

2016-08

기본연구

제주지역 음식관광 활성화 방안

신 동 일

Bandung issue research

Basic research

Commissioned research

Policy research

Jeju Development Institute 제주발전연구원

기본연구 2016-08

제주지역 음식관광 활성화 방안

신 동 일

발 간 사

세계관광기구(UNWTO)는 관광에서 음식이 차지하는 가치와 의미에 대해 국가 브랜드 및 이미지를 형성하는 핵심적인 문화 콘텐츠이자 문화매개체로서 문화체험의 기회를 제공한다고 보고 있다. 따라서 음식체험은 부수적인 관광동기 요인에서 점차 1차적인 목적으로 그 비중이 커지고 있고, 세계의 많은 나라들은 이러한 관광환경 변화에 대응하기 위하여 다양한 형태의 음식 관광을 육성하는 상황이다.

프랑스를 중심으로 하는 유럽의 많은 국가는 물론 일본, 싱가포르, 태국 등도 음식과 관광을 연계하여 관광활성화를 추진함은 물론 고부가가치 관광 산업 육성의 기회로 인식하고 있다. 한편 음식관광은 한국을 방문하는 외래 관광객에게도 한국의 음식문화 체험 기회를 제공하는 중요한 유인 요소로 작용하는데, 실제로 일본 및 중국 등 주요 외국인 관광객들의 관광 체험활동 가운데 음식관광의 비중은 60%를 넘는 결과를 보여주고 있다. 하지만 제주의 경우는 아직은 음식관광의 비중이 상대적으로 낮게 나타나 보다 적극적인 음식관광 육성 및 활성화를 통해 제주관광의 다양성과 경쟁력을 강화하는 계기 마련이 시급한 상황이다.

이에 본 연구보고서는 제주관광의 고부가가치화를 위해서는 음식관광의 육성이 중요하다는 인식 아래 이와 관련한 구체적인 대안들을 모색해보고자 수행되었다. 본 연구가 관광업계, 행정기관, 그 외 관계 기관 모두가 제주 지역 음식관광 육성 및 활성화 방안에 대해 진지하게 논의하는 기초자료로 활용되기를 바란다.

2016년 11월

제주발전연구원
원장 강 기 춘

연구요약

I. 서론

1. 연구목적

- 본 연구는 국내외 음식관광 동향과 사례, 제주지역 음식관광 현황 분석을 통하여 음식관광 활성화를 위한 정책 방향 및 정책적 대안과 과제들을 모색해 보고자 함.

II. 음식관광에 관한 이론적 고찰

1. 음식은 관광에 있어 기본적인 서비스

- 관광은 다양한 요소로 구성되는 것이지만 기본적으로 교통, 숙박과 더불어 음식은 관광을 이루는 기본적인 서비스

2. 지역특성을 알리는 역할의 음식관광

- 지역만의 독특한 식재료와 조리법 그리고 식습관 등 음식관광은 지역의 특성을 반영하고 알리는 역할을 수행

3. 관광지에서의 체험을 다양화

- 음식관광은 음식의 맛을 느끼고 체험하지만 나아가 요리법, 서비스 되는 식기, 식사시설 주변의 경관 및 분위기 등 복합적 체험이 가능

4. 관광지의 이미지를 좌우하는 음식관광

- 일상생활에서의 음식과의 비교 또는 타 관광지에서 체험한 음식과의 비교 과정에서 해당 관광지의 이미지를 결정하는 요소로 작용

5. 지역 활성화의 중요한 요소로 작용

- 음식관광은 지역 생산물의 소비 촉진, 일자리 창출 등의 다양한 경제적 파급효과를 통하여 지역 활성화에 기여

Ⅲ. 정책적 시사점(문제점)

1. 제주 음식관광 정보의 개선이 필요

- 한국관광공사가 제공하는 음식관광 관련 정보에서 제주는 맛집, 특화음식, 음식테마거리 등 모든 분야에서 실제보다는 빈약할 수준의 정보만 제공되고 있는 상황으로 이에 대한 개선이 시급한 상황

2. 음식관광의 비중 확대가 필요

- 한국음식에 대한 관심도가 높아지는 상황임에도 제주의 경우에는 약 4% 정도만이 제주음식을 목적으로 하고 있어 대안 모색이 필요

3. 제주 향토음식의 관광자원화 필요

- 제주의 향토음식이 상당 부분 대중화되어 감에도 불구하고 빙떡, 선다리, 범벅과 같은 독특하고 차별적인 향토음식은 사라져가는 상황

4. 퓨전음식의 개발과 국제화

- 퓨전음식 개발 부분에서 제주는 많은 문제점을 보이는 상황으로 제주 전통의 조리법 계승과 더불어 퓨전음식의 개발이 중요

5. 음식자원의 관광기념품 개발로 확대가 필요

- 기존의 감귤초콜릿, 파이, 양갱 등의 판로 확대와 더불어 음식자원을 활용한 신규 기념품의 개발의 필요성

6. 제주형 음식축제의 육성으로 인지도 강화

- 계절의 영향을 받는 식재료 위주의 축제이다 보니 대표축제로의 육성에 한계, 특정 식재료가 아닌 대표축제의 개발이 필요함.

7. 음식관광과 스토리텔링의 융복합이 필요

- 음식에 얽힌 이야기와 역사, 문호 등을 함께 체험하고자 하는 경향을 보이는 상황이므로 재미있는 스토리텔링을 개발하는 전략

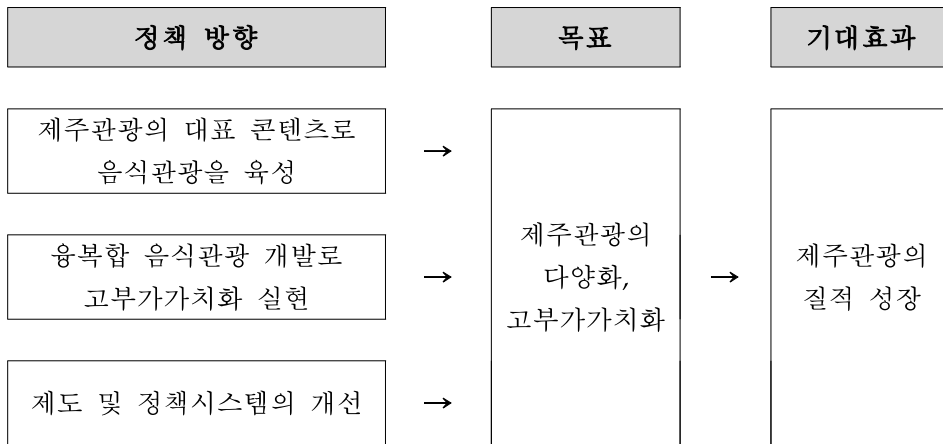
8. 제주 음식관광 육성 관련 제도적 정비 시급

- 체계적이고 지속적인 제주형 음식관광을 추진하기 위해서는 조직과 종합계획, 품질인증 등의 제도 개선이 중요함.

IV. 음식관광 활성화 방안

1. 정책 방향

<그림> 음식관광 활성화를 위한 정책 방향



2. 정책 과제(12개)

1) 음식관광 자원 데이터베이스 구축 및 관리

- 음식관광 자원 데이터베이스를 구축하여 관광시장별, 목적별 음식 관광자원을 활용할 수 있도록 지속적으로 관리

2) 제주지역 음식관광의 홍보 강화

- 제주 향토음식의 장점과 매력, 맛있게 즐기는 방법 등 제주음식을 보다 체계적으로 홍보하는 형식으로 개선

3) 향토음식의 계승 및 관광자원화

- 몸국, 빙떡, 신다리 등과 같이 제주의 문화를 고스란히 담을 수 있는 음식자원들을 적극적으로 관광자원으로 대중화하는 노력이 필요

4) 제주형 음식축제의 육성

- 하와이의 경우처럼 제주의 건강한 식재료를 홍보하고 지역주민들 생산물의 판로 개척, 지역 음식점들의 판매 촉진 도모를 목적으로 추진

5) 제주음식의 스토리텔링 개발

- 음식과 함께 음식점에 대해서도 음식점이 생겨난 과정 및 역사, 관련 정보 등을 이야기로 만들어 관광객들이 음식과 이야기를 같이 체험

6) 제주형 퓨전음식의 개발 및 국제화

- 빙떡과 몸국, 전복죽 등도 전통의 조리법을 지키고 계승함과 동시에 대중화할 수 있는 방안 마련도 필요

7) 음식 테마거리의 활성화 지원

- 테마거리별 음식체험전, 이용후기 블로그 공모전, 테마거리별 이벤트 개발, 할인책자의 보급 등과 같이 상시적으로 관광객들의 관심을 끌 수 있도록 하는 전략 마련

8) 음식자원 관광기념품의 개발 및 육성

- 제주마를 활용한 말고기 가공식품, 흑돼지 가공식품을 비롯하여 제주만의 역사와 문화를 입힐 수 있는 휴대와 보관이 가능한 관광 기념품을 공모전, 아이디어 발굴대회 등을 통해 개발

9) (가칭)제주음식관광육성위원회의 운영

- 종합계획의 수립을 위한 자문, 품질인증제의 시행, 우수업체의 포상 및 인센티브 지원 등 음식관광을 육성하기 위한 정책 개발 및 협의

10) 음식관광 품질인증제의 도입

- 음식관광 품질인증제는 향토음식을 파는 음식점 외에도 제주의 음식재료를 활용한 음식관광 가공식품, 기념품 등을 개발하고 판매하는 사업체에 대해서도 적용하여 인센티브를 주는 방안을 시행

11) 제주도음식관광종합계획의 수립

- '제주도음식관광종합계획'을 수립하여 음식관광의 비전과 목표, 구체적인 전략 과제들을 도출

12) 산학관 협력을 통한 전문 인력의 양성

- 조리 전문 인력, 음식관광 마케팅 전문 인력, 음식관광 스토리텔러 등 음식과 관광을 융합하는 새로운 직업으로서의 교육 과정

목 차

I. 연구 개요	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	2
3. 연구 방법	2
4. 연구 내용 및 개념	3
II. 음식관광에 관한 이론적 고찰	4
1. 음식관광의 개념	4
2. 음식관광의 매력과 역할	9
3. 음식관광을 통한 지역 활성화 효과	10
III. 음식관광 동향 및 사례	13
1. 국외 음식관광의 동향	13
2. 국내 음식관광의 동향	17
IV. 제주지역 음식관광 현황 및 문제점	22
1. 제주지역 음식관광 현황	22
2. 전문가포럼 및 경쟁지역 조사	34
3. 문제점	44
V. 음식관광 활성화 방안	46
1. 정책 방향	46
2. 정책 과제	48
참고문헌	63
Abstract	65

<표 차례>

<표 II-1> 음식관광의 개념	6
<표 III-1> 한국 선택 시 고려 요인	17
<표 III-2> 방한기간 중 활동	18
<표 III-3> 방한기간 중 가장 좋았던 활동	18
<표 III-4> 외국인 개별/단체관광객 1인 지출경비	19
<표 III-5> 방한기간 주요 쇼핑품목	19
<표 III-6> 방한기간 음식 만족도	20
<표 IV-1> 제주지역 향토음식 관련 축제	24
<표 IV-2> 한국관광공사에서 제공되는 지역별 음식관광	30
<표 IV-3> 내국인 관광객 제주여행 고려 요인	31
<표 IV-4> 내국인 관광객 제주여행 참여활동	31
<표 IV-5> 내국인 개별/패키지관광객 1인 지출경비	32
<표 IV-6> 내국인 관광객 주요 쇼핑품목	32
<표 IV-7> 외국인 관광객 제주여행 고려 요인	33
<표 IV-8> 외국인 개별/패키지관광객 1인 지출경비	33
<표 IV-9> 외국인 관광객 주요 쇼핑품목	34
<표 IV-10> 제주음식에 대한 기대도	35
<표 IV-11> 여행상품 내 메뉴 구성	35
<표 IV-12> 선호하거나 선호하지 않는 음식 유형	36
<표 IV-13> 음식점 선정 시 고려 요인	37
<표 V-1> 정책 과제 추진일정	62

[그림 차례]

[그림 III-1] 음식관광 상품의 중요성에 대한 조사결과	14
[그림 IV-1] 제주지역 향토음식 사례	23
[그림 IV-2] 서부두 명품횃집거리 전경	25
[그림 IV-3] 국수문화거리 전경	26
[그림 IV-4] 방어축제거리 전경	26
[그림 IV-5] 칠십리음식특화거리 전경	27
[그림 IV-6] 아랑조을거리 전경	27
[그림 IV-7] 흑돼지거리 전경	28
[그림 IV-8] 용담해안 카페촌거리 전경	28
[그림 IV-9] 한국관광공사의 대한민국 구석구석 정보	29
[그림 IV-10] 페스티벌에서 후원하는 단체	39
[그림 IV-11] 페스티벌을 후원하는 단체	40
[그림 IV-12] 하와이 마히마히와 아히 포케	41
[그림 IV-13] 하와이 로코모코와 무스비	42
[그림 IV-14] 하와이 쉬림프와 아사이볼	42
[그림 V-1] 음식관광 활성화를 위한 정책 방향	47
[그림 V-2] 놀명쉬명 음식관광 정보 실태	49

I. 연구 개요

1. 연구 배경

- 세계관광기구(UNWTO)는 관광에서 음식이 차지하는 가치와 의미에 대해 국가 브랜드 및 이미지를 형성하는 핵심적인 문화 콘텐츠이자 문화매개체로서 문화체험의 기회를 제공한다고 봄.
- 따라서 음식체험은 부수적인 관광동기 요인에서 점차 1차적인 목적으로 그 비중이 커지고 있고, 세계의 많은 나라들은 이러한 관광환경 변화에 대응하기 위하여 다양한 형태의 음식관광을 육성하는 상황임.
- 프랑스를 중심으로 하는 유럽의 많은 국가는 물론 일본, 싱가포르, 태국 등도 음식과 관광을 연계하여 관광활성화를 추진함은 물론 고부가가치 관광산업 육성의 기회로 인식하고 있음.
- 음식관광은 한국을 방문하는 외래 관광객에게도 한국의 음식문화 체험기회를 제공하는 중요한 유인 요소로 작용하는데, 실제로 일본 및 중국 등 주요 외국인 관광객들의 관광 체험활동 가운데 음식관광의 비중은 60%를 넘는 결과를 보여주고 있음.
- 하지만 제주의 경우는 아직은 음식관광의 비중이 상대적으로 낮게 나타나 보다 적극적인 음식관광 육성 및 활성화를 통해 제주관광의 다양성과 경쟁력을 강화하는 계기 마련이 시급한 상황임.
- 특히 수년 전에는 제주를 찾는 주요 외국인 관광객인 중국인들을 겨냥하여 전문음식점을 개장하는 등의 노력도 보였지만 기대에 비해 성과가 나오지 않는 등 과거와는 다른 관점에서의 정책적 대안 마련이 필요함.
- 이런 관점에서 본 연구는 청정 환경, 다양한 식재료, 관광객들의 건강 먹거리 욕구 등 음식관광 발전의 자원을 보유하고도 아직은 뒤쳐져 있는 제주의 음식관광을 육성하는 것이 제주관광의 경쟁력을 강화하고 지속가능성을 제고시킬 수 있다는 문제인식에서 출발하고자 함.

2. 연구 목적

- 본 연구는 제주지역 음식관광 활성화를 위한 정책적 대안을 모색하는 것이 궁극적인 목표이고, 이의 달성을 위하여 다음과 같은 구체적인 목적을 이루고자 함.
- 첫째, 음식관광 및 음식관광객의 개념 및 정의, 음식관광의 매력과 역할 등에 대한 고찰을 통해 연구의 목적을 달성하기 위한 범위와 내용을 명확하게 제시하고자 함.
- 둘째, 음식관광에 대한 국내외 동향 및 사례분석을 통하여 음식관광 육성 및 활성화에 대해 이해하고, 제주에의 시사점 및 대응 방향을 모색하는 기초자료로 고찰하고자 함.
- 셋째, 제주지역 음식관광의 현황 분석을 통하여 현 상황을 진단하고 향후 정책적 대안 도출의 방향을 모색하고자 함.
- 넷째, 관련 전문가 및 사업체, 이해관계자 등을 대상으로 한 자문청취 및 현장조사와 경쟁지역 사례조사 등을 통해 제주지역 음식관광 실태 및 문제점을 파악하고자 함.
- 마지막으로 이상의 고찰을 통해 음식관광 활성화를 위한 정책적 방향 및 과제를 제시하고자 함.

3. 연구 방법

- 음식관광에 대한 국내외 동향 및 현황 고찰
- 음식관광 정책 및 현황 분석을 통한 시사점 도출
- 전문가 포럼 및 관계자 의견조사
- 국내외 사례조사 등

4. 연구 내용 및 개념

- 제1장은 연구의 배경에 따른 연구목적을 제시하고, 그것을 달성하기 위한 연구방법을 다루는 개요 부분임.
- 제2장은 음식관광이 개념과 특성 등에 대한 선행연구를 포함한 문헌 고찰을 통해 음식관광 및 음식관광객의 개념과 정의를 규정하고, 음식관광의 매력과 역할, 음식관광을 통한 지역 활성화 효과 등에 관해 고찰함.
- 제3장은 음식관광에 대한 국내외 동향 분석 및 국내외 음식관광 사례 분석을 통해 관광산업에서 음식관광이 차지하는 비중 또는 전망 등에 대해 고찰함.
- 제4장은 제주지역 음식관광 현황 분석을 통해 문제점을 파악하는 부분으로 중앙과 지역에서 드러나는 제주지역 음식관광의 현실을 정보 분석, 전문가포럼, 경쟁지역 사례분석 등을 실시하고자 함.
- 제5장은 음식관광 활성화 방안 부분으로 앞선 고찰과 연구를 바탕으로 제주지역 음식관광을 활성화하기 위한 정책 방향 및 구체적인 정책 과제들을 제시하고자 함.
- 본 연구는 학술적 연구 보다는 정책적 대안을 모색하는 연구로써 협의의 개념 보다는 광의의 개념으로 음식관광 활성화 방안을 모색하는 연구임.

Ⅱ. 음식관광에 관한 이론적 고찰

1. 음식관광의 개념

- 음식관광에 대한 개념 정의는 관광객이 음식을 통해 얻고자 하는 목적, 관련된 활동 또는 지역이 음식을 통해 추구하는 목적 등에 따라 다양한 시각과 관점에서 정의되고 있음.
- 기본적으로 음식관광이라 함은 특별하고 특색 있는 음식 자원을 보유한 지역을 여행하는 활동이자 음식과 관련한 체험 또는 활동이 관광의 주된 동기로 작용하는 것으로 정의함(Hall & Sharples, 2003).
- 이는 음식 생산지 방문, 시장 방문, 음식 박람회, 미식 관련 축제, 이벤트 참석, 요리대회 및 시연 등 음식과 관련된 관광활동을 포함함. 이러한 관광은 타 음식문화에 대한 이해와 지식의 습득, 음식 관련 가공품 및 상품을 구입하는 등의 특별한 관광목적과 관련됨.
- 따라서 넓은 의미에서 음식관광은 음식을 매개로 하는 관광 활동이 특정 관광지를 방문하는 주된 이유나 동기로 작용하는 경우를 포괄하는 개념이라 할 수 있음.
- 이러한 시각에서 음식관광은 관광지의 음식을 체험하고 음식과 직접 또는 간접적으로 연관된 관광활동을 하기 위해 일부분 또는 전체적으로 관광을 계획한 관광객을 대상으로 함.
- 한편 음식관광이란 관광산업에서 새롭게 정의된 틈새시장으로 여행과 음식산업의 상호영향을 주는 것으로 정의하며 관광산업과 음식산업의 융복합적 요소를 강조하고 있기도 함(Halloran & Deale, 2004).
- 관련하여 관광지에서 행하는 관광객들의 음식과 연관된 활동을 음식관광이라고 정의하였으며, 여기에서 음식관련 활동이란 단순한 식사는 물론 지역의 식료품 구입, 독특한 음식 생산지역의 특성 체험 등이 해당된다고 보기도 함(Shenoy, 2005).

- 국제음식관광협회(ICTA; International Culinary Tourism Association)는 음식을 통해 즐거움을 찾거나 독특한 음식이벤트 체험, 요리학교, 식료품점 및 식당과 양조장을 모두 포함하는 광범위한 개념으로 음식관광을 정의함.
- 따라서 음식관광은 구체적인 목적을 보이는 문화관광의 일부로 비단 고급레스토랑이 아니더라도 관광지에서의 독특하고 만족할 만한 식도락 또는 미식 경험을 포함함.
- 캐나다관광청(CTC; Canadian Tourism Commission)에서는 음식관광을 관광객을 위해서 개발된 다양한 음식과 음료 또는 지역 음식문화에 관련된 활동을 하는 것으로 정의함.
- 음식관광의 범위에 지역주민 음식축제를 포함하여 요리체험교실, 주말 농장 및 과수원체험, 지역의 음식 특산품 구매 등과 함께 관광지 내 레스토랑에서의 식사, 농수산물 직거래장 등을 포함하고 있음.
- ‘음식관광은 정통음식(authentic food)을 경험하고자 하는 목적의 여행’이라고 하였음. 즉, 음식관광에 대한 정의는 다양할 수 있지만, 기본적으로 관광지만이 갖고 있는 유명한 식재료, 지역과 관련된 식문화와 역사, 그리고 직접적으로 음식 체험을 위해 관광객이 해당 관광지를 방문하는 것을 음식관광이라고 정의할 수 있다고 하였음(윤선희, 2008; 박승현·소용석, 2010).
- 음식관광에 대해 ‘음식관광은 도시와 농촌 지역 어디에서든 개발될 수 있으며, 지속가능한 자원일 뿐 아니라 관광 후 수익성 상품까지 창출할 수 있는 가능성 높은 관광시장’이라 보다 한정지은 개념으로 특징지었음(이인옥, 2010).
- 이 외에도 음식관광과 비교하는 개념으로 ‘식도락관광(Gourmet Tourism)’을 정의하였는데, ‘식도락관광은 음식관광에 비해 보다 강한 관심이나 관여를 가지고 있는 식도락가나 미식가들이 음식과 관련하여 하는 관광활동’이라고 하였음(서용석, 2009).
- 즉 식도락관광과 음식관광의 구분은 관광의 주체가 특정 식도락가 또

는 미식가나, 불특정 관광객이냐에 따라 1차적으로 분류하고, 관광의 주된 목적과 행위와 활동이 음식과 관련 있는지 않은지에 따라 구분할 수 있다고 하였음. 따라서 식도락 관광을 관여도와 관심도가 높은 협의의 음식관광으로 한정지음.

- 또한 음식에 대한 관광객의 관심도의 정도에 따라 '직접목적', '간접목적', '잠재적'으로 음식관광을 구분하고, 이에 대해 음식관광의 개념과 범위를 각기 다르게 정의하였음(정두용, 2010).
- 즉, '직접목적 음식관광'은 관광객의 관광동기와 목적에 있어 음식관광 관련 자원이 직접적인 경우이며, 앞서 언급한 학자들의 정의에 의하면 좁은 의미의 음식관광과 동일함. 또한, '간접목적 음식관광'이란 관광객의 관광동기와 목적에 있어 음식관광 자원이 1차적 또는 직접적은 아니더라도 의미 있는 요소로 작용하는 경우이고, '잠재적 음식관광'은 음식관광 자원이 핵심적 동기나 목적이 아니지만 관광활동 과정에서 음식과 관련된 활동이 발생하는 것으로 넓은 의미의 음식관광이라고 정의하였음.

<표 II-1> 음식관광의 개념

개념 및 범위		기관 및 연구자
광의	·관광객이 관광지에서 체험 또는 경험할 수 있는 음식과 관련된 모든 활동을 의미하는 것으로 음식을 먹거나, 구입하거나, 연관된 장소를 방문하거나, 요리 및 생산과정을 체험하는 모든 활동을 포함함	권미영(2010) 정두용(2010) 이소영(2008) 문화관광부(2006) 캐나다관광청(2002)
협의	·관광의 주요 목적이 음식과 관련된 활동을 의미하는 것으로 주요 음식 생산지를 방문하고, 음식축제에 참가하며, 특정 레스토랑이나 장소에서 음식을 먹거나 체험하는 등 관광의 1차적 동기로 작용하는 경우임	이인옥(2010) 서용석(2009) 윤선희(2008) Sharples(2003)

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자가 재정리

- 음식관광객(Food Tourist, Culinary Tourist)의 정의 또한 음식관광 만큼이나 학자들에 따라 다양한 의견이 있음.
- 먼저 음식관광객(culinary tourist)란 ‘관광지에서 음식과 관계되는 행동과 활동을 하는 거의 대부분의 관광객’이라 일컫고 있으며, 이는 단지 음식뿐만 아니라 다양하고 독특한 식문화를 함께 체험하고자 하는 사람들도 이에 속한다 하였음(Hall & Sharples, 2003).
- 음식관광객의 세분화 기준은 동기보다는 관광활동의 빈도이며, 음식관광 시장의 세분화에 대한 결정적 요인은 음식관광의 요소가 아니라 음식관광객들을 통해서 관찰된 관심의 정도, 즉 음식에 대한 관심사나 경험, 혹은 활동 등에 기초하고 있다고 하였음(권미영, 2010; 이인옥, 2010).
- 음식관광객들은 ‘관광지 현지의 특성과 함께 지역의 음식과 관련된 독특하거나 다양한 문화를 즐기고자 하는 관광객’을 의미하며, 음식관광객은 음식관광의 중요성에 대한 인식의 차이와 음식관광의 참여 수준에 따라서 보다 세분할 수 있다 하였음.
- 또한 지역 고유의 음식을 해당 지역에서 먹는 것은 미식관광의 한 형태이며, 이러한 미식관광 또는 음식관광에 참여하는 관광객들은 일정한 범주에 한정된 사람들이 아니라 대부분의 관광객들이 될 수 있다 하였음(Zelinsky, 1985).
- Lang Reserach Inc.(2001)가 1999년과 2001년, 2년 동안 두 번에 걸쳐 조사한 TAMS(The Travel Activities and Motivation Survey)에 의하면, 음식관광객의 행태적 특성은 인생을 즐기는 것(enjoying the good life)과 음식관광을 동일시하고, 여행 시 좋은 레스토랑에서 식사를 하는 것과 와인관련 활동을 즐기며, 여행 자체를 특히 좋아하는 것으로 나타났음(최정운, 2015).
- 샌프란시스코 CVB(Convention & Visitor Bureau, 1999)는 음식관광에 관심이 많은 사람들을 일명 ‘푸드(foodie)’라 칭하며 그들은 여행 시 새로운 레스토랑에 가는 것을 즐기며, 가고자 하는 레스토랑에서

오래 기다리는 것은 충분히 감수할 수 있을 뿐 아니라 음식과 관련된 부분에 지출도 큰 특성을 지니고 있다 하였음.

- 한편, 캐나다 음식관광객(Culinary Tourist)의 특성 연구에서 일반 SIT 관광객과 큰 차이가 있는 것은 음식관광객들은 방문지역 자체의 음식이나 음식과 관련된 소비 등에 매우 큰 관심이 있는 것이라고 하였음 (Ignatov & Smith, 2006).
- 또한 음식관광객의 개념을 음식과 관련된 새롭고 참신한 경험들을 꾸준히 추구하는 '음식탐험가(Food Adventurer)'의 관점에서 고찰하는 연구도 있었음(Heldke, 2003).
- 또한, 세계음식관광협회(전 ICTA)에서 정의하는 음식관광객은 요리와 와인 등에 관심이 많지만 방문하는 지역의 박물관, 음악, 페스티벌 등 문화적 매력 요소에도 함께 관심을 보인다고 하였음.
- 스페인의 Cordoba에 방문한 음식관광객들의 특성을 확인해 본 결과, 음식의 질에 크게 가치를 둘 뿐 아니라, 방문하는 식당의 서비스와 분위기도 음식의 질 이상으로 가치 있게 여긴다는 사실을 확인하였음 Sanchez-Canizares & Lopez-Guzman, 2012).
- 지금까지 '음식관광'과 '음식관광객'에 대해 선행연구들을 살펴 본 바와 같이, 음식관광은 기관이나 연구자들에 따라 그 정의와 용어에 약간의 차이가 있으나 사실상 넓은 의미로 거의 동일한 개념을 내포하고 있음을 확인하였음(최정운, 2015).
- 이상의 선행연구들을 통해 본 연구에서의 음식관광이란 '방문 지역에서 체험하고 맛보는 음식이나 혹은 그와 관련된 활동을 관광의 주된 동기요인이자 즐거움으로 인지하는 관광'이라 정의하고자 함.
- 따라서 음식관광객은 '관광지에서 음식관광 활동에 관심이 크고 즐기거나 체험하고자 하는 모든 사람'으로 정의함.

2. 음식관광의 매력과 역할

□ 음식은 관광에 있어 기본적인 서비스

- 관광은 다양한 요소로 구성되어 있는 활동이지만 기본적으로 관광을 지원하는 서비스로는 교통과 숙박 그리고 음식 등 3가지 요소가 핵심이라는 점에서 음식관광은 아주 기본적인 관광활동의 하나라고 볼 수 있음.

□ 지역특성을 알리는 역할을 하는 음식관광

- 한편, 일상의 생활권을 떠나 방문한 지역이 각양각색인 매력을 느끼려고 하는 관광활동에 있어서는 아름다운 자연의 풍경이나 역사를 느끼게 하는 건조물 뿐만 아니라 각 지역에 뿌리내린 식생활 문화도 그 흥미대상이 됨.
- 식재료의 생산이 지역의 기상조건이나 지리적 조건에 강하게 제약되는 것, 기타 지역과의 교역도 포함시켜 입수 가능해지는 한정된 식품 재료를 살려서 지역독자의 조리법이나 식습관이 발달해 온 것 등 지역의 독특한 식문화를 알리고 관광객에게는 재미로 어필할 수 있음.

□ 관광지에서의 체험을 다양화시키는 음식관광

- 음식관광의 기본은 음식의 맛을 느끼는 체험이지만 나아가 요리법, 서비스 되는 식기, 식사 주변의 경관 및 분위기 등을 복합적으로 즐기는 것으로 관광객들로 하여금 관광지에서의 체험을 다양화시켜 관광 만족도를 높이는 요소로 작용함.
- 또한 음식의 맛을 즐기는 것과 함께 음식에 대한 이해를 높여가는 체험 즉, 음식이 생겨난 역사·문화적 배경과 과정, 해당 관광지에서 그 식재료가 생산되는 이유, 같은 재료임에도 조리법이 달라지는 이유 등 음식과 관련된 이야기를 체험하는 과정은 또 하나의 관광활동임.

□ 관광지의 이미지를 좌우하는 음식관광

- 음식은 관광의 가장 중요한 요소의 하나로 그 자체가 관광이미지에 크게 작용할 뿐 아니라 관광지에서의 음식은 미각을 비롯한 오감을 통해서 종합적으로 「느낀다」 요소에 「안다」라고 하는 요소도 겹쳐서 전감각적인 체험이 되는 것부터, 강하게 인상에 남기 쉽다고 말할 수 있음.
- 또한 일상생활에서 즐기고 있는 음식과의 비교나 지금까지 방문한 지역에서 체험한 음식과의 비교 등을 통해 음식은 관광활동의 중요한 즐거움의 하나이기도 하면서 관광지의 전체 이미지를 크게 좌우하는 요소로 작용하기도 함.

3. 음식관광을 통한 지역 활성화 효과

1) 생산자 측면의 효과

(1) 지역의 생산물과 가공품의 소비 촉진

- 음식관광의 활성화는 그 지역의 식재료나 지역 내에서 가공한 식품을 숙박시설이나 관광 관련 시설 등에 납품할 가능성이 커지고, 지역 내에서의 새로운 판로 형성 및 관광객에게 직접 판매하는 것 같은 신규 유통 채널의 전개도 가능하여 지역 소비의 확대에 기여함.

(2) 생산자에게는 새로운 비즈니스 창출

- 음식과 관광의 연계는 새로운 사업기회가 생기는 것도 기대됨. 음식 관련 각종 체험프로그램의 제공과 함께 농가 레스토랑이나 농가 음식 체험장 등 관광객이라고 하는 새로운 소비자의 시점을 의식하는 것에 의해 완전히 새로운 상품 개발이나 음식서비스의 개발도 기대됨.

(3) 소비자와의 친밀감 제고

- 음식의 안전성이나 품질에 대한 소비자의 목소리에 대응하는 과정에서 생산자 측면에서도 소비자의 요구와 욕구를 파악하는 기회를 가지게 되고, 소비자 또는 관광객의 평가를 받는 것으로 동기부여가 향상되는 기회를 가질 수 있음.

(4) 지역이미지의 제고

- 지역이미지는 실체가 없지만 음식관광을 통해서 식재료를 포함하는 다양한 이미지가 복합적으로 작용되면 지역이미지가 보다 명확해져 관광객의 만족도를 높이거나 지역이미지를 높이는 것이 기대됨.

(5) 지역생산물 및 식문화의 대내외 홍보

- 타 지역과는 다른 해당 지역만의 독특한 식재료 또는 조리법, 먹는 방법 등의 식문화를 대내외에 홍보함과 동시에 해당 관광지의 매력 요소로 어필할 수 있는 기회로 작용하는 것이 기대됨.

2) 관광사업자 측면의 효과

(1) 관광소비지출의 확대

- 음식관광의 활성화는 직접적으로는 음식과 관련된 관광소비가 증가할 것이고, 이러한 소비가 음식 관련 여타 산업으로 파급되면서 지역경제 활성화에 기여함.

(2) 체재기간의 연장에 기여

- 매력적인 음식자원을 가진 관광지는 관광객들로 하여금 보다 많은 미식체험의 기회를 갖고자 유도할 것이고, 이는 결국 관광지에서의 체재기간 연장의 기회를 작용할 것임.

(3) 관광지 아이덴티티의 표현

- 음식은 지역 고유의 풍토 및 역사, 문화적 환경에 의해 이루어지는 것이므로 지역에서 생산되는 식재료와 향토음식 등은 지역의 이미지를 표현하는 중요한 소재임

(4) 관광에 대한 이해도 향상

- 음식과 관광이 연계되기 위해서는 관광산업 이해관계자간의 긴밀한 협조체제가 필요한 것으로, 관광산업과 여타 산업 종사간간의 협조체제의 구축은 물론 지역주민들의 관광에 대한 이해도를 향상시킴.

3) 지역주민 측면의 효과

(1) 지역 식문화의 창출과 자긍심 고취

- 음식관광의 활성화는 주민들로 하여금 지역의 음식 문화를 다시 한번 검토하는 계기를 만들어 풍부한 식문화를 지키고 창출하는 효과와 함께 지역에 대한 자긍심을 고취하는 기회로 작용함.

(2) 지역 아이덴티티의 계승

- 지역의 자연 조건과 역사적 배경 하에서 길러진 음식 문화는 지역 정체성을 표현하는 중요한 요소이고 지역의 식문화에 새로운 관광적 가치를 발견함으로써 차세대 이후로 계승하는 것도 가능함.

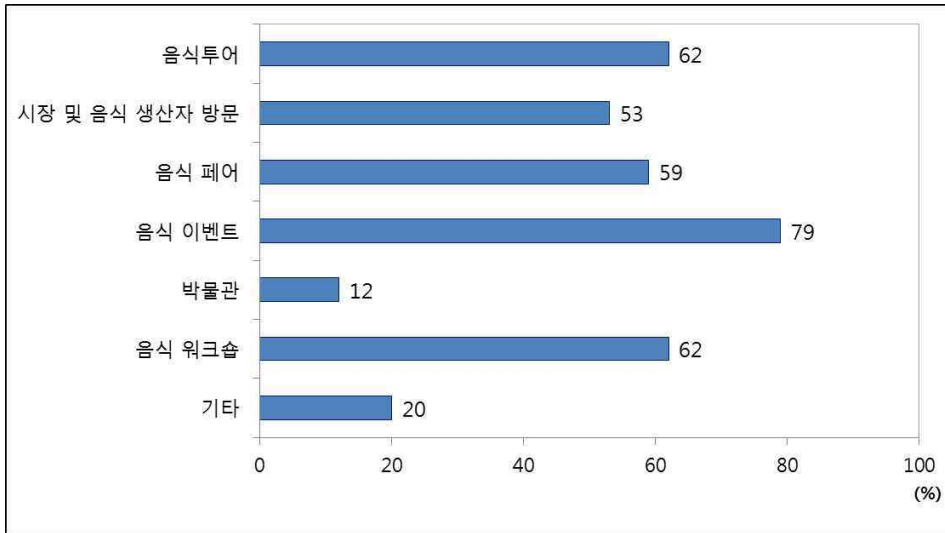
Ⅲ. 음식관광 동향 및 사례

1. 국외 음식관광의 동향

1) 세계관광기구(UNWTO)

- 세계관광기구(UNWTO)는 ‘Global report on food tourism’ 발행과 관련하여 세계관광기구 회원사를 대상으로 음식관광에 관한 다양한 조사를 실시함.
- 조사 항목은 회원사별 음식관광 전략, 식문화, 관광상품, 마케팅 및 프로모션, 시장 환경, 협력관계, 경제적 파급력, 주요 권고사항 등으로 구분됨(UNWTO, 2012).
- 조사 대상은 세계관광기구 회원사 중 음식관광과 관련하여 국가관광조직(NTO), 컨설턴트 등을 주요 대상으로 함.
- 세계관광기구의 조사에 따르면 관광목적지의 브랜드와 이미지를 형성하고 정의하는 데 있어서 조사대상 회원사의 88.2%가 음식요소를 전략적인 요소라고 응답함.
- 한편, 조사대상 회원사의 67.6%는 음식 브랜드를 보유하고 있다고 응답하였지만, 32.3%는 보유하고 있지 못한 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 조사 결과는 향후 성장 가능성이 높은 음식관광에 대해 전략적·정책적 접근이 이루어져야 함을 의미함.
- 음식관광 상품과 관련하여 응답자의 79%가 음식행사의 중요성을 인식하였으며, 음식 경로, 요리수업(cooking classes), 워크숍이 응답자의 62%, 지역 생산물, 음식 박람회가 59%, 시장 및 생산자 방문이 53%, 박물관 23%, 프레젠테이션이 6%를 차지함(문화체육관광부, 2013).

[그림 III-1] 음식관광 상품의 중요성에 대한 조사결과



- 세계관광기구 회원사의 68%가 음식관광에 기반을 둔 마케팅 및 홍보 활동을 수행하고 있는 것으로 나타났으며, 가장 많이 이용한 마케팅 및 홍보 수단은 다음과 같음(문화체육관광부, 2013).
 - 주요 홍보 수단으로는 행사 조직 91%, 브로슈어·광고 제작 82%, 음식관광 웹사이트 구축 78%, 관광가이드 61%, 블로그 43%, 언론인 및 관광업자 대상의 팸투어 13%, 소셜네트워크 4% 순으로 나타남 (문화체육관광부, 2013).
- 관광지에서 음식관광의 경제적 파급력에 관한 조사 결과 대부분의 기관은 음식관광의 경제적 파급력에 대해 체계적인 분석이 이루어지지 않은 것으로 응답하였지만 관광수입에서 음식분야의 비중이 약 30%로 매우 중요한 분야로 인식하며, 실제로 관광지에 미치는 경제력 영향력이 큼(문화체육관광부, 2013).

2) 프랑스

- 프랑스는 대표 브랜드인 와인을 고부가가치 음식관광으로 연계하기 위하여 다양한 와인관광상품을 개발하고, 와인관광 전담기관을 설치하는 등의 대대적인 음식관광 육성 정책을 실시하고 있음.
- 프랑스관광공사(MDF)는 와인관광의 국가적 전략 모색을 위해 2002년부터 3개년 사업계획(Three-year action plan)을 시행하였고, MDF는 와인관광이 지역의 관광객 및 관광수입 증대, 이미지 제고에도 상당한 효과를 가져올 것으로 기대하고 있음.

3) 일본

- 일본의 음식관광 관련 정책 및 전략은 크게 두 가지 방향에서 추진되고 있는데 '매력 있는 일본 특산품 콘테스트'와 '양조장 관광사업'임.
- 먼저 매력 있는 일본 특산품 콘테스트는 일본 각 지역의 특산품을 통해 지역마다의 매력을 국외에 홍보하고, 일본으로의 방문을 유도하기 위한 사업으로 콘테스트 수상 특산품은 나리타, 간사이 등 일본의 주요 국제공항에서 판매할 수 있는 기회를 제공하는 등의 인센티브를 제공함.
- 양조장 관광사업은 새로운 관광자원 및 관광사업 발굴을 목적으로 하는 뉴 투어리즘 정책의 일환으로 지역마다 전통주가 발달한 일본의 환경을 적극 활용하기 위하여 지역의 양조장 사업자 및 지자체, 관광협회가 연계한 양조장관광 협의회를 설치하고 스토리텔링 발굴을 적극적으로 추진하고 있음.

4) 싱가포르

- 싱가포르 음식관광 정책의 핵심은 다문화 사회에 따라 다양한 음식문화가 존재하는 것을 적극적으로 활용하여 동남아시아 음식문화 체

힘을 위한 관광지로 포지셔닝하고자 하는 것임.

- 이를 위해 싱가포르 관광청은 '싱가포르 국제요리교류 프로그램 (SPICE)' 캠페인과 같은 이벤트 개최를 적극적으로 추진함으로써 싱가포르 음식에 대한 국제적 인지도와 마인드 제고, 비즈니스 기회의 창출, 외래 관광객 유치를 도모하고 있음.

5) 홍콩

- 홍콩은 영국령 체제를 겪는 과정에서 동서양의 음식문화가 다양하게 공존하는 것을 적극적으로 활용하고 쇼핑관광지로서의 제한된 이미지를 탈피하고자 와인 및 음식과 관련된 축제의 개발 등 음식관광 활성화에 상당한 노력을 기울이고 있음.
- 홍콩이 음식관광을 육성하기 위해 시행중인 대표적인 정책으로는 'Quality Tourism Services(QTS)' 체계 운영을 통해 레스토랑의 품질을 인증하고, '홍콩 와인 & 요리 축제', '홍콩 최고의 요리 경연대회', '홍콩 푸드 엑스포'와 같은 국제적 이벤트를 통해 홍콩음식의 홍보와 관광객 유치에 노력하고 있음.

6) 태국

- 태국은 오래전부터 전통춤과 음식을 연계한 극장식 레스토랑이 활성화되어 태국문화와 음식을 동시에 알리고 관광객을 유치하는 정책을 추진하여 왔음.
- 한편 2001년부터는 태국음식의 국제화, 표준화를 목표로 '세계의 주방'이라는 프로젝트를 통해 전 세계 태국음식점의 표준화를 이루고 태국음식에 대한 이미지를 프랑스와 일본음식처럼 고급 이미지를 확립하고 궁극적으로는 세계 최고의 음식으로 격상시키고자 하고 있음.

2. 국내 음식관광의 동향

1) 방한외래객 음식관광 동향

- 한국 선택 시 고려 요인에 대해서는 쇼핑이라는 응답이 67.8%로 가장 큰 요인으로 나타났지만, 음식/미식 탐방도 42.8%로 음식관광의 비중도 상당히 큰 수준인 것으로 나타남.
- 최근 5년간의 조사 결과를 보면 음식관광과 관련되는 음식/미식 탐방은 꾸준히 3번째로 중요한 고려 요인이었고, 40% 이상의 응답율을 보여주고 있음.

<표 III-1> 한국 선택 시 고려 요인

(중복응답, 2015년 상위 7위 기준, 단위: %)

구분	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
쇼핑	67.8	72.3	61.0	66.0	66.6
자연풍경	44.8	49.5	39.0	32.1	23.9
음식/미식 탐방	42.8	41.1	41.3	44.3	44.2
역사/문화유적	27.6	25.2	17.7	21.5	19.1
패션, 유행 등 문화	23.6	19.8	14.8	11.1	14.5
여행 가능한 여가시간	10.5	9.3	9.2	7.6	5.4

자료 : 문화체육관광부 외래관광객 실태조사(2010~2015) 자료

- 방한 기간 중 중국인 관광객들의 활동에 대해서는 쇼핑이 71.5%로 가장 선호하는 활동으로 나타났고, 식도락관광이 47.3%, 자연경관 감상이 30.0%, 고궁/역사 유적지 방문이 26.2%의 순으로 나타남.

<표 III-2> 방한기간 중 활동

(중복응답, 2015년 상위 7위 기준, 단위: %)

구분	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
쇼핑	71.5	74.0	70.9	72.8	69.9
식도락관광	47.3	46.4	39.0	48.4	46.1
자연경관 감상	30.0	31.7	17.6	13.3	12.2
고궁/역사 유적지 방문	26.2	27.2	16.2	14.2	14.3
업무수행	12.9	14.3	16.6	16.5	22.8
유흥/오락	11.9	9.2	9.6	8.4	11.5
박물관/전시관 방문	10.5	8.9	6.5	6.7	6.2

자료 : 문화체육관광부 외래관광객 실태조사(2010~2015) 자료

- 방한 기간 중 가장 좋았던 활동에 대해서는 쇼핑이 28.0%로 여전히 가장 만족하는 활동으로 나타났고, 다음으로는 식도락관광이 13.8%, 자연경관 감상이 13.2%, 고궁/역사 유적지 방문 7.7%의 순임.

<표 III-3> 방한기간 중 가장 좋았던 활동

(2015년 상위 7위 기준, 단위: %)

구분	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
쇼핑	28.0	34.4	29.7	30.4	31.9
식도락 관광	13.8	10.2	10.9	13.4	13.5
자연경관 감상	13.2	12.4	7.7	6.1	4.7
고궁/역사유적지 방문	7.7	7.5	5.5	5.5	5.1
업무수행	6.1	7.4	10.3	8.1	7.9
공연/민속행사/축제참가 및 관람	4.1	3.3	3.5	3.2	2.4
유흥/오락	3.4	2.9	3.4	2.6	3.4

자료 : 문화체육관광부 외래관광객 실태조사(2010~2015) 자료

- 방한 개별여행객의 지출비용은 '숙박비'와 '쇼핑비'의 순으로 높게 나타나고 식음료비는 세 번째로 많은 지출을 하는 결과를 보임.
- 반면, 단체여행객은 '쇼핑비'와 '본인거주국 지불경비', '쇼핑비'의 순으로 나타나고 있음.

<표 III-4> 외국인 개별/단체관광객 1인 지출경비

(단위 : US\$)

2015년	총 비용	숙박비	쇼핑비	식음료비	교통비
외국인 개별관광객	1,673.4	363.3	914.4	241.3	71.0
외국인 단체관광객	1,908.4	-	1,317.4	51.6	4.2

자료 : 문화체육관광부 외래관광객 실태조사, 2015, pp.189~193에서 인용.

- 주요 쇼핑품목은 '향수/화장품(61.4%)'과 '의류(41.4%)', '식품류(38.0%)', '신발류(14.6%)', '인삼/한약재(11.6%)' 순으로 높게 나타나고 있는데, 5위 이내의 품목 중 2가지가 먹거리 관련 상품인 것으로 나타남.

<표 III-5> 방한기간 주요 쇼핑품목

(단위 : %)

2015년	1위	2위	3위	4위	5위
	향수/화장품	의류	식품류	신발류	인삼/한약재
전체 외국인 관광객	61.4	41.4	38.0	14.6	11.6

자료 : 문화체육관광부 외래관광객 실태조사, 2015, p.209에서 인용.

- 방한 외국인 관광객들의 음식에 대한 만족도를 보면 만족(85.8%)이 불만족(2.4%)보다 높게 나타나 대부분 만족하는 것으로 나타났고, 연도별로 만족도가 조금씩 올라가는 것으로 나타남.

<표 III-6> 방한기간 음식 만족도

(단위: %)

구분	2015년	2014년	2013년	2012년	2011년
만족	85.8	85.5	81.1	82.0	77.8
보통	11.8	12.2	16.2	15.4	18.7
불만족	2.4	2.3	2.7	2.3	3.1

자료 : 문화체육관광부 외래관광객 실태조사(2010~2015) 자료

2) 서울

- 서울에서는 지난 2010년 10월 뉴욕 맨하튼의 UN본부에서 서울시 주최의 한식축제주간 '2010 Seoul Gourmet Week at UN'을 개최하여 서울에서 직접 파견된 6명의 요리사가 사찰음식, 궁중음식, 반가의 다과성, 거리음식 등을 주제로 한식문화를 알리고 홍보하는데 노력함.
- 한편, 서울의 자랑스러운 한국음식점 지정, 모범음식점 위생등급 평가, 음식으로 소통하는 마을 만들기, 길거리 음식 위생 개선 지원 등의 사업을 통해 한식의 품질 제고 및 대중화에 노력함.

3) 부산

- 부산은 문화관광도시의 이미지를 강화하고 부산의 대표음식과 연관된 문화적 배경 및 숨은 스토리를 발굴해 부산관광 홍보자료로 활용하기 위해 부산 음식관광 스토리텔링 공모전을 개최하고 있음.
- 공모전 내용은 관광객을 부산으로 유인할 만한 부산음식에 얽힌 이야기, 부산의 음식, 맛집, 음식장인 등의 유래와 일화 등 재미있는 내용, 부산의 대표음식을 활용한 관광 및 문화콘텐츠화 프로그램 등으로 이야기나 동영상 형식으로 공모함.

4) 인천

- 인천은 누들타운을 조성하고 중국인 관광객 유치를 위해 중국주간행사의 추진 등을 진행하다 2016년부터는 인천음식문화박람회를 통해 대대적인 인천 음식관광 홍보에 나서고 있음.

5) 광주

- 광주는 남도음식의 관광자원화 및 외국인이 이용하기 좋은 식당 선정을 통한 메뉴와 주제별로 홍보하여 인지도를 제고하고, 궁극적으로는 남도음식의 고장 광주의 브랜드 가치를 높여 미식관광 활성화를 도모하고 있음.

6) 대구

- 대구는 2016년 제15회째를 맞은 대구음식관광박람회를 중심으로 대구의 숨은 맛을 알리는데 공을 들임과 동시에 음식 테마거리의 활성화를 통해 지역 경제를 활성화하고자 하는 정책을 실시하고 있음.

IV. 제주지역 음식관광 현황 및 문제점












1. 제주지역 음식관광 현황

1) 음식관광 자원 현황

(1) 제주의 향토음식 자원

- 제주 향토음식은 화산섬이라는 지역적인 특성과 토양의 문제, 여성들도 바쁘게 일을 해왔다는 역사적 배경으로 인해 타 지역과는 다른 특징을 보여주고 있음.
- 첫째, 조리법이 아주 단순하고 빠르고 간단하게 먹을 수 있는 방법이 발달해 왔는데, 여성들도 바쁘게 일해야 했던 제주의 척박한 환경을 반영한 것으로 대신에 제주 향토음식은 재료 본연의 맛을 살리는 장점을 갖게 되었음(강수정, 2015).
- 둘째, 양념을 많이 넣거나 필요 이상으로 많은 재료를 섞어 만드는 음식이 타 지역에 비해 적은 편인데, 이것은 제주도 사람들의 꾸밈없이 소박한 성품을 나타내는 것이라 할 수 있음.
- 셋째, 풍토의 영향으로 예로부터 대부분 발농사에 의한 발곡식을 주식으로 이용하면서 여러 가지 잡곡을 혼합하여 섭취함으로써 필요한 영양을 가능한 한 섭취하고자 하는 노력을 보였음.
- 지역주민은 물론 제주도를 찾는 관광객들이 많이 찾는 제주의 대표적 향토음식으로는 흑돼지구이를 비롯하여 전복죽, 갈치호박국, 오분자기, 해물뚝배기, 한치물회, 자리물회, 갈치회, 고등어회 등과 같이 다른 지역에서는 보기 힘든 독특한 음식들이 많은 편으로 다음과 같은 것들을 들 수 있음.

<표 IV-1> 제주지역 향토음식 사례

흑돼지구이	전복죽	오분자기해물뚝배기
		
갈치호박국	제주육개장	자리물회
		
한치물회	갈치조림	고등어조림
		
갈치회	고등어회	빙떡
		

자료 : <http://www.visitjeju.or.kr/korea/jejuinfo/food.html>

(2) 제주의 향토음식 축제

- 한편 2016년을 기준으로 제주지역 향토음식을 소재로 하는 지역축제는 한라산청정고사리축제, 보목자리돔축제, 제주도새기축제 등 약 8개의 축제가 개최되거나 개최될 예정이다.

<표 IV-1> 제주지역 향토음식 관련 축제(2016년 기준)

연번	축제명	기 간	장 소	주요내용
1	제21회한라산 청정고사리축제	4.23 ~4.24	남원 한남리	고사리찍기대회, 고사리 요리경연대회, 고사리 족구대회
2	제8회 가파도청보리축제	4. 9 ~5. 8	가파리 일원	청보리밭 걷기, 농촌체험, 특산물 전시판매 등
3	제16회 보목자리돔축제	5.27 ~5.29	보목포구 일원	자리돔 맨손잡기, 왕보말잡기 등
4	2016 “농촌사랑 돼지사랑” 제주도새기 축제	5.28 ~5.29	한림읍 종합운동장 일원	도새기 홍보관, 먹거리체험, 판매 등
5	제9회 추자도 참굴비 축제	9.30 ~10.2	추자면 일원	참굴비 엮기체험, 추자도 특산물대전, 짓갈무침 체험, 유람 및 선상낚시, 전국 낚시대회
6	우도소리축제	10월 ~11월	우도면 일원	원담바룻잡이, 구멍낚시체험 등
7	제주감굴박람회	11월중	감굴박물관 일원	감굴시식, 따기, 감굴 체험프로그램
8	제16회 최남단 방어축제	11.12 ~11.15	모슬포항 일원	방어맨손잡기, 시식체험, 판매 등

자료 : <http://www.jeutour.go.kr/contents>

(3) 제주의 향토음식 특화거리

- 제주지역에도 음식과 관련해 특정 지역에 특정 음식이 밀집되어 차별화된 특화거리가 조성되어 있는데, 지역주민들은 물론 관광객들도 많이 찾고 있음.
- ‘서부두 명품횃집거리’는 50년 가까운 전통의 원조 횃집거리로서 철저한 원산지 표시와 싱싱한 횃감으로 지역주민과 관광객 모두가 찾는 횃집거리임. 특히 공항과 인접하여 접근성이 좋고, 탐동 주변의 바다 경관 및 제주바다를 묘사한 타일벽화 등으로 관광객들에게 매우 인기임.

[그림 IV-2] 서부두 명품횃집거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

- ‘국수문화거리’는 조그맣고 다소 허름하지만 제주 전통의 방식으로 삶아낸 고기국수와 비빔국수가 유명한 곳으로 지역주민들에게 큰 사랑을 받는 곳임.
- 이후 제주를 찾는 관광객들에게도 입소문을 통해 알려지면서 타 지역에서는 보기 힘든 고기국수를 맛보고자 하는 많은 관광객들이 즐겨 찾는 곳이기도 함.

[그림 IV-3] 국수문화거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

- '방어축제거리'는 제주도에서도 수심이 깊고 깨끗하다는 모슬포 지역에서 잡히는 자연산 생선회와 해산물을 구매하거나 먹을 수 있는 거리임. 특히 매년 11월 열리는 방어축제는 제주도뿐만 아니라 전국에서도 명성이 자자하고, 매주 열리는 주말시장은 지역주민들이 잡은 활어와 해산물 등을 저렴하게 구매할 수 있다고 알려지면서 인기임.

[그림 IV-4] 방어축제거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

- '칠십리음식특화거리'는 서귀포 서북전시관에서 천지연폭포 광장에 이르는 구간으로 자구리 해안 등 아름다운 해안 절경과 바다 위로 새섬, 문섬, 섭섬 등 서귀포 앞바다의 섬들을 한눈에 조망할 수 있는 서귀포지역 외식산업 중심거리임.

[그림 IV-5] 칠십리음식특화거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

- '아랑조을거리'는 순수 제주어로 "알아서 좋을 거리"란 뜻으로 서귀포 도심지 먹거리 골목의 특색을 살리고 음식 테마거리 브랜드화를 위해 지정된 서귀포시 시내의 대표적 거리임.

[그림 IV-6] 아랑조을거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

- ‘흑돼지거리’는 공항에서 10분 거리로 제주를 찾는 관광객들이 가장 먹고 싶어 하는 음식 중의 하나인 흑돼지 음식을 특화한 거리임. 칠성로 상가와 동문재래시장 등이 인접하여 쇼핑 접근성도 우수함.

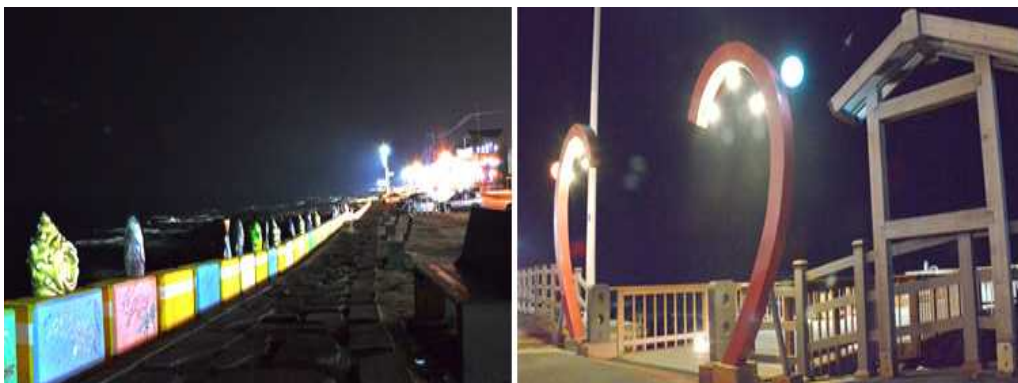
[그림 IV-7] 흑돼지거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

- ‘용담해안 카페촌거리’는 해안도로변을 따라 개성 있고 분위기 있는 카페들이 즐비해 있는 곳으로 카페촌 거리이지만 제주의 싱싱한 해산물을 즐길 수 있는 공간이 같이 있는 것이 특징임.

[그림 IV-8] 용담해안 카페촌거리 전경



자료 : <http://www.jejutour.go.kr/contents>

2) 음식관광 동향 및 현황

(1) 한국관광 차원의 제주 음식관광 정보

- 한국관광공사는 대한민국 관광을 대표하여 홍보하고 각종 정보를 제공하고 있는 공기업으로 홈페이지 상에서는 ‘대한민국 구석구석’이라는 코너를 통해 각종 관광정보를 제공하고 있음.
- 이 가운데 음식관광과 관련해서는 ‘무엇을 먹을까’라는 메뉴 아래 음식점 정보, 구석구석 맛골목, 우리고장 맛이야기라는 3가지 세부 메뉴를 통해 대한민국 지역별 음식점 정보와 지역별 주요 음식에 대한 정보를 제공하고 있음.

[그림 IV-9] 한국관광공사의 대한민국 구석구석 정보



자료 : <http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/food>

- 대한민국 구석구석에서 제공하는 음식관광 관련 정보 가운데 먼저 지역별 음식점 정보를 보면 대한민국 전체적으로는 5,868개의 음식점

정보가 제공되고 있는데, 제주지역 음식점은 245개로 전체의 4.1% 수준에 그치고 있음.

- 그리고 지역마다 음식 테마거리가 활성화된 곳을 보여주는 ‘구석구석 맛골목’이란 정보도 제주지역은 단 2개소로 경기의 31개소, 경북의 23개소, 전남의 22개소, 경남의 20개소 등과 비교할 때 상당히 빈약한 자원을 가진 지역으로 비춰지고 있음.
- 또한 지역의 특산물 내지는 특화음식 정보를 보여주는 ‘우리고장 맛 이야기’에서도 제주지역은 옥돔구이와 흑돼지구이 2개로 경기의 25개, 경남의 24개, 강원도의 23개, 전남의 22개 등과 비교할 때 마찬가지로 음식관광 자원이 빈약한 지역으로 비춰지고 있음.

<표 IV-2> 한국관광공사에서 제공되는 지역별 음식관광

	구석구석맛골목	우리고장 맛이야기
서울	19개소	1개
인천	8개소	3개
대전	2개소	1개
대구	5개소	2개
광주	3개소	1개
부산	8개소	2개
울산	6개소	2개
경기	25개소	31개
강원	23개소	18개
충북	8개소	12개
충남	9개소	16개
경북	13개소	23개
경남	24개소	20개
전북	12개소	14개
전남	22개소	22개
제주	2개소	2개

자료 : <http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/food> 참조로 재구성.

(2) 내도객 실태조사에서 나타난 음식관광 현황

- 내도 내국인 관광객의 제주여행 고려 요인에 대한 조사결과 '자연경관감상(39.4%)'과 '휴양/휴식(35.1%)'이라는 응답이 가장 높았고, 음식/미식이라는 응답은 4.4% 수준에 그침. 다만 2014년의 3.0%보다는 다소 비중이 높아진 결과를 보이고 있음.

<표 IV-3> 내국인 관광객 제주여행 고려 요인

(단위 : %)

구 분	자연경관 감상	휴양/휴식	가까운 거리	음식/미식
2015년	39.4	35.1	5.6	4.4
2014년	47.9	34.1	4.2	3.0

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, p.41 내용 재구성.

- 제주여행 주요 참여활동에 대한 조사결과 '자연/명승 경관 감상(17.2%)'에 이어 '식도락(13.2%)'이라는 응답 순으로 나타나 제주여행 고려 요인으로는 비중은 낮으나 참여활동 비중은 큰 것으로 나타남.

<표 IV-4> 내국인 관광객 제주여행 참여활동

(단위 : %)

구 분	자연/명승 경관 감상	식도락 (맛집여행)	산/오름/올레 길/트레킹	쇼핑
2015년	17.2	13.2	12.4	8.2
2014년	16.4	12.9	12.2	9.1

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, p.81 내용 재구성.

- 전체 내도 내국인 관광객 중에서 개별여행객의 지출비용은 '식음료비(124,896원)'가 가장 높게 나타나고, 식음료비는 세 번째로 많은 지출을 하는 결과를 보임.

- 반면, 패키지여행객은 '여행사 지불경비'와 '쇼핑비'의 순으로 나타나고 있는데, 이는 패키지비용에 미리 숙박비와 교통비가 포함되어 별도의 개인적 지출이 발생하지 않기 때문임. 식음료비는 40,989원 수준인 것으로 나타남.

<표 IV-5> 내국인 개별/패키지관광객 1인 지출경비

(단위 : 원)

2015년	총 비용	숙박비	항공료/선박료	식음료비
내국인 개별관광객	571,866	115,937	104,162	124,896
내국인 패키지관광객	508,018	-	-	40,989

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, pp.86~90 내용 재구성.

- 주요 쇼핑품목은 '초콜릿(16.2%)'과 '음식류(14.0%)', '과일류(11.6%)', '담배(11.3%)', '과자/간식류(10.4%)' 순으로 높게 나타나고 있는데, 5위 이내의 품목 중 4가지가 먹거리 관련 상품인 것으로 나타남.

<표 IV-6> 내국인 관광객 주요 쇼핑품목

(단위 : %)

2015년	1위	2위	3위	4위	5위
	초콜릿	음식류	과일류	담배	과자/간식류
전체 내국인 관광객	16.2	14.0	11.6	11.3	10.4

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, p.98 내용 재구성.

- 내도 외국인 관광객의 제주여행 고려 요인에 대한 조사결과 '자연경관 감상(61.3%)'과 '휴양/휴식(12.9%)'이라는 응답이 가장 높았고, 음식/미식이라는 응답은 4.0% 수준으로 음식관광의 비중이 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

<표 IV-7> 외국인 관광객 제주여행 고려 요인

(단위 : %)

2015년	자연경관 감상	휴양/휴식	쇼핑	음식/미식
전체 외국인관광객	61.3	12.9	7.7	4.0
중국인 관광객	60.8	12.0	9.3	4.6

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, p.235 내용 재구성.

- 전체 내도 외국인 관광객 중에서 개별여행객의 지출비용은 ‘숙박비’와 ‘쇼핑비’의 순으로 높게 나타나고, 식음료비는 세 번째로 많은 지출을 하는 결과를 보임.
- 반면, 패키지여행객은 ‘쇼핑비’와 ‘식음료’의 순으로 나타나고 있는데, 이는 패키지비용에 미리 숙박비와 교통비가 포함되어 별도의 개인적 지출이 발생하지 않기 때문임.

<표 IV-8> 외국인 개별/패키지관광객 1인 지출경비

(단위 : US\$)

2015년	총 비용	숙박비	쇼핑비	식음료비	교통비
전체 외국인 관광객	1,732.1	258.7	738.7	196.9	75.5
중국인 개별관광객	2,051.0	268.3	1,031.1	199.6	43.5
중국인 패키지관광객	1,316.4	-	919.2	51.6	-

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, pp.271~274 내용 재구성.

- 전체 내도 외국인 관광객의 주요 쇼핑품목은 ‘화장품(19.4%)’과 ‘음식류(14.1%)’ 순으로 높게 나타나고 있는데, 중국인 관광객의 경우에도 마찬가지로 화장품(2.5%)과 음식류(13.5%)의 순으로 나타나 같은 결과를 보임.

<표 IV-9> 외국인 관광객 주요 쇼핑품목

(단위 : %)

2015년	1위	2위	3위	4위	5위
	화장품	음식류	초콜릿	과자/ 간식류	기념품
전체 외국인 관광객	19.4	14.1	11.1	10.0	6.7
중국인 관광객	21.5	13.5	11.1	9.8	6.8

자료: 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, p.281 내용 재구성.

2. 전문가포럼 및 경쟁지역 조사

1) 전문가포럼에 의한 현황 분석

(1) 전문가포럼 개요

- 개최목적 : 내도 외국인 관광객들의 제주지역 음식관광에 대한 인식 및 현황 조사
- 개최일시 : 2016년 9월 9일(금) 1차 진행
- 개최장소 : 제주발전연구원 회의실
- 참석대상 : 도내 대학교수 및 언어권별 관광통역안내사 등

(2) 전문가포럼 결과

- 제주를 찾는 외국인 관광객들의 제주음식(한국음식)에 대한 기대 정도는, 중국인과 일본인, 동남아 관광객의 경우는 한류의 영향으로 한국음식에 대한 인지도와 호기심이 높은 편이어서 기대가 높으나, 영어권 관광객의 경우에는 기대가 높지는 않음.

<표 IV-10> 제주음식(또는 한국음식)에 대한 기대도

제주음식에 대한 기대도	
중국인	·한류의 영향으로 기대도가 높은 편
일본인	·한식에 대해 가장 잘 아는 편
동남아	·한류의 영향으로 기대도가 높은 편이나 가리는 음식
영어권(구미주)	·한식에 대해 인지도가 낮아 기대도는 낮은 편

- 여행상품 내 메뉴의 구성을 보면 일반 중국인 관광객의 경우 조식의 경우 호텔 또는 한식뷔페, 중식은 삼계탕과 설렁탕, 갈비탕, 돌솥비빔밥, 석식은 돼지갈비 또는 한정식 형태로 이루어지고 있고, 비교적 고가의 여행경비를 지불한 경우에는 중식과 석식을 갈치구이, 회, 전복죽, 찜구이 등이 제공되는 사례가 많음.
- 한편 동남아 관광객의 경우는 종교적인 이유로 할랄음식을 선호하나 아직 제주지역에서는 활성화되지 않아 해물 샤브샤브 또는 생선구이 등 해산물과 채식 위주의 음식이 제공되는 경우가 많음.
- 일본인과 구미주 관광객의 경우 조식의 경우 대부분 호텔식이고, 중식과 석식은 말 또는 찜 샤브샤브, 오리고기, 생선조림, 흑돼지 등 비교적 고가의 음식이 제공되는 사례가 많음.

<표 IV-11> 여행상품 내 메뉴 구성

	조식	중식	석식
중국인	호텔/한식뷔페	삼계탕/갈비탕/설렁탕/돌솥비빔밥/중국음식	돼지갈비/한정식
일본인	호텔	말·찜 샤브샤브/오리고기/흑돼지/전복죽 등	
동남아	해물 샤브샤브/생선구이 등 해산물과 채소		
영어권(구미주)	호텔	말·찜 샤브샤브/오리고기/흑돼지/전복죽 등	

- 제주를 찾는 외국인 관광객들 가운데 일본인 관광객들은 한식에 대한 이해와 정보력이 높아 상대적으로 한식을 선호하는 편임. 그러나 설렁탕, 곰탕, 국밥 등 밥을 말아먹는 음식이나 매운 음식은 선호하지 않는 경우가 많은 것으로 나타남.
- 중국인 관광객들은 육류를 가장 선호하고 맛에 대해서는 큰 불만이 없는 편이나 음식 종류와 양에 대해서 불만을 갖는 경우가 많은데, 한식의 경우 단품요리가 나오는 메뉴가 많기 때문으로 분석됨.
- 동남아 관광객들도 돼지갈비, 닭갈비 등과 같이 양념이 된 육류 및 해물탕 같은 음식을 선호하고 맛에 대해서는 큰 불만이 없는 편이나 종교적 이유로 꺼리는 음식이 있는 것으로 나타남.
- 구미주 관광객들은 육류와 비빔밥, 전복죽 등을 선호하고 음식이 생겨난 배경, 만드는 과정 등 음식에 대한 스토리를 듣는 것을 좋아하지만, 산낙지 등 살아있는 생물 요리와 젓갈이 들어가는 음식은 선호하지 않는 것으로 나타남.

<표 IV-12> 선호하거나 선호하지 않는 음식유형

	선호하는 음식	선호하지 않는 음식
중국인	삼계탕, 갈비찜 등 육류 및 생선구이, 조림 등의 해산물 요리	메뉴보다는 음식의 양과 질에 불만
일본인	불고기, 갈비, 한정식, 파전 등 한류 음식	설렁탕, 곰탕 등 국물 음식과 매운 음식
동남아	돼지갈비, 닭갈비 등 육류와 샐러드 및 해물탕	종교적 이유로 호불호
영어권(구미주)	갈비, 전복죽, 비빔밥, 해물뚝배기, 샐러드	젓갈 음식 등

- 음식점 선정 시 일본인 관광객들은 사전에 여행정보를 충분히 획득한 후 찾아오는 유형으로 한국인이 주로 가는 음식점을 선호하는 경향이 높은 편이며, 맛과 위생을 가장 중요하게 고려하는 요인임.
- 중국인 관광객과 동남아 관광객들은 저렴한 가격과 양을 가장 중시하기 때문에 뷔페 또는 무한리필과 같은 음식점을 먼저 고려하는 것으로 나타남.
- 구미주 관광객들은 한식에 대한 인지도가 낮고 좌식문화에 익숙지 않아 음식점 내 테이블의 유무 등 시설과 분위기 등을 먼저 고려하는 것으로 나타남.

<표 IV-13> 음식점 선정 시 고려 요인

	고려 요인	선호 음식점 유형
중국인	저렴한 가격과 양	무한리필, 뷔페 등
일본인	맛과 위생	현지인이 주로 가는 음식점
동남아	저렴한 가격과 양	무한리필, 뷔페
영어권(구미주)	분위기 등 식사환경	고급스러운 분위기의 음식점

2) 경쟁지역 사례조사

(1) 사례조사 개요

- 실시목적 : 제주와 거의 유사하게 화산폭발로 생겨난 섬이면서 국제적인 관광지로 인정받는 하와이의 음식관광 사례를 조사하여 정책적 시사점을 도출
- 조사일시 : 2016년 8월 18일~23일
- 주요내용 : 하와이 푸드 앤 와인 페스티벌 성공요인 분석 및 로컬푸드를 중심으로 하는 음식관광 현황

(2) 사례조사 결과

가) 하와이 푸드 앤 와인 페스티벌 개요

- 하와이 푸드 & 와인 페스티벌은 하와이를 찾을 새로운 동기요인을 만들고, 비수기로 접어드는 가을의 하와이관광을 활성화시키기 위한 관광마케팅 차원에서 시작됨.
- 페스티벌의 시작은 하와이 출신 요리사인 '로이 야마구치'와 '알란 왕'에 의해 지역의 음식자원과 요리를 널리 알리고자 하는 노력에서 출발하였는데, 2011년 첫 개최 시에는 와이키키 주변에서 3일 간의 조그만 페스티벌로 시작되었으나 현재는 약 3주간에 걸쳐 오아후를 비롯한 마우이, 빅 아일랜드 등의 다양한 사이트에서 동시 다발로 행해지고 있음. 2016년 페스티벌은 10월 14일부터 30일까지 개최되었음.

나) 성공요인 및 시사점

- ① 지역사회의 적극적 참여
 - 하와이 푸드 앤 와인 페스티벌은 비상업적 목적의 페스티벌로 하와이 농어업인 및 축산인, 관광사업체 등의 참여기회 보장을 통해 지역주민과 지역사업체들의 생산물 판매와 홍보 기회를 주는 페스티벌로 성장함과 동시에 지역주민들의 참여를 적극적으로 유도하고 있음.
 - ② 자선사업으로 지역사회에 적극 기여
 - 티켓판매 등을 통한 수익금은 하와이의 다양한 단체와 학교 등에게 자선사업을 펼쳐 지역사회에 신뢰를 얻음과 동시에 관광객들에게도 좋은 이미지를 형성하는 페스티벌로 성장하였음.

[그림 IV-10] 페스티벌에서 후원하는 단체



- ③ 다양한 후원기관 확보로 페스티벌의 안정적 운영
 - 페스티벌의 운영을 위한 비용은 다양한 후원기관을 확보하여 충당하고 있고, 더불어 후원기관과의 연계를 통해 방문객을 모으는 방안으로도 활용하고 있음.
 - 페스티벌 후원기관은 다이아몬드 등급, 프리미엄 등급, 골드 등급, 실버 등급, 브론즈 등급 등 5개의 등급으로 구분되어 등급에 맞는 다양한 후원을 받고 있음.

[그림 IV-11] 페스티벌을 후원하는 단체



다) 하와이 로컬푸드 개요

- 사전에 인터넷 정보검색을 통하여 하와이를 찾는 관광객들이 가장 즐겨 먹는다고 알려지거나 맛집으로 소개되는 식당의 음식을 대상으로 조사함.
- 조사대상인 하와이 마히마히, 아히 포케, 로코모코, 무수비, 쉬림프, 아사이볼 등은 하와이의 대표적인 지역음식으로 주민은 물론 관광객들에게 널리 알려지고, 하와이를 방문하면 반드시 먹어보아야 할 음식들로 평가받고 있음.
- ‘하와이 마히마히’는 전갱이목 만새기과에 속하는 바닷물고기인 만새기를 구운 음식으로 비리지 않으면서도 식감이 담백하여 인기를 얻는 음식임.
- ‘아히 포케’는 하와이 스타일의 회덮밥으로 육류 위주의 음식을 보완하면서 남태평양에서 잡히는 아히(황다랑어)를 주재료로 사용하는 음식으로 인기임.

[그림 IV-12] 하와이 ‘마히마히’와 ‘아히 포케’



- ‘로코모코’는 햄버거스테이크에 소스를 붓고, 그 위에 계란프라이를 얹은 음식으로 아주 단순하지만 하와이의 대표적 로컬음식임.
- ‘무스비’는 일종의 햄주먹밥으로 하와이로 이주한 일본인들이 초밥에 대한 그리움을 달래기 위해 생선 대신 햄을 얹어 먹으면서 시작되었다고 알려지고 있는 퓨전 음식임.

[그림 IV-13] 하와이 '로코모코'와 '무스비'



- '하와이 쉬림프'는 구워낸 새우에 원하는 소스를 선택하고 밥과 같이 먹는 비교적 단순한 요리이지만, 하와이 주변 바다에서 나는 싱싱한 새우를 활용한 대표적인 음식으로 인기임.
- '아사이불'은 아사이베리와 갖가지 과일에 견과를 올리고 꿀을 뿌린 음식으로 부드러운 날씨를 이기기 위한 한국의 빙수와 같은 스타일의 음식임.

[그림 IV-14] 하와이 '쉬림프'와 '아사이불'



라) 성공요인 및 시사점

- ① 주요 관광객들의 입맛과 맞아 떨어져
- 하와이를 찾는 외국인 관광객들의 대다수는 일본인과 한국인으로, 회덮밥이나 주먹밥, 햄버그스테이크 등 평소의 입맛과 크게 다르지 않

아 거부감보다는 동질감을 더 주는 것으로 보임.

- 하와이의 음식들이 한국인에게는 다소 짜다는 평가를 받음에도 불구하고 거부감보다는 호기심을 자극하는 이유는 음식재료가 한국인들에게 크게 낯설지 않기 때문으로 보임.

② 길거리 음식의 한계 극복 및 고급화

- 하와이 쉬림프와 아히 포케 등은 일반적인 음식점 외에도 푸드트럭과 같은 길거리 음식으로도 쉽게 접하는 음식임. 그런데 길거리 음식임에도 싱싱한 새우와 황다랑어를 재료로 사용함으로써 인스턴트 음식이 아닌 제대로 조리되는 음식이라는 이미지를 전달하여 호기심을 자극하고 있음.

③ 퓨전과 변형을 통한 차별화

- 하와이의 대표적 로컬음식들이라 해도 지역과 음식점에 따라 조금씩 다른 요리법을 통해 관광객들의 입맛에 맞도록 퓨전화된 음식을 선보이고 있고, 제주도 고기국수의 경우처럼 저마다 선의의 경쟁을 통해 인지도를 확산시키는 계기가 되고 있음.

④ 푸짐한 양도 긍정적 평가

- 하와이 음식의 대표적인 특징은 다소 짜다는 것과 양이 많다는 점인데, 양이 많다 보니 상대적으로 비싼 물가도 이해하거나, 관광객들 입장에서 대접 받는다는 느낌을 주어 긍정적인 평가를 받는 요인이 되고 있음.

3. 문제점

- 이상의 한국관광공사 음식관광 정보에 의한 제주지역 음식관광, 내도 관광객 음식관광 실태조사, 전문가포럼 및 경쟁지역 조사를 종합하면 제주지역 음식관광의 문제점은 다음과 같음.

1) 제주 음식관광 정보의 개선이 필요

- 한국관광공사가 제공하는 음식관광 관련 정보에서 제주는 맛집, 특화 음식, 음식테마거리 등 모든 분야에서 실제보다는 빈약할 수준의 정보만 제공되고 있는 상황으로 이에 대한 개선이 시급한 상황임.

2) 음식관광의 비중 확대가 필요

- 한류와 더불어 한국음식에 대한 관심이 높아지면서 방한 관광객들은 한국음식에 대한 관심도가 높아지는 상황임에도 제주의 경우에는 약 4% 정도만이 제주음식을 목적으로 하고 있어 대안 모색이 필요함.

3) 제주 향토음식의 관광자원화 필요

- 흑돼지요리, 전복죽, 해물뚝배기, 갈치조림 등 제주의 향토음식이 상당 부분 대중화되어 감에도 불구하고 빙떡, 쉼다리, 범벅과 같은 독특하고 차별적인 향토음식은 점점 사라져가는 상황임.

4) 퓨전음식의 개발과 국제화

- 음식관광의 활성화를 위해서는 퓨전음식 개발을 통한 대중화 및 국제화가 중요하지만 이 부분에서 제주는 많은 문제점을 보이는 상황으로 제주 전통의 조리법 계승과 더불어 퓨전음식의 개발이 중요함.

5) 음식자원의 관광기념품 개발로 확대가 필요

- 일본의 로이스초콜릿, 한국 경주의 황남빵 등 관광객들에게 기념품으로 인기를 얻는 경우처럼 제주의 경우에도 기존의 감귤초콜릿, 파이, 양갱 등의 판로 확대와 더불어 신규 기념품의 개발의 필요성이 큼.

6) 제주형 음식축제의 육성으로 인지도 강화

- 기존 제주의 음식 관련 축제는 계절의 영향을 받는 식재료 위주의 축제이다 보니 대표축제로의 육성에 한계를 보이는 상황임. 따라서 하와이의 경우처럼 특정 식재료가 아닌 대표축제의 개발이 필요함.

7) 음식관광과 스토리텔링의 융복합이 필요

- 관광객들은 단순히 음식의 맛과 영양만이 아니라 음식에 얽힌 이야기와 역사, 문호 등을 함께 체험하고자 하는 경향을 보이는 상황이므로 음식자원에 재미있는 스토리텔링을 개발하는 전략이 중요함.

8) 제주 음식관광 육성 관련 제도적 정비 시급

- 체계적이고 지속적인 제주형 음식관광을 추진하기 위해서는 조직과 계획이 필요하지만 제주는 아직 미비한 상황으로 음식관광 육성을 위한 조직과 종합계획, 품질인증 등의 제도 개선이 중요함.

V. 음식관광 활성화 방안

1. 정책 방향

1) 제주관광의 대표 콘텐츠로 음식관광을 육성

- 음식관광은 관광활동의 다양성에 기여함은 물론 지역경제 활성화에도 상당한 역할을 기대할 수 있는 분야로 제주관광의 대표 콘텐츠로 육성할 필요성이 큼.
- 음식관광의 육성으로 자연관람형 제주관광의 약점을 극복함과 동시에 지역에서 생산되는 생산물의 소비 촉진과 제주관광의 매력도를 향상시켜 관광객 유치 확대의 기회로 작용할 것임.
- 대표 콘텐츠로의 음식관광 육성은 제주지역 음식자원의 홍보 및 마케팅 강화, 음식관광 자원의 데이터베이스 구축을 통한 체계적 관리, 향토음식의 관광자원화, 음식관광 관련 축제의 육성 등이 필요함.

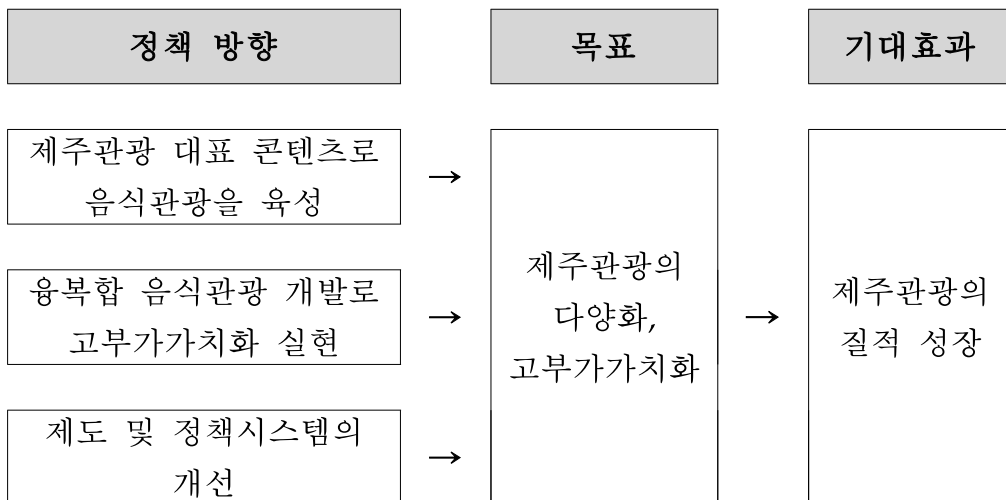
2) 융복합 음식관광 개발로 고부가가치화 실현

- 음식관광은 지역의 역사와 문화를 반영하는 것으로 전통적인 의미와 가치를 보존하는 것이 중요하지만 관광객들로 하여금 거부감을 없애고 매력도를 제고하는 노력도 중요함.
- 또한 지역 생산물의 음식관광 자원화를 통한 산업 간의 융복합과 함께 음식자원을 활용한 다양한 가공품과 관광기념품으로의 개발 확장은 음식관광의 고부가가치화에 기여하는 바가 클 수 있음.
- 융복합 음식관광의 개발은 제주음식의 스토리텔링 개발을 통해 가치와 의미를 향상시키고, 전통을 훼손하지 않는 범위 내에서의 퓨전음식의 개발과 보급, 테마거리 활성화를 통한 접근성 강화, 관광기념품으로의 개발 확장 등이 필요함.

3) 제도 및 정책시스템의 개선

- 음식관광 육성 및 활성화가 보다 지속적이면서 체계적으로 이루어지기 위해서는 제도적 뒷받침과 시스템의 구축을 통해 단계별 목표를 설정하고 이를 뒷받침하는 시행계획이 필요함.
- 한편, 단계별 목표설정과 수행과 함께 품질의 지속적 관리 및 정책의 지속성 확보, 이해 집단 간의 협력체계 구축 방안 마련은 음식관광 활성화의 기반으로 중요시됨.
- 제도 및 시스템의 구축은 음식관광의 육성을 체계적으로 수행하기 위한 관련 조직체의 운영과 협력, 품질의 관리, 관련 종합계획의 수립, 전문 인력의 양성 등과 같은 과제들이 필요함.

<그림 V-1> 음식관광 활성화를 위한 정책 방향



2. 정책 과제

1) 제주관광 대표 콘텐츠로 음식관광을 육성

(1) 음식관광 자원 데이터베이스 구축 및 관리

① 추진 방향

- 제주도는 아직까지는 종합적인 음식관광정책이 수립되어 있지 않고 음식관광 자원을 체계적으로 목록화하거나 데이터베이스 구축을 통한 관리도 이루어지지 않고 있음.
- 따라서 향후 음식관광을 체계적으로 육성하기 위해서는 제주지역의 음식관광 자원 데이터베이스를 구축하여 관광시장별, 목적별 음식관광자원을 활용할 수 있도록 지속적으로 관리해 나가야 함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주발전연구원

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 종합 관리
- 제주발전연구원 : 음식관광 자원 조사 및 데이터베이스 구축

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 지속사업

(2) 제주지역 음식관광의 홍보 강화

① 추진 방향

- 한국관광공사에서 제공하는 대한민국 관광정보에서 제주 관련 음식관광 자원 및 현황을 실제와 가깝게 홍보될 수 있도록 수정을 요청하고 올바른 정보를 제공할 필요가 큼.

- 또한 제주도의 종합 관광정보 사이트인 놀명쉬멍 사이트도 현재 단순하게 지역별, 테마별 음식점을 소개하는 수준이 아니라 제주 향토음식의 장점과 매력, 맛있게 즐기는 방법 등 제주음식을 보다 체계적으로 홍보하는 형식으로 개선되어야 함.
- 특히 내국인과 외국인 관광객 유형별 음식관광 관련 정보는 물론 외국인 관광객들도 국가별로 다른 특성을 반영한 음식관광 정보를 전달할 수 있어야 함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주관광공사

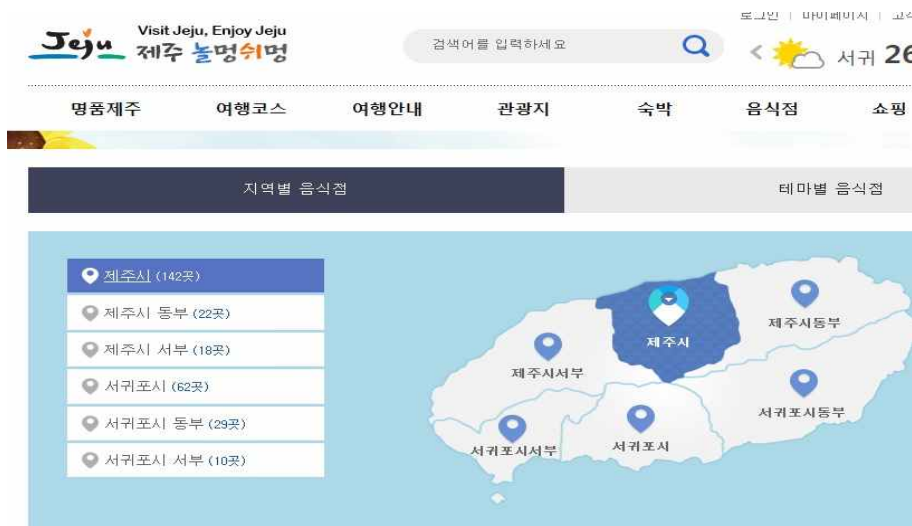
③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 종합 관리
- 제주관광공사 : 제주지역 음식관광 홍보 및 마케팅 사업 수행

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 12월(단기사업)

<그림 V-2> 놀명쉬멍 음식관광 정보 실태



(3) 향토음식의 계승 및 관광자원화

① 추진 방향

- 제주에는 음식관광 자원으로 활용한 수십 여종의 향토음식이 존재함에도 음식관광으로의 활용은 미흡한 상황이고 점차 사라져가는 경우도 있기 때문에 향토음식에 대한 계승 방안을 강구해야 함.
- 특히 흑돼지요리와 같이 보편적이고 대중적인 향토음식 뿐만 아니라 몸국, 빙떡, 신다리 등과 같이 제주의 문화를 고스란히 담을 수 있는 음식자원들을 적극적으로 관광자원으로 대중화하는 노력이 필요함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주관광공사, 제주음식관광육성위원회(가칭)

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 종합 관리
- 제주관광공사 : 제주지역 음식관광 상품화 및 마케팅 사업 수행
- 제주음식관광육성위원회(가칭) : 향토음식의 계승 및 자원화 방향 설정을 위한 협의회 및 실무위원회 구성 등

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 지속사업

<p>※타 지역 사례</p> <p>전라남도 여수는 임진왜란 당시 전라좌수영의 본영이었던 점을 활용해 '이순신 밥상'을 콘텐츠로 개발하였고, 경북 영양군은 '음식디미방' 체험을 대표적인 음식관광 콘텐츠로 개발하였음</p>	
<p>전남 여수 이순신 밥상</p>	<p>경북 영양군 음식디미방</p>
	

(4) 제주형 음식축제의 육성

① 추진 방향

- 제주는 음식관광 육성의 일환으로 하와이 푸드 앤 와인 페스티벌을 벤치마킹하는 음식축제를 시도하였는데, 하와이의 성공 사례를 적극 활용하면서도 제주만의 장점을 부각시킬 수 있는 축제로 육성함.
- 제주음식축제는 단순히 향토음식을 홍보하는 형태가 아니라 하와이의 경우처럼 제주의 건강한 식재료를 홍보하고 지역주민들 생산물의 판로 개척, 지역 음식점들의 판매 촉진, 국가별·지역별 음식문화 특성을 고려한 음식관광 프로그램의 개발 등을 목적으로 추진함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주관광공사, 지역주민, 관련 사업체

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 축제조직위원회 구성
- 제주관광공사 : 제주지역 음식축제 홍보 및 마케팅 사업 수행
- 지역주민 및 관련 사업체: 음식축제의 참여 및 프로그램 운영 등

④ 추진 기간

- 2016년 5월 ~ 지속사업

※타 지역 사례	
프랑스 망똥 레몬축제는 레몬을 소재로 하는 축제이면서 매년 독특한 주제를 선정하여 관광객들의 관심을 끌고 있고, 스페인의 라 토마티나 축제는 약 100만 개의 토마토를 활용하는 세계적 축제로 발전하였음	
프랑스 망똥 레몬축제	스페인 라 토마티나 축제
	

2) 융복합 음식관광 개발로 고부가가치화 실현

(1) 제주음식의 스토리텔링 개발

① 추진 방향

- 단순히 음식의 맛과 영양을 홍보하는 것만으로는 관광객들의 흥미를 이끌어내기가 쉽지 않으므로 음식에 얽힌 이야기, 역사·문화적 배경

등을 적극적으로 활용하는 스토리텔링 개발이 중요함.

- 음식의 스토리텔링 개발과 함께 제주음식을 판매하는 우수 음식점에 대해서도 음식점이 생겨난 과정 및 역사, 관련 정보 등을 이야기로 만들어 관광객들로 하여금 음식과 이야기를 같이 체험하게 하는 관광 기회를 제공함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주관광공사, 제주음식관광육성위원회(가칭)

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 종합 관리
- 제주관광공사 : 제주지역 음식관광 홍보 및 마케팅 사업 수행
- 제주음식관광육성위원회(가칭) : 향토음식의 스토리텔링 개발을 위한 협의회 및 실무위원회 구성 등

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 2017년 12월(단기사업)

※타 지역 사례

부산은 2015년부터 '부산음식 스토리텔링 공모전'을 개최하고 있고, 강원도 홍천은 '홍천 향토음식과 스토리텔링'이라는 책자를 발간하여 홍천의 향토음식의 재미를 홍보하고 있으며, 충남은 '충청남도 지역 먹거리 미더유'를 발간하여 향토음식 스토리텔링을 개발하였음

(2) 제주형 퓨전음식의 개발 및 국제화

① 추진 방향

- 하와이의 음식들처럼 단순하고 평범한 음식도 약간의 변형을 거치면 다양한 사람들이 좋아하는 퓨전음식으로 개발 가능함. 따라서 빙떡과 몸국, 전복죽 등도 전통의 조리법을 지키고 계승함과 동시에 대중화할 수 있는 방안 마련도 필요함.
- 예를 들어 빙떡의 경우는 무가 들어가야 하는 음식이지만 당근 또는 다른 야채를 넣거나 고기를 섞어 넣는 등의 변형을 통해 무를 싫어하는 사람도 먹을 수 있도록 다양한 방법 강구 및 국가별·지역별 음식 문화 특성을 고려한 퓨전음식상품의 개발이 필요함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주음식관광육성위원회, 지역주민, 관련 사업체

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 종합 관리
- 제주음식관광육성위원회(가칭) : 퓨전음식 개발을 위한 협의회 및 실무 위원회 구성, 사업체와의 협력 등

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 2018년 12월(중기사업)

※제주와 타 지역 사례	
<p>제주도에서 인기몰이를 시작한 ‘호이또’가 전국적인 간식거리로 넓혀지고 있음(매일신문 2016.7.15). 부산은 싸구려 음식으로 인식되던 어묵을 퓨전음식으로 개발하여 고급음식으로 탈바꿈시키고 있음.</p>	
매일올레시장 호이또	부산의 어묵베이커리
	

(3) 음식 테마거리의 활성화 지원

① 추진 방향

- 서부두 횃집거리를 비롯하여 제주지역의 음식 관련 테마거리는 지역 내에서는 홍보가 잘 되는 편이나 관광객들에게 보다 널리 알릴 수 있도록 한국관광공사의 정보 개선 등 홍보 및 마케팅 강화가 필요함.
- 또한 자체적으로도 테마거리별 음식체험전, 이용후기 블로그 공모전, 테마거리별 이벤트 개발, 할인책자의 보급 등과 같이 상시적으로 관광객들의 관심을 끌 수 있도록 하는 전략 마련이 필요함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주음식관광육성위원회, 관련 사업체

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 공모전, 할인책자의 보급 등 종합 관리
- 제주음식관광육성위원회(가칭) : 테마거리 선정 및 컨설팅 지원, 이벤트 개발 등
- 지역주민 및 관련 사업체 : 할인행사, 이벤트, 캠페인 등에 적극 참여

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 지속사업

※타 지역 사례

서울 신당동 떡볶이거리, 강릉 초당두부거리, 남원 추어탕거리, 대구 안지랑 곱창거리, 부산 민락동 핫집거리는 한국관광공사가 선정한 전국 5대 음식테마거리로 각광을 받고 있음
--

(4) 음식자원 관광기념품의 개발 및 육성

① 추진 방향

- 일본의 경우 로이스 초콜릿의 경우처럼 다양한 음식자원 관광기념품이 존재하고, 한국의 경주 황남빵과 부산 어묵처럼 전국으로 판매되어 나가는 음식자원이 있는데, 제주의 경우에도 음식을 자원으로 하는 관광기념품을 적극적으로 개발하고 육성해야 함.
- 현재 제주는 감귤초콜릿을 비롯하여 파이, 양갱 등 다양한 가공품이 개발되어 있으나 보다 공격적인 마케팅이 필요하고, 나아가 제주마를 활용한 말고기 가공식품, 흑돼지 가공식품을 비롯하여 제주만의 역사와 문화를 입힐 수 있는 휴대와 보관이 가능한 관광기념품을 공모전, 아이디어 발굴대회 등을 통해 개발하여야 함.

② 추진 주체



- 제주특별자치도, 제주관광공사, 지역주민, 관련 사업체

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 기념품 공모전 등 종합 관리
- 제주관광공사 : 음식관광 기념품의 상품화 및 홍보마케팅
- 지역주민 및 관련 사업체 : 공모전, 이벤트 등에 적극 참여

④ 추진 기간

- 2017년 3월 ~ 2018년 12월(중기사업)

<p>※타 지역 사례</p> <p>경주는 황남빵과 더불어 수제로 만든 침성대초콜릿을 개발하여 지역의 음식명물로 육성하고 있고, 전주 비빔밥 고로켓, 여수 거북선짬 등도 지역의 문화를 입힌 음식관광 기념품으로 인기를 얻고 있음</p>	
<p>경주 침성대초콜릿</p>	<p>부산의 어묵베이커리</p>
	

3) 제도 및 정책시스템의 개선

(1) (가칭)제주음식관광육성위원회의 운영

① 추진 방향

- 제주형 음식관광을 체계적으로 지원하고 육성하기 위해서는 지방정부와 유관 기관, 관련 전문가, 관련 사업체 등이 포괄적으로 참여하는 (가칭)제주음식관광육성위원회를 제주특별자치도 관광국 산하에 설치할 필요성이 있음.
- (가칭)제주음식관광육성위원회의 역할은 음식관광 종합계획의 수립을 위한 자문, 음식관광 품질인증제의 시행, 음식관광 우수업체의 포상 및 인센티브 지원, 국가별·지역별 음식문화 특성을 고려한 음식상품의 개발 등 제주형 음식관광을 육성하기 위한 관련 정책을 개발하고 협의하는 조직으로 운영함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : (가칭)제주음식관광육성위원회의 구성 및 행·재정적 지원

④ 추진 기간

- 2017년 상반기 중 구성 완료(단기사업)

(2) 음식관광 품질인증제의 도입

① 추진 방향

- 기존 시행하고 있는 모범음식점 수준이 아니라 관광객의 이용률, 만족도, 제주음식의 판매 여부, 위생, 종사원의 친절도 등을 종합적으로 고려하여 음식관광 품질인증제를 도입함.
- 음식관광 품질인증제는 향토음식을 파는 음식점 외에도 제주의 음식 재료를 활용한 음식관광 가공식품, 기념품 등을 개발하고 판매하는 사업체에 대해서도 적용하여 인센티브를 주는 방안을 시행함.
- 또한 제주음식 및 자원을 활용한 퓨전음식의 개발, 청결성을 유지하면서도 관광자원으로 활용되는 길거리 음식, 국가별·지역별 음식문화 특성을 고려한 음식상품의 개발 등 보다 광범위한 분야에서 품질인증제를 도입하여야 함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주음식관광육성위원회, 관련 사업체

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 인센티브 제공 등 종합 관리
- 제주음식관광육성위원회(가칭) : 품질인증 심사 및 사후관리 등
- 관련 사업체 : 품질인증제도에 적극 참여

④ 추진 기간

- 2017년 9월 ~ 지속사업

※타 지역 사례

홍콩이 음식관광을 육성하기 위해 시행중인 대표적인 정책으로는 'Quality Tourism Services(QTS)' 체계 운영을 통해 레스토랑의 품질을 인증하고, '홍콩 와인 & 요리 축제', '홍콩 최고의 요리 경연대회', '홍콩 푸드 엑스포'와 같은 국제적 이벤트를 통해 홍콩음식의 홍보와 관광객 유치에 노력하고 있음.

(3) 제주도음식관광종합계획의 수립

① 추진 방향

- 음식관광을 체계적으로 육성하고 지원하기 위해서는 '제주도음식관광 종합계획'을 수립하여 음식관광의 비전과 목표, 구체적인 전략 과제들을 도출하여야 함.
- 음식관광종합계획의 수립은 음식관광의 육성과 지원을 위한 단계별 과제, 음식관광 품질인증제의 구체적 방향 설정, 산학관 협력 방안 및 과제, 음식관광 활성화를 위한 인력 양성 방안 등 음식관광 육성과 관련된 정책들을 제시하도록 함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주음식관광육성위원회

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 제주음식관광종합계획의 수립
- 제주음식관광육성위원회(가칭) : 종합계획 수립 관련 협의회 운영 및 심의 등

④ 추진 기간

- 2017년 9월 ~ 2018년 6월(단기사업)

(4) 산학관 협력을 통한 전문 인력의 양성

① 추진 방향

- 산학관 협력을 통하여 대학 및 특성화고에 음식관광 관련 교과 과정을 만들고 관련 인력들을 양성해야 함.
- 음식관광 전문 인력의 범위는 조리 전문 인력, 음식관광 마케팅 전문 인력, 음식관광 스토리텔러 등 음식과 관광을 융합하는 새로운 직업으로서의 교육 과정이 이루어져야 함.

② 추진 주체

- 제주특별자치도, 제주특별자치도교육청, 도내 대학

③ 추진 주체별 역할

- 제주특별자치도 : 행·재정적 지원 및 종합 관리
- 제주특별자치도교육청 : 초·중고 교과 및 방과후 수업 등에 반영 등
- 도내 대학 : 관련 커리큘럼 개발 등

④ 추진 기간

- 2017년 9월 ~ 지속사업

<표 V-1> 정책 과제 추진일정

3대 정책 방향	12개 정책 과제	일정
제주관광 대표 콘텐츠로 음식관광 육성	① 음식관광 자원 데이터베이스 구축 및 관리	2017.03~ 지속사업
	② 제주지역 음식관광의 홍보 강화	2017.3~ 2017.12
	③ 향토음식의 계승 및 관광자원화	2017.3~ 지속사업
	④ 제주형 음식축제의 육성	2016.5~ 지속사업
융복합 음식관광 개발로 고부가가치 실현	⑤ 제주음식의 스토리텔링 개발	2017.3~ 2017.12
	⑥ 제주형 퓨전음식의 개발 및 국제화	2017.3~ 2018.12
	⑦ 음식 테마거리의 활성화 지원	2017.3~ 지속사업
	⑧ 음식자원 관광기념품의 개발 및 육성	2017.3~ 2018.12
제도 및 정책 시스템의 개선	⑨ (가칭)음식관광육성위원회 운영	2017년 6월중
	⑩ 음식관광 품질인증제의 도입	2017.9~ 지속사업
	⑪ 제주도음식관광종합계획의 수립	2017.09~ 2018.6
	⑫ 산학관 협력을 통한 전문 인력의 양성	2017.09~ 지속사업

- 이상 제시된 12개 정책 과제들은 제주지역 음식관광 현황 및 국내외의 선진사례 고찰을 통하여 제주가 음식관광 산업을 육성하기 위해서 우선 필요하다고 판단되는 과제들을 포함하고 있음.
- 하지만 12개 정책과제 외에도 주기적인 음식관광 실태조사, 경쟁국의 동향 조사, 내도 관광객의 만족도 및 욕구조사 등을 지속적으로 실시하여야 하고, 무엇보다도 음식관광을 고부가가치 관광산업의 영역으로 인식하는 정책 전환이 중요함.

참고문헌

- 강수정(2015). 제주지역 일부 청소년들의 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 연구, 제주대학교 교육대학원, 석사학위논문
- 권미영(2010). 음식관광 관여도, 다양성 추구 성향이 참여활동과 충성도에 미치는 영향, 동국대학교 대학원, 박사학위논문
- 서용석(2009). 진지성 레저로서 식도락관광의 기대가치와 행동. 한양대학교 박사학위논문.
- 윤선희(2008). 음식관광 관여와 지역애착도가 여행지 음식 추구성향에 미치는 영향, 대구대학교 대학원, 박사학위 논문.
- 이인옥(2014). 음식관광 정보원천 이용이 이미지, 지각된 위험 및 체험의도에 미치는 영향, 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 정두용(2010). 음식관광객 유형별 특성 및 동기분석, 전남대학교 문화전문대학원, 석사학위논문.
- 최정운(2015). 국내 음식관광 사이코-컬리너리 척도 개발에 관한 연구, 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 문화체육관광부, 외래관광객 실태조사, 각년도
- 문화체육관광부, 음식관광 활성화 방안, 2013.
- 울산발전연구원, 울산 음식관광 활성화 방안 연구, 2015-16.
- 제주관광공사, 2015 제주특별자치도 방문관광객 실태조사, 2016.
- 제주관광공사, www.ijto.or.kr
- 제주특별자치도관광협회, www.visitjeju.or.kr
- 한국관광공사, www.kto.visitkorea.or.kr

UNWTO, Global report on food tourism, 2012

Hall, C.M. & Sharple, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste, *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann. 1-24.

Heldke, L. (2003). *Exotic appetites*. London: Routledge.

Ignatov, E. & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9:235-255.

Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Molz, J.G. (2007). Eating Difference: The Cosmopolitan Mobilities of Culinary Tourism. *Space and Culture*, 10(1) : 77-93

Shenoy, S.(2005). *Food Tourism and The Culinary Tourist*. Clemson University, Thesis of doctor degree.

Abstract

Food Tourism Promotion Plan in Jeju

SIN, DONG-IL

Keyword : Food Tourism, Tourism Trends, Regional Food, a food tourism resource database, a fusion food, Jeju Food Tourism Promotion Committee

The World Tourism Organization (UNWTO) says that the value and meaning of food in tourism is a key cultural content and cultural medium that forms national brands and images. Food tourism is an important incentive for foreign tourists visiting Korea to provide an opportunity to experience Korea's food culture.

In fact, food tourism accounts for more than 60% of the total number of foreign tourists visiting Japan and China. However, in case of Jeju, the proportion of food tourism is still relatively low. Therefore, it is urgent to establish an opportunity to enhance diversity and competitiveness of Jeju tourism through fostering and revitalizing active food tourism.

It is necessary to cultivate food tourism as representative contents of Jeju tourism as a field that can contribute not only to diversity of tourism activities but also to play a significant role in revitalizing local economy. It is necessary to improve the value and meaning through the development of storytelling of Jeju food and to develop and distribute fusion foods within the scope of not damaging the tradition, to enhance accessibility through the activation of themed streets, and to expand the

development as tourism souvenirs.

In order for food tourism to be fostered and revitalized more systematically, it is important to set up and support step-by-step goals through institutional support and system building. The establishment of the system is the tasks such as the operation and cooperation of the related organization, the quality management, the establishment of the comprehensive plan and the training of the professional manpower to systematically carry out the promotion of the food tourism.

In order to systematically cultivate after-food tourism, it is necessary to establish a food tourism resource database in Jeju and continuously manage it so that it can utilize food tourism resources by tourism market and purpose. In particular, foreign tourist information, as well as food tourism information by type of domestic and foreign tourists, also convey food tourism information reflecting different characteristics by country.

It is important to actively popularize the food resources that can contain Jeju's culture as tourism resources as well as universal and popular local food. It is not easy to promote the interest of tourists simply by promoting the taste and nutrition of food. Therefore, it is important to develop storytelling that actively utilizes the story of food, history and cultural background. Simple and ordinary food, like Hawaiian food, can be developed as a fusion food that is enjoyed by a variety of people through a slight modification.

In order to systematically support and cultivate Jeju-style food tourism, the 'Jeju Food Tourism Promotion Committee', which includes local governments, related organizations, related experts, and related businesses, will be established under the Jeju Special Self-Governing Province Tourism Bureau. In addition to food restaurants that sell local food, the Food Tourism Quality Certification System also applies incentives to businesses that develop and sell food, processed food, and souvenirs using food ingredients from Jeju.

연구진

연구책임

신동일

제주발전연구원 연구위원

기본연구 2016-08

제주지역 음식관광 활성화 방안

발행인 || 강기춘

발행일 || 2016년 11월

발행처 || 제주발전연구원

690-162 제주도 아연로 253

전화: (064) 726-0500 팩스: (064) 751-2168

홈페이지: www.jdi.re.kr

인쇄처 || 일신옵셋인쇄사

ISBN : 978-89-6010-493-8 93320

- 이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 제주특별자치도의 정책적
입장과는 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한
자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.