특급호텔 새 격전지 '파인 다이닝'

〈Fine Dining·고급식당〉

쿡방 대세…브랜드 선택 기준으로 떠올라
파크 하얏트, 동서양 넘나드는 요리 인기
제주 해비치, 지역 특화 식재료로 차별화

특급호텔들의 '파인 다이닝'(Fine Dining) 경쟁이 뜨겁다. 해마다 빠르게 성장하는 내수 시장을 두고 특급호텔들이 벌이는 경쟁은 이제 '레드오션'이라 불러도 무방할 정도로 치열하다. 저마다 고객의 관심과 선택을 이끌기 위해 남과 다른 차별화된 장점을 부각하려 애쓰는데, 그 경쟁의 첨병이 파인 다이닝이다. '잘 만든 정식요리' 또는 '고급식당'이란 사전적 의미를 지닌 파인 다이닝은 '쿡방'(요리하는 프로그램)과 '요섹남'(요리하는 섹시한 남자)이 대세인 요즘, 단순한 호텔 부대시설을 넘어 브랜드 이미지와 인기를 책임지는 '간판스타'의 역할까지 하고 있다.

●후각, 청각에 분위기로도 맛보는 파인 다이닝

부산 해운대에 있는 파크 하얏트 부산의 시그니처 레스토랑, '다이닝룸'은 '으리으리하고 화려한'이란 수식어가 붙던 예전 특급호텔의 메인 레스토랑과 첫 분위기부터 다르다. 요란한 장식을 배제한 모던한 인테리어에 수저나 박같은 우리 전통 소품을 적절히 이용한 것이 신선하다. 겉으로 드러나는 화려함 보다 은근히 느껴지는 고급스러움을 추구하는 호텔의 콘셉트를 레스토랑에도 일관성있게 적용했다.

이곳의 요리도 마찬가지다. 360도 오픈 키친에서는 숯불에 구운 한우, 와규 등의 스테이크부터 바닷가재 등의 해산물, 스시 등의 일식과 셰프의 스타일로 재해석한 한식 등 다양한 장르의 메뉴를 운영한다. 사시미 샐러드부터 그릴 해산물, 백된장으로 맛을 낸 대구, 치맛살 데리야키, 스시, 우동 등 동서양을 자유로이 넘나드는 코스로 구성한 '오리엔탈 세트'가 이런 특성을 대표하는 간판 메뉴이다. 오픈 키친의 특성을 살려 조리과정을 지켜보면서 후각과 청각으로도 음식을 즐길 수 있는 점도 매력이다.

●지역 특화 식재료 활용 메뉴로 차별화

제주는 서울 못지않은 특급호텔들의 각축장이다. 상대적으로 후발주자인 두 호텔은 지역의 특색과 독특한 식자재를 활용한 파인 다이닝으로 다른 호텔과 차별화를 꾀하고 있다.

6월27일 오픈한 제주 해비치 호텔 '밀리우'는 이 지역 최초의 정통 프렌치 파인 레스토랑이다. 밀리우는 제주 앞바다의 생선을 비롯한 지역의 다양한 식재료에 전통 프랑스 요리 레시피를 적용한 메뉴로 주목을 받고 있다. 실내 정원 곶자왈을 배경으로 한 오픈 키친과 대나무를 다듬어 엮은 돔 형태의 개별 룸을 운영해 청정 자연이라는 제주의 이미지를 레스토랑 인테리어에도 담고 있다.

제주 해비치의 밀리우가 프렌치 파인 다이닝과 제주 식재료의 조화를 시도했다면, 켄싱턴 제주 호텔의 한식 퀴진 '돌미롱'은 제주의 식재료를 바탕으로 현대적으로 해석한 한식 파인 다이닝을 추구하고 있다. 레스토랑 이름 '돌미롱'은 '달큰하다'는 뜻의 제주 사투리. 제주 은갈치, 제주 흑돼지 등 로컬 푸드를 이용한 일품 요리와 코스 요리를 함께 운영하고 있다. 최고의 인기 메뉴는 '제주 흑돼지 갈비 묵은지 조림'로 지역을 대표하는 삭재료인 흑돼지에 김치와 손두부 등으로 깊은 맛을 더했다.

●최소의 손질로 식재료 고유의 맛을 지킨다

호텔 레스토랑의 대중화를 이끈 부페도 파인 다이닝 경쟁의 영향을 받고 있다. 서울 태평로 호텔 더 플라자의 '세븐스퀘어'는 통요리로 불리는 '홀 앤 마이티 푸드'(Whole & Mighty Food)를 콘셉트로 내세우고 있다. 이는 원재료의 가공과 손질을 최대한 줄여 자연 그대로의 질감과 영양소 파괴를 최소화하는 조리 방식이다. 식자재 고유의 맛과 영양을 살리는 조리법을 선호하고 건강식을 찾는 최근 트렌드를 뷔페 메뉴에도 반영한 것이다.

또한 셰프가 그 자리에서 조리해 고객에 제공하는 라이브 메뉴와 전문 바리스타가 제공하는 커피 등 셰프의 손맛을 강조하는 파인 다이닝 레스토랑의 특색도 가미했다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com







▶부산 광안대교를 내려보는 경치와 장르를 넘나드는 다양한 메뉴를 자랑하는 파크 하얏트 부산의 파인 다이닝 레스토랑 '다이닝룸', 제주 고유의 식재료를 바탕으로 모던한 한식을 추구하는 켄싱턴 제주의 한식 퀴진 '돌미롱', 재료의 질감과 영양소 파괴를 최소화하는 통요리 콘셉트를 도입한 더 플라자의 뷔페 '세븐 스퀘어'.(위 사진부터 아래로) 사진제공 | 파크하얏트부산, 켄싱턴 제주, 더 플라자

인천창조경제센터 출범 "스마트 물류 창업 허브로 육성"

항공 정비·자동차 부품 강소기업 육성
대한항공, 운북 정비센터서 중기 지원

스마트 물류와 항공·자동차 강소기업 육성으로 인천경제를 이끈다.

미래 경제를 책임질 전국 17개 지역 창조경제혁신센터 중 마지막으로 인천창조경제혁신센터(이하 인천센터)가 22일 출범했다. 인천센터는 대형 국제항만을 갖고 있고 거대 시장 중국과 가까운 지역적 특성을 살려 동북아의 물류중심지로 인천을 발전시킨다는 목표를 갖고 운영된다.

우선 물류산업과 IT기술을 결합한 '스마트 물류' 부문에서는 인천의 물류 인프라와 한진그룹의 노하우를 활용해 '스마트 물류 창업 허브'를 육성한다. 물류전문가, IT스타트업, 투자자간에 교류 프로그램을 운영하고 공모전을 통해 스마트물류 제품개발과 창업 활성화를 유도한다. 물류와 IOT전문가로 구성된 10여명의 융합멘토단과 민간 액셀러레이터인 스파크랩이 센터에 상주하며 스타트업 발굴과 인큐베이팅에 직접 참여하는 민간-혁신센터 협업 프로그램을 실시한다.

이와 함께 미래유망산업 중 하나인 항공엔진 정비와 자동차 소재 및 부품 분야의 강소기업을 육성한다. 항공 창정비 분야에서 높은 기술력과 사업경험을 갖고 있는 대한항공의 기술력과 연구기관의 역량을 활용해 자동차 소재 부품기업 1000여개와 항공엔진 정비 기업의 기술 수준을 높이고 강소기업으로 성장하도록 지원한다. 한진그룹, 포스코, 인하대, 인천테크노파크 등 대기업과 유관기관들은 합동으로 관련 중소기업에 대한 1대1 정밀진단과 맞춤형 지원 프로그램을 운영한다. 대한항공은 항공엔진시험과 올해 말 인천 운북지구에 완공하는 정비센터를 활용해 중소기업과 공동으로 엔진정비와 부품 국산화를 추진한다.

인천센터는 한중 스타트업 교류협력 플랫폼도 구축한다. 관세청 YES 자유무역협정(FTA)차이나센터, 무역협회 차이나데스크와 연계해 국내 스타트업의 중국진출 사전 문진과 맞춤형 컨설팅을 제공한다. 특히 쿠팡, 판다코리아, 카페24, kmall 등 메이저 e-커머스 포탈과 공동으로 중국 직판시장을 겨냥한 '온라인 보부상' 인상(仁商) 프로젝트를 추진한다. 정부는 이를 위해 스마트 물류, 중국진출 스타트업을 육성하는 데 총 1590억원의 펀드를 조성한다. 이밖에 물류 노하우가 부족한 스타트업이나 중소벤처, 소상공을 지원하는 수출물류 컨설팅도 실시한다. 김재범 기자

제주도 디지털 테마파크 '플레이 케이팝' 오픈

제주도에 K-POP을 테마로 한 디지털 테마파크가 문을 열었다.

연예기획사 YG엔터테인먼트와 KT, 디스트릭스홀딩스의 합작 법인 넥스트인터랙티브 케이코리아(이하 NIK)는 22일 제주 중문관광단지에 1300평 규모로 K-POP과 ICT를 결합한 디지털 테마파크 '플레이 케이팝'(PLAY K-POP)을 22일 오픈했다.

미래창조과학부의 지원사업인 '플레이 케이팝'은 직접 참여하며 즐길 수 있는 신개념 엔터테인먼트 공간으로 K-POP 스타의 공연을 실제실황처럼 볼 수 있는 '라이브 홀로 콘서트', 360도 3D 애니메이션을 이용한 '라이브 360 3D' 등을 갖추고 있다. 이외에 70-90년대 대중음악과 스타, 유행했던 대중문화를 짚어보며 추억을 향유할 수 있는 '음악을 다시 듣다', 다양한 뉴미디어 기술을 활용하여 K-POP 스타와 데이트를 즐기는 '스타와의 데이트', 스타의 노래, 춤, 패션, 메이크업을 체험하는 '나는 스타다(사진)' 등의 전시공간을 갖추고 있다.



특히 문화체육관광부의 2014년 문화산업 현장수요지원 기술개발(R&D) 지원사업을 통해 개발한 '얼굴교체'(Facial Replacement) 기술을 활용해 댄스그룹 '클론'(구준엽, 강원래)의 공연을 3차원 홀로그램으로 완벽하게 재현한 영상도 만날 수 있다. 김재범 전문기자

면세점 내 중소기업 제품 매장 비율 20%로 확대

정부, 1조원 규모 관광진흥개발기금 지원

면세점 내 중소·중견기업 제품 매장 비율이 현행 16%에서 20% 수준으로 확대된다. 또 중소·중견기업이 운영하는 면세점들도 관광진흥개발기금 지원을 받을 수 있게 된다.

정부는 22일 경제관계장관회의를 열고 이 같은 내용을 담은 '면세산업에서의 중소·중견기업 지원방안'을 확정했다. 현재 전국 43개 면세점 중 중소·중견 면세점은 19개로 전체의 44.2% 수준이지만 매출액 비중은 6%에 불과하다. 면세점 내 중소·중견 기업 제품 매장 면적은 15.9%, 매출은 14.0%에 머물고 있어 대기업 제품에 비해 판매가 부진한 상황이다.

따라서 정부는 연평균 15.8%씩 성장하고 있는 면세 시장에서 중소·중견기업의 참여를 확대하기 위한 방안을 추진하기로 했다. 면세점 의무 매장 면적 기준을 '국산품'에서 '중소·중견기업 제품'으로 변경하고, 이 기준이 적용되는 범위를 시내면세점에서 출국장면세점까지 확대하기로 했다. 또한 중소·중견 면세점들의 경영 부담을 완화하기 위한 방안도 마련했다. 중소·중견 면세점들이 1조원 규모의 관광진흥개발기금 지원을 받을 수 있도록 관광사업의 범위에 면세점업을 추가하기로 했다. 또 업체간 입찰 가격 과열 경쟁을 방지하기 위해 업체 심사 시 입찰가격 비중을 현재 40%에서 30%로 축소하고 보증금 분납이 가능하도록 제도를 개선하기로 했다.

인천공항 내에는 중소·중견 면세점 전용 통합물류창고와 통합 인도장을 설치해 재고관리와 보세운송 비용, 창고 임대료 등을 절감할 수 있도록 할 예정이다. 정부는 또 중소·중견 면세점 지원을 위한 상생협력기금 규모를 2016년 30억원에서 2018년 100억원 수준으로 확대할 계획이다. 연제호 기자 sol@donga.com

한신휴플러스, 2510가구 완판

세종시의 강남 '2-1생활권 P1구역' 큰 관심

한신공영과 제일건설이 세종 2-1생활권 P1구역에서 분양한 '한신휴플러스·제일풍경채(사진)'가 전 세대 계약을 완료했다. 22일 '한신휴플러스·제일풍경채'의 계약 결과 총 2510가구에 이르는 대규모 단지를 100% 완료했다. 평균 9.44대 1, 최고 90.46대 1의 높은 청약경쟁률에 이어 계약 또한 단기간에 100%로 이끌어 냄으로써 수요자들의 기대감을 증명했다는 분석이다.

세종 2-1생활권 P1구역 '한신휴플러스·제일풍경채'의 분양성공 이유는 '세종시의 강남'이라고 불리는 2-1생활권에서 첫 번째로 분양한 아파트에 대한 수요자들의 높은 관심을 들 수 있다. 여기에 행복청·LH가 실시한 아파트 설계공모전에서 2-1생활권 전체에서 1위를 차지한 설계가 적용된다는 점이 알려지면서 높은 계약률로 이어진 것으로 보인다.

분양관계자는 "세종시의 강남이라고 불리는 2생활권 입지에 설계, 브랜드파워 등이 맞물리면서 청약에 이어 계약도 성공적으로 이끌어낼 수 있었다"며 "고객의 성원에 보답하기 위해 최선을 다해 아파트를 지어 세종시에서 명품 아파트로 자리매김할 수 있도록 하겠다"고 말했다. '세종 2-1생활권 P1구역 한신휴플러스·제일풍경채'는 지하2층~지상 29층, 49개동, 전용 59~135m² 총 2510가구로 구성돼 2-1생활권에서 최대규모를 자랑한다. 입주는 2018년 2월 예정이다. 연제호 기자

기차여행-시티투어 연계 활발
문체부, 국내관광 활성화 앞장

'기차 타고 와서 시티투어 즐기세요.'

여름휴가철을 맞아 국내관광 활성화를 위해 철도여행과 지역자치단체(이하 지자체)의 시티투어를 연계하는 움직임이 활발하다.

문화체육관광부(이하 문체부)와 한국관광공사, 코레일은 철도를 이용하는 국내 관광객이 지자체의 시티투어를 함께 즐기는 캠페인을 시작했다. 시티투어는 지역의 주요 관광지를 순환하며 안내서비스를 제공하는 '관광지 순환 버스 관광'로 현재 전국 58개 지자체에서 운영하고 있다.

기차와 시티투어 연계 강화를 위해 우선 58개 시도의 시티투어 정보와 인근 즐길거리, 먹거리, 볼거리 등의 정보를 담은 '2015 전국시티투어가이드북'을 제작해 관광공사 관광안내소 등을 통해 무료로 배포한다. 가이드북은 전자책(e-book)으로도 제작해 한국관광공사 관광정보사이트에서 내려 받을 수 있도록 공개할 예정이다. 이달 말에는 '2015년 지자체 시티투어 지원' 공모사업을 통해 선정된 춘천, 울산, 경주 등 3개 지역에 대한 오디오 가이드를 '스마트 투어 애플리케이션'을 통해 제공한다.

또한 이용수요를 늘리기 위해 기차와 시티투어 요금을 할인해 결합한 '레일시티투어' 상품도 출시한다. 이외에 관광공사 해외지사를 통한 시티투어 홍보, 주한 외국인 블로거 시티투어 체험 지원, 외국인 관광객 시티투어 할인 제공 등의 활성화 대책을 실시할 예정이다.

한편 문체부, 관광공사, 코레일은 23일 오전 서울 용산역에서 시티투어를 홍보하기 위한 캠페인 발대식을 연다. 김재범 전문기자



밀라노 엑스포의 한국관 100만번째 입장객으로 선정된 클레리아 세페씨. 사진제공 | 문화체육관광부

밀라노 엑스포 한국관 100만명 돌파

이탈리아 밀라노에서 열리고 있는 '2015 밀라노 엑스포' 한국관의 방문객이 100만명을 넘었다. 5월 1일 개관한 이후 82일만이다.

문화체육관광부(이하 문체부)와 한국관광공사는 21일 오후(현지 시간) 이탈리아 밀라노에서 '100만번째 관람객' 기념 행사를 열었다. 이날 기념행사에서 100만번째 관람객이 된 행운의 주인공은 로마에서 온 중학교 교사 클레리아 세페(47)씨. 기념행사에서는 클레리아 세페 씨에게 축하 선물로 대한항공 밀라노-인천 왕복항공권 2매를 증정하고, 한국관 서포터스의 개별 안내로 한국관 전시를 관람할 수 있는 특전도 제공했다.

한국관은 현재 하루 평균 1만2000여명의 관람객들이 방문하고 있는데, 전체 엑스포 입장객의 약 15%에 해당한다. 한국관은 10월 엑스포 종료까지 총 200만 관람객을 목표로 하고 있다. 김재범 전문기자

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com