

THE SCENT OF CULTURE FLOWING ON THE PLATE, SI-WHA-DAM

접시에 흐르는 문화의 향기, 시·화·담

It is the essence of Korean fine dining. If the editor is asked what kind of restaurant Si-Wha-Dam is, the editor can confidently answer. Not a lot of people could put the culture of a country into a plate.

한식 파인 다이닝의 정수. 누군가 에디터에게 '시·화·담'은 어떤 레스토랑이냐고 묻는다면 자신있게 답할 수 있다. 한 나라의 문화를 접시에 담는 일은 아무나 할 수 없다.

Although they might appear to be art works at the first glance, they are plates that are used in Si-Wha-Dam
얼핏 예술 작품으로 보이지만 모두 시·화·담에서 실제로 사용하는 그릇들이다.



Si-Wha-Dam's scenery. The blue flag is the certificate mark for Relais & Chateaux membership
시·화·담의 전경. 파란 깃발은 릴레사또 멤버십 인증 마크다.

Poetry, drawing, and story

There has to be a story in food. There must be stories told by the food on the plate. Si-Wha-Dam is a restaurant with a story. There could be people arguing that all foods are like that. Even the 'Budaе Jjigae' is a food with Korea's painful history. It is half correct and half incorrect. It is true that there is a story to every food. But in most cases, they end with the 'background'. The background of a food's birth is a behind story, not the main subject. This is the reason why Si-Wha-Dam's food stands out. Every plate has its own story to stimulate the imaginations of the customers. The menu 'to make chrysanthemum blossom' is a good example. To be honest all of Si-Wha-Dam's foods are in this way. Even water isn't just served.

"Si-Wha-Dam's menus all have lyrical stories like a poetry. Just as poets spend a long time to write a line, Si-Wha-Dam invents food with the mindset of a poet. Inspirations for foods and plating come from various sources. They could be from classical literature or fables sometimes, or they could come from natural scenery. It could start with the ingredients or it could start with a unique plate. Everything from Korean culture is the motives for our food.

In this passage, Si-Wha-Dam's board member, Park Kyung-won's pride can be seen.

First in Korea to be selected as a member of Relais & Chateaux

Maybe from such effort, Si-Wha-Dam was first in Korea to be selected as a member of Relais & Chateaux. Relais & Chateaux is a more prestigious group than the world-famous Guide Michelin. Members must go through the 5C (Charm, Cuisine, Calm, Character, Courtesy) evaluation standard to be approved.

"Relais & Chateaux is an alliance of the finest luxury hotels and restaurants around the world that boasts a history of half a century. It is known that restaurants have to receive at least 2 stars in Guide Michelin to join, but such is not the case. This rumor comes from the fact that most members received 2 stars from Guide Michelin. Si-Wha-Dam does not have a Guide Michelin appraisal yet."

How did they join then? Guide Michelin is famous for having its evaluation group operate covertly and it seemed that Relais & Chateaux could be similar.

"It is hard to explain how. From what I know, one of the foreign customers recommended Si-Wha-Dam to the Relais & Chateaux and then Relais & Chateaux contacted us to inform that it will come to evaluate. But we don't know when the evaluation group actually came (laughs). It is stressful that we are the first in Korea to join because we have to set a good example."

If you go into Si-Wha-Dam, you will understand why Relais & Chateaux highly praises this place and accepted it as a new member. You wonder if it really is a restaurant. A restaurant that has more art works than tables. You will lose track of time while looking at the art works that pack the restaurant from 1st to 3rd floors. The view of the Seoul Tower that could be seen through the windows of each room on the 3rd floor is an art in itself.

"All interior was self-conceived. It took more than 10 years to prepare the interior, menu, and plates. I want you to know that we did not get into the industry overnight. Menu development is done with employees. I am not exaggerating when I say not a single part of Si-Wha-Dam was not touched by me."

There are no rings on the board member Park Kyung-won's fingers because according to him, hands that touch food have to be always clean. It is not even manicured. My confidence for the restaurant raised just by looking at her hands.

Si-Wha-Dam's role in Korean food globalization

Korean food is environment-friendly and healthy. Although all Koreans know this, what will the foreigners think? This is most talked about when introducing the advantages of the Korean food.

"We stress the philosophy in natural ingredients and food. In Korea, with its four seasons, there are countless ingredients. The lotus flower and leaf are examples. People know that such plants exist but not many have tasted it. When introducing the 'five cardinal colors' the responses are especially good. If I explain that the principles of the universe are on the dining table, compliments fly out. We actually find balance in the five cardinal colors even in putting a garnish on." Then what are the biggest obstacles for Korean food globalization? First, there must be image improvement. To foreigners, Korean food is only fragmentary. They only think of spicy, salty, and strongly scented food such as Kimchi and Bulgogi. Such image is a big obstacle in Korean food globalization. "The strong and stimulating taste of Korean food can be repulsive to foreigners trying it for the first time. In fact, although it has not been long since peppers started to be used in Korean food, the stereotype says otherwise. Si-Wha-Dam refrains from too spicy foods, and foods that are smelly are modified before being served. Various types of Kimchi, such as White Kimchi, dongchimi are served as miniatures. In bibimbap, soy sauce is used instead of gochujang and foreigners are often surprised by the rich scent and taste of herbs and vegetables."

As mentioned earlier, Si-Wha-Dam is not a restaurant that was built overnight. This has to be learned by those that seek to globalize Korean food. Even if the government funds and leads the process, without preparation, it is futile. Si-Wha-Dam's efforts do not end with the restaurant operation. They published a Korean food photo book *Beautiful Korean food, flying to the world* to promote Korean Food. It is enough to select them as Korean food honorary ambassadors.

"It is difficult but someone has to do it. Because our company has received love from the public for 'Sinsun Sulnongtang', there is a sense of duty to return the favor. Although the past 10 years were not easy, the next 10 years will be the same. But I want to try with a joyful mindset."



Five cardinal colors 오방색
Colors that represent the five directions related to the Yin-Yang theories.
(East=blue, west=white, south=red, north=black, center=yellow)
음양오행설과 관련하여 다섯 방위를 나타내는 색. (동=청색, 서=백색, 남=적색, 북=흑색, 중앙=황색)



Si-Wha-Dam's representative, Oh Chung, and the CEO Park Kyung-won and his wife. They are leading Korean food globalization. 시·화·담의 대표 오정, 대표 이사 박경원 부부, 한식 세계화의 선두 주자들.

시, 그림 그리고 이야기

음식에는 이야기가 있어야 한다. 접시 위에 올려진 요리들이 말하는 이야기가 들려야 한다. 시·화·담은 이야기를 담는 레스토랑이다. 반발하는 사람이 있을지도 모른다. 모든 음식들이 그렇지 않느냐고, 당장 '부대찌개'만 보아도 한국의 아픈 과거가 담긴 요리 아니냐고, 반은 맞고, 반은 틀렸다. 물론 모든 음식에는 이야기가 있다. 그러나 대부분의 경우 '배경'으로 끝나기 마련이다. 어떤 음식이 태어난 배경은 음식의 뒷이야기이지, 본 주제가 아니다. 시·화·담의 음식이 돋보이는 이유가 여기 있다. 한 접시마다 저마다의 이야기를 풀어 고객들의 상상력을 자극한다. '한송이 국화꽃을 피우기 위해'라는 메뉴가 좋은 예다. 사실 시·화·담의 모든 음식이 그렇다. 하다 못해 물 한 잔도 그냥 나오지 않는다. 보통 내공이 아니다. "시·화·담의 메뉴는 모두 한 편의 시처럼 서정적인 이야기를 담아낸다. 시인이 한 구절을 쓰기 위해 인고의 세월을 고민하듯이 시·화·담 또한 시인의 마음으로 요리를 개발한다. 요리와 플레이팅의 영감은 다양한 곳에서 얻는다. 고전 문학, 설화가 될 때도 있고 자연 풍경이 될 때도 있다. 식재료에서 출발하기도 하며, 독특한 그릇에서 출발하기도 한다. 한국 문화의 모든 것들이 우리 음식의 모티브다." 시·화·담 박경원 이사의 자부심이 드러나는 대목이다.

한국 최초의 릴레사또 멤버 선정

이러한 노력 덕분에 시·화·담은 한국 최초로 릴레사또의 멤버로 선정되는 영광을 거머 쥐었다. 릴레사또는 세계적으로 유명한 미슐랭 가이드보다 더 권위있는 단체. 5C(Charm, Cuisine, Calm, Character, Courtesy)라 불리는 엄격한 평가 기준을 통과해야만 가입이 가능하다. "릴레사또는 반세기 역사를 자랑하는 세계 최고급 럭셔리 호텔·레스토랑 연합이다. 미슐랭 가이드 2성급은 되어 가입이 가능한 것으로 알려졌는데 반드시 2성을 받아야 가입이 되는 것은 아니다. 기존 멤버인 레스토랑들 대부분이 미슐랭 가이드에서 2성을 받았기 때문에 그런 말이 나온 것 같다. 시·화·담은 아직 미슐랭 가이드 평가가 없다." 그렇다면 어떤 경로로 가입하게 된 것일까? 미슐랭 가이드는 평가단이 정체를 철저히 숨기고 몰래 왔다 가는 것으로 유명한데 릴레사또도 비슷할 것 같았다. "사실 정확한 경로를 설명하기는 힘들다. 다녀 갔던 외국계 손님 중 한 분이 릴레사또 관계자에게 시·화·담을 추천한 것으로 알고 있다. 그 뒤 릴레사또에서 평가를 가겠다는 연락이 왔다. 다만 우리도 평가단이 언제 왔다 갔는지는 모르다(웃음). 한국 최초로 가입이 됐다는 점에서 부담이 많이 된다. 우리가 선례인 만큼 좋은 모습을 보여줘야 하니까." 시·화·담을 들어서면 어쩌지 릴레사또가 이 곳을 극찬하고 새로운 멤버로 받아 들였는지 알 수 있다. 레스토랑이 맞는가 싶을 정도니까. 테이بل보다 예술품이 더 많은 식당. 1층부터 3층까지 빼곡히 들어선 예술품들을 구경하다 보면 시간이 가는 줄도 모른다. 3층 각 방의 창문에서 멀리 보이는 남산타워의 모습은 그 자체로 예술이다.

"모든 인테리어를 직접 구상했다. 인테리어, 메뉴 구상, 그릇을 준비하는데 10년이 넘게 걸렸다. 하루 아침에 뛰어난 일이 아니란 것을 알아 주었으면 한다. 메뉴 구상도 직원들과 직접 한다. 시·화·담은 과장이 아니라 내 손이 안 닿은 구역이 없다." 실제로 박경원 이사의 손에는 작은 반지도 없다. 음식을 만지는 손은 청결해야 하기 때문이란다. 반지는 커녕 매니큐어조차 칠하지 않는다. 손만 봤을 뿐인데 신뢰도가 상승한다.

한식 세계화를 위한 시·화·담의 역할

한식은 자연친화적이고 건강식이다. 한국 사람들이야 당연히 알고 있는 이야기지만 외국인들은 어떻게 받아 들일까? 한식의 장점을 소개할 때 가장 많이 회자되는 부분이기도 하다. "자연 재료와 음식에 담긴 철학을 강조한다. 사계절이 풍부한 나라인 한국은 셀 수 없을 정도로 많은 식재료가 있다. 연꽃과 연잎이 대표적이다. 이런 식물이 있다는 사실만 알지 먹어본 적은 없는 사람이 대부분이다. '오방색'을 설명할 때는 특히 반응이 좋다. 밥상 안에 우주의 원리가 들어 있다는 사실을 알려 주면 찬사를 받는다. 실제로 우리는 고품 하나를 올릴 때에도 오방색 안에서 균형을 맞춘다." 그렇다면 한식 세계화를 방해하는 가장 큰 요소는 어떤 것들이 있을까? 우선 한식 이미지의 재고가 필요하다. 외국인들에게 한식의 이미지는 아직 단편적이다. 김치, 불고기로 대표되는 맵거나, 짜고 향이 강렬한 음식부터 떠올린다. 이런 이미지는 한식 세계화에 큰 걸림돌로 작용한다. "한식의 강하고 자극적인 맛은 한식을 처음 접하는 외국인들에게 거부감을 불러 일으킬 수도 있다. 사실 고추는 전통 한식에서 사용된 지 얼마 되지 않았는데 선입견을 갖게 만든다. 시·화·담은 지나치게 매운 음식은 자제하고, 냄새가 심한 음식은 변형해서 제공한다. 김치는 백김치, 통치미 등 다양한 김치를 미니어져 형식으로 담아 낸다. 비빔밥에도 고추장 대신 간장을 사용하는데, 외국인들은 나물과 야채의 풍부한 향과 맛에 놀라곤 한다."

앞서 썼듯이 시·화·담은 하루 아침에 이루어진 레스토랑이 아니다. 한식 세계화를 꿈꾸는 이들이 배워야 할 점이 여기에 있다. 막대한 예산을 지원하고, 정부가 앞장 서서 외쳐도 결국 준비 없이 되는 일은 아무 것도 없다. 시·화·담의 노력은 레스토랑 운영에만 그치지 않는다. 자신들의 음식으로 꾸민 한식 화보집인 <아름다운 한국음식 세계를 향해 날다>를 출판하며 한식 홍보에 열을 올린다. 이쯤 되면 민간 한식홍보대사로 임명되어도 손색이 없다. "힘든 일이다. 하지만 누군가는 해야 하는 일이라고 생각한다. 우리 회사가 '신선설농탕'으로 국민들에게 사랑을 받았으니 그 보답을 해야 된다는 사명감도 있다. 지난 10년이 쉽지 않았지만 앞으로의 10년도 어렵기는 마찬가지일 것이다. 그래도 즐거운 마음으로 도전하려 한다."