

Jthink 2013-JU-39

# 전라북도 음식관광 활성화방안 연구





## 연구진

---

연구책임      정명희 • 전북발전연구원 연구위원  
공동연구      김광국 • 전북발전연구원 연구원

---

자문위원      이수진 • 경기개발연구원 연구위원  
                  이영주 • 강원발전연구원 부연구위원  
                  조혜정 • 인천발전연구원 부연구위원  
                  박경열 • 한국문화관광연구원 책임연구원  
                  최지아 • 온고푸드 커뮤니케이션 대표이사

---

연구관리 코드 : 13JU

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서  
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.



# 목 차

<b>제 1 장 서론</b> .....	<b>3</b>
제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....	3
1. 연구의 배경 .....	3
2. 연구의 목적 .....	4
제 2 절 연구의 범위 및 방법 .....	5
1. 연구의 범위 .....	5
2. 연구방법 .....	5
3. 연구 수행체계 .....	5
<b>제 2 장 문헌연구</b> .....	<b>9</b>
제 1 절 음식관광 .....	9
1. 음식관광의 개념 및 유형 .....	9
2. 음식관광 트렌드 .....	13
제 2 절 음식관광 연구동향 .....	18
1. 국내외 음식관광 연구동향 .....	18
2. 지방자치단체 음식관련 정책 연구동향 .....	20
제 3 절 음식관광 관련 정책동향 .....	23
1. 중앙정부의 음식관광 관련 정책 .....	23
2. 부처별 음식관광 관련 추진 정책 .....	24
3. 타 지자체 음식관련 정책유형 및 사례 .....	29
<b>제 3 장 전라북도 음식관광 여건분석</b> .....	<b>31</b>
제 1 절 전라북도 음식관광실태 .....	33
1. 전라북도 관광객 실태조사 .....	33

2. 외래관광객 음식관광 현황 .....	33
<b>제 2 절 전라북도 음식관광자원 현황 .....</b>	<b>37</b>
1. 전라북도 음식관광자원현황 .....	37
2. 종합분석 .....	48
<b>제 4 장 사례분석 .....</b>	<b>49</b>
<b>제 1 절 분석개요 .....</b>	<b>49</b>
1. 분석개요 .....	49
2. 분석의 관점 .....	49
3. 사례지 선택이유 .....	49
<b>제 2 절 스페인 관광현황 .....</b>	<b>53</b>
1. 스페인 관광현황 .....	53
2. 스페인 음식문화와 관광 .....	55
3. 스페인 음식관광활성화 대표정책사례 .....	63
<b>제 5 장 전라북도 음식관광 활성화 방안 .....</b>	<b>75</b>
<b>제 1 절 기본방향 .....</b>	<b>77</b>
<b>제 2 절 세부 추진과제 .....</b>	<b>78</b>
1. 음식관광 기반구축 .....	78
2. 음식관광 R&D 기능강화 .....	81
3. 음식관광 상품개발 .....	81
4. 음식관광 홍보마케팅 강화 .....	83
<b>제 6 장 결론 .....</b>	<b>85</b>



# 제1장

## 서론

- 제 1 절 연구의 배경 및 목적
- 제 2 절 연구의 범위 및 방법
- 제 3 절 선행연구와의 차별성







# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

### 1. 연구의 배경

- 음식은 여행경험 평가에 핵심적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 지역경제에 직접적인 영향을 미친다는 측면에서 연구자 뿐만 아니라 관광정책을 입안하고 추진하는 정책결정권자에게도 ‘음식관광’이 주요 관심분야로 대두되고 있음
  - 국내 관광부문 민간소비 지출액 중 29.37%가 음식관련 지출이며(숙박 9.42%, 항공 8.04%), 전라북도 관광객의 소비구조에서도 약 33%가 음식 관련 지출로 분석되고 있음(2011 전라북도 관광객 실태조사, 전북발전연구원)
  - 외래관광객 역시 한국방문 결정요인 중 ‘음식·미식탐방’이 44.2%<sup>1)</sup>로 나타났으며, 주요 참여활동에서도 ‘식도락 관광’이 2위를 차지하고 있음
- ‘음식’은 경제적 파급효과 뿐만 아니라 문화매개체로서 지역의 정체성과 이미지에도 많은 영향을 미치고 있어 도시브랜딩 측면에서의 중요성도 높음
  - 2012년 ‘국가브랜드 맵’ 조사결과 외국인이 본 한국 대표이미지 중 ‘한식’이 2위
- 이와 같이 음식의 문화적 측면과 아울러 산업적 측면에 대한 중요성 증가는 음식을 주테마로 한 관광, 음식관광(Food Tourism)으로 연계되고 있음
- 음식관광(Food Tourism)의 개념은 협의로는 관광의 주된 목적이 음식과 관련된 활동 또는 관광객이 관광지에서 경험하는 음식과 관련된 모든 활동을 말함
- 국내에서 음식관광은 농식품부와 문화부를 중심으로 추진되어 왔으며, 새 정부 출범과 함께 음식관광 활성화 사업을 추진하기 위한 MOU를 체결하고 관련 세부적인 실행계획을 추진할 것을 발표하였음
  - 한식세계화를 위해서는 지역에서 향토음식 발굴 및 관광상품개발이 선행되어야 하며, 이를 정부단위에서 적극적으로 지원할 계획임

---

1) 문화체육관광부(2013). 2012 외래관광객 실태조사



<그림 1-1> 음식관광 활성화를 위한 역할분담(안)

- 전라북도는 ‘맛의 고장’으로 관광브랜드가 구축되어 있으나, 실제 이를 상품화하거나 산업화 하는데는 상대적으로 미흡하다는 평가를 받아왔음
  - ‘F-TOUR(Food, Foot, Farm, Festival)’를 통해 음식의 관광브랜드화를 추진하였으나, 관광산업으로 연계·확산시키는 성과는 미흡하였음
- 21세기 ‘문화관광의 시대’를 맞아 ‘굴뚝 없는 산업’이라 불리는 관광산업의 중요성이 날로 높아가는 가운데, 관광수지 및 관광매력도 측면에서 음식자원은 전라북도 관광산업을 견인할 중요 콘텐츠로 부각되고 있음
  - 특히, 전라북도는 관광객 지출내역에서 음식이 차지하는 비중이 높기 때문에 음식의 부가가치창출이 관광부가가치 창출로 연계될 수 있다고 보여짐
- 본 연구는 관광목적지로서 전라북도의 매력성을 강화하고 목적형 관광객 유치 위한 관광자원 개발의 수단으로서 음식관광 발전방안을 모색하고자 함

## 2. 연구의 목적

- 본 연구는 음식관광에 대한 수요에 전라북도가 적극적으로 대응하고 관광산업의 지역과급효과를 극대화하기 위한 음식관광 활성화 방안을 모색하는데 목적이 있음
- 음식관광에 대한 대내외적 트렌드와 전라북도 음식관광의 현황을 분석하고, 사례분석을 통해 전라북도 음식관광 활성화를 위한 중단기 정책과제 발굴 및 음식관광 인프라 구축방안을 제안하고자 함

## 제 2 절 연구방법 및 범위

### 1. 연구범위

- 시간적 범위: 2012년 기준
- 공간적 범위: 전라북도 14개 시군
- 내용적 범위
  - 문헌연구, 해외 성공사례, 전라북도 음식관광 현황 및 문제점 분석, 전라북도 음식관광활성화를 위한 정책방안

### 2. 연구방법

- 문헌연구: 음식관광 관련 단행본, 논문, 보고서, 정부 정책자료 등
- 사례연구: 국내외 음식관광 활성화 선진사례 조사
  - 음식 명소, 음식관련 축제 등
- 전문가 자문 및 인터뷰

### 3. 연구 수행체계

- 1단계: 음식관광의 개념 정립 및 음식관광과 관련한 정책동향 분석
- 2단계: 전라북도 음식관광자원의 현황분석 및 개선과제 도출
- 3단계: 해외 정책사례 분석을 통한 시사점 도출
- 4단계: 전라북도 음식관광 활성화 비전 및 추진전략 도출
- 5단계: 음식관광 활성화를 위한 세부과제 및 실행방안 수립

○ 연구 수행과정에 따른 주요 연구내용 및 연구방법

단계		주요 연구내용	연구방법
1단계	연구목표 및 방향설정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연구의 배경 및 목적</li> <li>• 연구의 범위 및 방법</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자문회의</li> </ul>
2단계	문헌연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식관광의 개념 및 범위</li> <li>• 음식관광 연구동향</li> <li>• 음식관광 관련 정책동향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문헌연구</li> <li>• 2차 자료 분석</li> </ul>
3단계	전라북도 음식관광 여건분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전라북도 음식관광자원 현황</li> <li>• 전라북도 관광객 음식인지도 분석</li> <li>• 전라북도 음식관광 계획과제 분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문헌연구</li> <li>• 전문가 자문</li> </ul>
4단계	사례분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 분석개요</li> <li>• 스페인 관광현황 및 음식관광</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사례조사</li> </ul>
5단계	전라북도 음식관광 활성화방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본방향</li> <li>• 세부 추진전략</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
6단계	요약 및 결론	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책제언 및 결론</li> </ul>	

<그림 1-2> 연구 수행과정

# 제2장

## 문헌연구

- 제 1 절 음식관광의 개념
- 제 2 절 음식관광 연구동향
- 제 3 절 음식관광 정책동향
- 제 4 절 음식관광의 정책적 과제





## 제 2 장 문헌연구

### 제 1절 음식관광

#### 1. 음식관광의 개념 및 유형

##### 1) 음식관광의 개념

- 음식관광(food tourism)의 개념을 정의하기 위해서는 음식을 관광경험의 일부로 소비하는 관광객과, 관광목적지와 관광활동의 선택에서 음식을 중요하게 고려하는 관광객을 구분할 필요가 있음
- 음식관광은 특수목적관광(Special Interest Tourism)의 일종으로서 광의로는 음식과 관련된 모든 활동을 의미하나, 협의로는 식재료의 주요 생산지를 방문하고, 음식축제에 참여하며, 레스토랑이나 특별한 장소에서 음식을 시식하거나 특산물 생산지역의 특성을 체험해보는 것이 여행동기를 자극하는 중요한 요소로 작용하는 관광(Hall & Mitchell, 2001)을 말함

#### 음식관광(Food Tourism)의 개념

- (광의) 관광객이 관광지에서 경험하는 음식과 관련된 모든 활동
- (협의) 관광의 주된 목적이 음식과 관련된 행동을 하는 것

- International Culinary Tourism Association(ICTA)에 따르면 음식관광은 문화관광의 일부이며, 1차적, 2차적 음식생산자 및 음식축제, 음식여행과 관련된 특정 레스토랑 및 특정지역을 방문하는 것을 포괄하는 개념임
  - 관광객이 관광지에서 음식과 관련하여 경험하는 모든 활동이 음식관광에 포함되나, 본 연구에서는 ‘관광의 주된 목적이 음식과 관련된’ 활동으로 한정함
- 음식관광은 음식을 통해 즐거움을 추구하는 관광활동으로, 관광경험 평가에 핵심적인 영향을 미치며, 음식서비스에 대한 불만족은 전반적인 여행 불만족으로 이어짐



## 2) 음식관광의 유형

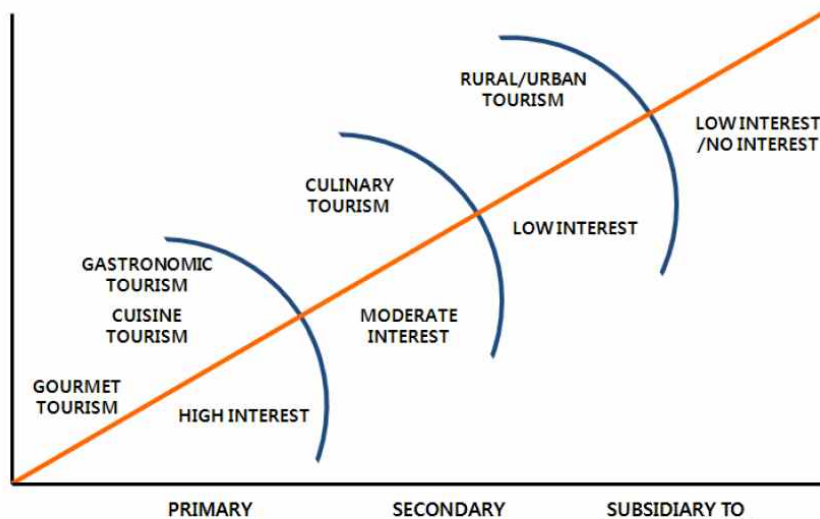
- 음식관광은 ‘음식’에 대한 관심도에 따라 유형이 분류되고 있으며, Hall 등(2003)의 연구를 바탕으로 일반적으로 <표 2-1>과 같이 구분하고 있음
  - 총괄적으로 음식관광(Food Tourism)으로 사용되기도 하나 음식관광의 대상 및 관광활동과의 연계성을 강조할 때는 구분되어 사용됨

<표 2-1> 음식관광의 유형

관심정도	관광활동	음식관광 유형
높은 관심	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 특정 레스토랑이나 시장 등을 주요한 관광목적지로 찾음</li> <li>▪ 관광객 활동이 거의 대부분 음식과 관련되어 있는 편임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 식도락관광(Gourmet tourism)</li> <li>▪ 미식관광(Gastronomic tourism)</li> <li>▪ 쿠진관광(Cuisine tourism)</li> </ul>
적절한 관심	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 보다 다양한 삶의 경험을 위해 지역의 시장, 음식축제, 레스토랑, 양조장 등을 방문</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 요리관광(Culinary tourism)</li> </ul>
낮은 관심	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 단지 신기하기 때문에 지역의 시장과 축제, 레스토랑 등을 방문</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 농촌관광(Rural tourism)</li> <li>▪ 도시관광(Urban tourism)</li> </ul>
무관심	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 여행기간 식사를 해야 하기 때문에 친근하게 보이는 식당 방문</li> </ul>	

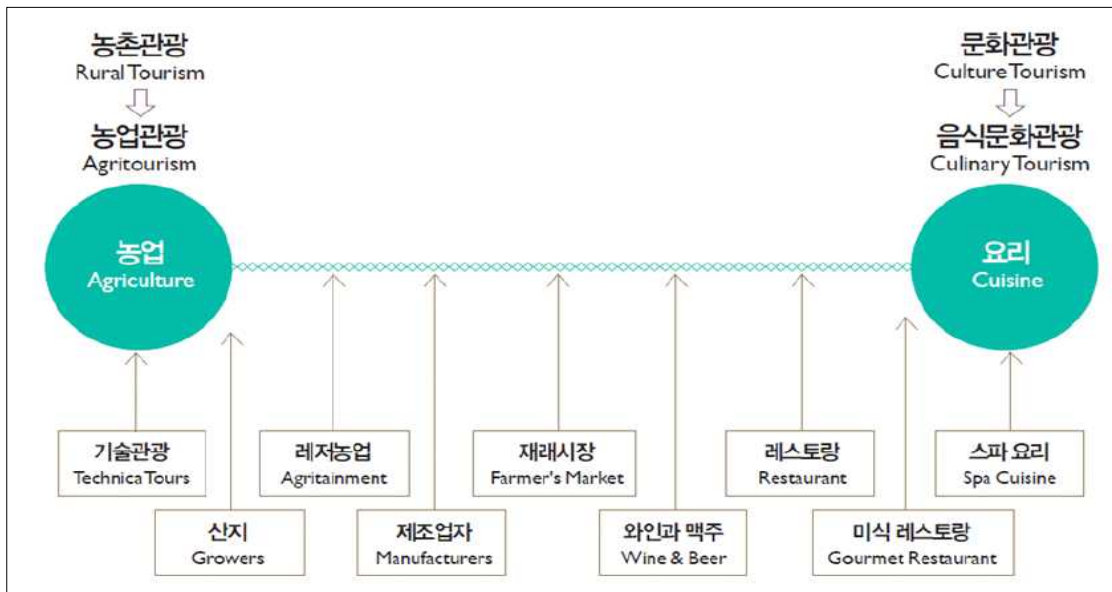
자료 : Hall · Sharples · Mitchell · Macionis(2003). *Food tourism around the world.*

- Gourmet tourism, Gastronomic tourism, Cuisine tourism은 음식과 요리자체에 대해 가장 관심도가 높은 유형으로, 요리자체에 관심을 두거나 음식소비에 관심을 둔 관광형태를 말함



<그림 2-1> 관심도에 따른 음식관광 유형

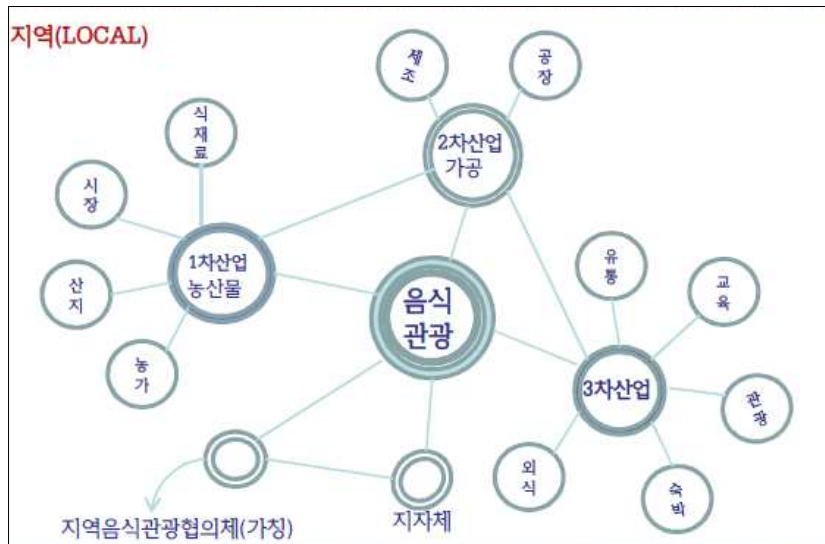
- 유럽에서는 컬리너리 투어리즘(Culinary Tourism)<sup>2)</sup>이 포괄적으로 사용되는데, 지역의 시장, 축제, 음식점, 양조장 등 음식문화와 관광을 접목한 형태임
  - 농산물, 전통시장, 향토음식, 길거리음식 등을 활용한 음식문화관광 형태로 농업을 중심으로 한다는 측면에서 food tourism 보다 일반적으로 사용되며, 인상적인 음식을 추구하면서 동시에 이벤트의 다른 목적을 갖는 형태를 말함



<그림 2-2> Culinary Tourism의 개념

- 우리나라에서 음식관광은 그동안 도시관광 또는 농촌관광의 일부분으로 다루어져왔기 때문에 음식을 1차적인 매력물로 선정하는 음식관광의 유형은 상대적으로 세분화되지 못하는 경향을 보임
- 특히, 농촌에서는 공급자 관점에서 지역(local) 내 식(食)자원의 유통경로를 중심으로 1, 2, 3차 산업이 서로 네트워크를 형성하며, ‘농업+제조업+서비스업’이 연계된 ‘6차 산업화’의 모델이 지역사회 기반의 음식관광으로 사용되어 왔음
  - 지역경제 활성화를 위해서는 식(食)자원을 중심으로 한 ‘지역기반 음식관광산업’의 필요성이 제기되고 있음

2) 컬리너리 투어리즘은 ‘식(食)’ 관련 분야를 ‘관광’이라는 새로운 관점에서 바라보고 경쟁력 있고 매력적인 관광상품으로 개발하고 연계하는 것을 의미하는(최지아, 2011), 음식관광의 유사개념임



<그림 2-3> 음식관광과 6차산업화 네트워크

### 3) 음식관광의 중요성

- 음식은 관광활동을 위한 필수 기반요소로 인식되어져 왔으나, 최근 음식이 그 지역 또는 도시의 문화를 체험하게 하는 문화매개체로서 관심을 받고 있음
  - 식재료, 조리법, 식사법 등 음식문화가 그 지역의 역사와 문화적 전통을 표상하고 있기 때문에 관광과정에서 음식을 섭취하는 것이 곧 문화를 체험하는 것
- (문화매개체) 국가 및 도시브랜딩에서 음식은 가장 대표적인 문화적 코드로 사용되며, 한국문화의 확산·전파를 위해 중요한 영역임
  - 지역의 정체성과 이미지를 나타내는 문화자원으로 가치를 내재하고 있음
- (관광수입의 원천) 음식관광은 지역사회에 직접적인 경제적 효과를 가져올 수 있는 중요한 관광수입의 원천이며, 고부가가치 창출이 가능한 영역임
- (관광 경험의 질을 결정하는 중요요소) 음식은 관광경험의 질을 평가하는 중요요소로 체류형 관광 및 재방문 결정에 중요한 요소로 작용하며, 성별과 연령대를 초월하고 공통의 관심 영역으로 대두
- (관광산업 경쟁력의 원천) 음식관광은 전후방 파급효과가 크기 때문에 지역관광의 경쟁력 강화를 위한 잠재력을 보유하고 있음

## 2. 음식관광 트렌드

### 1) 국내 외식트렌드<sup>3)</sup>

#### □ 외식소비형태 변화

- 지속적인 불경기, 출산율 저조, 1~2인 가구 증가로 인해 대량, 고가 음식/제품보다는 소량, 적당한 가격에 대한 Needs들이 강해짐
  - 따라서 혼자서도 쉽게 부담없이 먹을수 있는 포장메뉴 DIY 제품이 인기를 끄
- 고령화, 핵가족화 등 사회적 요인에 따라 **HMR<sup>4)</sup> 시장의 성장**
  - RTE(Ready to Eat), RTC(Ready to Cook), RTH(Ready To Heat) 등이 있으며, 싱글족 등 1인 가구의 증가, 맛별이의 일반화 등으로 시장이 급성장중임
  - 슬로우푸드 운동과 상반되는 경향을 보이며, 식자재의 문제와 기존 패스트푸드와 비교하면 가격이 높다는 점이 제약요인으로 나타나고 있음

#### □ 힐링, 웰빙, 건강 등 안전과 건강한 식단에 대한 관심 증대

- 웰빙을 추구하는 사람들이 늘어나고, '힐링'까지 중요한 트렌드로 자리 잡음에 따라 건강에 좋은 음식을 찾는 트렌드가 형성됨
  - 채식요리, 저칼로리 요리, 담백한 요리에 대한 관심이 높아지면서 친환경 국내산 식자재와 웰빙 조리법에 대한 수요도 같이 증가하고 있음
- 중국산 식재료에 대한 불신, 2011년 대지진으로 인한 일본수산물외 방사능 오염에 대한 불안으로 식품안전에 대한 불안감이 높음
- 특정 지역의 농가와의 직거래, 레스토랑 직영 농장(밭)의 운영이 가속화되면서 외식업체의 마케팅 전략으로 로컬푸드, 국내산 식재료 사용을 홍보하는 레스토랑이 증가하고 있음

3) 한국농수산물유통공사(2013)의 국내외식트렌드 조사 등을 바탕으로 요약정리한 내용임

4) HMR(Home Meal Replacement) : 바로 먹거나 간단한 조리과정만 거치면 한 끼 식사를 해결할 수 있는 '식사대용식'을 말함. 내식도 외식도 아니 중식이라 할 수 있음

## □ 외식산업 신규마케팅 전략 부각

- 외식산업에서는 소비자들의 이목을 끌 수 있는 감성마케팅, 복고마케팅, 여성마케팅 등 특정 연령대, 성별을 대상으로 한 마케팅전략이 주를 이루고 있음
  - 특히, 외식 마케팅에서는 영화나 드라마를 이용한 복고마케팅인, 네이밍 마케팅 전략이 부각되는 경향을 보임

## □ 외식산업과 IT 결합 증가

- 스마트폰이 보편화됨에 따라 스마트폰이 외식에 미치는 영향이 강해짐
  - 맛집어플, 사용후기 작성 등이 활발해지고 쿠폰, Social Commerce를 통한 할인권 구매 등 다양한 행태를 보임

## □ 2013년 외식산업 Hot Trend

- 거시적인 측면에 국내 외식산업은 시장양극화, 식재료에 대한 관심증가, 메뉴의 다양화, 전문인력의 감소 등의 트렌드를 보이고 있음
- 시장양극화에 대한 대응, 식재료에 대한 관심이 외식소비 트렌드를 주도하고 있으며, 복고마케팅의 경우 메뉴에까지 영향을 미치고 있음
- 특히, 정부의 한식세계화 사업과 더불어 한류문화에 대한 영향으로 전통 식문화에 대한 관심이 높아짐
- 향토음식을 이용한 관광상품개발(음식축제, 체험프로그램)이 증가하면서 이를 강조한 요리법과 음식에 대한 수요가 늘고 있음
  - 다른 한편으로는 에스닉(ethnic) 푸드를 전문으로 하는 레스토랑이 증가하고 있으며, 기존에는 인도, 베트남 음식에 국한되어 있었으나 점차 확대되고 있음

## 2) 음식관광 트렌드

- 음식은 그 동안 관광활동의 일부로 인식되었으나 이제는 음식을 목적으로 한 관광이 증가하고 있음

Trend	Trend에 따른 Keyword							
시장 변화	시장 양극화	식재료	Menu	인력감소	거시적 측면			
	Premium 시장	저가시장	국내산	품목감소			벤치마킹	전문성 결여
		저가경쟁		특용작물			전통식	외국식
							국산 식재료	외국식 조리법
힐링	유기농	저염식	건강	힐링 메뉴	마시적 측면			
	로하스	MSG사용		힐링 서비스				
복고	70-80	Story Telling	팔죽	옛날 도시락			경향식	
	80-90		팔빙수					
홈메이드	쉬운 레시피	HMR	Own/mine	소규모 Restaurant	마시적 측면			
스마트폰	검색	방문	공유	Social Commerce				
	APP사용	추천 Restaurant		할인 쿠폰				
		추천 Menu						

<그림 2-4> 2013년 외식산업 Hot Trend

자료: 한국농수산물유통공사(2013)

- 세계관광기구(UNWTO)는 ‘Global report on food tourism’에서 음식관광 관련 응답자의 약 88.2%가 관광목적지의 브랜드와 이미지에 음식이 전략적으로 활용되고 있다고 발표하였음
- 여러 문화관광자원들 가운데 관광객이 쉽게 접할 수 있는 것이 음식이며, 음식은 관광객의 경험을 형성하는데 있어서 필수적인 요소임(Dittermer, 2001; Hall & Sharples, 2003; Hjalager & Richards, 2002; Williams, 1997)
  - 여행 중 지역의 다양한 음식을 경험한다는 것은 중요한 매력요소이며 높은 수준의 문화체험으로 사회적 관광자원이라 할 수 있음
- 따라서 관광선진국들은 한 나라의 문화가 응집되어 표출되는 ‘음식’을 관광의 주된 소재로 삼아 관광상품들을 개발하여 성공적으로 운영하고 있음

- 세계적으로 별미를 맛보거나 전통 요리방식을 체험하기 위해 음식명소로 휴가를 떠나는 여행객이 증가하고 있으며, 미국 여행객의 18%는 음식관광객으로 추정
- 미국 대표 음식관광 상품은 'California 와이너리 투어'로 식(食) 자원을 문화콘텐츠와 결합해 지역브랜드 감성마케팅에 성공한 사례라 할 수 있음
  - 와인 산지를 방문하여 와인이 만들어지는 과정도 배우고 시음도 하고, 멋진 레스토랑에서 와인과 함께 맛있는 식사도 하면서 여행을 즐기는 것
  - Napa Valley의 경우 와이너리 배경의 영화 SIDEWAYS 흥행으로 캘리포니아 와인산업 및 관광산업이 크게 활성화 되었음
  - 2년에 한번씩 World Gourmet Summit(세계 미식가대회)를 통해 세계적 스타 요리사들과 음식전문기자, 음식평론가, 와인과 양조제조업자 등 식음료 관련 사람들이 2주동안 레스토랑에서 미식이벤트를 개최하는 미식축제임
- 일본은 국가에서 35억엔을 투자해 1994년 신요코하마 라면박물관 이라는 음식 테마파크를 조성하여, 음식자원을 활용한 놀이공간 조성이라는 신개념을 창출하고 있으며, 연간 150만명이 방문하는 인기관광지로 부상하였음
- 특별한 음식을 원하는 소비자 욕구와 함께 다양한 매체를 통한 맛집과 음식소개가 각광을 받게 됨에 따라 국내에서도 식도락에 대한 수요가 증대되고 있음
  - 특히, TV에서 음식과 관광지를 연계하여 소개하는 식도락 관광프로그램 증가와 교육적 여행수요의 증대는 식도락<sup>5)</sup> 관광에 대한 관심과 수요증대로 이어짐
- 우리나라 국민들의 국내외 관광에서 주요 활동 2위는 음식 관광활동
- 국내에서도 음식이 관광요소 중의 부분이 아니라 음식관광 자체가 목적관광의 아이템으로 대두되고 있으며, 웰빙(well-being), 슬로우 투어(slow-tour) 등과 함께 지속성장할 것으로 예상됨
  - 2011년 국민여행실태조사에 따르면 국민들이 관광지에서 음식관광 활동은 18.2%, 방한 외래관광객의 식도락 관광활동은 46.1%로 증가하는 추세임
- 국내에서 음식관광 상품이 본격적으로 판매되기 시작한 것은 회식문화를 중심

---

5) 식도락(食道樂, gourmandism)은 음식에 대한 관심과 몰입을 나타내는 가장 높은 단계를 나타냄

으로 한 외국인 대상상품을 운영하면서부터라고 볼 수 있음

- 최근 가장 주목 받고 있는 요리 중 하나는 길거리 음식(Street food)으로, 음식 문화가 발달한 프랑스에서도 최근 다양한 볼거리를 제공한 브루클린(Brooklyn)과 같은 푸드트럭(food-trucks)이 인기를 얻고 있음
- 푸드트럭과 같이 햄버거 뿐만 아니라 아이스크림, 감자 튀김, 타코와 같은 다양한 종류의 먹거리를 만들어내며, 질 좋은 재료로 다수의 소규모 전문 로드 샵을 오픈하게 하는 생활속 음식관광이 세계적인 트렌드로 대두되고 있음



## 제 2절 음식관광 연구동향

### 1. 국내외 음식관광 연구동향

- 해외의 음식관광에 대한 연구는 1990년대 요리학회, 음식협회 등을 중심으로 시작되었으며, 최근에는 관광객 뿐만 아니라 지역의 생산물 판로 확보 및 지역발전전략 측면에서 음식관광의 연구범위가 확대되고 있음
  - 음식관광의 연구영역은 초창기에는 차(茶)관광, 맥주관광, 와인관광 등 음료와 관련된 ‘Beverage tourism’에 대한 연구가 주를 이루었으나, 문화전략 및 도시 브랜딩 전략 등으로 연구영역이 넓어지고 있음
- 국내 음식관광은 2009년 문화부에서 ‘정부의 한식세계화를 위한 음식관광 활성화 방안’을 시작으로 농림부, 한국관광공사 등의 중앙부처와 각 지방자치단체를 중심으로 이루어지기 시작하였음
- 국내 음식관광의 내용은 크게 4가지로 정리할수 있음<sup>6)</sup>
  - 첫째, 연구의 대상이 향토음식을 대상으로 하고 있다는 것인데, 식품산업과 연계한 향토음식 육성에 대한 정책대응 연구가 주를 이루기 때문으로 해석됨
  - 둘째, 음식자원의 자료수집을 중심으로 한 기초자료 조사 성격의 연구로, 음식관광의 대상이 되는 자원을 찾는 초창기의 연구들이 해당함
  - 셋째, 음식자원의 관광상품화 방안에 대한 연구는 음식자원의 스토리 발굴 등 기초연구에서 한 한계 나아간 전략 연구들이 해당함
  - 넷째, 외국인을 중심으로 관광객들의 음식에 대한 인식조사와 관광활동의 만족도와 음식의 관계를 규명하기 위한 연구들이 수행되어 왔음
- 국내 음식관광의 연구는 역사가 길지 않고 국내 관광시장에서 음식을 직접적인 관광매력물로 인식하기 시작한지가 오래되지 않았기 때문에 구체적인 실행 연구보다는 전반적으로 기초적인 연구가 주를 이루고 있음

---

6) 강원발전연구원(2007)의 연구를 바탕으로 연구자 재작성

- 음식관광 시장이 확대되고 음식관광의 중요성에 대한 인식이 확대되면서 국내 외적으로 음식관광을 활성화하기 위한 실행방안 연구들이 최근 이루어지고 있음
- 세계관광기구(UNWTO)에서는 음식관광의 성공 요인을 일곱 가지로 제시하고 있으며, 세부요인인 지역, 상품, 문화유산, 지속가능성, 질, 커뮤니케이션, 협력으로 구분함

<표 2-2> 음식관광의 성공요인(WTO)

요인	세부내용
지역	• 지역은 음식 제공의 중추적인 역할을 하며, 타 지역과 차별화를 위한 요소로서 지역 정체성을 확보
상품	• 특정 지역의 문화자원과 자연자원을 그 지역의 정체성을 확립시키는 관광상품으로 전환
문화유산	• 음식관광 상품 구성 및 사업화를 성공시키기 위해서는 지역의 문화적 특성에 대한 고려 필요
지속가능성	• 음식자원의 개발에 있어서 지속가능한 가치 지향
질적수준	• 지역 생산품의 보전, 인적자원의 전문성 확보 등 음식관광 목적지의 질적수준 제고
커뮤니케이션	• 관광목적지에서 음식관광에 관한 수준 높은 안내 서비스 제공
협력	• 음식산업과 관련한 주요 행위자간 협력체계 구축

자료: UNWTO(2012), Global Report on Food Tourism

- 이태희(2012)는 음식관광의 성공요인을 철저한 시장조사, 음식문화관광 상품디자인, 홍보 및 마케팅, 교육과 훈련, 이해관계자의 협력 등 5가지로 정리하였음

<표 2-3> 음식관광의 성공요인(이태희)

요인	세부내용
철저한 시장조사	• 수요조사, 타당성조사, 실태조사, 경제적 파급효과 분석 등
음식문화관광 상품 디자인	• 지역의 음식문화관광자원 발굴, 독특한 체험상품 설계
홍보 및 마케팅	• 독자적인 음식관광 브랜드 이미지 개발, 목표고객 명확화, 언론노출 포럼/워크숍/세미나 활성화 등
교육과 훈련	• 지역음식관광 전문가 육성, (향토) 음식관광 연계전공 개설 • 관련 자격제도 도입, 지역음식문화 강좌 확대
이해관계자의 협력	• 다양한 정보공유의 장 마련, 지역관광 수용태세 개선 • 음식관광지역협의체 구성

## 2. 지방자치단체 음식관련 정책 연구동향

- 각 지방자치단체의 특성에 맞는 음식관광을 육성하기 위한 관련 정책연구들이 수행되고 있으며, 지역의 음식관광 현황조사를 바탕으로 하고 있음
  - 강원도는 강원도 음식관광자원의 인벤토리 작성 및 관광객 실태조사를 중심으로 한 향토음식의 관광자원화 방안과 발전정책을 수립하고 있음
  - 경기도 역시 음식관광자원의 현황조사를 통해 관광산업과 연계하기 위한 발전방향과 세부 추진정책들을 도출하였음

<표 2-4> 지방자치단체 음식관광 활성화 관련 연구현황

연도	출 처	연구제목	주요 연구내용
2007	강원발전연구원	강원도 음식관광 활성화방안 연구	• 강원도 음식관광자원 현황과 관광객 실태조사를 통한 음식관광 목적지로서 발전정책 모색
2008	경남발전연구원	경남 소프트관광 활성화 방안	• 테마관광, 쇼핑관광, 음식관광 등 문화관광 활성화 방안 연구
2009	부산발전연구원	부산시 음식관광 활성화방안 연구	• 음식관광자원 현황분석 및 설문조사를 통한 구체적이고 체계적인 부산 음식관광 활성화방안 모색
2010	경기개발연구원	신한류콘텐츠 음식관광 활성화 방안	• 경기도 음식관광자원 현황조사 및 관광객 실태조사를 바탕으로 관광연계방안 모색

- 경기도의 음식관광 육성정책의 세부내용은 음식(점)의 명품화 음식관광 인프라 구축, 음식관광 상품화, 음식축제 상품화 등의 내용을 포괄하고 있음

<표 2-5> 경기도 음식관광정책 세부내용

주요 추진정책		세부내용
경기도 음식(점)의 명품화	<b>(표준화)</b> 전통음식 표준조리법 연구·개발 모범음식점 질적수준향상 식당위생등급제 도입 한식메뉴 외국어표기 정례화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농업기술원에서 추진 중인 향토음식 프랜차이즈화 연구와 연계</li> <li>• 2006년부터 모범음식점 지원에 856억원의 예산 투입한 모범음식점 제도 개선</li> </ul>
	<b>(고급화·전문화)</b> 식기의 고급화 포장기술 혁신→ 가공음식 고급화 푸드디자인 개발 음식평론(경기형 미술평가이드)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음식의 맛뿐만 아니라 식기와 포장 등을 타 산업과 연계함으로써 산업적 규모를 늘리고 음식관광 활성화의 기반 구축</li> </ul>
	<b>(차별화)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 궁중음식을 비롯한 경기도 전통음식을 올바르게 계</li> </ul>

	경기도 음식의 역사적 고증 경기도 대표음식 선정 대표 음식점 발굴 및 지원 소비자 기호에 따른 다양성 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>승발전시키는 차별화전략 수립</li> <li>역사성과 정체성을 지닌 음식점 발굴 및 지원을 통해 단순 음식제공 뿐만 아니라 장소의 의미를 제고</li> </ul>
음식관광 인프라 구축	음식관련 문화체험시설 구축 (박물관, 갤러리, 역사관)	<ul style="list-style-type: none"> <li>음식을 테마로 한 전문적인 전시공간으로 체험기능과 판매서비스 기능까지 하는 문화체험시설 제안</li> </ul>
	음식경관 정비 및 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>프랑스의 와인경관지구, Foodscape 등 물리적 환경 조성을 통한 경관정비</li> </ul>
	경기도 음식명장제도 도입	<ul style="list-style-type: none"> <li>독일은 명장(Maestro)제도가 가장 잘 발달된 국가로 이를 벤치마킹하여 지원·육성</li> </ul>
	스타 요리사 발굴 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>전국 규모의 음식경연대회 개최 및 세계 규모의 음식 경연대회에 참가하는 기회마련</li> </ul>
	음식 인재양성 전문학교 설립	<ul style="list-style-type: none"> <li>타국가의 유명 음식 전문학교와 교환학생 프로그램을 마련할 수 있도록 전문가 지원</li> </ul>
	지역 대표음식 스토리 보급	<ul style="list-style-type: none"> <li>경기도 31개 시·군 대표음식 스토리를 외국어로 번역하여 보급</li> </ul>
	경기도 맛지도(Food Map) 제작	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역특산물이나 향토음식 중심 새로운 맛지도 제작</li> </ul>
	공신력 있는 음식관광 가이드북 제작	<ul style="list-style-type: none"> <li>'2009 경기음식문화 맛기행' 평가 및 수정</li> </ul>
음식관광 상품화 전략	경쟁력있는 관광루트 및 패키지 상품개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>화성행차시 궁중요리 재연코스 개발</li> <li>유네스코 세계문화유산과 연계한 음식관광코스 개발</li> <li>경기도 길과 연결한 명품맛집 발굴 및 지원</li> <li>전통주막 재현 및 명소화</li> <li>경기도 사찰음식과 연계한 관광상품 개발</li> <li>포천 막걸리조합을 이용한 관광코스</li> <li>미디어(영화, 드라마, 만화)속 음식관광코스</li> </ul>
음식축제 상품화	광역적 차원의 Grand Food Festival 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>31개 경기도 시·군의 대표음식을 연계한 광역적 차원의 음식관광축제 개발</li> <li>기존 음식축제의 질 관리</li> </ul>
통합 커뮤니케이션(IMC) 전략 수립		<ul style="list-style-type: none"> <li>ATL(Above the Line): TV,신문, 인터넷, 마케팅, 인터넷, 케이블 TV</li> <li>BTL(Below the Line): 대인커뮤니케이션</li> <li>CTL(Cross-over the line): ATL+BTL</li> </ul>

- 부산시는 음식자원의 관광콘텐츠화, 향토음식의 관광상품화, 인력양성 및 음식관광전문화 등의 전략을 바탕으로 세부 추진정책을 제시하였음
- 향토음식과 관련된 정책은 지역사회에 미치는 영향이 매우 크다는 측면에서 전라북도 음식관광 정책에도 시사하는 바가 큼
- 특히 향토음식 관련 정책은 농림수산식품부와 농업진흥청에서 최근 적극적으로

추진하고 있는 정책이기 때문에 부처간 연계를 통한 관광상품 개발이라는 측면에서도 의미가 있을 것으로 판단됨

<표 2-6> 부산시 음식관광정책 세부내용

주요 추진정책		세부내용
음식자원의 관광콘텐츠화	향토음식점 스토리텔링 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역적 이야기와 역사를 담고 있는 음식과 향토음식점을 발굴하고 스토리텔링화</li> <li>- 동래파전, 돼지국밥, 구포국수, 산성토산주 등</li> </ul>
	테마를 가진 먹거리존 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>특성화된 테마거리 집중육성·지원</li> </ul>
	음식관광자원 목록화 및 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>음식관광자원의 지속적인 업데이트 관리</li> </ul>
향토음식 관광상품화	지역 대표음식점 지정	<ul style="list-style-type: none"> <li>심의위원회를 통해 지역대표 음식점 지정</li> <li>홍보 및 서비스 모니터링 실시</li> <li>위생상태, 서비스수준, 음식 개선정도를 정기적으로 모니터링하고 관리감독</li> </ul>
	향토음식관련 박물관 및 전시관	<ul style="list-style-type: none"> <li>향토음식과 관련된 조리도구, 향토음식, 자료전시, 음식관련 기념품 제작</li> </ul>
	체험형 향토음식 축제 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>요리사, 외국인 등 다양한 주체를 대상으로 요리 경진대회 개최</li> </ul>
	향토음식 관광패키지 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>(뉘시+음식), (축제+음식), (숙소+음식), (재래시장+음식), 선상음식 프로그램 등</li> </ul>
인력양성 및 음식관광 전문화	음식관광 전문인력 양성과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 전문대학과 연계</li> <li>생산자 그룹 및 지역 대표음식점과 연계</li> </ul>
	Star chef·명인 육성 및 활용	<ul style="list-style-type: none"> <li>향토음식 무형문화재 지정 및 조례 제정</li> <li>향토음식 명인 육성을 통해 Star chef 홍보</li> </ul>

- 각 지자체에서 제안하는 음식관광 관련 정책은 중앙부처의 지원정책과 크게 차별화하는데 어려움이 있고, 특히 민간영역을 공공에서 지원하는 정책적 수단에 한계가 있다는 공통점이 있음

## 제 3절 음식관광 관련 정책동향

### 1. 중앙정부의 음식관광 관련 정책

- 중앙정부의 음식관광 관련 정책은 문화체육관광부, 농촌진흥청, 한국관광공사 등을 중심으로 개별적 혹은 연계정책으로 추진되고 있음

#### 1) 다부처간 연계정책

##### (1) 한식세계화 관련 사업

- 중앙정부 차원에서 음식관광에 대한 정책적 관심은 이명박 정부에서 한식세계화 정책을 시작하면서 본격화 되었음
- 한식세계화 추진은 농림수산물식품부, 문화체육관광부 등 5개 부처를 중심으로 주로 한식을 해외시장에 전파하기 위한 기반확충에 초점을 맞추어 진행되어왔음
  - 2003년 보건복지부에서 숙박·외식산업 발전을 위한 TFT 구성
  - 2005년 한브랜드(한스타일) 육성정책(한식, 한복, 한지, 한옥, 한글, 한국음악)
    - 한국음식 300선 책자제작 및 표준조리법 사업
  - 2006년 한브랜드 박람회 개최(한식 포함)
    - (국가정보원) 한국 음식의 세계화 추진전략 수립
  - 2007년 식품외식산업 업무가 농식품부로 이관
    - (문화부) 전국관광식당 100곳 선정 및 방문 컨설팅
    - (한국관광공사) 중국인 접객식당 운영매뉴얼 제작
  - 2008년 한식세계화 선포
  - 2009년 한식세계화 추진단 발족
  - 2010년 한식재단 출범
- 한식세계화 관련 정책계획에서는 장기사업으로 ‘음식(Eat)’과 ‘예술·재미(Entertainment)’를 융합의 내용이 포함되어 있으나 기본적으로 농식품과 연계한 산업발전전략의 성격이 강하기 때문에 음식관광 정책이 구체화되지는 못함

## 한식 세계화를 통한 국가 경쟁력 확보

<b>핵심정책 과제방향</b>	<b>한식 세계화 기반 구축</b>	<b>한국음식 경쟁력 강화</b>	<b>농산물 수출 연계</b>
	-해외 한식당 DB 구축 -한식 세계화 전담기구 운영 -민·관·학 TFT 구성 -관련법 제·개정 및 제도 개선	-한국음식 홍보사업 -해외진출 지원 방안 -한국음식의 고급화 -한국음식의 선진화 -한식당 경영주 초청 사업 -한식당 직원 교육 -고부가가치 상품 개발	-한국 농식품 이미지 개선 -농식품 연구&개발 강화 -농식품 판로 개척 -농식품 전문수출기업 육성 -지역농산물 가공상품 개발 -지역축제 활성화 -소비자 보호제도 도입
<b>정책추진 기본방향</b>	○ 한국음식의 질 향상 ○ 한국음식의 경쟁력 제고 ○ 한국음식의 소비 확대		
<b>사업목표</b>	2008년~2009년	세계화 전략 수립을 위한 기반 구축 및 해외 홍보 강화	
	2010년~2013년	한식 상품화 수출 및 해외 한식당 활성화	
	2014년~2015년	한식의 세계 5대 음식화 및 음식문화의 상품화	

<그림 2-5> 한식세계화 사업목표 및 핵심정책 방향

### (2) 박근혜 정부의 음식관광 활성화 추진계획

- 새 정부에서는 타 산업과의 융복합을 통한 관광산업의 선도모델로 음식관광을 집중 육성할 계획을 발표하였음
- 기본방향은 전통음식과 문화를 연계한 「음식관광 활성화」 추진을 위해 각 부처 간 장점은 최대한 살리고, 단점을 보완하여 시너지 효과를 극대화하는 것임
  - 문체부와 농식품부 간 한국음식 및 음식관광 관련 민관합동 협의체를 구성·운영하고 협업사업을 발굴·추진하며, 농식품부는 음식콘텐츠 발굴 및 자원화에 문체부는 음식을 활용한 관광상품 개발 및 인프라 구축의 역할을 담당함

- 문체부-농식품부 간 협업추진 합의('13. 4.5/ 1차 정책협의회)
- 협의체(TF) 구성·운영, 협업과제 발굴 등 합의('13.4.24/ 2차 정책협의회)
- 협업 추진과제(안) 마련 협의('13.5.29/ 3차 정책협의회)
- 추진과제 및 방안 등 논의 실무협의 및 TF 운영(2013. 5월말~)

- 한식 및 음식관광 활성화 협의체(정부, 공공기관, 민간단체 및 연구소 등포함)
- 협업사업은 시너지 효과가 높은 기존 사업을 중심으로 전통음식 콘텐츠 개발 및 스토리텔링, 한국 음식의 국내외 홍보, 음식관광 인프라 개선 등을 통한 관광상품 개발을 중점적으로 추진할 예정임

<표 2-7> 음식관광 활성화 추진계획(농림부, 문화부)

전략	내용	세부사업
음식자원의 스토리텔링을 통한 관광상품화	고택·종택과 연계한 종가음식의 산업화 및 관광상품화	종가음식 체험프로그램 운영 종가음식의 산업화
	한식콘텐츠를 연계한 관광상품화	전통음식 명인 및 전통음식 생산현장 연계 음식관광 상품개발
한국음식의 홍보강화	국제행사 및 문화교류 활용 음식관광 이벤트 개최	주요 국제행사 및 문화교류 계기 한국음식 이벤트 공동 참가
		한류관련 이벤트(K-Food in K-pop)와 연계한 한국음식 홍보
	국제기구(UNWTO, OECD) 활용 음식관련 국제컨퍼런스 공동개최	
	해외 문화기관 등 활용 한식 및 식문화 홍보	해외 한국문화원 등 연계한 해외 한식교육 실시 해외 문화관광 기관 등 활용 한식 홍보 추진
음식관광 인프라 개선	음식관광 전문 안내인력 육성 시스템 구축	음식관광 전문교육과정 개설 및 운영
		전문 분야별 관광안내인력 DB 구축
	음식홍보 가이드북 제작 등 수용태세 개선	미슐랭 레드가이드 발간 추진
		맛 지도 제작
		메뉴판 표기 등 식당문화 개선
한식 콘텐츠의 관광자원화 기반구축		

### (3) 기타

- 향토음식과 관련하여 여러부처에서 사업을 추진해오고 있으며, 정책의 추진근거와 내용에는 차이가 있으나, 지역의 향토음식을 계승·발전한다는 정책적 목표는 동일함



- 문화관광부의 무형문화재 계승발전(문화재보호법)을 위한 장인지정, 농림부의 전통식품 육성(농산물가공산업 육성법) 등이 대표적임

<표 2-8> 향토음식 관련 부처간 법률근거 및 주요 연구내용

연도	관련법률	주요 연구내용
문화관광부	문화재보호법 문화산업진흥기본법	• 전통음식 관광자원화 사업
	-	• 한국음식 표준화, 한브랜드
	문화재보호법 문화산업진흥기본법	• 중요무형문화재 지정
농업진흥청		• 향토음식 맥 잇기 사업 • 농산물가공 장비지원
안전행정부		• 향토지적재산육성사업
지방자치단체	조례, 고시	• 향토음식의 발굴, 모범업소 지정, 홍보지원 등

## 2. 부처별 음식관광 관련 추진 정책

### 1) 문화체육관광부

#### (1) '음식테마거리 관광활성화 지원' 사업

- 문화부는 전국에 산재한 음식테마거리를 외래관광객 유치에 위한 음식소재 관광활성화 거점으로 육성하기 위한 시범사업을 추진하고 있음
- 한국음식의 대표성과 스토리텔링 및 상품화 가능성이 있는 단일음식거리를 대상으로 선정하여 음식서비스 인프라를 개선하고 연계 관광상품을 개발하는 내용임
  - 음식테마거리 관광인프라 개선사업은 메뉴, 식자재, 시식법 등이 포함된 메뉴판 등의 개선사업과 테마음식 BI 개발, 음식스토리 발굴 및 활용사업 포함
  - 음식테마거리 홍보·마케팅 사업은 테마거리 연계 관광코스 개발, 홍보물 제작 배포 및 팸투어 지원 등의 사업이 포함되어 있음
- 2013년에는 전북 남원추어탕 거리를 비롯하여, 서울 신당동 떡볶이, 대구 안지랑 곱창골목, 강원 초당두부, 부산 민락도 횃집 등 5개 사업을 선정, 추진하고 있음

## (2) '한국음식 관광산업화' 사업

- 문화부는 한국음식을 소재로 한 관광콘텐츠를 발굴하여, 이를 토대로 관광상품 소재를 발굴하고, 테마형 관광상품을 개발·지원하기 위한 정책을 추진 중임
- 한국음식 관광산업화는 ① 한국음식과 함께 전통문화(K-Culture)를 외국인 관광객에게 소개하여 음식관광 잠재수요 창출에 기여할 수 있는 사업 ② 한류산업(K-Pop, Drama + K-Food 연계 전략) 등 한국음식 홍보 강화를 위한 사업을 대상으로 관광상품 모델을 개발하고 관리, 홍보하는 것을 목표로 하고 있음
- 세부 추진사업은 음식관광 수용태세 개선, 음식관광 홍보마케팅 사업으로 나누어 추진하되, 공모사업을 통해 음식관련 관광콘텐츠를 발굴하고 음식관광산업 활성화를 도모하기 위한 민간참여 유도 및 사업효율성 제고를 목적으로 함
  - 2013년에는 5개 내외의 사업에 각 1억원 내외의 국고를 지원할 계획임

## (3) 기타

- 관광객 음식서비스 개선 정책, 사찰음식 관광상품화 등을 한국관광공사와 공동으로 추진하고 있으며, '김치연대기' 등 한국음식 홍보정책을 추진하고 있음

## 2) 농림수산물부 및 농촌진흥청

- 농림수산물부부는 '한식세계화'정책 이전부터 지역의 향토음식 발굴 및 식자재 공급시스템과 연계한 한식 산업기반 확충 등의 정책을 추진해 왔음
- 특히, 우리나라 대표 식품인 김치 소비확대를 위한 품질표준화, 술과 천일염 등에 대한 품질 인증제 등을 도입 중에 있으며, 새정부에서는 '전통주'의 산업화에 주력하고 있음

### (1) 우수 외식업지구 육성사업

- 우수 외식상품, 서비스의 제공이 가능하고 지역경제 활성화에 기여할 것으로 기대되는 지구를 선정하여, 지구내 우수 식재료 소비촉진 사업을 지원
- 2012년부터 추진해오고 있는 우수 외식업지구 육성사업은 시도지사가 지정한 우수 외식업 지구 중에서 지구별 사업계획서를 종합적으로 평가하여 상위 5개

지구를 선정하고 있음

- 전라북도에서는 2012년 전주 한옥마을이 우수 외식업 지구로 선정되었음

## (2) '농가맛집' 육성사업

- 농촌진흥청은 지역농업과 문화가 연계된 향토음식을 발굴화하고 상품화하기 위한 “농가맛집7)” 사업을 추진하고 있음
  - 2007년부터 2012년까지 총 74개소의 농가맛집을 발굴하였으며, 2015년에는 118개, 2017년까지 158개로 농가맛집을 ‘확대·발굴’할 계획임
- 농가맛집으로 선정되기 위해서는 식재료, 식단, 스토리텔링, 체험 등에서 일정한 자격을 갖추어야 함
  - **(식재료)** 지역에서 생산한 농산물과 천연조미료만을 사용하는 로컬 푸드이면서 오염이 없는 재료를 사용한 착한음식일 것
  - **(식단)** 할머니의 손맛을 이어받은 전수자가 전통방식으로 조리한 향토음식, 집안내력음식, 제철음식을 제공할 것
  - **(스토리텔링)** 텃밭의 채소, 그것을 가꾸는 농부, 음식에 담긴 이야기, 추억 등 스토리가 있는 음식으로 감동을 선사할 것
  - **(체험)** 직접 음식을 만들고, 만든 음식을 먹어보는 음식 체험 등 농촌생활·문화를 체험할 수 있는 추억을 제공할 것
- 농촌진흥청은 또한 민·관협력 농촌체험마을 여행상품 개발 보급을 지원하고 있으며, 코레일과 지자체가 공동으로 추진하고 있는 “레일그린”이 대표적임
  - 레일그린 여행상품 이용객은 2012년 5천명 정도로 특히 농촌지역의 음식관광 활성화에 효과를 보이고 있으며, 2017년까지 5만명 규모로 확대할 예정임

---

7) 농가맛집은 농업인의 진정성과 이야기를 슬로푸드로 제공하는 신개념의 치유형 농촌식당으로서, 농촌진흥청에서 향토음식 전승 및 농외소득 향상을 위해 2007년부터 “향토음식자원화사업”으로 육성하고 있음

### 3. 타 지자체 음식관련 정책유형 및 사례

#### 1) 지방자치단체 음식관련 정책유형 및 사례

- 지자체에서 추진하고 있는 음식관광정책은 크게 **대표음식(음식점) 발굴·지원 사업, 음식축제 및 박람회 개최, 음식관광상품 개발 및 지원** 등으로 구분됨
- **(대표음식점 발굴)** 경상북도는 지역음식의 경쟁력 강화를 위해 특화된 대표 음식을 발굴·육성하고 있으며, 평가를 통해 각 시군에 5,000만원씩 연간 3억원의 예산을 지원하고 있음
  - 선정된 시·군에는 지역별 특산물을 활용한 대표음식의 브랜드화 개발 및 보급
  - 경북의 문화자원과 대표음식을 연계한 음식관광 상품화 등 지원
- **(음식관광 관련 이벤트 및 국제대회 개최)** 최근 많은 지자체에서 가장 적극적으로 추진하고 있는 정책으로, 2012 대전세계조리사대회 등이 대표적임
  - 대구시는 음식관광박람회를 통해 ‘음식+문화+산업’을 연계하기 위한 정책을 꾸준히 추진해왔으며, 전라북도도 ‘식품산업+음식+축제’ 등의 정책을 추진하고 있음

#### <대구광역시 음식관광박람회>

- 대구광역시는 2013년까지 12회의 음식관광박람회를 개최하면서 지속적으로 음식관광을 발전시켜왔음
- 2012년에는 대구국제식품산업전과 동시개최를 통해 박람회의 시너지 효과를 극대화하였고, 유명 관광지과 음식을 연계한 ‘누들로드 맛투어’ 운영이 호평을 받음
- 2013년 음식관광박람회 기간에는 전국에서 관광객 700명을 선정하여 대구 근대 골목과 육신사, 강정고령보 등을 둘러본 후 서문재래시장의 누른국수, 동곡할매 국수를 체험하는 무료체험 프로그램을 운영하였음
- 골목 음식투어, 세계음식여행, 제과제빵명가관, 아웃푸드-캠핑요리관 운영, 동네 빵집알리기 프로젝트 등은 대구시의 대표 음식관광상품으로 자리잡았다고 평가됨

- **(음식관광 상품 개발·지원)** 대구시의 음식관광상품 개발 및 지원 정책은 전반적으로 성공적으로 평가받고 있으며 전라북도에도 시사해주는 바가 큼

- 대구시 서구에서 추진하고 있는 ‘웰빙음식 육성사업’은 6개월간 음식점 대표와 요리 전문가들이 14개 대표 메뉴를 만들고, 이 메뉴를 판매하는 음식점 13곳을 ‘웰빙음식 특화업소’로 지정하여 지원하는 정책임
- 지역 대표음식을 통한 도시경쟁력 향상과 관광기반 확장에 목표를 두고 정책을 추진한 결과 ‘대구 연근밥상’, ‘밭우비빔밥’ 등의 브랜드 제작 및 상표등록 추진하는 성과를 보이고 있음
- 최근에는 단순 관광상품 뿐만 아니라 음식관련 공간개발, 음식명인 등 인적자원개발 등으로 정책이 체계화되고 확대되는 현상을 보이고 있음

## 제 4절 시사점

- 중앙정부와 지방자치단체의 음식관광 정책 분석결과, 전라북도 음식관광 정책 수립에 몇 가지 시사점을 도출함
- 음식관광 추진을 위한 추진체계 선형 정리 필요
  - 음식관광 활성화를 위한 민·관·학 TFT, 융복합형 비즈니스 모델이 추진된다고 하더라도 실제 사업을 추진하기 위해서는 소관부처의 문제가 대두되고 있음
- 지역음식의 정체성에 대한 선행정리 필요
  - 지역 향토음식이 지정되어 있다고 하더라도 음식에서 지역간 차별성을 발견하기에 쉽지 않기 때문에 지방자치단체간 음식관광에 대한 차별성 확보가 어려움
  - 지역의 local food 판매와 같은 마을사업과 대외적으로 브랜딩할 수 있는 광역자치단체 차원의 음식관광 유형에 차별화가 필요함
  - 지역문화 측면에서 음식관광이 지역브랜딩 전략과 연계될 수 있도록 정체성 확립 및 지역음식과 관광을 융합할 수 있는 프로모션 전략이 병행될 필요가 있음
  - 특히, 광역자치단체 측면에서는 큰 틀에서 관광전략과 음식을 어떻게 연계할 것인지 연계방안 모색이 필요함

# 제3장

## 전라북도 음식관광 여건분석

제 1 절 전라북도 음식관광 실태

제 2 절 전라북도 음식관광자원 현황





## 제 3 장 전라북도 음식관광 여건분석

### 제 1절 전라북도 음식관광 실태

#### 1. 전라북도 관광객 실태조사

- 전라북도 관광객의 음식관련 소비실태를 분석하기 위하여 ‘2013년 전라북도 관광객 실태조사’ 자료를 재분석 하였음
- 전라북도 관광객 실태조사는 봄, 여름, 가을, 겨울 계절별로 전라북도 내 주요 관광지점에서 실시되었으며, 총 9,000부의 설문지 중 유효표본 8,851부를 대상으로 분석하였음
- 본 분석에서는 실제 전라북도를 방문하는 관광객들의 소비에서 음식이 차지하는 비중이 어느 정도인지, 음식서비스에 대한 만족도는 무엇인지 등을 중심으로 전라북도 음식관광의 현황을 분석하였음

##### (1) 전라북도 관광객의 음식관련 소비 현황

- 2013년 전라북도 관광객의 전체경비 중 식·음료비가 차지하는 비중이 38.3%로 가장 높았으며, 특히 전라북도 내에서 지출한 금액의 약 43.9%를 식음료비에 지출한 것으로 나타남
  - 이는 2013년 국민여행 실태조사에서 전 국민이 관광여행 지출 비용 중 35.4%를 음식에 지출한 것으로 나타난 것과 비교하면 매우 높은 수준임
- 전라북도 관광객의 음식관광에 대한 소비 비중은 2011년(33.0%)에 조사와 비교하여도 높아진 것으로 나타남
  - 국내관광 전반적으로 음식소비의 비중이 증가하고 있는 추세이나 전라북도의 경우 전국 평균에 비해 음식관련 소비가 큰 폭으로 상승한 것으로 분석됨



<표 3-1> 세부 지출내역 구성비

(단위 : %)

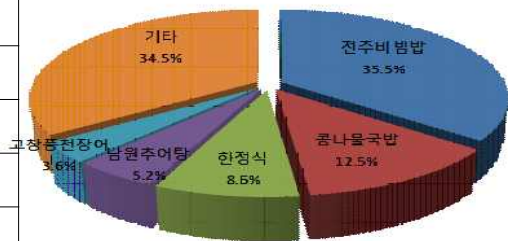
구분	전체 경비 지출비용			전라북도 내 지출비용			2011년 실태조사		
	당일 여행	숙박 여행	전체	당일 여행	숙박 여행	전체	당일 여행	숙박 여행	전체
여행상품 구입비	0.5	0.2	0.3	-	-				
숙박비	-	18.4	12.4	-	25.6	16.5	-	27.0	15.9
교통비	38.7	25.3	29.8	28.3	13.3	18.6	29.3	23.0	25.7
식·음료비	34.9	39.6	38.3	45.2	43.2	43.9	37.2	29.9	33.0
기념품 및 쇼핑비	8.8	3.3	5.1	12.5	4.9	7.6	15.0	5.7	9.7
유흥비	0.2	0.5	0.4	0.2	0.6	0.5	3.2	5.6	4.6
문화 서비스비	7.7	5.0	5.9	10.9	7.2	8.5	8.7	5.1	6.7
레저·스포츠비	0.4	1.2	0.4	0.6	1.8	1.3			
기타 여행관련 용품 구입비	0.5	2.2	1.7	0.4	1.9	1.4			
기타	8.3	4.4	5.7	1.8	1.6	1.7	6.2	3.6	4.8

(2) 전라북도 대표음식

- ‘전라북도를 대표하는 음식은 무엇이라고 생각하십니까?’라는 질문에 전체 응답 총 15,879건 중 35.5%가 ‘비빔밥’, 12.5%는 ‘콩나물 국밥’, 8.6%는 ‘한정식(8.6%)’ 등의 순으로 응답하였음
- ‘전주 비빔밥’, ‘남원 추어탕’, ‘고창 풍천장어’ 등 지역과 음식을 연계한 응답이 높게 나타나, 관광객들이 음식과 지명을 연계한 이미지를 형성하고 있는 것으로 분석됨

<표 3-2> 전라북도 대표음식에 대한 인식

구분	빈도	%
1위 비빔밥	5,644	35.5
2위 콩나물국밥	1,991	12.5
3위 한정식	1,365	8.6
4위 남원추어탕	824	5.2
5위 고창풍천장어	578	3.6

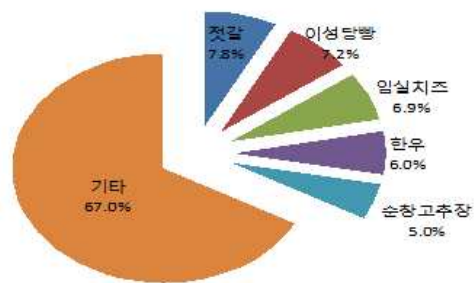


### (3) 관광객 구입 특산품

- ‘전라북도 여행에서 구입하신 특산품’에 대한 질문에 대해 관광객들은 ‘젓갈(7.8%)’의 응답이 가장 높았고, ‘이성당빵(7.2%)’, ‘임실치즈(6.9%)’ 순으로 나타남
- 특산품 구입장소는 ‘기념품(특산품) 전문판매장(49.8%)’이 약 절반 정도로 가장 많았으며, ‘관광지 인근 상가’, ‘관광지 내 임시상점’이 많았던 것으로 나타남
- 특히, 이성당 빵은 정식요리가 아닌 ‘길거리 음식’이라는 특성을 보이며, ‘군산’의 관광객이 증가하면서 자연스럽게 먹거리의 판매로 연계된 대표적인 먹거리 관광 상품이라 할 수 있음
- 주관식 질문이었음에도 불구하고 ‘임실 치즈’, ‘순창 고추장’, ‘군산 이성당빵’ 등 특산품 구매에 있어서도 지명과 상품을 연상하여 응답하는 특성을 보임

<표 3-3> 구입 기념품(특산물)

구분		빈도	%
1위	젓갈	167	7.8
2위	이성당빵	155	7.2
3위	임실치즈	149	6.9
4위	한우	130	6.0
5위	순창고추장	108	5.0



### (4) 음식서비스에 대한 만족도

- 음식서비스에 대한 만족도는 성별, 연령별에 따라 차이가 있는 것으로 나타남
  - 남성보다는 여성의 만족도가 낮게 나타났으며, 전라북도 관광시장에서 많은 비중을 차지하고 있는 30대~50대 관광객의 만족도가 상대적으로 낮게 나타남

<표 3-4> 음식서비스에 대한 관광객 만족도

구분	남성							여성						
	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	계	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	계
만족도	3.79	3.68	3.64	3.65	3.74	3.76	3.69	3.55	3.69	3.56	3.62	3.61	3.68	3.62

주: 매우 불만족(1점) ~ 매우 만족(5점)의 5점 척도로 측정

- 한편 2013 국민여행실태조사에서는 전라북도 여행에서 ‘식당 및 음식에 관한 만족도’가 전라북도 관광객 실태조사에 비해 높은 수준으로 나타남
- 동반유형에 상관없이 숙박여행에서의 음식만족도가 당일여행에 비해 높은 것으로 조사되었으며, 당일여행에서는 개인여행객의 만족도가 높은 것으로 조사됨

<표 3-5> 2013 국민여행실태조사의 전라북도 식당 및 음식만족도

구 분	가구여행		개인여행	
	당일여행	숙박여행	당일여행	숙박여행
만족도	3.85	3.93	3.90	3.93

주: 매우 불만족(1점) ~ 매우 만족(5점)의 5점 척도로 측정

#### (5) 기타

- 전라북도의 관광 중 가장 인상적인 관광활동이 ‘먹거리’라고 응답한 사람은 전체 응답자의 약 9.3%로 나타남
  - 관광객이 전라북도에서 지출금액 중 44% 이상을 음식에 소비한다는 것과 비교하면 ‘음식’이 목적형 관광활동으로의 역할을 하지 못하는 것으로 분석됨
- 한편 전라북도 관광객의 불만사항 중 2위(12.7%)가 ‘먹거리’로 나타났으며, 개선 및 보완사항 3위가 ‘관광기념품 및 먹거리’(11.6%)라는 결과도 전라북도 관광산업에서 ‘음식’에 대한 개선이 필요하다는 것을 나타냄

## 2. 외래관광객 음식관광 현황<sup>8)</sup>

- 전라북도는 현재 외래관광객의 규모가 상대적으로 적고, 외래관광객을 대상으로 한 실태조사가 이루어지지 않았기 때문에 외국인을 대상으로 한 음식관광의 현황분석은 이루어지지 않은 상태임
- 전라북도 관광시장이 현재 내국인 중심에서 외국인 관광객으로 확대해야 한다는 점을 감안하며, 한국관광공사(2010)에서 조사한 “방한외국인 음식관광 실태조사”를 바탕으로 외래관광객의 음식관광에 대한 시사점을 도출하고자 함

### (1) 외래 관광객 중 식도락 관광객 비중

- 2010년 한국관광공사 조사분석에 의하면 외국인의 방한여행 중 1순위 관광활동을 묻는 질문에 관광지 방문 72.5%, 쇼핑 62.7%, 식도락 31.1%로 조사됨
  - 한국음식·문화체험 15.2%를 합치면 약45%가 한국음식 체험을 주요활동으로 응답
- 관광객 거주지별로 보면 일본인 여행객은 다른 지역에 비해 식도락 관광을 즐기는 비율이 높은 편이며, 중화권 관광객 역시 식도락을 즐기는 것으로 나타남
  - 구미주 여행객은 음식문화체험과 함께 한국전통문화 체험을 선호하는 것으로 분석

<표 2-9> 외래 관광객 방한여행 주요활동

(단위: %)

거주지	식도락 관광	한국음식/문화체험
일본	54.5	2.0
중화권	48.1	13.3
동남아	13.6	21.5
구미주	6.5	24.5

- 외래관광객이 한국방문시 먹어보고 싶었던 음식은 김치, 갈비/바비큐, 불고기, 비빔밥 등으로 나타나 한국 이미지로 대표되는 음식이라 할 수 있음
  - 떡볶이 등 길거리 음식에 대한 응답이 한정식과 유사한 수준으로 나타남

8) 한국관광공사(2010)의 ‘방한외국인 음식관광 실태조사’ 결과를 재정리하였음

<표 3-6> 외래관광객 한국방문시 먹어보고 싶은 음식

(단위: %)

순위	음식	순위	음식
1위	김치(47.9)	6위	한정식(9.4)
2위	갈비/바비큐(39.6)	7위	떡볶이, 포장마차 등 길거리 음식 (9.2)
3위	불고기(34.1)	8위	쌀밥(9.0)
4위	비빔밥(33.5)	9위	찌개(8.4)
5위	삼계탕(15.1)	10위	냉면, 국수(8.2)

- 외래관광객이 실제 한국여행에서 경험한 메뉴는 비빔밥이 43.7%로 가장 많았고, 불고기(38.1%), 갈비(28.0%), 삼겹살(24.2%) 등의 순으로 나타남

(2) 외래 관광객의 한국음식 전반적 만족도

- 외래 관광객의 한국음식에 대한 만족도는 평균 4.01로 높은 편이며, 구미주 관광객의 만족도가 가장 높은 것으로 나타남
- 중화권 관광객의 한국음식에 대한 만족도는 5점 만점에 3.82로 상대적으로 낮은 것으로 나타났으며 특히 돌솥밥, 한정식, 찜밥 등을 비선호 하는 것으로 조사됨
  - 중화권 관광객의 음식에 대한 불만족은 음식문화의 차이도 있지만 대부분이 단체여행으로 메뉴선택을 여행객보다 여행사 등에서 일방적으로 결정하는데 원인이 있는 것으로 보여짐

<표 3-7> 외래관광객 한국음식에 대한 전반적 만족도

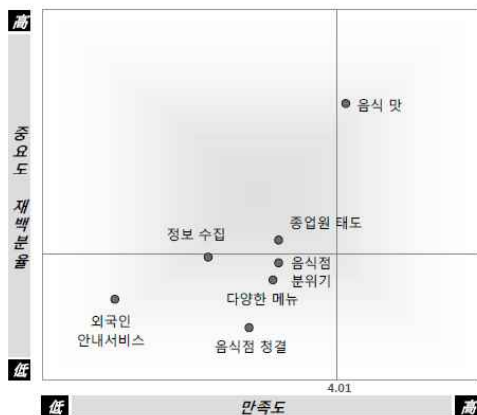
(단위: %, 점)

구분	매우 만족함	대체로 만족함	보통임	별로 만족하지 않음	전혀 만족하지 않음	평균	
전체	37.0	31.1	28.8	2.5	0.6	4.01	
지역별	일본	35.5	32.5	30.5	1.5	-	4.02
	중화권	26.2	33.8	37.1	1.9	1.0	3.82
	동남아	37.7	27.7	39.3	4.2	1.0	3.97
	구미주	49.0	49.0	18.0	2.5	0.5	4.25

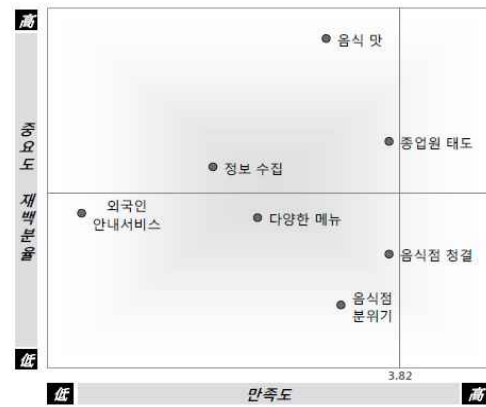
주: 매우 불만족(1점) ~ 매우 만족(5점)의 5점 척도로 측정

### (3) 외래 관광객의 한국음식 속성별 만족도

- 음식관광 중점 개선영역에 대한 IPA<sup>9)</sup> 분석결과, 외국인 관광객은 한국음식에 대해 “음식 맛”을 가장 중요시 하며, 만족도에서도 음식의 맛 요인 가장 높게 나타남
- 중화권 관광객은 ‘음식 맛’에 대한 중요도에 비해 만족도가 낮은 것으로 나타나 시급한 개선을 요하는 것으로 나타났으며, ‘종업원 태도’ 및 ‘정보수집’ 역시 개선이 필요한 것으로 조사되었음



<그림 3-1> 한국음식 속성별 IPA\_전체



<그림 3-2> 한국음식 속성별 IPA\_중국

### (4) 국가별 음식관광 활성화 전략

- 일본 관광객은 재방문율이 높고, 음식에 대한 만족도가 높기 때문에 특색있는 한식 메뉴 개발·제공할 필요가 있음 (지역별 특화된 한식메뉴 및 식당 발굴 등)
- 중화권 관광객을 대상으로 한 음식관광 활성화를 위해서는 저가위주의 여행상품 구조를 증가로 개선해 나가는 정책적인 방안이 요구됨
  - 한국음식의 높은 인지도를 바탕으로 풍성한 식단으로 구성된 메뉴 개발이 필요하며, 단체여행객 수용을 위한 수용태세(식당, 언어, 서비스 등) 개선이 시급함
- 구미주 관광객은 음식과 한국 전통문화를 함께 경험하기를 기대하기 때문에 음식을 통해 한국적 가치를 전달할 수 있는 고품격 메뉴개발 및 수용태세(현대적인, 청결한) 개선이 필요함

9) IPA(Importancd-performance Analysis) 분석 : 전반적 만족도에 속성별 만족도가 미치는 상대적 영향력을 회귀분석을 통해 도출하여 중요도 대비 만족도가 낮은 우선개선영역을 파악하기 위한 분석방법

## 제 2절 전라북도 음식관광자원 현황

### 1. 전라북도 음식관광자원 현황

#### 1) 음식관광자원 인벤토리

- 음식관광의 범위가 다양한 만큼 음식관광을 육성하기 위해서는 먼저 음식관광자원의 범주를 설정하고 이를 유형화하는 것이 선행되어야 함
- 한국문화관광연구원(2006)은 관광공급자 관점에서 음식관광자원을 작성하기 위한 인벤토리 기본구조를 제시하였으며, 후속연구에서는 이를 기초로 음식관광 인벤토리를 수정·보완하여 지역에 맞는 음식관광 인벤토리로 사용하고 있음
- 전라북도 역시 음식관광 인벤토리를 작성하기 위해서는 전라북도의 실정에 맞는 음식관광자원의 인벤토리 구조를 설정하고 작성하는 것이 필요함

<표 3-8> 음식관광자원의 인벤토리 구조

분 류	내 용	전라북도	
향토음식 <sup>10)</sup>	• 지역별 향토음식	●	
한국음식점	• 지역별 한국음식 대표음식점		
음식축제	• 지역별 음식이 중심이 되는 축제	●	
이벤트	음식관련 행사	• 지역별 음식관련 행사(요리경연 대회 등)	●
	음식관련 전시·컨벤션	• 지역별 음식관련 전시나, 국제회의, 포럼	●
교육과정	• 단기간동안 이루어지는 교육과정	●	
전문기관	박물관·전시실	• 음식 또는 음식을 만드는 도구관련 박물관, 전시실	●
	연구원(연구소)	• 전통음식 및 문화를 연구하는 연구소	
음식문화서적·요리서적	• 한국음식문화를 소개하거나 요리를 소개하는 서적		
지역특산품	• 지역특산품 리스트	●	
음식특화시장	• 음식 특화시장 리스트	●	
음식특화지구	• 지역별 음식특화지구	●	
음식관광 패키지	• 지역별 음식관광상품	●	
추가	음식명가	• 전통적 요리, 요리법, 맛을 보유하고 있는 대표명소	●
	음식명인	• 전통요리에 관련된 조리법·기술을 보유한 장인	●

자료: 한국관광공사 홈페이지를 기초로 연구자 재작성

10) 음식관광자원으로서 향토음식은 그 지방에서 생산되는 재료를 그 지방의 조리법으로 조리하여 과거로부터 그 지방 사람들이 먹어온 것으로 현재에도 그 지방 사람들이 먹고 있는 것을 의미함

## 2) 향토음식 및 향토음식점

- 전라북도는 넓고 기름진 평야와 바다를 끼고 있고, 풍류에 대한 지대한 관심으로 음식문화가 동반성장 하였기 때문에 타 지역에 비해 향토음식이 발달하였음
- 전라북도는 2008년 ‘전라북도 향토음식 발굴 육성조례’를 제정하고 향토음식을 발굴·육성하는 정책을 추진해 왔음

<표 3-9> 전라북도 지정 향토음식점

구 분	음 식 명	업 소 명
전주시 (20)	전주비빔밥(7)	가족회관, 감기회관, 고궁, 성미당, 한국관, 한국집, 중앙회관
	콩나물국밥(6)	삼백집, 삼일관, 두레박콩나물국밥, 웨이콩나물국밥, 한일관어은정, 풍전콩나물국밥
	돌솥밥(2)	반야돌솥밥, 백련돌솥밥
	한정식(5)	백번집, 백만회관, 전라회관, 송정원, 한벽루
군산시(2)	생선탕	가시리
	꽃게장 백반	계곡가든
익산시(2)	순두부찌개	미륵산순두부
	우어회	금강식당
정읍시(3)	표고버섯덮밥	향토전주식당
	산채정식(2)	삼일회관, 한일회관
남원시(3)	추어탕 (3)	새집, 서린식당, 합리식당
김제시(2)	민물고기 매운탕(2)	무릉도원, 운암매운탕
완주군(5)	붕어찜(3)	약수가든, 화산식당, 산수장
	순두부찌개(2)	원조화심생두부, 화심순두부
진안군(4)	애저찜(2)	진안관, 금복회관
	더덕정식	청산원
	흑돼지삼겹살	일품가든
장수군(3)	흑돼지삼겹살(2)	내고향산장, 천천숯불갈비
	흑염소주물럭	삼봉가든
임실군(3)	용궁탕(2)	길손집, 강산에
	다슬기탕	쌍용식당
순창군(1)	민물고기 매운탕	향가산장
무주군(3)	어죽	섬마을
	산채비빔밥	별미가든
	표고버섯국밥	전주한국관
고창군(5)	민물장어구이(4)	신덕식당, 연기식당, 유신식당 청림가든정금자할매집
	장삼보양죽	강촌식당
부안군(2)	백합죽	계화회관
	바지락 죽	변산온천산장
합 계		58곳

자료: 전라북도 홈페이지



- 전라북도의 대표적인 향토음식은 비빔밥, 콩나물국밥(전주), 백합죽(부안), 추어탕, 고들빼기 김치(남원), 우어회(익산), 감 장아찌(완주), 애저(진안), 풍천장어(고창), 순창고추장 등이 꼽히고 있음

### 3) 특산물

- 전라북도는 14개 시군별로 다양한 특산물이 있으며, 특산물을 활용한 체험마을 운영 및 음식테마축제가 개최되고 있으나 여전히 2차적인 관광요소로 음식을 활용하고 있으며, 이를 활용한 관광상품 개발은 상대적으로 미흡한 실정임
- 장수의 ‘한우랑 사과랑 축제’, ‘순창 장류 축제’, ‘전주 비빔밥 축제’ 등 음식축제는 비교적 성공적으로 평가받고 있으나, 상설적인 관광상품이나 프로그램 운영에는 한계가 있는 것으로 분석됨

<표 3-10> 전라북도 시군별 특산물 및 체험마을

구 분	특산물	체험마을	음식테마축제
전주시	미나리	원동 과수원마을 학전마을	전주비빔밥 축제
군산시	꽃게장, 울외짬아찌, 수산물	간치열마을	공당보리밥 축제
익산시	고구마, 마국수	두동편백마을, 두여마을	
정읍시	한우, 꽃감	내장산마을, 대정유기농녹색마을	소싸움대회 및 축산물축제
남원시	목기, 질그릇, 식도, 한봉, 딸기, 메론	구름다리 박꽃마을, 동하마을, 용전마을	허브앤블랙푸드 축제
김제시	한우, 쌀, 감자, 포도, 배, 파프리카	수록골마을, 활토마을	
완주군	생강, 딸기 배, 꽃감	운주 완창마을, 용진 봉서골마을, 구이 건강힐링마을	와일드푸드 축제
진안군	인삼, 더덕, 흑돼지, 표고버섯		운장산 고로쇠축제 마이산 홍삼축제 동향 수박축제
장수군	한우, 흑돼지, 표고버섯, 사과, 토마토, 두릅	좌도풍물동동마을	한우랑 사과랑 축제
임실군	유제품, 고추, 복숭아, 한과	치즈마을	
순창군	장류	물통골마을, 산내들마을, 고추장마을	순창장류축제
무주군	천마, 반딧불사과, 옥수수, 표고버섯	하늘땡마을, 호롱불마을	
고창군	풍천장어, 수박	고사리마을, 반암마을, 하전갯벌마을	해풍고추 축제 수산물 축제
부안군	곰소젓갈, 천일염, 멸치, 죽염	구름호수마을, 후촌갈대숲마을	

#### 4) 음식테마거리 현황

- 한국관광공사에서 관광자원으로서 집계하고 있는 음식테마거리는 전라북도에 형  
총 12개이며, 이중 남원 추어탕 거리는 문화부 사업으로 추진되고 있음
- 이 밖에도 대표음식 및 먹거리촌이 구성되어 있으나 메뉴 차별화에 어려움이 있음

<표 3-11> 전라북도 음식테마거리 현황

시군	거리명	특화음식	연계 관광자원	비 고
전주시	전주 삼천동 막걸리거리	막걸리 + 안주류 맛집수: 15곳	전주한옥마을 전주역사박물관	전국 3대 막걸리중 하나(콩나물해장국 과 연계)
	전주 서신동 막걸리거리	막걸리 맛집수: 10곳	전주동물원 덕진공원	
김제시	모악산 마실먹거리	토종닭백숙, 민물고기 매운탕, 버섯모듬전골 맛집수: 40 곳	모악산 도립공원, 금산사	
	지평선 한우촌	소고기 맛집수: 10곳	벽골제, 수리민속박물관	
정읍시	산외 한우마을	소고기 맛집수: 34곳	내장산 국립공원	
남원시	남원추어탕거리	추어탕 맛집수: 17곳	광한루원, 지리산	문화부 “음식테마거리” 사업추진
진안군	마이산 남부 등갈비거리	돼지등갈비, 더덕구이, 산채비빔밥 맛집수: 20곳	진안홍삼스파 마이산 도립공원	진안돼지 등급: 전국1위
임실군	운암 매운탕 거리	붕어찜, 쏘가리매운탕 맛집 수: 15곳	임실치즈마을 옥정호(섬진강)	
순창군	강천먹거리 (강천산 입구)	산채비빔밥, 산채정식	고추장마을과 연계	
고창군	선운산 풍천장어거리	장어, 복분자 맛집수: 45곳	선운산(선운사) 고인돌	
	구시포 주꾸미거리	주꾸미를 포함한 해산물 맛집수: 10곳	구시포 핵수욕장(해넘이) 고창읍성	5월~6월
부안군	새만금 바지락죽마을	바지락(백합)죽 맛집수: 7곳	새만금, 변산국립공원	
합계	총 12 곳			

자료: 한국관광공사 홈페이지

## 5) 전통주 현황

- 전라북도는 풍류문화를 중심으로 음식과 더불어 전통주가 발달하였으며, 14개 시군별도 특색있는 전통주를 보유하고 있음

<표 3-12> 전라북도 대표 전통주

시군	특 징
군산 설화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최고급 일반미를 52%나 깎아내 쌀의 근원물질을 특유공법으로 장기간 숙성시킨 최고급 청주</li> <li>• 1994년부터 수작업으로 빻어 한정 생산하는 수제 특산물</li> </ul>
김제 모악이화주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모악산 인근에서 생산된 배를 갈아서 쌀과 함께 발효를 시킨 다음 증류한 후 배를 다시 썰어 6개월 동안 숙성</li> </ul>
남원 황진이주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지리산 자락 고품질 오미자와 산수유가 주원료</li> <li>• 붉은 빛의 이 술은 오미자향에 신맛과 단맛이 조화를 이룸</li> </ul>
남원 주몽주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지리산 맑은 공기와 깨끗한 물 그리고 일교차가 큰 고지대에서 자란 복분자와 쌀로 빚음</li> <li>• 소주를 전혀 사용하지 않고 복분자를 100% 발효시켜 생산한 정통와인</li> </ul>
무주 머루주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 원료 재배에서부터 수확, 양조, 숙성을 거쳐 병(입)까지 한 장소의 농장 생산</li> <li>• 머루는 포도에 비해 항산화성분인 폴리페놀이 1.8배 프라보노이드가 1.8배 안토시아닌이 3.3배나 높고 항암효과에 탁월함</li> </ul>
순창 복분자주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 순창군 쌍치면 등 고랭지에서 생산된 양질의 복분자로 빻어낸 과실주</li> </ul>
익산 호산춘	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가람 이병기 시조시인과 깊은 인연이 있는 호산춘은 부드럽고도 뒤끝이 깨끗하며, 은은한 향과 깊은 맛이 난다.</li> </ul>
임실 산수상황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통주에 임실군 삼계면 산수리의 상황버섯 엑기스를 첨가한 기능성 약주</li> <li>• 「동의보감」과 「산농경초본 등 옛 의학고서에 ‘늪은 뽕나무에 달린 황금버섯은 죽은 사람을 살리는 불로초’로 소개된 상황버섯은 특히 간과 위의 손상에 큰 효과</li> </ul>
정읍 단풍미인주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1930년대부터 생산되고 있는 단풍미인주는 전통의 방법을 이용해 만든 순곡주</li> <li>• 내장산의 청정수와 질 좋은 찹쌀을 전통의 향아리에 숙성 발효시킴</li> <li>• 동절기에는 데워서 먹고 하절기에는 차게해서 마시면 좋으며, 도수가 낮고 부드러워 여성들에게 특히 인기가 있음</li> </ul>
진안 복분제국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청정 진안고원에서 생산된 고품질의 과실주</li> <li>• 당도가 높고 자양강장의 효과가 뛰어난 복분자 딸기맛을 엄선, 원료로 쓰는 까닭에 향이 독특하고 쓴맛, 단맛, 신맛이 조화를 이룬 깊은 맛을 앰</li> </ul>
진안 오디와인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청정고원 마이산 일대에서 2004년부터 생산된 오디를 원료로 한 술</li> <li>• 오디처럼 새콤달콤한 맛에 향기가 좋음</li> </ul>
고창 복분자주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 효모를 활용한 100%발효주</li> <li>• 와인 방식의 발효주는 신맛과 단맛 등 복분자 본연의 맛이 탁월함</li> </ul>
부안 강산병주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 진향 풍미가 좋은 고품스러운 프리미엄 오디와인</li> <li>• 젊은 층의 입맛에 적당</li> </ul>
합계	총 13개

자료: ‘전북의 재발견’ 자료를 재정리함

## 6) 음식 관련 축제현황

- ‘한식의 세계화’ 선포식을 시작으로 한식을 비롯한 갖가지 전통음식, 재료, 용기 등의 소재로 한 음식관련 축제가 전국적으로 개최되고 있음
- 전라북도에도 특산물/향토음식 관련 축제가 많으나 발효식품엑스포, 한국음식관광축제, 비빔밥 축제 등이 대표 음식축제로 자리잡아 가고 있음
  - 2012년 한국음식관광축제는 ‘밥상의 재발견, 대를 잇는 전북의 맛집’ 기획을 통해 조상대대로 손맛을 이어온 장인들의 고유 요리법을 소개함
- 전국적으로 음식 및 한식과 관련된 많은 박람회와 축제가 개최되고 있으나 전라북도는 ‘한국음식관광 축제’를 3년 동안 개최하면서 ‘한국음식의 중심지’라는 전국적인 인지도를 구축하고 있음
- ‘한국음식관광축제’는 한국방문의 해 사업과 연계되어 한시적으로 추진되었으며 2013년에는 우수한 식자재와 식문화적 인프라를 바탕으로 외교부와 컨소시엄을 구성해 ‘K-Food World Festival’을 개최하여 새로운 기회가 되고 있음
- 전라북도에서 자체적으로 추진하고 있는 발효식품엑스포 역시 ‘식품’을 테마로 한 음식축제의 가능성을 인정받고 있으며, 현재는 이를 확대하기 위한 2단계 사업 모색 중에 있음

<표 3-13> 전라북도 음식 관련 대표축제

지역	축제명	개최시기	장소	주요 프로그램
전주	국제발효식품엑스포	10월	전주월드컵경기장	프린지 푸드존 운영 각종 발효식품 전시 및 판매, 체험 국제발표 콘퍼런스
전주	한국음식관광축제	2010년 - 2012년	전주월드컵경기장 전주한옥마을	
전주	비빔밥축제	10월	한옥마을 일원	전국요리강연대회, 비빔밥, 퍼포먼스, 음식체험 등
완주	와일드푸드축제	10월	고산휴양림 일원	와일드푸드·문화체험 민속놀이, 1박2일 야생체험

## 7) 음식 식품명인 현황

- 전라북도에는 8명의 식품명인이 지정되어 있으며, 전통주 3명, 장류 및 소스류 3명, 비빔밥 1명, 홍삼 1명으로 <표 3-14>와 같음

<표 3-14> 전라북도 식품명인 현황

지정번호	이름	보유기능	주소지	비 고
제1호	조영귀	송화백일주	완주군	
제9호	조정형	전주이강주	전주시	
제31호	김병룡	숙황장	전주시	
제36호	문옥례	순창고추장	순창군	
제39호	김연임	비빔밥(가족회관)	전주시	
제41호	임장옥	감식초(금계식품)	정읍시	
제44호	송화수	홍삼	진안군	
제48호	송명섭	죽력고(태인양조장)	정읍시	

## 8) ‘장류체험장’ 현황

- 전라북도에는 된장, 간장, 고추장, 청국장 등 장류체험을 할 수 있는 장류체험장이 9개 조성되어 있어 체험활동을 할 수 있도록 되어 있음

<표 3-15> 전라북도 ‘장류체험장’ 현황

시군	대표자	소재지	대표음식	비고
전주	임경월	전주시 평화동	된장, 간장, 고추장, 청국장	
군산	문정식	군산시 옥산면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
익산	황수현	익산시 금마면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
정읍	김정숙	정읍시 산외면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
김제	유월영	김제시 청하면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
완주	윤왕순	완구준 경천면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
진안	안순덕	진안군 주천면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
무주	임완택	무주군 적성면	된장, 간장, 고추장, 청국장	
고창	김효심	고창군 해리면	된장, 간장, 고추장, 청국장	

자료: 전라북도 내부자료

## 9) “농가맛집” 현황

- 2007년부터 2012년까지 전라북도에 선정된 농가맛집은 총 9개소이며, 농가맛집별로 대표음식에 차이가 있는 것으로 나타남

<표 3-16> 전라북도 ‘농가맛집’ 현황

시군	사업장명	대표음식	비고
정읍	선비향	선비일품밥상, 이품밥상, 후식류(다식, 매작과)	
남원	달오름 마을	흥부잔치밥, 부각주먹밥, 박뎡밥, 박뎡병면	
	지리산 나물밥	산채나물밥, 콩전, 흑돼지보쌈, 강된장찌개	
완주	농촌사랑학교	오리주물럭, 삼겹살구이, 돼지 두루치기, 닭백숙	
무주	칠연식당	천마토끼금탕, 오리백숙, 천마영양밥정식	
장수	장수밥상	시래기음식, 수수경단, 수수부꾸미, 시어머니밥상, 며느리밥상	
순창	장구목	산소리물소리 자연밥상, 매운탕, 엄나무항방백숙	
고창	용기장어	소금장어구이, 양념장어구이	
부안	산넘어남촌에는	표고버섯뎡밥, 과일소스돈가스, 낙지정식	

자료: 전라북도 내부자료

## 10) 기타

### (1) 국제한식조리학교

- 재단법인 국제한식문화재단 산하 국제한식조리학교는 ‘국제적 감각의 한식 스타쉐프’를 양성하고자 설립된 국내 최초의 한식전문 조리학교임
- 2011년 총 120억원의 정부지원금으로 학교가 설립되었으며, 한식조리 전문인력 양성을 위한 교육사업과 다양한 연구개발 사업을 수행하고 있음
- K-Food 과정, 해외 창업 프로젝트 등 차별화된 교육 프로그램과 한국문화관련 교과목을 편성함으로써 한국문화에 대한 깊은 소양을 바탕으로 한 인재양성에 목표를 두고 있음

### (2) ‘전주 유네스코 음식창의도시’

- 2012년 5월 전주시가 유네스코 음식창의도시로 선정됨에 따라 전주를 포함하여 전라북도가 음식과 관련한 국제적인 위상을 가지게 되었음
  - 전주시는 음식창의도시와 관련하여 2013년부터 32개 세부사업에 총 53억원의 예산을 투입할 예정

- 유네스코 음식 창의도시(UNESCO City of Gastronomy)<sup>11)</sup>로서 전주를 포함한 전라북도가 음식과 요리에서 “창의” 또는 “창조”를 해석할 것인가 고민이 필요함

## 2. 종합분석

### 1) 음식문화체험시설의 부족

- 음식문화체험시설은 여행사와 연계된 요리학원, 전통체험학교 등으로 다양함. 전라북도에서는 부분적으로 마을단위의 음식체험시설이 있으나 관광객을 대상으로 한 상시적인 음식문화 체험시설은 아직 미흡한 상황임
  - 마을단위 음식문화체험시설은 대부분 규모가 영세하며 자체적인 홍보나 마케팅을 할 수 있는 역량이 부족하기 때문에 음식관광 활성화에 효율성이 떨어짐
- 전국의 음식문화체험시설은 대부분 수도권에 편중되어 있기 때문에 전라북도에도 내외국인을 대상으로 한 음식문화체험시설의 확장이 필요하다고 보여짐

### 2) 다양한 유형의 음식관광상품 개발 필요

- 관광일정 중에 식문화체험 상품은 시장, 식문화박물관, 축제 등으로 다양화 할 수 있으나 전라북도 음식관광은 음식관련 축제에 국한되어 있음
- 전라북도 관광시장에서 개별관광객의 비중이 높다 하더라도 현지에서 구매할 수 있는 음식체험 관광상품 개발에 주력할 필요가 있음
  - 음식관련 이벤트나 축제는 비정기적으로 기획·판매되고 있기 때문에 상시적인 관광상품으로 운영하기에 한계가 있음

### 3) 장인·명인을 활용한 스타마케팅 필요

- 유명 요리사나 인기드라마와 연계한 스타마케팅은 특히 관광마케팅에서 효과가 높은 것으로 분석되고 있으나 전라북도는 상대적으로 미흡한 실정임
- 전라북도에 지정된 식품명인을 중심으로 음식관광상품 개발 및 스타마케팅이 필요하며, <식객 프로젝트> 같은 프로모션 전략이 수립될 필요가 있음

---

11) 유네스코 음식 창의도시(UNESCO City of Gastronomy)의 조건은 다양한 전통 레스토랑과 음식 커뮤니티, 지역재료 사용과 산업적·기술적으로 발전된 지역 노하우, 전통적 요리방식, 전통음식 축제, 경영대회, 콘텐츠 등 다양한 방문자를 만족시킬 수 있는 요소, 지속가능한 지역발전 기여여부

# 제4장

## 사례연구

제 1 절 분석개요

제 2 절 스페인 관광현황 및 음식관광







## 제 4 장 사례분석

### 제 1절 분석개요

#### 1. 분석개요

- 본 연구에서는 전라북도 음식관광 활성화를 위한 정책방향 및 대안을 모색하기 위하여 스페인을 대상으로 중점 분석하였음
- 음식관광 정책이 제반환경 및 유사사업과의 연계를 통해 유기적으로 추진되고 있기 때문에 종합적인 관점에서 분석할 필요가 있다고 판단되었기 때문임
  - 기존 연구에서는 특화거리 조성, 음식축제 등 사업내용에 따라 다양한 지역의 사례를 분석하고 시사점을 도출하였으나, 서로 다른 관점에서 추진되고 있는 정책을 동일 지역에 적용하기에는 한계가 있다고 판단됨

#### 2. 분석의 관점

- 음식관광은 지방정부의 전체 관광정책과 어떤 관점에서 추진되고 있는가?
- 지방정부에서 음식관광 활성화를 위해 공공에서 지원하는 정책수단이나 지원사례는 어떻게 분담 또는 연계되어 있는가?
- 음식관광에서 민간의 참여를 이끌어내기 위한 핵심사업은 무엇인가?

#### 3. 사례지 선정이유

- 전라북도는 음식의 잠재력에도 불구하고 지금까지 관광전략에서 음식과의 연계 전략 수립 및 추진에는 상대적으로 미흡하였음
- 전라북도 음식관광 활성화 전략이 단일사업 중심보다는 한국음식문화의 발산지로서 보다 큰 틀에서 고민되어야 하며, 제반 관광산업과의 연계, 식품산업과의 동반 발전방안을 모색해야 한다는 측면에 스페인의 모델이 적합하다고 판단됨
- 스페인은 전통적인 농업국이면서, 농업과 제조업을 관광산업 등 서비스 R&D와

연계하여 일자리를 창출하는 전략을 성공적으로 추진 중에 있음

- 관광산업적인 측면에서는 독립적인 지역관광정책이 수립·집행되고 있음
  - 중앙정부는 관광분야 기획, 조정, 협력 등과 해외프로모션 등의 근간이 되는 역할만을 감당하며, 광역지방자치 단체를 중심으로 관광개발과 관광분야 사업 시행이 철저히 독립적으로 이루어지는 법적체계를 가짐
- 국영호텔 등 필요시 관광개발사업에서 과감한 공공개발방식을 추진하고 있음
  - 숙박시설이 없는 지역에 ‘파라도르’라는 국영호텔을 94개 운영중에 있음
- 스페인은 관광산업 경쟁력 강화를 위해 관광서비스 및 상품의 질적 향상에 정부차원의 큰 관심을 두고 관광품질관리소 (ICTE: Instituto para la Calidad de Turistica Espanola) 운영 및 관광전문인력 양성 프로그램을 적극 추진 중임

## 제 2절 스페인의 관광현황 및 음식관광

### 1. 스페인 관광현황

#### 1) 스페인 관광산업 규모

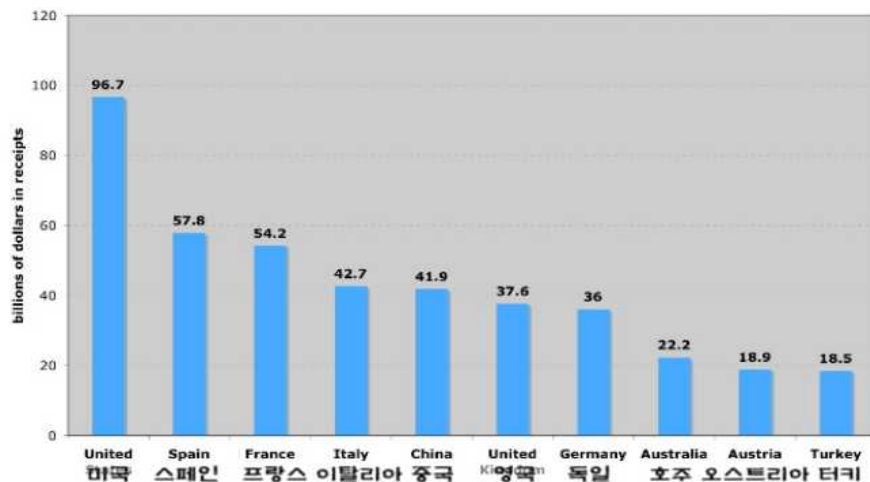
- 스페인은 해마다 5천만 명이 넘는 관광객의 유입으로 관광수익 500억 유로의 시대를 열고 있으며, 천혜의 자연환경과 문화유산을 바탕으로 끊임없는 관광콘텐츠 개발 사업을 추진하여 현재는 세계 3대 관광대국으로 성장하고 있음
  - 스페인 외국인 관광객 수는 2001년을 기점으로 4,000만명대를 넘어 2002년부터 5,000만명대로 지속적인 상승곡선을 보이고 있음

<표 4-1> 스페인 방문 외국인 관광객 수

(단위: 백만명)

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
관광객수	48.6	50.4	50.9	52.5	55.9	58.0	58.7	57.2	52.2	52.7	56.5

- 스페인은 관광객 수보다 관광수입 규모면에서 관광대국으로의 위상을 가짐
  - 2011년 기준 스페인의 관광수입액은 프랑스보다 높은 세계 2위로 관광산업에서 창출하는 부가가치가 타 경쟁국보다 높다는 것을 의미함



<그림 4-1> 국제관광객 수입 현황

<표 4-2> 2011년 국제 관광 수입 순위

순위	국가	국제 관광 수입	순위	국가	국제 관광 수입
1	미국	1,163억 달러	6	독일	388억 달러
2	스페인	599억 달러	7	영국	359억 달러
3	프랑스	538억 달러	8	호주	314억 달러
4	중국	485억 달러	9	마카오(중국)	278억 달러
5	이탈리아	430억 달러	10	홍콩(중국)	272억 달러

- 스페인은 국가 GDP의 12%, 고용의 11%를 관광산업이 차지하고 있음
  - 스페인 제조업 전체가 GDP의 16%인 점을 감안하면 스페인 경제에서 관광산업의 중요성을 알 수 있음

## 2) 스페인 관광정책

- 스페인은 향후 10년을 고려한 국가단위의 중장기 발전계획을 수립하면서 관광 개발방향을 재설정하고, 연간 5,000만명 이상의 해외관광 시장을 육성하기 위한 방안의 한 축으로 음식관광을 집중 육성할 계획임
- "관광 2020(Turismo 2020)" 으로 대변되는 스페인 관광전략은 문화경제 시대에 적합한 문화 및 도시관광, 컨벤션산업 강화, 스포츠 및 참여관광 강화, 식도락 및 와인루트 등의 테마 관광상품을 집중적으로 개발하는데 있음
  - 스페인은 유네스코 세계유산(World Heritage)을 세계에서 두 번째로 많이 보유하고 있으며, 문화자원을 활용한 관광전략을 추진해 왔음

<표 4-3> 국가별 세계유산 보유현황

순위	국가	자연유산	문화유산	복합유산	총등재유산
1	이탈리아	3	44		47
2	스페인	3	39	2	44
3	중국	9	30	4	43
4	프랑스	3	34	1	38
5	독일	3	34		37
25	한국	1	9		10

자료: 유네스코 홈페이지

- 스페인은 관광산업 부가가치 창출을 국가와 지역 관광정책의 중요 목표로 설정하고 적극 추진하고 있으며, “관광 2020(Turismo 2020)”을 통해 추진하고 있음
- “관광 2020(Turismo 2020)”은 관광산업의 지속성장 가능한 육성을 목표로 2007년 수립되었으며, 정부주도 계획 방식이 아니라 민관의 합동연구로 진행됨
- 스페인의 국가계획인 관광비전 2020을 실현하기 위해 각 지방자치단체에서는 실행계획 성격의 ‘관광비전 2020’을 수립·추진하고 있음
- 바르셀로나는 ‘관광비전 2020’의 핵심사업으로 음식관광 활성화 정책을 추진하고 있으며, 새로운 관광상징물(new tourist landmark)로서 음식자원을 도시발전전략과 관광산업 육성 정책에 연계하고자 하는 정책을 추진하고 있음
  - 바르셀로나는 연간 1,200만명의 관광객을 유치하는 스페인의 대표적인 관광도시임

## 2. 스페인 음식문화와 음식관광

- 스페인은 특정도시 뿐만 아니라 국가 전체가 미식도시로서의 국제적 입지를 구축하고 있으며, 스페인의 음식문화를 관광산업과 잘 결합한 것이 성공요인으로 평가받고 있음

### 1) 스페인 음식문화

- 스페인은 반도국가의 지리적 특성과 자연조건 덕분에 신선한 농축산물과 해산물이 풍부하며, 다양한 식재료를 활용한 요리문화가 발달함
  - 일반적으로 감자, 토마토, 콩 종류를 주재료로 활용하고 어떤 요리에도 올리브 오일이 빠지지 않으며, 연간 1인당 와인 소비량이 40리터에 달할 정도로 스페인 사람들은 요리와 곁들여 와인을 즐기는 것을 선호함
- 스페인 사람들은 하루에 5번, 아침-간식-점심-간식-저녁 식사를 챙겨먹는 식문화(食文化)를 가지고 있음
  - 아침식사는 보통 오전 8시 전후에 시리얼, 토스트, 비스킷 등을 챙겨 먹으며

‘카페콘 레체(Cafécon leche, 카페라떼)’를 즐겨 마시는 편임

- 오전 11시~12시 사이에는 바게트빵으로 만든 ‘보까디요(Bocadillo)’라는 샌드위치를 먹으며, 오후 2시~4시 사이에 점심식사로 푸짐한 코스요리를 즐겨 먹음
- 오후 7시~8시 사이에 저녁식사 전 간식으로 유제품, 과일, 비스킷, 케이크, 빵, 커피, 주스, ‘오르차타(Horchata, 발렌시아 대표 음료)’ 등을 먹고, 저녁식사는 오후 10시~12시 사이에 간단한 수프(Soup)나 샐러드를 먹음

<표 4-4> 스페인의 식사문화

구분		내용
아침	Desayuno	-시리얼, 토스트, 비스킷 등을 챙겨 먹으며 카페라떼를 즐겨 마심 -젊은 층은 코코아 한 잔으로 아침을 해결하는 것을 선호함
점심 前	Almuerzo	-바게트 빵으로 만든 샌드위치로 공복을 해결함
점심	Comida	-푸짐한 정찬 코스요리를 즐김 Appetizer-1 <sup>st</sup> Dish-2 <sup>nd</sup> Dish-Dessert-Coffee
저녁 前	Merienda	-간식으로 유제품, 과일, 비스킷, 케이크, 빵과 함께 음료를 챙겨 먹음
저녁	Cena	-늦은 밤 수프(Soup)나 샐러드로 간단하게 끼니를 해결함

## 2) 스페인 음식관광자원 현황

### (1) 세계적으로 각광받는 대표적인 스페인 요리

- ① 건강을 생각하는 지중해식 요리: 밀과 포도주와 올리브유를 사용하고, 햇살이 만들어낸 신선하고 질 좋은 야채와 요리를 곁들인 것
- ② “요리사 요리”, “창조요리” : 국제화시대에 발맞춰 각 자치지역별 전통요리법에 현대적인 감각을 더해 새로운 맛과 보기에도 좋은 요리를 선보이고 있음  
※ 요리사 요리는 전통적으로 내려오는 요리법에 새로운 요리법을 절충하여 창조한 요리를 말함
- ③ 분자(分子)요리 : 분자요리는 음식재료의 질감이나 조직·요리법 등을 과학적으로 분석해 변형시키거나 완전히 다른 스타일의 음식을 창조하는 것을 말함

### (2) 유명 토속음식 및 요리

- ① 발렌시아의 ‘빠에야’ : 해물과 고기, 야채를 섞은 쌀요리인데 아랍인들이 스페인

에 전과한 볶은 꽃술 때문에 밥색깔이 노란색임. 빠에야라는 이름은 바닥이 얇은 둥근 모양에 양쪽에 손잡이가 달린 프라이팬을 가르키는 말로 전통적으로 내려오는 빠에야는 1m가 넘는 큰 원형의 프라이팬임

- ② 바르셀로나를 포함한 까탈루냐 지역: 지중해식 요리
- ③ 바스크 지역의 ‘마르미타코’: 통감자를 올리브유와 향신료에 볶은 후 가다랑어를 넣어 요리한 것(바스크인들의 요리법은 전통 한식 요리법과 유사하며, 주재료의 맛과 질감을 그대로 살린다는 데 특징이 있음)
- ④ 마드리드: 소의 위로 만든 요리와 야채, 고기, 콩을 넣고 끓인 마드리드 전골요리와 대구요리 등

### (3) 기타 스페인을 대표하는 음식

- 스페인 음식은 한국음식에 비해 좀 더 짜고, 달고 기름진 것이 특징이며, 기름에 튀긴 음식을 선호하며, 스페인 사람들이 단맛을 선호해 커피를 마실 때나, 과일을 먹을 때도 설탕시럽을 뿌려 먹거나 생크림을 얹어 먹을 정도임
- 스페인을 대표하는 음식으로는 쌀과 고기, 해산물에 샤프란(Saffron)향을 가미한 ‘빠에야(Paella)’, 돼지고기 뒷다리를 소금에 절여 만든 ‘하몽(Jamon)’, 다양한 요리를 작은 접시에 담아 즐기는 ‘타파스(Tapas)’ 등이 있음
  - ① 생햄(하몽): 하몽은 소금에 절여 건조한 돼지다리로 만든 햄의 일종으로, 스페인 사람들의 주식인 동시에 우리네 김치처럼 없어서는 안되는 중요한 음식임. 단백질과 칼로리가 풍부한 영양식인 하몽은 스페인 음식문화에서 매우 중요하며, 익히지 않고 얇게 썰어서 먹는데 그 종류에 따라 맛과 가격이 다양함
  - ② 와인: 스페인에서 생산되는 와인의 75%를 스페인에서 소비(스페인인 포도경작 면적에서 세계 1위이며 생산량은 세계 3위)
  - ③ 따빠스: 출출하거나 갈증이날 때 때와 장소에 관계없이 아무 바나 들어가면 저렴한 가격에 맛난 주전부리 들을 만날 수 있음

### (4) 음식관련 명소 : 전통시장, 식당 명소



- 보리케아 시장: 바르셀로나를 키워낸 부역으로 불리는 보리케아 시장의 기원은 ‘고기를 파는 광장’이라는 뜻을 가지고 있으며, 800년 역사를 가지고 있음
  - 바르셀로나 성벽 앞에 고기를 파는 상인들이 모여들던 곳이 고기가게 집결지로 발전. 현재는 유럽에서 가장 큰 채래시장 규모를 가지고 있음
- 산타 카테리나 시장(Mercat Santa Catarina): 새들이 쉴 수 있는 예쁜 공간이 인상적인 산타카테리나 시장은 건축가 엔릭 미라에스가 오래된 시장을 재건축한 곳임
- 엘 불리(El Bulli) 레스토랑 : 예약을 하려면 1년 이상을 기다려야 하는 엘블리 레스토랑은 2007년부터 2010년까지 4년동안 “세계 최고의 레스토랑” 자리를 지키고 있으며, 분자요리로 세계 미식가들의 사랑을 받고 있는 대표 명소임

### 3) 마드리드 외식시장: 약 20.3조원 규모

- 마드리드의 인구는 스페인 전체 인구의 13.3%에 해당하는 627만 명이며, 이 중 61.4% 정도인 385만 명이 경제활동 인구임
  - 연 평균 외식비 지출액은 2,206 유로, 한화 약 323만 원 정도로 마드리드의 전체 외식시장 규모는 약 20.3조원으로 추정되고 있음



<그림 4-2> 마드리드 외식시장 규모

- 스페인의 대표적인 퓨전음식 전문 패밀리 레스토랑인 뱍스(VIPS)는 전국 전역

- 에 94개의 매장을 운영 중에 있으며, 마드리드에 49개 매장이 위치하고 있음
- 다양한 스테이크 요리와 파스타 요리를 중심으로 젊은 층과 가족단위 방문객에게 인기가 높으며, 식당내에서 간단한 잡지나, 책, CD 등을 판매하고 있음
- 스페인 상점 대부분이 저녁 9-10시가 되면 거의 문을 닫는 것과 달리 VIPS는 새벽 1시까지 영업을 하는 파격적인 사업전략을 구사하고 있음

## 2) 음식관광 상품 현황

- 스페인은 1870년대부터 미식가 모임이 있을 정도로 음식자원이 발달해 있으며, “음식순례”가 스페인 관광에서 중요한 자리를 차지함(스페인 관광청)
- 지역마다 저렴하면서도 풍부하고 다양한 음식들과 그곳 주민들을 연계하여 스페인을 다시 방문하게 만드는 것 역시 중요한 스페인 관광진흥 정책의 하나임
- 스페인에서 추진하고 있는 관광자원으로서 음식자원의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 전략과 관광개발과 접목하는 다양한 개발기법, 음식문화자원의 활용에 대한 정책을 끊임없이 개발하고 있음

### (1) 음식자원자원의 관광상품: 음식순례 관광프로그램

- 스페인 관광청은 ‘음식순례 관광프로그램’을 관광대국으로 성장시키는 일등공신으로 공식 발표하였으며, 관광상품으로서 음식자원 활용방안을 모색하고 있음
  - 음식순례 관광프로그램은 원산지에서 공수하는 해산물과 자연방사하여 기른 목축들과 신선한 야채와 과일, 산에서 나는 온갖 버섯류와 올리브유로 만든 스페인 음식과 술을 소개하는 프로그램임

### (2) 세계적인 요리사들이 벌이는 미식축제 : ‘마드리드 퓨전’

- 스페인은 세계적인 미식축제 ‘마드리드 퓨전’과 ‘토마토 축제’등 음식자원을 활용하여 스페인을 세계의 음식수도로 성장시키는 정책을 추진하고 있음
- 마드리드 퓨전(Madrid Fusion)은 2014년 12회째를 맞는 세계적인 음식박람회로

- 매년 세계 각국의 1급 요리사와 외식업계 CEO들을 포함하여 약 1,000여 명이 참석해 첨단 요리기법을 선보이고 향후 외식 산업의 트렌드를 전망함
- 세계적인 셰프와 신뢰받는 저널리스트, 내로라하는 미식가들이 모여 그해의 트렌드 변화를 예측하는 행사로, 새로운 식재료를 들고 나오거나 신기술을 발표하는 등 세계 식문화의 변화를 알 수 있는 장이 되고 있음
  - 마드리드 퓨전은 세계 각국 유명 셰프들의 요리 시연부터 시내 곳곳에서 평소 가격의 절반 이하로 저렴하게 판매되는 음식들, 미술관·박물관에 숨겨진 음식 이야기 등 축제기간 동안 마드리드는 세계 미식가의 수도로 변신함
  - 매년 주빈국을 선정하여 해당 국가의 음식과 문화를 집중 소개하는 행사를 갖는 것이 ‘Madrid Fusion’의 특징임
    - 2012년 1월에 개최된 제10회 ‘Madrid Fusion’의 주제는 ‘발효음식’이었으며, 주빈국으로 초청된 우리나라는 김치를 비롯하여 장류, 짬짜리류, 젓갈 등 한식의 전통 발효식품을 전 세계인들에게 소개함
  - 전통적으로 유럽 미식업계를 이끄는 나라는 물론 프랑스와 이탈리아이지만, 2000년대 초반부터 부각된 스페인 요리계의 새로운 시도로 스페인이 최신 푸드 트렌드의 본산지로 대두됨
  - 스페인 정부, 셰프, 학계, 업계가 힘을 모아 스페인을 미식의 중심지로 키워낸 결과이며, 당시 세계적인 트렌드의 핫토픽은 분자요리였고, 이 분자요리의 선봉장인 페란 아드리아(Ferran Adrià)는 마드리드 퓨전과의 시너지로 가장 중요한 스타 셰프 반열에 올랐음
    - 페란 아드리아는 매년 그의 레스토랑 엘 불리(El Bulli)의 최신 분자요리 기술을 마드리드 퓨전에서 선보였고, 최신 요리트렌드를 이끄는 셰프들이 마드리드 퓨전으로 모여들
  - 2014년 행사의 대주제는 ‘요리의 영감은 거리에 있다(Inspiration is in the street)’로, ‘도심 속의 요리’를 주제로 누구나 즐길 수 있는 편안한 식당들에서 훌륭한 재료와 요리 테크닉을 사용해 만드는 거품을 뺀 요리트렌드를 제안함

- 최근 오프퀴진 지향의 세계적인 셰프들이 도심 내 작지만 큰 레스토랑들을 만들고 있으며 오프 퀴진의 흐름을 바꾸고 있음

<오프퀴진>

- 오프퀴진이라는 말의 유래는 루이 14세의 여끝에서 시작되었다고 할 수 있음
- 천재적인 셰프들의 재능이 빛을 발하게 되면서 허기를 채우는 음식과 세련미를 추구하는 마식이 분리되었고, 음식 준비에서부터 응대, 에티켓까지 전 과정에서 한 치의 오차도 없는 ‘소수의 상류층 연회에서 만날 수 있는 섬세한 진미의 정찬’이라는 의미의 ‘오프퀴진이라는 말이 생성됨
- 오프퀴진은 단순한 식사를 뛰어넘은 하나의 스타일로 막강한 영향력을 발휘하고 있음

- ‘Gastro Festival’은 2012년 3회째를 맞는 음식축제로 마드리드 시에서 개최되며, 도시 전역에 위치한 유명 레스토랑(Restaurant), 바(Bar), 미술관 등에서 저렴한 가격에 다양한 요리를 각종 공연·전시와 함께 즐길 수 있어 인기가 높음



- 미식축제는 크게 3가지 부문으로 구성됨
  - ① 셰프 요리시연 : 제한된 20-30분 정도의 시간동안 요리를 직접 시연하고 그 안에 담긴 스토리를 이야기함
  - ② 토론과 강연회
  - ③ 음식시식 : 120개의 부스에서 참여업체가 세계에서 공수해 온 식재료와 와인, 커피, 음식을 맛보고 식기 등 요리와 관련한 다양한 제품을 전시
  - ④ 기타: 100종류가 넘는 와인을 자유롭게 시음할 수 있는 행사장 마련, 미술 작품에 등장하는 음식의 상징을 설명해주는 무료투어 실시
- 미식축제를 참관하는 참가자는 400유로(약 60만원)을 내야하며, 평균 5,000명 넘는 사람이 유료로 참여하고 있음

### (3) 스타 셰프(star chef)

- 스페인의 요리는 스타셰프를 중심으로 이미지를 형성하고 있으며, 페란 아드리아(Ferran Adria ·48)가 대표적임
  - 페란 아드리아는 타임지가 선정한 세계 최고 요리사로 불리고 있으며, 요리계의 연금술사, 분자(分子)요리의 창시자라는 별명을 가지고 있음
  - 스페인 카탈루냐 지방 산골에 있는 그의 식당 엘 불리(El Bulli)는 영국요리 전문지에 의해 3년 연속 세계 최고 레스토랑으로 선정
- 스페인에는 이라사르, 수비하나, 가스티요, 후안 마리 아르작 같은 새로운 요리를 만들어내는 요리사들이 세계적으로 이름을 날리기 시작하면서 스페인식 식당이 세계 10위권에 3개(1위 엘 불리, 7위 무가리츠, 10위 아르작)나 있음
  - 바르셀로나는 올림픽 이후 스페인의 다양한 기후와 민족, 요리법이 수면위로 떠오르면서 음식으로 스페인의 다양성의 진가를 발휘하기 시작하였음

### (4) 음식관광에 대한 체계적인 R&D 조직

- 마드리드 국립관광대학, 관광진흥청을 중심으로 음식관광을 포함한 관광 R&D 기관에서는 스페인 음식을 직접 시식하거나, 조리과정, 레시피 등 다양한 음식 문화를 직접 체험할 수 있도록 및 관광트렌드를 분석하고 있음
- 관광산업의 정체와 진흥, 발전을 거듭하며 세계적인 관광대국으로 부상한 스페인의 음식관광정책과 이벤트(전시산업), 음식순례 관광프로그램 등은 대부분 이러한 R&D 기관에서 시작하여 운영되고 있음
- 스페인 음식관광에 대한 가이드라인을 만들고 새로운 이슈와 메시지를 생산해 내고 있다는 측면에서 스페인 음식관광의 한 축을 담당하고 있음

### 3. 스페인 음식관광 활성화 대표 정책사례

#### 1) 도시별 음식관광 정책

##### (1) 마드리드

- 마드리드는 인구 약 312만명으로 1561년 Felipe 2세가 수도로 선정한 이래 스페인의 수도로 문화와 경제의 중심지로 자리매김하고 있음
- 16세기 이후 스페인의 수도로 번영해 온 마드리드는 합스부르크 왕조시대에 구축된 구시가를 중심으로 역사자원과 예술자원을 바탕으로 관광산업이 발달함
- 마드리드에는 IFEMA(22만m<sup>2</sup>) 전시장을 중심으로 전시산업이 발달해 있으며, 특히 마드리드 푸전, 마드리드 관광박람회 등 전시산업을 중심으로 관광산업이 발달해 있음
  - 마드리드 푸전은 마드리드의 회의산업의 일환으로 시작되었으나 마드리드 뿐만 아니라 스페인의 음식에 대한 국제적 입지를 강화하는 계기가 되었음
- 마드리드 시는 도시의 규모가 크기 때문에 전통채래시장의 관광명소와 정책을 음식관광과 연계하여 성공적으로 추진하고 있으며, 관광청을 중심으로 ‘음식순례 관광프로그램’을 만들어 운영하고 있음
  - 특히, 관광청에서 운영하고 있는 ‘음식순례 관광프로그램’은 관광객에게 많은 인기를 받고 있으며, 우리나라를 포함한 해외관광마케팅에 적극 활용하고 있음

**Madrid Food Tour**  
Costanilla de los Desamparados, Madrid, Spain  
+34 695 11 18 32 | 웹사이트 | E-mail | 영스 정보 업데이트하기

**6위** 141건의 마드리드 소재 체험 활동 중에서  
146 리뷰

타입: 투어

145 방문자 사진

**트립어드바이저의 146 여행자 리뷰**

방문객 평가

이웃들	139
좋음	4
보통	3
별로	0
최악	0

146 리뷰 검토하기 | 평가

후견인됨 있음

- 마드리드 음식관광정책의 특징은 민간의 적극적인 참여에 있음
  - ‘마드리드 퓨전’은 유명 유리사를 중심으로 민간에서 시작하여 세계적인 행사로 발전시켰으며, 헤밍웨이의 단골식당 보틴레스토랑을 중심으로 음식관광 프로그램과 음식관광상품은 공공에서 홍보를 민간에서 운영을 담당하고 있음

## (2) 바르셀로나

- 바르셀로나는 스페인의 동부연안에 위치해 있으며 연간 관광객 1,200만명의 스페인 제1의 관광도시로, 역시 전시컨벤션산업을 기반으로 한 관광산업이 발달함
- 바르셀로나의 관광객은 20년동안 10배의 관광시장 성장을 보이고 있으며, 1인당 평균 2.3박 정도의 숙박을 하는 것으로 분석되고 있음
  - 관광으로 인한 도시 경제효과는 매일 2,000만 유로의 매출 창출효과
- 바르셀로나는 스페인 정부의 ‘관광 2020’과 연계하여 ‘바르셀로나 관광비전 2020’을 수립하고 1) 관광목적지 바르셀로나 육성 2) 관광객(tourist)에서 방문객(visitor)으로 전환 3) 관광활동의 거버넌스로 정책개편 4) 과속성장에서 지속가능한 성장으로 육성 등의 추진전략을 제시하고 있음
- 이를 위한 선결과제로 ‘새로운 트렌드와 관광수요에 적합한 관광목적지와 상품 관광상품의 개선’을 설정하고 음식관광의 적극 육성을 표방하였음
- 카탈루냐 주 지방정부와 바르셀로나시 그리고 관광청과 연계하여 음식관광



## 2) 전통재래시장의 관광자원화

- 전통시장의 관광자원화 현황을 벤치마킹하기 위하여 현대화된 시장인 샌안톤시장과 산미구엘 시장을 대상으로 사례분석을 실시함
- 전통재래시장의 관광자원화는 전통과 창조와의 결합을 통해 구도심의 문제를 해결할 수 있다는 측면에서 매우 매력적인 사업임
  - 샌안톤시장은 현대화된 건물에 대형마트, 전통상가, 음식점 등을 입주시켜 복합몰로서 재구성되었으며, 산미구엘시장은 창의적이고 다양한 맛집을 위주로 구성하여 전통시장 활성화에 성공한 사례임

### (1) 스페인 공영시장 “메르까도”의 추진배경

- 스페인 수도 마드리드 시는 2000년대 초반부터 원도심 활성화를 위한 재래시장 활성화 정책을 추진해오고 있음
- 전통과 역사를 가지고 있는 원도심을 최대한 원형 그대로 보존하면서 신도시로의 인구유출을 차단하기 위하여 공영시장 제도, 메르까도(Mercado)<sup>12)</sup>를 도입하였음
- 공영시장 메르까도(Mercado)는 시에서 도시계획에 근거해 현대식 건물을 짓고 상인에게 반영구에 가까운 50년동안 점포를 저가로 임대해주면서 상인이 고품질의 물건과 서비스를 제공하도록 함
- 2006년 기준 마드리드시에는 총 48개의 메르까도와 개인점포인 250여개의 갤러리아(천정이 유리로 된 아케이드 상점가)가 있음
  - 점원을 포함한 메르까도 종사원은 약 3,200명, 갤러리아까지 합산하면 약 16,000명의 상인들이 활동중이며, 이들의 95%가 식품업종에 종사하고 있음
- 메르까도의 임대인은 시청이고, 임차인은 상인이며 소액의 연간 사용료를 지불하나 시장운영은 전적으로 상인들이 하고 있음
  - 매매계약서 매매는 불가능하지만 권리금을 받고 영업권 이전은 가능하며, 상인회(Concesionario)에 매월 관리비를 내면 상인회과 리모델링 등 시장경쟁력 확보를 위한 경영기법을 추진하고 있음

12) 메르까도(mercado)는 스페인어로 시장이라는 뜻으로 우리나라의 재래시장과 같은 곳, 일반적으로 상점가(갤러리아)와 구분하여 지칭



- 마드리드 시는 정확한 상권분석 정보를 제공하며, 47개 시장의 로고가 박힌 선물용 박스를 제작해주며, 점포 리모델링시 비용의 30%, 시장전체 리모델링시 60%를 지방정부에서 지원함
  - 메르까도 주변 땅을 매입해 주차장을 확충하거나 시청의 허락하에 지하주차장을 제공하는 등의 고객편의 지원사업도 추진

## (2) 산 안톤시장(Mercado de San Anton(Chueca))

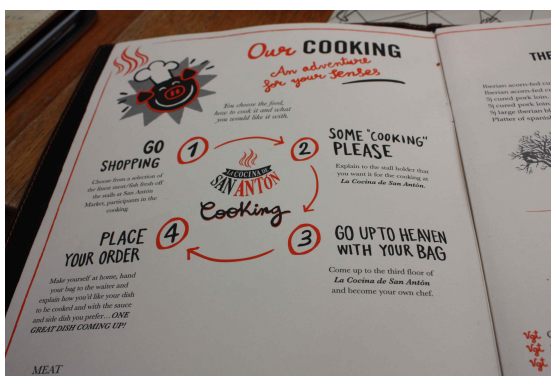
- 산 안톤시장은 마드리드시 칼레 아우구스토 피큐어에 위치하고 있으며, 2011년 마드리드시에서 지역주민과 관광객을 위한 현대적인 구조로 노후화된 시장을 활성화하기 위해 시도한 두 번째 작품임
- 주로 고기, 치즈, 해산물, 과일, 꽃, 페스트리 등 일반적인 생필품 중심의 재래시장이며 시설현대화를 통한 관광명소화의 대표적인 사례중 하나임
- 시장은 중정형 구조로 내부에 큰 채광창을 설치하였고, 와이어를 이용한 조명시스템 마련하여 일반적인 재래시장의 분위기와 다른 공간요소를 가미함
  - 특히, 포장마차(스페인 정원 복지 Corrala 스타일), 옥상 레스토랑과 음료에 먹을 수 있는 긴 테라스를 설치함으로써 단순 ‘쇼핑’의 공간에서 ‘소통’과 ‘만남’의 공간으로 재탄생하였음
- 모든 진열장은 유리로 보이게 하여 내부의 식자재를 볼 수 있게 하였고,



<센 안톤시장 옥상을 활용한 테라스와 식음료 바>



<센안톤시장 내 show room을 활용한 요리시연회 >



<식자재 구매후 요리로 즐길 수 있는 센안톤시장 옥상 레스토랑>

## (2) 산미겔시장

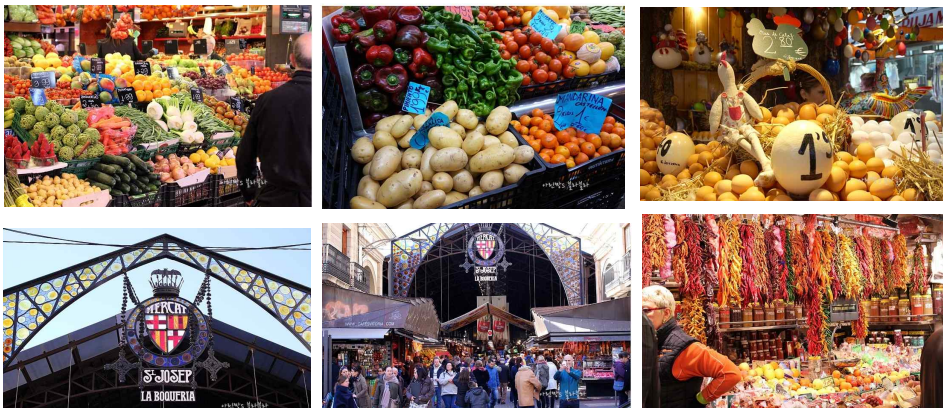
- 산미겔 시장은 스페인 3대 전통시장<sup>13)</sup> 중 하나로 마드리드 시 마요르 광장에 위치하고 있으며 1916년 문을 연 시장임
- 처음에는 채소류만 파는 청과물 시장이었으나 붉게 녹슨 지붕과 기둥은 그대로 두고 벽만 헐어내어 현재의 모습으로 리모델링함
  - 그리스의 파르테논 신전을 축소한 것과 같은 사각모양의 건축물로 붉은 지붕과 통유리가 조화를 이루고 있으며, 옛것과 현대적인 것의 융합을 통한 명품시장으로 거듭나고 있음
- 리모델링으로 재래시장에 냉난방의 기능을 추가함으로써 관광객들이 사계절 즐길 수 있는 환경을 조성하였고, 점포 진열방법, 종사원 의복을 통일하고 있음
  - 특히, 각 상점마다 가격표에는 8개 국어로 가격이 표시되어 있음
- 산미겔 시장의 가장 큰 경쟁력은 야시장으로, 통상 자정까지 운영하며 수·목·금요일에는 새벽 2시까지 영업을 하고 있으며 많은 관광객이 찾고 있음
- 산미겔 시장은 과일매장 이외에 식음료, 기념품가게, 와인바, 카페 등이 조성되어 있으며 간단한 ‘한입 음식’을 통해 관광명소화하고 있음



13) 바르셀로나의 보케리아 시장, 발렌시아의 중앙시장, 마드리드 산미겔시장

### (3) 보케리아 시장(Mercat de la Boqueria)

- 바르셀로나를 키워낸 부역으로 불리는 보리케아 시장의 기원은 11시로 ‘고기를 파는 광장’이라는 뜻을 가지고 있으며, 바르셀로나 중심지 람브란스에 위치함
- 산 호세프(St. Joseph) 시장이라고도 불리는 보케리아 시장은 바르셀로나에서 가장 큰 규모를 자랑하고 있으며 800년의 역사를 가지고 있는 전통시장임
  - 바르셀로나 성벽 앞에 고기를 파는 상인들이 모여들던 것이 결국 바르셀로나 안의 거의 모든 고기가게의 집결지로 발전하였음
- 지중해를 품고있는 스페인의 지형적 특성을 살려 탐스러운 지중해 과일들과, 신선한 해산물, 그리고 육류를 판매하는 전통시장으로 역시 관광명소로 자리잡음
- 보케리아 시장은 지역축제인 바르셀로나 카니발 축제와 연계한 시장축제를 기획하여 성공적으로 운영하고 있음
  - 축제기간 상인들은 카니발 의상을 입고, 전통음식으로 방문객들에게 아침식사를 서빙함
- 홈페이지를 외국인 관광객에게 접근 가능하도록 4개국어(스페인어, 카탈루냐어, 영어, 프랑스어)로 서비스 되고 있음
- 어린이가 웰빙형 식사습관을 배우는 동시에, 요리강사와 같이 장보기 연습을 하며 경제관념을 학습하는 Food School의 ‘어린이 요리교실’ 문화강좌를 매주 개최하고 있어 단순 관광시장이 아니라 지역민의 재래시장 기능을 하고 있음
- 보케리아 시장의 가장 큰 강점은 길거리 상권을 통한 재래시장의 ‘감성마케팅’으로 살아있는 생활문화를 관광상품으로 승화시켰다는데 있음



### 3) 세계적인 요리대회 : 마드리드 퓨전

- 마드리드 퓨전은 스페인을 비롯한 각국의 셰프(요리사)를 초청하여 창의적인 요리를 선보임과 동시에 관련 식자재의 수출도 촉진하는 전시회임
  - 2002년 이후 12년째 열리고 있는데, 현재는 96명의 세계적인 셰프들과 760명의 외신기자단, 11만명의 관광객이 모이는 대표적인 축제로 성장
- 마드리드 퓨전의 강점은 단순히 명성있는 셰프들만 참여하는 것이 아니라 전통과 창조와의 융합을 시도하는 젊은 셰프들이 많이 참여한다는 것과 100개 정도의 식자재 부스를 별도 운영하여 요리와 식품과의 결합을 통해 식품산업 활성화에 기여한다는 점에 있음
  - 전라북도에서도 국제한식조리학교 중심의 K-food 페스티벌과 발효식품엑스포를 재구성하여 전통음식을 기반으로 창의적인 요리를 선보이고 식품산업도 활성화시킬 수 있도록 TF를 구성하여 마드리드 퓨전과의 협력방안모색이 필요함
- 마드리드 퓨전은 자국 외식산업을 육성하려는 노력의 일환으로 'Gastro Festival'과 함께 세계적인 음식축제로 자리잡았으며, 음식관련 국제행사 개최를 통해 관광객을 적극 유치하고 있음
  - 스페인 정부에서 경기부양을 위해 식품산업을 집중육성하는 정책과 시너지 효과를 창출하고 있으며, 마드리드 퓨전이 풍부한 자국 농수산물 생산기반을 활용한 식·음료 가공산업 발달에도 긍정적인 영향을 미친다고 평가받고 있음
- 2014년 12회째를 개최한 마드리드 퓨전(Madrid Fusion)은 세계적인 음식박람회로 매년 세계각국의 1급 요리사와 외식업계 CEO를 포함하여 1,000명 이상이 참석해 첨단 요리기법을 선보이고 향후 외식산업의 트렌드를 전망함
- 매년 주빈국을 선정하여 해당 국가의 음식과 문화를 집중소개하는 행사를 갖는 것이 특징이며, 2012년에는 '발효음식'을 주제로 개최되면서 한국이 주빈국으로 참석하여 김치, 장류, 짬짜류, 젓갈 등 한식 전통발효식품을 소개한바 있음
- 후안 아르삭<sup>14)</sup>과 같은 스타셰프들이 마드리드 퓨전에 참가하고 새로운 스타 셰프

14) 후안 마리 아르삭(Juan Mari Arzak)은 스페인 현대요리의 창시자로 불리고 있으며, 신선한 재료의 맛을 살려 미술랭 3스타 레스토랑 중의 하나인 아르삭(Arzak)운영하고 있음

들이 배출됨으로써 마드리드 퓨전이 세계의 미식트렌드를 선도하고 있음



- 미식 서밋 'Madrid Fusion 2012'에 주빈국으로 참여한 대한민국은 한식과 발효음식을 세계 각국의 전문가들과 요리사들 앞에 당당히 선보임
  - 2012년 마드리드 퓨전의 주제는 '발효음식'으로 미래 음식문화를 이끌 또 하나의 요리 코드로 부각되었음
- 샘표는 매년 마드리드 퓨전에 참가하여 식품산업의 트렌드를 리드하고 있으며, 2012년 마드리드 퓨전을 실시간으로 트위터에 생중계하여 좋은 반응을 얻음
- 마드리드 퓨전의 성공은 단순한 '음식'이 아니라 '요리', '미식'을 테마로 한 축제가 장기적으로는 훨씬 효과가 크다는 것을 보여주며, 단순한 공공부문의 지원이 아니라 민간의 적극적인 참여가 성공에 절대적인 요인이 된다는 시사점을 줌

#### 4) Gastronomic research

- 스페인은 단순히 음식과 식자재 판매가 아니라 요리계를 전반적으로 리드하기 위한 연구기관을 적극 지원하고 있음
- 주방에 과학적 이론을 적용시켜 새로운 요리방법 개발하고, 전문가(요리사, 외식업 관련자, 와인 메이커)에게 새로운 방법을 제시하고 아이디어 제공을 통해 동시에 스페인 요리의 세계화전략의 한 축으로 연구기관을 적극 지원하고 있음

#### □ ALICIA 연구소

- 카탈루니아 주정부(Generalitat de Catalunya: 농림부, 재정경제부 )와 CaixaManresa(은행기업)가 함께 투자설립하고, Ferran Adria(El Bulli)가 자문의장(President)으로 기술적인 지원을 하고 있는 요리과학 연구소 (Research center) 임
  - “요리 + 과학 + 건강(영양)+ 관광”을 접목 시킨 세계유일한 요리과학 연구소
- Alicia는 (1)전문요리사와 외식업계의 발전을 위한 요리연구 (2)공동체에 요리문화의 중요성과 영양을 인식시키고 교육 (3)과학적 분석과 기초학문을 적용한 요리의 새로운 아이디어 제안 (4)향토 특산물 개발 등 프로젝트 진행을 목적으로 함
  - 요리사와 레스토랑업계의 수준을 높이기 위한 연구와 지원(Gastronomic and Scientific Reserch), 사회공헌을 위한 건강, 영양과 식이요법 연구와 식문화 개선(Health and eating habits) 등에 중점을 두고 있음



<그림 3-3> Alicia 연구소 활동 사진

- Alica 연구소는 전통 카탈란 요리 보존 및 연구를 포함하여 스페인 식(食)문화 발전 기여, 스타 셰프들의 공동체 재능 환원을 목표로 하고 있음
- 구체적인 연구내용은 고조리서 연구를 포함하여, 식품기업, 주방설비 기업 등 다양한 외식기반 업체와 공동연구를 진행하고 있음
- 전 세계에서 몰려드는 인턴연구원을 통해 끊임없는 요리정보 획득과 스페인 음식 문화 전파(스페인 요리의 세계화 전략), 스페인 전통음식과 식자재 소개 등을 수행하고 있음
- 전라북도에서도 한국형 요리연구소 및 R&D 기관 설립을 추진할 필요가 있음
  - 단순히 요리라는 차원을 넘어 관광과 문화를 접목시킨 R&D 기관은 새로운 레시피 및 제품 개발 뿐만 아니라 새로운 기기 제품화 및 생산까지를 포괄하는 개념임  
예) 새로운 한식(new korean)에 맞는 조리설비 및 기기 개발
- 국가적으로는 기업과 유리사, 외식전문가, 영양 전문가 등의 공동작업을 통해 식품(외식)산업의 민간투자를 선도하고 한국음식의 세계진출 및 브랜드화에 의미가 있을 것으로 판단됨





# 제5장

## 전라북도 음식관광 활성화 방안

제 1 절 기본방향

제 2 절 세부 추진과제





# 제 5 장 전라북도 음식관광 활성화 방안

## 제 1절 정책의 기본방향

### 1. 음식콘텐츠 발굴 및 대표 관광콘텐츠로 육성

- 음식관광 시장조사 및 음식관광객의 특성 등 기초조사를 통한 음식콘텐츠 발굴
- 음식관광 활성화를 위해서는 관광수용태세 개선 중심의 접근방식에서 탈피하여 음식자원을 전북관광의 대표적인 콘텐츠로 육성
- 장소성 강화를 통한 특화전략을 통해 매력적인 음식자원을 보유한 지역을 음식관광명소로 육성하기 위한 정책사업과 상품화 지원 확대

### 2. 다양한 음식자원 발굴을 통한 관광상품화 강화

- 관광객 방문을 유도하고 지역을 홍보할 수 있는 수단으로 지역의 향토음식, 특산물 등을 활용한 음식관광 적극 육성
- 음식관련 관광콘텐츠를 발굴하여 관광상품 소재 발굴 및 테마형 관광상품 개발

### 3. 시장세분화를 통한 마케팅 실행력 강화

- 관광에서 음식은 효과적인 마케팅 도구로 활용가능하기 때문에 음식에 따른 관여도에 따라 차별화된 마케팅 전략 수립
- 전라북도 음식관광은 도시형과 농촌형으로 구분하여 투트랙으로 추진함

R&D	Authority/Place	Network	Segmentation
연구조사 강화	장소성 강화	연계/통합상품 개발	마케팅 전략
<b>콘텐츠 발굴</b>	<b>지역특화</b>	<b>융복합 연계상품</b>	<b>시장세분화</b>

## 제 2절 세부 추진과제

### 1. 음식관광 기반구축

#### 1) 관광음식점 수용태세 강화

- 주로 관광객을 대상으로 하는 전문식당에 대해 메뉴판지원 및 음식관광서비스 품질개선을 통해 전라북도 관광서비스 수준을 업그레이드가 필요함
- 관광음식점 등 음식관광 인프라의 수준을 평가할 수 있는 지표개발 및 평가
  - 전라북도가 보유하고 있는 음식관광 인프라와 역량이 높은 수준이나, 인센티브 제공 및 음식관광 정보제공에서 객관성을 확보하기 위해서는 평가기준이 필요
- 음식관광에 기여한 우수업소를 대상으로 인센티브를 제공하여 자구적인 개선을 유도하고, 특히 외래관광객 수용태세가 열악한 도내 관광현실을 감안하여 외국인 관광수용태세에 대한 지원을 강화함
- 특히, 외국인을 대상으로 한 전문식당은 음식명, 식재료, 요리법 등 외국어 표기법 표준화 및 외국어 메뉴판을 개발·보급하고, 홍보마케팅을 지원·관리함
  - 지정식당을 대상으로 주기적인 암행감사와 서비스 평가 및 피드백을 실시하여 자격제도 갱신, 지속적인 품질개선을 유도하고 우수업소에 대해 인센티브 지급
- 음식서비스 강화를 위해서는 표준상차림 및 인테리어·복장(한국전통음식점 토탈 명품) 개발이 필요함
  - 인테리어(한지조명, 전통가구 등과 결합한 실내디자인), 식문화소품(한식식기, 테이블웨어, 메뉴판 등), 서빙복(한복을 활용한 간이복, 모자 등 소품) 등 개발

#### <정책과제>

- 1) 전라북도 음식관광 평가기준 마련 및 인센티브 신설
- 2) 외래관광객 전문한식당 확대
- 3) 외국어 메뉴판 개발보급

## 2) 음식문화체험시설 지원

- 현황분석에서 살펴본 바와 같이 전라북도에는 전문적이고 상설적인 음식 체험시설이 부족하기 때문에 한문화의 중심지로서 한식에 대한 인프라 조성이 필요함
  - 한식재단과 K-Food Complex 조성에 대한 논의가 진행되었으나, 현재는 답보 상태에 있어 음식과 요리를 체험할 수 있는 공공부문의 체험시설 지원 필요
- 국내와 전라북도 음식문화체험시설은 김치, 장류 등을 중심으로 구성되어 있기 때문에 일반 관광객의 재미요소는 떨어진다는 문제가 있음
  - 임실치즈테마파크의 성공에서 알 수 있듯이 놀이요소와 음식을 결합한 새로운 음식테마파크를 통해 식자재 및 향토음식과 친숙해지는 과정이 필요함
- ‘한국음식문화관(가칭)’ 등 대표성이 있는 음식문화체험시설 설립을 추진하고 전 시군과 함께 요리체험교실, 한식레스토랑, 한식상품판매점 등을 설치·운영하여 관광코스로 개발 및 지방관광 활성화에 기여
- 전라북도는 14개 시군의 음식문화체험시설 중 우수 음식문화체험 프로그램을 선정하고 발간간행물 등을 통하여 집중적으로 홍보를 실시하고 음식문화체험시설의 위치, 운영 프로그램, 가격 등을 수록한 안내책자를 제작·배포
- 한편 음식창의도시와 관련하여 전주시는 10만㎡ 규모의 대규모 미식산업단지 조성을 추진할 계획을 발표하였으며, 식품산업과 연계한 음식의 상징성 측면에서 추진방안을 적극 검토할 필요가 있음
  - 세부사업내용은 미식 문화연구센터, 미식치료단지, 미식기술연구센터, 미식해설사 양성, 음식 세계박람회 개최, 미식교육과 체험장 조성
  - 미식산업단지는 완주 로컬푸드 등 타 기초자치단체와의 사업연계성을 강화하고 국가단위의 음식관광 거점으로서의 역할을 담당하도록 구상할 필요가 있음

### <정책과제>

- 1) 국가 대표성을 가진 음식체험시설 유치(예: (가)한국음식문화관)
- 2) 음식테마파크 민간투자유치(국가식품클러스터 연계)
- 3) 전라북도 음식홍보마케팅 강화

## 2) 맛지도 제작·배포

- 현재 웹사이트를 중심으로 제공되고 있는 음식관련 정보는 단순 나열식으로 제공되기 때문에 실제 관광목적지 및 관광활동으로 연계하기에는 어려움이 있음
- 음식관광코스 개발과 더불어 주변관광정보를 관광객에게 종합적으로 전달할 수 있도록 맛지도 제작·배포함
- 맛지도를 제작하기 위해서는 테마별·지역별 음식관광 인벤토리를 구축하는 것이 선행되어야 함. 시군별로 음식 관련 체험시설, 먹거리 특화지구, 축제, 박람회, 음식관광상품 등 다양한 음식관광자원에 대한 인벤토리 구성
- 음식관광 인벤토리 데이터베이스를 기반으로 관광객에게 맞춤정보를 제공하고 음식별 스토리텔링 개발 및 홍보책자 발간
- 현재 발굴되어 있는 전라북도의 음식관련 이야기를 바탕으로 단순 지역간 연계가 아닌 음식 중심의 관광정보로 제공함
- 맛지도는 홍보물과 함께 온라인 사이트를 통해 음식관광코스 추천 및 식당안내, 음식체험시설 등을 종합적으로 안내받을 수 있도록 전라북도 다이닝 플래너<sup>15)</sup>를 제작함

### <정책과제>

- 1) 전라북도 대표 맛지도 제작 및 배포
- 2) 시군별 음식관광자원 인벤토리 작성
- 3) 음식투어 전북순화관광버스 노선 개발
- 4) 전라북도 다이닝 플래너 개발

15) 다이닝 플래너는 홍콩 관광청에서 운영하고 있는 서비스로 관광객이 체류기간, 방문지역, 선호 음식 유형을 선택하면 추천 식당리스트를 제공함으로써 다이닝 플랜을 설계할 수 있는 사이트임

## 2. 음식관광 R&D 기능강화

### 1) 음식관광 관련 조사·연구 추진

- 음식관광 및 음식관광자원에 대한 체계적인 연구와 실태조사를 실시하여 음식관광 콘텐츠를 발굴하고 통계자료를 구축하여 정책수립의 기초자료로 활용함
- 관광시장과 관광객에 대한 조사를 통해 음식관광의 최신동향과 개선점을 파악하고 공공부문의 지원방향을 모색함
  - 음식업은 민간영역이기 때문에 공공에서 주도 또는 지원하는데 한계가 있으며, 민간부문의 아이디어를 바탕으로 적절한 정책역할을 찾아내는 것이 중요함
- 전라북도 관광객 실태조사에 음식관광 인프라 및 서비스 부문을 강화하고 여행사 및 관광업체를 대상으로 공급적인 측면의 조사를 정기적으로 실시함

#### <정책과제>

- 1) 음식관광 실태조사
- 2) 음식관광 인벤토리 개발 및 조사

## 3. 음식관광 상품 개발

### 1) 융·복합형 음식 관광상품 개발

- 정부에서는 개발예정인 한식테마와 관련된 문화자원 방문, 경관자원 관람, 쇼핑 등을 결합한 한식관광트레일(Korean Food Trail)을 적극적으로 유치하여야 함
  - 미식관광열차 여행상품을 개발하여 외국인 관광객의 지방향토 음식관광 촉진(KORAIL 협조)할 예정이며, ‘공연과 함께 하는 음식여행’, ‘미용·의료 목적과 결합한 음식 여행’ 등 복합형 관광상품 개발
- 전라북도에서는 전라북도의 음식관광 콘텐츠 구성, 시설 및 인프라 확충, 프로그램 운영 및 관리 등 상품개발의 각 단계별 지원 방안을 모색할 필요가 있음



## 2) 음식관광 관련 축제의 산업화

- 현재 전라북도에 음식을 테마로 한 대규모 축제들이 많이 개최되고 있음에도 불구하고 대부분 일반 관광객의 단순체험을 위주로 한 B2C의 형태로 진행됨
- 음식관광 축제의 효과를 극대화하기 위해서는 단순체험 위주에서 벗어나 산업화 전략으로 연계할 수 있는 B2B 전략이 필요함
- 발효식품엑스포, 순창장류축제 등 산업화가 가능한 음식관광축제를 ‘전시산업’과 연계하여 확대할 수 있는 지원방안 모색 필요

## 3) 전라북도 음식명인·명소 선정 및 관광상품화

- 음식과 관련하여 Star-Chef 육성 등 명인·명소를 선정하는 것은 국내외 음식관광 활성화를 위한 가장 기초작업이라 할 수 있음
- 전라북도는 ‘맛의 고장’이라는 명성에도 불구하고 음식명인이나 명소 지정에는 상대적으로 소홀해 왔으며, 음식관련 브랜드 구축을 위해 전라북도 단위에서 음식명인제도와 명소 지정제도를 적극적으로 도입하고 지원·육성책이 필요함

## 4) 슬로푸드 음식관광상품 개발

- 전라북도에서 생산한 식재료를 활용하여 슬로푸드 관광상품 개발
- 와일드푸드 등 기존 슬로푸드 관련 축제 확대 지원

## 5) 재래시장 리모델링과 연계한 야시장 지원

- 음식관광자원으로 활용정도가 높은 재래시장을 선정하여 시설 및 콘텐츠를 개발·보강하여 야간관광콘텐츠로 육성
  - 시장환경개선은 중소기업청 사업과 연계하여 추진 필요
- 현재 전라북도에 형성되어 있는 음식테마거리는 총 12개로 집계되어 있으며(한국관광공사), 재래시장과 함께 음식테마거리의 야간시장 활용방안 모색

## 6) 길거리 음식의 관광상품화

- 국내외 음식관광에서 길거리 음식이 새로운 트렌드로 대두됨에 따라 전라북도에서도 길거리 음식의 적극적인 관광상품화가 요구되고 있음

- 풍년제과, 이성당과 같이 '1시군 1음식'을 발굴하여 관광상품화 할수 있도록 지원

#### 6) 전라북도 음식의 세계화 방안

- 전주 대표음식인 '비빔밥'이 기내식에 포함되는 등 국가대표음식으로 자리잡고 있으나, 지역경제에 실질적인 경제적 효과를 보이지 못하고 있음
- '전주 음식창의도시' 사업과 연계하여 전라북도 음식을 세계화하기 위한 과제들을 구체화하고 광역자치단체에서 이를 지원하기 위한 단계적 전략 수립

##### <정책과제>

- 1) 음식관광상품 공모전 개최
- 2) 전라북도 미식축제 개최(발효식품엑스포 2단계 사업)
- 3) 시군별 관광야시장 지원

## 4 음식관광 홍보마케팅 강화

### (1) 음식관광 홍보물 제작·배포

- 관광객을 대상으로 단가별, 업종별, 메뉴별로 세분화된 음식 가이드북 제작·배포
- 관광음식점 등에서 할인을 받을 수 있는 쿠폰을 홍보책자나 인터넷을 통해 발급받을 수 있도록 지원하고 음식관광 할인쿠폰북을 별도로 발간
  - 기존 시군별로 발행하던 것을 전라북도에서 통합적으로 발행하여 과잉정보로 인한 혼란 배제

### (2) 문화부, 지자체, 여행사 등과 Co-Marketing 강화

- 세계 각국의 해외문화원, 코리아플라자, 한식당 등을 활용한 한식세계화 홍보 강화
  - 한식요리강좌 및 체험 프로그램 확대 및 해외 유명 한식당에 한국음식 및 한국 여행 관련 책자 비치
- 관광마케팅 조직이 미흡한 전라북도의 여건을 극복하기 위해서는 문화부, 지자체, 여행사 등과 연계한 공동홍보마케팅이 필요함

#### (4) 음식관광 전문인력 양성

- 한국관광공사 관광아카데미를 통해 음식관광 관련 교육 실시되고 있으나, 지역에서 음식을 해설 또는 설명해 줄 수 있는 전문가는 많지 않음
- 도 차원에서 전라북도 음식에 대한 해설과 가이드를 전문으로 해 줄 수 있는 전문인력을 양성하되, 기존 문화유산해설사와 병행하거나 보완하여 관광인력의 전체적인 클 톨에서 해설사의 음식해설기능 역량강화가 필요함

##### <정책과제>

- 1) 음식관광 홍보책자 및 쿠폰북 발행
- 2) 전라북도 음식 세계화 방안 수립
- 3) 전라북도 푸드코디네이터 양성

# 제6장

## 결론





## 제 6 장 결론

- 관광과정의 하나로만 여겨졌던 음식이 주 관광활동의 대상으로 대두되면서 음식관광 시장은 전세계적으로 급속하게 성장하고 있음
- 음식이 지역의 전통이나 문화 등의 지역 정체성을 반영한 문화자원이기 때문에 관광활동 본연의 목적과 음식을 체험하는 활동이 일맥상통하고 있기 때문임
- 국내 지역관광에서도 음식은 관광콘텐츠로 자리잡아가고 있으며, 최근에는 음식의 메뉴 뿐만 아니라 식재료, 조리법, 식사법 등 음식관광의 범위가 확대되고 있음
- 전라북도는 예로부터 맛의 고장으로 위상을 가지고 있기 때문에 관광활동과 음식이 밀접한 관계를 가지고 있었으며, 전주시가 음식창의도시에 선정되면서 지역발전 잠재자원으로서 음식에 대한 관심이 증가하고 있음
- 전라북도 관광객 실태조사를 분석한 결과 전라북도와 관련하여 맛과 연계한 이미지가 구축되어 있으나, 관광객의 음식서비스 만족도는 낮은 것으로 나타남
- 국내외 음식관광 관련 정책과 해외 음식관광 활성화 정책분석을 통해 전라북도의 음식관광 활성화를 위해 기본방향과 정책과제를 제안함
- 장소성 강화를 통한 전라북도의 대표 음식관광콘텐츠 육성, 융복합 연계관광상품 개발, 시장세분화 등의 방향을 설정하고 이를 지원하기 위한 연구조사기능 강화 방안을 제안하였음
- 세부과제로는 음식관광 기반구축을 위한 관광음식점 수용태세 강화, 맛지도 제작 등이 제안되었으며 음식관광 R&D 기능 강화를 위한 실태조사 및 인벤토리 제작 사업을 제안하였음
- 음식관광상품 개발은 음식관광 수요 및 14개 시군의 특성에 맞게 차별화 되어야 하며, 전라북도의 강점을 강화한 미식축제 발굴, 음식명인 관광상품화, 슬로우푸드 음식관광상품 개발 등을 제시하였음
- 한편, 전라북도가 전주 유네스코 음식창의도시를 포함하여 한국음식문화의 상징성을 가지고 있다는 점에 기반하여 전라북도 음식의 세계화 방안이 장기적으로

추진될 필요가 있다는 점을 제안하였음

- 마지막으로 음식관광 홍보마케팅을 위해서는 광역도 차원에서의 음식가이드북 제작 및 할인쿠폰북을 적극 추진할 필요가 있으며, 해외관광마케팅의 한계가 있기 때문에 문화부, 여행사와 연계한 연계협력방안의 필요성을 제안하였음
- 본 연구는 전라북도 음식관광 활성화 방안에 대한 기초연구로, 후속연구에서는 체계화된 음식관광자원 관리를 위해 전라북도 시군별 음식관광 인벤토리를 보다 심층적으로 조사,정리할 필요가 있음

# 참고 문헌







## 참고문헌

---

- 박낙중(2005). “한국음식 관광정책의 새로운 방향모색”. 『한국관광정책』, 21: 79-86.
- 신용석(2009). 「한식세계화를 위한 음식관광 활성화방안 연구」. 문화체육관광부.
- 오재환(2009). 「부산 음식관광 활성화방안 연구」. 부산발전연구원
- 이영주(2007). “강원도 음식관광 활성화 방안 연구”, 강원발전연구원.
- 이수진(2012). “신한류 콘테츠로서 음식관광 활성화 방안”, 경기개발 연구원.
- 한국관광공사(2013). 「2012 외래관광객 실태조사.