



롯데칠성 '새로' 팝업 미디어아트로 강릉 동대굴 표현
니



Life

호텔업계 예술작품 전시 '아트캉스' 활짝
L2



재밌는 일 찾던 청년, 지역의 '문화 기획자'로 “로컬에 콘텐츠 더해 ‘유잼 공간’ 만들었죠”

<재미가 있음>



새벽을 여는 사람들

피키차일드컴퍼니(PCC)
성주현 대표

여기, 그저 오랫동안 '함께' 할 수 있는 '재미있는 일'을 찾던 사람들이 만든 회사 있다. 그 주인공은 바로 대구·경북 권을 기반으로 활동하는 '피키차일드컴퍼니(PCC, Picky Child Company)'다. PCC의 초기 설립자(Co-founder)인 김대완·박동균·성주현·송영훈·오영식. 이 다섯 청년은 '지속가능한 모험'을 떠나기 위해 뭉쳤고 2016년부터 PCC라는 이름으로 '무사항해' 중이다. 목직한 랩을 뺄 것만 같은 모습으로 나타난 성주현 PCC 대표는 “노잼(재미가 없다)인 일은 하지 말자는 신념으로 모인 다섯 사람이 재미있는 일을 찾다 보니 8년이라는 시간이 흘러 여기까지 온 것 같다”며 “지역의 다양한 콘텐츠를 음식과 문화공간을 통해 담아내는데 흥미를 느낀다”고 이야기했다.



◆ 까다로운 아이들, '음식'에 이야기 담다
PCC의 P는 '까다롭다'라는 의미를 지닌 'Picky'에서 따왔다. 그만큼 성 대표를 비롯해 경영과 업무 일선에서 뛰는 구성원들은 음식과 취향에 대해 까다로운 기준을 가졌다. 20대 젊은 사장님들은 '좋아하는 일'을 할 때는 진지했고, 그 일을 할 때는 '아이'처럼 즐겁게 일했다.

PCC 산하 ▲피키 차일드 다이닝(2016) ▲동아식당(2019) ▲컬렷(2022) ▲미트필드(2022) 다섯 개 F&B 브랜드는 대구·경북 젊은이들 사이에서 그야말로 '힙한 식당'으로 이름을 떨치고 있다.

성 대표는 “파운더 다섯 명 중에 셰프(Chef) 출신은 없지만 모두가 먹는 것을 정말 좋아한다”며 웃어 보였다. 비록 요리를 전공한 사람은 없었지만, 대표들은 수없이 많은 음식을 사먹고 지역과 상권의 특징을 연구했다. 그렇게 PCC는 몸소 부딪친 경험으로 소비자들을 위한 음식을 만들었다. 성 대표는 “대학을 다니다가 군대 전역 후에 중퇴하고 창업에 본격적으로 뛰어들었다”며 “나쁜만 아니라 회사 구성원들 대부분이 본인이 흥미를 가지고 맡은 역할을 중심으로 공부하고, 실무를 해내며 나아가고 있다”고 설명했다. 셰프보다는 '음식 기획자'에 가까운 업무를 해내며 PCC를 성장시켜 나간 것이다.

PCC가 설립한 첫 번째 브랜드인 대구 봉산동 '피키 차일드 다이닝'을 향한 반응은 뜨거웠다. 이탈리안 캐주얼 다이닝을 지향하며 '접시 위에 무엇을 담을지' 고민한 결과, 피키 차일드 다이닝은 PCC의 앵커 스토어의 역할을 톡톡히 해내고 있다.

대구 '핫플'로 통하는 '동아식당'은 '맛' 이전에 '외관'부터 보는 이들의 궁금증을 자아낸다. 손님들이 제일 먼저 마주하는 광경은 세월의 흔적을 그대로 간직한 '동아목공' 간판이다. '레트로' 효과를 노린 것이냐는 말에 성 대표는 잠시 생각하더니 “감히 '평생'을 뽐낼 수 없었다”라고 답했다. 기능은 비록 '식당'으로 바뀌었지만, 한평생을 목공에 바친 목수의 신념이 깃든 곳이기엔 PCC는 그 정신을 계승하는 차원에서 건물의 외형과 간판을 그대로 남겨두었다. 단순히 간판을 유지하는 데 그치지 않고 '지속가능성'에 대한 의지를 적극 내비친 것이다.

PCC가 추구하는 '지속가능성'은 만드는 음식에도 깃들여 있다. 성 대표는 “동아식당에서는 소면, 김밥, 볶음밥, 비빔면 등의 익숙한 음식을 경상도 지역의 식재료로 새롭게 풀어내 계절 메뉴로 선보이고 있다”고 부연했다. 봄·여름 메뉴판에는 “차돌 껏얇 국수”는 밀양의 껏얇, 군위군 용대 방앗간의 고소한 들기름을 사용해 만들었다”라는 설명이 적혀있었다.



① 경북 영주시 '미트필드' 입구에서 포즈를 취한 (왼쪽부터) 피키차일드컴퍼니 오영식 이사, 김대완 이사, 송영훈 이사, 성주현 대표, 박동균 이사.



② 대구 '동아식당'의 봄·여름 메뉴 ③ 첫 번째 브랜드인 '피키차일드다이닝'을 담당하고 있는 멤버들. /PCC

재밌는 일 찾던 5명의 청년 모여 창업 지역·상권 특징 연구 '음식 기획자'로

대구·경북 지역 5개 F&B 브랜드 설립 경상도 식재료 활용한 계절메뉴 선보

공연·전시 등 지역 내 문화 활성화도 지역 자원 활용한 콘텐츠 만들어갈 것

그 결과 두 식당은 긴 웨이팅 시간을 불사하고도 손님이 찾는 '힙한 식당'으로 자리매김할 수 있었다.

◆ “로컬, 품 미쳤다!”... '콘텐츠 그룹'

“로컬(지역)이라는 키워드는 매력적이다. 로컬을 제대로 담으면 대체 불가능한 경쟁력을 갖추게 된다. 그뿐만 아니라 '지역소멸'이라는 사회 문제를 우리가 하는 '일'로 해결할 수 있을 것이다. 결국 '로컬'과 '소셜 임팩트'는 서로 맞닿아 있는 셈이다.”

PCC는 영주시와 SK스페셜티가 함께 추진하는 '영주 경제속으로(STAXX)' 프로젝트에 참여해 2022년 패밀리 다이닝 '미트필드'를 개점했다. 인구 10만명 붕괴 초읽기 중인 영주시에 '도전'한 이유에 대해서 묻자 “내가 사랑하는 사람들이 많고, 내가 살아왔고 살아갈 지역에서 좋은 영향력을 미치고 싶어서”라는 답이 돌아왔다. 물론 성 대표가 말한 지역은 '대구'이지만 영주 현재가 대구의 미래가 될 수도 있기 때문이다.

지난 7월 동북지방통계청이 발표한 인구 이동 현황 및 사유 분석 자료에 따르면 대구는 2012년부터 지난해까지 11년간 16만2165

명이 다른 시·도로 순유출됐다. 지난해 기준 대구의 20대 중 6533명이 대구를 떠났다.

PCC도 지역 인구 소멸 추세에 영향을 받았다. 성 대표는 “사업이 점점 번창하고 있는데도 구인이 쉽지 않다”고 말했다. 미트필드는 호황 중에도 판매 수량을 제한하고 노출도를 줄이기도 했다. 흑시라도 수용 불가능 수준의 손님을 받았다가 F&B의 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있다는 생각에서다.

또한 성 대표는 PCC를 단순 F&B 그룹으로 한정하지 않았다. 그는 “PCC 산하 기업들은 지역의 자원을 활용해 지속가능한 '브랜드'와 '콘텐츠'를 만들어 나간다는 목표를 가지고 있다”며 포부를 밝혔다.

이미 PCC는 F&B 사업은 물론 공연·전시를 기획하는 브랜드 'shed new light'를 기획한 바 있다. 성 대표는 “대구를 비롯한 경상도 권 작가들과 협업해 서울에 치중해 있는 문화 콘텐츠 분야를 지역에서도 활성화시키는 데 일조하고 싶다”며 “지역에서 사랑받는 F&B로서 번 수익을 사회에 환원하는 차원의 활동이기도 하다”라고 말했다.

이런 의미에서 PCC는 '피키 차일드 컴퍼니'인 동시에 '문화를 잇는 사람들(People Connecting Culture)'의 역할을 수행하고 있다.

마지막으로 '로컬 사업과 청년 스타트업'을 위해 어떤 지원이 더 필요하냐'라는 질문에는 “오히려 '잘 될 만한 아이디어'에 투자해야 한다”며 “자칫하면 '투자'가 아니라 '회생' 수준의 지원이 될 수 있으니 경계해야 할 필요가 있다”고 성 대표는 꼬집었다.

/허정윤 기자 zelkova@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲9일 KBO리그 프로야구 관중 12만 8598명...역대 최대
▲신유빈-전지희, 韓탁구 안방서 금수확 실패 /사진 뉴시스

▲네이마르, 펠레 넘어 브라질 A매치 통산 골 1위...79골
▲김준우, 세계주니어선수권 남자 자유형 1500m 은메달



▲호주 교포 이민지, LPGA 크로거 퀸시티 챔피언십 3R 선두 /사진 뉴시스
▲독일 축구, 일본에 또 졌다...안방에서 1-4 대패 참사