

캘리포니아에서 개척한 오너셰프의 승부정신 .



(사진 왼쪽) 저녁 시간대에 주차된 차량 대부분은 Koen 을 방문한 손님들의 것입니다. 지금과 같은 인기를 얻기까지 7 년이 걸렸습니다. 한때 코로나 팬데믹으로 인해 2 년간 문을 닫기도 했지만, 이제는 주말이면 테이블 회전이 4.5 번 이루어지고, 약 300 명의 손님이 찾아오는 번창하는 식당이 되었습니다. 손님 1 인당 평균 소비 금액은 30-35 달러입니다. (사진 오른쪽) "Koen Premium" 코스를 즐기고 있는 지역 손님. 이제는 다양한 배경을 가진 손님들도 아시아 스타일의 바비큐를 즐기고 있다. 대접시에 담긴 고기 플레이팅은 마치 스시 모듬처럼 보여, 손님들에게 스시를 먹는 듯한 감각으로 스테이크를 즐길 수 있게 해준다. 이것이 Koen 의 인기 요인 중 하나다. Koen 에서는 두 가지 종류의 풀코스 요리를 제공한다. 일본식 코스와 한국식 코스로, 두 코스 모두 가격은 \$85 이다. 일본식 코스인 "Koen Premium" 에는 한국식 반찬 (반찬류) 이 포함되지 않는다. 일부 백인 고객들은 반찬에 익숙하지 않기 때문이다. 반면, 한국식 풀코스인 "K-BBQ Feast" 에는 다양한 반찬이 함께 제공된다. 많은 미국인들이 BBQ 를 한국 음식으로 인식하고 있으며, 최근 한국 영화와 K-pop 그룹 BTS 의 인기로 인해 한국 음식에 대한 관심도 높아지고 있다. 과거 스시가 일본 음식의 입문 역할을 했던 것처럼, Koen 의 BBQ 는 링컨 시민들에게 한국 요리를 접하는 새로운 출발점이 될 수 있을 것이다.

Koen 의 도전 : "스테이크보다 더 맛있다" 는 메시지를 전하는 것 .

링컨은 네브래스카주의 주도로, 인구는 약 30 만 명입니다. 대도시들에서는 외식과 다양한 민족 음식이 붐을 이루고 있지만, 링컨은 이런 트렌드에 거의 영향을 받지 않았습니다. 음식에 대해 보수적인 성향이 강한 링컨 같은 도시에서 야키니쿠 (일본식 BBQ) 레스토랑을 시작하는 것은, 과연 현지 사람들이 받아들여줄지에 대한 끊임없는 걱정을 동반했습니다.

"일부 손님들은 레스토랑에서는 셰프가 요리를 해주는 것이라고 생각해서, 고기가 테이블에 나와도 직접 굽지 않고 그냥 앉아서 기다리기만 했습니다." "발렌타인데이에는 한 젊은 커플이 그릴 플레이트 위에서 손을 맞잡은 채 오랫동안 앉아 있었습니다." "어떤 손님은 주문한 사케를 그릴 플레이트 위에 올려서 뜨겁게 데우고 있는 것을 보고 깜짝 놀랐습니다." 오픈 초창기에는 일본식 BBQ 에 익숙하지 않은 손님들이 예상치 못한 행동을 하는 경우가 종종 있었습니다.

야외 BBQ 는 미국 요리의 전통적인 부분입니다. 하지만 야키니쿠에 관해서는, 같은 BBQ 라 해도 그 체험은 전혀 다릅니다. 혼란의 원인은 야키니쿠 같은 실내 BBQ 가 길보기에는 비슷하지만 본질적으로는 다르기 때문입니다. 가장 큰 차이점은 고기를 직접 구워야 한다는 점입니다. 소고기는 미리 작게 썰어져 나오며, 얇게 썰려 있기 때문에 적절하게 굽기 위해 더 많은 주의가 필요합니다. 하지만 장점은, 한입 크기의 고기를 따듯할 때 바로 즐길 수 있다는 것입니다. 그 결과 많은 고객들이 "이건 내가 평소에 먹는 스테이크보다 훨씬 맛있다. 풍미와 향이 완전히 다른 수준이다" 라고 감탄합니다.

처음에는 야키니쿠에는 야키니쿠에 관심이 있는 사람들도 대부분 스시를 먼저 주문합니다. 보통 두세 번 방문한 후에야 야키니쿠를 주문하기 시작하죠.

여럿이 함께 온 경우에도 스시만 주문하는 사람이 항상 있습니다. 하지만 친구



들이 능숙하게 고기를 굽는 모습을 보거나, 함께 온 사람들이 나눠준 야키니쿠를 맛본 후에 스스로 야키니쿠 팬이 되는 경우가 많습니다. 야키니쿠에 관심이 있는 사람들도 대부분 스시를 먼저 주문합니다. 보통 두세 번 방문한 후에야 야키니쿠를 주문하기 시작하죠.

스테이크에서 야키니쿠로의 전환이 미국의 중심부에서 확산되고 있습니다. 야키니쿠의 맛은 그러한 변화를 이끌어낼 수 있는 힘을 가지고 있습니다.



사진 ① : 오너 부부. 브라이언 최 (오른쪽, 46 세) 와 그의 아내 이네즈 최 (39 세). 사진 ② : 레스토랑 안에서 손님의 생일을 알리고 있는 서버 도우슨 파크스 (23 세). 그는 이곳에서 이미 4 년째 일하고 있다. "지역 주민들에게 BBQ 를 소개하는 게 정말 즐거워요. 손님들이 직접 고기 굽는 데 익숙해지고 나서 '이건 내가 평소에 먹는 스테이크보다 더 맛있어요!' 라고 말할 때 정말 뿌듯하죠. 그래서 저는 다른 레스토랑에서 일하고 싶지 않아요. 텅도 나쁘지 않거든요." 그는 웃으며 덧붙였다. 사진 ③ : 길모습은 스테이크와 비슷하지만 맛은 더 뛰어나기 때문에 "쇼트립 (갈비살)" 의 인기가 상승하고 있다. 손님이 직접 불 위에서 구워 바로 먹을 수 있기 때문에 고기가 식기 전에 따듯하게 즐길 수 있다. 소고기 특유의 풍부하고 고소한 향이 인기를 끄는 주요 이유 중 하나다. 사진 ④ : 결혼 25 주년을 기념하고 있는 코바르 부부. 이들은 이미 Koen 을 네 번 방문했다. 브라질 출신인 아내 소니 코바르 (54 세) 씨는 일본 문화에 관심이 많다. 그녀는 "Koen 의 고기 요리는 연기가 나지 않아서 정말 좋아요. 식사 후에 기름 냄새가 몸에 뱄까 봐 걱정하지 않아도 되니까요." 라고 말했다.