

제25기
 증견리더양성과정
 남도전통음식 보존과 활성화 방안

□ 국외사례 연수보고

1) 이탈리아

- 이탈리아 음식의 특징 및 종류
 - 이태리 요리는 크게 밀라노를 중심으로 한 북부요리와 예로부터 이태리의 중심지인 로마가 있는 중부요리, 해산물이 풍부한 남부요리로 구분한다.
 - 이태리 북부는 알프스 산자락과 바다로 둘러싸여 있어 다양한 식재료를 쉽게 구할 수 있으며, 비교적 고원지대라 열량이 높은 음식들이 발달했다. 버터나 치즈, 햄 등 영양이 풍부한 다양한 메뉴가 있으며 소스도 주로 버터를 사용한 크림소스가 사용된다.
 - 남부지역은 해산물이 풍부해 해산물의 다양한 조리법이 발달했으며, 날씨가 온화해 음식도 가볍게 하며 파스타는 비교적 많은 향료를 사용하고 기름도 올리브유를 이용한다.
 - 좋은 자연조건과 지형조건 속에서 농·수·축산물이 풍부하게 발달해 제철재료를 이용한 신선한 음식이 발달했다. 대부분의 서양요리와 달리 이태리 요리의 특징으로는 야채가 중요시되고 있다. 안티파스토나 콘토르노에는 조리한 야채 요리가 이용되는데, 아티초크(Artichoke), 파프리카(Paprica), 호박(Zucchini), 양파(Onion), 가지, 아스파라거스, 브로콜리 등이 많이 쓰인다.
 - 이태리 요리의 특징 중 하나인 허브는 로마 시대부터 의료용으로 쓰였다. 현재 이태리에서는 많은 도시 사람들이 창틀이나 발코니 등에서 허브를 재배해 요리에 사용할 정도로 허브는 이태리 요리에 보편적으로 쓰인다.
 - 향신료 종류: 바질, 마늘,오레가노, 샤프란, 로즈마리, 파슬리 등
- 태양과 열정의 나라라고 불리는 이태리에 사는 이태리인들은 말

그대로 자신들의 문화에 대한 열정이 대단하다. 먹는 행위에 대한 열정도 남다르다.

- 특히 이태리음식에 대한 자부심이 강해 전세계가 문화·경제적으로 교류를 하고 있는 글로벌화 시대임에도 이태리에서 가장 보편화돼 있는 외래음식은 중국음식 뿐이고 세계적으로 가장 많은 베스트푸드점인 맥도날드가 로마와 밀라노에 단 두 개 있을 뿐이다..
- 대표적인 음식
 - 카놀리: 이탈리아 시칠리아의 대표적인 디저트로 나팔모양의 페이스트리 껍질을 튀겨 코타 치즈, 초콜릿, 레몬 등 너트류를 섞어서 채운 디저트
 - 피자: 이탈리아 나폴리아 대표 음식이며 이스트를 넣지 않고 납작하게 구워내는 빵으로 야채, 모짜렐라 치즈, 엔초비 등 첨가하여 만든 음식
 - 포카치아: 이탈리아 제노바에서 즐겨먹는 요리로 에피타이저로 제공되며 불에 구운 빵
 - 카초 에 페페: 치즈와 후추로 만든 소스를 뜻하며 파스타에 치즈가루루와 검은 후추를 뿌려서 먹는 음식
 - 프리코: 이탈리아 베네치아 지방의 전통 음식으로 치즈 포카차의 한 종류이며 베네치아 줄리아 특산 치즈 '몬타지오' 를 바삭하게 구운 요리
 - 치케티: 이탈리아 베네치아 전통 요리로 접시에 샌드위치, 올리브, 수프 등 우리나라 백반처럼 나오는 코스 요리
 - 티라미수: 이탈리아 대표 디저트로 커피와 마스카르포 치즈, 빵을 겹겹이 쌓아 만든 디저트
 - 카르보나라: 로마의 대표적 음식으로 스파게티면에 계란, 치즈, 베이컨을 섞은 요리

○ 이탈리아 로마(EATALY ROMA)

< 기본 현황 >

- 방문 기관명: 이탈리아 로마(EATALY ROMA)
- 방문일시: 2018. 10. 16.(화)
- 방문지 현황
 - 설립연도 및 본점: 2007년 이탈리아 토리노에서 시작
 - 기업형태: 종합 식품 브랜드
 - 식자재 도·소매 및 레스토랑
 - 슬로건: 음식의 아름다움
 - 기업이념: 슬로우 푸드(Good, Clean, Fair)
 - 매장규모: 이탈리아 및 전 세계 40개 매장 운영
 - 40개 매장 중 가장 큰 규모, 4개 층으로 구성
 - 근무인원: 330명
 - 매장운영현황
 - 식재료 및 가공식품, 주방기구, 요리책 등 판매
 - 맥주생산 및 와인매장 운영
 - 카페, 레스토랑 운영
 - 매월 1회 쿠킹클래스 및 문화행사 운영
- 중점 면담내용
 - 이태리 음식의 세계화를 위한 기업의 역할
 - 좋은 식재료의 안정적 공급을 위한 운영 방법
 - 전통음식 보존 및 전파를 위한 노력 등

○ 방문기관 특징

- EATALY란 브랜드는 영어 Eat와 나라명 Italy의 합성어로 이태리의 식문화를 대표한다는 자부심

- EATALY 매장은 아무 곳이나 생기는 것이 아니라 전세계 도시에서 올림픽, 월드컵 등 세계적인 행사 후 더 이상 사용하지 않는 건물들의 공간을 리모델링해 만들어지고 있어 도시재생과도 관련이 있음.
 - 또한 각 매장마다 각각의 주제 또는 슬로건이 있으며 주제에 맞춰 매장이 꾸며짐
- 운영 방침 및 주요 내용
- Eat 좋은 음식을 맛보고 Shop 고객이 매장에서 집으로 사가는 음식에 Learn 더 많은 것을 가르쳐주는 취지로 출발
 - 어린이, 학생, 성인 등 매장 견학을 위해 방문하는 단체가 하루에도 몇번씩 있는데 내국인과 외국인들에게 이탈리아의 제대로 된 식문화가 어떤 것인지를 알려주는 기회로 삼고 매우 환영하고 있음
 - 각 층에 입점해 있는 레스토랑은 이탈리아의 각 지역마다 가장 맛있는 음식으로 EATALY 자체기준에 의해 선정
 - 매장의 식품은 전통적인 방식과 장인의 마인드로 생산되는 각 지역의 가족농장 등에서 재료를 구입, 전시·판매
 - 입점 농가는 품목별 선별 팀에 의해 각 지역을 방문하거나 생산자 컨택의 경우 자체 기준(유기농, 저농약 인증 등)에 의해 선정
 - 두 달에 한번 이탈리아 유명 셰프들의 팝업 공간을 제공, 매장 안의 재료를 이용한 다양한 요리를 선보이는 홍보 행사
- 시사점
- 매장에서 전시·판매하는 모든 식료품과 제품을 패스트푸드와 반대되는 개념인 슬로우 푸드를 지향하면서 14,000여개의 자체 선정기준을 가지고 생산자와 직접 소통하는 방식으로 이탈리아는 물론 전세계 매장을 운영·관리함으로써 환경·사람·동물보호까지 생각하

는 제대로 된 식문화를 선도하고 이탈리아 음식문화를 세계에 알리는데 기여

- 그 지역에서만 나는 특산물을 이용한 유기농이나 저농약의 친환경 제품 또는 특정지역에서만 생산되는 물건이었으나 시대가 변하면서 더 이상 찾지 않는 제품, 공장 등을 이용해서 대량 생산되는 것이 아니라 전통방식을 유지하면서 장인의 마인드로 만드는 제품 등을 전시하고 판매함으로써 지방의 소규모 농·축산업을 살리고, 이탈리아의 전통음식 보존과 지킴이 역할을 해나가고 있음
- 현대인에게 필요한 가장 많은 종류의 올리브오일과 와인을 전시·판매하고 있는데 대량생산 브랜드가 아닌 이탈리아 전역에서 소규모 가족단위 생산자의 제품을 섹션별로 구비하고 있고 매장 밖에서는 구입이 어려워 관광객 등 방문자들에게 특별한 선택의 기회와 좋은 선물 구입 장소 제공
- 이러한 철저한 품질관리와 쇼핑 편의로 브랜드에 대한 국내 소비자는 물론 관광객의 신뢰도가 높아 매장방문객의 40%가 외국인임.
- 국내의 백화점이나 대형마트의 경우 입점하고자 하는 업체로부터 커미션 등을 받고 있으나 EATALY의 경우 별도의 조건 없이 엄격한 자체기준을 적용하여 품질만을 따져 선정함으로써 소비자의 신뢰를 얻고 세계적인 브랜드로 알릴 수 있었음
- 1층의 채소, 과일 매장은 각 지역의 제철 생산 농산물로 채워져 있으며 제철 식재료를 표시한 원형 게시판을 비치하여 소비자들 이미리 제철 음식을 찾고 요리 할 수 있도록 장보기를 돕고 있음 또한 섹션별로 색색의 재료들을 보기 좋게 배치함으로써 시각과 미각으로 소비자의 마음을 사로잡음.

○ 현지에서 직접 시연해 본 이탈리아 주요 음식



파스타(Pasta)



피자(Pizza)



비스테카 알라 피오렌티나
(Bistecca alla Fiorentina)



티라미수(Tiramisu)



ETALY ROMA 기관방문 단체사진



ETALY ROMA 기관 관계자 미팅



ETALY ROMA 내부 진열대

2) 스페인

○ 스페인 음식의 특징

- 스페인은 유럽에 속하지만 남미의 색채가 강하게 배어있는 곳으로 다양한 외래음식 문화의 영향을 바탕으로 소박하고 푸짐한 음식문화와 지중해를 끼고 있는 지역적 특색이 잘 드러나 있음.
- 스페인의 역사를 볼 때 다양한 영향을 받아 독특한 요리와 조리법, 향등을 가지고 있음. 멕시코에서 들어 온 고추, 토마토, 초콜릿 등이 스페인의 중요한 식품으로 자리잡게 되었고, 스페인 정복자들에 의해 밀, 쌀, 올리브, 레몬, 돼지, 소 등이 멕시코로 전해져 멕시코 음식문화와 융합하면서 멕시코의 독특한 음식문화를 만들기도 하였음.
- 또한 지방색이 강해서 각 지역마다 전통적인 향토음식이 존재하며, 고고학적 연구로 밝혀진 스페인 요리는 콩과 식물이나 양파, 마늘 등 다양한 음식을 포함하고 있음. 대개 기후나 지역적 특성에 따라 맛이나 요리법이 다르게 발달되어 있음.
- 바닷가에 인접해 있는 해안지역은 해산물 위주이지만 대체로 콩류를 많이 쓰며 북부지방은 육류가 좀 더 많은 경향을 보이며, 남쪽에서는 지중해성 해물이나 채소를 많이 사용하고 있음

○ 대표적인 스페인 음식

- 빠에야: 해산물을 주재료로 하는 볶음밥이며, 커다란 철판에 해산물, 야채, 오징어, 토마토, 토끼, 샤프란 등 다양한 재료를 넣어 볶은 밥
- 타파스: 스페인의 전채요리로 작은 접시에 담겨나오는 음식이며, 종류가 여러 가지며 술과 함께 곁들여 먹는 안주
- 샹그리아: 다양한 과일들을 와인에 넣어 달콤하게 마시는 술
- 하몽: 돼지 넓적다리 부분을 통째로 잘라서 소금에 절여 건조 후 숙성시켜서 만든 햄
- 소꼬리스튜: 소꼬리, 토마토, 당근 양파 등 야채를 넣어 스투를 만든 음식

○ **마드리드 레스토랑협회(AMER)**

< 기본 현황 >

- 기관명: 마드리드 레스토랑협회(AMER)
- 방문일시: 2018. 10. 23.(화)
- 주요 참석자: 까르멜라(대표), 모니카(회계담당) 라파엘(홍보 및 관광), 호세 까를로스(기타 관계자)
- 주요 면담내용
 - 마드리드 음식 관광상품 현황 및 대표 맛집, 명인 지정 현황
 - 지역 축제 등과 관련한 단체와의 협조체계 및 연계 방안
 - 외국인 관광객을 겨냥한 메뉴 개발 및 국제적 외교관계 등

● **마드리드 대표축제 현황**

- 매년 1월: 인터내셔널 페리아(관광 관련 축제)
- 매년 1월: 마드리드 퓨전(세계적인 셰프 참여 축제)
- 매년 3월: 꼬르테구르메(베를린과 경쟁적인 군단위 행사로 179개 단체 참여) 대표적인 '타파 페리아(술 안주 음식축제)' 개최

□ **마드리드 레스토랑협회가 주로 하는 일**

- 마드리드 관광 및 시를 대표하는 공인 기관으로서 외국과의 관계, 식자재 공급 등을 포함한 음식과 관련한 전반적인 운영과 행사 등을 담당
- 그리스, 미국, 아르헨티나 등의 다른 나라와의 국제적인 관계를 중시 하며, 특히 관계형성에 기여하여 성공적인 발판이 되고 있음
 - 2년 1회 남프랑스 '리온' 에서 개최되는 대회에서 미술랭을 대표하는 유명 셰프 등을 다수 배출하는 등 지역의 위상 제고
- 레스토랑협회와 마드리드 학교 등과 연계하여 인재 육성 지원
 - 최초 전문취업학교(관광호텔경영학) 8개교와 25년 간 관계 유지
 - 레스토랑 신규 오픈 시 지원 및 교육 등 상호 협조체계 구축

○ **성공요인 및 시사점**

- 기존에는 음식을 공부하고자 오는 학생들이었다면 지금은 관광을 목적으로 하는 한국관광객의 수가 증가하고 있다는 점에서 감명을 받고 있으며 한국관광객 유치에 많은 관심을 갖고 있음.
- 관광객은 제대로 된 본연의 향토음식을 맛보고 즐길 줄 알아야 한다는 관점에서 스페인 요리전문가들은 음식에 대한 자긍심이 높다는 점을 엿볼 수 있었음.
- 마드리드를 대표하는 많은 축제를 관장하며 또한 우리나라와 다르게 중앙 정부의 지원없이 세계 음식관광산업을 이끌어 나가고 있다는 점에서 음식산업화에 독자적인 우위를 확보하고 있었음.
- 또한, 요식업협회 등 민간기관단체 및 관련 기업(맥주회사 등)들과 유기적인 협조체계를 구축하는 등의 다양한 방법으로 스페인 관광 음식산업 활성화에도 앞장 섬.



○ **미슐랭 레스토랑 Gula MICHELIN**

< 기본 현황 >

- 방문 기관명: Gula MICHELIN(미슐랭 2 스타)
- 방문 일시: 2018. 10. 23.(화)
- 주메뉴 : 코스요리
 - * 전식 - 빵 & 스프, 피쉬요리, 스테이크 등
- 중점내용
 - 요리전문가(쉐프) 조리법 시연 및 시식
 - 레스토랑 시설 견학 및 서비스 체험 등



○ **성공요인 및 시사점**

- 세계에서 가장 건강한 음식문화를 가지고 있다고 자부하는 나라들 중 하나인 스페인 음식은 우리나라 음식과 닮은 음식문화를 가지고 있는 듯 하지만 그들만의 독특한 음식문화를 가지고 있었음.
- 우리나라 지자체에서는 관광객 유치를 위한 방편으로 현대인의 입맛에 맞는 퓨전화를 추구해 왔지만 스페인 음식을 공부한 후에는 우리의 오랜 전통음식도 역사와 전통을 계승 발전시켜야 한다는 생각이 강하게 들었음.
- 우리나라 대대로 전해 내려오는 전통방식의 조리법과 음식 문화 식재료 등이 외국 여러나라에 비해 세계 어디에 내놓아도 절대 뒤지지 않는다는 것을 깨닫게 되는 소중한 기회가 되었음.
- 이탈리아, 체코, 스페인 등 유럽 여러나라의 음식 재료들은 지역적 환경 및 기후 등의 특성을 최대한 살려 보관 또는 저장하여 오랜기간 사용하여 왔으며 전반적으로 소금을 참가한 절임방식에서 벗어나지 못한다는 생각이 들었음.

- 다양한 역사적 문화, 예술과 더불어 먹거리 문화 또한 전 세계인들이 음식을 위한 맛 여행을 찾아 올 정도 깨끗하고 정갈한 분위기와 손님을 맞이하는 종사자의 친절한 서비스가 인상적이었음.

【미슐랭 맛집 코스 요리】



▲빠에야(Paella)

▲하몬 이베리코

▲코치닐로 아사도

▲감버스

▲파바다(favada)

3) 체코

○ 체코 음식의 특징

- 체코 음식은 독일, 헝가리, 폴란드의 영향을 받아, 기본적으로 중부 유럽풍이다. 만두, 감자, 걸쭉한 소스를 얹은 밥, 그리고 덜 익힌 야채 또는 소금에 절인 양배추 등과 함께 육류가 주류를 이룬다
- 일반적으로 간단히 먹을 수 있는 음식으로는, 크네들로-젤로-베프로(knedlo-zelo-vepro : 만두, 소금에 절인 양배추 그리고 구운 돼지고기)가 있다. 미나리씨. 베이컨, 다량의 소금이 일반적인 향신료이다.
- 아침에는 대개 일찍이 출근하는 관계로 빵, 우유, 치즈, 살라미, 요구르트, 커피 또는 차 등으로 간단히 먹고 점심으로는 샌드위치나 간단한 도시락을 싸 가지고 다니지만 여유가 있는 직장인들은 식당에서 수프, 돼지고기, 소고기, 닭고기 요리와 감자를 즐겨 먹는다. 물론 이때도 물 대신 맥주를 즐겨 마신다. 저녁에는 좀 더 화려하게 차려서 먹는다.
- 체코 전통 주식 요리는 여러 가지가 있지만 누구나 좋아하고 쉽게 만드는 요리로는 굴라쉬가 있다. 또 닭고기나 꿩고기 볶음요리, 쌀밥 또는 밀가루로 만든 경단에 상추, 완두콩, 붉은 양배추, 양배추 절임 등의 요리와 맥주와 매운 소스에 버무린 삶은 돼지고기에 감자튀김과 강냉이, 완두콩, 당근 채, 상추를 곁들인 요리 등은 식당에서 즐겨 먹을 수 있다. 특히 각종의 버섯요리가 체코인들의 건강한 식단 비결인 것 같다.

○ 체코음식의 종류

- 폴레뇨: 돼지무릎을 맥주에 재워놓고 오븐에 바삭하게 구워낸 요리
- 스비치코바: 체코를 대표하는 전통음식으로 소고기 등심과 크림소스라는 뜻의 체코요리이며, 향신료와 삶아낸 소고기를 크림 소스와 곁들인 음식
- 프르들로: 체코의 전통 빵으로 나무 봉에 이스트반죽을 감아서 계

- 피가루와 설탕을 뿌려 구운 빵이며 대표적인 길거리 음식
- 굴라쉬: 소고기가 담긴 스프와 빵과 같이먹는 음식
- 스마제니 시르: 치즈를 통째로 튀긴 요리로 보통 타르타르소스, 감자튀김과 함께 나오는 요리
- 브람보라키: 감자반죽과 밀가루, 우유 그리고 소시지를 구운 것으로 채소위주로 만들어먹는 음식
- 메도브닉: 체코의 전통 디저트로 꿀 이 들어간 케이크이며 체코인들이 후식으로 많이 먹는 케이크
- 필스너우르켈: 체코의 프젠 지방의 오리지널 맥주라고도 불리며 체코 프라하 근교인 플젠 지방에서 생산된 체코의 유명 맥주
- 코젤: 1874년부터 생산되기 시작한 맥주이며 체코에서 두 번째로 많이 팔리는 맥주 페일비어, 코젤 프리미엄, 코젤 체르니 세가지 종류로 나뉜

○ 만다린 호텔 내 식당(스파이스 레스토랑 앤바)

< 기본 현황 >

- 방문지: 스파이스 레스토랑 앤바(Spices restaurant and Bar)
- 방문일시: 2018. 10. 21.(일)
- 설명자: 이지 수티푸트(레스토랑 매니저)
- 위치: 프라하의 까를교를 지나, 프라하 성으로 올라가기 전 스트라나말라
- 방문목적: 창의적으로 맛있는 아시아 음식 전문점으로 우리 음식과 접목 할 수 있는 아이템 개발

○ 식당 특징

- 아시아 요리, 중국, 인도, 한국, 태국, 베트남 음식전문점
- 수도원이었던 건물에 현대적인 감각을 더한 르네상스 양식의 아치형

지붕과 현대적인 감각을 더한 레스토랑으로 현재와 과거를 아우르는 문화의 아름다운 조화와 만다린 오리엔탈의 아시아적인 요소 반영

○ 메뉴

- 뽕양퐁(새우와 코코넛 우유를 곁들인 타이수프)
- 팟타이(타이 쌀국수 볶음)
- 북경오리와 푸아그라 튀김롤, 돼지고기 라멘, 한국식 돼지고기 불고기, 매운 탄두리 참치요리, 달커리, 랍스터 부리야니 등

○ 체험메뉴

- Rice paper roll : Vegetables, Perilla, Mint, Saya
- Tom kha soup : Shrimp, Chicken, Straw Mushrooms lime, Coconut Milk
- Halibut : Ginger, Water Spinach, Garlic Coriander, Rice
- Chocolate Truffle : Lemongrass, Thai BASIL Ice Cream Ginger



○ 브레도브스키 드부르 레스토랑

< 기본 현황 >

- 방문지: 브레도브스키 드부르 레스토랑
- 방문일시: 2018. 10. 22.(월) 12:00 ~ 14:00
- 설명자: 파벨 베이크(레스토랑 매니저)
- 위치: 바츨라프 광장쪽 중앙역과 무스타크역 사이 중간
- 방문목적: 체코하면 꼭 먹어야 할 대표음식 폴레노 체험

○ 식당 특징

- 동굴안으로 들어온 듯한 느낌과 베란다를 개조한 내부 인테리어
- 체코의 대표 맥주 “필스넬 우르켈” 이 벽에 짝 진열되어 있음
- 센스있게 태극기를 붙여 놓은 한국어 메뉴판

○ 메뉴

- 폴레노(돼지정강이 부분을 양파, 고추, 후추 등의 향신료 넣은 소금물에 넣고 푹 삶아 낸 후에 오븐에 다시 구운 요리)
- 굴라쉬 & 체코식 감자전, 사슴고기& 스위스식 감자전



○ 느낀점 및 시사점

- 체코는 독일, 오스트리아 합스부르크왕가 등의 침략도 많이 받고 공산주의 정권으로 인해 많은 요리 레시피들이 획일화, 정형화
- 동유럽 어떤 나라 사람들보다도 좀 더 절제되고 합리적인 정신과 민주주의를 삶의 기본 질서로 생각하며 살고 있는 것이 체코인들만의 건강의 지름길이 아닌가 싶다.
- 맥주가 있는 곳에는 인생은 즐겁다 라는 이 나라 속담대로 그들의 음식문화는 물론 고기가 주 음식이지만 요구르트와 차와 커피를 많이 마신다.
- 요즈음 서구나 아시아의 영향을 매스컴을 통해서 알고는 채소의 소비 특히 마늘의 소비가 부쩍 늘고 있다. 특히 1989년 말 자유화 이후 서유럽처럼 바이오 식품 생산에 관심을 가지고 있으며, 동양의 채식에 관심을 두고 있음

□ SWOT 분석

Strenth(강점)

- 예향,의향,미향의 긍정적 역사문화 이미지
- 남도 음식에 대한 강한 자부심
- 역사·문화 관광자원이 풍부한 대표 지역
- 전 세계적으로 슬로푸드, 고유 향토음식 등 미식문화가 유행, 새로운 문화상품으로 개발되는 추세

Weakness(약점)

- 서울·경기, 광주 등 수요자들이 많은 대도시와의 원거리성
- 각 지역간 연계·협력체제 미흡
- 종가음식에 대한 체계적인 관리와 홍보 미흡
- 남도 전통음식에 대한 정확한 개념이 미성립

Opportunity(기회)

- 남도 문예르네상스 추진에 따른 지역 발전 성장동력 활용
- 전 세계적으로 슬로푸드, 고유 향토음식 등 미식문화가 유행, 새로운 문화상품으로 개발되는 추세
- 지역경제 활성화 방안으로 식문화산업 육성 필요성 대두

Threat(위협)

- 음식에 대한 관심 증가로 남도음식 뿐만 아니라 전국의 맛집 유명
- 인터넷과 대중매체의 전국의 음식 맛집 홍보
- 여가행태 변화, 차별화·다양화된 시설·프로그램 요구

□ 정책 제언

전남지역의 역사적 전통이 깃들여진 음식문화는 타 지역에 비해 월등히 뛰어나지만 체계적으로 관리하고 보존하는 노력이 미미하였음.

경북도에서는 증가에 대한 연구와 체계적인 관리가 잘되어 있어 증가포럼 등이 올해로 11회째 이어가고 있는데 비해 전남은 2016년에 남도문예 르네상스 프로젝트 일환으로 전라남도 증가회를 처음 구성하였고, 『전남 증가문화의 현재와 미래』라는 학술대회가 올해 2회를 개최하는 등 걸음마 단계이며 68개의 증가중 30개 증가에 대해서만 보고서가 발간 되어있는 실정으로 증가음식에 대한 연구는 실태 파악도 되어 있지 않은 현실임. 명맥이 사라져가고 있는 “증가음식”의 보존과 활성화를 위해서 보존가치가 있는 증가집 전통음식에 대한 조리법 등을 빅데이터화하여 남도만의 독창적인 음식 보존 및 관리의 기초자료로 활용하여 관광상품화 하는데 기여하도록 할 것이며, 22개 시군의 다양한 음식을 권역별로 나누어 음식관광 투어코스를 개발함과 동시에 증가음식도 포함하는 프로그램 개발과 찾아오는 관광객들에게 음식뿐만 아니라 지역예술도 함께 경험하는 정책제언을 하고자 함

1) 남도증가음식 보존 및 관광상품화

○ 증가음식 메뉴의 복원, 개발 및 조리법 빅데이터화

- 증가음식의 경우 종부가 조리법을 갖고 있으며 문서화하지 않는 경우가 대부분이어서 종부에서 대를 이어 조리법이 전해지지 않으면 조리법이 전수되지 않는 경우가 많다. 이에 조리법을 문서로 작성하여 메뉴얼화 시켜 후대에 전수되도록 하는 것이 중요
- 증가음식의 경우 메뉴가 한정되어 있고 현대인의 입맛에 맞지 않을 수도 있기 때문에 현대인의 입맛에 맞는 메뉴 개발과 새로운 메뉴를 개발하는 것이 필요하므로 이 분야에 인력을 활용할 수 있도록 증가음식 관련한 연구회를 설립하여 증가음식 재조명

○ 증가음식 전문 인력 육성에 필요한 교육체계 확립과 아카데미 설립

- 종부에게만 전수되어 오는 증가음식의 조리법을 확보하고 조리법을 정리하여 증가별 증가음식의 조리법을 교육시킬 교육기관 설립
 - 교육 커리큘럼을 제시하여 증가음식 전문 인력을 양성하여 증가음식을 계승하고 보존 및 발전 또한 증가음식 서비스 매니저, 증가음식 해설사 등의 증가음식 전문 인력의 보조 인력 양성
 - 증가음식 전문 인력의 음식을 체험 프로그램을 이용하는 일반인에게 정확·명료하게 설명 해 줄 수 있는 증가음식 오감을 만족시킬 수 있는 해설사를 양성
- #### ○ 지역축제와 대중매체를 통한 홍보로 증가음식 문화를 전파
- 지자체별로 다수의 축제가 이루어지고 있고 방문객 수 또한 급증하고 있어 축제를 통한 증가음식과 문화를 홍보하여 증가음식을 가깝게 접할 수 있는 저변 확대
 - 증가음식 콘텐츠 사업의 전문 인력으로 활용하거나 시티투어, 재래시장투어 등 각종 투어시 증가음식전문점 이용을 패키지화하여 증가음식점을 활성화
 - 특히 남도 대표 음식축제인 남도음식문화큰잔치에서 남도의 증가음식을 선보이고 홍보

2) 테마별 음식관광 투어코스 개발

- 남도를 방문하는 국내·외 관광객들에게 남도의 맛과 문화를 권역별(동부권, 서부권, 중부권) 체험할 수 있는 공간 제공
- 남도 22개 시·군에서 생산되는 농·축·수·산물을 일정 기준을 마련하여 그 기준에 적합한 재료를 제철별로 선정하여 전시·판매
- 같은 공간에서 판매하는 신선한 식재료를 이용하여 요리한 시·군의 다양한 으뜸 메뉴를 맛 볼 수 있는 식당도 함께 운영
 - ▶ 먹고 싶은 음식을 현지까지 가지 않아도 먹을 수 있음

- 시·군의 주요 관광지 등을 홍보할 수 있는 공간도 함께 마련 매장을 운영함으로써 일자리 창출 효과 기대
- 권역별 테마 음식을 주제로 하는 푸드투어 상품개발
 - 다양한 해산물을 중심으로 이루어진 서부권, 굴비와 떡갈비로 대표되는 중부권, 꼬막·참게매운탕·재첩국 등이 있는 동부권 등 지역별 대표 음식을 푸드투어 상품을 개발하여 각시군 시티투어나 남도한바퀴에서 투어 코스로 운영하여 전통 고유의 맛과 식재료를 이용한 스토리가 있는, 맛을 찾아 다시 찾고 싶은 남도르네상스가 될 수 있도록 '맛기행 남도 한바퀴'와 연계 전라도 음식 관광 활성화

3) 지역예술과 함께하는 융합형 관광상품 개발

- 예술과 함께 떠나는 남도 음식 여행
 - 남도 음식과 미술·음악·디자인·공연예술·책 등 다양한 예술 분야 멘토와 일반시민이 함께하는 특별한 음식투어 진행
- 권역별 남도의 맛과 멋을 즐길 수 있는 공간 마련
 - 권역별 음식 체험공간에 일정한 시간을 정해놓고 남도의 예술 공연
 - 남도의 유명 관광지를 '로컬푸드 먹거리관광'과 접목하여 젊은층과 외국인들의 입맛을 사로잡는 관광객 유치 및 지역경제 활성화
 - 보성 녹차밭 & 전어, 장흥 천관산 & 한우, 순천만 & 별교 꼬막, 여수 금오도 & 간장게장, 청산도 & 전복, 담양 대나무 & 떡갈비, 영광 법성포 & 굴비, 해남 두륜산 & 강진 한정식 목포 유달산& 무안 빨낙지 등
- 남도음식문화큰잔치에서 권역별 예술단체들의 공연으로 남도의 문화적 정서 적극 홍보
 - 보성 서편제판소리, 진도 아리랑 등

□ 홍보방안

1) 홈페이지 및 블로그 운영

- 남도음식을 위한 홈페이지를 구축하여 종가음식, 향토음식 자원에 대한 소개, 역사적 의미, 음식의 스토리텔링, 권역별·지역별 체험프로그램 소개, 숙박시설 정보 등을 포함하여 관광객들에게 필요한 실질적인 정보들을 중심으로 콘텐츠를 구성
- 또한 홈페이지가 일방적인 정보제공 역할을 하는 반면 실시간 양방향 커뮤니티를 조성할 수 있는 파워 블로그 운영을 통해 온라인 상의 수많은 블로그와 연계하여 종가음식과 남도 향토음식을 지속적인 온라인 네트워크를 통해 잠재 관광객 및 매니아 확보 통로로 활용

2) 종가음식 및 향토음식통합 블로그 제작 / 관리

- 종가음식, 향토음식과 문화가 함께 포함된 블로그를 제작하고 관리해야 하며, 블로그안에서 종가음식의 문화를 느낄 수 있어야 함
- 종가에 대한 모든 내용을 블로그에 포스팅하여 온라인 유저가 정보를 공유하고 스크랩할 수 있도록 정보를 세분화하고 세분화된 내용을 충실히 작성

3) 시군별 다양한 축제와 연계된 종가음식 마케팅 전략을 구축

- 종가음식 홍보 부스 구축과 각 시군별 축제기간 동안 종가음식 홍보부스를 마련하여 음식에 대한 시식회 및 종가음식 역사 홍보 브로슈어를 구축하여 축제를 방문하는 고객에게 종가음식의 맛과 역사를 설명하는 자리를 마련
- 고객에게 맛과 즐거움을 주는 이벤트를 구축한다. 종가음식 시식회와 더불어 고객에게 종가에 대한 퀴즈이벤트 및 간단한 체험이벤트를 구축하여, 관광객들에게 종가에 대한 이미지를 대중적으로 접근
- 맛과 재미를 주는 부스뿐만 아니라 종가에 대한 정확한 지식전달 종가의 특징과 지역종가 음식의 특징 등을 홍보액자로 제작하여 고객들이 다니는 통로에 배치함으로써 전통 종가의 참 모습과 참 맛을 고

객에게 인지

4) 대중매체 통한 홍보로 남도음식 문화 전파

- TV 공익광고 제작을 통해 남도음식의 재인식
 - 남도음식에 관해 예능프로 기획방향을 제안하여 리얼 버라이어티 예능을 활용하여 남도음식 관심 유발하고 남도음식 및 문화에 대한 기획 방향을 예능프로에 제안하여 대중들이 웃으면서 쉽게 증가의 문화와 음식에 관해 이해할 수 있도록 관심을 유발
- 남도 유명 연예인을 활용한 방송 프로그램 제작
 - 남도 유명연예인을 지정하여 유명인이 추천하는 지역별 축제와 음식을 소개하는 고정 프로그램 제작