

발간등록번호

11-1543000-004540-01

K-미식벨트 조성전략 수립 보고서

K-미식벨트 조성전략 수립 보고서

2024. 01.



목차

I

과업 개요	1
가. 과업의 배경 및 목적	3
나. 과업의 흐름	4
다. K-미식벨트 유형 변화	5

II

미식관광 ‘4C’(대내외 환경) 분석	7
가. 환경 분석 (Circumstance)	9
나. 사례 분석 (Case)	16
다. 고객 분석 (Customer)	27
라. 국내자원 분석 (Country)	31
마. 4C 분석 종합 시사점	42

III

30개 K-미식벨트 및 90개 코스컨셉	43
가. K-미식벨트 개발 프로세스	45
나. 시범사업 운영 방향	51

IV K-미식벨트의 자생화를 위한 운영방안 65

가. 거점조직 및 공간 운영 방안 67

나. 미식해설사 운영 방안 79

V K-미식벨트 실행 계획 및 제언 88

가. K-미식벨트 단계별 조성·실행 계획 90

나. K-미식벨트 종합 시사점 및 제언 96

I

과업 개요

I. 과업 개요

가. 과업의 배경 및 목적

(1) 과업 추진 배경

■ 외국 관광객의 주요 방한 요인인 한식의 가치 제고 필요

- 한류 콘텐츠를 통해 한식의 글로벌 인기 확산 및 높아진 위상과 함께 외국 관광객의 주요 방한 요인*인 한식 산업의 가치와 매력도를 획기적으로 높이는 것이 필요함

* '21 외국관광객 조사(문화체육관광부) : 방한 고려 요인 1위 (음식/미식탐방 47.0%, 자연 풍경감상 36.5%, 쇼핑 33.5%, 역사/문화 유적 탐방 22.1%)

■ 관광객 급증에 대비하여 미식관광 전후방 산업 확대 및 농촌경제 활성화

- 전통주, 식품명인, 향토음식 등과 연계한 미식 관광상품 개발로 세계 미식 트렌드를 주도하며 국내관광 및 농촌경제 활성화 도모

(2) 과업 목적

■ 최종 목표

- 내외국인을 대상으로 지역 미식 자원을 연계하여 다양한 한식 경험 제공을 통해 한식에 대한 인식 확장과 재발견, 미식관광 관련 전후방 산업 확대 및 농촌경제 활성화 도모

■ 세부 목표

- 미식 및 관광 관련 내외부 환경분석, 미식관광 성공사례 조사, 내외국인 관광객 한식 선호도 및 관광객 유형 조사, 국내 미식자원 분석을 통해 K-미식벨트 조성 방향 수립
- 1차, 2차, 3차 산업별 미식자원 DB 구축
- 30개 미식벨트 및 벨트별 3개 코스컨셉, 총 90개 코스컨셉을 개발하여 향후 미식벨트 운영을 위한 가이드라인 제안
- 거점공간 및 미식해설 운영 방안을 통해 K-미식벨트의 자생화를 위한 조직·시설 등 운영방안 수립
- 30개 K-미식벨트 조성계획 및 운영방안 수립

나. 과업의 흐름

(1) 과업 제안 범위

■ 기초자료 조사 및 분석을 통한 시사점 도출

- 환경Circumstance 분석, 사례Case 분석, 고객Customer 분석, 국내Country 자원 분석¹⁾을 통해 새로운 트렌드, 성공 시사점, 이해관계자의 수요, 국내 미식자원 현황 파악 및 활용 방안을 도출하여 K-미식벨트 운영 방향 수립
- 이에 따른 K-미식벨트 개발 및 시범사업 선정, 지속적인 운영·관리를 위한 거점공간·조직, 미식해설사, 시설관리 등 운영방안 제시



1) 대내외 환경분석이 Circumstance(환경), Case(사례), Customer(고객), Country(국내자원)을 분석으로 이루어져 '4C'분이라고 지칭함

다. K-미식벨트 유형 변화

(1) K-미식벨트 자문위원 의견 수렴에 따른 K-미식벨트 유형 변화

■ 테마중심의 미식산업을 연계한 코스컨셉 추천 및 미식자원 DB 구축

- 관광 정책 분야 3인, 체험 프로그램 분야 3인, 여행·관광 분야 3인으로 K-미식벨트 자문위원단을 구성하여 자문위원회의를 진행함
- 당초 지역을 안배하고 상품화 가능한 미식벨트를 개발하려고 하였으나 상품화는 민간이 경쟁력이 있는 영역으로 판단하여 최종적으로 테마중심 코스컨셉 추천 벨트를 개발하여 상품화를 위한 가이드라인으로서 제시하기로 함
- 한식의 특징, 관광과 미식 트렌드 반영 및 1차(식재료), 2차(제조), 3차(체험, 음식점) 산업을 연계하여 한식을 재발견하고 지속가능한 한식 소비로 유도

K-미식벨트 유형 변화			
회의	1차 자문위원회의	2차 자문위원회의	3차 자문위원회의
유형	지역안배 미식코스 상품화	테마중심 미식 스팟 추천	테마중심 코스컨셉 추천
목적	지역 안배를 통해 국내외관광객 지역 유입 유도	지자체의 자발적인 코스중심의 상품화 토대 마련 유도	산업간 연계를 통해 한식 재발견 경험 및 지속가능한 소비 유도
과정	지역 미식자원 및 방문자 수 (국내외 관광객), 접근성을 기준으로 설정하여 AHP ²⁾ 설문을 통해 기준별 가중치 도출 후 K-미식벨트 45개 후보지 도출	한식의 특징, 차별성을 고려한 4개 상위테마 도출 및 테마와 연관되며 미식관광의 4가지 요소 (스토리, 체험, 지역성, 대중성)가 있으며, 최소의 핵심 미식자원 확보가 가능한 30개 벨트 도출	상위테마 및 30개 벨트 도출 기준은 동일하며 1차~3차 미식산업 자원 DB 구축 및 산업 간 연계를 하여 30개 벨트별 3개, 총 90개의 코스컨셉 개발. 미식·관광 트렌드를 반영한 향후 구현 가능한 K-미식벨트 가이드라인으로서 제안
결과	선정된 지역중심으로 코스 형태의 30개 벨트	한식의 특징, 미식관광의 주요 요소를 기반한 스팟 추천의 30개 벨트	트렌드 및 산업간 연계를 제시하는 90개 코스컨셉 및 1차~3차 미식산업 DB

2) AHP(Analytical Hierarchy Process)은 '계층화분석법'으로 다수의 속성들을 계층적으로 분류 및 각 속성의 중요도를 파악하기 위한 기법으로 K-미식벨트 1차 지역 후보지 선정에 필요한 K-미식벨트 핵심 평가요인 간의 중요도 설정(가중치 산출)을 위해 진행함

II

미식관광 '4C' 분석

-대내외 환경분석-

II. 미식관광 ‘4C’(대내외 환경) 분석

가. 환경분석 Circumstance

(1) 국내외 관광 트렌드

■ 2023 관광 트렌드 분석

- 2023년 관광 트렌드, ‘M.O.M.E.N.T.’ 주요 트렌드 중 ‘전통시장 방문’, ‘한옥스테이’, ‘낚시’, ‘지역 음식체험’, ‘지역 축제’, ‘촌캉스’, ‘식자재 채취’, ‘현지인 일상체험’, ‘쿠킹클래스’ 등을 통해 트렌드의 절반 이상이 미식관광과 연관성이 높음
- 이에 따른 지역 고유 콘텐츠 경험, 라이프스타일(로컬의, 아웃도어의, 친환경의, 나만의 취미 등)과 접목된 미식관광을 선호
- 그 외 보다 새롭고 차별화된 미식관광 콘텐츠를 위해 기타 관광 트렌드와 미식 활동을 융합하여 제안하는 것이 필요함

2023년 ‘M.O.M.E.N.T.’	
M	Meet the Local 로컬관광 지역주민과의 교류, 지역 역사 탐방, 지역 콘텐츠 소비를 통해 지역의 특색을 이해
O	Outdoor/ Leisure Travel 아웃도어/레저여행 걷기, 등산/트레킹, 골프 등 아웃도어/레저활동과 같은 야외활동 목적의 여행
M	Memorable time in rural area 농촌관광 농·어·촌 지역에서 주민들과의 교류를 바탕으로 활동체험, 자연·환경, 역사·문화, 생업·생활 등을 경험하는 관광 형태
E	Eco-friendly travel 친환경 여행 ‘비건’, ‘제로웨이스트’ 등 여행 중 환경 보호를 실천하는 여행 방식
N	Need for longer stay 체류형 관광 ‘한달·일주일·단기 살기’, ‘위케이션’ 등 지역/장소에 특정 기간 머물며 살아보는 형태의 관광
T	Trip to enjoy hobbies 취미여행 개인의 즐거움을 위한 여가활동 및 경험의 가치 중시, 체험 활동 디깅(Digging) 등의 여행

출처 : 한국관광공사, 2023 국내 관광 트렌드

‘M.O.M.E.N.T.’의 주요 트렌드

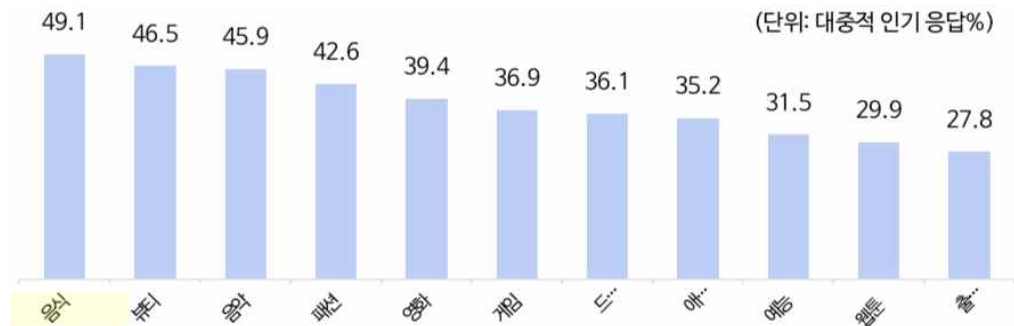
M Meet the local 로컬관광	전통시장 캠핑/글램핑	계곡 차박	단풍구경 한옥스테이	역사문화체험 자연휴양림
O Outdoor/leisure travel 아웃도어/레저여행	등산/트레킹 골프	낚시 요트, 카누, 보트	사이클링 스쿠버다이빙	패러글라이딩 서핑
M Memorable time in rural area 농촌여행	지역음식체험 지역축제/공연	풍경감상 촌캉스	둘레길 걷기 식자재 채취	드라이브 팜파티
E Eco-friendly travel 친환경 여행	제로웨이스트 저탄소 이동수단 이용	플로깅 친환경 여행지 방문	비치코밍 친환경 숙소 이용	비건 친환경 제품 사용
N Need for longer stay 체류형 여행	한달살기 자기개발	워케이션 레저	현지인일상체험 특정 주제: 체험활동	취미 템플스테이
T Trip to enjoy hobbies 취미여행	공예문화체험 해설/가이드 동반투어	사진찍기 취미관련 축제/이벤트	디깅(Digging) 같은 취미 애호인 만남	쿠��클래스 럭셔리 관광

출처 : 한국관광공사, 2023 관광 트렌드 전망 설문조사 및 데이터 종합분석

■ 외래 관광객 방한 주 목적 및 활동

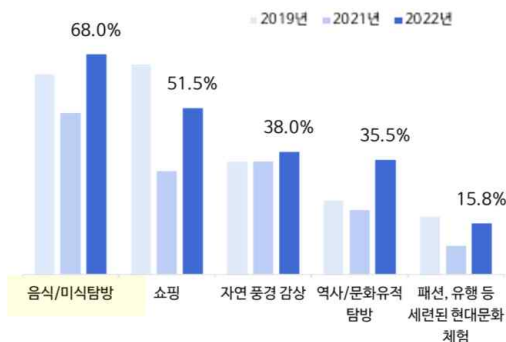
- 해외 한국 문화 콘텐츠 인기도 순위에서 한식이 9년 연속 1위를 하였으며 한식에 대한 노출 빈도만큼 외래 관광객들의 방한 고려 요인 1위 ‘미식’, 방한 활동 2위 ‘미식 탐방’으로 한국 관광 산업에 있어 미식관광, 즉 한식이 중요한 요소로 작용하고 있음

한국 문화 콘텐츠 인기 순위

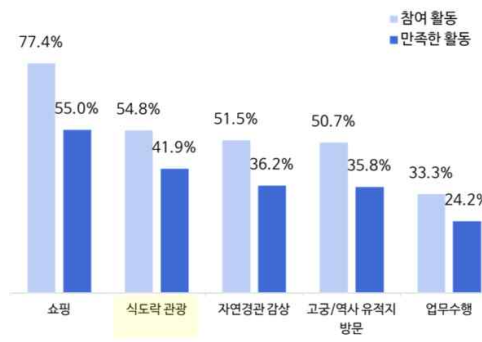


출처 : 한국국제문화교류진흥원, 2023 해외 한류실태조사

방한 고려 요인 (Top 5)



방한 활동 (Top 5)



출처 : 문화체육관광부, 2022 외래관광객 실태조사

■ 2023-2025 관광 트렌드 전망

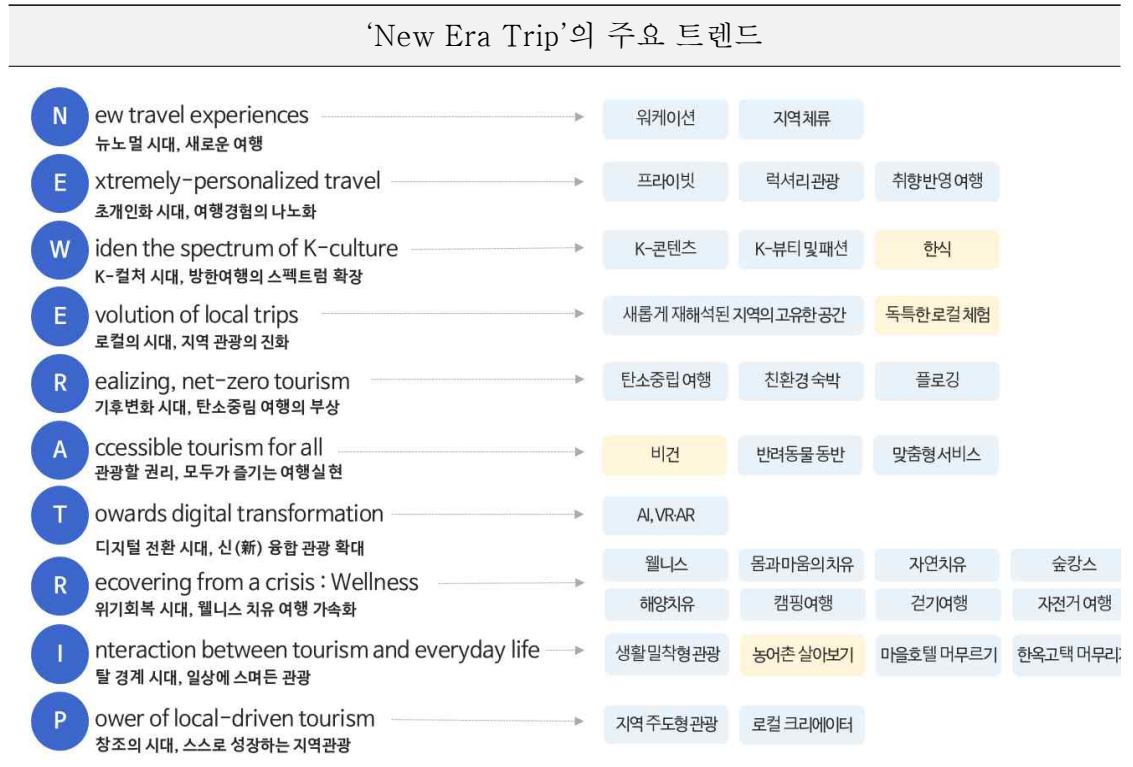
- 코로나19를 통해 변화되었던 라이프스타일이 포스트 코로나 시대에 일상화 되어 관광의 영역을 확장하여 보다 새로운 유형의 여행, 초개인화 시대, 한류 영역의 확장, 로컬만의 고유한 라이프스타일 부상, 여행에서의 탄소중립 실천, 다양성 포용, 디지털화, 웰니스 치유여행의 가속화, 로컬 크리에이터들의 부상을 증폭시켜 다양한 융합관광의 기회와 형태가 생겨날 전망으로 미식관광과의 접목 또한 모색하는 것이 필요함

2023-2025년, 'New Era Trip'	
N	ew travel experiences : Worcation 뉴노멀 시대, 새로운 여행 : 위케이션 확산 디지털 기술력 향상으로 장소에 구애받지 않고 근무 및 지자체 체류 인구 증가
E	xtremely-personalized travel 초개인화 시대, 여행경험의 나노화 팬데믹 이후 모바일 기술 경험이 확산되면서 개인 취향을 반영한 여행, 프라이빗한 경험, 럭셔리 관광소비 증가할 전망
W	iden the spectrum of K-culture K-컬처 시대, 방한여행의 스펙트럼 확장 다양한 OTT 플랫폼 서비스를 통해 K-Pop, 드라마, 영화 등의 관심이 증폭되며 뿐 만 아닌, 한국 웹툰·게임·애니메이션, 뷰티·패션·음식 등 한류 스펙트럼을 다변화하여 방한 관광객의 범주 확장
E	volution of local trips 로컬의 시대, 지역 관광의 진화 지역 유희공간을 관광과 결합하여 새로운 자원으로 활용되는 공간, 지역 특색을 현대적으로 재해석한 로컬 체험상품 등 독특한 지역의 고유성 및 정체성에 대한 관심 증가
R	realizing net-zero tourism 기후변화 시대, 탄소중립 여행의 부상 탄소발자국을 고려하여 교통수단 및 숙박시설 선택, 플로깅 등 탄소중립 여행상품 이용이 증가하며 여행에서의 지속가능성, 기후변화 관련 활동 실천
A	ccessible tourism for all 관광할 권리, 모두가 즐기는 여행실현 여행은 인간 존엄과 행복을 추구하기 위한 요소로 장애인 이동권에 대한 사회적 인식이 고양되며, 초고령 시대에 노후를 '여행'으로 보내는데 관심이 증가하며, 이에 따른 채식주의(비건) 호텔, 반려동물 동반 객실, 등 모두가 즐길 수 있는 맞춤형 서비스 제공 추세
T	owards digital transformation 디지털 전환 시대, 신(新)융합 관광 확대 트래블테크의 등장으로 AI와 VR·AR 등 첨단기술과 관광 융합 가속화 추세
R	ecovering from a crisis : Wellness 위기회복 시대, 웰니스 치유 여행 가속화 몸과 마음의 치유, '스파 및 명상'에서 자연 치유로 확장되며 혼잡한 곳을 피해 숲강스, 해양치유, 캠핑여행, 걷기여행, 자전거여행 등 자연지향 아웃도어 여행 증가 추세
I	nteraction between tourism and everyday life 탈 경계 시대, 일상에 스며든 관광 '일상에서의 여행' 및 '여행에서의 일상'이 인기를 끌며 근거리 내 짧은 휴가 혹은 농어촌에서 살아보기, 지역 마을호텔, 한옥고택 등에 머무르며 일상을 체험하는 생활밀착형 관광 증가
P	ower of local-driven tourism 창조주의 시대, 스스로 성장하는 지역관광 지역주도형 관광정책 추진 추세임으로 이와 함께 청년 중심의 로컬 크리에이터들의 역할도 중요해질 전망

출처 : 한국문화연구원, '새로운 시대의 여행(New Era Trip)'

■ ‘New Era Trip’의 주요 트렌드

- ‘New Era Trip’의 주요 트렌드 중에서도 ‘한식’, ‘독특한 로컬 체험’, ‘비건’, ‘농어촌 살아보기’를 통해 ‘미식’ 요소가 제외 될 수 없으며 보다 차별화된 미식관광 콘텐츠를 위해 변화하는 주요 기타 관광 트렌드와 결합이 필요함



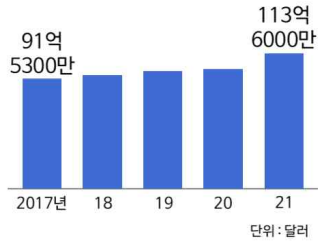
출처 : 한국문화연구원, ‘새로운 시대의 여행(New Era Trip)’

(2) 글로벌 한식 확산 및 위상 변화

■ 한류 콘텐츠 확산으로 인한 한식의 위상 변화

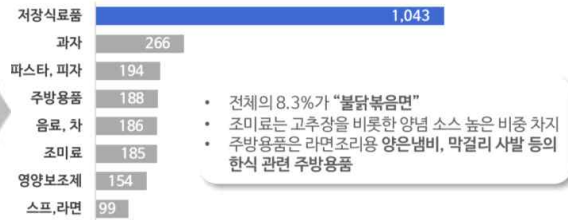
- 해외 K-콘텐츠 소비가 증가하며 한식 관련 콘텐츠가 확산되어 한식에 대한 관심 뿐 아니라 실제 한식 소비 증가 및 한식 영역 확장 유발
- 아이돌 먹방을 통해 소개된 K-푸드는 외국인의 관심을 받으며 실제 해외 수출량 및 수출액 증가로 연결 되었으며 기존의 전통적인 익숙한 한식은 더 깊고 새롭게 경험하게 되고 이 외에 한국인의 일상을 경험할 수 있는 한식으로 소비 영역이 확장됨

최근 5년 K-푸드 수출액 추이



출처 : 농림축산식품부/해양수산부

카테고리별 한식 상품 수



출처 : 2022 해의 한식 소비자 조사 분석편

- 전통적인 한식 메뉴 외에도 한류 콘텐츠에 많이 등장하는 한식 스트리트푸드, 유행 한식 등이 새롭게 순위에 오른 것을 확인할 수 있음

코로나 전후 글로벌 고객 주 취식 한식 메뉴 비교

	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위	7순위
코로나19 전 (2019)	비빔밥	치킨	불고기	냉면	김치	전골	김치찌개
코로나19 후 (2022)	김치	한국식 치킨	비빔밥	떡볶이	김치 볶음밥	불고기	김밥

출처 : 2022 해의 한식 소비자 조사, 한식진흥원

(3) 국내의 미식관광 개념과 트렌드

■ 미식관광의 개념

- ‘관광’의 목적은 특별하고 깊이 있는 여행을 통해 취미, 교양과 자기개발, 그리고 색다른 경험을 소구하는 것으로 정의하며 ‘미식관광’의 목적 또한 관광의 목적을 기반으로 미식의 관점에서 개념화 됨

출처 : 한국관광공사, 2023 국내 관광 트렌드 세대별 관광 소비자 분석

- ‘미식관광’은 음식 관련 ‘스토리’, ‘지역성’, ‘체험’이라는 요소 안에 재배지 방문, 상품 구매, 조리, 시식, 시연, 행사 참여 등의 음식 관련 활동으로 미식 산업 간의 연계를 통해 음식의 전반적인 ‘스토리’를 오감으로 만나는 것을 의미함

미식관광의 개념	
International Culinary Tourism Association	<ul style="list-style-type: none"> 문화관광의 일부이며 음식을 통해 즐거움을 찾는 것을 의미 음식 관련 독특한 행사, 요리학교, 식료품점 및 레스토랑과 와이너리 경험을 모두 포함하며, 고급 레스토랑이 뿐 아니라 방문지역의 추억할만한 식도락 경험까지 포함
Hall&Mitchell (2001)	<ul style="list-style-type: none"> 음식의 식재료 생산지 방문, 음식 축제 참여, 특정 음식점이나 지역을 방문하여 특정한 요리사의 음식솜씨를 맛보며, 지역의

	생산품이나 음식 등을 경험하는 활동이 여행동기의 중요한 요소로 작용하는 관광
Hall&Sharples (2003)	• 음식자원을 보유한 특정 지역을 여행하는 것으로 음식과 관련한 경험(축제, 특정레스토랑) 및 활동이 관광의 주요 동기, 1차적 관심사로 작용하는 관광을 말함
Halloran&Deale (2004)	• 여행과 음식 및 음료산업의 영향이 교차되어 관광 산업과 음식 산업이 융합된 관광
Henoy (2005)	• 식사, 지역 식료품 구입, 생산지역 체험 등 관광지에서 행하는 음식 관련 활동
한국컬리너리 투어리즘협회 (2011)	• 음식과 관광이 구분된 게 아닌 두 산업을 연결짓는 개념으로 입으로만 즐기는 것이 아닌 보고, 듣고, 향으로 맡고, 직접 체험하는 등 오감을 통해 만족하는 여행
세계음식관광협회 (WFTA) (2014)	• ‘음식관광’이란 독특한 음식 이벤트, 요리학교, 식료품점 및 레스토랑과 와이너리 경험을 포함하여 음식을 통해 즐거움을 소구하는 것
세계관광기구 (UNWTO) (2022)	• (2018) 관광목적지의 고유성과 지역성을 보다 강하게 추구하는 관광 • (2022) 음식을 비롯한 유관 제품 및 활동을 경험하는 것을 특징으로 하는 관광

출처 : 청주대학교, ‘2019 한국 음식문화관광의 역사와 현황 및 활성화 방안 연구’ 외, 세계관광기구

■ 글로벌 미식관광 트렌드

- 음식의 스토리, 음식 관련 체험 및 특정 지역에서만 경험할 수 있는 음식이며 세계 트렌드(대중성)를 반영한 요소들이 어우러진 미식관광을 선호함

글로벌 미식관광 트렌드	
스토리를 통한 지적 탐구	음식 관련 역사, 전통, 문화에 대한 이야기 등으로 지적 탐구를 추구함
직접적인 체험 및 지역의 고유성	현지인을 통해 지역의 고유한 메뉴, 요리법, 음식 관습, 농산물, 현지 현장에서의 직접적인 구매 경험 등을 원함
트렌드 반영	현지 미식자원과 세계 트렌드와 결합 예) 지속가능성 기여, 채식, 친환경 등

출처 : Failte Ireland(2021). Future Trends and Global Best Practice FOOD in TOURISM

■ 국내 미식관광 트렌드

- 한식 전문가 및 관광 전문가 인터뷰를 통해 국내 미식관광 또한 스토리, 체험,

지역성과 더불어 대중성이 중요한 성공요소로 작용하고 있음을 알 수 있음

(국내) 전문가 인터뷰	
전문가	인터뷰 내용
체험 프로그램 분야 자문위원 B	○ (음식과 미식의 차이) ‘음식’과 ‘미식’의 가장 큰 차이는 스토리텔링이며 의미가 부여되고 지역과 연계된 스토리가 들어가는 것이 ‘미식’의 개념
체험 프로그램 분야 타 전문가 A	○ (미식관광 성공요소) 미식관광 콘텐츠의 성공 요소는 오감을 만족시키는 종합적 체험에 있으며 맛 보고, 다양한 체험, 즐길거리, 체류의 경험으로 한국적인 분위기 경험 제공 ○ (지역 방문 동기의 중요성) 이 지역에서만 경험할 수 있는 등 지역의 고유성 및 특색(지역성)을 통해 이 지역에 갈만한 명확한 이유, 동기, 타당성을 제시해 주어야 함 ○ (대중성과의 결합) 명소형과 달리 특히 강소형(소도시)의 경우 지역성만이 아닌 대중적인 요소를 결합해야 지역 방문 유도를 할 수 있음

■ 미식관광 성공요소 도출 — S.E.L.F

- 미식관광의 개념 및 국내외 미식관광 트렌드를 통해 스토리Story, 체험(경험)Experience, 지역성Locality, 대중성Familiarity가 미식관광의 성공요소(S.E.L.F)로 작용함

나. 사례분석 Case

(1) 해외 미식관광 사례

■ 일본, 도쿄 바 호핑 투어

- 일본 현지에서만 경험할 수 있는 현지 직장인들의 퇴근 후 저녁 미식 라이프스타일 경험을 통해 미식을 통한 지역 문화 체험 제공

상품명	도쿄 바 호핑 투어
컨셉	일본 직장인들의 술 문화 경험
구성	(3~4시간) 대표적인 술집 및 바 3~5곳 방문
타겟	가성비 중요시하는 외국인 소그룹 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 일본 직장인들의 퇴근 후 저녁 일상 설명 및 체험 (체험성) 일본의 독특한 맥주, 칵테일과 주류와 조화를 이루는 다양한 음식 등 일본만의 주류식 문화 체험 (지역성) 여러 술집을 방문하며 현지인들과 교류 (대중성) 실제 현지인들이 좋아하는 골목 및 핫플레이스 방문

출처 : 2023년 6월 기준, '클룩(Klook)' 일본 인기 미식관광 프로그램
https://www.klook.com/ko/activity/914-tokyo-bar-hopping-tokyo/?spm=Activity.SearchSuggest_LIST&clickId=4a3f61fede

■ 일본, 도쿄 수산시장 투어

- 음식을 맛보는 것을 넘어 시장을 방문하여 직접 식재료를 구매하고 시식하는 등 미식산업 간의 연계(어시장-해산물요리)를 통해 보다 풍부한 현지 미식관광 경험 제공

상품명	미식해설사와 함께하는 츠키지 어시장 및 도요스 수산시장 미식투어
컨셉	도쿄 대표 수산시장 체험
구성	(3~4시간) 도쿄 유명 어시장 '츠키지', '도요스' 투어 및 맛집 방문
타겟	외국인 소그룹 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 역사가 깊은 도쿄 수산시장의 역사와 일본 해산물 설명 (체험성) 현지인에게 직접 신선한 해조류 구매 후 시식 (지역성) 해산물 조리 방법, 소스와 양념 레시피 등 일본지역 고유의 해산물 요리에 대해 배우는 경험 (대중성) 세계 최대 수산시장으로 유명한 '도요스 시장' 방문

출처 : 2023년 6월 기준, '트립어드바이저(Tripadvisor)' 일본 인기 미식관광 프로그램
https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g14134359-d19592584-Tsukiji_Food_Tour_Toyosu_Market_with_Government_Licensed_Guide-Toyosu_Koto_Tokyo.html

■ 이탈리아, 전통음식 쿠킹 투어

- 음식의 역사, 농장 방문 및 셰프와 함께하는 요리 체험 등 음식의 전 과정, 전통음식의 각 산업 (농장-와인 제조- 쿠킹클래스 및 카페 방문)경험을 통해 이탈리아에서만 경험할 수 있는 전통적이며 로컬적인 특별한 미식경험 제공

상품명	1600년대 저택에서 즐기는 요리 만들기와 점심 식사
컨셉	이탈리아 전통 미식 라이프스타일 체험
구성	(5~6시간) 카페, 농장, 와인 시음, 쿠킹
타겟	특별한 미식을 원하는 프리미엄 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 1600년대 고택에서 진행되어 역사 해설 제공 (체험성) 전통 수제 파스타 및 디저트 쿠킹 (지역성) 이탈리아식 커피 및 와인 테이스팅 (대중성) 전세계적으로 알려진 와인 지역

출처 : 2023년 6월 기준 '에어비엔비(Airbnb)' 이탈리아 인기 미식관광 프로그램
https://www.airbnb.co.kr/experiences/1027171?location=Riccione,%20Italy¤tTab=experience_tab&federatedSearchId=edd3b082-0733-42d6-9cc5-a8db45023070&searchId=27af3b9d-15b1-46bc-a60-b9104c2bb114§ionId=302014fc-d3c6-49f8-a2ca-54db954cd040

■ 프랑스, 샴페인 투어

- 현지인들의 일상 미식 라이프스타일 경험, 세계적으로 유명한 샴페인 생산지에서 포도원의 경치를 감상하고 샴페인의 제조과정 관람, 다양한 샴페인 시음, 샴페인 탄생 이야기를 듣는 등의 경험을 통해 익숙했던 음식에 대한 새로운 발견, 재발견 경험 제공

상품명	프랑스 상파뉴 지역으로 떠나는 당일 여행
컨셉	프랑스 프리미엄 미식 라이프스타일
구성	(11시간)마을 인기 베이커리, 초크 갤러리, 샴페인 하우스 방문
타겟	미식의 재발견을 원하는 프리미엄 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 가이드의 초크 및 샴페인 해설 제공 (체험성) 샴페인의 전 생산과정 투어 및 다양한 샴페인 시음 (지역성) 샴페인의 주 생산지를 방문하여 해당 지역에서만 경험할 수 있는 샴페인과 어울리는 전통 프랑스식 식문화 경험 (대중성) 세계적으로 유명한 샴페인 생산지에서 친숙한 샴페인에 대한 재발견 경험

출처 : 2023년 6월 기준 '에어비엔비(Airbnb)' 프랑스 인기 미식관광 프로그램
https://www.airbnb.co.kr/experiences/744113?location=%EC%9D%BC%EB%B3%B8¤tTab=experience_tab&federatedSearchId=4f0fcb77-d84c-444b-bfca-a82ef4e1898f&searchId=3cfdfccca-0cd4-4266-8935-4ba154682f13§ionId=b082b742-594c-48ad-befa-f82a86325999

(2) 국내 미식관광 사례

■ 제천 가스트로투어

- 지역을 두루 다니며 현지 음식 특징, 공간, 사람에 대한 이야기를 들으며 다양한 지역 음식을 맛보는 도심협 미식관광코스로 한식의 특징과 로컬문화를 자연스럽게 이해하고 재발견할 기회 제공

상품명	제천 가스트로 투어
컨셉	제천 대표 음식과 디저트를 맛보는 미식투어
구성	(3시간) A코스 : 지역 맛집 5곳; B코스: 맛집, 디저트, 맥주로 구성
타겟	제천 경유 관광객, 가성비 중요시하는 내·외국인 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 해설사가 동행하며 들려주는 제천시와 식당, 그리고 음식에 대한 열정을 지닌 상인들의 이야기 (체험성) 도심의 약선거리 일대와 중앙시장 체험 (지역성) 이연순 식품명인을 만나는 등 지역 전통 식문화 경험 (대중성) 지역민들이 좋아하는 현지 맛집으로 구성된 투어

*미식 전문가 추천 미식관광 프로그램
출처 : '휴렛제천' 가스트로 투어,

<https://tour.jecheon.go.kr/base/tour/pack/list?sc5=0301&menuLevel=3&menuNo=3>

■ 오미 요리연구소

- 현지 상인들과 직접 교류하며 재료를 구매하고, 구매한 식재료를 활용해 한식 메뉴를 조리하는 등 미식 산업간의 연계된 미식경험 제공을 통해 한식의 특징과 문화를 보다 자연스럽게 이해 및 재발견 경험 제공

상품명	제천 대표 음식과 디저트를 맛보는 미식투어
컨셉	한국 현지인과 직접 교류하며 경험하는 한식 체험
구성	(2~4시간) 시장방문, 장보기, 쿠킹클래스
타겟	한국 음식 라이프스타일을 경험하고자 하는 외국인 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 식재료 선별법부터 조리법까지 입체적 한식 스토리텔링 (체험성) 시장에서 직접 장본 제철 식재료를 이용해 만드는 한식 (지역성) 한국 최대 규모의 식자재 시장인 약령 시장과 경동시장, 중부시장에서 함께 장보며 한국 전통음식문화를 이해 (대중성) 김치, 불고기, 전통 K-디저트 등 잘 알려진 한식 조리

*미식 전문가 추천 미식관광 프로그램
출처 : '트립어드바이저(Tripadvisor)',

https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g294197-d7788246-Reviews-OME_Cooking_Lab-Seoul.html

■ 제주 해녀의 부업

- 지역 특산물 및 지역 문화유산(해녀)을 콘텐츠화하여 제주 지역에서만 경험할

수 있는 보는 즐거움, 먹는 즐거움, 체험하는 즐거움으로 해당 식당에 방문할 이유, 근거를 명확히 제공

상품명	해녀의 부엌
컨셉	국내 최초 해녀 다이닝, 해녀 이야기와 함께 맛보는 제주향토음식
구성	(2시간) 연극공연, 해산물 이야기, 뷔페식사, 해녀 Q&A
타겟	(외국인) 자유여행 관광객, 단체 관광객
S.E.L.F.	(스토리) 해녀 이야기를 담은 연극공연과 함께하는 미식경험 및 해녀가 직접 채취한 식자재에 대한 이야기 (체험성) 공연, 이야기, 미식경험이 함께하는 오감을 자극하는 체험 (지역성) 툇밥, 빨소라, 군소 등 제주산 해산물과 농산물로 차린 제주 향토음식 (대중성) 미식, 어업, 로컬 크리에이터가 협력한 콘텐츠스타일 관광

*미식 전문가 추천 미식관광 프로그램
출처 : <https://haenyeokitchen.com/CSCenter>

(3) 국내외 미식관광 사례 종합분석

■ 미식관광 밸류체인 Value Chain

- 성공하는 국내외 미식관광 프로그램은 ‘스토리’, ‘체험’, ‘지역성’, ‘대중성’을 기본적인 (성공)요소로 반영하여, 그 외, 식재료, 조리체험, 시식 등 1차, 2차, 3차 산업을 연계한 총체적 경험을 제공함으로써 미식에 대한 보다 깊이 있는 인식 확장 및 미식을 새롭게 재발견하는 경험을 제공하여 지속가능한 소비로 이어지도록 유도함



전문가 인터뷰	
전문가	인터뷰 내용
체험 프로그램 분야 전문가 A	○ (미식관광 성공요소) 미식관광 콘텐츠의 성공 요소는 오감을 만족시키는 종합적 체험에 있으며 맛 보고, 다양한 체험, 즐길 거리, 체류의 경험으로 한국적인 분위기 경험 제공

관광 정책 분야 전문가 A	○ (미식관광 성공요소) 미식관광은 맛집탐방과 달리 무엇을 먹는지 보다 어떤 옷을 입고, 어떤 장소에서 먹고, 어떻게 먹는지 등, 체험적 요소들을 통해 다른 세상에 간 것 같은 특별한 경험을 제공하는 것
-------------------	---

- 산업간 연계된 온전한 미식경험을 위해 1박2일 코스의 개발이 필요하나 이제는 패키지가 아닌 국내외 FIT³⁾ 여행객이 증가하여 4시간 내외 관광 형태를 선호하는 추세임으로 K-미식벨트 또한 실제 운영 시 4시간 이하로 즐길 수 있도록 안내하는 것이 필요

전문가 인터뷰	
전문가	인터뷰 내용
여행·관광 분야 자문위원 A	○ 단체관광은 줄어들고 FIT 여행 행태를 감안하여 4시간 이하 코스로 진행하는 것이 현실적일 것

(4) 미식관광 정책 선진 사례_일본

* 한국관광공사, '음식관광 경쟁력 강화방안' 및 한국산업개발연구원, '한식진흥정책 중장기 발전방안 수립'을 재구성함

■ 일본 - 음식관광을 통한 지역 활성화 방안 수립

- 일본 음식관광에 있어 관광객의 인식, 생산자 및 유통 관계자의 인식, 음식제공자의 인식, 행정상의 문제점 등의 개선 및 활성화를 위해 1) 음식 매력도 제고, 2) 음식 및 관광 연계, 3) 미식 콘텐츠 제공 방안 마련함

음식관광 활성화를 위한 기본계획 수립	
① 음식 매력도 제고	소재 발굴, 지역·계절 식재료 발굴 및 활용, 지역만의 조리법 콘텐츠화, 부가가치를 더하는 방안 연구, 음식 생산, 체험 등의 부가적 활동 제공을 위한 방안 마련
② 음식 및 관광 연계	브랜드 구축, 관련 관리체계 강화, 지역 내 정보 공유 시스템 구축 등
③ 미식 콘텐츠 제공 방안 마련	음식과 관광을 연계한 테마, 코디네이터 육성, 식재료 유통 실패 파악을 통해 특색있는 상품 활용 등 매력적인 음식을 제공할 수 있는 방안 마련, 음식의 질을 유지 및 향상시키기 위한 제도(인증제 등) 도입

출처 :国土交通省総合政策局(平成18年3月)食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化調査報告書
국토교통종합정책국, 2018, '식문화를 중심으로 관광 매력도 향상에 의한 지역 활성화 조사 보고서'

3) FIT(Foreign Independent Tour, Free/Fully Independent Traveler'등 '외국인 개별 관광객', '개별 자유 여행' 등을 의미하며, 개별 자유 여행의 경우 꼭 개인 단위를 의미하는 것이 아닌 패키지 상품을 이용하지 않는다는 의미이기도 함

- (지역 식문화 자원 매력 활용 및 수요 확대 사업) 지역의 농수산물·식품, 음식 문화, 경관 등에서 지역의 매력을 발견 및 기록하여 확산함

‘지역 식문화 자원 매력 활용 및 수요 확대 사업’ 추진 계획	
① 발굴	지역 음식 및 식문화 중 세계에 통용되는 매력을 재발견할 수 있도록 국내외 요리사와 전문가 파견
② 기록	발견한 지역의 음식 및 식문화의 매력을 스토리화하여 영상 제작
③ 확산	영상을 브랜드화하여 웹사이트 구축을 통해 국내외 관광객에게 확산

출처 : 한국산업개발연구원, 2017 ‘한식진흥정책 중장기 발전방안 수립 및 성과평가지표 개발’ 보고서를 재구성함

- (음식 대접에 의한 인바운드 수출 촉진 사업) 방일 외국인 관광객들에게 일식 체험을 통해 일식에 대한 이해 증진을 위해 환경을 조성하는 것을 목표로 함

‘음식 대접에 의한 인바운드 수출 촉진 사업’ 추진 계획	
① 음식점 대응 촉진	인바운드 지원 촉진을 위해 음식점 등에 정보 제공 방법 등의 연수를 실시하여 외국인 관광객 수용태세 저변 확대 실시
② 지방 인재 육성	지방자치단체, 음식업 단체, 지역 상공 단체 등을 대상으로 음식점 인바운드 대응에 관한 법률 고문을 육성하여 지역 내 관련된 상담 제공이 가능하도록 함

출처 : 한국산업개발연구원, 2017 ‘한식진흥정책 중장기 발전방안 수립 및 성과평가지표 개발’ 보고서를 재구성함

- (향토음식 탐방사업의 지역 인증제도) 체험을 목적으로 한 푸드투어리즘 개념 미흡, 체험 프로그램 부족, 수용태세 미흡, 정보 발신 수단 부족 등이 문제점으로 논의되어 이를 해결하기 위해 미식관광 인증제도를 만들어, 인증 지역 선정 조건을 설정하여 미식관광 수용태세를 갖춘 지역 선정

향토음식 탐방 수용태세 정비사업 — 인증사업 선정 조건
① 음식 관련 역사가 있는 곳
② 지역 음식 종사자들과 교류가 가능한 곳
③ 지역 식재료, 식문화, 음식 체험이 가능하며 이를 위한 체험장을 갖춘 곳

출처 : 観光庁 観光地域振興部(2021), 「テーマ別観光による地方誘客事業<取組事例集>」
일본 관광청, 2021, ‘테마별 관광 지방 유객 사업’ 보고서를 재구성함

- 인증지역으로 선정되지 못한 지역 또한 해당 지역의 식문화를 반영한 음식체험 프로그램 기획 컨설팅 지원 등 미식관광 발전을 위한 지원 실시
- 이를 통해 인증지역의 음식·식문화의 정보 공유, 미식관광 관련 교류 확대, 홍보 확산, 지역 음식 및 관광자원을 연계 및 콘텐츠화 하는 등 음식관광 기획을 할 수 있는 인재 육성을 위한 강좌 개설, 인증제도 등 시행
- 일본 레스토랑 해외 보급 추진기구(JRO)의 경우 일본 전통음식 보존을 통해

일본음식의 우수성을 확보하기 위해 기관지 및 교재 발행, 강습회 등으로 조리 기술 향상된 인재 육성 및 세계인의 기호를 파악하여 일본 전통음식과 융합된 음식을 시도함

- 사업 관련 홈페이지 개설, 정보 발신, 예약시스템 사이트 설정, 개선 방안을 위한 현장 실사, 상시 정보 갱신할 수 있는 운영체제 구축 등을 통해 정보 확산

■ 일본 - 농박(농촌숙박) 식문화 해외발신지역(SAVOR JAPAN) 인증 제도

- 농림수산성의 농산어촌에서 일본 고유의 전통생활 체험, 지역민과의 교류를 즐기며 ‘농촌숙박(농박)’을 추진하는 사업으로 ‘SAVOR JAPAN’이라는 농박 식문화 해외발신지역 제도를 도입하여 고유한 지역 음식, 연관된 농림수산업, 전통문화 체험이 있는 지역을 인증하는 제도

SAVOR JAPAN 인증 조건

- ① 전통적으로 내려온 지역 요리 有
- ② 지역 음식에 필요한 농림수산물 생산하는 농림수산업 운영
- ③ 지역 음식 및 농림수산업 관련 문화, 전통공예, 예술, 자연, 경관 등의 자원 有
- ④ 음식 및 농림수산업 관련 지역자원의 연계를 통해 고유의 역사적인 스토리 有

출처 : 푸드 투어리즘 마이스터 강좌, <https://food-tourism.jp/contents/hp0003/index.php?No=2&CNo=3>

- (지원 내용) SAVOR JAPAN 브랜드를 비지트 재팬과 같은 정부시책을 활용해 홍보하였으며 해외에 영향력있는 음식 인플루언서, 음식·농촌·여행 관한 민간 기업 및 단체와 연계해 SAVOR JAPAN 대외적 발신활동 지원, 인바운드 관광객 대상으로한 여행상품 개발 지원, 해외 여행박람회 출전 지원, 각종 SNS 연계를 통해 정보 확산 등의 지원을 함

■ 일본 미식관광 정책 종합 분석

- 일본은 지역 고유의 맛을 즐길 수 있는 음식관광을 목적으로 역사성과 체험 등의 기준으로 지역 인증제도를 도입하였으며, 인재양성, 컨설팅 지원 등으로 지역 미식관광 콘텐츠를 강화하여 음식관광 목적지로서의 역할을 위한 정책을 추진하였으며 민관산학연 간의 연계로 홍보를 가속화함

(5) 미식관광 정책 선진 사례_스페인

■ 스페인 - 바스크 지역 음식관광 활성화 전략

- 바스크 지역은 8가지 음식관광 활성화 전략을 통해 음식 조리법과 와인 등 음식과 관련된 상품 및 서비스를 활용하여 관광자원화하여 부가가치 창출을 통해 바스크 지역을 선도적인 국제음식 및 와인 관광지로 만들어 지속가능한 관광기반 조성을 주 목적으로 함

바스크 지역 음식관광 활성화를 위한 8가지 전략

- ① 바스크의 미식문화, 생활방식의 잠재력을 활용할 수 있는 음식관광 상품 개발
- ② 원산지부터 식탁까지의 모든 단계를 포함하여 음식과 관련된 관광상품 개발
- ③ 바스크 지방을 미식 관광지로 자리매김하는 데 기여하는 혁신적인 활동 촉진
- ④ 모든 지역의 사회·경제적 발전에 기여하고 지역 경제와 균형발전을 촉진하는 관광상품 개발
- ⑤ 미식이 주 관광 동기인 관광객들을 더 많이 수용할 수 있는 인프라 조성
- ⑥ 미식 관광객을 위한 통합된 상품과 관광지 홍보
- ⑦ 1차 산업 및 2차 산업에 대한 새로운 대안 마련
- ⑧ 바스크 제품 개발 및 홍보에 기여

출처 : failte ireland(2021). FOOD TOURISM IN THE BASQUE COUNTRY

- 음식관광 관련 모든 영역, 즉 식재료 및 식품의 생산지, 판매지, 인근 관광지, 미식 체험활동, 농촌체험, 와이너리 체험 등의 영역을 포괄하는 상품 및 서비스를 찾아 1차(맛보기), 2차(미식 체험활동), 3차(지역 상품 구매) 산업별로 식별하여, 각 산업의 운영 방법, 음식관광 진행을 위한 네트워크 지킴 등 구축
- 이 모든 산업을 포괄하기 위한 별도의 관광 브랜드, 'Euskadi Gastronomika'를 개발하여 1차~3차 산업 브랜드 구성원들이 바스크 미식 정체성의 본질, 전통과의 연결성을 유지하도록 함

■ 스페인 음식관광 정책 종합 분석

- 스페인 바스크 지역은 지역의 요리법과 전통문화를 유지하는 목적으로 지역 미식 산업 간의 연계, 미식과 관광 산업의 연계를 통해 원산지부터 식탁까지의 모든 단계를 체험하는 음식관광 상품 개발을 하였으며 보다 많은 관광객 유치 를 위한 미식상품 개발 및 수용을 위한 인프라 조성을 실시함

(6) 음식관광 정책 선진 사례_덴마크

■ 덴마크 - 코펜하겐 지역 음식관광 활성화 전략

- 'new nordic cuisine', 북유럽의 전통적인 요리법을 발굴하고 지역 식재료를 사용하겠다는 스칸디나비아의 셰프그룹의 선언문을 기반으로 노르딕 음식을 강력한 브랜드로 개발함
- 2010년, 2011년, 2012년, 2014년, 2021년 레스토랑 매거진에서 세계 최고의 레스토랑을 선정되었으며 세 번째 미슐랭 스타를 받은 René Redzepi 셰프의 '노마' 레스토랑을 중심으로 브랜드를 키웠으며 현지 생산자들과 현지 음식점들의 강력한 유대감을 선보임

■ 덴마크 - FOOD 프로젝트

- 2016년부터 코펜하겐 주변 지자체, 기업, 조직 간의 파트너십을 위해 FOOD

(Food Organization of Denmark) 조직을 구성하여 미식관광 관련 행사, 프로젝트 등을 주관하도록 함

- 2019년 10월까지 ‘Engagefood’ 프로젝트를 통해 덴마크 중부 지역의 중소 식품 회사 개발을 목표로 회사들의 새로운 일자리 창출을 위한 지원, 타 지역 미식 관련 이니셔티브와 협력하는 등 네트워크를 구축함
- 2019년 ~ 2022년까지 덴마크 최고의 셰프들과 레스토랑, 식품 산업 종사자, 마케팅 전무가 등으로 구성된 ‘Gastronomic Travel Team’을 운영하여 보다 풍부한 미식 경험을 고객에게 선사하고자 하는 식당들에게 메뉴(품질, 가격 등)에서부터 인테리어, 마케팅, 미식 관련 체험 상품 개발 등 전반적인 컨설팅을 지원함
- 2016년 ~ 2018년 8월까지 ‘The Future Food Scene’ 프로젝트를 진행하여 제조업체, 호텔, 레스토랑, 음식점 등 중소 식품회사의 성장을 위한 컨설팅을 지원함
- ‘Copenhagen Cooking’은 매년 음식 축제를 진행하며 식품회사 종사자, 농부, 셰프 등이 모여 코펜하겐의 음식을 10일 동안 선보이며 약 8만 명이 매년 참여하는 거대 푸드 페스티벌이며 100가지의 다양한 음식 행사를 진행함

출처 : FOOD(2022), <https://www.thefoodproject.dk/>, <https://www.copenhagencooking.com/>

■ 덴마크 주요 음식관광 거점

- 지역내 다양한 미식 관련 이벤트 및 활동을 추진할 수 있는 공간들이 활성화되어 미식관광 목적지로서의 기반이 마련됨

덴마크의 주요 음식관광 거점	
Food Nation Visitor Center	비영리 민관 파트너십 기관으로 농수산물 사업 지원, 식품 클러스터 쇼룸 운영, 클러스터의 제품 및 최신 정보 등 공유
Bridge Street Kitchen	과거 그린란드, 아이스란드 등과 물류를 하던 장소로 ‘허브’로서의 역사적 의미가 있으며 아름다운 경관을 보며 다양한 나라의 오가닉 스트리트푸드를 맛보고 세계적인 셰프들을 초대하여 그들이 선보이는 색다른 스트리트 푸드를 경험하고 다양한 음료를 시음할 수 있는 행사 진행
Torvehallerne kbh	특산품 및 현지 진미가 가득한 음식의 메카로 60개 노점이 있어 북유럽의 최고의 식품시장이라 불리며 다양한 미식관광 이벤트 진행장소로 활용되고 있음
Reffen	야외 길거리 음식관광 메뉴이며 유기농 요리를 맛보고, 음식 관련 팝업 공간 경험 및 음식 외, 공예품 구매 등의 경험을 제공함

출처1: DFDS, <https://www.dfds.com/en/passenger-ferries/destinations/denmark/copenhagen/food-and-drink/food-market>, <https://blog.naver.com/jrkimceo/221507821078>

출처2: <https://www.visitcopenhagen.com/copenhagen/planning/bridge-street-kitchen-gdk1101423>

■ 덴마크 미식관광 정책 종합 분석

- ‘다양한 프로젝트로 지역 음식에 부가가치를 부여하며 지역 내 다양한 실내·외 공간들을 미식 관련 거점공간으로 활용할 수 있는 시설로 조성하여 음식관광 목적지로서의 기반을 마련함

(7) 미식관광 정책 선진 사례_프랑스

■ 프랑스 - 미식관광 주요 사업

- (관광 산업과의 연계) 음식과 관광 상품을 결합하여 음식관광의 범위를 확대 하였으며 이에 따라 와인 전문기관을 설치하여 와인을 관광 상품화 하여 민관 협력체계 구축을 통해 관광객 유치 및 지역 상권 활성화 등 다양한 정책 추진
- (레스토랑 부가세 인하) 2009년 19.6% 부가세에서 5.5%로 하향하여 미식 관련 국가적 결단력을 보이며 부가세 인하로 인해 음식값 인하, 고용 증진으로 이어져 음식 소비 활성화
- 어린이 대상으로 식생활 교육을 시행하여 식품 기술 및 미식 여행을 촉진하고 학생들에게 식사와 음식의 가치를 전수하는 등 프랑스 음식과 가치를 보존하기 위한 미식 관련 교육정책을 추진함

(8) 국내 미식관광 제도 사례

■ 국내 미식관광 제도 사례

- 국내 공공기관에서 진행하는 미식관광 제도는 주로 추천제에 기반한 음식점 (맛집) 정보제공에 한정됨

한국관광공사, 대한민국 구석구석	농촌진흥청 전국 농가 맛집
	
<p>○ 관광객들의 실제 이동 데이터를 기반으로 현지인과 외지인들이 많이 방문하는 지역의 인기 음식점 및 인근 여행지 추천</p>	<p>○ 농촌진흥청에서 지원하는 지역 농산물 활용, 음식관광 활성화를 위한 향토음식 지원 사업에 참여한 농촌형 음식점 추천</p>

출처 : 대한민국 구석구석,
<https://korean.visitkorea.or.kr/main/main.do>

출처 : 농사로,
<https://www.nongsaro.go.kr/portal/ps/psz/psz/contentMain.ps?menuId=PS03968>

(9) 국내외 미식관광 사례 및 정책 종합 시사점

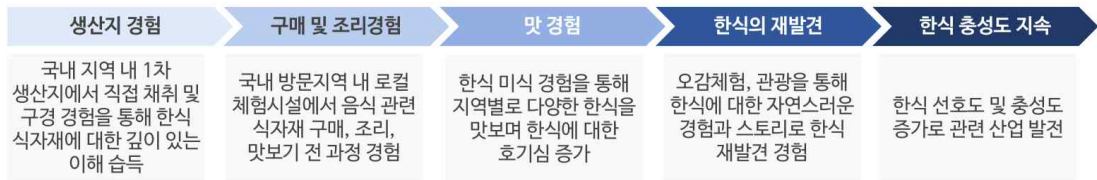
■ 종합 시사점

- 미식관광의 성공요소는 음식점 투어를 넘어 지역 음식자원의 스토리, 체험(경험), 지역성, 대중성에 있으며 이를 반영하여 고객 만족도 제고 필요
- 식재료 채취, 구매, 조리, 시식 외 지역 관광 등 산업 간의 연계를 통해 한식·문화 재발견 경험 제공 필요
- 미식관광 활성화를 위해 미식관광 수용태세를 위한 정책 추진 필요

■ K-미식벨트만의 미식관광 고객여정 전략

- 다양한 체험과 스토리 콘텐츠 및 산업 간의 연계를 통해 한식을 보다 깊게 이해하고, 재발견하며 맛보는 데서 그치는 것이 아닌 지속가능한 한식 경험을 추구할 수 있도록 유도

K-미식벨트 미식관광 고객여정 (Customer Journey) 전략



다. 고객분석 Customer

(1) 한식 선호도

■ 외국인 고객 최선호 한식

- 「2022 한식소비자조사」(한식진흥원) 및 해외 여행 시 외국인이 주로 사용하는 주요 SNS 플랫폼 내 한국 미식관광 관련 키워드를 분석한 결과 외국인 고객은 권역별로 한식에 대한 인지 및 선호도가 달라 선호 한식 메뉴와 즐기는 형태(취식, 조리 등)가 상이함
- 권역별 외국인의 한식에 대한 이해가 다양하고 깊어짐에 따라 이를 수용할 수 있는 다양한 메뉴와 다양한 깊이의 한식 경험을 제공하는 미식벨트가 필요함

해외 한식 소비자 조사 및 SNS 키워드 분석													
		구미주				동남아				동북아			
선호도 (셀문)	한국식 치킨	비빔밥	김치	김치볶음밥	한국식 치킨	김치	떡볶이	비빔밥	비빔밥	김치	한국식 치킨	삼겹살	
	불고기	갈매	떡볶이	삼겹살	불고기	김치볶음밥	김밥	삼겹살	불고기	김밥	떡볶이	냉면	
	갈비구이				전골	부대찌개			순두부찌개	육개장	김치볶음밥		
선호도 (빅데이터)	떡볶이, 순대, 어묵, 봉어빵	순대	핫도그	김치	육회	산낙지	빈대떡	순대, 튀김	간장계장	곱창	장어구이	육회비빔밥	
	비비큐	비빔밥	한정식	부대찌개	닭고치	떡볶이	치킨	삼겹살	감자탕	국밥	닭도리탕	짜장면	
	족발	칼국수	파전	삼계탕	K-디저트	명동교자	자갈치 수산시장	한국 종화요리	한신포차	빈대떡 & 맥갈리	냉면, 수육 & 소주	굴요리	
	치즈닭갈비	전통주 체험	김밥 만들기	K-디저트, 토스트, 빙수 등	닭갈비	광장시장	매운 닭발	과일주스	시장통닭	낙지요리	물회	한강라면	

출처: 2022 외국인 한식 선호도 조사

* 해외 여행 시 외국인이 주로 사용하는 주요 SNS 플랫폼 내 한국 미식관광 관련 키워드 분석

출처: 2022 해외한식소비자조사(한식진흥원), 2023년도 6월 기준 Youtube, Airbnb, 샤오홍슈 등 해외 여행 시 외국인이 주로 사용하는 주요 SNS플랫폼 내 한국 미식관광 관련 키워드 분석을 활용하여 수행사 제가공함

■ 구미주 (유럽, 북미) 권역

- 「2022 한식소비자조사」(한식진흥원) 외국인 한식 메뉴 선호도 조사 결과 북미 권역에서는 ‘한국식 치킨’(14.9%), ‘김치’(9.5%), ‘불고기’(10.5%). ‘김치볶음밥’(8.9%) 등이, 유럽에서는 ‘비빔밥’(19.0%), ‘한국식 치킨’(16.4%), ‘김치’(8.9%), ‘김치볶음밥’(6.7%) 등이 최선호 한식 메뉴로 선정됨
- 해외여행 시 외국인이 사용하는 주요 SNS 플랫폼 내 키워드 분석 결과 ‘분식류’, ‘비빔밥’, ‘삼계탕’ 등 한식의 대표성이 높은 메뉴 중심으로 키워드 도출됨
- 구미주 권역은 콘텐츠성으로 한식을 인지해 대표적이고 대중적인(유행하는) 한식을 선호하며 한식 전반에 대한 지식과 체험을 선호하는 것으로 나타남

■ 동남아 권역

- 「2022 한식소비자조사」(한식진흥원) 외국인 한식 메뉴 선호도 조사 결과 동남아 권역에서는 ‘한국식 치킨’(16.7%), ‘김치’(15.0%), ‘떡볶이’(9.6%), ‘비빔밥’(8.4%) 등이 최선호 한식 메뉴로 선정되었으며 ‘전골’(3.1%), ‘부대찌

개'(2.9%) 등이 타 권역에 비해 높은 선호도를 지님

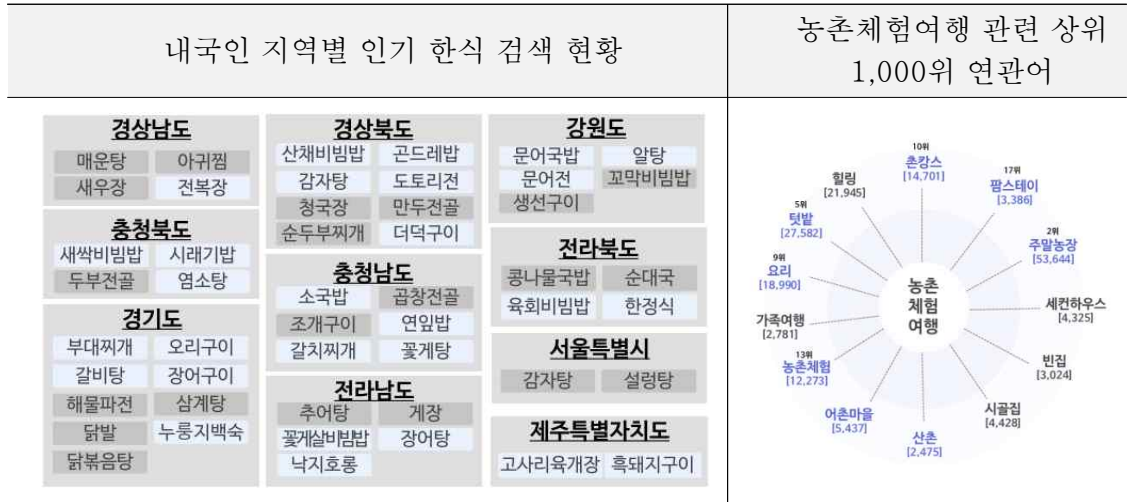
- 해외 여행 시 외국인이 주로 사용하는 주요 SNS 플랫폼 내 키워드 분석 결과 구미주 권역에서 나타나지 않은 '육회', '산낙지', '빈대떡', '매운 닭발', '자갈치 수산시장', '광장시장' 등이 키워드로 도출됨
- 동남아 권역은 대표적인 한식을 넘어 한식의 다양한 영역에 관심을 지닌 고객으로 시장, 길거리 음식, 해산물 등 한식에 대한 관심 영역이 확장됨

■ 동북아 권역

- 「2022 한식소비자조사」(한식진흥원) 외국인 한식 메뉴 선호도 조사 결과 동북아 권역에서는 '비빔밥'(19.0%), '김치'(13.7%), '한국식 치킨'(11.6%), '삼겹살 구이'(9.0%) 등이 최선호 한식 메뉴로 선정되었으며 '냉면'(3.7%), '순두부찌개'(3.4%), '육개장'(2.6%) 등이 타 권역에 비해 선호도가 비교적 높게 측정됨
- 해외 여행 시 외국인이 주로 사용하는 주요 SNS 플랫폼 내 키워드 분석 결과 '간장게장', '곱창', '장어구이', '한신포차', '한강 라면' 등 지역성, 현지인의 일상 라이프스타일 경험이 높은 음식 위주의 키워드가 도출됨
- 동북아 권역은 한국 식문화에 익숙하여 새롭고 다양한 한식 경험을 선호하며 지역의 향토음식, 현지인 맛집, 로컬 노포 등을 선호함. 또한 타 권역에 비해 스스로 한식을 조리하고 배우는 수준 높은 한식 이해를 지닌 것으로 나타남

■ 내국인 고객 최선호 한식 및 라이프스타일

- 2022년 한국관광공사 데이터랩의 '지역(도)별 관광지 검색순위' 분석 결과 내국인은 지역성이 돋보이는 맛집 탐방 위주의 향토음식, 한식(메뉴) 시식을 선호하는 것으로 나타남
- 한국관광공사의 '2023 관광트렌드 전망 설문조사 및 데이터 종합분석' 결과 '주말농장'(검색어 순위 2위, 언급량 53,644회), '텃밭'(검색어 순위 5위, 언급량 27,582회), '팜스테이'(검색어 순위 17위, 언급량 3,386회), '요리'(검색어 순위 9위, 언급량 18,990회) 등 체험이 언급되어 맛집 탐방을 넘어 텃밭 식자재 채집, 제조, 요리 등 지역의 특색 있는 미식경험에 대한 관심이 증가하는 것으로 나타남
- 이 외에 농촌체험여행 주요 연관어로 '농촌체험'(검색어 13위, 언급량 12,273회), '어촌마을'(언급량 5,437회), '촌캉스'(검색어 순위 10위, 언급량 14,701회) 등 농촌/어촌 지역의 생활문화 및 체험 등의 활동이 추세



출처: 2022 지역별 관광지 검색순위, 한국관광공사 데이터랩

출처: 2023 관광트렌드 전망 설문조사 및 데이터 종합분석, 한국관광공사

(2) 내외국인 관광객 유형

■ 내외국인 음식관광객 유형 분석

- 국내외 관광객 유형은 다음과 같음

외국 관광객 유형	
[적극형] 조리법에 관심	[일반형] 미식 추구
[로컬푸드형] 지역음식 체험에 관심	[소극형] 친숙한 음식 체험에 관심
국내 관광객 유형	
[전통-식문화체험 추구형] 음식 문화, 전통의 가치를 중시하며 체험이 가능한 음식관광 추구	
[유명-맛집·카페탐방 추구형] 추천, 유명 등 명성을 중요하게 고려하여 맛집과 카페 방문에 집중	
[실속-로컬푸드 추구형] 현지에서만 맛볼 수 있는 전통적인 맛 선호 및 가성비 추구	
[복합경험 추구형] 음식 관련 활동, 다양한 관광 활동을 즐길 수 있는 음식관광 선호	
[가족중심 다양성 추구형] 사람이 많고 가족과 함께 즐길 수 있는 다양한 체험 선호	
[적극적 실속형] 혼자 맛집 방문 등 여행하는 것을 선호하며 건강 중시	
[객관적 현지 중시형] 유행보다 객관적 정보 의존, 현지 중요하게 생각, 조용한 활동 선호	
[무관심형] 특정한 성향, 음식관광 관심도 낮아 저렴한 비용에 다양한 경험 즐김	

출처: (2020). 「토픽 모델링 기법을 활용한 음식관광 시장 세분화」
(2021). 「사이코 컬러너리 척도를 활용한 음식관광 시장 세분화」

■ K-미식벨트 고객 유형 도출

- 내외국인 음식관광객 유형 분석을 기반으로 전통성과 현대적 트렌드를 겸비한 ‘한식의 특징’을 고려하여 K-미식벨트 고객 유형을 ‘전통’, ‘로컬’, ‘트렌드’, 3개의 식문화 추구형으로 도출함

K-미식벨트 고객 유형	
① 전통 식·문화 추구형	한식의 특징을 드러내며, 고유하고 역사적인 음식 경험을 원하는 고객
② 로컬 라이프스타일 추구형	특별한 지역, 현지의 고유한 미식자원 등 현지 음식 라이프스타일 경험을 원하는 고객
③ 트렌드 추구형	최신 세계/한류 트렌드, 유명 음식 문화를 추구하는 고객

라. 국내 자원분석 Country

(1) 미식자원 DB 구축 배경 및 전략

■ K-미식벨트 자원 DB 구축 배경

- 성공적인 미식관광은 음식점 투어를 넘어 지역 음식자원의 스토리, 체험(경험), 지역성, 대중성을 반영해야 하며 식재료 채취, 구매, 조리, 시식, 관광 등 산업 간의 연계가 필요한 것으로 나타남
- 이에 따라 국내 미식 산업별 자원 현황 파악 및 산업 별 미식자원을 활용하여 미식관광 프로그램 개발의 필요성 대두

■ K-미식벨트 미식자원 DB 구축 전략

- K-미식벨트 구축 배경에 따라 자원 DB를 1차~3차 산업으로 분류하여 산업별 대표 항목을 구분함 (1차 산업 생산지, 2차 산업 제조·판매, 3차 산업 체험시설 및 음식점)
- 객관성을 담보할 수 있는 공공기관 제공 DB를 활용함
- ‘공공성’, ‘지역성’, ‘대중성’을 기준으로 대표 자원별 DB를 구축함

■ K-미식벨트 자원 DB 구축 기준

- K-미식벨트 자원 DB 구축은 ‘공공성’, ‘지역성’ 및 ‘대중성’을 기준으로 함
- (공공성) 각종 공공기관의 출처 자료를 활용하여 공공성 확보 및 다양한 산업 주체 참여 유도
- (지역성) 전국 단위의 미식 자원 데이터 확보 및 전국 단위의 미식관광 홍보 및 활성화 도모
- (대중성) 인증된 미식 플랫폼을 활용하여 대중성 확보 및 다양한 고객 대상 콘텐츠 확보

K-미식벨트 자원 DB 구성

1차 산업		2차 산업		3차 산업	
생산지	제조	판매	체험	음식점	
<ul style="list-style-type: none"> • 6개 항목 ① 축산물 ② 수산물 ③ 채소류 ④ 작물 ⑤ 임산물 ⑥ 과일류 • 총49개식자재 • 276개의주생산지자원 	<ul style="list-style-type: none"> • 10개 항목 ① 도축, 육류 가공 및 저장 처리업 ② 수산물 가공 및 저장 처리업 ③ 과일, 채소가공 및 저장 처리업 ④ 동물성 및 식물성 유지 제조업 ⑤ 낙농제품 및 식용 빙과류 제조업 ⑥ 곡물가공품, 건분 및 전분제품 제조업 ⑦ 기타 식품 제조업 ⑧ 알코올음료 제조업 ⑨ 비알코올 음료 및 얼음 제조업 ⑩ 기타(식품·즉석판매·식품첨가물) • 18,268개제조자원 	<ul style="list-style-type: none"> • 2개 항목 ① 특산물 판매장 ② 전통시장 • 약2,291개판매자원 	<ul style="list-style-type: none"> • 6개 항목 ① 체험마을 ② 미식아카데미 ③ 기타 체험시설 ④ 박물관/전시관 ⑤ 축제/박람회 ⑥ 명인 • 약1,757개체험자원 	<ul style="list-style-type: none"> • 11개 항목 ① 농가맛집 ② 종가맛집 ③ 안심식당 ④ 모범식당 ⑤ 지자체인증 음식점 ⑥ 네비게이션 맛집 추천 ⑦ 미식인증식당 ⑧ 미식 플랫폼 추천 ⑨ 특화거리 ⑩ 미식잡지 추천 ⑪ 네이버 블로그 추천 • 약127,129개음식점자원 	

출처: aT 식재료 아카이브, KOSIS등

출처: 산림청 국립자연휴양림, 소상공인진흥공단, 통계청 등

출처: 농림축산식품부, 각 지자체, 전국식품명인 등

(2) 미식자원 분류 체계

■ K-미식벨트 미식자원 분류 체계

- K-미식벨트 자원 DB는 산업간 연계가 필요한 K-미식벨트 취지에 따라 1차~3차 산업의 미식자원 데이터를 ‘공통 자원’과 ‘개별 분류 자원’으로 분류함

■ 공통 자원

- 30개 벨트 전반에 기본적으로 해당하는 산업별 미식자원, 1차 산업 (생산지), 2차 산업 (제조·판매), 3차 산업 (체험, 음식점 일부)으로 구성된 자원
- aT 식재료 아카이브를 참고하여 6가지 항목으로 구분된 1차 산업(생산지)은 한식 주 재료(49개)로 구성하였으며 2차 산업 (제조업체)은 통계청의 ‘한국표준산업분류’를 통해 식품 제조 관련 10개 항목을 설정함

공통 자원			
구분	항목	개수	
1차	생산지	축산물	276
		수산물	
		채소류	
		작물	
		임산물	
		과일류	
2차	제조업체	도축, 육류 가공 및 저장 처리업	18,268
		수산물 가공 및 저장 처리업	
		과실, 채소 가공 및 저장 처리업	
		동물성 및 식물성 유지 제조업	
		낙농제품 및 식용 빙과류 제조업	
		곡물가공품, 전분 및 전분제품 제조업	
		기타 식품 제조업	
		알코올음료 제조업	
		비알코올 음료 및 얼음 제조업	
	판매	특산물판매장	700
전통시장		1,591	

3차	체험	체험마을	1,207
		미식아카데미	100
		기타 체험시설	70
	음식점	농가맛집	178
		안심식당	38,366
		지자체인증 음식점	50,495
		네비게이션 맛집 추천	312

■ 개별 분류 자원

- 공통자원에 포함되지 않는 3차 산업의 체험, 음식점 자원이며 30개의 K-미식 벨트 별로 분류가 가능한 자원임

개별 분류 자원			
구분	항목	개수	
3차	체험	박물관/전시관	54
		축제/박람회	249
		명인	77
	음식점	종가맛집	11
		미식인증식당	7,556
		모범음식점	27,744
		미식잡지 추천	93
		미식 플랫폼 추천	2,089
		특화거리	140
		네이버 블로그	158

(3) 국내 미식자원 현황 파악

■ 국내 미식자원 항목별 현황

- 체험적인 요소는 음식 관련 스토리를 자연스레 담을 수 있는 장점이 있으나 현재 국내에 음식 관련 체험시설이 부족하여 콘텐츠 스토리화에 한계가 있음
- 예로, 식품명인이란 좋은 미식자원은 다수이나, 명인의 경험과 기술을 통해 보다 깊은 한식을 체험할 수 있는 시설 및 프로그램이 부재하여 명인이 전해줄 수 있는 스토리의 콘텐츠화가 어려움
- 또한, 다양한 식자재를 체험할 수 있는 음식체험시설은 단기성, 이벤트성, 계절성으로 운영되어 이용 지속가능성에 한계가 예상되므로 체험적 요소를 적극적으로 활용할 수 있는 체험시설 및 프로그램이 필요함

- 해외 선진사례를 볼 때 미식자원 발굴 및 홍보를 넘어 미식자원 체험화, 스토리 중심의 콘텐츠화 및 인프라 확충을 추진함으로써 체험적 요소를 국내에 확장시키기 위해 미식 정책적 차원에서 이를 장기적인 과제로 접근·추진이 필요함

국내 미식자원 항목별 분석			
구분	항목	장점	단점
1차	한식 주재료 생산지	<ul style="list-style-type: none"> • 지역별 주 특산품 및 식자재를 지역 내 자연과 함께 체험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램을 운영하지 않는 대다수의 농장, 목장, 과수원, 어업 등을 각각 개별로 발굴하는 데 한계가 있음
2차	제조·가공 업체	<ul style="list-style-type: none"> • 식자재의 제조, 가공 공정을 통해 생산과정을 관람하며 일부 체험, 시식, 구매 또한 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광객을 수용할 수 있는 인프라, 프로그램, 전문성을 갖춘 업체를 발굴하는 데 한계가 있음
	특산물 판매장	<ul style="list-style-type: none"> • 지역의 다양한 특산물과 특산물을 이용해 만든 식품을 한 번에 경험 할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 특산물 자체에 대한 진입장벽, 공감대 형성이 어려워 구매 경험으로 이어지는데 한계가 있음
	전통시장	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 음식과 식재료를 보고 직접 상인과 교류하며 구매하는 경험을 통해 한국 및 해당 지역의 특유 시장 문화를 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 시장을 잘 알며 상인들과의 유대가 형성된 가이드가 부족하여 자유로이 시장 문화를 즐기는 데 한계가 있으며 식자재 구매시 조리할 음식과의 연계성을 갖는 것이 필요함
3차	농가맛집	<ul style="list-style-type: none"> • 집안 고유의 스토리가 녹아 있어 가장 깊이 있게 지역 식재료, 조리법 등을 통해 지역색을 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 보다 깊은 이해를 필요로 하는 한식으로 익숙하지 않은 관광객에겐 진입장벽이 있을 수 있음
	안심식당	<ul style="list-style-type: none"> • 농식품부 사업으로 선별되어 관광객 대상 맛과 시설, 서비스 등이 검증된 미식자원을 제공함 	<ul style="list-style-type: none"> • ‘음식점’ 특성상 외부적 환경변화에 영향을 받아 지속가능성 확보가 어려움
	지자체 인증 음식점	<ul style="list-style-type: none"> • 지역의 가장 대중적인 음식점으로써 지역의 맛과 분위기를 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 지자체에서 인증한 음식점으로 대중성이 반영되지 않았으며 ‘음식점’의 특성으로 지속가능성 확보가 어려움
	네비게이션 추천 맛집	<ul style="list-style-type: none"> • 지역별 검색건수를 기반으로 한 전국의 대중성 높은 미식자원을 발굴함 	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 변화에 따른 검색 순위의 변동이 발생함
	체험시설	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 음식에 대한 설명 및 음식을 조리하는 과정을 	<ul style="list-style-type: none"> • 단기성, 이벤트성, 계절성으로 운영되어 특정 벨트의

		단계별로 자세하게 경험할 수 있음	자원으로 활용하는 데 한계가 있음
박물관 / 전시관		<ul style="list-style-type: none"> 특정 음식 및 식재료에 대한 역사 및 스토리텔링을 깊게 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 박물관의 특성인 일방적인 지식 전달로 인해 관심과 흥미를 유도하는 데 한계가 있음
축제/박람회		<ul style="list-style-type: none"> 특정 주제의 음식에 대한 다양한 체험 및 전문적인 정보를 얻을 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 단기성, 이벤트성, 계절성으로 운영되어 상시 체험이 어려움
특화거리		<ul style="list-style-type: none"> 특정 음식에 대한 특화 거리 탄생 스토리를 듣고 해당 음식의 다양한 맛을 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 해당 음식에 흥미가 없는 경우 진입 장벽이 있을 수 있으며 대부분 맛 보는 것 이상의 경험이 어려움
명인		<ul style="list-style-type: none"> 해당 식품에 대한 깊은 스토리와 체험을 제공할 수 있는 지식과 경험이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 제품 개발·판매는 하나 체험 프로그램 및 프로그램 운영을 위한 공간이 대부분 부재함
모범식당		<ul style="list-style-type: none"> 각 지자체에서 선별기준을 통과하여 지정된 음식점으로 서비스, 위생 면에서 안전함 	<ul style="list-style-type: none"> ‘음식점’이라는 특성상 외부적 환경변화에 영향을 받아 지속가능성 확보가 어려움
미식인증식당 (블루리본, 미쉐린)		<ul style="list-style-type: none"> 해당 음식점만의 역사, 스토리, 특징과 더불어 트렌드, 대중성을 겸비한 음식을 경험할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ‘음식점’이라는 특성상 외부적 환경변화에 영향을 받아 지속가능성 확보가 어려움
미식잡지 추천		<ul style="list-style-type: none"> 미식잡지에 채택되고 발간된, 선별되고 신뢰성이 높은 미식자원 경험 	<ul style="list-style-type: none"> 계속해서 변화하는 미식 트렌드를 기반으로 함과 동시에 ‘음식점’이라는 특성으로 지속가능성 확보가 어려움
미식플랫폼 추천 (다이닝 코드, 식신), 네이버 블로그		<ul style="list-style-type: none"> 대중들의 별점 및 평판(리뷰)에 따른 트렌디하고 대중성이 높은 미식자원 경험 	<ul style="list-style-type: none"> 고객 후기에 의존도가 높아 단기간 내 순위가 계속해서 변동되며 지속가능성 여부 확인보장이 어려움

(4) 외국 관광객 수용태세

■ 접근성

- 문화체육관광부의 ‘2022 외국관광객조사’에 따르면 2022년 외국관광객의 한국 여행 중 방문 권역은 ‘서울’(82.4%), ‘부산’(20.3%), ‘경기’(14.1%) 순으로 높다고 하였으며 이는 교통 접근성과 관광 자원이 갖춰진 지역 중심으로 외국

인 관광객 방문이 이루어져 관광객 유치를 위해 교통 및 관광객 수용태세가 중요하게 작용함

■ 언어 및 기타 서비스

- 2020년 한국경제가 발표한 기사에 따르면 주한 외국인들은 지방 중소도시 여행 중 가장 불편한 경험으로 ‘외국어 서비스’와 ‘여행정보 제공’의 부재 및 미흡함을 꼽음
- 교통 인프라 외에도 외국인의 지역관광에 매우 중요한 외국어 서비스, 지역 여행정보 서비스, 인적 자원 등의 미흡함은 외국인 관광객 방문에 제약을 야기함

■ 외국인 관광객 수용태세 관련 전문가 인터뷰

- 외국인 관광객 방문 시 지역 내 교통 인프라, 언어 및 기타 서비스의 중요성은 전문가들도 주장하는 바임

외국인 관광객 수용태세 관련 전문가 의견	
전문가	자문 내용
여행·관광 분야 자문위원 C	○ 이용이 편리한 교통이 경험을 더 풍요롭게 만들어 주기에 교통이 중요함
체험 프로그램 분야 자문위원 A	○ 최소한 영어와 음식에 대해 잘 알고 있는 사람, 종교, 문화, 알레르기, 위생 등 다양한 (맞춤) 서비스적 요소 및 자원을 필요로 함

■ 장벽요소 보완 방안

- 수행사는 수용태세의 미흡함으로 인한 장벽요소를 보완하기 위해 K-미식벨트 개발 시 대도시 인근, 교통 수단 여부 등의 기준을 설정하여 교통편, 주변 숙박시설 등 접근성이 용이한 지역 중심으로 스팟(미식자원) 선정이 필요함
- 지역성, 스토리, 체험시설, 해설사, 기타 서비스 등의 자원 인프라는 외국인 관광객 대상 음식관광 활성화를 위해 지속적으로 확충해 나가야 함

(5) 관광 활성화 여건 조사

■ K-미식벨트를 위한 관광활성화 여건 조사

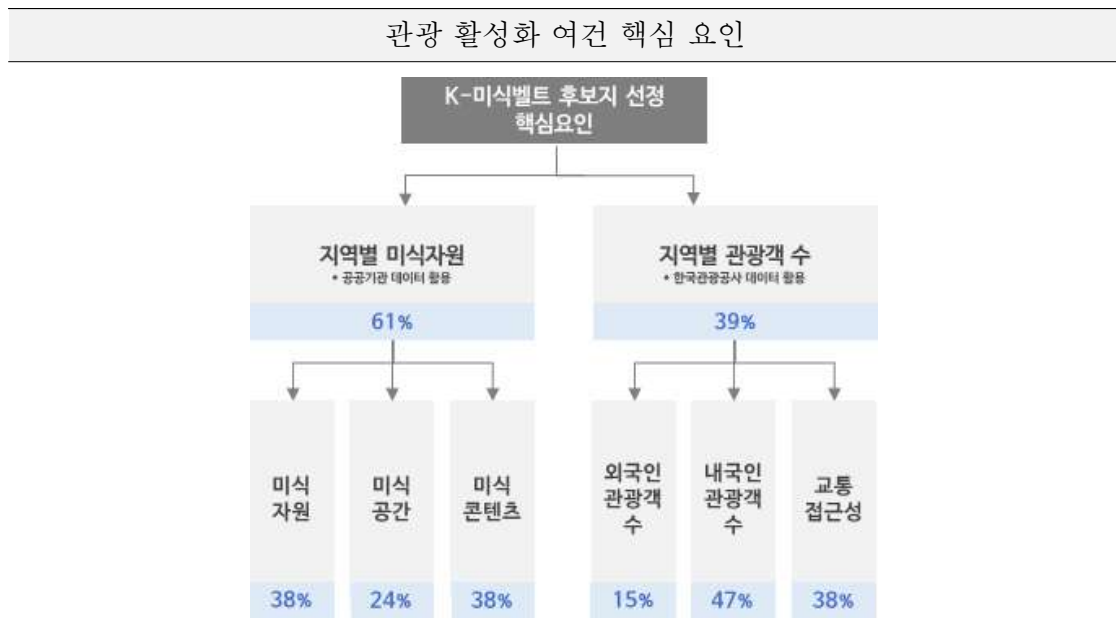
- 배경 및 목적
: 지역별 미식과 관광 활성화 여건을 진단하여 30개 벨트 조성계획 시 참고 및 향후 벨트 후보지 선정을 위한 기초자료로 활용
- AHP 분석 프로세스

: AHP 분석 프로세스는 ① 기하평균 값을 통한 지역 후보지 선정, ② 지역별 방문자 수에 따른 ‘강소형’, ‘명소형’ 구분, ③ 지역별 방문자 수에 따른 ‘강소형’, ‘명소형’ 기반으로 AHP 결과 반영하여 ‘명소형’ 15개, ‘강소형’ 30개를 최종적으로 도출함

AHP 분석 프로세스	
①	‘미식자원’ 및 ‘관광 활성화’ 간의 가중치, ‘내·외국인 관광객 수’, ‘접근성’ 간의 가중치, ‘미식자원’, ‘미식공간’, ‘미식콘텐츠’ 간의 가중치를 합산하여 기하평균 값을 통해 AHP 분석의 후보지 순위 도출
②	‘명소형’ 1위~30위 지역, ‘강소형’ 31위~162위로 설정 * 지역별 방문자 수로 ‘명소형’, ‘강소형’ 구분·설정함 * 45개 후보지 선정을 위해 후보군 2배수(‘명소형’ 15개, ‘강소형’ 30개)로 설정
③	지역별 방문자 수에 따라 설정한 ‘강소형’, ‘명소형’ 지역 기반으로 AHP 결과를 반영하여 최종 45개 지역 후보지 도출

■ 핵심 요인 설정

- K-미식벨트 자문위원을 포함한 관광, 지역 활성화, 여행사, 체험 프로그램 분야의 전문가 30명을 대상으로 K-미식벨트 핵심 평가요인 간의 가중치를 AHP 분석으로 산출함



■ 관광 활성화 여건 핵심 요인 1) 미식자원 분류 체계

- 첫 번째 관광 활성화 여건 핵심요인으로 미식자원 체계 분류와 현황을 파악함
- 기존 미식관광자원 영역 분류 체계
: 공급자중심의 자원 분류 체계임으로 K-미식벨트 취지에 맞는 미식자원 분

류체계의 필요성을 부각 시킴

미식자원 분류 체계 (기준)		
요소	영역	항목
음식	음식	• 길거리음식, 향토음식, 한국전통음식, 약선/보양음식, 퓨전음식
	관광기념물	• 신선식품, 가공식품, 간식류, 조리된 식품포장, 술과음료
공간 시설	음식점	• 간이음식점, 향토음식점, 농가맛집, 소문난 맛집, 대를 이어가는 음식점
	시설	• 음식박물관, 음식도서관, 음식전시관, 음식체험관, 음식연구소, 요리교실
	특화공간	• 전통시장, 음식특화거리, 외식산업선도지구, 주말장터, 5일장, 특산물 판매장
프로그램	체험활동	• 농수산물 수확체험, 농수산물 가공체험, 요리 만들기, 시식회 또는 테이스팅, 생산지 견학
	이벤트	• 음식전시회, 음식대회, 식자재박람회, 음식축제, 식품 런칭쇼
	안내 및 서비스	• 여행사 패키지 상품, 미식관광 가이드, 미식관광 안내지도, 향토음식해설사, 앱
	인증시스템	• 음식점 인증제, 식음료 인증제, 요리 명인 인증제, 전통음식 전수 인증제, 우수가공식품 인증제
	스토리	• 지역의 대표음식 스토리, 맛집 스토리, 특정 공간 스토리, 특산품 스토리, 인물 스토리
	콘텐츠	• 음식관련 영화나 드라마, 게임, 만화, 노래, 소설
휴먼 웨어	조직	• 미식가협회, 미식관광협회, 음식동아리, 미식클럽, 미식관광 담당 부서
	인물	• 역사적 인물, 음식 명인, 음식문화해설사, 요리강사, 스타쉐프

출처 : 2023, 한국관광공사, 미식관광 경쟁력 강화 방안

- 미식자원 영역 재분류
: AHP를 활용한 핵심요인 가중치 설정을 위해 K-미식벨트만의 미식관광자원 분류체계를 ‘미식자원’, ‘미식공간’, ‘미식 콘텐츠’, 3가지로 통합하여 평가함

지역별 미식자원 (재분류)	
항목	내용
미식자원	중가맛집, 농가맛집
	미식 인증 음식점 (미슐랭, 블루리본 등)

	지자체 인증 음식점
	식품명인
미식공간	양조장
	전통시장
	음식특화거리
	특산물판매장
미식 콘텐츠	음식박물관 및 전시관
	음식축제, 음식박람회
	음식체험시설

출처 : 농촌진흥청, 지방자치단체, 등 전국 단위 미식 관련 표준데이터

■ 관광 활성화 여건 핵심 요인 2) 지역별 관광 여건

- 두 번째 관광 활성화 여건 핵심 요인으로 한국관광공사의 ‘지자체 방문자 수’ 데이터를 활용한 ‘지역별 관광 여건’을 설정함

지역별 관광 여건	
평가항목	세부 설명
외국인 관광객 수	해당 지역에 방문한 외국인 거주자
내국인 관광객 수	해당 지역에 방문한 타지역 거주자
교통 접근성	교통 인프라가 잘 갖추어진 곳

■ 45개 강·명소형 지역 후보지

- 한국관광공사 지자체 방문자 수 데이터 기반으로 총 162개의 지역 중 AHP를 통해 산출된 K-미식벨트 핵심 평가요인 가중치로 ‘명소형’ 15개, ‘강소형’ 30개, 총 45개 지역을 다음과 같이 도출함
- 선정된 대상지는 벨트 조성계획 설정 시 활용하였으며 향후 벨트 후보지 선정을 위한 기초자료로 활용할 것을 제안함

강·명소형 지역 후보지 (45개)

명소형 (15개 지역)		강소형 (30개 지역)	
1	인천	1	순천시
2	부산	2	평창군
3	서울	3	원주시
4	제주	4	강릉시
5	울산	5	양평군
6	서귀포시	6	광양시
7	창원시	7	논산시
8	청주시	8	서산시
9	대구	9	춘천시
10	포항시	10	담양군
11	대전	11	여수시
12	수원시	12	경주시
13	성남시	13	여주시
14	안양시	14	화순군
15	전주시	15	익산시
		16	안성시
		17	안동시
		18	충주시
		19	제천시
		20	완주군
		21	상주시
		22	공주시
		23	포천시
		24	가평군
		25	예산군
		26	홍천군
		27	보령시
		28	양산시
		29	밀양시
		30	진주시

마. 4C 분석 종합

(1) 4C 분석 종합 시사점

■ 한식의 재발견 및 차별화된 미식관광 제시 필요

- 인기 높은 독특한 음식점 방문을 넘어 한식을 재발견하고 1차~3차 산업 간 미식자원이 연계되어 스토리와 체험이 어우러진 미식벨트 개발이 필요함
- 한식의 특징, 음식 자원의 스토리, 체험, 지역성 및 1차~3차 산업 간의 연계를 통해 높아진 한식 위상에 걸맞게 한식을 (재)발견하는 차별화된 미식관광 제시 필요

4C 분석 종합 시사점				
	환경 분석 Circumstance	사례 분석 Case	고객 분석 Customer	국내 자원 분석 Country
4C 종합 분석	① 높아지는 한류 위상에 따라 미식 트렌드 및 관광 트렌드에 맞는 대응 필요	① 지역에 방문해야 할 이유(스토리, 체험, 지역성, 대중성)를 제공해 산업 간의 연계를 한 미식관광 필요	① 한식의 이해가 상이함에 따라 이에 맞는 대응 필요 ② 향토음식 등의 맛집 탐방을 넘어 지역 식문화 체험을 통해 한식에 대한 깊은 이해 및 재발견하는 경험에 관심 증가하여 이에 따른 대응 필요	① 3차 산업의 음식점은 많으나 1차, 2차 산업, 그리고 3차 산업의 체험 시설이 미흡하여 관련 인프라 확충 필요 ② 관광 수용태세를 위한 자원 확충 필요
	② 생활방식과 접목된 미식관광, 시대의 변화 및 트렌드에 따른 양상과 융합된 미식관광의 방향성 필요	② 미식관광 활성화를 위한 외국인 수용 태세를 고려한 정책 추진 필요		
To-be 시사점	미식 및 관광 산업 트렌드의 결합 예) 친환경, 레저, 아웃도어 등	스토리, 체험, 지역성, 대중성 반영 및 산업 연계 예) 1차-2차-3차, 미식-관광 연계	전통, 지역, 유행 등 다양한 한식의 특징 적용 예) 전통, 유행, 발효, 제철 등 한식 특징	시범사업 상품화 방안 및 향후 벨트 가이드모델 제안 예) 상품화: 만나절이아, 접근성 고려 가이드라인:기간, 접근성 무관



30개 K-미식벨트 및 90개 코스컨셉

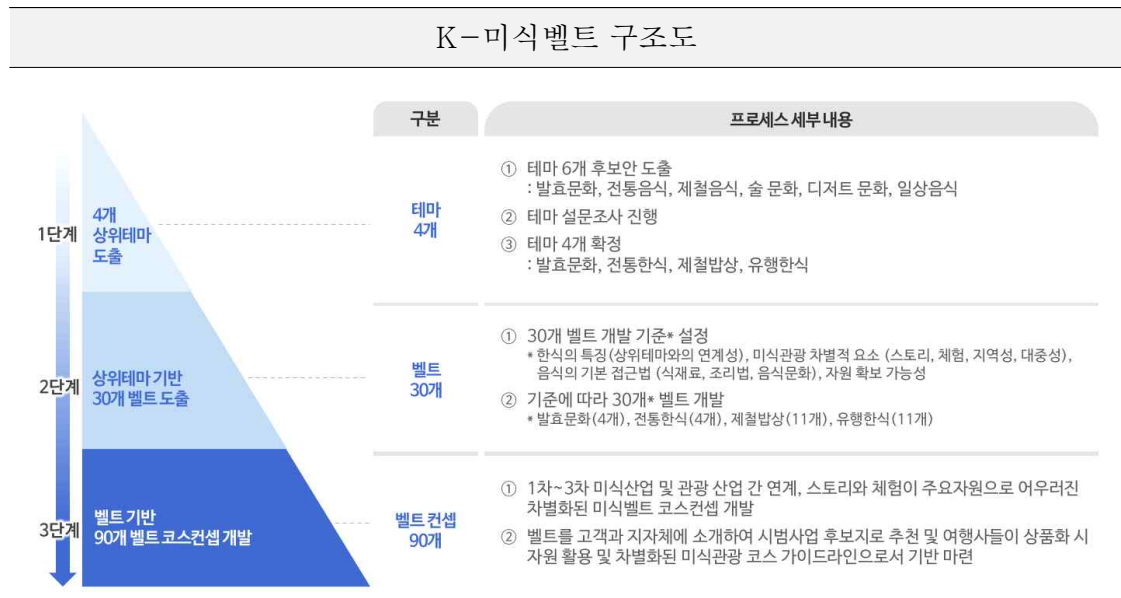
III. 30개 K-미식벨트 및 90개 코스컨셉 개발

가. K-미식벨트 개발 프로세스

(1) 벨트 및 코스컨셉 개발 프로세스

■ K-미식벨트 구조도

- 30개 K-미식벨트는 K-미식벨트 자문위원 대상으로 진행한 테마 설문조사를 통해 도출한 4개의 상위테마와 테마와 연관된 벨트로 개발하였으며, 각각의 벨트는 3개의 코스컨셉, 총 90개의 코스컨셉으로 구성됨



(2) 4개 상위테마 및 30개 벨트 도출 (상세)

■ 1차 테마안 설정 기준

- (한식의 재발견) 한식의 특징(제철, 발효, 전통)을 통해 한식에 대한 보다 깊은 경험 제공이 가능한 테마
- (대중성) 한국인의 라이프스타일을 보여주는 일상음식 혹은 유행한식 및 한식 메뉴 선호도를 반영하여 (새로운)한식에 대한 장벽 완화
- (음식 기본 요소) 테마 관련 벨트안의 경우 음식의 기본 구성 요소인 ‘식재료’, ‘조리법’, ‘음식문화’ 반영
- ‘발효문화’, ‘전통음식’, ‘제철음식’, ‘술 문화’, ‘디저트 문화’, ‘일상음식’으로 상위테마 6개 후보안 도출

1차 테마 및 벨트안

C (음식 기본 요소)	A (한식의 재발견)				B (대중성)	
	테마① 발효문화	테마② 전통음식	테마③ 제철음식	테마⑥ 술 문화	테마⑤ 디저트 문화	테마④ 일상음식
	김치 벨트	비빔밥 벨트	K-보양식 벨트 (여름)	탁주 벨트	K-팬케이크 벨트 (전, 호떡, 빈대떡 등)	한국식 치킨 벨트
	젓갈 벨트	K-슬로우 푸드 사찰 벨트	K-보양식 벨트 (겨울)	소주 벨트	유행 디저트 벨트	K-바베큐 벨트 (삼겹살, 갈비구이)
	고추장 벨트	명절 한상 벨트	K-비건 볼나물 벨트	지역맥주 벨트	한과 벨트	K-스트리트푸드 벨트 (포장마차, 분식 등)
	된장 벨트	증가음식 벨트	제철 해산물 벨트	한국와인 벨트	전통 차 벨트	K-패스트푸드 벨트 (버버고만두, 아삭토스트 등)
	청국장 벨트	건조/반건조 벨트	제철 과일 벨트	기타 전통주 벨트	떡 벨트	짜개 벨트
	-	-	-	-	팔 벨트	탕 벨트
	-	-	-	-	-	국수(면) 벨트
	-	-	-	-	-	쌀 벨트
	-	-	-	-	-	콩(& 두부) 벨트

1차 테마안 관련 설문조사 결과

- K-미식벨트 자문위원 대상으로 1차 테마안 관련 설문조사 결과 ‘일상음식’은 주로 한국의 4계절별 제철 식재료를 활용한 음식임으로 ‘제철음식’ 테마와 통합하라는 의견이 다수였으며 ‘술 문화’ 및 ‘디저트 문화’ 테마를 개별 테마로 설정하기 보다 타 테마 내 식문화 혹은 (하위)벨트로서 자연스럽게 담아내는 것을 제안함
- 미식벨트의 완성도를 위해 테마 간 통합을 제시함
- K-콘텐츠를 통해 한식이 확산됨에 따라 트렌드 반영의 중요성을 강조함
- 역사적 의미, 지역 특산물 활용 등 스토리 및 지역성 관점의 접근을 강조함

1차 테마 및 벨트안 설문조사 결과

	전통음식	발효문화	술문화	일상음식	제철음식	디저트문화
벨트 적합성 (10/10)	증가 8	김치 9	탁주 9	K-BBQ 8	비건 볼나물 9	떡 8
	비빔밥 7	고추장 8	소주 7	스트리트푸드 7	제철 해산물 7	K-팬케이크 6
	명절 한상 6	젓갈 7	기타 전통주 6	한국식 치킨 5	여름 보양식 7	전통차 6
	슬로우푸드사찰 5	된장 6	지역맥주 4	국수 5	겨울 보양식 4	한과 5
	건조&반건조 0	청국장 0	한국와인 4	K-패스트푸드 3	제철과일 9	유행 디저트 3
				짜개 3		팔 1
				탕 3		
			콩&두부 2			
			쌀 1			
테마 의견	<ul style="list-style-type: none"> • 전통 음식의 시기 기준을 설정 • 일상음식 하위로 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 술/전통주 벨트 추가 	<ul style="list-style-type: none"> • 발효테마 하위 공통요소로 추가 • 일상음식 술안주 벨트로 추가 	<ul style="list-style-type: none"> • 집밥으로 변경 • 제철테마와 통합 • 한류 및 트렌드 테마로 따로 구성 	<ul style="list-style-type: none"> • 일상음식과 통합 • 비건은 건강식으로 변경 	<ul style="list-style-type: none"> • 일상과 통합 • 테마 및 다양한 벨트 설정으로는 무리
벨트 의견	<ul style="list-style-type: none"> • 한정식 추가하여 명절 한상 포함 • 남도음식 : 전라도 한상차림 • 비빔밥 역사적 관점으로 접근 • 건강식 벨트 별도로 하여 그 안에 사찰 포함 	<ul style="list-style-type: none"> • 간장도 장류에 추가 • 고추장을 메인으로 하여 장류 벨트 합치도록 • 기타 삭힌 음식 	<ul style="list-style-type: none"> • 막걸리 벨트/투어 추가 • 지역맥주는 규모를 갖춘 양조장이 필요 • 소주는 상업적이어서 벨트 의미 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> • 탕, 짜개 등 국물로 하나로 통합 • 여름, 겨울 보양 하나로 통합 • 치킨, 바비큐 통합 • 스트리트푸드, 패스트푸드 하나로 통합 	<ul style="list-style-type: none"> • 과일은 디저트 테마에 적절 • 비건은 건강식으로 사찰음식 포함 • 볼나물에서 비건 삭제, 4계절의 제철 볼나물로 풀 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 궁중 디저트 세분화 불필요 • 빈대떡 다른 분류로, 디저트엔 호떡만 해당됨 • 한과, 떡 차와 결합 • 지역 특산물 활용한 간식 활용

■ 최종 선정된 4개 테마 및 30개 벨트 개발

- (최종 4개 테마) 테마 간의 통합 및 트렌드를 반영하라는 K-미식벨트 자문위원의 의견에 따라 최종 4개 상위테마, ‘발효문화’, ‘전통한식’, ‘제철밥상’, ‘유행한식’으로 설정함
- K-미식벨트 30개 벨트는 도출된 4개의 상위테마와의 연계성, 미식관광의 차별적 요소(스토리, 체험, 지역성, 대중성) 여부 및 자원 확보 가능성, 즉 벨트로서의 최소 핵심 미식자원 확보 가능 여부 (음식점 10개 이상, 체험시설 3개 이상 등)을 기준으로 설정하여 개발함
- 이에 따라 상위테마별 K-미식벨트는 다음과 같음

30개 K-미식벨트				
상위테마 (4개)	①발효문화 (4개)	②전통한식 (4개)	③제철밥상 (11개)	④유행한식 (11개)
30개 벨트	김치	종가벨트	사찰음식	K-바비큐
	장류	궁중수라상·한정식	보양식	K-누들
	젓갈	전통차벨트	비빔밥	K-치킨
	전통주	인삼	나물	분식
			해산물	국밥
			민물요리	찌개·탕·전골
			건어물	K-파인다이닝
			쌀	K-술
			콩	K-커피
			버섯	K-디저트
			제철과일	K-베이커리

- ‘한식의 특징’, ‘미식관광의 4개의 성공 및 차별적 요소 여부’, 벨트 구성을 위한 최소 ‘자원확보 가능 여부(개수)’의 기준으로 선정된 30개 벨트 근거는 아래와 같음

*‘O’ 비교적 우수함/양호함, ‘△’ 비교적 미흡함

30개 K-미식벨트 선정 기준								
번호	벨트	연관성 (상위테마)	차별성				자원 확보 가능여부 (개수) (3차 산업 기준)	
			한식 특징	스토리	체험	지역성		대중성
1	김치	발효 문화	주요 발효 한식 문화	O	O	O	O	325개
2	장류			O	O	O	O	574개
3	젓갈			O	△	O	△	107개
4	전통주			O	O	O	O	125개
5	종가	전통 한식	주요 전통 한식 문화	O	O	O	△	24개
6	궁중수라상·한정식			O	O	O	O	1,248개
7	전통차			O	O	O	△	111개

8	인삼		전통, K-힐링, 치유	0	0	0	0	89개
9	사찰음식	제철 밥상	제철 식재료 활용, 비건	0	0	0	0	76개
10	보양식		계절별 보양식, K-힐링	0	△	0	0	4,778개
11	비빔밥		제철 식재료 활용, 비건	0	△	0	0	588개
12	나물		제철 식재료 활용, 비건	0	△	0	0	968개
13	해산물		제철 식재료 활용	0	0	0	0	6,922개
14	민물요리		제철 식재료 활용	0	0	0	△	1,533개
15	건어물		제철 식재료 활용	0	△	0	△	228개
16	쌀		다양한 한식 활용, 밥상	0	△	0	△	3,082개
17	콩		다양한 한식 활용	0	△	0	△	940개
18	버섯		다양한 한식 활용	0	0	0	0	400개
19	제철과일	제철 식재료 활용	△	0	0	0	86개	
20	K-바비큐	유행 한식	K-구이, 해외 인기	0	△	0	0	10,341개
21	K-누들		다양한 메뉴, 해외 인기	0	△	0	0	3,112개
22	K-치킨		다양한 메뉴, 해외 인기	0	0	0	0	808개
23	분식		다양한 메뉴, 해외 인기	0	△	0	0	400개
24	국밥		다양한 메뉴, 해외 인기	0	△	0	0	2,361개
25	찌개, 탕, 골		다양한 메뉴, 해외 인기	0	△	0	0	7,679개
26	K-파인다이닝		제철, 프리미엄, 퓨전	0	△	△	△	61개
27	K-술		K-술 문화, 해외 인기	0	0	0	0	177개
28	K-커피		K-커피 문화	0	0	0	△	103개
29	K-디저트		다양한 메뉴, 해외 인기	△	0	0	0	144개
30	K-베이커리		다양한 메뉴, 해외 인기	0	△	0	0	108개

(3) K-미식벨트 코스컨셉 소개

■ 90개 코스컨셉 4)개발

- 30개 벨트별 코스컨셉 3개, 총 90개 코스컨셉 개발
- 1차~3차 미식산업 및 관광 산업 간 연계, 스토리와 체험이 주요 자원으로 어우러진 차별화된 미식벨트 코스컨셉 개발
- 벨트를 고객과 지자체에 소개하여 시범사업 후보지로 추천하며 민간에서 상품화 시 산업별 자원 DB 활용 및 차별화된 미식관광 가이드라인으로서 90개 코스컨셉 제안

90개 코스컨셉					
상위 테마	벨트	컨셉 1	컨셉 2	컨셉 3	
1	발효 문화	1 김치	신안 섬마을 김치여행	김치스테이로 경험하는 '기다림'의 정석	해남 김치휴양에 빠지다
		2 장류	승마체험과 K-소스 순창고추장 여행	한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장	한국의 '투스카니'와 청국장 미식여행
		3 젓갈	홍성 토굴새우젓 여행	명란젓으로 그때 그 시절로 떠나는 미식여행	제주 해녀와 함께하는 제주 젓갈 여행
		4 전통주	부산 럭셔리 요트에서 전통주를	전통주와 웰니스의 어우러짐	강화도의 100년을 담은 전통주 체험
2	전통 한식	1 종가	안동 선비들의 종가 미식 라이프스타일 경험	종가음식 식자재 헌팅과 속리산 치유 여행	남도 명문종가 스테이와 미식여행

4) K-미식벨트 90개 코스컨셉 상세 내용은 별도 자료로 첨부함

		2	공중수라상 ·한정식	K-팝과 국악과 함께하는 공중 수라상 체험	공중 수라상과 왕실 힐링 체험	살아있는 박물관 경주 왕실과 서민 미식 라이프
		3	전통차	클래식과 K-전통의 만남, 나룻배 위 차 피크닉	보성녹차와 차박에 몰들다	K-forest in your teacup, 정읍 쌍화차 투어
		4	인삼	1500년, 금산 약식 동원 인삼 여행	원기 회복 고려인삼 체험과 골프	양양 라이프스타일과 전통 인삼의 만남
3	제철상	1	사찰음식	명상 트레킹과 사찰 미식 세계	도심에서 즐기는 예술과 사찰음식 치유	K-비건을 알아가는 사찰음식 체험
		2	나물	몸과 자연의 건강을 살리는 ESG 나물 여행	양구 '된치불'의 특별한 미식 경험, 물레길과 시래기	남해 땅두릅과 바다낚시 투어
		3	보양식	서평요가와 여름 보양식으로 몸과 정신 보양	겨울철 활력을 채우는 눈꽃 트레킹과 겨울 보양식	대관령에서 즐기는 왕실 전통 보양식, 티락죽
		4	해산물	동해 오징어의 세계로 다이브하다	사막캠핑과 경험하는 인천 꽃게	해운대 나이트라이프와 부산 갈미조개 여행
		5	민물요리	봄맞이 벚꽃구경과 맛보는 진천 붕어찜	충주 다슬기국과 동굴 카약으로 보내는 시원한 바캉스	삼 채소와 우렁이의 만남, 공주 친환경 미식여행
		6	건어물	겨울바다 드라이브와 바다 맛 과메기	가을바다 차박 체험과 붉은빛 영광 굴비 여행	보랏빛 향기 가득한 신안 김 디톡스 여행
		7	제철과일	담양 딸기 소풍과 떡갈비	밭에서 식탁까지 성주 참외 여행과 수상레저	노지 캠핑과 상주 감 치유 여행
		8	비빔밥	별교 꼬막비빔밥, 해수 뷰티 미식여행	진주 육회비빔밥, 호국 역사 미식여행	전주비빔밥, K-레트로 미식여행
		9	쌀	나의 취향 맞춤 도종쌀 찾기 여행	슬로시티 창평, 반려견 동반 쌀 미식여행	이천 흙이 품어낸 쌀과 도자기 여행
		10	콩	DMZ 자연의 선물, 과주 장단콩	콩과 바닷물의 만남, 강릉 초당두부 미식여행	경북 영주 산림치유 콩 캠프
		11	버섯	부여 백제 문화 속 연꽃과 버섯의 조화 여행	양양 소나무숲 속 낭만 글램핑과 송이버섯	진안 고원의 자연 치유, 능이버섯과 휴양림 체험
4	유행식	1	K-바비큐	숯가마 찜질과 삼겹살 체험	내가 만드는 한우 구이 한상 체험	유네스코 세계유산 7관왕과 K-장어 구이
		2	K-누들	새로운 '면'이 가득한 도시 강릉 여행	과주 장단콩 여행과 K-콩국수	냉정과 열정 사이, 진주 냉면과 유등축제
		3	K-치킨	한강 요트 위 K-치킨 라이프스타일 체험	춘천닭갈비 미식 여행과 일몰 카누 체험	'최초'의 K-치킨을 찾아 떠나는 치킨 투어
		4	분식	K-분식, 부산어묵과 한류 미식여행	식지 않는 열기, 대구 떡볶이와 음악	백암순대와 민속테마파크 전통 여행
		5	국밥	촌캉스로 누리는 '국밥 러스틱 라이프'	가을 등산 후 먹는 옛 방식의 K-국밥	국밥과 함께하는 K-소셜다이닝
		6	찌개, 탕, 전골	페러글라이딩과 갈비탕으로 천년을 보고 맛보다	섬진강 기차여행과 맛보는 시원한 참깨매운탕	동서양의 만남, 의정부 부대찌개
		7	K-파인 다이닝	사이클링으로 도시와 지역 K-파인다이닝 여행	오리지널 K-파인다이닝, 고품격 '난로회' 여행	Hansik Fine Dining in Seoul
		8	K-술	한국의 정서와 자연을 담은 K-와인 팜파티	한량에서의 K-지역 맥주와 캠핑 여행	맷고 단 맛을 담은 K-위스키 체험
		9	K-커피	강릉 위케이션과 커피 투어	K-커피, 팜 투 테이블	서울 커피 오마카세 여행
		10	K-디저트	머리 끝까지 시원하게, K-빙수와 워터 페스티벌	K-과자, 건강식품 '한과'와 DMZ의 건강한 자연 힐링	K-꽃 디저트, '화전'을 위한 꽃 여행
		11	K-베이커리	밀부심 가득한 대전 빵지순례	지역과 낭만을 품은 강릉 빵지순례	천년 역사 경주의 백년 황남빵

* 고유번호 : 상위테마 번호 - 벨트 번호 - 컨셉 번호 ; 예) '한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장', 1-2-2

■ K-미식벨트 특징 및 코스컨셉 가이드라인

- K-미식벨트의 차별화 요소로 30개 벨트 특징과 90개 코스컨셉에 대한 가이드라인을 아래와 같이 설정·개발함

30개 K-미식벨트 특징					
① 한식의이해(다양성, 깊이)가다른 미식관광객의니즈반영	타겟 유형	전통 식 문화 추구형	로컬 라이프스타일 추구형	트렌드 추구형	
	② 한식의특징을 드러낸 테마 설정	상위 테마	테마① 발효문화 (4개) 김치 벨트 강루 벨트 젓갈 벨트 전통주 벨트	테마② 전통한식 (4개) 중기음식 벨트 궁중수라상·완정식 벨트 전통차 벨트 인삼 벨트	테마③ 제철반상 (11개) 사찰음식 벨트 보양식 벨트 비빔밥 벨트 나물 벨트 해산물 벨트 민물요리 벨트 견어물 벨트 쌀 벨트 콩 벨트 버섯 벨트 제철과일 벨트
③ 테마와연계성이 높고 자원 확보가 가능한 벨트 개발	30개 벨트				

K-미식벨트 코스컨셉 가이드라인

① 미식 관련 스토리와 체험을 통해 한식을 개발건할 수 있는 차별화된 요소 적용

② 미식 산업과 관광 산업의 연계를 통해 보다 흥미로운 미식관광 선사

③ 1차, 2차, 3차 미식 산업이 연계 되어 깊이 있는 미식경험 제공

④ 상품명, 기간, 지역, 타겟, 스팟 개수 추천하였으며, 장기적인 관점에서의 가이드라인의 목적으로 개발되어 가격은 제외함

나. 시범사업 운영 방향

(1) 우수 추천벨트 도출 절차 및 목적

■ 테마별 추천 벨트 선정 방법 (서면평가)

- 배경 및 목적

K-미식벨트 시범사업 운영 벨트 잠재적 후보군 제안을 위해, 9명의 자문위원 대상으로 90개 벨트 컨셉 매력도 평가를 진행하여 테마별 Top 5 추천 벨트를 도출함

- 진행절차

1) 90개 컨셉 개발, 2) 90개 컨셉 (서면) 평가, 3) 현장 답사 및 벨트 발전 방향 도출 과정을 통해 시범사업 운영 벨트의 잠재적 후보군을 제안하며 K-미식벨트의 이상적 모델 가이드 및 향후 미식벨트 발전 방향을 도출함

테마별 추천 벨트 선정	
항목	내용
목적	1. 시범사업 운영 벨트에 대한 잠재적 후보군 제안 2. 컨셉을 통해 K-미식벨트의 이상적 모델 가이드 3. 추천 벨트 중 현장 답사를 통해 미식벨트 발전 방향 도출
대상	K-미식벨트 자문위원 10인 (중 9인 참여)
진행기간	23.11.29 ~ 23.12.03

■ 서면평가 평가항목, 배점 및 등급

- 서면평가는 1) ‘차별성’, 2) ‘테마 연계성’, 3) ‘새로움과 매력도’, 4) ‘미식관광 기여도’라는 평가항목들을 기준으로 각각 다음과 같은 평가지표들로 배점을 받음 (표1 참고)
- 각 배점별로 등급은 ‘탁월’, ‘우수’, ‘보통’, ‘미흡’, ‘불량’으로 배분되었으며 세분화된 점수 규모는 다음과 같음 (표2 참고)

표1. 서면평가 평가항목 및 배점		
평가항목	평가지표	배점
① 차별성	차별화된 스토리가 있는가	30
	음식과 지역의 특색이 드러나는가	
	차별화된 체험요소가 있는가	
② 테마 연계성	한식의 특징을 드러내는가	30
	테마를 대표하는가	
③ 새로움과 매력도	미식관광에 있어 ‘미식’과 ‘관광’이 연계된 컨셉이 새롭고 매력적인가	20

④ 미식관광 기여도	1 차 , 2 차 , 3 차 미식산업의 연계를 통해 미식관광 산업 발전에 기여하는가	20
---------------	---	----

표2. 서면평가 배점별 등급		
등급	30점 (①, ②번 항목)	20점 (③, ④번 항목)
탁월	(30-25)	(20-17)
우수	(24-19)	(16-13)
보통	(18-13)	(12-9)
미흡	(12-7)	(8-5)
불량	(6-1)	(4-1)

(2) 서면평가 결과 기반 우수 벨트 추천 및 답사지 선정

■ 우수 벨트 추천 및 답사지 선정

- 서면평가 결과 상위권에 순위한 벨트 중 ‘계절성’, 1차~3차 ‘산업 간의 연계성’, ‘스토리’, ‘체험적 요소’ 및 ‘한식의 대표성’ 등의 요소들을 종합적으로 고려하여 테마별 우수한 벨트 Top5를 추천하였으며 개중 담양, 해남, 횡성, 강릉 총 4곳이 답사지로 선정됨

테마별 우수 벨트 및 답사지						
테마	순위	벨트	컨셉 no.	컨셉명	답사 추천지	사유
발효문화	1	김치	1	신안 삼마을 김치여행	X	계절성 : 갯벌 캐기, 전복 잡이 등 현재 체험 불가
	2	젓갈	1	홍성 토굴 새우젓 여행	X	1차 ~3차 산업 연계성 미비 및 시설 미흡
	3	젓갈	3	제주 해녀와 함께하는 제주 젓갈 여행	X	계절성 및 거리로 인해 답사 불가
	4	장류	2	한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장	O	한식의 대표성을 잘 나타내며 기순도 식품명인과 체험 가능
	5	김치	3	해남 김치휴양에 빠지다	O	한식의 대표성을 잘 나타내며 1차 ~3차 산업 방문 및 체험 가능
전통한식	1	인삼	1	1500년, 금산 약식 동원 인삼 여행	X	계절성 : 현재 인삼 캐기 체험 불가
	2	전통차	2	보성녹차와 차박에 몰들다	△	1차 ~3차 산업 연계 및 체험 프로그램 완성도 높음
	3	종가음식	1	안동 선비들의 종가 미식 라이프스타일 경험	△	종가 문화 핵심 체험 프로그램 체험이 가능하나 이미 잘 알려져 있어 차별화된 K-미식벨트 시범사업으로서 고민 필요
	4	종가음식	3	남도 명문종가 스테이와 미식여행	X	주요 체험이 가상으로 설정되었으며 주요 자원 현재 방문 불가
	5	궁중수라상·한정식	1	K-팝과 국악과 함께하는 궁중 수라상 체험	X	답사 기간 내 K-POP 콘서트 부재
제철잡상	1	콩	2	콩과 바닷물의 만남, 강릉 초당두부 미식여행	O	1차 산업은 부재하나 2차, 3차 산업 자원이 풍부해 관련 체험과 다양한 미식 경험 가능
	2	콩	1	DMZ 자연의 선물, 과주 장단콩	X	계절성 : 주요 체험 및 관광지 현재 방문 불가
	3	오미자	1	문경 오미자 와인 글램핑	X	30 개 벨트에서 제외 됨

	4	버섯	2	양양 소나무숲 속 낭만 글램핑과 송이버섯	X	글램핑 외 차별화된 미식 체험 미흡
	5	사찰음식	1	명상 트레킹과 사찰 미식세계	X	주요 역할을 맡은 정관스님 부재 (출장) → 적극적인 협력 의사 有
유행 한식	1	K-바비큐	2	내가 만드는 한우구이 한상 체험	O	지역 대표성이 높고 한우 관련 체험시설도 흥미로우며 향후 시범사업으로서의 가능성 확인 필요
	2	K-술	1	한국의 정서와 자연을 담은 K-와인 팜파티	X	주 컨셉인 팜파티가 가상으로 설정되어 체험이 어려움
	3	K-바비큐	1	숯가마 찜질과 삼겹살 체험	X	답사로 숯가마 찜질방, 숯불구이 체험이 적합하지 않음
	4	찌개	2	섬진강 기차여행과 맛보는 시원한 참깨매운탕	X	체험 미흡
K-치킨		2	춘천닭갈비 미식 여행과 일몰 카누 체험	X	계절성 : 주요 관광 스팟이 계절에 부합하지 않음	

* 청계 '23년 12월 현장답사지(담양, 해남, 횡성, 강릉)로 선정된 벨트를 표기함

(3) 현장답사 개요 및 논의 방향

■ 현장답사 진행 개요

- 배경 및 목적

: K-미식벨트 시범사업 운영 벨트 잠재적 후보군 제안을 위해, 자문위원 대상으로, 90개 벨트 컨셉 매력도 평가를 진행하여 테마별 현장답사지 (담양, 해남, 횡성, 강릉) 도출 및 현장 답사를 진행하였으며 답사 후 K-미식벨트의 성공적 운영을 위해 발전방향 및 시사점을 논의함

예) 차별적 미식벨트 구성, 마케팅, 해설, 거점공간·조직 운영 방안 등

- 진행절차

: 1) 현장 방문, 2) 체험 및 시식, 3) 발전방향 논의의 절차로 진행됨

답사 개요			
날짜	참여 전문가	컨셉	지역
12/14 (목)	체험 프로그램 분야 자문위원 2인	발효문화 - 장류 벨트 #2 한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장	담양
12/15 (금)	체험 프로그램 분야 자문위원 2인	발효문화 - 김치 벨트 #3 해남 김치휴양에 빠지다	해남
12/19 (화)	관광 정책 분야 자문위원 1인 체험 프로그램 분야 자문위원 1인	유행한식 - K-바비큐 벨트 #2 내가 만드는 한우 구이 한상 체험	횡성
12/20 (수)	관광 정책 분야 자문위원 2인	제철밥상 - 콩 벨트 #2 콩과 바닷물의 만남, 강릉 초당두부 미식여행	강릉

■ 벨트 현장답사 자문 내용

- 답사지별 1) ‘벨트’, 2) ‘미식해설’, 3) ‘거점공간’ 3가지 항목에 대한 논의를 진행하였으며 ‘벨트’는 K-미식벨트의 성공적 운영을 위해 ‘차별성’, ‘테마 연계성’, ‘새로움과 매력도’, ‘미식관광 기여도’ 측면에서 시범사업 운영 벨트로 적합한지에 대한 평가 및 K-미식벨트의 발전방향에 대한 논의가 이루어짐
- ‘미식해설’ 및 ‘거점공간’은 역할 및 기능, 전반적인 운영 방안 등에 대한 논의가 이루어져 K-미식벨트의 성공적 운영을 위한 시사점을 도출함

벨트 현장답사 자문 내용	
항목	자문 내용
① 벨트	차별성 - 스토리, 음식과 지역의 특색, 차별화된 체험
	테마 연계성 - 한식의 특징, 테마의 대표성
	새로움과 매력도 - 미식과 관광의 연계의 새로움과 매력도
	미식관광 기여도 - 1차 ~3차 미식산업 연계를 통한 미식관광 산업 발전에 기여
② 미식해설	K-미식벨트 해설사의 역할 (해설, 기획 등), 활용방안, 해설 내용, 해설사 교육 방향 등에 대한 의견
③ 거점공간	향후 거점공간 조성 방안 (지자체·일반단체 공모 등), 거점공간 역할 및 기능 (교육, 체험, 전시 등), 거점공간 운영조직 등에 대한 의견

(4) 현장답사지

■ K-미식벨트 현장 답사지 #1 개요

K-미식벨트 현장 답사지 #1 개요			
테마	발효문화	지역	전라남도 담양
벨트	장류	날짜	12/14(목)
컨셉	#2 한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장	참석자	자문위원 2인, 수행사 2인, 진홍원 2인, 농식품부 1인

K-미식벨트 현장 답사지 #1 코스

①	②	③	④
기순도 명인과 장 체험	죽녹원 대나무 숲 투어	현장답사 자문회의	대통밥, 죽순, 떡갈비 정식 시식
			
<ul style="list-style-type: none"> • 전통식품명인 제36호, 기순도 명인과 함께하는 장 체험 • 간장된장, 고추장, 청·중·진장, 청국장 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화관광해설사와 함께하는 국내 가장 큰 대나무 숲 산책 • 전반적인 대나무에 대한 설명과 미식관 	<ul style="list-style-type: none"> • 답사한 벨트 현장의 긍정적 요소와 보완점 논의를 통해 K-미식벨트의 성공적 운영을 위한 발전방 	<ul style="list-style-type: none"> • 답사한 벨트 현장의 긍정적 요소와 보완점, 거점공간 운영, 미식해설 등의 논의를 통해 K-미식벨

요거트 시식 • 찹쌀 고추장 만들기, 딸기고추장 굴 무침, 간장 김치겉절이 만들기 • 장독대 투어	광과 연계할 수 있는 방안 탐색	향 및 시사점 도출	트의 성공적 운영을 위한 발전방향 및 시사점 도출
--	-------------------	------------	-----------------------------

■ K-미식벨트 현장 답사지 #1 발전방향 피드백 회의 (요약)

- 발효문화-장류벨트 (전남 담양) 답사 후 ‘벨트’, ‘시범사업’, ‘미식해설’, ‘거점공간’에 대한 발전방향을 다음과 같이 논의 함

K-미식벨트 현장 답사지 #1 발전방향 피드백 회의		
(1) 벨트 스팟별 자문의견		
① (미식체험) 기순도	② (관광) 죽녹원	③ (음식점) 명가정
 <p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기순도 고추장만의 특징, 기순도에서만 경험 가능한 고추장 체험 및 이야기 보유 • 장소 자체만으로 매력적인 관광 스팟 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 자료들을 유기적으로 잘 구동할 수 있는 작업 필요 • 전통성을 유지할 수 있는 매뉴얼과 시스템 필요 • 콘텐츠 완성도가 높아 적극적인 홍보와 마케팅 필요 • 장의 가치와 비례한 체험 비용을 적절하게 설정하여 외국인에게 장의 가치를 간접적으로 전달 및 장의 가치와 운영의 지속성 제고 • 현대적인 공간보다 전통적인 체험 공간 필요 	 <p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 대나무 관련 미식 코스로의 가능성이 있음 • 대나무 숲 관광 후 대나무 관련 요리(대통밥, 죽순) 시식 경험이 연결되어 좋게 작용함 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 발효와 보다 연결되도록 보완 및 관광 중심이 아닌 대나무와 미식적인 연계 필요 • 투어 하며 이미지와 같은 시각적 자료와 재미 요소 필요 • 인근 국수거리, 채식 식당 등을 단순 맛집 소개 하듯이 하는 게 아닌 장/간장을 활용한 식당으로 엮어 추가적인 미식 콘텐츠로서 벨트 빈 공간을 채울 필요가 있음 	 <p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 죽녹원(대나무 숲)과 대통밥, 죽순이 연결된다는 점이 좋음 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 떡갈비 또한 명인이 하는 음식점으로 선정하여 보다 미식적인 요소를 부각 시키도록 세밀하게 구성 필요
(2) 시범사업, 미식해설, 거점공간 자문의견		
① 시범사업	② 미식해설	③ 거점공간
<ul style="list-style-type: none"> • 기순도를 시범사업으로 적극 추천함 • ‘한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장’이라는 코스컨셉 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 및 관광 전문가, (미식) 해설 경력자 활용 • 직접적인 설명은 최소화 하며 전체를 인솔하는 MD 	<ul style="list-style-type: none"> • 인근 자원들을 발굴하여 벨트를 재구성하는 역할 필요 • 발효테마(김치, 장류, 전통주 등) 관련 지역 스팟을 발

<p>내 세세하게 미식과 엮을 수 있는 요소들 발견 필요 예) 공예문화 경험하여 된장 차, 김치 차 시음 등</p> <ul style="list-style-type: none"> • 명인의 캐릭터 및 전통적이며 로컬한 분위기를 살려 유기적인 운영, 효율적인 체험, 여유로운 시간 인배 필요 • 현재 있는 자원 내에서 미식적인 활용 방안에 대한 모색 필요 • 홍보 효과가 확실한 인플루언서 등으로 구성하여 홍보 진행 • 미식벨트의 첫인상/ 이미지로 내세우는 시범사업으로 기순도가 적합함 • 향후 목포에 설립될 향토음식진흥센터와 분위기적으로도 어울림 • 비용을 제대로 책정하여 한국 장의 가치 제고 필요 	<p>개념으로 보다 발전된 코스 기획 및 품질관리 등의 역할을 부여하는 것을 제안함</p> <ul style="list-style-type: none"> • 벨트별 세밀한 해설기획과 교육 (스팟별 세세한 해설 가이드라인) 필요 • 교육 등을 통해 기존 해설 자격증 보유자들의 미식적인 관점을 확장시키는 방향 필요 	<p>굴, 연결 및 관리하는 역할 부여</p>
---	--	---------------------------

■ K-미식벨트 현장 답사지 #2 개요

K-미식벨트 현장 답사지 #2 개요			
테마	발효문화	지역	전라남도 해남
벨트	김치	날짜	12/15(금)
컨셉	#3 해남 김치휴양에 빠지다	참석자	자문위원 2인, 수행사 2인, 진흥원 2인, 농식품부 1인
K-미식벨트 현장 답사지 #2 코스			
① 배추밭 견학	② 회원농협 이맑은김치공장	③ 김치휴양마을 견학	④ 현장답사 자문회의
			
<ul style="list-style-type: none"> • 전국 최대 배추 생산지인 해남의 배추를 볼 수 있는 김치공장 인근 배추밭 견학 • 해남 배추의 특징 등 이야기 • 배추밭 투어, 배추 수확 체험 등의 프로그램 진행여부 탐색 	<ul style="list-style-type: none"> • 김치가공 공장 견학 (김치 전 생산과정 확인) • 전시된 김치 제품, 김치 홍보 전시관 관람 • 김치가공 공장 견학 중 김치 버무리기 체험 후 두부, 고구마 및 묵은지 피자 시식 	<ul style="list-style-type: none"> • 김치 휴양마을에 방문하여 현재 마을 현황 및 벨트 스팟으로서의 가능성 등 파악 	<ul style="list-style-type: none"> • 답사한 벨트 현장의 긍정적 요소와 보완점, 거점공간 운영, 미식해설 등의 논의를 통해 K-미식벨트의 성공적 운영을 위한 발전방향 및 시사점 도출

■ K-미식벨트 현장 답사지 #2 발전방향 피드백 회의 (요약)

- 발효문화-김치벨트 (전남 해남) 답사 후 ‘벨트’, ‘시범사업’, ‘미식해설’, ‘거점공간’에 대한 발전방향을 다음과 같이 논의

K-미식벨트 현장 답사지 #2 발전방향 피드백 회의

(1) 벨트 스팟별 자문의견

① (미식관광) 배추 밭	② (미식체험) 김치공장	③ (미식관광) 김치휴양마을
		
<p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 잘 갖춰진 시설과 상시 응대가 가능한 여건이 마련됨 • 김치 생산과정을 보여줌으로써 김치 전 과정을 알리며, ‘공장’에 대한 부정적 인식을 개선하여 신뢰를 줄 수 있음 • 기본적인 인프라가 갖춰져 있어 개선사항이 명확하며 협력할 의지 또한 있어 보임 • 농협과 같은 기업과 연계 시 안정적 운영이 기대됨 • 누구나 참여할 수 있는 대중성(낮은 가격, 외국인/어린이가 참여 가능)이 돋보임 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 체험 진행 시 주 식재료(배추)부터 소개하며 해남 배추와 다른 지역과의 차별점 등 이야기 필요 • 배추밭 견학 및 수확 체험을 대체할 수 있는 시각적 요소(배추 모형, 텃밭 등) 필요 • 기능적 내용은 있지만 ‘사진 찍을만한’ 콘텐츠, 장소 필요 • 군청에 해설 지원 요청하여 해설사의 언어적인 부분, 스토리 등 보완 필요 • 외국인들도 쉽게 체험을 할 수 있도록 다양한 체험 옵션 설정 필요 예) 김치 버무리는 양, 체험 일정 등 • 완성된 묵은지 피자를 시식하기 보다 직접 묵은지를 채 썰어 토핑으로 올린 후에 조리하여 시식하는 경험으로 보다 김치에 대한 임팩트 있는 경험 제공 	<p>1. 현황</p> <ul style="list-style-type: none"> • 외국인에게 접근성 낮음 • 김치 관련 프로그램, 축제가 있으나 지속적으로 운영되지 못함 • 마을 주민이 직접 관리·운영하여 상황에 따라 프로그램 여부가 달라지며 시설의 관리·유지가 어려움 • 프로그램 운영 변동성이 커 주민자치 주도 체험시설 활용 시 안정성 검증이 필요 	

(2) 시범사업, 미식해설, 거점공간 자문의견

① 시범사업	② 미식해설	③ 거점공간
<ul style="list-style-type: none"> • 이팝은김치를 시범사업으로 적극 추천함 • 농협과 같은 현대적인 공간 보다 기순도와 같은 향토적인 공간과 재료와 명인과 같은 주 관계자가 직접 프로그램을 진행하는 것이 보다 큰 감동을 선사함 • 기순도(프리미엄)와 농협 이팝은김치(대중적인)의 체험 	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인을 대상으로 하는 체험 진행을 위해 전문적인 교육 필요 • 공장의 농협 직원들을 대상으로 미식해설 교육 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 시범사업 시 철저한 품질관리 역할 수행

비용이 다르듯 고객도 상이 하여 타겟을 명확히 해야 함 • 현재의 저렴한 비용이 아닌 외국인 할인 없이 체험비용을 제대로 책정하여 한식의 김치의 가치를 각인시킬 필요가 있음 • 1박2일 코스로 기순도 방문 후 김치체험 및 다른 발효음식, '젓갈'을 목포 젓갈거리에서 경험하는 코스를 기획해도 풍부한 미식관광 제공이 가능함		
---	--	--

■ K-미식벨트 현장 답사지 #3 개요

K-미식벨트 현장 답사지 #3 개요			
테마	유행한식	지역	강원도 횡성
벨트	K-바비큐	날짜	12/19(화)
컨셉	#2 내가 만드는 한우 구이 한상 체험	참석자	자문위원 2인, 수행사 2인, 진흥원 1인

K-미식벨트 현장 답사지 #3 코스

①	②	③	④	⑤
횡성 전통시장 관광	국순당 주향로 투어	횡성축협한우 프라자 한우 구이 시식	횡성한우체험관 투어	현장답사 자문회의
				
<ul style="list-style-type: none"> • 120여년의 역사를 가진 횡성 전통시장 탐방 • 현지 특산물인 한우, 더덕 등을 활용한 음식 시식 	<ul style="list-style-type: none"> • 국순당에서 운영하는 주향로 견학 프로그램 참여 • 전통주 역사 및 실제 주조 과정 관람 • 다양한 전통주 시음 • 전문 해설사의 해설 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 횡성 축협에서 운영하며 고품질의 100% 인증 한우를 경험 • 숯불 구이 체험 • 정육 코너에서 직접 마음에 드는 부위를 선정하여 즐길 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 횡성의 역사와 문화를 테마화한 한우문화 전시 체험관 탐방 • 한우를 활용한 쿠킹클래스, VR존 등 다양한 방식을 통해 한우를 경험 	<ul style="list-style-type: none"> • 답사한 벨트 현장의 긍정적 요소와 보완점 논의를 통해 K-미식벨트의 성공적 운영을 위한 발전방향 및 시사점 도출

■ K-미식벨트 현장 답사지 #3 발전방향 피드백 회의 (요약)

- 제철밥상-K-바비큐벨트 (강원 횡성) 답사 후 '벨트', '시범사업', '미식해설', '거점공간'에 대한 발전방향을 다음과 같이 논의 함

K-미식벨트 현장 답사지 #3 발전방향 피드백 회의

(1) 벨트 스팟별 자문의견

① (미식체험) 한우체험관	② (관광) 국순당 주향로	③ (음식점) 축협프라자
 <p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 우수한 시설을 바탕으로 어린이들을 위한 프로그램이 잘 구성되어 있음 • 미식 사업에 대한 의지가 뛰어나 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 설립 취지에 따른 미식 콘텐츠 확장이 어려움 • 어린이가 주 대상임으로 성인을 대상으로 한 프로그램 필요 • 실질적으로 소를 경험하는 목장투어와 같은 프로그램 필요 • 우수 프로그램의 상설 운영이 필요함 	 <p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전문 해설사, 관람 시설, 시음 등을 갖춘 가장 이상적인 체험 시설을 갖추고 있음 • 구매 및 브랜드 홍보 효과를 자연스럽게 이끌어 낼 수 있음 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 간접 체험은 있으나 직접 술을 빚어보는 양조 체험이 부재하여 개설 필요 	 <p>1. 긍정적 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 품질 좋은 소고기를 저렴한 가격에 경험할 수 있음 • 다양한 부위를 직접 골라 먹는 경험을 할 수 있음 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 횡성까지 와서 한우를 먹어야 할 보다 명확한 이유 제공 필요(예: 한우 목장 체험 연계) • 한우, 숯 등 식자재에 대한 스토리텔링 및 해설 필요

(2) 시범사업, 미식해설, 거점공간 자문의견

① 시범사업	② 미식해설	③ 거점공간
<ul style="list-style-type: none"> • 시설을 갖췄을 뿐 아니라 협력할 의지가 있는 곳을 찾아야 함 • 국제적인 과급력을 갖기 위해서 이미 시설과 콘텐츠가 잘 구성되어 있는 곳을 발굴할 필요가 있음 • 자원 및 시설 소유자의 의지를 이끌어 내는 것이 필요함 • 문화적 종주국의 지위를 갖고 갈 수 있는 대표적인 자원이 필요함 (Made in Korea / Soft Power) • 한우보다는 김치가 더 적합하다고 생각함 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 내 미식관광 해설의 역할을 수행할 수 있는 인적 자원을 활용 및 육성하는 방향으로 지자체와 협력하는 방식을 활용하는 것이 필요해 보임 (예: 횡성 관광 택시 사업) • 관광통역 가이드를 대상으로 미식 교육 진행 • VIP 대상 특별 서비스를 제공할 수 있는 소수 고급인력 육성도 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> • 쿠킹 클래스 등 다양한 체험 프로그램 운영이 가능하며 사무 업무도 보유한 공간이 필요하여 한우체험관 같은 공간이 거점 공간 협력 대상으로 적합함 • 다만 한우체험관의 경우 설립 인허가 목적으로 인하여 활용하는 데 한계가 있음

■ K-미식벨트 현장 답사지 #4 개요

K-미식벨트 현장 답사지 #4 개요			
테마	제철밥상	지역	강원도 강릉
벨트	콩	날짜	12/20(수)
컨셉	#2 콩과 바닷물의 만남, 강릉 초당두부 미식여행	참석자	자문위원 2인, 수행사 2인, 진흥원 1인

K-미식벨트 현장 답사지 #4 코스

①	②	③	④	⑤
원조초당순두부 시식	허균, 허난설헌 기념공원 관광	순두부젤라또 1호점 시식	소금강마을 두부만들기	현장답사 자문회의
				
<ul style="list-style-type: none"> 초당두부마을 내 강릉 최초 순두부 전문점에서 초당 순두부 시식 음식점 대표님이 직접 설명해 음식점의 역사 및 강릉 초당두부에 대해 이야기 	<ul style="list-style-type: none"> 문화관광해설사와 함께 하는 최초의 한글소설 허균과 최고의 여류문인 허난설헌을 기념하는 기념공원 투어 투어하며 듣는 허균의 아버지 허엽과 여인 초당두부 이야기 	<ul style="list-style-type: none"> 초당두부 마을 내 강릉에서만 맛볼 수 있는 순두부 젤라또 시식 	<ul style="list-style-type: none"> 강릉 초당두부 만들기 체험 콩 종류, 한살이 과정 등을 알아 보며 두부 전 생 산과정 체험 및 두부 시식 초당두부의 유래에 대한 설명을 통해 이해 확장 	<ul style="list-style-type: none"> 답사한 벨트 현장의 긍정적 요소와 보완점, 거점공간 운영, 미식해설 등의 논의를 통해 K-미식벨트의 성공적 운영을 위한 발전방향 및 시사점 도출

■ K-미식벨트 현장 답사지 #4 발전방향 피드백 회의 (요약)

- 유행한식-K-바비큐벨트 (강원 강릉) 답사 후 ‘벨트’, ‘시범사업’, ‘미식해설’, ‘거점공간’에 대한 발전방향을 다음과 같이 논의 함

K-미식벨트 현장 답사지 #4 발전방향 피드백 회의			
(1) 벨트 스팟별 자문의견			
①	②	③	④
(미식관광) 원조초당순두부	(관광) 허균-허난설헌 기념관	(미식관광) 순두부젤라또 시식	(미식체험) 소금강마을
			
1. 긍정적 요소 <ul style="list-style-type: none"> 설립자의 손자가 직 	1. 긍정적 요소 <ul style="list-style-type: none"> 왜 해당 관광지가 콩 	1. 긍정적 요소 <ul style="list-style-type: none"> 순두부로 만든 독특 	1. 긍정적 요소 <ul style="list-style-type: none"> 주 타겟층인 지역 유

<p>접 초당 순두부를 해설하여 진정성 있는 해설이 돋보임</p> <ul style="list-style-type: none"> • 두부가 익숙한 중국인 관광객 등 외국인 관광객들에게도 적합한 추천 미식 스팟 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 음식관광 프로그램에 적합하도록 특별 소량 메뉴 제공 필요 • 좋은 스토리를 가졌으나 대표가 매번 해설하기 어려워 이를 대체할 사람 필요 	<p>벨트 스팟 중 하나인지에 대한 스토리 (예: 초당 두부의 이름이 왜 초당두부인지, 허균 아버지, 허엽이 초당두부 창시자라는 설 등)가 있어 방문 의의가 높음</p>	<p>한 젤라또가 특징이며 콩벨트 연계 디저트로써 적합함</p> <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 판매가 중심인 대중적인 스팟이므로 해당 음식에 대해 별도 스토리텔링 콘텐츠 개발 필요 	<p>치원 및 초등학교 학생 및 여름 농촌체험 가족이 쉽게 체험할 수 있어 대중의 만족도가 높음</p> <ul style="list-style-type: none"> • 초당 순두부의 유래와 제조 원리를 배우고 두부 제조 체험을 할 수 있음 <p>2. 보완 요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 두부 외 보다 다양한 음식 및 체험을 제공하여 프로그램의 다양성 및 프로그램에 대한 흥미 제고 필요
---	--	--	--

(2) 시범사업, 미식해설, 거점공간 자문의견

① 시범사업	② 미식해설	③ 거점공간
<ul style="list-style-type: none"> • 대중적으로 쉽고 편리하게 체험 가능 • 로컬로 내려간 청년 셰프, 청년 다이닝 등의 자원들을 활용하여 프로그램을 개발한다면 외국인 대상 타겟팅으로 흥미로운 프로그램 제공이 가능함 • 벨트와 연관성이 낮은 관광 자원들은 기타 정보 제공만으로도 충분하며 코스에는 제외하는 것을 제안함 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 기반으로 거주하는 주민(사장님, 큐레이터 등)이 중심이 되어 해설하는 방안 필요 <p>(예: 전문 해설사 보다, 셰프, 공장장, 미식벨트 개발자가 진행하는 투어는 우선순위와 진정성이 있어 상품으로서의 부가가치가 향상됨)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인이 니즈에 유연하게 응대할 수 있는 사람(가이드)을 지정하는 것이 더 적합함 • 외국인들이 음식점 및 체험 자원에 방문하면 능동적으로 스토리텔링이 가능한 미식해설사를 양성하는 미식벨트 거점공간으로서의 의의가 있음

(5) 현장답사 종합 시사점

■ 벨트 시사점

- 현장답사를 통해 각 벨트 발전방향에 대한 시사점은 다음과 같이 도출함

벨트 시사점			
장류 벨트	김치 벨트	K-바비큐 벨트	콩 벨트
<p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> • 명인을 통해 400년 전통의 진정성 있는 스토리, 지역 식자재 활용, 독특한 레시피가 어우러져 한식의 특징 	<p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> • 대기업(농협)이 운영하는 미식 체험 프로그램의 안전성, 위생, 편리함, 가격 등 하드웨어적인 측면에서 매우 우수함 	<p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> • 다양한 대상을 위한 프로그램 및 목장 투어와 같은 1차 산업 프로그램 필요 • 체험관의 경우 하드웨어, 소프트웨어가 	<p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> • 설립자와 같은 스팟의 스토리를 진정성 있게 전달해 줄 인적 자원 필요 • 두부 제조 체험은 어린이 성인 등 모

<ul style="list-style-type: none"> 을 (재)발견할 수 있는 벨트임 • 관광자원과 연계 시 미식적인 관점으로 연계 필요 • 단순 맛집 소개가 아닌 보다 깊은 미식적인 요소를 제공하는 디테일한 기획·구성으로 보완 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 제조 경험뿐 아니라 식재료부터 취식까지 통합적 산업을 연계하는 콘텐츠/프로그램 필요 • 다양한 고객 층을 위해 체험 신청 옵션을 보다 다양화 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 잘 갖추어져 있으며 (브랜드)구매 경험까지 이끌어내는 것이 중요 • 체험보다는 취식 중심이므로 해당 지역에서 한우를 경험해야 되는 이유, 당위성 제공 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 든 대상이 참여할 수 있으며 체험 후 해당 식자재에 대한 관심을 높일 수 있는 우수한 자원임 • 콩 중심의 일관성은 있으나 모든 스팟이 콩으로만 구성되어 다소 단조로운 면이 있어 보완 필요
--	--	---	--

[종합 시사점]

- ① 한식의 특징을 (재)발견할 수 있는 체험시설은 미식벨트의 핵심 자원임
- ② 체험시설의 하드웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어에 대한 세밀한 개선이 필요하며 지속적으로 운영할 수 있는 대상지와의 협력 필요
- ③ 풍부한 미식 경험을 위해 1차, 2차, 3차 미식 산업 자원 및 관광 자원과의 긴밀한 연계 필요

■ 미식해설 및 거점공간 시사점

- 발전방향 피드백 회의 후 미식해설 및 거점공간에 대한 시사점 및 종합 시사점은 다음과 같음

미식해설 및 거점공간 시사점		
미식해설사 대상	미식해설사 역할	미식해설 교육 내용
<ul style="list-style-type: none"> • 문화관광해설사 인적 자원 및 전문성이 잘 갖추어져 있으나 미식에 대한 전문성이 미흡하여 관련 보수 교육이 필요함 • 해설의 진정성과 전문성을 고려할 때 창업자, 미식 자원 관리자의 해설 만족도가 높음. 다만 현실적으로 해설을 지속할 수 없는 바 그들의 콘텐츠를 해설화 할 시스템과 지원 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 해설사는 해설을 넘어서 인솔자, MD와 같은 역할로 코스 시간 분배, 세심한 콘텐츠 기획 등 벨트 전반의 일을 관여 할 때 미식벨트의 품질이 높아질 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 전반적으로 지역 외국인 고객에 대한 대응이 미흡함. 관련 해서 전문적이고 흥미로운 교육 필요 • 코스 관리자로서 지속적인 코스 개선을 위한 미식적인 관점 교육 필요
거점공간 역할	거점공간 시설	
<ul style="list-style-type: none"> • 지역 내 벨트 관련 자원 발굴, 아카이브, 연결 및 품질관리 • 쿠킹 클래스 등 다양한 미식 체험 프로그램 기획·운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 쿠킹 클래스를 진행할 수 있는 체험 시설 • 사무 업무를 수행할 수 있는 공간 • 미식해설 등의 교육을 진행할 수 있는 공간 	

- 미식해설사 네트워크를 통해 고객 맞춤 가이드 연결
- K-미식벨트 취지와 가치가 내재화된 미식해설사 양성



[종합 시사점]

- ① 문화관광 해설사의 역량 및 인프라가 높아 활용성은 높으나 미식해설에 대한 보수 교육 필요
- ② 해설 품질 향상을 위해 장기적으로는 미식 전문가를 활용한 해설사 활용 방안이 필요함
- ③ 해설사는 해설을 넘어 미식벨트 전반을 이해하고 관련 업무를 진행해야 해설과 벨트의 품질을 높일 수 있음
- ④ 지역 내 한식진흥원과 다양한 업무를 협조할 거점공간 필요

■ 시범사업 벨트 시사점

- ‘서면평가 결과(순위)’, ‘산업 간의 연계성’, ‘스토리’, ‘체험적 요소’ 및 ‘한식의 대표성’을 고려하여 선정된 답사지 기반으로 시범사업에 대한 제언을 다음과 같이 도출함
- ‘24년 시범사업 벨트로 는 발효문화-장류 벨트의 ‘한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장’ 코스컨셉으로 제안함

시범사업 벨트 시사점				
진단 항목	(발효문화) 장류 벨트	(발효문화) 김치 벨트	(유행한식) K-바비큐 벨트	(제철밥상) 콩 벨트
각 테마 내 순위	4 위	5 위	1 위	1 위
산업 연계성	★★★★☆ (4.5/5)	★★★★★ (5/5)	★★★☆☆ (3/5)	★★★☆☆ (3/5)
스토리 요소	★★★★★ (5/5)	★★★★☆ (4/5)	★★★☆☆ (2/5)	★★★★☆ (3.5/5)
체험 요소	★★★★★ (5/5)	★★★★☆ (4/5)	★★★☆☆ (3/5)	★★★★☆ (4/5)
한식의 대표성	★★★★★ (5/5)	★★★★☆ (4.5/5)	★★★☆☆ (2/5)	★★★☆☆ (2/5)
지문위원 의견	“기순도 명인은 세계적으로 알려져 있다는 장점과 향 후 설립될 향토음식진흥센터와의 분위기 및 첫 시범벨트로서의 위상이 걸맞아 적극 추천함”	“김치의 대중성과 대표성, 훌륭한 체험 프로그램이 돋보이나 회원 농협 체험시설의 공장 이미지가 강한 것이 다소 아쉬움”	“한우라는 한국의 대표적이며 대중성이 높은 구이 메뉴이나 체험 요소가 낮아 첫 시범벨트로는 다소 미흡함”	“콩이라는 식자재의 높은 대중성과 함께 체험 요소가 훌륭하나 다소 단조로운 벨트이며 한식을 대표하기에는 미흡함”

IV

K-미식벨트의 자생화를 위한 운영 방안

IV. K-미식벨트의 자생화를 위한 조직·시설 등 운영방안 수립

가. 거점조직 및 공간 운영 방안

(1) 목적

■ 역할

- K-미식벨트 자생화를 위해 지속적으로 K-미식벨트 품질 유지·개선·지원을 하는 거점공간을 운영·관리
- 거점조직의 위치(거점공간) 5개소 및 민간·공공 등 관리 주체 선정 필요

(2) 단계별 전략

■ 초기 협력 전략

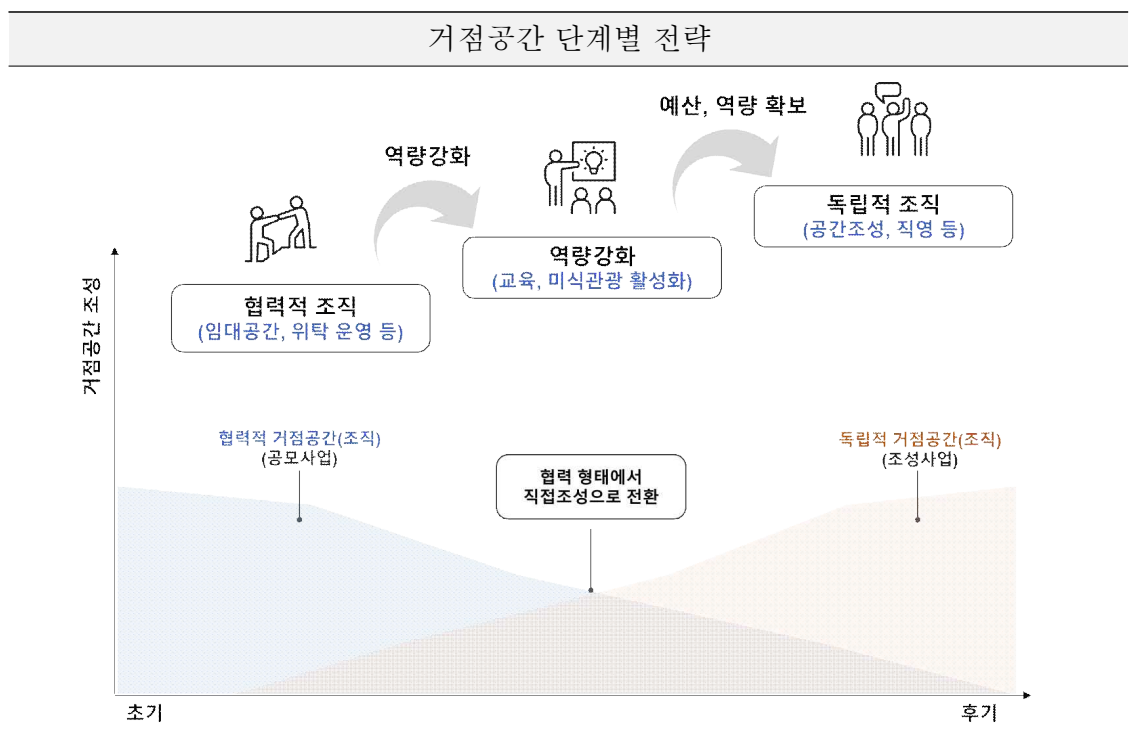
- 초기에는 자본, 인력 등 확보가 어려워 기존 지역의 미식관광 관련 시설 및 조직과 임대, 위탁 등의 형태로 협력하는 형태 추진

■ 중기 활성화 전략

- 중기적으로는 K-미식벨트 사업 활성화를 통해 미식관광 산업을 확장하고 생태계 조성을 통해 자원, 예산 등 확보

■ 중장기 독립 전략

- 장기적으로는 K-미식벨트 사업 추진 역량 및 예산을 확보하여 자체적으로 공간을 조성하고 독립적인 운영 조직을 구성



(3) 거점공간 선정 방안

■ 거점공간 5개소 제안

- 거점공간이 존재하기 위해서는 관리할 벨트와 미식자원이 있어야 함으로 벨트 조성계획에 따른 도별 거점시설을 찾는 것이 필요함
- 지역 안배를 위해 5개 권역으로 분류하였으며 벨트 연관 또는 인근 도시, 교통 중심지 (예: KTX 정차역)로 선정
- 따라서 전라도(목포), 경기도, 충청도, 강원도, 경상도를 거점 지역으로 제안함

거점공간 5개소 제안



■ 활용 가능한 공간 유형 모색

- 사업 목적과 예산 확보에 따라 유휴공간을 활용한 새로운 거점공간 조성 혹은 타 공공사업을 통해 미식 관련 시설이 이미 조성되어있는 공간과 협력하는 방법 중 적절한 안을 선택하는 것이 필요함
- 현재 전국 각지에는 아래 표와 같이 시대의 변화에 따라 여러 사유로 발생한 다양한 유휴시설들이 있음

거점공간 활용 가능 공간유형			
안	공간구분	유희공간 발생 양태	사례
유희공간 활용하여 새롭게 조성	군사시설	군사시설 이적지	미군 부대 이적지 국군기무사 이적지
	산업시설	폐공장/창고 이적지	영등포 OB 공장 삼덕제지 이전지
	행정시설	행정기관/공공청사 이적지	정부종합청사 이적지 도청 이적지
	교육시설	폐교	농산어촌 소재 폐교
	교통시설	폐선부지	광주 폐선 부지 장항선 폐선 부지
		옛 역사	옛 서울 역사 간이 역사
	기타시설	폐발전소	당안리 화력발전소
폐정수장/유수지, 쓰레기 매립지, 병원 등		선유도 뚝섬	
미식 관련 시설을 갖춘 공간과 협력	대기업 협력공간	공장, 체험시설	화원농협 이맑은김치 (지자체 홍보 의지가 강하며 연중 운영할 수 있는 시설, 인력, 시스템 보유)
	지자체기관 운영 공간	전시관, 체험시설	황성한우체험관 (협력 의지가 강하며 관련 인프라를 보유하고 있으나 미식 전문가의 부재 및 설립 취지로 인해 콘텐츠 보완의 한계가 있다는 단점이 있음)
	지자체 조성공간	연구, 전시, 체, 정보전달 등	향토음식진흥센터 (향후 설립 예정이며, 미식 관련 시설, 인력, 프로그램, 연구 등을 보유할 것으로 예상)
	기타	타 공공 사업을 통해 조성된 (미식 관련 시설을 갖춘) 공간	행정안전부의 소통협력공간 사업(전국 6개소 운영), 문화체육관광부의 유희공간 문화재생 사업(전국 29개소 운영)

출처: 유희공간 문화적 활용의 의미와 방향, 한국문화관광연구원, 2009

- 지역의 유희공간을 K-미식벨트 사업에 맞추어 미식 관련 시설을 설치하여 활용하는 방식은 K-미식벨트 취지에 맞는 다양한 미식 활동 공간으로 활용할 수 있는 자율성이 높음
- 하지만 조성 과정에서 미식 프로그램 운영에 필요한 조리체험실 설치와 운영 등 미식 활동에 적합한 공간으로 리모델링 하는 것은 높은 비용이 발생함
- 더불어, 거점공간 특성상 접근성, 의미성, 환경성이 중요하나 현존하는 대부분의 유희공간들은 지역에서도 외각에 위치하여 거점공간으로서의 역할을 충족하는데 미흡함
- K-미식벨트 사업이 활성화된 이후에 독립적인 개체로서의 거점공간 설립을 시행하는 것이 적합하며 단기적으로는 최소의 비용으로 보다 효율적인 거점공간 마련을 위해 기존 공공사업을 통해 조리시설과 같은 미식 관련 시설을 갖춘 공간과 협력·리모델링을 제안함
- 미식 관련 시설을 갖춘 공간과 협력하기 위해, 주로 지자체 대상 공모를 통해 지역의 자발적인 참여를 유도하여 제시한 공간 유형에 맞춰 지자체에서 공간을 발굴 및 제안하는 방식을 활용함
- 행정안전부의 소통협력공간, 문화체육관광부의 유희공간 문화재생사업 등 다양한 공공사업을 통해 조리 체험실과 같은 미식 연관 시설이 이미 조성된 유희공간을 활용하는 방식으로 비용 및 시간을 절약할 수 있음
- 하지만 타 사업의 시설로 일부 공간 활용, 프로그램 운영 등에 있어서 자유롭게 활용할 수 없는 한계가 존재함

거점공간 공간유형 분석		
구분	새로운 공간 조성	기존 공간과 협력
개요	유희공간을 발굴하여 미식벨트 공간으로서의 역할을 할 수 있도록 리모델링 진행 후 사용	타 사업을 통해 미식 연관 시설이 이미 설치된 유희공간과 협력하여 사용
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 사업 맞춤형 공간 조성 가능 • 비교적 자유로운 활용 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 비용 및 시간 절약
단점	<ul style="list-style-type: none"> • 조성 비용과 시간이 많이 소요됨 	<ul style="list-style-type: none"> • 공간 조성 자율성이 부족함
예상비용	<ul style="list-style-type: none"> • 리모델링 비용: 50억 원 이상 • 운영비: 5~6억 원 / 년 	<ul style="list-style-type: none"> • 운영비: 5~6억 원 / 년
선정방식	지자체 공모 방식	
시사점	<ul style="list-style-type: none"> • 예산 및 사업 운영 역량이 확보된 이후 후기 모델로 적합함 	<ul style="list-style-type: none"> • 예산 및 역량이 부족한 초기 모델로 적합함

■ 지자체 대상 거점공간 공모 프로세스

- 제안된 거점공간 5개소⁵⁾ 지역 및 인근 지역 대상으로 ‘협력 공간’에 해당되는 공간 중심으로 공모 진행
- 평가 기준에 따라 미식 및 관광 분야 전문가 대상으로 평가를 시행하여 최적화된 거점공간 선정



거점공간 평가 기준	
공간 유형	<ul style="list-style-type: none"> • 협력 공간 항목에 해당하는 공간 : 대기업 협력 공간, 지자체 기관 운영 공간, 지자체 조성 공간, 소통협력공간 사업, 유희공간 문화재생 공간
공간 기준	<ul style="list-style-type: none"> • 거점성 : 권역 내 미식벨트와의 연계 소통 능력 • 접근성 : 물리적(교통편, 유동인구 등), 정서적(호감, 매력)접근성 • 안정성 : 장기 존속 여부, 주변 환경 부정적 변화 가능성 등 • 의미성 : K-미식벨트와 연계된 스토리텔링 가능 여부 • 환경성 : 저탄소, 저에너지시스템 가능 여부, 주변풍경 조화 등
조건	<ul style="list-style-type: none"> • 하드웨어 : 벨트 및 프로그램 운영, 교육 등을 진행할 수 있는 시설 • 휴먼웨어 : 사람들의 열정, 전문성 등

5) 거점공간 5개소 제안 : 전라도(목포), 경기도, 충청도, 강원도, 경상도

(5) 거점 공간 기능 및 구성

■ 거점 공간 기능 및 시설물 구성

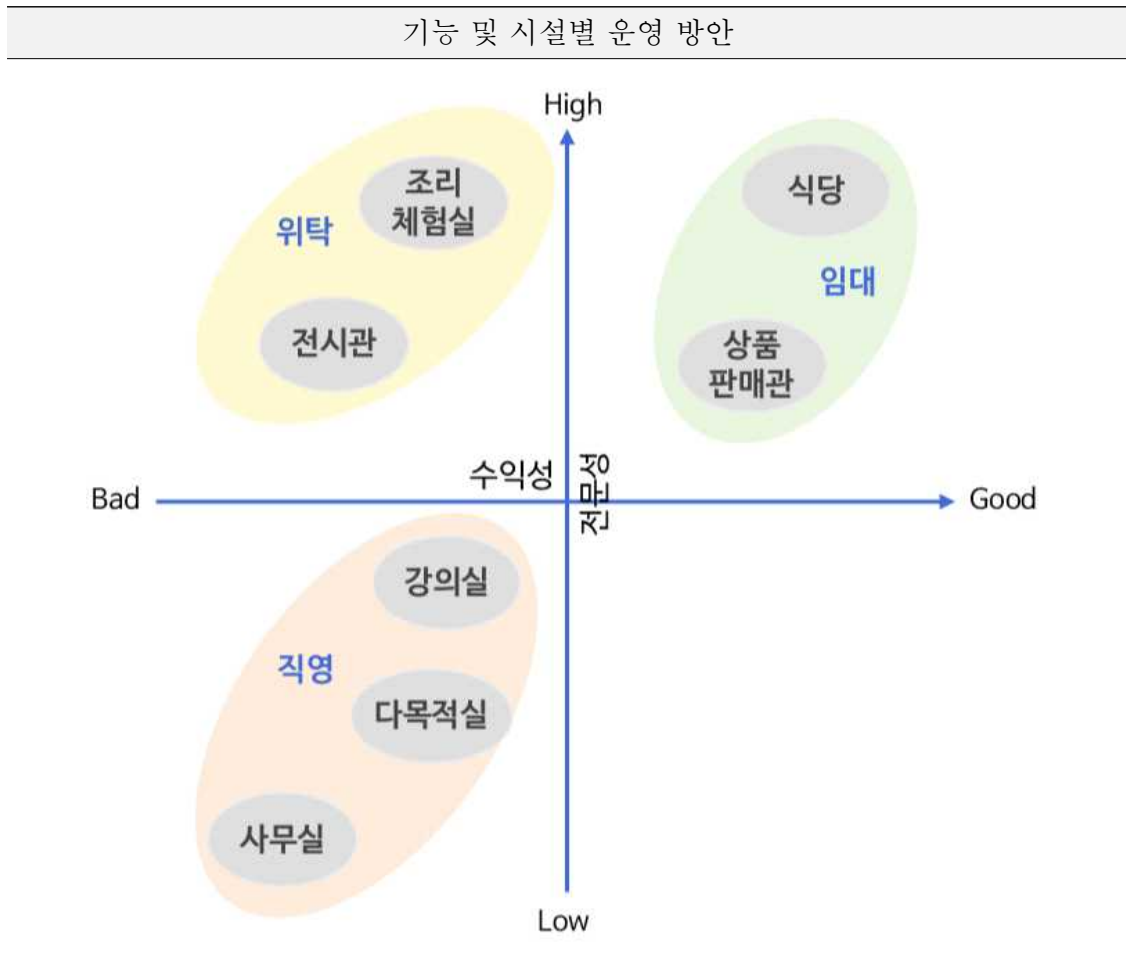
- 거점 공간의 주요 접점 주체를 관광객, 미식자원 소유주, 미식관광 종사자, 지역 이해관계자로 총 4개의 그룹으로 분류하여 각 주체별 필요에 맞는 공간의 기능 및 시설물을 도출하여 공간 구성을 진행함
- 주체, 기능, 시설물을 연계하여 각종 미식 프로그램 운영, 미식 포럼 행사 개최, 미식 관련 전문 교육, 미식 관련 지역 행사 등 다양한 세부 기능을 도출함



거점공간 기능 및 시설물 구성			
구분	시설	주요 대상 고객	세부 기능 (예시)
식사	식당	관광객, 미식자원 소유주	• 한식당 운영(고급/대중/분식 등), 만찬회 장소
체험	조리체험실	관광객, 미식자원 소유주, 미식관광 종사자	• 요리 체험 프로그램, 명인 쿠킹클래스
교육	강의실, 조리체험실	관광객, 이해관계자, 미식관광 종사자	• 미식 관련 전문교육 • 프로그램 운영 (스타셰프/ 미식관광해설사/ 운영자 교육 등)
전시	전시관	관광객, 이해관계자	• 미식 관련 상품 전시, 미식 재료/도구 전시, 미식종류별 전시 등
교류	식당, 강의실, 다목적실	이해관계자, 미식관광 종사자	• 회의실, 포럼, 협의회 등 교류 행사 진행
이벤트/ 행사	식당, 강의실, 다목적실, 조리체험실	관광객, 이해관계자, 미식관광 종사자	• 축제, 박람회 등 미식 관련 이벤트 및 행사 진행
판매	상품판매관	관광객, 미식자원 소유주, 미식관광 종사자	• 다양한 지역 미식 상품 판매
사무	사무실	거점조직	• 거점조직 사무실/회의실/운영실 등

■ 거점 공간 시설물 운영 지원 방안

- 거점 공간의 다양한 공간을 효율적으로 관리하기 위하여 공간별 특징, 공간 운영 전문성 필요 여부 및 수익성 등을 파악하여 위탁, 직영, 임대 등 총 3가지 방식으로 운영
- 전문성 및 수익성을 비교적 필요로 하지 않는 시설의 경우 자체적으로 직영하는 형태, 전문성을 필요로 하나 수익성이 낮은 시설의 경우 위탁하며, 전문성 및 수익성이 높은 시설의 경우 임대 형태가 적합함



- 직영, 임대, 위탁 등의 시설 운영방식에 따라 시설 유지·보수 지원, 시설 관리비 지원, 인건비 지원 등 전략적 지원 방식 추진

시설 지원 방안		
시설	운영방식	시설지원 방식
식당	임대	<ul style="list-style-type: none"> • 공간 및 시설 유지·보수 비용 지원 • 안내 표지판 등 시설물 설치 지원
조리 체험실	민간 위탁	<ul style="list-style-type: none"> • 공간 시설 유지 보수 비용 지원 • 프로그램 구성 지원
강의실	직영	<ul style="list-style-type: none"> • 인건비, 시설 관리비

전시관	공공 위탁	<ul style="list-style-type: none"> 공간 시설 유지 보수 비용 지원 안내 표지판 등 시설물 설치 지원
다목적실	직영	<ul style="list-style-type: none"> 인건비, 시설 관리비
상품 판매관	임대	<ul style="list-style-type: none"> 공간 시설 유지 보수 비용 지원 홍보 및 안내 지원
사무실	직영	<ul style="list-style-type: none"> 인건비, 시설 관리비

(6) 거점 조직 유형

■ 지역관광 조직 유형

- 지역관광 조직의 경우 정부에서 특정 분야를 타겟으로 조직한 RTO (Regional Tourism Organization)와 같은 준정부조직 유형이 있으며 과업 단위로 조직된 DMO (Destination Marketing Organization) 형태의 과업조직이 있음
- 준정부조직의 경우 정부의 예산 지원 혹은 직접 출자 형태로 운영되고 있어 주로 정부 조직의 산하 조직에 가까워 운영의 자율성이 떨어짐
- 과업조직의 경우 특수한 운영 목적을 지닌 협의체 형태의 조직으로 일부 정부의 지원금을 받기도 하나 독립된 주체로 운영에 있어서 유연함


지역관광 마케팅 조직		
구분	준정부조직	민간과업조직
목적	<ul style="list-style-type: none"> 관광 활성화를 통한 지역 전체의 보편적인 이익 추구 	
대표 사례	RTO	DMO
특징	<ul style="list-style-type: none"> 정부의 예산 지원 혹은 출자로 운영 공사 혹은 재단의 형태로 운영 행정단위를 기준으로 광역 혹은 기초자치단체 소속 	<ul style="list-style-type: none"> 융통성, 적응성, 혁신성 등의 특징으로 유연함 특수한 운영 목적을 지닌 협의체 형태의 조직

출처: 일본 지방정부의 관광목적지 마케팅조직 형성과정 연구, 관광진흥연구, 2021

■ 지역관광 조직 사례

- 지역관광 조직 우수 사례를 보았을 때 민간 과업조직이 위탁·운영하고 있음을 확인할 수 있음
- 일본 관광 사례를 볼 때 DMO 역할을 하는 조직이 지역관광 상황과 관광 트렌드에 맞추어 유연하게 대처할 수 있는 여건을 갖추고 있으며 이에 따른 창의적

인 운영을 통한 좋은 성과를 만들어 내고 있음

지역관광조직 사례	
일본 교토 이네초	일본 마즈리
	
<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역 관광안내소가 DMO 역할을 하고 있음 ○ 지역관광단체들이 관광안내소에 모여서 지역을 위한 관광 정책을 만들고 각 협회의 일을 중재함 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 마즈리의 지역축제는 지역민들의 화합과 관광 활성화를 위한 기회이자 지역을 활성화 시킬 수 있는 인재를 찾는 지역인재 발굴의 장임 ○ 마즈리는 시민들의 자발적인 참여와 관광협회의 홍보로 꾸준한 성장과 발전 달성

(7) 거점조직 선정 방식

■ 지역관광 거점조직 공모 선정

- 전국의 지자체 및 DMO 등 지역 조직을 대상으로 공모 사업을 진행하여 권역별 거점조직 선정 및 위탁 운영
- 해당 지역의 특징과 거시 환경을 파악하고 있는 현지 관광 사업을 진행하기에 적합한 조직을 선정할 수 있음



■ 운영 조직 지정 선정

- 기존 전국의 지역관광 추진 조직 중, 민간 조직과 민·관 협력 조직이 K-미식 벨트의 거점조직에 맞는 성격을 띠고 있음
- 준정부조직의 경우 정부의 예산 지원 혹은 직접 출자 형태로 운영되고 있어 주로 정부 조직의 산하 조직에 가까워 운영의 자율성이 떨어짐
- 정부 산하 조직인 준정부조직보다 민간·민관인 광역관광협의회, 지역관광협의회 및 지역별 관광협회가 자율적으로 운영되며 지역 및 지역 관련 미식 전문성을 갖춘 소규모 조직임으로 지역 상황에 맞추어 민첩하게 대응할 수 있으므로 거점조직의 역할을 잘 수행할 수 있을 것으로 판단됨

지역관광 추진 조직 현황		
구분	조직	주요기능
공공	관광공사 국내 지사	<ul style="list-style-type: none"> • 관광단지 관리 및 지원 • 관광마케팅 협력 시행
	지역관광공사	<ul style="list-style-type: none"> • 관광인프라 확충 사업 • 관광마케팅 전략 수립 및 조성
	컨벤션뷰로	<ul style="list-style-type: none"> • 국제회의 유치 개최 지원 업무
민관	광역관광협의회	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 연계 및 관광수요 창출
	지역관광협의회	<ul style="list-style-type: none"> • 지역관광 사업 기획 및 실행
민간	지역별 관광협회	<ul style="list-style-type: none"> • 지역별 관광사업자단체
	업종별 관광협회	<ul style="list-style-type: none"> • 업종별 관광사업자단체
인력	관광두레	<ul style="list-style-type: none"> • 관광두레 PD, 주민주도 관광사업체 육성 지원
기타	도시재생 지원센터	<ul style="list-style-type: none"> • 도시재생 관련 사업 운영
	마을공동체 지원센터	<ul style="list-style-type: none"> • 정보기술 중개 및 주민 역량 강화 등
	지역문화재단	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 문화 진흥 추진

출처: 일본 지방정부의 관광목적지 마케팅조직 형성과정 연구, 관광진흥연구, 2021

(8) 거점조직 기능

■ 지역관광 거점조직 공모 선정

- 대표적인 DMO 성공 사례인 일본과 한국의 DMO 조직의 역할은 주로 지역관광 진흥에 집중되어 있음
- 지역관광 진흥을 위한 지역관광 홍보 마케팅, 품질 관리, 생태계 활성화 등 다양한 기능을 수행하고 있음

DMO 조직 사례		
구분	일본형 DMO	국내 DMO
개요	• 지역관광 발전을 이끌어 갈 내생적 조직 양성을 통한 지역관광 진흥	
육성 수단	DMO 등록제도	DMO 보조금지원 공모사업
대상	광역연계/ 지역연계 / 지역 DMO	기초지자체단위 12개 DMO
기능	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 관광마케팅 및 홍보 • 관광통계 산출 및 시장조사 • 관광자원 및 관광 품질 관리 • 지역사회 이해관계자와 소통 및 협력 조정 • 지역주도형 여행 상품 개발 및 판매 • 여행사 기능 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광사업 기획 및 계획 • 관광 홍보 마케팅 • 관광자원 관리 • 관광 산업 지원 • 관광 품질 관리 • 지역사회 이해관계자 네트워크 구축 및 관리 • 관광 시설 관리 • 수익 사업 운영 (여행, 판매 등)

출처: 지역관광추진조직(DMO) 육성정책에 대한 한·일비교연구, 한국관광레저학회, 2021

■ K-미식벨트 거점조직 기능(안)

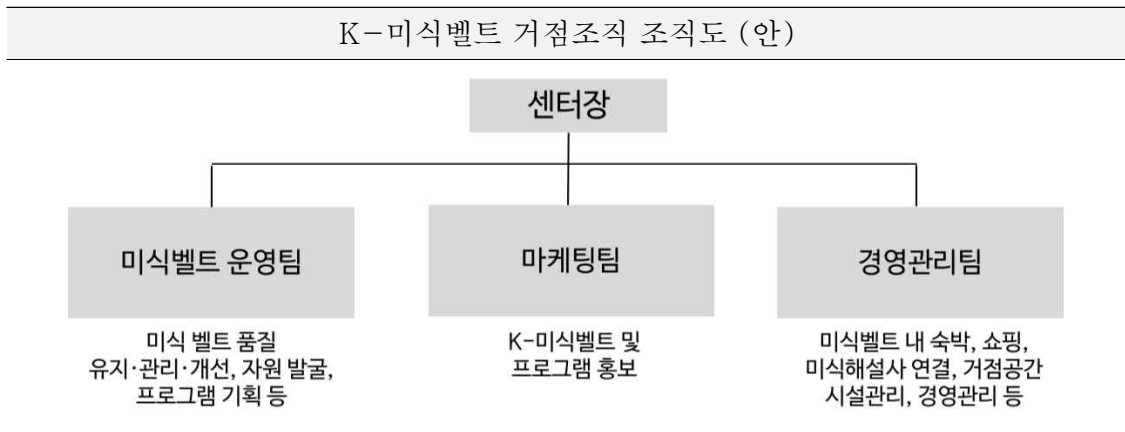
- 기존 일본과 한국의 DMO 사례를 참고하여 K-미식벨트 맞춤형 기능을 도출함
- 주요 기능으로 벨트 관련 지원, 관광 홍보 마케팅, 벨트 프로그램 운영 등 지원 중심으로 정의함

거점조직 역할	
구분	거점조직
개요	• 권역 내 K-미식벨트 자원 운영·관리를 통한 K-미식벨트 활성화 및 지역관광 진흥
기능	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 음식자원 조사 발굴 및 아카이빙을 통한 DB 구축 • 지역 관광 마케팅 및 홍보 • 미식 체험 콘텐츠 및 프로그램 기획 및 운영 • 미식관광 사업 기획 및 계획

	<ul style="list-style-type: none"> • 미식관광 자원 상품화 및 관리 지원 • 미식벨트 이해관계자(문화관광해설사, 미식자원 소유주, 로컬 관광 크리에이터, 지역 여행사 등)네트워크 구축 및 관리
--	---

■ K-미식벨트 거점 조직 구성(안)

- 거점 조직의 경우 전체를 총괄하는 센터장을 중심으로 미식 콘텐츠 보완, 발굴, 품질 유지·관리, 프로그램 기획 등을 위한 ‘미식벨트 운영팀’, K-미식벨트 및 프로그램 관련하여 지속적인 홍보를 위한 마케팅팀, 미식벨트 내 숙박, 쇼핑, 미식해설사 연결, 거점공간 시설관리, 경영관리를 위한 ‘경영관리팀’으로 구성됨
- 지역 내의 K-미식벨트를 전반적으로 지원·관리하며 지역 관광 활성화를 도모하기 위한 조직으로 구성됨



나. 미식해설사 운영 방안

(1) 목적

■ 미식관광해설사 역할

- K-미식벨트 자생화를 위해 K-미식벨트 품질 유지·개선 및 자원 발굴에 기여하며, 지역민과의 밀접한 관계를 형성함으로써 차별화된 K-미식벨트만의 미식 관광 경험을 고객에게 제공하는 주요 인력으로 역할 부여
- 이를 위해 K-미식벨트만의 미식 해설의 품질 기준 및 교육 가이드 설정, 미식 프로그램 해설사 양성·고용 등의 운영전략 도출 필요

(2) 미식관광해설사 대상자 현황

■ 관광 및 미식 분야 대상자 현황

- 지자체 및 공공기관에서 관광 또는 미식 관련 해설사 양성 사업을 이미 추진함
- 이 중 미식 해설이 가능한 대상자는 농림축산식품부의 ‘한식해설사’, 한국미식관광협회의 ‘푸드 큐레이터’, 한식진흥원의 ‘이음도슨트’가 있으며 그 외 미식 해설사로서의 가능성이 있는 관광 해설사인 문화체육관광부의 ‘문화관광해설사’, ‘관광통역안내사’가 있으며 해당 해설사들에 대한 활용전략이 필요함

미식관광해설사 대상자 현황			
영역	자격증	시행기관	내용
관광	문화관광해설사	문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> • 관광자원 전반에 대한 전문적인 해설 제공 • 지자체별 교육 수료 (100시간 이론 교육 및 실습) • 2020년 기준 3,374명이 전국적으로 분포되어 활동하고 있음
	관광통역안내사	문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인 관광객 대상 여행 안내 및 한국 문화 소개 • 국가공인 시험 응시(공인어학성적 필수) • 2020년 기준 1,327명이 활동하고 있음
미식	한식해설사	농림축산식품부	<ul style="list-style-type: none"> • 한식에 대한 깊은 지식과 경험을 바탕으로 흥미롭게 한식을 해설하여 관광객에게 특별한 한식 경험 제공 • 한식해설사 정식 교육과정 수료 후 시험 응시
	푸드 큐레이터	한국미식관광협회	<ul style="list-style-type: none"> • ‘식’을 부가가치 있는 문화상품으로 기획해 해설까지의 과정을 실행하여 서비스 제공 • 푸드큐레이터 교육과정 수료 후 시험 응시
	이음도슨트	한식진흥원	<ul style="list-style-type: none"> • 한식문화공간 이음의 투어 및 전시 해설 • 교육 수료

(3) 미식관광해설사 대상자별 장단점 분석

■ 문화관광해설사 장단점

- 관광해설에 대한 풍부한 지식, 역량 및 경험을 보유하고 있으며 2021년 기준 약 3,300여 명이 양성되어 전국적으로 다수가 활동하고 있어 인력 확보가 용이하고 인력관리 및 비용에 대한 부담이 적으며 수요가 낮은 기타 유형의 지역 해설사들과 통합하여 운영하는 추세임

전국 관광해설사 현황		
문화관광해설사 수	내용	
<p>3,374명</p>	활동인원	3,374 명
	활동기간	월 5일(총 25시간) 이상, 또는 연간 60일 이상
	활동비	평균 54,041원/회 (지자체 부담)

출처: 문화관광해설사 운영 및 제도개선 정책제언, 한국관광공사, 2021

타 해설사 및 문화관광해설사 통합 사례	
전주 시티관광해설사	순천 정원해설사
○ 전주 내에서 별도로 운영하던 시티관광해설사와 문화관광해설사를 2021년 문화관광해설사로 통합하여 운영	○ 문화관광해설사를 정원해설사 등 유사 해설제도와 연계하여 활동지에 따라 전문성 있는 해설을 할 수 있도록 지역 내 커뮤니티 조성 및 운영

- 하지만 미식 분야의 전문가가 아니므로 미식에 대한 이해도가 부족하며 문화체육관광부 및 지자체 산하 기관에 속하여 있어 관련 부처와의 협의가 필요함

■ 관광통역안내사

- 외국인 관광객 특화 응대 역량을 보유하고 있으며 기존에 양성된 인적 자원이 풍부하나 미식에 대한 전반적인 이해도가 부족하며 외국어 능력을 보유하고 있어 실제 활용이 비용이 많이 발생함

■ 한식해설사 장단점

- 한식에 대한 깊은 지식과 역량을 보유하고 있으며 체계적인 커리큘럼 교육 및 시험을 통해 인증된 실력을 보유하고 있으나 한식 외 관광에 대한 전반적인 이해도가 부족하며 인력 양성이 원활하게 이루어지지 않아 인력 자원이 풍부하지 않음

■ 푸드 큐레이터

- 미식에 대한 깊은 지식과 실제 미식관광 현장에 투입되어 해설 안내를 진행할 수 있는 역량을 보유하고 있으나 인력 양성이 원활하게 이루어지지 않아 실제로 활용 가능한 인력 자원이 부족함

■ 이음도슨트

- 미식에 대한 지식과 전시 해설에 대한 전문성을 보유하고 있으나 관광에 대한 전반적인 이해도가 부족하며 실제로 활용 가능한 인력 자원이 부족함

(4) K-미식벨트 미식해설 운영 방향

■ 단기·장기 미식해설 운영 방향

- 미식관광해설 대상자별 장단점을 분석한 결과 단기적으로 즉시 확보 가능하며 안정성⁶⁾이 높은 ‘문화관광해설사’를 미식관광해설사의 역량을 갖추도록 교육·양성하여 벨트에 투입하는 것이 가장 적합함
- 장기적으로는 미식에 대한 이해도가 높은 미식 관련 전문가를 활용한 K-미식 벨트만의 미식관광해설사 양성이 필요함

■ 1안, 문화체육관광부 문화관광해설사 교육과정 협력

- 문화체육관광부에서 육성한 ‘문화관광해설사’를 활용하는 방식임
- 1-1안은 문화관광해설사 신규 양성 교육 내용 내 미식 관련 교육을 추가하는 것과 1-2안은 기존 문화관광해설사 대상으로 매년 진행되는 보수교육 과정 내 미식 관련 교육 내용을 추가하여 미식관광 해설 역량을 강화하는 안임
- 1-1, 1-2 각 안의 장단점은 아래와 같음

1안) 문화체육관광부 문화관광해설 교육과정 협력안 장단점				
안	대상	내용	장점	단점
1-1	신규 문화관광해설사 취득자	문화관광해설사 신규 취득을 위한 교육과정 내 미식해설 교육 삽입	꾸준한 참여 인력이 있어 인력 확보가 용이하며 초기 단계에 미식 관련 역량 강화	문체부와의 긴밀한 협업 필요

6) 안정성 : 미식해설 품질을 유지하는 양성 시스템을 갖추고 있으며 꾸준한 수요를 확보할 수 있는 상태를 말함

1-2	기존 문화관광해설사	문화관광해설사 보수 교육과정 내 미식해설 교육 삽입	인력 확보가 용이하며 인력 관리 및 비용에 대한 부담이 적음	미식에 대한 전문 지식 역량이 미흡하며 문체부와의 긴밀한 협업을 요함
-----	------------	------------------------------	-----------------------------------	--

■ 2안, 한식진흥원 미식해설사 신규 양성

- 1안인 문화체육관광부의 협조가 어려울 시 활용 및 장기적인 과제로 접근하여 향후 실질적인 미식 전문과 활용 및 양성을 위한 기반 마련을 위해 1안과 동시 추진
- 2-1안은 문화체육관광부와의 협조가 어려울 시 지자체별로 활동하고 있는 문화관광해설사와 별도로 협력하여 한식진흥원에서 자체적으로 ‘미식’ 관련 교육을 진행하며 2-2안의 경우 기존 다양한 기관에서 육성된 미식 관련 전문가를 활용하여 ‘관광’ 관련 교육을 제공하여 미식관광해설사 양성
- 2-1, 2-2 각 안의 장단점은 아래와 같음

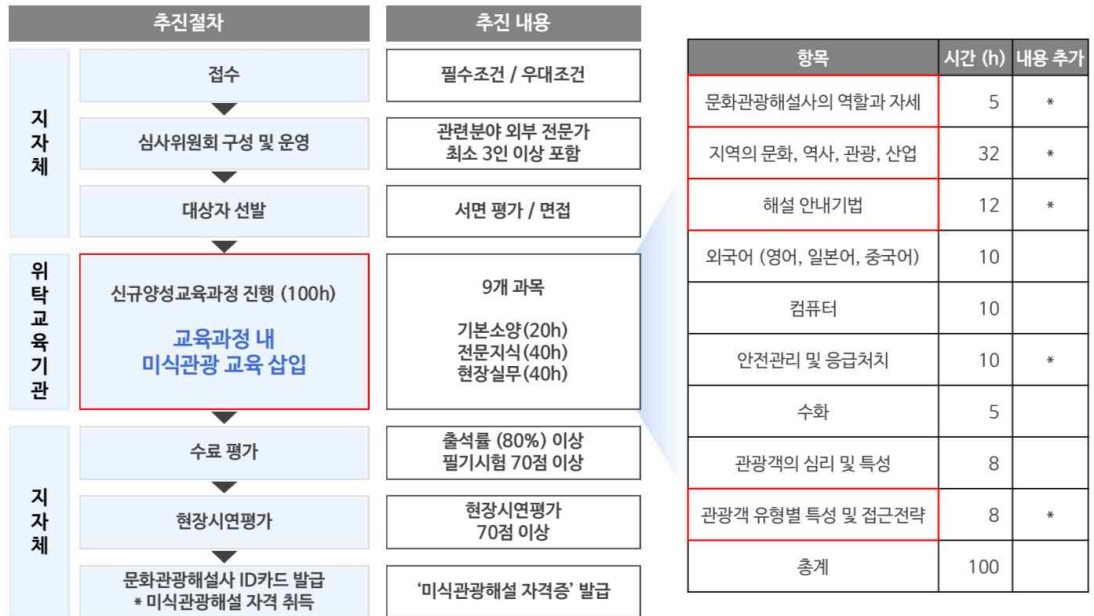
2안) 한식진흥원 미식해설사 신규 양성안 장단점				
안	대상	내용	장점	단점
2-1	기존 문화관광해설사	한식진흥원 주체의 한식 교육 수료	문체부와의 협의 과정 없이 한식진흥원만의 별도 자격증 부여 및 활용	미식해설 관련 외부 위탁 교육 기관을 통한 교육 진행이 필요함
2-2	미식 관련 전문가	관광 교육 진행	미식에 대한 깊은 지식과 역량 보유	한식해설사, 푸드큐레이터 등 고도화된 자격증이 아니므로 미식 이해의 편차가 높음

(5) K-미식벨트 미식해설사 안 별 교육 계획

■ 1-1 안: 문화관광해설사 자격증 신규 취득자를 위한 교육 리뉴얼 방안

- 기존 문화관광해설사 양성 과정의 위탁교육기관을 통해 진행하는 교육과정 내 미식관광 관련 교육 내용 삽입
- 기존 커리큘럼의 ‘지역 문화, 역사, 관광, 산업’ 항목, ‘해설 안내기법’, ‘관광객 유형별 특성 및 접근 전략’ 등의 항목 내 미식관광 해설 교육 내용 추가

1-1안, 문화관광해설사 신규 자격증 취득을 위한 교육 리뉴얼안

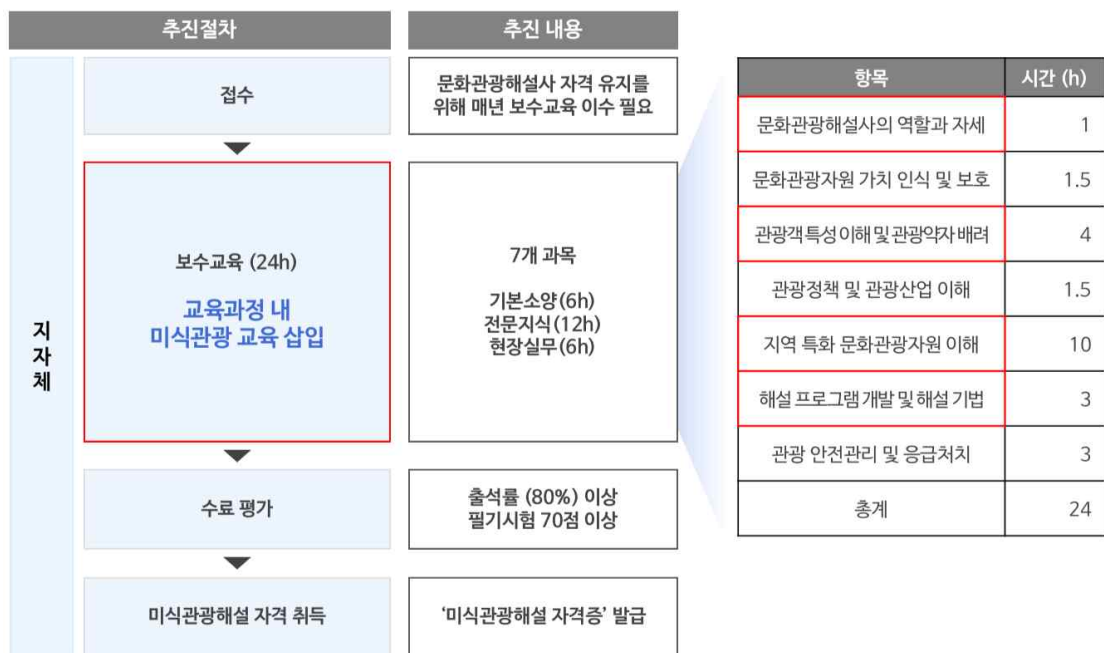


출처: 문화관광해설사 운영 지침, 한국관광공사, 2019

1-2 안: 문화관광해설사 보수 교육 리뉴얼 방안

- 기존 문화관광해설사는 매년 필수로 보수교육을 이수해야 함
- 문화관광해설사 보수교육 커리큘럼의 '역할과 자세', '관광객 특성 이해 및 관광 약자 배려', '지역 특화 문화관광자원 이해', '해설 프로그램 개발 및 해설 기법' 항목 내 미식관광 관련 내용 삽입

1-2안, 문화관광해설사 보수 교육 리뉴얼안

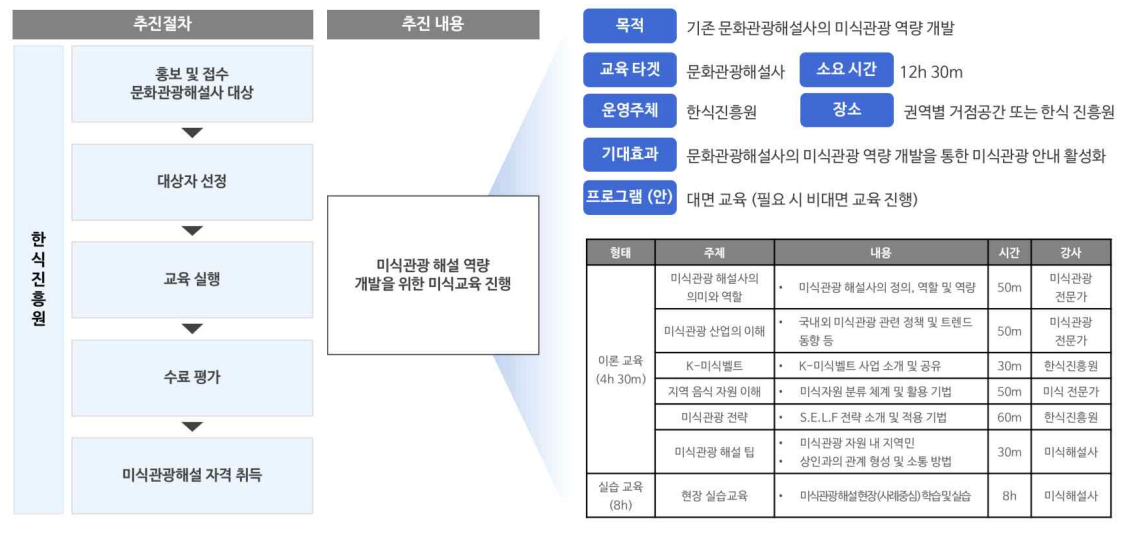


출처: 문화관광해설사 운영 지침, 한국관광공사, 2019

2-1 안: 문화관광해설사 미식 역량 강화

- 문화체육관광부와 협의가 어려울 시 직접 지역의 문화관광해설사를 대상으로 홍보 및 모집을 진행
- 대상자를 선정하여 한식진흥원에서 관련 기관 위탁 교육 혹은 직접 교육 과정 개발을 통해 미식관광 관련 교육 진행

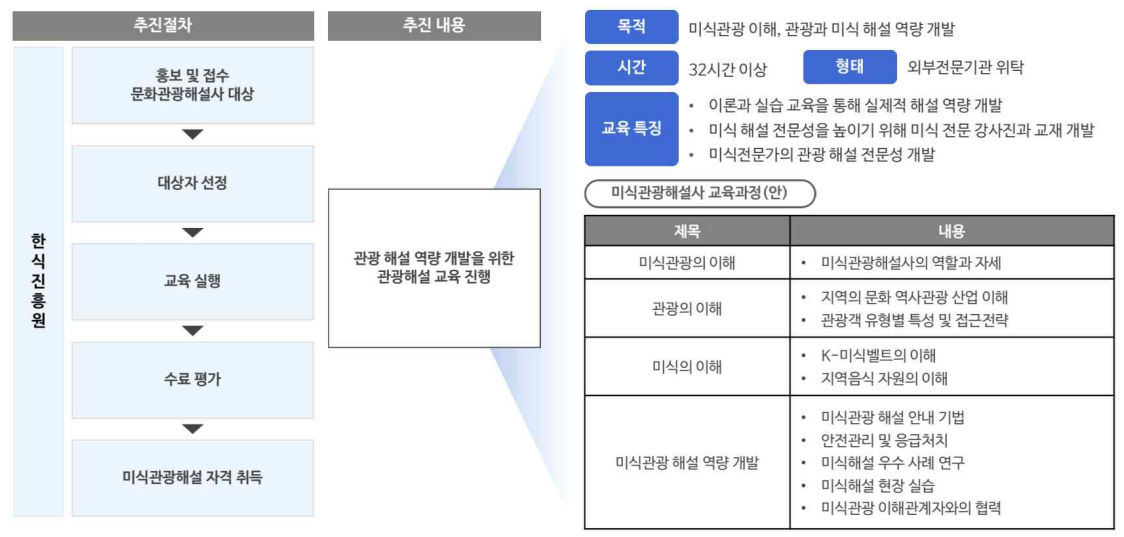
2-1안, 문화관광해설사 대상 미식 역량 강화를 위한 별도 교육과정



2-2 안: 미식 관련 전문가 관광 역량 강화

- 한식진흥원, 미식관광협회 등에서 육성한 미식 전문가를 대상으로 관광 해설 역량 강화 교육 진행

2-2안, 미식 전문가 대상 관광 역량 강화를 위한 교육과정



(6) K-미식벨트 미식해설 단계별 목표 및 주요 과제

■ K-미식벨트 미식해설 중장기 운영 방안

- 문화관광해설사 및 미식 분야의 전문가와 같이 다양한 인적 자원 및 방법을 활용하여 미식관광해설사 확보 방안 수립
- 단기적으로는 K-미식벨트 미식해설사 수요가 확보될 때까지 미식해설 품질 유지 및 양성 시스템이 갖추어져 있고 꾸준한 수요를 확보 할 수 있는 ‘문화관광해설사’ 대상으로 문화체육관광부와 협력하여 미식 교육을 추진하는 것이 적합함
- 장기적으로는 향후 미식 전문가가 미식 벨트 해설사로 참여하여 미식 해설의 전문성을 높여 나갈 수 있도록 미식해설 운영방향 2안도 동시에 추진하여 기반 마련 필요


		K-미식벨트 미식해설 단계별 운영 방안		
		초기 ('24년~'25년)	중기 ('26~'27년)	장기 ('28년~)
목표	1안, 2안 동시 기획·진행	문화관광해설사 중심으로 운영 • 해설사 수요가 낮은 초기 단계에 안정성이 높은 문화관광해설사 중심으로 운영하며 미식전문가는 시범으로서 진행	미식전문가로 확장 운영 • 해설사 수요가 점차 높아지는 중기 단계에 문화관광해설사를 활용하되 미식전문가 활용 해설을 점차 늘려감	미식전문가 중심으로 운영 • 해설사 수요가 높은 장기 단계에 문화관광해설사 활용을 축소하고 미식전문가를 적극 활용하며 역할 또한 확장
	1-1안 신규 문화관광해설 취득자	• 문체부 협력 신규 문화관광해설사 교육 과정 내 미식 교육 강화		• 문체부와 협력관계 유지
안별 주요 과제	1-2안 기존 문화관광해설사	• 문체부 협력 문화관광해설사 대상 보수 교육 과정내 미식 교육 강화		• 문체부와 협력관계 유지
	2-1안 기존 문화관광해설사	• 진흥원 주도 문화관광해설사 대상 미식 교육 개발 및 운영		• 미식 교육 업데이트 및 운영
	2-2안 기존 미식관련 전문가	• 진흥원 주도 미식전문가 대상 미식관광 해설 교육과정 개발 및 운영 • 다양한 잠재 후보 해설사 확보를 위해 미식 연관 기관(대학, 지자체, 한국미식관광협회 등)에 적극 홍보	• 미식 전문성 높은 해설사를 본격 양성하는 단계로 연 2~3회 교육 확대 실행	• 심화 및 보수 교육 과정 신설 • 해설 뿐 아니라 벨트 전반적인 품질 관리·운영 및 개선 방안 등의 역할로 확장·교육

(7) 미식해설 교육 내용

■ 미식해설 가이드북 (안)

- 문화관광해설사의 미식관광 해설과 K-미식벨트의 이해를 돕기 위해 K-미식 벨트만의 미식해설 가이드북⁷⁾을 제작하였으며 미식해설을 하며 필요시 찾아 볼 수 있는 기초 핸드북으로 활용하기 용이하도록 미식관광 관련 이론은 물론 사례 등의 기본적인 내용을 이미지와 글로 기술함
- A4 크기의 40 페이지 내외의 브로셔 형태로 제작함

7) K-미식벨트 미식해설 가이드북은 별도 자료로 첨부함

미식해설 가이드북 (안)	
가이드북 표지	목차
	소개 <ul style="list-style-type: none"> • 미식관광의 필요성 • 미식관광 개념 • 미식관광 트렌드
	K-미식벨트를 통한 미식관광 구현 <ul style="list-style-type: none"> • K-미식벨트 소개 • SELF 전략을 통한 미식관광의 구현
	미식관광해설사 역량 강화 <ul style="list-style-type: none"> • 미식자원과 조리기술의 이해 • 미식관광 지역 식문화 • 미식관광 해설사의 역할

■ 교육 기대 효과

- 교육을 통해 미식관광해설사가 되기 위해, 크게 ‘운영·관리’, ‘지식’, ‘가이드 역량’, 3가지 측면에서의 효과가 기대됨
- 운영관리 측면에서 전체적인 미식벨트 코스의 기획력, 전체적인 일정 관리 능력 및 미식관광 벨트 내 다양한 이해관계자와의 관계 형성 능력 강화가 기대됨
- 지식 측면에서 미식 및 관광의 전반적인 트렌드 파악 능력, 지역에 대한 이해 능력, 관광객 특성별 이해 능력 등의 강화가 기대됨
- 가이드 역량 측면에서 전체적인 스팟 및 코스에 대한 스토리텔링 능력, 고객과의 원활한 소통 능력, 서비스 정신, 안전 관리 능력 등의 강화가 기대됨

V

K-미식벨트 제언

V. K-미식벨트 실행 계획 및 제언

가. K-미식벨트 단계별 조성·실행 계획

(1) K-미식벨트 운영 계획

■ 벨트 선정 기준

- K-미식벨트 조성계획 기준인 1) ‘서면평가 결과’(900점, 78%), 2) ‘산업 간 연계성 및 체험 여부’(100점, 9%) ‘한식의 특징 여부’(100점, 9%), 4) ‘수용태세 여부’(50점, 4%)의 점수를 합산하여 각 벨트별로 총점 1,150점(100%)으로 점수를 배분함
- 각 기준별로 세부적인 점수 등급 및 평가항목은 다음과 같음
 - 1) ‘서면평가 결과’ 점수는 평가항목인 ‘차별성’(30점), ‘테마 연계성’(30점), ‘새로움과 매력도’(20점), ‘미식관광 기여도’(20점)을 합산하여 총 100점이며 9명의 자문위원이 서면평가에 참여하여 총점 900점을 부여함
 - 2) ‘산업 간 연계성 및 체험 여부’ 점수로는 미식관광의 주요 차별적 요소인 스토리, 체험 및 1차 ~3차 산업 간의 연계성을 고려하여 ‘탁월’(100점), ‘우수’(75점), ‘보통’(50점), ‘미흡’(25점)을 부여함
 - 3) ‘한식의 특징 여부’ 점수로는 ‘발효문화 테마’(100점), ‘전통한식 테마’(75점), ‘제철밥상 테마’(50점), ‘유행한식 테마’(25점)로 한식의 대표성을 띄는 테마에 높은 점수를 부여함
 - 4) ‘수용태세 여부’ 점수로는 AHP설문을 통해 도출된 명소형, 강소형을 참고하여 ‘명소형’(50점), ‘강소형’(25점), ‘기타 지역’(0점)을 지역별로 부여함

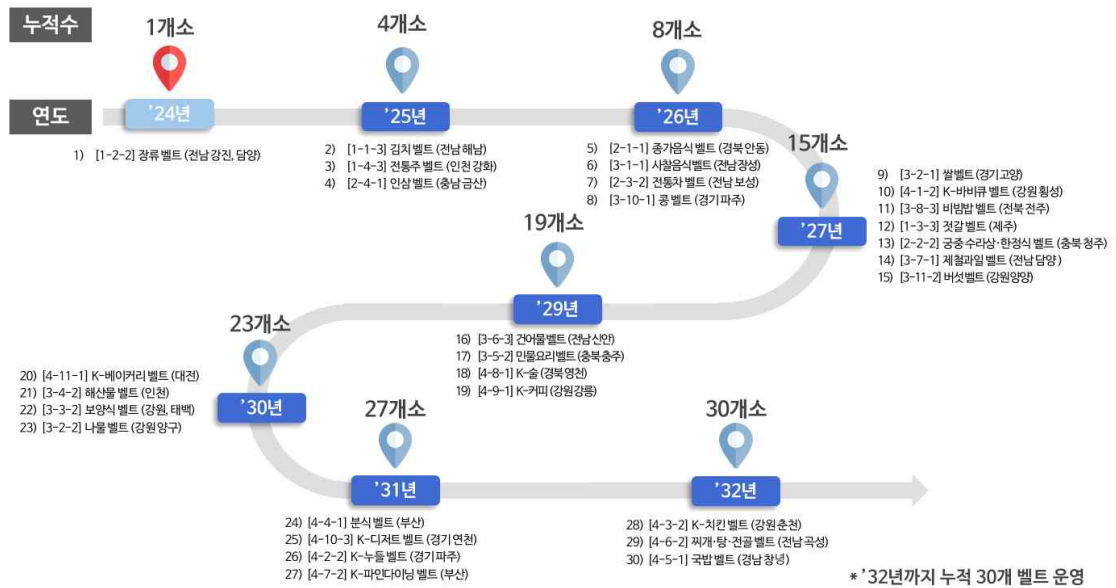
K-미식벨트 조성계획 기준 및 기준별 배점

	01. 서면평가 결과	02. 산업 간 연계성 및 체험 여부	03. 한식의 특징 여부	04. 수용태세 여부
선정 기준	• K-미식벨트 자문위원 대상으로 이루어진 서면평가를 통해 도출된 90개 코스컨셉의 순위 고려	• 미식관광의 주요 차별적 요소인 스토리, 체험 및 (1차~3차)산업 간의 연계성 여부 고려	• 한식의 특징을 대표하며, 그 특징을 잘 드러내고 한식의 위상에 걸맞는 벨트 우선 고려	• AHP 설문을 통해 도출된 명소형, 강소형을 참고하여 접근성을 위해 명소형 중심으로 우선 고려
점수 (비율)	78% (900점) * 100점 X 평가단 9인으로 총점 900점	9% (100점)	9% (100점)	4% (50점)
점수 등급	평가항목 ① 차별성 (30점) - 스토리, 음식, 지역 특색 및 체험요소의 차별성 측정 ② 테마 연계성 (30점) - 한식의 특징 여부 측정 - 테마대표성 측정 ③ 새로움과 매력도 (20점) - 컨셉의 새로움과 매력도 측정 ④ 미식관광 기여도 (20점) - 1,2,3차 미식산업의 연계를 통한 미식관광산업발전 기여도 측정	평가항목 ① 산업 간 연계성 및 체험 여부 - 탁월 (100점): 1,2,3차 산업 유 / 음식 체험 4개 이상 / 우수 자원 보유 - 우수 (75점): 최소 2개 산업 연계 / 체험 2-3개 - 보통 (50점): 최소 2개 산업 연계 / 체험 1개 - 미흡 (25점): 산업 연계성 無 / 가상, 계절 중심 체험	평가항목 ① 발효문화 테마 (100점) - 예) 김치, 젓갈, 강류, 전통주 등 ② 전통한식 테마 (75점) - 예) 중가 음식, 궁중수리상·한정식, 전통차, 인삼 등 ③ 제철밥상 테마 (50점) - 예) 사철음식, 보양식, 해산물, 쌀 등 ④ 유행한식 테마 (25점) - 예) 바비큐, 치킨, 분식, 커피 등	평가항목 ① 명소형 (50점) - AHP 명소형 15개 지역 ② 강소형 (25점) - AHP 강소형 30개 지역 ③ 기타 지역 (0점) - AHP 명·강소형에 해당되지 않는 지역 * 서울, 대도시로 벨트 순위가 물릴 경우 지역 안배를 고려하여 벨트 조성 계획에 반영함

연차별 조성계획

- K-미식벨트 선정 기준 총점 순위에 따라 다음과 같이 K-미식벨트 연차별 조성계획을 1차적으로 도출하였으며 지역 안배를 고려하여 명소형 중심의 벨트를 1개 이하로 설정하는 등 2차 검토를 통해 K-미식벨트 연차별 조성계획안을 최종 도출함

K-미식벨트 연차별 조성계획



K-미식벨트 연차별 조성계획 표

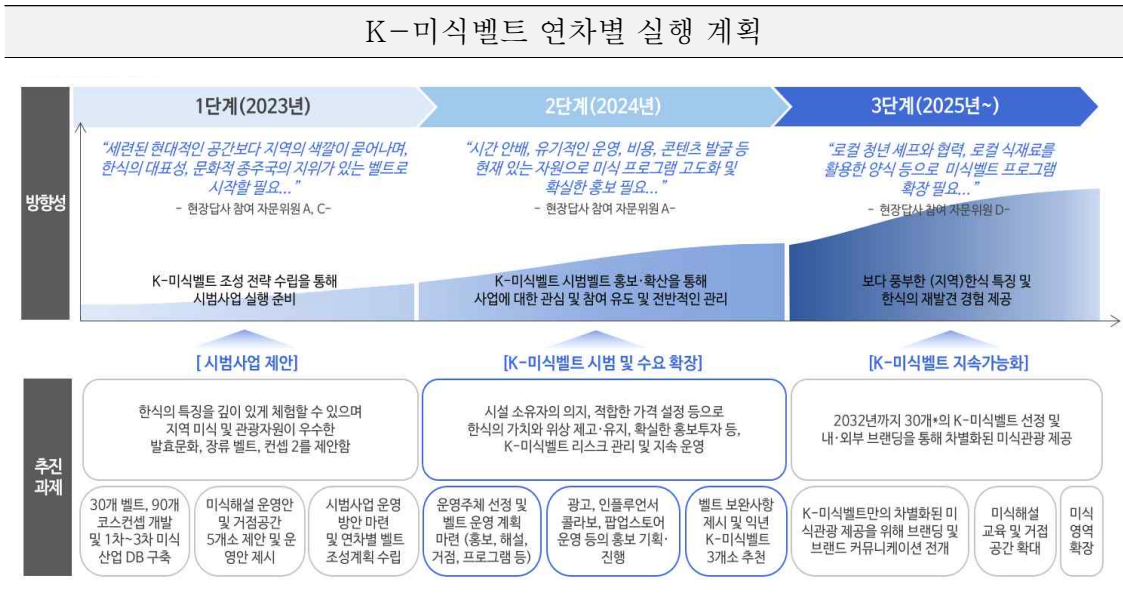
연도	상위 테마	벨트	컨셉 1			
2024년	1	발효문화	2	장류	2	한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장
	1	발효문화	1	김치	3	해남 김치휴양에 빠지다
2025년	1	발효문화	4	전통주	3	강화도의 100년을 담은 전통주 체험
	2	전통한식	4	인삼	1	1500년, 금산 약식 동원 인삼 여행
2026년	2	전통한식	1	증가음식	1	안동 선비들의 증가 미식 라이프스타일 경험
	3	제철밥상	1	사찰음식	1	명상 트레킹과 사찰 미식세계
	2	전통한식	3	전통차	2	보성녹차와 차박에 몰들다
	3	제철밥상	10	콩	1	DMZ 자연의 선물, 파주 장단콩
2027년	3	제철밥상	2	쌀	1	나의 취향 맞춤 토종쌀 찾기 여행
	4	유행한식	1	K-바비큐	2	내가 만드는 한우 구이 한상 체험
	3	제철밥상	8	비빔밥	3	전주비빔밥, K-레트로 미식여행
	1	발효문화	3	젓갈	3	제주 해녀와 함께하는 제주 젓갈 여행
	2	전통한식	2	궁중수라상·한정식	2	궁중 수라상과 왕실 힐링 체험
	3	제철밥상	7	제철과일	1	담양 딸기 소풍과 떡갈비
	3	제철밥상	11	버섯	2	양양 소나무숲 속 낭만 글램핑과 송이버섯
2029년	3	제철밥상	6	건어물	3	보랏빛 향기 가득한 신안 김 디톡스 여행

	3	제철밥상	5	민물요리	2	충주 다슬기국과 동굴 카약으로 보내는 시원한 비캉스
	4	유행한식	8	K-술	1	한국의 정서와 자연을 담은 K-와인 팜파티
	4	유행한식	9	K-커피	1	강릉 위케이션과 커피 투어
2030년	4	유행한식	11	K-베이커리	1	밀부심 가득한 대전 빵지순례
	3	제철밥상	4	해산물	2	사막캠핑과 경험하는 인천 꽃게
	3	제철밥상	3	보양식	2	겨울철 활력을 채우는 눈꽃 트레킹과 겨울 보양식
	3	제철밥상	2	나물	2	양구 '핀치볼'의 특별한 미식 경험, 둘레길과 시래기
2031년	4	유행한식	4	분식	1	K-분식, 부산어묵과 한류 미식여행
	4	유행한식	10	K-디저트	3	K-꽃 디저트, '화전'을 위한 꽃 여행
	4	유행한식	2	K-누들	2	과주 장단콩 여행과 K-콩국수
	4	유행한식	7	K-파인다이닝	2	오리지널 K-파인다이닝, 고품격 '난로회' 여행
2032년	4	유행한식	3	K-치킨	2	춘천닭갈비 미식 여행과 일몰 카누 체험
	4	유행한식	6	찌개·탕·전골	2	삼진강 기차여행과 맛보는 시원한 참깨매운탕
	4	유행한식	5	국밥	1	촌캉스로 누리는 '국밥 러스틱 라이프'

* 고유번호 : 상위테마 번호 - 벨트 번호 - 컨셉 번호 ; 예) '한국 공예문화와 즐기는 간장과 된장', 1-2-2

■ 연차별 실행 계획

- K-미식벨트 조성전략 수립과 시범사업 벨트 운영을 통해 K-미식벨트에 대한 호기심을 유발하고 중장기적으로 수요 촉진을 하여 지속가능한 미식 사업으로 육성



■ '24년 실행 계획

- '24년 K-미식벨트 시범사업은 공모를 통해 운영주체를 선정하여 시범벨트 홍보, 미식해설, 거점공간 등 시범사업벨트 운영 계획 및 실행하는 것을 제안함

K-미식벨트 '24년 시범사업 실행 계획

시기	시범 벨트	홍보
'24년 1분기	○ 공모 진행 및 운영주체 선정 ○ 사업 운영계획 마련	
'24년 2분기	○ 시범사업벨트 고도화 및 팸투어 (현장평가) 진행	○ 시범사업 벨트 홍보 기획 및 홍보채널 구축, 통합 관리 (홈페이지, SNS 등)
'24년 3분기	○ 시범사업벨트 보완 및 이해관계자와 협의 진행 ○ 참여자 모집	○ 온·오프라인 홍보 콘텐츠 (상시)
'24년 4분기	○ 시범사업벨트 운영 ○ 추가 3개소 벨트 선정을 위해 현장답사 진행 ○ 시범사업벨트 개선안 제시 및 익년 K-미식벨트 3개소 추천	○ 홍보 실적 및 개선안 도출

■ '24년 시범사업 벨트 운영방안

- '24년도 시범사업 벨트 운영방안으로는 '운영주체 공모 기획 및 선정'과 '시범사업 운영 단계'가 있음

'24년 시범사업 벨트 운영방안	
평가항목	세부 설명
STEP 1. 운영주체 공모 기획 및 선정	① K-미식벨트 시범사업 운영 주체 선정을 위한 공모 기획 및 진행 ② K-미식벨트 시범사업 운영주체 선정 및 과업수행 관리
STEP 2. 시범사업 운영	① 시범사업 운영 방안 마련 (테스트 및 보완점 제시) ② 시범사업 홍보 방안 마련 (다양한 홍보 프로모션 기획)

■ 연차별 실행 계획, STEP 1 공모



- '24년 시범사업 벨트 운영주체 공모는 단계별로 진행되며 주요 내용은 다음과 같음

공모 진행 단계										
30개 벨트 컨셉 소개 및 관련 지자체 대상 공모	▶	평가위원회 구성 및 신청/접수	▶	심사 평가 (서류, 현장)	▶	컨소시엄 선정 및 발표	▶	업무 협의 및 업무협약 체결	▶	K-미식벨트 시범사업 추진
공모 주요 내용										
구분	24년도 시범벨트 운영주체 공모									

대상	지자체와 민간(기업/기관 등)으로 구성된 컨소시엄 * 대기업 단독 참여 불가(중소기업, 관광벤처, 스타트업 등과 파트너사로 참여)
주요 과업 (운영안)	시범사업 코스 고도화 - 최종 코스 스팟 선정 - 스팟 운영진의 의지, 협의사항 논의, 협조 요청 등 - 스팟별 이동을 위한 원활하고 편리한 이동(교통) 방안 - 세밀한 프로그램 운영 (순서, 시간 안배, 인력 배치 등 기획 및 테스트) - 미식 및 관광 분야 전문가 대상 팸투어 진행 - 벨트 개선사항 도출
	미식해설사 - 미식해설사 고용·교육·관리 - 고객 맞춤 가이드 연결 - 안전관리 및 응급처치 교육
	홍보 기획 - 홍보 마케팅 전략 수립 - 홍보 채널 구축 (홈페이지, SNS 등) - 온·오프라인 홍보콘텐츠 기획 (팝업스토어 오픈, 인플루언서 협업 등)
	벨트 운영 - 상시 고객 응대 - 미식 프로그램 운영 - 프로그램 안전성 검토 및 관리 - 지역 내 벨트 관련 지속적인 자원 발굴, 연결 및 품질 관리 - 체험단 모집 및 설문조사 - 지역사회 이해관계자와의 협력 추진
평가 기준	정량평가 - 유사과업 수행 실적 - 인력 보유 현황 및 사업에 참여하는 전문인력 전원의 경력 연차 등 이력사항 - 경영상태 (재무제표 혹은 신용평가등급)
	정성평가 - 사업 이해도 (추진 배경, 목표, 및 사업 방향성과 제안의 부합성 등) - 지역 이해도 (시범사업 벨트 지역에 대한 이해도, 관련 경력 등) - 사업 수행 역량 (미식 및 홍보 분야 전문성 등) - 사업 관리 역량 (추진 일정 및 예산 활용 계획의 적절성, 전문인력 투입계획 및 업무 분장의 적합성)

■ 연차별 실행 계획, STEP 2 시범사업 운영 및 홍보

- '24년 시범사업 벨트 운영을 위한 홍보 기획 및 실행 계획은 다음과 같음.

홍보 방안 예시	
예시 1) 인플루언서 콜라보	예시 2) K-미식벨트 론칭 기념 팝업 스토어
 <p>인호네inhone 구독자 15.6 만명 한식 식당을 정리하고 지역 곳곳에서 맛있게 가는 전통 한식의 맛과 향을 발견해 나가는 유튜버</p>	 <p>2023년 치유관광 페스타 웰니스데이 팝업스토어</p>

[개요] 한식의 역사, 문화, 전통을 지키고자 지역 곳곳의 제대로 된 한식을 발견해 나가는 유튜버와 콜라보하여 K-미식벨트 시범사업 체험 영상 제작

[개요] ‘미니’장류 벨트를 경험할 수 있는 팝업
[위치] ‘발효문화, 장류 벨트’와 어울리는 한옥과 MZ의 핫플로 자리매김한 ‘북촌마을’에서 진행
[구성] 벨트 스팟 사진전, 장 만들기 원데이 클래스, 기념품 증정, 구매, 미식벨트 상품 할인 이벤트 등

나. K-미식벨트 종합 시사점 및 제언

(1) 종합 시사점 및 제언

■ 주요 이슈 및 결과물에 대한 시사점 및 제언

- K-미식벨트에 대한 종합 시사점 및 제언은 다음과 같음

종합 시사점 및 제언		
주요 이슈	결과물	시사점 및 제언
K-미식벨트	<ul style="list-style-type: none"> • 4개 테마 • 30개 벨트 • 90개 벨트 코스컨셉 (자료 별도 첨부) 	<p>① 차별화된 K-미식벨트 실행 필요성 타 기관이 추구하는 음식점 추천을 넘어 지역의 스토리와 체험, 미식 산업간 연계, 관광과 어우러진 컨셉을 제공하여 관광객이 한식을 (재)발견할 수 있는 차별적 프로그램임. 단, 이를 실행할 수 있는 지원 (예 : 시범사업)이 필요함</p> <p>② 시범 사업의 시작은 발효테마 한식을 재발견할 수 있고 지역의 스토리와 체험 요소가 뛰어난 발효 테마 벨트부터 시범사업으로서 추진 필요</p> <p>③ 미흡한 체험 미식자원 개발 음식점은 많으나 스토리 있는 지역 미식 체험이 부족하여 장기적으로 이에 대한 대안 필요 예) 명인은 탁월한 한식 콘텐츠를 보유하고 있으나 체험할 수 있는 하드·소프트웨어가 미흡함</p>
미식자원 DB 구축	<ul style="list-style-type: none"> • K-미식벨트 미식자원 DB (자료 별도 첨부) 	<p>① 자원 연계를 촉진하도록 DB 활용 타 기관의 미식관광 콘텐츠는 음식점 중심 3차 미식자원 정보제공형으로 이루어져 있으며 K-미식벨트 DB 가 제공하는 1차 (생산지), 2차 (제조, 판매) 산업 미식자원을 활용해 다양하고 풍부한 미식 경험을 제공하는 미식관광 프로그램의 개발을 촉진하여 관광객의 만족도를 높이고 미식산업 전반의 경제 파급력을 높이는 것이 필요함</p>
미식해설사	<ul style="list-style-type: none"> • 미식해설사 운영 방안 • 미식관광해설사 가이드북 (자료 별도 첨부) 	<p>① 미식해설사 운용방안 안정적 운영을 위해 단기적으로는 문체부 협력을 통해 문화관광 해설사를 활용하고 중장기적으로는 미식 전문 역량을 갖춘 해설사 확보가 필요함</p> <p>② 미식관광해설사 가이드북은 미식과 관광에 대한 기초 정보를 제공하고 실제적 (미식)역량을 강화하기 위한 교육이 수반 되어야 함</p>
거점공간 및 조직	<ul style="list-style-type: none"> • 거점공간 및 조직 전략보고서 	<p>① 공모를 통한 적합한 거점공간의 확보 K-미식벨트에 적합한 유희공간을 찾기 어려워 한식진흥원 스스로 찾기 보다는 공모를 통해 지자체와 협력하는 것이 바람직함</p> <p>② 민간조직과 협력 지역의 미식자원을 잘 이해하고 이해관계자와 소통과 협력이 가능한 민간조직과 협력해야 미식벨트의 지속가능성을 높일 수 있음</p>

「K-미식벨트 조성전략 수립 보고서」

- 발행처: 한식진흥원
- 발행일: 2024. 01
- 연구기관: ㈜모라비안앤코 (Tel. 02-542-7405)

본 보고서의 내용은 연구기관의 견해로 한식진흥원의 공식적 입장과는 다를 수 있습니다. 본 보고서의 내용에 대해서는 출처를 밝히고 인용할 수 있으나, 무단 전재나 복제는 금지합니다.