

“국내 최고의 티소믈리에 양성”

다양한 차 시음 · 제조 · 추천하는 전문가

칵테일 만드는 이를 바텐더라 하고 커피와 포도주 전문가를 각각 바리스타와 소믈리에라고 부른다면 차는 어떨까? 티소믈리에란 차에 대한 해박한 지식을 바탕으로 각종 차를 시음, 평가하고 각자에게 가장 잘 어울리는 차를 추천하며 때로는 새로운 차를 만들어 내기도 하는 차 전문가를 가리킨다.

녹 차, 홍차, 우롱차... 수많은 이름만큼 종류도 무척 다양한 차(茶: tea)는 세계인이 즐겨 마시는 음료의 하나다. 우리나라에도 커피 못지않게 차를 즐기는 이가 꽤 있다. 한국티소믈리에연구원 정승호(41) 대표도 그중 한 사람이다. 하루 중 적지 않은 시간을 차와 함께 보낸다. 주로 그 날의 기분과 날씨에 따라 어떤 차를 마실지 결정하지만 가장 자주 찾는 것은 홍차, 그것도 가끔적이면 아무것도 가미하지 않은 것을 으뜸으로 여긴다. 점심식사를 마친 후에는 향이 좋은 얼그레이나 재스민 녹차로 입가심하고, 피로가

쌓이는 오후에는 허브차의 일종인 레몬 버베나로 기운을 되찾는다. 그런가 하면 요즈음은 다양하고 깊은 맛이 일품인 우롱차의 매력에도 흠뻑 취해 있는 중이라고.

차를 너무 좋아한 나머지 지난해 12월에는 한국티소믈리에연구원까지 차렸다. 차 인구가 늘어나고 차문화가 조금씩 자리 잡혀 가면서 이제는 국내에서도 전문적이고 체계적인 차 교육이 필요하다는 생각이 큰 뒷받침이 됐다. 이곳에서는 다양한 종류의 차를 시음하고 향과 맛을 가려내는 훈련과 함께 차와 관련한 출판이나 차 생산지 연수 등을 시행한다. 이를 통해 국내 최고의 티소믈리에를 다수 양성하는 게 그의 꿈이다.

차산업의 현대화 · 세계화

칵테일 만드는 이를 바텐더라 하고 커피와 포도주 전문가를 각각 바리스타와 소믈리에라고 부른다면 차는 어떨까? 티 스페셜리스트를 비롯해 두세 개의 명칭이 혼용되고 있지만 정 대표는 이제부터 ‘티소믈리에’라는 이름으로 통일하자고 주장한다. 수많은 종류의 차를 시음하고, 자기만의 차를 개발할 줄 알며, 각각의 차가 지니고 있는 특징에 대한 해박한 지식을 바탕으로 고객 각자에게 가장 잘 어울리는 차를 추천하는 ‘차 전문가’인 셈이다.

예전에도 차 전문가들이 전혀 없었던 것은 아니다. 그렇다면 이들과 구분해 굳이 티소믈리에라는 별도의 명칭을 부여하려는 의도는 뭘까? 정 대표는 가장 큰 이유로 차산업의 현대화와 세계화를 꼽는다. 호텔, 음식점, 카페 등을 중심으로 음료서비스문화가 보편화하면서 단순히 차에 대한 지식이 풍부하거나 시음 · 제조 능력이 뛰어난 것만으로는 부족



한국티소믈리에연구원에서는 다양한 종류의 차를 시음하고 향과 맛을 구별하는 훈련과 함께 차와 관련한 출판이나 차 생산지에서의 연수 등을 시행한다. 사진제공_ 티소믈리에연구원



정승호 한국티소믈리에연구원 대표

사진제공_ 티소믈리에연구원

하고 전문적인 서비스 능력까지 갖춘 이들을 뭉뚱그려 티소믈리에로 아우르자는 것이다.

커피 한 잔 마실 때에도 “에티오피아 예가세프 커피가 좋다”고 말하는 사람이 부쩍 많아진 데에서도 알 수 있지만 요즘은 원산지별로 차 애호가들이 갈리는 추세다. 이처럼 원산지에 따른 미묘한 맛의 차이를 구별하고 각자의 입맛과 취향에 따라 원하는 차를 마시는 것을 가리켜 ‘스트레이트 티(Straight Tea)문화’라고 한다. 녹차, 홍차, 백차, 우롱차, 보이차 등이 스트레이트 티문화를 이끌어가는 대표적인 차들이다. 한마디로 차문화의 발전상을 보여주는 다양한 사례의 하나라고 할 수 있다.

티소믈리에로 창업하라

전반적으로 한국의 차산업은 아직까지 초보 단계에 있다고 봐야 한다. 그렇기에 정 대표는 차문화의 발전 과정에서 티소믈리에의 역할이 커질 수밖에 없다고 생각한다. “와인과 커피 전문가가 대거 양성되면서 국내 와인과 커피산업이 눈부시게 발전했듯이 티소믈리에를 전문적으로 키운다면 5년쯤 후에는 차산업도 획기적으로 발전해 있을 것”이라며 부푼 기대감을 감추지 않는다.

창업을 생각하는 이들에게도 티소믈리에가 무척 유망하다는 게 정 대표의 생각이다. “여기저기 너무 많이 생겨나 경쟁력을 잃어버린 커피전문점보다는 건강에도 좋고 커피

와 쉽게 차별화할 수 있는 차전문점이 훨씬 유리하다”는 논리다. 커피전문점시장이 이미 포화 상태에 이르렀다는 점은 창업 전문가 누구나 공통으로 지적하는 사항이다. 다만 차전문점을 창업한다고 해서 무조건 성공이 담보되는 것은 아니다. “새로운 것을 원하는 소비자의 욕구를 만족시키기 위해 다양한 종류의 차를 갖춰 놓고 분위기와 상황에 따라 적절한 차를 추천해 줄 수 있어야 한다”는 게 그가 귀땀하는 성공의 비결이다.

사람을 편안하게 하는 차의 힘

해외에서 오래 사신 외할머니를 통해 어린 시절부터 홍차를 접한 것이 그가 차와 맺은 첫 인연이다. 그는 지금도 그때 마셨던 밀크티의 맛을 생생히 기억한다. 그 후 성인이 되어 해외에서 주로 생활할 때에도 커피와 함께 차를 즐겨 마셨다.

하지만 차에 대한 관심이 부쩍 높아진 것은 한국에 돌아와 외국계 회사에 다니며 컨설팅 업무를 진행할 무렵부터다. 회사 주변에 커피전문점이 여기저기 생겨나면서 커피를 즐기는 인구가 급증했지만 한편에서는 커피를 마시지 않는 이들이 의외로 많다는 사실을 깨닫게 된 것이다. 그때에는 해외로 출장이라도 가면 차 맛이 뛰어나기로 소문난 호텔이나 음식점을 일부러라도 찾아가 마셔 봐야만 직성이 풀리곤 했다.

급기야 ‘벌췌한’ 직장까지 그만두고 차산업에 뛰어들겠다고 선언하자 모두들 “미쳤다”며 말했다. 그게 벌써 10여 년 전 일이다. 일본에 건너가 차에 대해 전문적으로 공부하고 인도의 다질링, 스리랑카의 캔디, 우바, 누와라엘리아 등 차산지를 일일이 찾아다니며 마시고 느꼈다.

그는 현재 미국의 바리스타 자격증도 보유하고 있다. 차 못지않게 커피도 좋아하기 때문이다. 커피는 향만으로도 취할 수 있을 만큼 사람을 잡아끄는 힘이 강력하다고 생각하는 그다. 그에 비하면 차는 커피처럼 사람을 강렬하게 유혹하지는 않는다. 게다가 아무리 좋은 차라도 고유의 특성상 짧고 쓴맛을 어느 정도는 갖고 있기 마련이다.

하지만 그는 차에서 커피와는 다른 힘을 느낀다. 사람을 편안하고 차분하게 해주는 게 그것이다. 정 대표는 그래서 “일단 차의 매력에 빠지면 좀처럼 헤어날 수 없다”고 단언한다. 마치 처음에는 다가서기 힘들지만 일단 친해지고 나면 한없이 가까워지는 속 깊은 친구 같다고나 할까?

그가 꼽는 차의 또 다른 매력은 다양성이다. 종류가 워낙

많다 보니 자신에게 잘 맞는 차가 다른 이에게는 맞지 않을 때가 종종 있다. 그래서 자기만의 차를 찾아가는 재미에 킁 붙여 다른 사람의 차를 인정하는 배려의 마음씨도 배우게 된다는 것. 한마디로 찾아 마시는 재미가 쏠쏠하다는 얘기다. **m**

강윤경 기자 bookworm@yna.co.kr

정승호가 주는 Tip

“차, 이렇게 즐겨 보세요”

차에 대해 ‘맛이 없다’ ‘어렵다’는 선입견을 가진 이들이 종종 있다. 그런 이들에게는 어렵게 생각하지 말고 “우선 친해지라”고 말해 준다. 잠에서 미쳐 헤어나지 못하는 이른 아침, 다질링 한 잔이면 부드럽게 눈을 뜨고 하루를 힘차게 맞이할 수 있다. 회사에 출근해 일을 시작할 때에는 실론으로 머리를 청량하게 해주면 왠지 일이 잘 풀리고, 비타민이 많이 들어 있는 히비스커스와 로즈힙 믹스는 집중력을 발휘하는 데 큰 도움이 된다. 점심식사를 마치고 왠지 나른한 느낌이 든다면 티피골드 아쌈을 살짝 진하게 마셔 보자. 언제 그랬냐는 듯 머리가 맑아지는 것을 느낄 수 있다. 오후 느지막해 출출해지기라도 하면 대만 우롱차와 함께 과자 한두 개로 허기를 달래고 일과를 마치고 집에 돌아온 후에는 레몬그라스가 편한 휴식을 도와준다. 그리고 하루를 정리하며 마시는 레몬 베베나는 낮에 쌓인 피로를 말끔히 씻어 줄 것이다. **m**

