의 압박을 이겨내는 원동력이 되고 있다.

물론 지역 농산물을 고집하는 행보가 쉽지 않은 않다. 기후 변화에 따른 급격한 가격 변동과 불안정한 수급은 원가 관리에 적지 않은 부담을 준다. 그럼에도 윤 대표는 "지역 식재료를 기반으로 한 우리만의 방향성만큼은 절대 포기할 수 없다"고 했다.

운영 구조는 효율성에 방점을 찍었다. 현재 윤 대표와 어머니가 상시 인력으로 뛰고, 주말에만 보조 인력을 두는 소규모 고정비 구조를 유지 중이다. 이는 외식업의 가장 큰 변수인 인건비 리스크를 최소화하려는 선택이다.

여기에 매장 매출에만 목매지 않는 구조를 구축했다. 자체 온라인몰 '담은장'을 통해 계장과 수제 젓갈 등을 판매하며 전체 매출의 20%를 온라인에서 뽑아낸다. 규모는 아직 작아도 매장 매출의 변동성을 받쳐주는 든든한 '원충 장치' 역할을 톡톡히 하고 있다.

이러한 제조 분야로의 확장은 철저히 '데이터'에 기반한다. 윤 대표는 매장에서 고객들이 남기는 잔반의 종류, 특정 소스에 대한 선호도, 식사 중 떠나는 가벼운 질문 하나까지 놓치지 않고 기록한다. 향미오일이나 수제 젓갈 같은 제품군 역시 이런

현장 피드백이 커져가 쌓여 탄탄한 상품성을 갖추게 됐다. 단순한 감이 아닌, 고객의 입맛을 숫자로 읽어내며 브랜드의 영토를 넓히고 있는 셈이다.

특히 유자와 표고를 활용한 향미오일은 처기 전략 상품으로 기획 중이다. 유자 겹질과 생강, 울금 등을 저온 추출해 발렌딩한 이 제품은 현재 매장 메뉴에 적용하며 시장성을 테스트 중이다. 식당 메뉴를 넘어 가공식품 브랜드로 영토를 확장하려는 포석이다.

윤 대표는 매장을 일종의 '브랜드 쇼룸'이라고 부른다. 오프라인에서 맛을 경험한 고객이 온라인 구매로 유입되고 이것이 다시 재방문으로 이어지는 선순환 모델을 실행하고 있는 것이다. 외식과 제조, 온-오프라인을 정교하게 잇는 작업이다.

결국 미공간이 지향하는 끝점은 지역 생태계의 '동반 성장'이다. 윤 대표는 자신의 브랜드가 성장할수록 지역 농가의 판로가 넓어지고, 전통시장이라는 오래된 공간에 젊은 활력이 도는 선순환을 꿈꾼다.

한 청년 기업가의 고민이 담긴 계장 한 접시가 단순히 개인의 수익을 넘어, 침체된 지역 외식업계에 새로운 생존 모델을 제시하고 있다는 평가가 나오는 이유다.

앞으로의 목표는 남도 식재료를 테마로 한 '복합 미식 플랫폼'이다. 단순한 음식 판매를 넘어 지역 특산품 유통과 체험이 결합된 공간으로 키워내겠다는 구상이다. 광주를 찾는 이들이 일부러 발걸음을 하는 '목적형 공간'을 만드는 것이 그의 중장기 로드맵이다.

고물가와 경기 침체로 외식업계가 유례없는 한파를 겪고 있지만, 미공간은 흔들리지 않는다. 매장의 경험 가치를 끌어올리는 동시에 제조와 온라인을 통해 안정적 수익원을 확보하는 두 트랙 전략을 고수하고 있다.

윤재영 미공간 대표는 "광주를 찾는 사람들이 간장계장 하면 '미공간'을 떠올릴 수 있도록 만들고 싶다"며 "작은 식당에 머무르지 않고 남도 식재료의 가치를 담아 지역과 동행하는 식품기업으로 우뚝 서겠다"고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr



미공간의 간장계장 정식



미공간 내부 모습