

---

# 한식세계화 성과분석 및 5개년 계획

---

2013.5



# 제 출 문

한식재단 이사장 귀하

본 보고서는 “한식세계화 성과분석 및 5개년 계획” 연구의 최종보고서로 제출합니다.

2013년 5월

한국산업개발연구원

원 장 백 영 훈

## 연 구 진

---

책임연구원	권 기 정	상 무 이 사
연 구 원	배 진 호	연 구 위 원
	서 효 동	책임연구원
	최 현 장	책임연구원
	박 지 현	선임연구원
연구보조원	장 도 진	선임연구원
	김 주 연	주임연구원
보 조 원	박 지 혜	인턴연구원



# 목 차

<b>I. 연구의 개요</b> .....	<b>3</b>
1. 연구의 배경 및 목적 .....	3
1.1 연구의 배경 .....	3
1.2 연구의 목적 .....	4
2. 연구의 범위 .....	5
2.1 시간적 범위 .....	5
2.2 내용적 범위 .....	5
3. 연구의 수행방법 .....	7
4. 연구의 수행체계 .....	8
<b>II. 한식세계화의 현황</b> .....	<b>11</b>
1. 한식세계화의 의미 .....	11
1.1 한식의 정의 .....	11
1.2 본 연구에서 한식 및 한식세계화의 적용 개념 .....	16
2. 국내외 연관산업 현황 .....	18
2.1 세계 식품산업 현황 .....	18
2.2 국내 식품산업 현황 .....	27
3. 한식세계화의 환경분석 .....	35
3.1 국내외 여건분석 .....	35
3.2 한식세계화 정책 .....	45
3.3 민간기업의 해외진출 현황 .....	52
<b>III. 해외사례분석</b> .....	<b>57</b>
1. 일본 .....	57

1.1 추진체계 .....	57
1.2 추진기구 및 주요사업 .....	58
1.3 쿨재팬 전략(Cool Japan Strategy) .....	64
2. 태국 .....	66
2.1 추진체계 .....	66
2.2 추진기구 및 주요사업 .....	67
3. 이탈리아 .....	71
3.1 추진체계 .....	71
3.2 주요사업 .....	72
4. 국가별 자국음식 세계화 추진현황 .....	74
5. 해외사례분석의 시사점 .....	75
<b>IV. 한식세계화 성과분석 및 정책방향 설정 .....</b>	<b>79</b>
1. 성과분석 개요 .....	79
2. 한식세계화 성과분석 .....	83
2.1 투입요소 .....	83
2.2 주요 사업별 성과 .....	90
2.3 성과분석 .....	97
2.4 세부 전략별 성과평가 .....	102
3. 정부부처별 한식세계화 추진 사업 분석 .....	122
3.1 추진 사업 .....	122
3.2 부처별 한식세계화 추진 평가와 시사점 .....	125
4. 전략별 사업 재설계 .....	127
<b>V. 한식세계화 5개년 계획 .....</b>	<b>131</b>
1. 한식세계화의 비전과 목표 .....	131
1.1 한식세계화의 전략적 방향성 .....	131
2. 한식세계화의 비전과 목표 수립 .....	135

2.1	한식세계화 사업의 방향	135
2.2	한식세계화 사업 추진을 위한 준거(準據)	138
2.3	한식세계화 사업별 방향 및 로드맵 설정	139
2.4	한식세계화의 비전과 목표	140
3.	[제1과제] 인프라 구축	141
3.1	한식세계화 관련 법·제도 정립	143
3.2	조직체계 정비	151
3.3	시설 인프라 구축	161
3.4	디지털 정보화 시스템 강화	168
3.5	사업추진 일정	177
4.	[제2과제] 연구개발	179
4.1	전통음식 자원 활용 및 부가가치 향상 기술 개발	181
4.2	해외시장 진출을 위한 한식 메뉴 및 서비스 개발	187
4.3	한식 콘텐츠 개발 및 보급	192
4.4	음식관광 프로그램 개발	202
4.5	사업추진 일정	207
5.	[제3과제] 한식세계화 전문인력 양성	209
5.1	한식 전문인력 양성을 통한 성장 동력화	211
5.2	해외 현지 한식교육	221
5.3	한식 인력의 산업간 연계시스템 구축	226
5.4	국민의 한식 인식 제고 교육사업	236
5.5	사업추진 일정	241
6.	[제4과제] 글로벌 경쟁력 강화	244
6.1	국내 한식 경쟁력 강화	246
6.2	해외시장 진출 확대	252
6.3	사업추진 일정	261
7.	[제5과제] 커뮤니케이션	262
7.1	커뮤니케이션 강화	264

7.2 사업추진 일정 .....	277
<b>VI. 한식재단 자립화 방안 및 법률(안) .....</b>	<b>281</b>
1. 한식재단 자립화 방안 .....	281
1.1 자립화의 기본방향 .....	281
1.2 한식재단의 자립 현황 .....	284
1.3 한식재단 운영재원 .....	288
2. 한식재단의 재원 확보 방안 .....	289
2.1 출연 및 출자 .....	289
2.2 후원금 .....	290
2.3 한식기금 조성 및 운영 .....	291
2.4 기타 자조금 등 .....	298
2.5 재단의 사업 추진 .....	300
3. 한식세계화 법률 제정 .....	306
3.1 제안 이유 .....	306
3.2 한식세계화의 여건과 국내 법제 .....	307
3.3 법안의 주요내용과 체계 .....	309
<b>VII. 종합 및 정책적 제언 .....</b>	<b>317</b>
1. 종합 .....	317
1.1 문제의 제기와 연구 목적 .....	317
1.2 한식세계화 성과분석 .....	318
1.3 한식세계화 5개년 계획 수립 .....	321
1.4 재단의 자립화 추진 .....	324
2. 정책적 건의 .....	325
<b>부    록 .....</b>	<b>329</b>



# 표 목차

<표 I-1> 연구의 시간적 범위 .....	5
<표 I-2> 과업 지시 및 연구의 세부 내용 .....	6
<표 I-3> 연구수행 방법 .....	7
<표 II-1> 선행연구의 정의를 고려한 본 연구의 한식 정의 .....	15
<표 II-2> 한국외식연합의 한식 정의 .....	16
<표 II-3> 한식의 재(再) 정의 구조 .....	17
<표 II-4> 세계 식품산업 규모 .....	19
<표 II-5> 미국의 에스닉 푸드 현황 .....	23
<표 II-6> 주요 국가의 에스닉 푸드시장 개황 .....	26
<표 II-7> 국내 식품산업 규모(최근 10년간) .....	27
<표 II-8> 현행 국내법상 외식산업 특성 분류 .....	29
<표 II-9> 2011년 국내 외식산업의 시장규모 .....	30
<표 II-10> 업종별 한식 음식점업 추이 .....	32
<표 II-11> 일반음식점업 업종별 평균 매출액 · 영업비용 · 종사자수 .....	33
<표 II-12> 국가별 한식(당) 선호도, 연상이미지 조사 .....	34
<표 II-13> 서비스업 중심으로 글로벌 산업구조 변화 .....	36
<표 II-14> 세계 식음료 분야의 R&D 트렌드 .....	39
<표 II-15> 정부의 식품관련 정책 강화 방향 .....	41
<표 II-16> 한식세계화 정책 추진 체계 .....	46
<표 II-17> 한식세계화 추진경과 .....	47
<표 II-18> 한식세계화 부처별 추진 계획 .....	49
<표 II-19> 한식세계화 국민적 공감대 .....	50
<표 II-20> 정부의 한식세계화 추진 5대 과제 요약 .....	51
<표 II-21> 해외진출 외식업체 실태 .....	53
<표 III-1> 일본 농림수산물 등 수출촉진전국협의회 역할 .....	60
<표 III-2> 일식당해외보급추진기구 주요활동 .....	61
<표 III-3> 쿨재팬의 목표 및 전략 .....	64
<표 III-4> 타이 셀렉트 심사항목 .....	69

<표 III-5> 이탈리아 식당 인증제 기술표준 조항 .....	72
<표 III-6> 국가별 자국음식 세계화 추진현황 .....	74
<표 IV-1> 한식세계화 평가대상 및 절차 .....	79
<표 IV-2> 평가항목별 성과분석지표 및 배점 .....	80
<표 IV-3> 분야별 평가위원 전문가 비율 .....	82
<표 IV-4> 한식세계화 평가대상 사업 예산 .....	84
<표 IV-5> 성과분석 대상 인프라 구축 사업과 예산 .....	85
<표 IV-6> 성과분석 대상 전문인력 양성 사업과 예산 .....	86
<표 IV-7> 성과분석 대상 한식당 경쟁력 강화 사업과 예산 .....	87
<표 IV-8> 성과분석 대상 한식홍보 사업과 예산 .....	88
<표 IV-9> 성과분석 대상 사업과 예산 종합 .....	89
<표 IV-10> 한식세계화 법·제도 개선 .....	92
<표 IV-11> 한식세계화 기술개발의 추진방향 .....	93
<표 IV-12> 단기 전문인력 기관 및 양성 인원수 .....	94
<표 IV-13> 연도별 특성화학교 지정 및 지원 .....	94
<표 IV-14> 식문화 홍보 및 홍보 인프라 구축 현황 .....	96
<표 IV-15> 성과분석 평점 부여 절차 .....	97
<표 IV-16> 한식세계화 성과분석 종합 .....	98
<표 IV-17> 전략별 사업 평점 분석 .....	98
<표 IV-18> 세부사업별 성과분석 결과 .....	100
<표 IV-19> 인프라구축 예산 .....	102
<표 IV-20> 한식세계화 추진체계 구축 .....	103
<표 IV-21> 인프라구축 성과분석(종합) .....	104
<표 IV-22> 한식원형복원사업과 농업기초기반연구 비교 .....	105
<표 IV-23> R&D 예산 .....	106
<표 IV-24> 한식세계화 R&D 사업 기관별 역할 분담 .....	107
<표 IV-25> R&D 성과분석(종합) .....	108
<표 IV-26> 전문인력 양성 예산 .....	109
<표 IV-27> 단기교육과정 운영현황 .....	110
<표 IV-28> 단기교육과정 .....	110
<표 IV-29> 특성화학교 지원현황 .....	111

<표 IV-30> 해외 한식교육(내국인 대상) .....	111
<표 IV-31> 해외 한식교육(외국인 대상) .....	111
<표 IV-32> 전문인력양성 성과분석(종합) .....	112
<표 IV-33> 경쟁력 강화 사업 예산 .....	113
<표 IV-34> 경쟁력 강화 사업의 주요 내용 .....	114
<표 IV-35> 경쟁력 강화 성과분석(종합) .....	115
<표 IV-36> 해외한식당 개설 지원 사업 계획 대비 실적 .....	116
<표 IV-37> 식문화 홍보 예산 .....	117
<표 IV-37> 식문화 홍보 사업 성과분석 .....	119
<표 IV-39> 식문화 홍보 사업 성과 결과 .....	119
<표 IV-40> 한식세계화 전략별 사업성과(인프라, R&D) .....	120
<표 IV-41> 한식세계화 전략별 사업성과(전문인력양성, 경쟁력강화, 식문화홍보) .....	121
<표 IV-42> 한식세계화 사업 추진기관별 기능과 역할 .....	122
<표 IV-43> 한식세계화 사업의 중복성 분석 .....	124
<표 IV-44> 부처별 한식세계화 추진 사업 요약 .....	126
<표 IV-45> 전략별 한식세계화 사업 재설계 .....	127
<표 V-1> 한식세계화 인프라구축 세부기본계획 .....	142
<표 V-2> 법·제도 개선 사업비 예산(안) .....	144
<표 V-3> 한식 관련 국내 법규 비교 .....	145
<표 V-4> 식품관련 법률별 조항 .....	146
<표 V-5> 한식세계화 사업 중단사례 .....	147
<표 V-6> 한식세계화 관련된 법률 제정 주요내용 .....	148
<표 V-7> 성과지표 설정 SMART 기준 .....	150
<표 V-8> 유사가능 분산현황 .....	153
<표 V-9> 유사·중복 소지가 있는 사업(한식원형복원 사업) .....	153
<표 V-10> 해외한식당 협의체 현황과 분포도 .....	155
<표 V-11> 해외한식당 협의체 사업 지원내역 .....	156
<표 V-12> 조직체계 정비 사업비 예산(안) .....	157
<표 V-13> '한식세계화 협업단' 운영(안) .....	159
<표 V-14> '한식세계화 자문단' 운영(안) .....	159
<표 V-15> '해외한식교류회' 구성(안) .....	160
<표 V-16> 외국인 관광객 한국방문 목적 .....	161

<표 V-17> 기 식품관련 홍보관 현황 및 문제점 .....	162
<표 V-18> 기 식품관련 홍보관 문제점 .....	162
<표 V-19> 한식랜드(한식종합체험홍보관) 기대효과 .....	164
<표 V-20> 시설인프라 구축 사업비 예산(안) .....	164
<표 V-20> K-푸드코트(Food Court) 콘텐츠 구성(안) .....	165
<표 V-22> 한식종합체험홍보관의 기능 .....	166
<표 V-23> 한식종합체험홍보관 설립 관련 법규 .....	167
<표 V-24> 디지털 정보화 시스템 강화 사업비 예산(안) .....	171
<표 V-25> 한식세계화 연구개발 세부기본계획 .....	180
<표 V-26> 한식세계화 우수성·기능성 연구과제 .....	182
<표 V-27> 전통음식 자원활용 및 부가가치 향상 기술개발 사업비 예산(안) ..	183
<표 V-28> 한식 우수성 디지털 컬렉션 유형 및 주제 .....	184
<표 V-29> 주요국의 발효식품 소재화 기술개발 .....	185
<표 V-30> 미생물을 이용한 식품산업 분야 등 .....	185
<표 V-31> 국가별 선호 한식 .....	188
<표 V-32> 한식 메뉴개발 및 서비스 개발 예산(안) .....	188
<표 V-33> 외식산업 5대 연구분야 중 주방기기 등 .....	191
<표 V-34 > 서비스 R&D 사례 .....	193
<표 V-35> '유네스코 창의도시 네트워크' 미식분야 선정 도시 .....	194
<표 V-36> 한식세계화 콘텐츠 구축 목록 .....	195
<표 V-37> 한식콘텐츠 개발 및 보급 사업비 예산(안) .....	196
<표 V-38> 산업 주체에 따른 문화원형 콘텐츠 개발 정책 .....	197
<표 V-39> 인류 무형문화유산의 세부 내용 .....	201
<표 V-40> 인류무형문화유산 등재절차 .....	201
<표 V-41> 방한 외래관광객 주요참여활동 .....	203
<표 V-42> 해외 음식관광 사례 .....	204
<표 V-43> 음식관광프로그램개발 사업비 예산(안) .....	204
<표 V-44> 종가 및 음식체험 프로젝트 사례 .....	205
<표 V-45> 기타 음식체험 프로젝트 사례 .....	205
<표 V-46> 한식세계화 전문인력 양성 세부기본계획 .....	210
<표 V-47> 한식 전문 인력 양성을 위한 중장기 추진체계 .....	211

<표 V-48> 단기교육과정 운영현황 .....	212
<표 V-49> 세계 주요 명장 활동 사례 .....	213
<표 V-50> 한식 특성화학교 지원 기간 및 연간 지원 금액 .....	213
<표 V-51> 학교별 특성화학교 지원현황 .....	214
<표 V-52> 한식전문인력 양성을 통한 성장동력화 사업비 예산(안) .....	215
<표 V-53> 한식 글로벌 전문 MBA과정 .....	218
<표 V-54> 한국음식 역사문화 아카데미 운영 단계별 내용 .....	219
<표 V-55> 지역별 해외 진출업체 특성 .....	222
<표 V-56> 해외현지 한식교육 사업비 예산(안) .....	222
<표 V-57> 해외 주요대학 등 한식연계 국제교류 지원 .....	224
<표 V-58> 한국 직업 전망 .....	228
<표 V-59> 단기과정 수료 후 직업추적 .....	229
<표 V-60> 한식인력의 산업연계 활성화 사업비 예산(안) .....	230
<표 V-61> 한식 창업보육의 구체적 내용 .....	231
<표 V-62> 'HANSIK Alliance' 기관별 역할 .....	234
<표 V-63> 한식 인식 제고 교육 사업비 예산(안) .....	237
<표 V-64> 한식세계화 글로벌 경쟁력 강화 세부기본계획 .....	245
<표 V-65> 지역별 특1급 호텔 내 음식점 현황 .....	248
<표 V-66> 국내 한식 경쟁력 강화 사업 사업비 예산(안) .....	249
<표 V-67> 국가별 해외한식당 한국산 식재료 구입현황 .....	255
<표 V-68> 해외시장진출 확대 사업 사업비 예산(안) .....	255
<표 V-69> 2012년 해외한식당 컨설팅 지역 및 예산 .....	258
<표 V-70> 공동물류시스템 K-food 공급센터 운영방식 .....	260
<표 V-71> 한식세계화 커뮤니케이션 세부기본계획 .....	263
<표 V-72> 홍보·마케팅 세부 추진 내용 .....	265
<표 V-73> 거점 지역 선정 기준 .....	267
<표 V-74> 한류가 식품산업에 미치는 영향 사례 .....	268
<표 V-75> 커뮤니케이션 강화 사업 예산(안) .....	269
<표 V-76> 커뮤니케이션 수단별 전략의 주요 내용 .....	273
<표 V-77> 한류로 긍정적인 영향을 받은 업종 .....	274
<표 V-78> 매체별 다양한 홍보 전략 .....	275

<표 V-79> 2012년 우리나라 ODA 잠정통계 .....	276
<표 VI-1> 재원확보의 원천 구성도 .....	283
<표 VI-2> 한식재단 설립 목적 및 역할 .....	284
<표 VI-3> 한식재단 인원 현황 .....	285
<표 VI-4> 한식세계화 사업 예산안 중 한식재단 운영비 지원 .....	286
<표 VI-5> 정부지원 한식재단 운영비 및 사업위탁수수료 현황 .....	286
<표 VI-6> 한식재단 수행사업 집행 실적 .....	287
<표 VI-7> 한식재단 인력 산출(안) .....	288
<표 VI-8> 한식재단 연도별 재원(불변가액) .....	288
<표 VI-9> 5개년 출연금 및 출자금 .....	289
<표 VI-10> 정규회원 약정(안) .....	290
<표 VI-11> 한식기금 조성 .....	292
<표 VI-12> 5개년 정부 및 정부 외의 자의 출연 및 출자금 .....	293
<표 VI-13> 문화나눔 사업별 기금액 시행기관 .....	294
<표 VI-14> 5개년 복권기금 계획 .....	294
<표 VI-15> 국고채 시장이자율(2012년 기준) .....	295
<표 VI-16> 기금 운용 이자수익 변화추이 .....	295
<표 VI-17> 국내 주요 자조금 제도 .....	299
<표 VI-18> 한식재단 사업의 특성 .....	300
<표 VI-19> 한식재단 정관의 사업범위 .....	301
<표 VI-20> 사업추진을 위한 세부 전제 .....	302
<표 VI-21> 사무시설 임대료 기준 사례 .....	303
<표 VI-22> 전시장 대관료기준 사례 .....	304
<표 VI-23> 임대 및 대관사업 등 부수사업 수입계획 .....	304
<표 VI-24> 한식콘텐츠 제공 서비스 사업 .....	305
<표 VI-25> 한식관련 국내 법제 비교 .....	308
<표 VI-26> 한식세계화 촉진법(안)의 체계 및 주요내용 .....	311
<표 VI-27> 한식의 진흥에 관한 법률안의 구성 체계 .....	314
<표 VII-1> 한식세계화 성과분석 종합 .....	319
<표 VII-2> 전략별 한식세계화 사업 재설계 .....	320
<표 VII-3> 재원확보의 원천 구성도 .....	324

## 그림 목차

<그림 I-1> 연구의 목적 .....	4
<그림 I-2> 연구의 흐름도 .....	8
<그림 II-1> 사업 분야별 세계시장 규모(09년 기준) .....	18
<그림 II-2> 세계 식품산업 규모 추이 .....	19
<그림 II-3> 국내외 외식산업의 범위 .....	20
<그림 II-4> 세계 외식시장 규모추이 .....	21
<그림 II-5> 에스닉 푸드 시장 동향 .....	22
<그림 II-6> 영국 에스닉 푸드 시장전망 .....	24
<그림 II-7> 국내 식품산업 연차별 규모 .....	28
<그림 II-8> 국내 외식산업 연차별 규모 .....	30
<그림 II-9> 식품집객업체의 신규·명의변경·휴업·폐업 업소 수 변동 추이 ..	31
<그림 II-10> 한국표준산업분류에 따른 음식점 유형별 비율 .....	32
<그림 II-11> 한국표준산업분류에 따른 음식점 매출액 .....	33
<그림 II-12> 12개국 요리별 경쟁력 점수(CPI) .....	34
<그림 II-13> 세계 GDP성장률, 교역량 증가율 추이 .....	37
<그림 II-14> 국내 서비스업 및 고용비중 추이로 본 음식업 특성 .....	37
<그림 II-15> 세계 인구구조 고령화에 따른 음식 환경변화 추정 .....	38
<그림 II-16> 국내여성 경제활동 인구추이 .....	43
<그림 II-17> 식품소비패턴의 변화 .....	43
<그림 II-18> 한식세계화 비전 및 전략 .....	48
<그림 III-1> 일본 농수산물 수출종합전략 개요 .....	57
<그림 III-2> JRO 세계 지부 분포도 .....	62
<그림 III-3> 쿨재팬 전략 .....	65
<그림 III-4> 쿨재팬 전략 개념도 .....	65
<그림 IV-1> 한식세계화 예산배정 추이 .....	83
<그림 IV-2> 전략별 예산투입비 추이 .....	84
<그림 IV-3> 한식세계화 투입 대비 성과 비교 .....	99
<그림 IV-4> 한식세계화 부처별 추진 사업 .....	123
<그림 V-1> 한식세계화 5개년 계획 수립 방향 .....	131
<그림 V-2> 한식세계화 전략적 접근 방법 설정 .....	136
<그림 V-3> 한식세계화 사업 선순환 체계도 .....	137
<그림 V-4> 한식세계화 사업 설정을 위한 준거 .....	138
<그림 V-5> 한식세계화 로드맵 .....	139

<그림 V-6> 한식세계화 사업 비전과 목표 .....	140
<그림 V-7> 인프라 구축 기본방향 .....	141
<그림 V-8> 종합계획 수립 및 성과관리 .....	149
<그림 V-9> 현행 한식세계화 사업 추진체계 .....	152
<그림 V-10> 한식세계화 추진체계(안) .....	158
<그림 V-11> 해외한식당 협의체 지원체계(안) .....	160
<그림 V-12> 한식종합체험홍보관 기대효과 .....	163
<그림 V-13> 한식종합체험홍보관 시설물(예) .....	167
<그림 V-14> 마카레나와 강남스타일의 확산속도 .....	169
<그림 V-15> 한식세계화 공식 홈페이지 .....	170
<그림 V-16> 한식세계화 자원관리(ERP) 구축 및 사례 .....	171
<그림 V-17> 한식재단의 정보화 전략의 수립과 발전 단계 .....	172
<그림 V-18> 한식디지털 아카이브 시스템 구성도 .....	173
<그림 V-19> 한식관련 VOD 서비스(예) .....	174
<그림 V-20> 한식 모바일 앱 개발 현황 .....	175
<그림 V-21> 한식 지원시스템 체계 .....	176
<그림 V-22> 연구개발 기본방향 .....	179
<그림 V-23> Jang Pairing Map(예) .....	190
<그림 V-24> 음식관련 모바일 앱(예시) : 콕콕쉐프 .....	199
<그림 V-25> 전문인력 양성 기본방향 .....	209
<그림 V-26> 한식 국가대표 셰프단과 ODA(예) .....	220
<그림 V-27> e-러닝 콘텐츠 개발 및 교육(예) .....	223
<그림 V-28> 프랑스 소펙사(SOPEXA)의 글로벌 네트워크 .....	225
<그림 V-29> 식품접객업체의 신규·명의변경·휴업·폐업 변동추이(업소 수) .....	227
<그림 V-30> 'HANSIK Alliance' 구성안 .....	234
<그림 V-31> 글로벌 경쟁력 강화 기본방향 .....	244
<그림 V-32> 한식업체 Value Chain상 원가분류(A업체사례) .....	247
<그림 V-33> 한식세계화 전략적 유망시장 .....	252
<그림 V-34> 해외 우수한식당 가이드북 .....	254
<그림 V-35> 커뮤니케이션 전략 기본방향 .....	262
<그림 V-36> 한식세계화의 커뮤니케이션의 방향 .....	266
<그림 V-37> 한류 진출 정도에 따른 국가 분류 .....	269
<그림 VI-1> 재정자립 방안 분석 틀 .....	282
<그림 VI-2> 한식재단 조직도 .....	285
<그림 VI-3> 연차별 한식기금 조성 .....	292
<그림 VII-1> 한식세계화 사업비전 및 목표 .....	321
<그림 VII-2> 한식세계화 사업 선순환 체계도 .....	323



## 제1장 연구의 개요



# I. 연구의 개요

## 1. 연구의 배경 및 목적

### 1.1 연구의 배경

- 식(食)문화는 한 국가의 문화를 대표하는 상징성이 있고, 그 국가와 민족의 삶, 인문·사회, 정치·경제 등과 상호연계성을 가지고, 나아가 역사적 유산으로서 의미도 지니고 있음.
  - 글로벌화 추세가 가속화됨에 따라 식문화는 국가의 문화 상징으로 자리매김하고 있음.<sup>1)</sup>
- 전 세계 국가별 트렌드(Trend)는 식품산업을 미래의 고부가가치 분야로 인식하고, 나아가 식품을 하나의 문화자산으로 인식하는 패러다임의 전환이 이루어지고 있음.
  - 세계 각국은 전통음식을 이용하여 국가이미지를 제고하고 이를 산업화하며, 나아가 자국(自國)의 식재료를 수출함으로써 경제적 이익 창출에 힘쓰고 있음.
  - 식품산업은 농·축·수산업 성장을 견인하고 첨단공학기술과 접목한 고부가가치와 일자리창출로 경제 활성화에 기여할 수 있는 산업으로 인식됨.
- 정부는 한식의 해외시장 진출에 주목하고, 이를 세계 5대 음식으로 육성하기 위하여 한식세계화 기반 구축, 해외 한식당 경쟁력 제고, 식문화 홍보 등 「한식세계화 추진 계획」을 수립하여 '09년부터 지속적으로 추진하고 있음.
  - 특히 2010년부터 한식재단을 설립하여 한식이미지 개선, 한식 명품화 프로젝트, 한식 전문인력 육성 지원, 한식식문화 확산, 해외 진출 정보전략 조사, 국내외 네트워크 구축 등 다양한 사업을 추진하여 한식세계화에 이바지하고 있음.

1) Agenda Research Group, 2009. 영문 발취 재해석

## 1.2 연구의 목적

- 한식재단은 한식 및 식문화의 세계화 전략으로 우선적으로 한식의 브랜드 이미지를 구축하여 세계 각국의 소비자들에게 한식에 대한 명확한 메시지 전달의 필요성이 대두되고 있음.
  - 이러한 필요는 한식을 단순한 식문화 차원이 아닌 하나의 문화로 접근하여 그 우수성 및 해외시장으로 확대, 인지도 향상 등을 종합적으로 도모할 계획이 필요함.
- 따라서 본 연구는 그 동안 추진해 온 한식세계화 정책 및 세부사업들에 대한 객관적인 사업 성과분석을 바탕으로 5개년 한식세계화 사업을 위한 비전·목표를 제시하고, 과제별 세부 사업에 대한 추진계획 수립·보완을 통해 추진기구인 한식재단의 자립화 방안을 수립하는데 그 목적이 있음.
  - 그 동안 한식세계화 사업으로 추진된 성과를 객관적으로 분석하여 정부와 민간의 역할 모델 수립 및 장기적 관점에서 한식세계화 사업 방향 설정이 필요함.
  - 성과분석은 단순히 기존 또는 시행된 사업들에 대한 평가부분도 있지만, 결과를 바탕으로 중장기적인 목표를 재설정하고, 부문별·세부사업별로 구체화하는데 기초자료로 활용함.

<그림 I-1> 연구의 목적



## 2. 연구의 범위

### 2.1 시간적 범위

- 연구기간 : 2012. 12. 18 ~ 2013. 5. 31

<표 I -1> 연구의 시간적 범위

구분	시간적 범위	비고
기준년도	2012년	통계자료 기준
분석기간	2009년 ~ 2012년	4년간 실적 중심
계획기간	2014년 ~ 2018년	향후 5년간 계획

### 2.2 내용적 범위<sup>2)</sup>

- 한식세계화 성과분석
  - 한식세계화 사업 성과분석의 틀
  - 한식세계화 사업 추진정책 성과분석
  - 한식세계화 사업 집행체계 성과분석
  - 한식세계화 사업 세부과제별 평가 및 분석
- 5개년 계획 수립
  - 한식세계화 비전 및 목표수립
  - 전략과제 도출 및 세부 실행계획 수립
  - 한식세계화 추진체계 구축
- 한식재단 자립화
  - 한식재단의 기능과 역할 정립
  - 재단 자체 수익사업 발굴
  - 재단 자립 5개년 계획 및 실행계획 준비

2) 과업지시서 기준으로 연구수행과정상 상호 협의에 의하여 조정할 수 있었음.

<표 I-2> 과업 지시 및 연구의 세부 내용

분류	내용	세부내용
한식 세계화 성과 평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 성과 측정 모델 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 관련 자료 및 지표 조사·취합</li> <li>한식세계화 성과를 객관적으로 측정할 수 있는 부문, 세부사업 별 정량·정성 성과측정 모델, 지표 개발</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 사업 추진 체계 진단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>현재 한식세계화 부처 및 기관 간 업무 분장 등 한식세계화 정책 집행 체계 진단</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 성과 및 효과 측정·분석</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 성과측정 모델을 적용하여 세부과제별·분야별·기관별 추진실적 및 성과평가</li> <li>국민·전문가·정책고객들을 대상으로 한식세계화 정책 효과성 평가</li> <li>인터뷰 및 설문조사를 통한 한식, 한식세계화 정책 평가</li> <li>프랑스, 일본, 태국, 이탈리아, 미국 등 외식산업 선진국들과의 정책비교를 통한 한식세계화 정책평가</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>종합 평가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지자체 및 타부처, 민간에서 추진한 한식세계화사업 추진 실적 및 현황 파악</li> <li>한식세계화의 사회적 파급효과 조사 등 입체적 종합평가 실시</li> <li>한식세계화 관련 통계 자료집 작성 등</li> </ul>
한식 세계화 5개년 계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 비전 및 목표 제시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 한식세계화의 비전·목표·전략 등 점검 및 보완 등</li> <li>정책적·경제적 측면에서의 한식세계화 범위와 대상, 부문 설정 등</li> <li>한식과 한식당 등 정책대상을 정의하고 일관된 체계에 따라 분류, 전략 품목 선정 등</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 사업 부문별 전략 및 과제 세부실행계획 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 비전과 목표를 달성하기 위한 부문별 전략 수립 등</li> <li>각 부문별 전략에 따른 과제 도출 및 과제별 우선순위 설정 등</li> <li>과제별 투입예산 및 자원, 목표설정, 기대효과 등이 구체적으로 포함된 세부실행계획 수립 등</li> <li>한식세계화 5개년계획 로드맵 작성 등</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 추진 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지속가능한 한식세계화사업 추진을 위한 추진체계 제시</li> <li>한식세계화 정책 수행을 위한 유관 부처 및 기관별 업무 분장 등</li> <li>국내·외 한식세계화 통합 협의체 구축 방안 마련 등</li> <li>안정적인 한식세계화 추진과 한식산업진흥을 위한 근거법 초안 작성 등</li> </ul>
기타 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식재단 자립화 방안 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업추진기구인 한식재단의 자립화 방안 마련 등</li> <li>콘텐츠 및 BI, 홈페이지 등을 활용한 수익화 방안 마련 등</li> <li>한식재단 재정 자립을 위한 조직 체계 연구 등</li> <li>기타 수익 가능 사업 발굴 및 제안 등</li> <li>한식재단 재정 자립화 5개년 로드맵 및 실행계획 수립 등</li> </ul>

### 3. 연구의 수행방법

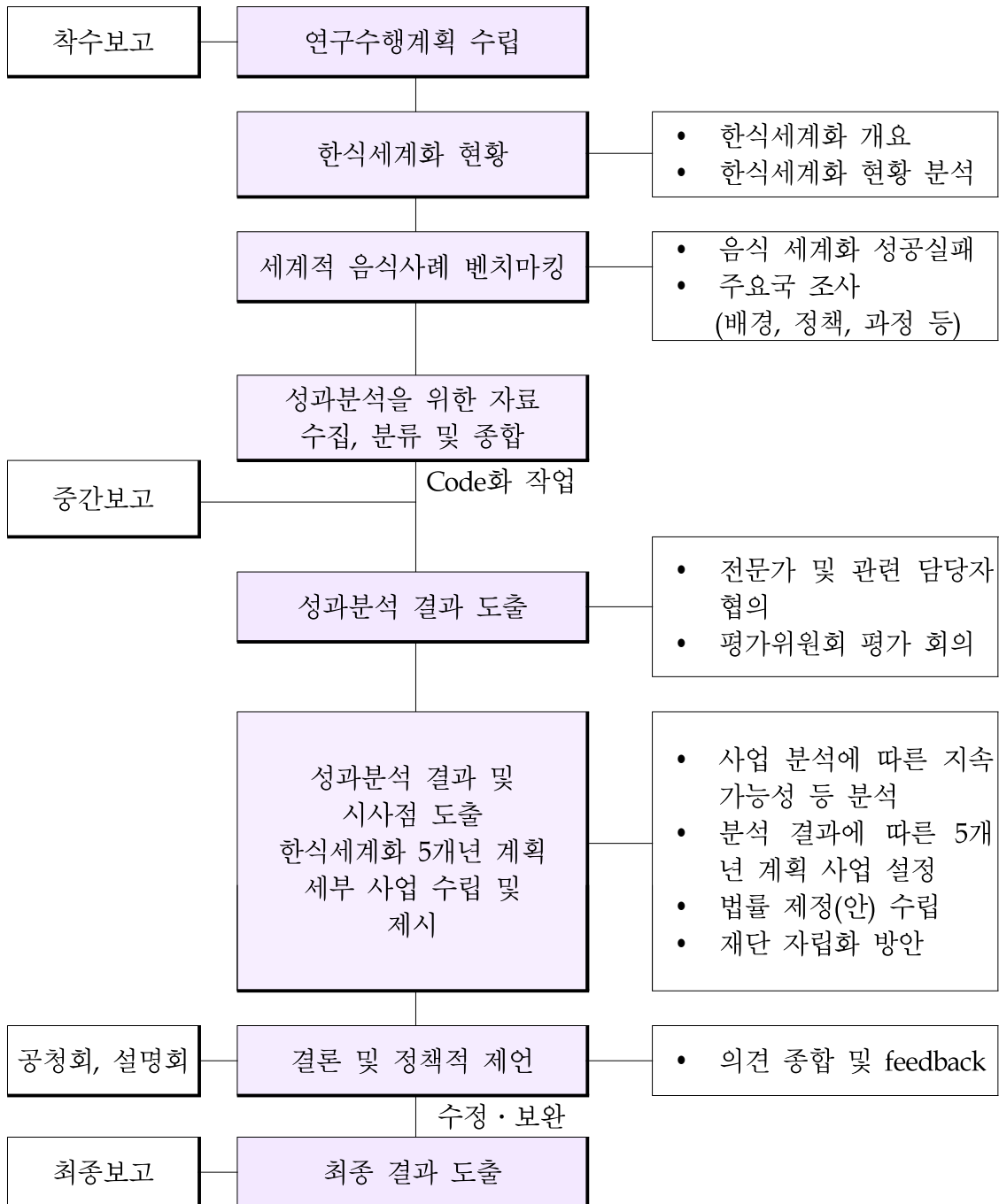
- ‘한식세계화 성과 분석’과 ‘5개년 계획 수립’ 등을 위해 평가대상 사업 자료조사, 문헌조사, 해외문헌 분석, 선행연구 조사, 설문 및 전문가 면접조사, 평가회의 등으로 객관적인 성과분석 결과를 도출하고, 도출된 결과를 바탕으로 ‘한식세계화 5개년 계획 수립’ 등에 결과를 반영하는 방법을 적용함.

<표 I-3> 연구수행 방법

분석방법	분석 내용
평가대상 사업조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화 사업에 관련된 작성된 정부, 민간 계획 및 집행 자료 수집, 분류, 분석 및 종합</li> </ul>
문헌조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기관별 연구자료 문헌조사                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농림축산식품부 발간 자료 및 선행연구 자료</li> <li>- 한국농수산물유통공사, 농림수산물기술기획평가원 등의 발간 자료 및 연구자료</li> <li>- 한식재단의 발간 자료 및 선행연구 자료 등</li> </ul> </li> <li>• 해외 문헌조사                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국, 일본, 중국, 태국 등 식품산업 주요국의 관련 자료</li> </ul> </li> </ul>
설문조사 및 면접조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과분석을 위한 조사                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사, 농림수산물기술기획평가원, 한식재단 등 담당자 또는 부서별 추진성과 분석</li> <li>- 한식 교수 및 전문가, 이해관계자 등에 대한 설문 및 면접(인터뷰) 조사</li> </ul> </li> </ul>
벤치마킹	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외 음식 및 음식문화 사례 분석                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성공 배경 및 정책 차원의 지원책, 시사점</li> <li>- 인문·사회·경제·문화·정치적 접근법 분석</li> </ul> </li> </ul>
기타조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘한식세계화 촉진법(안)’ 제정을 위한 법률전문가 협의</li> <li>• 한식재단 자립화를 위한 타 사례 분석 및 재정전문가 협의</li> </ul>

## 4. 연구의 수행체계

<그림 I-2> 연구의 흐름도





## 제2장

## 한식세계화의 현황



## II. 한식세계화의 현황

### 1. 한식세계화의 의미

#### 1.1 한식의 정의

- ‘한식(韓食)’의 정의는 현재 학문적·법률적으로 명확히 규명되지 않고 대부분 관념적으로 이해하고 있으며, 일부 선행연구에서 연구자의 협의적·광의적 관점에 따라 한식에 대한 의미를 달리하고 있음.
  - 이러한 이유로 ‘한식세계화’의 의미나 방향성에 있어서 다소 차이를 보이는 것으로 판단됨.
- 본 연구에서는 ‘한식세계화’의 정확한 개념을 선행연구를 분석하여 현(現) 국내외 관련 동향을 반영하여 재(再) 정의하고, 그 설정된 한식의 의미에 따라 ‘한식세계화’를 설정하여 「한식세계화 5개년 계획」의 수립 방향을 정함.

#### □ 한식의 일반적 정의

- 한식은 현재 ‘한국 음식의 총칭(總稱)’, ‘한국인이 먹는 음식(飲食)’, ‘한국인이 먹어 본 전통음식(傳統飲食)<sup>3)</sup>’ 등으로 정의되고 있음.<sup>4)</sup>
  - 국어사전은 한식을 ‘우리나라 고유의 음식이나 식사’라고 설명하고, 한식당(집)은 ‘우리나라 고유의 음식을 만들어 파는 음식점’으로 정의하고 있음.<sup>5)</sup>
- 정부출연연구기관에서 분석하여 도출한 한식의 정의는, “전통적으로 사용되어 온 식재료 및 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 방법으로 만들어진 음식으로 우리 민족의 역사적, 문화적 특성을 갖고 생활여건에 맞게 창안되어 발전·계승되어 온 음식”으로 할 수 있음.

3) 역사적으로 전승된 음식문화, 기타 먹거리에 대한 갖가지 상징군(象徴群).

4) 두산백과사전, 2012

5) 네이버 어학사전, <http://dic.naver.com>

- 정부 위탁연구에서 한식을 “한국에서 생산되는 식품을 주재료로 조상 고유의 조리방법으로 만든 음식 또는 이와 유사한 식자재를 가지고 우리 조상 고유의 방식 혹은 비슷한 방법으로 요리한 음식”으로 인식하였음.<sup>6)</sup>
- 한식과 한식 식생활의 특징으로 전통음식의 철학은 약식동원(藥食同原)<sup>7)</sup> 사상, 양념사용과 조리방법에서 영양적으로 우수하고, 음식재료의 혼합비율이 식물성과 동물성의 비율이 8 : 2로 우수함. 그리고 다양성, 균형성, 절제성을 갖춰 식사 구성 측면에서 우수함.<sup>8)</sup>
- 전문가 및 이해관계자의 선행연구 등에서 한식에 대한 정의를 살펴보면, “우리 민족의 생활 속에서 창안되어 일상생활(日常生活)·궁중의식(宮中衣食)·세시풍속(歲時風俗) 등 전통문화와 함께 지역특성에 맞게 맛·영양이 우수하고 과학적인 우리 한국인의 음식”으로 정리할 수 있음.
  - 한식의 우수성에 중점을 둘 경우, 한식을 “자연환경 조건을 슬기롭게 수용하면서 보기에 섬세하고 맛이 조화로우며 영양이 우수하고 과학적이고 우리 전통문화와 함께 계승 발전시켜 온 한국인의 음식”으로 정하기도 함.<sup>9)</sup>
  - 한식의 문화적 전통을 중요하게 판단할 경우, 한식은 “옛날부터 우리 민족의 생활 여건에 가장 알맞게 창안되어 전통문화와 함께 발전해온 한국인의 음식”으로 정의됨.<sup>10)</sup>
  - 그리고 “한국인의 일상생활, 궁중의식, 통과례, 세시풍속을 통해 고유의 역사적 배경과 문화적 특징을 지니면서 지역특성에 맞게 전승되어 온 음식”으로 정의하는 경우도 있음.<sup>11)</sup>

6) 한국식품연구원, 한식 마케팅 모형 개발 연구, 2008

7) 음식이 건강에 미치는 중요함을 말하는 것으로 약과 음식이 동일하니 음식을 잘 섭취하라는 의미. 약과 음식은 그 근본이 같고, 약도 먹는 것(식품)도 그 근원은 하나라는 생각을 말하고, 의식동원이라고도 함. 고대로부터 중국에서 건강의 유지, 증진에 우수한 효능, 효과를 가진 것으로 생각하였음. 식품재료를 음양오행설에 기초하여 배합하고 이것을 약선(藥膳)으로 하였음. 차생활문화대전, 2012.7.10, 홍익재  
한편, 한의학에서는 약과 먹거리를 같은 것으로 간주하여 그중에서 기후미박자약(氣厚味薄者藥)이요, 미후기박자식(味厚氣薄者食)이라 함. 맛보다 기운을 중시하면 약이요. 기운보다 맛을 중시하면 식품이라 하여 기운의 성쇠에 따른 특성에 따라 약과 음식을 구분하고 있음

8) 농촌진흥청, 전통 식문화 계승 프로그램 개발, 2007

9) 이원미, 학교영양사의 한국전통음식에 대한 인식 및 활용에 관한 조사연구 : 서울, 인천지역을 중심으로, 인천대학교 교육대학원, 2001

10) 이화자, 전통음식과 절식음식에 대한 인식 및 활용도 조사 : 전남지역 초등학교 영양사를 중심으로, 전남대학교 교육대학원, 2007

## □ 한식의 법률적 정의

- 법률적인 의미에서 한식은 먼저 큰 범주에서 식품을 어떻게 정의하느냐에 따라 범위를 설정할 수 있음. ‘식품’의 정의는 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 제3조 7호 및 식품산업진흥법 제2조 1호에서 ① 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 농수산물, ② 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물로 정의하고 있음.
  - ‘식품산업’은 식품을 생산, 가공, 제조, 조리, 포장, 보관, 수송 또는 판매하는 산업을 말함.<sup>12)</sup>
    - 농수산물에 인공을 가하여 생산·가공·제조·조리하는 산업
    - 위의 산업으로부터 생산된 산물을 포장·보관·수송 또는 판매하는 산업
  - ‘전통식품’은 “국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품”으로 식품산업진흥법 제2조 4호에 정하고 있음.
- 한편, ‘식생활’은 식생활교육지원법 제2조 1호에서 “식품의 생산, 조리, 가공, 식사용구, 상차림, 식습관, 식사예절, 식품의 선택과 소비 등 음식물의 섭취와 관련된 유·무형의 활동”으로 정의함.
  - ‘전통 식생활 문화’는 식생활교육지원법 제2조 3호에서 “우리 민족 고유의 식생활과 관련된 생활양식이나 행동양식으로서 국가적 차원에서 진흥시킬 만한 전통적이고 문화적 가치가 있다고 인정되는 것”으로 정의하고 있음.
- ‘외식’은 외식산업 진흥법 제2조 제1호에서 “가정에서 취사(炊事)를 통하여 음식을 마련하지 아니하고 음식점 등에서 음식을 사서 이루어지는 식사형태”를, ‘외식상품’은 “외식을 위하여 판매가 가능하도록 생산한 제품 및 외식과 관련된 서비스, 교육훈련, 운영체계, 상표·서비스표 등”을 말함.
  - ‘외식산업’은 “외식상품의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·수입·가맹사업 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업”을 의미함.

11) 김미성, 전통한식당의 브랜드 개성과 이용고객의 자아 이미지 일치성이 브랜드 태도와 브랜드 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 세종대학교 대학원, 2004

12) 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 제3조 8호, 동법시행령 제6조

## □ 한식세계화의 법규와 의미

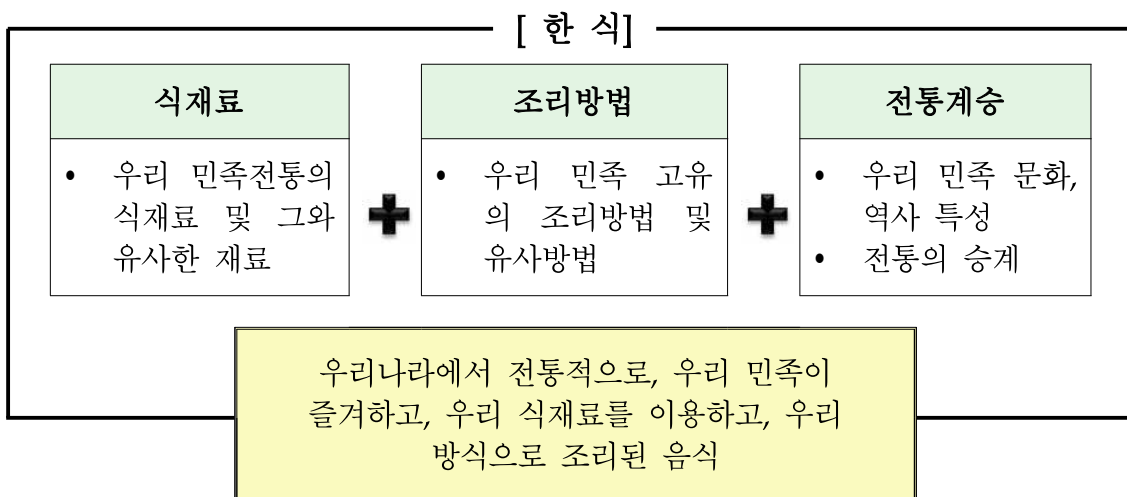
- 「한식세계화」는 식품산업진흥법 제17조에서 전통식품과 식생활 문화의 세계화에 따라 “국가 및 지방자치단체는 각 지역별 전통식품과 식생활 문화를 조사·발굴하여 이를 현대화하고 우리 음식과 식생활 문화의 세계화를 통한 국가 이미지 향상에 노력하여야 한다”는 조항에 근거를 두고 있음.
  - 이에 따라 국가 및 지방자치단체는 전통식품의 세계화를 위하여 필요하다고 인정되는 경우에 전통식품과 식생활 문화의 홍보, 해외 한식당 및 해외 진출 식품업체의 경쟁력 제고 등에 필요한 경비 지원할 수 있도록 법규화하고 있음.<sup>13)</sup>
- 나아가 「한식세계화 사업」은 한식 또는 식문화의 세계화를 위한 교육·조사·연구사업, 한식 또는 식문화의 우수성을 홍보하는 사업, 한식 또는 식문화의 세계화를 위하여 해외에 음식점·식품판매점·체험관 등을 설치하는 사업, 해외에 있는 음식점의 평가·인증 및 컨설팅 지원사업, 국내외 식품 박람회·전시판매전 등 개최 및 참가사업, 한식 또는 식문화의 세계화를 위한 정보망 구축사업 등을 추진하는 것으로 법률적으로 인식할 수 있음.

- 
- 13) 식품산업진흥법 시행령 제24조(전통식품의 세계화 지원) ① 법 제17조제3항에 따라 전통식품의 세계화를 위하여 지원하는 대상은 다음 각 호와 같다.
1. 전통식품과 식문화의 세계화를 목적으로 홍보·교육·연구사업 등을 하는 자
  2. 전통식품과 식문화의 세계화를 위하여 해외진출을 하였거나 계획하고 있는 자
  3. 법 제14조에 따라 지정된 식품명인
  4. 그 밖에 전통식품과 식생활 문화의 세계화를 위하여 필요하다고 농림축산식품부장관이 인정하는 자
- ② 국가 및 지방자치단체는 제1항에 해당하는 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업을 추진하는 경우 그 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.
1. 전통식품 또는 식문화의 세계화를 위한 교육·조사·연구사업
  2. 전통식품 또는 식문화의 우수성을 홍보하는 사업
  3. 전통식품 또는 식문화의 세계화를 위하여 해외에 음식점·식품판매점·체험관 등을 설치하는 사업
  4. 해외에 있는 음식점의 평가·인증 및 컨설팅 지원사업
  5. 국내외 식품 박람회·전시판매전 등 개최 및 참가사업
  6. 전통식품 또는 식문화의 세계화를 위한 정보망 구축사업
  7. 그 밖에 전통식품과 식문화의 세계화를 위하여 필요하다고 농림축산식품부장관이 정하는 사업
- ③ 농림축산식품부장관은 제1항 제4호 및 제2항 제7호와 관련하여 필요한 경우 관계 중앙행정기관의 장과 협의한다.
- ④ 제1항부터 제3항까지의 규정에서 정한 것 외에 전통식품의 세계화 지원에 필요한 사항은 농림축산식품부장관이 정한다.

□ **선행연구와 법률적으로 내재된 한식의 의미**

- 한식의 의미를 나타내고자 할 경우 법률적으로는 식품, 전통식품, 외식, 식생활, 식문화 등과 전통적, 문화적 가치 그리고 고유의 맛·향과 색 등으로 문자적 특성을 나타낼 수 있음.
  - 식품 : 농수산물 + 음식물(가공)
  - 전통 : 우리 민족의 고유한 것
  - 외식 : 음식점 등에서 음식을 사서 이루어지는 식사
  - 식생활과 식문화 : 생산, 조리, 가공, 식사용구, 상차림, 식습관, 식사예절, 식품의 선택과 소비 등 음식물의 섭취와 관련된 유·무형의 활동.
  
- 한식에 대한 법률적·학문적 정의는 명확히 존재하지 않지만, 선행연구 등에서 키워드는 ‘식재료’, ‘조리 방법’, ‘전통의 계승’ 등을 포함하고 있는 것으로 판단됨.
  - 따라서 본 연구에서의 한식에 대한 정의는 “우리나라에서 전통적으로, 우리 민족이 즐겨하고, 우리 식재료를 이용하여, 우리 방식으로 조리된 음식”으로 인식함.

<표 II-1> 선행연구의 정의를 고려한 본 연구의 한식 정의



## 1.2 본 연구에서 한식 및 한식세계화의 적용 개념

- 국내적으로 한식에 대한 정확한 법률적 정의는 되어 있지 않지만, 현재 전 세계적으로 특정 국가의 음식은 음식물 자체의 물리적 속성뿐만 아니라 국가나 민족의 정서 및 역사와 같은 정신적 산물까지도 포함하여 개념화하고 있음.
  - 기존 한식세계화의 관점에서 ‘한식’의 정의를 해석하면, 한민족 내지 한국을 지역적 경계로 국지적 개념에서 전 세계의 다양한 국가의 한식 수요자를 감안하지 않은 단순한 한식의 물리적 확산만 유도함.
  - 음식을 하나의 문화로 접근하는 글로벌 트렌드와 반대로 향후 한식세계화 발전에 장애요인으로 작용할 수 있음.
- 본 연구에서는 기존 ‘한식’의 정의인 ‘우리나라에서 전통적으로, 우리 민족이 즐겨하고, 우리 식재료를 이용하고, 우리 방식으로 조리된 음식’을 기준으로, 좀 더 확장된 광의적 관점의 시각을 가지고 한식세계화의 정의를 재설정함.
  - 물론 한식의 의미를 확대하여 인식할 경우 “우리 전통적인 식재료 및 조리 방법을 이용하여 조리한 음식과 이를 응용하여 현지화한 음식”까지 포함하는 것으로 설정.<sup>14)</sup>
  - 이는 한식의 해외 진출을 위해서 한식의 정의에 현지국의 수요자를 감안함으로써 유연성을 부여해야 할 필요성을 인식함에 따른 조치로 판단됨.
- 글로벌 시장에서 한식 시장을 고려한다면, 현행 「한국외식연감」 등 대표적인 문헌자료에서 한식에 대한 정의를 조정할 필요가 있음. 하지만 정의의 문구 중 ‘약간 응용된 한식’에 대한 정확한 해석 및 규정이 없기 때문에 정확한 한식에 대한 정의로 인식하기 어려움.

### <표 II-2> 한국외식연감의 한식 정의

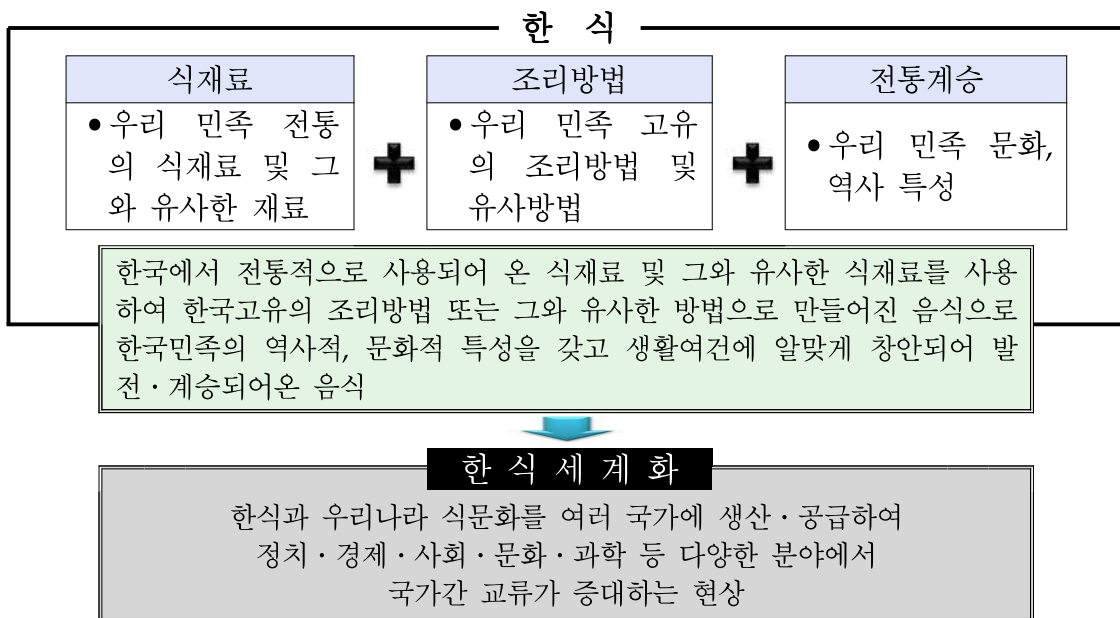
전통(傳統)음식, 향토(鄉土)음식에 바탕을 두며, 우리 고유의 문화를 나타낼 수 있는 동시에 외국 현지의 취향을 고려하여 약간 응용된 한식.

14) 한국식품연구원, 한식 마케팅 모형 개발 연구, 2008



- 본 연구에서는 한식의 세계화의 측면에서 주체나 장소에 대한 구분은 미약하다고 사료되며, 한식 또한 지속적으로 변화가 이루어지고 있는 상황에서 한식의 정의는 ‘한국에서 전통적으로 사용되어 온 식재료 및 그와 유사한 식재료를 사용하여 한국고유의 조리방법 또는 그와 유사한 방법으로 만들어진 음식으로 한국민족의 역사적, 문화적 특성을 갖고 생활여건에 알맞게 창안되어 발전·계승되어온 음식’<sup>15)</sup>으로 설정함.
- 위와 같은 ‘한식’의 정의에 따라 본 연구에서는 ‘한식세계화’에 대한 정의를 ‘한식과 우리나라 식문화를 여러 국가에 생산·공급하여 정치, 경제, 사회, 문화, 과학 등 다양한 분야에서 국가 간 교류가 증대하는 현상’으로 재설정함.
  - ‘한식세계화’의 정의를 ‘한식과 우리나라 식문화’의 ‘국가 간 교류가 증대하는 현상’으로 재설정함에 따라 한식세계화의 정책추진 대상으로서의 한식은 보다 광의적 관점에서 접근이 필요함.
    - 한식의 정통성도 중요하지만, 국민의 대중적 문화도 함께 고려가 필요.

<표 II-3> 한식의 재(再) 정의 구조



15) 한국식품연구원, 한식 마케팅 모형 개발 연구, 2008

## 2. 국내외 연관산업 현황

### 2.1 세계 식품산업 현황

#### 가. 식품산업

- 세계 식품산업의 규모는 '09년 4.9조 US달러(약 5,250조 원) 수준으로 '20년에는 6.4조 US달러(약 6,850조 원) 전망되고, 성장 가능성이 매우 높은 산업으로 인식되고 있음.
  - 정보통신 약 3.5조 US달러, 자동차 약 1.6조 US달러, 철강 약 0.5조 US달러 규모보다 식품산업의 규모가 큼.
    - 식품산업은 미래 성장산업으로 식재료, 가공·유통, 서비스, 문화 등 제조업과 서비스업이 연계되어 전후방으로 연관된 산업이 많음.

<그림 II-1> 사업 분야별 세계시장 규모(09년 기준)

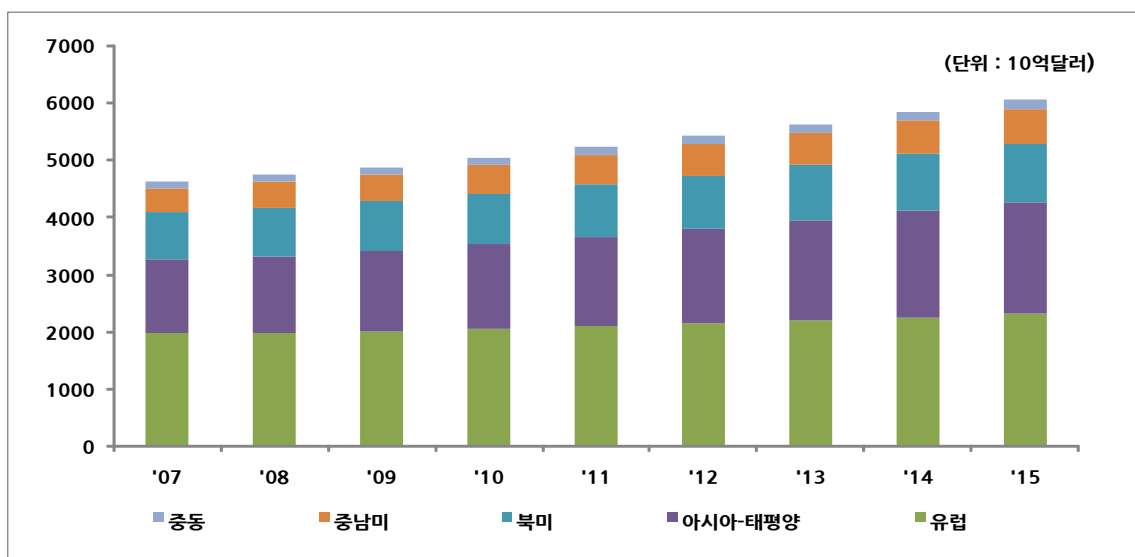


자료 : Datamonitor<sup>16)</sup>, [www.datamonitor.com](http://www.datamonitor.com), 2009

16) 영국 리서치&컨설팅 기관

- 지역별 식품산업 규모는 '13년 유럽은 약 2.2조 US달러로 전체의 약 38.9% 수준을 점유하고 있는 것으로 추정되며, 아시아·태평양은 약 1.7조 US달러로 약 31.2%로 추정됨.
  - 아시아-태평양지역은 연평균 약 5.5% 증가율을 보여 향후 식품산업의 규모가 더욱 확대될 것으로 추정됨.

<그림 Ⅱ-2> 세계 식품산업 규모 추이



<표 Ⅱ-4> 세계 식품산업 규모

(단위: 10억 달러)

구분	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	연평균 증가율
세계	4,639.9	4,758.8	4,888.3	5,057.2	5,237.0	5,430.2	5,636.8	5,856.4	6,077.3	3.4%
유럽	1,987.4	1,976.0	2,001.8	2,045.3	2,090.8	2,140.1	2,192.6	2,248.3	2,305.0	1.9%
아시아-태평양	1,288.4	1,340.3	1,404.8	1,483.0	1,567.8	1,659.9	1,759.5	1,866.8	1,972.6	5.5%
북미	816.7	858.9	874.1	895.5	918.6	943.1	969.2	996.3	1,024.3	2.9%
중남미	429.3	459.7	478.3	497.9	518.2	539.2	561.1	583.9	607.4	4.4%
중동	118.2	123.9	129.3	135.4	141.6	147.9	154.4	161.1	167.9	4.5%

주. 분석기관 자체적인 측정·추정방법에 의한 결과로 한국의 경우 통계청 제조업통계조사 등과 수치가 다를 수 있음.

자료 : Datamonitor, [www.datamonitor.com](http://www.datamonitor.com), 2009

## 나. 외식산업

- 외식산업(food service industry)은 가정을 떠나 자기가 조리하는 일 없이 식사를 하는 것(음식물을 먹는 것)을 외식이라 하고 그 식사를 제공하는 것을 직업 사업으로서 하는 업계를 외식 산업이라고 함.<sup>17)</sup>
  - 음식과 서비스라는 같은 종류의 상품을 공급하는 외식업이 다수 존재하면서, 경영면에서 체계성을 갖추고 시장에서 서로 경쟁하는 산업임.
  - 외식산업은 음식을 매개체로 문화, 예술이 접목된 고급경영을 필요로 하는 고부가가치 산업.
  - 집 외의 장소에서 구매되어지며, 집 안과 밖에서 소비가 이루어지는 식품과 음료서비스 유형. 음식과 서비스라는 같은 종류의 상품을 공급하는 외식기업들이 다수 존재하면서 경영면에서 체계성을 갖추고 시장에서 서로 경쟁하는 산업.<sup>18)</sup>

<그림 II-3> 국내외 외식산업의 범위

외식(外食)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식 : 가정 이외의 장소에서 먹는 식사를 의미</li> <li>• 식사와 관련된 음식, 음료, 주류 등이 가정 이외의 장소에서 만들어져 제공되는 것으로 정의</li> </ul>
외식 산업	협업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일정한 장소에서 조리 가공된 음식을 상품화하여 금액 지불을 통해 소비자에게 제공되는 가정 밖의 식생활 전체를 총칭하며, 고객에게 음식과 서비스를 제공하는 산업</li> </ul>
	광의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가정 밖에서 이루어지는 상업적인 식생활 전체를 총칭하는 식품제조업</li> <li>• 음식서비스 관련 복합적 산업</li> </ul>

집 외의 장소에서 구매되어지며, 집 안과 밖에서 소비가 이루어지는 식품과 음료서비스 유형

음식과 서비스라는 같은 종류의 상품을 공급하는 외식기업들이 다수 존재하면서  
경영면에서 체계성을 갖추고 시장에서 서로 경쟁하는 산업

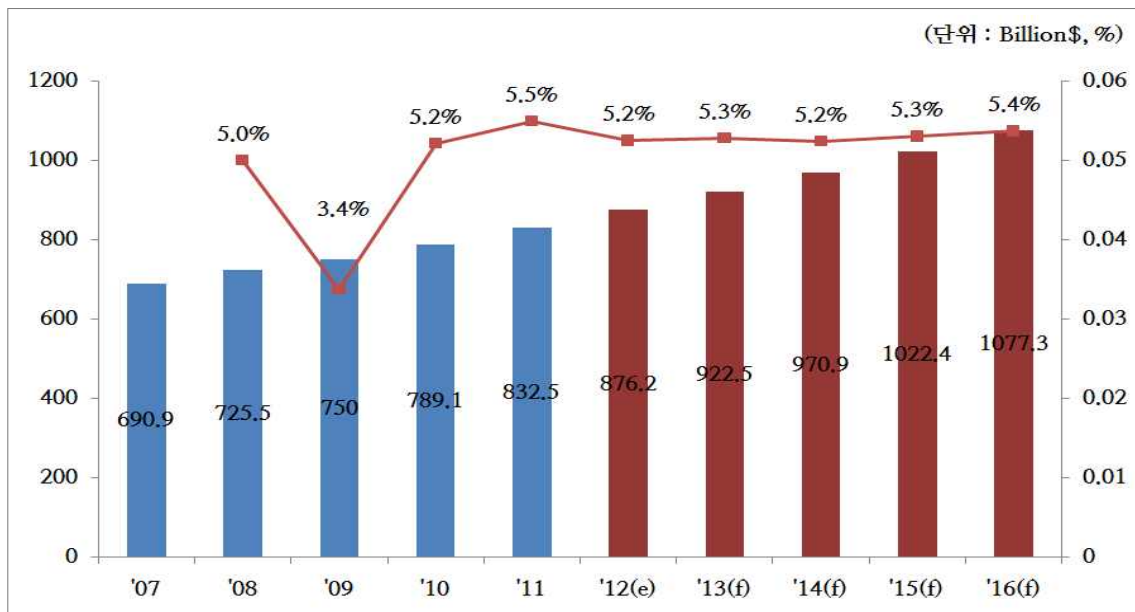
자료 : 한국농수산식품유통공사, aT 해외 외식산업 정보조사, 2013

17) 식품과학기술대사전, 2008.4.10, 광일문화사

18) 한국농수산식품유통공사, aT 해외 외식산업 정보조사, 2013

- 한편, 외식업은 음식업을 말하며, 음식점은 「생산=조리」와 「판매」가 일체화되어 있으며 노동집약적인 체질을 가지고 있음. 음식시장이 여가시간이나 여성취업자의 증대로 성장함에 따라서 음식점 사이에 전통적인 경영에서의 탈피를 꾀할 움직임이 활발해져 가고 있음.
  - 체인 오퍼레이션(chain operation) 기술로 일괄구입이나 일괄조리 등의 방법으로 「생업」에서 「기업(=산업)」에로의 전환이 진행되고 있음.
- '09년 세계 외식산업(외식업 포함) 규모는 2.8조원 US달러(약 3,000조 원) 수준으로 식품산업의 약 54% 수준으로 이르는 것으로 추정됨.
  - 외식업의 구매비용<sup>19)</sup>을 통한 외식산업 규모는 '16년까지 연평균 5.3% 성장할 것으로 전망됨.

<그림 Ⅱ-4> 세계 외식시장 규모추이



주. Profit Food service market 기준 : 식품과 음료를 판매하고 소비하는 식품접객업 분야이며, 정보부조금이 직간접적으로 제공되는 산업은 제외

자료 1. Datamontior, [www.datamonitor.com](http://www.datamonitor.com), 2011

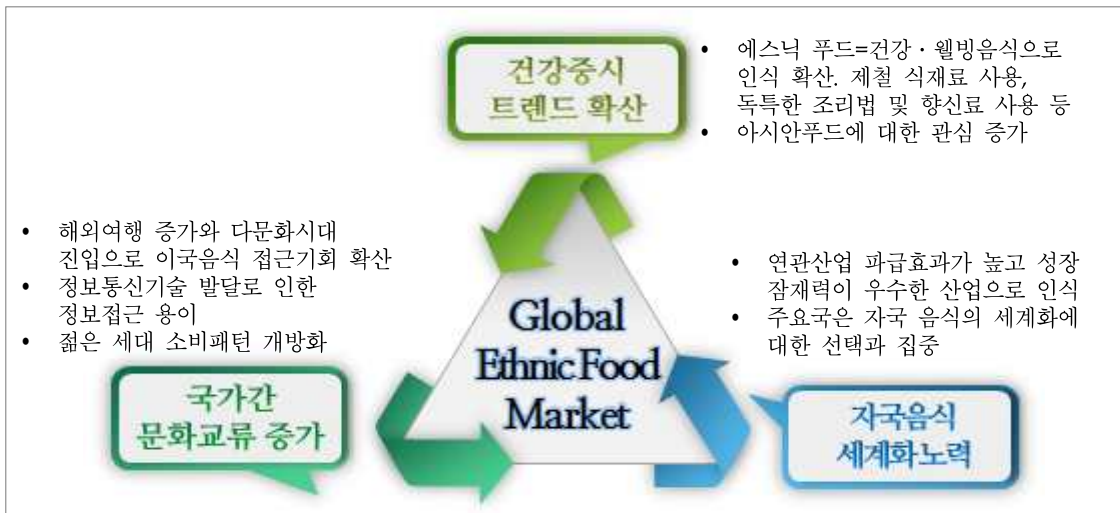
2. MarketLine, [www.marketline.co.uk](http://www.marketline.co.uk), 2012;

19) 외식업자들이 구매(operator buying price) 식재료 구입가격으로 매겨진 가치로, 소비자 판매가격(operator selling price)가격과는 차이가 있음.

## 다. 에스닉 푸드 시장

- 세계 경기 불안정 속에서도 정보기술 발달과 관광 등의 영향으로 타문화권에 대한 수용도 및 관심이 향상됨에 따라 에스닉 푸드(Ethnic food)<sup>20)</sup> 시장 또는 제3세계 전통 음식은 급격한 성장추세를 보임.
  - 여행·연수 등 다양한 해외 경험, 다문화 시대 진입, 정보통신기술의 발달에 따른 정보접근 용이 등 국가 간 문화교류 증가에 따라 다른 문화음식 등을 쉽게 받아들이는 풍토가 형성된 것이 확산에 기여함.
    - 에스닉 푸드는 건강·웰빙음식이라는 인식이 확산됨에 따라 관심이 증가하고 있으며 특히 아시안 푸드에 대한 관심이 증대되고 있는 추세임.
    - 에스닉 푸드는 문화·의학·유통으로 확산되어 일본·태국 등 주요국은 자국 음식세계화를 주요전략산업으로 설정하여 각종 제도 정비 등을 추진.

<그림 II-5> 에스닉 푸드 시장 동향



- 이러한 에스닉 푸드 시장 증가추세에 따라, 주요국은 식품산업의 육성, 특히 자국의 음식 세계화를 통해 부가가치를 창출하고 수출 확대를 통한 고용 및 경제 성장 등을 추구하고 있음.

20) 에스닉 푸드는 1970년 미국에서 처음 사용하였으며, 백인종이 즐겨 먹는 음식을 뺀 멕시코·남미·아시아·아프리카 음식을 통틀어 에스닉 푸드라 부름. 학문적인 용어라기보다는 주로 레스토랑 등 외식업에서 통용

## □ 북미의 에스닉 푸드 시장

- 북미에 있어서는 이민 인구의 지속적인 확장과 꾸준한 관광객 유입 등에 따라 '11년 약 30억달러 규모이고, '16년까지 연평균 5~6% 지속적 성장 전망됨.
  - 미국 일반 가정에서도 전통적인 에스닉 푸드를 주류 음식으로 차츰 인식되고 있으며, 미국 내 에스닉 푸드는 크게 멕시코·히스패닉 음식, 아시안 음식, 인도 음식 그리고 기타 음식(캐리비안, 중동, 하와이, 동유럽) 등 크게 네 가지로 분류됨.
    - 멕시코·라티노음식 비중이 50% 이상을 차지하고, 아시안푸드의 증가세가 두드러지며 이는 '11년 전체 에스닉 푸드의 25.9%를 차지하고 있으나, 연평균 6.83% 높은 증가세를 보이고, 향후 5년 내 10~13% 증가가 예상됨.
- 최근 미국의 경우 외식 트렌드를 한눈에 볼 수 있는 맨해튼 일대, 이 지역에 있는 세계 여러 나라의 전통 음식 및 퓨전 음식점들은 현재 경제 침체에 따른 불황기를 통해 더욱 강하게 외식 문화로 뿌리내려 가는 것으로 나타냄.
  - 이민 인구의 지속적인 확장과 꾸준한 관광객들의 유입, 그리고 스낵 또는 애피타이저 형태로 먹을 수 있는 간편한 형태를 가지고 있는 음식 트럭(이동식 식당)을 통한 국제 전통음식 확산이 주요한 이유로 들 수 있음.

<표 II-5> 미국의 에스닉 푸드 현황

(단위: 백만달러)

구분	2009년	2011년	연평균증가율	향후 5년간 전망
멕시코/라티노	1,625	1,636	0.34%	연간 2%
<b>아시아</b>	<b>672</b>	<b>767</b>	<b>6.83%</b>	<b>연간10~13%</b>
인도	34	35	1.46%	메뉴 다양화 후 성장 전망
기타	387	515	15.36%	
합계	2,718	2,953	4.23%	

자료 : Mintel, <http://www.mintel.com>, 2010

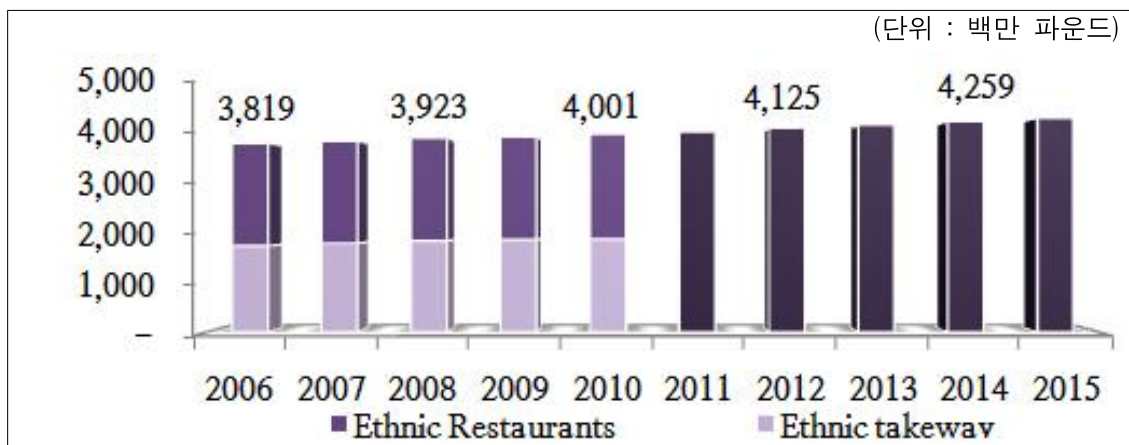
- 최근 경기영향으로 내식(內食)의 비중이 높아지고 있으며, 이에 따라 소스류 및 HMR(home meal replacement)<sup>21)</sup> 등에 대한 선호가 높아지고 있음.

21) HMR은 가정편이식, 간편가정식, 가정식대체식품이라고도 불리우며 정식명칭은 home meal replacement. 간편하게 데우기만 하면 바로 먹을 수 있는 식품들을 뜻함.

## □ EU의 에스닉 푸드 시장

- 2013년 유럽의 에스닉 푸드(제3세계 전통 음식) 시장이 발달돼 있는데 이러한 이유는 인도, 중국, 인도네시아, 터키 등 아시아·중동계 이민자 유입으로 에스닉 푸드가 현지인 사회에 많이 알려져 있기 때문임.
  - 이민자는 약 3,000만명으로 전체 인구의 6%를 차지하면서 현지인들의 식생활에도 영향을 끼치고 있음. 일부 유통매장에는 에스닉 푸드 판매대가 별도로 설치돼 있고, 도시에는 에스닉 푸드 음식점이 상당히 있음.
- 또한 에스닉 푸드(ethnic food)로서 할랄(halal, 허락 음식)에 대한 인기가 상승하면서 시장규모가 매년 12%씩 성장세. 2010년 현재 유럽의 할랄식품 시장은 665억 US달러 규모로 분석됨.<sup>22)</sup>
  - 유럽 무슬림 시장 공략을 위해 글로벌 유통점인 까르푸, 테스코, 오상(Auchan) 등에 대규모 할랄 식품 코너를 마련하고 있음.
- 영국은 유로존 재정위기의 영향으로 외식시장은 감소하였으나, 에스닉 푸드 시장은 증가 추세를 보여 전체 외식시장의 299.34억 파운드의 13.4%를 점유함.
  - 영국에서의 에스닉 푸드는 역사적 요인으로 인해 인도음식이 강세임.

<그림 Ⅱ-6> 영국 에스닉 푸드 시장전망



자료 : Mintel, <http://www.mintel.com>, 2010

22) 삼성경제연구소, 베일에 가려진 16억 무슬림 시장 공략법



## □ 무슬림의 에스닉 푸드 시장

- 세계적으로 무슬림<sup>23)</sup> 인구는 2012년 현재 약 16억 명 규모로 새로운 소비시장으로 부상하고 있음. 무슬림은 지리적으로 떨어져 있음에도 불구하고 종교적인 동질성을 보유하고 있어 거대시장을 형성하고 있음.
  - 무슬림은 폐쇄적, 금욕주의적 이미지가 강하지만 풍부한 자원을 기반으로 한 경제력, 높은 인구증가율, 왕성한 소비성향 등은 무슬림 시장의 장점임.
- 무슬림의 에스닉 푸드는 음식에 관한 기본철학으로 알라를 경배할 수 있도록 건강한 신체를 보전하기 위한 것으로 금지음식과 허락음식을 엄격히 구분함.
  - 허락 음식(할랄, halal) : 다비하(Dhabiha) 과정을 거친 소, 양, 염소, 사슴, 낙타, 닭 및 각종 해산물, 과일과 야채 등.
  - 금지 음식(하람, haram) : 다비하(Dhabiha) 과정을 거치지 않은 고기, 돼지, 피, 제사음식, 술 등.
- 할랄 식품 규정으로 인해 非무슬림 국가들의 수출품 원료와 성분이 변경되거나, 전통 식품의 주재료나 성분이 바뀌는 경우도 발생함.
  - 우리나라의 주요 수출품목인 쇠고기 분말스프가 들어간 라면, 돼지의 젤라틴이 들어 있는 초코파이, 요거트 등이 원재료를 변경.
  - 프랑스를 비롯한 유럽의 주요 수출품목인 햄버거나 샌드위치의 주재료가 베이컨에서 훈제 칠면조 고기 등으로 교체.
  - 글로벌기업 네슬레<sup>24)</sup>는 말레이시아, 인도네시아, 터키를 무슬림 3대핵심시장으로 선정하고, 말레이시아를 할랄식품의 글로벌 연구 및 생산 거점화.
- 한편, 뵈르주아<sup>25)</sup>가 타깃인 할랄식 햄버거로 미식가에게 인기.

23) 무슬림(아랍어: مسلم) 또는 무슬리마(아랍어: مسلمة)는 이슬람교를 믿는 사람, 즉 이슬람교도를 뜻함. 여성형 표현도 있으나, 보통 총칭할 때는 '무슬림'이라고 함.

24) 신시장 창출 노력의 일환으로 무슬림 시장에 역량을 집중하여 할랄식품 글로벌 선두기업으로 자리매김. 'AOA Zone'(아시아, 오세아니아, 아프리카권) 인구의 30%를 무슬림으로 파악하고 미래 성장전략의 핵심으로 인식. 말레이시아, 인도네시아, 터키를 무슬림 3대핵심시장으로 선정하고, 말레이시아를 할랄 식품의 글로벌 연구 및 생산 거점화. 전 세계 456개 생산시설 중 85개 공장의 154개 제품 라인이 할랄식품으로 공인받았으며, 유럽에서도 19개 생산공장이 공인

25) 북아프리카 지역 출신 젊은이를 뜻하는 뵈르(beur)와 부르주아(bourgeois) 합성어

## □ 기타 국가 및 한국의 에스닉 푸드 시장

- 국가별 에스닉 푸드 동향을 보면 아시아권역 국가들은 중식, 일식, 한식 등이, 유럽 지역은 지중해 연안 음식 비중이 가장 크게 나타남.
  - 중국(상하이 기준)의 에스닉 푸드는 한국은 일본, 미국, 이탈리아에 이어서 네 번째로, 11.4%의 시장점유율을 나타내고 있으며, 다음은 프랑스가 8.7%를 나타내고 있음. 아울러 이들 상위 5개국 Ethnic Food 식당의 시장점유율이 무려 93.6%로 절대적인 위치를 점하고 있음.

<표 II-6> 주요 국가의 에스닉 푸드시장 개황

국가	현황
일본	비 중 : 중식(31.6%) > 한식(30.2%) > 이탈리아식(13.6%) 선호도 : 이탈리아식 > 중식 > 한식
중국	비 중 : 일식(35%) > 미국식(20.1%) > 한식(16.6%) > 이탈리아식(15%) 선호도 : 한식 > 일식 > 이탈리아식
싱가폴	에스닉 푸드 소비는 일상화 선호도 : 일식(34.4%) > 중식(23.6%) > 태국식(10.4%)
프랑스	유럽 및 지중해연안음식 비중 48.1%

- 자료 1. 엑센추어 보고서, 2010  
2. WK마케팅 보고서, 2011

- 한편, 2013년 현재 우리나라의 에스닉 푸드는 베트남·태국음식 전문점을 기반으로 전국적으로 베트남 음식점 500여 곳과 태국 음식점 70여 곳이 성업 중.
  - 우리나라의 에스닉 푸드는 고급스러운 콘셉트와 현지의 맛을 그대로 재현하는 방식으로 국내에서 인기를 끌고 있음.
  - 통계청의 전국사업체조사에 따르면 2011년 한·중·일식 및 양식 음식점을 영위하는 사업체 수는 2007년과 거의 비슷한 수준이었지만, 에스닉 푸드 중심으로 한 기타 외국 음식점업은 두 배가 넘게 증가했음.
  - 우리나라의 에스닉 푸드는 기타 외국 음식점 중에서도 제3세계의 고유한 음식으로 주로 동남아, 아프리카, 중동, 유럽 등지의 전통음식이 포함되고 있음.

## 2.2 국내 식품산업 현황

### 가. 식품산업

- '09년 국내 식품산업은 음료제조, 식품유통, 외식업을 통합하여 약 257.2조 수준(약 2,338억 달러)을 보여, 세계시장의 약 4.78% 수준에 이르고 있음.
  - 최근 10년간 우리나라 식품제조업은 연평균 7.2%, 음식점업 7.42%의 지속적인 성장세를 보임.

<표 II-7> 국내 식품산업 규모(최근 10년간)

(단위 : 10억 원)

구 분	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
□ 제조·외식(A+B)	70,326.1	79,430.4	83,878.9	91,895.9	89,920.7	95,273.7	107,514.5	119,923.6	130,636.5	186,865.2
○ 음료제조업(A) <sup>1)</sup>	36,080.5	38,939.4	39,615.4	43,526.3	43,668.2	44,381.4	48,149.1	55,211.7	60,771.3	63,725.0
- 사료제외	32,081.3	34,940.5	35,459.3	38,758.7	39,058.7	39,797.8	42,414.2	47,319.5	52,598.6	55,574.4
○ 음식점업(B) <sup>2)</sup>	34,245.6	40,491.0	44,263.5	48,369.6	46,252.5	50,892.3	59,365.4	64,711.9	69,865.2	67,565.8
□ 식품유통(C+D)					90,224.3	97,169.7	107,744.1	117,414.5	126,629.0	159,375.2
○ 음료품 담배판매업	42,182.0	43,795.9	47,457.1	49,185.6	50,520.0	55,088.3	61,976.8	68,337.4	70,753.9	88,527.0
- 담배제외(C)	38,793.6	-	-	-	47,566.4	52,023.8	58,612.4	64,748.4	69,865.2	85,387.0
○ 음식료품·담배판매업	9,779.1	10,618.6	10,608.1	10,775.6	8,957.9	9,547.6	10,147.4	11,169.1	12,228.3	12,674.2
- 담배제외	9,650.4	-	-	-	8,835.7	9,416.1	10,011.5	11,086.2	12,154.6	12,593.1
○ 식품 소매업(D) <sup>3)</sup>	-	-	-	-	42,657.9	45,145.9	49,131.7	52,666.1	56,763.8	61,314.0
□ 제조·외식·유통(A+B+C+D)	-	-	-	-	180,145.0	192,443.4	215,258.6	237,338.1	257,265.5	346,240.4
□ 농림어업 <sup>4)</sup>	37,821.2	37,649.8	37,787.1	42,019.9	41,322.2	41,675.2	41,589.1	46,007.6	49,919.3	50,949.0

주1. 1)은 통계청 광업제조업조사 출하액중 10인 이상 사업체 기준

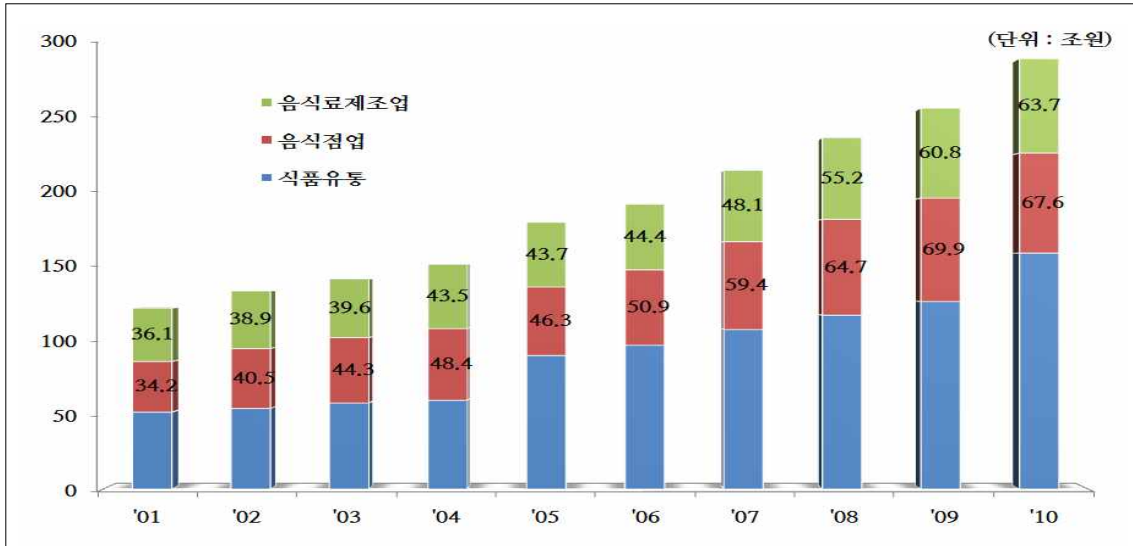
2. 2)는 통계청 도소매업조사 매출액중 음식점 및 주점업 기준

3. 3)은 통계청 소매판매액 통계중 “식품 = 가공식품+비가공식품+수산물”

4. 4)는 농림축산식품부의 농림어업 생산액

자료 : 통계청, 2012

<그림 Ⅱ-7> 국내 식품산업 연차별 규모



자료 : 통계청, 국가통계, <http://kosis.kr>, 2012

- 우리나라 식품시장은 소비자의 니즈가 식품의 고급화, 다양화, 편의성, 안전성 등에 대한 관심 증가에 따라 건강, 편의성, 품질지향 식품이 성장하여 가공시장 확대가 이루어짐.
  - '90년대 이후 다양한 레토르트 식품이 개발되고 있으며, 건강 관련 특수 영양 식품시장이 성장세임. 장류·김치·젓갈류의 상품화되었으며, 외식(요식)업과 단체급식의 확대로 산업화 및 공업적 생산 증가가 전망됨.
  - 해외 유명 브랜드의 진출로 국내 외식업 및 외식산업 성장 및 전통음식의 패스트푸드화, 프랜차이즈화가 진행되고 있음.
- 그러나 우리나라 식품산업은 영세성, 과잉경쟁, 산업인프라·인력양성시스템 미흡 등 산업 전반의 취약점으로 인해 지속적인 성장에는 한계가 있음.
  - 국내 식품산업은 업체간 경쟁심화, 해외 외식브랜드의 공격적 진출, 대기업의 외식시장 참여 확대, 인구 감소, 그리고 소비자 니즈의 다양화 형성 등.
- 따라서 우리나라 식품산업을 둘러싼 다양한 여건 변화를 고려한 지속적인 발전을 위해서는 해외 음식시장 진출을 통한 시장 확대의 필요성이 절실함.

## 나. 외식산업

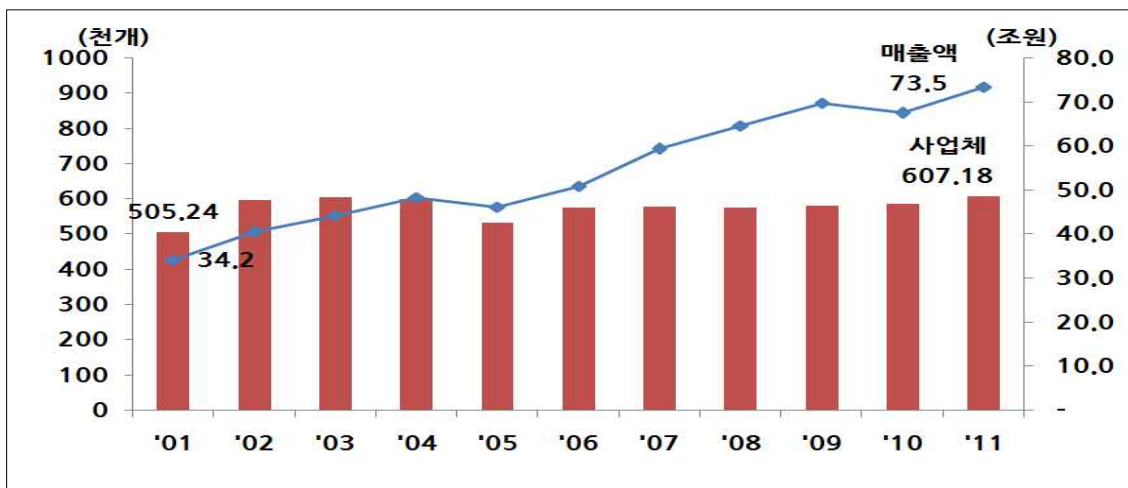
- 국내 외식산업은 그 역사가 타 국가에 비해 상대적으로 짧지만, 비약적인 성장과 발전을 거듭하여 왔음.
  - '70년대 경제개발을 시작으로 '88년 서울올림픽 등 국제행사를 개최하면서 성장하여 '80~'90년대 해외 브랜드의 국내 시장 진출이 본격적으로 진행되면서 외식업 및 외식산업이 형성되고 확대되었음.
  
- 국내에서 통용되고 있는 외식산업 분류기준은 관련기관과 단체에 따라 적용범위가 다르고, 통일성이 없고 혼동되어 사용되어 정확한 산업 범위와 산업진흥을 위한 외식산업 범위 및 분류기준이 재정비되어야 할 것으로 판단됨.
  - [ 미국과 일본 ] 정부기관의 표준산업분류에 따른 구분을 포함하여, 미국 레스토랑협회(NRA), 일본 (재)외식산업총합조사연구센터 등과 같은 외식산업 관련기관에서 세분화된 산업분류를 통해, 다양하고 정확한 정보를 제공함으로써 외식산업의 연구와 발전에 기여하고 있음.

<표 II-8> 현행 국내법상 외식산업 특성 분류

분류	외식산업의 구체적 내용
한국산업표준분류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 숙박 및 음식점업 내 음식점업 및 주점업</li> </ul>
식품위생법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품접객업(음식점-신고, 주류-허가)</li> <li>• 외식산업과 관련된 부문은 식품접객업으로, 음식을 판매하는 음식점과 주류를 판매하는 주점의 두 가지로 구분됨.</li> </ul>
관광진흥법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광객이용시설업, 관광객편의시설업</li> </ul>
외식산업진흥법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식상품의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·가맹사업 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업</li> <li>• 외식상품을 대상으로 하는 전시관·박물관·체험관 등의 조성업 및 운영업</li> <li>• 외식상품 관련 행사의 기획·운영 등에 관한 산업</li> <li>• 외식산업 중 둘 이상이 혼합된 산업</li> <li>• 그밖에 농림수산식품장관이 외식산업 진흥을 위하여 지원이 필요하다고 인정하는 산업</li> </ul>

- 외식산업은 전체 GDP의 약 5~6%를 차지하고 있으며, 규모는 '90년 평균 약 18조 원에서 '11년 약 73조 원으로 연평균 6.6%의 증가세를 보이고 있음.
  - '05년 최하점을 기록한 후 지속적인 증가를 보이고 있으며, 다만 성장세는 축소되고 있음.
    - '05년 연평균 증감률은 음식점업 1.1% 감소, 주점 및 비알콜음료점업은 0.8% 감소하였음.

<그림 Ⅱ-8> 국내 외식산업 연차별 규모



자료 : 통계청 경제통계국 산업통계과

- '11년 음식점업 기준으로 본 국내 외식산업은 43.9만 개 업체, 130.1만 명의 종업원, 매출액 59조 원(540억 US달러) 수준임.
  - 외식산업 매출액은 '10년 식품산업 매출액 약 346조 원의 약 17% 수준이며, 해외 외식산업 2.8조원 달러의 1.9% 수준으로 나타남.

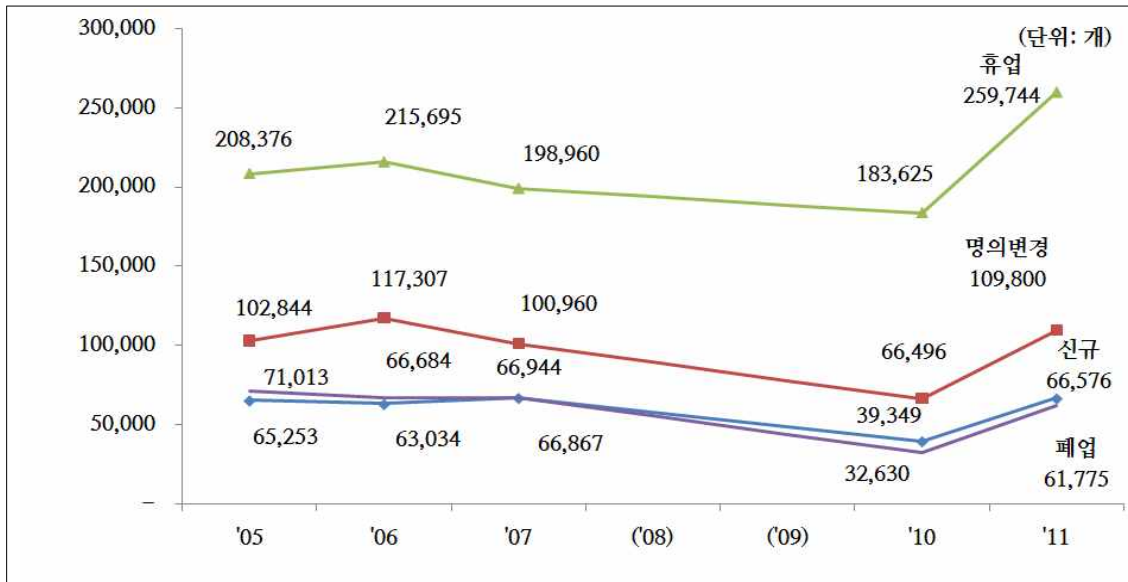
<표 Ⅱ-9> 2011년 국내 외식산업의 시장규모

표준산업분류 구분	사업체수 (개)	종사자 (명)	매출액 (백만원)	비고
음식점 및 주점업	607,180	1,683,618	73,507,028	
- 음식점업	439,794	1,301,278	59,637,095	
- 주점 및 비알콜음료점업	167,386	382,340	13,869,933	

자료 : 통계청 경제통계국 산업통계과, 2011

- 외식산업 구조를 보면, 산업자체는 양적 성장세를 유지하고 있으나, 해외 외식 브랜드의 공격적 진출, 대기업의 외식시장 참여 확대 등 구조적 변화에 따른 업체 간 경쟁심화가 나타나고 있음.
  - 대기업의 외식산업 진출과 프랜차이즈 증가로 규모화·조직화 추세를 보이며 국내 외식프랜차이즈 가맹점 수는 '02년 5만 1천개 업소에서 '08년 13만 1천개 업소로 연평균 17.03% 증가함.
  - 대기업을 제외한 대부분의 외식업은 가족중심의 영세한 경영구조를 보이고 있으며, 종업원 5인 미만, 매출액 1억원 미만인 업체가 전체의 75%를 차지함.
  - 생계형 외식업소는 규모의 영세성뿐만 아니라 식당 수 과잉에 따른 경쟁으로 어려움을 겪으며 창·폐업 악순환 반복되고 있음.

<그림 II-9> 식품접객업체의 신규·명의변경·휴업·폐업 업소 수 변동 추이



주. 한국외식업중앙회 회원업소 대상 자료를 기준으로 하였으므로 전체 외식업체(식품접객업체)수와는 차이가 있음 '08, '09년 현황자료는 없음

자료 : (사)한국외식업중앙회

- 또한, 외식산업이 성장하고 있는 반면에, 산업발전의 토대가 되는 인프라와 제도적 기반 부족함.
  - 외식업 관련 통계·정보, 인프라, 인력양성 시스템 등 전반적으로 취약함.

## 다. 한식점업

- '11년 기준 표준산업분류 일반음식점업 국내 한식음식점 업체 수는 28.9만 개로 전체 음식점업 중 86.9%를 차지함.

<표 II-10> 업종별 한식 음식점업 추이

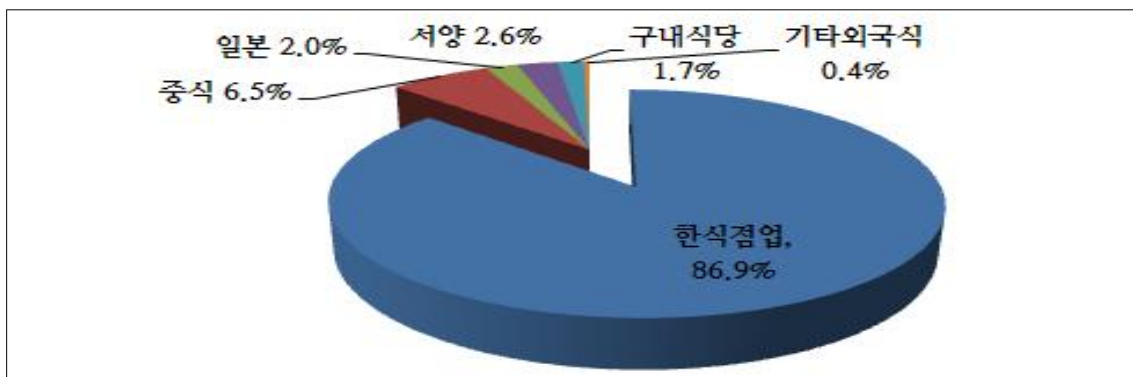
분류	업체 수(개)							연평균 증가율
	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	
합 계	295,266	302,406	320,020	321,386	320,749	322,555	332,671	2.0%
<b>한식 음식점업</b>	<b>254,784</b>	<b>261,395</b>	<b>276,273</b>	<b>279,702</b>	<b>278,978</b>	<b>281,551</b>	<b>289,218</b>	<b>2.1%</b>
중식 음식점업	21,932	21,902	22,433	21,771	21,466	21,071	21,458	-0.4%
일본 음식점업	4,628	5,092	6,524	6,022	6,268	6,259	6,707	6.4%
서양 음식점업	10,034	9,782	10,177	8,856	8,610	7,997	8,533	-2.7%
기타외국식음식점업	650	736	537	726	861	1,030	1,177	10.4%
기관구내식당업	3,238	3,499	4,076	4,309	4,566	4,647	5,578	9.5%

주 1. 한국표준산업분류 8차 개정(2000년) 기준, 2007년 이후부터 한국표준산업분류 9차 개정 기준

2. 한국표준산업분류 일반음식점 기준

자료 : 통계청 경제통계국 산업통계과, 2012

<그림 II-10> 한국표준산업분류에 따른 음식점 유형별 비율



주. 업종별 평균매출액 추이에서 기관구내식당업은 제외함.

자료 : 통계청 경제통계국 산업통계과, 2012



- '11년 국내 한식 음식점업은 매출액, 종업원 규모가 서양 음식점업, 일식점 등의 업종에 비해 영세하고, 또한 사업체수는 많으나 매출액은 상대적으로 적음.
  - 서양 음식점업 1개소 평균 매출액은 약 3억 7,610만 원, 한식점업은 1억 1,720만 원으로 서양식의 31.2% 수준에 머무르고, 음식점업 1개소당 전체 평균 매출액 1억 4,080만 원에도 미치지 못하는 수준임.
  - 또한 종사자수도 한식점업은 2.7명으로 일식 4.6명, 중식 3.5, 서양식 6.9명 보다 적게 나타남.

<표 II-11> 일반음식점업 업종별 평균 매출액 · 영업비용 · 종사자수

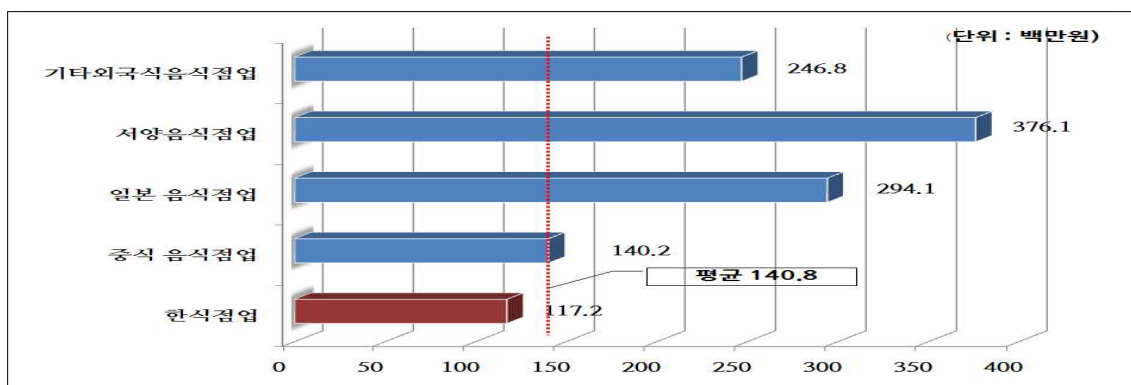
분류	매출액			영업비용			종사자수		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
<b>한식 음식점업</b>	<b>121.1</b>	<b>114.7</b>	<b>117.2</b>	<b>95.7</b>	<b>85.1</b>	<b>96.1</b>	<b>2.7</b>	<b>2.7</b>	<b>2.7</b>
중식 음식점업	144.3	121.9	140.2	114.0	93.9	115.1	3.3	3.4	3.5
일본 음식점업	279.6	280.2	294.1	242.8	235.6	250.5	4.6	4.6	4.6
서양 음식점업	329.9	381.6	376.1	285.1	346.4	328.7	6.2	6.7	6.9
기타외국식음식점업	299.8	247.6	246.8	250.1	211.9	223.0	4.9	5.0	5.0
기관구내식당업	620.5	767.8	662.8	582.7	728.4	620.0	7.9	7.5	6.8

주 1. 한국표준산업분류 9차 개정 기준

2. 기관구내식당업은 9차 개정 시 제외되었으나 본 자료에서는 포함함.

자료 : 통계청 경제통계국 산업통계과

<그림 II-11> 한국표준산업분류에 따른 음식점 매출액



주. 업종별 평균매출액 추이에서 구내식당업은 제외함.

자료 : 통계청 경제통계국 산업통계과

## 라. 한식의 해외 경쟁력

- 국가별 한식(당) 선호도, 연상이미지 조사결과, 지리·역사적 상호교류가 많은 중국과 일본 및 한류의 영향이 큰 베트남에서 선호도가 높음.

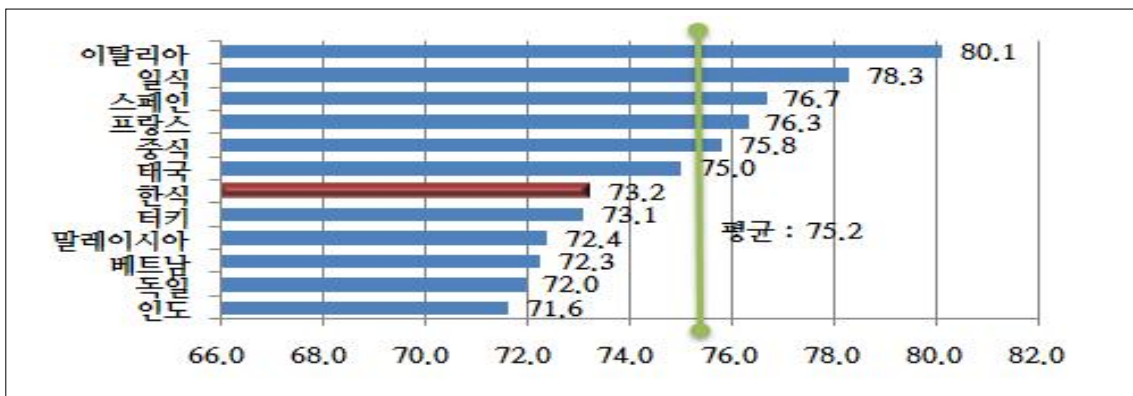
<표 II-12> 국가별 한식(당) 선호도, 연상이미지 조사

구분	미국	중국	일본	베트남
한식 선호도	1 이탈리아	한국	이탈리아	중국
	2 멕시코	일본	중국	한국
	3 일본	이탈리아	한국	태국
	4 중국	태국	프랑스	일본
	5 태국	프랑스	태국	이탈리아
	8 한국			
연상이미지	전통, 다양, 중심	독특, 저렴, 건강, 가족	깔끔, 건강, 전통, 저렴	강한, 건강, 전통, 저렴
한식당	방문	기념일 등 특별한 날	친구, 가족 모임 등	고르게 편중
	긍정	맛	맛, 식재료, 서비스	맛, 다양성
	부정	접근성, 분위기, 서비스	다양성, 접근성	접근성, 분위기
				매운, 맛, 건강, 다양
				-
				타 에스닉 푸드 음식점과 동등 또는 높음

자료 : 엑센추어 보고서 2010, WK마케팅 보고서 2011 인용

- 또한, 2012년 실시한 세계 12개 음식 경쟁력분석(5개국 6백명 대상 설문조사)에서 한식은 73.2점(세계 평균 75.2)으로 7위를 차지함.  
- 음식과 이미지가 우선적 개선되어야 할 사항으로 분석됨.

<그림 II-12> 12개국 요리별 경쟁력 점수(CPI)



자료 : 농림축산식품부 외식산업진흥과, 2012

### 3. 한식세계화의 환경분석

#### 3.1 국내외 여건분석

- 국내외 여건 분석은 한식세계화의 미션과 전략에 영향을 미치는 내·외적인 환경요인들을 체계적으로 분석함으로써 성과평가를 둘러싼 한식세계화 사업의 현 위치를 파악하고, 향후 나아가야 할 전략적 방향을 고려하는 것임.
  - 한식세계화의 지속적 추진을 위해 둘러싸고 있는 환경요인은 물론 변화의 폭, 속도 그리고 추이 등을 다양한 관점에서 체계적으로 조사하는 것임.

#### 가. 외부 여건분석

##### □ 정치적(Politic) 환경

- 내수시장 회복을 위한 세계 각국의 국제협력 및 해외진출 지원책이 강화되고 있음. 국가별 양해각서(MOU)체결, 상호 이익실현을 위한 공동사업 발굴, 프로젝트 정보교류 및 공동추진 등 다각적인 협력 방안이 추진됨.
  - 특히, 제3국 진출 확대에 대한 주요국간 합의, 세계경제 블록화 정책, 국가간 FTA 및 WTO 체결 등 다양한 방식의 협력을 통해 교류 확대를 추진함.
- 고용법, 관세, 부동산 인허가 등 국가별 법률 및 제도가 상이하여 해외 진출을 위한 국가별 정보 확보 및 해외진출 업체와의 소통의 중요성이 강화됨.
- 식품산업 부문에서는 안전 및 환경에 대한 관심 증대에 따라 각국의 식품안전기준이 강화되는 추세이며, 이미 주요 선진국에서는 법규를 통해 국가적 표준을 확립함.
  - 미국 : 식품표시제도, 30여 개 환경법, Bio-terrorism Act<sup>26)</sup>
  - 일본 : 식품위생법, 환경법 등

26) 공공보건 및 바이오테러리즘 대응 법률로 식품 안전 관련 사고가 증가함에 따라 미국의 식품 안전 개선 정책은 보다 엄격해지고 있음. 2002년 제정된 생물학 테러법(The Bioterrorism Act of 2002)은 제품 생산업체와 배송업체간의 연속적인 제품 데이터 기록을 의무화했으며, 2010년 제정된 식품안전법(the Food Safety Modernization Act of 2010)에서 이를 재확인했음.

## □ 경제적(Economic) 환경

- 2013년 현재, 펀더멘털(fundamental)<sup>27)</sup> 회복 지연, 저성장 지속 전망, 유로존 경기 침체 및 선진국의 재정이 악화로 긴축 재정, 가계 및 기업의 심리 위축, 고실업 장기화 등 글로벌 실물경기 부진이 지속됨.
  - 선진국의 내수회복 지연으로 신흥국 수출 회복이 지연되었으나, 최근 금리 인하 등 경기부양을 통한 내수 확대에 소폭 회복세 전망.
  - 불황 중에도 신흥시장 진출의 성장잠재력은 긍정적으로 평가됨.
- 세계 GDP성장률의 지속적 감소로 경제성장이 둔화됨에 따라 외식소비 심리가 악화되고 있음.
  - 주요국은 시장 개척을 위하여 해외 대형 외식업체 및 국가기관을 중심으로 경쟁적으로 진출하고 있음. 해외 현지 업체 보호 및 국내 외식산업의 정책적 진흥·육성책을 마련하고 있음.
- 글로벌 산업구조는 정보화 등의 영향으로 제조업·건설업 중심에서 서비스산업 중심으로 변화하고 있으며, 주요 선진국들은 서비스산업에서 신 성장 동력을 탐색하고 있음.

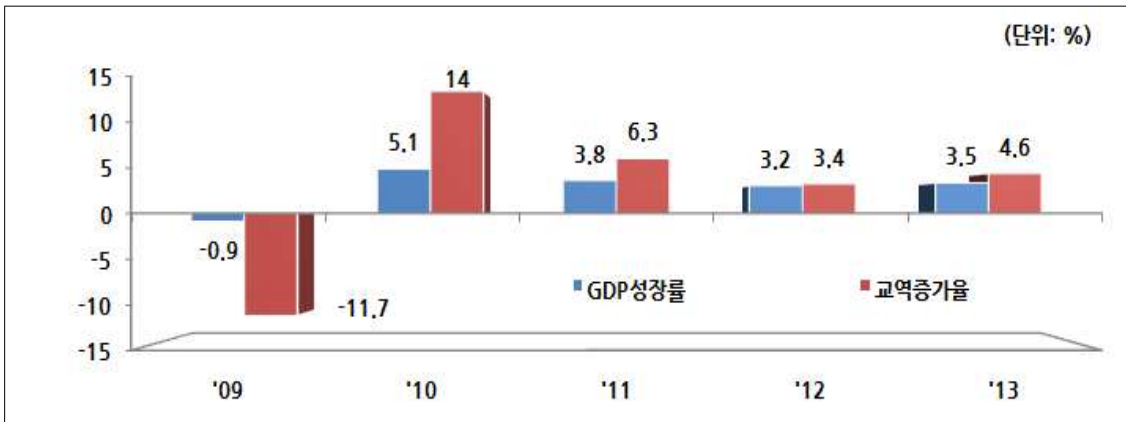
<표 II-13> 서비스업 중심으로 글로벌 산업구조 변화

항목	글로벌 산업구조 지표
• 주요 선진국 국가전체 부가가치 중, 서비스 산업 비중	• 평균 72.2%
• GDP에서 국내 서비스산업의 비중 증가	• 44.3%(‘70년) → 58.1%(‘11년)
• 전체 고용에서 서비스업의 고용비중 증가	• 32%(‘70년) → 68.8%(‘11년)
• 서비스업 주요 업종별 고용비중(‘11년)	• 도소매 및 음식숙박업(22.6%) > 사업서비스(8.5%) > 보건 및 사회복지 서비스(5.4%)

27) 국가 경제 등에서 기본적인 내재가치를 나타내는 기초 경제 여건. 한 나라의 경제가 얼마나 건강하고 튼튼한지(기초경제여건)를 나타내는 용어로 한 나라의 경제 상태를 표현하는데 있어 가장 기초적인 자료가 되는 주요 거시경제지표를 뜻함. 경제성장률, 물가상승률, 경상수지가 가장 대표적인 거시경제지표.

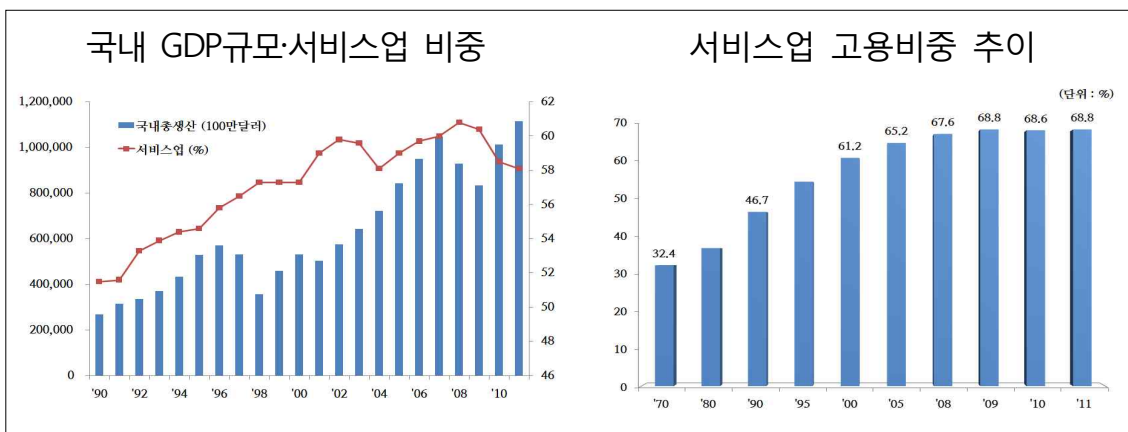
- 따라서 지속적인 일자리 창출을 위하여 서비스업의 안정적 성장과 서비스 산업의 생산성 향상 등 지속적인 경쟁력 제고 노력이 필요.<sup>28)</sup>
  - 지식서비스업 관점에서 외식산업 진흥정책을 추진하여 음식을 통한 고부가가치 전략 마련 필요.
  - 외식산업 육성을 위한 시설요건 강화 및 위생중심의 교육에서 서비스, 경영 분야로의 교육 강화를 통한 산업기반 확충 필요.

<그림 II-13> 세계 GDP성장률, 교역량 증가율 추이



자료 : IMF 등 국제기구 전망치 참조

<그림 II-14> 국내 서비스업 및 고용비중 추이로 본 음식업 특성



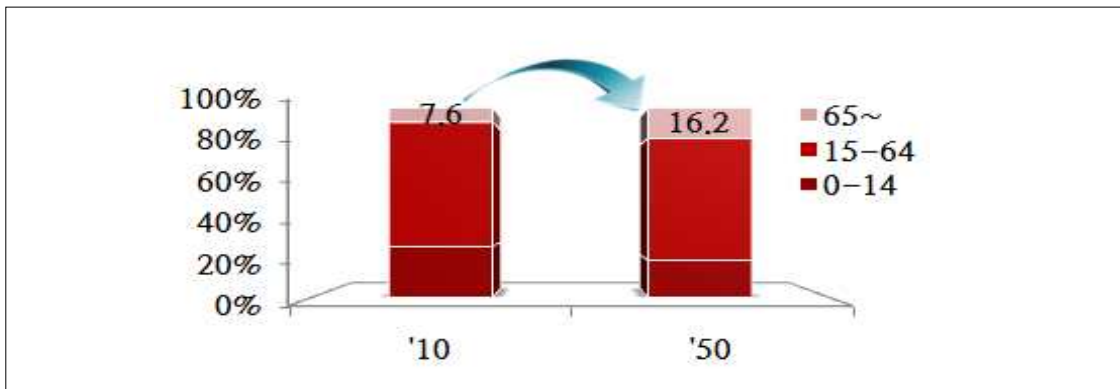
자료 : 통계청, 국가통계, 2012

28) 국회입법조사처, '서비스산업의 발전을 위한 정책과제, 2012.12.6

## □ 사회문화적(Social Cultural) 환경

- 고령화에 따른 건강 및 삶의 질에 대한 관심 증가, 여성의 사회진출에 따른 편의성 추구 등으로 건강식 및 간편식·편의식인 HMR을 선호함.
  - 21세기에 후각과 미각이 쇠퇴하는 노령 인구가 많아질수록 '맵고 대담하며 자극적인' 맛, 특히 커리(Curry)<sup>29)</sup>는 더 인기를 끌 것이라는 전망도 있음.<sup>30)</sup>
  - 치매(인지증, 認知症, dementia)를 예방하기 위해선 규칙적인 운동과 금연, 절주, 적극적인 두뇌활동이 필요하지만 생선이나 채소, 과일, 우유와 같은 뇌건강에 좋은 음식을 먹는 것이 좋다고 함.
- 글로벌화 확산으로 정보기술 발달 및 관광 등을 통해 타 문화권에 대한 수용도 및 관심이 증대됨.
  - 세계적으로 인구 및 정보이동이 활발해졌으며, 교류 및 이주확대 등 글로벌 다문화 시민사회가 형성됨에 따라 비주류 문화의 확산, 문화 간 융합이 증대되고 있는 추세임.

<그림 II-15> 세계 인구구조 고령화에 따른 음식 환경변화 추정



자료 : 통계청, 세계 및 한국의 인구현황, 2009

- 29) - 남아공 : 잘게 다진 쇠고기나 양고기에 커리 가루 양념과 커스터드 소스를 넣어 오븐에 굽는 '보브티'와 서양식 빵의 속을 파내고 그 안에 고기 커리를 넣은 '버니 차우'가 있음.  
 - 독일 : 구운 포크소시지에 커리 가루를 뿌린 '커리부르스트(일명 카레소시지)'가 유명.  
 - 트리니다드토바고 : 길거리 음식인 '로티'에도 커리가 들어감  
 - 피지 : 참치 통조림으로 커리를 만들
- 30) 커리의 지구사(Curry: A Global History), 콜린 테일러 쉐 지음, 유머니스트, 2013

□ 기술적(Technological) 환경

- 건강에 대한 관심이 고조되면서 건강증진, 피부미용, 두뇌개발 등을 위한 다양한 기능식품이 증대되고 있으며, 조리 및 식사를 가정 밖에서 외식(外食)으로 해결하려는 경향이 높아짐.
  - 음식의 소비구조와 패턴도 다양하게 급속히 변화되고 있으며, 음식물 재료의 구매 장소가 마트 등 대형할인점으로 집중되는 경향이 있음.
  - 글로벌 외식산업은 음식과 서비스라는 같은 종류의 상품을 공급하는 외식업들이 대다수 존재하면서 경영면에서 우위를 점하기 위한 기술적으로 조리·요리 체계를 갖추고 시장에서 서로 경쟁하고 있는 상황임.
- 세계 외식분야의 주요 기술개발(R&D) 트렌드는 건강·즐거움·운동·편리성·전통임.
  - 외식관련 IT·BT·NT 연구를 통해 전통적 식품산업과 제약, 바이오, 화장품 등 타 산업과의 융복합됨.
  - 안전성 확보를 위한 식품안전규격, 기준 준수
  - 외식에 대한 소비자의 요구 변화에 따라 세분화된 타겟팅 등 차별화 전략 상품 개발

<표 II-14> 세계 식음료 분야의 R&D 트렌드

구분	건강	즐거움	운동	편리	윤리
트렌드	의학, 치료, 천연, 채식	교양, 세련 이 국적 오감의 다양성 즐거움	체중조절, 미용, 먹는 화장품, 에너지, 웰빙	시간 절약, 간편함, 방목	환경 친화, 연대, 결속

자료 : CIAA 2009, 농식품신유통연구원 2012에서 재인용

- 또한, 식생활 및 경제여건의 발달로 음식의 1차적 기능인 영양과 2차적 기능인 맛과 조직감(texture)에 대해 음식을 1, 2차적인 단순한 기능을 넘어서 생체 조절기능에 대한 관심이 집중되고 있음.

## 나. 내부 환경분석

- 내부 환경은 글로벌 외부환경과 밀접하게 연관성을 갖는 동시에 관련 식품·외식·한식산업 육성을 위한 실질적인 정책 추진 배경이 됨.
  - 국내 환경분석 결과, 국내 한식업과 연관된 전후방 산업구조의 영세성으로 지속 성장에 한계, 과잉 경쟁, 음식업 인프라 및 인력양성 체계 등 음식업과 음식산업 전반적인 미흡 수준이 나타남.

### □ 정치적(Politic) 환경

- 정부는 4대 국정 기조 가운데 '경제부흥(經濟復興)'을 내세우며 '창조경제(創造經濟)'로 집약되는 경제 정책으로 일자리 창출, 신성장동력 확대에 나서고 있음. 창조경제 시대 식품외식산업 분야의 정책을 추진하고 있음.
  - 앞으로 5년동안 식품외식산업 진흥을 위해 융·복합을 통한 농업과 식품외식산업의 시너지, 신성장동력 창출 등을 이루도록 정책을 수립함.
  - 지난 정부 5년 동안 식품외식산업의 진흥을 위한 기반을 닦는 시기였다면, 현 정부의 향후 5년은 식품외식산업의 지속 가능한 발전과 성장을 이루도록 가속도를 내기 위한 동력을 불어넣는다는 정책에 집중되고 있음.
- 창조경제는 IT·BT·NT 등 첨단기술 활용과 산업간 융복합을 통해서 새로운 시장과 일자리를 창출함으로써 국민행복을 달성하는 경제 패러다임임. 식품외식산업은 화학, 제약 등 타 산업과 융복합이 가속화되고 있는 신성장 분야로 건강증진·질병예방 등을 통해 새로운 시장과 부가가치 창출이 가능한 산업임.
  - 창조경제 실현을 위해 부처간 융합·복합을 적극적으로 추진 중에 있음.
  - 농림축산식품부와 문화체육관광부와의 협업을 통한 음식관광 활성화 방안 등이 있음.
- 정부는 식품외식산업을 통해 기존의 농업이 단순한 농산물 생산 단계에서 벗어나 식품가공·음식관광과 같은 2차, 3차 산업으로 발전하는 전략을 추진함.



- 이를 위해 농업인들의 가공식품 진출에 필요한 교육 과정과 지원 설비를 확대하고, 전통식품 등 소규모 식품제조 시설에 대한 규제를 완화함.
- 농업의 6차 산업화는 1차 산업인 농산물 생산을 유통·가공·외식·관광과 같은 2차·3차 산업과 연계해 농촌 지역자원의 부가가치와 고용 창출하고자 함.
  - 정부는 농업의 6차산업화를 촉진하기 위해 아이디어가 창업으로 이어지도록 창업·보육기능을 강화하고, R&D, 경영컨설팅 등을 위한 지원체계를 구축해 나감. 6차 산업화 사업자에 대한 자금 지원을 위해 농식품 모태펀드를 통한 6차산업화 지원 특수목적펀드의 신설을 추진함.
  - 지자체와 관계기관 등과 함께 6차 산업화의 다양한 유형과 사례별 성공, 실패 요인 등 전반적인 실태 조사하여 '6차 산업화를 위한 종합대책' 마련함.
- 정부는 '4대 사회 악(惡)'중 하나인 불량식품 근절 정책에 따라 식품의약품안전처를 국무총리실 산하인 식품의약품안전처로 만들고, 식품이력 추적관리제 및 음식점 위생등급제 등 식품위생 관리 강화정책이 시행되고 있음.

<표 II-15> 정부의 식품관련 정책 강화 방향

제도	세부내용
위생등급제(신설)	• '13년 시범 시행(주요 관광지 20여 개소) → '14년 전국 확대
식품이력추적관리제(강화)	• (현행) 업체 자율등록제 → (향후) 단계적 식품이력 추적관리제 의무화
식품안전규격(강화)	• HACCP 등 식품안전규격 강화

- 지난 정부시기에 동반성장위원회가 음식점업을 중소기업적합업종<sup>31)</sup>으로 지정하면서 외식산업에 대한 규제를 강화하고 대형화·규모화를 한정(限定)함.
- 가맹사업법의 개정과 식품업계의 '갑을관계' 등 식품외식산업 전반적인 변화의 바람이 한식세계화의 새로운 출발을 이끌고 있음.

31) 중소기업 적합업종·품목이란 대·중소기업 간의 합리적 역할분담을 유도하기 위하여 중소기업의 형태로 사업을 영위하는 것이 적합한 분야(서비스업을 포함)를 말함.

## □ 경제적(Economic) 환경

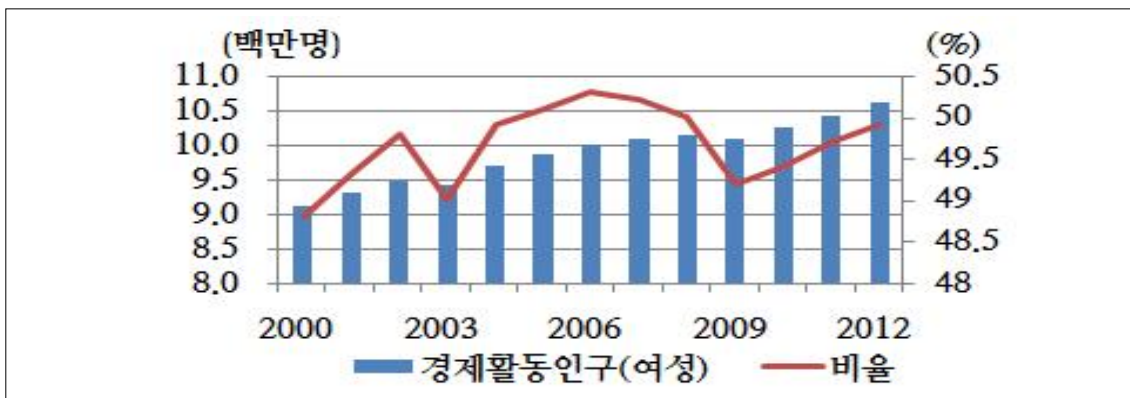
- 정부는 '농업을 견인하는 글로벌 식품산업 육성'이라는 비전 실현에 나서고 식품진흥 분야 주요 정책 과제는 크게 '인프라 확충', '농어업과의 연계 강화', '글로벌 경쟁력 강화' 등 세 분야로 나눠 세부 계획을 마련해 추진하고 있음.
  - 식품산업 매출 : 2009년 약 131조원에서 2017년 245조원
  - 농식품 수출 : 2009년 약 33억 US달러에서 2017년 약 100억 US달러
  - 식품분야 고용 : 2009년 약 176만 명에서 2017년 약 200만 명
  - 농촌 식품기업 : 2009년 12개에서 2017년 400개
- 식품산업은 미래 핵심 성장산업이나 국내 식품기업들의 글로벌 경쟁력은 매우 낮은 실정이며, 국내 식품시장의 규모가 절대적으로 작아 내수 식품산업의 확대만으로는 세계 경쟁력을 확보하기에 근본적인 한계가 있음.
  - 국가별 식품시장의 규모('10년 기준) : 미국 3,930억 US달러, 중국 3,010억 US달러, 일본 2,530억 US달러, 한국 320억 US달러(158위)
- 낮은 진입장벽에 따라 쉽게 창업하고 폐업하는 경우가 많아 외식업체의 과다 경쟁이 심화되고 있음. 무분별한 음식업 경쟁은 영세한 소상공인들이 무방비로 경쟁시장에 노출되고 있어 외식업체의 식재료 수급과 원재료비 절감을 위한 외식업체-산지 직거래 기반을 구축함.
  - 외식업자들의 경쟁과다에 따라 이익률 감소 추세로 자영업자 1인당 영업이익 증가율이 '90년대 10.2%에서 '00년 이후 1.5%로 감소함.
  - 개인사업자의 창업 대비 폐업률은 85%로 집계되었으며, 특히 음식점업이 94.3%로 폐업률이 가장 높은 것으로 나타남.<sup>32)</sup>
- 외식업체-산지직거래 기반 구축을 위해 '외식 식재료 전문몰' 운영하고, 글로벌 경쟁력 강화를 위해서 농식품 수출확대와 중소기업 지원을 강화함.
  - 신규 또는 유망 해외 시장을 대상으로 수출 전략품목(19개), 현지 유망품목에 대한 안테나숍 운영 등 해외 수출거래선을 발굴해 농식품 수출 확대.

32) '11년 국세통계연보 기준

□ 사회·문화적(Social·Cultural) 환경

- 식품 소비 트렌드의 변화, 외식시장의 확대, 식품 안전에 대한 관심증대에 따라 식품산업이 규모화 되고 있는 추세임.
  - 핵가족화, 노령인구증가, 여성의 사회진출 등 인구구조의 변화
  - 간편 편의 식품 선호, 반가공 조리식품 수요증가, 소량 구매 일반화 등 소비트렌드 변화
  - 식당의 체인화·대형화, 단체급식시장의 확대, 센트럴 키친의 확대 등 외식시장의 확대 추세
  - 위생관리에 대한 법제도 강화 등 식품안전에 대한 관심 증가

<그림 Ⅱ-16> 국내여성 경제활동 인구추이



자료 : 통계청, 경제활동 인구 2012

<그림 Ⅱ-17> 식품소비패턴의 변화



## □ 기술적(Technological) 환경

- 인프라 확충은 식품산업 성장 잠재력을 위한 정책 기반을 확충한다는 목표 아래 식품 국가연구개발(R&D)사업 지원 예산을 지속적으로 확대하고(2013년 기준 313억원), 해외시장을 겨냥한 프로젝트형 신제품을 위한 R&D 사업을 신규로 도입함.
- 창조경제의 핵심은 민간의 아이디어와 혁신을 촉진하고, 이를 통해 새로운 시장과 일자리를 창출하는 것으로 농업과 농촌은 원료를 생산하는 동시에 전통의 뿌리이기 때문에 상상력과 아이디어의 원천이며, 6차 산업화는 창조경제의 대표적인 사례임.
- 농식품 분야에서도 IT(정보기술), BT(바이오기술) 활용 차원에서 ICT 융합 비즈니스 모델을 개발하고 BT를 활용한 '골든시드 프로젝트'를 본격적으로 추진할 것입니다.
  - ICT 융합 비즈니스 모델을 개발하기 위해 IT 기반 음식점을 구축해 동시에 유기농 디지털 음식점 조성할 필요.
  - 수출전략형 종자를 개발해 오는 2030년까지 30억달러 수출을 목표로 하는 골든시드 프로젝트 관련 연구 착수함.
  - 농식품 분야 R&D 성과의 산업화를 촉진하기 위해 '신기술 인증제'를 도입하고, 저금리 대출과 기술사업화 가산점 부여 등의 혜택도 검토 중임.
- Mobility, design, eco, retro, reality, 공유가치 창조 등에 대한 관심에 따라 식품산업 분야에서도 디지털화, 가공기술 및 브랜드 전략 등의 강화 추세
- IT를 기반으로 한 기술 컨버전스 확산 및 외식업 경영 과학화는 인터넷을 비롯한 각종 소셜네트워크의 발달로 프로슈머들의 활동을 연계시킴.
  - 매출분석시스템, 온라인 판매확대 등 점포 내 전산화, 자동화 추세
  - 신기술·신기법이 도입된 기기와 설비, 장치 등을 활용한 주방시스템 선진화
  - 식품가공과 포장·저장·유통 등 생산기술 발달 등 업계 주요 기술의 진보

## 3.2 한식세계화 정책

### 가. 추진 경위 및 개요

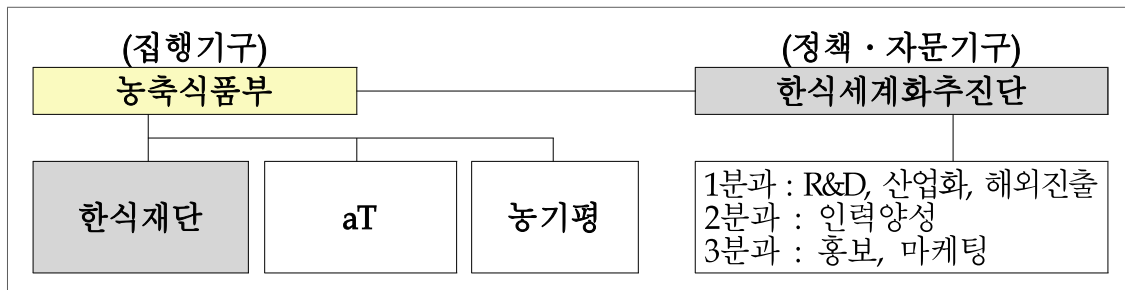
- 식품산업은 국가 미래성장 산업이나, 국내 식품기업들이 내수 식품산업의 규모가 작아 글로벌 경쟁력 확보에 한계
  - 국가별 식품 시장규모(2010년 기준)
    - 미국 3.93억\$, 중국 3.01억불, 일본 2.53억\$, 한국 3,200만\$(15위)
- 국내 식품기업의 해외수출 확대를 통해 식품산업 성장을 견인해야 하며, 특히 우리 음식문화의 세계화가 핵심적인 역할 필요.
  - K-드라마, K-팝 등 한류 확산을 기반으로 한식도 문화상품으로 세계화 가능
- 한편, 세계시장에서 우리 음식, 한식(韓食, Korean food)은 고유품목으로 우위를 확보할 수 있는 가능성을 충분히 보유하고 있으며, 세계화를 통해 경제적 효과와 국가 이미지 제고에 기여할 수 있을 것으로 판단됨.
  - 세계적으로 웰빙([well-being), 건강식에 대한 관심이 높아지면서 저열량식인 한식이 부각되고 있어 한식세계화를 위한 사회적 분위기가 조성됨.
  - 대중매체를 중심으로 한 한류(韓流)현상이 자연스럽게 한식으로 관심을 유도하는 등 한류를 계기로 한식의 세계화의 성공가능성이 높아짐.
- 이에 따라 '09년 정부는 한식의 무한한 가능성<sup>33)</sup>과 한류 붐, 해외언론 및 외국인들의 관심증대로 한식세계화 최적기로 판단, 적극적인 해외진출을 추진함.
  - 한식세계화 정책을 전략적·체계적으로 추진하기 위해 정부와 민간합동으로 '한식세계화 추진단'을 구성하여 한식세계화 전략 수립, 법·제도 정비, 세계화추진 점검 등을 하기로 하였음.

33) 반만년의 역사를 바탕으로 다른 나라의 음식과 차별화된 우수성을 가지고 있어 세계화에 충분한 잠재력(Kim & Chun 2010). 한식은 약식동원(藥食同源)의 사상이 배어 있는 자연친화적인 건강형 조리법(Bang 2009), 2004년 세계보건기구(WHO)에서는 한식을 영양적으로 균형 잡힌 모범식으로 선정, 2006년 미국 건강전문잡지 'health'에서는 김치를 세계 5대 건강식품의 하나로 선정

## 나. 추진체계

- 한식세계화 사업은 한식의 세계화를 뒷받침할 법과 제도정비 및 사업추진을 위해 범정부적 차원에서 추진됨.
  - 정책수립·자문 등을 위한 민·관 합동 한식세계화추진단과 집행기구인 한식재단과 한국농수산물유통공사(이하 'aT'라 함), 농림수산물기술기획평가원(이하 '농기평'이라 함)으로 구성

<표 II-16> 한식세계화 정책 추진 체계



- 농림축산식품부는 종합계획을 수립하고, 집행기구인 (재)한식재단과 aT, 농기평에서 전략적으로 진행하고 있음.
  - 한식재단 : 콘텐츠 개발, 국내외 홍보, 해외시장 정보조사, 해외한식당 추천
  - aT : 해외 조직을 활용한 해외한식당 협의체 지원, 해외 한식당 종사자 교육, 컨설팅 등
  - 농기평 : 한식 우수성 연구, 현지화 기술개발 지원 등
- 한식세계화추진단은 효율성과 위원들의 참여 확대를 위해 3개 분과위원회와 총괄 및 조정기능을 수행하는 운영위원회를 두었음.
  - 농림축산식품부·문화부 장관, 민간위원 1명을 공동단장으로 하고 관계부처 차관, 식품업계 CEO 등 민간위원으로 35명 구성.
- 문화체육관광부는 해외조직망 전진기지를 활용하여 한식 조리강습 및 체험프로그램 강화와 한식 홍보영상의 상시 상영, 사진전시 및 홍보물 배포 방문이벤트 개최, 한식테마 고부가가치 관광 상품 개발 등의 기능을 담당함.

- 외교통상부는 해외역량 활용을 활용하여 효율성을 증대시키기 위해 대사관 저에 '현지 최고의 한식당'으로 각종 공식행사와의 연계 및 한식을 소개하고, 시장정보수집, 해외수출 진흥활동, 현지 진출 업체를 지원함.
- 산업자원통상부(구 지식경제부)는 농수산물의 마케팅 기회 확대와 지원 강화를 위해 국내외 전시회 참가지원 및 농수산물의 수출금융 애로사항을 해소함.

<표 II-17> 한식세계화 추진경과

일시	추진경과
'06. 6	『한브랜드』 지원전략 관계기관 협의(국조실) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한 브랜드 범위 및 추진방향 확정</li> <li>• 국가이미지위원회 산하에 한브랜드지원협의회 및 5개 분과위원회 구성 협의(분과별 주무부처 : '한식(韓食)' 분야는 농림부가 주무부처로 추진기로 결정)</li> </ul>
'06. 8~'07. 2	한식분과위원회 개최(농림부/1차 '06. 8, 2차 '06.10, 3차 '07.2)
'07. 1	"韓스타일육성 종합계획" 경제정책조정회의 보고
'07. 2	T/F팀 "한식세계화추진사업반" 구성(aT, 4명)
'07.02	한스타일 육성종합계획 및 한식 세계화 추진계획 발표(문체부, 농림부)
'08.04	민·관 전문가들로 「한식 세계화 포럼」 *을 운영하여 한식 세계화를 위한 주요 전략과 실행과제 도출('08년 3회 개최) <ul style="list-style-type: none"> <li>• (주관기관) 농식품부, (협조) 문체부, 외교부, 농진청 등</li> </ul>
'08.10	「한식 세계화 선포식」을 계기로 범정부 차원에서 본격 추진
'08.12	한식세계화 기본계획 수립 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비전 : 2017년까지 한식을 세계 5대 음식화</li> </ul>
'09.04	한식세계화 관련 국제 심포지엄 개최 한식세계화 추진전략 수립
'09.05	「한식 세계화 비전 및 추진전략」 발표 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 민관 합동 '한식세계화추진단' 발족으로 추진체계 구축</li> <li>• 농식품부, 문체부 장관과 민간위원장 등 3인 민관공동위원장 체제(36명으로 구성)</li> </ul>
'09.12	'한식재단 설립준비위원회' 구성 ... 농림축산식품부, 문화부, 외교부, 한식세계화 추진단, 관련협회 등
'10.03	한식세계화 민간 집행기구 '한식재단' 출범
'12.02	제2기 한식세계화추진단 출범(26명으로 구성)



## 다. 추진전략

- 한식세계화 사업의 비전은 '세계인이 즐기는 우리 한식'으로 설정하고, 이를 위해 '세계 5대 음식화'를 주요 목표로 함.
  - 한식당수 : '07년 기준 1만개에서 '17년 까지 2만개
  - 농식품 수출 : '08년 기준 44억불에서 '12년 100억불 달성
  - 일류 한식당 : '17년 세계 일류로 평가받는 한식당 100개
- 목표달성을 위해 5대 전략은 인프라 구축, 연구개발(R&D), 인재개발, 투자활성화, 홍보로 구성함.
  - 전략을 실천하기 위한 9대 중점과제는 '세계인과 함께하는 한식 문화', '경쟁력 있는 한식 산업'을 위해 국내와 해외로 나누어 진행됨.
    - 국내기반(Inbound) : ① 법·제도 마련 등 한식 산업 기반구축, ② 한식관련 요리명장 양성, ③ 스타 한식당 육성, ④ 한식체험 기회 확대
    - 해외진출(Outbound) : ⑤ 한식세계화 R&D 확대, ⑥ 국산 식재료 공급 활성화, ⑦ 한식이미지 제고, ⑧ 한식문화 알리기, ⑨ 한식브랜드 100 프로젝트로 진행됨.

<그림 II-18> 한식세계화 비전 및 전략

한식세계화 추진 전략	<b>비전</b>	세계인이 즐기는 우리 한식				
	<b>목표</b>	세계 5대 음식화				
		해외 한식당 수	농수산식품 수출		세계 일류 한식당	
		1만개('07) → 4만개('17)	44억\$('08) → 100억\$('12)		100개('17)	
	<b>전략 부문</b>	인프라	R&D	인력양성	투자 활성화	식문화 홍보
	<b>추진 방향</b>	단계적 추진	차별화 전략		다양화 전략	Entertainment
		단품 한식 명품화	대중식당 - 프랜차이즈 고급 한정식 현지화		지역별 경쟁력 있는 메뉴 개발	음식에 예술 융합 한식당을 문화원으로
	<b>세부추진 과제</b>	국내기반구축 (In Bound)	- 한식산업 기반 구축 프로젝트 - 한식 요리명장 프로젝트 - 국내 한식당 고급화 지원, 한식체험기회 확대 프로젝트			
		해외진출 확대 (Out Bound)	- 한식세계화 R&D 프로젝트 - 국산 식재료 공급시스템 구축 프로젝트 - 한식 이미지 UP 프로젝트, 한식문화 알리기 프로젝트 - 한식브랜드 100 프로젝트			



<표 II-18> 한식세계화 부처별 추진 계획

부처	추진계획내용	비고
농림축산 식품부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농림수산물식품부의 한식세계화 비전은 '세계인이 즐기는 우리 한식'으로 한식의 세계 5대 음식화를 목표로 두고 있음.</li> <li>☞ 해외 한식당 수 : '07년 1만개 → '17년 4만개</li> <li>☞ 농식품 수출액 : '08년 44억\$ → '12년 100억\$</li> <li>☞ 세계일류 한식당 수 : '17년까지 100개</li> <li>• [ 추진방향 ] ① 단품 한식을 명품화하고, 고급 한정식으로 확산하는 단계적 추진, ② 대중식당을 통해 단품메뉴 중심의 프랜차이즈화 유도와 고급 한정식의 전통을 바탕으로 현지화 및 고급화하는 차별화 전략, ③ 대상지역별 경쟁력 있는 한식메뉴의 발굴·확산과 음식의 매운 맛·짠맛 등의 등급화, 다양한 수요층을 공략하는 등 다양화 전략을 추진할 예정. ④ 'Eat'와 'Entertainment' 즉, 음식에 예술·재미를 융합한 'Eatertainment'를 각 한국식당에 접목해서 하나의 '한국문화원' 개념으로 발전시킴.</li> </ul>	
외교부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화와 관련하여 해외역량의 활용을 극대화해야 할 뿐만 아니라 재외공관, 정부산하단체, 글로벌기업, 동포역량을 융합, 조정하여 현지 업무의 효율성을 증대.</li> <li>• 한식 고급화의 전진기지로 대사관저는 '현지 최고의 한식당'으로서 각종 공식행사와의 연계 및 한식을 소개하고, 우리 농식품 수출확대를 위해 시장정보 수집, 해외 수출진흥 활동, 현지 진출업체 지원 등의 역할을 함.</li> </ul>	
문화관광 체육부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 조식망 전진기지를 활용(해외문화원 12개소, 공사 27개 해외지사)하여 한식 조리강습 및 체험프로그램 강화와 한식 홍보영상의 상시 상영, 사진전시 및 홍보물 배포, 방문객 이벤트를 개최.</li> <li>• 음식 관련 대형국제회의 유치(2012 세계조리사회 연맹총회)와 국내 개최, 국제회의(2009~2013년, 29개 행사), 해외 관광박람회(2009년, 100개 행사)등을 통해 한식을 홍보.</li> </ul>	한국관광공사 지원
산업통상 자원부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농수산물의 마케팅 기회확대와 지원강화를 위해 국내외 전시회 참가지원으로 해외 유력바이어 상담기회를 제공할 뿐만 아니라, 농수산물의 수출금융 애로사항의 해소를 위해 농수산물 수출보험 지원규모를 확대.</li> <li>• 해외에서 우리 농수산물에 대한 인지도를 제고하기 위해 해외전시회에 한식 관련물품을 집중적으로 전시하고, 무역협회 등 수출지원기관 홈페이지에 홍보, 농수산물 수출시 KOTRA 브랜드를 활용토록 우선 지원하는 방안 강구</li> </ul>	KOTRA 지원
농촌진흥 청	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화 및 전통식품 산업화기술 개발 → 한식의 세계화를 위한 기초기반 구축 연구</li> <li>• 전통(발효)식품의 기능성 평가 및 상품화</li> <li>• 한국형 식생활문화 정립</li> <li>• 국내외 연구개발 협력체계 구축</li> <li>• 한식의 특성 도출 및 이미지 등록</li> <li>• 한식(HANSIK) 이미지 등록 : 'Healthy 세계 최고의 건강식으로 Attractive 매력적이고 Natural 자연에 가깝고 Sensible 오감을 만족시키고 Imaginable 미래를 그려 볼 수 있는 Korean cuisine 한국의 음식, 한식'</li> </ul>	한식(HANSIK) 이미지 등록

## 라. 추진성과

- 한식세계화 사업 추진절차에 대한 부정적인 의견은 있으나, 한식세계화 필요성 및 실현가능성에 대한 국민적 공감대는 확대되고 있는 추세임.<sup>34)</sup>
  - 외국 현지에 한국을 알리는 대표적인 한식당을 운영하는 것이 한식세계화에 도움이 될 것이라는 응답자가 높게 나온 점이 주목된다.
  - 전년대비 '한식세계화 정책에 대한 인지도'는 12.3% 상승하고, '한식세계화 실현 가능성'은 11.4% 상승하였음. '한식세계화 필요성'도 작년에 이어 높게 나와, 한식세계화에 대한 국민적 공감대와 기대감이 반영된 것으로 풀이됨.
  - 정부가 추진하고 있거나 계획하고 있는 활동에 대해서도 전반적으로 긍정적인 평가를 내리고 있는 것으로 조사되었음.

<표 II-19> 한식세계화 국민적 공감대

구분	2009년	2010년	비고
한식세계화 정책에 대한 인지도	39.8%	52.1%	+12.3%p
한식세계화 필요성	92.8%	92.1%	- 0.7%p
한식세계화 실현가능성	68.8%	80.2%	+11.4%p

자료 : 농림수산물부, 코리아리서치센터 설문조사, 2010.

- 해외 한식 인지도 개선 및 국가브랜드 가치 제고 등 가시적 성과가 도출되고 있는데 뉴욕시민의 한식선호도 '09년 9%에서 '11년 41%로 상승함.
  - 미슐랭 스타 한식당 '12년 현재 5개소 획득.
  - 중국이나 아시아 지역의 특급호텔 내 한식당 운영 및 레스토랑에 한식메뉴 확산 추세.
- 한식세계화 추진에 따른 국내 한식기업의 해외진출은 '08년 27개 업체, 109개 점포에서 '12년 41개 업체, 234개 점포로 증가함.
  - 농식품수출액은 '08년 45억 US달러에서 '12년 80억 US달러로 연평균 15.5% 증가함.

34) 농림수산물부가 코리아리서치센터를 통해 '10.11.18~19 기간 전국 19세 이상 성인 남녀 1,000명을 대상

<표 II-20> 정부의 한식세계화 추진 5대 과제 요약

구분	농림축산식품부 (한식재단, aT, 농기평)	기타부처			
		문화체육관광부	산업통상자원부	외교부	
인프라구축	법/제도 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>「외식산업진흥법」, 「식생활교육지원법」 제정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「관광진흥개발기금법」 개정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「중소기업창업지원법」 개정</li> </ul>	-
	추진 체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>조직체계 구축 : 추진단, 전문가포, 해외한식당 협의체 운영 등</li> <li>한식지수개발</li> </ul>	-	-	-
	한식 콘텐츠 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식원형발굴 및 복원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고문헌연구·복원산업화, 음식콘텐츠 DB구축 등</li> </ul> </li> <li>한식이미지 개선                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메뉴의국어표기길라잡이, 홍보물(영상, BI제작, 스토리텔링 책자, 뉴스레터 등)제작 및 배포</li> </ul> </li> <li>지역향토음식 발굴 및 경연대회 지원</li> <li>한식세계화사이트 및 검색엔진 최적화 사업 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 한식이미지 개선                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 음식 스토리텔링 개발 및 활용</li> </ul> </li> <li>국내 음식테마거리 조성(관련 상품 개발 등)</li> <li>국내 방문 외국인을 위한 외국어 메뉴판 사이트 및 외국어 음식 커뮤니티 사이트 구축</li> </ul>	-	-
R & D	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식의 우수성·기능성 관련 연구</li> <li>해외 한식당 사업모델 및 현지화 상품개발</li> <li>전통한식발굴 및 한식식사패턴연구(논문 : SCI급 8건, 일반 21건, 학회발표 41건, 지적재산권 출원 1건, 기술이전 및 제품화 2건)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>도자공예 해외진출을 위한 한식 기 표준화</li> </ul>	-	-	-
전문 인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>교육(스타셰프, 공관조리사, 해외한식당 종사자 등)</li> <li>국제요리대회 출전지원 및 취업 일자리 지원</li> <li>한식특성화 학교지정 및 해외한식 강좌개설 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외한식당 종사자 교육 지원 (농림축산식품부 주관, 문화원 시행)</li> </ul>	-	-	-
경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외 한식당 추천제 및 한식당 고급화·개설자금 지원</li> <li>표준화사업(한식표준조리법, 메뉴표기법, 고품격 메뉴 등)</li> <li>권설탕(108개 업체), 외식지수 및 식재료 직거래 시스템 구축</li> <li>해외정보 조사 및 해외진출 프랜차이즈업체 지원 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 특급한식당 지원 사업</li> <li>국내 방문 외국인 전문식당 지정 및 서비스 개선방안, 홍보마케팅</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외진출 기반구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공동물류센터, 지사화, 수출인큐베이터 등</li> </ul> </li> <li>프랜차이즈 진출 제도적 기반 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전담부서, 가이드북, 투자설명회 등</li> <li>- 국내외 프랜차이즈 전시회 참가지원</li> </ul> </li> </ul>	-	-
홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>박람회, EXPO, 학술, 행사, 한식세계화 단체 지원</li> <li>뉴스레터, 해외인론(TV,신문,잡지 등), 한식요리프로 그램 방영</li> <li>한식종합홍보관 건립 조사 연구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 국제행사 지원</li> <li>미술랭가이드 한국판 발간</li> <li>국외 한식홍보행사</li> <li>국내 한식체험관 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울국제 식품산업대전 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재외공관 한식행사 개최</li> <li>해외 지도층(정치, 경제, 문화 등) 대상 홍보, 주요(외교)행사 한식 홍보 및 지원</li> <li>현지 주요 입간지 및 방송홍보</li> </ul>	

### 3.3 민간기업의 해외진출 현황

- 국내 외식기업의 해외진출은 90년대 초반에 세계화의 흐름이 확산되어 무역장벽 철폐, 규제완화 등이 이어지면서 본격화되기 시작함.
  - 국내 외환위기를 겪으면서 다국적 외식기업들의 국내진출, 국내 경기침체 및 저성장 등 과도한 경쟁구도가 국내 외식기업들의 해외진출의 계기가 됨.
  - 초기 외식기업의 해외 진출 형태는 개인 한식당 위주의 진출로 개인화·단일 점포형 형태를 띠.
- '00년대 들어서는 월드컵, 국가 간 교류증대, 한류열풍 등의 영향으로 한국음식에 대한 관심 증가에 따라, 기업형의 외식업체들이 국내 운영노하우를 바탕으로 전문화된 시스템·브랜드화 하여 진출하는 형태가 늘어나고 있음.
  - 경영 노하우·시스템을 바탕으로 수익모델을 다각화하는 한편 국가이미지 제고, 고용창출, 농식품 소비촉진, 관광산업 등 연관 산업의 발전까지 촉진하고 있음.
- 해외에 진출한 우리 외식기업은 '12년 11월 말 기준 1700여개로 '09년 990여개 대비 700여개 증가하여 약 70%의 연평균 증가율을 보임.
  - 식문화가 비슷하고 지리적으로 가까운 동북아시아를 넘어 싱가포르, 태국, 필리핀 등 동남아시아는 물론 미국, 캐나다, 영국까지 진출영역을 넓혀감,
- 외식기업의 성공적 해외진출을 위해서는 철저한 사전조사 및 계획 수립, 운영·물류시스템 구축, 국가별 차별화된 현지화된 전략수립 등이 필수적 고려사항으로 제기되고 있음.
- 외식기업의 해외진출은 결국 우리문화의 종합적인 콘텐츠인 식문화를 알린다는 측면에서 정부 또한 민간에 대한 정책적 측면에서의 장기적 지원 필요함.
  - 교육프로그램을 통해 인재를 양성하고 공급하는 시스템 구축 및 기업차원에서의 정보조사와 더불어 정부차원에서의 해외진출 전략 수립 등 상호 협력을 통한 실질적인 방안마련 필요

<표 II-21> 해외진출 외식업체 실태

구분		사업내용
진출업체 실태 <sup>35)</sup>	경영기획	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장조사 소요기간 : 66%는 6개월에서 1년 정도, 22%는 1년 이상, 시장조사 불충분이 해외진출 실패사례 요인으로 지적</li> <li>정보수집 방법 : 관련서적 &gt; 대사관, KOTRA 자료, 직접 현장 조사 &gt; 현지 파트너, 박람회</li> </ul>
	경영계약	<ul style="list-style-type: none"> <li>진출방식 : 마스터프랜차이즈방식 59% &gt; 단독해외매장개설 31% &gt; 합작투자 18%. '11년 단독해외매장이 45% 순.</li> <li>마스터 프랜차이즈방식이나 합작투자를 통한 현지 문화에 대한 이해 및 외식업 경험이 성공적 진출 요인</li> </ul>
	식재료공급	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당국의 까다로운 심사로 인한 통관절차에 어려움. 특히 가공식품과 주방기물을 공급하는데 애로사항이 많음.</li> </ul>
	인력운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국인 매니저 및 지배인이 필요하다는 응답이 68%, 한국인 주방장 또는 조리사가 필요하다는 응답이 31%</li> </ul>
해외진출 실패업체 사유	불충분한 시장조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전조사 부족으로 현지화 전략을 세우지 않았거나 잘못된 현지화 전략을 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 관련법이나 규제, 계약절차나 인허가 관련 조건 부족</li> <li>- 문화 및 자금조달, 상권분석, 식자재 구매, 주방설비, 직원 채용은 세밀한 절차에 대한 사전조사 선행</li> </ul> </li> </ul>
	비즈니스 모델 미확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>음식을 비롯해 서비스, 인테리어, 분위기 등 부가적인 요소 역시 브랜드 이미지를 좌우하는 하나의 요소                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 운영시스템 결여와 현지시장 이해부족, 경영노하우나 시스템 구축을 통한 패키지 진출보다는 메뉴 중심의 단기 전략의 문제</li> </ul> </li> </ul>
	사업환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당의 일부 부정적 요소 존재, 인력수급의 어려움</li> <li>한식기업의 상당수가 영세하고 메뉴, 서비스, 시설수준 등이 뒤떨어져 있어 한식에 대한 부정적 이미지가 존재</li> <li>저가, 저품질의 한국음식이라는 이미지를 탈피하는 현지 시장에서의 고급화 전략 필요</li> <li>각 나라별 외식문화는 천차만별이기 때문에 그 나라의 국민 특성 및 식문화에 맞춘 현지화된 서비스 필요</li> <li>과다한 반찬 수, 공동식기 사용. 메뉴에 대한 설명 부족</li> </ul>

35) 한국의식연감 2013의 설문조사 결과



## 제3장

## 해외사례분석





### III. 해외사례분석

#### 1. 일본

##### 1.1 추진체계

- 일본은 60년대부터 정부 주도로 자국 음식의 세계화를 추진하였으며, 세계화 전략은 '81년 농림수산성 산하에 외식산업실을 설치하면서 수립함.
- 일본은 국가차원에서 자국 음식의 세계화사업을 추진하고 있으며 '05년 「일식인구 배증 5개년 계획」 정책을 시행하면서 본격화함.
  - 외식관련 정부기관 및 조직의 정비, 조리인력양성, 레스토랑 추천 장려제도, 향토음식 발전음식과 연계한 다양한 사업을 추진
- 또한, 음식세계화 정책을 농수산물 수출 촉진정책과 연동하여 추진함으로써 음식상품의 해외진출, 농수산물의 수출, 일식당의 확대 등이 유기적인 연계 속에서 확산될 수 있도록 정책을 추진함.
  - 중점적·전략적인 이벤트 개최, 일본식당 장려계획과 연대, 해외공관이 일식 보급 사업(WASHOKU-Try Japan's Good Food), 관련부처의 관련사업 연대하여 해외공관을 중심으로 해외사무소·시설을 제공거점으로 활용, 일식 150선 소개사업 추진 : 일본식 10선, 가공식품 40선, 수출추진사례 100선

<그림 III-1> 일본 농수산물 수출종합전략 개요



## 1.2 추진기구 및 주요사업

### 가. 추진기구

- 「일식인구 배증 5개년 계획」은 농림수산성이 주관, 외식산업종합연구센터, 수출촉진전국협의회, 식문화연구추진회가 지원하고 있음.
  - 정부, 식품회사(기꼬망간장<sup>36)</sup> : Kikkoman Soy Souce, MARUKOME : マルコム株式会社 등), 비영리기관(일본푸드서비스협회, 일식당해외보급추진기구 JRO) 등이 상호 협력함.

#### □ 외식산업종합조사연구센터(財団法人 外食産業総合調査研究センター)

- 재단법인 외식산업종합조사연구센터(Foodservice Industry Research Institute)는 농림수산성 소관 재단법인으로 설립됨.
  - 외식산업 등(외식산업 및 관련산업) 산업 구조, 경영 동향 등에 관한 조사 및 연구를 하고, 외식 산업 관련 각종 단체가 가맹하고 있음.
  - 농림수산성 산하에 설치되었던 기관으로 세계화 전략을 수립하였음.
  - 2009년 4월부터 (재) 식품안전·안심재단의 부속기관으로 업무가 이관되었음.
- 현재 공익재단법인 식품안전·안심재단<sup>37)</sup>은 식품 안전의 향상 및 음식에 대한 사회의 신뢰 확보를 위해 그 중심을 리스크 커뮤니케이션 연구·실시하고 있음.
  - BSE나 식중독 등 식품안전과 음식을 둘러싼 허위 표시 등이 잇따라, 기업은 컴플라이언스 향상과 소비자의 신뢰 확보가 강하게 요구되어지고 있음.
  - 음식에 대한 소비자의 신뢰를 확보하기 위해서 음식에 관련된 생산자, 가공업자, 유통업체, 외식업체, 소비자 등 이해 관계자를 비롯해 행정기관, 연구자, 미디어 제휴 관계자가 모두 “하나의 플랫폼”에서 “식품안전을 지킨다”라는 목표를 공유하여 서로의 신뢰를 바탕으로 협력하는 새로운 필드를 설치할 필요에 따라 설치.

36) キッコーマン株式会社, <http://www.kikkoman.co.jp/index.html>

37) 2013년 4월에 공익법인 개혁에 따라 공익재단법인으로 전환하고 현재 원전사고로 인한 식품의 방사능 오염과 식중독 문제, 식품표시제도의 재검토 등 매우 중요한 과제를 담당하고 있음.

□ 식문화연구추진간담회(食文化研究推進懇談會)

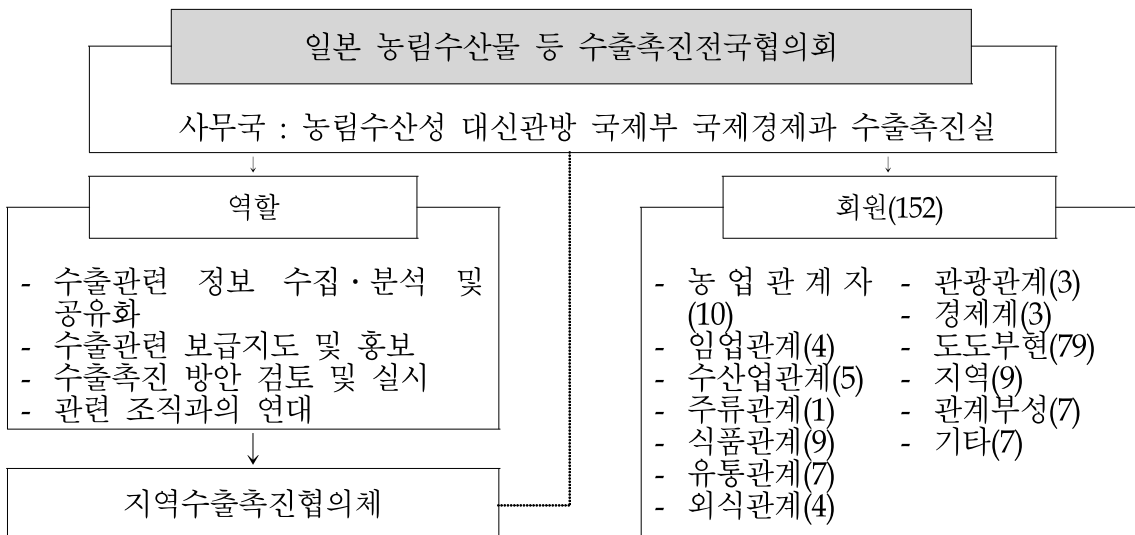
- 일본요리와 패션 등 일본 브랜드를 해외에 진출시키기 위한 전문조직으로 일본 요리전문가, 프랑스 요리전문가, 식문화와 영양분야를 연구하는 관계자 14명으로 구성됨.
  - 일본 식생활 문화의 중요성에 대해서 누구나 이견이 없지만, 그 내용은 무엇인가 묻자 대답은 애매하여, 일식 문화의 해외 진출이 시급하였을 때, 다음 세대에 깨끗한 일식 문화의 전통을 전하고, 그 내용을 명확히 하는 일식 문화의 개념을 구축하는 일을 도모함.
  - 일식 문화의 범위는 넓은데 생산, 재료, 요리는 물론, 기호와 영양, 식사 행동, 식사 도구와 주차장 등 음식에 관한 모든 문화를 포한 개념임.
  - 일본 정부는 음식점 주인, 요리전문학원 이사장, 영양학 연구자 등으로 구성되었던 '식문화연구추진간담회'는 민관 합동으로 사업초기인 2009년까지 일본 음식을 한 번이라도 먹어본 사람, '일본 음식 인구'를 2004년의 두 배인 12억 명으로 늘리자는 계획을 확정했었음.<sup>38)</sup>
- 추진간담회에서 언급한 식문화는 식품 관련되는 문화를 총칭하는 개념이며, 재료, 조리법과 음식에 관련된 것으로부터 식기, 매너, 외식산업 등에 이르기까지 많은 것들을 포함하고 있음.
  - 민족이나 국가, 종교, 풍속에 따라 고유의 다양한 음식 문화가 존재하는 한편, 국수처럼 교역 등을 통해 문화권을 넘어 식생활 문화가 전파하는 경우도 있음. 유럽 근세사에서는 지리적 발견과 식민지 전쟁이 식품 재료나 조미료 등 그 식문화에 큰 영향을 주었음.
  - 현대 사회의 세계화 속에서 각각 음식 문화는 획일화의 방향으로 향하고, 패스트푸드점이 국가별 지방도시로 확장하거나 인스턴트식품과 스낵 등이 유통됨. 한편으로 향토 요리 검토, 슬로우 푸드 운동이 제기되고 있음.
- 일본 요리방법을 전수하기 위한 레시피를 각국의 언어로 표기한 책자와 활어를 안전하게 취급하는 책자를 발간하여 보급함.

38) 이렇게 할 때 일본 요리는 프랑스, 중국 요리에 이어 세계 3위의 위치를 차지함.

## □ 농림수산물 등 수출촉진전국협의회(農林水産物等輸出促進全国協議会)

- 일본의 농림수산물 수출촉진을 목적으로 설립되었으며, 목적에 찬동하는 관계 단체, 지자체, 관련부처 등이 회원으로 참가함.
  - 농림수산물 등 수출촉진전국협의회는 일본 고품질의 농림수산물·식품수출을 촉진하기 위해 관계자가 일체가 된 대처를 추진하는 것을 목적으로 2005년 4월 27일 설립됨.
  - 농림수산단체, 식품산업·유통관련 단체, 외식·관광관계단체, 경제단체, 47도도부 현지사, 지역블록 수출촉진협의회, 관계부처가 참여(전체 152회원, 2012년 11 월 현재) 관민 일체를 추진하고 있음.
- 수출촉진을 위한 기본 방침에 있어서 일본 농림수산물 등의 해외 판로를 유지하고 충실을 도모함에 있어서 ① 수출 환경의 정비, ② 품목, 국가·지역별 전략적 수출 대책, ③ 의욕있는 농림 어업자 등에 대한 지원, ④ 일식·일본 식품 재료 등의 해외 수요 개척 등으로 추진함.<sup>39)</sup>

<표 Ⅲ-1> 일본 농림수산물 등 수출촉진전국협의회 역할



39) 2009년도에는 ② 품목, 국가·지역별 전략적 수출 대책 ; 기존의 중점 개별 품목과 중점 국가에 가세 해 지원 사업을 더욱 집중적으로 실시하는 품목·지역을 새롭게 설정하고 국경 개척을 도모, ④ 일식·일본 재료 등의 해외 수요 개척 ; 전략적 홍보를 실시함과 동시에 현지 상류 네트워크 구축으로 해외의 새로운 수요 개척을 도모과 국제 일본 식품 국경 구상을 추진한다고 수정함.

□ 일식당해외보급추진기구(日本食レストラン海外普及推進機構, JRO)

- JRO는 일식의 매력을 세계에 전하고 일식·식품 재료의 해외 시장 개척에 기여하기 위해 전 세계 일식당을 지원하여, 보다 많은 고객을 수용하려는 것을 구체화하는 NPO(Non-Profit Organization) 법인임.
  - JRO는 국내조직과 해외현지조직으로 구성되어 있으며 세계 21개 지부가 있음.
  - 국내조직은 추천·장려계획 전체를 결정·관리하고 해외 현지조직은 설립 및 활동을 지원함과 동시에 현지 조직 간의 연계·교류를 촉진함.
  - 해외 현지조직은 해당 국가의 실정에 입각한 기준 및 심사방법을 결정하고 심사를 한 후 마크를 부여하며 선전·보급활동을 함.

<표 Ⅲ-2> 일식당해외보급추진기구 주요활동

분류	세부사업
1. 해외 현지 조직 설립 지원에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계 각 도시에서 추진 주체가 되는 현지의 조직화를 지원하고, 필요한 경우 일본으로부터 전문가를 파견</li> </ul>
2. 기관지의 발행 및 조리 기술 향상을 위한 교재 등의 작성에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본어·영어를 기본으로 한 잡지의 발행과 일식 요리 기술을 보급 발전시키기 위한 교재 등을 만들기</li> </ul>
3. 강습회 등을 통한 인재 육성에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본이나 각국에서 강사를 파견하여 조리 기술과 위생 관리에 관한 강습회를 실시하고, 각국의 요리단체·요리 학교와의 교류에 의해 일식 요리에 관한 인재 육성을 도모</li> </ul>
4. 해외의 일식 요구의 파악과 현지에서의 PR 활동에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외의 일식에 대한 요구를 조사하고, 국내, 법인 회원에 대한 정보 제공 및 현지 언론과의 협업에 의한 일본 산 식품재료의 PR활동 실시</li> </ul>
5. 해외 회원 상호간의 교류를 통한 정보 교환에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회원 상호간의 교류를 도모, 정보 교환을 지원하고 각국의 일식당과 일본산 재료를 적극적으로 사용하는 식당의 지원과 PR</li> </ul>
6. 일본 산 식재료의 수출 촉진 등의 조사 연구에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요청하는 사항이지만 검역 문제와 높은 관세 등에 의해 일본에서 수입하고 싶어도 수입할 수 없는 재료에 대한 요청을 집약하고, 조사 연구와 정부의 활동 실시</li> </ul>

< 그림 Ⅲ-2 > JRO 세계 지부 분포도



## 나. 주요사업

### □ WASHOKU(화식, 和食<sup>40</sup>)-Try Japan's Good Food 사업

- 일본의무성과 농림수산성의 공동사업으로 2006년 10월에 창설하여 재외 공관에서 현지 인사와 오피니언 리더 등을 대상으로 일본에서 고품질의 식재료를 이용한 일식 등을 제공하여 일식문화의 보급을 도모함과 동시에 일본산 농림수산물 및 식품수출 진흥을 지원.
  - 주핀란드 대사관, 주시드니 일본총영사관 등의 재외공관에서 현지의 오피니언 리더 등을 대상으로 일본의 고품질 식자재를 이용한 일본식을 제공.

### □ 인력양성 프로젝트

- 일본 정부는 60년대부터 전통음식 보존을 통한 일본음식 우수성 확보 뿐 아니라 조리사들로 하여금 프랑스, 이탈리아, 미국 등 새로운 요리를 배우고 서양인의 기호를 파악하도록 하는 전통과 도전의 공존을 시도함.
  - 정부이외의 사단법인 일본푸드서비스협회에서는 경영자를 비롯한 외식산업에 종사하는 사람의 질적 향상 도모함.

40) Japanese food

- 또 다른 인력양성 프로그램으로 JRO에서 조리기술 향상 교재작성 및 강습회를 통해 인재를 양성함.

## □ 해외 레스토랑 지원 제도

- 일식당은 외국인이 일식과 사용되는 재료, 또 내포된 일본 문화를 접할 기회 제공 및 일식 문화의 확산의 거점이 되고자, 세계에 일식당 수 확대를 추진함.
  - 민간조직인 JRO를 통해 일식의 해외확산을 통해 일본의 식문화와 식자재의 시장개척을 지원하고, 일본음식레스토랑 추천·장려계획 실시
- 추천·장려계획<sup>41)</sup>을 통해 올바른 형태의 식재료를 사용한 일본음식 안전성 확보뿐만 아니라 농수산물의 수출을 촉진하고 일본 식문화의 올바른 보급과 일본식품 관련 산업의 해외진출을 후원하는 역할 수행함. 올바른 식재료를 사용한 일본음식을 보급하여 외국인에게 안전한 음식을 즐길 수 있도록 함.

## □ 식문화 보급 및 홍보

- 농림수산성에서는 지산지소(地產地消) 운동을 실시하여 지역농산물을 지역소비자나 소매업, 식당, 학교급식에 공급하여 지역 농업과 관련 산업의 활성화를 도모하는 향토음식 지원정책을 수행함.
  - 이에 더 나아가 세계화 과정에서 일본식 재료만을 고집하지 않고 진출지역의 다른 식재료로 대체함으로써 현지화를 추진함.<sup>42)</sup>
- 아시아 최대 규모의 'FOODEX JAPAN-국제식품음료전' 등 주요 대도시에 대규모 전시장 또는 컨벤션 센터를 갖추고, 매년 10개 이상의 식품전시회 개최를 통해 식품산업을 발전과 바이어·관광객 유치에 따른 관광 수익을 창출함.
  - 일본의 지역별 향토음식에 대한 정보와 식문화를 소개하는 음식정보사이트 구축하여 음식과 관광 활성화를 도모함.

41) 추천·장려계획 심사항목은 ① 일본산 주요한 식재료와 음료 사용여부, ② 경영자나 요리사의 일본음식에 대한 조리 기술과 위생관리에 대한 지식, ③ 점포분위기,接客태도, 서비스, 그릇, 메뉴, ④ 조리, 맛, 그릇에 담은 방법과 일본음식의 조리방법, ⑤ 식재료와 문화에 대해 고객에게 정보제공임.

42) (예) 스시의 주재료는 생선이라는 고정관념을 깨고 다른 식재료로 대체함으로써 각각의 식재료나 선호하는 맛의 특질을 살려 스시를 다양하게 변형시키는 등 지속적인 업그레이드를 추진함.

### 1.3 쿨재팬 전략(Cool Japan Strategy)

- 일본정부는 '10년 이후 식(食)뿐만 아니라 애니메이션, 패션 등 해외에서 인기가 있는 일본문화를 통합하여 「쿨·재팬 전략(Cool Japan Strategy)<sup>43)</sup>」을 수립하고, 일본 문화를 해외로 진출 및 전개시키는 사업을 본격화함.
  - 쿨재팬은 콘텐츠를 포함한 문화와 제조업 등 까지 대상으로 하는 포괄적 개념이며, 우리의 문화산업보다 광범위함.
  - 일본인의 미의식과 문화적 전통 등 일본 문화산업을 '쿨재팬'이라는 통일적, 장기적 컨셉 아래 국민연계를 통해 세계적 확산운동을 도모함.

<표 III-3> 쿨재팬의 목표 및 전략

항목	주요 내용
비전	시장규모 : 약 4.5조 엔(2009년)→17조 엔(2020년) - 음식분야 6조 엔
목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아시아 시장에서 일본콘텐츠 연간 1조엔의 신규 수입 획득</li> <li>• 연간 방일 외국인 여행자수 : 약 861만명(2010년)→2500만명</li> <li>• 일본의 국제박람회에 외국인 내방자수 : 약 6.5만명(2010년)→30만명</li> <li>• 각국에서의 콘텐츠 규제의 해금·완화를 실현.</li> <li>• 총계 1만명의 크리에이터가 초·중학교를 방문</li> </ul>
전략	쿨 재팬을 발굴·창조 쿨 재팬을 글로벌 세계로 발신 쿨 재팬의 인기를 확대 쿨 재팬의 기반을 정비 글로벌하게 통용되는 인재 기반 강화

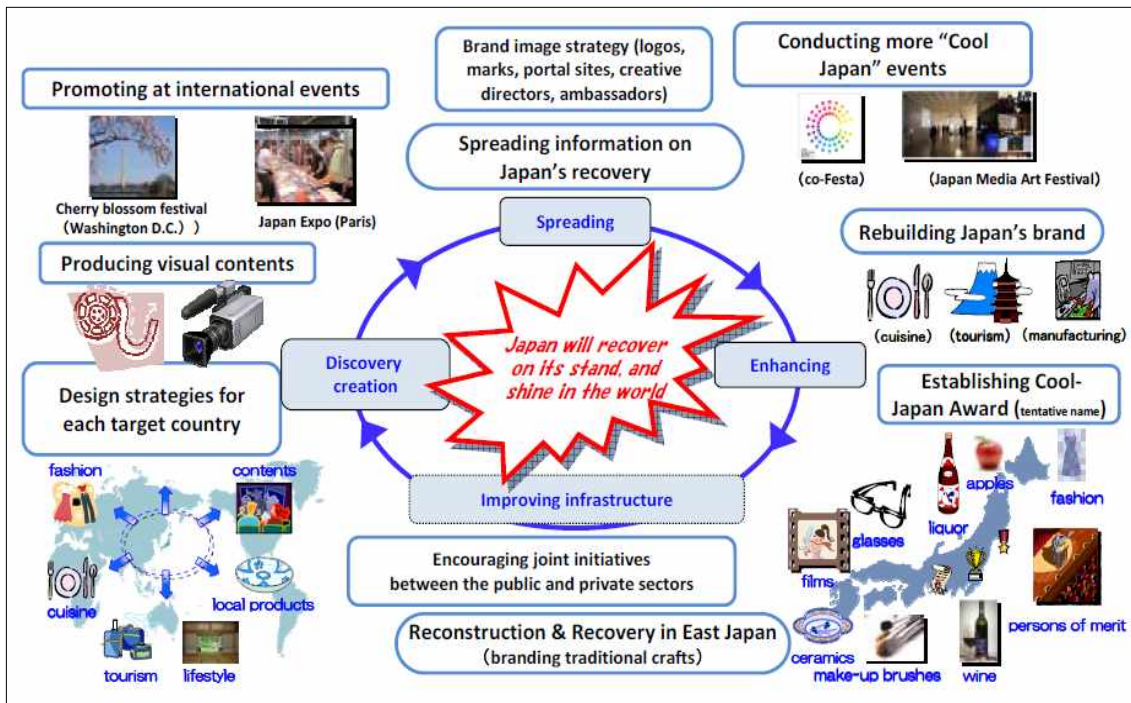
- '산업구조비전' 및 '신성장 전략'에서 문화산업 및 '쿨재팬'이 전략산업 분야로 자리매김하고 있음.
  - 주류, 식품재료를 소개하는 안테나숍을 현지에 일정기간 설치하거나, 상대국 유통업자와 연계하여 보급할 계획.
  - 중소기업·장인·크리에이터와 같은 개인 제품에 대해서도 수출지원 확대를 목표로 하고 있음.

43) 쿨재팬(Cool Japan)이란 일본에서 체계화된 현대문화 및 전통문화 콘텐츠, 그리고 이것이 국제적으로 평가받고 있는 현상, 또는 이를 위해 일본 정부가 추진하고 있는 홍보·경제활동을 가리키는 용어임.



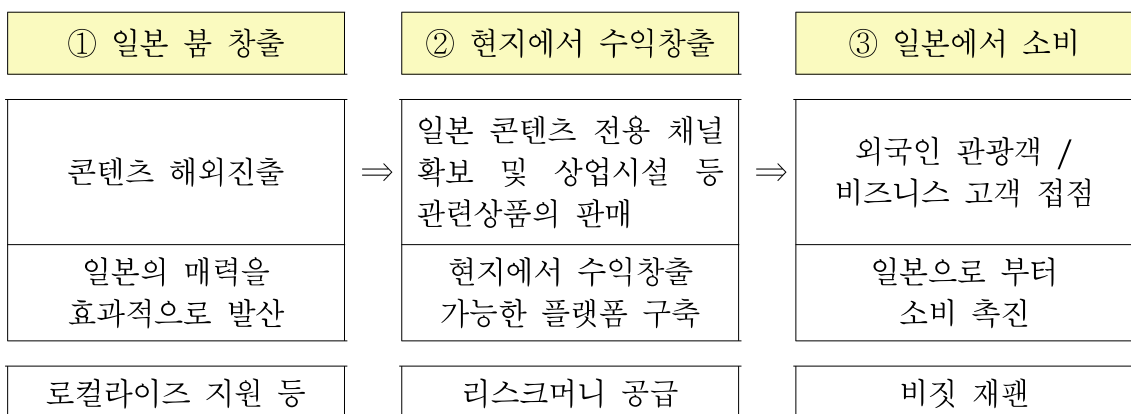
- '10년부터 경제산업성에 '쿨재팬실'을 설치하여 문화산업의 해외진출 촉진, 일본 국내외 홍보 등 정책기획 입안 및 사업추진을 맡고 있음.

<그림 Ⅲ-3> 쿨재팬 전략



자료 : Formulation and Implementation of National IP Strategy in Japan, Intellectual Property Strategic Program 2011, Japan Patent Office, 2012

<그림 Ⅲ-4> 쿨재팬 전략 개념도



## 2. 태국

### 2.1 추진체계

- 태국음식의 세계화는 '01년 글로벌 타이 레스토랑 프로젝트를 입안하고, '04년부터 탁신(Thaksin Shinawatra) 전 총리와 쏘킵(Somkid Jatusripitak) 전 부총리 등 정부 주도하에 「Kitchen of the World」 프로젝트를 추진함.

- 07년까지 태국음식을 세계 수준으로 만들겠다는 목표 하에 프로젝트 추진은 상무부내 수출진흥국이 주관함.
- 실질적·구체적 정부지원에 힘입어 가장 단기간 내에 자국음식세계화에 성공한 국가로 평가받고 있음.



*Kitchen of the world*

- 음식점 수를 확대하는 프랜차이즈 사업을 통해 세계화를 추진함.
  - 해외 태국음식점을 5,500개소에서 8,500개로 증설하고, 5년 동안 미국 내에서 1,000여개 지역에 3,000개의 태국레스토랑을 설립하고자 함.
- 한편 '06년 일본 동경 태국 상무부에서 처음 공식적으로 발표된 타이 셀렉트(Thai-Select) 프로그램은 국제 소비자들에게 태국을 세계에서 가장 신뢰할 수 있는 식자재 생산국이라는 인식을 심어주고 태국요리를 세계 수준으로 끌어 올린다는 취지로 태국 정부의 적극적인 지원 하에 본격적으로 시행되고 있음.
  - 타이 셀렉트는 태국 상무부 수출진흥국에서 요구하는 준수사항을 충족시킨 해외에 있는 우수한 태국 레스토랑에 인증서를 수여함으로써 세계 소비자들이 태국 전통요리를 제공하는 레스토랑을 선택하는 기준이 될 수 있도록 만든 인증제도임.
  - 인증은 각국 주재 태국 외교관들로 구성된 타이 셀렉트 위원회(Thai Select Committee)가 인증서를 신청한 태국 레스토랑을 평가하고 1차 심사한 후 태국 상무부 수출진흥국의 타이 셀렉트 위원회가 최종적으로 심사를 해서 충분한 자격을 갖춘 태국 레스토랑을 선정, 수여하는 방식으로 진행됨.

## 2.2 추진기구 및 주요사업

### 가. 추진기구

- 주무부처는 태국 상무부 수출진흥국(Department of Export Promotion : DEP) 산하 오피스 오브 서비스트레이드(office of service-trade)부로 인증서를 부여하고 태국의 외식업체 및 요리사의 해외진출과 해외에서의 태국 음식에 대한 각종 프로모션을 진행함.<sup>44)</sup>
  - 태국국제식품전시회(THAIFEX)는 태국 무통타니에 위치한 IMPACT 전시장에서 열리고, 태국 상무부 수출진흥국과 태국 상공회의소가 주최함.
    - 미국과 유럽, 일본 등에서 1,100개의 업체가 참가해 2,000여개의 부스가 마련되며, 참관객도 10만여명으로 집계됨.
  - 박람회에서는 특히 태국정부가 자국의 음식을 세계화하기 위한 범정부차원의 '타이 셀렉트(THAI SELECT)' 프로그램을 개발, 전 세계에 적극적인 홍보에 나서고 있음.
- 관련기관은 국립식품연구소와 태국 해외대사관 내 상무관실 및 타이 트레이드 센터가 있음.
  - 국립 식품연구소에서는 산업성의 산하조직으로 비영리단체로 정보수집과 연구 활동을 하고 있으며, 태국 해외 대사관 내 상무관실 및 타이트레이드 센터는 인증프로젝트를 현장에서 진행하고 있음.
- 태국 정부는 지난 2000년부터 '상품혁신전략 5개년 계획'을 세우고 농업생산량의 증가와 품질개선에 역량을 집중시키기 시작함. 쌀과 파인애플, 블랙타이거 새우, 닭고기, 커피 등 12가지 품목에 전략적으로 투자를 집중시킴으로써 상품 경쟁력을 갖추는데 주력해 옴.

44) 전통성 유지를 위해 재료의 70%이상을 태국현지에서 공수할 예정이며 메뉴관리 등이 철저하게 이뤄짐. 태국 정부가 전세계 음식시장을 노리는 것은 지난해 카피르 라임 잎 등 식료품 수출이 60억달러, 향신료 수출이 매년 30%이상 증가하는 등 그 자체로 전망이 밝은데다 관광산업의 새로운 활로가 될 수 있다는 판단 때문임. 태국을 찾은 관광객은 상당수는 음식관광이라는 분석하고, 태국은 이미 '90년대부터 태국음식의 세계화를 위해 대규모 조리학원을 세워 조리사를 양성하는 한편 외국에 유학을 보내왔고 전세계에서 끊임없이 요리박람회를 개최해 왔음.

## 나. 주요 사업

- 태국정부는 지난 2001년 ‘Global Thai Restaurant Project’를 입안하고 정부가 앞장서서 태국음식의 세계화에 나서는 한편, 2004년부터는 ‘Kitchen of the World’라는 음식 프로젝트를 통해 태국 음식의 표준화, 음식점 매뉴얼화, 정부 인증제 등 음식산업의 국제화를 적극적으로 추진하고 있음.
  - 글로벌 타이 레스토랑 프로젝트를 통해 전문 요리사 양성기관 설립 및 해외 음식점 확대를 지원.
- 태국정부는 1,000만 달러의 투자기금을 조성하여 태국 음식의 국제화를 실질적으로 뒷받침함.
  - 태국은 미국 업체와 프랜차이즈 계약을 통해 미국 내에서 5년 동안 1,000여 개 지역에 태국 음식 레스토랑 3,000개를 설립해 연 20억 US달러의 수익을 올리겠다는 계획을 수립함.
- 태국 음식은 표준화, 자본투자, 모델화가 이루어졌으며, 세계 어디서나 한결같은 평가를 받으며 국제화된 음식이 되었고 새우가 들어간 수프인 뽕양꿍(Tom Yang Gung)은 독특한 맛과 향으로 세계 3대 수프의 하나가 됨.
- 태국음식의 표준화, 매뉴얼화, 해외레스토랑 인증제도(Thai Select Certification Program)추진, 음식관련 축제와 박람회 개최, 음식관광과의 연계 및 각 사업 별로 웹사이트를 구축하여 자국의 음식 세계화 정책을 적극적으로 추진함.

### □ 태국음식점 프랜차이즈화(Great Thai Restaurant)사업

- 태국음식 레스토랑의 대중화 및 브랜드화를 위해 음식점 수 확대를 추진함.
  - 프랜차이즈 유형을 패스트푸드점인 코끼리 점프(Elephant Jump), 중간급(현대적)인 쿨 바실(Cool Basil), 고급 식당(전통적)인 골든 리프(Golden Leaf) 등 3가지 레스토랑에서 전통을 유지하면서도 외국인 입맛에 맞는 태국요리를 내놓음.

## □ 해외레스토랑 인증제도

- 상무부 수출진흥국(DEP ; Department of Export Promotion)에서 해외레스토랑 인증제도인 타이 셀렉트(Thai Select Certification Program)제도를 추진하여 음식점 수 확산에 따른 품질저하 예방함.
  - 정부차원에서 음식 품질 및 안전관리 인증을 통한 레스토랑 확산 정책임.
  - 해외의 태국음식을 경험하는 소비자들의 신뢰도를 높이기 위하여 태국 레스토랑을 선별, 인증을 통해 추천하고 태국 식자재와 조리기구 등의 소비를 전 세계적으로 증가시키는데 있음.

<표 III-4> 타이 셀렉트 심사항목

- 기본항목(40점 만점) : 위생, 태국산 식자재의 사용, 요리사의 전문교육이수여부, 메뉴구성, 업장의 영업 연혁
- 규정항목(60점 만점) : 장식, 서비스, 음식의 품질, 푸드스타일링, 공공행사 참여여부

- 인증제의 심사는 대사, 상무공사관실 상무공사, 태국음식협회, 음식협회 대표, 태국투자청(BOI), 태국관광청 사무소 소장, 타이항공 지점장, 현지 타이트레이드 센터의 부상무관 혹은 비서관 가운데 최소 2인이 참석함.
- 타이셀렉트 인증 레스토랑을 대상으로 저리로 자금을 지원하며, 조리사 양성교육과정에 참여할 수 있도록 지원함.



## □ 인력양성 프로그램

- 태국음식의 질적 확대 및 보급을 위해 정부주도의 태국요리프로그램 운영학교를 지원하고 있으며, 교육은 조리인력 양성과정과 해외주재 태국식당 전문관리자 과정으로 나누어 시행함.
  - 조리인력 양성과정은 태국음식을 세계에 홍보하는 전략, 음식에 대한 지식, 식품과 재료선택 및 보관방법, 조리법에 대한 내용으로 구성됨.
  - 전문관리자 과정은 태국제품을 이용한 홍보, 해외의 태국식당관리에 대한 지식, 태국식당 기획 및 인프라 구축, 자금지원 및 예산 책정, 관리, 마케팅 및 영업에 관한 내용으로 구성됨.
  
- 또한, 타이 치앙마이 쿠킹 투어(Chiang Mai: Thai Cooking Courses)에 태국의 전통요리를 배울 수 있는 프로그램 실시함.
  - 가장 좋아하는 요리 중 하나에 대해 요리학교에서 요리사 조력으로 배울 수 있는 새로운 방법을 6일간 제공함.
  - 10가지 태국 요리의 호화로운 식사를 즐길 수 있고, 최대 12명 교습.



## □ 식문화 홍보

- 웹사이트를 통해 세계 각국의 태국전문레스토랑 검색, 태국전통음식에 대한 소개, 식품관련 박람회 및 축제 등 각종 정보를 제공함.
  - 세계 각국의 태국전문레스토랑을 검색할 수 있을 뿐만 아니라 태국전통음식에 대한 소개, 레시피, 유명 셰프에 대한 정보, 전통음식을 배울 수 있는 요리학교와 세미나 정보, 식품관련 박람회 및 축제관련 정보를 제공함.
  
- 수출진흥국 주관으로 식품박람회 THAI-FEX, 송크란(Songkran) 축제를 통해 식품업계 투자유치 및 지역음식 홍보에 힘씀.

### 3. 이탈리아

#### 3.1 추진체계

- 이탈리아 음식은 이미 세계화 성숙단계에 진입되었다고 볼 수 있으며, 현재 음식세계화를 위한 정부정책은 농무부 주관 하에 이탈리아 음식이 올바른 형태를 갖추어 보편화되는 것을 목적으로 추진됨.
  - 일본과 태국처럼 규정화된 세계화 모델은 없으나, 정부주도의 외국인 조리인력 교육관리, 인증제를 통한 품질관리 및 박람회, 이탈리아 식당 안내 책자 배포 등을 통한 소비확산을 추진함.
  - '07년 해외 이탈리아 레스토랑 관리를 위한 이탈리아 식품 해외진출 협의체를 구성함.
- 이탈리아는 이미 전 세계 많은 사람들이 이탈리아 요리를 즐기고 있기 때문에 홍보보다 질적인 부분을 강조하는 정책을 시도하고 있음.
  - 이탈리아 음식관광 정책의 테마는 '잘 먹고, 더 잘 마시자'로 전 세계음식점을 파악하여 유명 조리사를 동원해 순회하며 요리를 지도함.
- 이탈리아 농림부는 세계 각국의 이탈리아 음식점에 조사원을 파견, '본토의 맛'을 제공하고 있는지를 파악해 인정서를 주는 '인증보증제도'를 도입할 계획임.
- 이탈리아 정부는 이에 대해 "이탈리아 국기만 장식했을 뿐 이탈리아식당이라고 말하기 어려운 곳들이 많아 이 제도를 도입하게 되었다"고 밝히며 이에 따라 제도 운영을 담당할 주식회사를 설립함.
  - 이 회사가 등급 부여를 희망하는 세계 각지의 식당에 조사원을 파견해 대표적인 이탈리아 요리를 메뉴에 포함했는지, 이탈리아제 올리브유와 파스타 등을 사용하는지, 주방장이 이탈리아 출신 또는 이탈리아 요리학교 출신인지 등을 점검해 인증서를 수여한다는 계획.



## 3.2 주요사업

### □ 해외레스토랑 인증제도

- 이탈리아 음식의 고유한 특성 전달, 레스토랑의 수준향상 및 소비촉진, 이탈리아산 농산물 및 식품의 수출증진을 목적으로 리스토란테 이탈리아 인증제(Ristorante Italiano Certificate)를 실시함.
  - 농림정책부의 「해외 이탈리아 레스토랑에서의 고품질 농산물의 증대를 위한 기술위원회」를 설립하고 프로젝트를 시행하고 있음.
  - 인증은 기술위원회가 지명한 지역위원회가 기술표준조항을 확인하여 개선 및 조정 한 후 인증과정이 시작됨.
  - 인증을 받은 레스토랑은 인증 레스토랑간의 네트워크가 구성되며 각종 프로모션 및 제품개발에 참여하고, 다양한 코스와 인턴십을 통해 직원교육을 제공 받음.

#### <표 III-5> 이탈리아 식당 인증제 기술표준 조항

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• HACCP 체크리스트, 레스토랑의 세팅과 구조, 음식의 특성과 준비에 대한 가이드라인</li> <li>• 이탈리아 음식을 조리함에 있어 가장 중요한 식재료는 이탈리아산 이여야 하며 해당 국가에서 수입이 금지되어 있는 경우 그 지역의 자격이 있는 공급업체로부터 구입할 수 있음.</li> <li>• 직원의 기술 및 트레이닝, 이탈리아산 제품의 프레젠테이션, 고객만족평가 등에 대한 규정</li> </ul> |
|--|
- 이탈리아 정부는 “이탈리아 국기만 장식했을 뿐 이탈리아 식당이라고 말하기 어려운 곳들이 많아 이 제도를 도입하게 되었다”고 밝히며 이에 따라 제도 운영을 담당할 조직을 설립함.
    - 이 조직이 등급 부여를 희망하는 세계 각지의 식당에 조사원을 파견해 대표적인 이탈리아 요리를 메뉴에 포함했는지, 이탈리아제 올리브유와 파스타 등을 사용하는지, 주방장이 이탈리아 출신 또는 이탈리아 요리학교 출신인지 등을 점검해 인증서를 수여한다는 계획임.



## □ 인력양성 프로그램

- 이탈리아는 교육을 통해 자국음식 전파의 접근성과 보편성을 획득에 성공한 사례임. 정부주도로 세계 각국의 우수한 인력을 이탈리아 요리학교에 흡수하여 교육 후 그들을 다시 자국으로 보내는 방식을 취함.
- 「ICIF(Italian Culinary Institute for Foreigners)」는 '91년 설립되어 이태리 요리를 보존하고 이태리 요리를 전수함. 외국인 전문가를 위한 이태리 음식·와인교육과정을 유럽·아시아·북미·남미의 4개 지역, 30개 이상 국가에서 운영함.
  - 토리노의 이태리 요리전문가와 해외 이태리 식당 경영자들이 설립, 농무부 주관으로 운영. 이태리 내 20여 곳, 5천여 가지의 레시피를 보유하고 있음.
  - 이탈리아 최고 조리사들이 일본어, 중국어, 영어, 한국어 등 해외 각국의 언어로 이탈리아 요리를 전수하는 정부주도의 외국인 전문요리학교로 매년 400여명의 능력 있는 외국인 조리사를 배출하고 있음.

## □ 식문화 홍보

- '71년부터 매년 리미니 외식박람회(MIA)를 개최하여 외식산업 관련 음식 및 설비 전반에 대한 전시하고 있으며 리미니 맥주 박람회, 씨푸드 박람회를 함께 개최하고 있음.
  - 해외영업중인 이탈리아 레스토랑들의 협회(Ciao Italia)에서는 웹사이트를 통해 다양한 이탈리아 정통음식을 소개, 해외 지역별로 페스티벌을 개최함.
  - 이탈리아 정부는 해외 각국의 이탈리아 음식 전문점 조사 및 DB구축을 통해 이탈리아 식당 안내책자를 발간하여 배포하는 전략을 전개하고 있음.
- 향토음식 지원정책 : 슬로푸드(Slow Food)를 통해 멸종위기에 있는 농수산물원과 품종보호, 슬로푸드 인성 식재료 및 요리음식점의 등록, 식품 전시회, 미각교육과 지도자 육성 및 요리과학 대학을 설립하여 운영함.
  - 슬로푸드협회(1986, 브라) : 지역식 문화보존, 미각 다양성 유지
  - 어린이대상 교육 중시: 콘도타의 텃밭 프로젝트
  - 성인대상 'Master of Food', 학교교사 대상 '재교육 과정' 등 운영.

## 4. 국가별 자국음식 세계화 추진현황

<표 III-6> 국가별 자국음식 세계화 추진현황

구분	일본	태국	이탈리아	
정책	목표	세계 3대 요리 등극	해외 태국음식점 8,500개 증설	이탈리아 음식이 올바른 형태를 갖추어 보편화
	주관	농림수산성-전략수립,예산지원	상무부 내 수출진흥국	농무부
	주요 정책	일식인구 배증 5개년계획	Kitchen of the world	인증제 및 인력양성제도
	주요 사업	Try Japan's Good Food사업 해외 일본 음식 레스토랑 추천장려 계획	정부주도의 인력관리 Thai Select Certification Program 해외태국식당 프랜차이즈화 태국요리 프로그램 운영학교	세계적인 이탈리아 학교를 파악하여 유명 조리사가 순회하며 요리지도 정부주도의 외국인 조리인력 관리
	지원	외식산업종합연구센터-전략수립(농림수산성 산하) 수출촉진전국협의회 식문화연구추진회	국립식품연구소	국제이탈리아레스토랑협회(FIPE) ICIF, Alma
인력양성제도	목적	기술전파 및 음식수준 향상(식중독 등 위험 예방을 위한 조리방법 전수)	태국음식 해외홍보 및 진출을 위한 인력	이탈리아 요리보존(1991)
	커리큘럼	조리사분과, 조리기술매니지먼트학과	태국음식 인력 양성과정 태국식당 전문관리자 과정	4계절 커리큘럼
	내용	프랑스, 이탈리아, 일본, 중국요리 및 제과 졸업 시 조리사 면허가 동시 취득	전문 태국요리사 양성과정 해외주재 태국식당 전문관리자 과정	정부주도 외국인 전문요리학교 자국의 요리사를 통해 각국의 언어로 이탈리아 요리 전수
	양성	츠지모리조리사 학교	University of Kasetsart	ICIF
인증제도	제도명	해외 일본음식레스토랑 추천장려계획	Thai Select Certification	Ristorante Italiano Certificate
	목적	올바른 형태와 식재료 사용을 통한 일본음식 보급 촉진 및 외국인에게 안전한 먹거리 제공	레스토랑 선별 인증을 통한 소비자 신뢰도 향상 태국 식자재와 조리기구 등 소비 촉진	음식공급에 있어 문화적 도약진작을 위해 레스토랑에 대한 수준 향상 및 소비촉진 이탈리아산 농산물 및 식품의 수출증진
	주관	일본식 레스토랑 해외보급추진기구(JRO)	태국 상무부 수출진흥국(DEF)	이탈리아 농무부
향토음식지원정책	정책명	지산지소 운동		슬로푸드 운동
	목표	생산자와 소비자 연계하여 지역 농업과 관련 산업 활성화		지역의 식문화와 미각의 다양성 보존
	주관	농림수산성		슬로푸드협회
박람회 및 축제	박람회	FOODEX JAPAN 국제식품음료전	방콕식품박람회(THAIFEX) 송크란 축제	리미니 외식박람회, 리미니 맥주박람회, 씨푸드박람회
	규모 및 분야	'10년 기준 850개 업체 (약 73,556명 방문)식품, 음료산업	'10년 기준 988개 업체 (약 78,000명 방문)식품, 음료산업	'10년 기준 800개 업체(약 87,986명 방문)식품, 음료, 유희, 요식산업
	주관	농림수산성 외	수출진흥국	Rimini Fiera S.p.A

## 5. 해외사례분석의 시사점

- 세계 여러 나라들은 자국의 음식문화의 세계화를 위해 정부주도하에 다양한 음식문화 확산 정책을 전개하고 있으며, 가시적인 성과를 나타내고 있음.
  - 자국음식의 세계화에 성공한 일본, 태국, 이탈리아, 프랑스의 경우 국가별 다양한 방법으로 세계화가 시도되었음.
  - 그러나 인증제도 도입을 통한 품질관리, 체계적 인력 양성을 통한 기반 확충, 국가적 차원의 홍보, 지속적 지원체계를 통한 확산 등 세계화 성공의 원동력은 유사함.
- [ 국가차원의 지원정책 ] 자국음식 세계화에 성공한 국가들은 세계화 추진단계별로 정부의 적극적인 지원과 민간의 협력체계 속에서 이루어짐.
  - 일본의 경우 '64년 동경올림픽을 세계 각국에 일본음식을 홍보하는 계기로 활용하였고, 태국은 지속적인 태국음식 세계화 프로젝트를 진행하면서 자국음식의 세계화를 진행함.
  - 일회성이 아닌 정부와 민간이 유기적 관계 속에서 세계화를 지원함.
  - 세계화를 통한 정책효과에 따라, 주관기관은 농무부와 상무부로 구분됨.
- [ 레스토랑 인증(지원)제도 도입 ] 세계에 퍼져있는 자국의 레스토랑을 대상으로 심사해서 기준을 갖춘 레스토랑에 한해 인증을 부여하여 본토의 맛을 유지하기 위해 노력하고 있음.
  - 각국 음식의 고유한 맛을 지키고 음식의 품질을 보증하기 위하여 세계 각국의 레스토랑을 대상으로 인증(지원)제도를 도입함.
  - 국가별 목표에 따라 인증(지원)제도의 주요 항목도 국가별 다른 형태로 나타나지만 품질관리를 통한 자국 음식에 대한 신뢰도 향상을 추구하는 목적은 공통적임.
    - 일본은 올바른 형태와 식재료 사용을 통한 일본음식 보급 촉진 및 외국인에게 안전한 먹거리 제공.
    - 태국은 레스토랑 선별 인증을 통한 소비자 신뢰도 향상·태국 식자재와

조리기구 등 소비 촉진

- 이탈리아는 이탈리아 음식이 올바른 형태를 갖추어진 상태의 보편화.
  - 특히 일본의 경우 세부품목에 대한 품질관리를 위한 밥소몰리에 인증제 등 식당뿐 아니라 개별상품에 대한 철저한 품질관리를 추진함.
- [ 전문 인력양성 ] 각국 음식세계화를 위하여 조리전문 교육기관에서 전문 조리사를 양성하고 있고 자국 조리 품질의 관리뿐 아니라 자국인과 외국인을 대상으로 조리기술을 전수함으로써 전문 인력을 양성하는데 힘쓰고, 세계로 자국음식이 뻗어나갈 수 있도록 노력함.
- 이탈리아의 ICIF, 프랑스의 Le Cordon Bleu가 대표적임.
- [ 관련 관광상품개발 ] 세계화에 성공한 나라의 음식은 다른 문화적 요소와 결합하여 차별성을 두었으며, 음식과 즐거움을 결합시켜 특별조리 관광이나 조리실습 관광, 음식축제 등 다양한 내용으로 자국의 음식을 관광상품과 연계시켜 개발함.
- 일본은 축제(마쓰리)와 음식을 접목시키고, 태국은 전통조리를 하루 동안 태국음식을 배울 수 있는 프로그램을 구성함.
- [ 향토음식 및 로컬음식에 대한 지원 ] 각국은 고유의 음식과 음식문화 개발·보급을 위해 향토음식 및 로컬푸드 지원을 하고 있음.
- 세계화를 위해서는 해외진출뿐 아니라 국내기반 구축이 필수적이기 때문임.
- 특히 일본 자국음식 세계화 과정을 보면, 사업초기 농식품 수출과 연계한 농림축산식품부차원의 미시적 접근에서 시작하였으나, 이후 쿨재팬 전략을 수립하여 음식과 일본문화를 통합한 일본식문화 세계화라는 보다 장기적이고 거시적인 접근으로 확장함.
- 한식의 세계화 또한 상상력과 창의성, 융합지식, 첨단과학기술에 기반을 둔 창조경제의 틀 안에서 신성장동력을 창출하는 방향으로 진행되어야 할 것임.

## 제4장

## 한식세계화 성과분석 및 정책방향 설정



## IV. 한식세계화 성과분석 및 정책방향 설정

### 1. 성과분석 개요

- 본 연구는 사업별·연도별 성과분석을 실시하되, 평가체계에 대한 종합평가, 메타평가(meta evaluation)를 실시함.
  - 메타평가(meta evaluation)란 평가에 대한 평가로서, 특정 평가활동의 지침이 되고, 해당 평가의 장점과 단점을 공개할 목적으로 평가의 적합성에 대한 서술 및 판단적 정보를 수집·제공·활용하는 제반 과정을 말함.

<표 IV-1> 한식세계화 평가대상 및 절차

평가대상 및 평가 흐름					결과 활용
사전 성과분석				본 성과분석	
평가주체	aT	농기평	한식재단	기타기관 (지자체)	한국산업개발 연구원
평가대상	인프라구축 R&D 전문인력 양성 투지활성화 한식홍보	R&D	인프라구축 R&D 전문인력 양성 투지활성화 한식홍보	인프라구축 한식홍보	aT 농기평 한식재단 기타 기관 4개 평가기관
	기관은 한식세계화 실시에 따른 대상기관				
평가내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연구·사업 성과목표의 적절성 및 달성도</li> <li>- 경영성과의 우수성</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성과달성도</li> <li>- 계획 수립의 적절성</li> <li>- 시행과정의 적절성</li> <li>- 정책효과성</li> </ul>
평가방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 메타(meta)평가</li> <li>- 체크리스트 방식</li> <li>- 세부항목별 절대 평가</li> <li>- 종합등급은 상대 평가 방식</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- 메타(meta)평가</li> <li>- 체크리스트 방식</li> <li>- 절대평가</li> </ul>
					<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식세계화 사업의 재설정</li> <li>- 사업비 및 기관운영비 조정</li> <li>- 법·제도개선</li> </ul>

## 가. 성과분석 지표 및 배점

- 한식세계화사업의 투입(Input), 과정(Process), 산출(Output), 결과(Outcome)를 반영한 성과분석지표를 개발함.
  - 세부 평가항목에 대해서는 절대평가를 실시하고, 항목별 평가점수는 성과달성도 30점, 계획수립의 적절성 10점, 시행과정의 적절성 20점, 정책 효과성 40점을 기준으로 함.

<표 IV-2> 평가항목별 성과분석지표 및 배점

평가항목	평가지표	측정방법	배점
성과 달성도 (30)	성과지표의 목표달성도	계획상 성과지표의 목표달성도	15
	성과지표의 적절성	성과지표의 대표성 확보 정도	5
		목표치의 적극적 설정 정도	5
	사업의 성격	수행의 난이도·중요성 및 창의성	5
계획수립의 적절성 (10)	계획 수립 시 사전조사, 의견수렴의 충실성	관련 통계현황·사례 조사 및 이해관계자·전문가 의견수렴 여부	5
	정책분석의 적절성	정책효과 분석 또는 장·단점 분석과 분석결과 도출된 보완사항에 대한 대비책 수립	5
시행과정의 적절성 (20)	추진일정의 충실성	계획상의 사업별 추진계획 준수	5
	행정여건·상황변화에 대한 대응성	모니터링 등을 통해 파악된 여건·상황변화에 적시에 적절히 대응하였는지 여부	5
	관련기관·정책과의 연계성	관련기관·정책과의 연계 및 협조체제를 구축하고 이를 운영하였는지 여부	5
	정책개선을 위한 소통 및 환류 이행실적	정책자료 제공·방문 설명 및 현장참관 기회 제공 등 정책개선을 위한 평가 실적	
		과거 평가 결과를 정책개선에 환류 하였는지 여부	2
정책 효과성 (40)	정책영향이 발생한 정도	계획 수립 시 예상한 정책효과 발생 여부	20
		해당사업의 상위목표 달성 기여 정도	5
		사회적 책임, 공유가치 창출 등에 기여한 정도	5
		일자리 창출에 기여한 정도	5
		사업별 고객만족도	5
합계			100



- 성과달성도(배점 30점)
  - 성과지표 목표달성도(15점)는 성과관리 시행계획에 제시된 목표치 달성정도에 따라 점수를 부여함.
  - 성과지표의 적절성(10점)은 지표의 대표성 확보와 목표치의 적극적 설정을 평가.
  - 과제의 성격(5점)은 과제의 난이도·중요도·자원투입량, 창의성과 자원배분의 효율성 제고를 위하여 업무특성이 고려된 과제별 가중치를 부여하여 자체평가에 평점을 반영함(AHP 분석 활용).
- 계획수립의 적절성(배점 10점)
  - 계획 수립 시 사전조사, 의견수립의 충실성(5점)은 관련통계현황, 사례조사 및 이해관계자, 전문가 의견수립 여부를 분석함.
  - 정책분석의 적절성(5점)은 정책효과 또는 장·단점 분석과 분석결과 도출된 개선·보완 필요사항에 대한 대비책 수립여부를 평가함.
- 시행과정의 적절성(배점 20점)
  - 추진일정의 충실성(5점)은 과제별 추진계획 준수여부를 평가함.
  - 행정여건·상황변화에 대한 대응성(5점)은 모니터링 등으로 파악된 여건, 상황변화에 대해 적시에 대응하였는지의 여부를 평가함.
  - 관계기관·정책과의 연계성(5점)은 연계 및 협조체제를 구축하고 이를 운영하였는지 여부를 평가함.
  - 정책개선을 위한 소통 및 환류이행실적은 정책개선을 위한 자체평가위원과의 소통실적, 과거 평가결과의 개선조치 계획 수립의 적절성 및 다음 사업 추진 시 개선조치, 계획개선 조치 계획의 충실한 이행여부를 평가함.
- 정책효과성(배점 40점)
  - 정책효과가 구체적으로 발행한 정도, 수요자 파급효과(20점)
  - 상위목표(성과목표) 달성에 기여 정도(5점)
  - 사회적 책임, 공유가치 창출 등 기여정도(5점)
  - 일자리 창출정도(5점)
  - 관리과제별 고객만족도(5점)

## 나. 성과분석의 방법

- 평가는 사업 및 경영성과를 고려하여 평가하고, 성과는 사업별로 공통지표 또는 평가위원의 자율지표로 설정
- 평가 자료는 사업주체별 보유 자료를 기초로 할 경우 평가의 객관성을 기하기 어려울 수 있다는 지적에 따라 농림축산식품부의 공식적으로 보유한 사업별 자료를 기본으로 성과분석을 실시함.
  - 평가지원단 운영을 통한 전문성 및 공정성 제고하고 평가결과 확인·점검, 평가의견(안) 작성 등 평가위원 지원을 실시함.
- 한편, 한식세계화를 위하여 정한 성과분석 계획에 따라 정부의 일반적인 성과 분석 틀을 유지하며, 평가의 내실화와 객관화를 도모하였음.
  - 절차·방법의 적절성 등을 평가하되, 평가등급의 조정은 미 실시
  - 성과목표·지표 관리체계 및 결과 조치에 대한 점검 강화
  - 한식세계화 관련기관 등의 업무조정 에 따라 이관된 업무는 변경하여 평가
- 평가위원·소위원회의 구성은 한식세계화 관련 전문가 및 관련 협·단체의 소속임원 등을 선정하여 정하였음.
  - 평가위원 : 사업 성과분석 계획 및 시행계획, 평가 대상사업에 대한 평가계획의 적정성 등에 대한 협의 및 평가결과 판단.
  - 소위원회 임무 : 구체적 평가기준 및 방법에 관한 사항 결정, 사업의 주요 성과 분석 및 개선·보완사항 점검 등 이행상황 판단, 대상사업 내용의 점검 및 확인, 평가의 적정성 등을 검토 후 평가.

<표 IV-3> 분야별 평가위원 전문가 비율

구분	총계	분야별 전문가					내부위원
		교수	연구원·학회	언론인	시민단체·기타	소계	
인원	20	7	2	2	4	15	5
구성비	100%	35%	10%	10%	20%	75%	25%

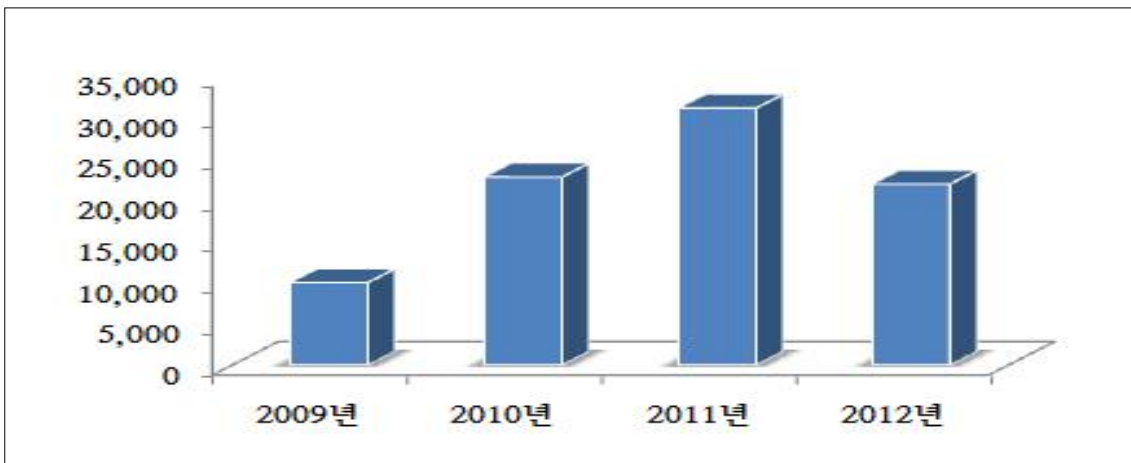
주. 시민단체 및 기타는 정부부처 1인, 기타 단체 2인

## 2. 한식세계화 성과분석

### 2.1 투입요소

- 본 연구에서 대상은 농림축산식품부 관련 4대 기관(aT, 한식재단, 농기평, 지자체) 추진사업으로 국한하여 분석·평가함.
- 지난 4년간('09~'12년) 한식세계화 사업에 배정된 사업비는 농림축산식품부 예산기준 총 871.99억원임.
  - '11년 플래그십 한식당 개설 사업(50억원 배정) 추진에 따라 가장 많은 예산이 배정됨.

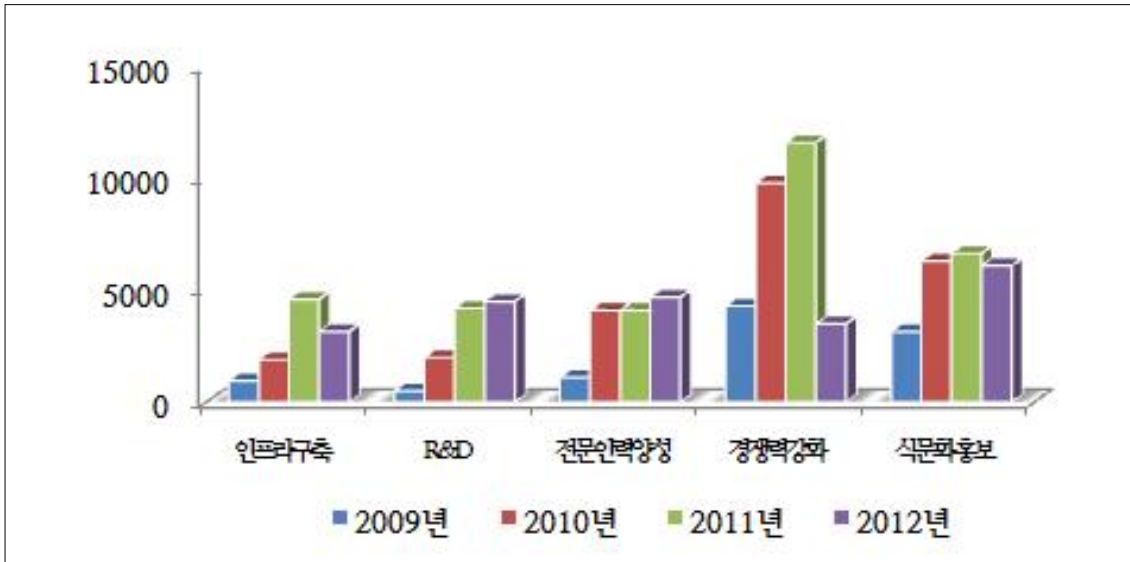
<그림 IV-1> 한식세계화 예산배정 추이



- 전략사업별 예산은 총 871.9억 원으로 '경쟁력강화'에 33.5%인 292억 원, '식문화 홍보'에 25.5%인 221.99억 원, '전문인력 양성'에 16%인 139.9억 원, '기술개발(R&D)'에 12.8%인 112억 원, 그리고 '인프라 구축'에 12.2%인 106.1억 원을 배정함.
  - 전략사업별 투입흐름은 초기 2년간('09~'10)은 경쟁력 강화 및 식문화 홍보에 사업비의 74.5%~66.7%를 집중시켰으나, 이후 기술개발(R&D)과 전문인력 양성에 투입하는 예산 비중을 점차 증대시키는 추세임.

- '12년 예산배정 기준 홍보가 27.79%로 여전히 높은 예산을 배정되고 있으나, 경쟁력강화 전략은 기 37.24%~43%에서 15.95%로 급격히 감소하였음.

<그림 IV-2> 전략별 예산투입비 추이



- 연도별 사업예산은 2011년 311.5억 원으로 약 35.7%로 연평균 집행예산 217.8억 원보다 93.7억 원을 집행하여 10.7%p가 많았음.
- 한 해동안 가장 많은 예산이 집행된 경우는 2011년 경쟁력 강화 사업에 116억원이 집행되어 13.3% 수준에 도달하였음.

<표 IV-4> 한식세계화 평가대상 사업 예산

(단위: 백만원)

분류	2009년	2010년	2011년	2012년	계	구성비
인프라구축	950	1,900	4,600	3,160	10,610	12.2%
R&D	500	2,000	4,200	4,500	11,200	12.8%
전문인력양성	1,100	4,100	4,100	4,690	13,990	16.0%
경쟁력 강화	4,300	9,800	11,600	3,500	29,200	33.5%
식문화홍보	3,150	6,300	6,650	6,099	22,199	25.5%
총계	10,000	24,100	31,150	21,949	87,199	

자료 : 농림축산식품부, 내부자료

□ 인프라 구축 사업예산

<표 IV-5> 성과분석 대상 인프라 구축 사업과 예산

(단위: 백만원)

중분류	소분류	대상기관		2009	2010	2011	2012	계	
한식세계화 추진체계 구축	추진단, 전문기술품구성	aT	aT	50	150	200	180	580	
	해외 한식당 협의체 구축·운영	aT	aT	0	950	1,500	900	3,350	
	한식지수개발	aT	aT	0	0	0	30	30	
	소계		aT	aT	50	1,100	1,700	1,110	3,960
			계	계	50	1,100	1,700	1,110	3,960
한식당 해외진출 정보·전략조사 소계		aT → 재단	aT	1,100	0	0	0	1,100	
		한식재단	한식재단	0	1,300	0	0	1,300	
		계	계	1,100	1,300	0	0	2,400	
한식 우수성· 기능성 연구	한식원형복원	한식재단	한식재단	0	0	1,000	500	1,500	
	한식우수성기능성 연구	aT → 재단	aT	500	0	0	0	500	
			한식재단	한식재단		2,000	0	0	2,000
			농기평	농기평	0	0	2,000	2,000	4,000
	지역향토음식 발굴·육성	지자체	지자체	지자체	600	600	0	0	1,200
			aT	aT	500	0	0	0	500
			한식재단	한식재단	0	2,000	1,000	500	3,500
			농기평	농기평	0	0	2,000	2,000	4,000
	소계		계	계	1,100	2,600	3,000	2,500	9,200
한식세계화 콘텐츠 개발 보급	한식콘텐츠개발	한식재단	한식재단	0	0	1,200	850	2,050	
	전국요리대회지원		한식재단	0	0	500	0	500	
	한식세계화 사이트 콘텐츠 관리	aT → 재단	aT	300	0	0	0	300	
			한식재단	한식재단	0	200	200	200	600
	소계		aT	aT	300	0	0	0	300
			한식재단	한식재단	0	200	1,900	1,050	3,150
		계	계	300	200	1,900	1,050	3,450	
한식재단	한식재단 운영		한식재단	0	0	0	500	500	
인프라 구축 합계		aT	aT	1,950	1,100	1,700	1,110	5,860	
		한식재단	한식재단	0	3,500	2,900	2,050	8,450	
		농기평	농기평	0	0	2,000	2,000	4,000	
		지자체	지자체	600	600	0	0	1,200	
		계	계	2,550	5,200	6,600	5,160	19,510	

□ 전문인력 양성 사업예산

<표 IV-6> 성과분석 대상 전문인력 양성 사업과 예산

(단위: 백만원)

중분류	소분류	대상기관	2009	2010	2011	2012	계	
단기 심화 과정	스타셰프양성	aT→ 재단	aT	400	540	450		1,390
		한식재단				298	298	
	향토음식전문가과정	aT→ 재단	aT	400	600	500		1,500
		한식재단				232	232	
	국제요리대회출전지 원	aT	aT			100		100
	취업 일자리 지원	한식 재단	aT					0
		한식재단					370	370
	소계		aT	800	1,140	1,050	0	2,990
			한식재단	0	0	0	900	900
			계	800	1,140	1,050	900	3,890
한식조리특성화 학교지정 소계		aT		1,600	1,820	2,250	5,670	
해외 한식 교육	한식당종사자교육	aT	aT	300	600	900	980	2,780
	해외한식강좌개설	aT	aT		350	260	250	860
	한식교육동영상제작· 배포	한식 재단	한식재단		210			210
	공관조리사교육	aT	aT		200	70	110	380
	외국인셰프 한식교육	aT	aT				200	200
	소계		aT	300	1,150	1,230	1,540	4,220
			한식재단	0	210	0	0	210
계			300	1,360	1,230	1,540	4,430	
전문인력 양성 합계		aT	1,100	3,890	4,100	3,790	12,880	
		한식재단	0	210	0	900	1,110	
		계	1,100	4,100	4,100	4,690	13,990	

□ 한식당 경쟁력 강화 사업예산

<표 IV-7> 성과분석 대상 한식당 경쟁력 강화 사업과 예산

(단위: 백만원)

중분류	소분류	대상기관	2009	2010	2011	2012	계	
해외 한식당 추천제 소계		aT→ 재단	aT	300	0	0	0	300
		한식재단	0	500	2,500	1,000	4,000	
		aT	300	0	0	0	300	
		한식재단	0	500	2,500	1,000	4,000	
	계	300	500	2,500	1,000	4,300		
한식통합 마케팅 지원	컨설팅	aT	aT	0	2,400	1,400	700	4,500
	프랜차이즈해외진출 지원	재단→ aT	aT	0	0	900	800	1,700
		한식재단	0	600	0	0	600	
	외식경기지수 개발 등	aT	aT	0	0	500	0	500
	소계	aT	0	2,400	2,800	1,500	6,700	
		한식재단	0	600	0	0	600	
		계	0	3,000	2,800	1,500	7,300	
플래그십 한식당 개설 소계		한식 재단	한식재단	0	0	5,000	0	5,000
		계	0	0	5,000	0	5,000	
한식 현지화 지원 사업	한식표준조리법보급	aT→ 재단	aT	100	0	0	0	100
		한식재단	0	600	0	0	600	
	한식메뉴 외국어표기	aT→ 재단	aT	100	0	0	0	100
		한식재단	0	100	0	0	100	
	간소 고품격 메뉴개발	aT	aT	0	300	0	0	300
	해외진출 한식당 개 설자금지원	aT	aT	2,000	4,000	0	0	6,000
	한식당고급화지원	aT	aT	700	0	0	0	700
	해외정보조사	한식재단	한식재단	0	0	1,300	1,000	2,300
	한식당모델개발	한식재단	한식재단	0	0	200	0	200
		농기평	0	0		2,500	2,500	
지역별 현지화	농기평	농기평	0	0	2,000	0	2,000	
	소계	aT	2,900	4,300	0	0	7,200	
		한식재단	0	700	1,500	1,000	3,200	
		농기평	0	0	2,000	2,500	4,500	
		계	2,900	5,000	3,500	3,500	14,900	
한식당 경쟁력 강화 합계		aT	3,200	6,700	2,800	1,500	14,200	
		한식재단	0	1,800	9,000	2,000	12,800	
		농기평	0	0	2,000	2,500	4,500	
		계	3,200	8,500	13,800	6,000	31,500	

□ 한식 홍보 사업예산

<표 IV-8> 성과분석 대상 한식홍보 사업과 예산

(단위: 백만원)

중분류	소분류	대상기관		2009	2010	2011	2012	계	
한국식문화 확산	한식체험 및 홍보	aT	aT	1,150	0	0	0	1,150	
	국내	한식재단	한식재단	0	1,000	800	400	2,200	
	국외	한식재단	한식재단	0	2,050	2,800	2,300	7,150	
	문화교유사업 (K-pop)	한식재단	한식재단	0	0	0	600	600	
	소계		aT		1,150	0	0	0	1,150
			한식재단		0	3,050	3,600	3,300	9,950
			계		1,150	3,050	3,600	3,300	11,100
	World Best 한식컨테스트		aT	aT	1,000	0	0	0	1,000
	소계		계		1,000	0	0	0	1,000
	국내외 한식 박람회 지원	박람회	aT	aT	1,000	0	0	0	1,000
국내 박람회		재단→지자체	한식재단	0	700	400		1,100	
			지자체	0	0	0	600	600	
해외박람회 및 행사		aT, 재단	aT	0	1,050	450	0	1,500	
			한식재단	0	0	200	0	200	
소계		aT		1,000	1,050	450	0	2,500	
		한식재단		0	700	600	0	1,300	
		지자체		0	0	0	600	600	
		계		1,000	1,750	1,050	600	4,400	
Korea Food Expo 개최 소계		aT	aT	0	1,500	2,000	2,099	5,599	
한식홍보관	마스터플랜수립	한식재단	한식재단	0	0	0	100	100	
한식 홍보 합계		aT		3,150	2,550	2,450	2,099	10,249	
		한식재단		0	3,750	4,200	3,400	11,350	
		지자체		0	0	0	600	600	
		계		3,150	6,300	6,650	6,099	22,199	



□ 한식세계화 사업 대상 및 예산 종합

<표 IV-9> 성과분석 대상 사업과 예산 종합

(단위: 백만원)

대분류	대상기관	2009년	2010년	2011년	2012년	계
인프라 구축	aT	1,950	1,100	1,700	1,110	5,860
	한식재단	0	3,500	2,900	2,050	8,450
	농기평	0	0	2,000	2,000	4,000
	지자체	600	600	0	0	1,200
	계	2,550	5,200	6,600	5,160	19,510
전문인력 양성	aT	1,100	3,890	4,100	3,790	12,880
	한식재단	0	210	0	900	1,110
	계	1,100	4,100	4,100	4,690	13,990
한식당 경쟁력 강화	aT	3,200	6,700	2,800	1,500	14,200
	한식재단	0	1,800	9,000	2,000	12,800
	농기평	0	0	2,000	2,500	4,500
	계	3,200	8,500	13,800	6,000	31,500
한식 홍보	aT	3,150	2,550	2,450	2,099	10,249
	한식재단	0	3,750	4,200	3,400	11,350
	지자체	0	0	0	600	600
	계	3,150	6,300	6,650	6,099	22,199
한식세계화 합계	aT	9,400	14,240	11,050	8,499	43,189
	한식재단	0	9,260	16,100	8,350	33,710
	농기평	0	0	4,000	4,500	8,500
	지자체	600	600	0	600	1,800
	계	10,000	24,100	31,150	21,949	87,199

주. R&D분야는 인프라 구축과 한식당 경쟁력 강화로 구분하여 평가하였음.

## 2.2 주요 사업별 성과

### 가. 한식세계화 성과의 종합

#### □ 긍정적 성과평가

- [ **글로벌 인지도 향상** ] 한식세계화에 대한 국민적 공감대 확산 및 한식선호도가 상승하고 있으며, 사업추진 초기 전무했던 미슐랭 스타를 획득 한식당이 '12년 현재 5개소로 증가하는 등 가시적인 성과가 있음.
  - 한식세계화 실현가능성 : '09년 69%에서 '10년 80%로 증가<sup>45)</sup>
  - 뉴욕시민의 한식선호도 : '09년 9%에서 '11년 41%로 상승<sup>46)</sup>
  - 미슐랭 스타 획득 한식당 : '09년 0개소에서 '11년 4개소, '12년 5개소로 증가함.
    - 뉴욕(2개소) : 단지·정식당, 도쿄(3개소) : 모란봉·센토하나·마츠노미
- [ **발효·웰빙음식 인식** ] 한식은 발효(醱酵)음식, 웰빙(well-being)음식이라고 인식이 전환되어 세계적인 요리행사 등에 초청되는 등 글로벌 인지도가 상승하고 있음.
  - 세계 최고요리 행사인 마드리드 퓨전<sup>47)</sup>의 2012년 주빈국(주제 : 한국의 발효음식)으로 참석하여 해외 오피니언 리더들에게 한식의 맛과 멋 등 우수성 홍보함.
- [ **한식당 운영 및 한식메뉴 확산** ] 또한, 중국과 아시아 국가의 특급호텔 내 한식당 운영 및 한식메뉴가 확산되고, 세계 유명 셰프 음식점에 한식메뉴가 오르는 등 가시적인 성과가 나타나고 있음.

45) 코리아리서치센터 설문조사

46) 퀴트릭스 리서치 설문조사

47) 마드리드퓨전(Madrid Fusion) : 스페인 마드리드에서 개최되는 세계 최고 요리행사, 2002년부터 시작. 세계 1급 요리사와 식품·외식업계 CEO들이 모여 첨단 요리기법 및 트렌드를 소개하고 전망하는 컨퍼런스 겸 박람회임. 매년 주빈국을 선정해 그 나라 음식과 문화를 집중 소개하는데, 멕시코(2006년), 일본(2007년), 중국(2008년), 호주(2010년), 싱가포르(2011년) 등이 초대됨.

- 특급호텔 한식메뉴 입점 운영
  - 2012년 현재 중국 샹그릴라호텔, 카오롱 호텔, 메리어트호텔 등 13개 호텔
- 세계 유명 셰프 음식점의 한식메뉴화
  - 엔젤로 소사(Angelo Sosa) : 비빔밥 버거, '11년 미국 최고 햄버거 선정
  - 데이빗 창(David Chang) : 보쌈 및 김치 스테이크
  - 장 조오지(Jean Georges, Jean Georges Vongerichten) : 고추장 버터 스테이크, 김치 핫도그 등
- [ 식품기업 증가 ] 한식세계화로 한차원 업그레이드된 홍보로 한식의 격을 높여 한식 붐을 이끌어 일본, 중국 등 해외 진출을 모색하는 식품기업이 증가하는 추세임.
  - G20 정상회의는 고급 식문화의 뉴 아이템으로서의 한식에 대한 세계적인 호응을 얻었다는 평가가 있었음. 한식세계화 전략을 발표한 2009년 5월 4일 이후 2010년 11월까지 해외 언론상 한식에 대한 우호적인 기사가 무려 349건 등장한데 반해 비판적인 기사는 6건에 불과함.<sup>48)</sup>
  - '08년 27개 식품업체, 109 음식점에서 '12년 41개 식품업체, 234 음식점으로 증가함.

## □ 부정적 성과평가

- [ 사업추진 절차상의 문제 야기 ] 한식세계화 사업의 그동안의 사업추진에 따른 국민 공감대 형성, 해외 한식선호도 향상 등 일부 성과 창출에도 불구하고, 사업추진 절차상에 문제들에 대하여 부정적인 성과가 제기되고 있음.
  - 국회의 국정감사('12년) : 한식재단의 역량 부족, 높은 이직률, 예산의 부적정 사용, 사업 효과성 문제 등이 지적됨.
  - 국회예산처의 예산분석('13년) : 한식재단으로의 사업 일원화 및 재단의 안정적 운영비 지원 필요성이 제기됨
  - 국회 요청에 의한 감사원의 감사('13년) : 플래그십 한식당 사업 내역 변경 부적정 등 예산 방만 사용에 대해 지적됨.

48) 2011년 트렌드 키워드, 미래의 창, 2010.12.20

## 나. 사업별 성과 평가

### □ 인프라 구축

- 한식세계화 지원 법·제도적 기반 마련과 콘텐츠 제작 활성화, 디지털 환경에 적합한 한식세계화 인프라 구축을 위해 사업을 추진함.
- [ 법·제도적 기반 마련 ] 한식의 세계화 및 산업화 기반구축을 위한 지원기반 마련을 위해 추진한 것은 법률 제·개정과 제도 개선, 그리고 한식재단 설립(10) 및 해외한식당 협의체(7개국 12개)의 추진체계 구축한 것으로 나타남.

<표 IV-10> 한식세계화 법·제도 개선

법률	비고
외식산업진흥법 제정	• 2011.3.9 법률 제10454호
중소기업창업지원법 시행령	• 2011.6.8 대통령령 제22966호 4조 개정 “상시근로자 20명 이상의 법인인 음식점업은 제외한다”
전통주 육성을 위한 법률 제정	• 2010.2.4 법률 제10020호
식생활교육지원법 제정	• 2009.5.27 법률 제9719호
기타 법률	• 관광진흥개발기금법 제5조 제3항 제9호(“전통관광자원 개발 및 지원사업”) 신설 • 식품 외식산업 자금 지원 강화

- [ 콘텐츠 제작 ] 한식이미지 제고를 위해 한식 BI개발, 스토리텔링 소재 발굴 DB화, 한식 개발, 책자 발급 등 콘텐츠 개발함.
  - 한식 BI 활용 홍보물 제작, 스토리텔링 책자(서반어·일어·중국어·러시아어)제작, 한식 메뉴 외국어 표기 길라잡이 등
- [ 디지털 환경내 인프라 구축 ] 2010년 종합포털사이트 구축 및 운영으로 국내외 민간 네트워크와 한식관련 정보제공 체계의 공유할 토대를 마련함.

□ 기술개발(R&D)

- 한식세계화 전략으로서 기술개발사업은 한식의 우수성·기능성을 과학적으로 규명하여 한식 소비 촉진을 유도하고 수준 높은 대외 홍보 콘텐츠 생산·활용하고, 외식기업의 한식 전략품목의 현지화 상품 연구개발 지원을 통해 외식기업의 해외진출 원활화 도모하기 위함임.
- [ 기술개발의 추진 방향 ] 기술개발의 추진방향은 한식 우수성·기능성 연구사업과 한식 현지화 상품 개발사업 등으로 진행됨.

<표 IV-11> 한식세계화 기술개발의 추진방향

사업	세부 추진 방향
한식 우수성·기능성 연구사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화사업과 농어업과의 연계성 강화를 위해 인삼, 천일염 등 수출 유망 품목의 우수성·기능성 연구 강화</li> <li>• 추진한 임상시험 연구 성과에 대한 확대 연구 추진</li> <li>• 연구자 선정단계부터 연구결과의 언론·미디어 노출, 세계 저명 학술지 게재 등 활용방안 검토</li> </ul>
한식 현지화 상품 개발사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식기업 해외진출 시 현지화된 상품 개발을 위한 조리법 연구, 현지 입맛 조사 및 Market Test 등 활동 지원</li> <li>• 재정투자의 효율성 제고를 위해 수요(사업수행) 업체에 직접 지원 및 기업 규모에 따라 연구개발비 지원비율 차등화</li> </ul>

- [ 한식세계화 기술개발 사업 ] 한식 기술개발 지원을 통해 한식 조리환경 등에 적합한 연구로 한식의 우수성·기능성을 확보는 연구와 한식 현지화 상품 개발사업을 연구개발사업으로 추진함.
  - 식품산업 R&D 중장기 계획 수립('09.6), 세계김치연구소 개소('10.3)
  - Codex 등록 : 고추장, 된장, 인삼, 김치 등
  - 국내외 학술지 논문 등재 등 : SCI급 논문 8건, 일반논문 21건, 학회발표 41건, 지적재산권 출원 1건, 기술이전 및 제품화 2건
  - 한식당 디자인 표준모델 개발·보급

## □ 전문인력 양성

- 조리인력 등에 대한 다양한 교육 프로그램 개발·시행으로 고용 창출 및 창의력 제고를 위한 한식세계화 기반 조성함.

- [ 단기 전문인력 양성 ] 단기<sup>49)</sup> 전문인력 양성과정으로 스타셰프, 향토음식 전문가과정 등을 실시하여 4년간 총 872명 배출함.

<표 IV-12> 단기 전문인력 기관 및 양성 인원수

구분	합계	2009	2010	2011	2012
교육기관 수(個)	-	7	13	11	6
양성 인원(名)	872	157	317	259	139

자료 : 한식재단 내부자료

- [ 특성화학교 지정 교육 ] '10년부터 5개 특성화학교를 지정하여 한식세계화를 위한 교육 인프라 구축과 장학금, 실습비, 인턴십 등을 지원함.

<표 IV-13> 연도별 특성화학교 지정 및 지원

구분	2010	2011	2012	지원내역(학교별)
고등학교	1(부산관광고)	-	-	3년간 연간 2억원
전문대학	-	1 (인천재능대)	1(수원과학대)	3년간 연간 4억원
대학교	2(우성대, 전주대)	-	-	4년간 연간 6억원

자료 : 한식재단 내부자료

- [ 유명요리학교 요리강좌 개설 및 해외 호텔 셰프 한식교육 ] 일본 핫토리 영양전문학교, 미국 드렉셀대 및 중국 양주대 등 한식강좌 개설하고 해외 유명호텔 한식 메뉴를 보급하고, 호텔 셰프 한식교육을 실시함.

- [ 해외 한식당 종사자 교육 및 재외공관 조리사 교육 ] 해외 한식당 종사자의 전문성을 높여 경쟁력을 제고하고 이미지 향상을 위하여 4년간 약 8,011여명 교육함. 재외공관 조리사 교육을 연 2회 10일 내외 실시<sup>50)</sup>하였음.

49) 과정별 교육시간 200~300시간 내외

50) 2월과 8월 30여명을 파견하여 재외 공관 조리사 대상 교육

## □ 경쟁력 강화

- [ **한식 산업기반 구축 및 한식당 고급화 지원** ] 외식산업의 창업 촉진, 외식 산업진흥시설 자금지원 등의 외식산업 선진화를 기반을 구축하며, 한식당의 고급화 디자인 개발·보급하며, 우수 한식당 컨설팅을 지원하고 스타 한식당 육성사업 등을 추진함.
  - 국내 특1급 호텔 2개소 시설개선자금 지원
  - 스타 셰프를 요리대회 및 행사에 활용
  - 미슐랭 스타 한식당 '12년 기준 5개소 지정
- [ **한식메뉴 표기 및 조리법 제작 보급** ] 한식메뉴 124선에 대하여 외국어 표기<sup>51)</sup>하고, 한식 조리법을 메뉴 100선에 대하여 표준조리법을 4개국(영어, 일어, 중국어, 불어)언어로 제작 보급함.
- [ **국산 식재료 공급시스템 구축** ] 세계 주요도시에 식재료 공동 물류센터를 설치(임차 활용)하며, 국산 식재료 직거래 및 공동구매망을 구축함. 또한 식재료의 규격화 및 안전 공급 시스템을 강화해 나감.
  - 시장조사 및 전략 수립, 한식당 인테리어 디자인 개발·보급, 해외 우수 한식당 인증(추천)제 모델, 인증마크 개발
  - 5개국, 8개 지역, 50개 바이어 선정, 외식업체 식재료 표준규격개발 및 배포
  - 식재료의 안전성 강화를 위한 사업으로 GAP, 이력추적, HACCP 확대 등
- [ **플래그십 한식당 운영** ] 민간업체가 주도하고 정부가 지원하는 사업으로 추진하기 때문에 민간업체 참여가 필수적이었음. 초기비용 50억원을 재단이 부담하고, 실제 식당운영은 100억 원 이상을 투자할 수 있는 전문업체에게 맡긴다는 계획이었음.
  - 그러나 정부 예산을 확보한 후 1년이 넘도록 참여의사를 밝힌 민간업체가 나타나지 않아 무산됨.

51) 각 요리별 스토리텔링 3개국(영, 일, 중) 언어로 표기

## □ 식문화 홍보

- 한식 및 식문화의 확산을 위한 홍보사업은 전략을 개발하여 권역별, 국가별 차별화된 홍보 전략을 추진하고, 가격·유통·홍보·관측 등 종합 전략(product, price, place, promotion, process 등) 차원의 홍보 전략 수립하는 사업임.
  - 프랑스, 이태리, 일본 등을 벤치마킹한 글로벌 마케팅 및 관계 전략 필요
  - 현지 고객의 집객 형태를 파악하여 출점 전략과 이에 따른 영업 및 마케팅 전략 수립.
  - 홍보사업의 포인트는 한식의 우수성(맛, 영양, 건강지향 등)과 다른 나라 음식과의 차별성 및 해외의 명사 및 연예인 등이 자주 찾는 고급 음식점 이미지 개선 등임.
- [ 한식을 통한 국가이미지 향상과 해외시장 진입 기반 조성 ] 국가이미지 향상 견인 및 해외시장 진입 기반 조성을 위한 홍보 사업 전개함.
  - 국내외 컨벤션 전시 등 대형 행사와 연계한 한식체험 프로그램 개발.
  - 음식 환경 변화에 적극 대응하는 홍보 프로그램 및 홍보인프라 구축.

<표 IV-14> 식문화 홍보 및 홍보 인프라 구축 현황

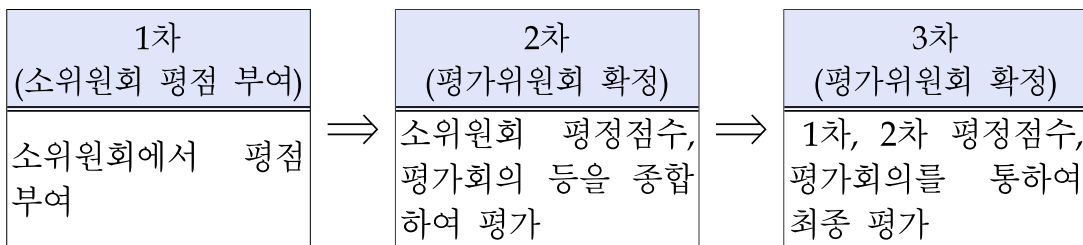
한식체험 프로그램	한식 홍보 프로그램 및 인프라 구축
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제행사, 박람회 등 국내외 행사와 연계</li> <li>• 해외 문화행사 활용 및 국내외 언론홍보</li> <li>• 한류와 연계한 문화교류 홍보 사업</li> <li>• 국제회의 한식만찬제공</li> <li>• 방한 외국인 한식 홍보 및 체험을 위한 한식종합체험홍보관 기본계획 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 한식을 지속시키기 위한 홍보과정의 국제화 추진</li> <li>• 비즈니스, UCC 및 온라인 홍보서비스 관련 프로그램</li> <li>• 미국 PBS 한국음식기행, 김치 연대기 등 한식 다큐멘터리 제작 방영</li> <li>• 타임스퀘어 비빔밥 광고, 해외 언론 한식광고진행(CBS, C-NBC, CNN)</li> <li>• '비빔밥 유랑단' 15개국 100회 시식, 김치 버스 지원</li> <li>• 2012 마드리드 푸전 주빈국으로 참가 한식 시연회 등</li> </ul>



## 2.3 성과분석

- [ 평가위원회 운영 ] 1차, 2차, 3차로 나누어 평가를 실시하였으며, 소위원회는 5개 분야로 나누어 내외부 위원으로 평가하는 절차로 진행함.
  - 1차 : 분야별 소위원회 평가(필요시 수시 운영) ⇒ 평가대상과제의 주요성과 분석 및 이행상황 평가
  - 2차 : 평가위원회에서 종합적으로 회의 및 확정 ⇒ 1차 소위원회 평가 결과 및 보고 등을 참고하여 확정
  - 3차 : 최종 평가 ⇒ 1, 2차 평가 결과 및 보고 등을 참고하여 최종 확정

<표 IV-15> 성과분석 평점 부여 절차



- [ 평가대상 사업의 분류 ] 한식세계화 평가대상 사업은 5대 전략 하에 14개 중분류, 이들 사업에 35개의 세분류 사업을 추진하였음.
- 성과분석 결과에 앞서 한식세계화 개별 사업 추진의 지속성 결여 또는 담당 기관의 변경 등으로 분석 항목 결과를 해석하는데 있어 주의가 요구됨.
  - 성과분석은 특정 사업이 특정 부처에서 지속적으로 사업을 추진함에 있어 정확한 분석결과를 도출할 수 있으며, 결과에 따른 사업의 진행 및 보완, 폐지 등을 논의하는데 있어 도출된 수치의 정확성이 향상됨.
  - 하지만 한식세계화 사업의 경우 특정 사업이 시행 1차 년도에 불과하거나, 일회성 사업, 추진 담당기관의 변경 등에 따른 사업 실행의 시계열적 분석이 어려운 상황임.
  - 따라서 단순한 수치적인 해석으로 해당 사업의 성과 우수 및 미흡을 평가함에 주의할 필요가 있음.

## 가. 정량적 성과분석

- 한식세계화 사업에 대한 종합 평점은 평균 75.9점으로 '보통' 수준인 것으로 나타남.
  - 전략별 분석결과를 보면, 식문화 홍보전략 80.2점, 전문인력 양성전략 76.1점, 인프라구축전략과 R&D전략이 74.6점, 경쟁력 강화전략이 73.3점 순임.

<표 IV-16> 한식세계화 성과분석 종합

평가대상	종합 (100)	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	과정의 적절성 (20)	정책효과성 (40)
인프라	75.2	25.7	7.0	13.2	29.3
R&D	74.6	25.5	7.2	12.2	29.8
전문인력 양성	76.1	25.2	7.6	12.6	30.6
경쟁력 강화	73.3	24.6	7.1	12.5	29.0
식문화 홍보	80.2	25.9	7.1	14.4	32.9
평균	75.9	25.4	7.2	13.0	30.3

- 주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
 2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 성과분석 결과 35개의 세 분류 사업 중 '우수' 평가를 받은 사업은 한식교육 동영상 제작 등 9개 사업이며, '보통'의 평가를 받은 사업은 한식세계화 추진단 구축 등 21개 사업, '미흡'은 플래그십 한식당 개설 사업 등 5개로 나타남.

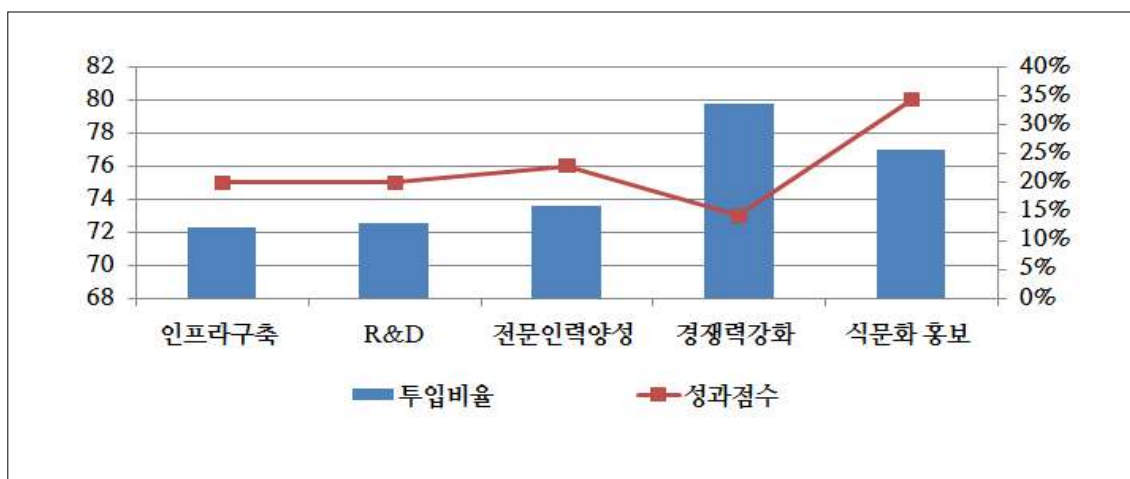
<표 IV-17> 전략별 사업 평점 분석

평가대상	합계	우수	보통	미흡
인프라	9	3	6	-
R&D	3	-	2	1
인력양성	10	1	8	1
경쟁력 강화	11	4	4	3
식문화 홍보	2	1	1	-
합계	35	9	21	5

- 주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
 2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~ 80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 경쟁력강화 사업 중 플래그십 한식당 개설 53점, 해외진출 한식당 개설 자금 지원 등은 68점으로 낮은 평점을 나타냄.
  - 플래그십 한식당 개설사업 등은 민간이 주체가 되어야 할 사업임에도 불구하고 정부 차원에서 정책을 추진하여 수행하지 못함.
  - 플래그십 한식당 개설 사업은 1개소에 약 50억 원을 융자하여 기존 한식당의 저가 이미지와 차별화된 한식당을 개설하여 한식과 국가 브랜드 가치를 제고하는 목적이었음
    - 민·관 공동투자로 설립하고, 투자지분에 따라 손익 분담
    - 운영계획으로 주된 고객층은 현지의 오피니언 리더를 우선 고객층으로 선정하고, 메뉴 및 마케팅은 한정식 메뉴를 차별화하고, 스타셰프 영입을 통한 스타 마케팅 등을 하려고 하였음.
  
- 한식세계화 정책추진에 있어 5대 전략 수립 후 추진방법 및 절차에 대한 구체적 추진 계획을 마련하지 못하고 사업을 추진함에 따라 투입 대비 가시적 성과가 미흡한 것으로 판단됨.
  - 특히 5대 전략 중 경쟁력 강화 전략사업은 민관간 역할 분담, 추진기구의 책임 한계 등이 모호하여 가시적인 성과달성이 부족하여, 타 전략에 비해 상대적으로 높은 투입 대비 성과는 낮게 나타남.

<그림 IV-3> 한식세계화 투입 대비 성과 비교



<표 IV-18> 세부사업별 성과분석 결과

평가대상		종합 (100)	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	과정의 적절성 (20)	정책효과성 (40)
분류	code					
인프라	010101	78.9	26.7	8.0	13.5	30.7
	010102	71.5	24.8	5.8	12.2	28.7
	010103	69.7	24.6	7.9	11.3	26.0
	010104	71.6	24.6	5.6	13.2	28.3
	010201	81.0	29.1	7.8	13.8	30.3
	010202	69.9	23.9	6.6	12.0	27.4
	010301	82.1	26.9	8.0	15.0	32.2
	010302	71.8	23.8	5.7	13.7	28.5
	010303	80.2	27.0	7.6	14.4	31.2
R&D	020101	77.1	25.5	7.5	13.2	30.9
	020201	69.4	25.1	6.5	11.2	26.6
	020202	77.4	25.7	7.4	12.2	32.0
전문인력 양성	030101	79.3	25.4	8.5	13.3	32.2
	030102	71.6	23.5	6.6	12.4	29.2
	030103	67.3	24.0	6.0	10.4	26.9
	030104	76.5	25.2	8.7	12.2	30.5
	030201	74.4	24.9	6.4	13.3	29.8
	030201	78.9	25.6	7.8	13.2	32.3
	030202	74.6	25.1	8.0	11.3	30.1
	030203	83.9	27.7	8.8	14.5	33.0
	030204	77.9	25.2	7.4	13.3	32.0
경쟁력 강화	040101	76.4	24.9	8.1	13.0	30.4
	040201	68.7	23.4	7.1	11.5	26.8
	040202	70.4	25.0	6.1	11.7	27.6
	040203	70.2	23.1	6.0	13.4	27.7
	040301	53.2	18.4	5.6	9.5	19.8
	040401	82.6	28.3	7.8	13.6	32.8
	040402	81.8	27.5	8.5	13.8	32.0
	040403	81.5	28.0	8.5	13.0	32.0
	040404	67.7	22.4	6.7	11.7	27.0
	040405	73.6	24.1	6.2	12.8	30.4
식문화 홍보	050101	82.3	26.2	7.3	15.3	33.5
	050501	78.2	25.5	6.9	13.5	32.2

주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~80점 미만), 미흡(70점 미만)

## 나. 정성적 성과분석

- 한식세계화 사업 추진은 그동안의 규제위주 식품산업정책에서 벗어나 외식산업관련 활성화를 위한 정부차원의 활동들에 대해서는 긍정적으로 평가됨.
  - 국내산 농식품의 해외 판로개척, 한식의 산업화 추진을 위한 노력 등
- 현재까지 추진된 한식세계화 사업은 일부 가시적인 성과를 거두었으나, 경험과 노하우가 부족한 상황에서 조기성과 도출을 꾀한 결과 사업내용·추진절차 등에서 여러 문제점 들이 지적되고 있음.
  - 사업 추진체계 분산으로 사업의 중복 및 사업간 연계관리가 미흡하며, 추진 기관인 한식재단의 역량부족
  - 사업추진 전 타당성 분석 미흡 등으로 예산집행 부진 및 잦은 사업변경 초래
  - 한식홍보가 단순행사·이벤트 위주라는 비판
  - 해외 현지 차원에서의 조직적인 지원이 미흡함.
- 장기적 관점에서 한식세계화 전략 추진을 위해 체계적이고 전략적인 사업집행을 위한 추진방식의 재검토가 이루어져야 함.
  - 인프라 구축은 관련 법제도의 정비, 시스템 구축을 통한 식품산업육성을 위해 통합적이고 체계적인 지원이 필요함.
  - R&D 사업은 한식의 우수성을 과학적·영양학적 연구뿐만 아니라 연구결과를 활용을 통한 상품화 방안 마련이 요구됨.
  - 전문 인력 양성 사업은 글로벌 조리 인력양성 및 양성된 인력의 산업현장에서의 효과적 활용을 위한 방안이 필요
  - 경쟁력 강화 사업은 철저한 시장조사, 현지화에 적합한 비즈니스 모델 개발을 통해 지속적으로 한식당 및 한식관련 식품 육성이 필요
  - 홍보 전략 역시 정확한 업무 분담을 통한 체계적인 전략 마련 필요
- 따라서 한식인지도(認知度) 제고를 위해 그 동안의 성과를 바탕으로 실용적(實用的) 산업화 정책으로 업그레이드(upgrade) 필요함.

## 2.4 세부 전략별 성과평가

### 가. 인프라 구축

- 인프라 구축전략은 외식산업 선진화를 위한 법적·제도적 기반, 한식종합정보 포털구축 및 다국어 서비스 추진 등을 통해 한식세계화 기반 조성을 목적으로 추진됨.
  - 인프라 구축전략은 크게 추진체계구축, 한식원형 발굴 및 복원, 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업으로 구분됨.

### □ 투입예산

- 지난 4년간('09~'12년) 인프라구축에 전체 한식세계화 사업비의 12.2%인 106.1억 원을 배정함.
  - 사업비는 추진체계 구축에 42%인 39.65억원, 콘텐츠 개발 및 보급에 32.5%인 34.5억원, 한식원형 발굴 및 복원에 25.4%인 27억원을 배정함.
  - 세부사업별로는 해외한식당협의체 구축·운영(31.5%)과 콘텐츠 개발(19.3%)에 가장 많은 예산이 배정됨.

<표 IV-19> 인프라구축 예산

(단위 : 백만원)

Code	2009년	2010년	2011년	2012년	합계
010101	50	150	200	180	580
010102	-	950	1,500	900	3,350
010103	-	-	-	30	30
010104	-	-	-	500	500
010201	-	-	1,000	500	1,500
010202	600	600	-	-	1,200
010301	-	-	1,200	850	2,050
010302	-	-	500	-	500
010303	300	200	200	200	900
합계	950	1,900	4,600	3,160	10,610

자료 : 농림축산식품부 내부자료

□ 사업 현황

- 한식세계화의 합리적, 체계적 추진을 위해 추진체계를 구축함.
  - 한식세계화 지수조사 및 경제적 효과분석을 위해 온라인 설문조사 실시(5개국)

<표 IV-20> 한식세계화 추진체계 구축

기관	내용
한식세계화 추진단	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책 자문을 위한 민관전문가 자문기구로 2기 구성·운영</li> </ul>
한식재단('10년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업 집행기관으로 설립</li> <li>• '12년부터 원활한 사업추진을 위해 운영비 지급</li> </ul>
해외한식당협의체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식당이 많이 소재한 도시를 대상으로 한식당 협의체를 구성, 마케팅·요리교실 행사 등 지원함(12개소 지원).</li> </ul>

- 한식원형 발굴 및 복원사업을 통해 고조리서(古調理書)에 수록된 조리법 복원 및 현대에 맞게 조리법을 개발하고, 한식 가치를 과학적으로 해석함.
  - '11년부터 한식원형 발굴 및 유망 한식메뉴 스토리텔링 소재 발굴, 결과물을 한식세계화 사이트에 제공함으로써 콘텐츠로 활용함.
- 지역 농식품을 활용한 음식개발, 향토음식 발굴을 통한 세계화를 위해 '09~'10년 지역향토음식 발굴 육성사업을 실시함.<sup>52)</sup>
- 한식세계화 콘텐츠 개발·보급을 위해 한식메뉴 외국어 표기 길라잡이, 한식 홍보 영상물 제작, 외국인 한식 서포터즈, 검색엔진 최적화 등을 추진함.
  - 한식세계화 사이트구축 : 한식관련 정보 DB구축, 국내외 온라인 네트워크 구축, 소비자 대상 식문화 홍보 및 온라인 프로모션사업 추진.
  - 사이트 개설 이후('09년) 한식세계화 정책 및 비즈니스 정보 업데이트, 신규 콘텐츠 발굴 및 업데이트, 다양한 공모, 이벤트 행사 실시.

52) 지방자치단체의 보조율 50%

## □ 성과분석

- 인프라 구축 평가항목 점수는 75.2점으로 보통인 것으로 나타남.
  - 세부사업별 분석결과를 보면 한식세계화 콘텐츠 개발사업(82.1점), 한식원형 복원(81.0점), 한식세계화 사이트(80.2점)가 '우수'한 것으로 나타남.

<표 IV-21> 인프라구축 성과분석(종합)

Code	종합	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	시행의 적정성 (20)	정책 효과성 (40)
010101	78.9	26.7	8.0	13.5	30.7
010102	71.5	24.8	5.8	12.2	28.7
010103	69.7	24.6	7.9	11.3	26.0
010104	71.6	24.6	5.6	13.2	28.3
010201	81.0	29.1	7.8	13.8	30.3
010202	69.9	23.9	6.6	12.0	27.4
010301	82.1	26.9	8.0	15.0	32.2
010302	71.8	23.8	5.7	13.7	28.5
010303	80.2	27.0	7.6	14.4	31.2
평균	75.2	25.7	7.0	13.2	29.3

- 주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
 2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~ 80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 한식세계화의 합리적인 추진을 위해 추진체계를 구축하였으나, 초기 조직 구축에 난항을 겪다보니 중장기전략 하에 단계별 접근이 부족한 것으로 평가됨.
- 따라서 사업의 전략적·체계적 추진 및 지속성 확보를 위해서 분산되어 있는 사업 및 기능을 통합하여 한식 연관산업 및 기관들을 유기적인 협업관계에서 고유한 역량을 발휘할 수 있는 체계구축이 필요하다고 판단됨.
  - 한식재단의 설립이 지연됨에 따라 사업주체의 분산 및 역량강화를 위한 재정적 기반이 취약함. 이의 극복을 위해 공공적 측면에서 사업수행 뿐만 아니라, 자립화를 위한 수익사업 모델 개발 등을 통한 지속성 확보 필요함.



- 해외한식당협의회 지원 사업을 추진하여 해외 한식당의 경쟁력 강화를 도모하고 있으나 매년 같은 단체의 유사한 사업에 사업비를 지원하고 있어서 사업대상 및 사업내용의 개선이 필요하다고 판단됨.
  - aT 해외센터를 활용한 해외한식당 협의회 확대의 한계가 존재하며, '13년 사업주관기관이 aT에서 해외거점이 없는 한식재단으로 이관됨에 따라 재외공관 활용 등 별도의 운영 방안 마련이 필요함.
- 농촌진흥청에서 시행하고 있는 고(古) 조리서 번역과 한식재단의 원형복원 사업의 유사중복성에 의한 사업효과성 저해 우려가 있는 바 사업추진과정에서 부처간 협력을 통해 사업효과성을 높일 수 있는 방안마련이 필요함.

<표 IV-22> 한식원형복원사업과 농업기초기반연구 비교

구분	농림축산식품부	농촌진흥청
사업명	한식원형복원사업	농업기초기반연구
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 및 식문화 관련 고조리서를 비롯, 관련 콘텐츠를 발굴하고 DB화하여 관련 연구 및 산업화의 기초자료로 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고문헌 속 한식 발굴을 통한 한식 다양성 확보, 고문헌의 번역 및 현대적 조리법 재현</li> </ul>
시행기관	한식재단	농촌진흥청

자료 : 농림축산식품부, 2013

- 한식에 대한 다양한 콘텐츠를 생산·유통을 통한 한식의 이미지 개선을 위한 시도는 유용하였으나, 유사기관과의 중복성 등의 문제가 대두됨.
  - 콘텐츠 배포 유통망의 확보 및 다양화 필요, 콘텐츠의 다양화 필요
- 향후 체계화된 정보화 계획 수립을 통해, 기 구축된 사이트 및 SNS 등을 활용한 한식 홍보채널의 다양화를 위한 지속적 노력이 요구됨.
  - IT 기술 및 최근 트렌드를 반영하여 지속적인 SNS 커뮤니케이션을 통해 한식세계화 콘텐츠 홍보, 다양한 국내·외 홍보활동의 실시간 온라인 정보공유 및 참여 유도, 바이럴 마케팅(viral marketing)<sup>53)</sup>을 시도함.

53) 누리꾼이 이메일이나 다른 전자 가능한 매체를 통해 자발적으로 어떤 기업이나 기업의 제품을 홍보하기 위해 널리 퍼뜨리는 마케팅 기법으로, 컴퓨터 바이러스처럼 확산된다고 해서 이러한 이름이 붙었음.

## 나. 기술개발(R&D)

- R&D전략은 한식의 기능성·상품성 제고를 위한 기술개발을 확대하며, 전통식품·식문화의 내수기반 구축 및 세계적 상품화를 목적으로 함.
  - 우수성 구명 및 영세업체의 R&D 지원으로 한식 소비촉진을 유도하고 수준 높은 대외 홍보 콘텐츠를 생산·활용토록 함.

### □ 투입예산

- 기술개발(R&D) 전략에는 전체 한식세계화 사업비 871.99억 원의 12.8%인 112억 원이 집행됨.
  - 초기 2년간은 한식 우수성·기능성 규명에 R&D예산의 100%를 투입하였으나, '11년부터 현지화 지원 사업 분야에 대한 연구가 확대되고 있음.
  - '11년 R&D 예산이 전년대비 100% 이상 증가하였으며, 한식 현지화를 위한 한식당 모델개발 및 지역별 현지화 모델 개발에 예산의 50%를 배정함.

<표 IV-23> R&D 예산

(단위 : 백만원)

Code	2009년	2010년	2011년	2012년	합계
020101	500	2,000	2,000	2,000	6,500
020201	-	-	200	2,500	2,700
020202	-	-	2,000	-	2,000
합계	500	2,000	4,200	4,500	11,200

자료 : 농림축산식품부 내부자료

- 2012년에는 한식에 대한 우수성·기능성 연구를 위한 41개 과제 선정(6,020백만원)하여 집행하고 한식에 대한 우수성·기능성 연구결과에 대한 활용방안 강구함.
  - 추진기관(농기평)을 통하여 연구결과에 대해 논문기재 등 활용 강화
  - 죽염의 암 억제 효과('11), 한식의 비만 예방 작용 규명('11) 등

□ 사업 현황

- R&D는 Outbound 진출 전략으로 크게 한식의 우수성·기능성을 과학적으로 규명하는 작업과 한식 현지화 및 산업화를 위한 한식당 모델개발, 지역별 현지화모델개발 사업으로 진행됨.
  - 2009년 한식 우수성 구명 지원, 한식의 우수성을 임상·비임상 시험을 통해 과학적으로 구명함.
  - 2011년 성인병 예방효과 등 한식 우수성·기능성 연구 지원
    - 임상시험(고혈압 등 성인병 예방효과), 비빔밥·막걸리·전·밥류의 기능성·현지화 연구 등
  - 2012년 한식에 대한 우수성·기능성 연구를 위한 41개 과제 선정 지원
    - 죽염의 암 억제 효과('11), 한식의 비만 예방 작용 규명('11) 등
- 한식의 우수성·기능성 연구 사업은 한식우수성 연구단을 컨소시엄 형태로 구성·운영하여, 직접적인 과학연구뿐만 아니라 홍보 콘텐츠로 활용 가능한 사회과학 연구도 병행함.
  - 연구 성과 발굴·확산을 위해 학술심포지엄 개최, 우수성과 사례집 제작, 성과백서 제작 등
  - 기사 작성 및 매체를 활용하는 미디어 퍼블리시티(Media Publicity)<sup>54</sup> 등

<표 IV-24> 한식세계화 R&D 사업 기관별 역할 분담

역할	총괄	과제기획	평가 및 성과관리
기관	한식재단	추진단 분과위원회·자문단	농기평

- 한식당 현지화 연구를 바탕으로 컨셉 및 운영매뉴얼, 냄새·서비스 등 점검사항을 담은 해외 한식당 서비스 모델을 개발함.
  - 기업·연구소·해외 한식당 등을 대상으로 과제를 공모, 우수 과제를 선정하여 50% 범위 안에서 기술 개발비 지원

54) 기업이나 단체에서 이벤트, 제품, 인사 등의 뉴스를 대중매체에 제공하고, 이것을 무료로 배포하는 활동을 말함. 판촉 방법 중 하나.

## □ 성과분석

- R&D 성과분석결과 평가항목 점수는 75점으로 보통인 것으로 나타남. 세부사업별 분석결과를 보면 한식당 모델개발이 69점으로 '미흡'한 것으로 나타남.

<표 IV-25> R&D 성과분석(종합)

Code	종합	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	시행의 적정성 (20)	정책 효과성 (40)
020101	77.1	25.5	7.5	13.2	30.9
020201	69.4	25.1	6.5	11.2	26.6
020202	77.4	25.7	7.4	12.2	32.0
평균	74.6	25.5	7.2	12.2	29.8

- 주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~ 80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 한식의 우수성·기능성 연구결과에 대한 활용을 위해 임상실험 연구사업 대상 지역 및 기간 확대, 언론 노출 등에 대한 노력 필요함.
  - 한식 우수성 구명 지원은 한식의 우수성을 임상·비임상 시험을 통해 과학적으로 구명
- 한식우수성 연구과제 일부(밥요리 상품화, 비빔밥 소스류 개발 등)가 식품사업 지원 분야와 중복우려가 있음. 따라서 기술개발과제에 대한 유관기관과의 협업을 통해 식품산업 R&D전략과의 연계진행 필요함.
  - 한식 현지화 상품개발 등 기술개발과제는 농기평에 위탁할 필요
- 또한 한식세계화 사업의 성공적 추진을 위해서는 '한식' 자체에 대한 R&D와 함께 다양한 문화개체들과의 화학적 결합을 통해 한식관련 다양한 콘텐츠를 개발하고 한식세계화의 촉매제로 활용 가능한 연구가 병행되어야 함.
  - 한식에 대한 우수성·기능성 연구결과에 대한 활용방안 강구 필요
    - 추진기관(농기평)을 통하여 연구결과에 대해 논문기재 등 활용 강화

## 다. 전문인력 양성

- 한식세계화를 이끄는 전문인력 발굴 및 육성을 위해 단기교육과정, 특성화학교, 해외한식교육 과정을 운영하였으며, '12년부터 취업일자리 지원과 외국인 세프 대상 한식교육이 추가됨.
  - 전문 인력 양성은 Inbound 및 Outbound 진출 전반을 아우르는 전략으로 한식조리인력과 한식당 경영인 교육을 통한 한식의 질 향상과 한식인력 확대를 위한 방향으로 진행됨.
  - 한식조리학과 및 해외 한식강좌 개설 등 체계적인 인력양성 시스템 구축과 일회성 용역방식을 지양하고 수요자 중심의 지원체계 마련
    - 한식전문가 인력풀을 구성, 해외한식당 등이 선정 하도록 개선

## □ 투입예산

- 전문인력 양성은 한식세계화 사업비 871.99억 원의 16.0%인 139.9억원 지원.

<표 IV-26> 전문인력 양성 예산

(단위 : 백만원)

Code	2009년	2010년	2011년	2012년	합계
030101	400	540	450	298	1,688
030102	400	600	500	232	1,732
030103	-	-	100	-	100
030104	-	-	-	370	370
030201	-	1,600	1,820	2,250	5,670
030201	300	600	900	980	2,780
030202	-	350	260	250	860
030203	-	210	-	-	210
030204	-	200	70	110	380
030205	-	-	-	200	200
합계	1,100	4,100	4,100	4,690	13,990

자료 : 농림축산식품부 내부자료

## □ 사업 현황

- 단기교육과정은 전문교육기관을 선정하여, 스타셰프 과정과 향토음식전문가 과정을 진행함.
  - '09년부터 시행되어 한식 스타셰프 양성과정 326명, 향토음식 전문가 양성 과정 546명으로 총 872명이 배출됨.

<표 IV-27> 단기교육과정 운영현황

구분	스타셰프 양성과정		향토음식전문가 과정	
	추진기관(계)	수료자(명)	추진기관(계)	수료자(명)
2009년	2	49	5	108
2010년	4	107	9	210
2011년	4	109	7	150
2012년	3	61	3	78
합계	-	326	-	546

자료 : 한식전문조리인력 단기교육과정 추진결과분석(2013), 한식재단 내부자료

<표 IV-28> 단기교육과정

교육명	세부 내역
스타셰프 과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조리학과 출신, 외식업 분야 유경험자 등을 대상으로 한식조리에 대해 집중 교육실시</li> <li>• 수준 높은 교육을 위해 가능한 대학·호텔·외식업체 등이 컨소시엄을 구성하여 공모</li> <li>• 고급 조리기술, 식문화, 외국어, 경영 등 현장에서 필요한 교육과정</li> <li>• 과정별 교육시간 200~300시간 내외</li> <li>• 총 교육비의 60~70% 국고보조</li> </ul>
향토음식 전문가 과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 향토음식점 경영자 또는 종사자를 대상</li> <li>• 광역자치단체별로 교육기관을 선정</li> <li>• 조리교육에 특화된 지역 대학, 요리연구소 등을 대상으로 교육기관 공모</li> <li>• 총 교육비의 60~70% 국고보조</li> </ul>

자료 : 한식재단 내부자료

- 또한 우리나라 한식의 전문화·고급화를 추진하기 위해 한식 특성화학교 지원 사업을 2010년부터 시행함.
  - 한식조리 분야에 강점이 있는 실업계 고교 및 대학에 대한 집중 지원체계를 구축하여 조리 분야의 우수한 인적 자원을 육성하는 것을 목적으로 함.
  - 지원내역 : 교육인프라 구축 및 장학금, 실습비, 인턴십 등

<표 IV-29> 특성화학교 지원현황

구분	2010년	2011년	2012년
고등학교		부산관광고	
전문대학		인천재능대학교	
			수원과학대학교
대학교		우송대학교, 전주대학교	

- 해외 한식 홍보 및 질 향상을 위해, 재외공관요리사, 해외한식당 종사자 교육을 실시하고 교육 동영상 제작 배포하였으며, 해외 한식조리 전파를 위한 한식강좌 개설 및 호텔한식교육을 실시함.

<표 IV-30> 해외 한식교육(내국인 대상)

교육명	세부내역
해외 한식당 종사자 교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 한식당 종사자의 전문성을 강화하여 한식당 경쟁력 제고 및 외국인의 한식에 대한 이미지 제고</li> <li>• 4년간 약 8,011여명 교육</li> <li>• 교육 동영상 제작·배포 : 4개 국어 DVD 제작(서비스와 조리교육)</li> </ul>
재외공관 조리사교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규관저요리사 파견대상자를 대상으로 회당 25명 내외</li> <li>• 연 2회 10일 내외 실시(2월과 8월 30여명의 파견 관저 조리사 대상)</li> <li>• 재외공관 한식행사 지원을 위한 조리인력 풀 구성</li> </ul>

<표 IV-31> 해외 한식교육(외국인 대상)

교육명	세부내역
세계적 요리학교 한식강좌개설	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aT와 MOU가 체결된 유명 요리학교를 중심으로 한식강좌 개설 추진</li> <li>• 해외 요리학교에 국내의 한식강사를 파견하거나 해당 학교의 담당교수를 국내로 초청하여 교육실시</li> </ul>
외국인 셰프 한식교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12년 해외 특급호텔인 메리어트호텔그룹 중국본부와 업무를 협약하여 각 지역 호텔 셰프 대상 한식이론 및 실습교육.</li> </ul>

## □ 성과분석

- 전문인력양성 성과분석결과 평점은 76.1점으로 보통인 것으로 나타남.
  - 10개 세부사업 중 한식교육 동영상 제작·배포가 84점으로 '우수', 국제요리 대회 출전지원이 67점으로 '미흡', 나머지 8개 사업은 '보통'임.

<표 IV-32> 전문인력양성 성과분석(종합)

Code	종합	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	시행의 적정성 (20)	정책 효과성 (40)
030101	79.3	25.4	8.5	13.3	32.2
030102	71.6	23.5	6.6	12.4	29.2
030103	67.3	24.0	6.0	10.4	26.9
030104	76.5	25.2	8.7	12.2	30.5
030201	74.4	24.9	6.4	13.3	29.8
030201	78.9	25.6	7.8	13.2	32.3
030202	74.6	25.1	8.0	11.3	30.1
030203	83.9	27.7	8.8	14.5	33.0
030204	77.9	25.2	7.4	13.3	32.0
030205	76.3	25.6	8.2	12.1	30.4
평균	76.1	25.2	7.6	12.6	30.6

주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~ 80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 단기교육과정(스타셰프, 향토음식전문가 과정)의 양적 축적은 이루어졌으나, 배출된 한식조리인력과 산업계와의 연결은 부족한 실정임.
  - 현장실습 및 연수에 대한 만족도가 매우 높으며, 한식업계 또한 실무능력의 필요성이 강조됨에 따라 단기교육과정의 현장교육 확대 필요하다고 판단됨.
- 또한, 단기전문인력 양성뿐 아니라 한식을 대표할 수 있는 한식 대표 명장 및 경영자, 서비스 매니저 교육 등의 확대 방안 마련이 필요함.
- 한식체험의 접점인 한식당 질 개선을 위한 종사자 교육은 적합하였다고 판단되나, 일회성 용역을 지양하고 보다 수요자 중심의 지원체계 마련 필요함.



## 라. 경쟁력 강화

- 한식의 가치제고를 위한 고급화와 해외확산을 위한 대중화 전략을 병행하여 한식의 세계적인 경쟁력을 강화하고자 함.

### □ 투입예산

- 경쟁력강화 전략에 사업비(871.99억원)의 33.5%인 292억원을 배정하여 집행함.
  - 2009년 한식당 고급화 지원 사업, 7억원
  - 2010년 계속 사업으로 해외 한식당 인증(추천)제, 한식표준조리법 보급, 한식메뉴 외국어 표기 보급, 해외진출 한식당 개설 자금지원(4% 융자)하고, 신규 사업으로 해외 한식당 컨설팅 지원, 간소·고품격 메뉴 개발, 85억원
  - 2011년 해외한식당 컨설팅 및 개설자금 지원(24개) 21.4억 원, 동경 지역 우수 한식당 추천제 시범사업 추진 4.2억 원, 간소·고품격 메뉴 개발 3.8억 원.
  - 해외진출 외식기업을 대상으로 메뉴·기술개발 지원(12개 과제) 14.8억 원, 런던·홍콩·시카고 등 거점도시에 대한 조사·분석 후 해외진출 가이드북 제작·보급 15.3억 원, 해외 한식당 전문·방문컨설팅 지원(60개소) 11.6억 원, '12년도 런던올림픽을 대비하여 유럽 11개국 25개 도시 한식당 추천제 가이드북 5편 제작(편당 3만부) 23.1억 원 수준.

<표 IV-33> 경쟁력 강화 사업 예산

(단위 : 백만원)

Code	2009년	2010년	2011년	2012년	합계
040101	300	500	2,500	1,000	4,300
040201	-	2,400	1,400	700	4,500
040202	-	600	900	800	2,300
040203	-	-	500	-	500
040301	-	-	5,000	-	5,000
040401	100	600	-	-	700
040402	100	100	-	-	200
040403	-	300	-	-	300
040404	2,000	4,000	-	-	6,000
040405	700	-	-	-	700
040406	1,100	1,300	1,300	1,000	4,700
합계	4,300	9,800	11,600	3,500	29,200

자료 : 농림축산식품부 내부자료

## □ 사업 현황

- 경쟁력 강화 전략은 Outbound 진출측면에서 해외진출을 위한 시장조사 및 한식메뉴의 조리법, 표기의 규격화, 메뉴 보급, 개설자금 지원 등 해외진출기반조성과 추천제 등 한식당에 중점을 두고 진행됨.
  - 2009년은 해외진출 한식당 개설자금 지원 사업을 추진하였으며, 사업내용은 해외 주요도시에 일정 기준을 충족하는 4개 한식업체나 한식당을 선정하여 개설 자금을 지원하는 것임.
  - 2010년은 산업화라는 주제로 기업의 해외진출 및 해외한식당 경쟁력 제고 지원하였는데 고급·청결 이미지의 한식당 인테리어 디자인을 개발·보급하고, 해외 우수 한식당 인증(추천)제 모델 및 인증마크 개발함.
  - 2011년 경쟁력 강화 사업은 컨설팅, 개설자금, 추천제 등에 29.5억 원을 지원하였는데 해외한식당 컨설팅 및 개설자금 지원(24개소), 동경 지역 우수 한식당 추천제 시범사업 추진, 간소·고품격 메뉴 개발 등의 사업이 진행되었음.
  - 2012년 경쟁력 강화 사업 역시 컨설팅, 우수 한식당 추천제 등에 73.6억 원 지원되었으며, 해외진출 외식기업을 대상으로 메뉴·기술개발 지원(12개 과제), 런던, 홍콩, 시카고 등 거점도시에 대한 조사·분석 후 해외진출 가이드북 제작·보급, 해외 한식당 전문·방문컨설팅 지원(60개소), '12년도 런던올림픽을 대비하여 유럽 11개국 25개 도시 한식당 추천제 가이드북 5편 제작(편당 3만부)

<표 IV-34> 경쟁력 강화 사업의 주요 내용

구분	내용
인증제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 한식당 추천제</li> </ul>
통합마케팅지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 컨설팅, 프랜차이즈 해외진출지원</li> <li>• 외식산업 기반조성</li> </ul>
플래그십 한식당	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 플래그십 한식당 개설</li> </ul>
한식현지화 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식표준조리법 보급, 한식메뉴 외국어 표기</li> <li>• 간소·고품격 메뉴개발, 해외진출 한식당 개설자금 지원</li> <li>• 한식당 고급화 지원, 해외 정보조사</li> </ul>

□ 성과분석

- 경쟁력 강화부문 평가항목 점수는 73점으로 보통인 것으로 나타났으나, 5개 전략 중 가장 낮은 점수를 보임.
  - 세부사업별 분석결과를 보면 11개 세부사업 중 4개 사업 '우수', 4개 사업이 '보통', 2개 사업은 '미흡'으로 나타남.
  - 특히, 플래그십 한식당 개설사업은 가장 낮은 53점을 받았으며 성과달성도, 계획의 적정성, 시행의 적정성, 정책 효과성 등 모든 항목에서 낮은 점수를 받음.

<표 IV-35> 경쟁력 강화 성과분석(종합)

Code	종합	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	시행의 적정성 (20)	정책 효과성 (40)
040101	76.4	24.9	8.1	13.0	30.4
040201	68.7	23.4	7.1	11.5	26.8
040202	70.4	25.0	6.1	11.7	27.6
040203	70.2	23.1	6.0	13.4	27.7
040301	53.2	18.4	5.6	9.5	19.8
040401	82.6	28.3	7.8	13.6	32.8
040402	81.8	27.5	8.5	13.8	32.0
040403	81.5	28.0	8.5	13.0	32.0
040404	67.7	22.4	6.7	11.7	27.0
040405	73.6	24.1	6.2	12.8	30.4
040406	80.3	25.9	7.5	14.0	32.8
평균	73.3	24.6	7.1	12.5	29.0

주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
 2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 시장조사 지역선정에 있어서 선택과 집중을 통한 한식세계화의 효과성·효율성 증대를 위한 전략적 접근의 필요성 대두됨.
  - 시장조사에 있어 일회성을 지양하고 시계열적 시장조사를 통해 시장변화 추이분석 및 현지화 전략 수립을 위한 DB 보완 필요함.

- 국가차원에서의 한식세계화 경쟁력강화 전략은 직접적 자금지원 보다는 보다 다양한 방식의 접근이 필요하다고 판단됨.
  - 자금 융자방법의 복잡성 등에 따른 자금지원신청 저조 및 형평성의 문제가 제기됨.
- 플래그십(flagship) 한식당 개설사업('11년)은 국비 50억원과 민간투자 100억원을 유치하여 세계적 수준의 한식당을 개설하여 국가브랜드 가치 제고 및 한식 이미지 개선을 목표로 추진하였음.
  - 플래그십(flagship) 한식당 사업 : 민관 공동으로 250억 원을 들여 뉴욕 맨해튼에 있는 110~160석 규모의 식당을 매입한 후 연소득 10만 달러 이상의 고객을 상대로 90달러 내외의 최고급 한정식을 판매하는 사업.
  - 민간투자공모 절차 진행과정에서 응찰자가 나타나지 않아 중단됨.
- 해외한식당 개설사업('09~'10)은 해외에 한식당을 신규로 개설하고자 하는 법인 또는 개인사업자에게 개설자금을 융자 지원하기 위한 사업이었음.
  - 매년 집행 실적 저조하고 불용액이 과다하고, 불용이 반복되어 사업개시 2년 만에 중단됨.

<표 IV-36> 해외한식당 개설 지원 사업 계획 대비 실적

(단위: 개소, 백만원,%)

연도	지원업체수		예산집행현황			융자실적	
	계획	실적	예산액	집행액	집행률	업체	융자액
2009	4	1	2,000	1,090	54.5	교촌 F&B	1,090
2010	8	2	4,000	1,630	40.8	CJ푸드빌	630
						크라제인터네셔널	1,000

자료 : 농식품 수출지원사업의 문제점 및 개선과제(2013). 국회예산처

- 부실한 사업 준비로 사업개시 1~2년 만에 사업이 중단되는 것을 앞으로 방지하기 위한 종합적이고 체계적인 사업 추진 방안과 참여하고자 하는 투자자 등의 면밀한 분석이 선행되어야 할 것으로 평가자의 지적이 있음.

## 마. 식문화 홍보

- 국내외 한식 홍보·마케팅을 통해 한식의 해외 인지도 및 한식체험 기회를 확대하고 한식저변의 확대를 목적으로 함. 다양한 매체를 통해 한식 우수성을 국내외에 홍보는 ① 한식 우수성 국제 세미나 개최, ② 국내외 언론을 활용한 홍보, ③ 우리 식문화 콘텐츠 개발 및 홍보, ④ 한국요리관련 프로그램 지원 등이 있음.

### □ 투입예산

- 식문화 홍보에 한식세계화 사업비(871.99억원)의 25.5%인 221.88억원을 배정함.
  - 2009년, 한식 우수성 홍보 11억 원, 한식 체험 지원 10.5억 원, World Best 한식 컨테스트 10억 원.
  - 2010년, 한식 마케팅지원에 63억 원 지원, 국내외 박람회 및 국제행사 활용 홍보, 언론 매체 홍보 등.
  - 2011년, 국내외 한식 인지도 확산, KFE 개최에 79.3억 원 지원
    - 국제행사, 박람회 등을 활용한 한식홍보 14.46억원 : 미국외식박람회, 상하이 EXPO, 서울고메2010
    - 해외 문화행사 활용 및 국내외 언론 홍보 39.47억 원
  - 2012년, 국내외 한식 인지도 확산, KFE 개최에 49.72억 원 지원
    - 국제행사, 박람회 등 국내외 행사를 연계한 홍보 23.11억 원 : 마드리드 푸전, 미국외식박람회, 상하이 EXPO, KFE, 비빔밥 세계 순회 등
    - 종합홍보대행사 선정을 통한 국가별 특성을 반영한 전략 홍보 26.61억 원.

<표 IV-37> 식문화 홍보 예산

(단위 : 백만원)

Code	2009년	2010년	2011년	2012년	합계
050101	3,150	3,050	3,550	3,400	13,150
050501	-	3,250	3,100	2,699	9,049
합 계	3,150	6,300	6,650	6,099	22,199

자료 : 농림축산식품부 내부자료

## □ 사업 현황

- 2009년의 홍보사업은 World Best 한식 컨테스트는 국내외 한식 전문업체·기관·전문가·조리사의 한식 경연대회 및 한식 관련 산업(식기구·푸드 스타일링) 경진대회 개최함.
  - 한식 우수성 홍보 : 다양한 매체를 통해 한식 우수성을 국내외에 홍보
  - 한식 체험 지원 : 국제행사 및 한스타일 행사를 통한 한식홍보와 외국인 대상 한식체험 지원
- 2010년 홍보 사업은 한국 식문화 확산, 국내외 한식박람회 지원, Korea Food Expo 개최 등을 통해 우리 식문화를 다양한 볼거리와 이벤트를 통해 홍보하고 한식에 대한 흥미와 체험을 제공함으로써 한식 수요 창출함.
  - 해외 한식의 밤 행사, 외국인 한식 체험, 해외 언론 대상 홍보, 드라마 등을 통한 한식 문화 홍보 등 추진
- 2011년 사업 추진방향은 해외홍보는 종합홍보대행사를 선정, 연중계획을 수립하여 미디어·체험행사 등을 일관성 있게 추진.
  - 국내 홍보는 관련 단체의 수요과약 및 홍보과제 공모를 통해 민간주도의 활동을 강화하면서 사업의 효과성·효율성 제고
  - '11년 홍보 슬로건("Discover Korea's Delicious Secret" : 한식의 맛있는 비밀을 찾아라!)을 국내외 홍보에 통일성 있게 활용
    - 민간의 한식관련 활동(박람회 등)에도 적극 활용을 유도
- 2012년 사업 추진방향은 2011년의 기본을 유지하여 미디어·체험행사 등을 일관성 있게 추진.
  - 해외 한식종합 홍보 : 한식세계화사업의 인지도 개선 등 실질적 성과가 나타날 수 있도록 종합대행사 선정하여 한식체험 행사, 언론·미디어 홍보, 홍보대사 활동 등
  - 한식성과 및 홍보내용에 대한 지속적인 국내외 언론에 대한 기획노출 강화

□ 성과분석

- 식문화 홍보전략 평가항목 점수는 80점으로 우수한 것으로 나타남. 한스타일 박람회, 서울국제식품산업대전 등 국내박람회에서 한식 홍보.
  - 상하이 엑스포, NRA Show 등 해외 박람회를 통한 한식홍보
  - Korea Food Expo 개최 : 국산 농식품 및 식품관련 콘텐츠 전시, 우리 농산물 우수성 홍보, 해외진출 또는 자사제품 홍보 희망 기업 홍보관 등 운영

<표 IV-38> 식문화 홍보 사업 성과분석

Code	종합	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	시행의 적정성 (20)	정책 효과성 (40)
050101	82.3	26.2	7.3	15.3	33.5
050501	78.2	25.5	6.9	13.5	32.2
평균	80.2	25.9	7.1	14.4	32.9

- 주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.  
 2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 식문화 홍보는 국내외 한식저변확대를 위해 각종 행사 및 언론매체를 대상으로 사업을 진행함.

<표 IV-39> 식문화 홍보 사업 성과 결과

사업	세부 내용
언론홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 PBS 한국음식기행, 김치 연대기 등 한식 다큐멘터리 제작 방영</li> <li>• 타임스퀘어 비빔밥 광고, 해외언론 한식광고 진행</li> <li>- CBS, C-NBC, CNN 등</li> </ul>
한식체험	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '비빔밥 유랑단' 15개국 100회 시식, 김치버스 지원</li> </ul>
국제행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• World Best 한식 콘테스트, G20 정상회의, 한식의 밤, 한국문화행사 연계 등</li> </ul>
한류연계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-pop, 드라마 등</li> </ul>

- 한식 홍보를 위한 다방면의 활동이 진행되어 일부 가시적인 성과를 보여주고 있으며, 향후 사업추진에 있어서는 전략적 지역 및 타깃계층 등에 선택과 집중을 보도 강화하고 마케팅적 접근의 필요성을 평가에서 지적함.

<표 IV-40> 한식세계화 전략별 사업성과(인프라, R&D)

구분	연도	aT	한식재단	농기평	지자체
인프라 구축	2009년	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 추진단(민관전문가 자문기구 운영)</li> <li>웹사이트 구축</li> </ul>	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역향토음식 경영대회·전시회 등 지원(지자체 보조50%)</li> </ul>
	2010년	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식재단 설립</li> <li>해외한식당협의체(9개소)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>하드웨어 및 소프트웨어 시스템 구축</li> <li>사이트 리뉴얼, SNS 운영</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>세계화 가능한 음식을 테마로 향토음식 경영대회 지원</li> </ul>
	2011년	<ul style="list-style-type: none"> <li>추진단, 외식산업 포럼 운영 등</li> <li>해외한식당 협의체(9개소)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 및 음식문화관련 콘텐츠 목록 DB구축, 역사가 있는 한식당 조사 발굴</li> <li>북한음식 조사 발굴, 세계화 유망 한식메뉴 스토리텔링 소개 발굴</li> <li>조선왕조 궁중음식 고문헌 아카이브 구축</li> <li>한식메뉴 외국어 표기 길라잡이</li> <li>국제행사 등에 활용할 한식홍보영상물 제작</li> <li>한식 BI활용 홍보물제작, 스토리텔링 책자발간</li> <li>사이트 재구축 및 마케팅</li> </ul>	-	-
	2012년	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식세계화 추진단 제2기 구성 및 운영</li> <li>전문가 풀 구성·운영</li> <li>해외한식당협의체(12개소)</li> <li>한식지수개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식재단 운영지원</li> <li>조선시대 민간음식 고문헌, 한국근대 한식문헌 아카이브 구축</li> <li>한식원형복원 및 자원화사업 5개년계획 수립</li> <li>한식재단 국·영문 뉴스레터, 한식홍보 영상제작 및 배포사업</li> <li>외국인 한식서포터즈, 검색엔진 최적화</li> <li>전국단위 요리대회 개최</li> <li>사이트관리, 지속적 SNS홍보</li> </ul>	-	-
R & D	2009년	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 우수성 과학적 규명(임상·비임상 시험)</li> </ul>	-	-	-
	2010년	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>임상시험(고혈압 등 성인병 예방효과), 비빔밥·막걸리·전·밥류의 기능성·현지화 등 연구</li> <li>한식 현지화를 위한 시품화</li> <li>비빔밥 기능성 연구 및 소스류 개발사업</li> <li>전통주 개발 및 '밥요리', '진류' 상품화 사업</li> </ul>	-	-
	2011년	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외한식당 사업모델 개발</li> <li>컨셉 및 운영매뉴얼, 배세·서비스 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>죽염의 암 억제효과, 한식의 비만예방작용 규명 등 41개 과제</li> <li>해외정보조사와 연계 현지 선호메뉴, 소스 등 현지화 상품개발</li> </ul>	-
	2012년	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식메뉴 개발 및 현지 입맛조사, Market Test 등 활동지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식의 인체적용시험, 체내대사 및 건강작용 연구, 전통한식의 발굴 및 재발견, 한식식사 패턴 연구, 연구결과 언론 및 미디어 노출</li> </ul>	-



<표 IV-41> 한식세계화 전략별 사업성과(전문인력양성, 경쟁력강화, 식문화홍보)

구분	연도	aT	한식재단
전문인력양성	2009년	<ul style="list-style-type: none"> <li>스타셰프 양성과정 : 조리교육기관의 교육과정 지원</li> <li>한식전문교육기관의 교육과정을 지원하여 향토음식 전문가육성</li> <li>한식종사자교육 3개국 4개 도시 672명</li> </ul>	-
	2010년	<ul style="list-style-type: none"> <li>스타셰프 양성과정 : 대학·호텔·외식업체 권소사업 구성</li> <li>향토음식전문가과정을 광역자치단체별 교육기관을 선정하여 운영</li> <li>한식조리 특성화학교 지정(3개소), 한식종사자교육 5개국 10개 도시</li> <li>해외한식강좌 개설, 공관조리사교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외 한식종사자 교육용 한식교육 동영상 제작·배포</li> </ul>
	2011년	<ul style="list-style-type: none"> <li>스타셰프 양성과정 : 4개 기관 약 100여명 교육, 향토음식 상품화교육</li> <li>WACS 인증대회 등 총 4개팀 출전지원</li> <li>한식조리 특성화학교 지정(1개소 추가), 한식종사자교육 7개국 11개 도시</li> <li>해외한식강좌 개설, 공관조리사교육</li> </ul>	-
	2012년	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식조리 특성화학교 지정(1개소 추가), 한식종사자교육 9개국 13개 도시</li> <li>해외한식강좌 개설, 공관조리사교육</li> <li>해외특급호텔 셰프 및 요리관계자 한식교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스타셰프 육성심화교육</li> <li>지역특산물, 관광 등과 연계된 향토음식 상품화 교육</li> <li>국내외 주요행사 및 박람회 개최 시 취업과 연계 취업일자리 지원</li> </ul>
경쟁력강화	2009년	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외 한식당 인증제 시행 모델개발, 주요 지역의 한식당 대상으로 인증제 시범 실시</li> <li>대표 한식 표준조리법 보급, 대표 한식메뉴에 대한 외국어 표준 표기안 개발·보급</li> <li>해외한식당 개설자금 지원, 한식당 고급화 지원</li> <li>해외진출 정보·전략 조사 : 해외진출 가이드북제작</li> </ul>	-
	2010년	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외진출 한식당, 현지 한식당에 창업·경영 컨설팅</li> <li>간소·고품질 메뉴개발 : 식품, 외식관련 전문조리사 중심으로 카테고리별 메뉴개발</li> <li>해외한식당 개설자금지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>동경지역 우수 한식당 추천제 시범사업 추진</li> <li>아름다운 한국음식 100선 책자 증보판 제작</li> <li>'09년도 124개 대표한식 외국어 표기안 업데이트, 해외진출 정보·전략 조사</li> </ul>
	2011년	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외한식당의 법률·세무·회계·경영 컨설팅</li> <li>해외진출을 위한 외식프랜차이즈 박람회 참가지원</li> <li>외식경기지수 마련 및 식재료 직거래 시스템 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외우수 한식당 추천제 동경지역 실효성 판단</li> <li>뉴욕 플래그십 한식당 개설 추진 : 폐쇄</li> <li>해외진출 정보·전략 조사</li> </ul>
	2012년	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외한식당 컨설팅 품구성, 컨설팅사 관리 등 사업 관리 전반 관리 강화</li> <li>해외 프랜차이즈 박람회 참가지원</li> <li>프랜차이즈 바이어 초청행사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국 문화파급력이 높은 우수 한식당을 발굴 취재하여 해당 지역 한식당 추천가이드 북 제작</li> <li>해외진출 정보·전략 조사</li> </ul>
식문화홍보		<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 우수성 국제 세미나 개최</li> <li>국내외 언론을 활용한 홍보</li> <li>우리 식문화 콘텐츠 개발 및 홍보</li> <li>한국요리관련 프로그램 지원</li> <li>국제행사 및 한스타일 행사지원</li> <li>World Best 한식컨테스트</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외 한국문화행사, 외국인 한식체험, 해외인론 대상, 드라마 등을 통한 홍보</li> <li>해외 유명 언론, 국내외 드라마·다큐제작 지원, MICE 연계 한식 홍보개최</li> <li>한식임상시험결과 보도, 리셉션 등 개최, 한류스타 및 미디어·블로거 행사, 한식의 날, 한식프로 그램 제작지원, 관련단체 지원</li> <li>중장기 홍보 마스터플랜 등, 민간주도의 활동을 강화 사업의 효과성 효율성 제고</li> <li>한류열풍과 연계 문화교류 홍보, 한식종합홍보관 타당성 연구</li> </ul>

### 3. 정부부처별 한식세계화 추진 사업 분석

- 정부 부처별로 한식세계화를 위해 추진한 사업별 분석을 통해 사업의 중복성, 효율성, 형평성 등을 종합적으로 검토하여, 사업의 효율적인 추진 및 지속가능성에 따른 사업의 재편 등을 고려하여 방향성을 설정함.

#### 3.1 추진 사업

- 한식세계화를 추진하고 있는 주요 정부 부처는 농림축산식품부(한식재단, aT, 농기평), 문화체육관광부, 외교통상부, 산업통상자원부로 구분됨.

<표 IV-42> 한식세계화 사업 추진기관별 기능과 역할

구분	기능	주요 역할
농림축산식품부	aT	농산물 수출종합지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>•농업 경쟁력 강화 및 식자재 수출 농업 육성</li> <li>•세계유일의 농식품 전문 무역전시장, 농업관련 행사 등 국제교역 중심 역할</li> </ul>
	한식재단	한식 전통성, 한식문화의 국내외 확산, 국가 이미지 향상 <ul style="list-style-type: none"> <li>•한식문화 확산을 위한 국내외 홍보, 해외진출 기업을 위한 시장조사 및 컨설팅</li> <li>•한식 R&amp;D 및 조리 인력 양성, 한식 경쟁력 강화 등</li> </ul>
	농기평	농림 식품 연구개발 사업의 기획·관리·평가 효율적 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>•농림수산식품 과학기술 육성, 연구개발 사업 기획 및 관리 등</li> <li>•농림수산식품분야 기술 개발 인력 육성 지원</li> </ul>
문화체육관광부	문화, 체육, 관광, 홍보 등 다양한 정책 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>•‘문화 융성’ 토대를 통한 국민 행복 실천</li> <li>•문화산업 상품화를 통한 국내외 홍보 정책 및 추진</li> </ul>
농촌진흥청	농업의 발전과 농업인의 복지향상	<ul style="list-style-type: none"> <li>•국민 식량의 안정적 공급 및 농업경쟁력 강화</li> <li>•농업과학기술의 혁신을 통한 지속성장 가능한 농업 실현</li> </ul>
외교부	조화와 통합 지향 외교	<ul style="list-style-type: none"> <li>•국가 간 협력 구도를 통한 인류 발전에 기여하는 외교</li> <li>•채외 공간, 주요 해외 인사 등에게 한국 홍보</li> </ul>
산업통상자원부	창조경제 패러다임 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>•국익과 경제적 실리를 위한 통상정책 추진</li> <li>•지역 일자리 창출 및 지역 균형발전 정책</li> </ul>

자료 : 각 부처 홈페이지 인용 및 요약

<그림 IV-4> 한식세계화 부처별 추진 사업

- ‘인프라 구축’ 관련 추진 사업
  - 농림축산식품부 : 인적(전문가 풀 구성 등) 교육 및 양성체계 구축, 음식문화, 외식 산업 등 D/B 구축, 관련 법령 개정, 원형복원 사업, 스토리텔링 등을 통한 한식 관련 홍보물 제작·배포
  - 문화체육관광부 : 「관광진흥개발진흥법」 개정, 국내 음식커뮤니티 사이트 운영, 국내 한식이미지 제고 및 음식관광산업 상품 및 산업화 지원(In-Bound 사업 중점)
  - 산업통상자원부 : 해외 진출기반 구축을 위한 공동 물류센터 추진, 「중소기업창업 지원법」 개정
- ‘R&D’ 관련 추진 사업
  - 농림축산식품부 : 한식 우수성 과학적 규명, 해외 한식당 사업모델 개발, 한식 메뉴 개발 등 현지화, 전통 한식 발굴 및 한식식사패턴 연구 등
  - 문화체육관광부 : 도자공예 해외진출을 위한 한식기 표준화 연구
- ‘전문인력 양성’ 관련 추진 사업
  - 농림축산식품부 : 스타셰프·재외공관조리사 교육 및 양성, 해외한식당 종사자 교육, 한식 조리 특성화학교 지정 및 한식 해외강좌 개설 등
- ‘경쟁력 강화’ 관련 추진 사업
  - 농림축산식품부 : 우수한식당 추천제, 한식메뉴외국어표기, 한식당 고급화지원, 식재료직거래시스템 구축, 프랜차이즈 해외진출 지원 등
  - 문화체육관광부 : 국내 특급호텔 한식당 지원, 국내 방문 외국인 대상 음식서비스 개선 및 한식 홍보 등
- ‘홍보’ 관련 추진 사업
  - 농림축산식품부 : 국내외 학술세미나·박람회·EXPO 개최 및 지원, 국내외 전문지 및 언론 홍보, 요리프로그램 방영, 체험지원, 국내외 한식세계화 단체 지원 등
  - 문화체육관광부 : 국내 음식관광상품개발, 국외 한식홍보행사, 국제행사 연계 음식 홍보 추진, 음식스토리텔링을 통한 홍보 추진 등
  - 외교부 : 해외주재 공관을 통한 한식행사, 해외 현지 정·재계 및 문화계 등 지도층 연계를 통한 한식홍보 행사, 현지 주요 일간지 및 방송 홍보 등
  - 산업통상자원부 : 서울국제식품산업대전 개최

- 한편, 한식세계화 사업 중 부처별 추진에 따른 일부 사업의 중복으로 인해 효율적인 업무 추진 및 시너지 효과의 최대화가 미흡할 수 있음.55)
  - 사업의 효율성을 위해 각 추진 부처별 기능과 주요 역할을 우선 고려할 필요가 있으며, 이에 따른 사업의 효율성·형평성·지속가능성 등을 검토하여 사업의 재편을 결정함이 바람직함.

<표 IV-43> 한식세계화 사업의 중복성 분석

구분	추진 기관	사업명 및 내용
원형 복원	농림축산식품부	한식원형복원사업 - 고조리서 목록 및 상세해제 작성
	농촌진흥청	농업기초기반연구 - 고문헌속 한식 발굴, 고문헌의 번역 - 현대적 조리법 재현
한식이미지제고	농림축산식품부	음식 스토리텔링 개발 및 활용 - 책자 발급, 맛 지도 등
	문화체육관광부	
한식홍보관	농림축산식품부	한식종합체험홍보관 설립 기본계획
	문화체육관광부	국내한식체험 홍보관 운영
해외 언론매체 한식홍보	농림축산식품부	해외 언론매체 홍보
	외교부	해외 현지 주요 일간지 및 방송홍보
국제행사 및 박람회 연계 한식 홍보	농림축산식품부	국내외 한식행사 및 박람회
	문화체육관광부	국내외 한식행사 및 박람회

55) 연구개발 과제의 중복성 검토기준·방법

1. 중복성의 판단요소 : 연구목표, 연구방법 및 연구내용
2. 중복성의 판단기준
  - 가. 판단요소가 동일하거나 거의 유사한 경우에는 중복과제로 판단한다.
  - 나. 서로 다른 연구주체간에 연구의 목표 및 내용이 동일하고 연구방법이 유사한 경우와 연구방법이 다르지만 추구하는 목표가 동일한 경우에는 경쟁이나 상호보완의 필요성 등을 고려하여 중복가능 여부를 검토한다.
3. 중복성의 예외
  - 가. 국가연구개발사업을 주관하는 부처가 정책적으로 경쟁을 유도하기 위하여 의도적으로 복수의 연구주체를 선정·추진하는 과제
  - 나. 각 부처별 연구개발과제 선정평가 또는 별도의 중복성 심의기구에서 중복성이 없다고 판정한 과제
4. 중복성 검토방법
  - 가. 중앙행정기관의 장 또는 전문기관의 장은 협약을 맺기 전에 연구개발과제에 대한 중복을 검토하기 위하여 영 제16조의2제2항에 따른 국가과학기술종합정보시스템(www.ntis.go.kr)을 통하여 연구개발과제의 중복성 검토를 실시하여야 한다.
  - 나. 국가과학기술종합정보시스템에서 1차적으로 중복이 의심되는 과제는 연구개발과제 선정평가지 그 중복성 여부를 판단하여야 한다.

### 3.2 부처별 한식세계화 추진 평가와 시사점

#### □ 부처별 한식세계화 사업 추진 평가

- 현재 한식세계화 사업 중, 부처별 추진에 따른 일부 사업의 중복으로 인해 효율적인 업무 추진 및 시너지 효과의 극대화가 미비할 수 있음.
  - 사업의 효율성을 위해 각 부처별 기능과 역할을 우선적으로 고려하고, 사업의 형평성·지속가능성 등을 검토해 재조정함이 바람직함.
- 한식세계화를 추진함에 있어, ‘인프라 구축’, ‘R&D’, ‘홍보’ 등의 사업을 추진하는 기관이 이원화 또는 유사·중복되어 있음.
  - 사업진행 주체가 분산되어 시너지 효과를 기대하기 어려우며, 장기적인 계획에 따라 체계적이고 객관적인 사업 추진이 곤란할 수 있음.
- ‘인프라 구축’, ‘기술개발(R&D)’, ‘전문인력 양성’, ‘경쟁력 강화’, ‘홍보’ 사업들은 정확한 구분체계 없이 사업을 시행하였음.
  - 일부 사업은 전혀 연관성이 없는 항목에 편성되어 사업 연계를 통한 효율성, 지속가능성의 적정한 효과가 달성되지 못하는 결과가 초래되고 있음.

#### □ 부처별 한식세계화 사업 추진 시사점

- 따라서 사업의 효율적 추진 및 지속성, 시너지 효과 극대화를 위해, 아래와 같이 부처별 한식 관련 사업을 재설정할 수 있음.
  - aT : 농산물·식재료 수출 관련 중심 업무, 관련 학회 및 세미나 개최.
  - 한식재단 : 해외진출 기업을 위한 컨설팅 및 지원, 한식 관련 조리 인력 양성, 국민 대상 홍보 및 국외 일반인들을 대상으로 한 홍보 활동.
  - 농기평 : 한식 관련 연구 개발(한식 우수성 입증, 한식 재료 개발 등)
  - 문화체육관광부 : 국내 방문 외국인들을 위한 한식 홍보 및 상품 개발.
  - 외교부 : 재외공관 및 주요 외국 인사 대상으로 한식 홍보 활동.

<표 IV-44> 부처별 한식세계화 추진 사업 요약

구분	농림축산식품부 (한식재단, aT, 농기평)	기타부처		
		문화체육관광부	산업통상자원부	외교부
인력양성	법/제도 구축	• 「외식산업진흥법」, 「식생활교육지원법」 제정	• 「관광진흥개발기금법」 개정	• 「중소기업창업지원법」 개정
	추진체계 구축	• 조직체계 구축 - 추진단, 전문가 풀, 해외한식당 협의체 운영 등 • 한식지수개발		
	한식콘텐츠 개발	• 한식원형발굴 및 복원 - 고문헌연구 및 복원산업화, 음식콘텐츠 DB구축 등 • 한식이미지 개선 - 메뉴외국어표기길라잡이, 홍보물(영상, BI제작, 스토리텔링 책자, 뉴스레터 등)제작 및 배포 • 지역향토음식 발굴 및 경연대회 지원 • 한식세계화사이트 및 검색엔진 최적화 사업 등	• 국내 한식이미지 개선 - 국내 음식 스토리텔링 개발 및 활용 • 국내 음식테마거리 조성(관련 상품개발 등) • 국내 방문 외국인을 위한 외국어 메뉴판 사이트 및 외국어 음식 커뮤니티 사이트 구축	
R & D	• 한식의 우수성·기능성 관련 연구 • 해외 한식당 사업모델 및 현지화 상품개발 • 전통한식발굴 및 한식식사패턴연구	• 도자공예해외진출을 위한 한식기표준화		
전문인력양성	• 교육(스타셰프, 공판조리사, 해외한식당 종사자 등) • 국제요리대회 출전지원 및 취업 일자리 지원 • 한식특성화 학교지정 및 해외한식 강좌개설 등	• 해외한식당 종사자 교육 지원 (농림축산식품부 주관, 문화원 시행)		
경쟁력강화	• 해외 한식당 추천제 및 한식당 고급화·개설자금 지원 • 표준화사업(한식표준조리법, 메뉴표기법, 고품격 메뉴 등) • 컨설팅, 외식지수 및 식재료 직거래 시스템 구축 • 해외정보 조사 및 해외진출 프랜차이즈업체 지원 등	• 국내 특급한식당 지원 사업 • 국내 방문 외국인 전문식당 지정 및 서비스 개선방안, 홍보마케팅	• 해외진출 기반구축 - 공동물류센터, 지사화, 수출인큐베이터 등 • 프랜차이즈 진출 제도적 기반 강화 - 전담부서, 가이드북, 투자설명회 등 - 국내외 프랜차이즈 전시회 참가지원	
홍보	• 박람회, EXPO, 학술, 행사, 한식세계화 단체 지원 • 뉴스레터, 해외언론(TV, 신문, 잡지 등), 한식요리프로그램 방영 • 한식종합홍보관 건립 조사 연구	• 국내 국제행사 지원 • 미슐랭 가이드 한국판 발간 • 국외 한식홍보행사 • 국내 한식체험관 운영	• 서울국제 식품산업대전 지원	• 재외공관 한식행사 개최 • 해외 지도층(정치, 경제, 문화 등) 대상 홍보, 주요(외교)행사 한식 홍보 및 지원 • 현지 주요 일간지 및 방송홍보

주. 관련 사업을 재요약·정리함. 자세한 세부 내용은 각 부처 홈페이지 참고

### 4. 전략별 사업 재설계

- 성과분석 결과, 현재 지속 추진 사업, 일회성 사업 등을 종합적으로 분석·평가한 결과에 따라 아래와 같이 관련 사업을 미시적 관점에서 편성함.

<표 IV-45> 전략별 한식세계화 사업 재설계

평가대상	사업기간				성과평가			사업효율화			비고	
	'09	'10	'11	'12	우수	보통	미흡	계속	축소	폐지		
인프라	010101	◆	◆	◆	◆		●			✓		조직체계 정비(콘트롤타워) 후 축소
	010102		◆	◆	◆		●		✓			
	010103				◆		●		✓			자립화 후 축소
	010104				★		●		✓			
	010201			★	★	●			✓			
	010202	◇	◇				●				✓	
	010301			★	★	●			✓			부처간 협업을 통한 강화
	010302			★			●				✓	
	010303	◆	★	★	★	●			✓			
R&D	020101	◆	★	△	△		●		✓			
	020201			★	△		●		✓			
	020202			△			●		✓			
전문인력양성	030101	◆	◆	◆	★		●			✓		전문가양성을 위한 학제 마련필요
	030102	◆	◆	◆	★		●					지자체와의 중복해소
	030103			◆				●				
	030104				★		●		✓			인력매칭, 창업보육 등 고려
	030201		◆	◆	◆		●			✓		
	030201	◆	◆	◆	◆		●		✓			
	030202		◆	◆	◆		●		✓			
	030203		◆	◆	◆		●		✓			해외 외국인 대상 한식교육 확대
	030204				◆		●		✓			
030205		★			●			✓				
경쟁력강화	040101	◆	★	★	★		●		✓			국내외 한식당활성화 품질향상을 위한 방안
	040201		◆	◆	◆			●	✓			비즈니스 모델 구축을 통한 체계적
	040202			◆	◆		●			✓		
	040203			◆			●		✓			
	040301			★				●			✓	민간의 업무영역
	040401	◆	★			●					✓	
	040402	◆	★			●					✓	
040403		★			●					✓		
040404	◆	◆					●			✓		
040405	◆				●				✓			
040406	◆	★	★	★	●			✓				
식문화	050101	◆	★	★	★	●			✓			
홍보	050501		◆★	◆★	◆◆	●			✓			

주 : aT(◆), 한식재단(★), 농기평(△), 지자체(◇) 표기





## 제5장

## 한식세계화 5개년 계획



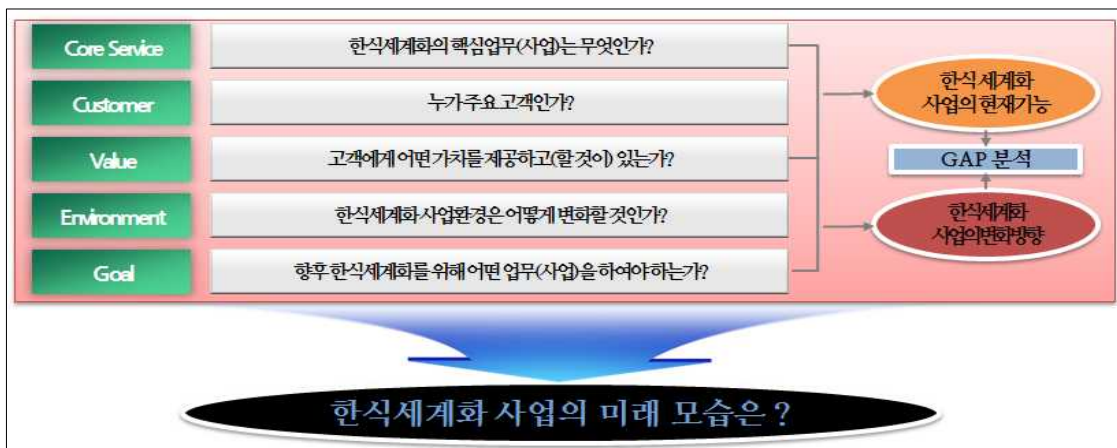
## V. 한식세계화 5개년 계획

### 1. 한식세계화의 비전과 목표

#### 1.1 한식세계화의 전략적 방향성

- [ 재설계 방향 ] 현재 진행 중인 한식세계화 사업에 대한 객관적 진단을 통해 추진체계가 갖고 있는 문제점을 분석하고, 미션과 비전, 전략이 최적화될 수 있도록 재설계함.
  - 미션 및 비전의 재설정은 먼저 초안을 마련하고 관련 담당자 및 전문가들과 함께 사업추진체계를 확정해가는 과정으로 구성하였음.
  - 체계분석을 통해 폐지, 축소, 통합, 보강, 신규 사업에 대한 재설정을 실시.
- 한식세계화를 위한 방향성은 크게 2가지로 제시할 수 있음.
  - 첫째, 사업의 전면적인 개편을 통해 전반적인 체제를 바꾸고 전혀 새로운 사업 추진이라는 형식을 갖는 경우
  - 둘째, 전면적 개편보다는 이전에 한식세계화 사업의 계승과 발전을 통해 진화해 가는 것으로 정책의 실행과 연속성, 성과의 계승 측면에서 본다면 후자의 방식을 채택하기로 함.

<그림 V-1> 한식세계화 5개년 계획 수립 방향



## 가. 한식세계화 SWOT Matrix

### STRENGTH

- 우수한 전통식품 및 문화 보유
  - 고유의 식문화 및 식품(발효식품 등) 기능적, 영양학적 가치
  - 다양한 메뉴로 차별화 가능
- 한식 상품화 및 산업화
  - 정부의 관심 및 지원 증가
  - 고추장 등 양념류 가공기술 발달
- 해외 한식당 성공 및 경험 축적
  - 한식당 운영 전략 등 자료 축적
- 기업의 해외진출 증가 및 현지화 성공

### WEAKNESS

- 업무 중복, 체계적 추진조직 부재
  - 주무부처에 따른 한식세계화사업 별도 추진
- 국제적 한식 전문 인력 부족
- 한식 인지도 미흡
  - 일부 국가에서만 인지도 향상
  - 관광객만을 대상으로 한 한식당의 서비스 및 위생 낙후
  - 영세업체 위주의 낮은 경쟁력
- 국가별 현지인들의 정확한 일상적 문화 및 개념에 대한 이해도 미흡
  - 한국식의 홍보와 마케팅 활용의 문제

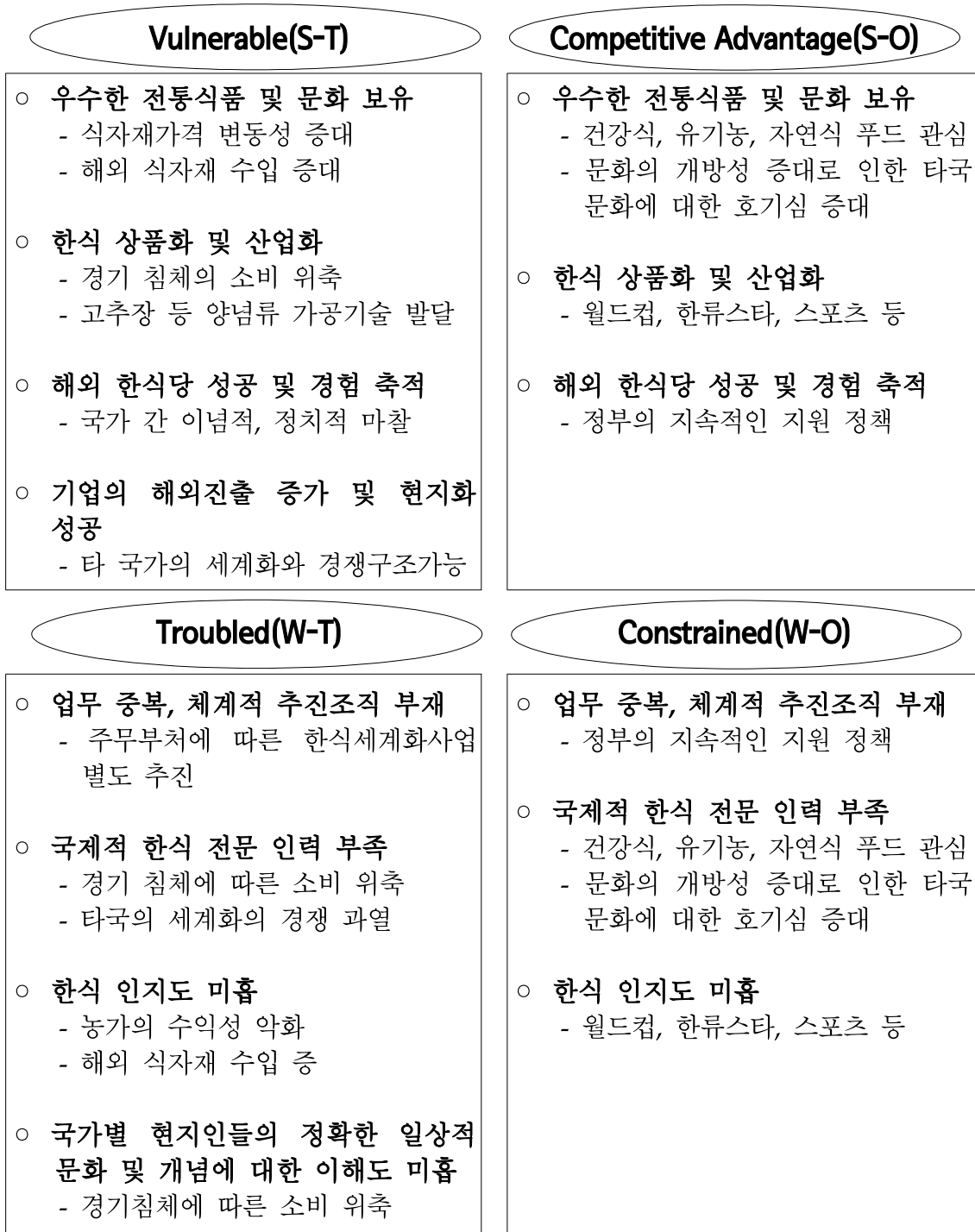
### OPPORTUNITIES

- 웰빙 및 에스닉 푸드에 대한 호기심 증대
  - 건강식, 유기농, 자연식 푸드 관심
  - 문화의 개방성 증대로 인한 타국 문화에 대한 호기심 증대
- 국가 인지도 향상에 따른 우리문화 관심 증가
  - 월드컵, 한류스타, 스포츠 등
- FTA 등 해외 시장 진출의 용이성 확보
- 정부의 한식세계화에 대한 지속적인 의지 및 지원 정책

### THREATS

- 식자재가격의 변동성 증가
  - 국제 곡물가 및 채소가의 급변
  - 농가의 수익성 악화
  - 해외 식자재 수입 증대 (WTO/DDA협상, FTA 확산 등)
- 국가별 식문화 세계화 추진으로 인한 경쟁 과열 가능
- 경기침체에 따른 소비 위축
- 국가 간 이념적, 정치적 마찰

나. 한식세계화 SWOT Analysis Diagram



## 다. 한식세계화 전략적 방향(Strategic direction)의 설정

### Vulnerable(S-T)

- 한식세계화의 “차별화 전략”
  - 한식 영양 및 우수한 품질의 유지
  - 고급 식품브랜드 명성 유지
- 한식 상품화 및 산업화
- 해외 한식당 차별화 전략
  - 단계별(국가별, 연령별) 진입 전략 마련
  - 한식당 현지화
  - 한식세계화 선구자 역할

### Competitive Advantage(S-O)

- 한식의 “차별화 전략”
  - 마케팅, 홍보 강화
  - 국가별, 연령별 차별화 Positioning
- 한식 상품화 및 산업화
  - 국제행사 및 한류스타, 스포츠 등의 후원을 통한 한식 상품화

### Troubled(W-T)

- 체계적인 추진 조직 확립
  - 컨트롤 타워 역할 수행 기관 지정에 따른 업무의 체계화
- 글로벌 스타 셰프 양성
  - 전문적이고 체계적인 한식 조리기술 육성 및 전파
- 한식 인지도 향상
  - 한식세계화 사업의 다변화
  - 국가별, 연령별 차별화 Positioning

### Constrained(W-O)

- 한식세계화의 “차별화 전략”
  - 소비자에게 다양한 제품 공급
  - 한식세계화를 위한 체계적 관리체계 구축
  - 글로벌 메이저 기업 육성
- 한식세계화 인지도 향상
  - 국제행사, 스포츠, 스타를 통한 한식 상품화
  - 한식문화 전파를 통한 국가 인지도 향상
  - 홍보관 건립을 통한 국내외 인지도 향상

## 2. 한식세계화의 비전과 목표 수립

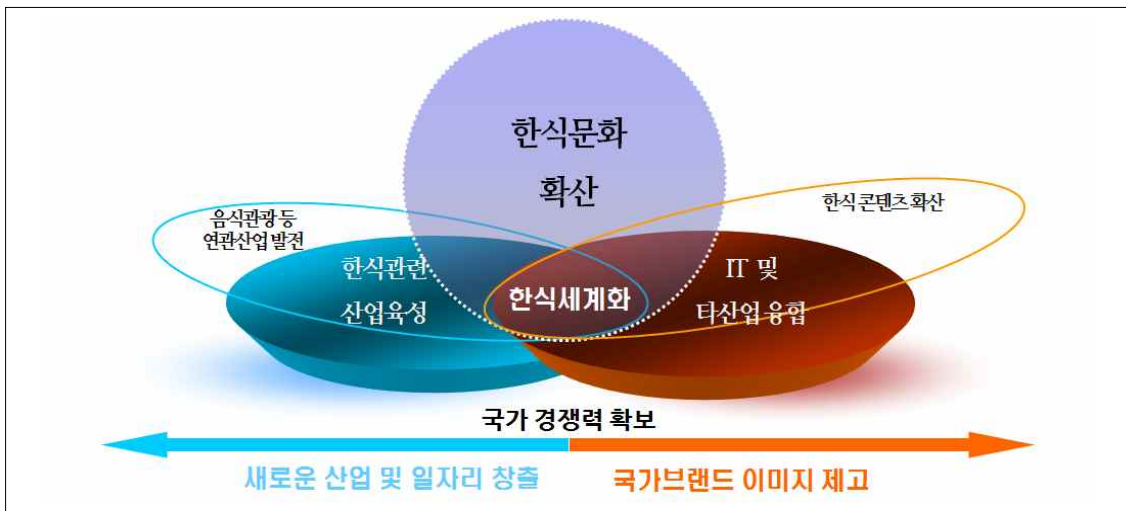
### 2.1 한식세계화 사업의 방향

#### □ 한식세계화 사업의 전략적 방향성

- [ 추적자 입장의 한식 ] ‘한식세계화’는 한식의 우수성에 대한 국민의 자긍심을 심어주고 있으나, 타 국가들의 대표 음식 세계화 추세에 따른 경쟁과 수입 개방 등 경쟁적인 시장 환경에서 아직 추적자(Follower) 수준에 머물러 있음.
  - 따라서 수립하고자 하는 ‘한식세계화’는 혁신적이고 차별화된 사업 수립·시행이 필요하며, 글로벌 경쟁 환경을 극복하고, 한식의 지속가능 성장을 확보 하도록 함.
- [ 현재 비전의 적합성 ] 현 비전은 ‘세계인이 즐기는 우리 한식’으로 웰빙 음식인 한식의 우수성을 국내외에 홍보하여, 한식의 가치창출 및 국가경쟁력 제고를 목적으로 하고 있음.
  - 현 비전은 인프라구축, R&D, 전문인력 양성, 경쟁력 강화, 식문화 홍보를 전략으로 설정하였고, 한식세계화를 위한 핵심가치들을 충분히 반영하고 있다고 판단됨.
- [ 새로운 비전의 설정 여부 ] 따라서 본 연구에서는 비전을 새롭게 정하기보다는 기존 비전을 유지하고 발전시키는 것이 바람직하다고 판단됨.
  - 발전시키는 방향은 한식 관련 산업의 진흥과 타 산업과의 융·복합화, 식문화 확산의 연계를 통한 음식관광 활성화를 추진함.
  - 특히 식문화 확산을 위하여 IT 기술의 활용으로 기존의 한식 및 식문화 콘텐츠 네트워크 기반을 더욱 공고히 확립할 필요가 있음.
- [ 고려해야 할 정책적 사항 ] 새로운 과제 수립을 위한 전략적 방향성은 정부 기조인 ‘창조경제’에 부합할 것으로 판단되며 이로 인하여 일자리 창출 및 글로벌 국가 경쟁력 확보에 기여하는 것으로 추진해야 할 것임.

- 앞으로 한식세계화 사업은 지금까지의 준비단계(1단계)를 완료하고 성장단계(2단계)로 진입하도록 수립해야 할 것임.
- 특히 전후방의 다양한 산업와의 접목, 농업과의 융·복합 등을 통해 새로운 식문화를 창조하는 과정을 적극적으로 고려해야 할 것임.

<그림 V-2> 한식세계화 전략적 접근 방법 설정



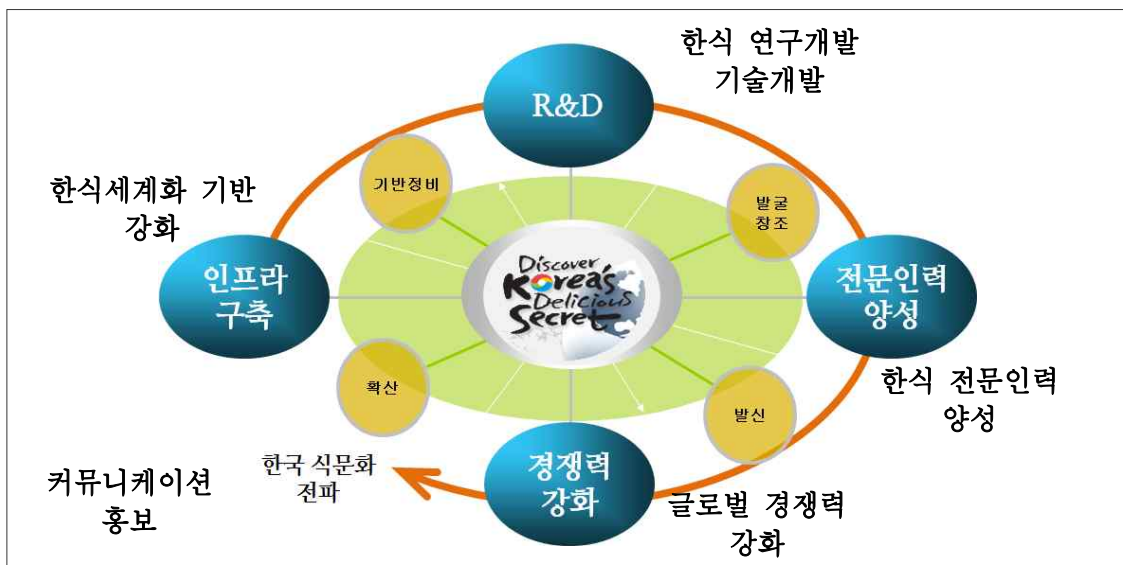
## □ 사업별 방향

- 기존 '인프라 구축'은 '한식세계화 기반 강화'로 재설정함.
  - 기존 한식세계화를 위한 홍보, R&D, 인력, 경쟁력을 위한 기초적인 기반을 형성하는 부문은 지속하며, 5개년 계획에서는 기반 형성 이외에 법과 제도의 정비 및 마련을 통해 관련 부분들이 정책화될 수 있도록 함.
- 기존 'R&D' 부문은 '한식 연구·개발'로 기초를 일부 수정함.
  - 기존 'R&D' 부문 전략은 한식 메뉴 및 제품 등 재화 위주로 진행되었지만 서비스(콘텐츠) 위주로 확장이 필요함.
- 기존 '전문인력 양성'은 한식세계화 확산을 위해 가장 기초적인 사업으로 성과 면에서나 효율면에서 사업을 지속적으로 수행하되 향후 전문인력의 다양성 확보 및 양성된 인력과 산업과의 연계·확산 등.



- 기존 '경쟁력 강화' 부문 역시 사업의 지속성이 필요하므로 기존 계획을 반영 또는 고려하여 유지하는 것이 바람직함.
  - 한식세계화 경쟁력 강화는 정부차원의 국가간 상호 협력체계를 구축하고, 민간차원의 자발적 참여 및 진출 등이 수반되어야 할 것임.
  - 자발적 참여 및 진출을 위해 노력하는 기업 및 단체를 위해서는 정부차원의 지속적인 지원이 필요함.
  
- 기존 '홍보' 부문은 '커뮤니케이션'으로 발전할 수 있도록 재설정함.
  - 기존 홍보 부문은 다양한 매체를 통해 국내외 한식세계화를 위한 하나의 전략으로만 추진되어 왔음.
  - 향후 '홍보'로만 추진되는 것이 아니라 권역별·거점별로 '커뮤니케이션'으로 발전하여 해당 국가의 정확한 인식, 타깃 층 등 면밀한 분석을 통해 거점별로 차별화된 '홍보·마케팅'을 실행함으로써 기존 체계에서 한 단계 성장할 필요.
  
- '한식세계화를 위한 5개년 계획' 수립은 위의 고려사항들을 반영하여 선순환 구조로 지속적 사업 추진의 기준으로, 향후 최소 5년 뒤 관련 사업들의 평가를 바탕으로 새로운 미션과 목표를 설정하도록 함.

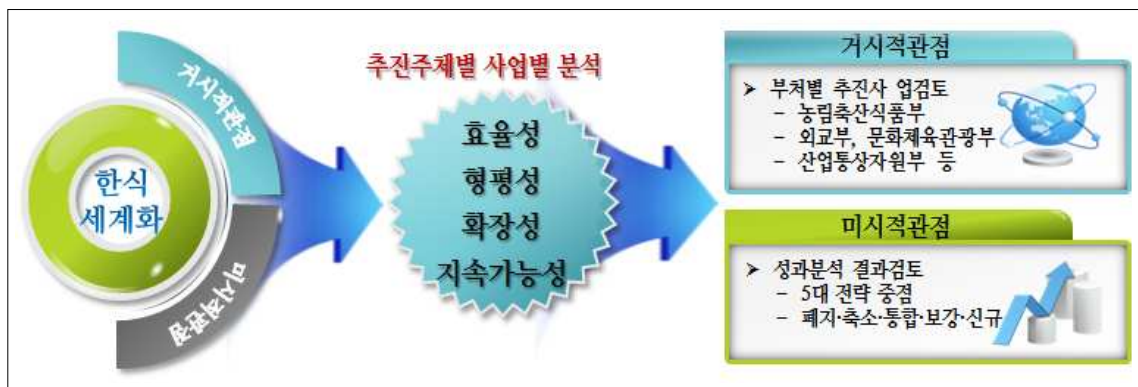
<그림 V-3> 한식세계화 사업 선순환 체계도



## 2.2 한식세계화 사업 추진을 위한 준거(準據)

- [ **효율성(Efficiency)** ] 효율성은 “한식세계화” 미래 비전 달성을 위한 구조적, 기능적 완성도를 의미하며, “한식세계화” 명성을 향상·유지시키기 위한 동력에 해당함.
- [ **형평성(Equity)** ] 소규모 한식당 등 사회, 경제적 약자들을 고려함으로써 “한식세계화”로 인한 경제적 혜택이 전체 업주 및 관련 업계 종사자들에게 미칠 수 있어야 함.
  - 형평성에 근거한 내부 응집력이 결여될 경우 “한식세계화”의 잠재력 극대화는 불가능하며, 식품산업의 치열한 경쟁 상황을 극복해 낼 수 없음.
- [ **확장성(Expandability)** ] 물리적 차원의 확장성 뿐만 아니라 문화적·심미적 차원의 쾌적성 확보는 한식 관련 업체 및 관련 부처, 한식재단의 경쟁력을 구성하는 요건이 되며, 해외 한식당업체 및 해외 진출 기업의 생존 장소로서의 매력과 직결됨.
  - “한식세계화”가 단순한 음식과 홍보의 대상이 아닌 우리나라 하나의 문화로 다른 자원들과 적절히 연계됨으로써 진정한 발전을 기대할 수 있음.
- [ **지속가능성(Substantiality)** ] “한식세계화”의 발전이 지속가능하려면 지나치게 자원 소모적인 성장 위주의 정책을 지양하고, 우리나라의 다른 문화와 “한식세계화”가 공존할 수 있는 방안을 고려해야 함.

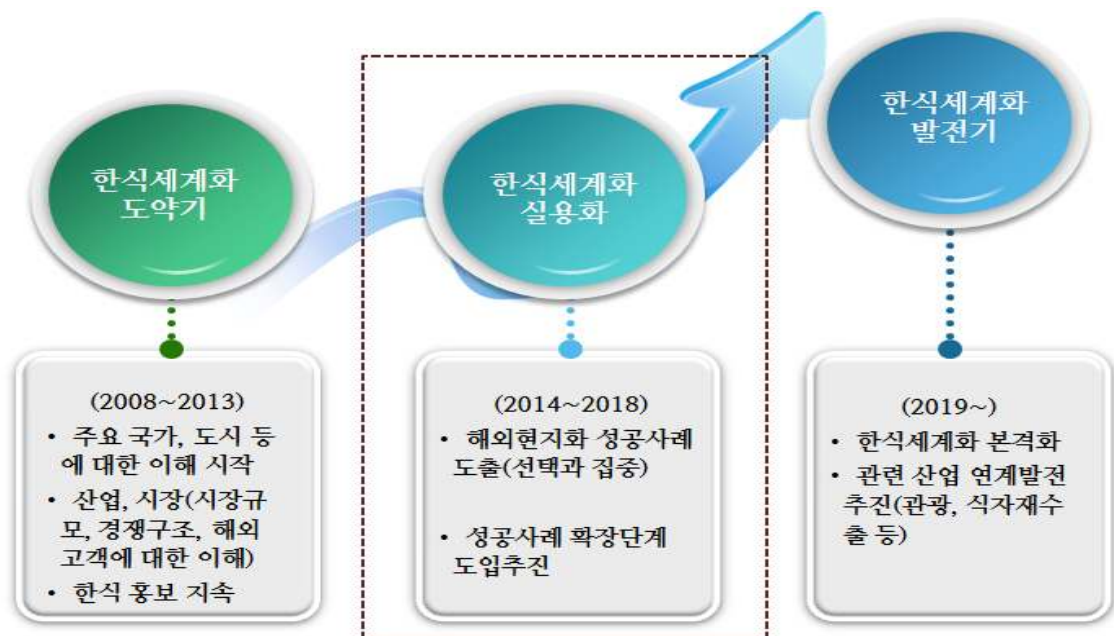
<그림 V-4> 한식세계화 사업 설정을 위한 준거



## 2.3 한식세계화 사업별 방향 및 로드맵 설정

- [ 한식세계화 추진단계 ] 본 연구에서 한식세계화 추진단계를 크게 ‘한식세계화 도약기’ → ‘실용화 단계’ → ‘발전기’의 3단계로 봄.

<그림 V-5> 한식세계화 로드맵



- [ STEP 1단계 ] 1단계는 한식세계화 도약기로, 한식에 대한 원론적인 연구를 시작으로 관련 산업 및 시장의 분위기를 조성하였다면, 향후 진행되어야 할 5년은 한식세계화의 실용화 단계임.
- [ STEP 2단계 ] 2단계인 ‘한식세계화 실용화 단계’는 한식에 대한 호감도 향상을 통한 소비촉진 및 한국문화에 대한 적극적인 수용을 위한 전략적 접근이 필요한 시점이며, 한식세계화 실용화의 성공을 위해 선택과 집중을 통해 한식에 대해 우호적인 해외시장부터 선(先)공략하는 단계임.
- 본 연구에서는 중단기 발전방안으로 한식세계화 실용화 단계에 국한하여 발전 계획을 수립함.

## 2.4 한식세계화의 비전과 목표

- 한식세계화 사업의 비전은 ‘세계인이 즐기는 우리 한식’으로 목표는 ‘음식경쟁력 세계 5대 국가 진입’을 목표로 5개 어젠다, 장단기 33개 과제 수행.

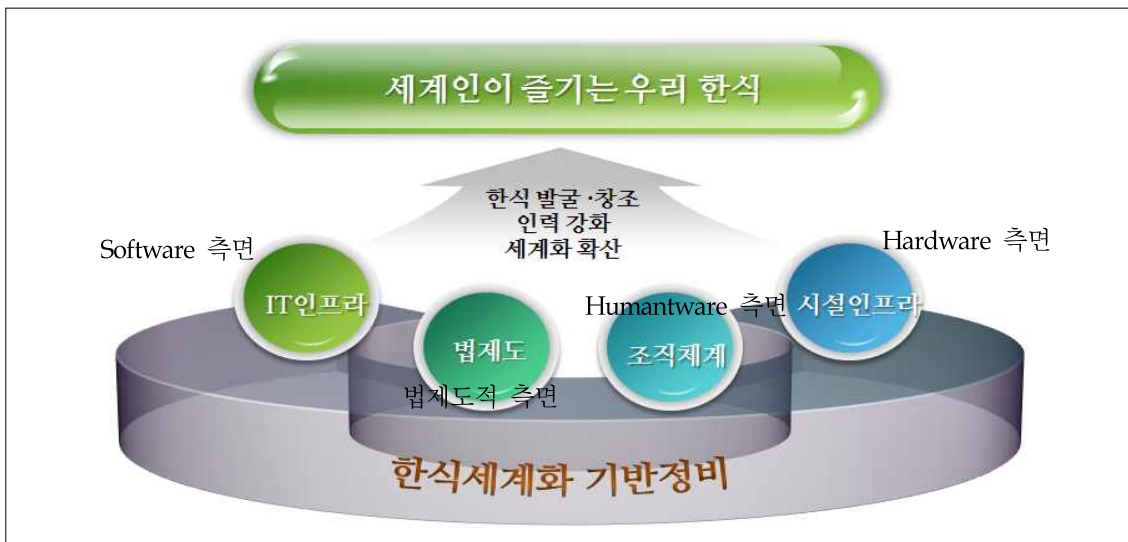
<그림 V-6> 한식세계화 사업 비전과 목표



### 3. [제1과제] 인프라 구축

- [ 법·제도 정비 ] 한식관련 국내 법·제도 구축은 대내외 여건변화에도 한식 세계화 사업이 대외적 경쟁력을 갖추는 기본으로 법률을 제정함.
  - 앞으로 한식세계화 사업을 체계적으로 선도하고, 동시에 지속적인 융·복합 하여 한식의 발전을 도모하기 위함.
- [ 종합조정기구 설치 ] 한식세계화 사업의 종합조정기구(Control Tower)를 설치하여 사업의 지속가능 성장을 확보하고, 분산된 사업 및 기능을 통합하여 사업의 시너지 효과를 최대화하도록 하는 것이 바람직함.
- [ HW 인프라 ] 한식종합체험홍보관을 조성하여 국내에서 한식세계화 홍보를 진행하는 인프라로 활용하고, 방문객에게 차별화된 한식서비스를 제공하고 한식의 종합적이고 체계적인 홍보·커뮤니케이션을 수행함.
- [ SW 인프라 ] 한식세계화 사업과 세계적 수준의 국내 IT기술이 융합한 디지털 클라우드 시스템 구축을 통해 한식세계화를 가속화함.

<그림 V-7> 인프라 구축 기본방향





<표 V-1> 한식세계화 인프라 구축 세부기본방향

목표	추진 과제	세부사업
한식 세계화 안정적 추진을 위한 기반 조성	1. 법·제도 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ ‘한식세계화 촉진법’ 제정</li> <li>★ 중장기 종합계획 수립 및 성과관리체계 구축               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식세계화 종합계획 수립</li> <li>- 연차별 시행계획 수립</li> <li>- 한식세계화 성과관리 체계 구축</li> </ul> </li> </ul>
	2. 조직 체계 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 한식세계화 종합조정기구 설치               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식세계화 종합조정기구(콘트롤 타워) 설치</li> <li>- 한식세계화추진단 역할 및 기능 구체화, 이관 및 조정</li> </ul> </li> <li>★ 추진 조직체계 효율성 제고               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식산업화를 위한 전문가 풀 구성</li> <li>- 해외한식당 협의체 구성 및 지원 또는 ‘해외한식교류회’ 설치</li> </ul> </li> </ul>
	3. 시설 인프라 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 전국 공공기관 컨벤션 센터 내 K-food 코트 입점 설치</li> <li>★ 한식종합체험홍보관 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시형 한식종합체험홍보관 조성</li> <li>- 지역형 한식종합체험홍보관 조성 (사전 타당성 분석, 기본계획 수립)</li> </ul> </li> </ul>
	4. 디지털 정보화 시스템 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 한식 디지털 정보화 사업               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식디지털 정보화 종합계획 수립</li> <li>- 한식 디지털 아카이브 구축</li> <li>- 한식원형복원 콘텐츠 디지털화 및 사업화 추진</li> <li>- 음식관광 정보인프라 네트워크 구축</li> <li>- 한식 디지털 아카이브 활용 콘텐츠 유통사업 발굴</li> </ul> </li> <li>★ 네트워크 플랫폼 강화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식세계화 공식포털 사이트의 안정적인 관리 및 업그레이드</li> <li>- 모바일 앱을 통한 지속적 정보제공 창구 및 지원창구의 특성 다양화</li> <li>- 국내외 한식 관련 사이트 확장</li> </ul> </li> <li>★ 사업관리 및 지원시스템 구축               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업관리시스템 강화</li> <li>- 한식지원시스템 구축</li> </ul> </li> </ul>

### 3.1 한식세계화 관련 법·제도 정립

#### □ 현재 위치와 기본방향

##### 법·제도 정립의 기본방향

#### 법·제도 정립을 통한 한식세계화의 지속가능 성장 기반 구축

- 한식관련 국내 법·제도를 정비하여 대내외 여건변화에도 한식세계화 사업이 경쟁력을 갖고 글로벌 산업으로 선도할 수 있도록 토대를 마련함과 동시에 지속적인 융·복합과 발전을 도모함.
- [ 현재의 한식 여건 ] 식품과 식생활·식문화 사업의 글로벌 토대 구축은 초기 고비용 투입으로 인해 주요 국가에서만 시행되어 왔음. 현재 이는 블루오션(blue ocean)으로 인식하고, 나아가 고부가가치 창출, 전후방 산업간 연관성 증대, 융복합산업의 기반 형성 등이 가능하다는 측면에서 글로벌 경쟁이 치열함.
    - 주요국은 문화자원과 농업·서비스업 등을 융·복합하는 영역으로 '자국(自國) 음식'을 글로벌화하는 것으로 인식하고 있음.
    - 농수축산업을 식품 수출을 유도하고, 국가 이미지에 큰 영향을 미치는 음식을 통해 산업과 문화를 글로벌 경쟁력을 확보하기에 치열하게 경쟁하고 있음.
    - 특히 선제적 글로벌시장 창출의 선점에 따라 선두주자가 결정될 수 있는 미래핵심 전략산업이 음식산업이므로 각국에서는 세계시장 선점을 위하여 다양한 세계화 정책을 강구해 오고 있음.
  - [ 한식세계화에 대한 국가 지원 ] 따라서 우리나라 또한 문화자원의 핵심인 한식을 미래 국가핵심 이미지 표현과 문화매개체로 육성하기 위하여 장기적 관점에서 범국가적 역량을 집중하고, 체계적이고 일관성 있는 발전체계 구축을 위한 국가적 차원의 지원이 필요하다고 판단됨.

- [ **지금까지 성과는 미흡** ] 지난 '09년 정부는 한식세계화사업추진단을 구성하고 한국식품재단 등을 통해 한식세계화사업을 추진하여 왔으나, 다양한 노력에도 불구하고 한식세계화를 제 궤도로 올리는 데에는 미흡하였음.
  - 일본 등 주요 국가들 보다 식품과 식생활 문화 추진이 뒤떨어져 새로운 전략 수립 등 적극적인 방향으로 선회할 시점에 와 있다고 볼 수 있음.
- 주지하다시피 식품과 식생활 문화의 세계화는 경제적·사회적으로나 더 나아가 국가의 위상을 좌우할 수 있는 중요한 사업의 하나로서 육성하고 발전시켜야 하는 당위성은 부정하기 힘들지만 아직 해당 사업에 대한 국내외 인프라와 인력 등은 선발국의 지위에 도달하고 있지 못하는 실정임.
- [ **법규의 필요** ] 따라서 한식세계화 사업이 대외적 경쟁력을 갖추고 미래 산업을 선도할 수 있도록 함과 동시에 농업과 문화, 나아가 산업의 지속적인 융합과 발전을 도모하기 위하여 한식 관련 법·제도를 제정·정비할 필요가 있음.

## □ 추진계획

- 법·제도 개선을 위한 사업예산(안)은 5년간 총 3억원 소요 예상됨. 중장기 종합계획 수립 및 성과관리 부분은 기존 추진된 사업비를 기준으로 작성됨.
  - 중장기 종합계획수립(2019년~2023년) : 1억원(2017년)
  - 연차별 시행계획 수립은 자체 추진으로 비예산 사업
  - 성과관리체계 구축방안 연구 : 1억원(2014년)
  - 성과관리 운영시스템 구축 : 1억원(2015년)

<표 V-2> 법·제도 개선 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
법률 제정	국고	-	-	-	-	-	-
중장기 종합계획 수립 및 성과관리	국고	100	100	-	100	-	300
합계		100	100	-	100	-	300

주 1. 촉진법 제정에 관한 부분은 예산에 미반영함.

2. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.



□ 한식 관련 법률 제정 추진

- [ **운용중인 법규** ] 전통식품과 식생활 문화의 세계화를 위해 「농어업·농어촌 및 식품산업기본법」, 「식품산업진흥법」, 「외식산업진흥법」을 운영하고 있음.
  - 식품정책은 농림부의 식량자급률 관리 정책과 식약청의 식품제조업의 인허가 및 위생관리에 중점을 두고 추진되어 왔으나, '08년 농림축산식품부의 「식품산업진흥법」 제정을 계기로 국내산 농산물을 이용한 식품산업 진흥 정책이 추진됨.
  - 이후 한식세계화 촉진을 위해 외식산업진흥법 제정, 중소기업창업지원법 개정, 전통주 육성을 위한 법률 제정, 식생활교육지원법 제정, 관광진흥개발 기금법 개정 등 법률·제도 개선이 추진되어 왔음.

<표 V-3> 한식 관련 국내 법규 비교

구분	식품산업진흥법	외식산업진흥법	농어업·농어촌 및 식품산업 기본법
목적	- 식품산업과 농어업 간의 연계강화를 통하여 식품산업의 건전한 발전을 도모하고 식품산업의 경쟁력을 제고하여 다양하고 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국가경제 발전에 이바지하는 것	- 외식산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 외식산업 진흥의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지하는 것	- 국민경제·사회·문화의 기반인 농어업과 농어촌의 지속가능한 발전을 도모하고, 국민에게 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급하며, 농어업인의 소득과 삶의 질을 높이기 위하여 농어업, 농어촌 및 식품산업이 나아갈 방향과 국가 정책 방향 규정
정의	- “식품”이란 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 농수산물이거나, 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물	- “외식산업”이란 외식상품의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·수입·가맹사업 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업과 그 밖에 산업	- “식품산업”이란 식품을 생산, 가공, 제조, 조리, 포장, 보관, 수송 또는 판매하는 산업

- [ **현행 법·제도의 한계** ] 현행 법·제도는 전통식품과 식생활 문화의 세계화 진흥을 위한 법제이지만 한식생태계 조성 등 한식세계화를 위한 포괄적인 내용은 포함하고 있지 못하고 있는 것으로 판단됨.
  - 식품사업관련 세부사업별 「전통주산업진흥을위한법률」, 「외식산업진흥법」, 「김치산업진흥법」 등 법률이 제정됨에 따라 행정적 업무의 중복, 체계성·일관성 결여로 실효성 있는 법 집행이 어려움.

<표 V-4> 식품관련 법률별 조항

구분	기본계획	지자체	심의조직	자금	조세감면	인력양성	R&D 지원	사업단체	수출촉진	유통지원	경영·창업	인증제도	별칭조항
농어업발전법	■	■	■	■	■		■		■	■			■
식품산업진흥법	■	■	■		■	■	■	■	■		■	■	■
전통주산업법	■						■	■	■		■	■	■
외식산업진흥법	■	■				■	■	■	■	■	■	■	■
김치산업진흥법	■			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
쌀가공산업법	■	■					■		■	■	■		■
농수산물품질관리법			■			■						■	■
축산물위생관리법			■			■						■	■
식품위생법			■	■		■	■	■					■
건강기능식품에관한법률			■	■		■	■	■				■	■

주 : 농어업발전법은 「농어업농어촌 발전 및 식품산업기본법」, 전통주산업법은 「전통주 산업진흥을 위한 법률」, 쌀가공산업법은 「쌀가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률」의 줄임말임.

자료 : 국회입법조사처 내부자료

- [ **한식세계화의 법적 기반 필요** ] 한식세계화가 국민적 공감대에 기반을 둔 지속발전 가능한 사업으로 정체성을 확립하도록 하기 위해서는 한식세계화에 대한 ‘촉진법’이나 ‘진흥법’과 같은 법적 근거를 갖는 것이 필요함.

□ 성과관리 체계 구축

- [ 한식세계화의 미흡 현황 ] 한식세계화 사업 추진에 있어 사전검토 미흡 및 성과반영 미비에 따른 사업 중단, 예산 배정의 비효율이 발생함.
  - 사업수요나 필요성, 유사 사업집행에 대한 분석 및 사전조사 등에 대한 면밀한 검토가 미흡한 상황에서 사업이 추진됨에 따라, 사업개시 1~2년 만에 사업이 중단되거나 다수의 사업이 유사·중복되어 진행됨.
  - 당초 예산 편성된 내용과 다르게 사용하도록 변경 승인함에 따라 상당부분 (23%)의 예산이 변경 집행되거나 불용 또는 이월 사용됨.
  - 이에 따라 사업효과 및 예산운영의 비효율 및 인력낭비 초래하고 있으며, 사업효과 및 재정 효율성을 저해하는 결과를 초래함.

<표 V-5> 한식세계화 사업 중단사례

사업명	세부내용
플래그십 한식당 개설사업(2011년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 뉴욕에 한식당 개설계획(국비 50억원 + 민간투자 100억원)</li> <li>• 민간투자공모 절차 진행과정에서 미 응찰로 사업종료 됨.</li> </ul>
해외한식당 개설사업 (2009~2010년)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 한식당을 신규로 개설하고자 하는 법인 또는 개인사업자에게 개설자금을 융자 지원하기 위한 사업</li> <li>• 중도 포기사례가 빈번 : 예산 54.5%('09년), 40.8%('10년)만 집행됨.</li> <li>• 비효율적 예산배정('09년 실적부진에도 '10년 예산을 2배 증설)</li> </ul>

- [ 한식세계화의 성과관리 필요 ] 사업의 중장기적 계획수립을 통해 사업추진의 효율성을 제고하고, 단기적 성과에 치우쳐 사업의 중단, 과시적 사업추진 등을 방지하기 위해 기획단계 부터 철저한 성과관리체계 구축이 필요함.
  - 종합계획을 수립하고 계획에 따라 업무분장 및 기관별·연도별 시행계획을 구체화하여 수행상의 자원 낭비를 미연에 방지하고, 성과에 대한 과학적 평가를 통해 사업을 신설하거나 폐지하는 체계를 구축함.
- 한식세계화의 비전·목표 및 추진방향을 제시하고 결과의 면밀한 분석을 통하여 향후 계획수립 및 예산집행의 합리화를 도모함.

## 가. ‘한식세계화 촉진법’ 또는 ‘한식 진흥에 관한 진흥법’ 제정 추진

- [ 법률 제정 내용 ] ‘한식세계화 촉진법’ 또는 ‘한식 진흥에 관한 법’은 「식품산업진흥법」, 「외식산업진흥법」상의 규정을 토대로 국내외 한식당·식재료·식생활 문화 등 한식세계화 전반의 촉진을 위한 제반사항을 다룸.

<표 V-6> 한식세계화 관련된 법률 제정 주요내용

사업	내용
기본계획수립	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부는 기본계획과 기본계획 달성을 위한 연도별 실행계획을 수립·추진</li> </ul>
사업추진주체 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농림축산식품부장관의 인가를 받아 한식세계화 종합조정기구를 지정하여 한식세계화 제반사업 등을 수행하도록 함.</li> <li>- 한식의 세계화 촉진 및 기술진흥을 위한 사업을 효율적이고 체계적으로 추진하고 한식관련 정책 개발 지원을 목적으로 함.</li> </ul>
기반 조성 (인프라 구축)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식종합관리시스템 구축·운영, 전문인력의 양성, 한식 관련 연구·개발 촉진, 국내외 한식관련 조직 구성·운영, 자금 지원, 통계 및 실태조사, 국제협력 촉진, 개도국에 대한 한식 보급 촉진, 홍보 등을 실시하여 한식 세계화의 유·무형 기반을 강화함.</li> </ul>
한식종합체험홍보관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농축식품부장관은 한식종합체험홍보관 조성지역을 시·도지사의 신청에 의하여 중앙행정기관의 장과 협의하여 지정함</li> </ul>
한식품질관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외 한식당의 품질 확보 및 한식 보급 및 확산을 촉진하기 한식 사업추진주체가 한식에 대한 품질인증을 실시할 수 있도록 함.</li> </ul>
전문기관 지정 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부는 한식 세계화의 중추적 역할을 담당하고 기업·대학 및 연구소간의 상호 유기적 협조체제를 구축하여 국가 자원의 효율적 이용을 위하여 한식의 거점기능을 담당할 한식 전문기관을 지정할 수 있도록 함. 또한 필요한 전문인력 및 시설을 갖춘 학교·기관 또는 단체, 기업 등을 한식세계화 전문기관으로 지정하여 운영함. 또한 정부는 기업의 참여를 유도하기 위하여 시책을 마련하도록 함</li> </ul>
수익사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 사업추진주체는 한식세계화에 필요한 비용을 충당하기 위하여 정부의 승인을 받아 수익사업을 할 수 있도록 함</li> </ul>
한식기금의 설치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화의 촉진 및 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 한식 사업추진주체는 한식기금을 설치함</li> </ul>
성과평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부는 한식세계화 활동에 대한 평가를 성과 중심으로 실시하여 한식 사업추진주체·연구기관·대학 및 기업 등에 대한 한식세계화 투자의 효율성과 책임성을 높이도록 노력하여야 함</li> </ul>

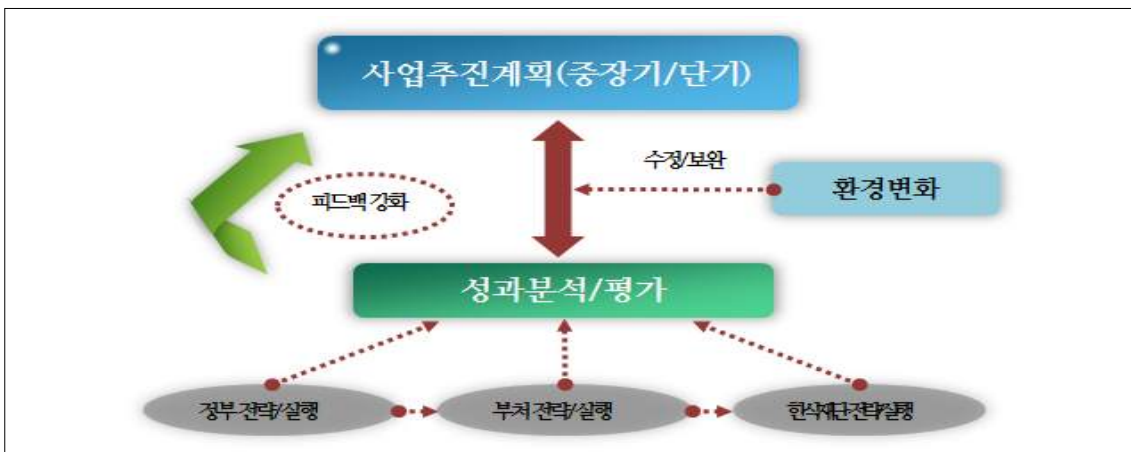
주 : 법률안 초안, 부록 참조

- [ 조속한 추진 ] 한식세계화에 관련한 법률을 의원 입법 또는 정부 입법을 통하여 특별법으로 한식세계화를 조속히 추진하도록 함.

## 나. 중장기 종합계획 수립

- [ 중장기 종합계획의 필요성 ] 농림축산식품부의 한식세계화 관련 종합 계획을 수립하여 국가 중장기 계획과 연계를 통해 사업의 중복요소 제거 및 전략적 접근을 통한 정책의 실효성 제고함.
  - 식품산업진흥 기본계획, 외식산업진흥 기본계획, 농림수산물과학육성 종합계획 및 5개년 실천계획 등을 고려함.
  - 한식 연관산업 및 기관들의 유기적 협업 아래 고유한 역량을 발휘할 수 있는 체계를 구축하여 사업의 지속성·추진력 확보함.
- [ 종합계획의 방향성 ] 한식의 환경변화와 미래 성장 동력 발굴 등을 반영한 한식세계화의 비전·목표 및 추진 방향을 제시함.
  - 수립된 계획의 구체화를 통한 기관별·분야별 중장기 계획과의 연계 수립
  - 종합계획에 따른 전략적 시행계획 수립 및 점검 체계 강화.
- 종합계획에 따른 정책과제 구체화를 위해 인력양성·R&D·경쟁력 강화·커뮤니케이션 분야에 대한 추진체계 구축함.
  - 매년 시행계획 수립 : 농림축산식품부장관의 수립지침 근거

<그림 V-8> 종합계획 수립 및 성과관리



## 다. 성과관리체계 구축

- [ **한식세계화 사업 성과관리 체계 구축** ] 이를 통해, 기획 단계부터 성과목표 및 중간지표 관리 강화를 추진하는 선순환 체계를 구축함.
  - ‘한식세계화 협업단’이 주체가 되어 사업의 편성·집행·평가 등 전단계에 걸쳐 한식세계화사업의 성과관리 강화를 강화함.
  - 「기획」 → 「평가」 → 「성과확산」 → 「기획」의 선순환체계 구축

<표 V-7> 성과지표 설정 SMART 기준

구분	설정기준
<b>Specific :</b> 명확성	• 일관성 있는 성과 데이터의 수집과 공정한 비교를 위해 성과지표는 명확하고 알기 쉽게 정의되어야 함
<b>Measurable :</b> 측정가능성	• 성과지표는 측정을 위한 데이터가 존재하여야 하며 사용에 제약이 크지 않아야 함
<b>Attributable :</b> 원인성	• 해당사업 성과의 변화가 성과지표의 변화를 가져와야 함
<b>Reliable :</b> 신뢰성	• 성과지표는 제 3자가 검토하더라도 일관된 결과가 나올 수 있어야 하고, 가급적 공식적이고 객관적인 통계정보를 활용할 수 있어야 함
<b>Timely :</b> 적시성	• 성과측정 대상년도의 성과정보가 성과측정 전에 나와야 함

- 한식세계화 성과관리체계 구축을 위한 기본계획 수립
  - 기획 단계부터 성과목표 및 중간지표 관리 강화를 추진하며, 목표별 사업 분류, 공동 성과지표에 따라 단계적으로 통합 관리.
- [ **성과관리 운영시스템 구축** ] 성과관리 운영시스템을 구축하여 추진 주체의 다양성을 보완(정보 집결체 확립, 핵심 과업에 집중투자)하고, 중복 방지(목표에 따른 유사 사업 분류, 공동 성과지표로 단계적 통합관리)함.
  - 공정한 성과평가방법 운영은 평가위원회 및 평가단의 합리적 구성·운영을 통한 평가의 공정성 향상.
- [ **성과관리 결과의 환류** ] 평가결과 활용 강화 성과평과의 결과는 해당 전략 및 과제의 향후 투자계획과 관련 기관의 연차별 시행계획에 반영(필요시 중장기 종합계획 수정·보완)함.
  - 한식세계화 사업추진에 관한 평가지표 개발을 통해 사업의 중지, 유지, 확대, 신규설정의 근거로 활용.

## 3.2 조직체계 정비

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 조직체계 정비의 기본방향

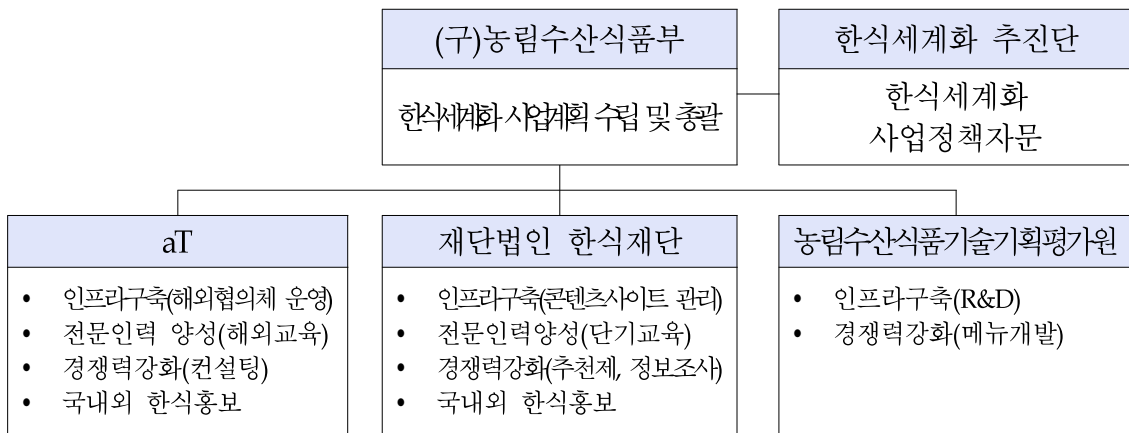
#### 구축한식세계화 사업추진기관 정비를 통한 선순환 체계 구축

- 한식세계화사업의 지속성 확보를 위해서는 분산되어있는 사업 및 기능을 통합하여 전략적·체계적 집행을 위한 업무분장을 추진하고 사업을 통합 관리를 위한 종합조정기구(Control Tower)를 구축이 필요함.
  
- [ 사업 추진체계의 필요 ] ‘한식세계화’는 향후 국가의 중요한 성장동력으로 사업추진의 지속성 확보를 위한 여건이 조성되어야 함.
  - 한식은 한국문화소통지수 5개 부문 중 공감성과 진정성 측면에서 K-POP, Drama 등을 제치고 1위를 차지함.<sup>56)</sup>
  - 한식세계화에 대한 국민의 공감 및 필요성은 92%를 나타냄.<sup>57)</sup>
  
- [ 한식세계화 추진단의 구성 ] 한식세계화 사업 추진 초기 정부와 민간합동으로 ‘한식세계화 추진단’을 구성하여 한식세계화 전략 수립, 법·제도 정비하였고, 민간 전문성과 독창성을 살려 한식세계화의 추진동력을 강화하고 한식세계화 총괄기능을 수행할 목적으로 민법상 재단법인으로 설립함.
  - 그러나 한식재단의 출범이 지연되고, 총괄 책임체계의 부재 및 공공주체 간 역할모호성 등으로 체계적 사업 진행이 어려움.
  - 한식세계화 사업을 추진하기 위한 법과 제도 정비 및 사업추진을 위해 범정부 차원에서 추진되었음.
  - 총괄책임체계의 부재 및 공공주체간의 역할 모호성에 의해 부처 간 개별 사업으로 진행됨.

56) '12. 9. 6. CCF2012, 토마스 렌즈 하버드 예술박물관 관장 등 세계 유수 오피니언리더 152명을 대상으로 설문  
57) '10.10. 코리아리서치센터

- [ **농림축산식품부의 중심 역할** ] 현재 본 사업은 주무부처인 농림축산식품부를 중심으로 집행기구인 (재)한식재단과 aT, 농기평에서 전략적으로 진행하고 있음.
  - 농림축산식품부는 문화체육부, 외교부, 지식경제부 등 정부기관과 협력하고 있으며, 한식세계화 추진단이 정책수립 및 자문을 담당함.

<그림 V-9> **현행 한식세계화 사업 추진체계**



자료 : 한식재단 내부자료

- [ **사업의 중복성, 효율성 미흡** ] 이와 같이 추진기관의 다원화로 인해 업무가 중복될 우려가 있고 농림축산식품부내 뿐만 아니라 다른 부처의 사업과도 일부 유사 중복 소지가 있음.
- 사업의 유사 중복성은 사업 효과성을 저해할 우려가 있는 바, 사업계획 구체화 단계에서 관련 사업간 계열화 등 사업효과성을 높이기 위한 방안이 마련되어야 함.
  - 유사 사업 분산추진에 따른 정책수요자의 혼란 야기 및 정책불신 초래
  - 국회 등에서의 사업 분산 추진에 따른 낮은 효율성에 대한 지적과 함께, 기관 간 책임전가 및 탁상행정이라는 민원이 다수 발생
  - 한식세계화 사업은 aT·농기평 등의 고유 업무가 아닌 부수업무 형태로 집중의 어려움이 있으며 ‘한식재단’<sup>58)</sup> 설립 취지에도 어긋남.
  - 한식BI 활용 등 일관된 이미지 형성을 위한 통합적 추진이 어려움.

58) 한식재단을 사업추진주체로 하되 재단이 추진역량을 갖출 때 까지 잠정적으로 분담, 한식세계화사업 기본계획, 2010



<표 V-8> 유사가능 분산현황

구분	운영현황	
교육	aT : 해외 및 학교교육	한식재단 : 단기교육
R&D	농기평 : 한식 우수성 구명	한식재단 : 한식원형복원 및 아카이브구축
해외한식당	aT : 한식당 컨설팅 해외한식당 협의체 운영	한식재단 : 한식당 현황 및 시장조사, 해외우수한식당 추천제

자료 : 한식재단 내부자료

<표 V-9> 유사중복 소지가 있는 사업(한식원형복원 사업)

	농림축산식품부	농촌진흥청
사업명	한식원형복원사업	농업기초기반연구
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 및 식문화 관련 고조리서를 비롯, 관련 콘텐츠를 발굴하고 DB화하여 관련 연구 및 산업화의 기초자료로 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고문헌 속 한식 발굴을 통한 한식 다양성 확보, 고문헌의 번역 및 현대적 조리법 재현</li> </ul>
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 및 음식문화 관련 콘텐츠 DB구축</li> <li>세계화 유망 한식메뉴 스토리텔링 소재 발굴</li> <li>고문헌 목록 및 상세해제 작성</li> <li>북한 전통음식 및 역사성 있는 한식당 조사·발굴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>조리서 원전의 번역(또는 국역본의 재해석 및 상세설명)과 수록된 음식의 현대적 조리법 재현</li> <li>수문사설(2010영 38종) → 영접도감의 궤(2011년 50종) → 농정회요/음식방문(2012 100종)</li> </ul>
사업기간	2011~2015	1999~계속
예산규모	18억원	매년 5천만원
시행기관	한식재단	농촌진흥청

자료 : 농림축산식품부, 2013

- [ 한식세계화 조직체계의 방향 ] 세계인이 인정하는 한식세계화 사업의 지속성 확보를 위해서는 분산되어있는 사업 및 기능을 통합하여 한식과 연관산업 및 기관과의 유기적인 협업관계에서 고유한 역량을 발휘할 수 있도록 체계를 구축하여 사업의 지속성·추진력을 확보해야 함.
  - 한류 등과 연계한 '한식세계화'의 진정한 도약을 위해서는 사업추진기관 일원화를 통해 선순환 체계 구축이 필수.

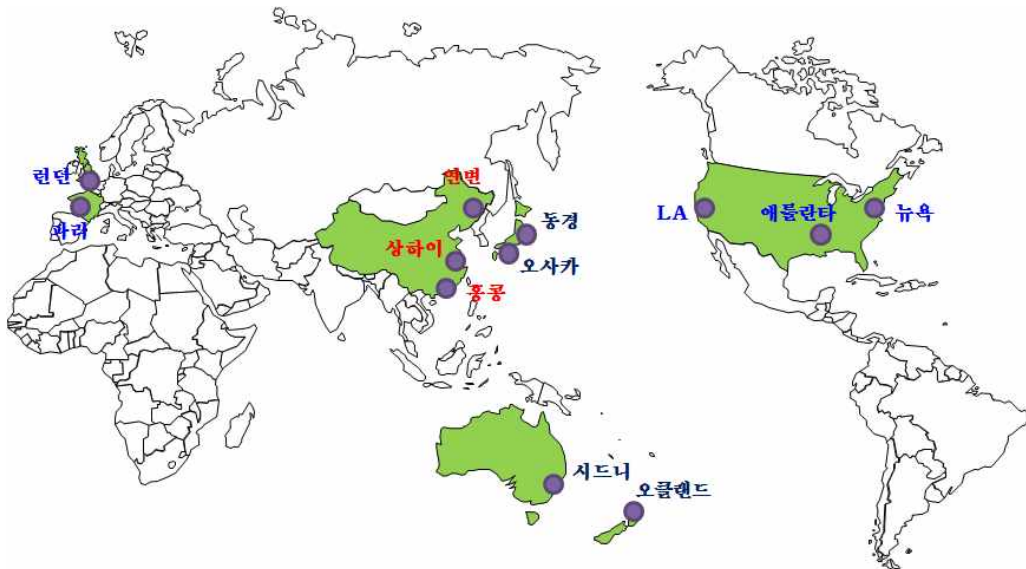
- 이에 따라 한식세계화 사업추진의 종합조정기구를 구축하여 유관기관 간의 유사 중복 소지가 있는 사업내용을 면밀히 파악하여 업무내용을 차별화 하고, 이를 효과적으로 연계 또는 통합하는 등 사업추진체계 및 내용에 관한 총괄·조정하는 것이 필요함.
- [ **기설치된 추진단의 역할 미흡** ] '09년 정부와 민간 합동으로 구성된 한식세계화 추진단은 한식세계화 전략수립, 법·제도 정비, 세계화 사업 추진 점검 역할을 수행하여 정책의 전략적·체계적 추진을 도모하고자 함.
  - 농림축산식품부에서 식품산업진흥법 제17조의 규정에 따라 한식세계화 사업을 위하여 한식세계화 추진단을 구성·운영
  - 유통공사 등으로 하여금 매년 추진단 운영을 지원하게 하고 4년간 430백만원의 예산을 편성 교부함.
  - 그러나, 추진단 활동실적 감사결과, 전체회의 등이 제대로 개최되지 않고 있을 뿐만 아니라, 형식적으로 운영되고 있어 당초 목적 달성에 어려움.
- [ **현행 해외식당협의체의 개선** ] '10년부터 지원하고 있는 해외한식당협의체 추진실적을 보면 매년 같은 단체의 유사사업에 사업비를 지원하고 있어 사업 대상 및 내용의 개선 필요함.
  - 한식당이 많이 소재하는 해외 주요 도시에서 한식당 협의체를 구성하고, 이를 통해 해외 한식당 활성화 기반 마련을 목적으로 함.
  - 홈페이지 구축·리뉴얼(renewal), 맛지도 제작, 한식홍보 등 유사한 사업내용으로 3년 연속 지원
- 향후 '해외한식교류회' 구축을 통해 지역별 협의체를 연계하는 통합적 해외한식 지원체계 마련함. 교류회의 기본 방향은 한식세계화의 특성을 반영하여 해외중심의 민간과 공공이 참여하는 한식파트너십 기반형성을 전제로 해야 함.
  - 교류회를 행정체계의 하나로 간주하여 민간에 대한 명령이나 시달의 장으로 활용하려는 경향을 배제하는 등 해외한식당협의체 내 참여 주체 간 관계를 명확히 정의해야 함.

- 공동협력을 위한 협의체제가 구축되고 원활히 움직이기 위해 민관 등 참여 주체가 수행하는 역할을 명확히 구분
- 교류회는 한식세계화와 관련된 이해관계자의 협력적 관계를 바탕으로 추진 되는 협의체이므로 해외지역 특성을 반영하는 유연한 조직이 되어야 함.

<표 V-10> 해외한식당 협의체 현황과 분포도

지역	도시	협의체 명칭	회원수	도시인구 (만명)	비고
유럽권	런던	재영요식업협회	100	755	
	파리	재불한식문화협회	54	217 (1,100)	권역인구
북미권	뉴욕	미동부 한식세계화추진위원회	50	839	
	LA	미서부 한식세계화추진위원회	237	384	
	애틀란타	미동남부 한식세계화협의회	140	60 (527)	권역인구
중국권	상하이	상해화동식품 발전협의회	35	1,711	
	홍콩	홍콩한인요식업협의회	40	697	
	연변	연변조선족전통요리협회	192	219	
일본권	도쿄	민단한식넷협의회	400	1,268 (3,100)	권역인구
	오사카	(사)관서한국식품문화협회	198	268	
대양주권	시드니	호주한식협의회	71	433	
	오클랜드	재뉴한인음식업협회	100	135	

자료 : 한국산업개발연구원 DB, 2013



<표 V-11> 해외한식당 협의체 사업 지원내역

구분	2010년	2011년	2012년
뉴욕	<ul style="list-style-type: none"> <li>제30회 맨하탄 코리아 퍼레이드 연계 한식홍보</li> <li>한식당메뉴설명 테이블메트 제작</li> <li>한국 전통주 홍보사업</li> <li>미동부한식세계화추진위원회 홈페이지 구축</li> <li>Central Park Korean Food &amp; Culture Festival</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 리뉴얼</li> <li>한식당 인테리어</li> <li>입양아 대상 한식홍보</li> <li>행정관료 한식홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식전용 식기류 제작</li> <li>공동구매사업</li> <li>지역행정기관 한식제공사업</li> </ul>
LA	<ul style="list-style-type: none"> <li>협의체 홈페이지 구축사업</li> <li>한식당 맛지도 제작</li> <li>극장 및 Billboard 활용홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 축제</li> <li>맛지도 제작</li> <li>메뉴판 업그레이드</li> <li>홈페이지 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식홍보 및 알리기 위한 한식 제공</li> <li>LA한인 축제 한식홍보</li> <li>메뉴판 교체사업</li> <li>웹사이트 관리 운영</li> </ul>
도쿄	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식넷 홈페이지 구축</li> <li>동경한식당 맛지도 제작</li> <li>한국식재(김장세트) 공동구매 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>김장김치 공동구매</li> <li>경영 매뉴얼 제작</li> <li>홈페이지 리뉴얼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>김장김치 페스티벌</li> <li>아이폰용 맛지도 제작</li> <li>홈페이지 유지 보강</li> </ul>
오사카	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>자체워크숍 개최</li> <li>메뉴판개선사업</li> <li>공동 숟가락, 젓가락 배포</li> </ul>
연변	<ul style="list-style-type: none"> <li>협의체 홈페이지 구축</li> <li>한식당 맛지도 제작</li> <li>연변지역 축제연계 한식홍보관 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>두만강박람회 연계 한식홍보</li> <li>맛지도 제작</li> <li>홈페이지 리뉴얼</li> <li>메뉴판 제작</li> <li>TV, 라디오 광고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>메뉴판 개선</li> <li>한식문화 홍보</li> </ul>
상하이	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>F1 행사 연계 한식홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>메뉴판 개선</li> <li>한식도시락 공급</li> <li>상해 한식당 소개책자 발행</li> </ul>
홍콩	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taste of Korea 행사 활용 한식홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협의체 홈페이지 제작</li> <li>한식당 맛지도 제작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Korean Cuisine 요리교실</li> <li>Korean Festival 연계 김치 테마 축제</li> </ul>
파리	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당 맛지도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협의체 홈페이지 제작</li> </ul>	-
런던	<ul style="list-style-type: none"> <li>협의체 홈페이지 구축사업</li> <li>한식당 맛지도 제작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당 맛지도 제작</li> <li>템즈 페스티벌 연계 한식홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>요식업 Food Festival</li> <li>맛지도 추가 제작</li> <li>대중매체 광고판 제작</li> <li>메뉴판 제작</li> </ul>
이탈란타	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당 맛지도 사업</li> <li>메뉴판 개선사업</li> <li>홈페이지 보강사업</li> </ul>
시드니	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당 맛 지도사업</li> </ul>
오클랜드	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당 맛지도 사업</li> <li>홈페이지 제작</li> </ul>

자료 : 한식재단 내부자료

- [ **종합조정기구의 필요** ] 한식세계화 사업은 복잡·다기화되고 국제화·세계화되어가는 현 추세 하에서 각 부문이 독자적으로 관련분야에 대한 사업을 수립·시행하는 경우, 사업간의 연계성과 일관성이 결여될 우려가 커지고 있어, 분산 수행되는 사업간의 종합·조정기능을 강화할 필요성이 더욱 커지고 있음.
- 이러한 한식세계화 사업간의 조정역할을 일일이 수행하기에는 한계가 있고, 식품분야의 경쟁력이 농업의 경쟁력과 직결된다는 점을 감안할 때, 농림축산식품부가 한식재단으로 사업조정 역할을 수행토록 하는 체제가 가장 바람직할 것으로 판단함.
  - 핵심역량분야에 대한 총괄·조정기능 강화를 통한 창조적이고 경쟁력있는 한식세계화 구현에 두고 각 주관기관의 자율적 직무수행체제는 그대로 유지하면서 사업 상호간의 연계성 및 종합성을 제고함.
  - 사업이나 기능조정에 따른 기구 및 인력개편은 최소화하여 작고 효율적인 조직 구현 기조를 지속적으로 유지토록 함.

## □ 추진계획

- 조직체계 정비를 위한 사업예산(안)은 5년간 총 115억원 소요예상됨.

<표 V-12> 조직체계 정비 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

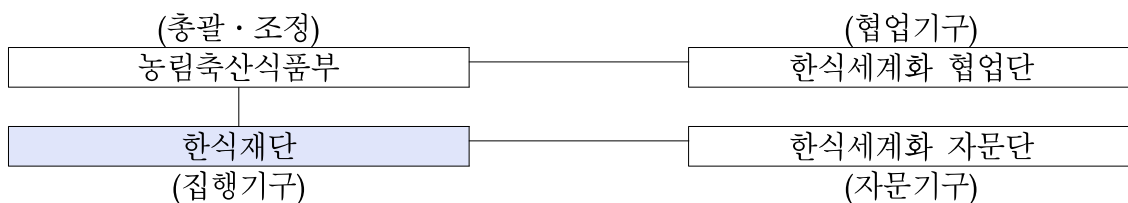
사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
한식세계화 종합조정기구 구축	국고	1,500	1,500	1,500	1,000	1,000	6,500
추진조직체계 효율성 제고	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
합계		2,500	2,500	2,500	2,000	2,000	11,500

- 주 1. 한식세계화 종합조정기구(콘트롤타워) 구축 예산은 기존 예산 반영(인건비 1,090백만원, 일반 경비 350백만원, 19명 기준)  
 2. 추진조직체계 효율성 제고 사업비는 기존 연간 지원금액 10억원 기준  
 3. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

## 가. 한식세계화 종합조정기구(Control Tower) 구축

- 한식세계화 종합조정기구<sup>59)</sup>를 한식재단으로 범제화하여 각 기관별 중복적 사업추진 방지 및 예산의 효율적 집행을 위한 사업관리의 체계화를 도모함.
  - 기획 및 집행, 평가에 이르는 전 과정을 총괄조정할 수 있는 체계.
  - 분산된 추진체계에서 발생된 기관 간 사업의 중복성 제거, 효율화.
  - 사업의 통합적 관리, 기관별 · 부처별 사업추진에 대한 스크리닝 기능을 통해 사업의 중복시행, 일관성 결여, 산업간 연계성 부족 문제 해결
- [ 한식재단으로 사업 종합 ] 한식세계화 사업을 추진한 ‘한식재단’을 종합조정기구로 구축하는 것이, 추진 정책 실행의 연속성 확보 · 성과를 계승하는데 적합하다고 판단됨.
- 종합조정기구로서 한식재단의 역량강화는 직제를 사업관리에서 기획 · 평가 등 전략기능 위주로 전환하고 리더십 작동이 용이한 조직으로 개편함.
  - 한식재단의 기능 · 직무분석을 통한 조직 재설계 및 인력 보강, 사업 · 개인별 성과평가체계 도입, 표준 업무 플랫폼 구축, 근무환경 개선, 성과보상 인사체계 수립 등 조직 인프라 개선을 통한 효율성 제고함.
- [ 한식세계화 추진단 역할 및 기능의 이관 ] 추진단은 한식세계화 추진 초기 정부와 민간 합동으로 전략적 · 체계적 정책을 추진하도록 하지만 한식세계화 종합조정기구 구축 후 추진단의 역할과 기능을 종합조정기구의 이사회로 이관하는 것이 바람직하다고 판단됨.

<그림 V-10> 한식세계화 추진체계(안)



59) 유관기관간의 유사중복 소지가 있는 사업내용을 면밀히 파악하여 업무내용을 차별화하고, 이를 효과적으로 연계 또는 통합함. 전략분야별로 정부와 민간, 부처 간 한식세계화 사업의 역할을 고유기능에 맞게 재정립하고 업무를 분담함. 사업계획 구체화 단계에서 관련 사업간 계열화 방안을 마련함.

## 나. 추진조직체계 효율성 제고

- [ 한식세계화 협업단 ] 농림축산식품부-문체부간 관계기관 협업체계 구축.
  - 한식세계화 사업의 효율적 추진을 위해 '한식세계화협업단' 구성·운영

<표 V-13> '한식세계화 협업단' 운영(안)

구분	세부내역
구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8명으로 구성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ 농림축산식품부 : 식품산업정책관, 외식산업진흥과장, 농진청, aT, 한식재단 등</li> <li>☞ 문화체육관광부 : 관광국장, 관광산업과장, 한국관광공사 등</li> </ul> </li> </ul>
역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화 사업에 대한 연도별 사업계획, 점검 및 평가, 평가결과 환류 등</li> </ul>
운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연간 2회, 반기별로 개최</li> </ul>

- [ 한식세계화 자문단 ] 한식세계화 실질적 자문기관인 전문가 풀 구성
  - 실질적 한식세계화 사업의 민간 자문을 위해 한식재단에 학계, 업계가 참여하는 '한식세계화자문단' 구성·운영
  - '(가칭)한식산업화지원지침'을 제정하여 인적네트워크 정보 제공, 사업타당성 및 행정지도 등 수행함.

<표 V-14> '한식세계화 자문단' 운영(안)

구분	세부내역
구성	15명 이내(학계, 업계 등 민간 실무전문가 구성)
역할	분과위원회 구성 : 자문위원회 위원 중 소속과 관심분야를 반영하여 '기획·국내사업'과 '해외 기업지원'으로 구분 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획·국내사업 분과위원회 : 사업 총괄, 전략별 사업 등</li> <li>- 해외 기업지원 분과위원회 : 현지 업체지원, 해외 정보조사 등</li> </ul>
운영	연간 2회, 반기별로 개최, 사업 진행 상황에 따라 필요시 수시 개최

- [ 해외한식당협의체 ] 해외한식당협의체 사업 지원을 위한 한식재단 내 협의체 지원조직 구성 및 통합지원 시스템 구축.
  - 전문 PM제 도입을 통한 협의체 지원체계 구축

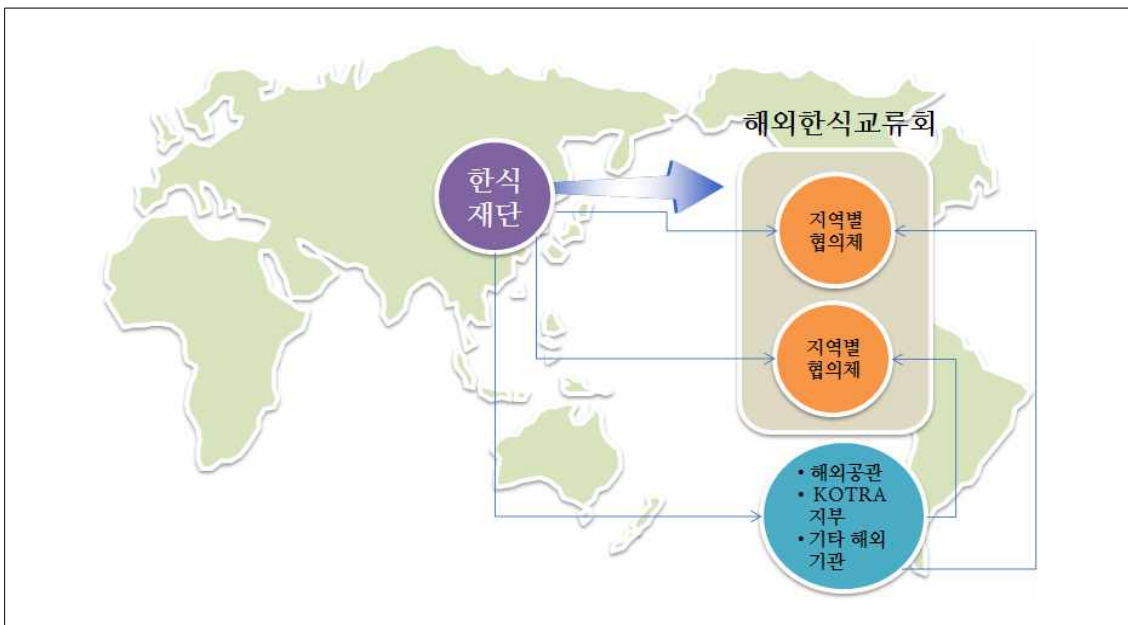


- 성과평가를 통한 차별적 지원 방안 마련
  - 해외 거점별 특성을 고려 사업지원
    - 사업계획서(협의체) → 사업타당성 분석·행정관리(전문가풀, 한식재단)
  - '통합한식지원시스템'을 통한 협의체와 재단 간 연계 강화 및 DB공유 관리
- [ **해외한식교류회** ] '해외한식교류회'를 설치하고 「종합운영실」은 한식재단에 설치
- 안정적 운영을 위한 제도화 방안 및 단계별 추진전략 마련
  - '해외한식교류회' 설립기본 지침 마련

<표 V-15> '해외한식교류회' 구성(안)

구분	정부부문	민간부문
구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부, 지방정부, 한식재단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식관련협회(또는 사업자단체), 한식사업자, 한식관련 해외단체, 각종 추진협의회, 전문가</li> </ul>
역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외한식교류회의 발전과 안정적 운영을 위한 지원주체인 동시에 운영주체</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식부문 문제 해결구조를 확립</li> <li>• 해외중심의 한식정책 의사결정 구조 확보</li> </ul>

<그림 V-11> 해외한식당 협의체 지원체계(안)





### 3.3 시설 인프라 구축

#### □ 현재 위치와 기본방향

시설 인프라 구축의 기본방향

**한식세계화 전략기지 구축**

- 한식세계화 사업의 국내 전략기지로써 방문객에게 차별화된 서비스를 제공하고 한식의 종합적·체계적 거점역할을 수행함.

- [ **종합홍보 Off-Line 미흡** ] 한류·국제행사 등에 따라 외국인 관광객과 한식에 대한 수요가 증가하고 있으나 이들에게 한식을 종합적으로 홍보를 위한 국가 차원의 한식종합체험홍보관이 부재함.
  - 외국인 방문객의 지속적 증가 : '01년 514만 명 → '11년 979만 명<sup>60)</sup>
  - 외국인의 한식 인식 및 선호도증가 : 음식·미식탐방이 44.2%로 2위

<표 V-16> 외국인 관광객 한국방문 목적

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
쇼핑	41.5	44.4	56.5	59.8	66.6
음식·미식 탐방	41.7	41.5	42.1	40.2	44.2
자연풍경	25.2	23.4	22.0	25.6	23.9
역사·문화유적	22.9	26.1	20.8	21.8	19.1
여행거리	45.4	40.1	37.6	30.1	19.0
유희·놀이시설	12.5	11.0	11.2	12.5	18.9
휴양·휴식	12.8	14.9	14.3	16.6	16.5
경제적인 여행비용	24.9	27.2	38.4	25.4	14.9
패션·유행 등 세련된 문화	10.6	10.3	11.2	15.0	14.5
드라마촬영지 방문·한류스타 팬미팅	11.8	10.6	8.6	10.1	8.2

자료 : 2011 외래관광객 실태조사, 문화관광체육부, 2012.2

60) '12년, 한국관광공사

- [ 한식홍보의 전략 공간 미흡 ] 한식·식문화 전반을 아우르는 국내 전략공간으로서 방문객에게 한식에 대한 종합적이고 차별화된 서비스를 제공하고 홍보할 수 있는 공간이 미흡함.
  - 일부 민간체험관(떡, 김치, 향토음식)이 존재하나 방문객 수 한정적, 특정음식만을 대상으로 하고 있음.
  - 외국인의 한식관련 체험관 및 박물관 방문비율 저조
    - 수도권체험관·박물관 방문 비율<sup>61)</sup> 약 7.3%

<표 V-17> 기 식품관련 홍보관 현황 및 문제점

분류기준	현황
식품 및 음식 품목 중심의 홍보관 설치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 김치 → 김치박물관, 김치월드</li> <li>• 한과류 → 떡 박물관, 한과박물관</li> <li>• 술 → 안동소주박물관, 전주전통술박물관</li> <li>• 장류 → 순창장류박물관</li> <li>• 기타 → 쌀박물관, 감골박물관</li> </ul>

<표 V-18> 기 식품관련 홍보관 문제점

구분	현황
프로그램 한정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전시프로그램 → 홍보목적의 단순 전시기능이 다수</li> <li>• 체험프로그램 → 내·외국인 대상 체험프로그램 운영 중이나, 다양성 부족, 이용자 수가 적음</li> </ul>
이용고객	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내·외국인 등 일반인 대상 설계, 한식종사자를 위한 공간 부족</li> </ul>
지역·기업홍보관 미흡	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개별 지역향토음식 및 식재료 대항 박물관 국한(남도향토음식 박물관 등)</li> <li>• 한식수출업체, 수출품목 등 기업 홍보공간 부족</li> </ul>

- 한식을 통한 성장기 어린이 건강개선 필요성 대두됨.
  - 성장기어린이의 패스트푸드 의존도 및 영양 불균형현상 지속 증가
    - 어린이 10명 중 4명(닭튀김), 3명(피자), 2명(햄버거) 주1회 이상 섭취 → 비만, 고혈압, 만성질환위험성('12년, 식약청)
  - 한식이 영양학적으로 균형잡힌 모범식으로 선정('04년, WHO)됨.

61) '11년, 한국관광공사

- [ 한식 일괄지원시스템으로서 한식종합체험홍보관 필요 ] 한식의 종합적 홍보와 산업화 촉진을 위한 정보, 인력, 교육 등을 통합하는 구심점 및 Biz지원을 위한 One-Stop 종합지원 시스템이 필요함.
  - 이용자의 편익을 극대화하기 위해 한식의 모든 것을 한 곳에서 소개하는 한식 토탈 서비스 제공
  - 한식세계화 홍보의 국내 전략공간으로 선행연구에서 한식랜드(Multi- Complex, 한식종합체험홍보관)를 설립하여 외래 방문객에게 차별화된 서비스 제공하고자 함.
  - 한식체험홍보관 설립을 통한 정보, 인력, 교육, 한식 Biz등 한식 및 한식식문화 전반을 아우를 수 있는 한식허브 구축
  - 산업연관효과 및 국제경쟁력 제고를 위해서 한식세계화를 위한 국내 구심점 조성 및 집적거점간의 네트워크를 위한 전략기지 구축 필요
- 홍보관의 전시, 체험 및 교육 서비스를 통해 한식의 우수성 전파 및 한식소비 촉진 더 나아가 한식의 산업화 촉진 및 한식 브랜드 가치 증진을 도모함.

<그림 V-12> 한식종합체험홍보관 기대효과



자료 : 한식재단, 한식랜드 설립 기본계획(2012)을 고려한 재작성

- 한식종합체험홍보관의 선행연구인 한식랜드 설립계획에서는 약 570억 원 투입으로 1,072명 고용 창출과 1,390억원의 지역경제 파급효과가 있다고 추정함.

- 또한 신규 관광수요 유치에 있어서도 내외국인 방문객 연인원 최대 약 49만명으로 관광객 유치효과가 발생함.

<표 V-19> 한식랜드(한식종합체험홍보관) 기대효과

구분	기대효과
• 고용창출 및 경제적 파급 효과	• 1,072명 신규 직접고용 창출, 1,390억원의 지역경제 파급효과 <sup>62)</sup>
• 신규 관광수요 유치	• 내외국인 방문객 연인원 최대 약 49만명으로 관광객 유치효과 <sup>63)</sup>
• 외식산업 선진화	• 한식전문요리사 지속 양성, 해외한식당 종합컨설팅 등 고부가가치화 촉진
• 관련산업 진흥 효과	• 식자재 생산·소비·유통·식기류 등 전후방 산업과의 연관효과 발생
• 한식문화 보급 효과	• 국내 한식소비 증가 등 한식 인지도 및 선호도 상승에 기여

자료 : 한식재단, 한식랜드 설립 기본계획, 2012

## □ 추진계획

- 시설인프라 구축을 위한 사업예산(안)은 5년간 총 282.4억원 소요예상됨.

<표 V-20> 시설인프라 구축 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
전국 컨벤션 센터 내 K-food 코트 입점	국 고	-	-	-	-	-	-
한식랜드 조성	국 고	2,000	26,240	-	-	-	28,240
합계		2,000	26,240	-	-	-	28,240

주 1. 한식랜드 설립 기본계획 자료 기준, 282.4억원 적용

2. K-Food 코트 입점 사업은 향후 기본 계획 수립에 따라 예산을 반영하며, 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

62) 570억원(부지+건물+부대시설) 투자 시 : 한국은행 산업연관분석에 따른 분석 결과

63) 수도권지역 입지 선정 시, Gravity Model 및 유사사례 분석 결과

## 가. 전국 컨벤션 센터 내 K-푸드코트(Food Court) 입점

- [ 컨벤션 센터의 활용 이유 ] 가족단위의 고객들이 주말이나 휴일 컨벤션 센터에서 휴식을 끝내고 건물 내에서 외식을 즐기는 고객들이 많아짐에 따라 컨벤션 센터들이 다양한 형태의 외식업체를 입점시키고 있음.
  - 최근에는 전시·관람의 목적이 아니라 각종 음식을 맛보러 오는 단순 외식 고객들도 점차 늘어나고 있음.
  - 새로운 외식형태로서 외식환경에 시장을 선점할 수 있는 최상의 기회로 인식하면서 현재는 고급화를 추구하는 실정이기도 함.
  - 하지만 푸드코트 내 각각의 레스토랑 수준이 기대이하인 경우가 많음.
- 따라서 한식재단은 국내 소재하는 컨벤션(convention)<sup>64</sup> 등과 양해협력(MOU)을 통해서 한식 홍보 공간으로서 K-푸드코트(Food Court)를 지역별로 설치·운영하여 우수한 한식을 국내외 방문객에게 선보이며 적극적인 홍보를 추진함.
  - 컨벤션 방문객 및 이용자를 대상으로 한식에 대한 이미지 향상, 다양하고 쉽게 접할 수 있는 한식체험 공간을 제공함.

<표 V-21> K-푸드코트(Food Court) 콘텐츠 구성(안)

구분	고급형 식당	대중형 식당	한식 뷔페
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VIP 식당으로 최고급 한식요리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역별 유명음식·명인 명장의 단품 음식</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가족단위의 단체식당</li> <li>• 퓨전 한식 및 카페테리아 구성</li> </ul>
서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최고급 서비스, 예약제</li> <li>• 궁중음식, 한정식 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축소판 민속마을</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식레스토랑 식 예) 차이나 팩토리, 시푸드 레스토랑 등</li> <li>• 한식카페테리아 : 간편식(떡, 한과 등)을 반영한 다과와 전통차</li> </ul>

64) 컨벤션이란 다수의 사람들이 특정한 활동을 하거나 협의하기 위해 한 장소에 모이는 회의(meeting)와 같은 의미라 할 수 있으며 전시회를 포함하는 좀 더 포괄적인 의미로 쓰이기도 함. 컨벤션은 다음과 같이 크게 3가지 종류로 구분할 수 있음.

1. 국제적인 현안을 토의하기 위한 국가 간의 정부회의
2. 회원간의 교류와 정보공유를 위한 협회회의
3. 기업의 신상품 소개나 종업원들을 위한 기업회의

## 나. 한식종합체험홍보관 조성

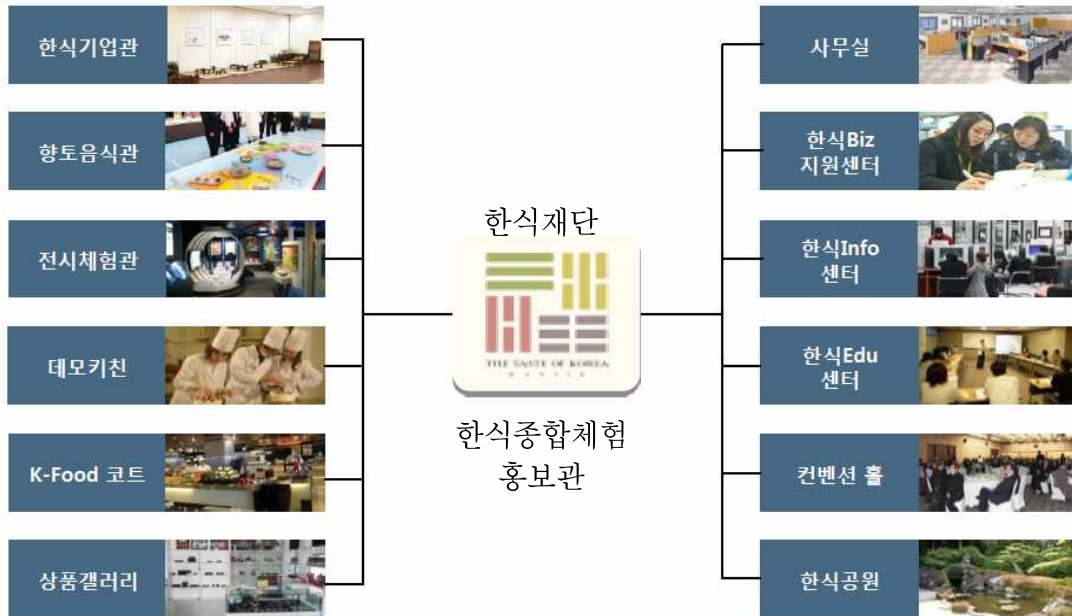
- [ 서울형 홍보관 조성 ] 수도권형 조성을 기점으로 화제 유발 및 초기 수익사업의 시발점으로 활용
  - 한식에 대한 대중의 관심제고, 국민관광 자원화
  - 한식과 문화·관광을 연계시키기 위한 집중지원 장소 설립
  - 경험과 지식(Tacit Knowledge) 공유와 전수 활성화를 위한 공간·기회 제공
- 시설물은 전시·체험관, 데모키친, 한식Edu센터, 한식Info센터, 한식지원센터, food코트, 컨벤션홀, 상품갤러리, 사무실, 한식공원 등으로 기능에 맞게 구성
  - 서울(명동, 강남 등)권역<sup>65)</sup>의 국공유지에 부지 확보 및 시설 공사추진

<표 V-22> 한식종합체험홍보관의 기능

기능	세부내용
외국인 관광명소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외국인 관광객의 새로운 방문지</li> <li>• 한식 및 한식문화 체험을 위한 외국인 관광객 신규 수요 창출</li> </ul>
한식문화공간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 놀이(체험)를 통해 어린이들이 한식과 친근해지도록 유도</li> <li>• 한식소비 및 균형잡힌 영양식을 통한 건강증진</li> </ul>
한식정보 집적지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정보축적·분석·제공                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식 선호도 만족도 조사(한식품목, 계절, 성별 등)</li> <li>- 국가·문화·연령별 정보분석</li> <li>- 축적된 통계 데이터를 한식업체, 종사자에게 프리미엄 서비스 제공</li> </ul> </li> </ul>
한식종사자 메카	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육 : 전문요리사 양성, 예절·서비스·인테리어·익스테리어 기준</li> <li>• 컨설팅 : 국내외 한식당 활성화에 기여</li> <li>• R&amp;D : 자체 통계자료를 바탕으로 국가별, 문화권별 메뉴개발, 비즈니스 모델 연구 및 제공</li> </ul>
한식 Business 지원센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• One-stop 종합지원 : 한식관계자의 애로사항 종합상담 및 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고용, 경영컨설팅, 자금지원 등</li> </ul> </li> <li>• 한식관련 창업보육</li> </ul>

65) “신요코하마 라면박물관”은 라면에 대한 복합적 음식테마파크(먹거리, 놀거리, 볼거리를 동시에 체험)로, 차별화된 공간 디자인 및 지역별 유명라면을 한곳에 입점하고, 지리적 접근 용이한 동경근교 및 요코하마 관광명소에 위치

<그림 V-13> 한식종합체험홍보관 시설물(예)



- [ 지역형 홍보관 조성 ] 전국 대도시 중심 지역형 한식종합체험홍보관 조성 타당성 분석 및 기본계획 수립하여 향후 중장기적 관점에서 해외 거점지역에 한식종합체험홍보관 조성(안) 마련할 필요가 있음.

- 지역형 홍보관 사업은 한식재단과 지자체와의 MOU를 통해 추진.

<표 V-23> 한식종합체험홍보관 설립 관련 법규

관련법	내용
한식 관련법	<b>식생활 교육지원법(제24조 1항)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '전통 식생활 문화 및 농어촌 식생활 체험 활성화' 의거</li> <li>• 국가와 지방자치단체는 전통식생활 문화체험 활성화를 위하여 전통 식생활 문화 체험관 및 홍보관, 전통 식생활 문화 교육시설 등을 건립할 수 있음.</li> </ul>
한식세계화 사업지정기준 관련법	<b>식품산업진흥법 시행규칙(제12조 2항)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '한식세계화사업 추진기관의 지정기준 의거'</li> </ul> <b>한식세계화사업 추진기관 지정 등에 관한 규정(제2조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '세부지정기준' 의거</li> <li>• 한식세계화사업 투진기관으로 지정, 한식의 연구·조사·교육 및 홍보 등을 수행</li> </ul>
홍보관 설립·운영 관련법	<b>박물관 및 미술관 진흥법(제1조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 박물관 및 미술관의 설립과 운영에 관한 필요한 사항을 규정하여 박물관 및 미술관을 건전하게 육성함으로써 문화, 예술, 학문의 발전과 일반 공중의 문화향유 증진에 이바지함을 목적으로 함.</li> </ul>

### 3.4 디지털 정보화 시스템 강화

#### □ 현재 위치와 기본방향

#### 디지털 정보화 시스템 강화의 기본방향

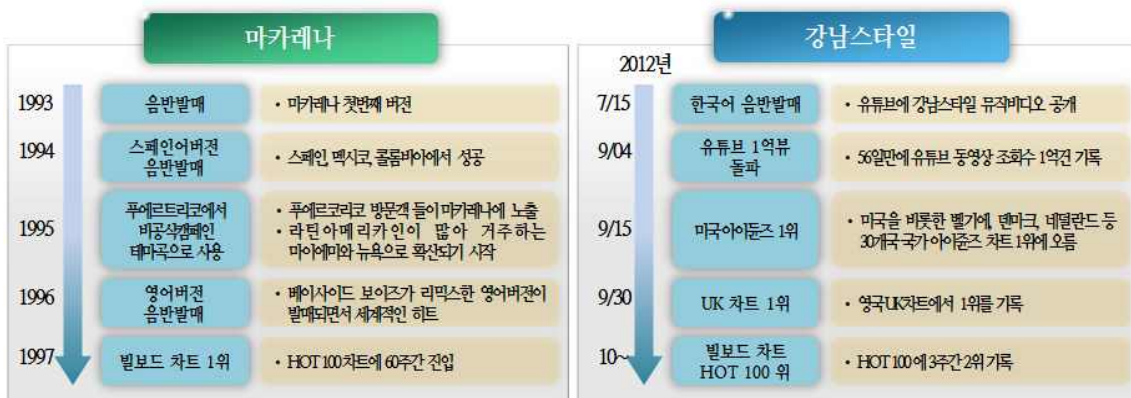
#### 한식과 IT의 창조적 융합을 통한 한식세계화 조기 확산 도모

- 한식세계화 사업과 세계적 수준의 국내 IT기술이 결합하여 체계화된 정보화 시스템 강화하고, 한식 및 한식문화를 전파할 수 있는 오프라인 플랫폼을 구축 및 한식 확산을 가속화함.
- [ IT 기반 구축 필요 ] 정보화디지털 정보화 시스템 강화를 통해 한식정보 공유 및 공유된 지식·정보의 집적과 분산을 유도하고, 외국인의 한식에 대한 심리적 거리감 해소 및 한식관련 다양한 문화 콘텐츠를 확대·제공할 수 있는 IT 기반 구축이 절실함.
  - 한식세계화는 국내(Inbound)와 국외(Outbound) 한식당을 상호 연계시키는 네트워크 형성이 반드시 필요하지만, 지리적·시간적으로 관련 정보 연계가 미흡하여 한식의 시너지 효과 창출에 어려움이 있음.
- [ IT기술의 활용 ] 우리나라의 발달된 IT기술을 활용한 한식 정보의 디지털화 및 한식당의 네트워크화를 통하여 한식세계화 기반을 강화한다면, 한식 관련 산업의 진흥과 세계화 추진주체간의 의사소통을 원활히 할 것으로 판단함.
  - 인터넷, 모바일 컴퓨터, 휴대용 통신기기 등 디지털 환경 하에서 한식 홍보 등을 효율화하고, 경쟁국에 비하여 다소 늦은 한식세계화 확산 속도를 향상시키기 위해서는 디지털 기술을 활용하는 것이 절실함.
  - 국내외, 온·오프라인, 조직을 결합하여 단일 네트워크로 연결하는 기존의 디지털 정보화시스템 체계화 및 고도화가 필요함.
  - 한식 콘텐츠 및 서비스 등을 모바일, 인터넷 등 기종의 단말기에도 상호 연동하여 제공받을 수 있는 플랫폼 구축 및 어플리케이션 설치.



- [ **한식세계화 네트워크 형성** ] 현재 세계 각국의 문화가 온라인을 축대로 하여 단숨에 확산되었다는 점에 주목하여 한식세계화도 온라인을 통하여 한식 관계망을 생성, 유지, 강화, 확장시켜 나갈 필요가 있음.
  - IT 활용을 통한 문화 확산 속도는 4년이 걸린 마카레나와 달리 소셜 네트워크 서비스(SNS, Social Network Service)<sup>66)</sup>를 통해 강남스타일은 2개월의 단기간에 확산되는 성과를 보임.

<그림 V-14> 마카레나와 강남스타일의 확산속도



자료 : 한국창조산업연구소, 2013

- [ **한식정보의 디지털화** ] 한식세계화 정보화 기초 작업으로서 한식 관련 지식·정보의 산출은 물론 집적, 분류, 분석 및 보급을 위한 한식정보의 디지털화가 선행되어야 함.
  - 한식세계화 관련기관(농림축산식품부, 농진청, aT, 농기평 등)에 분산되어 있는 한식관련 콘텐츠를 종합사이트에 통합 DB화하여 온라인 One-Stop 서비스로 제공하여 부가가치 창출 도모 필요.
  - 기 사업추진에서 파생된 식문화 관련 고문헌 아카이브 집적자료 디지털화 및 해외 시장정보, 해외진출 성공·실패 사례 등 각종 정보, 사업 산출물, 제안서 등의 디지털 전환이 필요.

66) 사용자 간의 자유로운 의사소통과 정보 공유, 그리고 인맥 확대 등을 통해 사회적 관계를 생성하고 강화시켜 주는 온라인 플랫폼을 의미함. SNS에서 가장 중요한 부분은 이 서비스를 통해 사회적 관계망을 생성, 유지, 강화, 확장시켜 나간다는 점. 이러한 관계망을 통해 정보가 공유되고 유통될 때 더욱 의미있어질 수 있음.

- 한식관련 종사자 및 한식 수용자 대상으로 한 전방위적 빅데이터 구축
- 세계 각국에서 실시간으로 진행되고 있는 한식관련 정보의 수집 및 가공을 통한 한식자료 확대 재생산을 위한 시스템 구축 필요

- [ 디지털화 현황 ] 한식세계화 사업으로 지난 4년간 포털사이트 (www.koreanfood.net, www.hansik.org)를 구축하고 사업 성과확산 및 온라인을 통해 한식세계화 사업의 효율화에 노력하고 있음.

<그림 V-15>한식세계화 공식 홈페이지



- 6개 언어(한글·일어·영어·중국어·불어·스페인어), 한식 콘텐츠 지속적 업데이트 실시.
- 포털사이트 이용 현황 : 회원수 4,077명, 평균 방문자 수 37,401명, 평균 페이지뷰 147,383회, 평균 방문시간 3분09초<sup>67)</sup>

- [ 콘텐츠의 안정적 수급 및 언어 다양성 확보 ] 글로벌 관점에서 포털 사이트(portal site) 역할을 하기에는 부족하였고, 한식세계화 확산 속도를 높이기 위해서는 안정적인 콘텐츠 수급과 함께 ‘다양한 언어제공’이 선결 요건임.

- [ 한식세계화 콘텐츠 유통 플랫폼 통합 ] 클라우드 시대를 맞이하여 한식세계화 관련 콘텐츠 유통 플랫폼의 다양화 및 통합추진이 필요함.

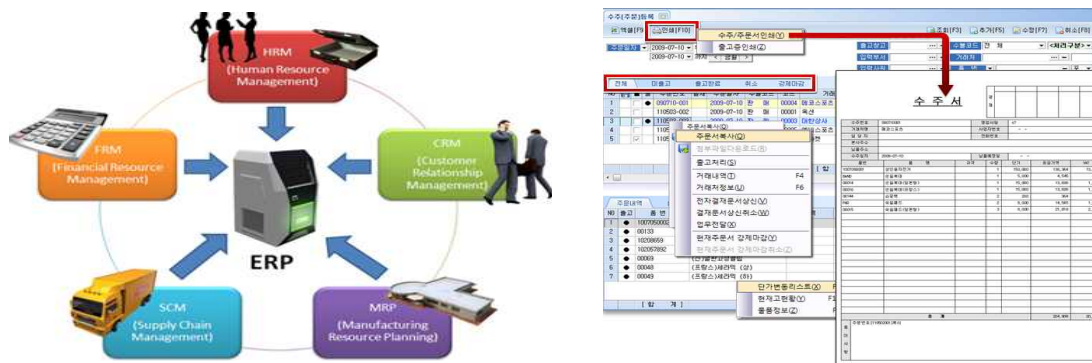
- 현재 전 세계적으로 스마트폰 및 무선인터넷의 확대로 인해 클라우드화<sup>68)</sup>가 급속히 진행되고 있으며, 필요한 정보 및 지식을 쉽게 접할 수 있음.
- 하지만 현재 한식세계화를 추진함에 있어, 정보 관련 사업은 하나의 수단으로 홈페이지 또는 New Media 구축 관련 사업으로 인식되어 왔음.

67) '12.2월~7월 기준, 한식재단

68) 현재 IT-용어로서 인터넷을 통해 원격지의 자신만의 가상공간에서 정보를 저장하거나 처리하는 것을 뜻하며, 이때 원격지의 가상공간이 특정 서버로 특정 지을 수 없기 때문에 구름 속에 있는 것과 같dah하여 클라우드라고 지칭됨. 원격지에 저장하고 처리된다는 기존 서버의 개념에서 특정 IP나 도메인을 몰라도 접근이 가능하다는 개방성이 더욱더 발전형이며, 최근 스마트폰의 확산 및 무선인터넷의 저변화로 인해 더욱더 빠르게 진행되고 있는 기술임. 네이버 백과사전 정의 재정리.

- [ 한식세계화 ERP 도입 ] 그리고 한식세계화 사업의 체계적 자원관리(ERP)를 위해서 정보화 종합계획을 바탕으로 사업의 지속적인 관리가 가능한 내부 시스템 개발이 필요함.
  - 내부업무 효율성을 향상하고 각 분야별 사업을 체계적으로 관리하기 위해 시스템 개발과 사업관련 정보에 대한 부서별 활용도를 높이기 위한 한식 지원시스템 구축이 병행될 필요가 있음.

<그림 V-16> 한식세계화 자원관리(ERP) 구축 및 사례



## □ 추진계획

- 디지털 정보화 시스템 강화를 위한 사업예산(안)은 5년간 총 55.3억원 소요될 것으로 추정함.

<표 V-24> 디지털 정보화 시스템 강화 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

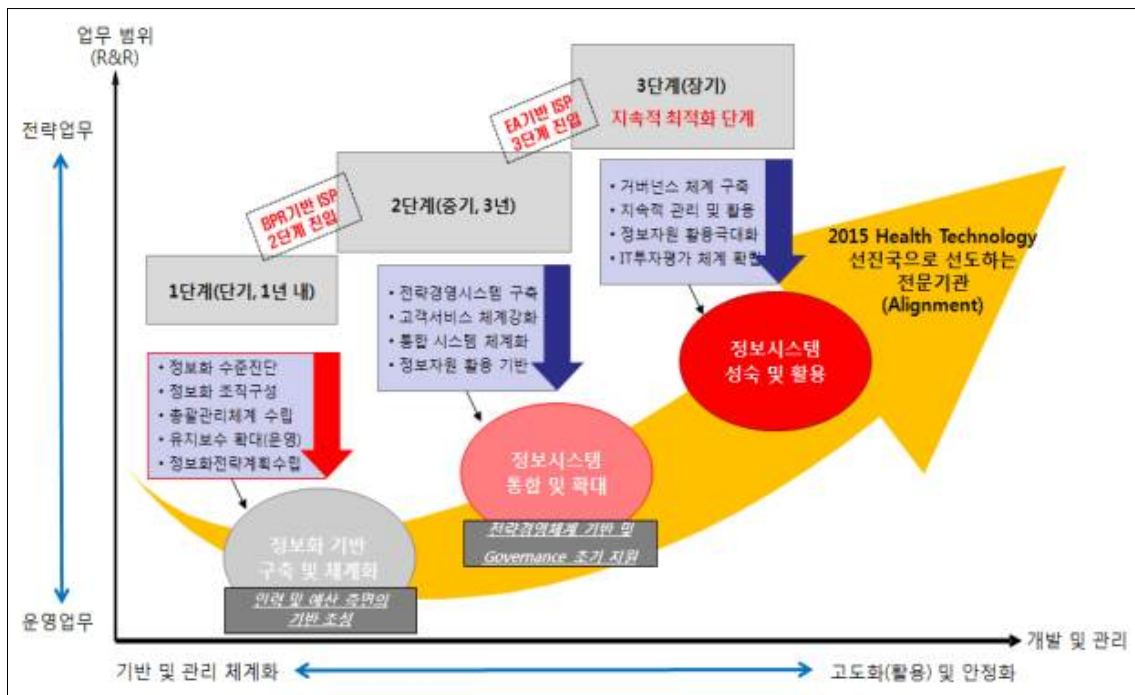
사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
한식디지털 정보화 사업	국고	530	500	550	800	800	3,180
네트워크 플랫폼 강화	국고	400	400	400	200	200	1,600
사업관리 및 지원시스템 구축	국고	200	400	50	50	50	750
합계		1,130	1,130	1,000	1,050	1,050	5,530

1. 한식디지털 정보화 사업과 네트워크 플랫폼 강화사업은 기존 사업 추진 예산을 적용하여 산출함.
2. 사업관리 및 지원시스템 구축은 중소기업 60명이하 기업 시스템 구축 업체 비용 산출 근거 적용
3. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

## 가. 한식 디지털 정보화 사업

- [ 한식 ISP 수립 ] 한식 정보화 전략계획(ISP, Information Strategic Planning)을 수립하여 한식세계화 사업뿐만 아니라 업무의 효율성을 제고하고, 인터넷을 이용한 글로벌서비스를 향상시키기 위한 종합적인 정보화 추진 계획을 수립하여, 지속적인 홍보, 경쟁력 강화, 연구개발 등의 정보화 추진이 필요함.<sup>69)</sup>
  - 한식 관련 자료 현황, 산업계 요구, 유관기관 등 보유 자료 분석
  - 한식 디지털 정보화 로드맵(Road Map) 및 사업방안 작성
  - 한식자료의 효율적 분류체계 개발
  - 관련부처 한식관련 자료 통합, 논문 집대성, 한식원형복원 콘텐츠 집적

<그림 V-17> 한식재단의 정보화 전략의 수립과 발전 단계

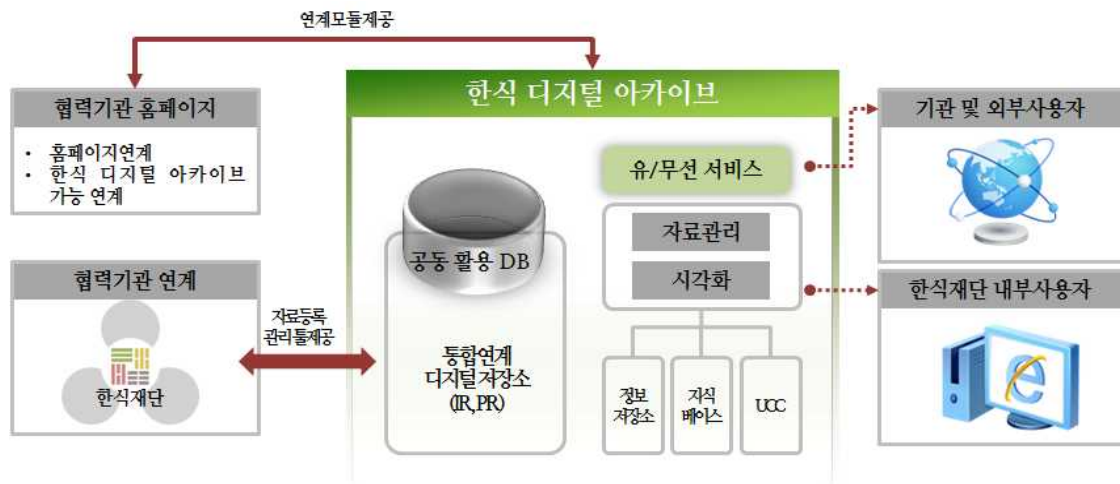


69) 유러피아나(europeana) : 유럽연합 디지털 문화프로젝트

- 목표 : 유럽의 문화유산을 모두 디지털화 한다는 목표를 지향
- 슬로건 : think culture(문화를 생각하다)
- EU내 1,000여개의 도서관과 전문 기관이 보유하고 있는 서적, 음원, 영상 등 다양한 형태의 자료 포함
- 2010년까지 '쌍방향 소통 기능'을 추가하는 것을 목표로 2009년부터 2011년에 걸쳐 연간 200만 유로를 투자 결정. 향후 개인이나 기업 소장자료를 추가할 방침

- [ 한식 디지털 아카이브 서비스 시스템 ] 한식 디지털 아카이브<sup>70)</sup> 서비스 시스템 고도화 사업은 급격한 사회 변화를 주도하는 정보기술(IT)환경에서 한식와 첨단 정보통신을 접목한 디지털 한식 구축을 위해서 디지털 기술에 의해 가공된 멀티미디어 한식 콘텐츠인 디지털 아카이브는 글로벌 경쟁력의 확보가 요구되는 현시점에서 통합적 개념의 필수적인 요소라 할 수 있음.
  - 한식 디지털 아카이브 운영 방안은 한식 디지털 저작권 관리를 위한 제도적·기술적 방안 강구 및 디지털 저작권리 및 정보 자동관리시스템 구축 : DRM을 통해 접속권한별 정보열람의 차등화를 수립함.
  - 한식 관련 종사자와 소비자 측면에서의 한식 관련 자료 축적(빅데이터 구축)하여 한식정보의 축적·재가공하여 한식 산업화를 도모함.
    - 한식 시소러스(thesaurus) 검색<sup>71)</sup> 시스템 개발 및 기 구축 자료의 연계 활용을 위한 협력 네트워크 및 산업화 소재 제공 기능을 수행함.

<그림 V-18> 한식디지털 아카이브 시스템 구성도



- [ 한식원형복원 콘텐츠 디지털화 ] 고문서의 원형복원 및 디지털화를 통해 한식의 문화와 역사를 충실히 전달하고 연구 자료로 활용토록 하는 사업임.

70) 디지털 아카이브(Digital archives) : 기존의 아날로그 자료 및 정보를 디지털화하고 전자적으로 보존하여 디지털 환경에서 사용되는 콘텐츠를 효율적으로 관리하기 위해 인코딩(encoding), 카탈로깅(cataloging), 편집, 저장, 검색, 스트리밍 등의 기술을 통합하여 구축하는 솔루션임

71) 시소러스는 용어의 사용법과 용어들 사이의 관계에 대한 정보를 제공하는 어휘 도구를 말함. 용어의 관계성은 일반적으로 상위 개념, 하위 개념, 용례 혹은 동의어, 관계어, 대체어 등으로 분류되는데, 시소러스 참조검색은 이러한 관계성을 이용, 탐색시 질의에 포함된 용어의 의미를 확대하기 위해 주로 사용하는 방법임.



- 고문서 원문 및 번역문 DB화를 통한 연구보존 추진하고, 한식디지털 아카이브 서비스를 통한 활용함.
    - 디지털 원문검색 서비스, 관리 시스템 개발 및 한식원형 컨퍼런스 및 공모전 개최 등으로 한식디지털아카이브 홍보 및 대국민 접촉 확대.
  - 한식 원형 복원 콘텐츠에 기초한 e-book, 게임, 애니메이션 등 응용콘텐츠 제작 시범사업 추진함.
- [ **음식관광 정보인프라** ] 음식관광 정보인프라 조성은 우선 테마별·지역별 음식관광 인벤토리 구축하여 그 데이터베이스를 기반으로 다국어 포털사이트를 개설하여 관광객에게 맞춤 정보 제공함.
- 음식 관련 체험시설, 먹거리 특화지구, 축제, 박람회, 음식관광상품 등 다양한 음식관광자원에 대한 인벤토리 구성
  - 일본, 중국, 구미주 등 언어권별 특성을 고려한 차별화된 정보 제공
- [ **콘텐츠 유통 사업** ] 한식 디지털 아카이브 활용한 콘텐츠<sup>72)</sup> 유통 사업은 한식 디지털 콘텐츠 유통을 위한 온라인 시스템을 구축하여 수익 사업을 실시함. 한식 정보 제공 및 디지털 한식 콘텐츠 유통을 소액전자결제시스템을 활용하여 사업을 시범적으로 추진함.
- 재단 저작권 소유 한식 이미지 사진 및 연구보고서 유료화
  - VOD 서비스 시행 : 한식관련 영상제작물 부분적 유료제공 등

<그림 V-19> 한식관련 VOD 서비스(예)



72) 한국콘텐츠진흥원 문화콘텐츠닷컴은 2002년부터 시행된 한국문화콘텐츠리소스센터(KCRC) 시스템 개발 및 구축사업에 의한 문화원형 디지털 문화콘텐츠를 인터넷 환경에서 유통하는 온라인 공간.

## 나. 소셜네트워크 플랫폼(Social Network Platform) 강화

- [ 한식 포털사이트 효율적 관리 ] 한식세계화 포털 사이트인 [www.koreanfood.net](http://www.koreanfood.net)와 [www.hansik.org](http://www.hansik.org) 등을 보안성 등을 고려한 안정적으로 관리하고 업그레이드를 진행해야 할 것임.
  - 한식 포털의 보안성을 점검하고 신뢰도를 확고히 유지하기 위해 정보보호 인증마크<sup>73)</sup>의 인증 및 재인증 심사 과정을 통해 사이트의 보안성을 높임.
  - 한식 커뮤니티 활성화<sup>74)</sup> 및 한식 관련 문화콘텐츠 접근 편의성 확대.
  - 소셜 네트워크 서비스(페이스 북, 트위터 등)의 지속적 관리
  - 해외한식당협의체 홈페이지와의 연동관리를 위한 방안 마련
- [ 한식 모바일 앱 개발 ] 모바일 앱의 지속적 개발을 통한 한식 정보제공 및 한식당 추천 정보, 위치 정보, 음식점 선정 프로그램 등을 제공함.
  - 모바일 앱(The Korean Restaurants Guide) 서비스를 아시아권역으로 확대.
  - 국내 한식당 정보 모바일 앱을 다양한 외국어로 외국인 대상으로 개발함.
  - 모바일 앱 콘텐츠를 한식 도서, 한국요리 게임 등으로 다양하게 개발함.

<그림 V-20> 한식 모바일 앱 개발 현황



- [ 한식 인력매칭 시스템 ] 한식관련 사이트 확장하여 인력 매칭(공급과 수요 연결)을 고려한 리크루팅 시스템 및 한식 인력의 정보 공유 시스템 구축을 통한 한식 관련 노동시장의 미스매칭을 해소하도록 함.
  - 'e-사이버교육시스템'을 통한 교육 훈련을 실시하여 인력매칭 활성화 추진.

73) 정보보호마크 : 개인정보보호 우수사이트 마크(e-Privacy)와 인터넷사이트안전마크(i-Safe) 등

74) 국내 : 국민적 인식, 만족도, 평가 등 시장동향 및 정보관리, 블로그·커뮤니티 활동 촉진을 위한 사용자 참여 공간 확대로 양방향 소통 장구화

해외 : 현재 6개 국어로 되어 있는 사이트의 지원 언어 확대(해외 거점 지역과 연계한 언어추가)와 IT기술을 바탕으로 정보전달 채널의 다양화를 통해 한식세계화 확산을 유도

## 다. 사업관리 및 지원 시스템 구축

- [ **한식세계화 사업관리시스템(PMS) 강화** ] 한식세계화 사업관리시스템(project management system)은 한식세계화 사업의 업무 프로세스에 대한 Life-Cycle(기획 → 발주 및 계약 → 수행 → 운영)을 체계적이고 편리하게 관리함으로써 사업의 일관성 유지 및 업무의 효율성을 증대시키는 도구임.
  - 아키텍처 정보를 활용하여 한식사업의 중복성, 상호운용성, 정보공동 활용, 기술검토 등의 기능을 제공받을 수 있음.
  - 사업 조직간 원활한 의사소통 및 사업관리를 통한 합리성 제고하고 인력배분, 예산, 성과관리 등 부문별 경영정보 종합관리함.
  - 교육관리 시스템 보완 및 효율적 관리를 위한 유지 보수함.
    - 해외 한식당 종사자 교육 등 교육사업 이관에 따른 시스템 보완
    - 교육콘텐츠 온라인 서비스 제공, 수료생 관리 시스템 구축 등
  - 사업성과 측정 툴 등을 활용한 사업추진 역량 및 추진체계 통합함.
  
- [ **한식 지원시스템 구축** ] 한식 지원시스템 구축은 세계한식당협의회 등과 한식재단의 연계를 강화하고 앱(App)을 통한 소비자와 D/B 공유관리 체계 구축하는 사업을 의미함.
  - 관광산업을 활성화하기 위해 전통음식과 대표음식들을 발굴, 지원하기 위한 체계적인 지원시스템이 필요함.
  - 한식재단 내부 사이트 및 관련 내용 중 일부 외부에서 허용 가능 지원 범위내의 자료 연동

<그림 V-21> 한식 지원시스템 체계





### 3.5 사업추진 일정

추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고
			14	15	16	17	18	
법·제도 개선	'한식세계화 촉진법' 제정	신규	■					한식세계화사업이 식품을 통한 한국문화의 세계화이므로 농림축산식품부를 주축으로 범국가적 합의도출 필요
	한식세계화 종합계획 수립	확장				■		종합조정기구가 주축이 되어 5개년 계획 수립, 환경변화에 따라 연차적 개선
	중장기 종합계획 수립	확장	■	■	■	■	■	종합계획에 따라 사업추진기관에서 연차별 시행계획 수립
	성과관리체계 구축	신규	■					컨트롤타워의 통합적 관리 필요
	성과관리운영시스템 구축	신규		■	■	■	■	한식세계화 사업추진과 성과관리 연계를 통한 통합적 관리
조직체계 정비	한식세계화 컨트롤타워구축	신규		■	■	■	■	한식세계화 사업 추진주체의 통합 및 중앙통제적 관리를 통해 사업의 효과성 확대 필요함.
	세계화추진단 역할 및 기능이관	축소		■				'10년 한식세계화 사업 추진주체로서 한식재단을 설립함. 컨트롤타워 구축 후 한식세계화 추진단의 역할을 추진주체의 이사회 내로 이관하는 것이 타당함.
	전문가풀 구성	기존	■	■	■	■	■	한식세계화 사업의 각 분야별 경쟁력 강화를 위한 전문가풀 구성
	추진체계 효율성 제고	기존	■	■	■	■	■	사업집행기관의 관리 하에 상호 교류 협력 필요
	해외한식당협의체 사업 지원	기존	■	■	■	■	■	'13년 aT에서 한식재단으로 이관되어 추진되고 있음.
	'해외한식교류회' 설치	신규			■	■	■	해외한식당협의체 연계 및 대상범위의 확장 해외한식당협의체 지원사업과 연계하여 추진 필요

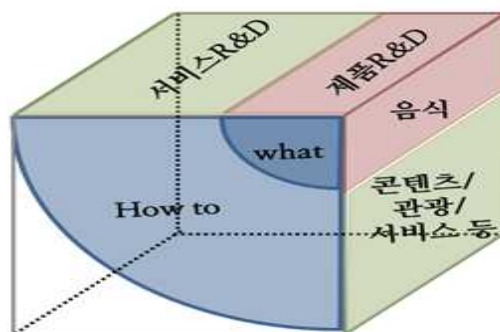
추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고	
			14	15	16	17	18		
시설인프라 구축	전국 컨벤션 센터 내 K-food 코트 입점	신규						전국 대표 컨벤션 센터 내 한식홍보 체험을 위한 K-food 코트 입점을 통해 한식 체험·홍보 강화 - 체험·홍보의 질 확보를 위해 한식세계화 조직에서 관리하는 것이 타당하다고 판단됨.	
	한식종합체험홍보관 조성	신규						'11년 한식재단에서 한식종합체험홍보관 기본계획을 수립함.	
	지역형조성 타당성 분석	신규						향후 한식재단과 관련 지자체와의 연계를 통해 체험·홍보관 조성이 타당하다고 판단됨.	
디지털 정보화 시스템 강화	한식디지털 정보화 종합 계획 수립	신규						'11년부터 한식재단이 콘텐츠 디지털화 사업을 추진하고 있음.	
	한식디지털 아카이브구축	확장						'11년부터 한식재단이 콘텐츠 디지털화 사업을 추진하고 있음.	
	한식디지털 정보화 사업	확장						'11년부터 한식재단에서 한식원형 복원 및 DB구축 사업 추진 중임. - 한식원형복원 및 자원화 사업 5개년계획 수립(2012)	
	음식관광정보 인프라 구축	신규						한식재단의 한식 콘텐츠 디지털화와 문화부의 관광정보 연계	
	한식 디지털 아카이브 활용 콘텐츠 유통사업	신규						디지털 아카이브 구축사업의 확장단계로 추진체계의 일체화가 타당하다고 판단됨.	
	네트워크 플랫폼 강화	한식사이트 안정적 관리 및 업그레이드	지속						'10년부터 한식세계화공식사이트는 한식재단에서 담당함.
		모바일앱의 지속적 개발	확장						'10년부터 한식재단이 한식사이트와 연계하여 관리
		한식관련 사이트 확장	확장						기 구축된 한식사이트와의 통합관리를 통해 관리의 효율화 도모
	사업관리 및 지원시스템 구축	사업관리시스템 강화	확장						한식세계화 사업추진기관에서의 관리가 타당하다고 판단됨.
		한식지원시스템 구축	확장						한식세계화 사업추진기관에서의 관리가 타당하다고 판단됨.

## 4. [제2과제] 연구개발

### 가. 기본방향

- 한식 메뉴 개발 등 상품위주의 분절형 R&D를 서비스 R&D<sup>75)</sup>로 확장함으로써 신산업 창출 및 부가가치 창출을 도모함.
- [ **제품 R&D** ] 전통식품의 발굴 및 산업화 & 현지화 모델개발
  - 전통음식에 대한 과학적 연구를 통해 한식의 우수성을 입증하고, 우수 전통 음식 발굴 및 한식의 산업화·세계화를 추진함.
  - 표적시장별 다양한 현지화 메뉴개발 및 현지 식재료를 활용한 조리법 등 한식의 본질을 유지하면서 맛과 서비스는 현지인 취향에 맞춘 한식 개발 보급
- [ **서비스 R&D** ] 콘텐츠 및 융합서비스 개발
  - 한식과 다양한 문화개체들과의 화학적 결합을 통해 한식관련 다양한 콘텐츠를 개발하여 한식을 쉽고 정확하게 알리는 도구로 활용함.
  - 문화와 관광의 관점에서 우리 음식의 가치를 재발견하고 관광자원으로서 음식의 경쟁력을 키우며 음식관광의 선순환구조 확립을 통하여 한식의 세계화에 기여함.

<그림 V-22> 연구개발 기본방향



75) 서비스 R&D 정의 : 새로운 서비스의 개발 또는 서비스 전달체계의 개선, 제품과 서비스의 융합 등 서비스 산업과 관련된 새로운 지식을 얻거나 응용하는 체계적이고 창조적인 활동을 말하며, 기술개발, 비즈니스 모델 개발, 인문·사회·문화 측면에서의 연구개발등을 포함함.(서비스산업발전기본법(안))

<표 V-25> 한식세계화 연구개발 세부기본계획

목표	추진 과제	세부사업
한식자원의 연구개발을 통한 부가가치 창출	1. 전통 음식 자원 활용 및 부가가치 향상 기술개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 한식의 우수성·기능성 구명 및 DB 구축 - 한식 우수성의 객관적·과학적 구명, DB 구축</li> <li>★ 발효식품 고급화 기술개발 및 유용미생물 자원 DB구축 - 한식 원천기술인 발효기술 육성 - 우리 술 세계화를 위한 융합기술 개발</li> <li>★ 농식품 가공산업 지원과 한국형 식문화 모델 개발 - 가공산업지원 및 상품성 향상 기술 개발 - 한식 다양성 확보 및 한국형 식문화 모델개발</li> </ul>
	2. 해외 시장 진출을 위한 한식 메뉴개발 및 서비스 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 해외시장별 메뉴 및 한식당 모델 개발 - 목표시장별 현지화 메뉴 및 사업화 모델 개발 - '한식과일릿스토어' 설립하여 현지반응 및 시장 조사 - 한식기술 사업화 산업화 단계 연구지원</li> <li>★ Food pairing 프로그램 - 한식과 해외음식과의 궁합요소 개발 프로그램 진행 - 프로젝트 결과 시연회 및 세계 유명 셰프에 제공 및 실용화 추진</li> <li>★ 한식 서비스 프로세스 개선 - 조리기술에 대한 프로세스 개선 - 스마트 식품 유통시스템 기술 등</li> </ul>
	3. 한식 콘텐츠 개발 및 보급	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 한식원형 발굴 및 자원화 사업 - 역사 속의 한식대가 발굴 사업 - 한식스토리텔링(역사·야사·창작 등) 발굴 사업 - 한식원형복원을 활용한 콘텐츠 개발 사업 지원</li> <li>★ 한식 콘텐츠 개발·산업화 - 한식사전편찬사업(영문), 한식레시피 총서 발간사업, 한식뉴스레터 발간 - 스마트폰 어플리케이션용 한식콘텐츠 개발 - 한식 10분 다큐 제작사업, 한식애니메이션 제작 사업 지원 - 한식콘텐츠 공모전 개최, 우리가족 한식조리법 발굴 사업</li> <li>★ 한식자원 유네스코 등재지원</li> </ul>
	4. 음식관광 프로그램 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 음식관광 콘텐츠 확충 및 음식관광 상품개발·지원 - 고택·종택과 연결한 종가음식 개발 및 스토리텔링 상품화 - 음식관광 코스개발, 음식관광 인프라 개선, 음식관광 관련 조사·연구 실시</li> </ul>

## 4.1 전통음식 자원 활용 및 부가가치 향상 기술 개발

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 전통음식 자원 활용 등의 기본방향

#### 한식에 대한 과학적 접근을 통한 한식상품화 및 세계화

- 전통음식에 대한 과학적 연구를 통해 한식의 우수성을 입증하고, 우수 전통음식 발굴을 통해 한식의 산업화·세계화를 추진함.
- [ 전통음식과 한식의 우수성 연구 ] 에스닉 푸드 시장은 세계 경기불황 속에서도 급격한 성장추세를 보이고 있으며, 이에 따라 세계 각국은 자국 식품(음식)의 상품화·세계화를 위한 전략적 노력이 증가하고 있는 추세임.
    - 세계화에 따라 전통식품 및 웰빙식품으로서 한식의 가치와 의미도 재조명되고 있음.
  - 한식의 우수성 및 전통음식에 대한 과학적 접근을 통한 홍보 및 산업화 기반 구축의 필요성이 대두됨.
    - 한식은 다양한 조리법과 식재료의 사용으로 식품의 영양적 가치를 높이고 균형을 맞추므로써 이상적인 식생활을 하도록 함.
    - 다양한 조리법 외에 한끼 식단이 주식과 국 또는 찌개, 부식으로 이루어져 있기 때문에 한끼의 식사로 다양한 식재료를 섭취할 수 있기 때문임.
  - 이에 따라, 농기평에서는 한식과 한식소재의 우수성·기능성을 과학적으로 규명하여, 한식 소비촉진을 유도하고 수준 높은 홍보 콘텐츠로 활용하겠다는 목적으로 한식의 기능성·우수성 구명 연구를 실시하여 왔음.
    - 대학·연구소·병원·연구기업 등은 한식의 인체적용시험연구, 체내대사·건강작용 연구, 소재의 기능성 비교, 전통한식의 발굴·재발견, 한식 식사패턴 연구 등을 실시함.

<표 V-26> 한식세계화 우수성·기능성 연구과제

연도	번호	연구과제명	주관연구기관
2009	1	한식과 서양식의 생식기능 효과비교 및 성인병에 대한 기능 비교	전북대병원
	1	기능성·우수성을 토대로 한 밥요리 상품화	숙명여자대학교
	2	기능성·우수성을 토대로 한 전류 상품화 기술개발 사업	(주)사용원
2010	3	한식 현지화를 위한 상품화 및 우수성 연구사업	조리학회
	4	비빔밥 기능성연구 및 소스류 개발사업	우석대학교
	5	막걸리 등 전통주의 수출경쟁력 강화를 위한 고품질 기능성 상품화 개발	한경대학교
	6	임상시험을 통한 한식 우수성 규명 사업	전북대병원 임상지원센터
	1	고령인삼 시폰인 제제가 식욕억제, 알코올 중독, 갈망 완화에 미치는 작용기전 규명 및 임상 프로토콜 개발	기톨릭대학교 의과대학
	2	쌀(밥) 중심식단의 다이어트 효과	인제대백병원
2011	3	한국인 식사패턴과 만성질환의 관련성 연구	국민대학교
	4	죽염의 기능 및 안전성 규명	경희대학교
	5	녹두, 김 이용 전통 한식의 건강기능성 규명 및 세계화를 위한 식문화 콘텐츠 개발	인하대학교
	6	생체에너지 이용측면에서의 한식의 우수성 평가연구	한국식품연구원
	7	호남 건강장수지역의 우수한식 발굴 및 한식세계화를 위한 문화상품화 방안 연구	한남대학교
	8	전라남도 장수군 지역 장수인의 생활습관과 건강지표 평가를 통한 우수 한식의 발굴과 산업화 방안 연구	연세대학교 의과대학
	9	한국인의 주식 쌀을 이용한 저작도 평가 도구 개발과 저작도를 이용한 한식우수성과 기능성 평가의 타당성 검증	세명대학교
	10	한식 및 한식원료의 건강기능, 문화, 지리적 우수성에 대한 총괄분석	한속식품연구원
	11	한국산 천일염의 생리활성 규명을 위한 임상 프로토콜 개발	중앙대학교
	12	한식 소재인 전통 식용 기름의 기능성 규명을 위한 인체적용 시험 전단계 시험연구	동국대학교
	13	한식 소재인 전통 장류(고추장·된장·청국장)의 기능성 규명 연구	호서대학교
	14	산채류공드레의 건강기능성(항비만/항노화/간 보호)규명 및 한식 세계화를 위한 레시피 개발	경희대학교
	15	김치 발효 유산균을 통한 장내 미생물 개선과 그로 인한 항비만 효과	한동대학교
	16	한식소재인 전통젓갈의 기능성 규명연구	경성대학교
	17	목은지의 기능성소재 발굴 및 생명기능성 규명	베제대학교
	18	전통 막걸리의 세계화를 위한 과학적·영양학적 연구	전북대학교
	19	현지적용 기능성 비빔밥 제조기술 개발과 비만치료 효과 규명	상명대학교
	20	생애주기별 한식 식사패턴 지수 개발 및 대사증후군과의 관련성 연구	이화여자대학교
	21	<동의보감>에 기록된 한식 식재료의 치유적 기능에 관한 국·영문 책자 발간	경희대학교
	22	잡채의 건강기능성 규명 및 레시피 발굴	(주)덕바이오
	23	전통다식의 기능성 강화를 통한 디저트화 연구	성균관대학교
	24	한식의 세계화를 위한 연의 건강기능성 규명 인체적용시험 및 연이용 맞춤형 건강한 체중조절 프로그램 홍보 콘텐츠 개발	인하대학교
	25	대사증후군 환자에서 김치의 숙성도 차이에 따른 임상적 효과 규명	이주대학교
	26	임상·역학조사를 통한 뇌건강증진 한국형 건강 식사패턴의 개발	국민대학교
	27	한식에 다용되는 식재료인 해조류를 이용한 대장 건강에 대한 기능성 연구	경희대학교
	28	대장암세포사멸능이 우수한 한식의 기능성 소재발굴 및 식단표준화	덕성여자대학교
	29	청국장의 스포츠 기능성 연구	한국과학기술연구원
	30	한식소재인 김(Prophyra tenera)의 건강기능성 규명 연구	한경대학교
	31	한식재료(천일염과 죽염)의 인슐린 저항성 개선 원인 규명과 Alzheimer 예방효과	목포대학교
	32	배추김치, 백김치, 동치미 및 깍두기 주재료의 위장보호 효능성분 규명 및 우수성 평가 연구	덕성여자대학교
	33	전통발효유 타락의 발효특성과 건강기능성 규명	성신여자대학교
	34	기능성 규명 및 안전성 확보를 통한 콜라겐 함유 한식메뉴 발굴	숙명여자대학교
	35	한식식사 패턴과 알레르기 질환과의 관련성 연구	이화여자대학교
	36	한국의 발효음식섭취와 골다공증 및 골다공증 대퇴부 골절예방 관련성 규명	중앙대학교
	37	한식 발효 전통주 제조 시 사용되는 재래누룩 발효젓산균과 이들 균주의 기능성 탄수화물 연구	세종대학교
	38	한국 전통 목의 세계화를 위한 건강 기능성 및 우수성 규명 연구	순천대학교
	39	고품질 한식 간장의 항비만 및 장관면역 증진 기능 규명	샘표식품기술연구소
	40	한식세계화를 위한 면류 문화의 우수성 발굴 및 해외 진출 모색	동원대학
	41	팥의 대사성질환개선 및 기능성 규명	부산대학교

자료 : 농림수산물부(2012), 식품산업정책편람

- [ 전통식품의 한식세계화 ] 전통식품·한식세계화를 뒷받침하기 위해서는 관련 기술을 중점적으로 육성할 필요 있음. 전통식품·한식의 원천기술인 발효 기술 육성 및 발효식품 개발을 핵심기술로서 국가적 차원의 종합적 지원 필요
  - 한국음식은 된장, 고추장, 간장, 김치, 젓갈 등 발효식품으로 대표할 수 있으며, 현재 발효식품에 대한 세계적 관심이 증가하고 있는 추세에 발맞추어 우수한 발효식품인 전통음식 발굴 및 개발을 통한 한식세계화 추진 필요함.
- [ 우수 전통식품의 개발 및 상품화 ] 가공식품의 수입증가, 외국 외식업체의 진출확대에 대응할 수 있는 우수 전통식품의 적극적인 개발·상품화 필요함.
  - 다양한 전통산업 육성정책과 업계의 노력으로 인지도 향상, 생산기반 구축 등 괄목할 만한 성과를 이루어왔으나, 업계 경영규모의 영세성, 가공기술력 부족, 전문인력 부족, 신제품 개발 미흡 등의 문제점을 내포하고 있음.
  - 상품화를 위해서 제조공정의 현대화, 한식세계화를 후방에서 지원 가능한 기술의 집중 개발 필요함.

## □ 추진계획

- 전통음식 자원활용 및 부가가치 향상 기술개발 사업예산(안)은 5년간 총 200억원 소요 예상됨.

<표 V-27> 전통음식 자원활용 및 부가가치 향상 기술개발 사업비 예산(안)  
(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
• 한식 우수성·기능성 구명 및 DB화	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
• 발효식품 고급화 기술 개발 및 유용 발효미생물 자원 DB구축	국고	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	10,000
• 농식품 가공산업 지원과 한국형 식문화 모델 개발	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
합계		4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	20,000

주 1. 관련 소요 예산은 농림축산식품부의 한식세계화 R&D 전략 예산배정 및 농림수산물 품과학기술 육성 종합계획 5개년 실천계획 중 전통식품 한식세계화 투자실적('05~'10)을 기준으로 배정

주 2. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동 가능함.



## 가. 한식의 우수성·기능성 구명 및 DB화

- [ 한식 우수성의 객관적·과학적 구명(究明) ] 과학적으로 밝힌 연구로 나타나 한식세계화를 위한 우리음식의 우수성 홍보를 위한 기초 자료로 활용하는데 많은 도움이 될 것으로 기대됨. 우리 한식의 건강기능적(건강기능성) 영양학적(영양생리효과) 우수성을 널리 알려 국민들과 공감대를 형성하는 과정임.
  - 한식 주요 식단의 유형을 도출, 해외 식단과의 비교 분석
  - 논문 발표, 해외 언론매체 노출 등으로 우수성·기능성에 대한 홍보 추진.
    - 김치를 장기적으로 섭취했을 때 혈중 지질을 저하시키고 동맥경화 예방<sup>76)</sup>
    - 고추장, 청국장, 전통주, 돌산 갓김치 등 전통발효식품과 홍삼 등 항암 효과 및 혈중 지질농도 저하 효과
- [ 한식 기능성·우수성 구명 자료의 DB구축 ] 한식 기능성·우수성 구명 자료의 디지털컬렉션(Digital Collection) 구축은 디지털 장서화 하는 것을 말하며, 디지털 형태의 자원, 즉 디지털 객체 또는 전자자원을 어떤 목적이나 기준에 따라 모아놓은 묶음 또는 패키지를 말함.
  - 한식 R&D(자연과학/사회과학)분야의 연구결과자료 및 DB 구축(매 3년)
  - 기술연구보고서, 연구논문, 특허 등 조사 및 DB조성 및 온라인 자료실 운영 및 학술 심포지엄 정례화

<표 V-28> 한식 우수성 디지털 컬렉션 유형 및 주제

자료유형	주제(예시)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자료유형 주제</li> <li>• 정기간행물, 학위논문, 단행본</li> <li>• 기록물, 고문서, 필사본, 회귀도서</li> <li>• 관보, 사전, 신문, 만화, 교과서</li> <li>• 비도서 자료(지도, 건축도면, 동영상, 필름, 구술녹취, 화상자료, 그림, 사진, 오디오, 비디오테이프, 팜플렛)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정치(법 관련, 대통령 등)</li> <li>• 역사</li> <li>• 건축</li> <li>• 문학(설화, 민요, 무가, 방언, 소설 등)</li> <li>• 어학(영어회화 등)</li> <li>• 종교(각 종교)</li> <li>• 예술(공연, 음악, 재즈, 연극 등)</li> <li>• 의학(질병, 전염병 등)</li> <li>• 교육(대학 아카이브 등)</li> </ul>

76) 부산대학교 송영욱 교수



## 나. 발효식품 고급화 기술 개발 및 유용 발효미생물 자원 DB구축

- [ 한식의 원천기술인 발효기술 육성 ] 한식의 원천기술인 발효기술 육성하여 전통주, 장류 등 전통발효식품의 과학화하고 품질 고급화기술을 개발하여, 한국형 전통음식 가치 발굴 및 소득 자원화를 추진함.
  - 고품질 발효식품의 과학화 및 소재화 기술 개발
  - 발효미생물의 기능성 및 실용화 기술개발

<표 V-29> 주요국의 발효식품 소재화 기술개발

국가	기술개발 현황
일본	• 된장, 김치 등 발효식품 기능성 및 소재연구수준 높음.
미국	• 동양의 발효식품을 이용한 소재개발 중점

- [ 미생물 발효 자원기술개발 및 DB 구축 ] 미생물을 이용한 발효기술이 주류·발효식품 분야에는 예전부터 이용되었고, 현재 의약품 및 각종 고부가가치 생산물을 얻기 위하여 여러 분야로 발효산업의 발전 폭이 넓어지고 있음.
  - 우리 술 세계화를 위한 융합 기술개발 및 DB 구축
  - 전통주용 전용 누룩 제조 기술개발 및 DB 구축
  - 막걸리 산업 활성화 기술개발 지원 및 DB 구축
  - 전통주 복원 및 산업화 기술개발 및 DB 구축
  - 전통 발효기술 응용 음료 산업화 기술개발 및 DB 구축

<표 V-30> 미생물을 이용한 식품산업 분야 등

분 야	생 산 물
• 알코올 제조 및 주류	• 포도주, 맥주, 소주, 주류용 주정
• 발효식품	• 간장, 된장, 김치, 빵효모, 치즈, 요구르트
• 아미노산 발효공업	• 라이신(lysine)과 같은 각종 아미노산
• 효소산업	• amylase, protease 등
• 생리활성물질	• 비타민류, 호르몬
• 균체제조업	• 효모균체 생산(single cell protein, SCP)

## 다. 농식품·가공산업 지원과 한국형 식문화 모델 개발

- [ **가공산업 지원 등** ] 가공산업 지원 및 상품성 향상 기술개발
  - 가공현장 애로기술 해결, 한식소재 활용기술 개발
  - 전통식품의 발굴 및 상품화기술 개발, 제조공정의 현대화
  - 편의성을 추구하는 세계인의 욕구에 적합한 한식 패스트푸드 개발
  - 포장 및 품질유지 냉해동 기술 개발
- [ **한국형 식문화 모델 개발** ] 한식당 및 이용객의 선호도를 반영하여 실효성 있는 음식유형별 표준식단에 맞는 찬기 표준모델을 선정·개발하고 글로벌 보급 확대 방안을 마련함.
  - 한식조리법 재현 및 현대적 활용 방안 개발
    - 한식 평가모델 개발 → 건강한식 구성안 개발
  - 종가음식 발굴 및 현대적 활용 방안 개발
  - 한식 규격화 : 쌀, 고추장 등 맛 지표 개발 등
- [ **프랑스의 식문화 모델 사례** ] 프랑스 정부는 프랑스식 식문화에 대한 자긍심을 국민들에게 확산시키기 위해 범정부 차원의 프로그램인 ‘국민식생활프로그램(PNA)<sup>77)</sup>을 가동하고 있음.
  - 프랑스식 식문화는 프랑스 역사와 문화, 생활양식을 특징지음.
  - ‘먹는 행위’는 단순한 생리적 기능중 하나가 아니라, 일상의 즐거움, 분위기, 사교성, 식재료의 다양성, 전식·본식·후식으로 구성된 식사의 구성, 하루 세 끼 정해진 시간대 등 일정한 규칙을 따르는 행위.

77) 프랑스 식품계획(PNA) (농식품부 관장, 2010년 제정)

제1축 국민 모두가 질 좋은 식품을 쉽게 접할 수 있도록 접근성의 개선

- 취약한 상황에서 보다 나은 식품 섭취, 학교 및 교외에서 건전한 식습관 형성, 보건 및 의료시설에서의 식사 개선, 노인 영양 개선, 교도소 식품공급 개선 및 음식을 통한 사회복지 촉진

제2축 식품 공급의 개선

- 혁신을 위한 자발적 노력과 민관 파트너십 확대 통한 식품의 질 개선, 환경가치, 영양, 오감이 만족스러운 작물품종 개발, 생산자와 소비자의 연결, 소비자들이 이용하는 식품의 안전성 개선, 지속가능한 생산의 장려, 음식 폐기물의 감축

제3축 식품에 대한 지식과 정보의 개선

- 내일의 소비자인 청소년에 대한 식교육, 소비자 식교육, 소비자에게 대한 충분한 정보 제공

제4축 프랑스 식문화유산의 보전과 진흥

- 산물과 요리법의 진흥, 주요한 관광대상으로서 음식에 역점, 프랑스 음식문화 유산의 국제적 홍보

## 4.2 해외시장 진출을 위한 한식 메뉴 및 서비스 개발

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 한식 메뉴 및 서비스 개발 등의 기본방향

#### 표준화 및 현지화를 통한 한식보급 추진

- 표적시장별 다양한 현지화 메뉴개발 및 현지 식재료를 활용한 조리법 등 한식의 본질을 유지하면서 맛과 서비스는 현지인 취향에 맞춘 한식 개발 보급
- 음식에 대한 기호는 통합될 수 없는 특성을 가지고 있으며, 음식이 전파될 때까지 지역의 특성을 가미한 형태로 접근하는 것이 바람직한 것으로 판단됨.
  - 세계 각지의 서로 다른 풍미와 문화를 가미하지 못한 한식은 세계화된 한식이라 할 수 없다고 판단됨.<sup>78)</sup>
- [ 한식의 현지화·퓨전화·간편화 ] 국가별 선호메뉴를 고려하여 대중화가 가능하도록 한식의 현지화, 퓨전화, 간편화(Take-out) 개발 추진이 필요함.
  - 선택과 집중을 통한 실행가능 연구개발, 경쟁력 제고를 위해 표적시장별 다양한 현지화 메뉴개발 및 현지 식재료를 활용한 조리법 등 한식의 본질을 유지하면서 맛과 서비스는 현지인 취향에 맞춘 한식 개발 보급.
- [ 한식의 현지화 전략 ] 한국에 있는 중식당, 일식당이 상당수 한국인 주방장에 의해 운영되듯이 특정 메뉴 중심이 아니라 운영시스템(Business Format)이 표준화되고 단순화되어 외국인이 한식당을 운영하더라도 일정한 맛을 낼 수 있고, 지역사회에 친화적인 현지화 전략이 필요.
- ‘한식’ 자체의 제품에 대한 정보보다는 현지 시장에 대한 정보 즉, 유망시장과 해당 유망시장에 부합하는 유망메뉴에 대한 정보를 제공하는 것이 바람직함.

78) 이탈리아의 커피인 카푸치노는 아침에 아주 적게 마시는 것이 전통이었으나 세계적으로 퍼지면서 카푸치노를 즐기는 양과 시기가 변화되었으나 카푸치노는 이탈리아의 커피라는 사실은 변함없음.

<표 V-31> 국가별 선호 한식

국가	선호하는 한식
중국	오리고기, 꼬치불고기, 닭강정, 제육강정, 닭고추장구이, 제육고추장구이, 용봉탕, 돼지갈비구이, 닭날개구이, 갈비찜, 튀김만두, 수삼냉채, 약식
일본	춘천막국수, 나물김밥, 나물주먹밥, 두부전골, 삼계탕, 닭강정, 제육강정, 닭고추장구이, 도미찜, 어묵찜, 겨자채, 탕평채, 보쌈김치
동남아	두부전골, 삼계탕, 떡꼬치구이, 만두, 규아상, 밀쌈, 빈대떡, 파전, 구절판, 겨자채, 수삼냉채, 백김치
북미	두부전골, 삼계탕, 신선로, 소갈비구이, 전류, 빈대떡, 파전, 화양적, 백김치, 보쌈김치
유럽	신선로, 오리구이, 닭구이, 소갈비구이, 꼬치불고기, 닭강정, 제육강정, 닭고추장구이, 만두, 삼색만두, 규아상, 밀쌈, 해물빈대떡, 채소빈대떡, 전류, 백김치, 수정과
중동	산채비빔밥, 신선로, 구절판, 탕평채, 부추잡채, 콩나물잡채, 밀쌈, 이이선, 백김치, 울란

자료 : 세계 속의 음식문화. 구난숙 외

- [ 현지화 지원 ] 한식 전략품목의 연구개발 지원을 통해 외식기업의 해외진출을 도모하는 목적으로 현장의 애로사항에 대한 연구개발이 필요한 과제를 공모하여 소규모로 기술개발을 지원할 수 있도록 함이 바람직함.

## □ 추진계획

- 해외시장 진출을 위한 한식 메뉴 및 서비스 개발 사업예산(안)은 5년간 총 73억원 소요 예상됨.

<표 V-32> 한식 메뉴 및 서비스 개발 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
해외시장별 메뉴 및 한식당 모델 개발	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
Food pairing 프로그램	국고	300	300	300	300	300	1,500
한식 서비스 프로세스 개선	국고	300	300	100	100	-	800
합계		1,600	1,600	1,400	1,400	1,300	7,300

- 주 1. 관련 사업들은 기존 추진 사업들의 예산을 반영하여 산출함.  
 - 현지화 모델 사업화 연간 5억, 파일럿 스토어 연간 2억, 사업화 아이템 연구 지원 연간 3억  
 2. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.: 연간 2억원

## 가. 해외시장별 메뉴 및 한식당 모델 개발

- [ **현지화 메뉴 및 사업화 모델 개발** ] 목표시장별 현지화 메뉴 및 사업화 모델 개발은 1차 시장을 동남아시아, 미국 및 일본, 중국시장으로 선정하고 각 지역별 현지화 메뉴 및 사업화 모델 개발함.
  - 2차 신규시장 창출을 위해 중동, 북미지역을 대상으로 한 각국의 식문화 연구 및 메뉴 연구
    - (예) 할랄 halal 음식 등
  - 복잡한 조리법의 표준화, 세계인의 기호에 맞는 한식의 개발 및 보급, 식자재·인테리어·식단(코스요리 및 반찬제공 방법) 등 현지인의 라이프 스타일에 맞는 음식관련 서비스 개발 등이 진행되어야 할 것임.
- [ **한식 Pilot Store** ] ‘한식 파일럿 스토어(Pilot Store)<sup>79)</sup>는 글로벌 시장에서 성공을 거둔 특정 한식을 대표 한식으로 내세워 다른 상품까지 후광효과를 노리는 마케팅 방법임. 긍정적 이미지를 다른 관련 상품으로 확대, 결국 한식 전체 상품의 판매를 극대화하는 전략임.
  - 거점지역에 설립하여 현지 반응조사 및 시장조사
  - 실제 한식 메뉴 및 한식당 모델 도입에 앞서 시장 및 수요조사
  - 시장 흐름을 분석을 통해 국가별·지역별 메뉴 및 한식당 모델 개발
- [ **상용화 가능한 한식 발굴** ] 사업화 성과 창출을 위해 사업화 성공가능성이 높은 한식 아이템 발굴, 산업화 단계를 유인할 수 있는 기술개발 지원.
  - 식자재(소스류 등) 분야의 상용화 기술개발 및 마케팅 지원
  - 기능성, 특수목적 한식 식품 개발 : 질병 예방, 항산화, 노화방지, 다이어트 등

79) 신제품이나 신규 브랜드에 대한 소비자의 반응을 알아보기 위해 운영하는 점포. 판매보다는 광고효과 측정이 우선시 됨.

\* 안테나숍(Antenna Shop)이라고 불리고 있으며, 안테나숍은 신제품이나 신규 브랜드에 대한 소비자의 반응을 알아보기 위해 운영하는 점포를 말함. 판매보다는 광고효과 측정이 우선시되므로 전파를 잡아내는 안테나와 같이 소비자들의 반응을 잡아낸다고 하여 이런 이름이 쓰이게 됨.

## 나. Food pairing(동반음식) 프로그램

- [ 유명 셰프와 Food Pairing ] 최근 세계 음식문화의 트렌드는 Food Pairing (동반음식)으로 한국음식 전파를 위해 한식 식재료(김치, 장 등)와 해외 음식과의 어울리는 요소들을 과학적으로 찾아 해외 유명 셰프들에게 활용토록 함.
  - 유럽에서의 일본 기꼬망 간장의 성공은 스시의 대중화에서도 기인하지만, 유럽 요리 속에서 간장의 활용방안 마련이 주효한 요인으로 작용함.
  - (예) 알리시아재단(Alicia Foundation)과 샘표간장의 '장을 이용한 서양요리 연구 프로젝트'<sup>80)</sup>

<그림 V-23> Jang Pairing Map(예)



- 한국 장(고추장, 된장, 간장)을 서양음식에 어떻게 적용할 것인가에 대한 연구(6개월)
  - 장을 넣으면 풍미가 좋아지는 서양음식 400가지 개발하였고, 이 중 150개의 요리법 정리 공개예정
  - 스페인 요리사 키케 다코스타(Dacosta) “우리(유럽인)에게 없어서 안 될 식재료와 장을 접목시키는 작업을 계속 이어간다면, 나중에는 (한국의 장이) 우리 음식에 없어서 안 될 기둥으로 발전할 수도 있다”
- [ 해외사용 식재료 활성화 ] 한식의 특징적 요소인 김치·장류 등의 해외사용을 위한 실질적인 활용을 유도하고, 한식과 해외음식과의 궁합요소를 개발하는 프로젝트 진행해 연차별 다양한 식재료의 활용 방안을 마련하도록 함.
- 프로젝트 결과물을 중심으로 세계 유명 셰프에게 정보제공 및 시연회 개최함.
  - 각종 미식행사 등을 통한 시연회, 세계 주요 식품저널리스트 대상 언론매체 홍보, Food pairing map 작성

80) 2013년 1월 마드리드 퓨전(Madrid Fusion)에서 결과발표회

## 다. 한식 서비스 프로세스 개선

- [ 주방기기 및 주방시스템 개선 ] 조리 기술에 대한 프로세스 개선을 위하여 주방기기 및 주방시스템, 조리기기 및 산업용 식기 개발 기술에 대한 발굴이 중요하다.
  - 정부는 식품 R&D 18개 핵심기술 중 외식관련 기술개발을 적극 발굴·지원함.
  - 18개 핵심기술 중 ‘조리기기 및 산업용 식기 개발기술’ 등이 추진함.

<표 V-33> 외식산업 5대 연구분야 중 주방기기 등

분야	분야별 연구과제(예시)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주방기기 및 주방시스템</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식 산업현장의 핵심인 주방 내 근로환경, 시설 개선을 통해 업무 효율성 향상</li> <li>• 조리·주방기구 개발 등을 통해 수출 활성화 등 관련 산업에 경제적 파급효과 창출</li> </ul>

- [ 한식 유통시스템 ] 스마트 한식 유통시스템은 한식의 품질과 안전 상태를 언제 어디서나 실시간으로 모니터링하고 관리할 수 있도록 RFID/USN 기반의 품질관리 센서, 지능형 유통환경 제어시스템, 스마트 패키징 등과 이들 기술을 기반으로 원료생산에서 한식당까지 smart Food-Chain 구축이 이루어짐.
  - RFID(radio frequency identification), USN(ubiquitous sensor network) 기술을 활용함으로써 한식과 u-IT기술을 융합한 차세대 유통시스템을 도입을 고려함.<sup>81)</sup>
  - 가공포장 디자인 및 표기, 수출용 한식식재료 및 한식 HMR<sup>82)</sup> 개발 기술
  - 식재료 유통 채널 다양화 및 유통단계 축소

81) 한국식품연구원의 ‘u-Food System’은 RFID(radio frequency identification)/USN(ubiquitous sensor network) 기술을 활용함으로써 식품과 u-IT기술을 융합한 차세대 유통시스템으로 식품의 원료 생산부터 가공, 유통, 판매, 소비자에 이르기까지 전 단계에 걸쳐 품질, 공정, 정보 등을 실시간으로 관리 할 수 있는 첨단 유통 시스템임.

82) 가정대용식(Home Meal Replacement)은 일품요리의 형태로 백화점, 할인마트의 조리식품코너 또는 테이크아웃 형태로 집이나 외부에서 별도의 조리가 필요 없이 그대로 먹거나 간단히 데워 먹을 수 있는 식사대용 음식을 말함.

## 4.3 한식 콘텐츠 개발 및 보급

### □ 현재 위치와 기본방향




#### 한식 콘텐츠 개발 및 보급의 기본방향

#### 한식과 문화의 융합을 통한 한식에 대한 선호도 향상 및 새로운 부가가치 창출

- 한식과 다양한 문화개체들과의 화학적 결합을 통해 한식관련 다양한 콘텐츠를 개발하고, 이를 한식을 쉽고 정확하게 알리는 도구로 활용함.
  - 한식세계화를 위해 ‘무엇(메뉴)을 가지고 갈 것인가?’ 라는 고민에서 한발 나아가, ‘어떻게, 무엇과 함께 전파할 것인가?’의 관점에서의 접근
  
- [ 창조경제와 R&D 중요성 ] 현재 세계 경제의 패러다임은 제조업에서 서비스 경제로, 정보와 지식에서 창의성과 감성 중심의 창조경제(Creative Economy) 시대로 변화하고 있음.
  - 창조경제시대의 한식세계화는 창조적 인재의 아이디어와 혁신을 통하여 새로운 한식 콘텐츠 상품을 생산하고, 타 산업과의 연계 및 융·복합을 통한 새로운 고부가가치를 창출해내는 것으로 이를 위한 서비스 R&D가 무엇보다 중요하다고 판단됨.
  
- 제품기술 개발에 한정된 R&D의 영역을 서비스 개발까지 포함하도록 확대하여 ‘경험과 감’ 대신 과학적·체계적 방법을 적용한 新서비스 및 서비스 전달 체계 등을 개발하여 서비스 혁신을 도모함으로써 성공적 한식세계화를 추진하는 것이 바람직함.
  
- 현재 산업계는 기존의 제품 및 서비스 영역들이 기술의 발전이나 소비자 요구로 인해 제품 간, 서비스 간, 제품 및 서비스 간 융합으로 새로운 부가가치를 창출하고 있는 추세임.



<표 V-34 > 서비스 R&D 사례

융합유형	사례	내용
휴대폰 + 서비스	스마트폰 	<ul style="list-style-type: none"> <li>휴대폰과 멀티미디어(MP3, 카메라 등), 다양한 응용콘텐츠 서비스를 하나의 비즈니스 모델로 융합</li> </ul>
IT + 물류/유통서비스	지능형 물류 	<ul style="list-style-type: none"> <li>전자통신기술과 물류·유통서비스를 융합하여 실시간으로 물건의 위치를 확인하거나 상태를 파악함으로써, 배송물건의 손실 및 비용 등을 최소화</li> </ul>
서비스 + 서비스	의료 + 관광 	<ul style="list-style-type: none"> <li>의료와 관광의 결합을 통해 새로운 서비스 제공</li> </ul>

- [ 한식 콘텐츠·서비스 R&D ] 한식세계화 R&D 또한 한식 메뉴개발이라는 일방향적 접근 보다는 한식관련 콘텐츠, 서비스 영역으로의 다각적 접근 필요.
  - 한식세계화 사업 초기 ‘한식’ 메뉴에 초점이 맞추어져 R&D가 진행됨. 이에 따라 ‘한식’의 이해에는 도움이 되었을 수 있지만, 한식세계화 사업주체들의 사업추진에 있어서는 가치 있는 정보를 제시하지 못함.
  - 기존의 메뉴만을 강조한 R&D로는 시장 확대에 있어 한계를 보임.
- 한식관련 전후방의 연관 산업의 외국인 서비스 경험 욕구 등에 대한 연구를 통해 맞춤형 한식메뉴 개발 및 한국의 역사·자연·문화 등을 활용한 다양한 한식콘텐츠 개발, IT와 한식과의 융·복합 등의 다각적 접근이 필요함.
  - 그간 한식세계화사업을 추진함에 있어 콘텐츠의 중요성을 인식하고 ‘아름다운 한국음식 100선’, ‘한국인이 사랑하는 오래된 한식당’ 등 다양한 한식 콘텐츠 개발을 위한 노력들이 이루어져 왔으나, 한식세계화 사업의 확산을 위해서는 한식에 대한 보다 다양한 접근 방식과 흥미로운 콘텐츠의 확보가 필요하다고 판단됨.
- 따라서 한식 콘텐츠 및 서비스 개발을 위한 연구개발을 추진하여 개발된 콘텐츠를 통해 한식의 문화적 가치 확보 및 한식세계화 추진도구로 활용하는 것이 필요함.

- 문화 전파의 성패는 기술 수준, 제품도 중요하지만, 흥미롭고 창의적 소재를 통한 접근성을 높이는 것도 중요한 요소임.
  - 반만년 역사를 지닌 우리 한식원형을 바탕으로 글로벌 환경에서 통용되는 차별적인 콘텐츠를 개발한다면 한식세계화를 속도는 높아질 것으로 판단됨.
- [ 한식의 메카니즘 ] 문화적 기제((機制, mechanism)로 한식을 제공하는 ‘한식이 깃든 문화’를 확보를 위해 영상, 출판물, 음악 등 다양한 콘텐츠를 개발·보급하여, 한식과 한식문화를 쉽고 정확하게 알리기 위한 도구로 활용 필요함.
- 영화, 음악, 미술 등 한식과 문화산업과의 콘텐츠 융합을 통한 한식의 다양성, 흥미성 등을 확보함.
  - 어떠한 스토리와 체험으로 포장하느냐에 따라 낯설음이 색다른 매력으로 변할 수 있고, 기호에 맞지 않은 맛은 잊혀 진다 해도 음식 속의 깃든 이야기와 체험은 기억 속에 오래 체화됨.
- [ 음식 + 식문화 추세 ] 최근 전 세계적으로 향토 음식과 전통 식문화의 가치가 부각되어 음식의 메뉴 뿐 아니라 식재료를 얻는 방식, 조리법, 식사법 등 식문화 전반을 하나의 패키지로 상품화하는 문화상품으로 대두되는 추세임.
- 프랑스, 멕시코, 지중해의 미식문화가 유네스코(UNESCO) 세계 문화유산에 선정됨.

<표 V-35> '유네스코 창의도시 네트워크' 미식분야 선정 도시

국가 및 도시	선정 사유
콜롬비아 포파얀	• 독특한 전통 요리법 보존 : 백년 이상 한결같은 방식을 고집하는 지역 향토음식이 발달
중국 청두(成都)	• 2천 명 이상의 마스터 셰프 보유 : 300명 이상의 국가대표급 요리사 보유
스웨덴 오스터순드	• 지역생산 식재료를 활용한 전통적인 미식문화 보유 : 자연환경과 조화를 이루는 식문화의 가치 인정
대한민국 전주시	• 수 천년 동안 내려온 정성이 담긴 가정음식 : 음식연구, 인재양성 체계, 특색 있는 지역축제 운영

주. 유네스코 주관 창의도시 네트워크 사업은 성공한 도시의 경험을 세계가 나누자는 취지에서 시작

<표 V-36> 한식세계화 콘텐츠 구축 목록

콘텐츠 명	주요내용
아름다운 한국음식 100선	<ul style="list-style-type: none"> <li>대표적인 한국음식 100개, 300개에 대한 표준조리법을 8개 언어(한국어, 영어, 일어, 중국어, 불어, 스페인어, 아랍어, 체코어)로 제작</li> </ul>
아름다운 한국음식 BEST 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>선호도 상위 12개 음식 소개, 유래, 만드는 법 등 만화제작</li> <li>12개 음식(비빔밥, 김밥, 호박죽, 냉면, 삼계탕, 순두부찌개, 잡채, 쇠갈비구이, 불고기, 해물파전, 배추김치, 호박떡)</li> </ul>
한식메뉴 외국어 표기 가이드	<ul style="list-style-type: none"> <li>대표적인 한식 154개 메뉴에 대한 외국어 표기법 제작 배부</li> <li>- 2010년 124개 메뉴, 4개 언어/ 2012년 증보판 154개 메뉴, 10개 언어</li> </ul>
한식메뉴 스토리텔링 책자	<ul style="list-style-type: none"> <li>스토리텔링, 영양정보, 사진수록 한국음식 100개 스토리텔링 책자발간, 외국어편(일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어) 발간</li> </ul>
간소·고품격 메뉴식단 개발 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식메뉴 50품에 대해 간소하고 품격 높은 상차림 모델 제작 : 메뉴의 적정 계량 및 부식(3찬), 50품 메뉴에 대한 스토리텔링</li> </ul>
한식 먹는 법(맛)	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국인의 시각에서 음식 먹는 방법을 구체적으로 보여주는 3~4컷 만화</li> <li>- 한식예절(테이블 매너 등) 및 식당에서 사용하는 한국말 소개</li> <li>- 돌솥비빔밥, 불고기(쌈), 한정식 등 22개 한식 메뉴</li> </ul>
스타셰프 Dining	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식 스타셰프 및 향토음식 전문가과정 교육생의 작품 전시 음식</li> </ul>
해외 한식당 디자인 가이드 매뉴얼	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식당 인테리어 디자인을 고급형, 전문형, 대중형 등 3개 유형으로 구분 제작·보급</li> </ul>
해외진출 가이드북	<ul style="list-style-type: none"> <li>4개국(미국, 중국, 일본, 베트남)의 시장환경 선호도 조사, 한식 선호도 조사, 유망한식 발굴, 한식당 마케팅 전략</li> </ul>
한식홍보관 매뉴얼	<ul style="list-style-type: none"> <li>'한식'을 떠올릴 수 있는 품격 높은 한식홍보관 매뉴얼 개발 : 한옥구조를 활용하여 한식메뉴, 전통주, 한식쿠�� 클래스, 한식조리 게임 등</li> </ul>
어플리케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식조리법 : 대표 메뉴 소개, 사진, 조리법, 한식메뉴 먹는 법 등을 11개 언어로 제작</li> <li>해외 우수한식당 가이드 북</li> </ul>
한식홍보 영상물(DVD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>국제행사 및 해외 홍보행사 시 한식의 우수성 및 간단한 조리법을 외국인에게 쉽게 알려주기 위한 영상자료 : 한식상차림, 대표한식메뉴 9선 조리법, 세계 한식당 등</li> </ul>
한식홍보물	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식인지도 제고 및 한식세계화 홍보자료</li> <li>- 포스터 : 한식대표메뉴(비빔밥, 불고기, 해물파전, 궁중떡볶이, 한정식)</li> <li>- 브로셔 : 한식의 특성, 대표한식 메뉴, 한식문화, 예절, 한식 BI 등</li> <li>- 리플렛 : 한식 및 식문화를 외국인이 이해하기 쉽도록 제작</li> <li>- 판촉물 : 조리북, 앞치마, 책장자석, 에코백, 쇼핑백 등</li> </ul>
외국인 식객의 한식기행	<ul style="list-style-type: none"> <li>주한 외국인 25인 선정해 한식기행 진행</li> <li>한식의 맛과 재료, 지역의 문화를 체험하고 느낀 바를 외국인의 시각으로 정리한 이야기</li> </ul>
한식현지화를 위한 상품화 및 우수성 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남과 미국 현지인을 대상으로 평가항목을 작성해 평가가 우수한 메뉴를 바탕으로 최종 레시피 개발</li> </ul>
한식세계화뉴스레터	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식재단에서 격주로 발행하는 뉴스레터, 한식세계화 소식 및 한식관련 다양한 정보소개</li> </ul>
한국인이 사랑하는 오래된 한식당	<ul style="list-style-type: none"> <li>대한민국 한식당 100년의 역사를 담은 책자, 반세기를 이어 맛과 추억을 내립해온 오래된 한식당의 그리운 풍경기록</li> </ul>

자료 : 농림축산식품부(2012). 식품산업정책편람, 한식재단 홈페이지

## □ 추진계획

- 한식 콘텐츠 개발 및 보급 사업예산(안)은 5년간 총 108.05억원 소요예상됨.

<표 V-37> 한식콘텐츠 개발 및 보급 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
한식 원형 발굴 및 자원화	국 고	125	520	520	520	520	2,205
한식 콘텐츠 개발·산업화	국 고	1,396	906	1,906	2,206	1,936	8,350
한식자원 유네스코 등재지원	국 고	50	50	50	50	50	250
합계		1,571	1,476	2,476	2,776	2,506	10,805

1. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.
2. 세부 내역은 아래의 표 참고

구분	세부사업명	사업비
한식원형 발굴 및 자원화	역사속의 한식대가	· 2014 기본계획 45백만원 · 2015~2018 사업추진 매월 1인 지정(4년간 총 48인) 연간 330백만원
	한식스토리텔링 발굴(2014~2018)	· 2014 기본계획 30백만원 · 2014~2018 사업추진 140백만원
	한식원형복원 콘텐츠 개발 사업지원	· 연간 50백만원
한식콘텐츠 개발·산업화	한식관련 콘텐츠 개발 통합 체계 구축 사업개발	· 30백만원(2014년)
	디지털 콘텐츠 개발	· 한식사전 편찬(2015~2017년) 연간 470백만원 · 뉴스레터 연간 136백만원(2주 1회 발간)
	한식레시피 총서발간	· (2014~2018) 연간 6억원
	스마트 폰 어플리케이션 한식 콘텐츠 개발	· 연간 1억원(2014~2015)
	한식10분 다큐 제작사업	· 2014년 330백만원
	애니메이션 제작 지원	· 2016 5억, 2017~2018 각 10억
	한식콘텐츠 공모전 개최	· 연간 2억원
한식자원 유네스코 등재지원	-	한식원형복원 컨퍼런스 비용 참고

## 가. 한식 원형 발굴 및 자원화 사업

- [ 역사 속의 한식대가 발굴 ] 한식 대가 선정심의회를 설치하여 역사자료에 나타난 한식대가를 선정하여 「이달의 한식 대가」 홍보
  - 한식대가 자료집 및 역사 속의 한식대가 심포지엄 개최
- [ 한식 스토리텔링(storytelling) 발굴 및 storytelling marketing 사업 ] 한식에 대한 역사(歷史)·야사(野史)·창작(創作) 등 발굴하고 한편, 콘텐츠 창작의 기반인 한식 스토리 경쟁력을 강화하기 위하여, 스토리 관련 예산을 대폭 확충하고, 스토리텔링 공모전, 스토리 기획 개발 지원, 마켓 개최, 스토리창작아카데미 운영, 창의 워크숍 개최 등 다양한 사업을 추진함.
  - 원형발굴 자료를 활용한 문화 홍보콘텐츠 개발을 위한 스토리텔링 발굴
  - 한식의 storytelling marketing은 한식에 얽힌 이야기를 가공, 포장해 광고·판촉 등에 활용하는 브랜드 커뮤니케이션 활동을 수행함.
- [ 한식원형 복원을 활용한 콘텐츠 개발 사업 ] 한식원형 복원을 활용한 콘텐츠 개발 사업은 컨퍼런스, 공모전, 다큐멘터리 제작 방영을 지원함.
  - 한식원형 컨퍼런스 : 한식원형에 대한 인식제고 및 한식 우수성 홍보
  - 한식원형 공모전 : 한식에 대한 대중적 인식제고 및 창작 소재로서 한식원형 활용 공모전 실시
  - 한식원형 다큐제작 방영 : 한식원형을 소재로 한 다큐멘터리 제작, 방영

<표 V-38> 산업 주체에 따른 문화원형 콘텐츠 개발 정책

구분	형태	특징
정부주도형 (프랑스)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가가 공식기구를 통해 적극적으로 개입 기술적·재정적 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화 인프라에 대해 과감한 투자</li> <li>• 정부가 직접 주관하는 대형 프로젝트 사업</li> </ul>
민간주도형 (미국)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부의 간섭을 최대한 배제</li> <li>• 시장경제체제에 근원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가 지원은 상징적인 역할만 수행, 민간주도</li> </ul>
절충형 (일본)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 규제, 지원, 지도 등을 통해 시장경쟁을 유지하면서 간접적 방식으로 기업과 협의 아래 중앙정부와 시장이 협력체제를 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중앙정부와 지방정부 그리고 민간 기업이 적절히 역할 분담. 국가 이미지를 문화 선진국으로 제고시키기 위하여 경쟁적 노력</li> </ul>

## 나. 한식 콘텐츠 개발 및 산업화

- [ **한식 관련 콘텐츠 개발의 통합체계 구축** ] 한식 관련 콘텐츠 개발의 통합 체계 구축은 한식 융합콘텐츠 개발 촉진 및 시장 창출하는 사업.
  - 3D 후반 작업 시스템, CG 프로젝트 제작지원, VR(가상현실) 등 차세대 콘텐츠 개발을 촉진하고, 이러닝, 이트레이닝, 기능성게임 등 식생활에 필요로 하는 융합콘텐츠 시장 창출을 위하여 콘텐츠 개발 및 제작, 인프라 조성을 지원함.
  - 한식세계화 관점에서 한식 콘텐츠 개발 중장기적 개발 로드맵 작성
  - 개발된 한식 콘텐츠를 공시적 관점과 통시적 관점에서 분류
  
- [ **디지털 콘텐츠 개발** ] 한식 영문사전 편찬(2015년~2017년)은 Web상에 한식정보를 백과사전 형식으로 구현하는 사업임. 이는 국문 및 영문 콘텐츠 구축, 영문 한식사전 예비 사전작업 및 기획작업, 글로벌 소셜네트워크 업로드하는 사업.
  - 한식뉴스레터(The Taste of Korea) 국영문 격주 발행 발간
  
- [ **한식 레시피 총서 발간** ] 한식에 있어서 중요한 음식소스, 사찰음식, 궁중음식, 힐링음식 등 레시피 총서 발간 사업(2014년~2018년) 추진함.
  - 그동안 한식재단은 한식 발굴 및 확산을 위해 ‘한국인이 사랑하는 오래된 한식당’, ‘맛있고 재미있는 한식이야기’ 등의 한식총서를 발간한바 있음.
  - 한국 음식소스, 한국 사찰음식 → 한국 궁중음식 → 한국음식의 식재료 → 한국의 힐링음식 등
  
- [ **스마트폰 어플리케이션용 한식 콘텐츠 개발** ] 스마트폰과 태블릿용 모바일 어플리케이션(‘앱’) 시장에서 한식 콘텐츠 개발자들에게 TV환경까지 겨냥한 한식 앱 개발 사업 추진.
  - 스마트기기 열풍이 모바일에서 TV 단말 영역으로 옮겨가면서 휴대폰에 이어 인터넷TV와 셋톱박스가 작은 컴퓨터 역할을 할 전망이다.

- 단순한 식당 정보제공에서 벗어나 축제 및 한식관련 체험 정보제공
- 한식 + 게임 콘텐츠 개발을 통한 한식의 흥미성·친밀감 확보

<그림 V-24> 음식관련 모바일 앱(예시) : 콕콕쉐프



- 세계 여러 나라의 음식과 축제를 재미있는 애니메이션으로 감상
- 국가별 대표 음식과 요리방법을 게임형식으로 배울 수 있는 시리즈물

- [ 한식 다큐 제작, 애니메이션 제작 ] 한식 10분 다큐 제작사업(2014년) 및 한식애니메이션 제작 사업<sup>83)</sup> 지원(2016년~2019년)
  - 대표 한식메뉴별 10분 분량의 10개의 다큐멘터리 국영문 더빙 제작, 해외한식당 및 유튜브 홍보
  - 공모전을 통해 우수 한식애니메이션 콘텐츠 발굴하고, 당선작 시상 및 제작비 지원을 통해 콘텐츠 창작 관심 유도함.
  - 한식애니메이션 제작은 민간이 자체적으로 제작하기에 비용부담이 과도한 측면이 있어, 정부지원을 통해 킬러 콘텐츠로 육성 필요
- [ 한식 콘텐츠 공모전 ] 한식 콘텐츠 공모전 개최(on-off line)하여 우수 한식 콘텐츠 소재발굴을 통해 한식세계화 콘텐츠 빈곤 문제 해소함.
  - 모바일 아이디어 공모전
  - UCC(User Created Contents)<sup>84)</sup> 및 마케팅 공모전 등
  - 해외 콘텐츠 소재공모전 개최 및 우수작품에 대한 시상
  - 우리가족 한식조리법 발굴사업은 일반 가정과 식당 등에 숨어 있는 한식 조리법을 발굴하여 한식의 범위를 확장함.

83) (사례) '마당을 나온 암탉' : 정부지원으로 성공한 콘텐츠 대표작, 출판콘텐츠 기반 애니메이션제작(11년) : 한국 애니메이션 사상 최초 관객 200만명 돌파

84) UCC(User Created Contents)는 사용자 제작 콘텐츠를 뜻하며 개인적으로 직접 만든 저작물(영상, 사진, 심지어는 번역된 자막 등을 모두 포함하는 콘텐츠)들을 일컫음.



## 다. 한식자원 유네스코 등재 지원




- [ 한식 등재의의와 효과 ] 한식이 세계유산에 등재되는 것은 우리나라 또는 우리 민족의 유산을 떠나 인류가 공동으로 보호해야 할 가치가 있는 중요한 유산임을 증명하는 것임.
  - 무엇보다 중요한 것은 한식 자원이 세계유산으로 등재되면 세계유산이 소재한 지역 공동체 및 국가의 자긍심이 고취되고, 보유한 한식 자원 유산의 가치를 재인식함.
- [ 한식 자원의 등재 ] 한식 자원을 유네스코 인류 무형유산에 등재함으로써 음식문화 유산의 가치성과 보호함.<sup>85)</sup>
  - 세계 각국은 자국 음식문화의 유네스코 인류무형유산에 등재에 노력 중
  - '11년 문화재청 : 한식유네스코 인류무형유산 등재추진 위원회 전략수립위원회 구성됨.
  - 조선왕조 궁중음식 → 김치 등 전통음식문화를 대표하는 유산을 선정 등재 예정
  - 문화재청과 협업을 통해 한식자원 유네스코 등재 성과 확대
- [ 세계유산의 소유권 및 관리 책임 ] 세계유산으로 선정되어도 한식 유산의 소유권이나 관리는 이전과 변화가 없으며, 국내법의 적용을 받음. 다만, 세계유산위원회는 당사국이 세계유산을 적정하게 보호 및 관리하고 있는 지 주기적으로 보고서 제출을 요구할 수 있고, 필요한 경우 현지 조사를 실시함.

85) 세계유산협약 운영지침은 긴급 지원, 예비 지원, 기술 협력, 훈련 및 연구 지원, 교육·정보·인식제고 지원 등 다섯 가지 지원 형태를 규정하고 있음.

- 1) 긴급 지원 : 갑작스럽고 예기치 못한 자연적·인위적 현상 때문에 피해 위험이 임박한 지역을 대상
- 2) 예비 지원 : ① 잠정목록을 준비 내지 갱신하거나 잠정목록 작성을 위한 회의 개최 ② 세계유산목록 신청 준비 ③ 훈련과정의 개최와 관련된 신청을 포함해 기술 협력 준비(세계유산 국제전략, 대표성 강화, 유산지역 다양성 증가 필요성 등으로 인해 예비 지원이 매우 중요함.)
- 3) 기술 협력 : 세계유산지역의 보존과 관리를 위한 전문가와 장비 파견. 지원 수요와 배분액 면에서 국제적 지원 가운데 가장 큰 몫을 차지.
- 4) 훈련 및 연구 지원 : 세계유산의 확인, 보호, 보존, 홍보, 기능회복 등의 분야에서 모든 수준의 담당자 훈련 또는 세계유산지역에 필요한 연구와 과학적 조사 등을 목적으로 한 훈련 및 연구 지원
- 5) 교육·정보·인식제고 : 세계유산협약에 대한 인식 제고 목표. 인쇄물 발간, 번역, 정보 자료 보급 등



<표 V-39> 인류 무형문화유산의 세부 내용

구분	세부내용
정의 (협약 제2조1항)	<ul style="list-style-type: none"> <li>공동체, 집단 및 개인이 자신의 문화유산의 일부분으로 인식하는 관습, 표현, 지식 및 기술</li> <li>이와 관련된 전달 도구, 사물, 공예품</li> <li>문화 공간</li> </ul>
범위 (협약 제2조2항)	<ul style="list-style-type: none"> <li>무형문화유산의 전달체로서 언어를 포함한 구전 전통 및 표현</li> <li>공연 예술(전통음악, 무용 및 연극 등)</li> <li>자연 및 우주에 관한 지식 및 관습</li> <li>전통 기술</li> </ul>
특징 (협약 제2조1항)	<ul style="list-style-type: none"> <li>세대와 세대를 거쳐 전승</li> <li>인간과 주변 환경, 자연의 교류 및 역사 변천 과정에서 공동체 및 집단을 통해 끊임없이 재창조</li> <li>공동체 및 집단에 정체성 및 지속성 부여</li> <li>문화 다양성 및 인류의 창조성 증진</li> <li>공동체간 상호 존중 및 지속가능발전에 부합                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제 인권 관련 규범과 양립</li> </ul> </li> </ul>
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>무형유산기금 및 관련 전문 기구를 통해 유산 보호에 필요한 재정 및 기술 지원가능</li> <li>국제적인 지명도와 관심이 높아지면서 이에 따른 고용기회, 수입 증가 등</li> </ul>
인류 문화유산 목록 (음식관련)	<ul style="list-style-type: none"> <li>지중해식 식단/The Mediterranean diet(2010)</li> <li>멕시코 전통요리/Traditional Mexican cuisine-ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm(2010)</li> <li>프랑스의 미식(美食) 문화/The gastronomic meal of the French(2010)</li> </ul> <p>&lt; 지중해식 식단 &gt;                      &lt; 멕시코 전통요리 &gt;                      &lt; 프랑스 미식문화 &gt;</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>

<표 V-40> 인류무형문화유산 등재절차

단계	마감일	내용
1. 준비 및 제출	1차년도 3월 31일	신청서 사무국 제출 마감. 이후 접수된 신청서는 다음해에 심사
	1차년도 6월 30일	신청서 검토 및 보완필요사항 공지
	1차년도 9월 30일	당사국의 신청서 보완 마감.
2. 심사	1차년도 12월 ~ 2차년도 5월	무형유산위원회 산하 대표목록 심사보조기구에서 심사(*)
	2차년도 4월 ~ 6월	최종심사 회의
	매년 국가간위원회 몇주 전	무형유산위원회 위원국에게 심사보고서 송부 및 온라인 게시
3. 결정	2차년도 11월	무형유산위원회에서 신청서 최종 심사 및 등재 여부 결정

주. 대표목록 등재 심사위원은 무형유산위원회 산하 심사보조기구로서 24개 위원국 가운데 각 지역별로 1개국씩 전체 6개국으로 구성

## 4.4 음식관광 프로그램 개발

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 음식관광 프로그램 개발의 기본방향

#### 음식과 관광의 연계를 통한 신성장동력 창출

- 문화와 관광의 관점에서 한식의 가치를 재발견하고, 관광자원으로서 경쟁력을 키우며, 음식관광 선순환구조 확립을 통하여 한식의 세계화에 기여함.
- [ **음식, 관광자원** ] 음식은 지역의 고유한 문화와 역사가 담겨있는 식자원으로 국가이미지 표현과 문화매개체 기능을 하는 차별화된 관광자원임.
    - 세계 관광산업 규모는 '10년 5조 7천억 달러에서 '20년 11조 1천억 달러로 연평균 6.9% 증가할 것으로 전망됨.
      - 이중 음식관광은 다른 관광 상품과 달리 만족도 및 재방문 비율이 매우 높은 매력적인 관광상품임.
      - 식재료와 음식은 장소, 사람, 계절에 따라 늘 새롭게 변화하는 특성이 있어 지속가능한 관광자원임.
      - 음식관광은 농촌의 1차 상품부터 도시의 3차 서비스산업까지 포함하고 있어 다양한 체험 상품 개발이 용이한 상품임.
  - [ **문화인 음식의 상품화 노력 미흡** ] '음식'은 경쟁력 있는 '문화상품'임에도 불구하고 관광으로 연계한 상품화 노력은 미흡하였음.
    - 음식자원은 외국 관광객의 유치 및 방문동기로 작용하며, 관광 체험활동에서 높은 비중을 차지하고,<sup>86)</sup> 일본 및 중국 등 주요 방한 관광객의 음식체험 관광비중은 60% 상회.<sup>87)</sup>
    - 음식은 기본적인 관광활동으로 여행경험 평가에 핵심적인 영향 요소임.

86) 방한 외국 관광객의 주요 활동(2012): 1위 쇼핑 72.8%, 식도락관광 48.4%

87) 주요 국가 관광객별 음식관광 비중 : 대만 63.6%, 일본 61.7%, 중국 60.0%

<표 V-41> 방한 외래관광객 주요참여활동

(단위 : %)

구분	사례수	1위	2위	3위	4위	5위
전체	12,021	쇼핑 (72.8)	식도락관광 (48.4)	업무수행 (16.5)	고궁/역사유적 방문 (14.2)	자연경관감상 (13.3)
일본	4,265	쇼핑 (77.2)	식도락관광 (61.7)	뷰티관광 (17.9)	업무수행 (12.9)	자연경관감상 (12.3)
중국	3,198	쇼핑 (85.7)	식도락관광 (60.0)	자연경관감상 (18.6)	휴양/휴식 (12.1)	유흥/오락 (12.0)
홍콩	431	쇼핑 (78.0)	식도락관광 (41.5)	시티투어 (28.6)	휴양/휴식 (16.8)	업무수행 (13.2)
대만	658	쇼핑 (88.7)	식도락관광 (63.6)	고궁/역사유적 방문 (17.7)	시티투어 (13.9)	자연경관감상 (12.2)
태국	407	쇼핑 (82.6)	식도락관광 (42.4)	시티투어 (30.9)	자연경관감상 (21.3)	고궁/역사유적 방문 (20.7)
말레이시아	198	쇼핑 (79.8)	시티투어 (31.3)	식도락관광 (26.1)	휴양/휴식 (22.2)	고궁/역사유적 방문 (20.9)



주. 2012년 기준, 상위 5위, 중복응답 가능

자료: 문화체육관광부(2013), 2012 외래관광객 실태조사

- [ **체험 중심의 한식 제공** ] 한식을 통한 관광상품은 단순히 음식을 섭취하는 단계에서 벗어나, 외래 관광객들에게 한국 음식문화에 대한 수준 높은 ‘체험’과 ‘스토리’를 제공하여야 함.
  - 문화와 스토리가 담긴 음식을 적극 발굴해 음식관광 활성화 도모
  - 농가에서 직접 재배하는 식재료, 특징 있고 맛있는 한식당, 음식을 담는 그릇, 한식 만들기 체험, 전통시장 방문 등 ‘식’과 관련된 콘텐츠를 총동원해서 영화처럼 기획하고 연출하는 것이 필요함.
- [ **식문화와 관광의 시너지 효과** ] 한 나라의 음식문화는 특정 식품이 아닌 자연환경부터 그 사회의 가치기준, 음식으로 표현하는 예술성, 조리방식으로 나타난 과학과 사회의 변동 그리고 결과적으로 오랜 시간에 걸쳐 변화해온 역사까지 반영하고 있음. 따라서, 음식문화 체험을 테마로 하는 관광의 효과는 음식을 통해 한 사회를 이해하는 가장 빠른 길을 제공하는 것임.
  - 관광과의 연계를 통해 한국음식의 홍보 방식을 다양화 하고, 각종 행사와 프로그램 활성화 및 효과 극대화

- 전통문화와 음식을 결합한 이야기를 만들고, 음식관광 상품으로 재창조
- 먹거리와 볼거리를 결합한 복합 상품 개발 및 다양한 외국인의 음식취향과 기호를 반영한 음식관광상품 개발
- 전통음식의 세계적인 관광 상품화, 음식관광의 산업화를 통해 국가이미지 제고 및 인바운드 관광 활성화 도모

<표 V-42> 해외 음식관광 사례

와이너리 투어 Winery Tour	싱가포르 World Gourmet Summit (세계미식가대회)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 와인산지를 방문, 와인이 만들어지는 과정을 배우고 시음, 멋진 레스토랑에서 와인과 함께 식사도 하면서 여행을 즐기는 것</li> <li>• 미국 Napa Valley의 경우 와이너리 배경의 영화 Sideways 흥행으로 캘리포니아 와인산업 및 관광산업이 크게 활성화 최고의 와이너리 관광지로 급부상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식음료 관련 다양한 사람들(세계적 스타 요리사들과 음식전문기자, 음식평론가, 와인과 양조제조업자 등)이 참여 현지 레스토랑에서 테마가 있는 이벤트를 펼치는 대표적 미식축제.</li> <li>• 전통·자원·경관도 없지만 식문화자원을 마케팅하여 미식가의 천국, 음식관광목적지로 국가브랜드를 성공적으로 포지셔닝</li> </ul>
	

## □ 추진계획

- 음식관광프로그램개발 사업예산(안)은 5년간 총 101.5억원 소요 예상됨.

<표 V-43> 음식관광프로그램개발 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
음식관광프로그램개발	국 고	2,050	2,050	2,050	2,000	2,000	10,150
합계		2,050	2,050	2,050	2,000	2,000	10,150

- 주 1. 음식관광프로그램 개발 예산은 제3차 관광진흥 5개년 계획 참고, 기준 예산 적용  
 - 증가음식 개발 및 스토리텔링 상품화 및 관광 코스 개발은 연간 15억원 적용  
 2. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

### 가. 음식관광 콘텐츠 확충

- [ 음식관광 콘텐츠 확대 ] 우리나라 음식관광 기회 확대, 관광지 및 음식관광에 대한 숙박 시설 등 음식관광 인프라 확충 및 운영개선, 국외 음식관광객 유치 및 홍보, 지속가능한 음식관광자원 개발·보존 등의 다양한 사업 추진.
- [ 종가음식 등 상품화 ] 고택(古宅)·종택(宗宅)과 연결한 종가(宗家)음식 개발 및 스토리텔링 상품화하는 사업 추진.
  - 문화적 요인(맛(味), 멋(美), 정(情), 예(禮))이 풍부한 종가음식의 보급을 통해 한국문화 및 한식의 우수성을 알림.
  - 종가음식 중 고택·종택과 연계 종가음식 체험프로그램 운영 : 매년 5개소
  - 종가음식 산업화를 위한 실용화 모델 개발
    - 종가음식 실용화를 위한 시범연구 추진, 고택·종택 시설개선과 연계

<표 V-44> 종가 및 음식체험 프로젝트 사례

구분	은진 송씨 동춘당 생일상	밀양 박씨 어린이상	괴현가 손님상	정온 종가의 손님맞이상
종가 체험				
음식 체험				

<표 V-45> 기타 음식체험 프로젝트 사례

구분	관혼상제 체험	전통의상체험	음식만들기 체험
기타 체험			



## 나. 음식관광 상품 개발·지원

- [ 음식관광 코스 개발 ] 전통음식 명인 전시·홍보관, 체험·전수관 및 전통식품 생산현장을 연계·활용한 음식체험 관광상품 개발함.
  - 전통식품 명인 전시·홍보관, 체험·전수관 조성 및 찾아가는 양조장 연계 관광 체험 상품화.
  - 음식재료 채집활동, 불교생활체험을 통한 사찰(寺刹)음식, 시골장터 등과 연계한 음식체험 프로그램 개발 등.
    - 외국인의 템플스테이<sup>88)</sup> 활성화 : 명상 수행+산사음식 만들기+산사 숙박
- [ 음식관광 인프라 개선 ] 음식관광 인프라를 개선하기 위하여 메뉴판 표기 등 식당문화를 개선하고, 한국판 미술랭레드 가이드를 발간 사업 등을 추진함.
  - 메뉴판 표기 등 식당문화 개선
    - 관광객 불편을 해소하기 위해 부처별 각기 시행 중인 메뉴표기의 통일된 표준화 및 식당 환대 서비스 개선 등
  - 한국판 미술랭 레드 가이드 발간
    - 2011년 미술랭 그린가이드 한국판(불어, 영어) 발간
  - 전국 각 지방 전통·유명 음식을 표기한 맛 자원 지도 제작
  - 기타 한식콘텐츠의 관광자원 기반구축
    - 각 기관이 보유하고 있는 한식콘텐츠 자료를 수집(한식재단 통합)하여 주제별, 지역별 등 관광객이 찾기 쉽도록 DB화(한국어, 외국어)
- [ 음식관광 관련 조사·연구 ] 일본, 중국, 동남아 등 한식세계화 주요 대상 국가를 중심으로 현지 음식관광 시장조사 실시함.
  - 외국관광객 대상 한국음식관련 설문조사 및 국내 음식관광체험시설 실태조사를 통하여 음식관광의 최신동향, 체험시설 분포 및 운영 상황을 파악하고 개선방안 모색함.

88) 템플스테이(Templestay)는 내·외국인이 한국 전통문화의 보고이자 불교문화의 원형이 잘 보존된 전통사찰에서 사찰의 일상과 수행자적 삶을 체험해 보는 사찰 문화체험 프로그램. 참선, 다도, 발우공양 등 수행과 더불어 사찰에 따라 조금씩 다르지만 그 지역에서만 볼 수 있는 독특하고 다양한 문화체험 프로그램을 제공하고 있음.

### 4.5 사업추진 일정

추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고	
			14	15	16	17	18		
전통음식 자원활용 및 부가가치 향상 기술 개발	한식의 우수성·기능성 구명 및 DB화	한식 우수성의 객관적 과학적 구명	기존						한식세계화 콘트롤타워의 관리 하에 농기평 등 연구기관에서의 사업 시행이 적합하다고 판단됨.
		한식 기능성·우수성 구명연구 DB구축	확대						연구결과에 대한 관리 보급은 콘트롤타워에서 추진하는 것이 타당함.
	발효식품 고급화 기술 개발 및	발효기술 육성	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
		우리술 세계화를 위한 융합기술 개발	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
	농식품 가공 산업 지원과 한국형 식문화 모델 개발	가공산업지원 및 상품성 향상기술 개발	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
		한식 다양성 확보 및 한국형 식문화 모델 개발	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
해외시장 진출을 위한 한식메뉴 개발 및 서비스 개발	해외시장별 메뉴 및 한식당 모델 개발	목표시장별 현지화 메뉴 및 사업화 모델 개발	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
		‘한식파일럿스토어’ 설치	신규						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
		사업화 가능 아이템 연구지원	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
	Food pairing 프로그램	한식과 해외음식과의 궁합요소 개발 프로젝트	신규						한식과 해외음식과의 궁합요소를 개발하여 현지화 상품개발하는 사 업으로서 한식세계화 추진기관에서 시행하는 것이 타당하다고 판단
		Food Pairing Map작성 및 보급, 홍보	신규						한식과 해외음식과의 궁합요소를 개발하여 현지화 상품개발하는 사 업으로서 한식세계화 추진기관에서 시행하는 것이 타당하다고 판단
	한식 서비스 프로세스 개선	조리기술 프로세스 개선	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당
		스마트 식품 유통시스템	확대						한식세계화 연구개발을 추진하고 있는 농기평에서의 추진이 타당

추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고		
			14	15	16	17	18			
한식콘텐츠 개발 및 보급	한식원형발굴 및 자원화 사업	역사속 한식대가 발굴	신규						'11년부터 한식원형복원사업을 한식재단에서 추진	
		한식스토리텔링 발굴사업	확대						'11년부터 한식원형복원사업을 한식재단에서 추진	
		한식원형복원을 활용한 콘텐츠 개발사업	확대						'11년부터 한식원형복원사업을 한식재단에서 추진	
	한식 콘텐츠 개발·산업화	콘텐츠통합관리체계 구축	신규						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
		디지털 콘텐츠 개발	확대						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
		한식레시피 총서 발간	신규						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
		스마트폰 어플리케이션 한식콘텐츠 개발	확대						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
		한식 10분 다큐제작 사업	신규						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
		한식애니메이션 제작지원	신규						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
		한식콘텐츠 공모전 개최	확대						'11년부터 한식세계화 콘텐츠 개발·보급 사업을 한식재단에서 추진	
	한식자원 유네스코 등재지원	확대						문화재청 유네스코 등재 추진위원회 구성, 음식관련 분야의 경우 한식세계화 추진기관과의 협업 필요하다고 판단됨.		
	음식관광 프로그램 개발	음식관광 콘텐츠 확충 및 상품개발·지원	중가음식 개발 및 스토리텔링 상품화	확대						문화부와의 농림축산식품부의 협업을 통한 한식과 관광의 연계 추진필요
			음식관광코스개발	확대						문화부와의 농림축산식품부의 협업을 통한 한식과 관광의 연계 추진필요
음식관광 인프라 개선			확대						문화부와의 농림축산식품부의 협업을 통한 한식과 관광의 연계 추진필요	
음식관광관련 조사·연구			신규						문화부와의 농림축산식품부의 협업을 통한 한식과 관광의 연계 추진필요	

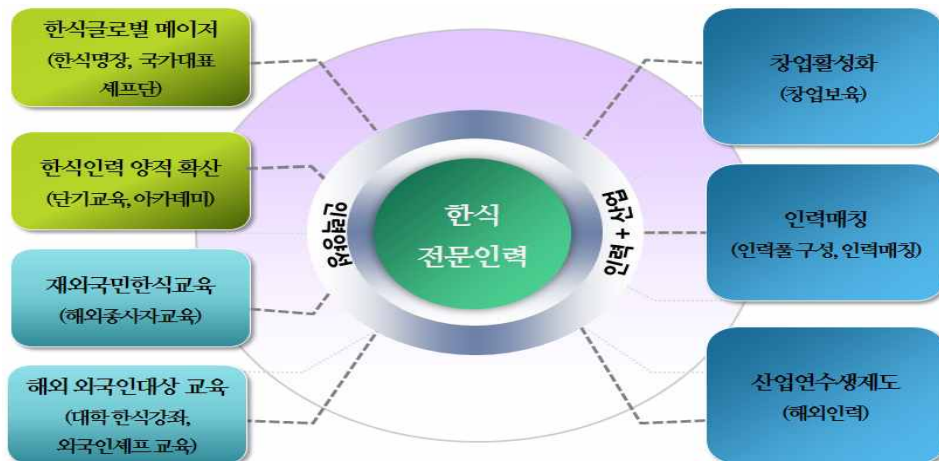


## 5. [제3과제] 한식세계화 전문인력 양성

### 가. 기본방향

- [ 한식인력 기반 구축 필요 ] 한식세계화 사업 추진에 있어 한식 인력 기반 구축은 한식세계화 추진을 위한 필수 요소이며, 미래 한식을 대표할 인재 육성, 한식 산업화 및 지속성장을 위해 근본이 되는 사업임.
- 따라서 기존의 인력 양성 사업들 중, 내국인뿐만 아니라 재외국민을 대상으로 한식 인력 양성 사업은 지속적으로 추진할 필요가 있으며, 추가적으로 외국인을 대상으로 국내외에서 한식 교육 실시 및 국민을 대상으로 한 창업보육 교육 등도 실행할 필요가 있음.
- [ 인력 기반구축의 방향 ] 지속적인 인력 교육 및 양성을 통해 배출된 인력에 대한 관련 서비스 기반 구축 및 산학 연계를 활성화를 위한 인적 자원에 대한 DB를 구축함으로써 한식분야 인적 자원의 경쟁력을 확보함.
- 즉, 국내외 조리 인력의 지속적인 양성과 교육 사업을 통해 한식 인력 질적 수준 향상 및 확대를 추진함으로써 한식에 대한 이미지 향상 및 해외 식품관련 기관들과의 다각적인 네트워크 구성 및 강화할 필요가 있음.

<그림 V-25> 전문인력 양성 기본방향



<표 V-46> 한식세계화 전문인력 양성 세부기본계획

목표	추진 과제	세부사업
한식교육의 대중화·전문화 확보 및 산업과의 연계시스템 구축	1. 한식 전문인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>단기교육과정(주니어, 초중급) [주니어] 한식 스태프 꿈나무 육성 [초중급] (예비)한식 스태프 양성과정, 지역음식전문가과정, 재외공관조리사과정</li> <li>한식명장육성(고급) [고급] 특성화학교 지원, 마이스터스쿨 육성, 한식명장 육성</li> <li>'한국음식역사문화 아카데미' 운영</li> <li>한식 국가대표 셰프 운영</li> </ul>
	2. 해외 현지 한식교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외한식당 종사자 [오프라인] 한식당 종사자 단기교육, 교육 [온라인] e-러닝 콘텐츠개발 및 교육</li> <li>해외대학연계 한식 세계 유명 요리학교에 한식강좌 개설, 요리학교 내 '한식학교' 운영</li> <li>해외호텔 조리사 한식교육</li> </ul>
	3. 한식인력의 산업연계시스템 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식창업보육 [국내] 한식창업보육센터 설립. [국외] 글로벌 한식성공창업육성</li> <li>한식산업연수제도 [국내] 한식 산업연수생제도 도입, 한식유학추진을 위한 비자제도 개선 운영(해외인력) [국외] 한식 산업기술연수제도 도입, 귀환외국인 노동자 한식창업교육</li> <li>인력매칭프로그램 개발 및 인력풀 운영                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인력양성 및 매칭 시스템 개발 구축</li> <li>- 인력전망, 수요 및 교육과정 DB</li> <li>- 한식 전문 인력 졸업생 네트워킹 강화</li> <li>- 취업알선기관과의 협력 강화</li> <li>- '한식연수업체'인증제 시행</li> <li>- HANSIK Alliance 구성</li> </ul> </li> </ul>
	4. 국민의 한식인식 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>국민의 한식인식제고 교육사업 추진                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 한식당 개선 및 한식 생활화 확산 교육</li> <li>- 한식세계화 인식제고를 위한 공익 광고 실시</li> <li>- 한식의 날을 지정하여 국민의 한식 인식 확산</li> </ul> </li> <li>청소년 대상 한식 인식 교육                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년 대상 한식교육</li> <li>- 학생들의 농어촌교류 및 식생활 체험 프로그램 개발과 전개</li> </ul> </li> <li>학교급식 담당자 대상 한식식단 운동 실시</li> </ul>

## 5.1 한식 전문인력 양성을 통한 성장 동력화

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 한식 전문인력 양성의 기본방향

#### 한식 지속 성장 강화를 위한 한식 전문 인력 양성

- 한식 전문인력은 다양한 한국 음식 문화 자원을 국내외에 상품화 또는 명품화 실현을 가능하게 하는 가장 핵심적인 자원으로, 지속적인 한식세계화 성장 동력 확보 및 국가 경쟁력 향상을 위해 반드시 지속적·체계적 인력 양성이 추진됨이 바람직함.

- [ 정부의 중점 인력 양성 ] 정부는 한식세계화 성장동력으로서 인력양성의 중요성을 인식하고 '한식 전문인력 양성을 위한 중장기 추진체계'를 발표하였으며, 현재 2단계 한식 조리분야 전문인력 양성에 집중하고 있음.

<표 V-47> 한식 전문 인력 양성을 위한 중장기 추진체계

1단계('09년)	2단계('10년)	3단계('15년 이후)
한식조리교육 프로그램 전 문화 - 전문교육과정 운영 - 해외 한식당 교육	한식조리 특성화 대학 지정 - 조리 특성화 대학 지정 - 해외조리학교 한식강좌 개설	한식전문 아카데미 설립 운영 - 외국인 한식 조리사 양성

자료 : 글로벌 한식조리 전문인력 지원체계 구축을 위한 마스터플랜 수립. 2013

- [ 단기 교육 ] '09년부터 시행된 '한식 전문 조리인력 단기 교육과정 사업'은 한식 스타셰프 양성과정 326명, 향토음식 전문가 양성과정 546명으로 총 872명이 배출됨.  
- 단기 교육과정은 정규교육과정의 공급자 중심 교육운영에 따른 문제를 해결하고 국제 경쟁력을 갖춘 한식요리 전문인력을 양성하기 위해 추진됨.

<표 V-48> 단기교육과정 운영현황

구분	스타셰프 양성과정		향토음식전문가 과정	
	추진기관(계)	수료자(명)	추진기관(계)	수료자(명)
2009	2	49	5	108
2010	4	107	9	210
2011	4	109	7	150
2012	3	61	3	78
총계	-	326	-	546

자료 : 한식전문조리인력 단기교육과정 추진결과분석(2013), 한식재단 내부자료

- [ 스타셰프 교육 ] 현재 국내 단기교육과정은 성과분석 결과에 따라 ‘스타셰프’라는 브랜드를 지속적으로 유지할 필요는 있으며, 교육 내용은 외국어 능력 향상, 조리실습 및 현장교육 등이 함께 병행될 필요가 있음.
  - 기존의 단편적 나열식의 교육과정 보다는 수준별 교육과정 및 커리큘럼 확보를 통해 각 교육과정별로 연계성을 확보할 수 있도록 함.
  - 장기적으로 체계적인 단기교육과정을 진행할 수 있음.
- 향후 단기교육과정은 연간 수료자의 확대보다는 단기교육과정의 커리큘럼 및 교육의 질 향상을 통한 실효성 있는 과정의 운영이 필요한 시점임.
- [ 해외 진출 조리사 교육 ] 해외 진출이 가능한 한식조리사 양성을 위해 한식메뉴의 현지화 및 어학능력, 조리 관련 기술 등에 집중할 필요가 있음.
  - 선진국은 장시간 집중교육과 현장실습을 통해 교육을 진행하고 있음.
  - 선국국은 일일 평균 약 6~10시간, 1~15개월의 집중적 교육과 1~9개월 현장실습과정을 통해 체계적인 교육을 시행하고 있음.
- [ 장기교육 ] 또한 장기적으로 단기교육과정은 초·중급 한식요리사 저변 확대를 통해 한식을 대표할 명장 육성의 초석을 마련할 수 있음.
  - 향후 한식을 대표할 명장은 인터넷 및 각종 언론 매체 등을 통해 전 세계에 소개됨으로 ‘명장(스타셰프)’의 존재는 한식 세계화의 기초단계로 판단할 수 있음.<sup>89)</sup>

- [ 한식 명장 육성 ] 현재 일부 국가는 세계적 명장의 활동을 바탕으로 혁신적 요리기법과 함께 해당 국가의 음식 및 음식 문화까지 전파하고 있음. 이들의 활동은 음식전파에 있어 다른 어떤 활동보다도 그 파급효과가 큼.
  - 한식 명장 육성은 우수한 한식의 기능뿐만 아니라 맛, 식문화 등을 함께 전 세계에 전파할 수 있기 때문에 체계적 교육과 인력 교육 시스템, 학제 등의 개선을 통해 지속적으로 한식 명장을 양성할 필요가 있음.

<표 V-49> 세계 주요 명장 활동 사례

구분	명장명	내용
영국	제이미 올리버	• '급식의 아버지'로 영국 음식 소개
프랑스	피에르 가니에르	• '요리계의 피카소', 프랑스 음식 소개 및 식문화 전파
미국	토드 잉글리시	• '스타 셰프', 미국의 음식 및 유럽 음식 소개
일본	무라타 요시히로	• '미슐랭 가이드 7스타', 일본 요리 대가로 일본 식문화 전파
홍콩	재키 유	• '홍콩 유명 셰프', 다양한 홍콩 음식 전파
스페인	페란 아드리아	• '미각 혁명가', 최신 요리 기법 도입, 스페인 요리 전파

- [ 한식조리 특성화학교 지원 ] 한식의 전문화·고급화를 추진하기 위해 2010년부터 한식조리 특성화학교 지원사업이 시행되었음.
  - 한식조리 분야에 강점이 있는 고교 및 대학을 선정하여 집중 지원하며,
  - 사업의 주요 목적은 체계적 한식 전문인력 양성시스템 구축을 통한 글로벌 시장 진출 확대 및 한식세계화를 선도할 글로벌 메이저 인력 육성에 있음.

<표 V-50> 한식 특성화학교 지원 기간 및 연간 지원 금액

구분	지원 기간	지원 금액
고등학교	3년	연간 2억원 (총 6억원)
대학	3년	연간 4억원 (총 12억원)
대학교	4년	연간 6억원 (총 24억원)

89) 김태희, 이은정, 최정윤(2007), 브랜드 셰프를 통한 한국음식의 세계화 방안

<표 V-51> 학교별 특성화학교 지원현황

구분	2010	2011	2012	2013	2014
고등학교		부산관광고			
대학		인천재능대학교			
			수원과학대학교		
대학교		우송대학교, 전주대학교			

자료 : 한식재단 내부자료

- 하지만 2013년 ‘한식세계화 지원사업 집행실태’ 결과, 특성화학교 지원사업은 교과과정 운영에 대한 지도·감독 등 일부분에서 부적정성이 지적됨.
  - 지속적인 특성화학교 지원은 한식의 세계적 핵심 인재 확보 및 파급력을 높일 수 있으므로, 중간·연차적 평가를 실시하여 해당 학교에 인센티브 및 패널티를 부여하는 제도를 도입하는 등 실태결과의 보완을 위한 노력이 필요함.
- [ 조리사의 조리기술 발전 도모 ] 또한 단순 지도·감독 제도의 도입과 지원은 한식 조리사의 노동집약적 성장만을 야기함으로 미래창조 지식을 병행하여 습득하게 함으로 기술집약적 발전을 도모할 필요가 있음.
  - 특성화학교 교육은 미래지식형 한식조리사 양성으로, 미래의 한식을 리드할 창의적·예술적 인재 육성에 초점을 맞출 필요가 있음.
- [ 식문화와 혼합된 한식 교육 ] 한식 관련 교육은 한식세계화를 위해 단순한 한식, 음식만을 소개 또는 전파하는 것이 아닌 식문화를 전파할 수 있는 조리인력 및 전문화된 인력을 양성하는 교육을 발전하여야 함.
  - 세계 유명 관련 유관기관과의 업무 공조 등을 바탕으로, 양적·질적 조리인력 인프라 구축은 장기적으로 한식세계화 저변확대에 가장 큰 원동력으로 작용될 수 있기 때문에 해외 선진국들과 같이 지속적·체계적 교육 체계를 바탕으로 추진될 필요가 있음.
- 세부사업은 교육 대상자와 교육 기간에 따라 구분하며, 추가적인 세부사업은 한식세계화 총괄적인 관점에서 개별 사업으로 구성함.

□ 추진계획

- 한식전문인력 양성을 통한 성장동력화 사업예산(안)은 5년간 총 170.95억원 소요 예상됨.

<표 V-52> 한식전문인력 양성을 통한 성장동력화 사업비 예산(안)  
(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
단기교육과정	국고	600	660	660	660	660	3,240
한식명장 육성	국고	2,000	2,000	2,000	3,000	3,000	12,000
한국음식역사문화아카데미개설	국고	30	155	255	255	260	955
한식 국가대표 셰프단 운영	국고	100	200	200	200	200	900
합계		2,730	3,015	3,115	4,115	4,120	17,095

- 주 1. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.
- 2. 세부 내역은 아래 표 참고

구분	세부 내용
단기교육과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 스타 셰프 꿈나무 : 60백만원 (개소당 20여명(총 3개소, 60명), 총 교육비의 60% 지원(1인당 100만원 한도)</li> <li>● 스타 셰프 : 250백만원(개소당 20여명(총 3개소, 60명), 총 교육비의 60% 지원(1인당 420만원 한도)</li> <li>● 지역음식전문가과정 : 250백만원(개소당 20여명(총 3개소, 60명), 총 교육비의 60% 지원(1인당 420만원 한도)</li> <li>● 재외공관 조리사 과정 : 연간 100백만원( 2012년 예산 기준)</li> </ul>
한식명장과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 특성화학교 지원 : 연간 1,200백만원(기간 종료후 지속적 지원 가정)</li> <li>● 마이스터 스쿨 : 연간 1,000백만원</li> <li>● 한식명장 육성 연간800백만원</li> </ul>
한식음식역사문화아카데미	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2014년 : 30백만원 : 타당성 검토를 위한 한국음식 역사문화 아카데미</li> <li>● 2015년 : 155백만원 3개 과정(한식해설사, 전문가, 작가과정) 15주 과정, 2회 실시(주당 1.5백만원) + 운영비 20백만원</li> <li>● 2016년 : 205백만원, 4개과정(한식해설사, 전문가, 작가, 최고과정) 15주 과정, 2회 실시(주당 1.5백만원) + 운영비 25백만원</li> <li>● 2017년 : 255백만원 5개과정(한식해설사, 전문가, 작가, 최고, 평론가 과정) 15주 과정, 2회 실시(주당 1.5백만원) + 운영비 30백만원</li> <li>● 2018년 : 260백만원, 4개과정(전문가, 작가, 최고, 평론가 과정) 15주 과정, 2회 실시(주당 1.5백만원), 1개과정(해설사) 8주과정, 4회 실시(주당 1.5백만원) + 운영비 32백만원</li> </ul>
국가대표셰프단운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2014년 기본계획 수립 1억원, 2015~ 2억원</li> </ul>

## 가. [ 주니어, 초·중급 ] 단기교육과정 운영

- [ 주니어 ] 한식 스타셰프 꿈나무 육성
  - 교육 대상 : 한식 조리에 관심 있는 초중등 학생
  - 주요 내용 : 한식 요리·외국어 등이 접목된 교육 프로그램 개발 및 교육
  - 향후 '한식 스타셰프 꿈나무 오디션'을 통해 우수 어린이 집중 육성
  
- [ 초·중급 ] 한식 스타셰프 양성과정 - 글로벌 역량을 갖춘 전문인력 양성
  - 교육 대상 : 관련 전공자 및 종사자
  - 주요 내용 : 글로벌 환경에 걸맞은 온오프라인 한식 실무능력 강화 교육
    - 식문화, 외국어, 경영관련 과정 강화 등 복합적인 영역 재교육
    - 교육생 간 네트워크 활성화 및 국내외 인턴십 프로그램 교육 강화
  - 관련 기타 사업 내용
    - 위탁운영 애로사항 등의 상시 점검을 통한 효율적 관리 방안 마련
    - 한식재단 자체적 교육 프로그램 개설을 통한 타 교육 프로그램과 연계
    - 스타셰프 교육과정 중 교육생의 업무공백에 따른 기업체(고용주) 지원 방안 마련
    - 한식조리 관련 산학협력 지원, 해외 전문인력 교육기관과의 연계 강화
  
- [ 초·중급 ] 지역음식 전문가 과정
  - 교육 대상 : 향토음식점 경영자 또는 종사자
  - 주요 내용 : 지역 농식품을 활용한 음식개발 및 세계화를 유도할 인재육성
    - 지자체와 협업하여 광역자치단체별로 향토음식 전문가 과정 운영 지원 및 북한음식 전문가 과정을 집중 육성하여 통일시대 대비
  
- [ 초·중급 ] 재외 공관조리사 과정
  - 교육 대상 : 재외공관 관저 신규 파견요리사
  - 교육 내용 : 해외 오피니언 리더를 대상으로 한식행사를 수시로 개최하는 재외공관 조리사의 역량강화 교육 및 한국의 식문화, 만찬준비 요령, 조리교육 등



## 나. [ 고급 ] 한식명장 육성

- [ **마이스터 인재 육성** ] 한식 외교 역할을 담당할 마스터급 인재의 육성
  - 창업인큐베이션, 실무와 학문 연계를 통한 전문가 양성 : 한식 대중화 가속화
  - 정규교육과정 개편과 분야별 전문인력 공급체제 확립
  - 우수한 전문인력의 조기 발굴 양성과 창의력 및 기획력 개발
  
- [ **한식 특성화학교 지원** ] 한식조리 특성화 학교 지원은 한식재단내 한식 인턴십과 현장 실습으로 실무능력을 배양하고, 한식 개발, 한식당 위탁 운영, 한식관련 직무교육 서비스 제공 등 한식 개발사업 추진을 통해 학교의 우수한 학생들에게 취업 연계 교육 지원.
  - 한식조리 분야의 실업계 고교 및 대학 집중 지원체제 구축
  - 특성화 학교 지원관리 및 평가시스템 확립
  - 평가 결과 반영에 따른 연차별 특성화 학교 지원의 유지·강화·축소 결정  
→ 인센티브와 패널티를 통한 지원의 효율성 극대화
  
- [ **한식 마이스터 스쿨 육성** ] 우수 한식조리 특성화 학교를 선정하여 한식 마이스터(Meister 장인)<sup>90)</sup> 스쿨로 육성함.
  - 한식 마이스터 스쿨 육성 정책이 효율적으로 정착할 수 있도록 한식 마이스터 스쿨 정책 추진상황 및 준비상황에 대한 다면적 평가를 실시하고, 실질적인 지원시스템 구축을 통한 지원 대책을 수립함.
    - 최우수 특성화 학교 선정, 한식 마이스터스쿨로 육성
    - 한식 마이스터스쿨 지도·관리 : 이론·현장중심 직업교육으로 장인 육성
    - 1:1 카운슬링 등 특화된 교육 실시를 통해 과목 웨이브 제도 도입
    - 일정과정의 교육, 마스터 한 교육생을 대상으로 국제요리대회 출전 지원
    - 국내외 요리전문기관과의 협업을 통한 인턴십 확대 및 장학금 제도 실시
    - 장기적 관점의 '한식대학원 대학' 발전 및 개설, 운영방안 모색

90) 마이스터 제도

- 기능인 양성제도로 학교교육과 기업교육을 통한 마이스터 자격증 취득을 골자로 함.
- 석박사과정급의 엔지니어로 대우

- [ 한식 명장 지정·육성 ] 한국을 대표하는 세계적 한식 명장 지정·육성은 한식 및 세계 식문화에 조예가 깊은 우수 인력을 대상으로 한식 명장 후보를 선정하며, 메뉴개발 및 국제 요리 대회 참석 실적 등을 고려하여 한식 명장으로 선정, 선정된 ‘한식명장’에게는 인증을 부여함.
  - ‘한식명장’은 한식홍보대사로 지정, 국내외 한식세계화 홍보 지원 및 한식명장 연계 음식상품 개발 등의 역할을 수행함.
  - 즉, ‘한식명장’ 지정에 따른 지원과 향후 ‘한식명장’ 육성은 해외유명 스타셰프 벤치마킹, 전문가 컨설팅 등 프로그램을 개발하여 지속적으로 지원함이 바람직함.
  - ‘한식명장’ 지정 및 육성 교육과정은 기존 한식 글로벌 전문MBA과정 등과 연계하여 거시적 관점에서의 한국식품과 외식산업 발전방향 모색할 수 있도록 함.

< 표 V-53 > 한식 글로벌 전문 MBA과정

구분	세부내용
• 교육기본방향	• 한식세계화 관련 전문 경영인 양성을 위한 한식 관련 산업의 이해, 해외진출 사례 분석, 해외진출 전략 수립 등 한식세계화 경영전문가로서의 전문 지식 및 실무 능력 습득
• 교육대상	• 한식 관련 종사자 및 경영진, 식자재 수출입 담당자 및 경영진, 관련 유관 기관 담당자, 한식당 운영 희망자 등
• 교육기간	• 총 교육기간 : 총 150시간(총 16주) • 교육 일정 : '14 ~
• 교육내용	• 국내외 외식산업의 이해, 농수출·정책·IT산업 연계 등 이해 • 해외진출 사례분석 및 해외진출 전략 수립 프로젝트 수행 • 기업 혁신 경영관리 실무 교육 ☞ 해외 우수대학의 MBA커리큘럼 중 현장 및 경영지식 접목하여 선별 구성 • 조별 프로젝트(전략실습 및 해결 실습), 최종 발표회(팀프로젝트 발표회)

주. 교육 일정은 향후 운영 주체의 일정을 고려하여 확정할 필요가 있음에 따라 본 연구에서는 미반영함.

## 다. 한국음식 역사문화 아카데미 개설

- [ 한국음식 역사문화아카데미 설립 ] 한식세계화 종합계획에 근거 한식재단 내 한국음식 역사문화아카데미 설립을 위한 시범사업 운영함.
  - 급변하는 한국음식 역사문화 및 미디어 융·복합시대에 걸맞은 국제적 크리에이터(Creator) 육성·지원
  - 아시아 지역(한·중·일 포함)내 한국음식 역사문화 전문교육기관 및 기업, 크리에이터가 공동으로 참여하는 공동으로 참여하는 국경과 장르를 초월하는 전문인력 양성.
  
- [ 한국음식 역사문화 아카데미 운영 방식 ] 한국음식 역사문화 아카데미 운영을 위한 협약 방식은 사회 교육 프로그램 운영 경험이 있는 대학 혹은 연구기관 등과 협약을 통해 한국음식 역사문화 아카데미 운영 기본계획 수립, 커리큘럼 및 교재 등을 개발함.
  
- [ 한국음식 역사문화 아카데미 운영 방식 ] 아카데미의 운영은 크게 1, 2단계로 구분하며, 1단계는 한식에 대한 특화된 우리나라 식문화에 대한 콘텐츠, 2단계는 한식에 대한 전반적인 모든 부문을 포괄·이해·설명할 수 있는 콘텐츠로 구성함.
  - 각각 과정 기간은 4개월, 연 2회로 구성되며, 필요에 따라 일부 과정은 과정 기간과 연 횟수를 축소 또는 확대할 수 있도록 함.

<표 V-54> 한국음식 역사문화 아카데미 운영 단계별 내용

구분	과정명	과정 기간 및 횟수
1단계	전문가과정	4개월, 연 2회
	작가과정	4개월, 연 2회
	최고과정	4개월, 연 2회
2단계	한식 평론가 과정	4개월, 연 2회
	한식 해설사 과정	4개월, 연 2회

## 라. 한식 국가대표 셰프단 운영

- [ 한식 국가대표 셰프단 역할 ] 한식 국가대표 셰프단은 한식을 대표하는 민간 외교관으로 ‘한식외교’를 수행할 있도록 함.
  - ‘한식 국가대표 셰프단’은 크게 신진과 중견 셰프로 구분하여 운영할 수 있도록 하며, 요리를 통해 한식 및 한국 문화를 알리는 역할을 수행함.
  - 중견 셰프는 신진 셰프들과 1:1매칭을 통한 멘토링 서비스를 제공하며, 두 그룹간의 네트워크를 형성 및 향후 해외 유명 셰프들과의 상호 교류를 통해 ‘한식 국가대표 셰프단’의 지속적인 발전을 도모함.
- [ 한식 국가대표 셰프단의 시범사업 ] 국내외 주요 행사에서 한식을 제공을 제공하는 시범사업 추진 후 향후 국가지정제로 확대·발전을 검토가 필요함.
  - 대외적으로 ODA(Official Development Assistance ; 공적개발원조) 등을 통한 타 국가 셰프들의 연계를 바탕으로 저개발 국가의 식량문제, 영양 불균형, 건강한 식생활 등의 연구 활동에도 꾸준히 참여할 수 있도록 함.

<그림 V-26> 한식 국가대표 셰프단과 ODA(예)



- [ 미국의 요리외교 사례 ] 미 국무부 요리외교(Culinary Diplomacy) : 힐러리 클린턴의 “소프트파워” 외교 일환.
  - 음식을 통해 서로간의 장벽을 뛰어넘고 상호연결 매개체로 활용함.
  - 요리외교 파트너십 하에 ‘국가요리사(State Chef)’ 선정(유명 요리사 80여명)
  - 미국 국기와 국무부 문장이 수놓인 감청색 요리복을 입고, 국가 행사 시 내놓을 음식을 만들거나, 해외에 파견돼 미국 문화를 알리고 미국의 이미지를 높이는 역할 수행.

## 5.2 해외 현지 한식교육

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 해외 현지 한식교육의 기본방향

##### 현지인을 위한, 현지인에 의한 한식세계화 인력 양성

- 국외 한식서비스 질적 향상, 현지인 대상 한식교육 활성화는 한식 저변확대를 위해 반드시 필요하며, 해외 현지 한식교육은 세계인이 우수한 한식을 접할 수 있는 기회 확대 및 현지인이 직접 내식화하는 단계에 이를 필요성이 있음.
- [ 해외 현지 한식당의 특성 ] 대부분의 해외한식당은 가족경영구조의 생계형 점포로 시작하여 전문적·조직적으로 운영함에 다소 미흡한 부분이 있음.
  - 해외한식당 경영자는 음식에 담긴 문화와 철학을 이해하고 이를 하나의 상품화하려는 노력과, 해당 국가의 문화와 언어에 능통할 필요가 있음.
- 현재 일부 해외 한식당 종사자는 외국어 구사능력 부족으로 인해 질적 서비스를 기대하기에는 다소 미흡한 부분이 있음.
  - 해외 한식당 종사자는 단순히 음식 전달 또는 메뉴 설명의 역할만을 수행하는 것이 아니라 한식을 처음 접하는 외국인에게 한식을 직접적으로 전파하는 매우 중요한 위치에 있음. 따라서 해외 한식당 종사자 교육은 필요하며, 주기적·체계적 교육을 통해 현장의 피드백이 이루어지도록 할 필요.
- [ 해외한식당 조리인력을 위한 교육 ] 효율적 작업관리 능력 향상 및 한식 문화에 대한 이해 향상을 통해 한식의 부정적 이미지 개선하는 효과가 창출됨.
  - 해외한식당 조리사는 전문적으로 요리학교의 교육을 전공·이수한 사람이 아니기 때문에 현장경험은 많지만 경영·관리 능력은 부족함.
  - 해외한식당 경영자는 다수가 한국인 2, 3세인 경우가 많아 한국 문화 및 식문화에 대한 체계적인 지식이 없기 때문에, 이들을 대상으로 한 지속적인 전문화된 교육을 실시할 필요가 있음.

<표 V-55> 지역별 해외 진출업체 특성

지역	특성
미국, 캐나다 등 북미지역	<ul style="list-style-type: none"> <li>대부분 이민자 가족중심의 소규모</li> <li>브랜드 : 미스터 김치(갈비, 비빔밥, 불고기, 닭구이), 한스비빔밥 체인, 만나(전골, 샤브류, 육류구이, LA), 진상짜브, SD), 용수산(한정식, LA), 서라벌(전골, 샤브류), 우래옥냉면, 육류, 워싱턴 및 시카고)</li> </ul>
중국 등 동남아 지역	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국을 제외한 사우디, 월남, 타이랜드, 홍콩, 싱가포르, 필리핀 등에서 영업하는 점포는 가족중심 경영이 대부분임.</li> <li>BBQ, 바비큐 보스치킨, 투다리, 미스터피자 등이 일부 기술제휴 및 합자형태로 진출해 있음.</li> </ul>
유럽, 호주, 괌, 하와이	<ul style="list-style-type: none"> <li>이민자 운영, 일부 관광객 대상 영업</li> </ul>
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>기술형태로 진출, 조리기술 전수, 일본 현지자본</li> </ul>

자료 : 이용석(2005), 외식기업 해외시장진출의 문화적 결정요인에 관한 연구

- [ **현지인 교육 방향** ] 진정한 한식세계화는 현지인이 한식을 조리하고 한식당을 운영하는 단계에 이르러서, 현지인의 생활 속에 내밀화되어야 함.
  - 따라서 현지인을 대상으로 한 한식교육을 실시하여 현지인으로 하여금 더 많은 곳으로 확산되게 하고 현지화 할 수 있도록 유도할 필요성이 있음.
  - 한국인을 대상으로 한 한식 전문인력 양성을 위한 지원은 단기적인 효과가 있을 수 있으나, 장기적 관점에서의 한식세계화를 위해서는 해외 현지인을 교육·육성하여 이를 중심적인 거점으로 활용하는 방안도 고려해야 함.

## □ 추진계획

- 해외 현지 한식교육 사업(안)은 5년간 총 70억원 소요예상됨.

<표 V-56> 해외현지 한식교육 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
해외 한식당 종사자 교육	국고	900	900	900	900	900	4,500
해외대학연계교육프로그램	국고	300	300	300	300	300	1,500
해외호텔 조리사 교육	국고	200	200	200	200	200	1,000
합계		1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	7,000

주. 기존 예산을 반영하여 수립하며, 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

## 가. 해외한식당 종사자 교육

- [ 오프라인 ] 해외 한식당 단기교육 과정
  - 교육 대상 : 경영주, 조리사, 홀서빙 직원, 한식강사 등
  - 교육 목표 : 직무별 맞춤교육 실시, 해외 한식당 종사자 스킬 향상
  - 교육 방법 : 1인 1실습 조리교육 및 외식 경영교육, 관리 교육, e-러닝 등
  - 지원 방법
    - 재외공관, 한국문화원 등 현지 유관기관과 긴밀한 공조체계 구축 지원
    - 교육인프라(교육장, 조리실습실 등)가 구축된 도시는 상시 교육 지원
    - 현지 한식당 종사자간의 네트워크 형성 기반 지원
    - 국내외 전문교육기관 위탁교육에 따른 지원, 현지 전문가 풀 활용 지원
    - e-러닝 프로그램 개발 지원을 통한 한식 교육 접근성 강화
- [ 온라인 ] 해외 한식당 조리전문인력 대상 e-러닝 콘텐츠 개발 및 교육
  - 교육 목표 : 오프라인 교육의 시간적·공간적 한계를 극복하고 한식교육 수요에 부응하기 위한 교육시스템 구축
  - 단계별 추진 내용
    - 1단계 : 조리인력을 대상으로 한 e-러닝 서비스를 제공
    - 2단계 : 스마트폰의 확산과 대중화에 따라 모바일-러닝 서비스 제공을 위한 모바일 전용 콘텐츠 2종 개발을 통해 서비스 확대
    - 3단계 : 한식조리교육 포털사이트를 구축함. 한식재단이 보유한 풍부한 한식조리교육 관련 정보를 단일 창구 마련을 통해 One-Stop으로 제공함.

<그림 V-27> e-러닝 콘텐츠 개발 및 교육(예)





## 나. 해외 주요대학 및 요리학원 연계 한식교육교류 확대

- [ 해외 대학 연계 한식교육 ] 해외 대학 연계 한식교육은 현재 세계적 요리 학교에 한식강좌 개설 진행 중에 있으나, 지속적인 협약(MOU) 체결을 통해 세계적 요리 대학에서 해외 한식강좌를 확대해 나갈 수 있도록 함.
  - 해외 대학의 담당교수를 국내로 초청하여 교육실시, 향후 대학의 타 커리큘럼과 연계한 한식의 다양성을 추구함.
  - 전공별 study-tour, 공동자원봉사, 공동인턴실습, 공동국제세미나 등

<표 V-57> 해외 주요대학 등 한식연계 국제교류 지원

구분	세부내용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 양자간 혹은 다자간 국제교류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 양자간 혹은 다자간 국제교류 : 양해각서(MOU)에 입각한 교류 협정·협력서를 통하여 대학과의 쌍무적 자매교류 지원.</li> <li>• 내용 : 학술교류, 학생 파견 및 교수교류, 학점인정, 공동연구, 공동학위제 등 프로그램 개발·운영, 시설이용 등을 포함.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역적 혹은 국제적으로 여러 대학간의 공식연계를 통한 다자적 협력기구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아시아 및 태평양 지역의 경우에도 AUAP, UMAP, AUN, AUF, ASEF 등의 조직과 기구가 있음.</li> <li>• 국제적으로도 IAUP, UNESCO 총장회의 등의 다자기구도 총장 및 대학간 협력 등 프로그램을 실시하고 있음.</li> <li>• 미국의 NAFSA 등 대학간 정보교류를 위한 네트워크가 있음.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정기적, 부정기적으로 학생 또는 교수가 참여하는 세미나, 국제회의, 행사 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개별 대학 혹은 학생들이 참여하여 학생포럼, 모의회의 등 국제회의 개최, 학생세미나 개최 등의 행사를 실시하는 형태 지원</li> </ul>

- [ 해외 요리학원과 협력 강화 ] 또한 해외 요리학원과 협력 강화를 통해 '한식학교 운영 및 커리큘럼' 을 강화할 수 있도록 하며, 대학 수료생을 대상으로 한국 외식업체 인턴십 기회를 제공할 수 있도록 함.
  - 해외 요리학교에 국내 한식강사 파견 및 요리학교 교사를 국내로 초청하여 교육 실시 및 해외 요리학교의 타 커리큘럼과 연계한 한식교육과정 편성.



## 다. 해외호텔 조리사 한식 교육

- [ 해외호텔 조리사 한식 교육 ] 해외호텔 조리사 한식 교육은 해외 특급호텔에서 근무하는 셰프 및 요리관계자를 대상으로 한식교육을 실시하여 한식홍보 확산 및 한식메뉴 보급을 주도할 수 있도록 함.
  - 해외 특급호텔에 한식 셰프를 파견하여 한식조리 이론 및 실습교육
  - 메리어트 그룹 중국본부 교육 지속, 해외 유명 호텔 총주방장 초청 팸투어 개최
  - 일본·베트남 등과의 업무협약 지역 확대 추진
  
- [ 사례 : 프랑스 소펙사(SOPEXA)<sup>91)</sup> ] : 한국 특급호텔 총 주방장에게 프랑스 식문화를 알리는 행사를 정기적으로 실시하며, 프랑스 각지의 견학기회 제공을 통해 자국의 식자재의 우수성을 알리고, 지속적인 식자재 구입 권장함.
  - 총 주방장들은 견학 후 프랑스 식자재 이용 프랑스 메뉴개발 및 식자재 구매를 하게 됨.

<그림 V-28> 프랑스 소펙사(SOPEXA)의 글로벌 네트워크



91) 프랑스 농식품 진흥공사

## 5.3 한식 인력의 산업간 연계시스템 구축

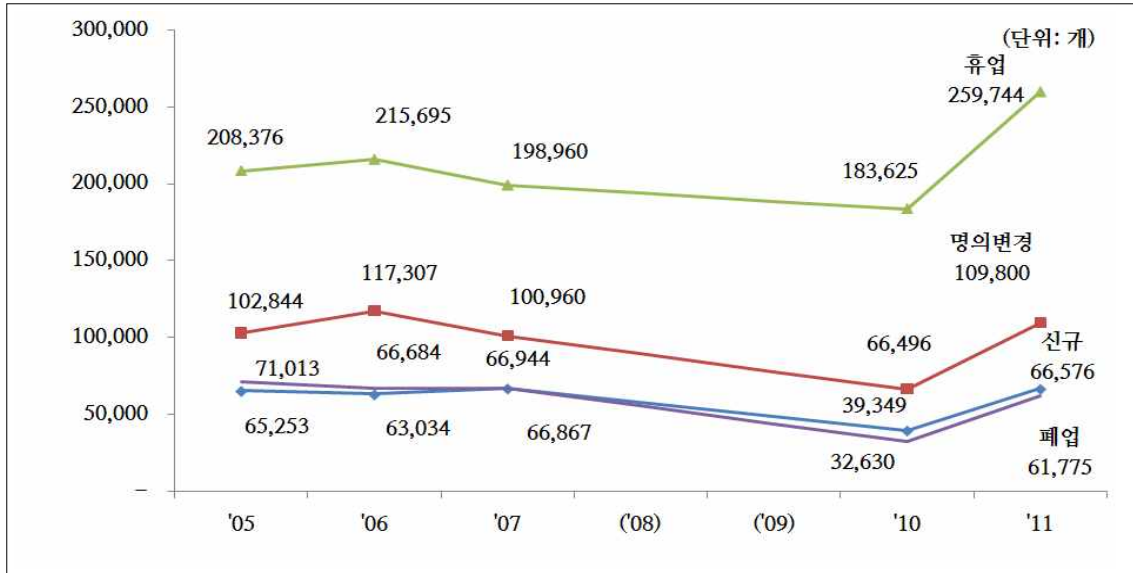
### □ 현재 위치와 기본방향

#### 한식 인력의 산업간 연계시스템 구축의 기본방향

#### 한식 창업 및 고용 창출을 위한 프로그램 및 인프라 지원

- 한식 인력과 산업간 연계 시스템 구축은 한식 인력 데이터베이스 구축하고 한식 인력 특화 및 전문화를 통한 한식세계화 서비스 기반 구축, 산학연계 활성화로 한식분야 인적 자원의 경쟁력을 제고함에 그 목적이 있음.
  - 한식 산업화를 위한 한식 창업·경영의 활성화 유도
  - 국내 영세한 한식업계 인력난 해소를 위한 인력 확보방안 마련
  - 한식 인력의 국내외 산업간 연계를 위한 시스템 구축
  
- [ 한식당 창업 지원 ] 외식산업(특히 한식업계)은 생계형업체가 많은 부분을 차지함에 따라 영세성, 식당 수 과잉에 따른 창·폐업이 빈번한 점을 감안해 창업·경영 교육 등을 통한 안정적 창업 지원이 필요함.
  
- [ 창업연수 및 보육 프로그램 ] 한식 창업지원은 글로벌 경쟁력을 갖추고 해외 진출 의지가 높은 기업을 선발하여, 이들에 대한 국내·외 창업연수 및 현지 창업보육 프로그램 제공하여 한식세계화의 첨병으로 육성할 필요가 있음.
  - 해외 진출 후 매장을 폐점하거나 철수한 국내 외식기업은 2011년 20개 업체, 2012년 약 35개 업체로 약 10여개 업체가 증가함.
  - 외식업 중 특히 식당업은 콘셉트 비즈니스로 음식의 맛과 질, 그리고 차별화된 콘셉트를 개발하고 발전시켜 나갈 수 있는 전문경영인의 역할이 중요하기 때문에 글로벌 마인드와 창조적 역량을 갖춘 외식전문경영인을 선발, 이들을 통해 성공사례를 창출한다면 외국인들의 한식세계화는 빠르게 전파될 수 있음.

<그림 V-29> 식품접객업체의 신규·명의변경·휴업·폐업 변동추이(업소 수)



주 1. 한국외식업중앙회 회원업소 대상 자료를 기준, 전체 외식업체(식품접객업체)수와는 차이가 있음.

2. '08~'09년 현황 자료가 없기 때문에 추정치를 적용하여 도식화함.

자료 : (사)한국외식업중앙회

- [ **한식업의 인력 특성** ] 국내 한식업은 타 산업에 비해 노동 강도는 높고, 급여수준은 낮고, 구직 인력의 학력 대비 근무환경과 급여수준은 열악함.
  - 국내 외식업 종사자의 평균 근무 기간은 4.43년, 평균 임금 159만 2,400원으로 최저임금수준으로, 한국고용정보원(2012)의 한식직업전망에서 'Chef and Cooks'는 고졸 학력에 단기 훈련을 필요로 하는 직업으로 평균 151.5만원으로 현 상태를 유지할 것으로 전망함.
    - 한식 주방장 및 조리사는 8분위로 중식, 일식, 양식에 비해 임금이 가장 낮음.
    - 중식·일식 주방장 및 조리사는 5분위, 양식 주방장과 조리사는 6분위에 속함.
- [ **외국인 산업인력의 한식당 활용 고려** ] 열악한 국내 한식당 근무여건에 따른 인력난을 해소하고 한식당 서비스의 질적 향상을 위해서는 우수한 외국인 산업인력의 한식당 배치의 필요성이 대두되고 있음.

<표 V-58> 한국 직업 전망

Area	Occupation	Employment outlook	The number of people in the field	Educational background / Required training	Monthly average income (₩10,000)
personal service related occupation	Chef and Cooks	to maintain the status quo	649,508	high school graduate/short-term training	151.5

자료 : 한국고용정보원, Occupation Information, 2012

- 또한 한식당 외국인 산업연수생의 자국에서 한식당 창업을 희망한다면, 이들의 창업지원을 통해 한식세계화를 가속화 할 수 있다는 장점이 있음.
  - 외국인 본국 창업지원은 단순한 지원이 아닌 관리·감독이 가능한 외국인을 대상으로 보증금제도, 환수금제도 등과 같은 규제 등을 통해 지원이 검토되어야 할 것으로 판단됨.
- 이와 더불어 외국인 노동자 중 귀환 외국인에 대한 선택적 한식창업교육 및 지원을 통해 한식보급 확대 및 국가이미지 향상을 도모할 수 있음.
  - 사례로 동남아 외국인 근로자가 본국으로 귀국하여, 상당수가 현지에서 한식당을 운영하고 있으며, 한류를 직간접적으로 홍보하고 있음.
  - 본국 귀환 외국인 한식창업교육 및 지원을 통해 한식뿐만 아니라 한국에 대한 전반적인 부문에 체계적인 교육이 반드시 수반되어야 함.
  - 이는 한국의 맛과 전통, 문화 등을 정확히 전달할 수 있는 하나의 전문화된 교육과정 마련이 시급함.
- [ 인력 수급의 미스매치 해소 노력 ] 정부는 정책적인 차원에서 스타셰프 양성, 향토음식전문가 과정 등의 지속적인 투자에도 불구하고 현업에 필요한 인력의 부족과 취업난의 악순환이 반복됨으로 인해 수급적 불균형 발생함.
  - 단기교육과정 수료자 중 교육 후 경제활동 참여가 저조한 것으로 나타나며, 단기교육과정을 통해 배출된 한식조리 전문인력의 사후관리가 제대로 이루어지지 못함으로 현황을 파악함에 어려움이 있음.

- [ **한식 전문인력의 DB 구축과 지원관리** ] 따라서, 한식 전문인력들의 정확한 수, 이직률, 취업률 등의 DB 구축을 통해 일자리가 필요한 곳과 연계가 필요하며, 이에 따른 지속적인 인력 사후관리가 필요함.

<표 V-59> 단기과정 수료 후 직업 추적

구분	스타셰프				향토음식 전문가 과정			
	교육 전 직업		교육 후 직업		교육 전 직업		교육 후 직업	
조리사	16명	27.1%	9명	15.3%	8명	13.1%	7명	11.7%
음식점 경영	10명	17.0%	9명	15.3%	22명	36.1%	20명	33.3%
조리강사	13명	22.0%	14명	23.7%	8명	13.1%	9명	15.0%
메뉴개발	1명	1.7%	3명	5.1%	3명	4.9%	2명	3.3%
푸드스타일리스트	1명	1.7%	1명	1.7%	-	-	-	-
타 직종	5명	8.5%	2명	3.4%	7명	11.5%	4명	6.7%
기타	13명	22.0%	15명	25.4%	13명	21.3%	8명	13.3%
취업 준비 중	-	-	6명	10.2%	-	-	10명	16.7%

자료 : 한식 전문 조리인력 단기 교육과정 추진결과 분석, 2013. 정해량

주. 2009년~2011년 단기교육과정 수료자 733명 대상 응답자 120명(스타셰프 59명, 향토음식 전문가 61명)

- [ **실무형 교육과정 편성** ] 마지막으로 현행 교육과정은 이론 위주로 편성되어 있으며, 이는 현장에서 발생하는 또는 수요자가 요구하는 기대치를 충족시키기에 다소 문제가 있음.
  - 현행 교육과정 개선은 수요자 지향적 인력양성과 인력의 질적·양적 불균형을 해소 할 수 있다는 장점이 있으며, 산학연계 네트워크 강화를 통해 인력에 대한 현장 능력을 수시로 확인할 필요가 있음.
- [ **한식 인력의 산업 연계** ] 한식인력 산업 연계를 위해서, 관련 정부 부처 및 협·단체는 단기교육과정 수료자 인력 풀 구축, 사후관리 프로그램 마련을 통한 체계적 인력 정보 관리 그리고 산업계와 교육자간의 쌍방 연계 채널 확보로 인력의 질적·양적 성장을 확보할 필요가 있음.

- 한식인력 전반(한식 전문인력 양성과정 수료자 포함)의 체계적 DB구축 필요
- 수요자 측면의 전문적인 조리 인재 양성을 위한 인턴십 제도 활성화
- 수요와 공급의 조화를 위한 인력매칭 프로그램 구축 필요
- 관련 모든 정보를 관리 및 제공할 수 있는 사이트 구축

## □ 추진계획

- 한식 인력의 산업간 연계시스템 구축 사업예산(안)은 5년간 총 36.1억원 소요예상됨.
  - 한식 창업보육 사업계획 작성 : 30백만원(2017년 한식체험홍보관 설립후 홍보관 내 설치)
  - 글로벌 한식 성공창업 육성 : 사업계획 30백만원, 인력운영 40백만원
  - 한식산업연수제도 운영(외국인 셰프 한식교육 인건비 참고)
  - 인력매칭 프로그램 및 인력풀운영 : 연간 5억원

<표 V-60> 한식 인력의 산업간 연계시스템 구축 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
한식창업보육센터	국고	-	30	70	100	80	280
한식산업연수제도 운영	국고	30	200	200	200	200	830
인력매칭 프로그램 및 인력풀 운영	국고	500	500	500	500	500	2,500
합계		530	730	770	800	780	3,610

주 1. 한식 창업보육

- 한식창업보육 사업계획 작성 : 30백만원(2017년 한식체험홍보관 설립후 홍보관 내 설치)
  - 글로벌 한식 성공창업 육성 : 사업계획 30백만원, 인력운영 40백만원
2. 한식산업연수제도 운영(외국인 셰프 한식교육 인건비 참고)
  3. 인력매칭 프로그램 및 인력풀운영 : 연간 5억원
  4. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

## 가. 한식 창업보육(K-food Business Incubator)

- [ 창업 및 보육 지원 ] 중소기업청에서 시행하고 있는 창업보육센터과 한식업종에 대한 지원을 연계하여, 한식세계화 관련 예비창업자 또는 창업 기업들의 안정적 창업을 지원.
  - 창업보육센터(중소기업창업지원법 제6조)는 기술과 사업성은 있으나 자금, 사업장 및 시설확보에 어려움이 있는 창업자 또는 예비창업자에게 개인 또는 공동 작업장 등 시설물을 저렴하게 제공.
  - 경영, 세무, 기술지도 등의 지원을 통해 창업에 따른 위험부담을 줄이고 원활한 성장을 유도하여 성공 가능성을 높이기 위해 설립된 창업지원 시설.

<표 V-61> 한식 창업보육의 구체적 내용

구분	세부내용
경영일반지원	경영진단, 지도상담 프로그램 및 네트워크 협력관계 구축, 개발제품의 홍보 및 마케팅 컨설팅, IR활동 지원
기술지원	자문단위원들을 중심으로 한 기술지도, 연구개발 알선 및 애로 기술해결을 위한 기술지원
교육훈련 지원	한식창업관련 교육기회제공, 특강 및 세미나 등을 통한 창업 및 기술의 업그레이드, 상시적 컨설팅
자금지원 협조	정책자금, 엔젤자금의 확보노력과 우선제공, 박람회 등 업체의 기술개발과 홍보에 대한 개별지원

- [ 국내 ] 한식창업보육센터 설립을 위한 사업계획 수립 및 시설확충
  - '한식종합체험홍보관' 내 한식창업보육센터 설립 추진
  - 한식창업보육센터 지정 및 운영
- [ 국외 ] 글로벌 한식성공창업 기업 : 해외 현지 창업보육 프로그램 운영
  - 글로벌 성공창업기업 육성(중소기업청 창업진흥원)
    - 글로벌 경쟁력을 갖추고 해외 진출 의지가 높은 창업 기업을 선발하여 국내·외 창업연수 및 현지 창업보육 프로그램 제공
    - 지원국가 및 업종 : 미국실리콘 벨리(IT업종), 중국 상해·베트남 하노이, 호치민(수업종)

## 나. 해외 인력 한식 산업연수제도 운영

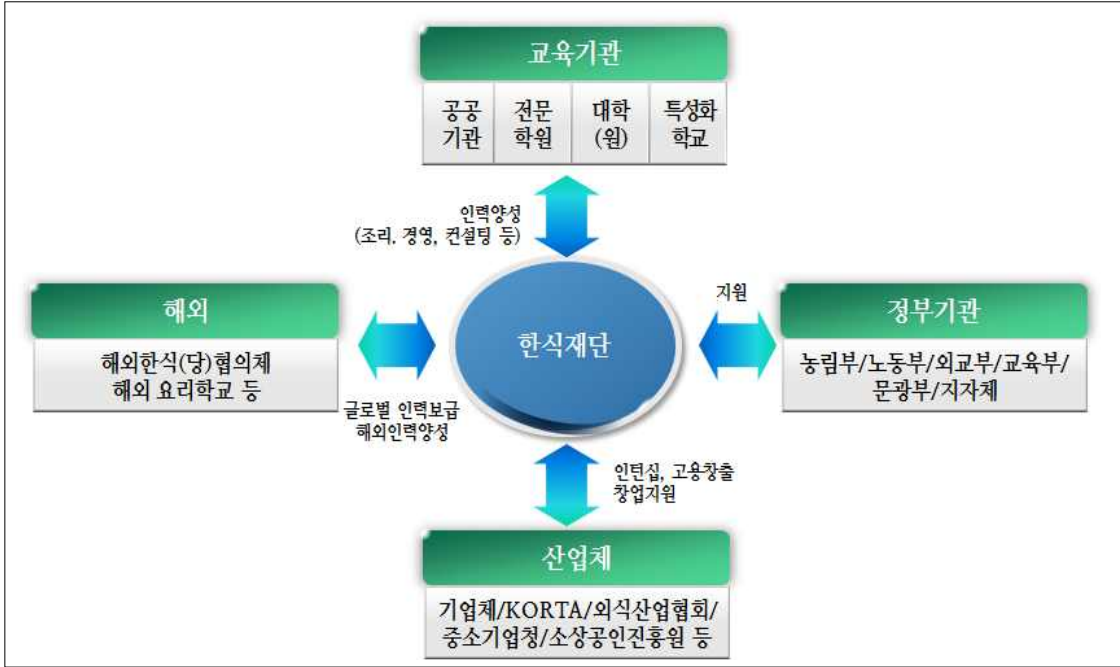
- [ **한식 산업연수생 제도 도입** ] 국내에 외국인 근로자 중 요식업계 종사자를 대상으로 한 한식 산업연수생 제도를 도입하여, 해당 연수생에게 사전에 한식 요리 및 서비스 교육을 실시하여 산업현장에 배치하여 국내 한식업체 고용의 질 향상.
  - 제도 개선 및 커리큘럼 개발
  - 한식 산업연수생에 대한 산업연수(D-3)비자 발급(1년 연수 + 2년 취업)
  - 국내 대표 한식당과의 MOU를 통한 인력 매칭
  - 지속적 모니터링 및 사후관리 프로그램 개발
- [ **해외 투자기업의 한식 연수제도 도입** ] 해외 진출하는 기업의 해외현지 직원에게 한식 산업기술연수 실시
  - 해외 진출 일반기업의 구내식당 담당자 등 현지에서의 한식 산업기술 연수 실시
- [ **산업연수 후 귀환 외국인 노동자에게 한식창업교육 실시** ] 산업연수후 본국 귀환 외국인노동자 중 희망자에 한해 한식창업교육을 실시
  - 동남아시아 지역의 한류 열풍에 따라 한식수요 증가에 발맞추어, 본국 귀환을 앞두고 있는 외국인 노동자 대상 한식교육실시를 통한 성공적 자립기반 마련 및 무분별한 한식 창업에 따른 한식의 질 저하 방지
  - 제도 개선 및 커리큘럼 개발, 한국의 문화 및 한식조리 교육
  - 희망자에 한해 한식창업교육 실시(비자 연장 3개월)
  - 단, 불법체류 등 사회문제 방지를 위한 대책마련 : 교육생의 자격증을 본국 귀환 후 자국에서 지급받는 방식 등
- [ **해외인력의 한식유학 촉진을 위한 비자제도 개선** ] 외국인이 우리나라의 학생 비자는 어학연수, 학사, 석사 및 박사과정 등록 시에만 해당함.
  - 해외인력이 1~2년이라는 시간 동안이라도 우리 문화 속에 온전히 녹아들어 스스로 한식을 보고 만지고 느끼고 맛보고 익힐 수 있는 교육을 받을 수 있도록 비자와 관련 제도 개선함.



## 다. 인력매칭 프로그램 개발 및 인력풀 구성

- [ 한식 전문인력 DB 구축 ] 한식 기술 및 기능 인력시장의 전망, 수요분석, 필요 교육과정 DB 제공
  - 한식 전문인력 양성 관련 결과, 연간 취업 및 이직정보, 산업체 인력 수요 분석 및 전망 등의 내용을 DB화
  - 한식인력현황과 수요부족 및 활용실태 조사 등 인력통계지표 생산
  
- [ 한식 인력양성 및 매칭관련 정보공유 ] 한식 인력양성 및 매칭관련 정보공유 활성화를 위한 시스템 개발 구축하고, 공급과 수요를 한 곳에 선별 등록하고 리크루팅 프로그램을 운영, 단계별(고급 · 중급 · 초급)로 인원을 확충하고 공급 · 수요 간의 공식적인 연결 채널 구축 및 그에 따른 지원추진
  - 한식 인력양성 관련 종합정보시스템 하드웨어 인프라 구축(정보화 연계)
  - 한식 관련기관에 분산되어 있는 정보를 공유할 수 있는 정보공유 시스템 구축
  - 인력 수급전망을 바탕으로 한식인력 단기과정의 탄력적 운영
  - 한식업계에 존재하는 직업에 대한 정보자료를 작성하여 노동시장으로 배출되는 예비 산업인력의 직무 능력 개발 가이드 제공 체계를 구축
  
- 한식전문인력 양성과정을 통해 배출된 인력들의 졸업생 네트워크 구축
  - 배출인력의 사후 관리 및 자체 네트워크를 통해 상호 연계 지원하는 체계 구축
  - 교육기관에서 한시적 운영지원 후 교육생 자체 운영시스템으로 전환
  
- [ HANSIK Alliance 구성 ] 한식 산업발전을 위한 공동네트워크 'HANSIK Alliance' 구성은 정부 · 교육기관 · 지자체 · 산업체 · 해외한식당 협의체 등이 한식 민 · 관 공동 네트워크로 형성함.
  - 한식 수요업체의 애로사항 해결 및 건의, 한식인력 대상 재교육 및 취업 정보제공

<그림 V-30> 'HANSIK Alliance' 구성안



<표 V-62> 'HANSIK Alliance' 기관별 역할

구분	참가기관	주요 역할
정부	농림축산식품부, 노동부, 외교부, 교육부, 문광부, 지자체	<ul style="list-style-type: none"> <li>한식인력 양성을 위한 계획수립 및 DB 구축</li> <li>해외 취업 비자 간소화 등 지원</li> </ul>
교육기관	공공기관, 전문학원, 대학(원), 특성화 학교	<ul style="list-style-type: none"> <li>인력양성(조리, 경영, 컨설팅 등)</li> </ul>
산업체	기업체, 코트라, 외식산업협회, 중소기업청, 소상공인진흥원	<ul style="list-style-type: none"> <li>인턴십, 고용창출, 창업지원</li> </ul>
해외	해외한식(당)협의체, 해외요리학교 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 인력보급</li> <li>해외인력양성</li> </ul>

- [ 취업생 알선기관과의 협력 사업 ] 취업생 알선기관과의 협력 사업<sup>92)</sup>은 한식인력의 해외취업을 확대하기 위해 해외 민간 취업알선 기관 등과 협력함.

92) 영국 HealthCare Locums사(의료전문 리쿠르팅업체)와 MOU를 체결하여, 중동·캐나다 등 의료인력 수요처 발굴

- 연수·교육, 알선 등을 통한 해외취업 이후에는 정기적인 모니터링을 통한 애로사항 해결
- [ 한식 연수업체 인증제 ] ‘한식연수업체 인증제’는 한식 전문인력 양성과정을 통해 배출된 인력을 체계적 현장연수 및 취업연계를 위하여 연수시스템 구축 및 운영을 지원하는 것을 의미함.
  - 한식업체의 직업교육 참여 활성화와 교육생에게 직장체험과 취업기회 제공
  - 현장연수 인프라 구축 : 교육시설, 실습장비구입 등
  - 인건비 : 전담인력 수당, 멘토수당, 실습생 인건비
  - 연수프로그램 운영비 : 프로그램 개발비, 사전직무교육비, 재료비, 기타운영비 등
  - 우수성과업체에는 ‘인재육성형 한식업체 인증제’ 시행 시 별도의 심의를 거쳐 인증 및 인센티브 부여
- 해외 한식당연계 산업인력 매칭을 위한 박람회 개최 및 네트워크 구축
  - 1:1 취업컨설팅 및 해외인력 배출을 위한 출입국 비자 간소화 추진
- [ 사례 : 산업별 인적자원개발 협의체의 영국 사례 ] 영국 ‘산업적’ 개념 접근을 통한 고용부문의 가시적 성과 도출.
  - 분야별 기술위원회(The Alliance of SSCs, Sector Skills Councils)<sup>93)</sup> 설치를 통해 전문인력을 양성
  - 교육과 산업 현장과의 지속적 교류협력을 통해 수요 맞춤형 교육훈련 연계
  - 전문 웹사이트 구축·운영을 통해 업계소식, 구인현황, 교육·훈련 프로그램 개설 등 산업분야 일자리 관련 제반정보 제공
  - 포괄적 직업훈련과 경험기회를 제공하기 위한 견습(見習) 제도 시행.

93) <http://www.sscalliance.org/> 영국은 산업별 인적자원개발 숙련협의체(SSCs; Sector Skills Councils)의 업무를 지원·감독하는 UKCES(UK Commission for Employment and Skills) 및 SSCs의 역할과 운영 system, 주요활동 및성과에 대한 조사를 통한 신규 사업 적용 활용하고 있음.

특히 Proskills의 National Skills Academy는 정책 파트와 함께 Proskills의 핵심 사업 내용임

• 정부에서는 정책 파트와 NSA를 별도로 운영할 것을 요구하고 있으나, 산업계에서는 양자가 산업계가 요구하는 숙련 대응 방안이라는 점에서 통합 운영을 요구

\* NSA 자체는 별도의 법인으로 Proskills와 구분되나, Proskills가 소유한 기구

## 5.4 국민의 한식 인식 제고 교육사업

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 한식 인식 제고 교육사업 등의 기본방향

##### 한식세계화 국민적 공감대 형성을 위한 교육기반 강화

- 한식세계화 사업을 긍정적으로 인식시키고, 한식의 중요성을 알리기 위한 국민 인식제고 교육 실시함.
  - 국내 한식 소비인구 확산 및 내실화를 통해 한식세계화 확산
  - 외식산업 및 한식 세계화 사업의 필요성 및 중요성에 관한 국민적 공감대 형성이 선행되어야 함.
  
- [ 한식세계화 인식 제고 교육 ] 한식세계화를 위해서는 세계인에게 우리 한식에 대한 전파도 중요하지만, 내부적으로 국민을 대상으로 한 한식 생활화 및 한식세계화에 대한 공감대 형성을 위한 교육이 선행되어야 함.
  - 한식세계화를 통한 국가브랜드이미지 제고 및 연관산업에 대한 파급효과를 인식시키고, 한식식문화에 대한 저변인식을 개선시키기 위한, 장기적이고 지속적인 교육·홍보활동 전개가 필요함. 한식의 우수성 및 한식세계화에 대한 국민적 공감대 형성을 통한 한식저변확대 도모.
  
- [ 식습관 변화와 한식의 중요성 교육 ] 도시화, 핵가족화, 여성의 사회진출 증가, 외식산업 및 식품산업의 발달에 따라 식생활의 서구화, 간편화 및 가공식품이 증가하면서 청소년들의 식습관 또한 서양음식과 가공식품을 선호하는 방향으로 변화되었음.
  - 청소년의 식생활의 서구화와 외국음식에 대한 기호도 증가에 따라 학교급식 또한 외국음식 혼용 추세임. 청소년의 식습관 및 비만이환율이 증가하고 있으며 각종 성인병 및 영양 불균형의 문제 초래함.
  - 청소년기에 고정된 식습관은 성인기로 이어질 가능성이 크므로, 청소년기 학생들에게 한식과 한식에 대한 관심을 고조시키는 것이 필요하다고 판단됨.

- 따라서 청소년기 올바른 식습관 확립을 위한 청소년 식생활 교육의 실시와 함께 한국 및 한국 식문화의 우수성 교육을 통한 자긍심 고취 교육 실시가 필요하다고 판단됨.
- [ **한식과 올바른 식습관** ] 한식에 대한 올바른 지식과 인식을 갖고 바른 식습관을 형성하기 위해서는 학교에서부터의 다양하고 체계적인 교육이 필요함.
  - 무분별하고 부정확한 정보들 속에서 한식의 올바른 지식 습득을 위해서는 학교에서부터의 체계적 교육 필요
  - 청소년의 한식에 대한 관심을 갖게 된 동기에 대해 연구<sup>94</sup>)결과 부모님(33.3%), 매스미디어(22.2%), 책(14.8%), 학교교육 및 급식(11.1%)로 나타남.
  - 각급 학교 급식 담당자 대상 한식 교육 및 급식체계 개선을 통한 한식확산 추진함. 초·중·고 급식에서 한식 식단 비중 확대를 통한 서구화된 청소년의 식습관을 개선하고 한식 식습관이 내밀화될 수 있도록 함.
- [ **단체급식의 한식 제공의 의미 강화** ] 단체 급식 중 학교급식을 통한 한식을 자연스럽게 접하게 하고 좀 더 나아가 우수한 한식 조리사가 단체급식에 파견되어 질 좋은 우리 전통음식이 학생들에게 제공되도록 함.

## □ 추진계획

- 한식 인식 제고 교육 총 사업예산(안)은 5년간 28억원 소요예상됨.

<표 V-63> 한식 인식 제고 교육 사업비 예산(안) (단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
한식세계화 인식제고 교육사업추진	국고	300	300	300	300	300	1,500
청소년 대상 한식인식교육 실시	국고	-	200	200	200	200	800
학교급식 담당자 대상 한식단 운동 실시	국고	100	100	100	100	100	500
합계		400	600	600	600	600	2,800

- 주 1. 기존 추진된 사업의 예산을 반영하여 산정함.  
 2. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

94) 한식식단 급식을 제공받는 경기도의 일부 중학생과 학부모의 한식에 대한 인식 및 급식만족도. 2011. 배유미·송경덕·안홍석, 대한영양사협회

## 가. 국민의 한식 인식 제고를 위한 교육사업 추진

- [ 한식 생활화 운동 ] 국내 한식당 개선 및 한식 생활화 확산을 위하여 교육 실시
  - 한식당 개선 및 한식 생활화 확산을 위한 지자체 및 시민단체 활용 교육 실시 방안 모색
  - 학술발표회, 강연회, 심포지엄, 워크샵 등을 개최, 학술연구 및 대국민 홍보 사업 수행
- [ 한식 공익광고 실시 ] 한식세계화에 대한 우리나라 사회 및 공동체의 인식 제고를 위한 공익광고<sup>95)</sup> 실시
  - 라디오, TV 등 대중매체활용 프로그램 추진
  - 한식에 관한 공익광고의 경우 환경분석(목표(Target)분석, 동일한 한식주제에 대한 기존 광고 분석, SWOT분석)과 광고 전략(공익광고 목표, 공익광고 Concept, 광고매체 활용 방안)을 철저하게 수립하여야 함.
- [ 한식의 날 지정 ] '한식의 날'을 기념일<sup>96)</sup>로 지정하여 한식 인식 확산.
  - 한식에 대해 국민들에게 자연스럽게 알리는 한식주간을 지정하여 매년 행사 진행
  - 정부가 지향하는 한식세계화의 비전, 한식의 중요성, 한식의 산업 발전가능성 등 다양한 주제를 갖고 다채로운 행사 및 교육을 진행하여 국민들의 한식과 한식세계화에 대한 인식을 자연스럽게 향상시킴.
  - 한식 발전에 기여한 자랑스러운 '전통음식 명인 상' 수상, 전통음식과 지역 사회 발전 관련 주제 발표회, 포럼 등 실시

95) 공익광고는 광고의 설득 커뮤니케이션 기능을 활용하여, 인간존중의 정신을 바탕으로 사회 및 공동체의 발전을 위해 펼치는 의식개혁 캠페인임.

96) 기념일(記念日)은 정부가 '각종 기념일 등에 관한 규정'에 따라 어떤 특정한 날을 기념하는 날임. 이 날에는 각종 의식과 기념행사를 엄숙하고 검소하게 실시함. 의식과 행사의 절차·방법·규모, 기타 필요한 사항은 해당 행정기관의 장이 정하여 실시함. 1973년 3월 30일 '각종 기념일 등에 관한 규정'이 제정, 공포되기 이전까지는 각 부처의 부령, 훈령, 고시 등에 의하여 기념일을 제정, 시행하였음. 규정에서 정한 기념일은 2012년 2월 현재 43종이고, 이외에 "입양의 날", "가정의 날", "발명의 날", "방재의 날" 등 19종이 개별 법령에 의해 지정되어 있음.

## 나. 청소년 및 학교교사 대상 한식 인식교육 실시

- [ **청소년의 인식 특성과 한식** ] 청소년의 인식 특성은 성장환경의 절대적 영향, 배타적 의존성, 경험의 제한성, 자기중심적 사고가 강하기 등으로 나타나 청소년의 한식 이해력은 가정적 배경과 사회적 배경에 크게 의존할 수 있음.
  - 학교 밖에서의 한식교육 경험 미미(微微)한 수준.
  - 학교에서 한식 등 실용지식 학습경험은 중간 수준.
  - 학교이외의 한식지식습득은 인터넷과 매스컴이 대부분임.
  
- [ **학교 교사의 한식에 관한 전문성 미흡** ] 각급 학교 교사양성과정이나 재교육 과정에서의 대비가 부족하여 한식교육을 위한 교사의 전문성이 부족함. 이러한 상태에서 담당교사에게 수업운영의 전적인 준비를 요구함.
  - 최근 10여년간 플래시, 애니메이션 등 ICT 기법에 의한 온라인 학습 자료와 더불어 모둠활동에 의한 역할극, 과제발표 등 강의중심수업을 대체하려는 다양한 방안이 시도되고 있음.
  - 그러나 수업활용을 위해서는 담당교사에 의한 한식자료의 재조적이 필요하고, 내용의 일관성이 결여되어 수업현장에서의 활용도는 높지 않음.
  - 일부 정부, 급식단체, 공공기관이 제각각 한식교육을 지원하고 있으나, 사업내용이 조율되지 않아 한식교육 자원의 낭비 초래.
  
- [ **학교 교사 및 청소년 대상 한식교육** ] 국민의 식생활에서 한식확산을 위해 국민의식 개선 운동 전개, 학교교사 및 청소년 대상 한식 교육 실시.
  - 한식 식생활 교육과 국내외 현황 및 실태파악
  - 가정, 학교, 지역 등을 중심으로 한식 식생활 문화의 우수성 및 세계화를 위한 교육 프로그램 개발과 전개
  - 학교교사 및 초·중·고 대상 한국 문화 및 한식 식생활 교육을 정규교육과정 내 포함, 초·중·고등학생용 '한식의 이해' 영상물을 제작하여 각급 학교에 보급·활용
  - 학생들의 도시와 농·산·어촌의 공생·교류 및 식생활 체험 프로그램 개발과 전개.

## 다. 학교급식 담당자 대상 한식식단 운동 실시

- [ **학교급식의 중요성과 한식** ] 학교급식은 어릴 때의 영양불균형은 성장기에 커다란 영향을 미치며, 성인이 되어서는 식습관을 바로 잡기에 늦음. 이렇게 중요한 학동기에 학교에서 급식을 통해 적당한 영양섭취와 영양교육, 한식의 맛 등으로 균형 잡힌 식사와 식습관을 유도하여야 하기 때문에 매우 중요함.
  - 가정에서의 식생활 소홀 : 산업화와 선진화로 인해 여성의 사회적 역할이 증가되어 가족 식생활에 점차 소홀해지고 있어 점심만이라도 균형된 영양 급식을 공급 필요
  - 비만아가 점차 증대 : 영양과다 및 불균형으로 점차 비만아가 늘고 있어 학교급식을 통한 적절한 영양공급 및 영양교육을 통한 식생활 개선 필요.
  - 국가 식량 수급 정책에 기여 : 쌀을 주식으로 하는 우리의 식습관을 위해서는 학교급식을 실시하여 쌀과 주요 농산물 소비촉진에 기여함.
  
- [ **학교급식 담당자 대상 한식교육** ] 각급 학교 급식 담당자 대상 한식 교육 및 급식체계 개선을 통한 한식을 확산 하도록 추진함.
  - 청소년들의 식단을 책임지고 있는 학교 급식관계자 대상으로 한 한식교육을 통해 한식 식습관을 정착시키고, 이들의 한식 보급의 주체로 활용함.
  - 지역 농산물을 이용한 학교급식 한식 메뉴개발 교육 및 한식식단 보급운동 추진
  - 한식은 건강하고 안전한 식재료의 사용, 위생적인 조리 과정 등을 직접 확인하고자하는 학부모의 욕구를 하여 충족시켜 학부모에게 학교급식의 위생성·안전성에 대해 홍보를 하게 되는 효과를 나타내고 있음.
  
- [ **사례 : 제이미 올리버(Jamie Oliver)<sup>97)</sup>의 급식 혁명** ] 영국공립학교 급식소에 영양사를 자처하여 급식메뉴를 정크푸드 위주의 식단에서 영양건강식으로 바꾸는 캠페인 실시.

97) 영국의 요리사이자 미디어 명사로, 별명인 네이키드 셰프(Naked Chef)로도 잘 알려져 있음. 국립 학교에서 가공 식품을 사용하는 것을 반대하는 캠페인을 진행해온 것으로 유명함.



### 5.5 사업추진 일정

추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고	
			14	15	16	17	18		
한식 전문인력 양성	단기교육과정	한식스타셰프 꿈나무육성	신규						기 추진된 스타셰프 양성과정의 진단계로 수준별 교육커리큘럼의 연계성 확보 필요
		(예비)한식 스타셰프 양성	기존						'12년 aT에서 한식재단으로 이관되어 추진되고 있음.
		지역음식 전문가과정	기존						'12년 aT에서 한식재단으로 이관되어 추진되고 있음.
		재외공관 조리사 과정	기존						'13년 한식세계화관련 모든 교육사업이 한식재단으로 이관됨.
	한식명장육성	특성화 학교지원	기존						'13년 한식세계화관련 모든 교육사업이 한식재단으로 이관됨.
		마이스터 스쿨 육성	신규						특성화 학교 중 우수 학교를 마이스터 스쿨로 집중 교육함.
		한식명장 육성	신규						한식전문인력양성의 수준별 인력관리 및 교육커리큘럼 연계성 확보 필요
	'한국음식역사문화 아카데미' 운영		신규						한식재단의 한식 원형 발굴 및 자원화 사업의 일환으로 추진됨. - 교육과정에서 한식 평론가, 작가, 해설사 과정 등 문화부 등과의 협력 필요
한식 국가대표 셰프단 운영		신규						한식 국가대표 셰프단은 국내외 주요 행사 시 한국 음식 외교관으로서 활동 한식세계화 사업단 및 외교부, 문화부 등의 협력 필요	
해외 한식인력 전파	해외 한식당 종사자교육	한식당 종사자 단기교육	기존						13년 한식세계화관련 모든 교육사업이 한식재단으로 이관됨. 해외한식당 협의체와의 연계를 통해 한식당 종사자 교육 지원 필요
		e-러닝 콘텐츠 개발 및 교육	신규						해외한식당 종사자 교육을 위한 교육프로그램 개발로 교육기관의 주관 하에 추진함이 타당함.
	해외대학연계 한식교육 확대	해외 요리학교 한식강좌 개설	기존(확대)						해외 유명 요리학교와의 MOU를 통해 현지인 한식교육 확대 - 체계적 한식 교육 커리큘럼 및 교육담당자 파견·육성을 위해 국내 한식세계화 교육 추진 주체의 역할 중요
		'한식학교' 운영	신규						한식강좌의 장기적 발전모델로 요리학교 내 한식학교를 운영하는 것임. 해외 요리학교 한식강좌 개설과 연계
	해외 호텔 조리사 한식교육		기존(확대)						해외 유명 요리학교와의 MOU를 통해 현지인 한식교육 확대

추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고
			14	15	16	17	18	
한식인력의 산업연계 시스템 구축	한식창업보육	한식창업보육센터 설립	신규					중소기업청의 창업보육사업은 자금, 기술 경영 등의 지원을 통해 성공창업유도 - 한식 한식전문인력 기관에서 한식창업보육센터를 설립하여 교육생의 성공창업 지원, 성공사례 도출 필요
		글로벌 한식성공창업 육성	신규					중소기업청은 글로벌 창업기업 육성을 위해 해외 창업보육제도 도입 - 글로벌 창업기업 육성지역은 중국, 베트남, 미국 일부지역으로 한정됨. - 한식세계화 우선진출 국가인 중국 및 베트남(전업종) 진출 기업의 현지 한식창업 보육 지원 가능
	한식 산업연수제도 운영	한식산업연수생제도 도입	신규					국내 한식당 인력수급 안정화 및 외국인 한식인력 확대를 위해 필요 - 외국인 연수생제도에 따라 고용노동부, 외교부, 한식세계화 교육기관 등 협업 필요
		한식유학 촉진을 위한 비자제도 개선	신규					한식 및 한국문화를 배우고자 하는 외국인 대상 비자제도 개선을 통해 한식유학 촉진 필요
		한식산업기술연수제도	신규					해외진출 한식기업의 현지근로자 및 일반기업의 국내식당 담당 직원을 대상으로 한 한식조리 교육 실시
		귀환외국인 노동자 한식창업교육	신규					ODA차원에서의 귀환 외국인 노동자의 한식창업교육 실시 - 내국인 대상 한식전문인력 양성과정의 부속 프로그램과 연계운영 실시
	인력매칭 프로그램 개발 및 인력풀 구성	인력양성 및 매칭시스템 개발 구축	기존(확장)					기존 취업일자리 지원사업의 체계적 추진을 위한 시스템 구축
		인력전망, 수요 및 교육과정 DB화	신규					한식인력의 수급추이 분석을 통한 교육생 배출 및 커리큘럼의 탄력적 운영을 위해 한식 전문인력 양성과정과 연계해서 진행함이 타당
		한식전문인력 졸업생 네트워킹	신규					한식전문인력 교육기관의 지원을 통해 배출된 인력의 지속적 관리 및 네트워킹 강화 - 단 한시적 지원 후 조직의 자발적 운영 유도가 타당함.

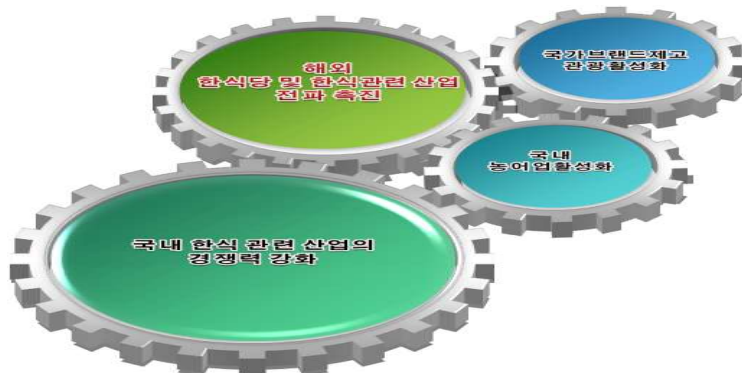
추진과제	사업명		사업유형	추진시기					비고
				14	15	16	17	18	
한식인력 의 산업연계 시스템 구축	인력매칭 프로그램 개발 및 인력풀 운영	취업알선기관과의 협력	신규						교육기관은 기 교육프로그램에서 배출된 인력의 활발한 해외진출을 위해 해외 민간 음식관련 리쿠르팅업체와의 MOU 추진 필요
		‘한식연수업체’인증제 시행	신규						한식조리인력의 실무능력 향상을 위해 연수기회 제공 업체에 대한 인증제를 시행
		HANSIK Alliance 구성	신규						산업체, 교육기관, 정부기관, 해외 한식당간의 유기적 네트워크 필요
국민의 한식인식 제고	국민의 한식 인식제고 교육	한식당 개선 및 한식생활 화확산운동	신규						범정부적 차원에서의 국내 한식당 개선 및 한식생활화 확산운동 추진을 통해 한식세계화를 위한 내부적 기반 공고화
		한식세계화 인식제고	신규						한식세계화 사업의 추진과정에서의 몇몇 문제점으로 인해 촉발된 국민들의 한식세계화 사업의 부정적 인식을 해소하고, 지속적 추진을 위한 기반마련 필요
		한식의 날 지정	신규						한식의 날 추진과 연계하여 한식 저변확대를 위한 각종 교육 및 행사 실시
	청소년 대상 한식인식교육	청소년 대상 한식교육	신규						서구화되고 있는 청소년들의 식생활 개선을 위한 노력 필요 - 교육부의 교육시행, 한식세계화 기관의 한식 교육커리큘럼 제공
		식생활 체험 프로그램 개발 및 전개	신규						학생들의 체험학습에 도농간 식생활 체험프로그램 전개 - 농림축산식품부의 6차 산업화 사업과 연계하여 체험프로그램 진행
	학교급식담당자 대상 한식식단 운동 실시	신규						’11년 기준 99.9% 학교급식이 시행되고 있음. - 학교 급식 담당자 대상 한식식단 운동을 실시하여 청소년의 올바른 식습관 정립 - 미래 한식 인구 확산에 기여	

## 6. [제4과제] 글로벌 경쟁력 강화

### 가. 기본방향

- [ 세계화를 위한 민관의 역할 ] 한식세계화 사업은 ‘한식’이라는 지극히 민족적 소재를 가지고 ‘세계화’라는 보편성을 획득하고자 하는 과정에서 추진방식의 혼란과 논란을 일으켜 왔으며, 세계화를 위한 민관의 역할에 대한 수많은 논의가 진행되고 있음.
  - 특히, 기존의 경쟁력 강화전략에서는 민관의 역할에 대한 명확한 구분 없이 사업을 추진함에 따른 여러 가지 시행착오를 겪음.
  - 플래그십 한식당 운영 및 프랜차이즈 모델 개발 등은 민간 기업차원에서의 접근 필요
- [ 경쟁력 강화 전략 ] 따라서 본 5개년 계획에서는 정부차원에서의 경쟁력 강화 전략을 Inbound와 Outbound로 구분하였음.
  - Inbound 전략은 국내 한식의 내실화를 통해 산업발전을 도모
  - Outbound 전략은 해외에서의 한식수요 창출
- [ 국내외 기업들의 투자 유인 ] 내외 기업들의 한식업 투자로 유인하고, 국가 브랜드 가치제고 및 관광산업 활성화에 기여하고자 함.

<그림 V-31> 글로벌 경쟁력 강화 기본방향



<표 V-64> 한식세계화 글로벌 경쟁력 강화 세부기본계획

목표	추진 과제	세부사업
한식 내실화 도모를 통한 해외 한식 수요 창출	1. 국내 한식 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 국내 한식산업 활성화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 한식당 표준화 구축</li> <li>- 관광식당업 지정 및 관리기준 강화</li> </ul> </li> <li>★ 기업의 한식세계화 참여 유도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식 스코어보드(scoreboard) 제도 시행</li> <li>- 국내 기업 간의 상생협력 모델 발굴</li> <li>- 국내 기업의 메세나 운동 추진 시 한식 활용 추진 유도</li> </ul> </li> </ul>
	2. 해외 시장 진출 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 해외시장 진출 정보 수집                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가별/도시별 정기적인 시장정보 조사</li> <li>- 지역별/국가별 「한식 해외진출 보조사 및 전략 수립</li> <li>- 지역별 「한식 해외진출 전략지도」를 마련하여 제공</li> <li>- 설명회 및 전략지도 업데이트</li> <li>- 전략지역별 정보센터 설립(장기적 관점)</li> </ul> </li> <li>★ Asia Co-Win 프로젝트 추진                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아시아 음식로드 네트워크 구축</li> <li>- 식문화 교류 프로젝트 추진</li> </ul> </li> <li>★ 해외 한식당 창업·경영개선을 위한 컨설팅 실시                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외 한식당 창업·경영개선을 위한 컨설팅 실시</li> </ul> </li> <li>★ 해외 한식당 추천제도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외 한식당 추천제도 시행</li> </ul> </li> <li>★ 해외 식자재 공동 물류체계 정비                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 'K-food 공급센터' 구축</li> </ul> </li> </ul>

## 6.1 국내 한식 경쟁력 강화

### □ 현재 위치와 기본방향

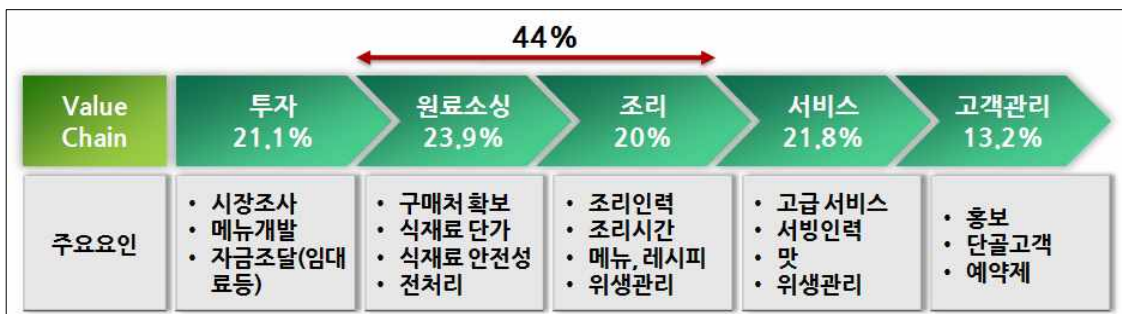
#### 국내 한식 경쟁력 강화의 기본방향

#### 국내 한식업체 경쟁력 강화를 기반으로 한 세계화 확산

- 한식의 산업화는 민간차원에서 자율적인 의사와 시장지향적인 결정에 따라 이루어져야 하며, 정부는 시장을 조성하고 틀을 정하며 공정한 경쟁을 유도하는 것이 바람직함.
- [ 한식의 산업화 ] 한식세계화를 위해 국내 한식관련 고부가가치 사업모델을 개발하고 한식 및 한식관련 산업의 내실화가 선행되어야 할 것으로 판단됨. 또한 질 높은 한식을 합리적인 가격으로 소비자에게 제공할 수 있어야 한식은 기업적으로 생존할 수 있으며, 이를 위해서는 산업화가 필수적임.
  - 산업화는 전통한식을 반드시 퓨전화 한다는 의미로 해석하여서는 안되며 생산성이 높은 구조로 전환되어야 한다는 것을 의미함.
- 한식업의 산업화를 위해서는 과학적 관리경영에서 이미 검증된 3S원칙을 한식업에 응용하여 '한식산업화 3S전략'을 추진하는 것을 제안함.
  - 표준화(Standardization), 단순화(Simplification), 전문화(Specialization) 추진
  - 한식원가분석(Value Chain상 원가분석)결과 총원가 중 원료소싱·조리가 높은 비중을 차지(약 44%, 원료소싱 23.9%, 조리 20%) 등의 비중이 높은 구조를 보임.
    - 이는 한식당 특유의 많은 메뉴와 노동집약적 조리구조의 요인으로 분석되며 메뉴간소화 및 조리시설 등의 개선을 통한 원가절감 필요
- 표준화는 획일화되고 고정된 규격의 통일이 아닌 우리만의 정체성을 보여주는 형태(Type)의 표준화된 기반을 통해 이 기반 위에 형태(Style)의 다양한 제품들이 끊임없이 확장되어 가는 플랫폼 형태를 지녀야 함.

- 표준화<sup>98)</sup>의 목적은 생산, 소비, 유통, 서비스 등 여러 분야에 있어서 능률을 증진시키고 경제성을 높이는데 있음.
- 일본 스시의 세계화 전략이 성공할 수 있었던 이유는 생선회의 신선한 맛을 유지하는 표준화 시스템 구축이 선행됐고 이를 체계적인 교육을 통해 전파하였기에 가능함.

<그림 V-32> 한식업체 Value Chain상 원가분류(A업체사례)



자료 : 농림축산식품부, 2009

- [ 한식세계화 속의 한식당 특성 ] 한식세계화는 한식의 저변확대를 통해 외국인의 한국방문을 유도하고, 또한 한국을 방문한 외국인의 한식의 경험이 세계화에 영향을 주는 순환구조를 가짐. 그러나 국내 한식점업은 서양음식점업, 일식점 등의 업종에 비해 영세하고 열악한 실정임.
  - 음식점 서비스와 관련하여 품질 및 위생상태 불량률이 높은 비율의 불편사항이며, 서비스 불량, 비싼 음식가격, 부당요금 청구 등도 문제로 제기됨.
- 관광객에게 음식을 전문적으로 제공하고자 일반음식점을 관광식당업으로 지정 ('07년 현재 1,230개) 운영하고 있으나, 위생환경 및 시설, 사후관리기준 미비로 관광전문음식점으로서의 기능 수행 미흡함.
  - 외국인 대상 전문식당의 경우 현재 150여개의 지정식당을 확보하여(그 중 무슬림 전문식당 10개소 포함) 홍보 책자 및 운영 매뉴얼 등을 보급

98) 표준화(Standardization)의 사전적 정의 : 어떤 기준이나 규격 등을 만들어 사용함으로써 합리적인 활동을 조직적으로 행하는 것으로 표준화의 대상이 되는 것은 품질, 형상, 치수, 성분, 시험방법 등으로 이들에 일정한 표준을 정하여 호환성을 높이도록 한 것

- [ 국내 인프라의 미흡 ] 특히 국세청의 '12년 「지역별 특1급호텔내 음식점 현황」 자료에 따르면 전국 15개 광역자치단체에서 영업 중인 68개 특1급 호텔 중 한식당을 운영하는 곳은 34개에 불과함. 한식세계화를 주창하면서도 우수 한식을 제공한 국내 인프라의 미비한 것으로 판단됨.
  - 특히 서울시내 20곳 특급호텔 중 한식당이 있는 곳은 5군데에 불과
  - 반면 일식당은 전체 39곳, 중식당은 41곳으로 한식당 34곳 보다 많음. 서울의 경우 일식당과 중식당 각 17개를 운영해 대조를 이룸.

<표 V-65> 지역별 특1급 호텔 내 음식점 현황

지역	호텔 수	호텔 내 음식점 수			총합계	비율		
		한식당	중식당	일식당		한식당	중식당	일식당
합계	68	34	39	41	114	29.8%	34.2%	36.0%
서울	20	5	17	17	39	12.8%	43.6%	43.6%
인천	3	1	1	2	4	25.0%	25.0%	50.0%
경기	2	-	1	-	1	0.0%	100.0%	0.0%
강원	7	5	2	3	10	50.0%	20.0%	30.0%
대전	1	1	-	-	1	100.0%	0.0%	0.0%
충북	1	-	1	1	2	0.0%	50.0%	50.0%
광주	1	-	-	1	1	0.0%	0.0%	100.0%
전북	1	1	-	-	1	100.0%	0.0%	0.0%
전남	1	-	-	-	0	-	-	-
대구	3	1	2	2	5	20.0%	40.0%	40.0%
경북	6	4	3	4	11	36.4%	27.3%	36.4%
부산	6	4	3	3	10	40.0%	30.0%	30.0%
울산	2	-	2	1	3	0.0%	66.7%	33.3%
경남	2	1	1	-	2	50.0%	50.0%	0.0%
제주	12	11	6	7	24	45.8%	25.0%	29.2%

자료 : 국세청, 2012.

- [ 기업의 사회적 책임과 한식 ] 최근 글로벌 경제위기를 계기로 기존 자본주의의 문제를 극복하고 기업의 지속성장을 달성하기 위한 새로운 경영 패러다임이 요구됨에 따라 기업의 적극적인 사회적 역할에 대한 기대가 증가함.



- 국내 500대 기업의 사회공헌비용은 2004년 1.2조원에서 2010년 2.9조원으로 연평균 15%씩 증가하고 있으며 경상이익에서 차지하는 비중도 지속적으로 증가하고 있음.
  - 이러한 국내 기업들의 CSR(기업의 사회적책임, Corporate Social Responsibility) 및 CSV(공유가치창출, Creating Shared Value) 활동에 한식의 산업화와 연계를 통해 영세한 한식업계의 동반성장 기반 마련 필요함.
  - 기업의 사회적 가치창출 활동들이 한식업계에 미치는 영향에 대해 한식스코어카드제를 도입하여 연계 계량화하고, 적극 홍보하여 기업 및 국민적 관심을 유도함으로써 한식경쟁력 강화 추진이 필요함.
- [ 한식의 대중화 전략 ] 한식 가치제고를 위한 고급화와 해외확산을 위한 대중화 전략 병행
- '창조적 자본주의', '공생발전' 등 기업의 윤리경영 강조에 따라 기업의 사회활동이 증가 추세
  - 한식세계화 사업 중 상업적 채산성 부족으로 인해 고전을 면치 못하고 있는 상황을 타개하기 위한 방법으로 기업의 사회공헌 활동 활성화 필요함.

## □ 추진계획

- 국내 한식 경쟁력 강화 사업예산(안)은 5년간 총 39억원 소요예상됨.

<표 V-66> 국내 한식 경쟁력 강화 사업 사업비 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
국내 한식산업 활성화	국 고	1,300	1,300	300	-	-	2,900
기업의 한식세계화 참여유도	국 고	200	200	200	200	200	1,000
합계		1,500	1,500	1,500	200	200	3,900

- 주 1. 국내 한식당 표준화 구축은 제3차 관광진흥 5개년 계획 예산안 참고, 예산안 적용.(2014~2015)
2. 관광식당업 지정 및 관리 기준 강화 사업은 연간 3억원 적용(2014~2016)
3. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.

## 가. 국내 한식 관련 산업 활성화

- [ **국내 한식당 표준화 구축** ] 한식은 지나치게 많은 반찬 등으로 남는 음식물이 많아 식재료·자원이 낭비되고 고품격 이미지 구축에도 걸림돌로 작용.
  - 한식 반찬 수는 15~20가지로 일식의 2~4배, 중식의 5~7배로 음식물 쓰레기 발생비율이 높은 수준임.
  - 이와 같은 낭비적 이미지로 한식의 녹색·웰빙 이미지가 부각되지 못하고 한식세계화에도 장애요인으로 작용함.
  - 한식당이 실천할 수 있는 반찬 적정화, 음식제공 방식 등 표준모델 개발 및 보급 : 기 추진한 간소·고품격 메뉴개발의 확장 및 보급의 의무화 필요
  - 간소화한 식단<sup>99)</sup> 등 친환적인 한식당을 선정하여 모범사례로 확산 : TV 프로그램과 연계 추진
- [ **원자재 공급 시스템 구축** ] 한식(韓食)의 시스템화를 위해 C.K(중앙공급식주방)를 통해 1차 가공된 원자재를 전국 및 해외 매장에 공급하는 시스템 구축 필요
- [ **관광식당업 지정 및 관리기준 강화** ] 관광식당업의 시설기준, 위생환경, 위치(접근편의성) 등을 고려한 관광식당업 지정기준 운영
  - 중국 관광객 대상의 식당 관리 강화를 위하여, 저가 단체관광객 식당의 서비스, 위생관리를 강화하고 아울러 고가 상품 개발 유도 등 다양한 상품개발을 유도하는 기준 마련
  - 관광식당업 정기 또는 수시 평가 점검 시스템 마련하고, 사후관리를 통해 불량식당은 퇴출제, 종업원 서비스 및 청결상태 등 모니터링 체계 운영
  - 관광음식점 위생 등급제 및 보증제 실시하여 위생등급 표지의 부착, 외국인들의 심사에 의한 서비스, 맛 등 정성 평가 항목을 통한 등급 인증제 도입, 정기적으로 지정식당 대상 위생검사를 실시하고 결과 공개.

99) 적정 메뉴가 인정받은 사례

- '09년 런던 G20 : 3코스(1인당 단가 22천원)제공, 김소·환경친화적 만찬으로 평가
- '08년 일본 G8 : 8코스·18가지 음식제공, 캐비아·고급와인 등에 언론 비판
- '08년 미국 G20 : 300달러 와인제공으로 비난 여론

## 나. 기업의 한식세계화 참여 유도

- [ 한식 스코어보드(scoreboard) 제도 시행 ]<sup>100)</sup> 국내 기업들의 한식관련 활동에 대한 스코어보드제도를 시행, 이를 공시하고 우수 업체에 대한 각종 혜택 지원을 통해 한식저변확대를 유도함.
  - 스코어보드 활동 내역에 대한 Annual Report 작성하여 기업들의 한식관련 투자활동을 분석하고 관심을 유도함.
    - 특급호텔 등 : 한식당 및 한식메뉴비중, 한식 조리사 비중 등
    - 추후 국내 100대 기업의 한식관련(구내식당 등) 종사자, 한식확산을 위한 사회활동, 한식제품 사용 비율 등 스코어보드 제도 확대
  - 특급호텔의 한식스코어 점수를 매년 발표하고, 우수 업체에 대해 각종 세제 혜택 및 관광책자, 정보센터를 통한 홍보
  - 한식스코어보드 시행 기본계획 수립, 대도시 특급호텔 대상 시범사업 추진
- [ 국내 기업 간의 상생협력 모델 발굴 ] 기업 간 상생 협력체계 구축지원을 통한 공동 브랜딩, 사회적 환원으로 한식세계화 시너지 효과 극대화
  - 국내 기업 대상 한식세계화를 위한 CSV, CSR 심포지엄 개최
  - 한식재단은 동반성장 모델 구축을 기업 간 네트워크 및 정보망 구축
- [ 국내 기업의 메세나 운동 추진 시 한식활용 추진 유도 ]<sup>101)</sup> 국내외 사례 분석을 통해 기업이 한식메세나에 다양하게 참여할 수 있는 한식메세나 프로그램 개발·공급
  - 한식메세나 기업 시상 등 적극적 홍보활동을 지원하여 기업의 참여 활성화.

100) 'R&D 스코어 보드' : 영국, EU 등 매년 R&D 스코어 보드 발표

- 기업, 투자자 및 정부를 위한 벤치마킹 수단으로 기획되고, 결과 발표를 통해 기업 연구개발투자 진작
- 민간 R&D투자동향과 이에 영향을 미치는 요소를 이해하여 European Commission이 해외국가와의 R&D 투자격차를 줄이기 위한 자료로 활용

101) CJ 제일제당의 전통식품과 함께하는 '즐거운 동행'

- 유통망이 제대로 갖춰져 있지 않은 지역 전통식품 브랜드를 CJ제일제당의 유통망을 통해 보다 폭넓게 소비자들에게 알리고, 전통식품의 명맥을 이어가기 위한 동반성장 브랜드
- 전통식품 브랜드명은 유지, 제품출시과정의 컨셉 설정 및 디자인 유통상의 문제는 기업의 마케터와 연구 인력 등을 지원하여 중소기업들이 스스로 성장할 수 있는 토대를 마련함.

## 6.2 해외시장 진출 확대

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 해외시장 진출 확대의 기본방향

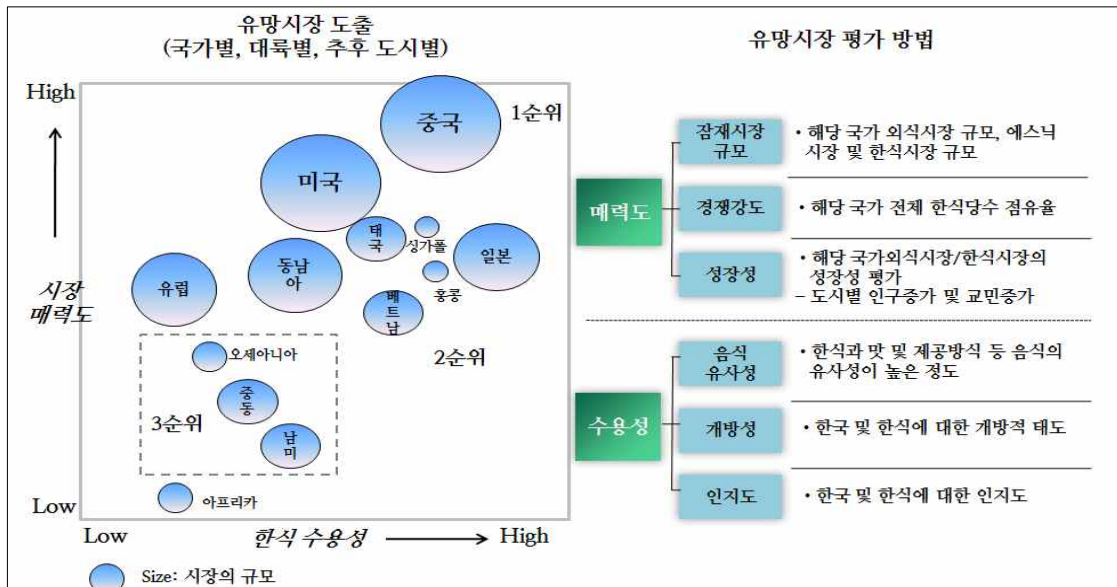
#### 선택과 집중을 통해 성공사례 도출 및 단계별 확산

- 한식세계화를 위해서는 광범위한 해외 시장접근 보다는 선택과 집중의 전략적 접근을 통해 세계화 성공사례를 도출하고, 이 성공사례를 바탕으로 점진적 확산을 추진하는 것이 바람직하다고 판단됨.

○ [ 에스닉 푸드 시장의 성장에 발맞춘 한식 ] 세계 경기불황 속에서도 정보기술 발달 및 관광 등의 영향으로 타문화권에 대한 수용도 및 관심이 향상됨에 따라 에스닉 푸드 시장은 급격한 성장 추세.

- 특히, 웰빙 및 건강식으로 인식되면서 아시안푸드의 성장세가 두드러짐.
- 에스닉 푸드 시장의 확산에 발맞추어, '09년부터 한식세계화 추진함.

<그림 V-33> 한식세계화 전략적 유망시장



자료 : 농림축산식품부, 한식세계화 전략 수립, 2012

- [ 기존 한식 해외진출의 전개 방향 ] 그 간 한식세계화 사업이 다양한 국가 및 도시에 대해 광범위한 접근을 시도하는 탐색단계였다면, 향후 전개방향은 선택과 집중을 통한 현지화 단계로의 진입이어야 함.
- 한식을 세계화하기 위해서 선행되어야 할 것은 우리가 목표로 하는 고객은 누구이고 그들이 원하는 것이 무엇인가를 발견하여, 그들의 욕구를 만족시킬 제품을 개발하고 그것을 어떻게 전달할 것인가에 대한 전략수립이 우선적이어야 함.
  - 각국의 정부정책 · 시장구조로 인한 진입장벽 등 진출지역별 특성에 기반한 전략수립 필요
- 따라서, 성공적인 해외진출을 위해서는 진출과 관련된 해당 국가의 외식시장 환경이나 외식 트렌드, 관련 제도 및 법체제에 대한 정보습득을 선행해야 함.
  - '10년부터 한식재단에서 한식당 해외진출 가이드 북 등 나라별 · 도시별 정보조사 보고서를 발간함.
  - 기초적인 데이터 베이스는 국내 외식기업의 해외시장진출 시행착오를 줄이고 시간적 · 경제적 투자비용을 절감해 성공적인 안착을 위한 효율성을 높이는데 기여할 것으로 판단됨.<sup>102)</sup>
- 그 동안의 해외시장정보에서 더 나아가 해외시장에 대한 전문인력 및 조직을 활용한 해외 진출 전략을 수립하여 한식기업의 해외진출 및 해외한식당의 성공적 정착 유도함.
- 한식세계화 사업은 '10년부터 해외 우수 한식당을 발굴 · 홍보함으로써 외국인에게 저평가된 한식의 이미지를 개선하고 경쟁력 강화를 촉진함.
  - 인터넷 사이트, 대중매체, 전문지 등을 활용한 해외 우수 한식당에 대한 홍보하고, 추천된 해외 한식당에 대한 조리·서비스 교육·경영컨설팅 등 지원.

102) 구 지식경제부는 부처의 특성상 한식 자체에 대한 사업보다는 한식관련 기업의 해외진출에 무게를 두고 프랜차이즈 해외진출 지원센터를 만들어 국내 기업의 해외진출 기반을 강화함. 분쟁사례집 발간 및 가맹사업 표준계약서를 제작해 국내 프랜차이즈 기업이 안정적 정착을 위한 제도적 지원.

- '10년에는 일본 동경관 가이드북을 발간했으며, '11년에는 서유럽 11개국 25개 도시 발간, '12년에는 미국(뉴욕, LA) 가이드 북을 발간함.

<그림 V-34> 해외 우수한식당 가이드북



- [ 해외한식당 추천제 ] 향후 한식재단의 엄격한 평가를 바탕으로 해외한식당 추천제를 확대 시행하여 현지인들에게 해외 한식당에 선택을 위한 기준을 마련해주고, 대상 한식당에 대해서는 품질개선 및 홍보 전략으로 활용토록 함.
- 아시아지역은 단기적으로 진출대상인 동시에 진출파트너로서, 장기적으로 아시아 시장간 통합적 접근이 필요함.
  - 아시아 국가 간 공동 음식 프로모션을 통해 상호 문화적 공감대를 형성하고, 확산되고 있는 아시아음식에 대한 효과 지속·확산을 추진함.
  - '아시아 음식로드 네트워크(인력, 사업자, 전문가, 비즈니스 연대)'를 구축함으로써 서구음식과 글로벌 경쟁이 가능하도록 권역 내 공통시장 조성을 유도함.
- 한식과 아시아 음식과의 융복합을 통해 한식의 지속·확산 및 신규 시장 개척, 장기적 발전방안 모색 및 글로벌 경쟁력 확보가 필요하다고 판단됨.
- [ 공동물류센터 설치 ] 한식의 대표품목 선정을 위한 다양한 기능성, 현지화 연구 등이 진행되어 왔으나, 구체적인 식품 품목에 대한 합리적 정리, 가공 및 상품화 방안, 홍보 및 물류체계 구축방안에 대한 논의가 부족한 상황임.
  - 식재료 공동물류센터 설치(8개국 26개소 : 48개 업체 이용 중)

<표 V-67> 국가별 해외한식당 한국산 식재료 구입현황

구분	양념	주재료
미국	50%	3%
중국	73%	12%
일본	50%	10%
베트남	73%	1%

자료 : 한식세계화 관련 해외시장 조사결과 설명회(2010), 농림축산식품부

## □ 추진계획

- 해외시장 진출 확대 사업예산(안)은 5년간 총 206억원 소요예상됨.

<표 V-68> 해외시장 진출 확대 사업 사업비 예산(안)  
(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
해외시장 진출 정보조사 및 전략 수립	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,100	5,100
Asia Co-Win 프로젝트 추진	국고	500	1,000	1,000	1,000	1,000	4,500
해외 한식당 창업·경영 개선을 위한 컨설팅	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
해외 한식당 추천제도	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
해외 식자재 공동물류체계 정비	국고	-	500	500	-	-	1,000
합계		3,500	4,500	4,500	4,000	4,100	20,600

- 주 1. 추진예산은 기본계획 및 예산 편성시 정부와 협의를 통해 변동됨.  
2. 세부 내역은 아래 표 참고(기존 추진 사업 예산 기준)

구분	세부 내용
해외시장 진출 정보조사 및 전략 수립	• 연간 10억, 2018년 정보센터 설립 타당성 분석 연구 1억원
Asia Co-Win 프로젝트 추진	• 네트워크 구축 : 연간 5억원(방송영상산업진흥 5개년 참고) • 프로젝트 추진 : 연간 5억원
해외 한식당 창업·경영 개선을 위한 컨설팅	• 연간 10억원
해외 한식당 추천제도	• 연간 10억원
해외 식자재 공동물류체계 정비	• 연간 5억원

## 가. 해외시장 진출 정보조사 및 전략 수립

- [ **외식 및 한식 시장 정보 조사 사업** ] 국가별 도시별 정기적이고 시계열적인 시장 정보 조사
  - 한식세계화 관점에서의 중국·일본·동남아시아권 시장분석
  - 한식세계화 관점에서의 미주지역 시장분석
  - 중동·유럽 등 한류 전파와 한식과급성에 대한 시장조사
  - 타켓 지역별 한식당 현황 및 애로사항 분석
- [ **한식 세계진출 지도 작성** ] 국가별 도시별 「한식 해외진출 전략지도」를 마련하여 한식 관련기업에 제공하는 사업.
  - 지역별·국가별로 다양하고 세분화된 수요를 충족시키기 위한 전략이 미흡하여 해외 진출 경험이 부족한 서비스기업의 해외 진출 시 많은 애로 발생
  - 지역별·국가별로 시장여건 및 성장잠재력 등 종합정보 및 기 진출 기업의 성공 및 분쟁사례, 애로사항 등을 포함
- 해외진출 기업 및 해당지역 한식 담당자 대상 설명회 등을 통해 전략지도를 전파하고 해외진출 전략 수립 시 시의적절한 정보로 활용될 수 있도록 전략지도를 정기적으로 업데이트함.
  - 외식기업의 해외진출 계획 파악<sup>103)</sup>, 품목·지역·계층별 특화된 홍보 추진
- [ **한식정보센터 운영** ] 한식인지도, 시장규모 감안(일본, 중국, 동남아, 미국 시장에 先 진출) 전략지역별 장기적으로 정보센터 설립 운영.
  - 해외 진출 전략 : ‘일본/동남아 등 아시아 지역 우선 진출’
    - 식문화가 비슷하고 지리적으로 가까운 동북아시아 → 싱가포르 태국 필리핀 등 동남아시아 → 미국, 캐나다, 런던까지 진출영역확대
    - 특히, 베트남, 인도네시아 등 동남아시아 시장은 5%이상의 경제성장률을 유지하고, 한류의 수혜를 입을 수 있는 지역이라는 점에서 시장성이 높음.

103) “BBQ는 전세계 56개국, 350개 매장을 성공리에 운영중이나, 해외진출 초기, 정보·경험 부족으로 중국내 합작투자 계약이 갑자기 결렬되는 등 많은 애로가 있었음. 이러한 시행착오 및 경험을 공유하면 해외진출하려는 다른 업체들에게 많은 도움이 될 것” (프랜차이즈업계 간담회, 2009년 12월)



## 나. 'Asia Co-Win 프로젝트' 추진

- 한식 협력의 여건은 앞으로 전통적인 외교문화적 과제가 잔존하는 가운데 격변하는 새로운 환경의 도전에 직면하면서 국가로서의 새로운 한식 위상을 재정립해야 하는 지속과 변화의 시기임.
  - 무엇보다 한식은 장기적이고 중대한 과제로 주변국과의 문화적 공조가 절실하고, 그 중에서도 구성된 아시아 사회경제적 공동체를 구성하여 한국 주도하는 한식은 아시아 공조와 주변국의 협력도출에 외교적 역량을 투입하여야 함.
  - 협력네트워크 외교의 범위는 경제·사회·문화 분야 뿐만 아니라 가치까지 포괄하며 그 대상은 한반도 주변에서 출발하여 아시아 나아가 전세계 전지역을 망라하고 있음.
- [ 아시아 음식교류 네트워크 구축 ] '아시아 음식로드 및 교류 네트워크'은 한식 전문인력, 사업가, 전문가를 초청하여 체험, 연수 등을 통해 한식 이미지 제고하는 사업.
  - 외식산업 전반에서 협력 네트워크 구축.
  - 서남아시아, 중앙아시아, 동남아시아, 중국 등 지역의 여타 외식업체와의 연결을 통해 음식로드 관련 유관단체와의 교류 확대 실시.
  - 동아시아 항구도시를 통해 음식 네트워크의 역동성과 음식세계를 체계적으로 구축하여 동아시아 해양 음식네트워크의 형성추진
- [ 식문화 교류 프로젝트 ] 식문화 교류 프로젝트 추진은 문화협력 사업 및 합작 공동 브랜드 추진을 통한 아시아 권역 내 상호호감 및 상대국 국가에 대한 이해도 향상
  - (예) '누들 삼국지' 추진 : 한·중·일 대표 Noodle Station을 설치하여 음식과 관광 연계사업을 진행함
  - 한·중·일 공동 투자, 유통, 마케팅 프로젝트 추진
    - 한중일 식문화 메가 컨벤션 개최(어워드, 컨퍼런스, 전시·마케팅)

## 다. 해외한식당 창업·경영개선을 위한 컨설팅 실시

- 한식은 프랑스, 이탈리아, 심지어는 새로운 미국 퓨전 요리와도 치열하게 경쟁하기 때문에 성장할 가능성이 높은 고급 한식 레스토랑도 중요하지만, 평범하고 작은 한식당들이 성공할 수 있도록 도움을 주는 것이 필요함.
- [ 해외 한식당 방문컨설팅 지원 ] 농림수산식품부와 한식재단에서 해외에서 운영 중인 한식당의 경영개선을 통해 경쟁력을 제고시키고자 '해외 한식당 방문컨설팅' 지원 사업.
  - 경영개선, 홍보·마케팅, 원가절감, 메뉴개발, 인테리어, 직무교육 등 한식당 운영활성화를 위한 전반적인 분야
  - 방문컨설팅 지역 한식당을 대상 집체교육 1회 실시(수행기간 내 M/D 포함)
  - 집체교육(종업원, 경영주 등)은 컨설팅 대상이 아닌 한식당까지 포함

<표 V-69> 2012년 해외한식당 컨설팅 지역 및 예산

구분	지역	수진 기업수	모집 컨설팅사	예산(천원)
중국	연변	5개	1개사	80,000
	상하이	5개	1개사	81,000
프랑스	파리	5개	1개사	108,000
미국	LA	5개	1개사	111,000
계		20개	4개	380,000

- [ 해외 한식당 대상 창업·경영개선 컨설팅 ] 해외한식당 대상 창업·경영개선을 위한 컨설팅 제도 실시.
  - 해외 거점 지역별 컨설팅 전문가 pool 구성
  - 사업체로부터 신청을 받고 거점 지역 컨설팅 pool 활용 컨설팅 시행
  - 민간 50%, 정부 50% 등으로 민간과 정부가 공동 비용부담
  - 컨설팅 분야 : 경영관리 및 혁신, 인력관리, 재무관리 및 메뉴개발·마케팅, 아웃소싱 등

## 라. 해외 우수 한식당 추천제도 활성화

- 전 세계에 분포되어 있는 한국식당은 수없이 많으나 한국식당이라고 할 수 있는 식당은 얼마나 되지 않을 수 있음. 현재 해외의 많은 한식당들은 대다수가 생계형점포로 시설 및 품질에서 낙후된 것이 사실이고, 이런 한국식당을 이용해 본 현지인들에게 다른 음식들에 비해 낮게 평가되지 않을까하는 우려가 있음.
- 해외우수 한식당 추천제는 해외에 있는 우수 한식당을 발굴 홍보하여 세계인들이 한식의 맛과 멋을 제대로 즐길 수 있도록 하고, 여타 한식당들이 추천 한식당을 롤모델로 삼아 맛과 서비스를 개선토록 하기 위해 시행하는 제도임.
- 해외 우수 한식당을 발굴·홍보함으로써 외국인에게 저평가된 한식의 이미지를 개선하고 한식 저변 확대를 도모함.
  - 인터넷 사이트, 대중매체, 전문지 등을 활용한 해외 우수 한식당에 대한 홍보
  - 추천된 해외 한식당에 대한 조리 및 서비스 교육지원, 경영컨설팅 등 지원
- [ 해외 우수 한식당 추천제도 활성화 ] 현재 시행하고 해외우수 한식당 추천제는 온라인과 오프라인에서 지금보다 더욱 활성화하는 방안을 검토하여 추진함.
  - 해외 한식당 추천제 실시 지역의 확대 및 가이드북 발간(연간)
  - 추천된 해외 한식당 정보의 모바일 웹 홍보 확대
  - 기업과의 연계를 통한 가이드북 배포(각 국의 철도청, 항공사 등)
  - 추천된 해외 한식당에 대한 관리(품질관리 및 위생관리) 지원 방안
- [ 일본의 인증제 사례 ] 일본은 전 세계 인구 중 12억명을 일식인구로 만들겠다는 '일식인구 배증프로젝트'에 이어 전 세계에 분포되어 있는 2만 4,000여개의 일본식당을 검증하여 '인증제'를 실시하겠다는 발표를 했음.

## 마. 해외 식자재 공동 물류체계 정비

- 해외 한식당들의 가장 큰 어려움 중 하나가 식자재 확보의 문제임. 해외 주요 거점 지역별에 공동물류체계인 'K-food 공급센터'를 구축하여 식재료의 공동 조달을 통한 규모화·효율화 달성을 목적으로 함.
- [ 공동물류시스템 'K-food 공급센터'를 구축 ] 해외 한식당에 식자재 및 식재료의 납기 단축, 물류비 절감 등을 통한 물류체계 최적화로 농산물, 식자재 수출 확대를 도모함.
  - 해외 한식당 식자재 공공 물류체계 사전조사, 해외 한식당 종사자의 식재료 구매 및 애로사항 파악, 농식품 유통·수출의 한계점 및 개선 방안 모색

<표 V-70> 공동물류시스템 K-food 공급센터 운영방식

구분	세부 내용
운영목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 한식당에 식자재 및 식재료의 납기 단축, 물류비 절감 등을 통한 물류체계 최적화로 농산물, 식자재 수출확대를 도모</li> <li>• 비용이나 수출물량, 예산제약 등으로 독자적 물류센터 구축이 곤란한 해외 한식당의 물류 애로요인 타개</li> </ul>
운영방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제3자 물류 형태 : 현지 전문물류기업 등에게 아웃소싱</li> <li>• 한식재단, aT에서 거점지역 담당의 현지 물류업체를 선정하여, 국내 수출 농산물과 식자재 공급회사 등이 이용하도록 지원하고 관련 부가 서비스 제공</li> <li>• 보세창고 운영, 통관 및 운송, 재고관리 등 물류관련 업무 지원</li> <li>• 한식재단 제공 부가 서비스 : 물류위탁 계약 체결 및 애로사항 지원 등</li> </ul>

### 공동물류센터 성공 사례

참가기업명	주요 성과
인터히트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 물류비 64% 절감</li> <li>- 납기단축: 기존 7주 → 3일</li> <li>- 수출액 대비 마진율(순이익) : 10% 증가</li> </ul>
하나코비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출물량 급증 : 500%이상 증가</li> <li>* 과거 건별 오더에 대해 상해로부터 공급하다 청두 공동물류센터 참가 이후에는 현지 재고판매를 통해 수출 확대 가능</li> </ul>

자료. KOTRA 해외 공동물류센터 운영 현황, 2007

### 6.3 사업추진 일정

추진과제	사업명	사업유형	추진시기					비고	
			14	15	16	17	18		
국내 한식당 경쟁강화	국내 한식 산업 활성화	국내 한식당 표준화 구축	확대	■	■				기 추진한 간소·고품격 메뉴개발과 연계하여 한식세계화 추진기관수행 관광객 대상 식당에 대한 관리부문을 문화부에서 시행해 오고 있는 사업이나, 음식세계화와의 연관성을 고려 협업의 필요
		관광식당업 지정 및 관리기준 강화	계속	■	■				
	기업의 한식 세계화 참여 유도	한식 스코어보드제도 시행	신규	■	■	■	■	■	한식 발전을 위해 기업 참여를 유도하기 위한 사업으로 범국가적 접근
		국내 기업간의 상생협력 모델 발굴	신규	■	■				한식 발전을 위해 기업 참여를 유도하기 위한 사업으로 범국가적 접근
	국내기업의 메세나 운동 추진 시 한식 활용추진 유도	신규	■	■	■	■	■	한식 발전을 위해 기업 참여를 유도하기 위한 사업으로 범국가적 접근	
해외시장 진출 확대	해외시장 진출 정보조사 및 전략 수립	국가별/도시별 정기적인 시장정보조사	확대	■	■	■	■	■	'10년부터 한식재단에서 수행하고 있는 사업
		국가별/도시별 「한식해외 진출 전략지도」 마련제공	신규	■	■	■	■	■	해외진출 정보·전략조사의 확장된 사업으로 시장정보조사와 연계
		전략지도 설명회 및 업데이트	신규	■	■	■	■	■	해외진출 정보·전략조사의 확장된 사업으로 시장정보조사와 연계
		전략지역별 정보센터 설립	신규	■	■	■	■	■	해외진출 정보·전략조사의 확장된 사업으로 시장정보조사와 연계
	Asia Co-Win 프로젝트 추진	아시아 음식로드 네트워크 구축	신규	■	■	■	■	■	아시아 국가간 협력체계 구축을 통한 아시안푸드의 발전가능성 도모
		식문화 교류 프로젝트 추진	신규	■	■	■	■	■	아시아 국가간 협력체계 구축을 통한 아시안푸드의 발전가능성 도모
	해외한식당 창업·경영개선을 위한 컨설팅		계속	■	■	■	■	■	'10년부터 aT에서 수행하는 사업으로 정보조사 사업과 연계필요
	해외 한식당 추천제도		계속	■	■	■	■	■	'10년부터 한식재단에서 수행하고 있는 사업임.
해외 식자재 공동물류체계 정비		확대	■	■	■	■	■	농수산물 수출과 관련된 사업으로 aT 및 코트라와의 협력 필요	

## 7. [제5과제] 커뮤니케이션

### 가. 기본 방향

- ‘한식’과 ‘한식문화’가 일시적인 열풍을 넘어 글로벌 사회에서 주류문화로 인정받기 위해서는 한식만의 고유 브랜드 이미지를 구축하고, 이를 다양한 브랜드 요소로 포괄한 종합적인 커뮤니케이션 전략을 추진하는 것이 필요함.
  - 한식이라는 콘텐츠의 질적 제고를 통해 지속성을 강화하는 동시에 글로벌 마케팅을 적절히 활용하여 공간적 확산을 극대화시켜야 함.
- [ 시공간속의 커뮤니케이션 ] 한식세계화를 위한 ‘4대 전략’과 커뮤니케이션 전략을 상호 연계하여 지속성 강화(시간)와 글로벌 확산(공간)추구하여야 함.
  - 한식 수용도에 따른 국가별 차등화된 커뮤니케이션 전략
  - 스토리가 있는 한식 브랜딩<sup>104)</sup>을 통한 한식 브랜드 가치 극대화 및 지속성 강화
  - 한식 인력과 한식당의 경쟁력 강화를 통한 글로벌 확산 및 국가브랜드 이미지 강화

<그림 V-35> 커뮤니케이션 전략 기본방향



104) 브랜딩은 특별하고 감동적인 경험을 바탕으로 어떤 대상에 대한 강력한 인식이나 신념이 될 정도로 강력한 이미지를 만들어 내고 유지하는 것. 특정 브랜드에 신뢰, 충성도, 편안함, 사랑, 필요성, 욕구, 행복 등을 느끼며, 그런 감정들을 수반하는 적절한 경험들을 통해 그 브랜드에 대한 신념을 갖게 되는 것을 말함.(유니크 브랜딩, 스캇데밍)

<표 V-71> 한식세계화 커뮤니케이션 세부기본계획

목표	추진 과제	세부사업
한식브랜드를 통한 커뮤니케이션	1. Global 50 Best Restaurant Organization 한국지부 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 한국 지부 운영 및 한식 홍보 대사 선정 운영</li> <li>★ 전 세계 월드 베스트 선정 패널 한국인 참여 확대</li> </ul>
	2. 국내외 식품 관련 행사 참여 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 국내외 미식축제 활성화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 미식축제 확대</li> <li>- 세계 대표 미식축제인 마드리드 푸전 등의 참여 정리화</li> </ul> </li> <li>★ 국내외 박람회 참여 지원 및 코리아 푸드 엑스포 확대                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 박람회 홍보 부스 마련 및 참여 지원</li> <li>- 코리아 푸드 엑스포를 세계적 박람회 육성</li> </ul> </li> </ul>
	3. 국제 행사를 활용한 한식 홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 국내 국제행사 한식 홍보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- F1 코리아 그랑프리 대회</li> <li>- 아시안게임 및 동계올림픽</li> </ul> </li> </ul>
	4. 음식 관광 활성화를 위한 홍보 수단 다양화	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 지자체 여행사를 위한 홍보 수단 다양화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지자체 음식관광 자원 홍보·마케팅 지원</li> <li>- 외국인 대상 음식 문화 체험 상품 개발</li> <li>- 외국 언론 여행자 초청 음식 팸투어</li> </ul> </li> <li>★ 한식 온라인 다이닝 플래너 개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 음식관광 DB 활용, 온라인 다이닝 플래너 개발</li> <li>- 다국어 서비스 제공, 재단 및 관광공사 홈페이지 연동</li> </ul> </li> </ul>
	5. 한류 연계 한식홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 해외 한류 문화행사 연계                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 거점별 선호 한류스타와 연계한 콘텐츠 개발 및 홍보·마케팅</li> </ul> </li> </ul>
	6. 매체별 홍보 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ 매체홍보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- TV, 라디오, New media, 언론매체, 옥외광고, 거점별 도시 로드쇼 등</li> </ul> </li> </ul>
	7. 공공사업 참여확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ ODA를 통한 한식이미지제고</li> </ul>

## 7.1 커뮤니케이션 강화

### □ 현재 위치와 기본방향

#### 커뮤니케이션 강화의 기본방향

#### 한식 브랜딩을 통한 커뮤니케이션 강화 전략

- 한식세계화 홍보는 한식의 인지도 확산 및 이미지 개선에 중점을 두고 진행되어 왔으나, 그 동안의 홍보활동이 광범위한 지역의 일회성 행사가 다수인 바 선택과 집중을 위한 보다 구체적인 전략이 필요함.
- 따라서, 향후 한식세계화를 위한 홍보전략은 기존의 역할에서 한 단계 진화가 필요하며, 거점(선택)과 집중(타겟)을 통해 다양한 커뮤니케이션 활동을 전개할 필요가 있음.

- [ 기존 한식세계화의 홍보 ] 기존 한식세계화 관련 홍보 부문은 농림축산식품부, 문화체육관광부, 외교부, 산업통상자원부로 분산되어 Inbound와 Outbound를 고려하여 홍보 전략을 실행하였음.
  - 농림축산식품부 : 국내외 학술세미나·박람회·EXPO 개최 및 지원, 국내외 전문지 및 언론 홍보, 요리프로그램 방영, 체험지원, 국내외 한식세계화 단체 지원 등
  - 문화체육관광부 : 국내 음식관광상품개발, 국외 한식홍보행사, 국제행사 연계 음식 홍보 추진, 음식스토리텔링을 통한 홍보 추진 등
  - 외교부 : 해외주재 공관을 통한 한식행사, 해외 현지 정·재계 및 문화계 등 지도층 연계를 통한 한식홍보 행사, 현지 주요 일간지 및 방송 홍보 등
  - 산업통상자원부 : 서울국제식품산업대전 개최
- 본 연구에서 실시한 성과분석 결과, 식문화 홍보전략 평가항목 점수는 다른 사업과 비교할 때 우수한 것으로 나타났으며, 다양한 분야에서 지속적으로 홍보 활동을 전개하며 한식세계화의 성과를 도출하였음.



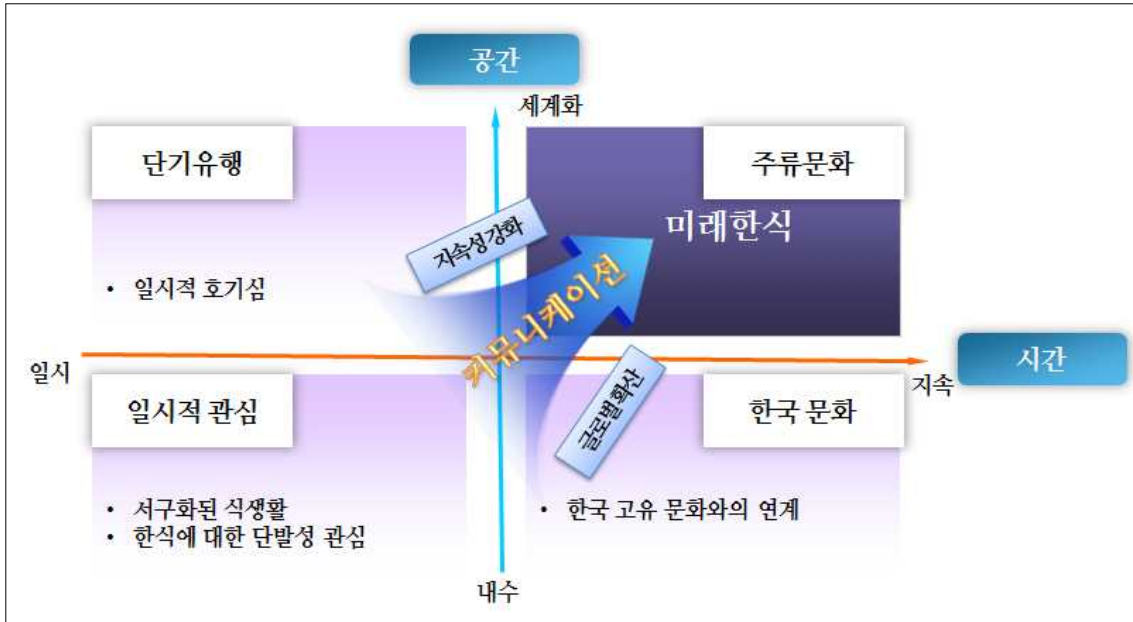
- 현재 주요 홍보활동으로는 국내외 한식 저변 확대를 위해 각종 행사 및 박람회, 언론 매체를 대상으로 사업을 진행하고 있음.
  - 추가적으로 한국 문화행사 등과 연계를 통해 한식 종합 홍보 및 한식종합 체험홍보관 건립 등을 위한 준비를 하고 있음.

<표 V-72> 홍보·마케팅 세부 추진 내용

구분	세부 내용
언론 매체	• 신문, 잡지, TV 광고 등 한식 우수성 국내외 전개
체험 행사	• 외국인 대상 한식체험 기회 지원 등
해외 행사	• World Best 한식 콘테스트, G20 정상회의, 한식의 밤 등
문화 행사	• K-pop, 드라마 등을 한류를 통한 한식홍보
박람회 행사	• 국내 : 한스타일 박람회, 서울국제식품산업대전 등 • 국외 : 상하이 엑스포, NRA Show 등 해외 박람회를 통한 한식 홍보, Korea Food Expo 개최를 통한 국산 농식품 및 식품관련 콘텐츠 전시, 우리 농산물 우수성 홍보, 해외진출 또는 자사제품 홍보 희망 기업 홍보관 등 운영

- 하지만, 한식세계화를 위한 홍보가 다양한 방면에서 진행되었지만 일회적이고 간헐적으로 수행되어 체계적이지 못하고 대표성이 없는 홍보이었다는 것으로 평가 절하되는 경향이 있음.
- [ 통합적 마케팅 커뮤니케이션 방식 ] 앞으로 한식 홍보 효과의 최대화 및 변화를 위하여 홍보는 전략적으로 대상 지역 및 대상 품목에 대한 선택과 집중을 유도하고, 단순한 홍보가 아닌 한식 브랜딩을 통한 마케팅 커뮤니케이션 방식으로 접근할 필요가 있음.
  - 커뮤니케이션으로 한 단계 성장해서 홍보 파급효과의 극대화를 이룰 수 있도록 관련 지원 체계를 마련해야 함.
  - 통합적 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication) 방식은 모든 메시지와 매체의 전략적 통합하는 것으로 각각의 기능이 독자적으로 수행되는 것보다 상호 보강하여 보다 큰 효과를 낳는 시너지증(synergism)임.

<그림 V-36> 한식세계화의 커뮤니케이션의 방향



- [ 맞춤형 한식 커뮤니케이션 실시 ] 국가별 한식 수용 정도에 따라 맞춤형 한식 확산 및 TA(Transaction Analysis, 교류분석) 전략 등이 필요함.
  - 국가별, 도시별 한식을 수용하는 단계가 다르므로, 확산 단계에 따라 국가별, 도시별 맞춤형 커뮤니케이션<sup>105)</sup> 전략 마련 필요함. 그리고 국가별 한식 확산 단계와 선호 한식 콘텐츠를 파악하여 세밀한 진출 전략을 수립 맞춤형 커뮤니케이션을 실시함.
    - 동일한 한식 콘텐츠로 다양한 국가에 분포된 한식 소비자를 공략하기는 어려워 시장별 특성을 반영한 콘텐츠를 차별적으로 활용하는 맞춤형 커뮤니케이션 전개를 구사함.
    - 하나의 국가에서도 도시별 한식에 대한 선호도와 수용도는 큰 차이를 보이고 있기 때문에 국가별 진입 단계 파악과 더불어 도시별 진입 단계 파악도 중요
  - 세분시장의 특성과 상황을 반영한 커뮤니케이션 전략을 차등 수립하고 실행에 있어 지속성과 일관성 확보.

105) 무엇보다 한식당이 세계적인 음식 커뮤니케이션 스타일을 잘 파악하고, 한식의 커뮤니케이션 스타일과 세계인이 선호하는 음식의 커뮤니케이션 스타일을 잘 조화시켜, 양자에게 효율성과 만족을 촉진할 수 있는 전략.

- [ 전략적 한식 거점지 선정 ] 한식의 소비국가가 확산되고 국가마다 선호하는 한식 콘텐츠도 다양해짐에 따라 지역별로 한식시장을 세분화함.
  - 전략적 거점지역 선정기준은 세계인의 음식 욕구 충족과 여가수요 충족 등의 사회적 측면 및 각 지역시장을 기초로 공간을 보다 필요로 하는 시장을 우선적으로 고려하여 선정함.
  - 시장세분화의 기준은 지리적 세분화, 인구 통계적 세분화, 직업별 세분화로 구분하여 판단하며, 일반적으로는 지리적 기준에 의한 시장 세분화가 주로 이용되고 있음.
  - 한식세계화 전략적 거점 검토를 위해서는 대륙별 분류를 통한 시장성, 시장 진입의 용이성, 확장성 등을 단계적 검토하여 접근함.
    - 일반적으로 문화적 동질성이 큰 아시아 지역 및 한인의 이주가 많은 북미, 그리고 글로벌 한국 기업이 진출한 지역 등에서 한식의 확산속도가 높은 것으로 나타남.

<표 V-73> 거점 지역 선정 기준

기준	세부내역
자체 시장성	시장 규모 및 성장 잠재력 - 해당 국가 외식시장 규모 & 에스닉 시장 및 한식시장 규모 - 해당 국가 외식시장 및 한식시장의 성장성 평가 - 도시별 인구증가 및 교민증가
진입 용이성	문화 개방성, 정부의 주요 규제 정책 - 해당 국가 전체 한식당 수 점유율 - 음식의 유사성이 높은 정도 - 한국 및 한식에 대한 개방적 태도 및 인지도
확장 가능성	주변국 및 인근 지역에 미치는 영향력

자료 : 한식세계화 전략 수립(2012) 자료를 바탕으로 작성

- [ 한식 브랜드 관리 ] 한식 브랜드의 효율적 관리를 통해 한식 식문화를 확산하고 국가이미지 제고를 위한 전략 설정이 필요함.
  - 한식 브랜드 정체성(Brand Identity)에 대한 통합적이고 효율적인 관리 시스템 구축을 통해 한식브랜드 자산(Brand Equity)을 유지·확산함.

- 이를 위해서 대상 고객을 한식을 체험할 수 있는 이벤트를 만들고 그 경험이 몇 번에 걸친, 매년 반복을 통해 고객들의 한식에 대한 수용도를 높이고 한식 브랜드를 받아들이게 만드는 과정이 필요함.
  - 참여, 공유, 개방, 정보, 관계 구축의 커뮤니케이션을 통해 한식브랜드와 세계 여러 나라의 국민들과의 관계를 만들어 나가는 것임.
- [ **한류를 통한 한식의 수용 확대** ] 최근 한류는 한국문화에 대한 수용도를 높여주고 있음. 한류는 문화에 대한 거부감이 적은 저 연령층에 많은 영향을 미치고 한국 문화 및 상품, 한식에 대한 선호도 증가로 나타나고 있음.
  - 한류가 한국 상품에 미치는 영향이 83.6%로 조사되었음.<sup>106)</sup>

<표 V-74> 한류가 식품산업에 미치는 영향 사례

제품	기업	한류 활용	효과
마시는 홍초	(주)대상	카라	- 일본 매출 증대(2010년 14억 → 2011년 500억)
산토리 서울막걸리	서울탁주 롯데주류	장근석	- 주간지 '닛케이트렌드'의 2011년 히트상품 베스트 30에서 7위로 선정
기스면	오뚜기	박유천	- 시장 확대(일본, 중국, 뉴질랜드, 러시아)
오ହି/후	LG생활건강	손예진(오ହି) 이영애(후)	- 베트남 시장 점유율 1위(16%)

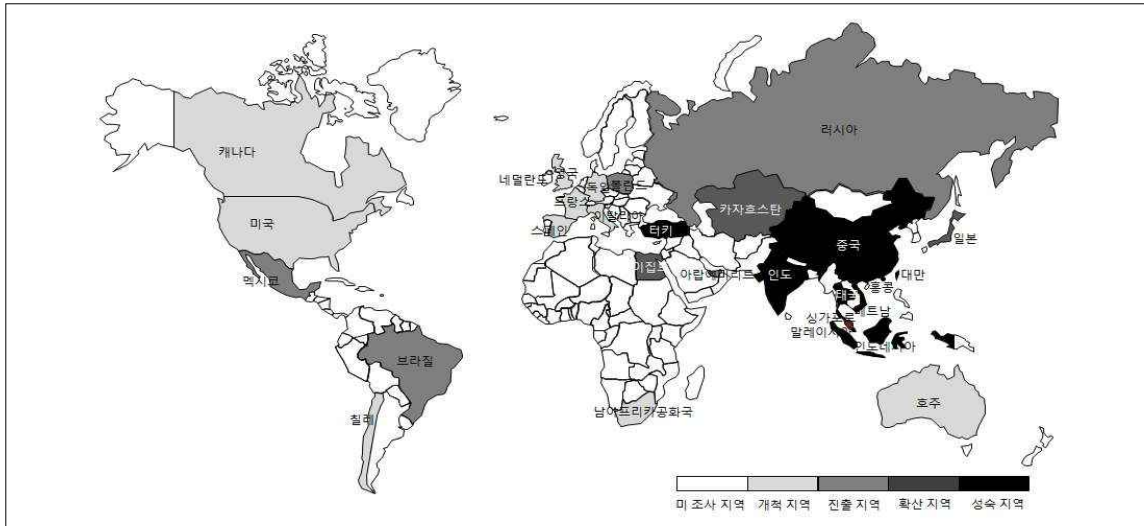
자료 : 유진용. 한류의 가치와 창조적 활용. 2012

- 따라서, 한식세계화에 있어 한류 콘텐츠의 레버리지 효과를 극대화하는 한류 연계 홍보 및 다양한 한식 프로모션을 운영하는 것이 필요함.
  - '싸이'나 아이돌 가수, 드라마·영화 등의 전파에 따라 한국과의 문화장벽이 높은 비(非)아시아지역에서 한국문화에 대한 문화할인율<sup>107)</sup>이 있는 추세임.
  - 한류연계를 통한 신흥 시장을 창출하는 방안을 모색하고, 시장별 특성에 맞는 한식 콘텐츠의 차별적 활용이 필요함.
  - 아프리카, 인도 등 한국에 익숙하지 않은 지역은 시장개척 차원에서 일정기간 동안 한식문화에 대한 보급 지원 활동을 강화할 필요가 있음.

106) 한국무역협회·국제무역연구소(2011) '한류를 알면 수출이 보인다' 조사결과, '한류가 한국상품에 영향을 준다'라고 응답결과 83.6%(매우크다 14.8%, 크다 28.6%, 중간 18.7%, 조금 있다 21.4%), '영향을 주지 않는다' 응답이 16.4%로 나타남.

107) '문화할인율(Cultural discount)'이란 국가 간 언어, 관습 등 차이에서 발생하는 문화이질감의 크기를 말함.

<그림 V-37> 한류 진출 정도에 따른 국가 분류



자료 : 문화한류를 통한 전략적 국가브랜드 맵 작성연구, 2011, 산업정책연구원

## □ 추진계획

- 커뮤니케이션 강화 사업 예산은 5년간 총 217.5억 원 소요될 것으로 예상됨.

<표 V-75> 커뮤니케이션 강화 사업 예산(안)

(단위 : 백만원)

사업명	재원	2014	2015	2016	2017	2018	계
Global Best Restaurant 조직의 한국지부 운영	국고	150	150	150	150	150	750
국내외 식품 관련 행사 참여 활성화	국고	200	200	200	200	200	1,000
국제행사 활용한 한식홍보	국고	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000
음식관광 활성화를 위한 홍보 수단 다양화	국고	500	500	500	500	500	2,500
한류 연계 한식 홍보	국고	500	500	500	500	500	2,500
매체별 홍보 전략	국고	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	7,500
공공사업참여확대	국고	500	500	500	500	500	2,500
합계		4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	21,750

- 주 1. 사업 예산은 기존 예산을 반영 및 유사 관련 홍보 비용을 평균적으로 산정 적용함.  
 2. 관련 예산은 추후 세부 사업별로 재산정 가능하며, 관련 사업들의 타겟과 목표에 따라 변동될 수 있음.

## 가. Global Best Restaurant 조직의 한국지부 운영

- [ 주요국 레스토랑 가이드 북 발행 ] 프랑스의 Michelin<sup>108</sup>, 미국의 Zagat<sup>109</sup>, 영국의 The World's 50 Best Restaurant 등은 매년 세계랭킹을 발표하고 있는데 이 랭킹을 위해 투표하는 패널은 수천명에 이르고 있음.
  - 이 중 한국은 극소수만 패널 참여하여 한식과 한식당에 대한 실질적인 순위를 반영하지 못하고 있음.
  - 우리나라에서는 블루리본 서베이([www.blueR.co.kr](http://www.blueR.co.kr))<sup>110</sup> 등이 레스토랑 가이드북으로 발행되고 있으나 인지도와 호응도는 높지 않음.
- 최근 미술랭 가이드 레드북(red guide)은 월드 베스트에 선정된 국가를 중심으로 제작되고 있는 추세지만 우리나라는 중국권에 흡수되어 독립된 가이드북을 제작하기 어려운 실정임.
  - Global 50 Best Restaurant은 전 세계 28개 권역에 지부가 설치·운영되고 지부 중심의 패널 평가로 월드 베스트를 선정하고 있음.
  - 아시아권역중 일본, 싱가포르는 독립권역으로 운영되고 있으나, 한국은 중국권역에 포함되어 있음.
- [ 글로벌 레스토랑 평가 지원을 위한 한국지부 운영 ] 따라서 세계의 미식 문화를 이끄는 “글로벌 베스트 50 레스토랑 위원회 한국지부”를 운영하여 한식의 우수성 전파하는 창구로 활용하며, 한식 인지도 향상 및 한식의 우수성을 객관적으로 평가받을 수 있는 계기가 마련될 수 있도록 함.
  - Global 50 Best Restaurant 한국지부 운영, 한식 홍보대사 선정 운영
  - 전 세계 월드 베스트 선정 패널에 한국인 참여 확대

108) Guide Michelin, 또는 Michelin Guide(<http://www.michelinguide.com>), 프랑스의 타이어 회사인 미술랭사(社)에서 발간하는 여행안내서로 세계 최고 권위를 인정받는 레스토랑 평가 잡지. 프랑스어로는 "기드 미술랭(프랑스어: Guide Michelin)"이라고 하며, "레드 가이드(Red Guide)"라는 별칭으로도 부름.

109) 자갓 서베이(Zagat Survey, <http://www.zagat.com>)가 발행하는 미국의 레스토랑 가이드북. 1979년 미국 뉴욕에서 예일 로스쿨 출신의 자갓 부부(팀 자갓과 니나 자갓)가 만들었고 70개 도시의 레스토랑을 안내하고 있으며, 호텔, 야간업소(나이트클럽, 술집 등), 동물원, 음악, 영화, 극장, 골프장, 비행사에 대해 등급을 매기고 있음.

110) 프랑스의 미술랭 가이드와 미국의 자갓 서베이의 장점을 서로 조합하여 만들었음

## 나. 국내외 축제 및 식품관련 행사 참여와 개최

- [ 글로벌 Chef 주관 미식행사 참여 ] 최정상급의 셰프(Chef, 음식점의 주방장)들이 참여하는 글로벌 미식축제 참여를 통해 세계 유명 셰프와 미디어를 대상으로 한국의 식문화 및 식재료의 우수성을 알리고, 한식세계화가 나아가야 할 방향성을 제시하여야 함.
  - 국내외 식품박람회 참여 활성화 및 Korea Food Expo 위상을 제고하여 한식문화의 우수성 및 한식 경쟁력 강화를 도모함.
- [ 국제 미식축제 참여와 국내 한식축제 개최 ] 해외 유명 셰프들을 초청하여 우리 식재료를 활용하여 한식 미식축제를 지자체 등과 공동하여 개최함.
  - 'K-Food Sprit Awards' 수상 한식에 대하여 명예 홍보대사로 위촉
    - The French Food Sprit Awards는 프랑스의 음식문화에 대한 국제적인 인식을 높이기 위해 프랑스 음식공업연맹에서 창설한 상으로 매년 프랑스 음식 문화정신을 세계에 널리 알리는데 공헌한 비 프랑스인에게 수여함.
  - 마드리드 퓨전(madrid fusion, [www.madridfusion.net](http://www.madridfusion.net)) 등 국외 유명 미식 축제에 지속적 참여를 통한 한식우수성 홍보함
  - 우리나라의 미식축제도 개최하여 세계적인 축제로 발전시켜 한식의 우수성 및 우리나라 농산물의 우수성·안전성·친환경성을 적극적으로 홍보.
    - 영국 런던 레스토랑 축제(<http://www.londonrestaurantfestival.com>), 산 세바스티안(San Sebastian Gastronomika) 미식축제, 프랑스 미식축제111), 스위스의 생모리츠 미식 축제(St. Moritz Gourmet Festival), 브라질 바이아주 살바도르 시의 미식 축제 '레스토랑 위크' 등을 벤치마킹하여 개발함.
- [ 국내외 박람회 참여 지원 및 Korea Food Expo 확대 ] 국내외 식품관련 박람회에 한식 홍보 부스 마련 및 국내 한식세계화 관계자의 박람회 참여 지원, Korea Food Expo를 세계적 식품 박람회로 육성함.

111) 2010년 최초로 유네스코 세계 무형 유산에 등재된 프랑스 요리는 2011년부터 매년 미식 축제를 열고 있음. 미식 축제는 프랑스 미식 문화의 높은 수준과 다양함을 더욱 널리 알리기 위한 목적으로 만들어졌으며 특히 프랑스 미식이 대중에게 더욱 가까워지는 계기를 제공하고자 기획되었음



## 다. 국제행사 등을 활용한 한식 홍보

- [ **국제행사 홍보부스 설치** ] 대내외 국제행사에 한식홍보 부스(booth)를 설치하여 국제 오피니언 리더들에게 한식의 우수성을 홍보하여 한식의 인지도 및 고급 이미지 제고함.
  - 사업내용 : 주요 국제행사와 연계한 홍보관 운영 및 방송통신 해외진출 거점지역에 홍보관을 설치하여 관련 사업자들의 해외 마케팅을 지원하고 방송통신 신기술과 서비스를 홍보
  - 사업목표 : 홍보관 개편 및 신규홍보관 구축
  - 운영방안 : 국제행사 기간동안 홍보관을 운영하고, 운영성과 및 방송통신 전략적 협력 지속필요성에 따라 전문인력 파견을 통해 운영
  
- [ **국내 국제행사·회의 한식 홍보** ] 국내에서 개최하는 국제대회 및 회의 등에 한식 연계 마스코트, 관련 콘텐츠 개발하여 개최 시점에 부합하는 특색 있는 한식 홍보 실시.
  - F1 코리아 그랑프리, 메인 그랜드 스탠드 중앙스크린 광고, 배너광고 등
    - F1 Korea 그랑프리 효과 : 3대 스포츠 행사로 국내 관전객 대회 3일간 총 16만명, 190개국 TV 생중계, 6억명 이상 시청, 1시간 광고 노출 시 약 1조 원 미디어 노출 효과
  - 2014 인천 아시안게임, 음식행사 공동 참가
  - 2018 평창 동계 올림픽, 음식국제 컨퍼런스 개최
  
- [ **한식 국제교류·체험 활성화** ] 국제교류 활성화를 통한 한식 홍보 및 체험의 장 확대
  - 해외 한국문화원, KOICA, 한국관광공사 및 KOTRA 해외지사 등을 활용한 한식 강좌 운영을 통한 한식 체험과 교류 실시.
  - 해외 한식 홍보 가이드 북(Guide Book) 보급
  - 국내외 여행 관계자 팸투어(Familiarization Tour, 약 Fam Tour 사전답사여행)시 한식 체험 추진.



## 라. 음식관광 활성화를 위한 커뮤니케이션 수단 다양화

- [ 마케팅 커뮤니케이션 수단 활용 ] 전통적인 프로모션 수단(광고, PR, 판촉 등) 외에도 가능한 모든 커뮤니케이션 수단들이 포함하여 한식을 홍보함.
  - 제한된 시간, 비용 안에 목표를 달성하려고 이용객 접점을 우선 확인한 후 각각 수단들이 미치는 영향, 통제가능성, 비용대비 효과를 평가하여 선정.

<표 V-76> 커뮤니케이션 수단별 전략의 주요 내용

구 분	내 용
목표 및 기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 커뮤니케이션 수단별 목표 및 기대효과</li> <li>• 전체 목표의 일부분 또는 과정의 달성에 국한될 수 있음</li> <li>• 상대적으로 단기적인 관점에서 규정되는 경향</li> </ul>
목표대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 커뮤니케이션 수단별 목표청중의 설정</li> <li>• 전체 목표청중들 중 직접 소구대상인 일부를 대상으로 함</li> <li>• 목표청중의 주요 프로파일 기술</li> </ul>
컨셉 및 메시지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 커뮤니케이션 수단별 핵심 컨셉 제시</li> <li>• 컨셉을 뒷받침하는 주요 메시지 작성</li> <li>• 전체 브랜드 컨셉 및 소구 메시지와 일관성 유지</li> <li>• 커뮤니케이션 수단별 특성 및 목표청중을 반영하여야 함(경우에 따라 브랜드 컨셉 및 메시지의 선별 및 수정)</li> </ul>
추진 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 커뮤니케이션 수단별 실행계획의 주요 내용을 기술</li> <li>• 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게 하겠다는 개요 제시</li> <li>• 세부 프로그램 및 실천사항 등 구체적 내용 제시</li> <li>• 가령 광고의 경우 소구방법, 톤 앤 매너, 매체전략 및 매체별 광고 방향, 모델 등 광고기획과 관련된 주요 사항 제시</li> </ul>
일정 및 비용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전체 일정 및 시기별 주요 실천사항</li> <li>• 전체 비용 및 주요 항목별 소요비용</li> </ul>

- [ 지자체·여행사·기업과의 Co-marketing 강화 ] 지자체 음식관광자원에 대한 홍보마케팅 지원과 외국인 대상 음식문화체험상품 개발 여행사에 대한 지원 확대 등으로 외국 언론인 및 여행관계자 초청 한식 팸투어(Familiarization Tour, 사전답사여행) 실시함
- [ 한식 온라인 다이닝 플래너 개발 ] 음식관광 DB를 활용하여 한식 온라인 다이닝 플래너(online dining planner) 개발하고 다국어 서비스를 제공하고, 한식재단 및 관광공사 홈페이지에 링크함.

## 마. 한류 연계 한식 프로젝트

- [ 한류 현상의 활용 ] 한류(韓流, Korean Wave)는 우리나라의 대중문화 뿐만 아니라 우리나라에 관련된 것들이 우리나라 이외의 나라의 사람들의 기호에 맞게 상품으로 만들어져 대중적 인기를 얻은 현상을 의미함.
  - 한류지수(한류 콘텐츠에 대한 해외 소비자들의 반응을 평가하기 위한 지표)<sup>112)</sup>에 따르면 한류에 대한 해외 반응은 일본, 대만, 중국, 베트남 순.
  - 한류의 경제적 파급효과는 생산유발 효과는 4조 9,336억 원, 부가가치 유발 효과는 1조 7,139억 원 등으로 매년 큰 폭으로 상승하고 있음.
- 한류로 긍정적인 영향을 받은 업종은 의류, 화장품, 가전제품, 휴대폰 등 소비재가 대부분임.

<표 V-77> 한류로 긍정적인 영향을 받은 업종

업종	섬유	생활용품	전자전자	기계	농림수산물	화학공업	철강	플라스틱	기타	계
업체수	15	14	9	8	6	4	4	2	14	76

자료: 한국무역협회, 한류현황 설문조사

- [ 한류 문화행사 연계 홍보 ] 따라서 해외 한류 문화행사(K-POP) 등과 연계하여 한식(韓食)이 해외 현지에서 언론에 노출될 수 있도록 홍보 강화함.
  - 한류 확산의 트렌드로 한식을 홍보하여 한식에 대한 전 세계 저변 확대
  - 해외 한류행사 참여, 국내외 방송 노출 등 홍보사업 및 한류 활용 방법론 개발
    - 드라마, K-pop, 영화 등에 한식 간접 노출 등을 통한 한류와 연계
    - 국내 외국인 대상 다양한 한식 프로모션 및 체험 기회 확대
- [ 거점별·지역별 한식 홍보 ] 한류 거점지역별 선호 한류스타와 연계한 콘텐츠 개발 및 홍보대사로 활용.
  - 한류연계 한식홍보는 한류의 확산방향에 따라 유동적으로 추진 필요
  - 한국 및 한국문화 흡수에 적극적인 한류 소비자를 대상으로 한 한식홍보를 통해 한식 확산속도 가속화.

112) 한국문화산업교류재단, 2010

**바. 매체별 다양한 홍보 전략**

- [ 매체별 특성 광고 ] 효율적인 홍보를 위해 각 매체별 특성을 분석하고 다양한 유형의 매체들을 활용하여 적극적인 홍보 전략을 수립하는 것이 필요함.
  - SNS, 언론, 방송, 광고 등 다양한 매체 홍보를 통한 한식세계화 가속화함.
- [ 방송·통신 매체 홍보 ] 방송·통신매체를 활용한 방법으로는 TV, 라디오, 케이블방송과 인터넷, UCC 등을 통한 홍보 활동을 고려함.
  - 각종 프로그램 협찬 및 경품 협찬으로 친근한 이미지로 다가갈 수 있도록 하며, 연예·오락 프로그램에 장소를 제공함으로 한식뿐만 아니라 한식의 아름다움 및 웰빙 등 전체를 소개할 수 있도록 함.
  - 또한 인터넷 포털 사이트(주요 포털 : 네이버, 다음, 네이버 등) 광고 및 UCC를 활용하여 세계인에게 흥미와 재미를 제공할 수 있도록 함.
  - 홍보는 한식의 우수성 및 한국 식문화 인지도 및 호감도 향상 목적.

<표 V-78> 매체별 다양한 홍보 전략

홍보 형식	세부내용
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어플리케이션, SNS, 홈페이지, 웹진 등 온라인 홍보(계속)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식에 대한 관심을 증진시키고 각종 관련 정보제공을 통해 외국인 및 내국인 편의성을 증진시키고자 한식홍보용 어플 개발 및 배포함.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 언론매체 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외 주요 언론매체에 정기적인 한식홍보추진 및 영화홍보 PPL 시행을 통해 국내외 영화 상영전 한식과 인근 한식당 홍보</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 옥외광고 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 옥외전광판, 공항 와이드광고, 지하철 및 버스 광고 등 홍보전략 유지</li> <li>• 내국인 대상 KTX 서울역 랩핑 및 국제선 항공기 DMB 홍보 추진</li> <li>• 기업체와 연계하여 한식당내 디지털 사이니지 광고 추진</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거점 도시별 한식로드쇼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 전략 거점도시별 한식로드쇼 시행, 한국음식문화소개 및 거점지역 한식당과 유통업체 등을 연계한 한식시식회 등 개최</li> </ul>

## 사. 공공사업 참여확대

- [ 식품을 통한 국제공동협력 확대 ] 식품을 활용한 국제사회의 공동협력과 기여를 통해 한국의 국가적 이미지 제고 및 부수적으로 한국의 우수한 식품 전문가들의 국제기구에 진출시키고 한식을 홍보.
  - 2012년 우리나라 ODA 15.5억\$은 수원국에 직접 물자와 자금을 지원하는 양자원조 11.6억\$과 국제기구를 통한 다자원조 3.9억\$로 구성되었음.
  - 지역별로 아시아 중점기조가 유지되면서 아프리카에 대한 지원이 확대됨.
    - 아시아 6.4억\$(54.8%), 아프리카 2.6억\$(22.4%), 중남미 0.8억\$(6.5%), 중동 0.4억\$(3.6%) 등
  - 분야별로는 교통·물류, 교육, 보건, 수자원 등 사회·경제 인프라 부문에 대한 지원이 많이 이루어졌으나 농산물·식품은 미흡한 상태임.
    - 교통·물류 2.1억\$(17.9%), 교육 2.0억\$(17.5%), 보건 1.2억\$(10.4%), 수자원·위생 1.2억\$(10.2%), 공공행정 0.9억\$(7.7%), 농림어업 0.7억\$(5.9%) 등

<표 V-79> 2012년 우리나라 ODA 잠정통계

(순지출 기준, 백만불)

구 분	2010년	2011년	2012년	증감율(%)	비중(%)
ODA (A+B)	1,174	1,325	1,551	17.1*	100.0
양자간 ODA (A)	901	990	1,162	17.4	74.9
무상원조(KOICA 등)	574	575	696	21.0	(59.9)
유상원조(EDCF)	327	415	466	12.4	(40.1)
다자간 ODA (B)	273	335	389	16.0	25.1
ODA/GNI(%) *	0.12	0.12	0.14	0.02%p	-

주. \* 물가변동 등을 감안한 OECD DAC의 발표치는 17.6%

- [ 개발도상국 식품지원사업을 통한 한식 홍보 확대 ] 개발도상국에 단체급식 지원 및 장기적으로는 한국의 우수한 식품가공 기술의 전수를 통해 한식의 이미지 제고함.
  - 국내 식품기업의 기부를 통한 개발도상국 단체급식 제공.
  - ODA 자금을 활용한 식품가공 시설 및 기술 전수.
  - 국내 공공시설(병원급식, 보육시설 등)에 대한 급식지원 사업

## 7.2 사업추진 일정

추진과제	사업명		사업유형	추진시기					비고
				14	15	16	17	18	
Global Best Restaurant Organization	한국지부 운영 및 한식 홍보대사 선정 운영		신규						한식관련 홍보는 종합조정기구에서 체계적으로 시행하는 것이 바람직하다고 판단됨.
	전세계 월드 베스트 선정 패널 한국인 참여 확대		신규						한식관련 홍보는 종합조정기구에서 체계적으로 시행하는 것이 바람직하다고 판단됨.
국내외 식품 관련 행사 참여 활성화	국내외 미식 축제 활성화	국내 미식축제 확대	확대						국내 미식축제 조직위 등과 한식재단 공동주최
		세계 대표 미식축제 참여 정례화	확대						한식관련 홍보는 종합조정기구에서 체계적으로 시행하는 것이 바람직하나, 국외 행사의 경우 aT, 문화부, 외교부 등의 협조가 필요함.
	박람회 참여 지원 및 코리아푸드 엑스포 확대	박람회 홍보 부스 마련 및 참여 지원	계속						한식관련 홍보는 종합조정기구에서 체계적으로 시행하는 것이 바람직하나, 국외 행사의 경우 aT, 문화부, 외교부 등의 협조가 필요함.
		코리아푸드엑스포를 세계적 박람회 육성	계속						한식관련 홍보는 종합조정기구에서 체계적으로 시행하는 것이 바람직하나, 국외 행사의 경우 aT, 문화부, 외교부 등의 협조가 필요함.
국제 행사를 활용한 한식 홍보			계속					외교부와 협력하여 재외공관 및 주요 외국 인사대상 한식홍보활동 추진 필요	
음식관광 활성화	지자체 여행사를 위한 홍보 수단 다양화		계속						국내 방문 외국인을 대상으로 한 홍보활동은 문화부와의 협력 필요
	한식 온라인 다이닝 플래너 개발		신규						국내 방문 외국인을 대상으로 한 홍보활동은 문화부와의 협력 필요
한류연계 한식 홍보			계속					문화부의 한류행사와 한식행사의 협력 필요	
매체별 홍보전략			계속					내국민대상 홍보 및 국외 일반인 대상 홍보활동은 한식재단이 적합하다고 판단됨.	
공공사업 참여 확대			신규					KOICA와 농림축산식품부가 연계하여 ODA 활동 추진	



## 제6장

## 한식재단 자립화 방안 및 법률(안)





## VI. 한식재단 자립화 방안 및 법률(안)

### 1. 한식재단 자립화 방안

#### 1.1 자립화의 기본방향

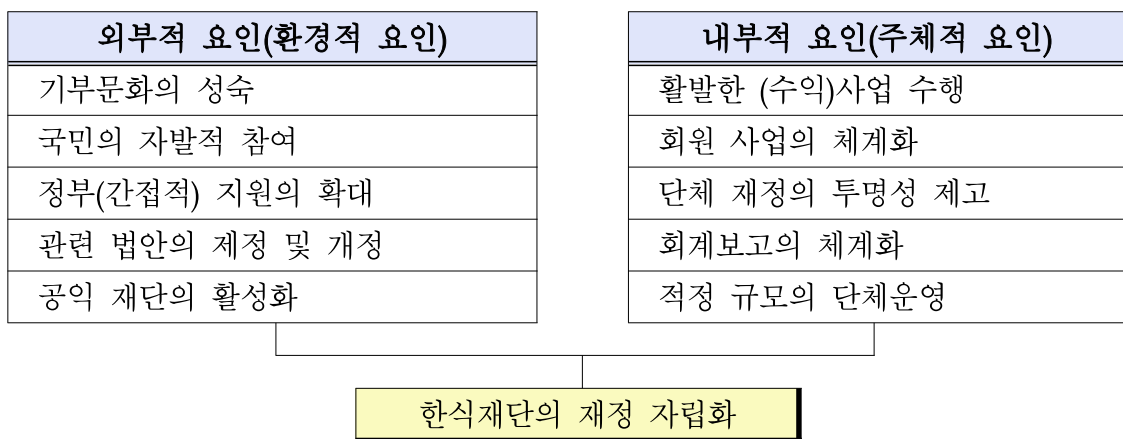
##### 가. 재정 자립화의 목적

- 한식세계화 추진을 위한 재단의 자립화는 사업 시작 시점부터 제기되어 왔으나 현재까지 구체화되지 못하고 있음.
  - 사업초기 출자금으로 6억원 수준이 출연되었으나, 현재 운영유지비 등의 사용으로 소진된 상태임.
- 2009년부터 2012년 총사업 규모 871.9억 원을 aT, 농기평, 지자체, 한식재단이 집행하였지만 정부 지원 또는 정부주도 지정 사업이 전부에 이르러 순수한 수익자금은 전무할 정도로 취약한 자립 기반을 가지고 있음.
  - 자립기반의 취약화 요인은 재단설립 취지와 주도가 정부의 필요와 계획에 의해 수립된 것이 1차적 요인이며, 정부 자금 규모내에서 사업을 수행해왔던 한식재단의 경영전략에 2차적 요인이 있음.
  - 향후 지속적인 지원의 불충분과 한계, 정부의존 사업화는 절실히 필요한 사업마인드의 충족력 부족, 재단 조직 및 기능의 석화 등의 부메랑효과를 산출하는 요인이 될 수 있음.
- 따라서 앞으로 한식세계화 추진기구로서 한식재단의 안정재원의 확보 및 효율적 운영을 위해서는 '공익성과 수익성의 조화', '시장가치 창출성과의 공유'를 지향하는 사업모델을 통한 근본적이고 적극적인 자립화가 필요함.
  - 일부 정부위임 사무 예산을 집행하는 수준에서 재단 스스로의 사업발굴 기능 창출이 적극적으로 필요한 상태임.
- 따라서 한식세계화의 주체로서 한식재단의 기능과 원활한 사업수행을 위한 재단 자체의 재원 자립화 방안을 마련하는데 그 목적이 있음.

## 나. 재정 자립화의 요인

- [ 외부적 요인 ] 성숙되어가는 기부 문화, 국민의 자발적 참여, 정부지원의 확대, 관련 법안의 개정 및 제정, 공익재단의 활성화 등
  - 과거 한국에서 기부문화가 활성화되어 있지 않은 이유는 ① 재산을 자손에게 물려주는 상속문화에 아직 익숙해 있다는 것, ② 개인이 장학재단을 만드는 데도 까다로운 규정이 많아 선뜻 나서기 어려운 실정이라는 것, ③ 기부를 위한 제도적 장치가 미비하다는 점, ④ 선진국의 오래된 우량기업에 비해 대체로 기부할 재원이 충분치 않다는 것, ⑤ 선진국 기업과 달리 각종 준조세부담이 커 사회사업 등에 돈을 쓰기가 부담스럽다는 점 등으로 나타남.<sup>113)</sup> 그러나 현재는 상당히 기부 문화가 성숙되어가고 있음.
  - 현재 ‘비영리민간단체지원법’ 및 동법 시행령이 제정되어 민간단체 지원에 대한 법적 근거를 마련했다는 점에서는 긍정적인 평가를 받고 있음.
  - 하지만 민간단체에 대한 정부의 영향력이 발휘될 수 있고 자칫 명목뿐인 지원이 될 소지도 있다는 점이 지적됨.
  
- [ 내부적 요인 ] 활발한 수익사업 수행, 회원사업의 체계화, 단체재정의 투명성 제고, 회계보고의 체계화, 적정 규모의 단체운영 등

<그림 VI-1> 재정자립 방안 분석 틀



113) 동아일보, 2002. 2.28, ‘포커스-기부하고 또 줍시다’.

## 다. 재원 확보 방식

- [ 재원확보 방식 ] 출연 및 출자금, 회원의 회비, 기부금<sup>114)</sup> 등의 지원금, 사업에서 발생하는 수입, 외부로부터의 차입 등 다양한 형태가 있음.
  - 출자(出資)는 자본금으로서의 일정지분을 확보키 위하여 투입시키는 지분 또는 그에 상응하는 자본력(화폐, 부동산등)을 말하며, 출연(出捐)은 기부의 형식으로 대가를 바라지 않고 운영에 필요한 자금을 원조하는 것을 말함.

<표 VI-1> 재원확보의 원천 구성도



- [ 재단의 재원확보 결과 ] 한편, 한식재단은 출연금, 기부금 및 위탁수수료만으로 경상적 운영경비로 사용하였고, 정관의 사업 범위에 따라 '11년부터 '한국인이 사랑하는 오래된 한식당' 등 일부 출판 사업을 추진하고 있으나, 현 단계에서 수익 창출은 다소 미비한 것으로 판단됨.

114) 「법인세법 시행령」 제36조 ① 각호의 기부금(영80① 1호)중에서 지정기부금에 해당하는 것으로 기획재정부령이 정하는 지정기부금 단체등(법인세법 시행규칙18 ①)  
 · 비영리법인·단체에 지출 기부금(1호-38호, 40호-57호)  
 · 기획재정부장관이 지정한 단체로 보는 단체(구법 경과 규정)

## 1.2 한식재단의 자립 현황

### 가. 설립과 재정 확보

- [ **설립 목적** ] 한식재단은 '10년 3월 한식의 진흥 및 한식문화의 국내외 확산을 통하여 농림수산물산업, 외식산업, 문화관광산업 등 관련 산업의 발전과 국가 이미지 향상에 기여함을 목적으로 설립됨.
  - 한식세계화사업추진기관의 지정 등(식품산업진흥법 제17조의2)
  - 민법 제32조(비영리법인의 설립과 허가) 및 43조(재단법인의 정관)

<표 VI-2> 한식재단 설립 목적 및 역할

설립목적	목적		역할
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식의 진흥 및 한식문화의 국내외 확산</li> <li>• 농림축산식품, 외식문화관광산업 등 관련 산업의 발전</li> <li>• 국가이미지향상에 기여</li> </ul>	정체성 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 정통성연구, 전통한식 발굴, 한국음식문화 정립, 한식 우수성 규명</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식의 진흥 및 문화 육성·홍보·보급 업무</li> </ul>
	산업 진흥	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식조리의 과학화, 한식식재료 연구, 한식전문인력 양성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화를 위한 해외홍보·해외시장조사·해외현지정보제공·해외우수한식당 인증제 운영·해외한식당 협의체 운영 등의 업무</li> </ul>
	세계화 추구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우수 한식당 인증(추천), 해외 한식조리법 보급, 세계한식네트워크 구축, 한식홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식과 관련한 전문인력 양성 및 교육 업무</li> <li>• 한식브랜드 개발 지원·한식관련 컨설팅 업무</li> <li>• 기타 한식의 진흥 및 한식문화의 보급에 관련된 업무</li> </ul>

자료 : 한식재단 내부자료

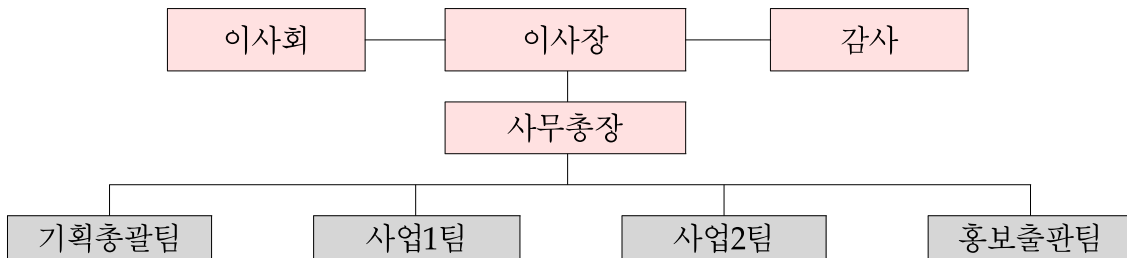
- [ **재단의 재정** ] 재정은 출연금 확보 및 사업 활동 등의 부진으로 확보하기 어려운 상태임. 정관상 재원을 확보하는 방법으로 국가·지방자치단체·기타의 자로부터 위탁받은 사업, 재단 목적 실현을 위해 필요한 자체사업, 정관상 목적 사업 범위 내에서의 수익사업 등(한식재단 정관 제4조 사업)이 명시되어 있으나 현재 매우 미흡한 실정임.

## 나. 조직 및 자원구조 현황

### □ 조직현황

- [ 재단의 조직 ] 한식재단은 '13년 현재, 이사장, 사무총장, 종사원 등 약 20명으로 구성되어 한식세계화 사업을 담당하고 있음.
  - 팀 구성 : 기획총괄팀, 사업팀(사업1·2팀), 홍보출판팀
    - '12년 2월까지 사업추진을 위한 최소한의 인력(9명)만으로 농림축산식품부의 단순 사업집행기능만 수행하였음.

<그림 VI-2> 한식재단 조직도



<표 VI-3> 한식재단 인원 현황

구분	계	이사장 (비상근)	사무총장	2~3급	4급	5급	계약직
정원	9	-	4		5		-
현원	20	1	1	6	2	6	4

- 주 1. 한식재단에서 조직이 담당하는 역할은 1. 국내·외 식품산업에서 한식의 우수성을 홍보하고, 발전시켜 나가기 위해 한식의 정통성 정립, 한식의 산업진흥, 한식의 세계화 추구 등의 핵심 기능을 담당.
2. 한식의 역사성, 문화성에 중점을 둔 R&D를 통해 원형을 발굴, 복원, 유지, 발전하는 역할을 담당.
3. 한식 산업 진흥을 위해 세계 시장에서의 한식당 위상을 높이고, 한식제품의 경쟁력을 확보 하며, 산업화 기반 조성.
4. 한식의 세계화 추구를 위해 해외의 주요 국가에서 보편적으로 인식되고 매력 있는 제품으로 자리매김할 수 있도록 지속적으로 노력해 오고 있음.

## □ 재원 현황

- [ 재단의 재원 구조 ] 한식재단의 재원구조는 한식재단 설립 시 출연금, 기부금, 한식재단 운영 지원비, 한식세계화 사업의 위탁수수료(사업비의 5%)<sup>115)</sup>로 구성되어 있음.
  - '11년까지는 출연금, 기부금(총 6억 5천여만원) 및 위탁수수료만으로 인건비 등 정상적 운영경비로 사용함.
- '12년 한식세계화 사업 예산에 별도로 운영비 5억을 편성하여 기존의 위탁수수료 등과 함께 운영경비로 사용되었으며, '13년 농안기금에서 지원하는 한식재단 운영지원금은 10억원 수준임.

<표 VI-4> 한식세계화 사업 예산안 중 한식재단 운영비 지원  
(단위 : 백만원)

세사업명	세부내역	예산액	
		2012	2013(안)
인프라구축	한식재단 운영지원	500	1,000

자료 : 농림축산식품부, 2012.10

<표 VI-5> 정부지원 한식재단 운영비 및 사업위탁수수료 현황  
(단위 : 백만원)

구분	한식세계화 사업 예산 규모	한식재단 연간 운영비 정부지원액
2012	8,350	<b>893</b>
예산	사업비 7,850 + 운영지원비 500	사업비의 5% 393 + 운영지원비 500
2013	8,900	<b>1,395</b>
예산안	사업비 7,900 + 운영지원비 1,000	사업비의 5% 395 + 운영지원비 1,000

주 1. 한식재단 연간운영비 정비지원액은 출연금·기부금 및 사업관리비를 제외하고 운영지원비와 위탁수수료만을 계산한 것임.

2. 위탁수수료는 사업비 실 집행액의 5% 이므로 실제 운영비 정부 지원액은 위에서 표시한 금액보다 적을 수 있음.

자료 : 국회예산처

115) 그 외에 한식세계화 사업관리비의 3%가 있음.

- 일반적으로 한식재단 수행사업의 실적의 문제로 재원확보가 미흡한 실정임.
  - '11년 한식세계화 사업 중 한식재단이 수행한 사업의 집행내역을 보면, 실질적으로 사업이 수행되지 못하고 있음.
  - 향후 충분한 사업계획 수립, 철저한 사업관리와 더불어 한식재단의 역량 강화를 통해 사업운영의 효율성 제고가 필요함.

<표 VI-6> 한식재단 수행사업 집행 실적

(단위 : 백만원, %)

세사업명	2011년 한식세계화 집행예산								
	예산액 (A)	전년도 이월액	자체 변경	예산 현액 (B)	집행액 (C)	차년도 이월액	불용액	집행률 (C/A)	집행률 (C/B)
한식콘텐츠개발	1,400	-	2,019	3,419	1,736	1,243	440	124.0	50.8
전국요리대회지원	500	-	-300	200	106	94	-	21.2	53.0
한식 원형복원	1,000	-	-265	735	447	284	4	44.7	60.8
해외한식당 추천제	2,500	-	-106	2,394	1,571	795	28	62.8	65.6
플래그십한식개발	5,000	-	-4,960	40	40	-	-	0.8	100.0
해외정보조사	1,500	-	43	1,543	842	695	6	56.1	54.6
해외한식종합홍보	2,800	1,400	-130	4,070	2,840	1,223	7	101.4	69.8
국외한식홍보	1,200	-	-198	1,002	949	41	12	79.1	94.7

자료 : 국회예산처, 2013

- [ 앞으로 자율적 운영 기반 확보 ] 한식재단 운영은 현재 정부의존형에서 민간 중심의 사업체계 구축 및 정부지원의 한계 등을 고려하여 중장기적인 자체 사업을 개발하는 등 자율적 운영기반을 위한 재원 확보가 필요함.
  - 한식재단은 설립 이후 재원기반 및 자체 사업수립이 미흡함.
  - 한식재단 재정 취약은 재단설립시 출연금의 과소 확보와 그간 정부의 필요와 계획에 의한 위탁사업 중심으로 재단 운영을 수행한 것에 기인함.
- 향후 정부지원의 변화 등 재단에 경영능력 확충, 재단 조직 및 기능의 활성화를 요청하고 있는 실정임. 재단의 재원 원활화는 한식세계화의 새로운 환경 조성 과 경쟁력 제고 활동 강화, 한식의 브랜드 강화 등을 강화할 뿐만 아니라, 한식세계화 사업추진의 효율성까지 증대할 수 있음.

### 1.3 한식재단 운영재원

- [ 재원 운영 규모 ] 운영재원 규모를 판단하기 위해 적정 인원 및 조직에 대한 분석결과, 현 18명수준을 40명 수준으로 확대할 필요
  - 현 한식재단 운영 4팀 18명으로 구성되어 있으나, 향후 한식세계화 사업의 원활한 추진을 위해서는 '18년 기준 인력을 40명으로 추정함.

<표 VI-7> 한식재단 인력 산출(안)

(단위 : 명)

선행연구	기획 총괄팀	정보 허브팀	국내 사업팀	해외 사업팀	한식교육 연구원	해외협의 체 지원	합계
단기	5	-	4	4	-	-	13
중기	5	5	10	10	-	-	30
장기	5	5	15	10	10	5	50

구분	경영 지원팀	기획 전략팀	정보화 지원팀	사업팀	홍보팀	교육 고용팀	합계
재단	5	5	5	10	9	5	39
본 연구	5	5	5	15	5	5	40

- 주 1. 인력기준은 한국생산성본부('11.07), 한식재단('12.09)을 고려, 본 연구에서 별도 설정.
- 2. 이사장 등 비상근직 인원과 사무총장은 포함하지 아니한 인원수.

- [ 운영 재원 산정 ] 한식재단 운영 재원은 목표연도인 '18년, 40명 인원기준으로 사업비를 제외하고 운영비는 30억원 수준으로 판단됨.
  - 현재 재단 종사원 1인당 약 17.5억원의 예산 집행으로 부담이 유사 조직보다 4.5배 수준으로 업무량이 과다한 상태임.
  - 유관기관 및 유사 조직의 경우 1인당 평균 3.9억원 예산 집행.

<표 VI-8> 한식재단 연도별 재원(불변가액)

(단위 : 백만원)

구분	재단인원	인건비	운영비	계
2014	25	1,434	461	1,895
2015	30	1,721	553	2,274
2016	35	2,008	645	2,653
2017	40	2,295	737	3,032
2018	40	2,295	737	3,032

- 주. 한식재단 내부자료 '13년 소요예산 자료 인건비 기준 산정(총인건비/산정기준 인력)



## 2. 한식재단의 자원 확보 방안

### 2.1 출연 및 출자

- [ 정부의 출연금 및 출자금 ] 정부 출연금이란 국가가 해야 할 사업이지만 여건상 정부가 직접 수행하기 어렵거나 또는 민간이 이를 대행하는 것이 보다 효과적이라고 판단될 경우, 국가가 재정상 원조를 할 목적으로 법령에 근거하여 민간에게 반대급부 없이 금전적으로 행하여지는 출연을 말함.
  - 지원의 법적근거 : 식품산업진흥법 제17조 2, 외식산업진흥법
  
- [ 기업 등 법인의 출연금 및 출자금 ] 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility) 차원에서의 기업 출연이 가능하다고 판단됨.
  - 전국 경제인연합회, 한식관련 식품제조회사, 농수산 수출관련 업체 , 외식산업관련 협·단체, 음식료업체 등의 출연이 가능하다고 판단됨.
  - 한식기금의 민간부분의 출연금은 예측하기 어려워 쉽게 산정할 수 없으나, 민간출연금과 기타출연금을 합하여 약 160억원 이상이 모집되어야 초기 재원으로서의 역할수행에 효과적일 것이라고 판단됨.
  
- 개인 및 기타 출연금 및 출자금

<표 VI-9> 5개년 출연금 및 출자금

(단위 : 백만원)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	계
정부	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	25,000
기업	1,000	2,000	3,000	5,000	10,000	16,000
개인 및 기타	500	500	500	500	500	2,500
합계	6,500	7,500	8,500	10,500	15,500	43,500

주. 정부 및 기관과의 협의를 통해 변동됨.

## 2.2 후원금

- [ **기부금의 확보** ] 전국 경제인연합회, 한식관련 식품제조회사, 농수산 수출관련 업체, 외식산업관련 협·단체, 음식료업체 등의 기부를 통한 자원 마련이 가능하다고 판단됨.
  - 법인(내국인)이 기금을 출연할 때는 「조세특례 제한법」 개정을 통해 한식기금으로 출연하는 금액에 대한 과세연도의 종합소득금액에서 공제하거나 소득금액을 계산할 때 손금에 산입할 수 있도록 특례 부여하는 것이 필요함.
  - 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 제5조1항에 의해 국가나 지방자치단체 및 그 소속 기관·공무원과 국가 또는 지방자치단체에서 출자·출연하여 설립된 법인·단체는 기부금을 모집할 수 없기 때문에, 농림축산식품부와 한식재단이 기부를 받을 수 있도록 법규의 판단이 필요함.
  
- [ **(가칭)한식카드 및 마일리지 기부제 도입** ] 신용카드사와의 제휴를 통해 ‘한식카드’를 만들고 카드의 사용액의 0.1%를 적립하여 한식세계화 사업에 기부하는 적립카드 도입 등도 한식기금의 중요한 재원이 될 것이라고 판단됨.
  - 신용카드 소멸 포인트와 항공사 소멸 마일리지 등 기부금화 가능성 판단.
  - 소멸 포인트 및 마일리지는 고객이 얻어야 할 혜택의 포기에 따른 신용카드 또는 항공사의 초과수익 발생하게 되는 데 이를 사회환원 차원에서 한식기금으로 산입을 유도할 필요가 있음.
  
- [ **회원 회비** ] 회원 확보는 온라인상의 이용자 중심으로 한 디지털 회원 확보하고 회원들이 동의한 등급에 따라 회비 조정.

<표 VI-10> 정규회원 약정(안)

등급	회비	비고
1등급	1,000만원	
2등급	500만원	
3등급	100만원	
일반	-	일부 소액으로 적용가능

## 2.3 한식기금 조성 및 운영

### □ 기금 조성의 필요성

- [ 정부의 재단 지원 필요성 ] 한식세계화하고 한국식 외식업을 산업으로 육성하기 하기 위해서는 장기 투자가 필요하고, 민간의 주도만으로는 한계가 있어 정부 차원의 적극적 지원이 필요함.
  - 많은 한식분야 우수인력을 활용하여 집중적인 정부지원추진 시 농업, 식품업, 서비스업의 육성 및 단기간에 핵심 산업으로 육성 가능.
  - 한식세계화는 사업에 대한 자금회수기간이 길거나 어렵고, 리스크가 크기 때문에 사업추진상 실패의 우려가 있어 단기성이 아닌 장기 산업 육성 차원 지원 필요.
- 다양한 한식 환경변화 및 미래수요에 대응하여 한식업 육성 성과의 극대화를 위해서는 제도적 지원과 병행하여 장기적으로 안정적인 자금 공급이 필요.
  - 한식은 국민의 생명과 직결되는 중요한 산업으로 국민의 건강 주권 확보와 산업경쟁력 제고를 통한 내수시장 극복(글로벌화)이 반드시 필요함.
  - 한식 경쟁력 강화를 위해서는 정책개발, 융합 활성화, R&D 진흥, 전문인력 양성, 기반 인프라 조성, 한식당 지원, 식자재 수출 활성화지원 등이 필요.
- [ 한식기금 등의 활용 ] 한식기금은 한식세계화 사업지원의 안정성, 사업지원의 신축성, 재원의 효율적 활용 측면에서 가장 실효성 있는 장기 안정자금 공급 방법이 될 것이며, 민간 투자금 조달의 레버리지 역할을 할 수 있을 것임.
  - 기금 조성은 예산체계의 경직성 및 시의성, ‘맞춤형’ 한식세계화 지원정책의 적절성, 자금 적립을 통한 안정성 확보, 한식세계화 사업의 지속성 확보임.
  - 예산은 정형화된 지원 사업을 수행하는데 유리하며, 가변적이고 탄력적 운영이 필요한 지원 사업에는 상대적으로 취약한 한계를 내포하고 있음.
- [ 수요에 대응한 자금 지원 한계 ] 한식세계화 사업은 전 산업과 연계되어 있고 문화전파라는 특수성에 비취볼 때 현재의 예산체계로는 다양한 수요에

대응하기에는 애로가 있을 수 있음.

- 따라서 한식재단 운영에 필요한 자금과 한식세계화의 촉진 및 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 한식기금을 운영함.

<표 VI-11> 한식기금 조성

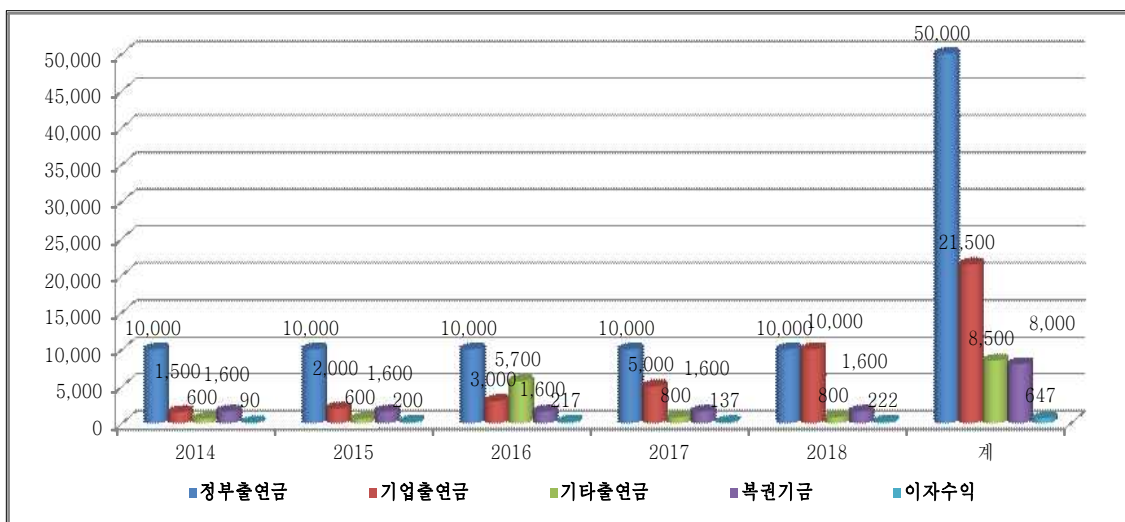
(단위 : 백만원)

구분		2014	2015	2016	2017	2018	계
출연 출자금	정부	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	50,000
	기업	1,500	2,000	3,000	5,000	10,000	21,500
	기타	600	600	5,700	800	800	8,500
복권기금		1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	8,000
이자수익		90	200	217	137	222	647
합계		13,790	14,400	20,517	17,537	22,622	88,647

1. 출연출자금 중 정부부문은 농안기금의 최근 4년간 한식세계화 사업 평균 사업비로 산정함.
2. 복권기금은 복권 및 복권기금법 제23조 제3항에 따라 배분된 복권기금임
3. 이자수익은 한식기금 조성액에서 한식세계화 사업비 2014~2015년 : 210억원, 2016~: 300억 지출을 가정하여 산정함.
4. 기금 조성액은 정부 및 기관과의 협의를 통해 변동됨.

<그림 IV-3> 연차별 한식기금 조성

(단위 : 백만원)



## 가. 기금조성 방법

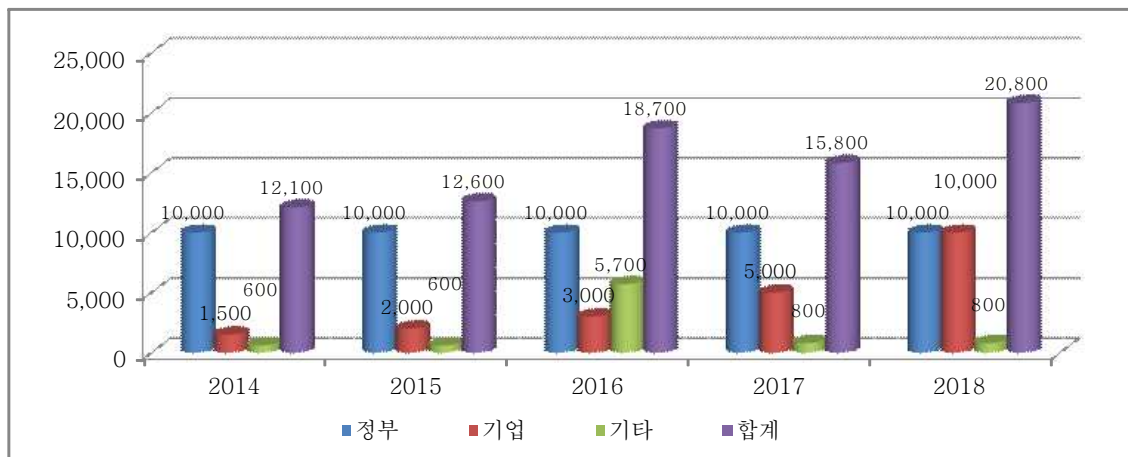
### □ 정부 및 정부 외의 자의 출연 및 출자금

- [ 정부의 출연금 및 출자금 ] 정부의 출연금은 행정주체가 법령에 의하여 설치된 연구기관·기금·공단 등 정부출연기관에 대하여 특정목적을 위하여 지원하는 금전급부를 의미함. 구체적 용도 지정 없이 포괄적으로 지급한다는 점에서 출연 받은 기관이 집행 상 광범위한 재량권을 가지게 됨.
  - 한식기금의 경우 현재 예산에 사용되는 규모와 비교하여 최근 4년간의 총 지원 금액은 871.99억원으로 현재의 지원수준을 고려한다면 정부의 출연금은 매년 100억원의 재원 조성이 가능하다고 판단됨.
- [ 기업 등 법인의 출연금 ] 최근에는 민간출연금이 기금의 자생력 향상을 위해 주요한 재원으로 대두되고 있음.

<표 VI-12> 5개년 정부 및 정부 외의 자의 출연 및 출자금  
(단위 : 백만원)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	계
정부	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	50,000
기업	1,500	2,000	3,000	5,000	10,000	21,500
기타	600	600	5,700	800	800	8,500
합계	12,100	12,600	18,700	15,800	20,800	80,000

주. 기타 중 2016년도 50억원은 ‘한식종합체험홍보관’ 사업 일환으로 출연금



## □ 복권 및 복권기금법에 따라 배분된 복권기금

- [ 복권기금 활용 ] 복권기금을 통한 한식세계화 지원 타당성은 복권기금의 주된 사업 중 문화예술 진흥사업과 한식세계화 사업의 한식과 한식문화 전파를 목적이 부합되기 때문임.<sup>116)</sup>
  - 복권기금의 공익사업 배분 중 문화재 보호기금을 제외한 순수 문화나눔 사업에 대한 지원내역은 다음과 같음.

<표 VI-13> 문화나눔 사업별 기금액 시행기관

(단위 : 억원)

사업명	사업비	세부사업내용	시행기관
문화나눔사업	4	장애인창작활동지원	한국문화예술회관연합회
	50	저소득층 공연, 전시 무료관람지원 문화바우처	한국문화복지협의회
	20	도서보급 사업(문학나눔)	한국도서관협회
	24	사랑티켓	한국문화예술회관연합회
찾아가는 문화나눔사업	58	소외지역 찾아가는 문화프로그램	한국문화예술회관연합회
	15	전통나눔사업	전통공연예술진흥재단
	48	지방문예회관 우수공연 프로그램 지원	한국문화예술회관연합회
	6	공공 박물관·미술관 특별전시 프로그램 지원	한국박물관협회
생활문화공동체문화나눔	12	임대아파트 단지, 농산어촌 등 문화소외계층 대상 문화동아리 활동 지원	한국문화예술교육진흥원

자료 : 문화체육관광부, 2010

- [ 복권기금의 한식기금에의 출연 ] 복권기금 중 문화예술 진흥사업비의 5% 수준을 한식세계화 사업에 배분한다면 한식기금의 수입은 약 16억임.
  - 최근 4년간('08~'11년) 복권기금 중 문화예술 진흥사업에 대한 사업비 평균은 약 322억원임.

<표 VI-14> 5개년 복권기금 계획

(단위 : 백만원)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	계
복권기금	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	8,000
계	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600	8,000

116) 복권 및 복권기금법」 제23조 3항.

□ 기금운영으로 생기는 이자수익

- [ 이자 수익금 ] 기금의 운용으로 생기는 수익금은 경상 사업비로 매년 지출되는 규모 외 자금을 금융기관에 예치하거나 투자 등으로 운용하여 발생하는 수익금을 기금에 산입하는 것을 의미함.
  - 일반적으로 기금의 여유자금은 금융기관 및 여신전문금융회사, 연기금 투자 풀 등에 예치하거나, 공공자금관리기금에 예탁하는 방법, 기타 유가증권 및 부동산을 매입하여 수익을 올리는 방식이 있음.
- 기금운영 수익금은 '12년 국고채 시장이자율 기준 3.34%로 예상함.

<표 VI-15> 국고채 시장이자율(2012년 기준)

(단위 : %)

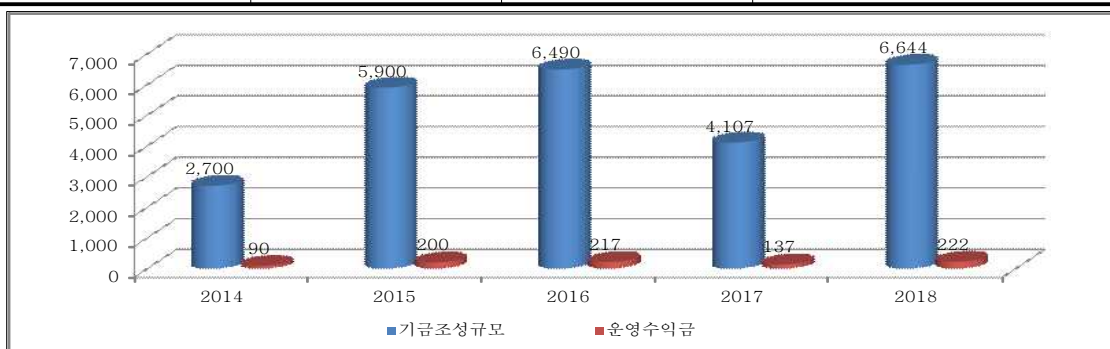
5년 만기 국고채	10년 만기 국고채	평균
3.24	3.45	3.34

자료 : 한국은행

<표 VI-16> 기금 운용 이자수익 변화추이

(단위 : 백만원)

연도	기금조성규모	운영수익금	비고
2014	2,700	90	기금산입연도 2015
2015	5,900	200	기금산입연도 2016
2016	6,490	217	기금산입연도 2017
2017	4,107	137	기금산입연도 2018
2018	6,644	222	기금산입연도 2019



주. 한식세계화 사업비는 2014~2015년 : 210억원, 2016~: 300억 투입 가정

## □ 그 밖의 수익금

- [ 기타 수익금의 구분 ] 한식기금의 기타 수익금은 크게 법정 부담금과 기타 수입금으로 구분할 수 있음.
  - ‘부담금’은 특정 공익사업을 위해 일반국민 또는 기업에 조세 외로 금전적인 납부의무를 부과하는 것임.
    - 부담금 부과 요건과 관련하여 근거가 되는 법률에서는 부담금의 부과 및 징수주체·설치목적·부과요건·산정기준·부과요율 등(이하 “부과요건 등”이라 함)이 구체적이고 명확히 규정되어야 하며(부담금관리기본법, 제4조), 설치 목적을 달성하기 위하여 필요한 최소한의 범위 내에서 공정성 및 투명성이 확보되도록 부과되어야 함.
    - 부담금을 신설 (부담금의 부과 대상을 확대하는 경우와 부담금의 부과요율을 인상하는 경우 포함)하고자 하는 경우에는 해당 법률안을 입법 예고하기 전에 기획예산처장관에게 부담금 신설 타당성에 관한 심사를 요청해야 함.
    - 부담금 심사를 요청하는 때에는 부담금의 신설에 관한 계획서를 제출하여야 하며, 계획서에는 신설목적 및 그 필요성, 부과 및 징수주체, 부과요건, 산정기준, 산정방법, 부과요율, 예상 징수액, 징수액의 사용목적, 근거법률의 제정 또는 개정여부 및 조문의 내용 등이 명시되어야 하고 부담금 신설이 법정기준에 부합하는지의 여부를 자체적으로 심사하고 그 결과를 첨부해야 함<sup>117)</sup>.
- [ 부담금의 환원 ] 한식기금에 적용 가능한 부담금으로 음식업체 및 농산물 수출입업체에 대해 매출 또는 영업이익의 일부를 부담금으로 환원하는 것에 대한 연구가 필요할 것으로 판단됨.
  - 한식당 음식폐기물의 발생을 억제하고 자원의 낭비를 막기 위해 폐기물 관리상의 문제를 초래할 가능성이 있는 제품·재료·용기의 업체에게 그 폐기물의 처리에 드는 비용인 폐기물부담금을 매년 부과·징수할 때 일정한 부과금을 확보하여 한식기금으로 하는 방안 등을 연구함.

117) 부담금의 현황 및 개선방향. 손원익. 한국조세연구원.



## 나. 기금의 운용 및 사용

- (가칭)한식기금은 세입세출예산 외로 운영되며, 농림축산식품부의 심의와 승인을 얻은 기금운용계획에 따라서 농림축산식품부장관의 책임 하에서 운용되고, 기금운용계획서와 기금결산보고서는 매 회계연도마다 농림축산식품부에 세입세출예산안 및 결산과 함께 제출함.
- [ 기금운용의 기본방향 ] 한식기금의 운영방향은 기금 건전성 제고로 미래 대응력 확충하고, 선택과 집중에 따른 수요자 중심의 기금운용을 강화함.
  - 기금 설립목적에 맞는 한식 핵심사업을 중점 지원하고, 예산사업과 연계성을 강화하여 시너지 효과 극대화
  - 기금 자체수입 확충 노력 및 운용수익성 제고 등을 통해 기금 개선노력
  - 선택과 집중 원칙에 따른 기금운용으로 정책대응 강화하는데 그 방향은 고용창출 활성화 및 식품·외식콘텐츠 산업 육성 등 미래 준비를 위한 기반 지속 확충하며, 집행관리, 주기적 현장점검 등 전달체계 모니터링 강화를 통해 기금사업의 국민 체감도 제고
  - 한식당, 전문가 등 수요자 중심의 맞춤형 지원을 통하여 사업 체감도 제고
- [ 기금의 특성 분류 ] 기금은 회전성 기금과 소모성 기금으로 분류하여 회전성 기금을 약 70%, 소모성 기금을 약 30%를 배정하여 운영하며, 회전성 기금은 이자율을 고려하여 운영계획을 설정함.
- [ 기금의 운용 ] 기금을 지원하는 사업은 ① 한식세계화를 위한 연구·개발 및 한식 보급 사업, ② 한식세계화를 위한 시설 확충 지원 사업, ③ 한식 복원, 정책 연구 및 세계조리사 양성을 위한 사업, ④ 광고나 그밖에 기금 조성을 위한 사업, ⑤ 저소득층의 한식 급식 지원 사업, ⑥ 한식 관련 식재료 유통 개선 사업, ⑦ 한식세계화를 위한 세계 박람회 및 세계 홍보 사업, ⑧ 한식세계화를 위한 경쟁력 향상 사업, ⑨ 그 밖에 한식세계화 진흥을 위한 사업으로서 규정에서 정하는 기금사업에 대한 사업비 및 경비의 지원 등이 있음.

## 2.4 기타 자조금 등

- [ 자조금의 의미 ] 자조금<sup>118)</sup>은 목적기금(Purposive funds)으로 법률상의 규정이나 집단의 결의로써 의무적 또는 자발적으로 거출하여 특정 목적에만 사용하는 제도적 기금임.
  - 개별적으로는 영향력이 없는 생산·공급자들이 스스로 일정 금액을 각출하여 그 조성금으로 국내외 소비촉진을 위한 홍보 및 시장개척, 교육·정보, 조사 연구사업 등의 사업을 실시함으로써 판매 및 소득증대를 도모하는 제도.
- 우리나라는 1992년 양돈과 산란계를 시작으로 2012년 현재 총38개 품목에서 자조금 제도를 운영하고 있음.
  - 정부는 생산자단체가 주체가 되어 품목별로 발생하는 산업문제를 주도적으로 해결하고 발전을 도모하도록 자조금 제도를 채택하고 있으며, 자율적으로 자조금을 조성할 경우 일정율의 자금을 지원하고 있음.
- [ 한식 자조금 ] 한식 자조금은 한식의 진흥을 위한 의도하는 분명한 목적인 국내외 한식소비촉진을 위한 홍보 및 시장개척, 교육·정보, 조사 연구사업 등의 사업을 실시함으로써 한식 판매, 농가 및 한식사업종사자 소득증대를 도모하는 제도이어야 함.
- 이러한 한식 자조금은 한식재단이 조성 및 관리·운영하여 한식 이해관계자의 공동이익 증진을 위한 목적에만 사용하고, 정책이 지향하는 바에 따라 자조금의 설치 및 사용을 객관적이고 합리적으로 하여야 함.
  - 한식세계화를 촉진을 위해 한식 자조금 제도 도입에 대한 추가적 연구 필요
    - 어떻게 조성할 것이며, 효율적인 운영할 것인가 등 연구할 필요가 있음.

118) 광의적 자조금 : 이익집단이 조달하는 여러 형태의 자조적 재원을 총괄  
 협의적 자조금 : 법적 규정 또는 집단의 결의로써 의무적 또는 자발적으로 부과수금하여 특정목적에만 사용하는 제도적인 기금(Check-off funds)

<표 VI-17> 국내 주요 자조금 제도

	주요 내용
농수산자조금	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "농수산자조금"(이하 "자조금"이라 한다)이란 자조금단체가 농수산물의 소비촉진, 품질향상, 자율적인 수급조절 등을 도모하기 위하여 농수산업자가 납부하는 금액을 주요 재원으로 하여 조성·운용하는 자금.</li> <li>• "농수산물"이란 「농어업·농어촌 및 식품산업 기본법」 제3조제6호에 따른 농수산물을 말한다. 다만, 「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 축산물은 제외함.</li> <li>• "농수산업자"란 「농어업·농어촌 및 식품산업 기본법」 제3조에 따른 농업인 또는 어업인, 농어업경영체, 생산자단체 및 농수산자조금의 효율적인 조성·운용 및 거출금의 공정한 분담을 위하여 필요하다고 인정되어 농수산물의 품목별로 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정하는 자<sup>119)</sup>를 말함.</li> </ul>
축산자조금	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "축산자조금"은 축산자조금의 조성 및 운용에 필요한 사항을 정하여 축산업자 및 소비자 권익 보호와 축산업의 안정적 발전을 도모하고자 조성됨.</li> <li>• "축산물"이란 소, 돼지, 닭 등에서 생산된 식육, 젓, 알과 그 밖에 농림축산식품부령으로 정하는 가축의 생산물을 말함.</li> <li>• "축산업자"란 국내에서 축산물을 생산하거나 그 축산물을 생산하기 위한 가축을 사육하는 자를 말함.</li> <li>• "축산단체"란 「민법」 제32조에 따라 설립된 비영리법인으로서 축산업자의 전부 또는 일부를 회원으로 하는 전국단위의 단체와 「농업협동조합법」 제121조에 따라 설립된 농업협동조합중앙회를 말함.</li> <li>• "축산자조금"의 용도는 다음과 같음. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 축산물 소비촉진 홍보</li> <li>2. 축산업자, 소비자, 중도매인과 수납기관에 대한 교육 및 정보제공</li> <li>3. 축산물의 자율적 수급 안정, 유통구조 개선 및 수출활성화 사업</li> <li>4. 축산물 소비촉진, 품질 및 생산성 향상, 안전성 제고를 위한 조사 연구</li> <li>5. 자조금 사업에 대한 경제성 평가</li> <li>6. 자조금의 설치 목적을 달성하기 위하여 의무자조금관리위원회 또는 제26조에 따른 임의자조금위원회가 필요하다고 인정하는 사업</li> </ol> </li> </ul>

119) 1. 파프리카: 유통업자 및 수출업자 2. 인삼: 인삼류제조업자 및 인삼제품류의 제조·가공업자, 유통업자, 수출업자 3. 참다래: 유통업자 4. 감: 건조업자, 가공업자, 유통업자 및 수출업자 5. 전복: 유통업자 및 수출업자 6. 임의농수산자조금을 설치한 자조금단체가 요청하여 농수산물 품목별로 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관이 정하여 고시하는 자

## 2.5 재단의 사업 추진

### 가. 재단의 사업 추진 의의 및 특성

- [ 재단 사업의 의의 ] 재단 사업은 한식세계화에 관한 공공의 목적을 달성하기 위하여 한식관련 자원을 효율적으로 활용하는 과정에서 확보할 수 있는 수익의 형태로 정의될 수 있음.
  - 사업은 학술적인 용어가 아닌 실무용어로서 그 개념과 범위 등이 이를 총괄하는 한식재단의 정관의 사업규정에 근거하여 추진이 필요함.
- [ 재단 사업의 특징 ] 한식세계화 재정을 확보하기 위해 수행되는 사업으로, 재단이 공익적인 주체이므로, 사업이 공공서비스를 증대시키는 것이어야 하고, 이에 따라 재원 확보와 공공서비스 증대가 동시에 추구되어야 함.
  - 재단 사업은 여러 가지 부존자원을 활용하여 공공서비스를 생산하고, 이를 국내외에 공급하는 과정에서 기업의 경영원리를 도입하여야 할 것임.
  - 재단의 사업은 적정 투자로 최대의 공공서비스를 생산하고, 그 수익은 적정하게 산출함으로써 보다 많은 공공서비스를 재생산하는 일련의 과정이라 할 수 있음.
  - 또한 재단 사업은 한식세계화 재원을 보완한다는 공공행정의 목적을 추구하고, 이를 위해서 재단이 기업적 경제활동을 하게 됨에 따라 수익사업을 시행함에 있어 다음과 같은 특성을 가지고 있음.

<표 VI-18> 한식재단 사업의 특성

특성	세부특성
• 공익성	• 자체 사업이라도 공공성이라는 공공부문의 상위의 목표와 양립하지 않는 사업성의 추구는 있을 수 없음.
• 수익성	• 자체 사업은 법령상의 별다른 제약 없이 자유롭게 추진가능하고 투자재원의 확보가 용이하며, 공권력을 사용하는 다른 일반 행정 업무와는 달리 비권력적인 방식으로 추진되는 경향임. • 또한 사업의 종류나 사업방식에 있어서도 재단이 독자적으로 결정할 수 있어서 언제든지 자체 사업을 신축적으로 운영 가능

	한 특징을 가짐
• 보충성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자체 사업의 대상사업이 민간부문이 이 사업을 하는데 소요되는 자금이 부족하거나, 시장이 제대로 형성되지 않아 수지타산을 맞추기가 어렵다고 판단됨.</li> <li>• 민간부문이 이러한 분야에 진입하지 않아 시장실패가 발생할 경우, 재단이 자원의 효율적인 배분과 공공서비스 제공 기회의 확대라는 측면에서 자체 사업을 수행해야 할 필요가 있음.</li> </ul>
• 비권력성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재단이 그 대가를 민간기업과 같이 쌍무계약방식으로 징수함.</li> <li>• 자체 사업은 제공하는 재화나 용역을 이용·사용하는 자에게 국한하여 사용자부담원칙에 따라 자유의사에 의한 비권력적 방식, 즉 사용료, 이용료, 입장료 등의 형태로 수입이 실현됨.</li> </ul>

- 현재 한식재단 정관상 목적사업 범위 내에서의 수익사업으로 할 수 있는 것은 출판사업, 교육사업, 홍보사업, 홍보제작물 판매사업, 부동산 임대사업 및 기타 재단의 목적에 부합하는 사업으로 이사회의 승인을 받은 사업을 할 수 있음.

<표 VI-19> 한식재단 정관의 사업범위

사업 분류	사업의 세부내용	비고
• 한식 진흥 및 문화보급	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식의 진흥, 한식문화육성</li> <li>• 한식홍보, 한식보급</li> </ul>	
• 브랜드 개발/컨설팅 인력 양성 및 교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 브랜드 개발지원, 한식관련 컨설팅</li> <li>• 한식관련 전문인력 양성, 한식관련 교육</li> </ul>	
• 한식세계화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외홍보, 해외 시장조사, 해외 현지 정보제공</li> <li>• 해외 우수한식당 인증제 운영, 해외 한식당 협의체 운영</li> </ul>	
• 국가, 지방자치단체, 기타의 자로부터 위탁받은 사업		
• 재단 목적 실현을 위해 필요한 자체 사업		
• 정관상 목적사업 범위 내에서의 수익사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 출판사업, 교육사업</li> <li>• 홍보사업, 홍보제작물 판매사업</li> <li>• 부동산 임대사업</li> <li>• 기타 재단의 목적에 부합하는 사업으로 이사회의 승인을 받은 사업</li> </ul>	

자료 : 한식재단 정관 제4조

## 나. 재단 수익사업의 방향

### □ 수익사업 추진목적

- 우수 한식의 발굴·개발, 조리지원, 전문인력 양성, 한식세계화 관련 기업의 창업 및 해외진출 지원 등에 필요한 비용을 충당하기 위하여 (정부의 승인을 받아) 자체 사업을 실시함.
  - 자립화 기본 전략 수립은 기능요소별 한식 활동부문에서 수익성 사업으로의 전환을 위한 구체적인 실천전략을 수립함.

### □ 수익사업의 전제

- 자체 사업은 재단의 자주재원 확충 노력의 일환으로 자기 책임 하에 자율적으로 추진하는 것이 바람직함. 따라서 정부기관은 장기적·거시적 관점에서 바람직한 방향을 제시하고, 이러한 방향에 따라 재단이 다양한 개별 수익사업의 문제점 해소와 활성화 방안을 실정에 맞게 수립하도록 유도해야 함.
- 효율적인 자체 사업 추진을 위한 추진체계가 확립되어야 하고, 사업으로서의 적정성, 사업추진 주체인 재단의 사업수행 능력, 투자가치 등에 대해 전문적이고 체계적인 타당성 분석을 실시해야 함.

<표 VI-20> 사업추진을 위한 세부 전제

사업추진전제	사업추진을 위한 세부전제
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영능력 제고 및 책임경영 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자체 사업을 추진할 경우 준비 단계부터 '기획단'을 설치·운영하여 정상 운영될 때까지 지원하고, 정상운영 단계에서는 운영요원만으로 추진하는 등 전담체제를 마련함.</li> <li>• 담당직원에게 민간경영기법, 투자효과분석 방법 등을 교육·훈련하여 경영능력 제고, 수익사업에 대해 자율경영 책임체제 확립을 추진함.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정확한 경영수지 분석 방안 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재단의 자체 사업 경영수지 분석 시 수입과 비용의 개념을 명확히 하고, 사업부문별 경영성과가 정확히 산출될 수 있도록 관련회계 제도를 정비하고 사업별로 수지 상황을 정확히 파악·보고될 수 있도록 회계방안의 검토 필요</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실효성 있는 평가 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수익사업에 대해 재단은 주기적으로 사업운영에 대한 경영분석이나 전문기관에 의한 평가를 실시하여 낭비적 요인을 제거하고, 효율적인 운영방안을 강구하도록 함.</li> </ul>

## 다. 재단의 추천 수익사업

### □ 한식종합체험홍보관 운영 및 부수(附隨) 사업

- [ 한식종합체험홍보관 운영사업 ] 한식종합체험홍보관 조성하여 체험홍보관을 직접 운영하거나 일부 시설을 임대 및 대관시설로 활용하여 부수수입을 창출하는 사업으로 추진함.
  - 한식재단이 홍보관 운영 및 부수된 임대·대관사업을 수익사업으로 할 수 있도록 농림축산식품부에서 법·제도적 지원 필요.
  - 서울의 중심지 및 지방의 중심도시에 부지를 확보하여야 재단의 수익사업으로 사무시설 및 컨벤션의 활용이 높을 것으로 판단됨.
- [ 부수 임대사업 ] 한식종합체험홍보관내 사무공간을 약 1,652.89㎡(약 500평)을 확보하여, 한식관련 업체 및 한식창업보육센터(incubator) 등의 사무실로 임대하는 사업을 추진함.

<표 VI-21> 사무시설 임대료 기준 사례

(단위 : 원/㎡)

구분		임대보증금*	월 임대료	월 관리비	합계	
사무실	A 사례	A'	442,488	36,874	18,404	497,766
		A"	549,000	45,760	18,404	613,164
	B 사례	72,600	7,260	3,500	83,360	

- 주 1. 2013년 기준, 기간별 기준변동
- 2. A사례 서울중심 권역 위치, B사례 경기도 권역 위치 기준
- 3. \* 임대보증금은 임대료의 12배 기준

- [ 부수 대관사업 ] 한식종합체험홍보관내 재단이 수익사업으로 활용할 컨벤션 홀(convention hall)을 약 1,652.89㎡(약 500평) 수준으로 설치하고, 전시홀 약 826.44㎡(약 250평)과 회의실 약 826.44㎡(약 250평)으로 구성함.
  - 컨벤션 홀을 다양한 소공연과 이벤트, 회의 및 예식 등의 공간으로 활용함.

<표 VI-22> 전시장 대관료기준 사례

(단위 : 원/m<sup>2</sup>)

구분		일 임대료	관리비
컨벤션 홀	A사례	전시홀	임대료 20%
		회의실	장비사용료 별도
	B사례	전시홀	정상임대료의 10~20% 적용
		회의실	-

- 주 1. 2013년 기준, 기간별 기준 변동  
 2. A사례 서울중심 권역 위치, B사례 경기도 권역 위치 기준  
 3. 컨벤션홀 임대료의 경우 시설물 및 기간, 시간에 따라 변동폭이 큼. 부가세 별도

- 5개년 계획에 따라 '14년~'15년 한식종합체험홍보관을 구축하고, '16년부터 운영되는 것으로 전제로 하여 '16년부터 '18년까지 3년간 임대 및 대관사업시설의 수입은 32.4억원 수준임.
  - 3년간 임대수입은 약 17.34억원, 대관수입은 약 15.06억원임.
  - 운영률은 '16년부터 '18년까지 연차별로 각각 70%, 80%, 90%로 활용된다고 가정하였음.
  - 임대 및 대관사업의 수익은 서울과 경기권역에 있는 A·B사례의 평균값을 기준으로 산정하였으며, 시설 활용에 따른 별도 부대 수익은 제외함.

<표 VI-23> 임대 및 대관사업 등 부수사업 수입계획

(단위 : 백만원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	계
임대수익	-	-	506	578	650	1,734
대관수익	-	-	439	502	565	1,506
계	-	-	945	1,080	1,215	3,240

- 주 1. 한식종합체험홍보관은 2016년 정상 운영되는 것으로 가정함.  
 2. 임대수익 및 대관수익은 A, B 임대료의 평균을 기준으로 함.  
 3. 대관수익은 부대시설 이용 및 대관 시간 및 기간에 따른 할인율 등에 따라 변동폭이 큼.



□ 한식콘텐츠 서비스 제공사업

- 한식관련 콘텐츠 제작 사업을 통하여 확보한 콘텐츠의 지적재산권을 이용한 콘텐츠 제공(서비스) 사업을 추진하여, 한식콘텐츠의 대중화와 한식세계화 사업 인지도 제고하는 사업과 재단 수익사업을 동시에 추진함.
  - 한식관련 콘텐츠 서비스 이용 사업은 본 연구에서는 수익금 산출하지 않음.

<표 VI-24> 한식콘텐츠 제공 서비스 사업

사업	세부내용
한식 데이터 상품화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식재단 보유 각종 한식데이터 판매</li> </ul>
한식사진 상품화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 이미지 사진 활용 책자, 엽서집, 홍보물 등 제작·시판</li> <li>• 한식재단 홈페이지 내 판매를 위한 사이트 구축</li> </ul>
한식 영상물 상품화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 조리법 등 다양한 영상물 판매</li> <li>• 사이트 내 한식관련 VOD 서비스 추진</li> <li>• 영상물 DVD 판매 및 영상 콘텐츠 수출</li> </ul>
출판물 시판	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식세계화 사업의 연구·조사 용역보고설리 기반으로 한 출판물 발간 및 온/오프라인 시판</li> <li>• 전자책(E-Book) 제작 및 시판</li> </ul>
한식당 식기류 및 디자인 소품 상품화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외 한식당에서 사용하는 식기류, 도자기, 인테리어 소품 등 한식당 인테리어 디자인 용품 판매</li> </ul>
한식세계화 BI상품화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 상표출원 된 한식세계화 BI 및 재단 CI를 통한 위장사업 추진 등</li> </ul>
BI 활용 디자인 품목 상품화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재단 보유 BI 활용 디자인 상품 개발·시판                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 넥타이, 스카프, 청사초롱, 노트 등</li> </ul> </li> <li>• 판매방식                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한식재단 웹사이트 온라인 판매</li> <li>- 한식종합체험홍보관 등 오프라인 판매</li> </ul> </li> </ul>

- 한식콘텐츠 제공에 대한 결제방식은 일반적으로 모바일 결제 톨인 신용카드를 기반으로 한 스마트폰 NFC(근거리통신, near field communication)방식<sup>120)</sup>과 QR코드(Quick Response Code)<sup>121)</sup> 기반의 핸드폰 소액결제 등을 기준으로 함.

120) 10cm 이내의 가까운 거리에서 다양한 무선 데이터를 주고받는 통신 기술. 무선태그(RFID) 기술 중 하나로 13.56MHz의 주파수 대역을 사용하는 비접촉식 통신 기술. 통신거리가 짧기 때문에 상대적으로 보안이 우수하고 가격이 저렴해 주목받는 차세대 근거리 통신 기술.

121) 바코드보다 훨씬 많은 정보를 담을 수 있는 격자무늬의 2차원 코드. 스마트폰으로 QR코드를 스캔하면 각종 정보를 제공받을 수 있음.

### 3. 한식세계화 법률 제정

#### 3.1 제안 이유

- 한식세계화 촉진법(안) 또는 한식에 관한 진흥법(안)은 지금까지 진행한 한식 세계화를 체계적으로 수행하는 기반을 마련하는 의미가 있음.
- 우리나라 문화자원의 핵심인 한식을 미래 국가핵심 이미지 표현과 문화매개체로 육성하기 위하여 장기적인 관점에 범국가적 역량을 집중하고, 체계적이고 일관성 있는 발전체계 구축을 위한 국가적 차원의 지원이 필요함.
- 현재 세계 각국은 문화자원의 융합을 대표하는 음식을 통해서 농수축산 식품 수출을 이끌어 내고, 국가 이미지에 큰 영향을 미치도록 음식을 통한 산업 및 문화시장에서 치열하게 경쟁하고 있음.
  - 특히 선제적 시장창출의 구도선점에 따라 선두주자가 결정될 수 있는 미래 핵심 전략산업이 음식산업임.
  - 따라서 각 국에서는 세계시장 선점을 위하여 다양한 세계화 정책수단을 강구해 오고 있음.
- 한식이 가지는 국가·사회·경제적인 파급효과를 고려하여 국가에 의한 세계화를 체계적으로 수행하게 함.
  - 한식의 세계시장 창출을 위한 보급 확대 정책으로 생태계 구축, 관련 식단·조리 기술개발, 전문 인력 양성, 한식 랜드의 조성, 전문교육 실시, 전문기관 지정과 민간참여 지원, 표준과 품질 인증 그리고 한식서비스 및 홍보 등에 필요한 법률적 근거를 마련함.
- 특히 한식이 세계적으로 개발·이용되는 것을 촉진하기 위한 중장기 기본계획 수립을 통하여 국가경제의 지속가능한 발전과 국민 식생활 문화를 향상하기 위하여 필요한 법률을 제정하는 것임.

## 3.2 한식세계화의 여건과 국내 법제

### 가. 한식세계화의 여건 분석

- 세계 각국은 자국의 식품과 식생활 문화 사업 등을 통하여 세계 음식시장에 있어서의 주도권 확보와 더불어 자국의 농업경쟁력 향상과 자국민의 편의 등을 도모하고 있음.
  - 초창기 식품과 식생활 문화 사업의 형성은 고비용으로 인하여 일부 국가에서만 시행되어 왔음.
  - 현재에 있어서 식품과 식생활 문화 사업은 촉망받는 블루오션(blue ocean)으로서의 인식과 함께 고부가가치를 창출할 수 있다는 측면에서 다수의 국가가 치열한 경쟁을 펼치고 있는 영역임.
- 우리는 지난 2009년 한식세계화사업추진단을 구성하고 한식재단 등으로 하여금 식품과 식생활 문화의 세계화를 위하여 노력하여 왔으나 다양한 노력에도 불구하고 기본 계획 수립과 추진 체계가 미흡하여 한식세계화를 제 궤도로 올리는 데 미흡하였고, 현재 한식세계화 사업은 이륙단계라고 볼 수 있음.
  - 일본 등 주요 국가들 보다 식품과 식생활 문화 추진이 뒤떨어져 새로운 전략을 수립하는 등 적극적인 방향으로 선회할 시점에 와 있다고 볼 수 있음.
- 주지하다시피 식품과 식생활 문화의 세계화는 경제적·사회적으로나 나아가 국가의 위상을 좌우할 수 있는 중요한 사업의 하나임.
  - 따라서 더 육성하고 발전시켜야 하는 당위성은 어느 누구도 부정하기 힘들지만 아직도 해당 사업에 대한 국내외 인프라와 인력 등은 선발국의 지위에 도달하고 있지 못하는 실정임.
- 따라서 우리나라의 한식세계화 사업이 대외적 경쟁력을 갖추으로써 미래 산업을 선도할 수 있도록 함
  - 동시에 농업과 문화 나아가 산업의 지속적인 융합과 발전을 도모하기 위하여 한식 관련 국내법 체계를 제정할 필요가 있음.

## 나. 한식 관련 국내 법제

- 현재 우리나라는 전통식품과 식생활 문화의 세계화를 위해 국가 및 지방자치단체가 각 지역별 전통식품과 식생활 문화를 조사·발굴하여 이를 현대화하고, 우리 음식과 식생활 문화의 세계화를 통한 국가 이미지 향상에 노력하기 위하여 「농어업·농어촌 및 식품산업기본법」, 「식품산업진흥법」, 「외식산업진흥법」을 운용하고 있음.

<표 VI-25> 한식관련 국내 법제 비교

구분	식품산업진흥법	외식산업진흥법	농어업·농어촌 및 식품산업 기본법
목적	식품산업과 농어업 간의 연계강화를 통하여 식품산업의 건전한 발전을 도모하고 식품산업의 경쟁력을 제고하여 다양하고 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국가경제 발전에 이바지하는 것	외식산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 외식산업 진흥의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지하는 것	국민의 경제, 사회, 문화의 기반인 농어업과 농어촌의 지속가능한 발전을 도모하고, 국민에게 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급하며, 농어업인의 소득과 삶의 질을 높이기 위하여 농어업, 농어촌 및 식품산업이 나아갈 방향과 국가의 정책 방향 규정
정의	“식품”이란 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 농수산물이거나, 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물	“외식산업”이란 외식상품의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·수입·가맹사업 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업과 그 밖에 산업	“식품산업”이란 식품을 생산, 가공, 제조, 조리, 포장, 보관, 수송 또는 판매하는 산업

- 현행 법제의 문제점은 식품산업진흥법, 외식산업진흥법 등이 제정된 목적은 전통식품과 식생활 문화의 세계화를 체계적으로 진흥하기 위한 법제이지만, 한식 생태계 조성 등 한식 세계화를 위한 규정이 미비하다고 볼 수 있음.

### 3.3 법안의 주요내용과 체계

#### 가. 한식세계화 촉진법의 주요내용과 체계

##### □ 촉진법의 법안 주요내용

- [ 기본계획 수립 ] 한식의 세계화를 효과적으로 달성하기 위하여 정부는 5년 단위의 중장기적인 기본방향, 중장기 목표, 학술 진흥 및 기반조성, 시설구축 등 기본계획과 기본계획을 달성을 위한 연도별 실행계획을 수립하여 추진하도록 함.
- [ 한식위원회 설치 ] 한식 분야의 세계화 촉진 및 기술진흥을 위한 사업을 효율적이고 체계적으로 추진하고 한식관련 정책의 개발을 지원하기 위하여 농림축산식품부장관의 인가를 받아 재단법인으로 한식위원회를 설립하여 한식세계화에 관한 제반사업 등을 수행하도록 함.
- [ 한식세계화 기반조성 ] 한식의 세계화를 위하여 한식종합관리시스템 구축·운영, 전문 인력 양성, 한식 관련 연구·개발의 촉진, 세계한식당협회의 구성·운영, 자금 지원, 통계 및 실태조사, 국제협력 촉진, 개도국에 대한 한식 보급 촉진, 홍보 등을 실시하여 한식 세계화의 유무형의 기반을 강화함.
- [ 한식종합체험홍보관 ] 농림축산식품부장관은 한식종합체험홍보관 조성지역을 시·도지사의 신청에 의하여 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 지정할 수 있도록 함.
- [ 한식 품질관리 ] 국내외 한식당의 품질 확보 및 한식 보급 및 확산을 촉진하기 한식위원회가 한식에 대한 품질인증을 실시함.
- [ 전문기관 지정 등 ] 정부는 한식 세계화의 중추적 역할을 담당하고 기업·

대학 및 연구소간의 상호 유기적 협조체제를 구축하여 국가 자원의 효율적 이용을 위하여 한식의 거점기능을 담당할 한식 전문기관을 지정할 수 있도록 함. 또한 필요한 전문 인력 및 시설을 갖춘 학교·기관 또는 단체, 기업 등을 한식세계화 전문기관으로 지정하여 운영함(안 제29조). 또한 정부는 기업의 참여를 유도하기 위하여 시책을 마련하도록 함.

- [ 수익사업 ] 한식위원회는 한식세계화에 필요한 비용을 충당하기 위하여 정부의 승인을 받아 수익사업을 할 수 있도록 함.
- [ 한식기금의 설치 ] 또한 농림축산식품부 장관은 한식위원회의 설치 및 운영에 필요한 자금과 한식세계화의 촉진 및 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 한식위원회는 한식기금을 설치함.
- [ 한식대학원대학 설립 ] 농림축산식품부 장관과 한식위원회는 공동으로 스타 셰프 등 전문 연구 인력을 양성하기 위하여 교육부 장관의 인가를 받아 대학원 대학을 설립함.
- [ 성과평가 ] 정부는 한식세계화 활동에 대한 평가를 성과 중심으로 실시하여 한식위원회·연구기관·대학 및 기업 등에 대한 한식세계화 투자의 효율성과 책임성을 높이도록 노력하여야 함.

## □ 촉진법 법안의 체계

- 한식세계화촉진법(안)은 현행 전통식품산업의 육성 등 「식품산업진흥법」, 「외식산업진흥법」상의 규정을 토대로 국내외 한식당·식재료·식생활 문화 등 한식세계화 전반의 촉진을 위한 사항을 신설하려는 것으로 총칙 규정, 한식세계화 기반의 조성, 한식종합체험홍보관 조성, 한식의 품질관리, 전문기관의 지정 등 총 7장 44조로 구성되어 있음.

<표 VI-26> 한식세계화 촉진법(안)의 체계 및 주요내용

제1조~제6조	: 총 칙 (목적, 정의, 국가·지자체 책무, 기본계획의 수립 등, 한식위원회의 설립 등)
제7조~제15조	: 한식세계화 기반 조성 (제7조) → 한식종합관리시스템 구축·운영 (제8조) → 한식세계화 전문 인력의 양성 등 (제9조) → 한식세계화 관련 연구·개발의 촉진 (제10조) → 해외한식교류회의 구성·운영 (제11조) → 자금지원 등 (제12조) → 통계 및 실태조사 (제13조) → 국제교류의 촉진 (제14조) → 개발도상국에 대한 한식 보급 촉진 (제15조) → 한식에 대한 홍보
제16조~제22조	: 한식종합체험홍보관의 조성 등 (제16조) → 한식종합체험홍보관 조성지역의 지정 등 (제17조) → 조성실행계획의 승인 등 (제18조) → 조성 및 운영비의 지원 (제19조) → 국·공유재산의 사용·수익허가 등 (제20조) → 인·허가 등의 의제 (제21조) → 입장료 등의 징수 (제22조) → 한식종합체험홍보관의 관리 등
제23조~제28조	: 한식 및 한식당의 품질관리 (제23조) → 한식의 품질인증 등 (제24조) → 인증 한식 등의 공고 등 (제25조) → 인증표시 (제26조) → 표시제거 등의 명령 (제27조) → 품질인증의 취소 (제28조) → 한식 품질인증의 지원
제29조~제36조	: 한식세계화 전문기관 지정 등 (제29조) → 한식세계화 전문기관의 지정 등 (제30조) → 참여기업이 지원 등 (제31조) → 수익사업 (제32조) → 한식서비스 거래 지원 (제33조) → 한식세계화 관련 사업지원 등 (제34조) → 한식대학원 대학의 설립 (제35조) → 대학원대학의 학위과정 등 (제36조) → 성과평가 및 성과평가의 기본원칙
제37조~제39조	: 한식기금 (제37조) → 기금의 설치조성 등 (제38조) → 기금의 재원 (제39조) → 자금의 차입 (제40조) → 기금의 용도 (제41조) → 기금의 운용·관리
제42조~제44조	: 보칙(권한 등의 위임·위탁 등)
부 칙	: 제정 법령 시행시기 (시행령 마련을 위해 6개월 후 발효)

## 나. 한식 진흥에 관한 법률안의 주요내용과 체계

### □ 진흥법안의 주요내용

#### ○ 총괄

- 이 법은 한식의 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 우리의 식문화와 한식 산업의 기반 조성 및 경쟁력 강화를 도모하고 한식을 통하여 국민의 문화 의식 함양 확대와 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 함.
- 국가는 한식의 발전을 도모하고 국민의 건전한 식문화 활동을 진작하기 위하여 한식 육성에 필요한 시책을 강구하도록 함.

#### ○ 한식 진흥 기본계획의 수립·시행

- 농림축산식품부장관은 한식의 진흥을 위하여 중·장기 진흥 기본계획을 3년마다 수립하여 시행하고, 시·도지사는 이에 따라 연도별 세부시행계획을 수립·시행하도록 함.
- 정부와 지방자치단체는 기본계획 및 시행계획을 효과적으로 추진하기 위하여 필요한 자금을 확보하기 위해 노력하여야 함.

#### ○ 우리 식문화의 진흥

- 정부는 한식 관련 정책의 수립·시행을 위하여 한식에 관한 기초 및 실태 조사를 실시하여야 함.
- 정부는 한식의 진흥에 필요한 자료를 효율적으로 활용하고 일반 국민에게 제공하기 위해 한식 정보체계를 구축·운영하도록 함.

#### ○ 한식 진흥 추진체계

- 한식 진흥을 효율적으로 추진하기 위하여 농림축산식품부에 한식위원회를 둘 수 있도록 함.
- 정부는 국민의 식문화 개선과 한식 문화 확산을 도모하고 한식을 세계화할 수 있도록 한식 단체의 설립·운영을 지원하여야 함.
- 또한 농림축산식품부장관이 한식의 보전 및 진흥을 효과적으로 추진하기



위하여 '한식진흥원'을 설립하거나, 공공기관을 '한식진흥원'으로 지정할 수 있도록 함.

○ 한식 전문인력 양성 및 우수한식 등록·관리 등

- 농림축산식품부장관은 한식 진흥에 필요한 전문인력 양성기관을 지정할 수 있도록 함. 국가 및 지방자치단체가 한식 조리·요리 전문인력 양성 등을 위해 노력하고, 이에 필요한 지원을 할 수 있도록 함.
- 또한 정부는 한식 표준·규격의 확산 등을 위해 노력하고, 이에 필요한 지원을 할 수 있도록 함.
- 농림축산식품부장관은 시·도지사가 한식 기능·기술자의 신청을 받아 한식 위원회의 심의를 거친 후 우수한식 발굴·시상 등을 하며, 우수한식을 등록·관리하고, 등록된 우수한식에 대해 기술·재정적으로 지원하거나 기준 등 관계 법령의 특례 적용을 할 수 있도록 함.

○ 한식 진흥 기반 조성

- 농림축산식품부장관은 시·도지사가 '한식마을'의 조성을 촉진하기 위하여 이에 필요한 기술 및 재정지원을 할 수 있고, '한식마을' 조성 시 기반시설을 우선하여 정비할 수 있도록 함.
- 농림축산식품부장관은 한식의 이용 및 활용 등을 효율적으로 지원하기 위하여 시도지사의 신청에 따라 2개 이내의 '한식랜드'를 지정할 수 있도록 함.
- 국가와 지방자치단체는 한식의 학술적 기반을 형성하고 우리의 식문화를 보호·계승하기 위하여 '한식박물관'을 설치할 수 있도록 함.

○ 한식 세계화 기반 조성

- 정부는 한식 세계화, 한식의 국제 교류 및 해외시장 진출 활성화를 위한 사업 등을 효율적으로 지원하기 위하여 예산의 범위에서 이에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 보조할 수 있도록 함.
- 한식 세계화를 위해 국내외 홍보 및 교육, 관련 협의체 구성 및 지원 등을 할 수 있도록 함.

## □ 진흥법안의 체계

- 제정안은 본칙(本則)과 부칙(附則)으로 구성되어 있고, 본칙은 총칙, 한식의 진흥 기반 마련, 한식의 진흥 추진체계, 우수한식의 등록 및 지원, 한식 전문인력 양성 등, 한식의 보급 및 확산, 한식 세계화를 위한 기반 마련 이상 7개의 장(章)으로 구성되어 있음.

<표 VI-27> 한식의 진흥에 관한 법률안의 구성 체계

구 분	주요 내용	세 부 내 용
한식의 진흥 기반 마련 (5조~8조)	한식 진흥 기본계획 및 시행계획 수립	· 5년 단위 <b>기본계획</b> (국가) 및 연도별 <b>시행계획</b> (지자체) 수립
	한식 기초 및 실태 조사	· 한식의 정책 수립을 위한 <b>기초조사</b> 및 실태조사 등을 위한 근거 마련
	한식의 정보체계 구축	· 한식의 정보의 효율적 활용과 정보제공을 위한 <b>정보체계의 구축</b> 등을 위한 근거 마련
한식의 진흥 추진체계 (9조~11조)	한식위원회의 설치	· 한식의 진흥을 효율적으로 추진하기 위한 한식위원회 설치를 위한 근거 마련
	한식단체의 설립 운영 및 한식진흥원 지정	· 국민의 식문화 개선, 한식문화 확산 및 한식세계화를 위한 한식단체, 또는 한식진흥원의 지정·운영 등을 위한 근거 마련
우수 한식의 등록 및 지원 (12조~15조)	우수한식의 등록	· <b>한식 조리·요리 기능·기술자의 신청</b> 및 <b>한식위원회 심의</b> 를 거쳐 <b>시도지사가 등록</b>
	우수한식 지원 및 관리	· 시도지사는 <b>조리·요리 비용</b> 의 일부 또는 전부를 <b>지원</b> 할 수 있음
	우수한식에 대한 특례	· 우수한식에 대한 학교 및 공공기관의 급식 납품계약에 <b>우선권 부여</b> 등의 <b>특례 적용</b>
한식 전문인력 양성 등 (16조~18조)	한식 조리, 요리 전문인력 양성 지원 및 관련 전문인력 양성기관 지정	· 한식산업 진흥을 위해 <b>조리·요리 전문인력 양성</b> · 한식 활성화와 우수한 한식의 확산을 위하여 <b>한식 전문인력 양성기관을 지정</b>
	한식규격의 보급 지원	· 국가 및 지자체는 <b>한식 표준 및 규격</b> 을 적용하는 사업을 위해 <b>행정·재정적으로 지원</b>
한식의 보급 및 확산 (19조~29조)	한식마을의 조성	· 시도지사는 한식마을 조성을 촉진하기 위하여 <b>기술을 지원하거나 보조금 등 재정지원</b>
	한식랜드의 지정	· 농축식품부장관은 한식에 대한 이용·활용을 촉진하기 위하여 시도별(2개 이내) 한식랜드를 지정하는 근거를 마련함.
	한식박물관의 설치	· 농축식품부장관은 한식의 보전 및 계승정책을 효과적으로 추진하기 위하여 <b>한식박물관을 설립</b>
한식세계화를 위한 기반 마련 (30조~31조)	한식 세계화 시책 추진	· 한식 세계화를 위하여 교육·홍보, 관련 <b>단체 지원</b> 등의 시책 추진
	한식 홍보·운영	· <b>한식 세계화</b> 를 위한 협의체를 구성하여 홍보 효율화

## 제7장

## 종합 및 정책적 제언



## VII. 종합 및 정책적 제언

### 1. 종합

#### 1.1 문제의 제기와 연구 목적

- 최근 우리나라 정부는 한식의 해외 진출 가능성에 주목하고, 한식을 세계 5대 음식으로 육성하기 위하여 한식 세계화 기반 구축, 해외 한식당 경쟁력 제고, 한식 및 식문화 홍보 등 「한식 세계화 추진 기획」을 수립하여 '09년부터 지속적으로 사업을 추진하고 있음.
  - 한식세계화 추진 단체는 한식 및 한식당의 세계화 전략구축을 위해 우선적으로 한식의 브랜드 이미지 구축의 필요성을 인식하였으며, 이를 통해 세계 각국의 소비자들에게 한식에 대한 명확한 메시지 전달의 필요성이 대두되고 있음.
- 본 연구에서는 정부와 민간의 역할 모델 수립 및 장기적 관점에서 한식세계화 사업 방향설정을 위하여 그 동안 성과에 대한 사업성과 분석을 객관적으로 검토할 필요가 있음.
  - 한식세계화 추진 정책과 세부사업들에 대한 정량·정성적인 평가모델 개발을 통해 새로운 객관적 성과분석을 마련하여 평가함.
- 성과분석 결과는 단순히 기존 또는 시행된 사업들에 대한 평가부분도 있지만, 결과를 바탕으로 중장기적인 목표를 설정하고 부문별, 세부 사업별로 설정·계획하는데 기초자료로 활용할 수 있도록 해야 함.
- 따라서 본 연구는 그 동안 추진해 온 한식세계화 정책 및 세부사업들에 대한 정량·정성평가모델을 개발하여 객관적인 사업성과분석을 바탕으로 5개년 한식세계화 사업을 위한 비전·목표를 제기하고, 과제별 세부 사업에 대한 추진 계획 수립·보완을 통한 추진기구인 한식재단의 자립화 방안을 수립하는데 그 목적이 있음.

## 1.2 한식세계화 성과분석

- 한식세계화 개별 사업의 지속성이 결여 또는 담당 기관의 변경 등으로 분석 항목 결과를 해석하는데 있어 주의할 필요가 있음.
  - 성과분석은 특정 사업이 특정 부처에서 지속적으로 사업을 추진함에 있어 정확한 분석결과를 도출할 수 있으며, 결과에 따른 사업의 진행 및 보완, 폐지 등을 논의하는데 있어 도출된 수치의 정확성이 향상됨.
  - 하지만 한식세계화의 경우 특정 사업은 시행 1차년도인 경우 또는 일회성 사업, 중복 사업 등의 부분의 문제가 있어 단순한 수치적인 해석으로 해당 사업의 성과 우수 및 미흡을 평가함에 매우 주의할 필요가 있음.
- 그동안의 규제위주의 식품산업정책에서 벗어나 외식산업관련 활성화를 위한 국내산 농식품의 해외 판로개척, 한식의 산업화 촉진을 위한 정부차원 활동들에 대해서는 긍정적으로 평가됨.
- 현재까지 추진된 한식세계화 사업과 관련 일부 가시적인 성과를 거두었으나, 전략추진에 있어 장기적 관점에서 체계적이고 전략적인 사업추진이 필요함.
  - 지난 '09년과 '10년에 대국민 설문조사에서 '한식세계화 사업의 필요성'은 92%수준으로 2년간 변화가 없었던 반면, '한식세계화 사업의 실현가능성'에서는 '09년 69%에서 '10년에는 80%로 상당히 큰 폭의 신장세를 보임. 이는 한식세계화에 대한 비판적 여론이 있는 것도 사실이지만 사업진행의 필요성과 실현가능성에 대한 국민적 공감대가 많이 확산되었다는 증거라고 판단됨.
- 음식에 대한 기호는 천천히 익숙해지면서 새로운 음식을 받아들이는 과정을 거치게 되는 것이지 불과 1~2년 사이에 갑자기 변하지는 않음.
- 따라서 한식세계화 결과 또한 조금하계 단기적 성과에 따라 중단하거나 급격한 방향 선호보다는 장기적 관점에서 바라볼 필요가 있다고 판단됨.

- 일반적으로 음식의 전파는 문화, 경제, 민족적 교류과정에서 자연스럽게 진행되어 왔으며, 고정된 형태로의 전파가 아닌 대외여건의 변화에 따라 흡수·변형·통합되는 생물체적인 성격을 지님에 따라 수용자에 따라 선호도, 받아들이는 방식 등에 차이가 있음.
  - 따라서 음식의 세계화는 확정적·획일화된 접근을 통한 단기적 성과도출을 보다는 장기적 관점에서 시장 환경의 변화에 부응하는 전략적 접근이 필요함.
- 현재까지 한식세계화에 투자된 정부예산과 노력이 헛되지 않게 하기위해, 한식세계화를 위한 기초를 튼튼히 하고 체계적으로 정리할 시점임.
  - 한식세계화 사업에 대한 종합 평점은 평균 75.9점으로 '보통' 수준인 것으로 나타남.
    - 전략별 분석결과를 보면, 식문화 홍보전략 80.2점, 전문인력 양성전략 76.1점, 인프라구축전략과 R&D전략이 74.6점, 경쟁력 강화전략이 73.3점 순임.
    - 성과분석 결과 35개의 세 분류 사업 중 '우수' 평가를 받은 사업은 한식교육 동영상 제작 등 9개 사업이며, '보통'의 평가를 받은 사업은 한식세계화 추진단 구축 등 21개 사업, '미흡'은 플래그십 한식당 개설 사업 등 5개로 나타남.

<표 VII-1> 한식세계화 성과분석 종합

평가대상	종합 (100)	성과달성도 (30)	계획의 적정성 (10)	과정의 적절성 (20)	정책효과성 (40)
인프라	75.2	25.7	7.0	13.2	29.3
R&D	74.6	25.5	7.2	12.2	29.8
전문인력 양성	76.1	25.2	7.6	12.6	30.6
경쟁력 강화	73.3	24.6	7.1	12.5	29.0
식문화 홍보	80.2	25.9	7.1	14.4	32.9
평균	75.9	25.4	7.2	13.0	30.3

주 1. 3차 평가위원의 평균을 적용한 후 평점을 분류한 것.

2. 우수(80점 이상), 보통(70점 이상~80점 미만), 미흡(70점 미만)

- 성과분석 결과, 현재 지속 추진 사업, 일회성 사업 등을 종합적으로 분석·평가한 결과에 따라 아래와 같이 관련 사업을 미시적 관점에서 편성함.

<표 VII-2> 전략별 한식세계화 사업 재설계

평가대상	사업기간				성과평가			사업효율화			비고	
	'09	'10	'11	'12	우수	보통	미흡	계속	축소	폐지		
인프라	010101	◆	◆	◆	◆		●		✓		조직체계 정비(컨트롤타워) 후 축소	
	010102		◆	◆	◆		●		✓			
	010103				◆		●		✓		자립화 후 축소	
	010104				★		●		✓			
	010201			★	★	●			✓			
	010202	◇	◇				●				✓	
	010301			★	★	●			✓		부처간 협업을 통한 강화	
	010302			★			●				✓	
	010303	◆	★	★	★	●			✓			
R&D	020101	◆	★	△	△		●		✓			
	020201			★	△		●		✓			
	020202			△			●		✓			
전문 인력 양성	030101	◆	◆	◆	★		●			✓	전문기양성을 위한 학제 마련필요	
	030102	◆	◆	◆	★		●				지자체와의 중복해소	
	030103			◆				●				
	030104				★		●		✓		인력매칭, 창업보육 등 고려	
	030201		◆	◆	◆		●			✓		
	030201	◆	◆	◆	◆		●		✓			
	030202		◆	◆	◆		●		✓			
	030203		◆	◆	◆		●		✓		해외 외국인 대상 한식교육 확대	
	030204				◆		●		✓			
030205		★			●			✓				
경쟁력 강화	040101	◆	★	★	★		●		✓		국외의 한식활성화 품질향상을 위한 방안	
	040201		◆	◆	◆			●	✓		비즈니스 모델 구축을 통한 체계적	
	040202			◆	◆		●			✓		
	040203			◆			●		✓			
	040301			★				●			✓	민간의 업무영역
	040401	◆	★			●					✓	
	040402	◆	★			●					✓	
	040403		★			●					✓	
	040404	◆	◆					●			✓	
040405	◆				●				✓			
식문화 홍보	050101	◆	★	★	★	●			✓			
	050501		◆	◆	◆	●			✓			

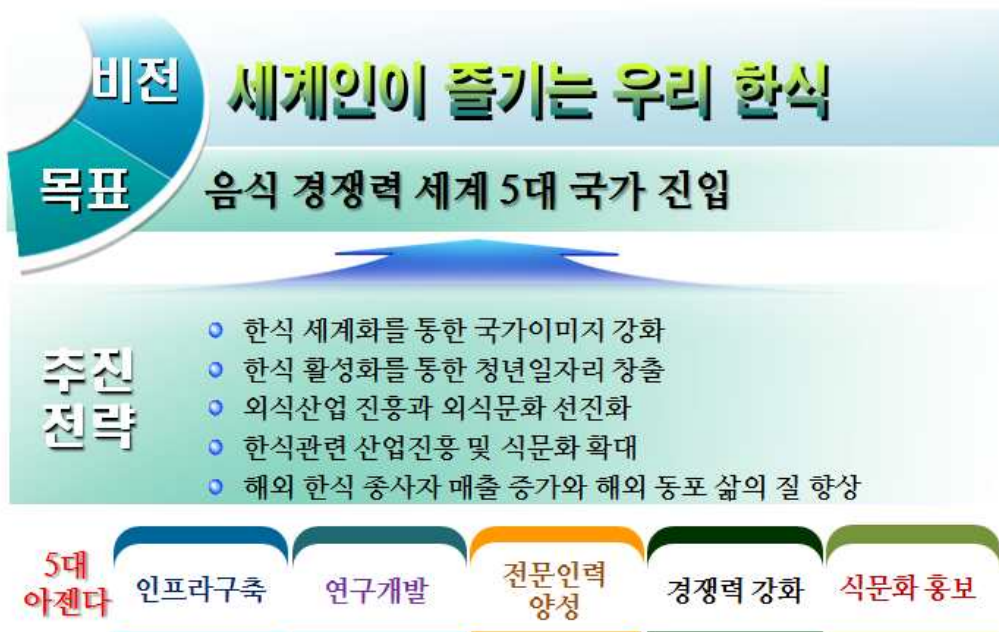
주 : aT(◆), 한식재단(★), 농기평(△), 지자체(◇) 표기



### 1.3 한식세계화 5개년 계획 수립

- 본 연구에서는 새로운 비전을 설정하기보다 기존 비전체계를 유지·발전시키는 것을 기준으로 하였음.
  - 기존 한식세계화를 추진함에 있어 부처별 중복성 또는 정확한 업무 설정의 한계 등으로 사업 추진 결과에 따른 여러 가지 문제점이 지적되었지만 한식세계화를 위한 핵심가치들을 충분히 반영하고 있다고 판단됨.
  - 즉, ‘세계인이 즐기는 우리 한식’으로 웰빙 음식인 한식의 우수성을 국내외에 홍보하며, 한식의 가치를 창출 및 국가경쟁력을 제고할 수 있도록 함.
- 비전 설정에 따른 전략적 사업 목표를 설정함에 있어, 식문화 확산 및 한식 관련 산업 진흥을 바탕으로 전략적 사업을 새롭게 설정함.
  - 한식업 진흥과 식문화 확산의 연계를 통한 음식관광 활성화를 추진
  - 한식 관련 산업 진흥과 타 산업 융합화를 통한 정보화 클라우드 체계 구축
  - 식문화 확산과 IT 기술의 융합화를 통한 한식 또는 식문화 콘텐츠 확산을 전략적 접근 방법으로 설정함.

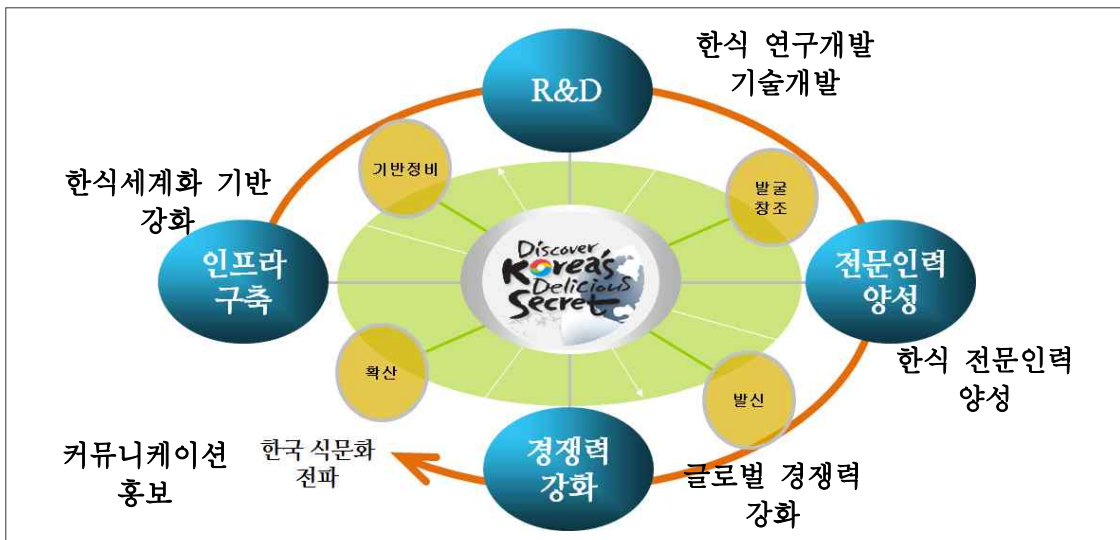
<그림 VII-1> 한식세계화 사업 비전과 목표



- 기존의 비전과 새로운 전략적 사업 접근은 현 정부 기조인 ‘창조경제’와 매우 유사하다고 판단될 수 있음.
  - 한식 관련 산업 자체적인 발전을 통한 일자리 창출 효과 극대화하며,
  - 타산업과의 융복합화를 통한 새로운 산업 및 일자리 창출 및 국가 경쟁력 확보,
  - IT기술의 기반으로 식문화 콘텐츠 개발 및 확산으로 한식의 대중화
- 인프라 구축전략은 한식기반 강화를 목표로 한식세계화를 위한 법과 제도, 조직, 시설, 정보, 인력 등의 한식에 연관된 모든 부문에 기초가 되는 사업으로 구성하였음.
  - 한식관련 국내 법·제도 구축은 대내외 여건변화에도 한식세계화 사업이 대외적 경쟁력을 갖추므로써 미래 산업을 선도할 수 있도록 함과 동시에 지속적인 융합과 발전을 도모하기 위하여 선행되어야 할 사업임.
- 연구개발 전략은 세계적 수준의 국내 IT기술이 융합한 정보화 시스템 구축의 체계화를 통해 한식세계화 가속화를 가능하게 추진함.
  - 기존의 한식세계화를 위한 홈페이지 구축 및 New Media 체계 구축 등을 지속적으로 추진하지만, 관련 클라우드화 함으로 대내외에서 연동가능하며, 상시 활용 가능하도록 시스템을 구축할 필요가 있음.
  - 또한 한식재단 내부적으로 활용할 수 있는 전사적 프로그램(ERP) 시스템 구축을 통해 한식세계화와 관련된 내부 조직의 업무 효율성을 향상시킬 수 있도록 함.
- 전문인력 양성 전략은 한식세계화의 대중화 및 기반화에 가장 큰 영향을 미치며, 사업의 지속성 또한 타 사업들보다 크게 작용함.
  - 따라서 기존의 인력 양성 사업들 중, 내국인뿐만 아니라 국외 이민자(시민권자 포함)들을 대상으로 한식 인력 양성 사업은 지속적으로 추진할 필요가 있으며,
  - 추가적으로 외국인을 대상으로 국내에서 한식 교육 실시 및 내국민을 위한 창업보육 교육 등도 실행할 필요가 있음.

- 지속적인 인력 교육 및 양성을 통해, 배출된 인력에 대한 관련 서비스 기반 구축 및 산학 연계를 활성화함으로써 인적 자원에 대한 DB를 구축함으로써 한식분야 인적 자원의 경쟁력을 확보함.
- 경쟁력 강화 전략은 민간과 정부의 역할과 임무를 분리하여 사업들을 추진함이 바람직하며, 기업들의 자율적 해외시장 진출을 바탕으로 정부는 지속적인 지원책 마련이 반드시 함께 병행될 필요성이 있음.
- 커뮤니케이션 전략은 기존의 한식세계화를 위한 국내외별 단순 홍보활동이 아닌 차별화된 거점을 통해, 거점별 접근법을 차별화하여 한식 브랜딩을 통한 커뮤니케이션 전략을 진행할 수 있도록 세부사업들을 구성함.
  - 거점별, 타깃별 차별화 전략과 차별화된 홍보매체별 접근이 반드시 필요함.

<그림 VII-2> 한식세계화 사업 선순환 체계도



- 한식세계화 추진 정책은 정부, 공공기관, 민간 기업, 학계나 연구자의 정확한 역할 분담을 통해 관련 정책들을 추진할 필요가 있음.
  - 정부는 민간 자체적으로 수행이 불가능한 국가 및 기관들과의 연계 등, 민간은 자율성을 바탕으로 아이디어를 바탕으로 한 사업들의 시행 등에 중점을 두고 각각의 장단점을 고려하여 추진되어야 함.

## 1.4 재단의 자립화 추진

- 한식재단 운영은 현재 정부의존형에서 민간 중심의 사업체계 구축 및 정부지원의 한계 등을 고려하여 중장기적인 자체 사업을 개발하는 등 자율적 운영기반을 위한 재원 확보가 필요함.
  - 향후 정부지원의 변화 등 재단에 경영능력 확충, 재단 조직 및 기능의 활성화를 요청하고 있는 실정임.
  - 재단의 재원 원활화는 한식세계화의 새로운 환경 조성 및 경쟁력 제고 활동 강화, 한식의 브랜드 강화 등을 강화할 뿐만 아니라, 한식세계화 사업추진의 효율성까지 증대할 수 있음.
- 한식재단 재원 확보는 출연 및 출자금, 회원의 회비, 기부금 등의 지원금, 사업에서 발생하는 수입, 외부로부터의 차입 등 다양한 형태가 있음.

<표 VII-3> 재원확보의 원천 구성도



- 한식재단 운영 재원은 목표연도인 '18년, 40명 인원기준으로 사업비를 제외하고 운영비는 30억원 수준으로 판단됨.
  - 현재 재단 종사원 1인당 약 17.5억원의 예산 집행으로 부담이 유사 조직보다 4.5배 수준으로 업무량이 과다한 상태임.
  - 유관기관 및 유사 조직의 경우 1인당 평균 3.9억원 예산 집행.

## 2. 정책적 건의

- 한식세계화 사업은 그 동안의 식품산업과 외식산업 정책을 보다 현장중심으로 활성화하고 해외로 한식의 기능성과 우수성을 확산시켜 나가는 산·학·연·관 협력의 사업으로 추진되었음.
- 현재까지 추진된 한식세계화 사업은 일부 가시적인 성과를 거두었으나, 경험 부족과 추진체계의 분산 등으로 조기 성과 도출을 꾀한 결과, 사업 내용·추진 절차 등에서 문제점을 나타내었음.
  - 사업 추진체계 분산으로 일부 사업의 중복 및 사업간 연계 미흡하며,
  - 사업추진 전 타당성 분석 미흡 등으로 예산집행 부진 및 잦은 사업 변경을 초래하고,
  - 한식 홍보가 단순 행사·이벤트 위주라는 지적과 해외 현지 한식당의 조직적인 지원이 미흡하였다고 지적함.
- 그럼에도 불구하고 본 연구에서 성과분석을 한 결과, 한식세계화 사업에 대한 종합평점은 평균 75.9점으로 '보통' 수준인 것으로 평가되었음.
  - 플래그십 한식당 개설 사업의 부족을 지적하는 것은 물론 5대 전략의 세부 사업들은 추진방법 및 절차가 마련하지 못한 채 조속히 추진함에 따라 투입 대비 가시적인 성과가 미흡한 것으로 나타났음.
- 아직까지 '한식세계화'는 한식의 우수성으로 국민의 자긍심을 심어주고 있으나, 타 국가 대표 음식들과의 경쟁과 이들의 적극적인 국내시장 진출 등 경쟁적인 시장 환경에서 추적자(Follower) 수준에 머물러 있음.
- 본 연구에서는 '한식세계화'는 창조경제에 적합한 혁신적이고 차별화된 사업을 수립하여 시행하도록 제시하였으며, 나아가 글로벌 경쟁 환경을 극복하고, 한식의 지속가능 성장을 확보하도록 대안을 제시하였음.
- 따라서 본 연구에서는 아래와 같이 정책을 건의드립니다.

- 첫째, 본 연구에서 제시한 한식세계화 5개년 계획을 기반으로 한식세계화 인프라 구축, R&D, 전문인력 양성, 경쟁력 강화, 식문화 커뮤니케이션 전략을 구체적으로 실천할 수 있도록 실행계획을 시급히 수립하기를 건의드립니다.
  - 인프라 구축 사업은 관련 법·제도의 제정 및 정비, 정보화 시스템 구축을 통한 식품·외식·한식업 육성을 위해 통합적이고 체계적인 지원.
  - R&D 사업은 한식의 우수성을 과학적·영양학적 연구뿐만 아니라 연구결과를 활용을 통한 상품화 방안 지속적인 마련.
  - 전문인력 양성 사업은 글로벌 조리인력 양성 및 양성된 인력의 현장에 효과적 활용을 위한 방안 모색.
  - 경쟁력 강화 사업은 해외시장의 실천적인 조사, 현지화에 적합한 비즈니스 모델 개발을 통해 지속적으로 한식당 육성 및 국내산 식자재·원료 수출기반을 형성.
  - 식문화 커뮤니케이션 사업은 한식의 인지도 확산 이미지 개선을 선택과 집중에 의하여 전개.
  
- 둘째, 한식이 세계적으로 개발·이용되는 것을 촉진하기 위하여 중장기 기본계획 수립하거나, 한식의 지속가능한 발전과 국민 식생활 문화를 향상시키기 위하여 '한식에 관한 촉진법'이나 '진흥법'의 제정을 건의드립니다.
  
- 셋째, 한식재단의 안정적인 재원을 마련하도록 수익사업의 활성화, 출연금의 확충, 후원금 제도의 도입, 한식기금의 조성·운영 등을 정부차원에서 재단을 지원하여 조속히 자립화의 토대를 마련해 주실 것을 건의드립니다.

부 록





# 1. 한식세계화 촉진법

## 1.1. 한식세계화 촉진법(안)

### 제1장 총칙

**제1조(목적)** 이 법은 우리나라 문화자원의 핵심인 한식을 미래 국가핵심 이미지 표현과 문화매개체로 육성하기 위하여 장기적인 관점에 범국가적 역량을 집중하고, 체계적이고 일관성 있는 발전체계 구축을 위한 국가적 차원의 기반을 조성하여 한식세계화의 지속적 발전을 위한 시책을 수립·추진하는데 그 목적이 있다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “한식”이란 우리나라의 전통 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 이용으로 전통 조리방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여, 우리나라 국민이 이해가능한 수준의 변형을 허용하는 우리나라 음식을 말한다.
2. “한식세계화”이란 한식과 우리나라 식문화를 여러 국가에 생산·공급하여 정치, 경제, 사회, 문화, 과학 등 다양한 분야에서 국가 간 교류가 증대하는 현상을 말한다.
3. “한식 랜드”란 한식 문화와 생활을 확산하기 위하여 지정된 조성지역으로서 한식의 개발 및 보급을 위하여 각종 한식이 활용되는 시설과 그 밖의 부대시설이 설치된 지역을 말한다.

**제3조(국가 및 지방자치단체의 책무)** 국가 및 지방자치단체는 한식세계화의 경쟁력 향상과 발전을 위한 필요한 예산을 확보하고 관련 기본계획과 정책을 수립하고, 종합적인 시책을 추진하여야 한다.

**제4조(기본계획의 수립 등)** ① 정부는 한식의 개발 및 보급에 관한 이 법의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 5년마다 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 수립하여야 한다.

② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 한식세계화에 관한 기본방향
  2. 한식세계화에 관한 중·장기 목표
  3. 한식세계화 및 이와 관련된 학술 진흥 및 기반조성에 관한 사항
  4. 한식세계화에 필요한 기반시설의 구축에 관한 사항
  5. 한식세계화의 실행에 관한 사항
  6. 한식세계화에 대한 중앙행정기관의 사업방향에 관한 사항
  7. 그 밖에 한식세계화와 관련하여 필요한 사항
- ③ 농림축산식품부장관은 기본계획에 따라 매년 소관별로 한식세계화의 보급과 그 기반조성에 관한 실행계획(이하 “실행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.
- ④ 기본계획 및 실행계획의 수립, 시행 및 변경에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 제5조(한식위원회의 설립 및 운영)** ① 한식세계화를 위하여 농림축산식품부장관의 인가를 받아 한식세계화위원회(이하 “한식위원회”라 한다)를 설립한다.
- ② 한식위원회는 한식세계화 발전 및 효율적인 사업 관리 등을 위해 재단법인으로 한다.
- ③ 한식위원회의 업무는 다음 각 호와 같다.
1. 한식세계화 종합계획의 수립·시행
  2. 한식세계화 관련 국내외 기관·단체·기업과의 협력
  3. 한식세계화를 조건으로 국제사회에 약속한 프로젝트를 성실히 이행하기 위한 계획의 수립·시행
  4. 그 밖에 한식세계화를 위하여 필요한 사업 수행
- ④ 한식위원회는 위원장과 부위원장 각 1인을 포함하여 15인 이내의 위원으로 구성한다.
- ⑤ 한식위원회 위원의 임기는 3년으로 한다. 다만 보궐위원의 임기는 전임자의 잔여임기로 한다.
- ⑥ 한식위원회는 사무 처리를 위한 사무국을 둘 수 있으며, 원활한 업무수행에 필요한 사항을 자문하기 위하여 자문위원회를 둘 수 있다.
- ⑦ 제4항에 따른 임원의 선출방법, 제6항에 따른 자문위원회의 구성 및 기능, 사무국의 조직 및 운영 등에 관한 사항은 정관으로 정한다.

**제6조(다른 법률과의 관계)** 한식의 개발·보급에 대하여는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법으로 정하는 바에 따른다.

## 제2장 한식세계화 기반 조성

**제7조(한식종합관리시스템 구축·운영)** 정부는 한식위원회에게 한식 관련 정보를 종합적으로 관리하고 한식당 간의 협력기반 구축 및 한식세계화 활동에 유용한 정보를 제공하기 위하여 종합관리시스템을 구축·운영하도록 하여야 한다.

**제8조(한식세계화 전문 인력의 양성 등)** ① 정부는 한식세계화 발전에 필요한 한식세계화 전문 인력을 양성하기 위하여 다음 각 호의 계획을 수립·시행하여야 한다.

1. 한식세계화기술 및 서비스와 관련된 전문 인력 수요 실태 및 중·장기 수급 전망 파악
2. 전문 인력 양성사업의 지원
3. 전문 인력 양성기관의 설립 및 지원
4. 전문 인력 양성 교육·연수 프로그램의 개발 및 보급 지원
5. 전문 인력 양성을 위한 학계, 산업체 및 공공기관과의 협력 강화
6. 한식세계화 기술 자격제도의 정착 및 전문 인력 수급 지원
7. 각급 학교 및 그 밖의 교육기관에서 시행하는 한식세계화 기술 및 서비스 관련 교육의 지원
8. 일반국민에 대한 한식세계화 기술 및 서비스 관련 교육의 확대
9. 그 밖에 전문 인력 양성에 필요한 사항

② 정부는 한식세계화 전문 인력 양성을 위하여 대통령령이 정하는 바에 따라 대학·연구기관 그 밖의 한식조리전문학교를 전문 인력 양성기관으로 지정하여 교육 및 훈련을 실시하고, 이에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

**제9조(한식세계화 관련 연구·개발의 촉진)** ① 정부는 한식세계화에 관한 기술의 연구·개발을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사항을 추진하여야 한다.

1. 한식세계화 기술 동향 및 수요조사
2. 한식세계화의 진흥·육성 등에 관한 기술의 연구·개발

3. 한식세계화 기술의 권리화 및 실용화에 관한 사항
  4. 한식세계화 기술협력 및 정보교류에 관한 사항
  5. 그 밖에 한식세계화 관련 기술의 연구·개발에 필요한 사항
- ② 정부는 제1항에 따른 한식세계화 관련 기술개발의 촉진을 위하여 한식조리기술 등을 연구·개발하는 자에 대하여 필요한 경비를 지원할 수 있다.

**제10조(세계한식당협회의 구성·운영)** ① 한식세계화에 관하여 필요한 사항을 외국에 있는 한식당 등과 협의하기 위하여 한식위원회에 세계한식당협회(이하 이 조에서 “한식당협회”라 한다)를 둔다.

② 협회회의 구성·운영, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제11조(자금지원 등)** ① 정부는 기본계획 및 실행계획을 효과적으로 추진하기 위하여 필요한 자금을 확보하기 위하여 노력하여야 한다.

② 한식세계화와 관련이 있는 다음 각 호의 기관 중 대통령령으로 정하는 기관은 한식세계화에 관한 사업 또는 한식세계화위원회에 출연 또는 용자를 하거나 그 밖에 필요한 행정적 지원을 할 수 있다.

1. 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관
2. 그 밖에 정부가 자본금의 일부를 출자한 기관

**제12조(통계 및 실태조사)** ① 정부는 한식의 효율적인 기술개발과 보급·확산을 위하여 한식세계화의 분류체계를 구축하고 분류체계에 따른 통계를 확보하여야 한다. 이 경우 통계를 작성함에 있어서는 「통계법」을 준용한다.

② 정부는 한식세계화 관련 정책의 효과적인 수립·시행과 제1항의 통계 확보를 위하여 매년 한식산업 전반에 걸친 실태조사를 실시하여야 한다.

③ 정부는 제2항에 따른 실태조사를 위하여 필요한 경우에는 한식 관련 사업자 또는 한식 관련법인·단체에 대하여 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구할 수 있다. 이 경우 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구받은 한식 관련 사업자 또는 한식 관련법인·단체는 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

④ 제1항에 따른 통계 작성대상의 범위 및 제2항에 따른 실태조사대상 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제13조(국제협력의 촉진)** ① 정부는 국제기구 또는 외국의 정부·기업·대학·연구소, 그 밖의 기관·단체 등과의 한식세계화에 관한 국제협력을 촉진시키기 위한 시책을 마련하여야 한다.

② 정부는 제1항에 따른 국제협력을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 국제협력을 위한 조사·연구
2. 인력·정보의 국제교류
3. 전시회·학술대회의 개최
4. 해외마케팅, 외국인투자유치 및 홍보활동
5. 외국의 국제회의 관련 기관 또는 단체의 국내유치
6. 그 밖에 국제협력을 촉진하기 위하여 필요하다고 인정하는 사업

③ 정부는 기업·대학·연구소, 그 밖의 기관·단체 등이 제2항에 따른 사업을 실시하는 경우에는 그에 필요한 행정적 지원 등을 할 수 있다.

**제14조(개발도상국에 대한 한식 보급 촉진)** 정부는 개발도상국<sup>122)</sup>, 협력대상국이 한식을 자유롭게 이용할 수 있는 기회를 누리고 혜택을 향유할 수 있도록 하기 위하여 한식의 사용 편의성 향상 등을 위한 개발 및 보급 촉진에 필요한 대책을 마련하여야 한다.

**제15조(한식에 대한 홍보)** 국가 또는 지방자치단체, 국제기구 또는 외국의 정부·기관·단체 등은 한식위원회에 대하여 한식의 보급을 확대하기 위하여 필요한 홍보활동의 시행을 요청할 수 있다.

### 제3장 한식종합체험홍보관의 조성 등

**제16조(한식종합체험홍보관 조성지역의 지정 등)** ① 한식종합체험홍보관 조성지역은 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 또

122) 국제개발협력기본법(2013.3.23 법률 제11690호) 제2조 2호, 3호

2. “개발도상국”이란 경제협력개발기구 개발원조위원회가 정한 공적개발원조 대상국(지역을 포함한다)을 말한다.

3. “협력대상국”이란 개발도상국 가운데 1인당 국민소득수준, 경제·사회발전단계 등을 고려하여 정부가 국제개발협력이 필요하다고 판단하여 선정하는 국가를 말한다.

는 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)의 신청에 의하여 농림축산식품부장관이 지정한다.

- ② 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 한식종합체험홍보관 조성지역을 지정하고자 하는 때에는 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.
- ③ 한식종합체험홍보관 조성지역의 지정의 취소 또는 그 면적의 변경은 한식종합체험홍보관 조성지역의 지정에 관한 절차에 따라야 한다. 이 경우 대통령령으로 정하는 경미한 면적의 변경은 제2항에 따른 협의를 하지 아니할 수 있다.
- ④ 농림축산식품부장관은 제1항 또는 제3항에 따라 지정, 지정의 취소 또는 그 면적 변경을 한 때에는 이를 고시하여야 한다.

**제17조(조성실행계획의 승인 등)** ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 제16조제1항에 따라 지정받은 지역에 한식 랜드를 조성할 수 있다.

1. 시·도지사
  2. 한식위원회
- ② 제1항에 따라 한식종합체험홍보관을 조성하고자 하는 자는 한식전시관 등 대통령령으로 정하는 시설을 포함하는 조성실행계획을 작성하여 농림축산식품부장관의 승인을 받아야 한다. 이 경우 조성실행계획의 승인을 받은 자(이하 “사업시행자”라 한다)가 조성실행계획을 변경하고자 하는 때에도 대통령령으로 정하는 경미한 사항을 변경하는 경우를 제외하고는 농림축산식품부장관의 승인을 받아야 한다.
  - ③ 농림축산식품부장관은 제2항에 따라 조성실행계획을 승인 또는 변경승인을 하고자 하는 때에는 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.
  - ④ 농림축산식품부장관은 제2항에 따라 조성실행계획을 승인한 때에는 지체 없이 조성실행계획을 고시하여야 한다.

**제18조(조성 및 운영비의 지원)** 국가 또는 지방자치단체는 한식종합체험홍보관의 조성에 있어서 대통령령으로 정하는 공익시설에 한하여 필요한 시설비 및 운영비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

**제19조(국·공유재산의 사용·수익허가 등)** ① 국가 또는 지방자치단체는 한식 랜드의 조성·운영을 위하여 필요하다고 인정하는 때에는 「국유재산법」 또는 「공

유재산 및 물품 관리법」에도 불구하고 국·공유재산을 사업시행자에게 수의계약의 방법에 의하여 대부·사용·수익하게 하거나 매각할 수 있다.

- ② 제1항에 따른 국·공유재산의 대부·사용·수익·매각 등의 내용 및 조건에 관하여는 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품 관리법」으로 정하는 바에 따른다.

**제20조(인·허가 등의 의제)** ① 조성실행계획을 시행하기 위한 사업(이하 “조성사업”이라 한다)을 시행하고자 하는 자가 제17조제2항에 따라 조성실행계획의 승인을 받은 경우에는 다음 각 호의 허가·인가·지정·승인·협의를 포함하는 “허가 등”이라 한다)을 받은 것으로 보며, 제17조제4항에 따라 조성실행계획이 고시된 때에는 법률에 따른 허가 등이 고시 또는 공고된 것으로 본다.

- ② 농림축산식품부장관은 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 내용이 포함되어 있는 조성실행계획을 제17조제2항에 따라 승인 또는 변경 승인하고자 하는 때에는 관계 행정기관의 장과 미리 협의하여야 한다. 이 경우 협의를 요청받은 관계 행정기관의 장은 요청받은 날부터 30일 이내에 의견을 제출하여야 한다.
- ③ 농림축산식품부장관은 제17조에 따라 조성실행계획을 승인한 때에는 관계 행정기관의 장에게 그 내용을 통보하여야 한다.
- ④ 제1항에 따라 다른 법률에 따른 허가 등이 있는 것으로 보는 경우에는 관계 법률이나 특별시·광역시·특별자치시·도 또는 특별자치도의 조례에 따라 그 허가 등의 대가로 부과되는 수수료·면허에 대한 등록면허세는 면제한다.

**제21조(입장료 등의 징수)** 사업시행자 또는 건축이나 그 밖의 시설을 한 자는 한식종합체험홍보관에 입장하는 자로부터 입장료를 징수할 수 있으며 한식종합체험홍보관을 관람 또는 이용하는 자로부터 관람료 또는 이용료를 징수할 수 있다.

**제22조(한식종합체험홍보관의 관리 등)** ① 농림축산식품부장관은 한식종합체험홍보관의 조성·관리·운영을 원활하게 하기 위하여 사업시행자에게 필요한 조치를 하도록 요청할 수 있다.

- ② 사업시행자는 필요한 경우 한식위원회에게 한식종합체험홍보관의 조성·관리·운영을 위탁할 수 있다.

## 제4장 한식 및 한식당의 품질관리

**제23조(한식의 품질인증 등)** ① 정부는 국내외 한식당의 품질확보 및 한식의 보급·확산을 촉진하기 위하여 한식위원회로 하여금 한식에 관한 품질인증(이하 “인증”이라 한다)을 실시하게 할 수 있다.

② 정부는 인증 한식의 보급·확산을 위하여 필요한 지원시책을 마련할 수 있다.

③ 인증의 절차 및 인증 대상품목, 인증기준, 인증신청의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제24조(인증한식 등의 공고 등)** ① 한식위원회는 인증을 한 한식의 제품명, 기업명, 사업장의 국내외 소재지, 그 밖에 필요한 사항을 공고하여야 한다.

② 한식위원회는 인증을 받은 한식이 계속하여 인증에 적합한 품질을 유지하고 있는지를 확인하기 위하여 필요한 경우에는 인증을 받은 한식의 생산자의 사업장, 그 밖에 필요한 장소에 출입하여 검사를 할 수 있다.

③ 제2항에 따라 출입·검사를 하는 자는 그 권한을 표시하는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 한다.

**제25조(인증표시)** ① 정부는 인증을 받은 한식당에 인증서를 교부하고 인증을 나타내는 표시(이하 “인증마크”라 한다)를 제작하여 인증을 받은 한식당이 사용하도록 할 수 있다.

② 제23조제1항에 따라 인증을 받은 자는 해당 한식, 포장 및 홍보물 등에 인증을 받은 한식임을 표시할 수 있다.

③ 제23조제1항에 따라 인증을 받지 아니한 한식당은 한식, 포장 등에 인증 받은 한식임을 나타내는 표시 또는 이와 유사한 표시를 하거나 홍보를 하여서는 아니 된다.

④ 누구든지 인증을 받지 아니하고 인증서나 인증마크를 제작·사용하거나 그 밖의 방법으로 인증을 사칭하여서는 아니 된다.

⑤ 인증마크의 도안 및 표시방법 등에 필요한 사항은 한식위원회가 정한다.

**제26조(표시제거 등의 명령)** ① 한식위원회는 인증의 표시가 된 한식이 인증기준에



맞지 아니하거나 제24조제2항에 따른 검사결과 시정 가능한 결함이 발생한 때에는 인증을 받은 한식 생산자에 대하여 표시의 제거, 표시의 정지, 판매의 정지, 그 밖에 필요한 조치를 명할 수 있다.

- ② 제1항에 따라 표시제거 등의 명령을 받은 자는 처분을 받은 날부터 30일 이내에 시정결과를 한식위원회에게 보고하여야 한다.

**제27조(품질인증의 취소)** 한식위원회는 인증을 받은 한식 생산자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 그 인증을 취소할 수 있다. 다만, 제1호에 해당하는 때에는 인증을 취소하여야 한다.

1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 인증을 받은 때
2. 제24조제2항에 따른 검사결과 인증기준에 현저히 맞지 아니한 때
3. 정당한 사유 없이 제26조에 따른 표시제거 등의 명령에 따르지 아니한 때

**제28조(한식 품질인증의 지원)** ① 정부는 한식 인증을 실시하는데 사용되는 자금의 예산의 범위 안에서 지원할 수 있다.

- ② 제1항에 따른 지원금의 지급·사용 및 관리 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

## 제5장 한식세계화 전문기관 지정 등

**제29조(한식세계화 전문기관의 지정 등)** ① 정부는 한식세계화 및 한식세계화를 하고자 하는 자를 지원하기 위하여 필요한 전문 인력과 시설을 갖춘 학교·기관 또는 단체 그리고 기업 등을 한식세계화 전문기관(이하 “전문기관”라 한다)로 지정할 수 있다.

- ② 전문기관은 다음 각 호의 사업을 한다.
1. 한식세계화에 대한 전문 인력 양성
  2. 한식세계화에 대한 연구 및 개발
  3. 한식세계화에 대한 홍보 및 판매
  4. 그 밖에 농림축산식품부장관이 정하는 사업
- ③ 정부는 제1항에 따라 지정한 전문기관에 대하여 예산의 범위에서 제2항 각 호의

사업을 수행하는 데 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

- ④ 정부는 전문기관이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 지정을 취소하거나 6개월 이내의 범위에서 기간을 정하여 업무의 전부 또는 일부를 정지할 수 있다. 다만, 제1호에 해당하는 경우에는 지정을 취소하여야 한다.
1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 지정을 받은 경우
  2. 지정받은 사항을 위반하여 업무를 행한 경우
  3. 제5항에 따른 지정기준에 적합하지 아니하게 된 경우
- ⑤ 전문기관의 지정 및 지정 취소의 기준·절차 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제30조(참여기업의 지원 등)** ① 정부는 한식세계화를 위하여 개발된 식생활 문화 및 식재료 등을 효율적으로 실용화하기 위하여 기업의 참여를 유도하기 위한 시책을 마련하여야 한다.

- ② 정부는 국제기구 또는 외국의 정부·기관·단체 등이 행사를 지정할 때에 한식세계화에 참여하는 기업 및 그 사업으로 개발된 한식을 우선 고려할 수 있도록 지원한다.

**제31조(수익사업)** 한식위원회는 한식세계화에 필요한 비용을 충당하기 위하여 정부의 승인을 받아 다음 각 호의 수익사업을 할 수 있다.

1. 한식당 인증사업
2. 한식 랜드 운영사업
3. 한식콘텐츠 서비스 이용사업
4. 그 밖에 한식세계화와 관련된 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업

**제32조(한식서비스 거래 지원)** ① 한식위원회는 한식의 지식서비스 거래를 활성화하기 위하여 지식서비스를 제공하는 자 등에 대한 지원 사업을 할 수 있다.

- ② 제1항에 따른 지원사업의 대상 및 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제33조(한식세계화 관련 사업지원 등)** 국가 또는 지방자치단체는 다음 각 호의 사

업에 대한 행정적·재정적 지원을 할 수 있다.

1. 회의장, 전시장, 교육장 등 한식세계화와 관련된 시설의 개선·확충
2. 한식 랜드 도로, 교통시설, 상하수도시설 등 기반시설의 확충
3. 그 밖에 한식을 산업·교육·문화 분야의 지속가능발전(「지속가능발전법」 제2조제2호에 따른 지속가능 발전을 말한다)을 선도할 수 있는 지역으로 조성하기 위한 사업

**제34조(한식대학원대학의 설립)** ① 농림축산식품부장관과 한식위원회는 공동으로 전문 연구 인력을 양성하기 위하여 교육부장관의 인가를 받아 「고등교육법」 제30조에 따른 대학원대학(이하 “대학원대학”이라 한다)을 설립할 수 있다.

- ② 대학원대학은 제1항에 따른 한식위원회의 부설기관으로 한다.
- ③ 농림축산식품부장관은 한식위원회 외에 다른 기관을 지정하여 대학원대학의 교육 과정에 참여(이하 이 조에서 “참여기관”이라 한다)하게 할 수 있다. 이 경우 참여기관의 자격·범위 및 지정절차 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- ④ 대학원대학의 교원 임명 등 대통령령으로 정하는 운영에 관한 중요 사항을 심의·의결하기 위하여 대학원대학에 연구회 및 제1항에 따른 한식위원회의 임원 등이 참여하는 운영위원회를 둔다.
- ⑤ 운영위원회에서 의결된 사항은 연구회 및 제1항에 따른 한식위원회 이사회의 의결을 거친 것으로 본다.
- ⑥ 대학원대학의 장의 선임, 운영위원회의 구성 및 운영 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- ⑦ 대학원대학의 운용재원에 관하여는 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제35조(대학원대학의 학위과정 등)** ① 대학원대학에 박사학위 및 석사학위의 과정을 둔다.

- ② 제1항에 따른 과정별 수업연한·학기·수업일수·교과 및 학생의 정원, 교원의 자격 등에 관한 사항은 대통령령으로 정하는 바에 따라 제34조제4항에 따른 운영위원회에서 정하고 농림축산식품부장관과 교육부장관에게 보고하여야 한다.
- ③ 제1항의 박사학위 및 석사학위 과정의 학위수여, 입학자격 및 입학방법 등에 관하여는 이 법에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 「고등교육법」에 따른다.

이 경우 대학원대학의 장은 「고등교육법」에 따른 총장으로 본다.

- 제36조(성과평가 및 성과관리의 기본원칙)** ① 정부는 한식세계화 활동에 대한 평가를 성과 중심으로 실시하여 한식위원회·연구기관·대학 및 기업 등에 대한 한식세계화 투자의 효율성과 책임성을 높이도록 노력하여야 한다.
- ② 정부는 성과평가를 실시함에 있어 한식세계화에 참여자의 창의성을 존중하고 한식세계화사업·한식세계화과제 및 연구기관의 특성을 고려하여야 한다.
- ③ 정부는 성과평가를 실시함에 있어 전문성과 공정성을 확보하여 평가결과에 대한 신뢰도를 높여야 한다.
- ④ 정부는 성과평가를 실시함에 있어 한식세계화사업 등에 대한 평가를 상호 연계하는 등 평가가 중복되지 아니하도록 노력하여야 한다.
- ⑤ 정부는 성과평가의 결과를 관련 정책의 수립, 사업의 추진 및 예산의 조정에 반영하여야 한다.
- ⑥ 정부는 성과가 효율적으로 활용될 수 있도록 노력하여야 한다.

## 제6장 한식기금

- 제37조(기금의 설치조성 등)** ① 한식위원회의 설치 및 운영에 필요한 자금과 한식세계화의 촉진 및 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 한식위원회는 한식기금(이하 “기금”이라 한다)을 설치한다.
- ② 정부는 예산의 범위에서 기금에 보조 또는 출연할 수 있다.

- 제38조(기금의 재원)** ① 기금은 다음 각 호의 재원으로 조성한다.
1. 제37조제2항에 따른 정부 및 정부 외의 자의 출연금·보조금 및 기부금
  2. 자금차입에 따른 차입금
  3. 제31조의 수익사업에 따른 수익금
  4. 「복권 및 복권기금법」 제23조제3항에 따라 배분된 복권수익금
  5. 「옥외광고물 등 관리법」 제6조제5항에 따라 한식위원회에 지원되는 옥외광고사업 수익금
  6. 기금운영으로 생기는 수익금

7. 그 밖의 수익금

**제39조(자금의 차입)** 농림축산식품부장관은 기금운용을 위하여 필요하면 기금의 부담으로 금융기관, 다른 기금 또는 다른 회계에서 자금을 차입할 수 있다.

**제40조 (기금의 용도)** ① 기금은 다음 각 호의 사업에 사용한다.

1. 한식세계화를 위한 연구·개발 및 한식 보급 사업
  2. 한식세계화를 위한 시설 확충 지원 사업
  3. 한식 복원, 정책 연구 및 세계조리사 양성을 위한 사업
  4. 광고나 그밖에 기금 조성을 위한 사업
  5. 저소득층의 한식 급식 지원 사업
  6. 한식 관련 식재료 유통 개선 사업
  7. 한식세계화를 위한 세계 박람회 및 세계 홍보 사업
  8. 한식세계화를 위한 경쟁력 향상 사업
  9. 그 밖에 한식세계화 진흥을 위한 사업으로서 대통령령으로 정하는 기금사업에 대한 사업비 및 경비의 지원
  10. 그 밖에 한식세계화 진흥에 필요한 사업으로서 농림축산식품부령으로 정하는 사업
- ② 제1항 각 호의 사업을 수행하기 위하여 필요한 경우에는 기금에서 보조금을 지급할 수 있다.
- ③ 제2항에 따른 보조금의 신청 방법 및 교부 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제41조 (기금의 운용·관리)** ① 기금은 농림축산식품부장관이 운용·관리한다.

- ② 농림축산식품부장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 기금의 운용 및 관리 사무를 제5조에 의해 한식위원회에 위탁할 수 있다.
- ③ 기금의 운용·관리에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- ④ 기금의 회계연도는 정부의 회계연도에 따른다.

## 제7장 보칙

- 제42조 (권한 등의 위임·위탁)** ① 이 법에 따른 정부의 권한은 그 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다)에게 위임할 수 있다.
- ② 정부는 법에 따른 업무의 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 한식위원회에 위탁할 수 있다.

**제43조 (벌칙 적용에서의 공무원 의제)** 제5조에 따라 한식위원회에 종사하는 임직원은 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정에 따른 벌칙을 적용할 때에는 공무원으로 본다.

- 제44조 (과태료)** ① 제25조제2항을 위반하여 인증표시한 자에게는 100만 원 이하의 과태료를 부과한다.
- ② 제1항에 따른 과태료는 정부가 부과·징수한다.

## 부칙

이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

## 1.2. 한식 진흥에 관한 법률(안)

### 제1장 총칙

**제1조(목적)** 이 법은 한식 및 한식산업의 육성 및 지원에 필요한 사항을 정하여 한식 및 한식산업 진흥의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지하는 것을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “한식”이란 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 음식물, 그 음식물의 섭취와 관련된 유·무형의 활동 및 민족 고유의 식생활 양식을 말한다.<sup>123)</sup>
2. “한식산업”이란 한식의 기획·개발·생산·유통·소비·수출·수입·가맹사업 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업과 그 밖에 대통령령으로 정하는 산업을 말한다.
3. “한식사업”이란 한식산업과 관련된 경제활동을 말한다.
4. “한식사업자”란 한식사업을 영위하는 자를 말한다.
5. “한식마을사업”이란 마을의 자연환경, 전통 음식 등 부존자원을 활용하여 지역 농림수산물 등으로 조리·요리한 한식을 판매하거나 숙박 등의 서비스를 제공하는 업(業)을 말한다.
6. “한식마을사업자”란 5호에 따라 한식마을사업을 운영하는 자로 지정을 받은 마을협의회를 말한다.
7. “한식랜드”란 한식의 개발 및 보급을 위하여 각종 한식과 우리 식문화가 활용되는 시설과 그 밖의 부대시설이 설치된 지역을 말한다.

123) \* 식품위생법 제2조 1호 “식품”이란 모든 음식물(의약으로 섭취하는 것은 제외한다)을 말한다.

\*\* 식생활교육지원법 제2조 1호 “식생활”이란 식품의 생산, 조리, 가공, 식사용구, 상차림, 식습관, 식사예절, 식품의 선택과 소비 등 음식물의 섭취와 관련된 유·무형의 활동을 말한다.

\*\*\* “전통 식생활 문화”란 우리 민족 고유의 식생활과 관련된 생활양식이나 행동양식으로서 국가적 차원에서 진흥시킬만한 전통적이고 문화적 가치가 있다고 인정되는 것을 말한다.

\*\*\*\* 식품산업진흥법 제2조 4. “전통식품”이란 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품을 말한다.

- 제3조(기본원칙)** ① 국가 및 지방자치단체는 한식 이용환경의 조성과 한식 생태계의 지속가능한 발전을 위하여 노력하여야 하며, 한식 및 식문화의 진흥을 위한 시책을 수립하고, 그 추진에 필요한 행정적·재정적 지원방안 등을 마련하여야 한다.
- ② 한식산업과 한식사업자는 한식을 보전하고 발전시킬 수 있도록 유지 및 관리에 노력하여야 한다.

**제4조(다른 법률과의 관계)** 한식 및 한식산업의 진흥과 활성화와 관련하여서는 이 법이 다른 법률에 우선하여 적용된다.

## 제2장 한식 진흥 기본계획 수립 및 추진체계 구축

### 제1절 한식 진흥 기본계획 수립

- 제5조(기본계획의 수립)** ① 농림축산식품부장관은 한식의 진흥과 한식문화의 계승·발전을 위하여 3년 단위의 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 수립하여 시행하되, 필요한 경우 수립주기를 단축하거나 기본계획을 변경할 수 있다.
- ② 기본계획(기본계획의 변경을 포함한다. 이하 같다)에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
1. 한식의 진흥에 관한 기본방향 및 목표
  2. 한식의 진흥을 위한 관련 법·제도 개선에 관한 사항
  3. 한식 관련 기술의 개발 및 보급 등에 관한 사항
  4. 한식의 표준화 및 규격에 관한 사항
  5. 한식 및 한식재료의 안정적 수급에 관한 사항
  6. 한식 관련 전문인력 양성과 시설투자 확대 등 인적·물적 기반조성에 관한 사항
  7. 한식과 농어업의 연계 강화에 관한 사항
  8. 한식의 소비촉진 및 유통지원에 관한 사항
  9. 한식문화의 계승·발전에 관한 사항
  10. 한식의 세계화를 위한 홍보에 관한 사항
  11. 한식의 진흥 및 활성화에 관한 국제협력과 해외진출 지원에 관한 사항
  12. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항



- ③ 농림축산식품부장관은 기본계획을 수립하거나 변경하려는 경우에는 관계 중앙행정기관의 장과 미리 협의하여야 한다. 다만, 대통령령으로 정하는 경미한 사항을 변경하는 경우에는 협의를 거치지 아니할 수 있다.
- ④ 제1항에 따른 기본계획은 제9조에 따른 한식위원회의 심의를 거쳐 확정한다. 이 경우 농림축산식품부장관은 확정된 기본계획을 관계 중앙행정기관의 장에게 통보하여야 한다.
- ⑤ 농림축산식품부장관은 기본계획의 수립을 위하여 필요한 경우에는 관계 중앙행정기관의 장에게 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 관계 중앙행정기관의 장은 특별한 사정이 없으면 자료를 제출하여야 한다.
- ⑥ 농림축산식품부장관은 기본계획에 따라 매년 실행계획을 수립·시행하여야 한다.

**제6조(한식 진흥 시행계획의 수립 등)** ① 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 또는 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)는 기본계획에 따라 연도별 한식 진흥 시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

- ② 시행계획의 수립·시행 및 변경 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제7조(기초조사 및 실태조사 등)** ① 농림축산식품부장관은 기본계획과 실행계획의 수립·시행을 위하여 다음 각 호의 사항에 관한 현황, 통계 및 실태 등을 조사하거나 작성할 수 있다.

- 1. 한식 관련 실태 및 통계
- 2. 분야별·인력 현황 및 수요 전망
- 3. 분야별·한식 재현·개발 및 투자 규모
- 4. 그 밖에 기본계획 및 실행계획의 수립·시행을 위하여 필요한 사항

- ② 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 실태조사 등을 위하여 필요한 자료를 관계 중앙행정기관의 장과 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사, 기업, 연구기관 및 그 밖의 공공기관이나 단체에 요청할 수 있다. 이 경우 자료 제출을 요청받은 자는 특별한 사유가 없으면 이에 협조하여야 한다.
- ③ 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 실태조사의 결과를 공표할 수 있다.

**제8조(한식 정보체계의 구축)** ① 농림축산식품부장관은 한식 진흥에 필요한 자료를

효율적으로 활용하고, 국민이 한식 정보에 쉽게 접근하고 이용할 수 있도록 한식 정보체계(이하 “정보체계”라 한다)를 구축·운영해야 한다.

- ② 농림축산식품부장관은 정보체계의 구축 및 관리 사업에 필요한 비용의 일부를 지원할 수 있다.
- ③ 그 밖에 정보체계의 구축·운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

## 제2절 한식 진흥 추진체계 구축

**제9조(한식위원회의 설치 등)** ① 한식에 관한 정책을 심의·의결하기 위하여 농림축산식품부장관 소속으로 위원회(이하 “한식위원회”라 한다)를 둔다.

② 한식위원회는 위원장 1명과 간사 1명을 포함한 25명 이내의 위원으로 구성하고 위원장은 농림축산식품학부장관이 되고, 위원은 대통령령으로 정하는 사람 중에서 농림축산식품부장관이 임명한다.

③ 한식위원회는 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.

1. 기본계획의 확정
2. 기본계획 및 실행계획의 추진실적 분석, 점검 및 평가
3. 관계 중앙행정기관의 장 등에 대한 조치 요구
4. 한식 진흥을 위한 관계 중앙행정기관 간 정책현안 및 업무의 조정
5. 한식 추진에 관한 주요 사항
6. 그 밖에 한식 진흥 및 활성화에 관한 주요 사항으로서 위원장이 부의한 사항

④ 한식위원회의 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 한식위원회에 한식활성화추진 실무위원회(이하 “추진실무위원회”라 한다) 등을 둔다.

⑤ 한식위원회, 추진실무위원회의 조직·구성·운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제10조(한식진흥원 지정)** ① 농림축산식품부장관은 한식의 보전 및 진흥정책을 효과적으로 추진하기 위하여 한식진흥원을 설립하거나, 한식 관련 업무를 하는 공공기관을 한식진흥원으로 지정할 수 있다.

② 한식진흥원은 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 한식의 보전 및 진흥정책 연구·조사

2. 한식과 관련한 전문산업의 육성
  3. 한식과 관련한 정보의 체계적 관리 및 제공
  4. 한식에 대한 국내외 홍보
  5. 그 밖에 한식의 보전 및 진흥에 관하여 대통령령으로 정하는 사항
- ③ 한식진흥원의 지정 및 운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제11조(민간단체 지원 및 육성)** 국가 및 지방자치단체는 한식 및 한식문화의 진흥에 관한 사업을 활성화하기 위해 관련 활동을 수행하는 민간단체를 지원하고 육성할 수 있다.

### 제3장 한식 진흥 기반 조성

#### 제1절 우수 한식의 등록 및 지원

**제12조(우수한식의 등록)** ① 농림축산식품부장관은 시·도지사의 신청에 따라 한식의 체계적인 조성 및 관리를 위하여 한식위원회의 심의를 받아 해당 한식을 우수한식으로 등록할 수 있다.

② 제1항에 따라 등록된 우수한식은 농림축산식품부령으로 정하는 바에 따라 해당 우수한식에 등록의 표시를 할 수 있다. 다만, 우수한식의 등록을 받지 아니한 한식에는 등록의 표시 또는 이와 유사한 표시를 하여서는 아니 된다.

③ 국가나 지방자치단체가 공용 한식을 우수한식으로 등록하려는 경우 관련 한식의 소재지를 관할하는 시·도지사 및 협의하여야 한다.

④ 우수한식의 등록을 위한 기준 및 절차, 제출 사항 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제13조(우수한식의 지원 및 관리)** 시·도지사는 우수한식의 관리에 필요한 기술지원이나 소요비용의 전부 또는 일부를 조례로 정하는 바에 따라 지원할 수 있다.

**제14조(우수한식에 대한 우선구매 지원)** 정부는 우수한식을 받은 자에 대하여 새로운 수요를 만들어 내기 위한 자금지원 및 전통 기능·기술을 이용한 한식에 대한

우선구매 등 지원시책을 강구하여야 한다.

**제15조(우수한식 등록의 취소)** 농림축산식품부장관은 우수한식이 그 가치를 상실하여 등록을 취소할 필요가 있거나 취소 요청을 받은 때에는 대통령령으로 정하는 절차 및 기준에 따라 그 등록을 취소할 수 있다. 이 경우 한식위원회의 심의를 거쳐야 한다.

## 제2절 한식 전문인력의 양성 등

**제16조(교육훈련)** ① 국가와 지방자치단체는 한식의 진흥과 식문화의 계승·발전을 위하여 소비자 또는 관련 종사자를 대상으로 조리·요리 및 제조기술 등을 보급·전수하기 위한 교육훈련을 직접 또는 위탁하여 실시할 수 있다.

② 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 교육훈련을 위하여 적절한 시설과 인력 등을 갖춘 기관 또는 단체를 교육훈련기관으로 지정할 수 있다.

③ 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 교육훈련을 위탁하여 실시할 때에는 예산의 범위에서 필요한 지원을 할 수 있다.

④ 제2항에 따른 교육훈련기관의 지정·운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제17조(전문인력 양성)** ① 농림축산식품부장관은 전통 한식의 계승을 위한 조리·요리·제조기술 등과 한식과 어울리는 식문화 보급을 위하여 필요한 전문인력을 양성할 수 있다.

② 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 전문인력 양성을 위하여 대학·연구소 등 적절한 시설과 인력을 갖춘 기관·단체를 전문인력 양성기관으로 지정·관리할 수 있다.

③ 농림축산식품부장관은 제2항에 따라 지정된 전문인력 양성기관에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 예산의 범위에서 그 양성에 필요한 경비를 지원할 수 있다.

④ 제2항에 따른 전문인력 양성기관의 지정 기준 및 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 제18조(한식의 표준화 및 규격화 지원)** ① 농림축산식품부장관은 한식의 공동이용에 필요한 조리·요리 기준 등의 표준화 및 규격화를 위한 각종 활동을 지원할 수 있고, 이에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- ② 정부는 한식사업자에 대하여 한식의 규격 등 대통령령이 정하는 사항에 관하여 표준화를 권고할 수 있다.
- ③ 정부는 한식의 표준화 및 규격화를 추진하기 위하여 필요한 경우에는 한식에 관한 전문기관 및 단체를 지정하여 사업을 실시하도록 하고 당해 기관 또는 단체에 표준화사업을 위한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

## 제4장 한식의 보급 확산

### 제1절 한식마을 사업의 지정 등

- 제19조(한식마을의 지정)** ① 한식마을사업을 운영하려는 마을협의회는 다음 각 호의 요건을 갖추어 특별자치도지사·시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 “시장·군수 등”이라 한다)에게 한식마을사업자의 지정을 신청하여야 한다.
1. 사업목적, 대표자, 구성원의 자격과 가입·탈퇴 및 제명에 관한 사항 등이 포함된 규약 또는 정관
  2. 사업계획서
  3. 각 마을 전체 가구 3분의 1 이상 또는 구성원 과반수의 동의서
  4. 그 밖에 한식마을사업자의 참여 범위 등 대통령령으로 정하는 지정요건
- ② 시장·군수 등은 제1항에 따른 지정신청이 같은 항 각 호의 지정요건에 적합한 경우 한식마을사업자로 지정하여야 하며, 한식마을사업자로 지정한 때에는 한식마을사업자 지정증서를 발급하고 이를 공고하여야 한다.
- ③ 제2항에 따라 지정받은 한식마을사업자가 대표자 변경 등 농림축산식품부령으로 정하는 중요 사항을 변경하려면 시장·군수 등에게 변경지정을 받아야 한다.
- ④ 제2항에 따라 한식마을사업자로 지정받은 자는 지정받은 내용을 그 마을의 보기 쉬운 곳에 게시하여야 한다.
- ⑤ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 한식마을사업자의 지정신청 및 지정·변경지

정의 절차, 지정증서의 발급 등에 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.

**제20조(한식마을사업의 육성 및 지원)** ① 국가와 지방자치단체는 한식마을사업을 육성하기 위하여 다음 각 호의 사항에 관한 정책을 수립·시행하여야 한다.

1. 농어촌의 자연환경, 영농활동, 전통문화 등을 활용한 한식의 개발
  2. 한식마을사업에 관한 홍보와 도시민의 유치 활성화
  3. 한식마을사업에 따른 기반 정비
  4. 한식마을사업자의 경영 지원
  5. 한식마을사업을 활성화하기 위한 조사·연구
  6. 그 밖에 한식마을사업을 육성하기 위하여 대통령령으로 정하는 사항
- ② 국가와 지방자치단체는 한식마을사업을 활성화하기 위하여 한식마을사업자에게 한식마을사업의 운영에 필요한 비용을 예산의 범위 안에서 지원할 수 있다.
- ③ 농림축산식품부장관 및 관계 중앙행정기관의 장은 시장·군수 등에게 한식마을사업에 필요한 정보 제공 등의 지원을 할 수 있다.

## 제2절 한식 랜드의 조성 등

**제21조(한식랜드 조성지역의 지정 등)** ① 한식랜드 조성지역은 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 또는 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)의 신청에 의하여 농림축산식품부장관이 지정한다.

- ② 농림축산식품부장관은 제1항에 따른 한식랜드 조성지역을 지정하고자 하는 때에는 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.
- ③ 한식랜드 조성지역의 지정의 취소 또는 그 면적의 변경은 한식랜드 조성지역의 지정에 관한 절차에 따라야 한다. 이 경우 대통령령으로 정하는 경미한 면적의 변경은 제2항에 따른 협의를 하지 아니할 수 있다.
- ④ 농림축산식품부장관은 제1항 또는 제3항에 따라 지정, 지정의 취소 또는 그 면적 변경을 한 때에는 이를 고시하여야 한다.

**제22조(조성실행계획의 승인 등)** ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 제21조 제1항에 따라 지정받은 지역에 한식랜드를 조성할 수 있다.

1. 시·도지사

2. 농림축산식품부령으로 정하는 공공기관

- ② 제1항에 따라 한식랜드를 조성하고자 하는 자는 한식 전시관 등 대통령령으로 정하는 시설을 포함하는 조성실행계획을 작성하여 농림축산식품부장관의 승인을 받아야 한다. 이 경우 조성실행계획의 승인을 받은 자(이하 “사업시행자”라 한다)가 조성실행계획을 변경하고자 하는 때에도 대통령령으로 정하는 경미한 사항을 변경하는 경우를 제외하고는 농림축산식품부장관의 승인을 받아야 한다.
- ③ 농림축산식품부장관은 제2항에 따라 조성실행계획을 승인 또는 변경승인을 하고자 하는 때에는 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.
- ④ 농림축산식품부장관은 제2항에 따라 조성실행계획을 승인한 때에는 지체 없이 조성실행계획을 고시하여야 한다.

**제23조(한식랜드 조성지역 등의 실효)** ① 제21조에 따라 한식랜드 조성지역으로 지정·고시된 지역에 대하여 그 고시일부터 2년 이내에 제22조 제2항에 따른 조성실행계획의 승인신청이 없는 경우에는 그 고시일부터 2년이 경과한 다음 날에 그 한식랜드 조성지역의 지정은 효력을 상실한다.

- ② 사업시행자가 제22조 제4항에 따른 조성실행계획의 승인고시일부터 2년 이내에 사업을 착수하지 아니하는 경우에는 조성실행계획의 승인고시일부터 2년이 경과한 다음 날에 그 조성실행계획의 승인은 효력을 상실한다.
- ③ 제2항에 따라 조성실행계획의 효력이 상실된 한식랜드 조성지역에 대하여 그 조성실행계획의 효력이 상실된 날부터 2년 이내에 새로운 조성실행계획의 승인신청이 없는 경우에는 그 효력이 상실된 날부터 2년이 경과한 다음 날에 그 한식랜드 조성지역의 지정은 효력을 상실한다.
- ④ 제24조 제2항에 따른 조성실행계획의 승인취소고시일부터 1년 이내에 새로운 조성실행계획의 승인신청이 없는 경우에는 그 조성실행계획의 승인취소고시일부터 1년이 경과한 다음 날에 그 한식랜드 조성지역의 지정은 효력을 상실한다.
- ⑤ 농림축산식품부장관은 제1항부터 제4항까지의 규정에 따라 지정 또는 승인의 효력이 상실된 경우에는 지체 없이 그 사실을 고시하여야 한다.

**제24조(조성실행계획의 승인취소 등)** ① 농림축산식품부장관은 사업시행자가 다음

각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 조성실행계획의 승인을 취소하거나 이의 개선을 명할 수 있다.

1. 사업중단으로 환경·미관을 크게 저해할 경우
  2. 승인된 조성실행계획과 다르게 사업을 추진하는 경우
- ② 농림축산식품부장관은 제1항에 따라 승인이 취소된 경우에는 지체 없이 그 사실을 고시하여야 한다.

**제25조(조성 및 운영비의 지원)** 국가 또는 지방자치단체는 한식랜드의 조성에 있어서 대통령령으로 정하는 공익시설에 한하여 필요한 시설비 및 운영비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

### 제3절 한식박물관의 설치 및 지정

**제26조(한식박물관)** ① 농림축산식품부장관은 한식의 관리기반을 마련하고 한식문화를 진흥하기 위하여 한식박물관을 설치하거나 관련 공공기관을 한식박물관으로 지정할 수 있다.

② 한식박물관은 한식과 관련된 기록물 관리, 연구, 전시, 교육, 홍보, 교류시설과 그 밖의 부속시설을 둘 수 있으며 다음 각 호의 사업을 수행한다.

1. 한식 관련 기록물 관리사업
2. 한식 보전 및 활용 관련 연구·조사·기획
3. 한식 관련 전문가 교육·연수사업
4. 한식 관련 출판 및 홍보사업
5. 한식 관련 국제교류·협력사업
6. 한식문화교육
7. 지역의 한식문화 진흥을 위한 기반 조성
8. 그 밖에 한식박물관의 설립목적을 달성하기 위하여 필요한 사업

③ 농림축산식품부장관은 제1항에 따라 설치한 한식박물관을 관련 공공기관에 위탁하여 운영할 수 있다.

④ 국가는 한식박물관의 원활한 운영을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 「국유재산법」에도 불구하고 국유재산을 한식박물관에 무상으로 대부하거나 사



용·수익하게 할 수 있다.

**제27조(출연금)** ① 국가는 제26조제1항에 따라 지정된 한식박물관의 사업과 운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 출연금을 지급할 수 있다.

② 한식박물관은 사업연도마다 다음 연도의 출연금 예산요구서를 대통령령으로 정하는 바에 따라 농림축산식품부장관에게 제출하여야 한다.

**제28조(자료의 제공요청 등)** ① 한식박물관은 한식과 관련된 기관 또는 단체의 장에게 사업수행에 필요한 자료의 수집 및 제공을 요청할 수 있다.

② 제1항에 따라 자료의 수집 및 제공을 요청받은 자는 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

**제29조(사업계획서 등의 제출)** ① 한식박물관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 사업연도 개시 1개월 전까지 사업계획서와 예산서를 농림축산식품부장관에게 제출하여야 한다.

② 한식박물관은 매 회계연도의 세입세출결산보고서에 해당 연도의 사업실적을 첨부하여 다음 사업연도 3월 31일까지 농림축산식품부장관에게 제출하여야 한다.

## 제5장 한식 세계화를 위한 기반 조성

**제30조(한식세계화 촉진 등)** ① 국가 또는 지방자치단체는 한식의 확산, 한식의 경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화를 위하여 우수 한식을 홍보하거나 해외시장을 개척하는 자 또는 단체에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 필요한 지원을 할 수 있다.

② 농림축산식품부장관은 한식의 국제교역을 촉진하기 위하여 한식의 국제규격화등을 추진하여야 한다.

**제31조(한식세계화협의체 구성을 통한 활성화)** ① 농림축산식품부장관은 한식의 이용 및 유통을 촉진하기 위하여 해외조리사·한식사업자·한식단체 등으로 구성되는 한식세계화협의체를 구성·운영할 수 있다. 한식세계화협의체의 구성 및 운영 등에

관하여 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.

- ② 농림축산식품부장관은 제1항의 규정에 따라 구성한 한식세계화협의체의 운영 활성화를 위하여 재정적·기술적 지원을 할 수 있다.

## 제8장 보칙

**제32조(권한의 위임·위탁)** ① 이 법에 따른 농림축산식품부장관 또는 시·도지사의 권한은 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 전부 또는 일부를 시·도지사 또는 시장·군수·구청장에게 위임할 수 있다.

- ② 농림축산식품부장관 또는 지방자치단체의 장은 이 법에 따른 업무의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 공공기관에 위탁할 수 있다.

**제33조(보고 및 검사)** 농림축산식품부장관은 한식진흥원 및 한식랜드, 한식박물관(이하 “한식진흥원 등”이라 한다)에 대하여 그 업무 상황에 관한 보고를 명하거나, 소속 공무원으로 하여금 한식진흥원 등에 출입하여 장부·서류나 그 밖의 물건을 검사하게 할 수 있다.

**제34조(비밀 업무의 의무)** 한식위원회, 한식진흥원, 한식랜드 등의 임원이나 직원 또는 그 직에 있었던 사람은 직무상 알게 된 비밀을 누설하여서는 아니 된다.

**제35조(벌칙 적용에서의 공무원 의제)** 한식센터 등의 임원 및 직원은 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정에 따른 벌칙의 적용에서는 공무원으로 본다.

## 부 칙

이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.