

비즈 & 피플

40년간 프렌치 요리의 길 걸어온

세종호텔 전무 **박 효 남** 셰프

“임원·교수 명함 많지만, 주방이 가장 행복”

후배 양성 프로젝트 위해 세종호텔로 이직
셰프는 음식으로 소통하는 종합엔터테이너…
요리사 꿈꾼다면, 포기 말고 주방을 즐기세요

- 셰프로서, 호텔 임원으로, 또한 대학서 후배를 양성하는 교수로서 무척 바쁠 것 같다.

“아무래도 주방에만 있을 때보다 영역이 굉장히 넓고 다양하고, 일정도 복잡하다. 통상 오전에는 호텔에 있고, 낮에 학교에 갔다가 저녁에는 다시 호텔로 복귀해 업무를 하거나 필요에 따라 외부 출장(케이터링)도 나간다. 주말에도 업무 특성상 고객이 많이 오시기 때문에 일정이 많다.”

- 2년 전에 글로벌 체인 호텔에서 토종 브랜드인 세종호텔로 옮겨왔다.

“하얏트에서 5년, 힐튼에서 32년 등 총 37년을 외국계 호텔에서 근무하면서 나를 인정을 받았다. 하지만 마음에 품고 있던 10년 프로젝트를 위해 이직을 생각했다. 세종의 브랜드가치도 마음에 들었고 계열에 세종사이버대학교가 있는 것도 끌렸다. 지금까지 일하면서 대학까지 공부했기 때문에 비슷한 길을 걷는 친구들에게 경험을 나눠주고 싶었다.”

- 세종의 브랜드 가치를 살린 마케팅 전략이라면.

“호텔마다 고객의 특성이 다르다. 계속 오던 분들이 익숙해 하고 선호하는 것이 있다. 무조건 내 방식만 고집하면 안 된다. 고객과의 조율이 필요하다. 세종의 경우 전통 깊은 토종 브랜드로 오랜 세월 이곳을 찾은 어르신들이 많다. 특히 이곳 은하수 뷔페의 한식에 대한 믿음이 강하다. 그런 역사를 살려 한식 메뉴를 통해 어르신들의 향수를 채워주고 싶다.”

- 주방을 지휘하는 셰프와 임원의 입장은 다를 것 같은데.

“레스토랑 외에 연회장, 케이터링 등의 F&B 전 업장을 회사의 경영을 고려하면서 감독해야 한다. 현장 셰프 시절부터 주방에서도 경영을 생각하고 고객관리를 해야 한다고 생각했다. 나를 보고 찾아오는 고객에 먼저 인사하고, 나중에는 그분이 차를 탈 때까지 인사하고 배려하는 것. 요리사는 종합 엔터테이너가 되어야 한다고 생각했고, 그런 것을 지금도 반영하고 있다.”

- 종합 엔터테이너란 말이 인상적이다.

“셰프는 음식 만드는 것에 그치지 않고 고객이 업장에 들어와서 문을 나서기까지 모든 과정을 책임져야 한다. 그런 관심을 통해 단골이 되고 서로 신뢰가 생긴다. 인연이 깊은 20년, 30년 된 고객이 많은데, 그런 분들은 병원에 문병도 가고, 집으로 초대받기도 한다. 손님과의 관계를 비즈니스로만 보면 안 된다. 셰프와 고객은 정으로 연결해 음식으로 소통하는 것이다.”

- 요즘 국방이 인기고 셰프가 유명인으로 주목을 받는 다. 어떻게 생각하는지.

“박세리 선수가 미국에서 활약하는 것을 보고 자란 ‘박세리 키즈’가 요즘 활약한다. 가르치는 학생들의 자기 소개서를 보면 TV 다큐멘터리나 기사를 통해 내 이야기를 접하고 요리사를 꿈꾸었다는 내용이 있다. 요리에

그의 이름을 인터넷에서 검색하면 화려한 수식어가 함께 따라온다. ‘한국 프렌치 요리 1세대’, ‘국가대표 셰프’, ‘호텔 셰프의 신화’, ‘궁정의 화신’. 1978년 그랜드 하얏트 서울로 시작해 현재 세종호텔에 이르기까지 40년간 프렌치 요리에 전념해온 장인의 이력, 힐튼 시절 글로벌 체인의 최연소 임원(38세)에 오른 신화, 그리고 중졸 학력에 어린시절 사고로 오른손 검지 한 마디가 없는 어려움을 이겨낸 궁정적인 사고에 이르기까지. 박효남 세종호텔 전무가 걸어온 길은 꽤 드라마틱하다. ‘레드오션’이라 불리는 치열한 호텔업계의 경쟁 속에서 핵심 분야인 F&B(식음료)를 담당하는 임원이지만, 그는 여전히 수트 차림의 집무실 보다는 하얀 조리복을 입고 주방에 있는 것이 더 편하고 즐거운 ‘현역 셰프’ 다.



스스로 “인생에서 가장 즐거운 놀이터”라고 말하는 주방에서 화려한 불꽃의 플라멩코(flambee)를 보여주는 박효남 셰프. 한국 프렌치 요리의 발전을 이끌어 온 ‘대한민국 조리명장’이지만 그는 여전히 “앞으로도 40년을 더 현역 셰프로 일할 것”이라고 요리에 대한 열정을 불태우고 있다.

김종원 기자 won@donga.com

대한 높은 관심 덕분에 학과나 학교도 많이 생겼다. 우리야 배고프니까 돈벌러 주방에 들어갔지만, 지금은 돈과 삶을 즐기기 위해 요리사를 꿈꾼다. 주방이 놀이터고, 나도 그 점을 강조한다.”

- 후배 양성에 대해 관심과 열정이 높다.

“대부분 외식업이나 주방에서 일하는 친구들이 시간을 쪼개 공부하는 것이라 음식과 셰프에 대한 열망이 높다. 꿈을 갖는 것은 좋은 것인데, 다만 학교나 현장에서 꿈과 현실의 차이를 마주할 때 극복하지 못하고 포기하는 모습을 보면 안타깝다. 고생한다고 여기지 말고 주방에서 즐긴다는 마음으로 인내를 가져야 한다.”

- 셰프로서 앞으로의 목표가 있다면

“중학교나 고등학교에서 강의할 때 늘 하는 말이 있다. ‘나는 아직 젊다. 앞으로도 40년을 더 요리할 것이기 때문에 너희들과 나중에 주방에 함께 있을 것이다’라고, 지나온 40년은 중요한 것이 아니라 앞으로의 40년이 중요하다. 지역봉사도 지금보다 더 많이 하고 싶다. 올

해나 내내 쫓 푸드 트럭을 마련해, 양로원, 고아원, 재활원을 찾아가 요리해주는 사회적 기여를 하고 싶다.”

김재범 기자 oldfield@donga.com

? 박효남 세종호텔 전무

▲1961년 강원도 춘천 출생. 초당대학교 조리과학과 학사, 동대학 석사. ▲1978~83 그랜드 하얏트 서울, 1983~2015 밀레니엄 서울 힐튼 총주방장(상무) ▲2015~현재 세종대학 전무이사, 세종사이버대학교 호텔관광경영학부 부교수 ▲1999년 제2건국추진위 ‘신지식인’ 선정. 2006년 프랑스 농업공로 훈장 메리트 아그리콜(MERITE AGRICOL) 수상. 2014년 ‘대한민국 요리명장’ 선정 ▲KCC 한국총주방장회 회장. 2009 프랑스 Boccuse d’Or 심사위원, 독일 루프트한자 스타 셰프, 대한 올림픽 문화위원 서울 세계음식박람회 국제요리대회 심사위원 역임

비즈갤러리

U+패밀리샵 설 기획전

LG유플러스는 ‘U+패밀리샵’에서 가입 고객을 위한 설 기획전을 진행한다. U+패밀리샵은 생활용품(LG생활건강), 건강기능식품(LG Chem), 가전제품(LG전자) 등의 제품을 저렴한 가격에 구매할 수 있는 소매했다. LG유플러스 멤버십 포인트 할인과 통신요금 할인까지 다양한 혜택을 누릴 수 있다. U+패밀리샵은 구글플레이와 윈스토어에서 애플리케이션을 내려 받아 이용할 수 있으며 LG유플러스 공식 홈페이지에서도 로그인 후 접속 가능하다.

에이원 ‘조이 스핀 360’ 회전형 카시트 론칭



에이원에서 전개하는 영국 유아용품 브랜드 ‘조이’가 최근 CJ물과 에이원 공식쇼핑몰에서 ‘조이 스핀 360’ 회전형 카시트를 론칭했다. 안전성에 스마트 기능과 편안함을 더한 제품으로, 신생아부터 약 5세까지 사용 가능

하다. 기존 타 카시트와 달리 어느 각도에서도 원클릭으로 자유롭게 360도 회전이 가능한 게 특징이다. 카시트 무게 분산과 흔들림을 잡아 주는 14단계 조절 ‘서포팅 레그’가 적용돼 후방 및 전방 장착시 카시트와 아이 무게를 안정적으로 지탱해줘 흔들림없는 승차감을 제공한다.

강원랜드 카사시네마서 ‘인어공주와 야수’



강원도 정선 강원랜드의 상설공연장 카사시네마는 신규 프로그램 ‘인어공주와 야수(사전)’를 2월 까지 매주 토요일에 공연한다. 온 가족이 함께 즐

길 수 있는 1시간 길이의 버라이어티 뮤지컬로 특수영상을 이용한 화려한 무대구성이 특징이다. 공연이 끝난 후에는 카사시네마 입구에서 배우들과 함께 사진을 찍는 포토타임도 있다. 월요일을 제외한 매일 오후 4시30분과 7시30분 하루 2차례 공연한다. 다만 설 연휴 마지막 날인 1월30일 월요일에는 공연을 하고, 31일에는 쉰다.

광주요 ‘한결시리즈’, 굿디자인 어워드 선정



도자 브랜드 광주요(대표 조태권)의 ‘한결 시리즈(사전)’가 2016 굿디자인 어워드에 선정되어 GD(Good Design)마크를 획득했다. 굿디자인 어워드는 산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관해 1985년부터 시행하는 국내 최고 권위의 디자인상이다. ‘한결 시리즈’는 표면에 전

통 삼배 문양이 적용된 것이 특징이다. 청량하고 투명한 청백, 눈처럼 따뜻한 설백, 봄처럼 싱그러운 연청 등 세 가지 색상이 있다. 비정형 디자인은 한국적이면서도 모던해 한식과 양식에 모두 어울린다는 평가를 듣고 있다. 광주요는 굿디자인 어워드 선정을 기념해 16일부터 2월28일까지 프로모션과 온·오프라인 이벤트를 진행한다.

롯데월드 아쿠아리움 등 포함 수족관협회 출범

국내 수족관 산업발전을 위한 사단법인 한국수족관발전협회가 발족했다. 롯데월드 아쿠아리움을 포함한 14개 기관이 해양수산부와 함께 12일 롯데월드몰에서 창립총회를 갖고 정관과 사업계획서를 심의, 확정했다. 초대회장으로는 롯데월드 아쿠아리움 고정락 관장이 선출됐다. 한국수족관발전협회는 앞으로 국내 수족관산업의 성장과 문화를 견인하기 위해 정책포럼이나 정책세미나를 진행하고 회원사간 역량 강화를 위한 공동연구와 전문인력 교류 등을 진행할 계획이다.

제주항공, 보잉사 항공기 3대 정식계약

애경그룹 계열의 제주항공은 2018년 보잉사의 항공기 3대를 인도하기로 정식계약을 체결했다. 구



경제현장.jpg

G마켓, 설선물세트 최대 70% 할인



G마켓이 26일까지 ‘2017 설 정감’ 기획전을 열고, 설 선물세트를 최대 70% 할인 판매한다. 500여 종의 다양한 상품들을 실속 있는 가격으로 구성해 높은 가성비비는 물론 선택의 폭을 넓힌 것이 특징이다. G마켓 모델들이 15일 서울 광화문 세종문화회관 에인홀에서 ‘2017 설 정감’ 기획전을 홍보하고 있다.

정정욱 기자·사진제공 | G마켓

헉! 유리창 4만장 닦는데 21일

롯데월드타워, 개장 앞두고 ‘클린데이’…2월 마무리 계획

‘잠실운동장과 야구장을 합친 넓이의 4만장 유리를 닦는다.’ 개장 카운트다운을 앞둔 서울 잠실 롯데월드타워가 건물 외벽의 커튼월 유리창을 닦고 내부를 청소하는 ‘클린데이’캠페인을 펼친다. 롯데월드타워는 연초를 맞아 진행한 4일 민관합동 소방훈련, 6~11일의 시민 현장체험 행사 직후 외부 유리창 청소를 시작했다. 13일에는 클린데이 행사를 진행했다. 앞으로 준공까지 매주 금요일 클린데이 캠페인을 실시할 예정이다. 타워 외부의 커튼월 유리창 4만여 장을 청소하는 데에는 123층과 73층에 각각 3대, 4대씩 설치한 BMU(Building Maintenance Unit) 7대를 투입했다. 초속 10m 이상의 강풍이 불거나 기상이 악화될 때를 빼고는 하루 평균 4대의 BMU와 10여 명의 전문 작업자들이 나서고 있다. 커튼월 유리창 4만여 장은 1본에 한 장씩 닦는다고 해도 약 667시간이 걸린다. 하루 8시간씩 작업할 때 전체 유리창을 다 청소하는 데 21일이 걸린다. 롯데월드타워는 기상 등을 고려한 안전한 작업을 통해 2월 중으로 외부 커튼월 유리창 청소를 마무리 할 계획이다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

체크카드 이용액 6년간 3배 ↑…소득공제 확대 효과

지난 2010년 소득공제를 확대 시행 이후 체크카드 이용액이 6년 간 3배 이상 급증한 것으로 나타났다.

15일 금융감독원에 따르면 체크카드 이용실적은 2009년 37조원에서 2015년 131조원으로 254%(약 3.5배) 상승했다. 연도별로 보면 체크카드 이용액은 2010년 51조5000억원, 2011년 68조7000억원, 2012년 82조3000억원, 2013년 92조7000억원, 2014년 111조7000억원으로 해마다 10조원 이상 증가했다. 같은 기간 신용카드 이용실적은 2009년 372조6000억원에서 2015년 536조1000억원으로 44% 늘었다. 체크카드 증가폭이 신용카드보다 큰 것으로, 총 카드 이용실적 대비 체크카드 비중도 2009년 9%에서 2015년에는 19%로 2배 이상 뛰었다.

체크카드 이용이 증가한 것은 정부의 소득공제 정책 때문이다. 2010년을 전후로 안정적인 소비를 유도하기 위해 체크카드와 신용카드의 소득공제율을 차등화한 것. 2009년까지는 체크와 신용카드의 소득공제율이 20%로 같았지만 2010~2011년에는 체크카드의 공제율이 신용카드보다 5%포인트 높아졌다. 이후 소득공제 혜택 격차가 더 벌어져 2013년부터 체크카드의 소득공제율은 30%로 신용카드 소득공제율(15%)의 2배다.

상황이 이렇다보니 카드사들은 체크카드 고객 관리에 심혈을 기울이고 있는 모습이다. 업계 관계자는 “체크카드는 신용카드에 수익성이 좋지는 않지만 고객 확보와 브랜드 충성도를 높이기 위해 체크카드 사업에도 집중하고 있다”고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com



계약을 맺은 뒤 인수하고 있는 최규남(오른쪽 두번째) 제주항공 대표와 릭 앤더슨(오른쪽 세번째)보잉 항공기 동북아시아 세일즈 선임 부사장. 사진제공 | 제주항공

입 항공기는 현재 운용 중인 기종과 같은 보잉 737-800. 제주항공은 현재 26대의 항공기를 운용리스 방식으로 도입했으나, 앞으로 직접구매를 통해 운용리스 구조에서 발생하는 항공기 도입·운영비, 유지와 보수에 필요한 원가 등을 절감할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 제주항공은 올해까지 항공기 보유대수를 32대로 늘리고, 국내외 정기노선을 50개 안팎으로 확장에 연간 수송객수 1000만 명 시대를 열 계획이다.

편집 | 최해경 기자 hk7048@donga.com