



2009 · 2010 · 2011

한식세계화의 첫걸음

*The beginning of Hansik globalization
by Korean Food Foundation*





한식세계화의 첫걸음

한식 세계화의 첫걸음

Discover **K**orea's
Delicious **S**ecret

한식으로 *by Hansik*

세계로 *to all over the world*

미래로 *to the future*

목차 Table of contents

서론

· 발간사	양일선 한식재단 이사장	014 - 015
· 축사	허영만 만화가, 이욱정 PD, 임지호 요리전문가, 조은정 작가	016 - 017
· 한식재단 소개	한식재단은 개요 정통성 정립, 산업진흥, 세계화 추구 비전 로드맵 미소개	018 - 021 018 019 020 - 021
· 연혁	연도별 연혁	022 - 023

본론

총론	· 한식세계화 산업 개요	026 - 035
2009 年	· 한식세계화 추진단출범 한식세계화 5대전략 발표 민관·합동 한식세계화추진단 출범 한식 홍보 활기, 한식에 대한 호감도 증가 한식 브랜드 100 프로젝트 한식세계화 관련 대국민 설문조사 결과	038 - 040 040 - 041 041 - 042 042 - 043 043
2010 年	· 인프라구축 한식세계화 추진체계 구축	046 - 047

	한식세계화추진단 구성	048
	한식세계화추진단 분과위원회 구성	049
	한식재단 이사회 구성	050
	해외 한식당협업체 구축·운영	050 - 054
	해외 한식당 업그레이드를 위한 10대 개선과제	054 - 057
	해외 한식당협업체 구축·운영 지원사업 현황	058
	협업체별 사업추진 실적	
	뉴욕 <미 동부 한식세계화 추진위원회>	059 - 062
	동경 <동경 한식넷협회>	062 - 063
	연변 <연변 조선족 전통요리협회>	064 - 065
	LA <미 서부 한식세계화협회>	065 - 067
	홍콩 <홍콩 한인요식업협회>	067
	파리 <재불 한식문화협회>	068
	런던 <재영 요식협회>	068 - 069
	한식당 해외진출 정보전략 조사	070 - 079
	한식세계화 공식포털 콘텐츠 보강	080 - 081
	한식 우수성·기능성 연구	082 - 093
	전통한식 우수성 과학적 연구 결과 DB 구축	094 - 101
· 전문인력 양성	한식 스타 셰프 양성	102 - 111
	향토음식 전문가 교육	112 - 116
	해외 한식당 종사자 교육	116 - 124
	한식조리 특성화 학교 지정	125 - 128
	해외 유명 요리학교 한식강좌 개설	128 - 140
	한식 동영상 제작·배포	140 - 141
	재외공관 조리사 교육	141 - 143
	· 한식당 경쟁력 강화	해외 한식당 컨설팅 지원
	해외 우수 한식당 추천제 운영	161 - 176

		한식 표준조리법 보급	177 - 179
		한식메뉴 외국어 표기 보급	180 - 181
		‘한식 먹는 방법’ 영문 일러스트 제작	182 - 183
		간소·고품격 메뉴 개발	183
		해외 한식당 개설 자금지원	184 - 189
	· 한식 홍보	한국 식문화 확산	
		한식홍보	190 - 195
		언론홍보	195 - 202
		G20 연계홍보	202
		홍보물 제작	203 - 205
		국내·외 한식 박람회 지원	
		2010 국제 프랜차이즈박람회 한식 홍보	205
		서울국제식품산업대전 한식 홍보	206
		서울고메 2010	207
		청와대 사랑채 한식 홍보관	208
		국내 한식 홍보관 지원	208 - 209
		한식세계화 해외 종합홍보	210 - 212
		Korea Food Expo 개최	213 - 215
2011 年	· 인프라구축	한식세계화 콘텐츠 개발	218 - 229
		한식 우수성·기능성 연구	
		한식 원형복원 및 산업화	230 - 232
		한식세계화 전략 수립	232
	· 한식당 경쟁력 강화	해외 우수 한식당 추천제 사업	233 - 235
		플래그십 한식당 개설	236 - 238
		한식 현지화 지원사업	

	해외 정보·전략 조사	238 - 243
	국내·외 한식문화 확산	243 - 248
	국내 한식 홍보	
	한식세계화 과제 공모	248 - 250
	관련 단체 지원	251 - 254
	주요 박람회	255 - 257
	국제행사 등 연계홍보	257 - 261

부록

· 발간물	한식 스토리텔링 국내편	264
	한식 스토리텔링 외국어편	265
	해외 우수 한식당 가이드북	266
	한식세계화 뉴스레터	267
	외국인 식객의 한식기행	268
	아름다운 한국 음식 100선 - 아랍어판	269
	한국인이 사랑하는 오래된 한식당	270
	김윤옥의 한식 이야기	271
	한국 레스토랑 가이드 2011 도쿄	272
	한식메뉴 외국어 표기 길라잡이	273
· 한식세계화 공식포털	한식세계화 공식포털 재구축	274 - 275
	한식재단 SNS	276 - 277
· 화보	2010	278 - 297
	2011	298 - 316



The beginning of Hansik globalization

by Korean Food Foundation

2009 ————— 2011

*by Hansik
to all over the world
to the future*

서론

012 - 023

본론

024 - 261

부록

262 - 316



서론

緒論

Introduction

발간사	· 양일선 한식재단 이사장	014 - 015
축사	· 허영만 만화가, 이육정 PD, 임지호 요리전문가, 조은정 작가	016 - 017
재단 소개	· 한식재단은	018 - 021
	개요	018
	정통성 정립, 산업진흥, 세계화 추구	019
	비전	020
	로드맵	-
BI소개	021	
연혁 및 성과	· 연도별 연혁	022 - 023

“한식세계화가 국책사업으로써 시작된 지도
어느덧 4년에 이르고 있습니다.
그동안 정부와 민간이 중지를 모아 마련하여 추진해 온
5대 전략과 9대 과제들의 추진 실적이 가시화되면서
여러 방면에 걸쳐 의미 있는 성과들이 나타나고 있습니다.”

.

“우선, K-POP, K-DRAMA 등 한류의 지속적 확산으로
한식세계화와 융합되어 시너지 효과를 낼 수 있는
좋은 환경이 조성되어 있습니다.
둘째, G20 정상회의, 핵안보정상회의 유치 등을 통해
지구촌 내 한국에 대한 이미지가
그 어느 시기보다 크게 향상되었습니다.
셋째, 한식은 전 세계에 일고 있는 기능성 식품에 대한
선호를 만족하게 할 수 있는
발효 식품이라는 강점이 있습니다.
넷째, 우리 대한민국이 경제 강국으로 성장하는 과정에서
700만에 이르는 재외국민이 전 세계 곳곳에 분포되어
한식을 알리는데 일정 부분 역할을 담당할 수 있는 환경도
중요한 강점입니다.”

한식세계화가 국책사업으로써 시작된 지도 어느덧 4년에 이르고 있습니다.
그동안 정부와 민간이 중지를 모아 마련하여 추진해 온 5대 전략과 9대 과제들의 추진 실적이 가시화되면서 여러 방면에 걸쳐 의미 있는 성과들이 나타나고 있습니다.

예를 들면, 도쿄와 서 유럽에서 실시한 우수한식당 추천제가 계기가 되어
세계적 권위의 레스토랑 평가 잡지인 미슐랭 가이드북에 3개의 우리 한식당이 등재되는 쾌거를
들 수 있습니다. 이 밖에도 일일이 열거하기 어려운 많은 성과를 통해
한식세계화 정책의 미래가 밝다는 것을 반증해 주고 있습니다.

작금의 세계 주요 선진국들은 자국음식의 세계화를 국격제고와 자국문화 전파의 중요수단으로
적극 추진하고 있습니다. 우리의 경우에는 이들 나라에 비하여 상당히 유리한 몇 가지 여건이
형성되어 있습니다. 우선, K-POP, K-DRAMA 등 한류의 지속적 확산으로 한식세계화와 융합되어
시너지 효과를 낼 수 있는 좋은 환경이 조성되어 있습니다.

둘째, G20 정상회의, 핵안보정상회의 유치 등을 통해 지구촌 내 한국에 대한 이미지가
그 어느 시기보다 크게 향상되었습니다.

셋째, 한식은 전 세계에 일고 있는 기능성 식품에 대한 선호를 만족하게 할 수 있는
발효 식품이라는 강점이 있습니다.

넷째, 우리 대한민국이 경제 강국으로 성장하는 과정에서 700만에 이르는 재외국민이 전 세계 곳곳에
분포되어 한식을 알리는데 일정 부분 역할을 담당할 수 있는 환경도 중요한 강점입니다.

이러한 강점들을 효과적으로 살리고 그동안 사업추진과정에서 발생한 문제점과 과제를 해결하여
한식세계화의 제2도약을 이루기 위해서는 정확한 기록에 입각한 과거에 대한 성찰이
우선되어야 한다는 점에서 이번 백서 발간의 의의를 찾을 수 있을 것입니다.

끝으로 이 백서 발간에 큰 도움을 주신 농림수산식품부를 비롯하여 한국농수산식품유통공사,
농식품기술기획평가원 관계자분들께 진심으로 감사드리며, 한식세계화를 위해 노력하시는
각계각층의 모든 분과 백서 출판을 맡아주신 비비유에스 관계자분들의 노고에
깊은 감사의 말씀을 드립니다. 감사합니다.

한식재단 이사장

양 일 선



축사

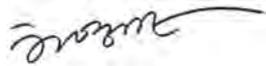
Congratulatory message

- 허영만
- 이욱정
- 임지호
- 조은정

“저는 만화 <식객>을 집필하면서 우리 전통음식의 맛과 우수함을 자세히 들여다볼 수 있었습니다. 일식이나 양식이 사람들 입맛에 맞춘다면, 한식은 음식 재료가 지닌 원래의 맛을 최대한 살려낸다는 점이 탁월합니다. 한식 특유의 맵고 짜고 강한 맛을 순화하면서도 고유의 맛을 잃지 않는다면, 한식은 그야말로 세계인의 사랑을 받게 될 것입니다. 이러한 과제를 해결하는 데에 한식재단이 앞장서 주시기를 당부드립니다.”

(한식세계화추진단 위원, <식객>의 만화가)

허영만



“인류의 식문화에 관한 다큐멘터리들을 제작해오면서 절실히 느꼈던 사실은 한식의 세계화를 위해서는 무엇보다 한식에 대한 문화적 이미지 형성이 중요하다는 것이었습니다. 그런 측면에서 한식세계화는 이제부터가 시작이라고 생각합니다. 한식재단의 그간의 성과와 궤적을 모은 백서를 발간하게 된 점을 축하드리고, 한식에 대한 국제적인 인식이 더욱더 확대되어 세계인이 한식의 아름다움과 건강함을 같이 누릴 수 있는 날이 어서 오기를 바랍니다.”

(KBS 다큐멘터리 <누들로드>,
<주방의 철학자 - 한식을 논하다> PD)

이욱정





“한식재단의 백서 발간은 한국 음식의 근본을 세우는 작업이며 한국 음식의 미래를 밝히는 큰 진보라고 생각합니다. 저는 한국 음식이 ‘자연이고 자유다’라는 철학을 갖고 있습니다. 이는 우리 민족의 정신과도 맥이 닿아 있습니다. 음식이란 단순히 먹거리의 생산이 아닌, 생명을 지키는 소중한 행위이며 예술이라는 것을 잊지 않았으면 합니다. 다시 한번 한식재단의 백서 발간을 축하드립니다.”

(자연요리전문가)

산당 임지호



“드라마 <신들의 만찬>은 한국의 맛과 색을 담은 요리를 소개한 전통한식 드라마입니다. 드라마를 시청한 시청자들이 저희 드라마뿐만 아니라 한식에 대한 이해와 호감을 갖게 되었다는 소식이 들려와 한국인으로서 더욱 뿌듯함을 느꼈던 적이 있습니다. 한식재단이 그간 꾸준히 벌여온 한식 관련 콘텐츠와 스토리 발굴사업은 이런 드라마가 제작될 수 있는 비옥한 토양이 될 것입니다. 한식재단의 백서 출간, 축하합니다.”

(MBC 드라마 <신들의 만찬> 작가)

조은정

한식재단 소개

Introduction of
Korean Food Foundation

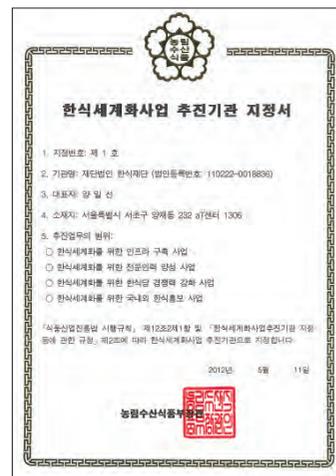
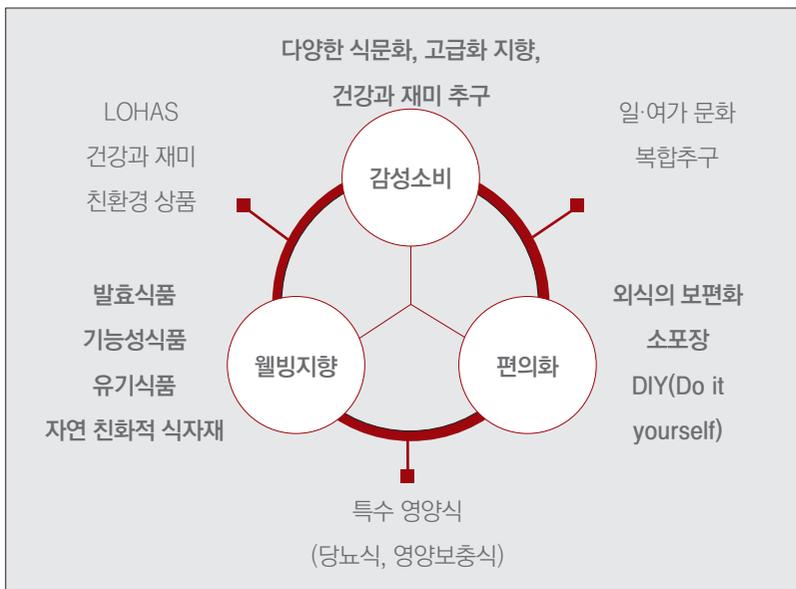
- 개요
- 정통성정립, 산업진흥, 세계화 추구
- 비전
- 로드맵
- 미소개

한식재단은

01. 개요

한식재단은 한식의 진흥 및 한식문화의 국내·외 확산을 통하여 농림수산 식품산업, 외식 산업, 문화관광산업 등 관련 산업의 발전과 국가 이미지 향상에 이바지하기 위해 설립된 유일한 정부인증 공식 민간 전문기관이며 국내·외 식품산업에서 한식의 우수성을 홍보하고, 발전시켜 나가기 위해 한식의 정통성 정립, 한식의 산업진흥, 한식의 세계화 추구 등의 핵심 기능을 담당하고 있다.

또한, 한식의 역사성, 문화성에 중점을 둔 R&D를 통해 원형을 발굴·복원·유지·발전하는 역할을 담당하고 있으며 한식 산업진흥을 위해 한식이 세계 시장에서의 한식당 위상을 제고하고, 한식제품의 경쟁력을 확보하며, 산업화 기반을 조성하고 있다. 이를 토대로, 한식의 세계화 추구를 위해 해외의 주요 국가에서 보편적으로 인식되며 매력 있는 제품으로 자리매김할 수 있도록 계속해서 노력해 오고 있다.



〈한식재단은 농림수산식품부로부터 '한식세계화사업 추진기관'으로 지정·공고됐다〉



〈뉴욕 한식모바일키친 행사〉

“한식의 진흥 및 한식문화의
국내·외 확산을 통하여
농림수산 식품산업,
외식산업, 문화관광산업 등
관련 산업의 발전과
국가 이미지 향상에
이바지한다.”

02. 정통성 정립, 산업진흥, 세계화 추구

한식재단은 ‘자국의 국민은 물론 세계인이 즐기는 우리 한식’을 목표로 다양한 활동을 펼치고 있다. 그 첫 번째가 한식의 정통성을 정립하기 위한 노력이다. 한식의 역사성과 문화성에 중점을 두어 한식의 우수성을 연구하고 그 원형을 발굴하는 사업을 진행하고 있다. 두 번째로는 세계시장에서 한식의 경쟁력을 확보하기 위해 산업화 기반을 조성하는데 역점을 두고 있다. 또한 해외 도시별 외식 시장 조사 및 한식당 진출전략 수립을 통한 한식당의 해외진출을 지원하고 있다.

마지막으로 한식이 해외에서 매력 있는 식문화이자 산업으로 거듭날 수 있도록 다양한 홍보를 진행하고 있다.

〈역사성 문화성에 중점을 둔 우수성을 연구하고 원형을 발굴·복원·유지·발전〉

- 한식 정통성 정립 : 고려, 조선, 근대 한국 음식 및 음식문화 연구, 출판 지원
- 전통 한식 발굴 : 한식 원형 및 전통발효식품 제조, 보유자 발굴, DB화
- 한국 음식문화 정립 : 고문서 등을 통한 가치 있는 한국 음식문화 연구
- 한식 우수성 규명 : 현대인의 식생활에 맞는 한식 재조명, 우수성 규명

〈세계시장에서 한식당, 한식제품 등의 경쟁력 확보, 산업화 기반 조성〉

- 한식 조리의 과학화 : 조리방법의 단순화·표준화·과학화에 대한 연구, 한식제품의 저장·포장·유통 등 실용적 연구 지원
- 한식 식재료 연구 : 수용에 적합한 한식 식재료, 처리 기술 등 연구 보급

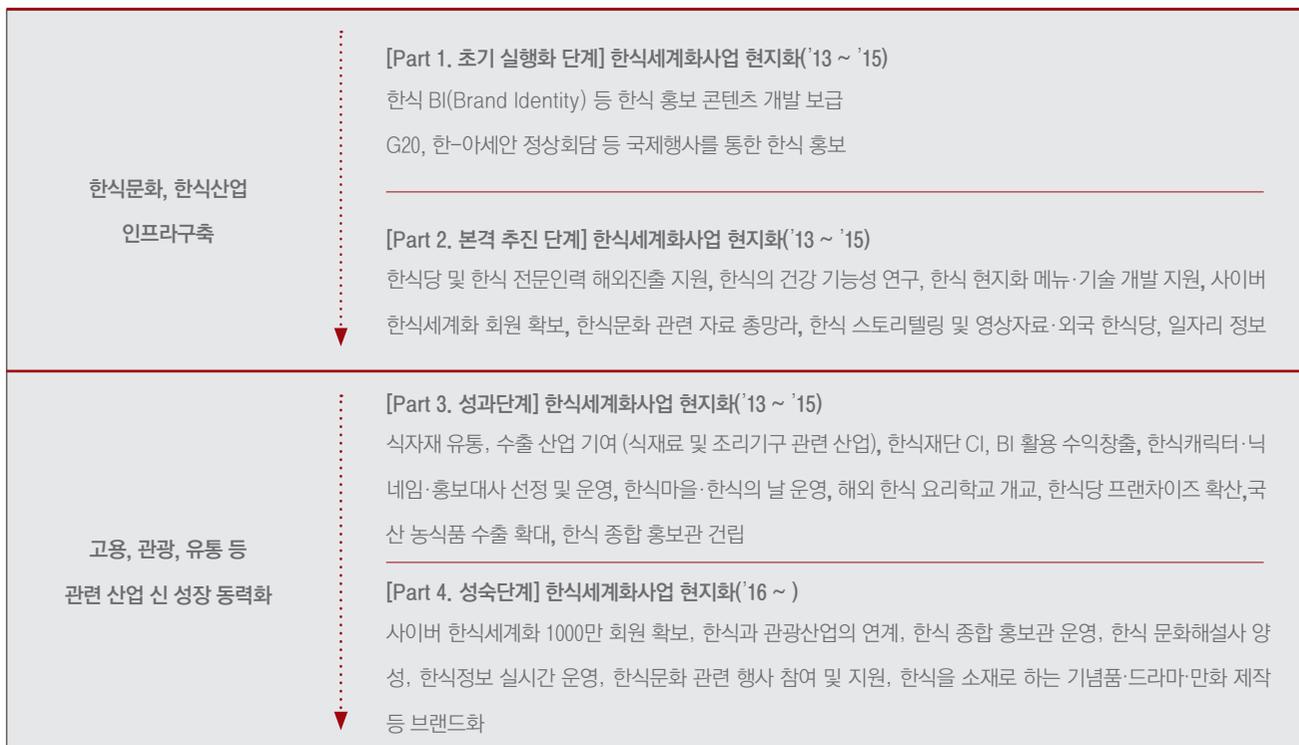
〈해외의 주요 국가에서 보편적으로 인식되고 있는 매력적인 산업이 되도록 육성〉

- 우수 한식당 인증 : 정통성과 사업성을 갖춘 음식점을 인증·유지·지원
- 해외 한식 조리법 보급 : 외국인 선호 음식 조리법, 영양소 가치 정보 제공
- 세계 한식 네트워크 구축 : 해외 한식당 네트워크 구성, 정보공유 및 사업 지원
- 한식 홍보 : 인터넷 포털 운영, 광고, 한식 인식 제고 및 홍보

03. 비전

설립목적	한식 문화 확산, 한식 산업 육성을 통하여 우리 민족 얼이 담긴 한식을 지구촌 브랜드로 키워가는데 중추적인 역할을 담당한다.
비전	Global Brand Korean Food, Innovation Leader, Korean Food Leader, CSR Leader
핵심가치	가치창조 ^{Value Creation} , 열린사고 ^{Open Mind} , 도전정신 ^{Challenge & Innovation} , 사회공헌 ^{Social Responsibility}
경영방침	지속가능경영, 신 성장동력 확보, 신 시장 개척, 지역 산업 발전
목표	Global 경영 역량 확대, 미래성장동력 확보, 한식 경쟁력 강화, 한식당 활성화
전략	동반성장, 건강과 삶의 균형, 사회적 책임, R&D 강화, 인력 양성, 해외 사업 한식 브랜드, 명장 양성, 한식 기반구축 경영시스템, HR, 기술력

04. 로드맵

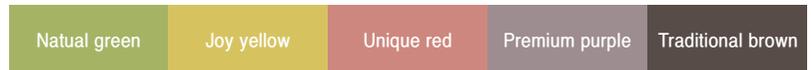


05. BI 소개

〈형태적 의미 : 사람을 풍요롭게, 자연이 주는 선물〉

한국의 정신을 상징하는 건·곤·감·리는 하늘·땅·물·불을 나타내며 이러한 의미를 한식이 가지고 있는 특성과 연결하여 자연으로부터 비롯된 음식이라는 의미를 시각화하여 표현한다. 브랜드 에센스는 자연과 인간을 모두 이롭게 하는 조화와 균형의 가치를 담고 있다. 즉, 한국의 건축·음식·의복에서 나아가 한국인의 삶의 방식은 자연과 인간을 존중하고 배려하는 것에서부터 출발하며 인위적으로 다듬어져 조화롭게 하거나 균형을 이루는 방식이 아닌 자연 그대로를 이용하면서도 인간에게 좀 더 균형 있고 조화로운 삶의 방식을 영위하는 미의식을 전달한다.

〈색상적 의미〉



한식이 자연으로부터 온 재료를 사용하는 건강한 웰빙음식이라는 이미지와 우리나라 고유의 천연염색의 이미지를 살려 한식 브랜드만의 원색적이지 않으면서 자연적이고 따뜻한 컬러 시스템을 구축한다. 이를 통해 한국적인 이미지와 함께 한국 음식의 다채로움과 음식의 식감이 전달되도록 한다.

“한식 브랜드는 자연과 인간을 배려하는 조화와 균형의 브랜드 에센스로부터 한식 브랜드를 통한 비즈니스 모델 구축과 커뮤니케이션 방식까지 각 단계별 역할에 적합한 가이드라인을 구축하고 일관된 브랜드 에센스에 따른 전체적인 이미지조화를 통한 브랜드 밸류업을 추구한다.”



연도별 연혁

• 2008 年	3. 18	대통령 업무 계획 보고
• 2009 年	5. 4	한식세계화추진단 출범
	12. 21	한식재단 설립 준비위원회 구성
• 2010 年	2. 26	한식재단 정운천 이사장 및 임원 선임
	3. 17	한식재단 출범
	3.	한식세계화사업 참여
	9.	서울고메 2010 공동 개최
	9. 28	G20 국회의장 총회 한식 홍보행사
	10.	한식재단·한식특성화대학 지정대학(우송대·전주대) 간 협약
	10.	한식재단·일본 핫토리 학원 간 동경 한식당 추천제 협약
	11. 2	한식 뱃살감소 임상시험 해외 보도
• 2011 年	2.	'해외 우수 한식당 추천제 동경편' 발행
	2. 1	뉴욕 현지 '한국의 설날 음식' 미디어 간담회
	2. 15	'뉴욕 컨셉 코리아 퓨전 한식 리셉션' 협찬
	3. 3	슈퍼주니어 한식 홍보대사 위촉식
	3. 5	슈퍼주니어 한식 홍보대사 상해 기자간담회
	4. 5	비빔밥 세계 순회 홍보 청년단 지원
	4. 18	뉴욕 한식 모바일키친 캠페인
	4. 26	'2011 서울 국제식품산업대전' 한식 홍보관 운영
	5. 3	'2011 대한민국 산채박람회' 지원
	5. 6	한국 조리기능인 협회 '2011 대한민국 국제요리경연대회'
	5. 19	'G20 국제의장 총회' 한식 홍보행사
5. 19	북경 '한식의 밤', '미디어 및 블로거' 행사	

5. 21	Fiesta Asia – The Taste of Korea
6.	‘찾아가는 한식체험’ 행사 진행
6. 3	‘마드리드 퓨전’ 행사 담당자 한식 팸투어
6. 11	한국 전통주진흥협회 ‘2011 전통주와 한식문화 Festival’
6. 29	한식세계화 중장기 홍보마스터 플랜 수립
7.	한식재단 양일선 이사장 선임
7. 20	한식 서포터즈 초청 현지 탐세프 한식 파티
7. 22	한국 음식 조리인 연합 중국 제12회 미식절 및 제10회 국제 미식박람회
7. 28	한식 서포터즈 초청 현지 탐세프 한식 파티
8. 16	뉴욕 한식당 협의회 ‘Korea Day’ 지원
8. 18	‘2011 서울 국제외식산업박람회’ 지원 ‘한식의 세계화’ 코너를 편성하여 관련 뉴스 제작
8. 2	YTN 뉴스 프로그램(글로벌 코리아) 내에
8. 18	‘서울국제외식산업박람회’ 지원
8. 28	영국 ‘Harrods 백화점 한국특별전’ 한식 홍보 지원
9. 4	한국이미지커뮤니케이션 연구원 제2회 C20 CCF(Culture Communication Forum)
10. 21	KP커뮤니케이션 온·오프라인 캠페인 방송연계 홍보 ‘외국인 식객, 한식 기행’
10.24	뉴욕 오피스 런치 달리버리 캠페인
11. 3	‘제14회 Worlds of Flavor(CIA 국제음식콘퍼런스)’ 참여 한식 오피스 런치 캠페인 진행
11. 7	‘New York, 한식과 만나다.’
11. 9	‘코리아 푸드엑스포’를 통한 한식 홍보
11. 11	한국 음식 조리인 연합 ‘다문화가정 한식조리경연대회’
11. 14	‘영국 런던 가이드북 출판기념회’ 개최
11. 17	‘프랑스 파리 가이드북 출판기념회’ 개최
12. 4	서 유럽 5개국(덴마크, 네덜란드, 스위스, 오스트리아, 벨기에) 가이드북 출판 기념회 개최(벨기에)
12. 12	슈퍼주니어와 함께하는 한식 레시피의 콘테스트 진행



본론
本論

Main subject



총론	· 한식세계화사업 개요	026 - 035
2009 年	· 한식세계화추진단 출범	038 - 043
2010 年	· 인프라구축	046 - 101
	· 전문인력 양성	102 - 143
	· 한식당 경쟁력 강화	144 - 189
	· 한식 홍보	190 - 215
2011 年	· 인프라구축	218 - 232
	· 한식당 경쟁력 강화	233 - 243
	· 한식 홍보	243 - 261

總論

2009·2010·2011

한식세계화사업 개요

- 인프라구축
- 전문인력 양성 및 고용창출
- 한식랜드마크 건립
- 연관 산업 발전 기여
- 한식산업 브랜드화
- 관련 산업 연계협력 강화
- 한식재단법 제정 추진
- 한식산업 아카이브 구축
- 한식세계화 공식포털 활성화
- 한식 휘장사업

한 나라의 음식은 이제 그 나라의 이미지와 품격을 가능하는 문화적 코드이며, 이른바 국격의 기능자로 여겨지는 시대에 접어들었다. 이 때문에 현재 세계 각국은 자국의 전통음식을 국가 전략산업으로 육성하기 위해 많은 노력들을 쏟고 있다.

우리나라 식문화는 전통문화 가운데 유일하게 살아있는 문화라고 해도 과언이 아니다. 조상들의 삶 속에서 수천 년을 함께한 한식은 글로벌 시장에서 가장 경쟁력이 있는 분야라고 할 수 있으며, 한식의 가치가 제대로 평가된다면 세계 어느 나라 음식과 비교해도 뒤지지 않을 것이다.

이러한 측면에 주목한 정부가 온 국민의 사랑과 관심 속에서 2009년 농식품부·문화부 장관과 민간 위원장 등으로 구성된 한식세계화추진단을 출범시킨 이래로 2010년에는 재단법인 한식재단이 설립되어 한식의 진흥과 한식문화의 국내·외 확산에 힘써왔다. 한식세계화사업을 담당하고 있는 3대 기관 가운데 농수산식품유통공사는 해외 한식당협의체 운영, 전문인력 양성, 해외 한식당 컨설팅, 프랜차이즈 해외진출지원 등 공공성이 강하고 해외조식망 활용이 필요한 교육 및 해외진출지원을, 농림수산식품기술기획평가원은 한식 우수성·기능성 연구, 지역별 현지화 메뉴개발 등 기능성·상품화 연구 등 R&D 분야를 담당해왔다.

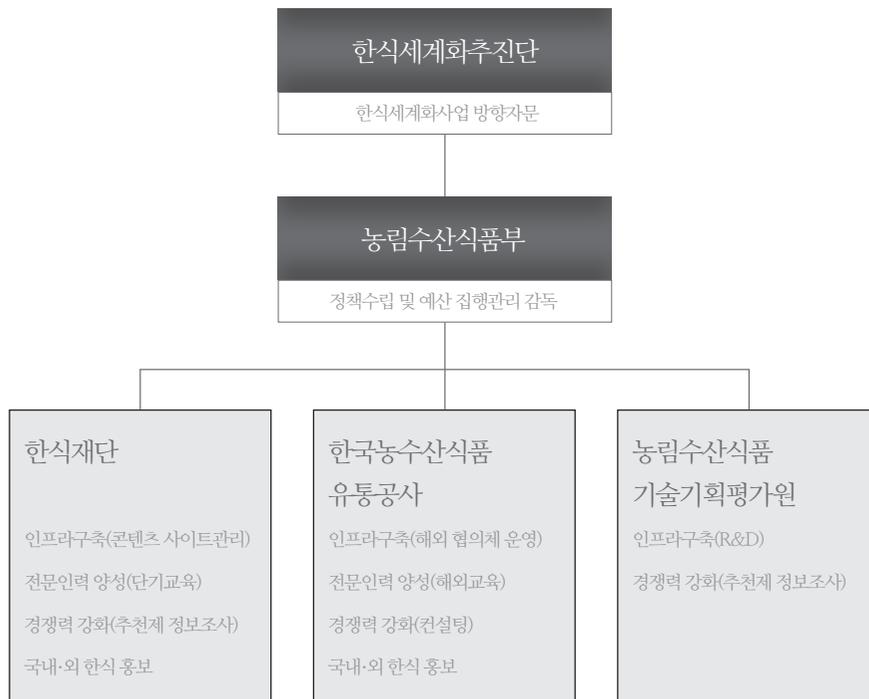
여기에서 한식재단은 농림수산식품산업, 외식산업, 문화관광산업 등 관련 산업의 발전과 국가 이미지 향상에 기여하기 위해 설립된 유일한 정부인증 공식 민간 전문기관으로서 국내·외 식품산업에서 한식의 우수성을 홍보하고 발전시켜나가기 위해 한식의 정통성 정립, 한식의 산업진흥, 한식의 세계화 추구 등의 핵심기능을 담당하고 있다.

또한, 한식이야말로 가장 새롭고 지속적이며 영속적인 국가적 자산임을 뚜렷이 인식하고 한식의 역사성, 문화성에 중점을 둔 R&D를 통해 원형을 발굴, 복원, 유지, 발전하는 역할에 열중하고 있다. 나아가 한식산업 진흥을 위해 세계시장에서의 한식당 위상을 제고하고, 한식제품의 경쟁력을 확보하고 산업화의 토대를 조성하고 있다.

우수 한식당 추천제 사업과 스타 셰프 양성과정, 한식원형 이카이브 구축 사업, 해외 도시별 정보전략 조사, 국내·외 한식문화 확산, 홍보사업 등을 통해 한식세

계화 인프라구축을 꾸준히 추진하는 한편, 외국인을 대상으로 한 다양한 한식 관련 프로모션 및 한식 홍보행사 개최 등을 통하여 한식당의 해외 진출 여건 조성과 더불어 현지 한식당의 질적 수준 제고를 도모해왔다.

한식세계화의 뜻을 높이 올려세운 지난 4년 동안 더욱 고조되어온 세계의 관심과 정부의 비전 및 전략에 대한 공감대를 토대로 한식재단은 앞으로도 실용적이고 구체적인 전략을 실천함으로써 한식세계화의 선도자 역할을 수행해 나갈 것이다.



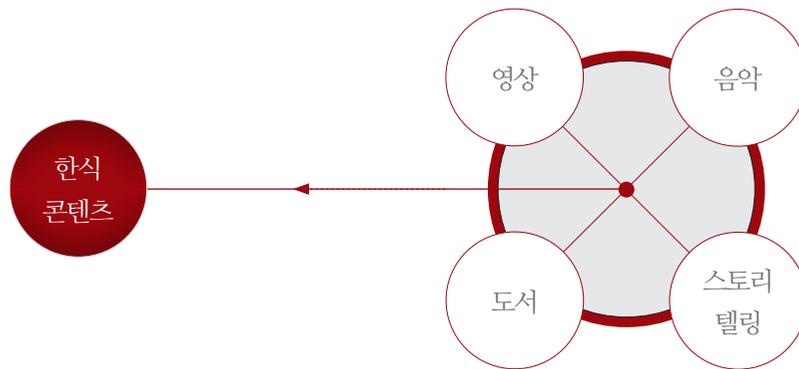
<인프라구축>

한식과 관련된 모든 정보의 아카이브를 구축하기 위한 시장, 소비자 정보 및 마케팅 전략에 대한 방향성을 조사하여 가이드북 발간을 위해 노력해왔다. 또한, 한식의 원형을 복원하고 산업화하기 위해 한식 및 음식문화 관련 콘텐츠 목록 DB 구축, 북한 전통음식 조사·발굴, 세계화 유망 한식 메뉴의 스토리텔링 소재 발굴, 역사성 있는 한식당 조사·발굴 등 4대 사업에 대한 착수보고회를 추진했다.

대표적인 한식 메뉴의 정의, 맛의 특징, 역사와 문화적 배경을 재미있는 이야기로 구성하고, 조리 특성과 재료에 대한 정보를 읽기 쉽게 정리하여 한식을 스토리텔링화 하였다. 출간물로는 '한식 스토리텔링 107가지, 맛있고 재미있는 한식 이야기'가 있다.

서 유럽 지역 내 한식에 대한 호감도를 높이고 외국인들의 한식 체험 기회를 확대하기 위해 서 유럽 11개국 25개 도시의 우수 한식당을 소개하는 해외 우수 한식당 가이드북을 발간하였다.

그밖에 각종 국제행사 등에서 한식의 우수성 및 간단한 조리법 등을 알릴 수 있는 홍보 영상물을 제작하여 배포하고 있다.

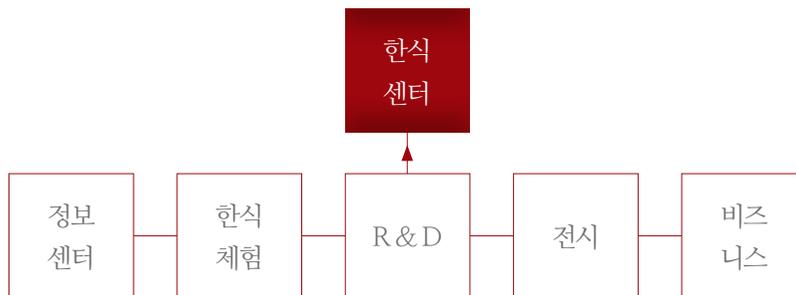


〈전문인력 양성 및 고용창출〉

한식세계화에 꼭 필요한 수준 높은 한식 조리사 양성을 위해 ‘한식 스타 셰프 양성과정’을 운영하고 있다. 또한, 지역의 우수 인력 발굴 및 향토음식의 상품화를 위해 ‘향토음식 전문가과정’을 운영하고 있을 뿐 아니라, 한식 조리 교육에 특화된 전문계 고교(1개)와 대학(2개)을 ‘한식조리특성화학교’로 지정하여 집중 지원하고 있다. 이러한 한식 전문조리사를 양성과정을 통해 장차 27만여 명의 고용인원 창출 효과가 발생할 것으로 예상된다. 이뿐만 아니라 해외 한식당 경영주, 조리사, 홀 매니저 등을 대상으로 맞춤형 ‘해외 한식당 종사자 교육’을 실시하고 있으며, 미국 CIA, 프랑스 르 꼬르동 블루와 같은 해외 유명 요리학교에 한식강좌 개설을 추진하였다.

〈한식랜드마크 건립〉

한식산업의 메카라 할 수 있는 한식랜드마크 건립을 추진한다. 2011년 관광공사의 조사를 따르면 외국인의 40%가 한국을 찾는 이유를 ‘한식’이라고 한 것으로 조사되었다. 그럼에도 불구하고 아직 한식을 대표할 만한 랜드마크가 부재한 것이 현실이다. 한식체험과 전시부터 R&D, 한식문화정보센터, 한식산업 비즈니스 상담까지 원스톱으로 한식산업을 표현할 수 있는 한식랜드마크 또는 한식종합홍보센터의 설립을 통해 우리 한식의 우수성을 표현하고 외국인들이 꼭 찾아봐야 하는 한국의 대표적인 관광체험 단지로 구성할 계획이다.



〈연관 산업 발전 기여〉

한식세계화사업은 국내 연관 산업발전과 그 맥을 달리할 수 없다. 한식과 관련된 외식 산업 진흥뿐만 아니라 우수한 우리 농산물 식자재 유통판로 확대, 농식품 관련 박람회 참여지원 등을 통해 농어촌에 활력을 불어넣는다. K-POP, 드라마, 영화 등 한류와 연계한 관광산업 기여, 한식마을 구성 등을 통한 지자체 세수 확대 및 관련 고용창출 등에 이바지하고 있다.

특히, 한식마을을 통한 농어촌체험 관광산업 육성은 학교 등 각종 단체 관람을 유치하여 최근 화두로 떠오르고 있는 주5일제 수업을 통한 주말 활용 및 학교폭력 방지에 일조할 수 있는 계기로 작용하고 있다.

〈한식산업 브랜드화〉

한식세계화의 토대로 작용할 한식산업의 브랜드화를 위해 재단에서는 의장등록 한 CI, BI 등을 적극 활용하여 다양한 산업분야에서 새로운 부가가치를 창출할 수 있도록 유도해 나가고 있다. 대중의 참여를 유도하는 공모 등을 통해 한식캐릭터, 캠페인송, 한식슬로건 및 해외 표준한식당 인테리어시스템 등을 마련하는 한편, 사회 저명인사, 대중 연예인, 스포츠인을 한식 홍보대사로 선정하여 국민 각계각층의 참여를 유도함으로써 한식에 대한 이해도를 높이는 계기로 삼고 있다. 더불어 다 같이 즐기고 나눌 수 있는 ‘한식의 날’의 제정을 추진하고 있다.

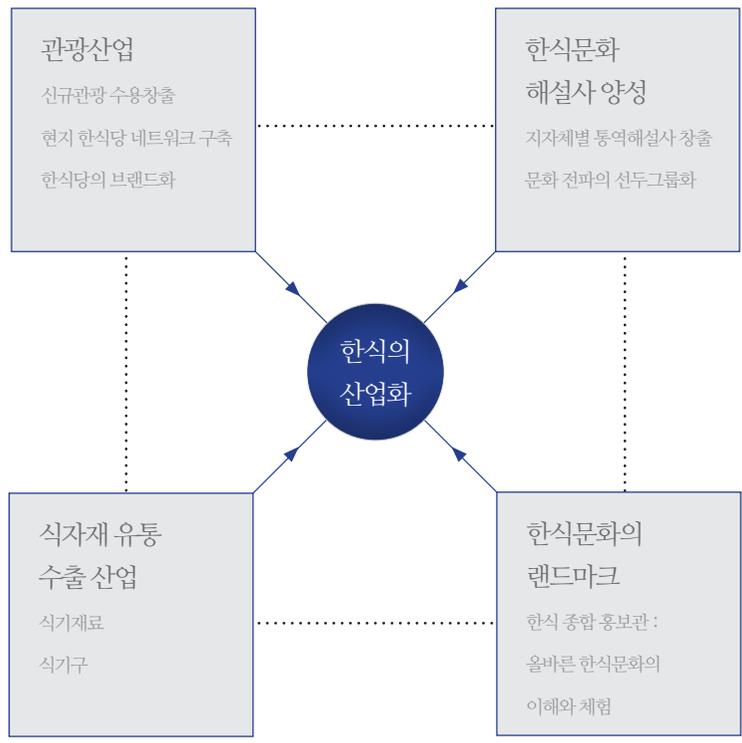
또한, 해외 한식당 추천제 사업을 전 세계 주요 거점도시로 확대하여 한식산업의 브랜드화에 앞장설 수 있는 직접적인 계기로 삼고자 한다.

〈관련 산업 연계협력 강화〉

한식재단에서는 한식과 관련된 모든 콘텐츠를 집대성하여 유관 단체 및 기관과 협력하고 있다. 농림수산식품부 관련 기관 및 단체, 한식문화 확대에 한류관광을 주도하는 문화체육관광부 관련 기관 및 단체, 전문셰프 양성 및 신규 고용창출로 고용노동부 관련 기관

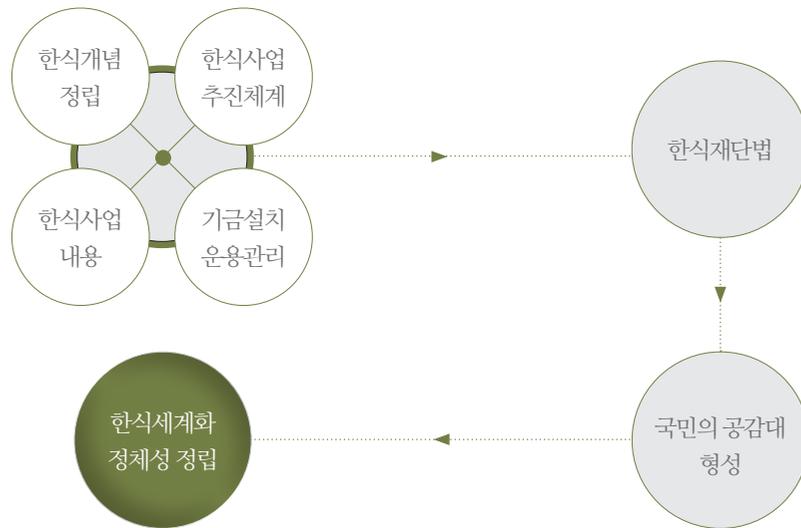
및 단체, 표준한식당 인테리어 제공 등을 토대로 국토해양부 관련 기관 및 단체 등과 긴밀한 연계협력을 추진하고 있다. 또한, 전 세계에 영향을 미치는 유력 국내·외 언론매체와의 연계협력을 강화하여 한식산업세계화에 일조하는 계기를 마련하고 있다.

한식세계화를 위한 관련 기관 연계협력 강화는 대한민국 브랜드 가치를 높이기 위해 노력하고 있는 각 분야의 목표를 가장 빠르고 쉽게 달성할 수 있는 윈윈(Win-Win)전략으로 작용할 것이다.



〈한식재단법 제정 추진〉

체계적이고 질서 있는 한식세계화사업을 위해 관계부처와 협의하여 한식재단법을 추진하고 있다. 한식재단법에서는 그동안 다소 혼란스러웠던 한식의 개념을 명확하게 정의하고 추진체계, 정부와 민간의 역할분담 등을 종합적으로 다루어 정확한 역할분담과 책임감을 부여할 것이다. 이는 관 주도의 단일한 세계화를 지양하는 한편, 보다 적극적이고 활력적으로 한식산업세계화를 추진할 수 있는 계기가 될 것으로 보인다. 또한, 법 제정을 계기로 전국 순회 공청회 등을 개최하여 한식세계화에 대한 범국민적 공감대가 확산 될 것이다.



〈한식산업 아카이브 구축〉

한식산업 아카이브는 한식과 한식문화, 한식산업의 세계화와 관련하여 우리 한식의 스토리텔링, 고문헌의 해제, 한식과 관련한 다양하고 깊이 있는 논문, 궁중 한식 등과 같이

전통을 이어오고 있는 각종 한식 조리법과 세분화한 레시피 등을 수록하고 있다. 또 우리나라 한식당의 종류별 구성과 해외 한식당 분포도 및 가이드북을 수록하여 한식과 관련된 모든 정보를 총망라하고 있다.

이 자료들은 뉴미디어 시대에 발맞춰 정보화 디자인으로 표현한 인포그래픽 형태의 구성도, 각종 자료 DB화 등을 통해 모바일 및 태블릿PC용은 물론, 한식세계화 공식포털을 통해 국제적 이미지에 걸맞은 세련되고 편리한 아카이브로 구축된다.

〈한식세계화 공식포털 활성화〉

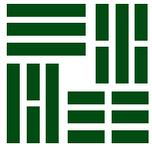
2012년 8월 1일 재구축된 한식세계화 공식포털은 국내는 물론 전 세계인이 함께하는 한식문화와 한식산업의 세계화를 이끄는 한식재단의 대표적 이미지라 할 수 있다. 한식세계화 공식포털은 관련 산업 기관 및 단체, 대학 및 초·중·고, 각종 외식산업 관련 연구소 그리고, 국내·외 언론 등과의 MOU 등을 통해 올해 100만 회원을 확보하고 회원들의 관심과 정보를 공유해 갈 계획이다.

한식세계화 공식포털은 기하급수적으로 늘어나고 있는 새로운 아이템들의 교류 및 확산의 장이 될 것이며, 명실상부한 한식산업정보의 허브로써 한식산업의 세계화를 주도하는 가장 중요한 공간이 될 것이다.

〈한식 휘장사업〉

한식재단의 CI, BI 및 엠블럼, 캐릭터, 캠페인송, 슬로건 등의 활용범위를 한식 관련 산업 전반으로 확대하여 한식 휘장의 대중화를 유도한다. 이러한 한식 휘장의 대중화는 다양한 산업에서 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 계기로 더욱 확대될 것이다.

더불어 한식세계화라는 명제에 대한 국민적 관심을 유발하고 해외 한식당에서도 적절히 활용될 수 있으며, 적절한 대중매체와의 연계(영화 및 드라마, PPL 등)를 통해 한식세계화에 이바지할 것이다.



2009 年

한식세계화추진단 출범

01. 한식세계화 5대 전략 발표

2008년 10월 한식세계화 선포식을 개최한 이후 12월 한식세계화 기본계획을 수립하였다. 이것을 기초로 비전을 수립하여 대통령 직속 미래기획위원회와 농림수산식품부가 심포지엄을 공동 개최하였고 '한식세계화 2009 국제심포지엄'에서 2017년까지 한식을 '세계 5대 음식'으로 만들기 위한 '한식세계화 추진 전략(안)'을 발표했다.

이 전략은 국내 한식 산업화를 위한 4대 과제와 한식의 해외 진출 확대를 위한 5대 과제로 구성되었다.

- 국내 4대 과제로 식생활교육지원법 등 인프라구축, 요리 명장 양성, 스타 한식당 육성, 한식체험 기회 확대 등이 제시되었다. 이 가운데 어릴 때부터 한식 위주의 건전한 식습관을 가지도록 하여 아이들의 건강은 물론 농어촌 식재료 판매확대 등을 목표로 하는 식생활교육지원법이 국회를 통과하였다.
- 대외적으로 한식연구개발(R&D) 확대, 국산 식재료 공급시스템 구축, 한식 이미지 업그레이드 프로젝트, 한식문화 알리기, 한식 브랜드 100 프로젝트 등 한식을 해외에 알리고 쉽게 수출할 수 있는 방안 등이 과제로 제시되었다.
- 김치, 비빔밥, 전통주 등 품목별 세계화 전략을 마련했다. 예컨대 비빔밥의 경우 한국형 뮤지컬 퍼포먼스인 '난타'를 벤치마킹해 비빔밥 퍼포먼스를 개발, 각종 국제행사 이벤트에 활용하는 구체적인 방안이 마련되었다.

이를 자세히 살펴보면, 국내 부문에서 농수산식품부는 규제 위주의 식품위생법과 달리 외식업 창업을 촉진하고 외식산업 진흥시설에 대한 자금 지원, 전문인력 양성 등 외식산업 선진화를 위한 외식산업진흥법을 제정하기로 했다. 또 식생활교육지원법을 제정하고(2009. 5) 우리술산업 진흥대책 수립(2009. 8), 고추장·된장·인삼의 코덱스(Codex) 등록, 한식 스타 셰프 800명 양성 등으로 한식 붐을 조성하고 산업 인프라를 마련하였다.

프랑스의 르 코르동 블루, 미국 요리학교 CIA(Culinary Institute of America)와 같은 해외 유명 요리학교에 한식 강좌를 개설하는 방안을 추진하고, 국가 공인 '국제 한식요리 자격증'을 도입하는 방안도 관계부처와 협의하였다.

“2009년, 한식을 전세계인의 식탁에 올린다는 비전을 가지고 한식세계화 5대 전략을 마련하였다.”

특1급 호텔에 한식당을 늘리는 등 ‘스타 한식당’ 키우기 프로젝트를 추진하여 스타 요리를 배출하고 ‘고급 한식당 거리 조성’을 통해 해외 교포·외국인 관광객·유학생 등을 한식 애호가로 만들어 입소문으로 한식을 알리는 ‘세계 100만인 구전(口傳) 네트워크’ 구축을 추진했다.

해외 부문에서는 한식의 기능성·상품성 향상을 위해 연구·개발(R&D)이 강화된다. 상반기 중 식품산업 R&D 중장기 계획을 세우고 ‘세계김치연구소’를 세워 김치·젓갈·천일염 등 발효음식과 전통주를 세계인의 입맛에 맞도록 개발을 계획했다.

인테리어 등 한식당의 고급화를 지원하고 농식품 이력 추적, 위해요소 중점관리기준(HACCP)의 확대 등으로 안전성을 한식의 경쟁 요소로 키워 이미지를 격상시켰다. 외국인이 선호하는 대표 한식 메뉴와 조리법을 표준화해 보급하며, 외국인들도 한식의 재료와 조리법 등을 쉽게 이해할 수 있도록 하기로 했다.

이외에도 재외동포 네트워크나 CBS·NHK 등 해외 방송 등을 통해 한식 문화를 적극 알리고 2017년까지 세계적인 한식 브랜드(프랜차이즈 업체 및 식당) 100개를 육성하는 방안도 추진되었다.

전략분야	주요 내용	추진실적
인프라구축	법 제도 정비 등 산업화 기반 마련	식생활교육지원법 재정(2009. 5), 해외 우수 한식당 인증제 모델 개발(2009. 6), 한식 표준 조리법 보급(2009. 8), 한식메뉴 외국어 표기 안 제작(2009. 8), 한식의 다이어트 효과 구명(2009. 4 ~ 12), 한식 스토리텔링 개발(2009. 7 ~ 11), 한식정보 공식포털 구축(2009. 4 ~ 10), 한식 BI 개발(2009. 4 ~ 10)
인력 양성	조리 마케팅 등 한식분야 전문인력 양성	국내·외 조리교육 추진(2009. 8 ~ 12 총 800명 교육, 식문화 외국어 교육강화)
R&D 확대	외국인의 입맛에 맞는 메뉴개발 등 한식세계화 R&D 확대	고추장·인삼·된장 CODEX 등재(2009. 6), 짬뽕·매운맛 측정기 개발(2009. 8), 매운맛 등급화(CJ / 대상)
기업 투자 활성화	자금 컨설팅 지원, 정보제공 등 기업의 투자여건 조성	4개국 현지정보 조사(2009. 4 ~ 10)-미국, 중국, 일본, 베트남 지역의 한식당 진출현황, 식재료 공급 현황, 외국인의 한식 인지도 조사 등 시설자금 융자 지원, 경영컨설팅 지원(2009년, 일본)
식문화 홍보	외국인의 한식 인지도 제고, 한식 소비층 확대를 위한 한식 홍보 강화	국제식품 외식 박람회 참가(2009. 3회) - 프랑스 리옹 박람회(1. 24 ~ 28), 일본 식품박람회(3. 3 ~ 6), 미국 시카고 외식 박람회(5. 16 ~ 19), 국제회의 등 활용 한식 행사 - 한·아세안특별정상회담(6. 2), OECD 각료 이사회(6. 25), 미국 CBS·CNBC 등 해외 언론 활용 한식 광고(6 ~ 7월)

주요 추진 과제			초기단계(2009)	본격추진단계(2010-2011)	성숙단계(2012)
INBOUND	인프라구축	외식산업 투자규제 철폐		→	
		농식품투자펀드 확대			→
	요리명장 양성	전문조리교육 도입	→		
		특성화대학 및 한식조리학교 육성			→
	스타 한식당 육성	특급호텔 한식당 확대		→	
		스타 셰프양성			→
	한식체험기회 확대	한식 체험정보 제공	→		→
농어촌체험 기회 확대				→	
OUTBOUND	한식 R&D 확대	짬뽕·매운맛 등급화 및 측정기 개발	→		
		우수성·기능성 구명, 메뉴개발			→
	국산 식재료 공급기반	공동 물류처리센터 설치	→		
		식재료 표준 규격집 제작·배포			→
	한식 알리기 및 이미지 개선	한식표기법·조리법 표준화	→		
		브랜드정립·식문화 고급화			→
	한식 브랜드 육성	인증제 시범사업 및 도입		→	
		우수한 한식 브랜드 100개 육성			→
<p>〈9대 주요 과제의 단계별 추진·계획〉</p> <p>한식세계화를 일관성과 방향성을 갖고 진행하기 위해 핵심 9대 과제를 단계별로 추진하고 인력 양성, 기업투자 활성화 등 본격 추진단계를 거쳐 2012년부터 가시적인 성과를 거두고 한식세계화를 확산한다.</p>					

02. 민·관 합동 한식세계화추진단 출범

한식세계화 정책추진을 위해 민·관 합동의 한식세계화추진단이 5월 4일, 공식 출범했다. 추진단 출범을 계기로 범국가적인 추진체계가 마련되면서 한식세계화 업무는 강한 추진동력을 얻었다.

추진단은 장태평 농림수산식품부 장관, 유인촌 문화체육관광부 장관, 양일선 연세대 교무처장 등 3인의 공동단장과 관계부처 차관, 학계, 식품업계 CEO, 일반경제계 인사, 농·어업인 등 총 36명으로 구성되었다. 위원 중에는 일본 동경에서 ‘고시례(高矢禮)’라는 한식당을 운영 중인 한류스타 배용준 씨도 포함되어 있어 눈길을 끌었다. 추진단은 반기 1회 개최 계획을 세웠으며, 한식 산업의 선진화를 위해 필요한 각종 법·제도를 정비하고, 관계 부처가 추진하는 사업 추진상황도 점검했다. 이날 추진단 출범식

“추진단 출범을 계기로
한식세계화 업무는
강한 추진동력을 얻게 되었다.”

에서는 농림수산물식품부 외에도 외교통상부, 문화체육관광부, 지식경제부 등 관련 부처에서 각각 한식세계화 추진전략을 발표하였다.

- 농림수산물식품부는 ‘한식세계화 2009 국제 심포지엄’에서 발표한 내용을 보완하여 한식 산업화·세계화 9대 중점 전략을 발표하였다. 특히, 비빔밥, 떡볶이, 김치, 전통주 등의 세계화를 중점적으로 추진해 나갈 계획을 세웠다.
- 문화체육관광부는 한식을 테마로 한 관광상품을 개발하고, 해외 한국문화원 12개소, 한국관광공사 코리아플라자 8개소, 해외지사 19개소 등 해외 한국문화원이나 코리아플라자를 활용해 한식을 홍보하겠다고 밝혔다.
- 외교통상부는 한·아세안 특별정상회의 등 국내·외 주요 국제행사와 재외 공관을 활용한 한식 홍보 방안을 발표하였다.
- 지식경제부도 한식을 수출하는데 기존에 제조업·서비스업 등에서 갖고 있던 수출 노하우를 최대한 발휘하기로 했다. 한식 수출마케팅 지원을 위해 농수산물품 수출기업에 수출보증을 우선 지원하고, 대한무역투자진흥공사(KOTRA)의 공동물류센터를 국산 식재료 물류센터로 공동 이용하는 방안, 국내 유명 한식업체를 수출기업으로 육성하는 방안 등을 발표하였다.

03. 한식 홍보 활기, 한식에 대한 호감도 증가

“정부는 한식에 대한 왜곡된 정보를 바로잡기 위해 노력해왔다.”

한식세계화의 내실을 다져나가기 위해 해외에 한식을 홍보하고 해외 한식당을 지원하는 사업이 한층 열기를 더해졌다. 한식세계화 아웃바운드 대책의 일환인 ‘한식 문화 알리기 프로젝트’와 ‘한식 브랜드 100 프로젝트’를 통해 정부는 한식에 대한 왜곡된 정보를 바로잡고 고급 한식문화를 전파하는 노력을 기울이는 한편 한식당의 해외진출과 해외 한식당의 업그레이드를 꾀하였다.

해외에 한식문화를 알리는 작업은 2007년부터 진행되었는데 전세계 30 ~ 40개 공관에서 각 나라의 주요 행사와 연계해 한국 식문화 행사를 주관해왔다. 2009년에는 미국의 CBS, CNBC, CNN 등 해외 주요 언론사에 한식을 노출하고 한식의 우수성을 홍보하기도 했다. 또한, 세계적인 총회나 포럼의 만찬에서 한국 음식을 선보임으로써 그 효과를 배가시켰다. 한·아세안 특별정상회의(2009. 6. 2), OECD 각료회의(2009. 6. 25) 만찬에서 한식을 선보여 호평을 받았다. 이러한 결과로 한식을 몰랐던 외국인들의 한식에 대한 호감도가 상승하였고 꾸준히 이슈화되는 등 긍정적인 변화를 가져왔다.

그동안 한식은 해외 유명 사이트에 잘못 정의되어 있거나 왜곡 폄하된 경우가 많았다. 비빔밥은 먹고 남은 음식을 한데 섞어 놓은 지저분한 음식으로 묘사되어 있는가 하면, 삼겹살은 인분을 먹는 돼지로 만든 불결한 요리로 설명되어 있기도 했다. 이에 농식품부는 반크(VANK : ‘Voluntary Agency Network of Korea’ - 사이버외교사절단)와 양해각서를 체결하고 위키 사전에 오른 한식의 그릇된 표현을 수정하는 작업을 추

진해왔다. 그 결과 한식과 관련된 100여 건의 정보를 바로잡았다.

04. 한식 브랜드 100 프로젝트

한식 브랜드 100 프로젝트는 국내 외식업체의 해외진출을 독려하기 위한 프로젝트이다. 2017년까지 세계적인 한식 브랜드 100개를 육성하기 위한 목표를 세우고 한식 메뉴를 유형별, 주요 지역별로 구분해 추진한다는 전략이다. 유형별 한식메뉴는 파인 다이닝의 고급 한정식과 죽·김밥·떡볶이 등 테이크아웃 레스토랑, 구이 메뉴로 대표되는 패밀리 레스토랑·비빔밥·설렁탕 등의 특화된 메뉴를 둔 테마식당으로 카테고리를 나누었다. 지역별로 보면 워싱턴DC에는 고급 한정식이, LA의 주택가 밀집지역에는 패밀리레스토랑이, 바쁜 뉴욕커들이 다니는 뉴욕 중심가에는 테이크아웃 레스토랑을 배치함으로써 차별화된 전략을 구사하는 것이다.

이를 위해 정부는 현지의 민간 컨설팅 업체를 통해 현지법, 식문화, 한식에 대한 현지인의 인식, 포지셔닝, 마케팅 등을 포함한 정보를 수집하고 한식 조리사 교육을 통한 인프라를 구축했다.

또한, 프랜차이즈 한식당의 해외진출을 확대하기 위한 기반을 조성하여 기업투자 활성화를 시도했으며 한식당 운영현황, 식재료 공급현황, 외국인 한식 반응조사 등을 벌여 국내 한식당의 해외진출에 필요한 정보를 수집하고 이를 바탕으로 권역별 유망한식을 발굴하여 기업에 제공했다. CJ푸드빌, 교촌치킨 등 한식메뉴로 해외진출을 계획하는 기업에는 심사를 통해 자금과 컨설팅 지원을 하고 한식 업체의 해외 공동물류센터를 임대해 냉장, 냉동 시설을 갖추고 국내산 신선식재료나 가공식품의 보관과 유통을 할 수 있도록 시스템을 구축했다.

“한식 브랜드 100 프로젝트는 국내 외식업체의 해외진출을 독려하기 위한 프로젝트이다.”

비빔밥 : 비빔밥과 김치는 우리나라를 대표하는 음식이다. 무균포장밥 ‘햇반’을 개발한 CJ 제일제당은 비빔밥 프랜차이즈로 일본에 이어 미국시장 진출을 추진하고 있다. ㈜전주비빔밥은 냉동비빔밥을 개발하여 일본 수출을 개시했다.

막걸리 : 막걸리는 최근 고급화·다양화 전략으로 일본에서 선풍적 인기를 얻고 있다. 기업형 프랜차이즈 기업으로 뚝딱, 백세주마음이 등장하기도 했다. CJ, 국순당명주 등은 프랜차이즈 주점 술빠(SoolBar)를 창업하여 해외진출을 준비하였다. 이와 같은 움직임 속에 막걸리 수출액은 2007년 291만 불에서 2008년 442만 불, 2009년 627만 불로 가파른 증가세를 보였다.

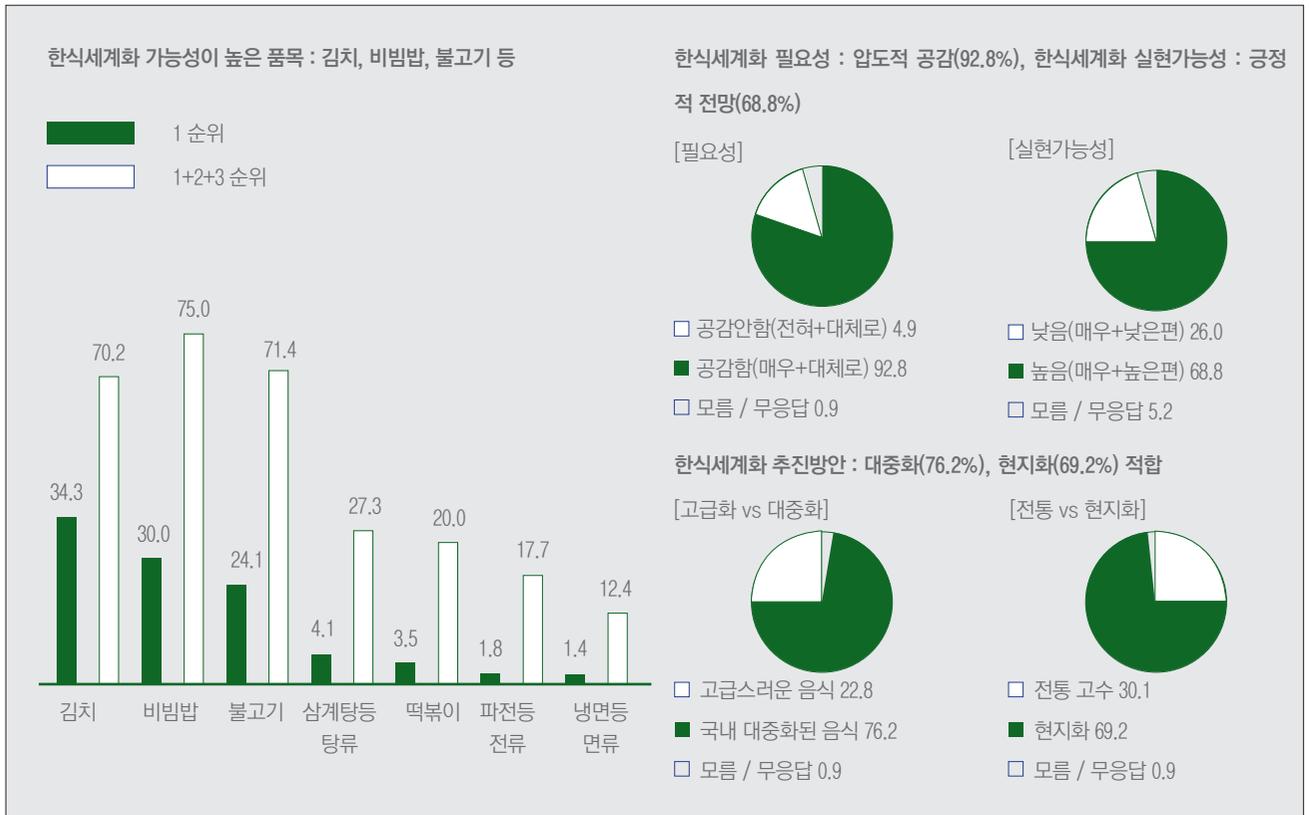
떡볶이 : 떡볶이가 길거리 음식에서 세계적인 간식으로 변모하였다. 김치나 비빔밥에 비해 외국인에게 생소한 음식인 떡볶이가 한식세계화 움직임 속에

“외국인에게 생소한 떡볶이가
두각을 나타내고 있다.”

두각을 나타낸 것이다. 정부는 떡볶이 세계화를 위해 2009년 (사)한국쌀가공식품협회 산하에 ‘떡볶이연구소’를 세우고 ‘서울 떡볶이페스티벌’을 개최하기도 했다. (주)대명은 고급 떡볶이전문점으로 일본 도쿄에 진출할 계획을 세웠다. 이러한 움직임에 힘입어 떡볶이 쌀 소비량은 2008년 4만 톤에서 2013년 10만 톤으로 증가할 전망이며, 이는 쌀 소비를 촉진하고 다양한 소스류 개발 등의 긍정적 효과를 불러올 것으로 기대된다.

05. 한식세계화 관련 대국민 설문조사 결과

2009년 9월, 전국 1천 명을 대상으로 한식세계화의 필요성·실현 가능성·추진 방안 등에 관한 여론조사를 실시했다. 코리아리서치 조사결과에 의하면 한식세계화의 필요성에 대해 국민 대다수가 공감하고 있었고, 현실 가능성에 대해서도 긍정적인 전망을 갖고 있는 것으로 확인되었다.





2010 年

- 인프라구축
- 전문인력 양성
- 한식당 경쟁력 강화
- 한식 홍보

인프라구축

01. 한식세계화 추진체계 구축

2009년이 한식세계화의 큰 틀을 만드는 단계였다면, 2010년은 구체적인 지원을 시작하는 해로 설정하고, 한식세계화의 합리적, 체계적 추진을 위한 민·관 합동의 ‘한식세계화 추진단’을 구성·운영하였다. 한식세계화추진단은 효율적 운영 및 위원 참여확대를 위해 2개의 분과위원회를 두고 총괄 조정 기능을 수행하는 운영위원회를 구성하였다.

아울러 민간역량을 활용하여 한식세계화사업의 체계적 추진을 도모하기 위한 한식재단 설립을 지원했다.



〈한식재단 출범 기념식〉

〈한식세계화추진단 회의〉

- | | |
|--------------|--|
| 1차 회의 | · 추진단출범회의 |
| '09. 5. 4 | 한식세계화 전략발표 및 방향 토론 |
| 2차 회의 | · 한식세계화추진단 운영규정 개정 심의(식품유통정책관) |
| '09. 10. 15 | 한식당 해외진출전략 발표(이원준 액센츄어 총괄대표) |
| | 장류 세계화 방안 발표(신동화 전북대 명예교수) |
| 3차 회의 | · 한식재단 설립 추진경과 보고와 2010년도 한식세계화사업계획 보고, |
| '10. 1. 29 | 한식당 해외진출 정보조사 및 마케팅 전략 보고, |
| | 한식 우수성·기능성 연구사업 추진방향 논의 |
| 4차 회의 | · 2009 ~ 2010년 한식세계화 추진실적 및 2011년 사업계획 보고, |
| '10. 12. 17 | 플래그십 한식당 개설방안, 해외 한식당협의체 사례발표 |

〈한식세계화추진단 분과위원회 개최〉

- 제1분과(R&D 및 산업화) : 한국식품연구원 이무하 원장 외 13명

“2009년이 한식세계화의 큰 틀을 만드는 단계였다면, 2010년은 구체적인 지원을 시작하는 해로 설정하고, 한식세계화의 합리적, 체계적 추진을 위한 민·관 합동의 ‘한식세계화추진단’을 구성·운영하였다.”

- 제2분과(인력 양성 및 인프라) : 광운대 서대원 석좌교수 외 8명
- 제1분과 위원회 '09. 12. 9
 - 참석자 : 한식연 이무하 원장 외 15명(위원 8, 농림부 3, aT 3, 발표 1)
 - 분과위원장, 한국식품연구원 이무하 원장 선출
 - 한식세계화 R&D 연구현황, 2010 한식세계화사업계획·재단설립설명
- 제2분과 위원회 '09. 12. 10
 - 참석자 : 광운대 서대원 석좌교수 외 15명
 - 분과위원장, 광운대 서대원 석좌교수 선출
 - 한식 교육 추진실적, BI 개발 현황 및 의견수렴, 2010 한식세계화사업 계획 및 재단설립 설명
- 한식세계화추진단 분과위원회 회의 '10. 4. 1
 - 한식 BI 개발, 한식 공식포털 개발 내용 보고 및 의견청취

〈한식재단 설립 지원〉

- 설립준비위원회 위원 구성(14명)
농식품부 박현출, 문광부 조현재, 외교부 조대식, aT 윤인택, 농협 최도일, 관광공사 조성욱, 국제교류재단 김성엽, 한식연 이무하, 서대원 교수, 조리사중앙회 남춘화, 식품공업협회 박인구, 전통주진흥협회 조재선, 식품 관련 학회 연합회 김미리, 외식산업협회 최인식
- 1차 회의 '09. 12. 21
 - 한식재단 설립추진계획 보고
 - 설립준비위원장 선출 및 위원회 규정 의결
 - 한식재단 이사장 및 사무총장 인력풀 마련
- 2차 회의 '10. 1. 12
 - 한식재단 설립준비위원회 추진경과 및 향후계획 보고
 - 재단설립 및 2010년 예산안, 정관, 직제규정, 재단 직원채용 안 등 7개 안건 조건부 의결
- 한식재단 임시사무소 설치 '10. 1. 22
주사무소는 서초동 외교센터 등 강남권역을 대상으로 조사
- 한식재단 창립이사회 '10. 2. 26
한식재단 정관, 직제규정, 인사규정, 보수규정, 2010년 수입지출 예산 의결
- 한식재단 설립 '10. 3. 17

02. 한식세계화추진단 구성

구분	소속	직위	성명
단장(3)	농림수산식품부	장관	유정복
	문화체육관광부	장관	유인촌
	연세대	교수	양일선
정부부처(3)	기획재정부	제1차관	임종룡
	외교통상부	제2차관	민동석
	지식경제부	제2차관	박영준
유관기관(4)	농수산식품유통공사	사장	하영제
	KOTRA	사장	조환익
	한국관광공사	사장	이참
	한국국제교류재단	이사장	김병국
학계(6)	한국식품연구원	원장	이무하
	숙명여대	총장	한영실
	광운대	석좌교수	서대원
	이화여대	교수	권오란
	여의도중앙검진센터	대표원장	권오중
	공중 음식 연구원	이사장	한복려
식품업계(4)	한국 음식업중앙회	회장	남상만
	한해외식산업협회	회장	김순진
	CJ 제일제당	대표이사	김진수
	샘표식품	대표이사	박진선
외식업계(2)	우리가 즐기는 음식예술	사장	안정현
	전주 음식명인 1호	대표	김연임
문화계 일반경제계(7)	BOF	배우	배용준
	한국국제협력단(KOICA)	명예홍보대사	박정숙
	만화 '식객' 저자	만화가	허영만
	SK네트웍스	대표	이창규
	히노컨설팅펌	대표	노희영
	한국도자기	대표이사	김영신
	전북외국인학교	이사장	하일
농업인(4)	고품질 쌀 최적경영체 전국협의회	회장	이병훈
	농산무역	대표	조기심
	환진농장	대표	임관빈
	경포대 영어조합법인	대표	박태길

“한식세계화추진단 위원은 장관, 차관을 포함한 각계 각층의 다양한 인물들로 구성되었다.”

03. 한식세계화추진단 분과위원회 구성

<1분과 : R&D 및 산업화>

구분	성명	소속	직위
학계	이무하	한국식품연구원	원장
	한명시	숙명여대	총장
	권오란	이화여대	교수
	권오중	레알권오중 여성외과	대표원장
업체	남상만	한국 음식업중앙회(한국관광협회중앙회)	회장
	최인식	한해외식산업협회	회장
	김진수	CJ 제일제당	대표이사
	안정현	우리가 즐기는 음식예술	사장
문화계 경제계	이창규	SK 네트워크	대표
	박정숙	한국국제협력단	명예홍보대사
	배용준	BOF	배우
농어업인 기타	노희영	히노건설팅폼	대표
	조기상	농산무역	대표
	박태길	경포대 영어조합법인	대표

“한식세계화추진단은 2개의 분과위원회와 총괄조정 기능을 수행하는 운영위원회로 구성·운영되었다.”

<2분과 : 인력 양성 및 인프라>

구분	성명	소속	직위
업계	서대원	광운대	석좌교수
	한복려	공중 음식 연구원	이사장
	박진선	샘표식품	대표이사
	김연임	전주 음식명인 1호	대표
문화계 경제계	하 일	방송인	-
	허영만	만화 '식객' 저자	만화가
	김영신	한국도자기	대표이사
농어업인 기타	이병훈	고품질 쌀 최적경영체 전국협의회	회장
	임관빈	환진농장	대표

04. 한식재단 이사회구성

구분	소속 및 직위(성명)	비고
이사장	새만금 위원회 민간위원(정운천)	전 농식품부장관
부이사장	세계미식문화연구원장(송미정)	Zagat survey 심사위원장
당연직 이사	농수산식품유통공사 수출이사(윤인택), 농협중앙회 식품산업담당상무(인사) 한국국제교류재단 기획이사(김상엽), 한국관광공사 경쟁력본부장(심정보)	- -
선임직 이사	농식품부 식품유통정책관(곽범국) R&D 및 산업화 분과위원장(이무하) 인력 양성 및 인프라 분과위원장(서대원) 한국조리사회 중앙회장(남춘화) 한국식품 공업협회장(박인구) 한국전통주 진흥협회장(조재선) 한국식품 관련 학회 연합회장(김미리) 한해외식산업 협회장(김순진) 한국 음식업중앙회장(남상만) 롯데호텔 총주방장(이병우) 숙명여대 자문교수(전희정) 신흥대 호텔외식경영학 교수(이은정) 우송대 외식조리학부 교수(김성민)	- 한국식품연구원장 2002 월드컵 조직위 사무총장 초밥전문점 '남가' 대표 동원 F&B 부회장 경희대 명예교수 충남대 식품영양학과 교수 (주)놀부 한국관광협회장 롯데호텔 상무 숙명여대 자문교수 신흥대 호텔외식경영학교수
감사	한국농어촌공사 기획조정본부이사(허윤진)	-

05. 해외 한식당협의체 구축 운영

2010년 해외 한식당 수는 1만여 개에 달했다. 농식품부는 한식당이 많은 도시를 우선으로 한식당협의체를 구축하고 한식세계화를 위한 작업에 적극 동참할 수 있도록 지원·독려했다. 한식을 퍼뜨린 일등 공신이라 할 수 있는 해외 한식당은 대부분 오래되고 영세한 규모여서 정부가 지원 프로그램을 가동하여 경영 노하우 등을 전달하고, 한식당협의체를 꾸려 현지에서 한식을 홍보하거나 위생·서비스 개선 교육 등의 활동을 추진할 시에 소요 예산 일부를 지원하기로 했다.

1차로 일본 도쿄와 오사카, 중국의 베이징·상하이, 미국의 뉴욕·로스앤젤레스 등 6개 도시에서 한식당협의체를 구축하였고 해외 한식당협의체는 식재료 공동 구매를 통해 단가를 낮추거나 홍보용 팸플릿 공동 제작, 조리기구 공동 구입 등 다양한 사업을 진행할 수 있는 토대가 되었다.

“해외 한식당은 대부분 오래되고 영세한 규모가 많다.”

“2010년 해외 한식당 수는
1만여 개에 달했다.
농식품부는 한식당이
많은 도시를 우선으로
한식당협의회를 구축하고
한식세계화를 위한 작업에
적극 동참할 수 있도록
지원·독려 했다.”

해외 한식당 종사자에 대한 조리·서비스 교육도 함께 진행하여 교육기관을 선정한 뒤 각 기관이 연간 500여 명씩 교육시키는 것을 목표로 했다. 또 우수 한식당에 대해 기존의 ‘인증제’ 대신 ‘추천제’를 도입하고 추천을 받은 업소에 대해서는 정부가 나서서 집중적으로 홍보했다. 해외 한식당 지원을 위해 정부가 책정한 예산은 32억 5,000만원. 여기에 시장정보 조사, 국내 한식당의 해외 분점 개설 지원 등의 프로그램까지 포함하면 총 92억 5000만원의 예산이 ‘한식세계화사업’에 투입되었다.

이와 같은 한식세계화를 위한 실질적인 지원을 통해 정부는 해외 한식당 수를 2017년까지 4만 개로 늘리고 국산 농식품 수출도 연간 100억 달러(2012년)로 확대할 계획을 세웠다.

〈추진 방향〉

원활한 사업추진을 위해 우선은 해외 한국농수산식품유통공사(이하 aT)가 소재하는 지역을 중심으로 협의회를 설치하고, 경비절감 및 안정적 조직운영을 위해 aT센터 사무실 내에 협의회 사무실을 제공하기로 했다.

초기에는 사업 추진을 위한 신규 조직보다는 이미 조직되어 활동하고 있는 자생조직 위주로 지원하고, 지역별 추진여건과 상황 등을 반영할 수 있도록 협의회가 수립한 사업계획을 토대로 지원할 것을 계획했다.

〈성과〉

한식세계화의 주체인 해외 한식당들을 조직화함으로써 지역별 한식세계화의 구심체를 마련했다. 당초 연간 6개소를 목표로 하였으나 50%를 초과 달성하여 9개소가 구성되었고 동경, 뉴욕, 연변은 자체적으로 한식당 종사자 교육을 추진하였다.

〈향후 개선방안〉

각 지역별로 흩어져 있는 협의회 특성상 효율적인 관리장치가 부족한 것으로 확인되었다. 협의회 홈페이지를 중앙에서 일률적으로 개발(리뉴얼) 및 관리하고 통합마케팅을 추진할 수 있는 관리장치를 마련하는 등 지역별 협의회 효율적인 관리·운영지침이 필요한 것으로 드러났다. 또 aT 사이버거래소와 연계한 식재료 공동구매 사업추진이나 최소한의 조직운영을 위한 전임직원 인건비, 운영비 지원을 추진할 수 있는 협의회 조직의 기본적인 지원방안이 마련되어야 했다.

〈사업추진 경과〉

- 사업계획 통보 및 사업자 모집 4. 16 ~ 4. 30
5개 지사, 7개 협의회 접수(동경2·연변·심양·상해·뉴욕·파리)
- 지원대상자 심사위원회 개최 5. 14
심사위원 : 농식품부 이정삼 사무관, aT 김동목 팀장, KOTRA 조경진 과장, 한국프랜

차이즈협회 박원휴 정책위원장

평가방법은 심사위원 토론을 통해 지원대상자 및 지원방향 협의 결정

• 사업추진 계획서 보완 5. 19 ~ 5. 28

• 지원대상 사업자 확정 통보 6. 11

뉴욕·동경·연변 3개 협의체, 11개 사업

파리, 상해 협의체는 서류미비 등으로 사업계획 보완 후 재심사 추진

• 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 연계 시범사업 검토결과, 태국·인도네시아·베트남·남
아공 현지 무역관(KBC)에서 추진이 곤란하다는 회신 접수 6. 25

• 지원대상자 추가모집 8. 24 ~ 9. 3

5개 지사, 6개 협의체 접수(오사카·상하이·LA·파리·런던·홍콩)

• 지원대상자 심사위원회 개최 9. 17

심사위원 : 농식품부 이정삼 사무관, aT 김동목 팀장, 전진구 차장, 한국프랜차이즈협
회 박원휴 정책위원장, 세종대 정유경 교수, (주)크라제인^t 민병식 대표, (주)핀코리아 한
영만 대표

평가방법은 협의체 지원대상 여부·개별사업 지원여부 각각 심사

- 협의체 심사 : 조직구성, 운영방향, 사업계획, 예산집행의 적정성 평가

- 지원사업 심사 : 사업내용 적정성, 사업계획 충실도, 예산지원 필요성, 사업의 기
대효과 평가

- 선정기준 : 최고·최저점수 제외 평균 70점 이상

• 결과통보, 사업계획 보완 9. 28 ~ 10. 1

- 적격 협의체 선정 : 오사카·상하이·LA·파리·런던·홍콩

- 사업계획 보완 : 세부추진방법, 일정, 예산 세부집행계획, 견적서 등

• 지원 대상 사업 선정결과 알림 10. 28

- 4개 협의체(LA·파리·런던·홍콩)에서 9개 사업 신청

*오사카, 상하이 협의체의 조직력이나 사업준비 상황 등을 고려하여 사업계획을
제출하지 않음

- LA·파리·런던·홍콩 4개 협의체, 7개 사업 선정

〈주요 사업내용〉

• 대상지역은 해외 aT센터가 위치한 지역을 중심으로 모집 추진한다. 일본(오사카), 중국
(북경, 상해), 미국(LA), 유럽(관할지역), 싱가포르, 홍콩, 태국, 베트남 등 그밖에 사업수
요가 있을 경우에는 접수가 가능하다.

• 협의체는 한식당 경영주, 식재료 유통업체(한국 식품 마켓, 식품수입 도매상), 식자재 유통업체, 요리전문가 및 기타 관련 전문가 등으로 구성한다.

• 자체규약(회칙)을 제정하고 임원단을 구성하는 등 운영체계를 갖춘 조직과 향후 법인형

“현지 한식당과 외식시장
정보조사, 한식메뉴 외국어표기,
표준조리법, 스토리텔링 책자 배부
등을 수행한다.”

“해외 한식당협의회는 정부의 한식세계화 정책을 대행하는 창구 역할을 했다.”

태로 전환하고자 하는 구체적인 계획을 갖고 있는 조직을 우선으로 하고, 최소 50개 업체 또는 관할지역 한식당의 50%이상이 참여하는 경우에 한하여 지원한다. 단, 지역어건 및 상황에 따라 특수성이 인정될 경우는 예외로 한다.

<협의체의 역할>

- 한식세계화 정책 창구역할 : 협의체는 정부의 한식세계화 정책을 대행하는 창구 역할을 하며, 현지 한식당과 외식시장 정보조사, 한식메뉴 외국어 표기, 표준조리법, 스토리텔링 책자 배부 등을 수행한다. 현지 한식당과 식재료 유통업체의 현황을 관리하고 각종 자료를 업데이트하며, 한식세계화 공식포털 콘텐츠 보강시 ‘지역별 한식당 및 식재료 유통업체 소개’를 개발한다.
- 해외 한식당 종사자 교육 수요를 조사하고, 대상자 모집, 교육 운영을 지원하고, 해외 한식당 컨설팅 및 한식당 인증제도 운영을 지원한다.
- 협의체 중심의 한식 우수성 홍보 등 마케팅 활동 : 지역어건에 맞는 자체 계획을 수립하여 한식 홍보·마케팅 활동을 추진한다. 특히 상해 지역은 ‘상하이 EXPO’행사와 연계한 협의체 주도의 한식 홍보를 추진한다.
- 회원사의 경영개선 및 운영 활성화 지원 : 한국산 농식품 식재료 공동구매, 요리교실 운영, 한식당 시설·환경개선 캠페인 등을 지원한다.
- 중장기적으로 해외 한식당에 지원하는 사업을 위탁 수행한다.

<지원 사업의 주요 내용>

협의체 주도의 지역실정에 맞는 자체 사업추진 예산을 지원한다. 사업비 배정은 자체 사업계획, 조직규모(개소수, 참여비율 등), 지역내 영향력 등을 고려하여 차등 배정한다.

- 홍보·마케팅 : 한식 시식·홍보행사, 한식 축제, 홍보물 제작·배포, 언론·광고매체 등을 통한 홍보, 홈페이지 제작, 지역내 한식당 맛지도 제작 등
- 시설·환경개선 : 메뉴판·수저받침 공동제작, 홀·주방 위생개선 등 지역 또는 소속 한식당 전반에 적용할 수 있는 개선 사업내용
- 종사자 교육 : 자체 조리교육, 위생교육, 서빙 예절 및 현지어 교육, 한식 스토리텔링 교육 등
- 식재료 공동구매 : 회원사의 원활한 식재료 조달을 위한 공동구매·유통(물류) 관련 직접 비용 등
- 기 타 : 한식 관련 학술대회, 세미나 등 개최

<협의체 워크샵 개최>

해외 한식당협의회 임원단을 초청하여 협의체별로 추진계획을 점검하고 정책 방향을 공유하기 위하여 2011년 사업 추진방향에 대한 워크샵을 개최했다.

워크샵의 주된 내용은, 지역별 한식세계화 추진 및 한식당 업그레이드를 위한 현황, 문제점과 개선방안을 도출하는 참가자별 토론으로 진행하고, 코리아 푸드엑스포(KFE) 행사 참관기회를 제공하여 한식세계화사업에 대한 이해도를 제고하고 자긍심을 고취하는 기회로 삼았다. 주된 성과로는, 사업주체인 한식당협의체들에 지원사업에 대한 이해도를 제고하고 지역별 협의체간 네트워크 형성을 통한 상호 협력체계를 마련하였으며, 해외 한식당 업그레이드를 위한 10대 과제를 도출하고 개선에 대한 공감대를 형성했다.

• 참석인원 : 총 17명(7개 협의체)

오사카 및 상해 협의체는 내부 사업추진 준비 부족으로 불참

• 초청기간 : '10. 11. 18 ~ 21 / 코리아 푸드엑스포 행사기간 중 3박 4일

• 장 소 : COEX 컨퍼런스룸 327 A호 및 전시장

• 추진사항 :

- 한식세계화사업 추진전략 및 주요 정책 설명
- 협의체별 2010년 운영현황 및 2011년 사업 추진계획 발표
- 2010년 사업 추진실적 평가 및 향후 사업추진 정책 방향 설명
- 해외 한식당 업그레이드를 위한 문제점 및 개선방안 토론
- 협의체 주관 식재료 공동구매를 위한 업계 간담회 개최
- 사이버거래소, 식재료 수출업체 등과 토론을 통한 공동구매 방안 협의
- 코리아 푸드엑스포 참관 및 한식 관련 컨퍼런스 자율 참관
- 한식 우수성 규명 결과발표 컨퍼런스, 한식 인재양성관 참관
- 한식세계화 관련 학회, 세미나 등 컨퍼런스 참석 및 코리아 푸드엑스포 전시회 관람

“한식세계화에 대한
일관된 방향성을 수립하여
전략 추진 하였다.”

06. 해외 한식당 업그레이드를 위한 10대 개선과제

해외 한식당 업그레이드를 위한 10대 과제를 실천 가능한 세부 과제로 구체화하여 2011년도 협의체의 중점 추진사업으로 지원할 계획을 세웠다.

〈01. 현지인의 문화에 맞춘 서비스〉

한식에 대한 문화적 배경, 먹는 방법 등을 설명하고 맞춤형 서비스를 제공할 필요가 있다. 위생, 맛, 가격 등을 현지인의 눈높이에 적절히 맞추었다면 한식을 먹는 한식만의 방식은 오히려 현지인들에게 재미로 작용할 수 있을 것이다. 한식은 많은 수의 기본 반찬이 한꺼번에 제공되고, 미리 준비된 반찬이 상 위에 올라가는 경우가 많은데, 외국인들

은 이를 부정적인 느낌으로 받아들이는 것으로 확인되었다. 해외 한식당에서는 오히려 원가부담이 되는 반찬의 가지수를 줄여 1 ~ 2가지만을 제대로 제공하고 그 밖의 반찬에는 별도 가격을 책정하여 판매함으로써 상품성을 높이는 것이 더 효과적일 것이다.

탕, 찌개 등 여러 명이 함께 먹는 음식은 개인 식기와 국자를 제공하거나 덜어서 제공하는 것을 권한다. 또 고깃집에서 고기를 자를 때 사용하는 가위가 외국인에게 당혹감을 주는 경우가 많다. 식탁용 가위를 개발하여 거부감을 없애고 고객이 원할 경우 아예 잘라서 서비스하는 것도 고려할 만하다. 반찬의 경우도 다른 사람과 함께 먹는 것에 거부감을 느끼는 경우가 많으므로 개인별 식기에 소량씩 서비스하여 정갈함을 유지할 필요가 있다.

〈02. 한식의 정체성〉

한식만으로는 경쟁력이 떨어져 일식을 함께 판매하거나, 일부 퓨전 한식당의 경우에는 현지화가 과도하게 진행되어 한식으로서의 정체성이 모호하고 한식당인지 일식당인지 아시아 퓨전식당인지 구분이 안 되는 경우도 있다.

한식 고유의 특성을 살린 메뉴만으로 경쟁력을 갖출 수 있도록 메뉴를 개발하고 교육을 통해 정체성을 확보할 필요가 있다. 해외 한식당협의체가 주도하여 자발적으로 한식 및 한식당의 정체성을 만들어나가야 할 것이다.

“해외 한식당에서는 오히려 원가부담이 되는 반찬의 가지수를 줄여 1 ~ 2가지만을 제대로 제공하고 상품성을 높이는 것이 더 효과적일 수 있다.”

〈03. 인테리어〉

해외에서 한식당을 운영하는 교포들은 20 ~ 30년 전 이민하여 생계형으로 시작한 경우가 많다. 그런 탓인지 70년대 한국 음식점을 연상케 하는 인테리어와 어수선한 주류 홍보 포스터로 실내를 장식하고 있는 곳들도 눈에 띈다. 음식은 현지화, 퓨전화 하더라도 한식당은 기본적으로 한국의 아름다움을 담는 것이 중요한데, 동양적인 이미지 부각을 위해 일본이나 중국의 이미지를 뒤섞어놓은 경우도 많다.

한식 사이트, 웹하드 등을 통해 한식당 인테리어를 위한 디자인 매뉴얼을 보급하고, 한국이 연상되는 인테리어 소품 등을 활용하여 인테리어를 개선해야 한다. 한국의 전통미를 활용한 디자인 공모전 등을 통해 디자인 아이টে를 발굴하고, 관련 제품 구매처 리스트 등의 정보제공도 필요하다.

〈04. 현지인이 이해하기 어려운 메뉴판〉

메뉴판의 이미지가 실제 음식과 맞지 않거나 낙후된 경우가 많으며, 메뉴판 자체도

제작한지 오래되어 부정확한 경우가 많았다. 음식 이름만 보고도 식재료나 음식을 이해할 수 있도록 정확한 현지 언어로 메뉴를 표기해야 한다.

외국어 메뉴 표기(Korean Menu Guide) 및 메뉴 이미지 사진 등을 보급하고 협의체 주도의 자발적인 메뉴 표기 통일 및 메뉴판 개선사업을 추진할 것을 계획했다.

〈05. 경영주 의식개선 및 교육〉

한식에 대한 경영주의 소양이 부족하거나 현지 언어가 능통하지 못하여 경영능력이나 마케팅 기술이 부족한 경우가 많았다.

협의체 주도의 해외 한식당 종사자 교육을 확대, 강화하여 한식 식문화 이해, 한식 스토리텔링, 경영·마케팅분야 등 다양한 커리큘럼으로 해외 한식당 경영주들의 경영마인드를 제고할 계획을 세웠다.

〈06. 종업원의 서비스 개선〉

한식은 현지인에게 생소한 이국적인 음식이다. 따라서 종업원이 메뉴에 대해 설명할 수 있는 능력이 있어야 하며 다양한 질문에 응대하고 추천 요구에 부응할 수 있어야 한다. 그러나 대체로 홀서빙 종업원의 한식에 대한 기본적인 소양과 현지어 능력이 부족하고 친절도가 낮은 것으로 나타났다. 그러다 보니 현지인이 한식당에 가면 서빙을 꺼리는 경향이어서, 이는 현지인들에게는 역차별로까지 느껴지는 상황이었다.

한식당협의체 주도로 식재료, 식문화, 먹는 방법 등에 대한 친절한 설명이 가능하도록 종업원 교육을 실시하고, 해외 한식당 서비스 매뉴얼 및 동영상 등 교육교재와 스토리텔링 홍보책자 등 한식 관련 자료 제공을 확대할 계획을 세웠다.

“한식은 현지인에게 생소한 이국적인 음식이다. 따라서 종업원이 메뉴에 대해 설명할 수 있는 능력이 있어야 하며 다양한 질문에 응대하고 추천 요구에 부응할 수 있어야 한다.”

〈07. 한식 조리(조리사) 및 메뉴개발〉

실력 있는 한식조리사를 구하기 어렵고, 있다 하더라도 비자 문제, 급여 수준의 차이 등 현실적인 문제들이 있다. 현재 해외 한식당 종사자 교육의 조리과정 교육기간이 너무 단 기간이고 조리사별 수준도 상이하여 효과가 낮은 형편이다. 현지에서 오랜 기간 영업하면서 현지인의 입맛, 식문화를 경험하면서 개선이 필요한 점을 도출해낸 한식당도 실제로 메뉴로 개발하기에는 어려움이 있다.

또 한식조리사 자격 시스템도 없고 객관적인 능력을 검증하기 어려우며 조미료 사용량이 많아 식사 후 입안이나 위가 부담스럽게 느껴지거나 현지인들이 즐기기에 지나치게 자극적인 경우도 있는데다가, 다른 나라 음식에 비해 디저트 메뉴가 부족

하다. 이를 해소하기 위해서는 현지 문화원이나 aT센터 등과 연계한 중장기적, 지속적인 조리교육 체계를 마련하고 협의체 주도의 해외 한식당 종사자 교육을 확대하여 지역별, 조리사 수준별, 업소(업종)별로 차별화된 맞춤형 조리교육을 시행해야 한다.

〈08. 위생 및 환경〉

위생은 레스토랑의 기본이다. 인테리어의 고급스러움과 별개로 깨끗한 식재료 처리와 식당 내 위생관리는 기본적으로면서 가장 중요한 부분이다. 설립된지 오래된 생계형 한식당의 경우 깨끗하고 청결한 음식점 내부 환경 및 이미지 개선이 필요하다.

장류·젓갈·김치 등을 다루는 한식당이다 보니 식당 문을 여는 순간 특유의 냄새로 인해 불쾌감부터 느끼게 되는 경우가 많다. 일식이나 이탈리아 요리사들은 조리복과 모자를 착용하고, 종업원들도 그 나라의 문화가 있는 유니폼을 입고 있어서 청결하고 일관성을 유지하고 있는 반면에, 한식당은 종업원이 조리실에 마음대로 드나들고 일상복을 입는 등 정갈함이나 한식당의 특징을 나타내지 못하고 있다.

이를 개선하기 위한 ‘한식당 기본 위생관리 매뉴얼’ 등을 제작하여 배포하고 해외 한식당 서비스 매뉴얼 및 동영상, 조리복, 유니폼 등 관련 제품 구매처 리스트 정보를 제공할 계획을 세웠다.

〈09. 한국산 식재료 조달〉

한식 고유의 맛을 내기 위해서는 되도록 한국산 식재료를 써야 하지만 현지산과 가격 차이가 커서 부득이하게 현지산 식재료를 사용하는 경우가 많다. 일부 지역에서는 독점 수입업체가 가격 인상 등의 횡포를 부려 피해를 보기도 한다.

이를 해소하기 위해서는 지역별 특성에 맞게 한식당협의체가 주도하여 식재료 공동구매 등을 추진해야 한다.

〈10. 한식당 위치 및 입지〉

대부분의 해외 한식당이 변화가가 아닌 도시 번두리에 위치하여 현지인의 접근성이 떨어지고, 한인 거주 지역에 밀집되어 있어 한식당들 사이에 출혈경쟁이 벌어지는 경우가 많다. 한식당간 과당경쟁을 방지하기 위해서는 한식당협의체의 조직력을 강화하고 한식 시장 자체를 키우기 위한 한인타운 활성화 전략을 자발적으로 추진할 수 있도록 유도할 필요가 있다.

“한식 고유의 맛을 내기 위해서는 되도록 한국산 식재료를 써야 하지만 현지산과 가격 차이가 커서 부득이하게 현지산 식재료를 사용하는 경우가 많다.”

07. 해외 한식당협의체 구축·운영 지원사업

지사별	신청자	구성원	주요 사업
동경	민단 한식넷 협의회 (대표 박건시)	600명	협의체 홈페이지 구축사업 한식당 맛지도 제작 및 한식당 홍보 한국식재 수입을 활용 및 한식 홍보
연변	연변 조선족 전통요리협회 (회장 김순옥)	87명	협의체 홈페이지 구축사업 한식당 맛지도 제작 및 한식당 홍보 연변지역 축제연계 및 한식 홍보관 운영
뉴욕	미 동부 한식세계화 추진위원장 (회장 유지성)	120명	2010년 뉴욕 메츠구장 한식 홍보 행사 한국 레스토랑 WEEK 맨하탄 코리안퍼레이드 한식 홍보 한식 메뉴판 및 레시피 제작·배포 한국 전통주 홍보사업 홈페이지 구축사업 Central Park 한식문화 홍보
오사카	(사)판서한국식품 문화협회 (대표 홍성익)	202명	협의체 홈페이지 구축사업 한식당 가이드북 제작 및 홍보판촉
상하이	화동지역 한식품협의회 (회장 안태호)	51명	2010 한국식품의 날 행사(2011. 3) 한식당 홍보 및 연합광고 한식당 교육 및 컨설팅
LA	미 서부 한식세계화 추진위원회 (회장 이기영)	70명	협의체 홈페이지 구축사업 한식당 맛지도 제작 극장 및 Billboard 활용 한식 홍보
로테르담	재불 한식 문화협회 (회장 권영철)	53명	협의체 홈페이지 구축사업 한식당 맛지도 제작
	재영 요식업협회 (회장 오현용)	90명	협의체 홈페이지 구축사업 한식당 맛지도 제작 Korea Food Festival 한식 홍보
홍콩	홍콩 한인 요식업협의회 (회장 장은명)	43명	Taste of Korea 행사활용 및 한식 홍보
합계	9개소	1,316명	-

“페스티벌에는 5만 명 이상의 방문객이 참가하여 엄청난 홍보 효과를 달성했다. 방문객의 대부분이 현지인이었다는 점이 특히 의미 있었으며 한식세계화를 위해 매년 지속적인 행사를 개최할 필요가 있다는 점이 확인되었다.”

08. 협의체별 사업추진 실적 : 뉴욕 <미 동부 한식세계화 추진위원회>

<Central Park Korean Food & Culture Festival> 2010. 7. 30

뉴욕 중심부 센트럴파크에서 뉴욕 시민과 관광객들을 대상으로 한식 시연·시식 및 다양한 식문화 이벤트를 개최하여 한식의 우수성을 홍보했다.

한식 대표 메뉴부터 ‘김치 타코’ 등 퓨전 한식까지 다양한 메뉴의 시식회를 열고 방문객과 함께 떡메치기, 김치·송편 만들기 등 각종 한식체험 이벤트를 진행했다. 페스티벌에는 5만 명 이상의 방문객이 참가하여 엄청난 홍보 효과를 달성했다. 방문객의 대부분이 현지인이었다는 점이 특히 의미 있었으며 한식세계화를 위해 매년 지속적인 행사를 개최할 필요가 있다는 점이 확인되었다.

단순 시식행사를 벗어나 김치 담그기, 송편 빚기 콘테스트 및 떡메치기 등의 이벤트 체험행사를 개최하여 방문객의 적극적인 참여를 유도한 점도 성과로 평가되었다. 미국의 중심도시인 뉴욕에서 열린 최초의 대규모 한식 이벤트로써, 행사의 성공적 개최 소식이 현지 언론 및 MBC, KBS, SBS, YTN 등 주요 공중파 프라임타임(MBC 저녁 9시 뉴스, SBS 저녁 8시 뉴스 등)에 보도되었다.

• 한국 음식 및 전통식품 홍보관

뉴욕 aT에서 운영한 2개 부스에서 한국 음식요리 시연관, 김치 홍보관, 주요 소스 홍보관, 전통음식 전시관 및 가공식품 전시관으로 나누어 운영되었다. 홍보관을 방문한 바이어들은 한국 음식에 들어간 각종 채소류와 건강·자연식품의 재료와 구입처 등을 문의해왔으며, 내방객들에게 나눠준 한국 음식 레시피에 대한 문의가 쏟아져서 관심이 고조되었다.

- 한국 음식요리 시연관 : 미국의 유명 요리사인 CIA의 John Nihoff 교수가 비빔밥 미나타코, 김치 파전을 시연·시식하는 등 한국 식문화를 홍보하고 요리 레시피를 배포했다.
- 김치 홍보관 : ‘종가집’ 김치와 현지 Whole Food에 납품 중인 ‘마마’ 김치업체가 김치 만들기 행사와 배추김치, 깍두기 등 각종 김치 시식행사를 개최했다.



<왼쪽부터 CIA John Nihoff 교수, 뉴욕 시민 시식 현장, 김치만들기 체험>

- 주요 소스 홍보관 : 비빔밥소스, 된장소스, 간장 등 한국 음식의 주요 소스를 맛볼 수 있도록 설치 운영하여 내방객의 관심이 집중되었다.
- 전통음식 전시관 및 가공식품 전시관 : 현지인들에게 인기 있는 비빔밥, 갈비구이, 해물과전 등 한국 음식과 고추장, 된장, 간장, 알로에음료, 복분자 등 주요 수출 상품을 전시하여 내방객의 관심을 모았으며, 맨하탄 주요 한국식당 지도를 배포하여 한국식당 홍보를 병행했다.
- 이벤트 : 비빔밥 500인분 비비기 행사, 송편 빚기 행사, 김치 담그기 행사, 떡메치기 이벤트에 200여 명이 넘는 내방객들이 참가하여 한국 음식에 대한 인지를 제고했다.

• 미 동부 한식세계화 추진위원회 홍보관

금강산식당, 강서회관, 큰집, 참참식당, 신라식당, 뉴욕곰탕, 산수갑산, 돈의보감 등 10개 식당이 참가했다. 한식당협의체 회원사들이 7개 부스에서 한 가지씩 대표 메뉴를 선정하여 조리과정을 시연하고 행사 방문객들에게 시식 및 샘플을 증정했다. 메뉴는 비빔밥, 김치, 전, 떡, 불고기, 김치 타코, 떡볶이를 선보였다. 또 내방객들에게 20%할인 쿠폰을 배포하여 한식당 홍보를 병행했다.

• 한국식품 수입업체 홍보관

- 농심아메리카 부스 : 사발면, 새우깡, 어니언링 등 스낵류 무료 배포
- 씨클코 부스 : 알로에음료, 빼빼로, 메로나 아이스크림 무료 배포

• 방문객 참여이벤트 진행

김치 담기, 떡메치기, 송편빚기 대회 등 방문객이 직접 참여하는 이벤트를 통해 한식에 대한 친밀감을 제고했다. 그리고 요리사 시연과 함께 전문 진행자가 행사 방문객의 적극적인 참여를 유도했다.

• 각종 공연 개최

뉴욕 한국문화원이 주축이 되어 장구, 사물놀이, 오고무 공연, 태권도 시범, 재즈공연, 오케스트라 공연, 현대무용 공연, 유진박 공연, 한국 전통악기 체험, 한국 전통한복 입어 보기 등의 다채로운 행사를 개최했다.



<비빔밥 500인분 비비기 행사>



<떡메치기 행사>



<송편빚기 행사>

<미 동부 한식세계화 추진위원회 홈페이지 구축> 2010. 9 ~ 12

미 동부 지역 한식의 정보와 한식세계화의 의미를 정확히 전달할 수 있는 중심체로서의 역할을 달성하기 위해 추진위원회의 홈페이지를 구축했다. 또, 미 동부 한식세계화사업의 진행사항과 한식 이벤트를 적극 알릴 수 있는 장소로서 자리매김했다.

홈페이지에는 미 동부 지역 한식 레스토랑의 정보를 제공해 한식당을 찾을 수 있는 잠재 소비자층 유입 경로를 확보하고 고급 건강식으로서의 한식의 브랜딩 역할을 수행하여 한식업계 종사자들의 네트워크 중심체로서의 역할을 부여했다.

추진 주체는 미 동부 한식세계화 추진위원회이며, 홈페이지 개발 및 보수는 전문업체에 위탁계약을 통해 개발하였다.



<홈페이지 메인화면 / www.hansikus.com>



〈맨하탄 코리안 퍼레이드 한국 식문화 홍보행사〉



〈맨하탄 코리안 퍼레이드 한국 식문화 홍보행사〉



〈맨하탄 코리안 퍼레이드 행사 브로셔〉



〈맨하탄 코리안 퍼레이드 김치 홍보 브로셔〉



〈전통주 홍보 브로셔〉

〈제30회 맨하탄 코리안 퍼레이드 한국 식문화 홍보행사〉 2010. 10. 2

30회를 맞은 맨하탄 코리안 퍼레이드를 한식 홍보의 장으로 활용하여 한식에 대한 인지도를 제고하고 한국 식재료 수출확대에 기여하고자 했다. 뉴욕 시민과 관광객 등 100,000여명에게 홍보 및 노출이 되었다.

한식 홍보부스에서는 한국산 쌀로 만든 또띠라를 사용한 퓨전 메뉴를 선보였으며, 한국산 쌀 제품 수출 확대에 기여하였고, 비빔밥과 호박식혜, 김치 등 건강식을 소개하여 ‘한국 음식은 건강식’이라는 이미지 전달을 확고히 했다. 기존에 한식을 접해본 적이 있거나 관심이 있었던 잠재 소비자층에게 확실한 이미지를 심어주고 구체적인 정보를 제공함으로써 소비자층을 확보하는 계기가 되었다.

• 주요 행사내용

한식 시연 및 시식행사 : 5개 부스, 10개 메뉴

- 김치전, 잡채, 떡볶이, 두부 돼지고기 김치쌈, 쌀떡쌈 타코 등 시연·시식(3)

- 김치 전식 및 시식(1), 전통음료 - 호박식혜 시식(1)

- 이벤트 운영 : (2개 부스, 3개 메뉴) 대형비빔밥 비비기, 떡메치기, 송편 만들기

• 대표 메뉴 시식

- 쌀 타코(불고기, 김치, 비빔밥) : 퍼레이드의 모든 부스 중에 가장 큰 인기를 끈 메뉴로, 맵지 않은 김치와 쫄득한 한국산 쌀 전병(또띠라)에 관심이 집중되었다.

- 잡채, 전, 김치 : 잡채와 전은 한국인뿐 아니라 현지인들에게도 각광받은 대표적인 메뉴였다. 평소 김치에 호감을 보였던 미국 시민들의 호기심을 충족시켜 주며 김치에 대한 각종 정보를 제공하는 기회였다.

- 한과, 떡 : 쌀로 만든 유과와 인절미는 한국 사람들에게는 향수를, 디저트를 좋아하는 미국 시민들에게는 높은 관심을 유발했다. 유과는 바삭한 쌀이 붙어 인기가 많았지만, 단 것을 싫어하는 사람들에게는 선호도가 떨어졌으며, 인절미의 경우 콩가루를 묻힌 달지 않은 건강한 디저트라는 이유로 인기를 끌었다. 하지만 쫄득한 식감을 좋아하지 않는 경우도 있었다.

- 호박식혜 : 호박 스프와 비슷한 맛이면서도 걸쭉하지 않고 건강식이라는 이유로 다양한 연령대의 시민들에게 인기가 높았다.

• 한국 전통주 홍보사업 2010. 12. 15 ~ 17

한국 전통주를 고급 술문화로 홍보하여 한식과 함께 세계화할 수 있는 기반을 조성하기 위해 뉴욕 소재 한식당 12곳에서 홍보활동을 펼쳤다. 한식당을 방문한 손님을 대상으로 ‘참살이’ 막걸리와 안동소주 시음회를 한 후, 한국 전통주에 대한 설명이 담긴 고급 영문 전단엽서로 정보를 제공하고 설문조사를 실시했다. 홍보행사에 참여한 손님에게는 막걸리병을 형상화한 마스크트를 증정하여 보다 흥미로운 진행이 되도록 했으며, 주문제작한 전통 술잔과 젓가락받침 등의 증정품을 제공하여 적극적인 참여를 유도했다.

이는 한식당을 찾은 외국인들에게 전통주에 대한 자세한 정보를 제

공하고 호기심을 갖는 계기를 만들어 잠재적인 소비자군이 되도록 하기 위함이었다. 또 생소하고 낯설어서 주문하기에 부담이 되었던 한국 전통주를 맛볼 수 있는 기회를 제공함으로써 현지 시민에게 보다 자연스럽게 다가가는 계기를 마련하고, 한식에 관심이 높은 소비자층에게 전통주를 직접 시연하여 한국 전통주에 대한 인지도를 형성하도록 했다.

시음과 병행한 설문조사 결과, 막걸리를 아는 사람은 거의 없었으며, 소주를 아는 사람은 약 20%였다. 또 여성은 막걸리, 남성은 소주를 선호하는 것으로 나타났다. 이 행사의 추진주체는 미 동부 한식세계화 추진위원회가 맡았다. 플러싱 지역의 한식당, ‘금강산’, ‘산수갑산’, ‘함지박’, ‘동해수산’, ‘청해진’, 맨하탄 지역의 ‘금강산’, ‘강서회관’, ‘뉴욕곰탕’, ‘큰집’, ‘B-BOP’, ‘참참’, ‘돈의보감’에서 펼쳐졌다.

• 한식당 메뉴설명 테이블 매트 제작 2010. 12. 1 ~ 15

한식에 초보적인 관심을 갖고 한식당을 찾은 외국인들이 이후에도 지속적으로 한식을 애용하는 한식 애호가 가 되게 하려면 무엇보다 한식에 대한 정확하고 체계적인 정보가 필요했다. 처음 한식당을 찾은 외국인이 첫 대면부터 한식의 전체적인 개념과 정확한 정보, 건강식에 대한 좋은 이미지를 정립해야 하는 것이다. 이를 위해 한식 메뉴설명 테이블 매트를 제작하여 한식당에 배포했다. 이 매트를 도입한 식당에서는 손님이 앉음과 동시에 이 메뉴판과 수저를 세팅하여, 손님의 시선을 보다 적극적으로 확보함으로써 한식에 대한 고급 정보를 전달하는 데 효과적으로 사용되고 있다.

테이블 매트에는 한식의 특성과 구성에 대한 기본정보, 메뉴 사진과 설명, 스토리텔링, 한식세계화 공식포털 소개를 실었다. 배포는 미 동부 한식세계화 추진위원회 회원사 가운데 정회원 식당 11곳에서 이루어졌다.

- 사이즈 : 11" × 17", 메뉴판 매트 발행매수 : 44만 장(11개 식당 × 4만 장)



〈한식당 메뉴설명 테이블 매트〉

09. 협업체별 사업추진 실적 : 동경 - 동경 한식넷협의회

〈동경 한식넷협의회 홈페이지 구축〉 2010. 7 ~ 11

한식세계화사업의 일본 내 안내 및 정부 정책 홍보를 위해 한식넷협의회 홈페이지를 구축했다. 홈페이지는 한식당협의회의 회원을 확대하는데 매개체 역할을 수행하고 회원사 정보공유, 회원사 관리의 효율성을 높이는 데 중요한 창구 역할을 하게 될 것이다.

홈페이지의 주요 내용은 한식넷 소개, 한식이란, 커뮤니티, 회원점 안내, 게시판 등으로 구성하고 관리자기능과 회원기능을 부여했다.

추진주체는 민단 한식넷협의회가 맡아 홈페이지 개발 및 보수 전문업체 위탁계약을 통해 개발을 추진했다.



〈한식넷협의회 홈페이지 메인페이지 / www.kanshoku.net〉

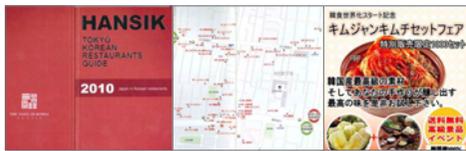
“활자의존도가 높은 일본인에게
한식당을 홍보하기 위하여
맵을 포함한 가이드북을 제작하여
우수 한식당을 홍보하고
활성화를 도모하고자 하였다.”

〈동경 한식당 맛지도 제작〉 2010. 8 ~ 12

활자의존도가 높은 일본인에게 한식당을 홍보하기 위하여 맵을 포함한 가이드북을 제작하여 우수 한식당을 홍보하고 활성화를 도모하고자 하였다. 현지인을 대상으로 한 우수 한식당 정보를 한식넷협의회 홈페이지에 게재하여 온·오프라인에서 동시 홍보가 되도록 했다. 신주쿠, 아카사카, 우에노 등 도쿄 시내 주요 한식당 밀집지역 지도 및 식당 표시와 한식당별 사진, 주메뉴 소개, 휴일 및 영업시간, 주소, 주차장 유무, 연락처, 홈페이지 표시 등 주요 정보를 게재했다.

추진주체는 민단 한식넷협의회에서 맡고, 인쇄제작과 유통이 가능한 전문 업체 위탁계약을 통한 제작으로 추진되었다.

- 사이즈
A5변형(가로 105mm×세로 218mm) / 핸드북 사이즈
- 지질
표지 200g 스노우지, 내지 120g 스노우지, 표지 무광코팅
- 발행부수
1,000부
- 배포처
주일 대사관 한국문화원 500부, aT·정부 50부, 민단·한식넷 200부,
한국문화 취급서점 등 250부



“김장세트 공동구매는 민단 신문,
일본 베틀시장, 잡지 〈한식문화〉 등
인쇄매체를 통해 홍보하고
한식넷 홈페이지와
공사 일본 수출 홈페이지 등
온라인 홍보를 병행했다.”

〈한국 식자재(김장 세트) 공동구매 사업〉

일본 현지에서 한국산 절임배추, 마늘, 무, 양념 등 식재료 공동구매를 실시하여 한국산 식자재의 수출을 촉진하고 한국 식문화를 홍보하기 위한 사업이다. 김장 세트 공동구매는 민단 신문, 일본 베틀시장, 잡지 〈한식문화〉 등 인쇄매체를 통해 홍보하고 한식넷 홈페이지와 공사 일본 수출 홈페이지 등 온라인 홍보를 병행했다. 민단 한식넷협의회는 도쿄 한식당협의회가 한국계 수입업체 수입대행을 통해 자체적으로 추진하였고, 협의체 회원사, 민단, 일본 내 한식당, 현지 일본인을 대상으로 구매접수를 받아 배송하는 방법으로 추진되었다. 수입 식자재는 절임배추·무, 김장 양념 등 한국산 김장김치 세트로, 전남 해남산 절임배추, 경남 거창산 무, 경북 영양산 고춧가루, 경남 남해산 마늘, 충남 태안산 생강, 경남 김해산 파, 전남 신안산 소금, 충남 광천산 새우젓, 경남 고성산 멸치젓 등으로 구성하였다.

절임배추(6,722kg)와 무, 김장 양념(1,688kg)을 별도 포장을 하여 김장김치 만드는 방법, 김치요리 레시피 등을 동봉하여 김장 체험의 기회를 제공했다.

10. 협의체별 사업추진 실적 : 연변 - 연변 조선족 전통요리협회

<연변 조선족 전통요리협회 홈페이지 구축> 2010. 9 ~ 2011. 1

협회 및 회원사에 대한 홍보와 회원사의 적극적인 참여를 유도하는 구심으로서 협의체 홈페이지의 필요성이 공감되어 사이트 개발에 착수했다. 협의체 홈페이지는 향후 일반인들의 한식에 대한 관심을 고조시키고 요리법, 동호회 활동 등을 통한 한식 대중화에 기여할 것으로 예상되었다.

추진주체는 연변 조선족 전통요리협회에서 맡고, 홈페이지 개발 및 보수 전문업체 위탁계약을 통한 개발 방법을 취했다. 기존 협회 홈페이지의 콘텐츠, 접근성과 서버 용량 확대를 개발 목표로 하였다.

홈페이지 콘텐츠는 회원사 위치 및 연락처, 메뉴, 활동 관련 정보 등의 협회·회원사 소개와 한식의 종류와 요리법, 추천메뉴 등 한식 및 요리정보, 한식 요리교실 및 동호회 운영을 담고, 한식 요리 관련 질의·응답, 게시판 기능을 부여했다. 한국어와 중국어를 지원하고, 개발 뒤 일반관리는 협회에서 하되 추가개발이나 유지보수는 개발업체에서 담당하기로 했다. 또 일반인들의 한식에 대한 관심을 모으고 홈페이지 방문자 수를 늘리기 위해 회원사 등과 협력해 각종 이벤트를 실시했다.

“협의체 홈페이지는 향후 일반인들의 한식에 대한 관심을 고조시키고 요리법, 동호회 활동 등을 통한 한식 대중화에 기여할 것으로 예상되었다.”



<연변 조선족 전통요리협회 홈페이지 메인화면 / www.jindalai.org>

<한식당 맛지도 제작> 2010. 8 ~ 2011. 2

매년 여름 7월 중순과 8월, 연변에서는 연길 민속박람회, 두만강 문화관광절 등 대규모 축제가 잇따라 열리는데, 이들 축제는 연변지역뿐만 아니라 중국 전역에 한식을 홍보하기에 최적의 기회였다. 이를 위해 연변에 있는 유명 한식당들의 맛지도를 제작하여 한식 홍보관에서 배포했다. 축제 기간 중에 중국 전역에서 몰려든 관광객을 대상으로 연변의 한식당을 홍보하고 한식의 활성화를 도모하고자 함이었다.

연변 조선족 전통요리협회가 주체가 되어 50,000부를 제작한 한식당 맛지도는 연변(연길, 용정, 도문 중심) 지역을 대상으로 하였다. 식당은 회원사를 우선적으로 수록하고, 비회원사 가운데 유명 한식당을 포함하였다. 한식당 주소, 연락처, 대표메

뉴 등 주요 정보를 게재하고 회원사 및 유명 한식당과 축제 홍보관에 비치하여 배포했다.

〈두만강 문화관광축제 전통음식문화 홍보행사〉 2010. 7. 23 ~ 8. 1



〈두만강 문화 관광축제 떡메치기, 김치담그기 행사〉

도문시 두만강 광장에서 열린 두만강 문화관광축제에서 현지인들에게 김치, 비빔밥, 전통 떡을 시식하도록 하여 한식에 대한 경험과 관심도를 제고하는 홍보행사를 열었다. 지역축제를 활용하여 현지인 및 관광객을 대상으로 한국전통음식을 대대적으로 홍보함으로써 한식에 대한 관심도 제고와 더불어 홍보 효과를 극대화했다.

비빔밥 500인분 비비기, 떡메치기, 김치 담그기 등의 이벤트로 현지인들의 환호를 끌어낸 이 행사는 조글로, 연변신문, 인민조선어 사이트, 연변TV, 연변인터넷방송 등 중국 내 주요 언론사가 보도하는 등 여론의 주목을 받았다. 축제는 중국 연변 조선족자치주 정부와 도문시정부가 주관하였으며, 한식 홍보관은 연변 조선족 전통요리협회가 주관하였다.

〈연길 국제투자무역박람회와 연계한 전통음식문화 홍보행사〉 2010. 8. 27 ~ 8. 29



〈연길국제투자무역박람회 김치만들기, 도토리묵 만들기 행사〉

연길시 진달래광장에서 개최된 국제박람회 참가자와 방문객을 대상으로 한국전통음식의 체험·교류의 장을 만들어 한식에 대한 관심도를 높이고 홍보 효과를 극대화하기 위해 마련한 행사이다. 현지인이 직간접적으로 체험할 수 있는 흥미로운 이벤트들을 준비하여 김치, 전통 떡, 도토리묵, 녹두묵 등 전통음식을 홍보하고 한식에 대한 관심과 흥미를 드높였다.

1,000여 명이 참가한 이 행사는 조글로, 연변신문, 연변TV, 연변인터넷방송 등 중국 내 주요 언론을 통해 보도되어 조선족 전통음식으로 소개되었다. 박람회는 중국 길림성 상무청과 연길시 정부가 주관하였고, 홍보행사는 연변 조선족 전통요리협회의 주관으로 이루어졌다.

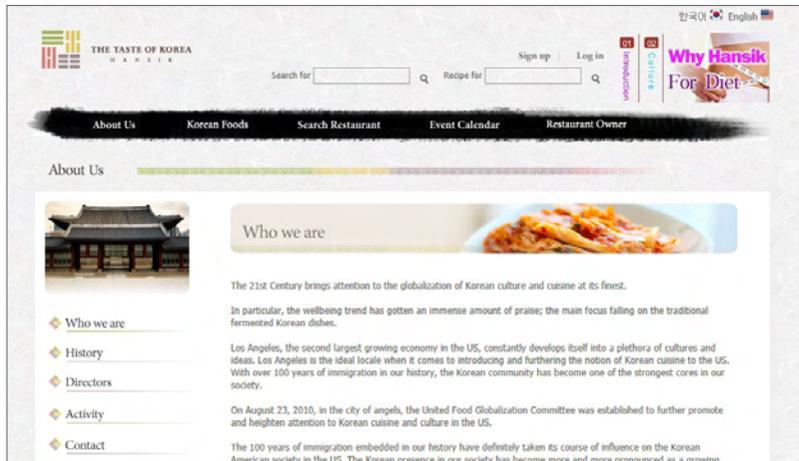
11. 협의체별 사업추진 실적 : LA - 미 서부 한식세계화협회

〈미 서부 한식세계화협회 홈페이지 구축〉 2010. 11. 1 ~ 12. 31

홈페이지 오픈을 통해 ‘미 서부 한식세계화협회’의 존재와 활동을 알림으로써 신규회원 확보와 관심을 유도했다. 현지인들이 누구나 쉽게 홈페이지에 접속하여 한국문화와 한식을 접할 수 있도록 하여 한식을 보다 쉽고 빠르게 홍보하고, 한식과 한국문화에 대한 다양한 정보를 제공하여 호기심을 유발했다. 이는 한식당 소개 페이지로 연결되어 자연스럽게 한식당을 방문하는 동기로 작용하게 했다.

또한, 홈페이지의 이벤트 개최, 중요사항 신속전달, 한식당 방문 후기 등의 메뉴를 통해 현지인들이 한식을 보다 쉽고 친근하게 느끼도록 했다. 한식 종류와 레시피

에 관한 정보들을 게재하고 미 서부 지역의 한식당에 대한 가장 신뢰할 만한 정보를 제공했다. 사업추진 주체는 미 서부 한식세계화협회가 맡고 홈페이지 개발 및 보수 전문업체와 위탁계약을 통해 개발하였다.



〈미 서부 한식세계화 추진위원회 홈페이지 메인화면 / www.hansikamerica.org〉

〈한식당 맛지도 제작〉 2010. 11 ~ 12

미 서부 지역 내 한식당에 대한 쓸 만한 맛지도가 전무한 상태여서 한식세계화 운동의 일환으로 맛지도를 제작하여 유동인구와 여행객이 많은 지역을 중심으로 배포했다.

제작된 맛지도는 여행과 먹거리에 관심이 많은 잠재적인 한식 고객이 밀집해 있는 공항, 기내, 여행사 등에 배포하고 잠재고객의 실고객화를 유도하고자 했다. 따라서 외국인들이 쉽게 활용할 수 있는 정확한 정보를 전달함으로써 한식 및 한국문화 이해 증진에 특히 심혈을 기울였으며 정보의 정확성과 불거리를 강화한 맛지도 제작을 통해 현지인들을 위한 한식 홍보의 기초자료로 활용되도록 했다.

한식당 맛지도의 추진주체는 미 서부 한식세계화협회가 맡고 회원업소의 개별자료를 취합한 후 일괄로 제작하는 방식을 취했다. 대상지역은 로스앤젤레스, 오렌지카운티, 라스베가스로 하여, 510개 업체를 수록하였다. 회원 업체와 비회원 업체의 구분을 두지 않았으나 비회원 업체의 회원 가입을 유도하기 위해 회원 업체의 광고를 추가 게재하였다. 회원 업체 60개와 비회원 업체 450개의 정보를 실었다.

제작형태는 브로셔 형식의 책자로 지역별 맵과 다양한 한식과 한식당 정보를 제공하고 총 20,000부를 제작하였다.

홍보 방법은 LA 국제 및 국내공항, Las Vegas 공항, LA 외곽지역 공항, 외국 여행사, LA 및 OC 관청사 등 현지인들이 쉽게 접할 수 있도록 유동인구가 많은 장소에 비치하여 활용률을 제고하였고, 국적 항공기(아시아나, 대한항공) 기내 비치를 통해 미 서부지역 도착 전에 미리 정보를 갖고 현지 한식당을 방문할 수 있도록 했다. 또 미 서부 한식세계화협회의 홈페이지와 연계하여 더욱 큰 시너지효과를 창출하도록 했다.



〈미 서부 한식당 맛지도〉



〈갈비, 비빔밥 빌보드 광고〉

〈빌보드를 활용한 한식 홍보〉 2010. 11. 16 ~ 12. 14

유동인구가 많고 홍보 효과를 올릴 수 있는 4곳에서 빌보드 광고를 추진했다. 관광객 및 유동인구가 많은 고속도로 변 빌보드에 한식 광고를 게재함으로써 최고의 광고효과를 달성하고자 하였다. 다인종이 모여 있는 미국에서 한식의 우수성과 고품격 이미지를 홍보하여 미국 내 주류 소비자에게 한식체험 동기를 유발하여 차별화된 한식 이미지를 형성했다. 추진주체는 미 서부 한식세계화협회가 맡고, 광고 위치는 유동인구가 많고 홍보 효과가 큰 고속도로 변 3곳과 비버리힐스 시내 1곳에 설치되었다. 광고의 내용은 갈비와 비빔밥을 소재로 했다.

“유동인구가 많고 홍보 효과를 올릴 수 있는 4곳에서 빌보드 광고를 추진했다.”

12. 협의체별 사업추진 실적 : 홍콩 - 홍콩 한인요식업협회

〈Taste of Korea 행사 활용 한식 홍보〉 2010. 11. 26 ~ 11. 28

한국 음식과 문화를 홍콩에 소개하는 대규모 한식 홍보행사를 통하여 한식의 우수성을 홍보하고 한국 농식품의 수출확대 여건을 조성하고자 하였다. 이는 홍콩에서 열린 최초의 ‘한식(Korean Food)’ 주제 대형 이벤트로써, 행사기간 3일 동안 홍콩시민과 외국인 관광객 등 총 2만 3천 명이 몰려 성황리에 종료됨으로써 한식 홍보 및 한식세계화에 기여했다.



〈홍콩 - Taste of Korea 행사〉

비빔밥, 김치, 국수 등의 시연행사에서 한국 식재료의 영양과 맛을 소개하여 한국 음식의 건강 효능과 우수성을 홍보하였다. 한식과 한국문화를 소재로 한 다양한 이벤트와 체험행사를 통해 현지인의 참여도를 높임으로써 자연스럽게 한국, 한식, 한류에 대한 긍정적인 이미지를 부여하고 관심을 유발했다. 한식뿐만 아니라 주요 수출품목인 홍삼, 주류, 음료, 차류 등을 홍보 판매함으로써 향후 수출확대 여건의 가능성을 타진하는 자리였다.

다만, 홍콩 한식당협의체인 홍콩 한인요식업협회에서 주최하는 행사였음에도 불구하고, 협회 조직구성이 미진하여 주요 임원이 소속된 ‘홍콩 한인여성회’가 주관하게 되어 실질적인 협의체 중심의 사업은 부족했다.

행사 주최는 홍콩 한인요식업협회가 맡았으며, 장소는 홍콩 올림픽시티쇼 핑몰 1층, 1일 유동인구가 25만 명에 달하는 홍콩의 대형 쇼핑몰로 하였다. 주요 행사로는, 대형비빔밥(300인분) 시연·시식행사 및 김치 담그기 체험과 국수, 떡 등 전통음식의 요리법을 시연해 보였다. 또 한국 전통음식, 전통주 등의 판매부스를 운영하고 전통 타악공연, 태권도 시범공연, K-POP 댄스경연대회 등 풍성한 문화공연과 이벤트를 개최하였다.

13. 협의체별 사업추진 실적 : 파리 - 재불 한식문화협회

〈한식당 맛지도 제작〉 2010. 8 ~ 12

유럽 음식문화의 대표 도시인 파리에서 한국 음식 및 한식당을 직접 홍보할 기회를 제공하고자 한식당 맛지도를 제작·배포하였다. 이는 한국 음식점 활성화를 통한 한국 식품의 수출 진작 효과와 한국 음식 저변 확대에 기여할 것으로 기대되었다.

제작 추진주체는 재불 한식문화협회가 맡고, 한국 음식 소개와 한국식당 주소록 및 지도 색인과 주요 관공서 정보를 수록하였다. 주요 내용은 한식 화보, 대표 음식 소개, 김치 소개, 파리 소재 78개 한식당의 주소, 연락처 및 위치 정보, 파리 지하철역, 한국식당, 관공서 및 한국 식품점 표시 등을 다루었다.

제작 부수는 30,000부이며, 사이즈는 A3 양면(가로 420cm x 세로 297cm), 지질은 아트지류로 하였다. 주요 배포처는 문화원, 관광공사(2,000부), 재불 한인회(2,000부), 한국 식품점 등 기타 관련 단체(1,000부), 한국 식당 및 한국 식품점 등 회원사(13,650부)를 통하였고, 2011년 한국 음식 축제 및 기타 행사(10,000부)와 기타 대사관 등 주요 관청(1,350부)에서도 사용되었다.



〈파리 한식당 맛지도〉

14. 협의체별 사업추진 실적 : 런던 - 재영 요식업협회

〈재영 요식업협회 홈페이지 구축〉 2010. 12. 13

유럽 최대 한인 사회를 가지고 있는 영국에 한식정보 홍보의 기틀을 마련하고 현지인들에게 한식당 관련 정보에 용이하게 접근할 수 있도록 하기 위하여 홈페이지를 구축하였다. 유럽지역 최초의 한국 식문화 홈페이지 개설로 한식세계화의 구심점 역할이 기대되었다. 홈페이지에는 협회 소개와 한국 음식 소개, 한식당 리스트 등을 담아 한식에 대한 정보 전달 수단을 마련하였으며, 한국 음식 및 식문화 소개로 현지 한식당 활성화에 기여하고 한국 음식점 운영 관계자들의 관계 증진과 더불어 자긍심을 고취하도록 하였다.

추진주체는 재영 요식업협회로 홈페이지 개발 및 보수 전문업체 위탁계약을 통해 개발되었다. 재영 요식업협회는 향후 홈페이지 운영을 주관하고 지속적인 관리,



〈재영 요식협회 홈페이지 메인화면 / www.hansuk.com〉

운영을 맡도록 하였으며, aT로테르담이 지속적으로 정보를 제공하고 지원한다.

홈페이지의 구성은 메인화면에서 ‘한식으로의 초대’ 영상물을 게재하고, 1차 초기화면에서는 한국, 한식, 협회 등에 대한 기본정보와 문화와 어우러지는 음식을 주제로 한 동영상을 제공했다. 2차 화면의 가로메뉴에서는 한식 홍보, 한식 관련 동영상, 재영 요식업협회 소개, 런던 및 기타지역의 한식당 위치 정보, 관리자 연락처를 담고, 세로 메뉴에는 한식세계화 관련 소식, 한식 레시피, 관련 사업 소개, 관련 단체 링크를 넣었다.

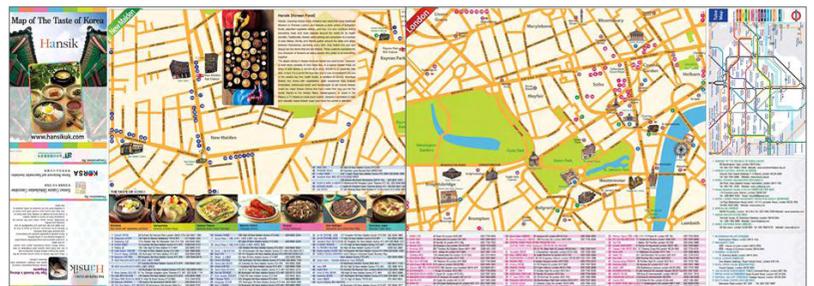
〈한식당 맛지도 제작〉 2010. 12. 13

유럽의 대표적인 대도시인 런던의 주요 지역에서 한국 음식과 한식당을 홍보하여 한식당을 활성화하고 한국 식품 수출을 진작시키고자 한국 음식 소개, 한국식당 주소록 및 지도 색인, 주요 관공서 등이 수록된 맛지도를 제작했다. 홈페이지(www.hansikuk.com)와 연계한 한식당 홍보를 추진하여 더욱 큰 효과를 노릴 수 있도록 했다.

추진주체는 재영 요식업협회로, 제작은 현지 업체를 선정하고 한인 헤럴드에서 기획, 제작지원을 맡았다. 지도의 사이즈와 지질은 B3 양면(가로 515cm x 세로 364cm)에 아트지류를 사용했다.

지도의 전면에는 한식 화보, 한식 예절, 한식 문화에 대한 간단한 소개, 뉴몰든(한식당 밀집지역)의 거리 지도와 한식당(51개) 위치 및 연락처 정보를 실었으며, 런던 지역 지하철 안내도와 한국 관련 주요 관공서 안내, 뉴몰든 지역 외 런던 지역 한식당(49개)의 위치와 연락처 정보를 실었다.

인쇄 부수는 30,000부이며, 주요 배포처는 문화원, 관광공사(2,000부), 재영 한인회(2,000부), 한국식품점 등 기타 관련 단체(1,000부), 한국식당 등 각 회원사(15,000부)이다. 그밖에 2011년 한국 음식 축제 및 기타 행사(10,000부)에서 쓰였다.



〈런던 한식당 맛지도〉

“유럽의 대표적인 대도시인 런던의 주요 지역에서 한국 음식과 한식당을 홍보하여 한식당을 활성화하고 한국 식품 수출을 진작시키고자 한국 음식 소개, 한국식당 주소록 및 지도 색인, 주요 관공서 등이 수록된 맛지도를 제작했다.”

15. 한식당 해외진출 정보전략 조사

〈일본 내 한식당 실태조사〉

한식세계화 정책 수립 및 해외 우수 한식당 추천제 사업 실시를 위한 기초 자료 확보와 일본 진출 준비업체에게 제공 가능한 현지 정보와 산업현황 자료를 구축하기 위한 실태 조사를 실시했다. 이는 2007년에 시행한 일본 내 한식당 실태 및 외식 환경변화추이 조사의 정기적인 업그레이드 조사 작업의 일환이기도 하다.

조사의 주요 내용으로는, 대표적인 일본 내 전략지역인 도쿄, 나고야, 오사카, 후쿠오카의 한식당을 대상으로 실태조사를 실시하여 기존 일본 내 한식당 DB를 재확인 및 업데이트했다. 그 외 도쿄 북부지역인 센다이, 홋카이도 등을 포함하여 주요 전략지역 조사를 시행하였는데, 모두 4천9백여 개의 한식당이 조사에 응했다.

또 일본 내 한식당 경영주 200인의 의견조사와 일본 내 외식산업 현황 및 소비 트렌드 분석, 일본 내 외식산업 관련 조직 운영 현황을 조사하고 한식당 경쟁력 제고 방안을 조사했다. 조사를 통해 조리사 고용을 위한 인력지원, 일본 내 한식교육 등 일본 내 한식당 경쟁력 강화 방안이 제시되었다.

이 조사결과는 해외 우수 한식당 추천제를 도쿄 이외 지역으로 확대할 때 기초자료로 활용되며, 조사결과를 한식세계화 공식포털에 게재하여 일본 진출을 준비하는 기업과 현지 한식당 경영자에게 유용한 정보로 제공되었다.

향후 개선방안으로는, 일본 내 신흥지역 실태 조사를 통해 한식이 공략할 수 있는 시장을 넓혀갈 방안을 마련해야 한다는 점과 2011년 한식 현지화 지원사업 추진에 야끼니꾸 등 일본 내 한식 현지화를 위한 연구 진행의 필요성이 대두하였다.

〈세부 추진실적〉

- 사업추진 1차 공고
 - '10. 5. 28 ~ 6. 10
- 재공고
 - '10. 6. 28 ~ 6. 21
 - 공고방식 : 한식세계화 공식포털
 - 용역기간 : '10. 6. 28 ~ '10. 12. 15
- 착수 보고회 개최 : '10. 7. 5
 - 참석자 3명
 - 도쿄, 나고야, 오사카, 후쿠오카 지역 외에 도쿄 북부 지역인 센다이, 홋카이도 등을 포함하여 주요 전략지역 조사를 추진할 것을 자문했다. 또 일본 외식시장 환경 조사 시 일본 내 한식당 경쟁력 제고 방안을 포함시켰다.

- 동경 내 한식당 실태조사 DB 1차 결과보고
 - 일본 내 한식당 동경지역 한식당 150곳의 DB를 우선 선정하여 보고하였다. 개점일, 경영주, 대표 메뉴, 경영주 인터뷰 내용 등을 포함하였다.
- 수시점검
 - 실태조사 진행상황 정기점검을 총 7회 실시하였다. 수시점검으로 보고된 조사자료를 관련 사업에 활용하도록 하였다.
- 최종보고회 개최 : '10. 11. 22
 - 일본 내 한식당 4,916개소 DB 구축 : 도쿄 1498, 칸토(도쿄 제외) 1102, 도호쿠 283, 시코쿠 94, 추부 539, 추코쿠 244, 규슈 232, 킨키 832, 홋카이도 92개 등. 한식당 수는 2007년 4,421개보다 11.2% 증가한 것으로 드러났다. 한식당 실태조사 200개소 및 경영주 200인이 방문 하였다.
 - 심층 면접 조사 : 도쿄 100개소, 오사카·교토 40개소, 나고야 20개소, 히로시마 15개소, 후쿠오카 19개소, 삿포르 6개소. 대표 메뉴 5개의 가격, 고객구성, 접대언어, 구매하는 한국산 식재, 기자재, 경영주 인터뷰 등 조사 결과를 발표하였다. 표준 인테리어 보급 지원, 일본 현지 조리교육, 컨설팅 지원 등이 필요하다는 의견이 제시되었다.
 - 2007 VS 2010, DB 구축 분석결과 비교 : 일본인 경영주 비율은 48.5%에서 53.6%로 소폭 증가하였다. 객단가의 양극화 현상은 2,000엔 이하와 4,000엔 이상 업소가 증가하여 더욱 심화된 것으로 확인되었다. 야끼니꾸 비율이 감소하고, 한국 가정식 요리와 전문점의 비중이 증가하였다. 메뉴의 가짓수가 늘어나고 냉면 류가 등장하였으며, 퓨전메뉴도 증가하였다.
 - 일본 내 한식당 지역별 특징 분석 : 삿פור는 야끼니꾸와 한식을 접목한 컨셉이 많았으며, 한국 식재료 구입에 곤란을 겪고 있었다. 교토는 야끼니꾸, 삼겹살, 찜닭류의 식사 중심 메뉴를 선호하였고, 도쿄는 일본 내 전체 한식당의 33%가 집중되어 있었고, 특히 신주쿠 지역에 한식당 200여 개가 밀집해 있었다.
 - 한식당 간 가격파괴 등 경쟁과열 : 후쿠오카는 한국 식재료가 풍부하고 다양하여 규모를 갖춘 한식당이 많았다. 오사카는 야끼니꾸 중심으로 운영되며 메뉴는 대부분 현지화가 되어 있었다. 나고야는 고급 한식당의 비중이 낮고, 야끼니꾸, 지지미, 순두부 등이 인기가 있었다.

“대표적인 일본 내 전략지역인 도쿄, 나고야, 오사카, 후쿠오카의 한식당을 대상으로 실태조사를 실시하여 기존 일본 내 한식당 DB를 재확인 및 업데이트했다”

〈유럽 동남아 시장조사 및 품목별 시장조사〉

한식세계화를 위한 유럽 및 동남아 대표도시의 정보 인프라구축과 마케팅 전략을 수립하고 비빔밥 전문점 현지 사업자의 사업 활성화 및 국내 업체의 해외진출 성공을 지원하는 사업모델을 수립하기 위한 시장조사를 진행했다. 한 국가 내에서도 지역적 차이가 존재하므로 2009년 국가별 정보조사에서 도시별 특수성이 반영된 정보 수집으로 전환했다. 2009년 조사결과에서는 비빔밥 전문점의 시장성이 높게 평가되어 한식세계화 전략 품목으로 비빔밥 전문점의 해외진출 방안이 마련된 바 있다. 파리와 싱가포르에서는 한식당 시장조사 및 마케팅 전략을 수립하였는데, 도시별 한식세계화를 위한 사업환경 분석 및 진출 전략수립, 도시별 한식당 진출 현황, 식재료 공급현황을 조사하고 한식당 해외진출 가이드북을 제작하였다.

북경과 상해에서는 비빔밥 세계화를 위한 상세 사업방안을 수립하였다. 현지 시장환경 및 경쟁력 분석, 비빔밥 전문점 세부 컨셉, 예상입지, 마케팅, 인허가 절차 등을 조사하고 비빔밥 전문점 해외진출 마스터북을 제작하였다.

한식당의 정보가 없는 유럽 및 동남아 대도시의 현지 소비자 정보와 해외 경쟁환경, 시장환경 및 한식당 해외진출에 필요한 정보를 수집하고 비빔밥 전문점의 개점과 운영에 바로 적용할 수 있는 실전 매뉴얼을 제공한 것이 성과라 할 수 있다.

향후에는 해외에서 이루어지는 정보조사인 만큼 세계적인 컨설팅회사의 응찰 참여를 위한 충분한 공고기간 설정이 필요하고, 해외진출 준비업체의 의견수렴을 강화하기 위해 업계의 과제관리 자문단 참여를 확대할 필요성이 대두되었다.

“유럽 동남아 시장조사를 위해선 세계적인 컨설팅회사의 응찰 참여를 위한 충분한 공고기간 설정이 필요하고, 해외진출 준비업체의 의견수렴을 강화하기 위해 업계의 과제관리 자문단 참여를 확대할 필요성이 대두되었다.”

〈세부 추진실적〉

- 한식당 해외진출 정보조사 관련 업계 의견수렴
 - '10. 5. 25 ~ 31
 - 의견수렴 업체 : 본 아이에프, ㈜놀부, CJ푸드빌, ㈜아워홈
 - 공고방식 : 한식세계화 공식포털, 나라장터, aT 홈페이지
 - 의견조사 : 서면조사
 - 업체 제안사항 : 조사 대상지역으로 북경, 상해, 싱가포르를 제안하고, 조사 내용에는 도시정보, 현지 고객정보, 경쟁업체, 국가별 외식시장 환경조사 및 한식당 현황조사, 영업 관련된 인허가 및 법률사항, 조리인력 조달 및 고용규정, 현지 식자재 조달 및 유통 프로세스, 현지 마케팅 및 광고조사, 현지 법률 자문기관 조사 등을 포함시켜 줄 것을 제안하였다.
- 착수보고회 개최 : '10. 9. 2
 - 추진계획 보고 후 조사방향 자문이 있었다. 해외에 한식당을 론칭하기 위해 필요한 인프라 구축조사로 조사방법이 중요하다는 점이 지적되었고, 국가별 에스닉푸드의 정의와 조사범위의 명확한 설정, 고객 한식 선호도·비선호도 자료, 상품 컨셉·인테리어

컨셉 조사가 포함되어야 하며, 데스크 자료가 아닌 실제 현장 정보 조사가 이루어져야 함을 강조하였다.

- 수시점검
 - 조사 진행상황에 대한 정기점검을 총 4회 실시하였으며, 진행상황을 파악하고 성과물 도출 방안을 협의하였다.
- 중간보고회 개최 : '10. 11. 22
 - 조사 추진현황 내용을 보고하고 자문위원(참석자 11명)의 자문을 받았다. 파리·싱가포르 정보 전략조사에는 닭요리 판매형태, 국산 식자재 니즈, 세금·위생 등 법률 조사와 전체적인 전략수립을 토대로 한 객단가, 메뉴 컨셉 등을 제시하고 한식당 성공 사례를 분석하고 포지셔닝을 제안하였다. 이에 파리·싱가포르 외식 빈도에 대한 기준정립이 필요하다는 점이 지적되었다. 북경·상해의 비빔밥 전문점 시장조사에서는 비빔밥을 유형별로 세분화하고 취식방법·소스 등 세부내용을 포함하였고, 새로운 형태의 비빔밥 전문점을 제시할 때 명확한 포지셔닝과 다른 메뉴와 함께 제공하는 비빔밥 전문점 모델이 제시되었다. 그리고 성공한 비빔밥 전문점 '정일미'의 사례조사가 제출되었다.
- 최종보고회 개최 : '10. 12. 24

“한식당의 정보가 없는 유럽 및 동남아 대도시의 현지 소비자 정보와 해외 경쟁환경, 시장환경 및 한식당 해외진출에 필요한 정보를 수집하고 비빔밥 전문점의 개점과 운영에 바로 적용할 수 있는 실전 매뉴얼을 제공한 것이 성과라 할 수 있다.”

〈파리지역 한식당 사업환경 분석 및 진출전략 수립〉

전세계 관광객이 연간 3천만 명 이상 방문하는 파리는 한식당 활성화에 파급력이 매우 크다. 파리 현지 한식의 수준은 현재 본격적인 붐업 단계 이전의 준비단계이며, 현지인들이 작은 규모의 식당을 선호한다는 점을 감안하여 현지 교민 중심의 강소식당이 한식당 활성화에 주된 동력이 될 것으로 전망되었다. 현지인 대상 고객 500명에게 집단조사를 실시한 결과, 불고기와 비빔밥 전문점이 가능성은 있으나 일반화는 시기상조인 것으로 드러났다. ‘신선한 야채가 푸짐하게 제공되는 불고기 전문점’, ‘맛은 물론 영양까지 고려한 정통 한식당’으로 컨셉이 제안되었고, 한식 인식 확보에 중점을 둔 프로모션 전략이 필요하다는 결론이 도출되었다.

〈싱가포르지역 한식당 사업환경 분석 및 진출전략 수립〉

국제도시이며 높은 관광객 성장률(28.9%)을 보이고 있는 싱가포르의 한식세계화의 전략도시 중 하나이다. 현지의 한식 수준은 가파른 성장세로 본격적인 성장·확산 단계에 접어들었으며, 주재 상사원이나 개인사업가가 창업한 대형한식점과 단순 생계·정착형의 중소 식당이 분포되어 있다. 30 ~ 50여 가지의 다양한 한식 메뉴를 취급하고 있었는데, 현지인은 메뉴의 다양성을 중시하는 편이다. 분위기를 추구하는 직장인, 식도락 탐험가, 깐깐한 학생을 목표고객으로 선정하고, 푸짐하고 건강한 건강식 이미지를 부각하는 ‘한국민속음식점’, ‘격조 높은 한국 음식점’, ‘젊은 감각의 캐주얼 한식당’이라는 컨셉 제안이 나왔다.

“에스닉 추구집단, 외식 고관여 집단,
실속 있는 과시형 집단,
기본 중시형 집단으로
고객을 세분화하고
비빔밥의 취식형태를 분석하였다.”

〈파리·싱가포르 한식당 사업환경 분석 및 진출전략 수립을 위한 자문단 의견〉

재방문 의사를 높이고 시장을 지속시킬 수 있는 방안을 제시하고 한식당이 성공할 수 있는 구체적인 차별화 요소와 실제 성공사례의 세부 분석이 필요하다. 한식당 컨셉의 표현과 용어 정리, 각 컨셉별 규모, 서비스, 운영시스템이 제시되어야 하며, 컨셉별 차별화된 마케팅 전략도 필요하다. 해외 창업의 기본적 가이드라인으로 활용하도록 조사내용을 정리해야 한다.

〈북경·상해 비빔밥 전문점 사업전략 및 마스터북〉

깔끔하고 건강한 한국의 맛을 최고급 서비스와 함께 제공하는 한국 전통의 궁중 비빔밥 전문점과 서빙 방식이 차별화된 전문점 등 2가지 컨셉이 제안되었다. 다양한 야채를 사용하여 균형 잡힌 건강식을 간편하게 즐기는 것이 차별화의 포인트인데, 비빔밥 전문점의 현지 고객이 60% 이상을 차지하고 있으며, 이 가운데 돌솥 비빔밥이 가장 인기가 있었다. 에스닉 추구집단, 외식 고관여 집단, 실속 있는 과시형 집단, 기본 중시형 집단으로 고객을 세분화하고 비빔밥의 취식형태를 분석하였다. 북경은 한식당 입지로 ‘아원’, ‘파세치’ 상권을 제안하고, 상해는 ‘난징로우’, ‘양푸취’ 상권을 제안하였다. 또 인지도 확보 전략, 재방문 유도전략 등 홍보·판촉 전략을 제시하였다.

〈북경·상해 비빔밥 전문점 사업전략 자문단 의견〉

재방문 의사를 높이고 시장을 지속시킬 수 있는 방안을 제시하고 한식당이 성공할 수 있는 구체적인 차별화 요소와 실제 성공사례의 세부 분석이 필요했다.

한식당 컨셉의 표현과 용어 정리, 각 컨셉별 규모, 서비스, 운영시스템이 제시되어야 하며, 컨셉별 차별화된 마케팅 전략도 필요하다. 해외 창업의 기본적 가이드라인으로 활용토록 조사내용을 정리해야 할 필요성이 대두되었다.

〈주요 거점도시 플래그십 한식당 개설〉

주요 거점도시에 고품격 한식을 제공하는 플래그십 한식당 개설을 위한 마스터플랜 작성으로 성공적인 플래그십 한식당 모델을 제시하고자 하였다. 세계의 중심도시인 뉴욕에 한식을 메뉴로 브랜드화할 수 있는 품격 높은 한식당 개설 방안을 마련하기 위해 한식당에 대한 이해도가 높고, 뉴욕 현지에 대한 정확한 정보의 제공과 컨설팅이 가능한 업체를 선정하여 준비에 착수했다. 플래그십 한식당의 모델 설계·운영주체·세부컨셉 제시로 사업 컨셉 전략을 구축하고, 뉴욕 현지시장 및 한식시장 조사와 현지 한식당의 전략적 성공을 위한 방향성을 제시하는 사업환경조사를 실시했다.

예상입지, 식자재 공급 및 구매방법과 영업허가, 개점일정 등 한식당 개점 관련 행정사항과 홍보 및 판매촉진, 투자 및 수익계획, 초기 투자 비용, 추정 손익 계획 및 펀딩계획을 포함한 플래그십 한식당의 실행계획을 수립했다.

향후에는 정책수요를 반영한 결과 도출을 위해 전문위원회·용역업체 간 회의를 개최할 계획을 세웠다. 또 농식품부, 한식재단, 투자자, 위탁경영업체로 구성된(가칭) ‘플래그십 한식당 운영위원회’를 구성·운영하고 마스터플랜에 의한 성공적인 플래그십 한식당 개설을 추진하였다.

〈세부 추진실적〉

- 거점도시 플래그십 한식당개설 자문회의 개최
 - '10. 7. 9
 - 참석자(9명) : 농식품부 광범국 식품유통정책관, 박순연 한식세계화팀장, 이정삼 사무관, 서울관광마케팅 구삼열 대표, (전)뉴욕주재 KOTRA 김주남 본부장, (주)영유통 조권영 부회장, 대흥기획 최종원 대표
 - 자문내용 : 체험마케팅을 통한 브랜드마켓 매장으로 플래그십 한식당을 개설할 필요가 있다. 플래그십 한식당을 정부가 운영하면 지속성에 문제가 발생할 수 있으므로 운영은 현지인이 하고 주방을 투자자에게 맡기는 방식으로 현지인과 함께 설립·운영하는 방안을 검토할 수 있으며, 예를 들어 데이비드 쉐과 같은 유명 스타 셰프가 식당을 운영해야 성공 가능성이 있다고 본다.

“주요 거점도시에 고품격 한식을 제공하는 플래그십 한식당 개설을 위한 마스터플랜 작성으로 성공적인 플래그십 한식당 모델을 제시하고자 하였다.”

또 독일의 프랑크푸르트를 후보지로 고려할 만하며, 메이저리티는 정부가 말고 패밀리 파트너로 투자자를 모색할 필요가 있다.

• 업체선정을 위한 제안평가

- '10. 8. 20 ~ 9. 17

- 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털

• 재공고

- '10. 9. 27 ~ 10. 15

- 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털

• 업체선정을 위한 제안평가

- '10. 10. 20

- 평가위원(6명)

- 용역기간 : '10. 11. 5 ~ '11. 4. 4(5개월)

• 뉴욕 플래그십 한식당 개설 전문위원회 운영

- 2011년 사업과 연계되는 사업의 중요성을 감안하여 과제 관리를 위한 전문위원회를 구성하였는데, 전문위원에 농식품부 박순연 팀장, 경희대 김태희 교수, 우송대 김성민 교수, 궁중 음식 연구소 한복려 소장, 한해외식정보 박형희 대표, ㈜씨드마케팅 이종현 대표, 늘부 NBG 김순진 회장, SK네트웍스 이상혁 팀장, ㈜CJ푸드빌 곽한근 팀장, BBQ총괄그룹 김태천 사장을 위촉하였다. 전문위원회는 과제 방향을 설정하고 수시로 조사내용에 대한 자문을 실시하였다.

• 착수보고회

- '10. 11. 23

- 참석자 : 18명

- 보고와 자문내용 : 일식당 '노부'는 일본이라는 브랜드를 업고 성공한 사례이다. 뉴욕 시민 80%가 한식을 모르는 상황에서 객단가 300불 이상의 레스토랑 개설이 과연 타당한지 검토할 필요가 있다. 또 컨셉 개발에는 하드웨어와 네이밍 등 브랜드 포지셔닝 전략이 필요하다. 아울러 현지 한식당과 경쟁하지 않는 차별화 전략을 제시하고 민간을 참여시키는 방안이 제시되어야 한다. 뉴욕에서 현지인을 상대로 성공한 사람의 의견수렴 등을 통해 플래그십 한식당 개설의 구체적인 프로세스가 나와야 한다.

• 수시점검

- 진행상황을 점검하고 실수요자를 위한 성과물 도출을 위한 방안을 협의하는 수시점검을 총2회(11. 5, 12. 6) 실시하였다. 이러한 수시점검을 통해 컨셉 도출을 위한 농식품부 정책방향과 정보수요를 수렴했다.

• 뉴욕 플래그십 한식당 개설 간담회 개최

- '10. 12. 28

“컨셉 개발에는 하드웨어와 네이밍 등 브랜드 포지셔닝 전략이 필요하다.”

- 참석자 : 20명
- 뉴욕 플래그십 한식당 개설에 대한 업계 의견을 수렴하고 미국시장에 한국문화를 전파하는 의미와 장기적인 안목에서의 컨셉이 중요하다는 점이 역점적으로 다루어졌다. 민관합작 사업이라 하더라도 국가의 이름으로 나가는 것이므로 위험성을 검토해야 하며 자금 투자가 어려운 기업은 재능 기부도 검토해 볼 수 있다. 기업의 이점과 정부의 이점을 구분하여 명확한 제시를 할 필요가 있다.

〈한식 현지화 사업 과제 발굴 및 추진계획 수립〉

국내 한식기업의 해외진출 및 현지 한식당 경쟁력 강화를 위한 ‘한식 현지화 방안’을 마련하기 위해 추진계획 수립에 들어갔다. 한식 현지화의 장애요인을 제거하고 사업의 체계적인 접근 방법을 제시하며, 한식 현지화를 위해 진행되고 있는 실행사업들의 일치된 방향성 및 기준을 제시하는 상위 개념의 전략 도출과 로드맵 수립을 목표로 했다.

이는 선택과 집중을 통한 효과적인 한식세계화를 추진하고 중장기 로드맵 수립으로 일관성 있는 현지화 사업을 추진하는 밑거름이 될 것이므로 도출과제에 대한 구체적이고 명확한 실천과제의 마련이 필요했다. 또한, 해외시장에서 한식의 고객지향적 서비스의 품질수준 향상을 위한 기초자료로 활용될 것으로 예상되었다.

주요 내용으로는, 기존 해외진출 한식기업 및 현지 한식당의 현장방문 및 인터뷰 조사를 통한 사례 분석을 실시했다. 또 문헌자료 조사 및 해외진출 외식기업, 학계 등 전문가 패널회의를 실시하여 현지화가 필요한 국가(도시), 품목(메뉴)에 대한 우선순위를 결정한다. 관능적 측면, 식재료 측면 등 문화적, 식문화적 차이에 의한 시장진입 장애요인을 규명하여 국가별·품목별 현지화 추진 장애요인 및 개선방안을 도출했다. 한식 현지화 전략과제 도출 및 단계별 세부 사업 추진계획을 수립하기 위해 사회과학분야와 기술개발분야로 나누어 과제를 도출하고 현지화 과제 발굴 및 중장기 계획 수립에 따른 로드맵을 작성했다.

“국내 한식기업의 해외진출 및 현지 한식당 경쟁력 강화를 위한 ‘한식 현지화 방안’을 마련하기 위해 추진계획 수립에 들어갔다. 한식 현지화의 장애요인을 제거하고 사업의 체계적인 접근 방법을 제시하며, 한식 현지화를 위해 진행되고 있는 실행사업들의 일치된 방향성 및 기준을 제시하는 상위 개념의 전략 도출과 로드맵 수립을 목표로 했다.”

〈세부 추진실적〉

- 업체선정 및 계약체결
 - 용역 기간 : '10. 10. 29 ~ '11. 1. 31
- 연구내용 협의
 - '10. 11. 2
 - 참석자 : 5명
 - 협의내용 : 한식 현지화를 통한 해외진출 확대를 위해 현지화 사업 연구결과를 플래그십 한식당 개설 추진사업에 반영한다. 해외 진출 한식기업 및 현지 한식당 성공사례 분석은 성공에 대한 기준이 불명확하여 사례분석으로 변경한다. 또 현지화가 필요한 국가는 농식품부에서 이미 조사한 바 있는 동아시아(일본, 중국, 베트남)와 북미(미국)에 집중한다.
- 1차 전문가 패널회의
 - '10. 11. 17
 - 참석자 : 9명
 - 주요 내용 : 한식세계화의 전략 품목을 선정하고 현지화의 장애요인을 협의했다. 한식 현지화 프로젝트의 국가별 추진방향을 검토하고 1단계 국가(일본, 중국, 베트남, 미국) 외에 홍콩, 싱가포르, 필리핀 등도 성장 가능성이 높으므로 동시에 진행할 필요가 있다. 단기 성과는 한류 붐이 확산 중인 동남아 국가, 장기적이며 상징적 의미가 있는 성과는 유럽, 미국으로 나누어 추진한다. 대만시장은 중국 본토에 영향력이 있으므로 고려할 필요가 있다. 한식 현지화에 유망한 핵심메뉴를 선정한다. 이미 인지도가 확보된 메뉴를 널리 확산하고 주메뉴와 함께 부메뉴를 선정하여 품목과 병행하는 제공 방식이 필요하다. 현지 전문가와 기존 진출업체 등의 의견을 반영하여 메뉴를 선정해야 한다. 한식 유망 핵심메뉴의 현지화 장애요인을 도출한다.
- 2차 전문가 패널회의
 - '10. 12. 16
 - 참석자 : 10명
 - 주요 내용 : 현지화 유망 핵심 메뉴를 검토하고 과제를 도출할 것을 제안했다. 한식 현지화의 유망 핵심 메뉴를 검토했는데, 글로벌 전략메뉴로서 확산 범위를 결정하고 방법을 제시했다. 비빔밥, 불고기는 카테고리 포지셔닝하고 상품개발을 하며 한식 고유의 내재된 능력을 살려 외국음식과 차별화해야 한다. 국가별 전략 메뉴 품목 도출에서는 2차 자료 분석에서 제시 메뉴가 산발적이고, 국가별 기피메뉴를 제외하고 문화적 배경을 고려한 선정기준이 필요하다. 한식 현지화 사업 과제를 발굴하기 위해서는 이미 진행되고 있는 연구와의 연계성을 검토해서 현지 한식당의 문제와 소비자가 느끼는 문제 해결에 초점을 맞추어야 한다.
- 중간보고회 겸 3차 전문가 패널회의

“한식 현지화 사업 과제를 발굴하기 위해서는 이미 진행되고 있는 연구와의 연계성을 검토해서 현지 한식당의 문제와 소비자가 느끼는 문제 해결에 초점을 맞추어야 한다.”

- '11. 1. 10
- 참석자 : 9명
- 보고 내용 : 기존 수행과제 분야를 탐색하여 사회과학적 분야 50개 과제, 기술개발 분야 21개 과제를 선정 후, 우선순위 도출을 위한 협의 및 토의를 진행했다. 3가지 기준(Inbound & Outbound, 국가과제 & 기업과제, 사회과학 & 기술개발)을 토대로 과제를 분류하여 보고했다.
- 보완 자문 : 최종보고서에 근거자료, 데이터베이스를 제공한다. 기술 개발분야 과제 현재 기술 수준 표시에 대한 기준을 포함해야 한다. 한식세계화의 기준이 될 대조군을 제시하고 한식세계화 예산안을 참고한 과제요인의 우선순위를 선정한다. 국가, 지역마다 상이한 접근방식과 과제 도출이 필요하다.
- 점검회의
- '11. 1. 25
- 농식품부, 용역기관, 한식재단의 과제 우선순위 선정을 협의했다. 사회경제분야의 과제는 현지화 인프라, 메뉴기획, 사업모델 개발, 디자인 및 서비스 개선, 홍보 및 정보확산, 기존사업 성과 보완 과제, 지속추진 필요과제로 분류하여 선정했다. 기술개발분야의 과제는 식재료, 가공, 유통, 외식업체, 소비자 필요과제로 분류 선정했다.

“한식 현지화 프로젝트의 국가별 추진방향을 검토하고 1단계 국가 (일본, 중국, 베트남, 미국) 외에 홍콩, 싱가포르, 필리핀 등도 성장 가능성이 높으므로 동시에 진행할 필요가 있다. 단기 성과는 한류 붐이 확산 중인 동남아 국가, 장기적이며 상징적 의미가 있는 성과는 유럽, 미국으로 나누어 추진한다.”



16. 한식세계화 공식포털 콘텐츠 보강

한식세계화 공식포털은 국내·외 온라인 네트워크를 구축하여 한식세계화사업 관련 정보 데이터베이스를 전파하고 정보 교류를 확산하는 전초기지이다. 한식에 대한 국내·외 소비자의 관심을 제고하고 한식 소비촉진을 위한 마케팅 수단으로 활용하고, ‘한식의 세계 5대 음식화’ 사업의 기반을 마련하기 위해서는 콘텐츠의 보강이 필요했다.

한국농수산물유통공사(aT)로부터 사이트를 인수하여(2010. 10. 7) 한식재단 ‘한식세계화 공식포털 콘텐츠 보강 및 이용자 확대 사업’ 용역을 발주하고, 사이트 리뉴얼 및 활성화 사업에 착수했다. 향후에는 모바일사이트를 개발할 계획을 세웠으며 하드웨어, 소프트웨어, 사이트, SNS 최종 검수를 진행 및 계획했다. 이에 앞서 웹버스, 메뉴판닷컴 등 관련 사이트와 연계한 협찬 프로모션을 추진할 필요성이 대두되었다.

“한식에 대한 국내·외 소비자의 관심을 제고하고 한식 소비촉진을 위한 마케팅 수단으로 활용하고, ‘한식의 세계 5대 음식화’ 사업의 기반을 마련하기 위해서는 콘텐츠의 보강이 필요했다.”

〈하드웨어 및 소프트웨어 시스템 구축〉

- 웹서버 및 DB서버 업그레이드

번호	모델 / 품명(구분) / (수량)
1	HP DL360 G7(Web Sever) Platform(HP DL360 G7 E5506(2.13G 1P / 2 × 2G)(1) HDD(HP 500GB)(1) ETC(HP Slim 12.7mm SATA DVD Optical Kit)(1)
2	HP DL380 G7(DB Sever)
3	Platform(HD DL380 G7 E5506(2.13G 2P / 2 × 2G)(1),HDD(HP 500GB)(2), ETC(HP Slim 12.7mm SATA DVD Optical Kit)(1)
4	Database(Oracle 10g)(1) OS(Windows 2008 Server, ROP 라이선스)(1)

※ DB서버는 기존 E5630 CPU에서 E5506 듀얼 CPU로 성능 업그레이드

- 대량 E-mail 발송을 위한 EMS 서버와 솔루션 변경

번호	모델 / 품명(구분) / (수량)	비고
1	IBM x3550 M3(EMS Server) CPU(intel Xeon Processor E5506 4C 2.13GHz)(1) HDD(146GB)(2), RAM(4GB)(1)	RAID
2	Database(MySQL v3.5)(1)	-
3	OS(Windows 2008 Server, ROK 라이선스)(1)	-
4	바이러스백신(V3 Net For Windows Server)	-

품명 / 설명	수량	비고
마이 메일러(My Mailer) 영구라이선스 버전(솔루션)	1	v2.91
웹형식 사용자 인터페이스 자체 SMTP 서버구축 웹에디터 내장 타게팅(수신동의 거부) 설정 발송 통계(성공 및 실패 통수 분석결과, 인지율 및 클릭 통수통계)	-	-

※ 웹서버(32비트)와 솔루션(카페, 검색, EMS)의 호환성 및 안정적인 운영을 위해 솔루션 변경

〈IDC(Internet Data Center) 운영〉

• 입고일자 : 2010. 12. 20 / 운영기간 : 입고일로부터 5개월

코로케이션 서비스 (Co-location)	수량	비고
상면 : Rack 19inch 1 / 2	1	Half Rack
Network : 100M / D	1	-
주소 : 서초구 서초동 1338-5번지 서초 2센터(뱅뱅사거리 소재)		
상황실 : 02-6266-3685, 홈페이지 : http://my.skidc.net		

〈한식세계화 공식포털 리뉴얼〉

- 한식세계화 공식포털 개발 완료, 오픈 2011. 1. 21
- 모바일 사이트 개발 완료 2011. 2. 10



17. 한식 우수성·기능성 연구

〈임상시험을 통한 한식의 우수성 구명 사업〉

한식의 우수성을 과학적으로 제시하기 위해서는 한식의 고혈압 등 성인병 관련 지표의 개선 효과를 역학조사·임상시험 연구로 검증할 필요가 있었다. 따라서 한식 섭취 식이 유형의 명확한 기준(Specific Standard)을 확보하고, 한식 식이 유형(Dietary pattern)을 정립하고자 했다. 또 한식의 섭취가 고혈압, 당뇨병 등 질병과 관련이 있음을 규명하여 한식의 고혈압 개선 효과 및 성인병 관련 지표 개선 등 건강증진 효과를 과학적으로 제시해야 했다. 이처럼 과학적 근거를 통한 성인병 개선 효과 규명과 과학적인 연구결과를 통한 한식의 우수성 검증은 한식세계화에 기여하는 중요한 연구가 될 것으로 예상되었다.

그러나 임상시험 기간이 충분하지 못하여 식이유형지수 정립 후 식단을 개발하고, 개발된 식단에 대한 임상시험을 시행하지 못하고, 임상시험 시 제공된 식단을 식이유형지수로 검증한 점은 아쉬운 대목이다. 또 외국인 임상시험 대상 피험자가 부족했고 시험 결과 도출이 미흡했던 점도 한계로 지적되었다. 향후 임상시험 연구 시에는 정확한 결과물이 도출될 수 있도록 충분한 시험 군의 확보와 시험기간을 확보해야 하고, 해외에서 외국인을 대상으로 한 한식의 과학적 우수성을 임상시험을 통해 확인할 필요가 있었다. 정립된 식이유형지수에 대한 국내·외 검증에 대한 연구가 필요했다. 이번 사업은 전문기관인 농림수산식품기술기획평가원과 공동으로 평가·협약·성과관리를 수행했다.

“과학적 근거를 통한
성인병 개선 효과 규명과
과학적인 연구결과를 통한
한식의 우수성 검증은
한식세계화에 기여하는
중요한 연구가 될 것으로
예상되었다.”

〈임상시험을 통한 한식의 우수성 구명 사업〉

- 제1과제
 - 한식 식이유형 기준 마련과 식이유형지수 정립이 필요하다. 시대적 변천에 따른 한식의 변화와 그 종류를 조사하여 기준을 마련하고 한국인의 식이유형 변화와 질병양상 추이변화를 분석하고 식이유형지수를 정립한다.
- 제2과제
 - 한식 식이유형지수에 근거한 한식 섭취가 고혈압, 당뇨병, 심장질환 등의 질병에 미치는 영향을 연구한다. 한식 식이유형에 근거한 한식 섭취를 권장 공급한 외래환자, 입원환자 등에서 고혈압, 당뇨병 등 성인병 관련 질병 개선효과를 연구한다. 고혈압, 당뇨 등 성인병 진단 받은 환자 40명에게 혈압, 당뇨 개선도 등 질병개선 관련 지표를 측정한다. 측정방법은 한식 식이유형지수에 근거한 한식 섭취군과 대조군의 비교 시험으로 한다.
- 한식우수성 기능성 연구 자문회의
 - '11. 6. 9
 - 참석자 11명 : 농식품부 이점삼 사무관, 한국식품 관련 학회 연합회 김미리 회장, 우송대 김성민 교수, 한국 외식산업협회 김순진 회장, 한국식품공업협회 이종덕 이사, SK

“한식의 우수성 구명 사업을 위해선 과제선정 및 연구방향을 자문하고 임상실험을 통해 우수성 내용을 구명한다.”

네트웍스 이상혁 팀장, 숙명여대 전희정 교수, 세종대 정유경 교수

- 주요 내용 : 과제선정 및 연구방향을 자문하고 임상시험을 통해 한식의 우수성을 구명한다. 연구기간은 농식품부와 협의 후 조정하고, 조리학회, 영양학회 등 관련 단체와 협의하여 시험실험단을 구성한다. 시험 모집단에 가급적 외국인이 포함되도록 설계하고 연구결과는 국제적 관련 잡지 등을 통해 홍보한다.

- 업체선정 공고
 - 1차 공고 : '10. 7. 1 ~ 7. 12
 - 재공고 : '10. 7. 14 ~ 7. 24
 - 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
- 착수보고회 개최
 - '10. 8. 9
 - 참석자 : 9명
 - 주요 내용 : 적절한 연구기간을 포함한 사업수행기간 동안의 수행 일정표를 제시해야 하고 사업을 통해 개발되는 한식의 정의에 대해 구체적으로 검토해야 한다. 개발되는 한식이 기존의 일반식과 어떤 차이가 있는지 명시해야 한다. 한식의 범위가 넓으므로 1900년대 이후 문헌을 중심으로 연구하고 식이유형지수에 대한 연구결과의 정당성을 확보하기 위한 구체적인 방안이 필요하다. 연구 내용에는 역학연구가 반드시 포함되어야 하며 시험 모집단에 외국인 2 ~ 3명이 포함되어야 한다. 또 연구결과는 외국 저명 학술지(SI급)에 등재해야 한다.
- 중간보고회 개최
 - '10. 10. 27
 - 참석자 : 9명
 - 주요 내용 : 식이패턴 및 식이유형지수를 정립한다. 3첩 반상과 국민 1인 1회 분량 기준의 내용을 반영하고 2009년 대구의료원이 실시한 고혈압 입원환자 200여 명의 한식 식이요법에 따른 혈압조절 DB를 활용하여 한식 우수성 역학조사를 실시한다. 고혈압, 당뇨병 환자 23인에게 12주 동안 한식을 제공한 후 성인병 개선 효과를 평가하기 위한 임상시험을 진행한다. 또 심혈관 질환 수술환자 14인에게 한식 섭취교육을 한 후 질병 개선 효과를 평가한다.
 - 전문가 자문 : 한식 3첩 반상 개념을 적용하여 한식 패턴을 정의한 후 식이유형을 결정하고 임상시험에 적용하는 것이 바람직하다. 시험식과 기존 치료식과의 차이를 명확하게 정리한다. 또 과학적 근거가 중요하므로 질환 개선에 대한 명확한 근거를 제시해야 한다. 한식의 우수성 구명인지, 한식 식생활의 우수성인지를 분명하게 제시한다. 피시험식군과 비시험식군 간의 생활패턴 비교분석을 진행해야 하며, 연구결과 분

석식 통계전문가의 세심한 분석이 필요하다. 외국인을 대상으로 한 연구는 한국인과 분리하여 개인별 연구결과를 따로 보고한다.

• 식이패턴과 식이유형지수 국제심포지엄 개최

- '10. 12. 3
 - 참석자 260여 명 : 주제발표 5명(일본 사카이 교수, 미국 송원옥 교수, 김미경 박사, 일본 하테 교수, 조미숙 교수), 패널 5명(한국질병관리본부 오경원 박사, 가톨릭대 송윤주 교수, 수원대 김희섭 교수, 안산대 정진은 교수, 서울대 정호지 교수), 기타 참석자 250명
 - 제1주제 : 한국인의 식사패턴과 건강 / 국립암센터 김미경 박사 / 국민건강·영양조사 자료를 이용한 한국인의 식사유형 4가지를 도출하고 균형 잡힌 식사유형을 한국 영양학회에서 제시한 식품구성탐의 1일 권장 섭취횟수에 적용, 한국인의 식사의 질을 평가했다.
 - 제2주제 : 한국인의 식사패턴과 식이 지수 / 이화여대 조미숙 교수 / 조선 정조시대 반상 차림으로 한국식 식사패턴 지수(KDPS)를 개발했다. 한국의 성인 2,278명을 대상으로 한 조사에서, 한국식 식사패턴 지수를 적용한 결과 비만, 복부비만 및 대사성 증후군의 위험이 감소했다.
 - 패널토론내용 : 대표성 있는 국민건강영양조사 자료를 활용한 3가지 식사패턴을 분류했다. 전통식 식사패턴 분석 결과를 해외저널에 공개하여 밥, 국, 김치는 주식품이며, 부식류인 사이드 음식이 있어서 한식이 건강식임을 부각해야 한다. 한국 식사패턴지수를 적용한 외국과의 공동연구 수행으로 과학적 입증자료를 확보해야 한다. 해외 식사패턴지수를 활용하면 나라마다 기준이 다르므로 우리나라 실정에 맞는 식이유형지수의 개발이 필요하다. 한식의 우수성을 입증하는 과학적 증거 자료를 생산할 때 믿을 만한 증거자료를 확보해야 한다.
 - 참석자 토론 내용 : 식사패턴 연구는 1년, 5년, 10년 단위로 지속적인 장기 프로젝트로 연구를 진행해야 한다. 전통과 문화는 시대적 변천의 산물이므로 국민 전체가 공감하는 한식 식이 유형의 개발이 필요하다.
- 수시점검
- 총 7회 : 8. 22, 9. 5, 9. 19, 10. 4, 10. 17, 11. 1, 11. 15
 - 진도 관리 및 연구내용 협의

“대표성 있는 국민건강영양조사 자료를 활용한 3가지 식사패턴을 분류했다.”

〈비빔밥 기능성 연구 및 소스류 개발사업〉

국가별 음식선호도를 조사한 ‘2009 농식품부 정보조사’ 결과에 의하면, 비빔밥은 외국인 이 가장 선호하는 음식으로 밝혀졌으며, 비빔밥의 과학적 기능성 제시하고 비빔밥 산업화에 대한 기술적 개선안을 제시할 필요가 대두되었다. 이를 위해서는 외국인이 선호

“비빔밥의 기능성 성분분석,
면역 활성 성분분석,
1회 섭취 칼로리를
평균량의 90%이내로 제한한
비빔밥 세트메뉴 식단을 개발한다.”

하는 비빔밥의 상품개발과 기능성 식단을 개발하고 비빔밥 관련 소스류 개발 및 표준화를 통하여 세계시장에 내놓을 수 있어야 했다.

비빔밥의 기능성 성분분석, 면역 활성 성분분석, 1회 섭취 칼로리를 평균량의 90%이내로 제한한 비빔밥 세트메뉴 식단을 개발했으며 계절, 재료, 조리방법, 형태에 따른 다양한 비빔밥을 개발하고 비빔밥용 고추장소스 및 한식용 소스를 개발했다. 또한, 한식의 특징인 다양한 야채를 먹기 쉽게 하면서, 맛과 영양균형을 위해 들기름을 주재료로 사용한 한식용 기름을 개발했다. 일본, 미국, 홍콩, 중국, 베트남, 유럽 등 시장진입을 전제로 해당 국가 출신 유학생을 대상으로 관능평가를 실시하기도 했다.

- 자문회의 개최
 - '10. 6. 9
 - 참석자 : 11명
 - 주요 내용 : 다양한 비빔밥 개발과 표준화가 필요하다. 냉동기술 등 산업화에 장애가 되는 요인에 대한 기술적 연구를 진행하고 비빔밥의 세계화 가능성을 관능평가로 수정하여 추진한다.
- 업체선정 및 계약
 - 1차 공고 : '10. 7. 1 ~ 12
 - 재공고 : '10. 7. 14 ~ 24
 - 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
 - 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '10. 7. 28
- 1차 착수보고회
 - '10. 8. 9
 - 참석자 : 8명
 - 착수보고 내용 미흡으로 재개최 결정
- 2차 착수보고회
 - '10. 8. 13
 - 참석자 : 8명
 - 주요 내용 : 소스의 산업화를 위해 분말화 연구를 시행한다. '표준메뉴', '표준식단', '코리아오일' 등 불명확한 사용을 자제한다. 연구성과 논문게재 및 개발과정 중 부수 성과물도 제출한다. 가칭 '코리아오일'에 대한 산업기술원 특허 가능성을 검토하고 추진한다. 현지에 맞는 퓨전식, 간편식, 테이크아웃형 메뉴 개발을 제시한다.
- 중간보고회
 - '10. 10. 15
 - 참석자 : 6명
 - 연구내용 보고 : 외국인 선호 메뉴인 비빔밥 5종(전주비빔밥, 산채비빔밥, 새싹야채비빔밥, 버섯불고기비빔밥, 참치샐러드비빔밥)의 개발과정, 섭취 칼로리 제한 설계식

단, 메뉴 개발, 비빔밥 고추장 소스 3종, 양념장 2종, 달래간장 개발과정, 들기름 + 미강유 오일소스 시제품이 개발완료 되었음을 보고했다.

- 연구내용 자문 : 단순 영양평가가 아닌 기능성 연구를 바탕으로 한 기존 비빔밥과 차별화된 결과를 도출해야 한다. 비빔밥 5종 선정에 대한 논리성·타당성을 보완하고 개발된 소스의 대량화, 산업화 레시피가 필요하다. 오일 소스 시제품의 상품화가 가능하도록 산업화 분석을 시행한다.

• 수시점검

- 총 8회 : 8. 27, 9. 10, 9. 24, 10. 8, 11. 5, 11. 19, 12. 3 등

- 진도 관리 및 연구내용 협의

• 최종보고회 및 시식회

- '10. 12. 20

- 참석자 : 200여 명

- 주요 내용 : 외국인을 위한 비빔밥 5종과 기능성 비빔밥 5종의 개발 및 영양분석을 발표했다. 전주비빔밥, 산채비빔밥, 새싹야채비빔밥, 버섯불고기비빔밥, 참치비빔밥, 해초굴비빔밥, 오곡돌솥비빔밥, 견과류영양비빔밥, 김치비빔밥, 나물비빔밥. 칼로리 제한 식단과 기능성 식단을 제안하고 비빔밥의 기능성 분석, 즉 비빔밥 소스 3종, 한식용 소스 3종, 들기름을 이용한 한식용 기름을 개발했다. 고추장소스, 달래간장, 부추간장, 비빔 양념, 찜용 소스, 무침 양념, 비빔면 소스, 떡볶이 소스 2종. 식용 기름의 토코페놀 함량 분석과 산화 안정성을 개발 상품에 대한 외국인 대상 관능 평가를 통해 분석하였다. 대상은 50명 이상의 거점국가 국민(2회 실시). 개발된 비빔밥 5종과 견과류 비빔밥과 굴비빔밥 시식평가를 실시하여 총 37명 응답(남성 38%, 여성 62%)에 '오일이 맛 증가시킴'(매우 그렇다 38%, 그렇다 23%, 보통 39%), '소스가 맛 증가시킴'(매우 그렇다 31%, 그렇다 36%, 그렇지 않다 15%)의 결과가 확인되었다.

〈막걸리 등 전통주의 수출경쟁력 강화를 위한 고품질 기능성·상품화 기술개발 사업〉

막걸리 등 전통주의 세계화 및 수출 상품화를 촉진할 수 있는 과학적이고 표준화된 제조 공정 및 기술을 체계화하고, 전통주의 상품성 제고를 위한 주종별 표준 라벨 개발을 위한 사업이다. 이를 위해서는 고품질 기능성 수출용 막걸리 생산을 위한 균일 품질 안정화 기술 개발, 막걸리 등 전통주의 품질 고급화와 다양화를 확보할 수 있는 균일 품질, 안정화 기술, 사용 원료 및 제조공정의 특성을 반영한 체계적 제조기술 등이 필요했다. 또 외국인이 막걸리 등 전통주의 품질을 쉽게 인지할 수 있도록 주종별(탁·약주, 증류식 소주, 과실주, 리큐르 등) 품질표시방법 등 가이드라인 개발이 필요했다.

사업의 결과, 주종별 표기제도 시행으로 전통주의 품질표시 기준이 제시되었고 생산 공정의 체계화로 품질 표준화·안정화를 이루어 수요 확대의 기반을 마련하였다. 향후 영세업체를 위한 품질 안정화 표준모델을 제시하고, 막걸리 속 생존 가능

“막걸리 등 전통주의 세계화 및 수출 상품화를 촉진할 수 있는 과학적이고 표준화된 제조공정 및 기술을 체계화하고, 전통주의 상품성 제고를 위한 주종별 표준 라벨 개발을 위한 사업이다.”

한 병원균성 세균에 관한 연구와 표준적인 막걸리 공정 시스템 개발·보급과 개선 지원책 마련이 시급했다.

- 고품질 기능성 수출용 막걸리 생산을 위한 균일 품질 안정화 기술
대·중·소별 살균 막걸리 생산업체에 적합한 표준생산 공정과 대·중·소별 생막걸리 생산업체에 적합한 표준생산 공정 제시를 제시했다.
- 막걸리 원료 및 제조공정별 특성을 반영한 제조기술 체계화
전국 쌀 생산량의 상위 20위권 내 품종 및 가공용 쌀의 조사하고 전국을 8개 지역으로 나누어 대표 막걸리 업체를 선정하여 지역별 제조 공정을 체계화했다.
- 수출용 막걸리 주종별 품질표시 방법 및 가이드라인 개발
탁주류 및 약주류의 종류, 단맛 등 주요 관능 항목 품질 표기 기준을 작성했다.

“막걸리 등급 표시기준은 품질표시 기준으로 마련하고 수입쌀, 국내산 쌀, 친환경 쌀 막걸리 등으로 기호에 맞게 보급한다.”

- 자문회의 개최
 - '10. 6. 9
 - 참석자 : 11명
 - 주요 내용 : 막걸리 등급 표시기준은 품질표시 기준으로 마련하고 수입쌀, 국내산 쌀, 친환경 쌀 막걸리 등으로 기호에 맞게 보급한다. 다양한 식품표기 안 시행 중으로 표기기준 마련을 위한 심사숙고가 필요하다.
- 업체선정 및 계약
 - 1차 공고 : '10. 7 ~ 7. 12
 - 재공고 : '10. 7. 14 ~ 7. 24
 - 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
- 업체선정을 위한 제안평가실시
 - '10. 7. 28
 - 평가위원 : 5명
 - 계약 내용 : '10. 8. 3 ~ '10. 12. 15
- 착수보고회
 - '10. 8. 9
 - 참석자 : 7명
 - 주요 내용 : 막걸리 업체의 실태조사에 선행하여 지역조사 부분에 물 관련 부분을 조사한다. 품질표시방법 개발에서 맛 표기 기준을 손쉽게 표기하는 방안을 검토한다. 산업체에서 품질관리를 위한 기준을 마련할 필요가 있다. 막걸리 업체가 사용할 수 있는 표준화된 제조공정 및 요소별 체크 포인트 등을 제시하여 대기업, 중소기업이 상생할 수 있는 방안을 제시해야 한다.

• 중간보고회

- '10. 11. 2

- 참석자 : 7명

- 주요 보고 내용 : 막걸리의 세계화를 촉진하는 과학적이고 표준화된 제조공정을 막걸리의 균일 품질 안정화 기술과 제조 공정, 특성, 제조기술을 제시한다. 또한, 외국인이 막걸리 등의 품질을 인지할 수 있는 품질표시 가이드라인을 제시한다.

- 주요 연구방향 자료 : 살균 막걸리의 경우, 살균온도가 맛을 좌우하므로 온도 제안 시에 이 점을 고려한다. 현재 살균에 대한 정의가 없으므로 살균에 대한 가이드라인이 필요하다. 대형업체들보다는 중소형 업체에서 활용 가능한 기술개발에 중점을 둔다. 설비라인 및 리스트, 가격 등 구체적 자료를 제시해야 한다. 맛의 표기기준에 대한 검증 및 자료 보완이 필요하다.

• 수시점검

- 총 7회 : 8. 9, 8. 23, 9. 6, 10. 4, 10. 18, 11. 1 등

- 진도관리 및 연구내용 협의

• 최종보고회

- '10. 12. 16

- 참석자 : 6명

- 주요 내용 : 생막걸리와 살균 막걸리 생산업체의 제조시설 및 문제점을 조사한다. 살균막걸리 생산업체의 가열살균의 문제점 및 살균조건을 제시한다. 대형, 중형, 소형 기업들에 대한 표준 공정도 제안한다. 생막걸리 생산시설 및 제조실 부분의 위생문제를 도출하고 위생시설 개선안을 제안한다. 생막걸리 품질 안정화의 조건을 제안한다. 전국 8개 지역별 막걸리 제조원료 조사 및 막걸리 업체의 제조공정을 분석한다. 업체별 생막걸리 생산의 발효공정 조사를 제시한다. 액상제품 설비와 막걸리 업체 설비와의 비교 조사를 제시한다. 주요국 프랑스, 일본, 중국 등의 주류 상표 표기법을 조사하여 제시한다. 탁주류, 약주류의 종류, 단맛 등 주요 관능항목 품질 표기의 기준을 제시한다.

〈한식 현지화를 위한 상품화 및 우수성 연구사업〉

국가별 외국인들의 한식에 대한 요구, 기호 등을 조사하여 이미 제안되어 있는 대표 음식에 대한 구체적 메뉴를 개발하고자 했다. 국가별 대표 메뉴에 적합한 구체적 레시피 구축 및 조리공정 등 상품화 방안의 제시가 필요한 시점이었다. 이를 위하여 현지 생산시설 및 식자재 환경, 조리기술 등을 조사하고 현지 수준에 맞게 개발하여, 개선 방향을 제시하도록 했다. 또 현지인들의 요구에 대응하는 메뉴 표준 레시피 구축 및 조리공정 개발과 현

지화와 안정적 품질유지를 위한 생산 매뉴얼 개발도 요구하였다.

연구 결과는 한식 현지화를 위한 교육자료 및 한식 조리사 인력 양성과 한식 현지화를 위한 대상국가의 음식개발 기초자료로 활용되었다. 또 조리공정도를 현지어로 작성하여 현지 업체에서 이용이 가능하게 했다. 또 현지 한식당의 충분한 의견수렴과 협조를 통한 활용도 높은 상품의 현지화가 필요하다는 사실을 확인하였다.

• 국가별 선호 한식메뉴 상품화 연구

식재료, 주방 여건 등을 고려한 국가별 추천 레시피를 개발한다. 추천 레시피별로 생산량(소량, 대량 등), 저장기간(무저장, 수일 등), 저장방법(냉장, 냉동 등) 등을 고려한 식재료 구성, 조리순서 및 방법 등 조리공정을 개발한다. 식품의 안전, 품질, 맛 확보를 위하여 생산과정을 규명하고 표준화한다. 설비, 식재료, 조리공정상의 주요 관리점들을 조리공정도에 반영한다.

• 개발된 한식메뉴(상품)에 대한 우수성 분석 및 정리

현지 소비자의 식생활을 기준으로 한식의 영양적, 기능적, 기호적 우수성을 연구한다.

• 상품화를 위한 생산 및 서비스 매뉴얼 개발

조리생산 시스템에 따른 생산 매뉴얼을 정립한다.

“국가별 대표 메뉴에 적합한 구체적 레시피 구축 및 조리공정 등 상품화 방안의 제시가 필요한 시점이었다. 이를 위하여 현지 생산시설 및 식자재 환경, 조리기술 등을 조사하고 현지 수준에 맞게 개발하여, 개선 방향을 제시하도록 했다.”

- 자문회의 개최
 - '10. 6. 9
 - 참석자 : 11명
 - 주요 내용 : 마케팅을 겨냥한 한식 레시피와 현지 식재료를 응용한 메뉴를 개발한다. 한식의 현지화를 위한 메뉴개발의 타당성에 논리적 뒷받침이 필요하다. 해외 런칭 시 현지인의 입맛에 초점을 맞춰 시도한다.
- 업체선정 및 계약
 - 업체선정 1차 공고 : '10. 7. 1 ~ 12
 - 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
 - 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '10. 7. 22
 - 계약 내용 : '10. 7. 30 ~ '10. 12. 15
- 착수보고회
 - '10. 8. 4
 - 참석자 : 6명
 - 주요 내용 : 선행연구에서 도출된 국가별 선호메뉴를 우선적으로 연구·진행한다. 음식의 현지화를 위한 표준 레시피를 개발하고 영양학적 측면의 현지조사를 포함한다. 미국 내 미판매 메뉴에 대한 현지화 가능성에 대한 연구를 포함한다. 현지 식재료를 활용한 조사계획과 조리공정에 대한 계획이 필요하다. 우리 식재료를 활용할 수 있는 레시피 개발도를 검토한다.

- 중간보고회
 - '10. 10. 25
 - 참석자 : 7명
 - 주요 보고내용 : 불고기, 불고기전골, 냉면, 돼지갈비, 삼계탕 등 베트남 현지화 메뉴 및 조리공정도를 개발한다. 불고기, 돼지불고기, 닭갈비, 삼계탕, 닭인삼육수 등 미국 현지화 메뉴 및 조리공정도를 개발한다. 개발 메뉴의 영양성분 및 우수성을 조사한다. 상품화를 위한 생산 및 서비스 매뉴얼을 개발한다.
 - 주요 연구방향 자료 : 미국 현지화 메뉴개발에 대한 연구에 집중할 필요가 있다. 조리공정도·매뉴얼 등 연구결과물을 현지어로 작성한다. 우수성 분석에 대한 신뢰성·타당성을 확보할 수 있는 방안을 마련한다. 개발 메뉴의 생산 매뉴얼 구체화 작업이 필요하다. 연구결과를 학술지에 등재할 준비를 해야 한다. 베트남용 불고기, 냉면 등 개발메뉴에 대한 시식회를 가졌다.
- 최종보고회
 - '10. 12. 20
 - 참석자 : 200여 명
 - 주요 내용 : 외국의 현지인을 위한 한국 음식을 만드는 데 중점을 두었다. 한식 현지화를 위한 국가는 미국과 베트남으로 선정하고, 한식 선호도 메뉴의 상품화를 위한 조리공정도를 정립하고 표준화된 레시피를 개발하여, 대상 국가의 식재료·주방환경을 고려한 생산 및 서비스 매뉴얼을 개발한다. 조리공정도는 베트남 5개 품목, 6개 메뉴와 미국 6개 품목, 7개 메뉴를 개발한다. 베트남과 미국 업소에서 활용 가능한 조리의 각 단계와 공정도를 확립한다. 시식평가회에선 각 메뉴별로 현지화, 기호도, 질감, 맛, 품질, 색, 경도, 향미, 명도를 평가(14명 평가 / 5점 만점)하였다. 베트남 메뉴의 전체만족도는 불고기전골(4.33), 돼지갈비구이(4.14), 미국 메뉴의 전체만족도 너비아니(4.17), 닭갈비(4.04) 삼계탕(4.06) 순으로 나타났다.

“한국 밥의 역사와 전통성을 일깨우고, 다양한 밥 문화를 발굴할 뿐 아니라 밥의 상품화로 세계의 소비자들에게 한국의 밥 요리 문화를 소개하고자 한다.”

〈기능성·우수성을 토대로 한 다양한 ‘밥 요리’ 상품화 사업 - 냉동밥 등의 수출 및 쌀 소비 유도를 위한 상품화 개발〉

한국 밥의 역사와 전통성을 일깨우고, 다양한 밥 문화를 발굴할 뿐 아니라 밥의 상품화로 세계의 소비자들에게 한국의 밥 요리 문화를 소개하고자 했다. 이를 위해 외국인 대상 밥 요리 가공식품 개발과 상품화 가능성을 발굴하고 상품화를 전제로 산업화 개발이 가능한 업체와의 협업으로 현지화 국가를 선정하고 개발 상품의 마켓테스트를 실시했다. 그 결과, 밥 요리 상품화 추진 중소기업에게 미국 진출 상품화 자료로 미국 소비자 분석, 미국 시장 소비 트렌드 분석, 제품 개발의 프로세스 등을 제공하고 실용 단계까지의 상품화 연구 결과를 도출하게 되었다. 이는 향후 가공식품 밥 요리 외의 메뉴 콘텐츠 개발로 지속되어야 할 필요성으로 대두되었다.

한식 밥을 정립하고 대상국인 미국의 소비시장 환경을 분석했다. 전통 한식 밥 메뉴에 대한 고찰과 미국시장의 환경을 분석했으며 해외 소비자 FGD를 통해 메뉴 가설 컨셉과 이슈를 도출했다. 다양한 콘텐츠를 대상으로 한 밥 요리를 연구 개발했다. 연구 개발된 밥의 가공화, 맛, 기능성, 효능 테스트를 통해 밥 상품의 메뉴안을 구성하고 밥 연구개발을 최적화했다. 정립된 컨셉을 바탕으로 밥 요리 가공식품을 개발했으며, 밥 요리의 프로토타입을 제작하고 소비자 검증을 통해 최종 메뉴를 선정했다. 또한, 미국시장 마켓테스트도 실시했다.

“연구 개발된 밥의 가공화, 맛, 기능성, 효능 테스트를 통해 밥 상품의 메뉴안을 구성하고 밥 연구개발을 최적화한다.”

- 자문회의 개최
 - '10. 6. 9
 - 참석자 : 11명
 - 주요 내용 : 자유공모 과제로 다양한 밥 요리 상품화 선정
- 업체선정 및 계약
 - 업체선정 공고 : '10. 7. 1 ~ 12
 - 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
 - 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '10. 7. 22
 - 평가위원 : 7명
 - 계약 내용 : '10. 8. 3 ~ '10. 12. 15
- 착수보고회
 - '10. 8. 10
 - 참석자 : 6명
 - 주요 내용 : 미국시장을 타겟으로 한 조사가 되도록 해야 하며, 밥 제품에 대한 영양성분 표시가 필요하다. CJ의 밥류 상품화에 대한 기술노하우를 공개하여 타 기업과 공유하고 중소기업들에게 실질적인 도움을 주기 위해 냉동밥 연구가 필요하다.
- 중간보고회
 - '10. 10. 28
 - 연구내용 보고 : 한식 밥 요리 콘텐츠를 개발한다. 전통 고증을 통한 밥 메뉴와 전문가 조사를 통한 11가지 메뉴안을 도출한다. 오곡밥, 버섯송이 밥, 녹차 밥, 팔밥, 삼계 밥, 너비아니 덮밥, 닭갈비 덮밥, 버섯잡채덮밥, 비빔밥, 불고기 볶음밥, 김치 볶음밥. 미국인 주부, 일반인, 전문가 등 4개 그룹의 Focus Group Interview & Review를 4회 실시하여 미국의 쌀 가공식품 마켓트렌드를 조사한다. 이를 바탕으로 상품개발 컨셉을 도출한다.
 - 연구내용 자문 : 현지 상품화를 위한 마케팅 전략이 필요하고, 상품명 등 외국인 이 인지하고 사용하게 하는 전략이 필요하다. 철저한 마켓 테스트와 개발 상품의

부분적 보완이 필요하다.(선정된 1차 상품 개발 완료 및 시식)

• 중간보고회

- 참석자 : 총 200여 명
- 주요 내용 : 한식세계화와 상품화를 위해 한국 음식의 근간이 되는 밥을 연구하고 미국 시장에 진출하기 위한 연구를 진행했다. 미국의 거시적인 소비문화, 최신 트렌드, 컬처코드 등을 분석하여 외식시장 트렌드를 조사하고 미국 소비자 테스트를 통해 최종적으로 오곡밥, 닭갈비덮밥, 비빔밥의 3종을 도출했다. 오곡밥은 원물 가공형태의 'Ready to Cook' 제품으로 냄비에 물을 넣고 끓이기만 하면 되는 형태로 개발했다. 닭갈비덮밥은 상온보관이 가능한 레토르트 식품으로 미국인들이 선호하는 닭고기를 이용했다. 비빔밥은 냉동형태 제품으로, 미국은 냉동시장이 발달되어 있으므로 경쟁력이 있을 것으로 보여진다.
- 현재 미국의 쌀 시장은 증가하고 있고 에스닉 식품이 유행하고 있어서, 향후 밥 관련 상품과 기업의 미국 시장 진출의 적기라고 보여진다.
- 시식회 : 개발 된 닭고기 덮밥 및 비빔밥 시식

<기능성·우수성을 토대로 한 '전류' 기술개발 사업 - 기능성 분석을 통한 블루베리전, 검은콩전의 상품화 개발>

한국 전통 '전'의 고유한 가치를 기반으로 체계적이고 과학적인 분석을 통한 '전' 인프라구축을 통해 세계시장에 '전'의 가치를 높이기 위한 사업이다. 기존 전통 '전'에 기능성을 추가한 새로운 '전' 상품을 개발하고 상품성과 기능성 분석을 통한 데이터를 확보하여 해외 수출 상품화했다. 타임지가 선정한 세계 10대 건강식품의 하나인 블루베리를 포함한 '블루베리전' 개발로 세계인이 선호하는 상품을 개발하고 기능성 물질을 다량 함유한 '검은콩전'을 개발했다. 그 결과, 블루베리전과 검은콩전이 개발되어 기능성 전류 상품화를 도모하게 되었고, 국내산 농산물의 동반 수출 증대를 기대할 수 있게 되었다.

더불어 전에 어울리는 외국인 선호 소스를 개발하고 전의 형태 및 포장에 대한 세심한 연구개발의 병행이 필요했다. 기능성 물질을 다량 함유한 '검은콩전'을 상품으로 개발하고 검은콩전, 블루베리전의 미생물 분석 및 식품 영양성분을 분석, 관능평가 및 물성평가 분석, 임상시험, 항산화능 검사, 일반 성분 검사, 혈당 검사, 혈중 성분 분석 등을 시행했다. 또 검은콩전, 블루베리전의 디자인 및 포장방법을 개발했다.

• 자문회의 개최

- '10. 6. 9
- 참석자 : 11명

- 주요 내용 : 자유공모 과제로 '전류' 상품화 기술개발 선정
- 업체선정 및 계약
 - 업체선정 1차 공고 : '10. 7. 1 ~ 12
 - 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
 - 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '10. 7. 28
 - 계약 내용 : '10. 8. 3 ~ '10. 12. 15
- 착수보고회
 - '10. 8. 10
 - 참석자 : 5명
 - 연구방향 자문내용 : 내외국인 소비층의 확대를 고려하여 블루베리 외에 다른 과실류도 검토한다. HACCP(위해요소 중점관리기준, Hazard Analysis and Critical Control Points)의 식품 안전성 기준에 맞는 상품개발을 한다. 블루베리 등과 궁합이 맞는 다양한 상품에 대한 연구가 필요하며 블루베리 첨가시 수분이 많아져서 밀가루의 첨가로 칼로리가 높아지는 것에 대한 대책 마련이 필요하다. 전류 섭취 후 체중 증감 실험을 포함해야 한다.
- 중간 보고회
 - '10. 10. 29
 - 참석자 : 8명
 - 연구내용 보고 : 블루베리전(BBP)과 검은콩전(BSBP) 개발을 위해 총 5차에 걸친 식품영양분석 및 물성평가, 미생물 분석결과 및 관능평가를 실시한다. 수출대상국에 맞는 미생물 검사가 필요하고 개발한 '전'의 우수성과 기능성 분석이 추가되어야 한다. 원료 등의 산지를 표시하고 외국인 관능검사를 추가로 실시한다. 전류와 함께 소스류에 대한 세심한 연구 개발이 필요하다. 외국에서의 마켓테스트가 필요하고 학술지 등에 등재 가능하도록 연구 및 분석을 수행해야 한다.
- 최종보고회 및 시식회
 - '10. 12. 20
 - 참석자 : 200여 명
 - 연구발표 내용 : 블루베리전 1종, 검은콩전 1종의 개발 및 영양분석 결과, 블루베리전은 열량과 나트륨 그리고 인의 함량이 감소하였고, 검은콩전의 경우 열량대비 단백질의 함량이 높고 영양이 풍부해 식사대용으로 가능하다. 미생물 분석 및 관능테스트에서는 제품의 안정성 분석결과 균은 음성, 농약의 경우 불검출, 세균의 경우 기준치를 넘지 않아 안정성이 확보되었다. 블루베리전의 경우 색감 관능테스트를 거쳐 최종 30번째 전이, 검은콩전은 녹두전을 베이스로 하여 16번째 전이 최종 선정되었다. 향산화 능력의 경우 블루베리전과 검은콩전 모두 높은 소거능이 나타났고, 섭취 후 나타난 혈중 영양성분 분석 결과, 블루베리전의 경우 LDL 콜레스테롤이 낮아지며, 검은콩전의 경우 HDL 콜레스테롤이 소량 증감하여 데이터가 좋게 나타났다. 개발된 블루베리전 1종 및 검은콩 전 1종을 시식하였다.

18. 전통한식 우수성 과학적 연구 결과 DB구축

한식 및 식품의 과학적인 데이터의 DB화는 이를 활용하여 한식 및 식품을 홍보하고 농식품 수출증대 여건을 조성하기 위한 것이다. 기존의 김치 및 장류 등을 기본으로 한 역학 조사와 임상 및 비임상 시험 등의 자료는 많으나, 과학적 데이터를 기반으로 한 적극적인 홍보활동을 병행하지 않아 인지도가 높지 않았다. 그러므로 전통 한식에 대한 과학적인 DB화에 전문가 및 국내·외 전문기관 참여를 추진하여 신뢰도를 제고하였다.

추진의 성과로, 전통식품(한식)인 김치, 인삼, 간장, 된장, 고추장, 막걸리, 비빔밥, 삼계탕, 천일염 및 그 가공품에 대한 국내·외에서 수행된 연구 중 인체에 미치는 연구를 조사하여 정량적·정성적 평가를 수행했고, 전통식품의 우수성 입증 방안에 관한 연구기획 보고서의 연구설계 및 정책적 방향 전략을 제시함으로써 향후 한식재단 등 관련 기관의 우수성 구명 연구사업 계획 수립과 이를 활용한 홍보에 유용한 자료들이 축적되었다. DB 분석 및 자료정리는 전문성을 필요로 함에 따라 조사기관을 선정하여 용역사업으로 실시하고, DB 홈페이지 구축은 한식세계화 공식포털과 연계했다. 전문가 집단 및 국내·외 전문기관의 참여를 추진하여 우수성을 홍보할 수 있는 한식 및 식품에 관한 기존 연구논문 등을 기능성에 중점을 두어 분류 정리하여 DB를 정리·분석했다.

추출한 데이터 17,783건을 분석한 결과, 이 중에서 S등급은 43건, A등급은 전통식품 관련 103건, 전통식품 및 한식에 응용 가능한 등급 51건, 인체실험과 동물실험으로 확인한 B등급은 424건이었다. 홈페이지 연계는 농림수산식품 수출 상위품목인 김치, 인삼, 고추 등을 대상으로 DB를 한식세계화 공식포털(www.hansik.org / www.koreanfood.net)에 구축하되, 품목별·기능별로 검색이 가능하도록 설계했고 추출한 데이터 17,783건의 분석결과를 구분하여 검색할 수 있도록 등재했다.

〈DB 분석 및 자료정리 결과〉

- 사업자 선정
 - 용역기간 : '09. 12. 31 ~ '10. 3. 31(3개월)
 - 주요연구내용 : 한식 및 식품에 관한 기존 국내·외 논문, 임상·비임상 실험 결과 등에 관한 데이터를 활용하여 기능별·품목별로 DB 구축을 한다. 대상 품목은 김치, 인삼, 간장, 된장, 고추장, 막걸리, 비빔밥, 삼계탕, 천일염 등 9개. 농식품은 수출량이 많고, 향후 한식 및 식품의 세계화의 가능성과 홍보 효과가 높은 대표식품으로 선정한다. 이를 위해 전통식품의 우수성 입증에 위한 문헌조사·분석, 홍보 및 정보 활용 전략 및 시나리오(스토리텔링 자료), 한식 및 전통식품의 과학적 입증에 통한 홍보전략 수립, 전통식품의 우수성 입증 방안에 관한 연구기획보고서 작성을 수행한다.

- 주요 국내·외 논문 데이터 분석진행 작업
 - 주요 전문 데이터뱅크(FSTA, PubMed, NDSL, Google)를 활용하여 국내·외 논문 등을 검색한 후 전문가가 초록 및 원문을 선별하여 DB를 구축한다. 대상품목의 건강 기능성 분류에 의거하여 S ~ F까지 7등급으로 등급분리를 한다.
 - 건강 기능성 코드분류 : 내분비, 대사질환 및 영양, 뇌기능 및 신경계 질환, 혈액 및 조혈기관의 질환과 면역 등으로 구분

<주요 전문 데이터뱅크>

사이트명	주제분야 / 소개	수록기간	사이트주소
FSTA (Food Science and Technology Abstracts)	과학기술분야 식품 과학, 식품 기술 분야 저널의 수 종의 데이터를 연계한 통합 데이터베이스	1968년 ~ 현재	www.isiknowledge.com
PubMed	생명과학, 생물의학분야 MEDLINE 및 생명과학분야 저널의 생물의학 논문 1,900만 종의 통합 데이터베이스	1966년 ~ 현재 (Physics journal -1990년대 중반)	www.ncbi.nlm.nih.gov /pubmed
NDSL (National Digital Science Links)	과학기술분야 논문 6만 종과 프로시딩 20종, 국내 최대의 통합 게이트웨이 데이터베이스	1600년대 ~ 현재	www.NDSL.kr
Google	과학 및 전 학문 분야 850여 종의 간행물, 62만 여 개의 학술논문의 통합 데이터베이스	1940년대 ~ 현재	www.scholar.google.co.kr

<데이터 검색 절차>



<검색 키워드>

검색키워드	
인삼	인삼 Ginseng, Panax Ginseng, Korean Ginseng
김치	김치 Kimchi
간장	간장 Kanjang, Soy sauce
고추장	고추장 Gochujang, Red pepper paste
된장	된장 Doenjang, Soybean paste
막걸리	막걸리 Makgeolli Raw rice wine, Rice wine
비빔밥	비빔밥 Bibimbap Bibimbab, Traditional One-dish Meal Pibimbab, Mixed rice
삼계탕	삼계탕 Samgyetang Chicken soup with ginseng Sam-Gye-Tang, Samgye-Tang
천일염	천일염 Korean solar salt, Bay Salts, Sea Salt Solar Salt, Sun-Dried Salt

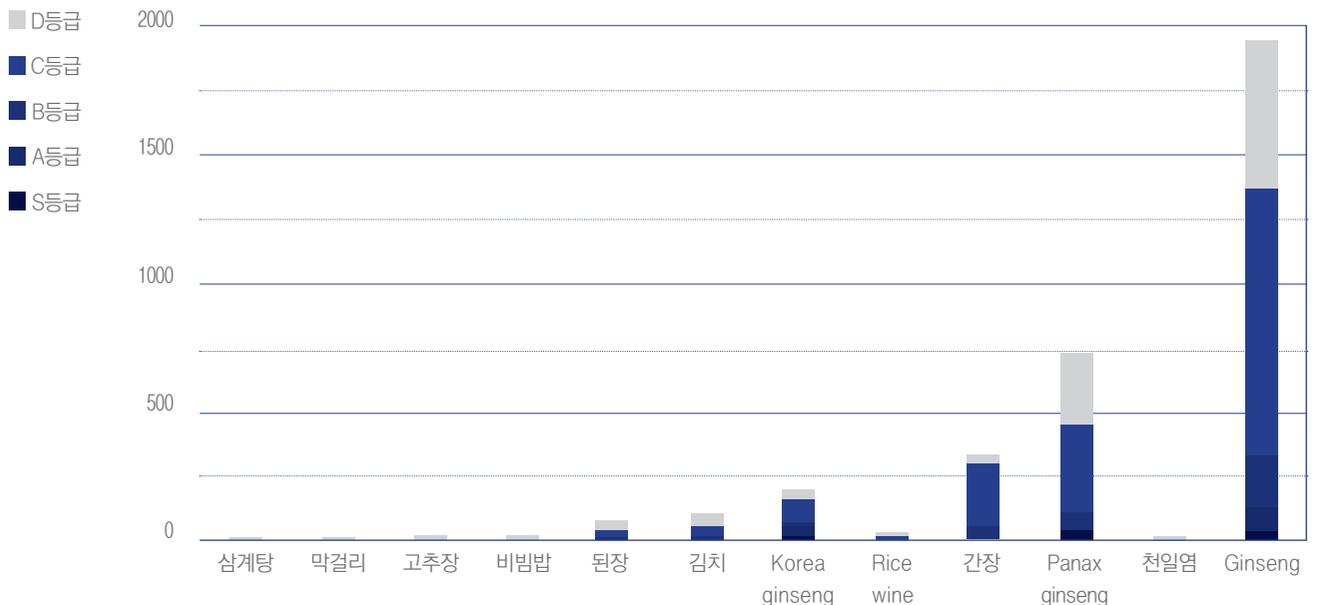
• 주요 국내·외 논문 데이터 분석결과

추출한 데이터 17,783건을 분석한 결과 이 중에서 S등급은 43건, A등급은 전통식품과 관련된 것 103건과 전통식품 및 한식에 응용 가능한 등급 51건, 인체실험과 동물실험으로 확인한 B등급은 424건으로 나타났다. 나머지 96%에 해당하는 연구는 전통식품과 관련이 없거나 연구결과가 인체실험이 필요할 정도로 기능성 확인에 있어서 과학적인 데이터가 부족한 것으로 드러났다. 또한 건강기능에 대한 우수성을 입증하는 연구결과는 거의 없는 수준이며, 그나마 실시된 연구결과의 수준도 F등급에 집중되어 있다.

〈전통식품 분야에 따른 등급별 분석 결과〉

분야	총건수	S등급	A	B	C	D	E	F
김치	551	5	4	18	36	55	3	551
Ginseng	7,223	14	64	183	1,050	620	149	7,223
간장	1,713	0	3	36	223	29	18	1,713
고추장	88	1	0	3	5	9	1	88
된장	437	0	4	11	25	33	0	437
막걸리	32	0	0	0	1	2	0	32
비빔밥	99	5	3	0	2	0	0	99
삼계탕	19	0	0	1	2	0	0	19
Rice wine	845	0	0	0	13	10	0	845
천일염	2,604	0	0	3	2	3	4	2,604
Panax ginseng	2,319	4	20	41	401	252	23	2,319
Korea ginseng	785	14	28	17	109	53	8	785
계	16,715	43	126	313	1,869	1,066	206	16,715

위 결과에서 본 바와 같이, 연구의 질적인 수준과 관계없이 기능성에 대한 연구가 가장 많이 수행된 품목은 인삼, 천일염, 간장, 김치, 된장, 고추장, 비빔밥, 막걸리, 삼계탕 순이었다. 인삼은 효능으로 잘 알려져 있어서 연구 건수가 상대적으로 많은 것으로 나타났고, 다음으로 임상연구가 많았던 천일염은 국내·외에서 공통으로 사용되는 식재료로서 소금 섭취와 건강에 관심이 높아 연구가 많이 수행되었던 것으로 판단되었으나, 임상·영양학적 우수성을 확인할 수 있는 연구의 결과는 거의 없는 양상을 나타낸다.



품목별 등급별 연구 동향을 나타낸 것으로 S등급 총 43건 중에서 인삼이 32건, 김치 5건, 비빔밥 5건, 고추장 1건으로, 이외에 다른 품목은 없었고 A등급은 126건 중에서 인삼이 112건, 된장 4건, 김치 4건, 비빔밥 3건으로 나타났다. 이 결과를 건강 기능성 별로 분류한 결과, 내분비 대사질환 및 영양분야가 대부분을 차지하였고, 그 다음이 정신 및 신경계 질환, 혈액 및 조혈기능 면역 등 이었다. 역시 비만 개선, 대사개선 분야가 가장 많았고 다음 흡수조절 기능 순으로 나타났으며, 최종 등급별 분석한 결과 17,783건 중 13,000건이 거의 의미가 없는 F 등급으로 나타났다.

〈전통식품의 건강기능성 분류에 따른 등급결과〉

대분류	중분류	소분류	분류 코드	S	A		B		C			D		E		F	소계	
					A1	A2	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	E1	E2	F		
내분비 대사 질환 및 영향	비만 방지								1							1	2	
		지방산축적조절	AA01	2				11	67	1			10		2	1		94
		식욕억제	AA03	1					4									5
		정장효과	AA04															
		기타	AA05	6				2	14				5	1				28
		고지혈증억제	AA02		2	1	1	4	24				1		1	1		35
	대사 개선								3								2	5
		간기능개선	AB01		1		2	12	119				1	12	11	3	1	162
		스트레스해소	AB02	1	2	1	1	3	36					6	1	1		52
		호르몬	AB03		1		2	1	25					16	2	2		49
		알콜대사	AB04		2				9					1	1			13
		식욕증진	AB05															
		페닐케톤뇨증	AB07															
		호르몬 유사기능	AB08				1	2	3	6					5	1		18
		기타	AB10	1	3	2	1	2	49				1	14		2	1	76
		흡수 조절																
	배설촉진		AC01		1				2					2				5
	영양소보충		AC02						3		1							4
	영양소제한		AC03						4									4
	영양소흡수촉진		AC04				1	1	4	1			2	2	1			12
	성장촉진		AC05					1	6				3	1				11
	알콜조절		AC06						1									1
	기타		AC07				1		6								6	13

대분류	중분류	소분류	분류 코드	S	A		B		C			D		E		F	소계	
					A1	A2	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	E1	E2	F		
내분비대사질환 및 영양	순환기 조절								1							1	2	
		콜레스테롤저하	AD01	1			1	6	65				11	5	1			90
		동맥경화방지	AD02	1	5			6	26				8	2	1			49
		면역부활	AD03	1	3	2	2	5	31				31	1	2			78
		혈압조절	AD04	2	13	1	5	7	48			1	16	2	6			101
		항혈전	AD05		2	1	4	1	21				18	1	1			49
		발암방지	AD06	4	13	1	8	12	154	9		6	282	2	17	4		512
		기타	AD10		2	1	8	6	57				14	4	3			95
	혈당 조절	당질분해	AF01						6				1					7
		혈액점도	AF02			1			4				1					6
		혈당저하	AF03	2	8	4	6	17	118			2	2	13	1			173
		기타	AF04			1	1	1	12				1	3				19
	갱년기 질환	골다공증	AG01				1	2	9				4		1			17
		근력증진	AG02		1		1	3	4				3					12
		우울증	AG03					3	4				1					8
		기타	AG04	1			7	2	3				5		6			24
	기타						1	2	1	1			1				1	7
		황산화	AP01	1			2	17	103	3			99	7	4	1		237
		돌연변이	AP02					3	9	1			28		3			44
		기타	AP03	2	5	3	10	8	121	2			72	3		3		229
항균작용		AP04		2		2		6				46	2	2			60	
정신 및 신경계 질환	뇌기능							1				1					2	
				1				1									2	
		뇌기능개선	BA01	1	3	1	13	6	137			3	24	5	8	1		202
	기타	BA02	1	1		3		24			1	3	1	3			37	
	노인성 특이 질환	신경통	BB02				1		7					1				9
		시력보호	BB03															
		피부노화	BB04	1	1		1	2	37	1		2	10	1				56
		장수식품	BB05						2				1					3
		기타	BB06		1		4		10				5	3	2			25
	기타	BP01		2		5	2	104	1		1	38	2	1	1		157	
혈액 조절 기관	면역 기능	알레르기	CA01				4	2	17				14	3	3		43	
		항염증	CA02	1	1	2	5	8	59	1		56	1	6	2		142	
		기타	CA03	8	7	1	12	9	107	6		76	7		1		234	

대분류	중분류	소분류	분류 코드	S	A		B		C			D		E		F	소계
					A1	A2	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	E1	E2	F	
	조혈 기능																
의 질 환 과 면 역 외	치과 구강	혈소판응집능	CB01	1	1	1	1	2	22	1			11	2		1	43
		골수세포증식	CB02				1		7				9	1	1		19
		기타	CB03				1	4	5				6	1	6		23
		구취제거	CC01														
		항충치	CC02		1												1
		기타	CC03										1				1
기타	기타	기타	CP01		1		1		10			8			1	21	
기타	기타	기타	PP01	3	11	3	8	6	98	3		1	40	6	6	6	191
합계				43	98	28	131	183	1,836	31	2	19	1,027	101	99	13,092	16,690

<등급 설명 자료>

근거의 순위	규정
S(아주 높은 과학적 근거)	2개 이상의 무작위배정 임상시험 (Randomized Clinical Trial, RCT)에 의해서 통계적으로 유의한 유익한 근거를 가짐 여러 개의 적절하게 행해진 RCT로부터 얻어진 유익한 효과와 임상시험으로 지지되는 근거
A(높은 과학적 근거)	1~2개의 무작위배정 임상시험 (Randomized clinical trial, RCT) 에 의해서 통계적으로 유의한 유익한 근거를 가짐
B(좋은 과학적 근거)	1개 이상의 적절한 샘플사이즈, 파워, 통계적 유의성이 결여되고, 객관적인 평가방법을 적용했을 때
C(보통의 과학적 근거)	코호트 / 케이스 콘트롤 / 무작위배정이 안된 임상시험에서 통계적으로 유의한 부정적인 효과가 나오고(유익성에 대해 근거가 부족할 때), 기초과학, 동물실험 혹은 이론이 유익성의 부족을 제시한 경우
D(근거 부족)	적절한 사람에 대한 임상자료가 없어 효능을 평가할 수 없지만, 동물시험이나 이론 등으로 지지되는 근거만 있는 경우
E(확실하지 않고 상반적인 과학적 근거)	여러 RCT들과 확실하게 다수의 적절하게 행해진 실험들의 결과가 확실하게 긍정적이거나 부정적인 결과를 못내고 상반적인 결과를 낼 때
F	가능성과 무관한 결과를 보일 때

<기획 보고서>

식품에 대한 패러다임의 변화, 식품시장의 변화, 식품에 대한 소비자의 변화 등으로 인해 향후 방향을 설정함으로써 세계 식품시장에서 우리나라의 식품이 우위를 점할 수 있도록 했다. 농업생산 위주, 생산(공급자) 위주, 기술개발 위주, 소비자 트렌드 미반영, 약품과 구별 없는 식품 R&D, 개발연구 중심의 R&D 등 현황의 문제점으로 인한 향후 방향 설정이 필요하다. 우리나라 각 지역의 전통건강식품 기능보유자들이 갖고 있는 우수식품의 채집, 보존, 스토리텔링 등 과학화 연구로 발굴, 보존하도록 했다.

세계 장수지역 음식 연구를 포함하여 우리나라 장수지역 및 건강관심지역의 식품 조사 분석 연구 및 과학적인 뒷받침 연구를 했다. 우리나라 전통건강식품의 건강

및 기능의 우수성을 과학적으로 규명하고 스토리텔링을 했다. 우리나라 전통식품의 제조, 공정, 발효 등의 과학적인 규명으로 과학적 생산 기반을 구축했다.

소재의 과학적 규명으로 우리나라 식품원료(소재)의 메타분석(Meta-Analysis)을 통한 맞춤형 식품화, 세계화를 위한 자료를 생산하고 연구했다. 김치, 인삼 등 세계화 가능성이 높은 전통식품(소재)의 인플루엔자 저항성(Swine Influenza), SARS(Severe Acute Respiratory Syndrome) 면역개선, 건강작용 등에 대한 과학적인 근거를 연구했다 또한, 체내대사 관련 연구로는, 글로벌 경쟁력이 있는 우리나라 식품과 소재에 대한 체내대사 및 건강 작용을 연구했다. 우리나라 식품의 우수성을 소비자들에게 홍보하기 위한 데이터 중심의 대사체험관(Metabolic unit) 및 식이 임상센터를 개발하여 운영했다. 연구결과로 얻은 건강 기능성을 중심으로 우리나라 전통식품에 대한 내용을 콘텐츠화하여 식품도감, 책(영문) 발간 및 국제적으로 유명한 건강식품 관련 도서와 사이트에 등재했으며 우리나라 식품소재, 식품의 우수성을 기반으로 미래질환을 예측하여 개인 맞춤형 식품을 개발했다.

어린이, 젊은이, 항노화 장수식품 등을 개발할 수 있다. 무병장수를 위한 국민건강과 식품의 중요성 등 국민 교육과 건강식품 캠페인을 진행했다. 융·복합 다차 연구로 잘못된 우리나라 음식 역사와 문화를 과학적인 연구로 바로 잡고 바이오 지식에 기반한 문화를 접목하여 세계적인 식품으로 글로벌화했다.

〈한식세계화 공식포털 DB 게재〉

DB 구축 대상품목의 건강 기능성 분류에 의거한 등급 분리로 품목 및 건강 기능성 상태에 따라 검색이 가능하도록 설정했으며 추출한 데이터 17,783건을 분석하여 등재했다. S등급은 43건, A등급은 전통식품과 관련된 것은 103건, 전통식품 및 한식에 응용 가능한 등급은 51건, 인체실험과 동물실험으로 확인한 B등급은 424건이다. 향후 식품업체 및 관련 기관이 식품 홍보의 마케팅자료 및 연구계획에 데이터베이스 자료를 참고할 수 있도록 설계했다.

〈추진경과〉

DB 분석 및 정보수집 : 계약(2009. 12. 30 / 한국식품연구원) → 전문가 및 내부회의진행 (2010. 1. 13 / 2. 18 / 5. 10) → DB 분석(2010. 1. 1 ~ 3. 30) 홈페이지 DB 구축 : 품목별, 기능별 DB 결과를 한식세계화 공식포털(www.hansik.org / www.koreanfood.net)에 구축한다(2010. 6 ~ 12)

“연구결과로 얻은 건강 기능성을 중심으로 우리나라 전통식품에 대한 내용을 콘텐츠화하여 식품도감, 책(영문) 발간 및 국제적으로 유명한 건강식품 관련 도서와 사이트에 등재하며 우리나라 식품소재, 식품의 우수성을 기반으로 미래질환을 예측하여 개인 맞춤형 식품을 개발했다.”

전문인력 양성

01. 한식 스타 셰프 양성

한식세계화에 있어 반드시 선행되어야 하는 것이 바로 조리인력의 육성이다. 태국의 경우는 자국 음식 세계화사업의 일환으로 정부가 주도하여 조리교육 및 자격증 제도를 실시하고 있다. 한식 조리인력들의 식문화 이해력, 외국어 능력, 현장 적응력 등을 개발하고, 한식 전문인력 양성기관(특성화 학교) 인력배출 전까지 한식 전문인력 양성교육 기능을 수행하여 향후 민간사업으로 정착을 유도해야했다. 이를 위하여, 한식 조리에 대한 단기간 집중교육 프로그램을 운영하고, 한식 우수 강사 초빙 및 현장실습으로 전문성을 강화했다. 아울러 2009년 사업추진 결과 및 교육기간 워크샵에서 제기된 의견을 반영했다.

교육기간은 6개월 이내로 하고, 조리이론·실습 교육시간을 200시간 이상으로 구성했으며 한식당 및 외식업체와 연계한 현장실습은 100시간 이상으로 구성되며 교육기간 및 교육과정 구성은 교육기관 여건에 맞게 제안했다.

교육대상은 조리학과 출신으로 관련 분야 유경험자 중에 자기 음식에 의미 부여와 스토리텔링이 가능한 사람을 선정했다. 비전공자의 경우는 조리경력 3년 이상으로 하되 한식세계화 취지를 감안하여 외국어 능력도 선발기준에 포함시켜 외국인을 교육할 수 있는 수준의 언어, 조리능력을 갖추었을 경우 선발했다. 교육인원은 교육기관별로 25명 내외로 하는데, 학생 모집 여건 및 조리교육 효과를 감안한 적정 인원을 모집했다. 교육내용은 한식세계화를 선도할 한식 요리전문가 양성 교육과정으로 운영하고 조리 교육과 식문화, 외국어 및 경영 등 과목의 교육을 병행하며 조리 실습 위주의 방식으로 현장에서 원하는 인력을 양성하는데, 국내 호텔, 외식업체 현장실습을 통한 현장 스킬 교육을 실시했다.

교육기관 신청자격은 국내에 조리 관련 과정을 개설·운영하고 있는 교육기관으로 했다. ‘고등교육법’에 의한 학교 중 식품 조리 관련 교육과정을 개설·운영하고 있는 2년제 또는 4년제 고등교육기관과 ‘평생교육법’ 제2조의 규정에 의한 평생교육기관 중 식품조리 교육과정을 개설·운영하고 있는 기관이 포함되었다. 또 교육기관과 한식당을 운영하는 호텔, 외식업체(한식에 한함)의 컨소시엄 구성을 평가 기준에 반영했다.

교육비 지원은 총 교육비의 70%를 지원하고 2년 차는 60%를 지원했다. 교육기관에서 수강료 징수가 가능하며, 자부담은 30%내외로 설정하며 사업기간은 2년으로 정했다. 시설, 강사 확보 등 교육 인프라 확보를 위해서 현행 1년에서 2년 단위로 사업기간을 부여하되 매년 교육성과를 평가하여 부실 교육기관은 교육비 지원을 중단했다. 사업기간은 2년이나 정부 예산 미확보 시 지원이 불가할 수 있음을 고지했다.

“한식세계화에 있어 반드시 선행되어야 하는 것이 바로 조리인력의 육성이다. 태국의 경우는 자국 음식 세계화사업의 일환으로 정부가 주도하여 조리교육 및 자격증 제도를 실시하고 있다.”

〈한식 전문인력 양성교육 현황〉

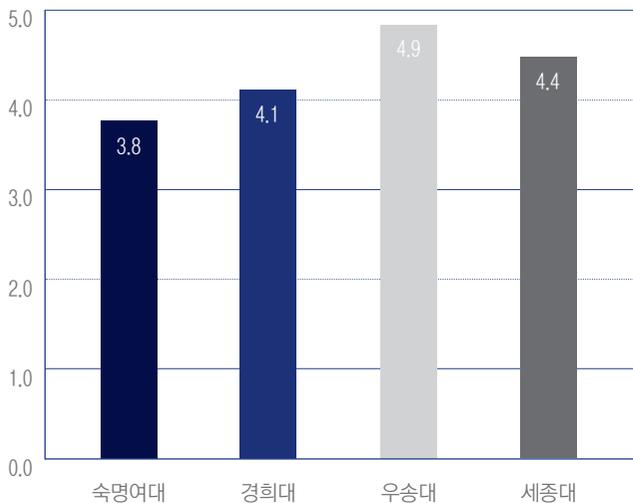
구분	2009년	2010년
목표인원	4명	107명
기관선정	2개 기관	4개 기관
교육기간	4개월	6개월 내외
개선 및 발전방향	교육준비기간 및 교육시간 부족 의무 실습 교육시간 2개월	충분한 준비 및 교육기간 부여 의무 실습 교육시간 100시간 이상

〈주요성과〉

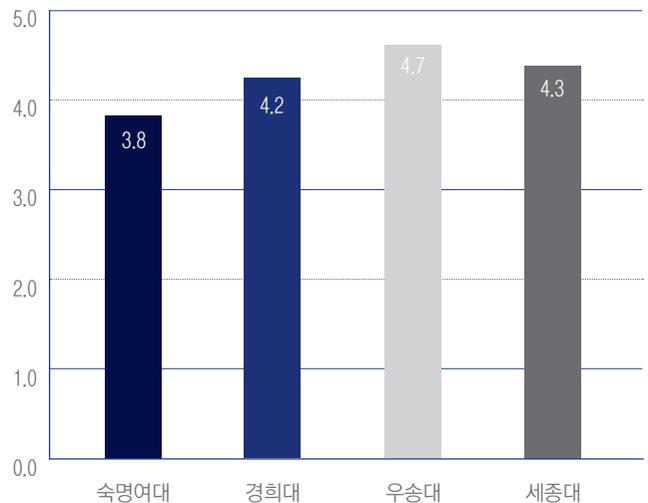
교육생들이 대부분 오너셰프 또는 취업자임에도 불구하고 일부 미취업자의 경우에는 교육과정 수료 후 창업 또는 취업에 성공하였다. 공동창업 4명(한식당 ‘더함’), 한식당 오픈(캐주얼 한식당 ‘뿌리’), 한식당 창업 예정 3명, 취업확정 1명(용수산), 국내·외 취업절차 진행 중(4명)으로 높은 성과를 보였다.

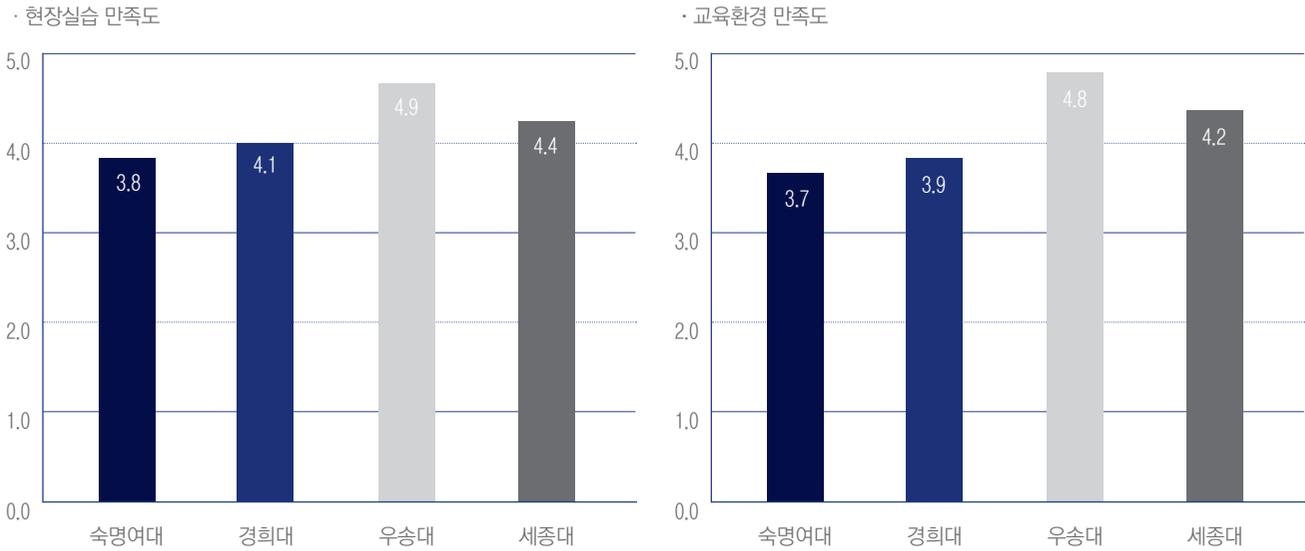
재외공관 행사참여(8명) 및 기타 외식 아이디어 공모전에서 입상하는 등 시간이 경과하면 과정 종료 직전인 현재보다 창업자와 취업자 수가 더욱 늘어날 전망을 보였다. 수강생들의 교육만족도도 매우 높게 나타났다. 전반적인 만족도는 평균 4.2점(5점 만점)으로 무난했으나, 향후 본 교육과정을 타인에게 추천하고 싶다는 응답이 4.5로서 교육만족도는 높게 해석되었다. 교육의 수준과 프로그램의 차별성도 높았지만, 기대수준이 매우 높게 나타났다. 우수대가 만족도가 가장 높았으며 경희대는 상대적으로 교육환경 만족도가 저조했다.

· 교육내용 만족도



· 강사 만족도





“현장실습의 경우에는 국내·외 유명 한식당 및 외식기업의 우수 시스템을 체험할 수 있는 차별화된 프로그램이나 교육시간 배정이 길다는 의견이 많았다.”

〈향후 개선 및 발전방향〉

교육기관별 ‘한식 스타 셰프 공통 필수 프로그램’의 도입의 검토가 필요했다. 사업목적에 따라 각 기관이 보유한 교육 인프라의 장점을 적극적으로 활용하고 있으나, 공통적이고 기본적인 부분에 대해서는 공동 운영이 필요했다.

이를 위해 스타 셰프가 지녀야 할 기본적인 지식, 기술, 태도에 대한 논의를 통해 기초적인 부분의 공통과정을 설정하고 교재 및 교육 콘텐츠, 교육 인프라, 강사를 공동으로 활용할 수 있게 했다. 단, 교육기관별 강점 요소를 감안하여 10%내외로 운영하게 했다.

교육여건 및 교육목적 달성을 위해 교육시간 배분이 조정되어야 했다. 교육생 및 교육기관 담당자의 의견수렴 결과, 심화 교육을 위해서는 이론·실습교육 시간이 다소 부족하다는 의견인 반면, 현장실습의 경우에는 국내·외 유명 한식당 및 외식기업의 우수 시스템을 체험할 수 있는 차별화된 프로그램이나 교육시간 배정이 길다는 의견이 많았다. 상품, 서비스, 시스템에 대한 영감을 얻기에는 50시간이면 충분하다는 의견이 지배적이었다.

구분	이론 및 실습	연수(Externship)	합계
당초	200시간 이상	100시간 이상	300시간 이상
개선	240시간 이상	60시간 이상	300시간 이상

현장실습 프로그램을 보다 정교하게 하고 현장지도의 강화가 필요했다. 2010년에는 해외 한식당에서의 연수(Externship), 다양한 우수 한식당 현장실습 프로그램을 도입하여 교육생의 관심도를 높였으나, 현장실습 업체에 대해 정확한 미션, 교육프로그램 사전협의, 전담자 지정 등의 준비나 현장지도가 미흡했다. 교육생 모집의 효과성, 시간 선택권 부여를 위해 교육기관별 상·하반기 분리 모집 방안 등을 향후 교육기관과의 논의를 계획했다.

“교육생 모집의 효과성, 시간 선택권 부여를 위해 교육기관별 상·하반기 분리 모집 방안 등을 향후 교육기관과의 논의를 계획했다.”

〈세부 추진실적〉

- 한식 조리인력 양성 교육기관 워크샵 개최(1. 18, 한식세계화사업단-17)
- 농식품부 사업계획 시달(3. 24, 식품산업정책과-1127)
- 사업계획 수립 및 현황파악을 위한 현장출장(4. 6 ~ 7, 식품산업처-505)
- 세부추진계획 수립 및 내부방침(4. 19, 식품산업처-656)
- 교육기관 모집공고(4. 19 ~ 5. 10)
- 교육기관 선정 평가회의(5. 12, 식품산업처-912)
- 교육기관 선정(5. 18, 식품산업처-988)
- 교육기관 워크샵 개최(6. 1, 식품산업처-1040)
- 협약체결(6. 18, 식품산업처-1281)
- 교육과정 운영(6. 28 ~ 12. 23)
- 교육생 모집을 위한 공동 신문광고(6. 11, 식품산업처-1220)
- 교육비 선지급(8. 4, 식품산업처-1753 등)
- 교육기관 운영실태 점검(9. 27 ~ 10. 27, 식품산업처-2162)
- KFE 졸업작품 전시회 개최(11. 18 ~ 11. 21, 식품산업처-2546)
- 사업 정산을 위한 원가계산 전문 업체 선정의뢰(12. 3, 식품산업처-3039)
- 교육기관으로부터 결과보고서 접수(12. 1 ~ 12. 30)
- 원가계산 전문 업체 선정(12. 20, 경영관리처-6570)
- 원가계산 전문 업체 평가결과 접수(12. 30)
- 2010년 사업결과 보고 및 사업비 정산(11. 1. 7, 식품산업처-78)

〈교육기관 선정 및 협약체결〉

- 선정방식 : 공모에 의한 교육기관 선정
- 공고방법 : 공사 홈페이지, 한식세계화 공식포털에 게재 및 관련 교육기관에 교육기관 모집 안내문서 발송(130여 곳)
- 공고기간 : 4. 19 ~ 5. 10
- 응모현황 : 12개 기관 응모

주 기관(가나다라순)	비고
경희대학교	-
동의과학대학	-
사단법인 한국조리사증양회	수도 요리학원과 공동신청
세종대학	한국 전통음식 연구소와 공동신청
숙명여자대학교 한국 음식 연구원	(2009년 사업자)
신성대학	-
영산대학교	-
우송대학교	(2009년 사업자 / 연세대와 컨소시엄)
인리한국조리예술세계화재단	-
장안대학	-
청운대학교	-
한국예술직업전문학교	-

〈교육기관 선정 심사〉

- '10. 5. 12
- 참석대상 : 입찰 참가업체 및 심사위원(7명)

소속	직함	성명
심사위원장(한양사이버대학)	교수	김영갑
관동대학교	교수	윤덕인
봉우리 식품	대표	이하연
배화여자대학교	교수	손정우
한국 음식 세계화 연구소	이사	유명곤
농림수산식품부	사무관	장명철
aT 한식세계화팀	팀장	김동욱

- 외부 전문가 선정 : 교육신청 기관에 대학이 많은 특성상, 학맥과 인맥의 개연성이 높은 학계 인사는 해당 교육과정 심사에서 제외한다.
- 평가내용 : 교육 프로그램 구성, 교육환경, 교육과정 운영 능력 등
- 평가방법 : 교육 기관별 PPT 발표 및 심사(최고점 업체 선정)

〈교육기관 워크숍 개최〉

- '10. 6. 1
- 교육기관 세부추진계획 점검 및 추진방향에 대한 전문가 의견 수렴
- 참석인원 : 20여 명
- 향토음식 전문가과정과 합동으로 진행. 교육기관의 추진계획 보고(PPT) 및 전문가 자문, 우수 프로그램에 대한 교육기간 간 정보공유

〈교육기관별 교육 추진〉

교육기관	교육기간	교육인원	현장실습 협력업체
숙명여자 대학교 한국 음식 연구원	7. 1 ~ 12. 23	22	국내 : 노치, 클럽모우, 비스트로 서울 해외 : 일본 오사카 쓰지조 요리전문학교, 파나마 인터콘티넨탈 호텔, 에라도르 키토 스위스호텔, 카타르 도하 리츠칼튼호텔, 몽골 울란바트로 호텔
세종대학교 (전통 음식 연구소)	6. 28 ~ 11. 23	25	국내 : 신라호텔 / 해외 : LA 용수산, 뉴욕 금강산, 북경 대장금
경희대학교 (궁중 음식 연구원)	6. 29 ~ 11. 10	30	롯데호텔 서울
우송대학교	6. 28 ~ 11. 22	30	워커히호텔
	계	107명	워커히호텔

〈선정된 교육기관과 협약체결〉

'10. 6. 25 / 공사와 교육기관 간 권리와 의무에 관한 사항을 협약 체결했다. 워크숍에서 제시된 전문가 의견을 바탕으로 사업계획을 수정·보완하고, 사업계획서를 첨부하여 협약을 체결했다. 경희대(6. 29), 숙대 한국음식 연구원(6. 30), 우송대(7. 5), 세종대(9. 14)를 현장 방문하여 한식세계화에 대한 특강을 진행하고 교육기관의 교육준비 상황을 확인했다.

〈교육추진현황 점검〉

'10. 9. 28. ~ 10. 27 / 교육실태 조사를 통해 교육추진 실태를 점검하고 자문했다. 점검자는 내·외부 실태조사자 풀을 구성하여 2명 이상의 조사단을 파견하는 것을 원칙으로 했다. 점검방법은 교육기관 및 현장실습 장소를 방문하여 실제 교육진행 상황, 교육진도, 교육추진 관련 구비서류 증빙 상황을 확인하고 수강생 만족도 설문조사 및 인터뷰, 사업담당자 인터뷰 등을 진행했다.

조사일시	외부평가위원	조사기관
9. 27	유명곤 이사	세종대학교
9. 28	김은경 이사	경희대학교
10. 25	김은경 이사	숙명여대
11. 1	원혜영 박사	우송대학교

〈KEE 졸업 작품전 개최〉

- '10. 11. 18 ~ 21
- 명칭 : 셰프의 상차림
- 규모 : 부스 12개
- 전시내용 : 한식 스타 셰프 양성교육과정 및 향토음식 전문가 양성교육 교육생들의 졸업작품을 전시하여 해외진출 유망 메뉴와 상품화 가능한 향토음식 메뉴를 공개하고 교육생들의 사기를 진작한다.
- 시식 이벤트 개최 : 전시된 음식 중 일부 메뉴를 기관별 시식진행으로 체험할 수 있게 하고 체험한 음식에 대한 소감을 적는 참여형 이벤트를 마련하여 관람객의 피드백을 유도했다.
- 시식 소감 이벤트 : 일일 300여 명 이상이 적극 참여했다. 시식한 음식에 대한 소감을 포스트잇에 적어 이벤트 공간에 붙이는 방식으로 관람객의 피드백을 유도하고 전시 참여 교육생들을 격려했다. 이벤트 참여자 중 45명을 추첨해 당첨자를 한식세계화 공식포털에 공지하고 '아름다운 한국 음식 100선'과 한식세계화 앞치마를 배송했다. 기타 전시 디렉토리북(4,000부)과 스타 셰프 북(200부)을 제작했다.

날짜	교육기관
18일(목)	경희대 : 세가지 말이밥
19일(금)	숙명여대 : 꽃감호두치즈말이
20일(토)	세종대 : 귀리쌈밥과 구운귀리밥
21일(일)	우송대 : 진미삼색냉채와 삼색전유화

〈사업비 집행의 객관성 및 공정성 확보를 위해 원가계산업체 활용〉

한식 전문 조리인력 양성사업 중 국내 교육기관 추진사업의 정산에 대한 공정성을 확보하고 업무 추진의 효율성을 제고하기 위해 원가계산업체 활용을 도입하였다. 한식 스타 셰프 양성교육(4개 기관), 향토음식 전문가 교육(9개 기관), 해외 한식당 종사자 교육(5개 기관), KFE 졸업전시회 참여기관(9개 기관)이 그 대상이다.

“한식 전문 조리인력 양성사업 중 국내 교육기관 추진사업의 정산에 대한 공정성을 확보하고 업무 추진의 효율성을 제고하기 위해 원가계산업체 활용을 도입하였다.”

〈원가계산업체 선정 및 사업비 집행 평가〉

- 교육기관으로부터 결과보고서 접수(12. 1 ~ 12. 30)
- 사업 정산을 위한 원가계산 전문 업체 선정의뢰(12. 3)
- 원가계산 전문 업체 선정(12. 15)
- 원가계산 전문 업체 평가결과 접수(12. 30)
- 소요예산 : 사업예산의 1.5% 내외

〈평가결과 및 사업비 정산〉

교육기관	교육기관 제출액		전문업체 인정 및 평가금액			지원 한도금액	지원금액
	교육 인원	금액	집행금액	지원 비율	금액		
경희대	30	210,000,000	207,892,000	70%	145,524,400	147,000,000	145,524,400
세종대	25	175,006,000	174,964,000	70%	122,474,800	122,500,000	122,474,800
숙명여대	22	150,152,000	146,711,000	70%	102,697,700	107,800,000	102,697,700
우송대	30	221,980,000	220,685,000	70%	154,479,500	147,000,000	147,000,000
합계		757,138,000	750,252,000	70%	525,176,400	524,300,000	517,696,900

〈2010 KFE ‘셰프의 상차림’관 운영 결과보고〉

한식세계화에 바탕이 되는 전문인력 양성 체계에 대한 홍보와 과정 수료자들의 작품 전시로 한식의 경쟁력을 과시하고 인재양성 사업에 대한 관심과 참여도를 제고하기 위해 홍보관을 운영했다.

〈원가계산업체 선정 및 사업비 집행 평가〉

- 교육기관으로부터 결과보고서 접수(12. 1 ~ 12. 30)
- 장소 : 서울 코엑스 전시장(B홀 주제 전시관, 문화적 가치 Zone)
- 명칭 : ‘셰프의 상차림’
- 운영기간 : '10. 11. 18 ~ 21, 4일간
- 규모 : 12개 부스
- 전시내용 : 한식 전문인력 양성체계 사업 중 2010년에 추진된 향도음식 전문가양성과정 및 한식 스타 셰프 양성과정의 졸업작품을 전시하고 한식의 경쟁력을 홍보했다.

〈해외 지역별 유망 한식 전시(한식 스타 셰프 과정)〉

해당 지역 유망한 퓨전 한식 창작요리 한상차림(5 ~ 7코스) 4점 전시(기관별 1점)

해당 지역 유망한 Take out-용 간소 메뉴 6 ~ 9점 전시(기관별 2 ~ 3점)



〈경희대〉



〈숙명여대〉



〈세종대〉



〈울산대〉

〈KEE 한식전시〉

지역별 대표 향토음식 45점 전시(기관별 5점) / 9개 권역 : 서울, 경기, 인천 / 강원 / 충남,

대전 / 전라북도 / 전남, 광주 / 경북, 대구 / 경남, 부산, 울산 / 제주

〈전문업체를 통한 통합적인 푸드 스타일링 추진〉

국가별 유망한식 : 국가별 특색을 부각하고 컨셉 컬러를 바탕으로 추진했다. 경희대(일본 / 녹색), 숙명여대(중국 / 붉은색), 세종대(미국 / 파랑색), 울산대(프랑스 / 주황색). 지역별 대표 향토음식 : 자연을 기본 컨셉으로 하여 자연적 소재를 활용해 지역별 특색이 드러나도록 했다.

〈시식 행사 및 관람객 참여 이벤트〉

전시음식 중 일부 메뉴를 기관별 시식진행으로 체험할 수 있게 하고 체험한 음식에 대한 소감을 적는 참여형 이벤트를 마련하여 관람객의 피드백을 유도했다.

날짜	한식 스타 셰프 1차	향토음식전문가 2차
18일(목)	경희대 (세가지 말이밥)	한림성심대(감자떡) 제주관광대(오메기떡)
19일(금)	숙명여대 (꽃감호두치즈말이)	혜전대(당암생강한과) 전주대(완주동상갯감쌈튀김)
20일(토)	세종대 (귀리쌈밥과 구운귀리밥)	대림대(산마떡갈비) 핀외식연구소 (약돌돼지고기수육, 오징어식혜, 오미자차) 호남대(월드덕즉석불꽃구이)
21일(일)	울산대 (진미삼색냉채와 삼색전유화)	양산대(언양미나리강정말이) 영산대(흑염소불고기와 산성막걸리)

<시식 소감 이벤트>

시식한 음식에 대한 소감을 포스트 잇에 적어 이벤트 공간에 붙이는 방식으로 관람객의 피드백을 유도하고 전시 참여 과정생들을 격려했다.

일일 300여 명 이상이 적극적으로 참여한 가운데, 이벤트 참여자 중 45명을 추천해 ‘아름다운 한국 음식 100선’ 및 한식세계화 앞치마를 배송했다.

<디렉토리북 제작>

전시하는 모든 음식에 대한 정보를 담은 디렉토리북을 제작했다. 애초 2천 권 제작 예정이었으나 참여기관 배부 등을 고려하여 1천 권을 추가로 제작했다.

책의 가치를 높이기 위해 소정의 금액(3천 원)으로 디렉토리북을 판매했다. 전시에 대한 관심이 디렉토리북 판매로 이어져 유료임에도 불구하고 약 800권이 판매되었다.

<스타 셰프 북>

향후 한식 관련 인력풀로 활용하기 위해, 2010년 한식 스타 셰프 과정생들의 졸업 작품과 프로필을 모아 소책자로 제작했다.

<주요성과>

정부의 한식 전문인력 양성체계 사업의 성과를 널리 알리고 한식 관련 인적부문의 경쟁을 홍보하였다. 플로우를 고려한 전시로 전시효과를 제고하였는데, 음식전시→체험→피드백→책자 구매로 이어지는 관람체계로 보여주고 체험하고 참여하고 책자를 통해 체득하는 전 과정을 통해 관람객들의 높은 호응을 얻었다. 한식 셰프에 대한 일반인들의 이미지 제고 및 과정생들의 자부심을 고양하였으며 셰프 복장의 과정생들이 직접 음식에 대해 설명하고 안내함으로써 관람객들에게 조리사로서의 프로페셔널한 이미지를 전달했다.

푸드스타일리스트를 통해 총괄 진행하였고 기관별로 수립된 전시계획을 바탕으로 전문 푸드스타일링 업체가 스타일링 계획을 별도로 추진하여 통일성 있고 풍부한 볼거리가 있는 전시회가 되었다는 평가를 받았다.

정보교류 및 네트워크의 장이었다. 음식에 대한 다양한 논의가 오가고 교육기관 간 네트워킹의 자리가 되었으며, 방문객 중 조리 분야 선배들의 조언으로 선후배 간 정보 교류의 장이 되기도 하는 등 역동적인 전시장 풍경이 펼쳐졌다.

“음식에 대한 다양한 논의가 오가고 교육기관 간 네트워킹의 자리가 되었으며, 방문객 중 조리 분야 선배들의 조언으로 선후배 간 정보 교류의 장이 되기도 하는 등 역동적인 전시장 풍경이 펼쳐졌다.”

02. 향토음식 전문가 교육

향토음식을 세계화 가능한 상품으로 만들 수 있는 지역 인재를 육성하고 지역 음식의 상품화, 식재료 소비, 관광과 연계하여 산업 활성화를 모색하기 위한 교육과정이다.

지역의 역사, 대표성을 갖춘 메뉴와 식재료를 특화된 교육과정, 향토 음식 조리에 대한 단기간 집중 교육 프로그램을 운영하고 향토음식 우수 강사 초빙 및 현장 실습 등 전문성을 강화하는 데 역점을 두었다. 교육기간은 5개월 이내이며 조리이론·실습 교육시간은 120시간 이상으로 구성했다. 교육기간 및 교육과정 구성은 교육기관 여건에 맞게 구성하되, 한식당 및 외식업체와 연계한 현장실습은 100시간 이상으로 했다.

교육대상은 대학 조리학과 출신과 외식업 분야 근무 경험자를 우선 선발하고 외국인을 교육할 수 있는 수준의 언어능력과 조리능력을 갖추었을 경우에는 선발 가능한 것으로 했다. 교육인원은 교육기관별 20명 내외로 학생 모집 여건 및 조리교육 효과를 감안한 적정 인원을 모집했다.

교육내용은 한식세계화를 선도할 향토음식 전문가를 양성하고 조리 실습 위주의 방식으로 현장에서 원하는 인력을 양성하기 위해 국내·외 호텔, 외식업체 현장실습을 통한 현장 교육을 실시했다. 교육기관은 지역 특성을 반영하고, 향토음식과 조리에 특성화된 기관으로 선정하여, 9개 기관이 선정되었다.

교육기관 신청자격은 국내에 조리 관련 과정을 개설·운영하고 있는 교육기관으로 ‘고등교육법’에 의한 학교 중 식품 조리 관련 교육과정을 개설·운영하고 있는 2년제 또는 4년제 고등교육기관으로 했다. 또 ‘평생교육법’ 제2조의 규정에 의한 평생교육기관 중 식품조리 교육과정을 개설·운영하고 있는 기관을 포함하며 교육비는 총교육비(1인당 380만원 이내)의 70%를 지원하고 2년 차는 60%를 지원하기로 했다. 교육기관에서 수강료 징수가 가능하며, 자부담은 30% 내외로 설정했다.

사업기간은 2년으로 설정했다. 시설, 강사 확보 등 교육 인프라 확보를 위해서 현행 1년에서 2년 단위로 사업기간을 부여하되 매년 교육성과를 평가, 부실 교육기관은 교육비 지원을 중단한다. 단, 정부 예산 미확보 시에는 지원이 불가할 수 있다.



〈향토음식 전문가 과정 현장학습〉

〈향토음식 전문가 교육현황〉

구분	2009년	2010년
목표인원	100명	200명
교육기간	4개월	5개월 내외
기관선정	5개 기관	9개기관
개선 및 발전방향	교육준비기간 부족 교육기관별 유사한 교육 커리큘럼	충분한 교육기간 부여 지역향토음식에 특화된 커리큘럼

〈선정대상 소재 지역〉

소재 지역	선정기관수
서울·경기도·인천	1개소
강원도	1개소
충청북도·충청남도·대전광역시	1개소
전라북도·전라남도·광주광역시	1개소
경상북도·경상남도·대구광역시	1개소
부산·울산광역시·제주도	1개소

〈세부 추진실적〉

- 한식 조리인력 양성 교육기관 워크숍 개최(1. 18, 한식세계화사업단-17)
- 농식품부 사업계획 시달(3. 24, 식품산업정책과-1127)
- 사업계획 수립 및 현황파악을 위한 현장출장(4. 6 ~ 7, 식품산업처-505)
- 세부추진계획 수립 및 내부방침(4. 19, 식품산업처-656)
- 교육기관 모집공고(4. 19 ~ 5. 10)
- 교육기관 선정 평가회의(5. 12, 식품산업처-912)
- 교육기관 선정(5. 18, 식품산업처-988)
- 교육기관 워크숍 개최(6. 1, 식품산업처-1040)
- 협약체결(6. 18, 식품산업처-1281)
- 교육과정 운영(6. 28 ~ 12. 23)
- 교육생 모집을 위한 공동 신문광고(6. 11, 식품산업처-1220)
- 교육비 선지급(8. 4, 식품산업처-1753 등)
- 교육기관 운영실태 점검(9. 27 ~ 10. 27, 식품산업처-2162)
- KFE 졸업작품 전시회 개최(11. 18 ~ 11. 21, 식품산업처-2546)
- 사업 정산을 위한 원가계산 전문 업체 선정의뢰(12. 3, 식품산업처-3039)
- 교육기관으로부터 결과보고서 접수(12. 1 ~ 12. 30)
- 원가계산 전문 업체 선정(12. 20, 경영관리처-6570)
- 원가계산 전문 업체 평가결과 접수(12. 30)
- 2010년 사업결과 보고 및 사업비 정산(11. 1. 7, 식품산업처-78)

“지역의 역사, 대표성을 갖춘 메뉴와 식재료를 특화된 교육과정, 향토 음식 조리에 대한 단기간 집중 교육 프로그램을 운영하고 향토음식 우수 강사 초빙 및 현장실습 등 전문성을 강화하는 데 역점을 두었다.”

- 교육기관모집공고 및 접수현황
 - 선정방식 : 공모에 의한 교육기관 선정
 - 공고방법 : 공사 홈페이지, 한식세계화 공식포털에 게재 및 관련 교육기관 모집 안내 문서 발송(130여 곳)
 - 공고기간 : 4. 19 ~ 5. 10
 - 응모현황 : 21개 기관응모
 - 선정결과 : 지역별 총 9개 기관 선정

선정기관	비고
대림대학(서울, 경기, 인천)	2009년 사업자 동원대학 탈락
한림성심대학(강원)	2010년 신규(2009년 미신청 지역)
해전대학(충남, 대전)	2009년 사업자 우송대학교 탈락
전주대학교, 호남대학교(전라북도, 전남, 광주)	2009년 사업자
핀외식연구소부설창업요리전문학원(경북, 대구)	2009년 사업자 대경대학 탈락
양산대학교(경남, 부산, 울산(2개소선정))	2010년 신규(2009년 미신청 지역)
영산대학교(경남, 부산, 울산(2개소선정))	(충북지역 미신청에 다른 추가선정)
제주관광대학(제주)	2010년 신규(2009년 미신청 지역)

- 교육기관 워크숍 개최
 - '10. 6. 1
 - 교육기관 세부추진계획 점검 및 추진방향에 대한 전문가 의견 수렴
 - 참석인원 : 20여 명
 - 한식 스타 셰프 양성교육과정과 합동으로 진행. 교육기관의 추진계획 보고(PPT) 및 전문가 자문, 우수 프로그램에 대한 교육기간 간 정보공유

〈교육기관별 교육추진〉

지역	교육기관	교육기간	교육인원
강원	한림성심대	6. 18 ~ 8. 20	19
서울·경기·인천	대림대학	7. 6 ~ 11. 3	25
충남·대전	해전대학	7. 8 ~ 11. 11	20
경북·대구	핀외식연구소	7. 1 ~ 11. 19	25
경남·부산·울산	양산대학	6. 28 ~ 11. 16	25
	영산대학교	7. 14 ~ 11. 31	25
전북·전주	전주대학교	8. 16 ~ 11. 23	22
전남·광주	호남대학교	8. 11 ~ 11. 11	26
제주	제주관광대학	7. 16 ~ 11. 22	23
-	-	계	210명

• 선정된 교육기관과 협약체결

- '10. 6. 25

- 공사와 교육기관 간 권리와 의무에 관한 사항을 협약했다. 워크샵에서 제시된 전문가 의견을 바탕으로 사업계획을 수정·보완하고, 사업계획서를 첨부하여 협약을 체결하였다. 교육기관 현장방문을 추진하여 한식세계화에 대한 특강을 개최하고 교육기관의 교육준비 상황을 확인하였다. 현장방문은 양산대학(6. 29), 핀외식연구소(7. 1), 대림대학(7. 6), 영산대(7. 10), 호남대(8. 11), 해전대학(10. 14), 전주대(8. 16) 순으로 진행되었다.

• 선정된 교육기관과 협약체결

- '10. 9. 28 ~ '10. 10. 27

- 교육실태 조사를 통해 교육추진실태를 점검하고 자문하였다. 점검자는 내·외부 실태 조사자 풀을 구성, 2명 이상의 조사단을 파견하는 것을 원칙으로 했다. 점검방법은 교육기관 및 현장실습 장소를 방문하여 실제 교육진행 상황, 교육진도, 교육추진 관련 구비서류 증빙 등을 확인하고 수강생 만족도 설문조사 및 인터뷰, 사업담당자 인터뷰 등을 진행했다.

조사일시	외부 평가위원	조사기관
8. 12	유명곤 이사	한림성심대학
9. 29	유명곤 이사	대림대학
10. 13	유명곤 이사	전주대학교
10. 14	김은경 이사	해전대학
10. 20	김은경 이사	핀외식연구소
10. 20 ~ 21	유명곤 이사	호남대학교
10. 26	-	양산대학
10. 27	유명곤 이사	영산대학교
11. 4	유명곤 이사	제주관광대학

〈주요성과〉

전반적으로 높은 교육만족도가 확인되었는데, 전반적인 만족도가 평균 4.4점(5점 만점)으로 매우 높은 만족도를 보였다. 대부분의 교육기관이 전체 교육만족도 대비 현장실습 만족도가 낮은 편이나, 담당교수가 모든 현장실습에 참여하여 실습 지도한 영산대와, 현장실습 인프라가 우수한 전주대는 현장실습 만족도도 높게 나타났다.

“전반적으로 높은 교육만족도가 확인되었는데,
전반적인 만족도가 평균 4.4점(5점 만점)으로 매우 높은 만족도를 보였다.”

〈향후 발전방향〉

교육생의 요구를 반영하여 다양한 프로그램 도입 및 교육시간 배분 조정의 필요성이 대두되었다. 향토음식 교육과정에 대해서는 해외연수를 일괄적으로 폐지하고 상품, 서비스, 시스템에 대한 영감을 얻기에 50시간이면 충분하다는 의견에 따라 현장실습 시간을 축소하는 방향으로 조정해나갈 계획을 세웠다.

또한, 향토음식의 상품화 개선을 위해 타 지역 향토음식에 Best Practice 벤치마킹 프로그램을 도입하고(교육기관 학생 교환 프로그램, 2박 3일, 2회), 지역 내 우수 향토 음식점에 대해서는 우수 향토음식점 탐방 프로그램을 신설하여 경영주 인터뷰, 현황 설명, 견학, 실습지도, 토론회 등을 구성할 계획을 세웠다.

현장실습 업체에 현장 지도비, 실습 재료비 등 적정 교육비를 지급하고 교육생을 위한 교육프로그램 운영관리를 강화하여 현장지도를 더욱 철저하게 진행해야 할 필요성이 대두되었다.

구분	이론 및 실습	Externship	교육생 교환 프로그램	지역 향토음식점 탐방 프로그램
당초	120시간 이상	50시간 이상	2박 3일 × 2개소	5개소
개선	120시간 이상	50시간 이상	2박 3일 × 2개소	5개소

03. 해외 한식당 종사자 교육

2008년 실시한 30개 외식업체 설문조사 결과, 해외진출시에 가장 어려움을 겪는 것으로 해외정보 부족(32.3%), 인력고용 문제(19.4%)를 꼽고 있으며, 해외 한식당에서 근무하는 조리사의 경우 한식을 제대로 교육받지 못한 외국인이 많은 상황이다. 이에 2009년부터 해외 한식당 조리 종사자 교육을 추진하고 해외 한식당 종사자의 전문성을 높여 현지의 한식 이미지를 제고하기 위한 다양한 교육 프로그램을 마련했다.

이를 위해 국내·외 전문 교육기관의 위탁교육으로 한식당 경영주·조리사·홀서빙 직원을 대상으로 한 맞춤형 교육을 구성하고 현지 교육 여건을 감안한 현지 인프라 활용 프로그램을 준비했다.

교육기간은 9월~12월 중순까지이며, 교육대상은 5개국 10개 도시이다. 2009년 교육지역은 LA, 북경, 동경(파리는 현지 수요가 낮아 시행하지 못함)이며, 2010년 신규 교육지역은 뉴욕, 상해, 연변, 심양, 오사카, 홍콩, 호치민이 추가되었다.

국가별·교육대상별 여건을 감안하여 커리큘럼을 구성하고 시간을 안배하였으며 경영주는 간담회 형식을 가미한 사례 위주, 문제해결 위주의 교육과 현지의 성공한 한식당 경영주 초청 강연, 정보 교류, 마케팅·법률 전문가 교육 등으로 구성하였다. 조리사는 참석이 가능한 시간대인 오전 9시 ~ 12시·오후 2시 ~ 5시를 중심으로 국가별 수요가 높은 메뉴강좌를 개설하고 필요한 교육을 선택하게 함으로써 수요자 중심의

“2009년부터 해외 한식당 조리 종사자 교육을 추진하고 해외 한식당 종사자의 전문성을 높여 현지의 한식 이미지를 제고하기 위한 다양한 교육 프로그램을 마련했다.”

교육이 되도록 했다. 홀서빙은 오전, 오후로 나누어 수강자가 참석 가능한 시간에 식문화 서비스 교육을 실시했다. 이는 해외 한식당 조리사는 주간에는 영업 준비를 해야 하므로 교육 참여가 쉽지 않은 점을 감안한 교육일정이다.

〈주요성과〉

추진과정에서 관련 전문가, 현지 한식당의 충분한 의견수렴을 통해, 교육 지역별, 교육 대상별 요구에 맞는 교육을 추진하였다. 예를 들어, 경영주 교육은 워크샵, 세미나 형태의 문제 해결 및 커뮤니케이션 중심으로 진행하고, 조리사 교육은 다양한 강좌를 선택하여 수강하도록 교육방법을 다양화했다. 홍콩의 경우, 경영주가 서빙을 하는 특성을 반영하여 경영주와 직원이 함께 참여하는 서비스 교육을 실시했다.

해외 한식당 종사자 교육교재와 연계하여, 필요 메뉴를 활용하고 업소용 대용량 레시피를 교육함에 따라 사업의 시너지 효과를 높였다.

〈향후 착안사항〉

“조기에 사업을 추진할 필요가 있다. 지속 사업인 점을 감안하여, 사업비 집행에 대해서는 엄격한 가이드라인을 초기에 제공하고 철저하게 관리할 필요가 있었다.”

조리사 교육의 경우, 지속적이고 상시적인 교육에 대한 요구가 높았으며, 이를 위해서는 협의체 연계교육을 확대하고 현지 조리 실습시설 확보가 필요했으며 협의체 사업의 경우, 현실적으로는 초기 단계에서 협의체가 사업 계획을 기획하거나, 행정적인 업무처리가 서툴러 사업계획 구상에 많은 시간이 소요되는 실정이었다.

이에 따라, 조기에 사업을 추진할 필요가 있다. 지속 사업인 점을 감안하여, 사업비 집행에 대해서는 엄격한 가이드라인을 초기에 제공하고 철저하게 관리할 필요가 있었고 교육기관 위탁을 통한 교육의 경우, 교육기관 선정 시 2009년 사업추진 기관에 가점 부여를 검토할 필요가 있었다. 교육기관에서도 동일 업체 파견을 희망하였고 현지에서는 매번 다른 사람이 찾아와 유사한 질문을 하는 것에 대한 불만이 높았다. 교육기관을 자주 변경하면 매번 교육 요구 도출 및 상황 파악을 위해 중복적인 프로세스를 거칠 수밖에 없으며, 2010년 사업추진 과정에서 구축한 현지 인적 네트워크 및 인프라, 시행착오 경험도 활용되지 못하는 단점이 있었다.

2010년에 제작된 한식당 종사자 교육용 콘텐츠를 적극적으로 활용해야 했다. 많은 유용한 콘텐츠가 제작되었으나 현지 홍보부족으로 활용도가 낮았다. 금년 해외 한식당 종사자 교육에 적용된 교육구성, 교육자료 등을 토대로 교육 자료를 보완·발전시켜 책자를 발간하고 보급할 필요성이 대두되었다.

• 해외 한식당 종사자 교육 현황

구분	2009년 실적	2010년 계획	
추진방법	전문기관 위탁	전문기관 위탁	현지 협의체 연계
교육목표	4개 도시	7개도시	3개도시
교육기관 수	670명 교육	2,055명	

• 대상 지역별 교육일정 및 대상인원

대상지역		교육기간	총 교육인원	교육기관
미국	LA	10. 18 ~ 10. 22	190명	한국 전통음식 연구소
	뉴욕	11. 3 ~ 11. 12	225명	한식당협의회
일본	동경	10. 12 ~ 12. 2	480명	한식당협의회
	오사카	10. 13 ~ 10. 19	100명	숙대 한국 음식 연구원
중국	북경	11. 11 ~ 11. 13	160명	동원리더스아카데미
	상해	11. 25 ~ 11. 27	160명	
	심양	11. 18 ~ 11. 13	160명	
	연변	11. 11 ~ 12. 16	380명	한식당협의회
베트남(호치민)		11. 8 ~ 11. 12	100명	한해외식산업경영연구원
홍콩		11. 10 ~ 11. 16	100명	푸드 앤 컬처코리아
-		계	2,055명	-

• <교육비> - 국고로 추진

구분	대상지역	목표인원	지원액
전문기관위탁	미국(LA), 중국(북경, 상해, 심양), 일본(오사카), 베트남(호치민), 홍콩	970명	350백만원
현지 인프라활용	미국(뉴욕), 중국(연변), 일본(동경)	1,085명	440백만원
-	계	2,055명	790백만원

<해외 한식당 종사자 교육 추진실적>

- 농식품부 사업계획 시달(3. 24, 식품산업정책과-1127)
- 해외 한식당 종사자 교육용 실무교재 제작 방침 및 1차 전문가 회의(5. 7, 식품산업처-890)
- 실무교재 제작 전문가 2차 자문의회(6. 30, 식품산업처-1392)
- 현지 여건 조사(8월 / 협의회 사업 협의와 연계 / 북경, 연변, 심양, 동경)
- 해외 aT, 협의회와 사업내용 및 추진일정 협의(8월 ~ 9월)
- 교육기관 협약체결(9. 23, 식품산업처-2211)
- 협의회 연계 해외 한식당 종사자 교육 방침 및 농식품부 승인요청(10. 6, 식품산업처-2369)
- 해외 aT를 통해 사업추진 계획 협의(9 ~ 10월)
- 협의회 연계 한식당 종사자 교육계획 농식품부 승인(10. 7, 외식산업진흥팀-168)
- 해외 한식당 종사자 교육 추진현황 점검(11. 11, 11. 25, 식품산업처-2761)

- 해외 aT로부터 결과보고서 접수(12. 1 ~ 12. 30)
- 2010년 사업결과 보고 및 사업비 정산(12. 30, 식품산업처-3542)

<중국 현지 여건>

• 북경의 유명요리학교 한식강좌개설은 북경 조리대학 인프라 미비로 시기상조였다. 심양은 선도 식당인 '백제원'을 제외하고는 한식세계화에 대한 인식이 미흡하여 교육생 모집 등 교육 계획을 면밀히 검토 추진하는 것이 바람직했다. 연변은 협의체에서 사무실 공간을 임차하여 조리전문교육장을 설치하는 것을 검토하였고, 일회성 교육보다는 교육시설을 지원하여 자체적으로 한식조리전문교육기관으로 발전시켜가는 방안이 효율적이었다. 또 한식조리사 자격시험을 현지 법제화하는 방안을 중국 중앙정부와 협의했다.

<일본 현지 여건>

• 도쿄의 경우 동경 한식넷, 해외 aT와 지원범위, 구체적인 사업추진 방향에 대한 세부논의를 추진했으나, 예산 지원, 추진 방법에 대한 이견이 많아 현지 협의체와 세부계획 협의를 종결했다.

<교육계획에 대한 심층검토 및 전문가 자문>

• 현지 협의체(뉴욕, 동경, 연변) 사업계획에 대한 협의 및 비용 집행 타당성을 검토했다. 교육메뉴, 프로그램에 관한 전문가 협의를 진행했다. 연변 지역 현지 교육인프라 시설에 대해 방문컨설팅 업체를 통해 재검증하고 필요시설 및 장비, 금액기준, 프로그램에 대한 실무협의를 추진하였다.

<국가별 교육추진>

• 2010년부터는 상시적이고 지속가능한 현지 교육추진을 위해, 해외 한식당 연합회와 연계하여 교육을 추진하고, 강사 네트워크, 커리큘럼, 교육체계 등 인프라 축적을 도려하기로 했다. 연변은 협의체가 활성화 되어 있고 교육수요가 높으며, 해외 각지로 조리사들이 진출하는 등 파급효과가 큰 특성을 감안하여 현지에 조리 실습실 설치를 지원하기로 했다.

대상지역	교육기관	교육인원			
		계	경영주	조리사	홀서빙
미국(뉴욕)	미 동부 한식세계화 추진위원회	355명	145	185	25
일본(동경)	민단 한식넷 협의회	475명	48	385	42
중국(연변)	연변 조선족 전통요리 협회	414명	106	140	168
계		1,244명	299	710	235

• 주요성과

한식당협의체와 연계하여, 현지에서 지속가능한 교육 시스템 구축하고, 현지 강사 육성을 위해 현지 강사를 한국에 초청 교육하여 2010년부터 교육에 투입했다. 연변은 조리시설 지원으로 향후 연간 1,000여 명의 교육생을 배출하고 현지 한식당에 인력을 공급할 것으로 기대되었다. 기본 교육교재 제공을 통한 해외 종사자 교육의 가이드라인을 제시하고 해외 한식당에서 수요가 높은 메뉴를 중심으로 업소용 대용량 레시피를 수록하였다.

• 향후 발전사항

현지에서는 지속적이고 상시적인 교육에 대한 요구가 높았으며, 이를 위해서는 협의체 연계교육을 확대하고 현지에서 교육추진 시 일부 국가에서는 조리실습을 위한 제대로 된 실습 강의실이 없는 경우가 있어, 수요가 있는 지역은 조리시설 지원에 대한 검토의 필요성이 대두되었다.

<연변 교육시설 인프라 지원에 관한 검토>

연변 지역은 협의체 회장을 중심으로 회원들이 잘 단합되어 정부의 한식세계화사업(자체홍보 사업 등)을 적극적으로 추진하고 있으며, 한식조리사 자격시험을 현지에서 법제화하는 방안을 중국 중앙정부와 협의하였다. 따라서 일회성 교육보다는 교육시설을 지원하여 자체적으로 한식조리전문 교육기관으로 발전시키는 방안이 효율적이라 판단되었다. 2010년 8월 연변 한식당협의체 공동 실태조사 결과 사업성고가 높을 것으로 판단되었다.

“연변 지역은 협의체 회장을 중심으로 회원들이 잘 단합되어 정부의 한식세계화사업(자체홍보 사업 등)을 적극적으로 추진하고 있으며, 한식조리사 자격시험을 현지에서 법제화하는 방안을 중국 중앙정부와 협의하였다.”

<연변 및 동북 3성의 특성>

길림성 동부에 위치, 길림성의 1/4의 면적-4.27만 평방키로
총인구 218.7만 명, 조선족 인구는 80.6만 명(36.8%)
(중국 최대의 조선족 거주지역이며 동북에서 유일한 소수민족자치주)
※ 북경, 천진 등 수도권에 15만 명, 산둥에 16만 명,
 화둥에 6만 명, 화남에 8만여 명
한식당 현황 : 연변 300여 개(랴오닝성 200여 개, 흑룡강성 30여 개)

“일회성 교육보다는 교육시설을 지원하여 자체적으로 한식조리전문 교육기관으로 발전시키는 방안이 효율적이라 판단되었다.”

“역 페스티벌에서 한식 홍보하기, 식재료 공동구매, 맛지도 제작, 홈페이지 제작 등이 이루어졌다. 교육 업체에 위탁하는 일회성 방문 교육이 아닌, 현지 협의체를 중심으로 수요자 중심의 교육을 추진하고, 교육 노하우, 인적 네트워크 등을 축적해 나간다면 한식세계화를 위한 중국 내 주요 거점이 될 수 있도록 하였다.”

“협의체가 추진 중인 중국 내 한식자격증 제도가 도입되면 늘어날 자격증 교육 희망자에 대해서도 교육을 추진하며 한식조리사 자격증 제도 도입을 추진하는 등 중국 내에서 한식 조리인력들의 수준 향상에 큰 성과를 낼 수 있을 것으로 판단되고 자격증 제도와 교육 사업의 경우 높은 시너지 효과도 기대되었다.”

연변지역의 조선족은 세계 각국의 한식당에 종업원으로 취업하고 있었다. 최근 인건비 상승 등으로 인해 조선족이 각국의 한식당에 취업하고 있으나 한식 조리에 대한 경험이 없어 제대로 된 한식을 만들지 못해 한식에 대한 이미지가 낮아지고 있는 상황이었다.

한식당 근무경험이 전혀 없는 조선족도 해외 한식당으로 진출하고 있는데, 출국 통계에 따르면, 한국에 35만 명, 일본에 5만 명, 미국에 2만 명 정도가 진출한 것으로 추산되었다. 한식에 대한 관심이 고조되면서, 중국에서 한식을 배워 한식당을 개설하고자 하는 수요가 많으나, 중국 내에 마땅한 조리 교육기관이 없어 연변 한식당협의체인 ‘연변 조선족 전통요리협회’에 각 지역의 한족, 조선족 교육 희망자들이 찾아오고 있었다. 하루 15~20명 정도의 교육생을 소요경비만 받고 교육해 주고 있으나 교육시설 및 교육장비가 뒷받침 되지 않아 제대로 된 교육을 진행하지 못해주는 실정이었다.

북경, 상해, 심양에서 찾아오는 교육생도 있었다. 연변 한식당협의체에서는 자체적으로 중국의 중앙정부와 협의하여, 국가공인 한식조리사 자격증 제도 도입을 추진하는 등 중국 내에서 한식 조리인력들의 수준 향상에 큰 성과를 낼 수 있을 것으로 판단되었으며, 자격증 제도와 교육 사업의 경우 높은 시너지 효과도 기대되었다. 협의체와 연변자치구에서 자격증 제도를 추진하면서, 중국 내에서 한식당 개설시, 자격증 보유자를 의무채용하는 방안을 중국 정부와 협의하였다. 연변 한식당협의체는 김순옥 회장 아래 회원들이 잘 조직화되어 한식세계화 관련 사업을 적극적으로 추진하였다.

지역 페스티벌에서 한식 홍보하기, 식재료 공동구매, 맛지도 제작, 홈페이지 제작 등이 이루어졌다. 교육 업체에 위탁하는 일회성 방문 교육이 아닌, 현지 협의체를 중심으로 수요자 중심의 교육을 추진하고, 교육 노하우, 인적 네트워크 등을 축적해 나간다면 한식세계화를 위한 중국 내 주요 거점이 될 수 있으며 조선족은 중국 국적을 보유하고 있어, 향후 아카데미 개설 등의 사업추진도 가능하다.

〈교육시설 인프라 지원에 대한 관리 및 활용계획〉

현지에서 필요한 교육장비 등을 설치하도록 지원하되, 가격 책정의 합리성 등을 위해 외부 컨설팅 업체로부터 적정시설 및 예산 규모 산정을 의뢰했다.(2010년 해외 한식당 방문 컨설팅 업체 FIM 코리아에 의뢰) 협의체에서 장기 임대한 50평 규모의 강의장 시설을 설치 및 지원했다. 지원받은 조리교육 장비는 모두 전용공간 내에 집적하여 설치·운영하였으며, 협의체는 지원 장비에 대해 관리책임자를 지정하고 관리대장 작성, 관리 번호를 부여, 라벨부착 등을 통해 이를 관리했다.

현지 aT는 연 1회 협의체를 대상으로 지원 장비에 대한 관리 및 적정사용 유무 등을 감독, 유실 및 파손에 대한 손해배상(원상복구) 등에 관한 사항을 협의체와 업무협약 체결시 반영했다. 현지 aT는 협약 체결 시 협회의 자산 또는 협회장 보증 등을 통해 담보 입보하고 지원 시설·장비는 사용 연수(5년)가 종료되기 전까지는 처분권은 회사가 소유했다.

중국 내 한식당 개업을 희망하는 조선족 및 한족은 연간 6,000여명에 달했다. 한식당 종사자 교육을 정례화하여 연간 1천명 내외(동북 3성 한식당 종사자수는 총

500여명)를 교육하여 한식 조리교육 수요자에 대한 체계적인 교육이 되도록 했다.

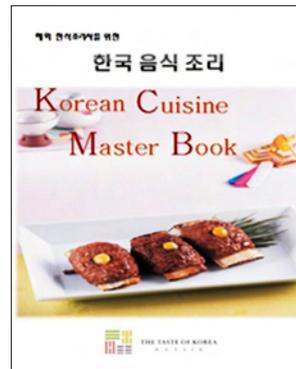
협의회가 추진 중인 중국 내 한식자격증 제도가 도입되면 늘어날 자격증 교육 희망자에 대해서도 교육을 추진하며 한식조리사 자격증 제도 도입을 추진하는 등 중국 내에서 한식 조리인력들의 수준향상에 큰 성과를 낼 수 있을 것으로 판단되고 자격증 제도와 교육 사업의 경우 높은 시너지 효과도 기대되었다.

〈해외 한식당 종사자 교육용 교재 제작〉

조리사 교육은 ‘아름다운 한국 음식 100선’을 기본으로 강사의 보조 강의 자료에 의해 이루어졌으나 교육생의 요구에 부합하기에는 한계가 있는 것으로 확인되었다. 해외 교육이 다양한 주체를 통해 이루어지는 상황에서 교육수준에 대한 가이드라인을 제시하고, 쉽게 활용할 수 있는 교재를 보급하여 교육수준을 향상할 필요가 제기되었다.

제작기간은 2010. 5. 7 ~ 8. 16 관련 전문가 및 해외 한식당협의체 등의 자문 및 의견을 수렴하였다. 배화여대 김정은 교수, 경희대 김태희 교수, 숙대 한국 음식 연구원 진소연 팀장, 전통음식 연구소 노광석 실장, 배운자 요리학원 배운자 원장, 한국 음식 세계화 연구소 유명곤 이사, 동원리더스아카데미 차현수 상무, 놀부 고경진 이사 등이 참여하였다.

효율적인 사업추진을 위해 유명곤 이사(한국 음식 세계화 연구소)를 집필위원으로 선정하여 사업을 추진하고, 자문내용 등을 교재 제작에 반영하였다. 자문단의 호선으로 집필위원을 선정하고 집필에 따른 인건비 및 관련 경비를 지원하였다.



〈실무 교육 교재〉

〈연변 한식 강사 교육〉

연변 한식당 종사자 교육을 현지 한식당협의체를 통하여 추진하고, 교육을 위한 조리시설 등의 인프라를 구축하고 있다. 따라서 교육을 운영할 한식 강사의 역량 강화의 필요성이 어느 때보다 컸다.

“해외 교육이 다양한 주체를 통해 이루어지는 상황에서 교육수준에 대한 가이드라인을 제시하고, 쉽게 활용할 수 있는 교재를 보급하여 교육수준을 향상할 필요가 제기 되었다.”



〈연변 한식강사 교육과정〉

“연변 한식당협의체에서
 자체적으로 한국을 방문하여
 전문교육기관에서 한식조리강좌
 수강을 희망하였고,
 해외 한식당 종사자 교육을 위한
 인적 인프라구축을 위하여
 공사에서 전문교육기관의
 연변 한식강사 교육을 위한
 한식강좌를 개설 지원하였다.”

〈추진내용〉

- 연변 한식당협의체에서 자체적으로 한국을 방문하여 전문교육기관에서 한식조리강좌 수강을 희망하였다. ('10. 10) 해외 한식당 종사자 교육을 위한 인적 인프라구축을 위하여 공사에서 전문교육기관의 연변 한식강사 교육을 위한 한식강좌를 개설 지원하였다. ('10. 11)
- 교육일정을 국내 식품전시회(Korean Food Expo) 및 해외 한식당협의체 워크샵 일정과 연계하여 교육대상자가 한국 식문화 및 트렌드를 체험할 수 있도록 추진하였다.
- 교육기간 : '10. 11. 21 ~ 26, 6일간
- 교육기관 및 장소 : (사)한국 전통음식 연구소 10층 강의실
- 교육대상 : 중국 연변 조선족 전통요리협회 교육센터 강사 9명
- 교육내용 : 한식 전문강사로서의 소양, 한식 기본소스 및 표준조리법 등
- 교육교재 : '아름다운 한국 음식 100선' 책을 활용, 실습교육에 맞도록 교재 개발
- 체험교육 : 한식당(3곳) 및 식자재시장(2곳) 방문

〈개선 및 발전방안〉

- 해외에서 추진하는 한식세계화사업에 필요한 현지 인력을 발굴하여 지역별 한식강사에 대한 재교육을 실시함으로써 교육역량을 강화해야 한다. 교육과정에 대한 피드백이 효율적으로 이루어질 수 있도록 교육기관 및 수강생을 대상으로 하는 표준 설문양식을 설계하고 설문조사를 실시해야 한다.

〈교육기관 위탁 한식당 종사자 교육 추진 경과〉

- 농식품부 사업계획 시달(3. 24, 식품산업정책과-1127)
- 해외 한식당 종사자 교육용 실무교재 제작방침 및 1차전문가 회의(5. 7, 식품산업처-890)
- 실무교재 제작 전문가 2차 자문의뢰(6. 30, 식품산업처-1392)
- 교육기관 위탁 사업 세부 추진계획 수립(8. 4, 식품산업처-1760)
- 교육기관 선정심사(8. 31, 식품산업처-1977)
- 교육기관 선정(9. 3, 식품산업처-2031)
- 교육기관 협약체결(9. 23, 식품산업처-2211)
- 교육기관 워크샵 개최(착수보고) (9. 13, 식품산업처-2177)
- 해외 한식당 종사자 교육 추진현황 점검(11. 11, 11. 25, 식품산업처-2761)
- 사업 정산을 위한 원가계산 전문 업체 선정의뢰(12. 3, 식품산업처-3039)
- 교육기관으로부터 결과보고서 접수(12. 1 ~ 12. 30)
- 원가계산 전문 업체 선정(12. 20, 경영관리처-6570)

- 원가계산 전문 업체 평가결과 접수(12. 30)
- 2010년 사업결과 보고 및 사업비 정산(12. 30, 식품산업처-3542)

〈교육기관 선정 및 협약체결〉

- 선정방식 : 공모에 의한 교육기관 선정
- 공고방법 : 공사 홈페이지, 한식세계화 공식포털에 게재
- 공고기간 : '10. 8. 4 ~ 25
- 교육기관 선정 심사 : '10. 8. 31
- 평가내용 : 교육 프로그램 구성, 교육환경, 교육과정 운영 능력 등
- 선정결과 : 지역별 총 5개 기관 선정(국가별 1개 기관)

미국(LA)	중국(북경, 심양, 상해)	일본(오사카)	베트남(하오이)	홍콩
전통음식 연구소	동원리더스아카데미			
동원리더스 아카데미	외식산업경영연구원 급식외식위생학회	숙명여대	외식산업 경영연구원	푸드앤컬처 코리아

- 선정된 교육기관과 협약체결 : '10. 8. 31
- 공사와 교육 기관 간 권리와 의무에 관한 사항을 협약

〈교육기관 워크샵 개최〉

- '10. 9. 30
- 참석자 : 교육기관 및 관련 전문가 20여 명
- 교육기관의 추진계획 보고 및 전문가 자문, 국가별 교육 착안사항, 프로그램 구성, 진행에 관한 전문가 자문을 진행했다. 교육기관 간 우수 프로그램 등에 대한 정보를 공유하고 운영 관련 협의를 하였다.

〈교육추진 결과 : 7개 도시 1,570명〉

대상지역	교육기관	교육인원			
		계	경영주	조리사	홀서빙
미국(LA)	한국 전통음식 연구소	237명	21	171	45
중국(북경)	-	290명	89	108	93
(상해)	동원리더스아카데미	281명	79	113	89
(심양)	-	272명	79	107	86
일본(오사카)	숙명여자대학교	176명	53	79	44
베트남(하오이)	외식경영연구원	146명	23	101	22
홍콩	푸드 앤 컬처코리아	168명	65	64	39
합계		1570명	409	743	418

“한식조리학과 개설 학교가 부족하여 체계적인 교육에 한계가 있었다. 한식조리학과가 개설된 대학은 2년제인 배화여대, 대전보건대와 4년제인 영산대, 전주대 정도다.”

04. 한식조리 특성화 학교 지정

한식조리학과 개설 학교가 부족하여 체계적인 교육에 한계가 있었다. 한식조리학과가 개설된 대학은 2년제인 배화여대, 대전보건대와 4년제인 영산대, 전주대 정도다. 그러나 전체 교과목 중 전통조리 교과목이 차지하는 비율이 평균 32%에 불과하고 한식 관련 교과목 및 현장실습 비중도 낮아서 산업 현장과의 연계성이 부족했다.

따라서 한식에 특화된 정예 인력을 배출할 수 있도록 해외 유명 조리학교 교류, 국내·외 인턴십, 현장실습 등을 갖춘 특성화 학교의 모델 발전 및 지속적인 인력육성 시스템 확보가 필요했다. 이는 대학원 설립, 전문 강좌 개설, 단과대학, 부설아카데미 등으로 발전되어야 필요성이 대두되었다.

한식조리학과를 이미 개설하고 있거나, 개설하고자 하는 대학 또는 고교를 대상으로 특성화 학교로 지정하고, 지원항목으로는 한식 관련 연구비, 실험실습 기자재 확충, 우수 교원 확충 등 교육인프라와 학생에게 장학금, 국내·외 인턴십, 산업체 현장실습, 실습비 등을 지원했다. 단, 특성화 대학의 경우, 학교 차원의 대응투자의 30% 이상을 의무화했다.

구분	운영규모	지정기간	2010년 지원금액
특성화 대학	2	4년	학교당 6억
특성과 고교	1	3년	학교당 2억

〈주요 성과 및 향후 계획〉

교육기관의 특화된 인프라를 활용한 한식 전문인력을 양성하였다. 우송대학교는 한식의 국제화, 세계화로 특화된 커리큘럼이 특징이다. 16명의 외국인 셰프 교수를 통한 외국인 강의 및 메뉴의 세계화 전략을 습득하고, Johnson&Wales University, 양주 대학교 등 해외 대학과 공동연구 및 학점교류를 추진했다.

우송대에서 2년, 현지 학교에서 2년을 수강하는 2+2 제도를 도입했다. 또 해외 요리학교(싱가포르 At-Sunrice, 마닐라 Center for culinary Arts)와 협약을 통해 해외 연수를 진행하고, 직영 레스토랑과 연계하여 실무 현장실습, 인턴십을 거쳐 현장적응력을 제고하였다. 전주 대학교는 한식 관련 인프라를 모두 접목한 특화 프로그램을 갖추었다. ‘전라도’의 지역 특성상 발달된 한식 관련 인프라와 국가 식품클러스터, 비빔밥생산자 협회, 지역 축제 등과 네트워크를 통해 한식연구를 강화했다.

운영 중인 학교기업의 인턴십을 통해 전통음식의 상품화, 글로벌화 학습, 제품 생산, 연구, 상품화 및 판매, 특허 등 지적 재산권을 확보했다. 또 해외 유명 요리 학교 연수를 통해 글로벌 마인드를 겸비한 한식 인재를 양성하고, 산학협력 취업약정제 확대를 통해 한식기업 취업률을 극대화하였다.

정부 지원 대비 높은 민간의 투자를 유도했다. 우송대학교의 경우 4년간 정부 지원금의 54%인 13억 원의 현금 및 현물 대응투자를 하였고, 전주대학교는 4년간 정

부 지원금의 100%인 24억 원의 현금 및 현물 대응투자를 하였다. 이외에도 추가로 보유 건물을 전용시설로 전환하는 등 적극적인 특성화 의지를 보였다. 향후 한식산업의 발전 을 이끌 중장기적 교육시스템으로 확대해야 할 필요성이 대두되었다.

교육기관의 특화된 인프라(산학연계, 국내·외 인턴십 등)를 활용하고 관련 분야(식품영양, 외식, 전통음식, 동·서양요리 등)와 연계하여 시너지효과를 높이고 한식 에 특화된 전인교육을 지향했다. 이는 향후, 평생교육 강좌, 대학원 개설, 부설 아카데미 개설 등 교육시스템 발전으로 확대 될 필요가 있었다.

“교육기관의 특화된 인프라 (산학연계, 국내·외 인턴십 등)를 활용하고 관련 분야(식품영양, 외식, 전 통음식, 동·서양요리 등)와 연계하여 시너지효과를 높이고 한식에 특화된 전인교육을 지향했다.”

〈세부 추진 실적〉

- 농식품부 사업계획 시달(3. 24, 식품산업정책과-1127)
- 세부추진계획 수립 및 내부방침(6. 15, 식품산업처-1250)
- 교육기관 모집공고(6. 5 ~ 7. 5)
- 전국 시도 교육청에 특성화학교 지원사업 안내(6. 16, 식품산업처-1263)
- 특성화 학교 선정 1차 평가회의(7. 7, 식품산업처-1476)
- 특성화 학교 선정 2차 심사(7. 13 ~ 15, 식품산업처-1522)
- 특성화 학교 최종선정(7. 16, 식품산업처-1604)
- 특성화 학교 운영지침 제정을 위한 관련 기관 회의(8. 25)
- 운영지침 통보 및 사업계획 보완요청(9. 10)
- 수정 사업계획서를 바탕으로 협약체결(9. 16)
- 교육기관별 사업추진('10. 9 ~ '11. 2)
- 한식조리특성화학교 발전방향에 대한 세미나(11. 19)
- 성과지표 개발 및 발전방향 연구용역 계획수립(12. 4)
- 농식품부 승인문서 접수(12. 9 / 외식산업진흥팀-832)
- 교육기관 선정의뢰(12. 7 / 식품산업처-3101)
- 연구용역 제안평가(12. 23)
- 연구용역 수행업체 계약체결(12. 31)
- 2010년 한식조리특성화학교 사업추진현황 보고 접수(12. 24)
- 전주대학교 추진현황 보고 보완요청(12. 31) / 보완내용 접수(1. 5)

사업 계획서 평가(서류심사)



현장 방문 실사 및 인터뷰



최종 선정



협약체결 및 사업추진

- 관련 업계, 전문가, 정부기관 인사들로 구성된 7명의 심사위원을 구성하여 2차 심사 대상 선정(2배수)
- 사업 계획서에 기재된 내용 확인
- 학교의 특성화 의지 확인
- 심사위원회의 심의를 통해 결정
- 선정된 학교에와 공사간의 협약 후 사업추진

“한식조리 특성화 학교로
우송대, 전주대, 부산관광고 등이
선정되었다.”

- 응모기관 : 대학 7개(구미1대학, 상명대, 영산대, 우송대, 전남도립대, 전주대, 신성대학), 고교 6개(경남관광고, 고양고, 부산관광고, 부산정보관광고, 서울생활과학고, 순천효산고)
- 선정 결과 - 특성화 대학 : 우송대학교, 전주대학교 / 특성화고교 : 부산관광고 등

〈세부 추진 실적〉

- 사업관리위원회 구성 : 1월 ~ 2월 초
- 공인회계사 선임 : 2월 초. 공인회계사 선임, 전문가 그룹 편성 등은 직업능력 개발원과 협의하여, 타 기관 사례를 바탕으로 효율적인 업무 처리 시스템 채택
- 주관기관(학교)으로부터 1차년도 사업결과 보고서 접수 : 2. 13
- 관련 증빙자료 등 제출 마감 : 3. 15
- 주관기관 보고서를 바탕으로 사업 추진결과 및 정산 예정액 사전 보고 : 2월 말
- 사업 관리위원회 개최 : 3. 15. 2010년 연구용역을 바탕으로, 사업 추진결과 보고, 2011년부터 적용할 평가지표, 발전방향 보고, 2011년 사업 추진방향 확정, 차등지원, 체제 포함
- 사업비 최종 정산결과 통보 : 3. 30. 농식품부에 보고, 주관기관은 이의가 있을 경우 10일 이내에 이의신청, 증빙자료 검토 등을 바탕으로 현저한 금액 발생 시 사업관리위원회에 재심의
- 주관기관의 사업계획서 제출 : 3. 30
- 주관기관의 사업계획서 심의 및 확정 : 4. 30, 사업관리위원회 개최를 통해 확정
- 2011년 사업비 교부

〈사업관리위원회〉

• 사업추진 및 의사결정에 객관성, 공정성을 확보하고 주로 의사결정 기능을 한다. 주관기관(사업 참여 기관)의 문제점 및 제기 민원 처리에 대한 객관적 처리 근거를 확보한다. 위원회의 주요기능은 사업 전반의 계획에 관한 시행 및 수정 계획에 관한 자문과 주관기관에 대한 예산 지원 및 변경에 관한 심의·의결, 사업 운영 지침 위반 및 문제발생 주관기관에 대한 제재조치 심의·의결이다. 사업관리 위원회는 유관 공공 및 민간기관(협의회 포함)의 기관장급, 대학교의 조리 관련 단과대학장급 교수로 구성, 기타 인사를 포함한다.

〈사업자문위원회 구성〉

• 사업의 목표 달성 및 성과관리에 필요한 전문가를 확보하여 자문위원회를 구성한다. 주요기능은 사업 참여 주관기관을 대상으로 분기별 현장 점검 및 주요 개선 사항을 자문

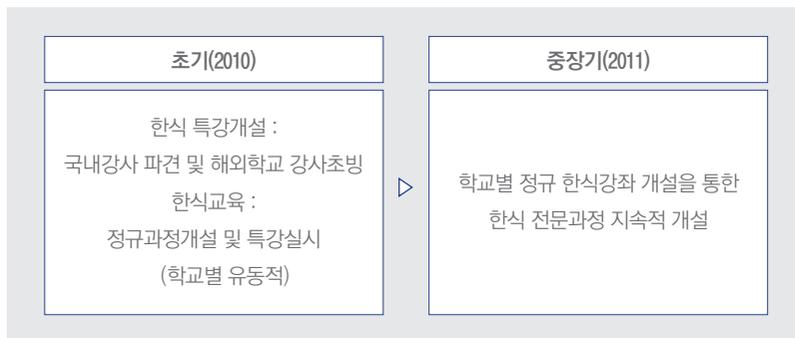
한다. aT에 현장 점검 결과를 보고하고 사업 개선 사항을 건의한다. 자문위원회는 사업의 일관성 유지를 위해 사업평가위원회의 위원 중 일부 위원을 포함하여 연내 주관 기관 현장에서 위원회를 개최하고 추진계획을 보고한다.

05. 해외 유명 요리학교 한식강좌 개설

미국 CIA나 일본의 핫토리야와 같은 유명 요리학교에서 조리를 배우는 외국인을 대상으로 한식을 교육하여 Top - Down 방식의 한식 교육을 실시했다. 세계적인 요리학교에서 공부하고 있는 세계 각지의 학생들을 대상으로 한 한식 교육은 한식을 세계로 파급하는 발판 구축이 될 것으로 기대되었다.

이를 위하여 해외 유명 요리학교를 중심으로 한식 강좌 개설을 추진하는데, 우선 특강 및 단기강좌로부터 시작하여, 추후 학교와 협의를 통해 정례화를 추진했으며 운영은 한식 강좌 개설 협약을 통해 위탁 추진하고 한식 강좌의 특강개설을 시작으로 한식 강좌 정례화를 추진하는 방식을 취했다.

“해외 유명 요리학교를 중심으로 한식 강좌 개설을 추진하는데, 특강 및 단기강좌로부터 시작하여, 추후 학교와 협의를 통해 정례화를 추진했다.”



<일본 핫토리 요리학원 한식 강좌 개설>

한식 강좌 개설(1회 3시간 교육과정) 협약을 통해 위탁을 추진하여 핫토리 요리학원 전 교생에게 한식 기본강좌(이론, 강사 조리시범, 학생 조리실습, 시식 및 평가)를 교육했다.

한국 요리의 역사와 문화를 배우고 조리실습을 통해 한국 요리에 대한 바른 이해와 조리법을 습득하게 했다. 추진과정은, 세부추진계획작성(3. 16) → 재일본 한식강사 전문교육 위탁요청(숙명여대 한국 음식 연구원, 3. 17) → 재일본 한식강사 전문교육육진행(3. 28 ~ 31) → 재일본 한식강사 전문교육 정산 및 결과보고(4. 27) → 일본 핫토리 학원과의 한식강좌개설을 위한 기본지침 통보(도쿄 aT, 4. 30) → 계약체결(4. 30) → 강좌진행(5. 20 ~ 11월) 순으로 진행했다.

<세부교육 추진일정 및 실습메뉴>

• 학생강좌 총 993명

회수	일자	교육내용	강사	소속	인원	메뉴
1	6/15	이론 실연 실습 시식	신월순	영양사과 1년 A조	59	전복죽, 잡채, 파전, 삼계탕, 김치, 김치밥
2	10/19			B조	56	
3	6/22			C조	52	
4	8/23		조선옥	영양사과 2년 A조	52	한국전통떡, 유자차
5	9/28			B조	54	
6	6/11		신월순	조리사과 A조	51	호박죽, 야채전, 갈비찜, 비빔냉면, 김치
7	9/2			B조	41	
8	6/25			C조	49	
9	6/10			D조	54	
10	6/24		신월순	조리테크니컬 2년 A조	55	전복죽, 잡채, 파전, 삼계탕, 김치, 김치밥
11	10/5			B조	51	
12	6/30			C조	53	
13	9/27			D조	40	
14	9/24		신월순	조리테크니컬 2년 A조	36	자죽, 구절판, 오이선, 해물김치찌개, 오곡밥, 깍두기
15	9/13			B조	31	
16	10/12			C조	38	
17	9/21			D조	39	
18	10/18		신월순	야간조리사과 1-A조	36	호박죽, 야채전, 갈비찜, 비빔냉면, 김치
19	10/4			B조	37	
20	10/29		신월순	야간조리사과 2-A조	53	1~3회 메뉴와 동일
21	5/20		신월순	야간조리사과 3-A조	56	14~17회 메뉴와 동일

• 일반강좌 총 77명

회수	일자	명칭	참가인원	교육내용	메뉴	강사
1	5 / 26	행복한 쿠키	20	실연 실습 시식	비빔밥, 닭강정, 미역국, 초고추장	신월순
2	6 / 5	루나라팍	37		삼색나물, 도라지무침, 불고기	
3	11 / 4	뮤즈쿠키	20		비빔밥, 닭강정, 미역국, 초고추장	

• 특별강좌 총 133명

회수	일자	소속	참가인원	교육내용	메뉴	강사
1	9/9	학생	20	실연 실습 시식	한국식재를 활용한 요리 식재: 김치, 고추장, 쌈장, 인삼, 유자차, 청고추, 김, 건표고버섯, 참기름, 갯잎	타무라 타카시
		연구회회원	37			
		요리관계자	20			
		일반인	37			
		매스컴	20			

• 강사 및 주요 경력사항

구분	소속	주요 이력
학생강좌 및 일반강좌	신월순(愼月順) : 교수, 요리연구가	1949년 : 일본 동경 출생 핫토리(服部)영양전문학교 영양사과 졸업 핫토리영양전문학교 교수 한국궁중요리 <무궁화>경영 TV(뉴스 플러스1, 하나마루 마켓, 줌-인 아침 등)출연 저서 : [맛있는 김치와 한국요리], [기본 한국요리] 일본의 한국요리 전도사로 소개 (중앙일보 8. 14일자) 홈페이지 : http://sin-mugunghwa.com/school.html
학생강좌	조선옥(趙善玉) : 요리연구가	1968년 : 전라북도 출생 일본의 [르 코르동 블루]에서 프랑스 요리와 가마쿠라에서 일본요리 공부 조선옥 요리연구원 떡 카페 [바람] 경영 한국 인천시 [한국요리개발촉진연구원] 경영 한국문화원 주최 한국요리 기획제작 등 담당 저서 : [소중한 사람을 위해 만드는 한국요리 - 화학조미료를 사용하지 않는 웰빙 한국요리] 홈페이지 : www.cho-sunok.com
특별강좌	타무라 타카시(田村 隆) : 유명 요리사	일본요리 [초키지 타무라] 3대 오너 NHK 등 TV 요리 프로그램 강사 요리학원 초빙 강사 일본요리원구회 사범 저서 : [옛세이, 숨겨진 칼], [초키지 타무라의 일식]등 홈페이지 : www.tsukiji-tamura.com

“한식 강좌 개설 협약을 통해 위탁을 추진하여 핫토리 요리학원 전교생에게 한식 기본강좌를 교육했으며 한국 요리의 역사와 문화를 배우고 조리실습을 통해 한국요리에 대한 바른 이해와 조리법을 습득하게 했다.”

수업(영양학, 식문화론, 집단 조리실습) 시간을 활용하여 별도의 한식 이론을 보충한다. 일반강좌는 일반 가정에서 손쉽게 조리할 수 있는 메뉴를 중심으로 소개하고 계절에 맞는 재료를 활용하여 메뉴 내용을 조정한다. 일본 식문화와의 차이점을 중심으로 한식의 이해를 도모한다. 특별강좌 강의에서는 유명 요리인을 초빙하여 다양한 한식재를 이용한 요리메뉴를 제안하고 시식한다.

• 재일본 한식강사 전문교육 실시

- 일정 및 장소 : 3. 28 ~ 31(3박 4일), 숙명여대 한국 음식 연구소
- 일본 핫토리 학원의 강사 포함한 일본 내 한식 전문강사에 대한 교육프로그램을 숙명여대 한국 음식 연구원이 위탁 운영하여 한식에 대한 재교육을 실시한다. 한식에 대한 이해도를 제고하고 일본인에게 강의하는 한식 강사를 대상으로 한국 음식의 역사와 문화에 대한 이해, 스토리텔링과 우수성 이해, 다양한 컨셉의 한국 음식 강의 기법 등 한국 음식 전반에 대한 소개와 설명이 가능하도록 수업을 구성한다. 교육대상자는 8명이다.

성명	현직	성명	현직
신월순	핫토리 영양전문학교 교수	조선옥	조선옥요리연구원 대표 떡 카페 <바람>오너
정태경	요리연구가	김유미	김유미한국요리스튜디오 운영
최성은	재일본 김치문화연구소소장 유한회사 최상의 김치 대표	채숙미	한국요리 키친스튜디오 <가야> 운영
유향희	한국가정요리점 <처가방> 오너	최윤희	동경농수산식품유통공사

“수강 필수인 정규수업시간을 활용한 한식강좌로 앞으로 조리사 또는 영양사로서 활약할 학생들에게 한국요리 조리법을 바르게 이해하고 조리의 기회를 넓혀 나갈 수 있는 체험기회를 제공했다.”

• 추진성과

수강 필수인 정규수업시간을 활용한 한식강좌로 앞으로 조리사 또는 영양사로서 활약할 학생들에게 한국요리 조리법을 바르게 이해하고 조리의 기회를 넓혀 나갈 수 있는 체험기회를 제공했다. 학교 교직원에게도 실습한 요리시식을 통한 맛의 체험으로 한식강좌에 대한 적극적인 관심과 자체적인 한식 교육기회 확대방법 모색을 도모했다.

한식강좌 설문조사 종합평가 결과, ‘매우 만족’ 또는 ‘만족’이 한식강좌와 일반강좌에서 86%, 특별강좌에서 99%로 평가되었다. 영양사과 조리실습 및 집단 조리실습 수업을 한식조리로 운영하는 등 핫토리 학원이 자체적인 한식교육을 추가 운영하여 확대 실시했다.

교육 관련 보도자료를 배포하여 관련 보도가 동아일보, 서울신문, 코리아헤럴드, 파이낸셜뉴스 등 7회 보도되었다.

〈미국 드렉셀대학교 한식 강좌 개설〉 9. 20 ~ 12. 3

한식 강좌 개설(1회 5시간 교육과정, 10주간) 협약을 통해 위탁 추진하였고, 미국 드렉셀대 호텔조리예술과학과 학생들을 대상으로 이론(1시간 / 주) 및 실습(4시간 / 주) 강좌를 진행했다.

• 한식강좌 교육 분야 및 수강대상자

구분	학점	회수	수강인원	시기	강사	대상
학생 강좌	4	10	이론 : 15명 조리 : 8명	9 ~ 12월 가을학기	Adrienne Hall(실습) 이지현(이론)	미국 드렉셀대학교 호텔조리 예술과학과 학생

• 한식강좌 교육 분야 및 수강대상자

세부추진계획 작성(7. 8) → 미국 드렉셀대학교 한식담당교수 양성과정을 위한 전문강사 파견협조요청(수도요리학원 이종임 원장, 인터컨티넨털 배한철 부장 7. 30) → 한식담당교수 양성 교육과정 진행(8. 2 ~ 13) → 한식담당교수 양성과정 정산 및 결과보고(8. 27) → 한식강좌개설을 위한 협약서 체결요청(미 드렉셀대학교, 9. 16) → 강좌진행(9. 20 ~ 12. 3) 강의 명칭 : CULA 465 Special Topic : Intro to Korean Cuisine(이론 강좌), Korean Cuisine(실습강좌) / 장소 : 미국 드렉셀대학교 Hospitality Management, Culinary Arts, and Food Science 내 / 조리예술 프로그램 내용 : 한식 조리 이론강의를 주당 1시간, 한식 조리실습 및 토론을 주당 4시간 진행하였다. 향후 정규과정으로 개설·연장하고 일반인 대상의 평생교육으로 확대해나갈 계획을 세웠다. 한국 식문화 및 역사, 테이블 매너, 한국인의 식문화, 한식 조리기술 등 폭넓은 내용을 소개하였고, 조리실습은 기본교재에 게재된 요리를 중심으로 교육하였으며 한식당 및 마트투어 프로그램, 한국의 밤 행사 등을 진행하여 한식에 대한 이해를 제고하였다. 미국 내 규모가 있는 사립학교의 프로그램(전체 학생 수 150명가량) 가운데 개설된 강좌로, 실습도구의 제한이 있어 참여 가능한 학생 수가 적었으나 강의 개설로 질 높은 강의 전달이 가능했다.

“한국 식문화 및 역사, 테이블 매너, 한국인의 식문화, 한식 조리기술 등 폭넓은 내용을 소개하였고, 조리실습은 기본교재에 게재된 요리를 중심으로 교육하였으며 한식당 및 마트투어 프로그램, 한국의 밤 행사 등을 진행하여 한식에 대한 이해를 제고하였다.”

구분	회수	인원	시기	강사	대상
이론강습	9	15	9.22 ~ 12.1	이지현	드렉셀대학교 학생 중 Intro to Korean Cuisine 수강생
한국 식료품점 방문	20	2 ~ 5	9.15 ~ 11.30		드렉셀대학교 호텔경영, 조리예술, 조리과학과 학생 중 Korean Cuisine 수강생
강사와 한식당 방문	15	2 ~ 5	10 ~ 12.17		드렉셀대학교 학생 중 Intro to Korean Cuisine 수강생
실습수업	10	8	9.22 ~ 12.1	에이드리언 홀	드렉셀대학교 호텔경영, 조리예술, 조리과학과 학생 중 Korean Cuisine 수강생
뉴욕고급 한식당 방문	1	11	10.23	이지현	드렉셀대학교 학생 중 Intro to Korean Cuisine 수강생

• 이론강습

- 1학점 이론 수업을 개설하여, 실습수업을 듣는 학생들뿐만 아니라 한식에 관심이 있으나 실습수업을 듣지 못하는 학생들에게 한식 교육을 한다.

회차	교육내용(강사)	사수
1	강의 계획서 설명, 한국 및 한식 소개 (이지현)	1
2	한식의 식재료 (이지현)	1
3	한국 소개, 오방색 (Adrienne Hall)	1
4	김치 종류 및 유래, 식사 예절 (이지현)	1
5	퀴즈 1, 한국 명절 음식 (Adrienne Hall)	1
6	뉴욕 맨하탄의 고급 한식당 견학 점심(반), 저녁(한가위) (이지현)	4.5
7	한식이 탄생한 곳, 한옥 (이동희)	1
8	한식 디저트 (이지현)	1
9	한국의 밤 행사로 인하여 수업 취소	0
10	퀴즈 2(한국 음식 12가지의 주요 재료) (이지현)	1
11	현재 한국 문화 및 한식 (이지현)	1.5
	총 강의 시간	14

• 실습수업

- 3학점 실습수업을 개설하여 '아름다운 한국 음식 100선'을 중심으로 한식 교육을 한다.

회차	교육내용(강사)	사수
1	한식 재료 인식, 나물, 고추장, 비빔밥, 김밥 (Adrienne Hall, 이지현)	4
2	된장찌개, 된장국, 떡볶이, 닭매운찜, 제육 볶음 (Adrienne Hall, 이지현)	4
3	불고기, 감자전, 김치전, 파전, 빈대떡, 해물파전 (Adrienne Hall, 이지현)	4
4	배추 김치, 백김치, 깍두기, 겉절이, 오이소박이, 돼지 수육 (쌈밥), 닭 불고기 (Adrienne Hall, 이지현)	5
5	순두부 찌개, 버섯 전골, 두부조림, 두부김치 (Adrienne Hall)	4
6	한국의 밤 메뉴 연습 - 잡채, 숙주나물, 시금치 나물, 불고기, 감자조림, 은대구 조림, 호박죽, 흑임자죽, 포도 디저트 준비 (Adrienne Hall)	4
7	한국의 밤 메뉴 연습 - 미나리 나물, 은대구 조림, 흑임자죽, 칵테일, 배추김치, 오이소박이 (Adrienne Hall, 이지현)	4
8	한국의 밤 행사 (Adrienne Hall, 이지현)	12
9	영양 돌솥밥, 국수장국, 떡국, 소갈비구이, 조기양념구이, 소고기 떡볶이, 오뎅 떡볶이, 미역국, 버섯 나물, 송편, 약과, 매작과, 수정과, 식혜, 계란찜, 계란 김말이 (이지현)	5
10	한국의 밤 메뉴 연습 - 미나리 나물, 은대구 조림, 흑임자죽, 칵테일, 배추김치, 오이소박이 (Adrienne Hall, 이지현)	4
	총 강의 시간	50

• 한식당 방문

- 한식당 방문을 통해 한식의 이해도를 제고한다. 한식당 방문에 참여한 교육생들의 방문소감은 아래와 같다. “한국 음식의 이해를 증진하기에 가장 효과적인 방법은 잘 되고 있는 한식당을 직접 방문해 보는 것 같다.”, “뉴욕 고급 한식당 견학을 통해서, 한식이 어떻게 고급스럽게 준비될 수 있는지도 알게 되고, 또한 음식의 맛도 중요하지만, 서비스 및 종업원의 훈련이 얼마나 중요한지 배운 기회였다.”, “식당들의 서비스 및 음식 비교뿐만 아니라 모든 식당의 메뉴를 포함시켜 비교할 수 있게 하였다. ‘한식당’

이라는 이름 아래, 고급 한식당이 있는가 하면, 저렴한 식당도 있고, 전통 한식당이 있는 반면, 중식, 일식과 같이하는 한식당도 있음을 알게 되었다.”, “전체적으로 보면, 이번 프로젝트에 이렇게 많은 에너지를 쏟아부을 줄은 몰랐지만, 진행하면서 한식과 한국 문화에 대해서 더 많이 알게 되었다.”, “한국 음식이 색깔, 맛, 향미 등의 조화를 중요하게 생각하는 점과 오방색에 관하여 거의 모든 학생들이 깊은 인상을 받았다.”

방문시기	구분	위치	비고
10. 23	반, Bann	뉴욕 맨하탄	10명 견학
10. 23	한가위, Hangawi	뉴욕 맨하탄	10명 견학
10. 23	금강산, Kumgangsan	뉴욕 플러싱	10명 견학
12. 1	미가, Miga	필라델피아	전원참석
9월	Pastoral Korean Restaurant	필라델피아	전원참석

• 한식재료 마트 방문

- 강좌를 수강하는 학생들은 한 번 이상 한국마트에서 장을 보도록 하여 한식 재료와 익숙하게 만들고 재료 구입을 스스로 하고, 한국제품을 구입하여 실습할 수 있도록 했다.

• 한국의 밤 행사

- '10. 11. 10

- 한국의 밤 행사를 수업 8주차에 열어, 학교 내외의 인사와 식품회사 인사들을 초청하여 드렉셀대학교의 한식 강좌를 홍보했다. 아카데미 비스트로(Academic Bistro)에서 열린 이날 행사에는 언론인, 관계자 등 60여 명이 참석하였다. 이날의 행사를 위해 수업 5주차부터 행사를 위한 음식의 종류를 결정하고 연습을 하였고, 조리 실습수업 7주차에 요리법을 완성했다. 행사 당일에는 실습수업을 수강하는 학생들이 업소용 주방에서 저녁 식사를 준비하고, 한국의 밤 행사를 위하여 고용된 학생들이 식당 내부 준비를 하고 식사 중에는 음식을 나르면서 각 음식이 무엇인지, 이름은 어떻게 발음하는지, 음식에 든 재료가 무엇인지 손님들에게 이야기를 들려주었다. 메뉴는 식사 전 대기장소에서 복분자주를 내고, 식사 전 음료로는 유자차, 오렌지 주스, 소주 칵테일과 블루베리를, 애플타이저는 흑임자죽과 호박·자죽, 수프는 야채 신선로, 오이스박이와 배추김치, 숙주나물, 미나리나물, 감자조림 등의 반찬을 선보였다. 메인요리는 은대구 조림, 불고기, 잡채로 하고 디저트는 한국 포도 Sorbet, 감 Sorbet, 수정과로 했다. 참석자들의 만족도는 매우 높았다. (전체 9점 만점에 8.84점)

“한국의 밤 행사를 수업 8주차에 열어, 학교 내외의 인사와 식품회사 인사들을 초청하여 드렉셀대학교의 한식 강좌를 홍보했으며 참석자들의 만족도는 매우 높았다.”

• 강사 및 주요경력사항

- 강사 : 드렉셀대학교 Adrienne Hall 교수 및 이지현 교수

Adrienne Hall	<p>1990. 조리에술 전문학사학위 취득 1997. CIA (Culinary Institute of America) 조리에술경영 학사 취득 1994. ~ 2002. 미국, 스위스 등지에서 요리사로 근무 2002. 3. ~ 현재. 드렉셀 대학교 조리에술 강의 전담 교수 2002. 3. ~ 현재. 드렉셀 대학교 레스토랑 매니저 2009. 드렉셀 대학교 교육대학 석사 취득</p> <p>주요 강의 과목 : Foundations of Professional Baking, Patisserie Fundamentals of Indian Cuisine Fundamentals of Mediterranean Cuisine Fundamentals of Vegetarian Cuisine Commercial Food Production(Lunch/Fine Dining) Major Techniques and Traditions I/II Wines and Sprits/Beverage Management</p>
이지현	<p>2002. 부산대학교 식품영양학과 학사 취득 2004. 캔사스 주립대학교 석사 취득 2009. 캔사스 주립대학교 박사 취득 2009. 9. ~ 현재. 드렉셀 대학교 식품과학 조교수</p> <p>주요 강의 과목 : Foods : Compositions, Interactions, and Formulations Experimental Foods: Product Development Food Composition and Behavior(식사과정) Sensory Evaluation(식사과정) Functional Foods Food Analysis Readings in Food Science(식사과정) Food Science Seminar Senior Project Statistical Analysis in Consumer Science(식사과정)</p>

• 미국 드렉셀대학교 한식담당교수 양성교육과정 (8. 2 ~ 13)

- 미국 드렉셀대학교 내 실습실에서 한식담당교수 양성교육을 진행하였다. 한식 이론 강의 및 한식 조리실습 및 토론으로 총 60시간의 수업으로 이루어졌으며 강사진은 수도요리학원 이종임 원장과 인터컨티넨탈호텔 배한철 총주방장이 참여하였다. 교육에는 드렉셀대학교 조리에술학과와 조리과학과의 담당교수 4명, Adrienne Hall, Edward Bottone, Charles Ziccardi, 이지현이 참가했다. 한식강사를 대상으로 한국 음식의 역사와 문화에 대한 이해, 스토리텔링과 우수성 이해, 다양한 컨셉의 한국 음식 강의기법 등 한국 음식 전반에 대한 소개와 설명이 가능하도록 수업을 구성했다. 관련 보도자료를 배포하여 미국 필라델피아신문, 매일경제신문, 연합뉴스, 동아일보, 미국 중앙일보 등에서 5회 보도하였다.

〈한식담당교수 양성과정 개요〉

강사	회차	교육내용	구분	사수
이종임	1	한식 문화(오방색), 소고기 육수, 멸치 육수, 국수	이론 및 실습	3
	2	한국 전통 상차림 이론, 오침 반상(쌀밥, 맑은 된장국, 나물 반찬, 샐러드, 김치제육볶음, 북어구이, 장조림)	이론 및 실습	3
	3	돌솥 영양밥, 된장찌개, 김치찌개, 무 맑은 국	실습	3
	4	비빔밥, 김밥, 찻죽, 순두부찌개, 미역국	실습	3
	5	호박전, 버섯전, 고추전, 빈대떡, 해물파전, 김치전	실습	3
	6	두부구이, 만두, 만두국, 떡볶이, 궁중떡볶이, 배추 절이기	실습	3
	7	김치 이론, 백김치, 김치 소 만들기, 돼지고기 수육	이론 및 실습	3
	8	배추김치, 오이소박이, 깍두기	실습	3
	9	한식당 투어 - 낙원가든	실습	2
	10	화양적, 파산적, 김치 불고기 샐러드, 버섯전골, 오이선	실습	3
	11	대하생채, 콩국수, 오미자차, 오징어볶음	실습	3
첫째주 총 강의 시간				32
배한철	1	불고기, 제육볶음, 닭찜	실습	3
	2	구절판, 잡채	실습	3
	3	삼계탕, 샐러드, 샐러드 간장 소스	실습	3
	4	육회, 떡갈비, 도토리묵	실습	3
	5	갈비(구이, 샐러드), 갈비탕, 육개장, 쌈장, 파절이, 멸치 볶음	실습	3
	6	나박김치, 오징어순대, 오미자편, 개인 볶음	실습	3
	7	한식당 투어 - 고려정(Kim's BBQ)		2
	8	H Mart 투어 및 시장보기		2
	9	5 코스 메뉴 실습(김치 자르는 방법, 멸치 볶음, 시금치 나물, 오징어 젓갈), 호박죽, 잡채, 버섯전, 호박전, 고추전, 깻잎전, 갈비 구이, 밥, 무국, 오미자차	실습	3
	10	파티용 한국 음식 실습 및 전시(오이소주, 오미자카테일, 오미자편, 골뱅이 무침, 육회 2가지, 은행나무, 돼지고기와 마늘 꽃이, 김밥, 약과, 유과 등)	실습	3
둘째 주 총 강의 시간				28
총 강의 시간				60

〈미국 드렉셀대학교 실습담당교수 초청 재교육 진행〉

해외유명요리학과의 한식강사 재교육으로 현지 한식 전문인력 배양을 도모하고자 했다. KFE 기간인 2010. 11. 18 ~ 20 사이에 한국을 방문한 미국 드렉셀대 강의전담교수 Adrienne Hall이 한국 식문화의 특징을 이해하여 향후 현지에서의 한식실습교육 시 효율성과 이해도를 제고하기 위한 교육프로그램이다.

한식강좌를 수강함으로써 앞으로 조리사 또는 영양사로서 활약할 학생들에게 한국요리 조리법을 바르게 이해하고 조리의 기회를 넓혀 나갈 수 있는 체험기회가 되었다. 교육의 효율성을 높이기 위해 앞서 미국 드렉셀대 현지 강사로 파견되어 교육을 진행한 바 있는 수도요리학원 이종임 원장이 재교육을 맡고, 재교육 실시 전문교육기관(수도요리학원)에 위탁하여 실시하였다.

한국 식문화에 대한 이해도와 교육 효과를 높이기 위해 국내에서 3일간의 단기 집중과정으로 운영된 이 교육에서 한식 일품과 단품요리를 실습하고 한식의 이론·실습뿐 아니라 문화도 알 수 있도록 인사동, 남대문, KFE 전시장 방문 등 한식체험문화 행사도 동시에 편성하였다.

“해외유명요리학과의 한식강사 재교육으로 현지 한식 전문인력 배양을 도모하고자 했다. KFE 기간인 2010. 11. 18 ~ 20 사이에 한국을 방문한 미국 드렉셀대 실습담당교수 Adrienne Hall이 한국 식문화의 특징을 이해하여 향후 현지에서의 한식실습교육 시 효율성과 이해도를 제고하기 위한 교육프로그램이다.”

강의내용	강사	강의실
한식 강의 및 실습 I 구절판 떡갈비구이 쇠고기말이겨자찜소스 쇠갈비찜	이종인 원장 및 김경희 부원장	수도요리학원 2층 3강의실
한식 강의 및 실습 II 꽃게감정 쇠고기장조림 해물칼국수 수제비 매작과		

〈일본 츠지조리전문학원〉

일본 츠지조리전문학교는 오사카에 본교를 둔 세계적인 요리학교로 오사카 이외에 동경, 프랑스 등 7개의 분교를 운영하고 있으며, 독자적인 요리교육 시스템으로 명성을 얻고 있다. 이 츠지조리전문학교(동경분교) 학생을 대상으로 한식세계화의 일환으로 한식 전문 교육을 실시하고 향후 일본 오사카 츠지조리전문학교에 한식강좌를 정규 커리큘럼으로 채택할 수 있는 기반을 마련하고자 했다.

교육 내용은 한국의 식문화 이론강의 및 8가지 한식메뉴의 시연 및 시식, 한식의 특징 및 우수성, 한국의 식문화(전통 상차림, 장류, 김치) 등 한식에 대한 기본이론 및 조리법 이론수업으로 구성하였다. 한식 전통상 차림, 실습메뉴, 다과상 세팅 전시를 통해 직접 한식 상차림을 경험하도록 하여 츠지조리전문학교 학생에게 한식을 알리는 기회로 삼았다. 교육대상자는 츠지조리전문학교 재학생으로 1학년 100명, 2학년 50명에게 교육을 실시하였다. 교육의 성과로는, 전반적인 수업의 만족도가 90% 이상으로 높게 나타났으며, 한국의 식문화를 이해하는 데 도움이 된 것으로 나타났다.

또한, 90% 이상의 응답자가 한식을 체험할 기회가 생기면 참가할 의사가 있다고 응답했다. 임금님수라상, 다과상차림, 한식메뉴의 전시를 통하여 한식의 전통과 특징을 더 쉽게 이해할 수 있도록 하였으며, 다수의 학생들이 한국의 전통 상차림에 관심을 보였다. 일본의 젊은 조리인들에게 한국의 식문화와 한식 메뉴를 접할 수 있는 기회를 마련함으로써, 한식을 알리는 계기가 되었다는 평을 받았다.

이번 교육을 통해 츠지조리전문학교에 한식 강좌를 정규 커리큘럼으로 개설하는 계기가 될 수 있도록 했다. 일본 산케이신문, 연합뉴스 등에서 관련 소식이 보도되었다.

“츠지조리전문학교(동경분교) 학생을 대상으로 한식세계화의 일환으로 한식 전문 교육을 실시하고 향후 일본 오사카 츠지조리전문학교에 한식강좌를 정규 커리큘럼으로 채택할 수 있는 기반을 마련했다.”

• 추진과정과 내용

- 초치조리전문학교 강좌개설 협의 논의(5 ~ 6월) → 특강강좌개설 협의(8월) 한식특강
개설 계획에 맞춰 향후 세부추진계획을 작성(10월 중)하고 강좌개설 예정(11월 말)



• 교육구성

일차	시간	주요내용	강사명	시연요리
11월 30일(화)	13:00~13:05	인사 및 소개	이종임	대나무장어죽
	13:05~13:20	[이론] 한국의 식문화		새우젓소스냉채
	13:20~15:40	강의 및 시연		황태구이
	15:30~16:00	시식		쇠고기말이겨자젓소스
12월 01일(수)	10:00~10:05	인사 및 소개		북분자배숙과 참쌀꿀경단
	10:05~10:35	[이론] 한국의 식문화		떡갈비카나페
	11:35~11:45	강의 및 시연		모듬전
	12:45~13:00	시식		김치제육볶음

• 전시일정

일차	테이블 No.	주제	전시내용
11월 30일(화)	1	전통상차림	뽕은칠을 한 흥반 2개에 12첩 반상인 임금님수라상차림
~	2	한식상차림	8가지 한식 강의메뉴 테이블 세팅
12월 01일(수)	3	후식상차림	구절판에 담아내는 떡과, 한과, 유자배화채 등 후식상차림

• 교육강사 : 대한식문화연구원 / 수도요리학원 원장 이종임

<p>이종임 대한식문화연구원 원장 수도요리학원 원장</p>	<p>1975 : 한양대학교 식품영양학과 졸업 1979 : 일본 魚菜 요리학원 사범과 졸업 2001 : 고려대학교 대학원 식품공학과 박사취득 2000 ~ 2003 : 경기대학교 서비스 전문 경영대학원 겸임교수 2000 ~ : 요리조리닷컴 대표이사 2007 ~ : 한양대학교 식품영양학과 겸임교수 2008 ~ : 요리조리 음식문화연구소 소장 2010 ~ : 사단법인 대한식문화연구원 원장</p> <p>*1998 ~ 1999 : SBS 이종임의 오늘의 싱싱메뉴 진행 2001 : 푸드채널 손맛시리즈 진행 2010. 8 : 드렉셀 대학에서 한식 강의</p>
---	--

〈이탈리아 ICIF와 한국 - 이탈리아 퓨전요리 개발 및 시연〉

2009년 7월 이탈리아의 ICIF와 유통공사 간 MOU 체결 후속조치의 일환으로 이탈리아인들의 기호에 맞는 한식 퓨전요리를 개발하고, 시연·시식을 통해 한식을 홍보하여 한식 세계화의 붐을 조성하였다. 또한, 이탈리아인들이 선호하는 식재료 등을 사용한 단품 메뉴를 개발했다. 국내 마켓테스트(ICIF 한국분교 학생활용 등)와 해외 마켓테스트(볼로냐 박람회 한식 홍보관 참가)를 진행하고 전시 및 시연을 통해 한식의 다양성을 홍보했다. 또 이탈리아 볼로냐 박람회에 참가하여 한식 홍보 및 마켓테스트를 진행했다.

- 업체선정
 - (사)세계음식문화연구원 및 ICIF 한국분교
- 용역수행내용
 - 한식 퓨전요리개발. 이탈리아인들이 선호하는 식재료 등을 사용, 주 식재료 및 음식 종류에 따른 단품메뉴를 개발
- 한식 퓨전요리 개발품목
 - 이탈리아인들이 선호하는 식재료 등을 사용, 주 식재료 및 음식종류에 따른 단품메뉴 10종을 개발했다. 단호박스프, 새송이버섯, 무쌈웰빙샐러드, 스파게티잡채, 에그롤 샐러드비빔밥, 파프리카불고기, 포크김치쌈, 색동라이스견과롤, 지중해삼색전, 삼색견과약밥

“매일 5~7종류의 한국 - 이탈리아 퓨전개발요리 품목의 시연 및 시식을 진행했으며 한국 - 이탈리아 퓨전요리(에그롤비빔밥, 파프리카불고기, 스파게티잡채, 지중해 삼색전 등)를 시연 및 시식하여 전통 한식을 현지인의 입맛에 맞게 소개했다.”

〈볼로냐 한식 홍보관 사업추진〉

매일 5~7종류의 한국 - 이탈리아 퓨전개발요리 품목의 시연 및 시식을 진행했으며 한국-이탈리아 퓨전요리(에그롤 비빔밥, 파프리카 불고기, 스파게티 잡채, 지중해 삼색전 등)를 시연 및 시식하여 전통 한식을 현지인의 입맛에 맞게 소개했다.

한국-이탈리아 퓨전요리를 개발한 한국 셰프 및 ICIF의 이탈리아 현지 셰프를 초빙하여 요리시연 및 시식을 진행했고, 백세주, 복분자 등 한국 전통주 홍보도 병행하였다. 한식 홍보관 시연 요리사로는 한국 측에서 양향자 원장(세계음식문화연구원장), 이탈리아 ICIF측에서 Paola Bozetto(ICIF)가 참여했다.

한식 홍보관은 다양한 한식요리 시연 및 시식과 한식 전시 등을 통해 한국관 중 가장 흥미로운 부스라는 평가를 받았으며, 한식 홍보관의 행사 및 요리에 내방객들이 관심을 표명했다.

또한, 한식 시연과 같이 진행한 전통주 시음회에서도 백세주 및 복분자주의 판매 요청과 구입처 문의 등이 상당할 정도로 한국의 전통주도 좋은 반응을 받았다.

이탈리아인들이 선호하는 식재료 등을 사용, 주 식재료 및 음식종류에 따른 단품메뉴 10종 개발하였으나 이탈리아인들의 선호도를 조사하기 위해 참가한 볼로냐 박람회는 규모가 협소하고 유기농 제품만을 홍보하는 자리여서, 한식을 풍부하게 홍보하기에는 한계가 있었다. 그러나 이탈리아 국영방송 등이 취재를 하고, 요리 시연을

지켜보던 시민이 한식에 대해서 관심을 갖고 배워보고 싶다는 의사를 밝히는 등 생소했던 한식에 대해 관심을 불러일으키는 행사였다. 밀라노 한인 일보, 이탈리아 국영방송 국인 RAI(Radio Audizioni Italia), 인터넷저널 NEWSFOOD 등에서 취재하여 한국관 참가 안내 등을 알렸다.

06. 한식 동영상 제작·배포

해외 한식당 종사자에 대한 조리법 및 식문화 교육을 통해 서비스 수준을 제고하고, 해외 한식당 종사자 교육교재, 강사 및 교육장소 부족 등 해외 교육의 어려움을 해소하기 위해 한식교육 동영상을 제작·배포하였다.

해외 한식당 종사자들이 실제로 한식 조리 교육에 활용할 수 있는 한식 교육프로그램 동영상을 한·영·일·중·스페인어 등 5개 언어로 제작한 후 방영했다. 한식 조리 교육프로그램은 해외 방송 송출을 기본으로 한식세계화 공식포털과 유튜브 등 다양한 매체를 통한 온라인 교육수요를 창출 하였고 현업에 있는 해외 한식당 종사자들이 교육시간을 내기가 어려운 점을 감안한 동영상 교육자료 제공으로 교육 효과를 극대화 하였다. 방송사 아리랑TV와 공동사업 추진으로 해외 방송 송출 인프라와 방송 기술 관련 전문성 확보 및 예산 절감 효과를 기대할 수 있기도 하였다.

동영상 자료의 주요 내용으로는 한식 조리법 소개 및 시연, 음식 스토리텔링, 상차림 등 한식조리 전반을 다루었으며 30분 분량의 동영상을 20편 제작하고 편당 3회, 총 60회 방송을 내보냈다.

향후에 해외 요리학교 한식 강좌를 개설하거나 해외 공관 한식 조리사 교육에 기초 교재로 활용하고, 해외 한식당, aT해외지사, 재외공관, 외국대사관 및 한국문화원 등에 DVD를 배포할 예정이다. 한식세계화 공식포털, 유튜브 등 인터넷사이트에 등재하여 배포 효과를 극대화하고 PMP(휴대용 전자기기) 및 스마트폰에서도 시청할 수 있도록 동영상 파일로 제작하여 한식세계화 공식포털을 통해 배포하려고 한다. 이는 한식세계화 공식포털을 통한 사이버 교육 시스템 구축의 단초가 될 것이다.

“해외 한식당 종사자들이 실제로 한식 조리 교육에 활용할 수 있는 한식 교육프로그램 동영상을 한·영·일·중·스페인어 등 5개 언어로 제작한 후 방영했다.”

〈세부 추진실적〉

- 농림부 한식세계화사업 시행기관 변경 통보('10. 7. 29) : 한식교육 동영상 제작·배포(한식재단→공사) / 공사 사업계획 수립보고('10. 8. 2) / 공동제작 협찬 약정 체결('10. 8. 4)

〈세부 추진실적〉

- 공중파 방송사(KBS, SBS, MBC, 아리랑TV 등)를 대상으로 해외 한식당 종사자를 위한 한식과 식문화에 대해 효과적으로 교육할 수 있는 공동사업을 추진하였으나 아리랑TV만이 공동제작 협찬약정이 성사되었다.

아리랑TV는 전세계 188개국으로 7개 언어로 방송 송출하는 글로벌 방송사로서 불특정 다수의 내·외국인을 대상으로 한식 교육이 가능해졌다.

<프로그램 제작 및 방법>

제작 및 방영기간 : '10. 9 ~ 12월

방송채널 : 아리랑TV에서 운영 중인 각종 채널

Korea 채널(국내 케이블, 스카이라이프, IPTV, 인터넷방송

World 채널(전 세계 188개국 수신), Arab채널(아랍권) 등

제작방법 : aT와 아리랑TV가 제작비를 공동분담(50:50)하여 제작한 후 제작된 콘텐츠에 대한 공동저작권을 소유하였다. aT가 프로그램의 기본계획을 수립하고, 아리랑TV가 프로그램 동영상 제작과 방송 등 상호간 업무분담을 하였다. 한식 스타 셰프 및 요리교육 전문가가 출연한 한식 조리법 시연 교육 프로그램을 제작하여 해외 방송 송출을 하였다.

한식 조리법 및 식문화를 효과적으로 전달·교육할 수 있는 콘텐츠로 구성하였다. 한식문화의 특징, 식재료 손질법, 조리법 분류에 따른 대표한식, 김치 및 밑반찬 조리법, 주방관리, 상차림 등을 콘텐츠에 포함하였다. 언어별(한국, 영어, 일본, 중국, 스페인) DVD를 1회당 30분물 20부 시리즈로 제작하였다.

07. 재외공관 조리사 교육

“재외공관은 각국 오피니언 리더와의 접점이며 한국의 식문화를 소개할 수 있는 전초기지임에도 불구하고, 한식 홍보를 위한 체계적인 지원이 부족한 실정이었다.”

재외공관은 각국 오피니언 리더와의 접점이며 한국의 식문화를 소개할 수 있는 전초기 지임에도 불구하고, 한식 홍보를 위한 체계적인 지원이 부족한 실정이었다.

재외공관 파견 조리사를 대상으로 한식에 대한 식문화, 조리 교육을 통해 제대로 된 한국 음식문화와 맛을 전달할 필요가 있었다. 외교통상부와의 협력을 통해 재외공관의 한식 홍보 기능을 강화했다. 재외공관 관저 요리사 파견예정자를 대상으로 한국 식문화 및 핵심메뉴 조리법 등을 부임 직전 국내에서 교육했다.(연 2회, 2월, 8월) 농식품부와 aT가 교육 프로그램 기획 등 사업을 주관하고 외교통상부가 교육대상 및 일정 통보, 교육수요 설문조사 및 교육 프로그램 기획에 협조했다.

재외공관 관저 조리사 교육 교재 겸 기존 재외공관의 오·만찬 행사 가이드를 위한 매뉴얼을 제작했으며 교육 대상자가 한정적인 부분을 감안하여 제작된 매뉴얼을 재외공관에 배포했다. 재외공관 조리사 교육은 국내 전문 교육기관에 위탁 추진하는데, 교육이라는 사업 성격상 가격을 배제한 관련 분야 경력 등 교육 역량을 중심으로 전

문 심사평가회를 통해 평가해 위탁 수행기관을 선정했다. 교육 목적은 파견예정자의 한식 및 한식세계화사업에 대한 이해도를 높이고 외빈 초청 공관장 오·만찬 행사 추진에 필요한 다양한 능력을 배양하는 데 있다. 교육 기간은 2011년 2월과 8월(연 2회) 시행하고 매회 20~25명 시행하는데, 외교통상부는 파견 전 대상인원과 교육 대상자를 확정하여 농식품부와 aT로 통보(최소 1개월 전), aT는 교육과정을 개설해 교육을 추진했다. 교육인원은 조리사의 참여율과 현지 조리사 조달 가능성으로 인해 유동적이며 교육과정에는 일반적인 한식 교육 외에 부임지역별 특성에 따른 맞춤형 한식교육도 포함된다. 기본적으로 5일 교육으로 실시하되 차후 필요에 따라 연장도 가능하게 했다.

“재외공관 파견 조리사를 대상으로 한식에 대한 식문화, 조리 교육을 통해 제대로 된 한국 음식문화와 맛을 전달할 필요가 있었다.”

〈교육내용(안)〉

- 만찬 준비 요령 : 만찬 성격 및 지역별 특성에 따른 메뉴구성, 조리법, 푸드 스타일링
- 조리교육 : 전체 최소 30가지 이상 메뉴를 교육
 - 주요메뉴 : 대표적인 전체, 메인, 디저트로 구성 + 소스, 찬류, 육수법 등
 - 특별메뉴 : 부임 지역별 특성에 맞춘 특별 메뉴 교육
- 식재료 등의 전처리 과정도 교육 및 실습하도록 하며 실습 교육 시 1인 1실습실을 원칙으로 함, 식문화 교육 : 일반적인 한식의 특·장점, 스토리텔링 등과 권역별 식문화 교육 (지역별 기피메뉴, 기피재료 등)
- 정책교육 : 한식세계화사업 간략 소개 및 표준조리법, 외국어 표기법 안내를 통해 활용 유도
- 교육프로그램에 파견지역별(동남아권, 서 유럽권, 동 유럽권, 중동권, 아프리카권, 북중미권, 중남미권) 현지 여건에 맞는 한식 조리법 및 식문화, 상황별·행사별 핵심 메뉴 식단 구성·요리법 등을 포함
 - ※ 관저 만찬, 리셉션, 일반인 대상 한식 홍보행사 등 다양한 계기에 필요한 메뉴구성
- 인성 교육 및 현지에서 필요한 예절 및 행동상 유의사항(금기사항) 등을 포함한 전반적인 기초 교육 포함, 한식 조리 관련 스토리텔링 등 한식 전반 및 각종 단품 메뉴 관련 다양한 스토리텔링 교육 필요

〈수요조사 실시〉

재외공관 및 재외공관 행사 파견 경험이 있는 요리사 등을 중심으로 사전 수요조사를 실시하고 조사된 수요는 교육에 반영한다.

〈매뉴얼 제작사업〉

대사관 및 관저 요리사를 주 대상으로 한 쉽고 실용적인 오·만찬 행사 매뉴얼을 제작하고 한식 홍보행사를 추진하고자 하는 공관들을 위한 관련 정보를 제공한다.

- 부수 : 400권
- 기간 : '11. 1 ~ 4
- 내용(안) : 재외공관 한식 만찬 행사를 지역별, 유형별로 정리 * 카테고리별은 합목적으로 효과적인 방향으로 구성
 - 유형별 메뉴구성안 및 조리법 안내를 주 내용으로 함(60개 이상 메뉴포함) * 원 식재료의 처리방법도 포함
 - 그 외 한국 식기의 아름다움을 살린 푸드 스타일링
 - 메뉴 안내, 음식별 스토리텔링, 표기법, 관련 이미지 제공 등의 정보
 - 지역별 식문화적 특성(기피음식 및 재료 등), 식재료 조달 환경 등의 정보
 - 기타 한식 홍보행사의 기획에서 실행까지 가이드 자료 제공
- 배포 : 제작된 매뉴얼을 재외공관 전체에 배포 (약 240개)
 - 외교부와 협의해 파우치 이용 * 배송 비용은 예산과 별도로 실비기준 후 정산
- 참고자료 : 아름다운 한국 음식 100선, 한식 스토리텔링 DB, 한식메뉴 외국어표기 길라잡이, 재외공관 한식 홍보사업 결과 보고서 등

〈추진내역〉

- 10. 11 : 관련 기관 계획 협의
 - 재외공관조리사 대상 교육 추진방안에 대한 외교부 의견통보 * 식품산업처-3053(12. 6), aT 기본사업계획 방침, 농식품부 승인 * 식품산업처-3230(12. 16) / 외식산업진흥팀-902(12. 17), 위탁교육기관 제안서 PPT평가(12. 29) * 식품산업처-3430(12. 28)
 - 제안업체 : (사)한국 전통음식 연구소, 수도요리학원, 전주대학교
 - 선정업체 : 전주대학교 * 식품산업처-3525(12. 30)
 - * 제안서 평가위원 : 농림수산식품부 공남석 주무관, 외교통상부 이황로 서기관, 최은주 서기관, 직업능력개발연구원 정태화 박사, 서대원 전 대사, 외교안보연구원 이경우 명예교수, 워커히호텔 이재욱 조리장, 경희대 외식산업학과 김태희 교수, 전주대학교와 협약체결 * 식품산업처-3597(12. 31)

〈향후일정〉

- '11. 1. 18 : 1차 자문회의 개최
- '11. 2월 : 세부 교육계획 및 매뉴얼 구성안 확정, 교재 제작
- '11. 2. 28 ~ 3. 4 : 1차 파견예정 조리사 교육실시
- '11. 4월 말 : 매뉴얼 제작완료 및 배포
- '11. 8월 : 2차 교육실시(예정)

한식당 경쟁력 강화

01. 해외 한식당 컨설팅 지원

한식세계화의 핵심 역할을 하는 해외 한식당의 경쟁력을 제고하기 위해 해외 진출 한식당 및 현지 한식당에 창업·경영컨설팅을 지원했다.

신규로 해외에 진출하는 업체에 대한 성공적인 해외 진출 한식당 컨설팅과 현지에서 운영 중인 한식당에 대한 경영 개선과 운영 활성화 지원을 병행하기로 하고, 해외 진출 한식당 컨설팅은 한식당 개설자금 지원, 해외 진출 정보 제공 등과 연계하여 패키지 형태의 종합 지원책을 마련했다. 전문 컨설팅업체의 컨설팅과 컨설팅팀 구성을 통한 무상 방문 컨설팅의 2가지 형태로 나누고, 한식당의 업체 규모나 자금 부담 능력 등을 고려하여 알맞게 적용했다.

“한식세계화의 핵심 역할을 하는 해외 한식당의 경쟁력을 제고하기 위해 해외 진출 한식당 및 현지 한식당에 창업·경영컨설팅을 지원했다.”

구분	사업내용	지원대상	지원조건 등
전문 컨설팅	해외 진출 컨설팅	해외 진출 국내 외식업체	50~60% 보조
	경영 개선 컨설팅	현지 운영 한식당	50~60% 보조
방문 컨설팅			US\$ 1,000

해외 한식당 컨설팅 지원의 성과로 해외 한식당에 대한 컨설팅사업의 지원모델이 정립되었다. 사업자별 특성에 맞게 전문컨설팅(해외진출, 현지운영)과 방문컨설팅으로 구분하여 지원했다. 전문컨설팅은 업체 규모에 따라 중소기업에는 지원비율을 높이고 규모가 큰 업체에는 금액한도를 높여 특성에 맞게 차등 적용했다.

해외 한식당이 대부분 규모가 영세하고 생계형이 많은 점을 고려하여 업체 부담을 최소화하는 현장코칭 형태의 방문컨설팅 체계를 도입했는데, 방문컨설팅의 경우 무상지원에 따른 무분별한 신청을 방지하고 컨설팅 결과에 따른 개선사항 조치에 활용하기 위하여 일정액(US\$1,000)의 자부담금(예치금) 납부제도를 도입했다.

사업관리 및 성과평가를 위한 전문기관 위탁관리체계를 도입하였으며 안정적인 사업체계정립을 위해선 초기 사업관리 및 성과평가가 중요한데 이를 외부 전문기관에 위탁하여 효율적 사업관리 체계를 마련했다.

향후 개선방안으로는 현지 한식당은 전문컨설팅 수요가 많지 않고 비용부담이 크므로, 전문컨설팅과 식당 경영개선 컨설팅은 상대적으로 수요가 많은 해외진출 분야에 집중하고, 방문컨설팅을 확대 추진하는 것이 필요하다.

방문컨설팅 결과에 따라 심층컨설팅이 필요하다면 전문컨설팅 지원에 들어가게 했다.

중소업체 대상 컨설팅 비용의 거품을 제거하고 업체 자금부담 경감을 위해 100억 미만 사업자에 대한 지원비율은 높이고 지원한도액은 하향 조정하여 전문컨설팅 지원비율 및 금액을 현실적으로 조정하는 것이 바람직했다. 또 수시로 발생하는 업체의 상담·정보제공 요청 등의 수요를 제도권 내로 흡수하고, 해당 분야 전문가의 질 높은 컨설팅 서비스를 제공하기 위하여 한식세계화 공식포털 내에 사이버컨설팅 사이트를 구축함으로써 한식에 대한 비즈니스 정보와 함께 사이버 컨설팅 공간을 마련했다.

컨설팅사업 시행지침 작성, 컨설팅 업체 풀 구성, 사업설명회 및 홍보 등 사업추진 전반에 대하여 전문기관 위탁을 통한 사업관리 효율화를 도모하기 위해 위탁관리기관인 (사)한국경영컨설팅협회를 통한 사업관리 강화가 필요했다. 국내 외식업체 대상 사업설명회 개최, 각 국가별 현지 언론, 연합뉴스 한민족센터 등 다양한 루트를 통한 홍보를 강화하여 국내 외식업체 및 현지 한식당 대상 홍보를 확대했다.

개별 한식당의 해외진출, 경영개선 지원은 해외 한식당 확대에 한계가 있었다. 주요 국가별 한식 브랜드 관심기업을 발굴하고 국내 브랜드와 상담을 알선하여 거래 성사 시 계약, 현지법률, 인허가 등 종합 컨설팅을 지원함으로써 마스터 프랜차이즈 진출을 활성화하는 계획을 세웠다.

- 예 : 불고기브라더스(북미 진출 2010. 3, 홍콩·마카오·대만 2010. 7, 매장 1개 오픈시 60천불, 매출 4% 로열티), 놀부 향아리갈비(싱가포르 프랜차이즈 진출)

〈사업추진 경과〉

- 사업추진 관련 외식업계 간담회 : '09. 12. 23
 - 업계 35명(외식 25, 컨설팅 10) 포함 총 41명 참석
 - 해외 한식당 컨설팅 및 자금지원 관련 업계 의견수렴(컨설팅 필요 78%)
- 2010 한식세계화사업 농식품부 기본계획 시달(식품산업정책과-1009, '10. 3. 12)
- 2010 한식세계화 세부추진계획 수립 보고(한식세계화추진단(T / F)-270, '10. 3. 22)
- 2010 한식세계화사업 관련 기관 협의회 개최(식품산업정책과-1136, '10. 3. 23)
 - 농식품부, aT, 한식재단 등 총 20명 참석
- 2010 한식세계화 세부추진계획 농식품부 승인(식품산업정책과-1249, '10. 3. 30)
- 해외 aT센터 화상회의를 통한 사업 수요조사 : '10. 4. 22 ~ 23
 - 전문 컨설팅 수요는 많지 않으며, 방문 컨설팅은 일부 수요 예상
- 컨설팅 지원사업 실무협의회 개최(외식·컨설팅업계) : '10. 4. 23
 - 외식5, 컨설팅업계4, 자문1 등 총 14명 참석
- 세부추진계획 내부결재 및 사업자 모집공고(식품산업처-1506, '10. 7. 8)

- 국내 홈페이지(한식계화 공식포털, aT, 푸드인코리아), 관련 협회 안내, 281개 업체 메일링
- 해외 현지 신문·교민지 광고, 협업체·유관단체 안내, 관내 한식당 안내문 발송
- 컨설팅 지원사업자 모집 : 7. 9 ~ 7. 30
 - 전문 컨설팅 17(해외 진출 5, 현지 운영 12), 방문 컨설팅 20업체 신청
- 전문 컨설팅 지원대상업체 선정심사 : 8. 20
- 방문 컨설팅 총괄컨설팅업체 선정심사 : 8. 31
- 컨설팅 사업 위탁관리 및 성과평가 업무위탁 협약체결 : 9. 15
 - (사)한국경영컨설팅협회와 협약('10. 9. 15 ~ '11. 3. 31, 30백만원)
- 컨설팅 사업추진 관계자 워크샵 개최 : 9. 29(17명 참석)
 - 컨설팅업체·추진업체·위탁관리기관 간 공감대 형성 및 사업 이해도 제고
- 업체별 컨설팅 협약체결 : 10. 13 ~ 11. 15
- 업체별 컨설팅 추진 : '11. 3월까지

〈전문컨설팅 지원대상자 심사〉

전문가 심사위원회를 구성하여 지원업체·컨설팅업체 간 협의를 통해 작성·제출된 컨설팅 수행계획서를 검토·평가한 후 지원 대상업체를 선정했다. 컨설팅 추진방향, 컨설팅팀 구성 및 사업비용의 적정성 등이 검토되었다. 추진 방법은 계량평가 40점, 비계량평가 60점으로 배점하고, 한식세계화팀에서 업체별 제출서류에 의한 자격요건 및 계량평가를 진행했다. 비계량 평가는 심사위원단의 전문가 심사위원회를 통해 진행하고, 계량평가 점수와 비계량평가 점수를 합산하여 평균점수 60점 이상인 업체를 선정했다. 심사 과정에서 지적된 조직구성, 사업내용, 예산규모 등 보완이 필요한 사항은 보완을 한 후에 내실 있는 사업추진이 될 수 있도록 관리하기로 했다.

“전문가 심사위원회를 구성하여 지원업체·컨설팅업체 간 협의를 통해 작성·제출된 컨설팅 수행계획서를 검토·평가한 후 지원 대상업체를 선정했다.”

〈심사 대상업체 선정〉

- 전문컨설팅 신청업체 중 자격요건이 갖춰지지 않은 업체는 제외
 - 해외 진출 컨설팅 : 신청 5업체 → 심사대상 4업체
 - 해외 운영 컨설팅 : 신청 12업체 → 심사대상 8업체

구분	선정업체	제외	심사대상	제외사유
해외 진출 컨설팅	5	1	1	세부수행계획, 관련증빙 등 서류미제출 : (주)신씨화로
해외 운영 컨설팅	12	4	4	세부수행계획, 관련증빙 등 서류미제출 : 명동옥(홍콩 aT센터) 컨설팅업체 자격미달(WHOLESALE Permit) : 초당두부, 무대포, 한국의집(LA aT센터)

〈전문가 심사위원회 개최〉

- '10. 8. 20
- 학계, 외식·컨설팅업계, 유관협회(컨설팅협회, 프랜차이즈협회) 등 전문가 6명으로 구성된 심사위원단을 구성하고, 컨설팅 필요성, 수행계획의 충실성, 컨설팅 비용의 적정성, 지원의 실효성 및 향후 확장성 등을 심사했다. 또 심사위원들은 심사과정에서 업계의 평균단가, 일반적 관례 등을 감안하여 지원대상액(컨설팅 비용)을 조정하고 보완 사항을 지적했다.

〈방문컨설팅 총괄컨설팅업체 선정심사〉

응모자격은 최근 2년 이내 외식업체 대상 관련 컨설팅 사업수행 실적이 있는 사업자, 관련 분야 사업허가를 획득하고 최근 2년간 연평균 매출액 1억원 이상인 사업자로 했다. 선정방식은 제안서 공모 후 평가로 하고, 모집공고 → 제안서 접수 → 심사위원회 개최 → 업체선정 → 위수탁 협약의 절차를 밟아 선정한다. 공고방법은 공사 홈페이지, 한식 세계화 공식포털, 관련 협회·업체 DM 발송을 통해 공고하고 기간은 2010. 8. 19 ~ 27일 이었다.

〈심사위원회 개최〉

- '10. 8. 31
- 컨설팅 방법의 적정성, 수행계획의 차별성, 컨설턴트 구성, 소요예산, 추진일정 및 사후관리 계획의 적정성 등을 심사하여 계량평가 40점, 비계량평가 60점으로 평가하고 한식세계화팀에서 업체별 제출서류에 의한 자격요건 및 계량평가를 진행하고 심사위원단에서는 전문가 심사위원회를 통한 비계량 평가를 맡기로 했다. 심사위원은 학계, 외식·컨설팅업계, 유관협회(컨설팅협회, 프랜차이즈협회 등) 등 전문가 7명으로 구성했다. 선정기준은 평가위원 중 최고, 최저점수를 제외한 평균점수가 70점 이상인 업체 중 최고득점 업체를 지원대상으로 선정했다.

“효율적 사업추진 및 지원성과 제고를 위해 컨설팅 추진점검, 지원성과 판정, 종합 성과평가 등을 위한 전문인력과 조직체계의 부재를 해결하는 것도 시급한 과제로 제시되었다.”

〈2010년 컨설팅 사업관리 및 성과평가 외부전문기관 위탁〉

2010년 신규사업으로 컨설팅업체 수행계획서가 수요업체의 니즈를 제대로 반영하지 못하고 있는 등 통일된 사업 지원기준이 필요했다. 효율적 사업추진 및 지원성과 제고를 위해 컨설팅 추진점검, 지원성과 판정, 종합 성과평가 등을 위한 전문인력과 조직체계의 부재를 해결하는 것도 시급한 과제로 제시되었다. 이를 해소하기 위해 컨설팅사업 전반에 대한 전문기관의 사업관리와 성과평가를 실시하기로 했다. 사업명은 ‘2010년도 해외한식당 컨설팅 사업관리 및 성과평가 업무위탁’이다. 추진방법은 컨설팅분야에 전문성과 대표성이 있는 협회에 업무 위탁하고 공공분야 유사사업 수행경력, 업계 대표성 등을

감안하여 최적의 단체를 지정했다. 컨설팅 사업관리는 가격경쟁으로 판단할 수 없는 분야이며, 사업수행에 필요한 기본비용(기본 인건비 및 필수경비) 책정으로 가격비교가 불필요했다. 위탁기간은 협약 체결일로부터 6개월간이었으며, 관리대상 사업은 2010년도 해외 한식당 컨설팅 지원사업이었다. 해외진출 및 현지운영 전문컨설팅(6업체) 및 방문 컨설팅(총괄운영 1업체)을 포함했다. 수행업무로는 컨설팅 사업관리, 성과평가 및 향후 개선방안을 제시했으며 지원대상업체 사업범위를 설정 및 제시하고 컨설턴트(MD) 단가 기준 설정 및 수행계획서 보완사항을 검토했다. 2010년도 사업관리·점검방안, 완료확인 등 사업시행지침을 마련하고 사업추진 점검·지원성과(완료여부) 판정 등 컨설팅 품질을 관리하고 사업 평가점검단을 구성·운영하며 사업추진 중간점검, 완료점검, 성과평가(심의), 만족도 조사를 실시했다. 조사 방법은 방문·유선·설문 등 여건에 맞게 운영하였다.

2010년 사업 종합성과평가 및 향후 개선방안을 제시했으며 컨설팅 지원사업 종합 성과평가 및 컨설팅 종합보고서를 작성하고 향후 사업개선방안 제시 및 사업추진체계를 정립했다.

“2010년 사업 종합성과평가 및 향후 개선방안을 제시했으며 컨설팅 지원사업 종합 성과평가 및 컨설팅 종합보고서를 작성하고 향후 사업개선방안 제시 및 사업추진체계를 정립했다.”

〈사업추진 체계〉

구분	담당기능
사업총괄 (농림수산식품부)	기본계획 수립·시달 컨설팅 지원사업 총괄
사업시행기관 (농수산식품유통공사)	세부 추진계획 수립 및 사업시행 지원 대상업체 모집 및 선정 위탁기관 관리·감독
위탁관리기관 (사)한국경영 컨설팅협회	비용산정 기준 및 수행계획서 보완사항 검토 제시 사업관리·점검방안, 완료확인 등 사업지침 마련 컨설팅 품질관리(평가점검단 구성·운영, 수행계획서 및 완료보고서 점검, 현장실사 등) ’10년 사업 성과평가 및 향후 개선방안 제시 - 컨설팅 종합보고서 작성, 사업지침 및 추진체계 정립 등 기타 사업추진상 필요한 사업관리 업무

〈전문가 심사위원단〉

번호	소속	직위	성명	비고
1	한국프랜차이즈협회	정책위원장	박원휴	관련협회
2	한국경영컨설팅협회	컨설팅본부장	김시환	관련협회
3	세종대학교	외식경영학과	정유경	학계
4	놀부NBG	비서실장	고경진	외식업계
5	(사)한국 음식 조리인 연합	부대표	유명곤	조리업계
6	농수산식품유통공사	식품육성팀	최창호	공사

<추진절차>

구분	내용	시기
업무위탁 협약체결	농수산식품유통공사 ⇔ (사)한국경영컨설팅협회	9. 14
수행계획 보완사항 검토·제시	수행계획 보완사항 제시 (협회→aT→지원업체)	9. 15
보완 수행계획서 제출·접수	제시의견에 대한 보완계획 제출 (지원업체→aT,협회)	9. 24
수행계획서 검토·확정	보완 수행계획서 검토(협회) 및 확정(aT)	9. 28
지원업체 워크샵	'10년 사업지침 및 완료기준 통보 (협회→지원업체)	9. 29
컨설팅 업무 협약 체결	컨설팅 업무협약 체결 (aT⇔지원업체⇔컨설팅업체)	9. 30
컨설팅 사업추진	컨설팅 수행(지원업체⇔컨설팅업체)	'10. 10 ~ '11. 1월
중간점검	컨설팅 실시 중간시점에 진행상황 점검(점검단)	'10. 11 ~ 12월
완료보고	컨설팅 종료시 완료보고서 제출 (컨설팅업체→지원기업 승인→aT)	'11. 2월초
완료확인	컨설팅 수행내용의 적정성 점검(협회, 평가점검단) - 지원기업의 만족도조사 병행	~ '11. 2월
성과평가 및 개선방안 도출	'09년 사업추진 성과평가 및 향후 개선방안 제시	'11. 2월말

<선정된 해외진출 한식당 전문컨설팅 : 심사대상 4업체 ⇒ 선정 4업체>

순서	업체명	대표자	컨설팅 수행업체	평가결과			심사 결과	비고
				계량	비계량	합계		
1	(주)봉피양	강정순	외식산업연구소	25.0	41.7	66.7	선정	
2	마이하우스	구삼열	외식산업경영연구원	22.0	42.3	64.3	선정	추후 포기
3	(주)포세카플러스	윤찬혁	디에스알아이	35.0	37.3	72.3	선정	
4	(주)분아이에프	김철호	EWHC, 디자인칼라	24.0	42.3	66.3	선정	

〈선정된 해외운영 한식당 전문컨설팅 : 심사대상 8업체 ⇒ 선정 2업체〉

순서	업체명	대표자	컨설팅 수행업체	평가결과			심사 결과	비고
				계량	비계량	합계		
1	향도골	김호제	핀외식연구소	25.6	37.3	62.9	선정	
2	천하일품	정은숙	외식산업연구소	26.0	39.0	65.0	선정	
3	상해전통우리미고	안태호	상해한신기업관리	18.8	32.0	50.8	미선정	계 획 미 흡
4	상해운룡한식	김옥금	GJ기업관리컨설팅	24.0	27.3	51.3	미선정	
5	신떡	김남현	GJ기업관리컨설팅	19.2	22.0	41.2	미선정	
6	동원참치천음	정한기	GJ기업관리컨설팅	20.6	21.3	41.9	미선정	
7	고구려 한국요리	이장선	GJ기업관리컨설팅	19.2	23.7	42.9	미선정	
8	미가원	이혁진	GJ기업관리컨설팅	19.2	30.3	49.5	미선정	

〈사업추진 체계〉

번호	업체명	대표자	유형	국가	지역	신청내용
1	북경비원정식찬 음복무유한공사	이미영	개인	중국	북경	마케팅, 메뉴구성, 직원교육등
2	(주)놀부 향아리갈비	김순진	법인	중국	북경	마케팅, 판촉, 영업활성화 등
3	한라산갈비	김춘애	개인	중국	연길	메뉴개발
4	전주비빔밥	신분희	개인	중국	연길	메뉴개발 및 직원교육
5	연길시김씨 원민속가든	허경희	개인	중국	연길	메뉴개선, 개발 등 한식의 모든것
6	연성독배기	허향순	개인	중국	연길	경영개선, 조리법, 메뉴선정
7	연길 코스모호텔	김송월	법인	중국	연길	메뉴개선, 메뉴선정
8	연길 옛고을장원김밥	조경림	개인	중국	연길	메뉴개선, 개발 및 조리기술
9	연길 해란강민속궁	남복순	개인	중국	연길	메뉴개선, 메뉴신청
10	아리랑식관	전계월	개인	중국	도문	메뉴개선, 개발, 조리법
11	도문시 스리랑식관	양순자	개인	중국	도문	메뉴개선, 개발, 조리법
12	도문시 스포츠식당	최인숙	개인	중국	도문	메뉴개선, 개발 및 조리기술
13	도문시 강포동 불고기성	류금화	개인	중국	도문	메뉴개선, 개발 및 조리기술
14	황소마을	모니카 김	법인	미국	CA	메뉴개발 및 인테리어 디자인 등
15	Moodaepo Korea BBQ	Brian Chong	법인	미국	CA	원가절감, 사업확장
16	수원갈비	임종택	법인	미국	CA	인테리어, 메뉴판 디자인 외부배너, 점심메뉴 안
17	용수산	Keneth Kim	법인	미국	CA	인테리어 디자인 변경안
18	뉴서울식당	김용임	법인	미국	CA	인테리어 디자인 한국적 소품 등

〈건설팅 사업추진 관계자 워크샵 개최〉 2010. 9. 29

해외 한식당 건설팅 사업의 지원 업체별 추진계획을 발표하고 세부 사업 운영지침을 설명하여 공감대를 형성하고 지원 효과를 높이기 위해 관계자(17명) 워크샵을 개최했다. 협의 내용은, 세부 수행계획서가 확정되는 대로 업체별로 개별적으로 건설팅 협약체결을 체결하기로 했는데, 건설팅 협회와 건설팅업체, 수진업체간 수행계획서가 확정되면 개별적으로 공사를 방문하여 협약을 체결하기로 했다. 또 한식세계화 공식포털 등을 통해 들어오는 질의에 대한 사이버 건설팅이 필요하다는 점이 제기되었다.

이를 위해 전문가 풀을 구성하여 자문단을 운영하거나 방문건설팅 수행업체인 핼 코리아의 건설팅팀을 활용하는 방안이 검토되었으며, 워크샵을 통해 건설팅사업 참여기관 간에 사업추진을 위한 공감대가 형성되어 수진기업, 건설팅사의 사업내용에 대한 이해도가 제고되었다. 수진기업, 건설팅사 및 사업 위탁관리기관 등 사업 참여기관들의 사업내용 및 추진절차 등에 대해서도 공감대가 생겼다.

세부 수행계획서가 확정되는 사업계획부터 건설팅 협약을 체결하기로 하고 중간보고는 각 업체별 추진상황에 대한 발표회로 개최하기로 했다. 또한, 사업 위탁관리기관을 통해 사업간 기능 강화 및 2011년 사업추진방향 및 시행지침, 사업홍보 방안 등에 대한 포괄적 검토를 추진하기로 했다.

〈해외진출 전문건설팅 추진현황〉

“사업 위탁관리기관을 통해 사업간 기능강화 및 2011년 사업추진방향 및 시행지침, 사업홍보 방안 등에 대한 포괄적 검토를 추진하기로 했다.”

〈㈜봉피양〉

- 건설팅 수행기간 : '10. 11. 1 ~ '11. 2. 28
- 수진기업 및 건설팅사 현황

수진기업	봉피양(대표 강정순)		서울 서초구 서초동 1339
설립일	매출액	점포수	주요메뉴
'07. 4. 3	('08) 1,607백만원 ('09) 1,845백만원	국내 5 해외 1	한우등심, 갈비, 평양냉면, 설렁탕, 갈비탕, 우거지탕 등
건설팅사	㈜외식산업연구소(대표 신봉규)		서울 중구 신당 2동 410-1
설립일	매출액	건설턴트	주요 실적
'93. 3 '03. 3 법인	('08) 321백만원 ('09) 490백만원	8	SK텔레콤 결식이웃 도시락제조업체 김밥나라, 취영루 등 FC 20여건

‘봉피양’이 갖고 있는 경영상의 주요 이슈는 한식세계화에 대한 체계적 경영지원이다. 중국시장의 한식진출 메뉴 전문화 전략의 일환인 갈비, 불고기, 전 메뉴에 평양냉면과 만두를 접목한 중점전략의 시장성을 조사한다. 중국 프랜차이즈 사업 전개에 따른 전

문 매뉴얼 시스템에 대한 경영지원이 필요하다.

수진기업이 겪고 있는 주요 애로사항은, 한식 브랜드의 프랜차이즈 사업전개를 위한 전문 노하우의 부족, 현지 시장수요 파악 및 시장성 분석에 대한 전문성 부족, 중국 현지 프랜차이즈 비즈니스모델 개발을 위한 노하우 부족 등으로 나타났다.

따라서 컨설팅 주제는 봉피양의 중국 프랜차이즈 비즈니스 모델 개발 및 중국 현지 프랜차이즈 성공을 위한 한식 스토리텔링과 메뉴 판매기법 개발로 한식의 가치 창출을 실현하는 것에 맞추어졌다.

〈㈜본아이에프〉

- 컨설팅 수행기간 : '10. 11. 1 ~ '11. 1. 31

대부분의 중국에 있는 한식당은 중국인이나 조선족에 의해 전통한국문화로 포장한 중식화된 저가식당으로 운영되고 있다. 소수 한인이 운영하는 정통 한식당은 한국인 밀집지역에서 한국인들을 상대로 하고 있어 중국인들은 접근하기 어려운 고가의 고깃집 및 한정식의 형태를 취하고 있다.

이에 따라 컨설팅의 목표는 중국 내 차별화, 현지화된 프랜차이즈 모델의 수립에 두고, 수진기업이 가진 아시아지역과 프랜차이즈 레스토랑 업계에서의 경험과 현재 미국 고급 피자레스토랑 California Pizza Kitchen을 중국에서 현지화 중인 경험을 바탕으로 하여 대중화의 목적과 기존 '본죽'의 핵심역량에 적합한 모델을 찾아내는 것으로 삼았다. 형태는 프랜차이즈가 가능한 패스트 캐주얼 레스토랑으로, 그리고 마케팅 서비스 등의 형식은 중국 소비자에게 거부감이 없도록 철저히 현지화하는 방향으로 진행했다.

인테리어는 한류를 동경하는 중국 소비자들에게 어필하기 위해 한국에서 다수의 한식과 중식 컨셉을 디자인한 경험이 있는 업체에서 '해외에서 바라보는 모던한 한국'의 이미지를 중심으로 설계·계획되었다.

- 수진기업 및 컨설팅사 현황

수진기업	㈜본아이에프(대표 김철호)		서울 종로구 관철동 32-7
설립일	매출액	점포수	주요메뉴
'04. 7. 20	('08) 53,555백만원 ('09) 64,345백만원	국내 1,130 해외 8	비빔밥, 국수, 덮밥, 죽
컨설팅사	설립일	매출액	주요실적
EWHC	'07. 2. 7	('08) 미제출 ('09) 208백만원	Hard Rock Cafe, Outback Steakhouse, KFC, Pizza Hut, Tony Roma's 등
디자인칼라(정양섭)	'05. 2	('08) 115백만원 ('09) 3,589백만원	아데나가든, 그리씨니, 유티온스퀘어, 오리엔트 익스프레스 등 디자인설계

“컨설팅의 목표는 중국 내 차별화, 현지화된 프랜차이즈 모델의 수립에 두고, 수진기업이 가진 아시아지역과 프랜차이즈 레스토랑 업계에서의 경험과 현재 미국 고급 피자레스토랑 California Pizza Kitchen을 중국에서 현지화 중인 경험을 바탕으로 하여 대중화의 목적과 기존 '본죽'의 핵심역량에 적합한 모델을 찾아내는 것으로 삼았다.”

• 현지운영 전문컨설팅 추진현황

“경영시스템의 효율적 운용방안 수립,
메뉴표준화로 품질향상,
인적자원의 통합적 관리를 컨설팅의
방향으로 설정했다.”

〈향토골〉

- 컨설팅 수행기간 : '10. 10. 13 ~ '11. 2. 17
- 수진기업 및 컨설팅사 현황

수진기업	향토골(대표 김호제)		10 ANSON RD #35-11 SINGAPORE
설립일	매출액	점포수	주요메뉴
'06.1.19	('08) 1,957백만원 ('09) 2,323백만원	싱가포르 1	갈비, 샤브샤브, 된장찌개, 전골, 갈비탕, 비빔밥 등 한식 100종
컨설팅사	㈜편외식연구소(대표 황문교)		서울 중구 신당 2동 410-1
설립일	매출액	컨설턴트	주요 실적
'98	('08) 5백만원 ('09) 735백만원	8	공사 식품컨설팅사업(외식분야) 15개 수행 소상공인진흥원 프랜차이즈 시스템 구축

‘향토골’이 처한 경영상의 주요 이슈는 업무처리 절차에 대한 개선, 체계적인 조직관리, 사업 확대를 위한 경영전략, 한식 전문점으로서 메뉴개선 및 종업원 관리시스템 등이었다. 이에 따라 컨설팅의 주제는 사업확장(프랜차이즈화)을 위한 경영시스템의 구축으로 정하였다.

컨설팅의 정량적 목표는 메뉴 표준화(50→100%), 경영전략서·부문별 매뉴얼·홈페이지(미실사→100%), 종업원관리(50→100%)로 하고, 정성적 목표는 동남아시아 점포출점을 위한 기반 마련으로 정하였다. 그밖에 경영시스템의 효율적 운용방안 수립, 메뉴표준화로 품질향상, 인적자원의 통합적 관리를 컨설팅의 방향으로 설정했다.

〈천하일품〉

- 컨설팅 수행기간 : '10. 11. 15 ~ '11. 3. 14
- 수진기업 및 컨설팅사 현황

수진기업	천하일품(대표 정은숙)		중국 절강성 우주시 상보루 72
설립일	매출액	점포수	주요메뉴
'08. 12. 10	('08) 371백만원 ('09) 1,211백만원	3	한정식, 고기류, 전골류, 볶음류, 탕류, 전류 등
컨설팅사	㈜외식산업연구소(대표 신봉규)		서울 중구 신당 2동 410-1
설립일	매출액	컨설턴트	주요 실적
'93. 3 '03. 3 법인	('08) 321백만원 ('09) 490백만원	8	SK텔레콤 결식이웃 도시락제조업체 김밥나라, 취영루 등 FC 20여건

‘천하일품’의 경영상의 주요 이슈는 현지 운영 중인 매장의 내부역량 및 현지 상권분석과 중국 현지에 적합한 차별화된 한식 대표메뉴 개발, ‘천하일품’의 브랜드 이미지

를 대표할 수 있는 디자인작업, 중국 내 프랜차이즈 사업 전개에 따른 전문경영지원이 었다. 따라서 컨설팅의 주제는 중국 내 한식당의 영업 활성화 및 브랜드 이미지 개선을 위한 경영지원 컨설팅으로 정했다.

컨설팅 방향 및 목표는 중국내 한식세계화를 위한 영업 활성화 및 브랜드 이 미지 확립을 위한 컨설팅으로 프랜차이즈 활성화를 위한 개발계획을 수립하고, 한식세 계화를 위한 주메뉴 및 서브메뉴의 개발계획 수립, 디자인에 있어서 한식 브랜드의 이 미지 개선 및 보완사항 점검이 되었다.

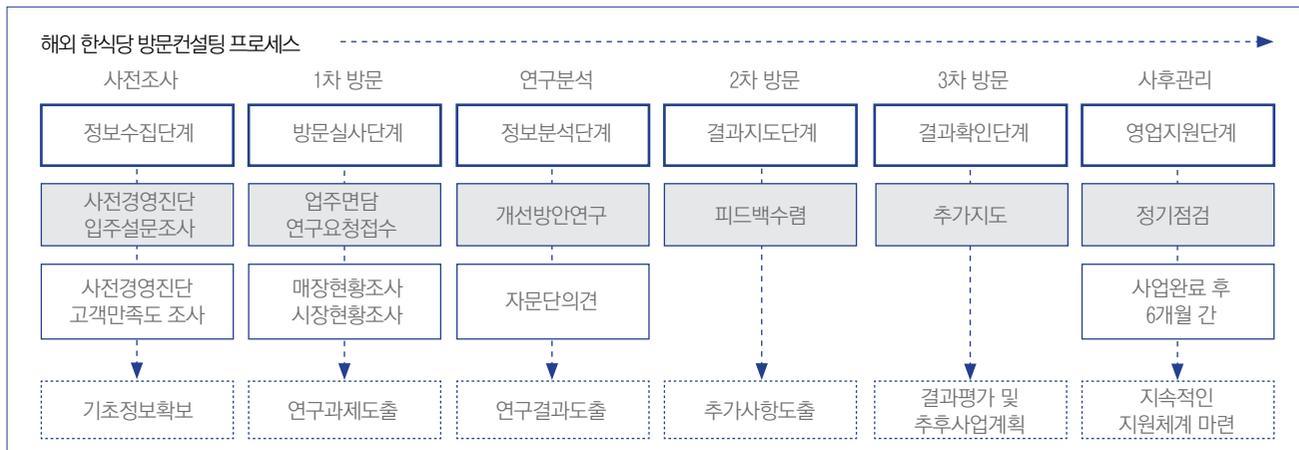
〈현지운영 방문컨설팅 추진현황〉

- 컨설팅 수행기간 : '10. 10. 1 ~ '11. 2. 28
- 컨설팅사 현황 : ㈜핑크코리아(대표 한영만)

설립일	매출액	컨설턴트	주요실적
'08. 7. 14	('08) 373백만원 ('09) 443백만원	9	전국 한우판매 인증점 사업개발(16개) 커피 프랜차이즈 '탐앤탐스' 컨설팅

〈컨설팅 방법 및 프로세스〉

1. 사전경영진단 : 기초운영현황 진단, 해당 지역 상권진단, 해당 매장 고객만족도 진단
2. 1차 방문 : 매장 운영현황 조사, 컨설팅 방향·자부담금 사용처 협의, 방문고객 성향·직 원근무현황 조사, 인근상권 조사, 물류현황조사, 벤치마킹
3. 개선방안 연구 : 조사자료분석(내부·외부환경) + 업주 요청사항 ⇒ 컨설팅 범위 설정 + 자문단 의견
4. 2차 방문 : 개선방안 연구결과 제공, 각종 매뉴얼 제공, 자부담금 결과물 제공, 조리방 법 등 기술전수
5. 3차 방문 : 개선방안 실행여부·실효성 확인, 사업 전후 비교, 추가 지도
6. 사후관리 : 컨설팅 완료 후 주기적 실적 확인 및 추가 지원 부분 협의



〈추진일정〉

구분	1차	2차	3차	비고
LA	'10. 10. 2 ~ 10. 7 (박규호, 안석현)	'11. 30 ~ 12. 4 (한영만, 진익준, 안석현)	'11. 2. 5 ~ 2. 9 (한영만, 강기만)	5업체
북경 도문	'10. 10. 28 ~ 11. 3 (박규호, 이윤준)	'12. 14 ~ 12. 20 (한영만, 김재숙, 이윤준)	'11. 1. 20 ~ 1. 26 (박규호, 강기만)	2 + 4업체
연길	'10. 11. 23 ~ 11. 29 (박규호, 홍정훈)	'11. 1. 20 ~ 1. 26 (한영만, 홍정훈, 유명곤)	'11. 2. 15 ~ 2. 21 (박규호, 강기만)	7업체

〈업체별 세부내용〉

지역	업체명	대표자	컨설팅 요청사항	자부담금 사용처
LA	수원갈비	임종택	인테리어 디자인 변경안 메뉴판 디자인 외부배너 디자인 점심메뉴 안	디자인 패키지(메뉴판, 테이블매트, 냅킨, 배너) 내부장식용 아트 구입
LA	뉴서울 식당	김용임	인테리어 디자인 변경안 한국적 소품 등	메뉴판 제작 앞치마 구매 장식용 소품 구매
LA	황소마을	모니카 김	점심메뉴(비빔밥) 레시피 인테리어 디자인 제안	그릇 등 소품 구매
LA	용수산	Keneth Kim	인테리어 디자인 변경안	벽지 구매
LA	무대포	Brian Chong	국내 외식트렌드 해외진출 희망 국내·외식 프랜차이즈 소개	외식산업 관련 책자구매
북경	북경비원	이미영	간장계장 조리법 남도한정식 제안 해산물메뉴 제안	BI, 간판, 명함 디자인
북경	불부 향아리갈비	김순진	상차림 제안 메뉴 프리젠테이션	미정
도문	스포츠 식당	최인숙	순두부 조리법 인테리어 컨셉	미정
도문	강포동 불고기성	류금화	불고기 소스 조리법 전통한식 밀반찬 조리법	불고기 조리판 구매
도문	아리랑 식관	전계월	곰창전골 조리법 인테리어 컨셉	전기불고기 구이기 구매
도문	스리랑 식관	양순자	장어구이 조리법 불고기 조리법 족발 조리법 전통한식 무침류 조리법	외부간판 디자인
연길	한라산 갈비	김춘애	비수기 점심메뉴 안 보쌈 / 족발 조리법 운영 / 위생 매뉴얼	진공포장기 구매

지역	업체명	대표자	컨설팅 요청사항	자부담금 사용처
연길	전주 비빔밥	신분희	오리주물럭, 매운동태찜, 봉어찜, 아구찜, 떡갈비찜	미정
연길	김씨원 민속가든	허경희	오리백숙 조리법 장아찌, 절임 조리법	밀폐용기 구매 한식관련 책자구매
연길	옛고를 장원김밥	조경림	감자탕 조리법 낙지전골 조리법 운영 / 위생 매뉴얼	밀폐포장용기(국물용) 구매
연길	해란강 민속궁	남복순	한식전통소스 조리법 해물전골 조리법 점심메뉴 제안	미정
연길	코스모 호텔	김송월	보쌈 / 족발 조리법 오리백숙 조리법 감자탕 조리법 설렁탕 / 곰탕 조리법	족발조리 가마 구매
연길	연성 독배기	허향순	소갈비 / 소꼬리탕 조리법 감자탕 조리법 고급한식요리 제안	꼬리곰탕 가마 구매

〈2010년 한식세계화사업 추진 관련 외식업계 간담회 개최〉 2009. 12. 23

2009년 한식세계화사업 추진실적을 점검하고 2010년도 사업추진방향에 대한 외식업계 의견을 수렴함으로써 내실 있는 사업추진 방향을 설정하고자 관련 외식업계의 간담회를 열었다.

- 참석현황(41명)
 - 업계(35) : 외식업계 19업체 24명, 외식 컨설팅 업계 6업체 10명, 기타 10
 - 농림수산물부 3명, 공사 사업단장 외 2명
- 주요 의견
 - 본아이에프 : 컨설팅 사업은 매우 중요하며, 해외 컨설팅업체의 많은 참여가 필요하다. 인프라구축, 인력 양성 등도 중요하지만, 마케팅 측면에서 한류를 활용하는 등 콘텐츠 홍보도 중요하다.
 - 벽제갈비 : 한식세계화에 대해서 단시간에 너무 많은 관심이 집중되어 깊이가 없이 걸릴기식이 되는 느낌이 있다. 해외사업 성공의 열쇠는 컨셉을 어떻게 갖고 가는가가 가장 중요하며, 컨설팅 사업이 이런 부분을 얼마나 받쳐줄지가 중요하다. ‘규가쿠’는 미국에서 현지화에 성공하여 한식을 위협하고 있는데 이의 성공 요인을 분석·연구하여 벤치마킹할 필요가 있다. 자금지원의 경우 자부담비율 50%는 업체부담이 크므로 70%정도로 지원비율을 확대할 필요가 있으며, 대출기간도 8년 정도로 연장할 필요가 있다.
 - 지화자 : 해외진출 전략에서 한식당을 6가지로 분류하였는데 국내와 해외에서 공통



〈한식세계화사업 추진 관련 외식업계 간담회〉

“2009년 한식세계화사업
추진실적을 점검하고 2010년도
사업추진방향에 대한 외식업계
의견을 수렴함으로써 내실 있는
사업추진 방향을 설정하고자
본아이에프 외 35개의 업계와
간담회를 열었고 답변을 제시했다.”

으로 적용할 수 있는 포괄적 분류가 필요하다. 레시피 작업은 4~5인 기준 가정용이 아니라 실제 식당에서 활용할 수 있는 규모화된 단위의 레시피가 필요하다. (예 : 김치 100포기 담기 등)

- 스쿨 푸드 : 미국에서의 매장 임대차계약서에는 발생 가능한 모든 상황에 대해 언급해 두어야 하는데, 주마다 법이 달라 어려움이 많으므로 법률자문 등의 지원이 필요하다.
- SK 네트워크 : 한식세계화를 위해 너무 급하게 너무 많은 일을 추진하고 있는데 조금하지 않게 내실을 다지고, 담당자들에게 힘을 실어줄 필요가 있다. 한식세계화의 성공사례를 만들고 이를 통해 산업전반에 긍정적 영향을 미칠 수 있는 부가적 효과를 창출해 내는 것이 매우 중요하다. 업계가 같이 뭉쳐 정보를 교류하고 공유할 때 큰 힘을 얻을 수 있다.
- 이마 컴퍼니 : 사업방향을 설정하고 시행할 때 업계의 의견을 반영할 수 있는 장치가 있어야 효율적 추진이 가능하다. 국내 기존 한식당 및 외식업체의 업그레이드가 한식세계화의 기본이다.

식자재 공급 관련 포장, 유통기술, 상품개발 등 표준화와 R&D 지원이 필요하며 외식업계, 세프, 식자재 유통업체 등 전문가 집단을 포괄하여 같이 가는 노력이 필요하다.

- 스티븐스 코리아 : 대출실행 시기가 공사완료 이후에 이루어지는데 조기에 대출해 주면 좋겠다.
- 더 본 코리아 : 대부분 외식기업이 담보 제공 여력이 낮은 실정인데 브랜드 인지도가 있는 주요 외식기업은 담보 없이 지원해주면 좋겠다.
- 핼 코리아 : 오늘과 같이 실무자가 중심이 된 업계 간담회를 정기적으로 진행했으면 좋겠다.
- 안나비니 : 해외진출에 관심이 있는 업체들의 모임을 통해 정보를 공유하고 업계의견을 반영한 사업계획을 작성하는 등 활동이 필요하며, 정부에서는 이 모임을 후원해 주면 좋겠다.
- 농식품부 총괄답변 : 한식세계화와 관련하여 정부의 역할은 전략적 방향성을 제시해주고, 개별 업체가 하기 어려운 인프라구축 등의 역할이라고 생각한다. 앞으로 오늘과 같은 의견수렴의 자리를 정기적으로 가질 수 있도록 준비하겠다.

〈한식세계화 추진 관련 해외 aT센터 화상회의 결과〉 2010. 4. 22 ~ 23

한식세계화 관련 현안들에 대해 동경, 오사카, 베이징, 뉴욕 등 해외 aT센터 지사장들과 화상회의를 열어 사업수요, 현지동향 등을 직접 파악하는 자리를 마련했다.

주요 협의내용은 한식당협의체 구축, 해외 한식당 컨설팅, 한식당 종사자

교육, 해외 진출 자금지원 등 대상사업에 관한 것이었다. 구체적으로는, 협의체 구축사업 지원 대상 조직 유무, 활동상황, 현지 분위기와 한식당 컨설팅 사업수요(전문-방문), 현지 반응, 종사자 교육이 어떠한 교육분야(경영주, 조리사, 홀서빙)에 대한 실수요가 있는 지에 대해 논의하고 기타 운영 관련 의견을 나누었다. 그밖에 해외 한식당 개설자금 지원 시 현지 민원을 최소화하는 방안과 실효성 제고 방안 등을 협의하였다.

“컨설팅 업체는 한국업체와 현지업체가 함께 진행하면 훨씬 효과가 높을 것으로 예상된다.”

〈해외 한식당협의체 구축 운영〉

- 동경 aT센터 : 민단 한식넷은 뉴커머의 참여부족 및 야끼니꾸 전문점 위주라는 한계가 있고, 음식점협회 및 재일한인회 분과위 등은 명목상 조직으로 활동이 미미하거나 설립취지, 목적 등이 다르다. 동경의 경우 여러 단체가 신청할 가능성이 있어 단체별 특수성 등을 감안하여 복수 협의체를 인정하는 방안도 검토할 필요가 있다.
- 오사카 aT센터 : 작년 출범한 관서 한국 식품문화협회는 집행부의 추진의지 부족 및 내부 회원 간 불협화음 등으로 협의체 사업 참여가 어려운 실정이며, 별도 신규협의체 구성을 위해 신청기한 연장을 요청했다.
- 북경 aT센터 : 현재 북경 내에 협의체와 관련하여 뚜렷한 움직임 및 수요가 없으며, 연변이나 심양 등에서는 사업수요가 있을 것으로 판단된다. 중국 내 공식등록 법인은 한국상회뿐이며, 나머지는 모두 비인가 조직이다.
- 뉴욕 aT센터 : 작년에 발족한 '미 동부 한식세계화 추진위원회'라는 협의체가 있으며 굉장히 관심과 열의가 높아 큰 역할을 할 수 있을 것으로 판단된다.

〈해외 한식당 컨설팅 지원사업〉

- 동경 aT센터 : 전문컨설팅 수요가 많지 않아 컨설팅업체 풀 구성은 의미가 없으며, 지원 대상 선정 후 한식당, 해외aT, 컨설팅업체간 협의 추진이 바람직하다. 방문컨설팅의 경우 무료지원이므로 수요는 있을 것으로 판단된다. 일본 TV에 오래된 식당을 리모델링해서 Before & After를 비교하는 프로그램이 있는데, 방송과 연계하여 한식당 개선모델을 보여주는 것도 좋은 방법이다.
- 오사카 aT센터 : 컨설팅사업 수요는 거의 없는 것이 현실이며, 대안으로 수출지원사업, 유관기관 문화행사 등 기존 사업과 연계지원이 필요하다.
- 북경 aT센터 : 외식업 컨설팅산업이 아직 정착되지 않았으며, 전문 컨설팅업체라고 할 만한 곳도 없는 실정이다. 방문컨설팅의 경우 종업원 교육이나 한국적 매장운영 시스템 등의 수요가 있을 것으로 판단된다.
- 뉴욕 aT센터 : 시설개선 등 실질적 지원이 뒷받침되지 않는 컨설팅은 수요가 한정적이며 실효성 있는 후속조치가 중요하다. 컨설팅 업체는 한국업체와 현지업체가 함께 진행하면 훨씬 효과가 높을 것으로 생각된다.

〈해외 한식당 종사자 교육〉

- 동경 aT센터 : 현재 협의체의 조직력이나 업무능력 등을 고려하면 현지 교육기관 선정이나 자체 교육프로그램 운영은 시기상조이다. 지난번 전문강사 초청교육 이수자들은 강사 풀로 충분히 활용 가능하다.
- 오사카 aT센터 : 조리사, 경영주 등 교육 시기를 구분하거나 수준별로 반을 나누는 등 교육대상자의 눈높이에 맞도록 세분화하면 좋겠다.
- 북경 aT센터 : 현지 조리사는 시간적 제약 등으로 참석이 어려우며, 식당마다 컨셉이나 취급메뉴 등이 다르므로 일률적으로 교육하면 교육 효과가 낮을 수 있다. 교육 장소는 중국요리협회교육센터 등에 임차사용이 될 것으로 예상된다. 동북3성 지역에 교육 수요 및 요구가 많으며, 연변농업대학과 연계하거나 연변에서 세미나, 경연대회를 개최하는 것도 좋을 듯하다. 조리사교육은 단순교육을 넘어 이벤트나 경연대회 등의 참여 형식도 필요하다. 경영주 교육은 교육이라기보다는 간담회 등의 형식으로 추진할 필요가 있다.
- 뉴욕 aT센터 : 조리사 교육과 관련하여, 뉴욕에는 성공한 한식당들이 꽤 있으며(금강산, 강서회관 등), 이런 곳은 한국에서 A급 요리사들을 영입해서 운영하므로 이들을 교육한다는 것은 큰 의미가 없으며, 현지인 한식 요리사들이 상당수 있는데 이들을 대상으로 교육하는 것이 효과적일 것이다. 조리교육 강사는 협의체가 추천하는 프리랜서 요리사 등으로 구성하여 한국에서 강사 전문교육을 실시한 후 활용하는 것이 좋다. 강사 풀은 Q채널에서 외국인 대상 한식조리 경험이 있는 요리사나 한식 요리책을 저술한 프리랜서 요리사(외국인도 있음), 금강산·강서회관 주방장 등으로 구성해서 운영하면 효과가 좋을 것이다.

홀서빙 교육 관련으로는, 미국에는 미국 나름의 식문화와 스타일이 있기 때문에 한국에서 일방적 강사 파견은 적절하지 않으며, 협의체의 협조를 받아 금강산 등 유명 한식당의 매니저 등으로 강사를 구성하고 한국에서 강사 전문교육을 실시한 후에 활용하는 것이 좋다. 미국 스타일과 한국의 전통적 요소를 가미하여 서빙교육 매뉴얼을 작성해서 배포하는 것도 좋은 방법이다. 경영주 교육에 관련해서는, 경영주를 대상으로 교육한다는 것보다는 오너의 한식세계화 관련 관심과 의지가 가장 중요하므로 이런 마인드를 심어주는 것이 중요하다. 따라서 별도 교육보다는 조리사 교육, 홀서빙 교육 등에 같이 참여를 시킴으로써 이러한 교육의 중요성을 인식시키는 것이 더 중요하다.

〈해외 한식당 개설자금지원〉

- 동경 aT센터 : 일본은 거의 제로 금리에 가까운 상황으로, 4% 금리의 자금은 별 메리트가 없다.
- 오사카 aT센터 : 식당 개설자금을 지원받고자 하는 수요는 상당하나 신용도, 담보제공

여력 등에서 자금지원을 받을 수 있는 대상자는 많지 않다.

- 북경 aT센터 : 국내에서 진출하는 대기업이나 전문 외식기업 등에 대한 불만의 목소리는 일부 있을 수 있다.
- 뉴욕 aT센터 : 현지 한식당이 지원 대상에 포함되지 않는 부분에 대해서는 관련 법령에 따른 것으로 설명하니 큰 불만은 없었다.

정부에서 자금을 지원하여 본격적으로 진출한다는 점에 대해 현지 한식당들의 걱정, 불만 등 분위기가 일부 있었으나 자금 규모가 미미하고(20~40억) 지역별로 보면 직접적인 영향은 크지 않을 것이라고 설명을 한 후여서 큰 문제가 없었다. 금융서비스를 이용할 만한 신용도나 담보 여력이 있는 교포들은 저렴한 금리로 현지 은행을 통해 대출을 받으며, 신용도가 낮고 영세한 한식당들이 국내 금융지원을 기대하는 실정이다.

〈기타의견〉

- 오사카 aT센터 : 자체 홍보사업(미래소비자 식교육사업 등)에 대한 고민을 많이 하고 있는데 인력부족으로 어려움이 있다.
- 뉴욕 aT센터 : 필라델피아 드렉셀대학교에서 식품과학을 가르치는 이지현 교수와 한식강좌 개설 관련 협의가 있었으며, NRA박람회 프레스데이에 초청할 계획이니 그때 구체적인 협의를 하면 좋을 것이다.

〈향후 조치계획〉

- 의견수렴 결과를 사업계획 수립에 활용할 예정이다. 컨설팅사업 및 해외 종사교육 등 계획수립 시 현지 의견을 반영하겠다. 화상회의에 참여하지 않은 지사는 문서를 통한 별도 의견수렴을 추진하겠다. 금번 화상회의에 참여하지 못한 지사는 화상회의 의견수렴 결과를 통보하고 동일한 사업내용에 대해 별도 의견수렴을 추진할 것이다.

〈해외 한식당 컨설팅 지원사업 실무협의회 결과〉 2010. 4. 23

해외 한식당에 창업·경영컨설팅 등을 지원하는 해외 한식당 컨설팅지원사업의 효율적 추진을 위해 사업추진방향 등에 대한 관련업계의 의견을 수렴하는 자리를 마련했으며 실무협의회에서 개진된 외식업계 및 컨설팅업계의 의견을 컨설팅사업 추진계획 수립 시에 반영하기로 했다.

외식업체별 해외진출 컨설팅 필요분야 및 신청 계획과 해외에서 운영 중인 한식당의 경영개선 컨설팅 필요분야 및 추진방법, 효과적인 사업추진 절차 및 운영방안 등을 협의하였다.

“해외 한식당 컨설팅지원사업의 효율적 추진을 위해 사업추진방향 등에 대한 관련업계의 의견을 수렴하는 자리를 마련했다.”

<주요 회의내용>

- **놀부** : 국내 컨설팅업체는 현지사정에 어두울 수 있으므로 국내 업체 - 현지 업체 - 참여 외식기업의 3자간 협력체계를 갖추면 효과적일 것으로 생각된다. 사업계획상 지원 분야를 세분화하여 명시해 주면 좋겠다.
- **본죽** : 분야별로 전문 컨설팅업체가 다르므로 수요에 맞게 복수 업체를 선정해서 추진하면 턴키형식보다 비용부담이 적을 것으로 예상된다.
- **CJ푸드빌** : 미국의 경우 주별로 노동법, 위생법, 건축기준 등이 모두 다르므로 애로를 겪는 경우가 많다.
- **벽제갈비** : 벽제갈비의 경우 현지 협력업체를 통해 간접적으로 도움을 받고 있어 컨설팅의 필요성은 못 느끼고 있다.
- **펄코리아** : 해외에서 경영에 어려움을 겪고 있는 일부 업체들은 현지 여건에 적합한 프랜차이즈 업체를 연결해 주는 것도 좋은 방법이다. 무상 컨설팅의 경우 업체 수용도 및 관심도가 낮아 효과가 떨어질 수 밖에 없으며, 소액이라도 자부담을 하는 것이 좋다. 중국에는 전문 컨설팅펌이 없다.
- **디에스알아이** : 무상 컨설팅 지원은 별 효과가 없으며, 단순히 개선해야 할 사항들을 지적해 주고 끝나는 것이 아니라 지속적 자문 및 사후관리가 중요하다.
- **알지엠컨설팅** : 지원 가능한 내용을 세분화하여 자세히 집중해주면 좋겠다.
- **현대정책연구원** : 해외 진출시 1개 매장만 운영하는 것 보다 2~3개 매장을 같이 오픈하는 것이 비용절감 차원에서 유리하다.
- **이야기 있는 외식공간** : 지역별 컨설팅 수요 및 여건 등을 감안할 때 현지 컨설팅업체 풀을 구성하는 것은 현실적이지 않다. 수요자들과의 컨설팅에 대한 인식차이를 줄여서 성공사례를 만드는 것이 중장기적으로 사업의 성패를 좌우한다. 컨설팅 이후 지속적인 사후관리 프로그램이 필요하다.

02. 해외 우수 한식당 추천제 운영

해외 우수 한식당을 발굴, 추천함으로써 한식의 이미지를 개선하고 저변을 확대하고자 해외 우수 한식당 추천제를 운영했다. 우선은 시범 사업을 통해 제도 운영상 문제점을 도출하고 이를 보완한 완성도 높은 운영모형을 개발했다.

해외 한식당 실태조사 결과, 국내·외 식당 인증제도 운영현황 및 문제점을 반영한 운영규정을 확정하고 이에 따른 추천제 실시기로 했으며 사업의 효율적 진행을 위하여 연차별·단계별로 시행 계획을 수립했다. 시범사업 단계(2010~2011) → 제도정착 단계(2012~2013) → 사업 확장단계(2013~2014) → 사업 정착단계(2015~)로 단계별 진

행을 하고, 대상은 선정을 원하는 해외 한식당으로 했다.

한국적인 맛과 서비스를 제공하는 한식당을 선발·추천하여 해외 오피니언 리더 등에게 홍보하는 것을 주요 내용으로 하고 이를 위해 ‘해외 우수 한식당 추천제 추천규정’ 제정, 추천위원회·기술위원회·실사위원 등을 구성·운영했다. 일본 현지 출장 및 전문기관 활용을 통한 해외 우수 한식당 추천제 사업의 효과적인 홍보를 진행하며 일본의 전문 조리기관인 핫토리 학원과의 MOU를 통해 사업의 효율적 추진을 꾀했다. 또한 우수 한식당 추천서 등 제공 및 추천 한식당이 수록된 서베이북을 발간했다.

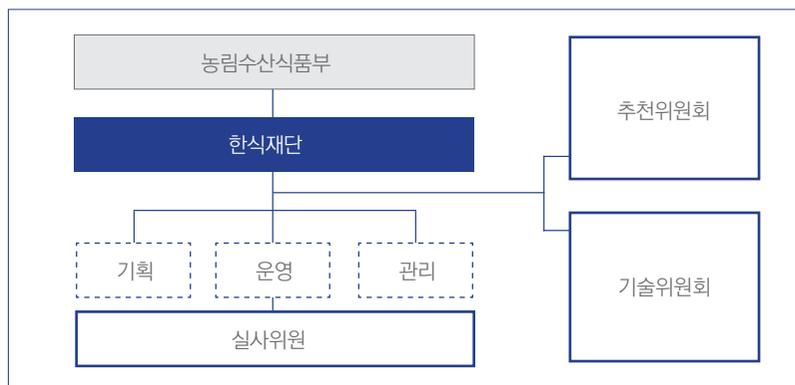
해외 우수 한식당 인증제도의 성과로 한식당 추천제 및 한식세계화사업에 대한 일본 내 인식을 제고하였다. 우수 한식당의 자료를 수록한 서베이북의 발간으로 현지인들이 믿고 찾을 수 있는 ‘한식’의 신뢰성을 제고하였으며, 추천서류 접수를 통한 일본 한식당 기초 DB 확보로 향후 사업의 진행시 활용할 수 있게 되었으며 동경소재 우수 한식당 시범사업의 진행 및 운영 노하우 습득을 통하여 향후 ‘뉴욕, LA, 파리, 북경’의 우수 한식당 추천 사업을 운영할 수 있게 되었다.

체계적이고 간결한 추진방안 구축으로 빠른 사업의 진행이 되도록 할 필요성이 대두되었다. 현지 평가기관, 한식넷, 유통공사, KOTRA, 대사관 등 관계기관과의 협조체계 구축으로 원활하게 사업이 진행되도록 해야 하며 추천제의 취지, 내용, 신청방법 등이 수록된 자체 홍보 리플렛 제작을 통하여 현지 한식당 및 현지 소비자들의 관심을 제고하고 효과적인 홍보전략 및 해외 네트워크를 활용한 추천제 사전홍보로 참여도를 향상시켰다.

“동경소재 우수 한식당 시범사업의 진행 및 운영 노하우 습득을 통하여 향후 ‘뉴욕, LA, 파리, 북경’의 우수 한식당 추천 사업을 운영할 수 있게 되었다.”

“체계적이고 간결한 추진방안 구축으로 빠른 사업의 진행이 되도록 할 필요성이 대두되었다.”

<운영조직도>



- 추천위원회 : 20인 내외의 위원으로 구성하고 동경 소재 우수 한식당 추천 기본방향 및 추천규정의 제정·개정에 관한 사항의 기능을 수행했다.
- 기술위원회 : 15인 내외의 위원으로 구성하고 심사기준의 제정·개정 및 현장 심사 결과의 분석·추천에 관한 사항의 기능을 수행했다.
- 실사위원 : 서류를 통과한 한식당에 대한 현장심사 및 결과 보고서를 작성하고 서베이북 발간을 위한 책자 내용 작성 등의 기능을 수행했다.

〈해외 한식당 추천제 추진계획 의견수렴〉 '10. 4. 20

• 추천관련 협의

- 참석자 : 5명

- 사업계획 보고 후 조사방향 자문 :

‘인증’ 보다는 ‘추천’ 등으로 용어에 대한 검토가 필요하다. 전문가 의견수렴 절차를 통한 사업 의견 조율 및 현지 전문가를 통한 현지 실사 추진이 필요하다. 재단의 업무 효율을 위한 위탁기관 용역을 검토해야 한다.

• 한식재단 전문가회의

- 참석자 : 8명

- 해외 한식당 추천제 추진계획 의견수렴 :

추천심사의 주체는 한식재단이 말고 일정부분 용역을 의뢰한다. 실사팀의 경우 내국인과 현지인 비율을 60:40으로 구성하는 것이 적당하다. 추천의 기준을 한식 메뉴 70% 이상이면 가능한 것으로 한다. 추천 한식당의 대상은 전문한식당까지 적용하며 오퍼의 경영마인드와 연계되는 추천기준이 필요하다. 사후관리 방안으로는, 추천패를 수여하고 세미나 및 식자재정보 제공 등의 인센티브와 인터넷 사이트, 트위터 등의 개발을 통한 홍보가 필요하다.

“해외 한식당에 창업·경영컨설팅 등을 지원하는 해외 한식당 컨설팅 지원사업의 효율적 추진을 위해 사업추진방향 등에 대한 관련업계의 의견을 수렴하는 자리를 마련했다.”

〈동경 소재 우수 한식당 추천제도 추천규정 제정〉

해외 한식당에 창업·경영컨설팅 등을 지원하는 해외 한식당 컨설팅 지원사업의 효율적 추진을 위해 사업추진방향 등에 대한 관련업계의 의견을 수렴하는 자리를 마련했다. 실무협의회에서 개선된 외식업계 및 컨설팅업계의 의견을 컨설팅사업 추진계획 수립 시에 반영하기로 했다. 외식업체별 해외진출 컨설팅 필요분야 및 신청 계획과 해외에서 운영 중인 한식당의 경영개선 컨설팅 필요분야 및 추진방법, 효과적인 사업추진 절차 및 운영방안 등을 협의하였다.

〈추천규정 제정 절차〉

추천규정(안) 마련



〈제1차 기술위원회〉 '10. 8. 2

• 농식품부 장명철 사무관 외 13명이 참석한 제1차 기술위원회에서는 추천제 운영규정 제정(안)에 대한 자문이 이루어졌다. 또 자원관리 심사팀원 및 평가원 위촉은 사무국이 권한 집행하기로 하고 추천기준은 내외국인 구분 없이 신청 자율화, 심사시 내부조율을하기로 했다. 인센티브에서 추천제 자금지원은 다소 무리가 있으므로 삭제하고 수수료는 신청자(식당)가 부담하기로 했다.

〈기술위원회 소위원회〉 '10. 8. 6

• 경희대 김태희 교수 외 6명이 참석한 소위원회에서 해외 우수 한식당 추천제 심사를 위한 실사점검표를 마련했다. 일본에 맞게 대분류 순서를 음식, 서비스, 위생, 환경, 전통성으로 변경하고 점수 채점보다는 우수, 보통, 미흡으로 정리하여 쉽게 처리했다. '환경'은 '실내인테리어'와 '전반적인 분위기'를 '실내분위기'로 통합했다. 또 고급 / 일반 한식당 분류별로 심사 점수에 차별성을 두기로 했다.

〈기술위원 의견 수렴〉 '10. 9. 13

• 소위원회에서 결정된 사항은 기술위원의 의견을 반영하여 추천규정(안)을 수정했다. 배점 및 가이드라인을 점검하고 글꼴을 편집했다. 또 '서비스'를 '서빙동작'으로 변경하고 심사 점검표의 체크표 옆 셀 병합을 수정하고 현장심사 점검표 평가문항에 국산 식자재 사용항목을 추가했다.

〈추천규정 제정〉

• 제2차 추천위원회의 서면결의를 통해 해외 우수 한식당 추천제 추천규정(안)의 위원장 수정안을 제정했다. 추천위원 24인 중 13인이 회신하고 12인의 찬성으로 위원장 수정안이 통과되었다. 추천규정에서는 한식재단이 동경 소재 우수 한식당을 선정 추천하는데 필요한 사항을 정하고, 이를 통하여 한식세계화 및 우리 농식품의 수출증대에 기여함을 목적으로 규정하였다. 주요 기구로는 추천 한식당 업무를 공정하고 효율적으로 수행하기 위해 추천위원회 및 기술위원회를 구성하고 목적, 용어정의, 추천 한식당 기본요건, 추천심사, 추천절차 및 심사, 추천서 발급, 추천 한식당 관리, 심사여비 및 수당 등 지급, 권한의 위임위탁을 구성내용으로 정했다.

“경희대 김태희 교수 외 6명이 참석한 소위원회에서
해외 우수 한식당 추천제 심사를 위한 실사점검표를 마련했다.”

〈제1차 추천위원회〉 '10. 6. 14

- 인증형태(추천제), 추천제 대상지역(동경), 심사팀 구성(내·외국인 혼합), 추천 한식당 선발(신청과 관계기관 추천병행), 홍보방안 부문은 원안으로 통과되었다. 2010년은 시범사업으로 하고 다음해 부터는 분야별, 등급별 종합적 평가가 가능한 장기적 방향으로 계획하기로 했다. 현지인 심사위원단을 구성하여 현지인이 과반수가 넘도록 조정하는 등 추천제에 대한 엄격한 평가기준이 필요하다는 점이 강조되었다. 심사기준 항목에서 국산 식재료 포함 여부는 '맛'을 보면 알 수 있으므로 별도의 세부항목을 두지 않는 것이 바람직하다는 의견과 예산과 시간의 한계가 있으므로 천천히 단계적으로 진행하는 것이 좋다는 의견이 나왔다.

우수 한식당이 동경을 시작으로 추후 파리·뉴욕 등으로 확산되는데 필요한 포괄적인 평가 시스템 및 추천 한식당 평가 주기를 포함한 사후관리방안을 마련할 것을 주문하였다.

〈제2차 추천위원회 서면결의〉 '10. 10. 12 ~ 18

- 추천위원 24인 중 13인 회신, 위원장 수정안 12인 찬성하여 해외 우수 한식당 추천제 추천규정(안) 위원장 수정안으로 의결하였다.

원안	위원장 수정안
사업명 '해외 우수 한식당'	사업명 변경 '동경소재 우수 한식당'
추천수수료 한식재단 이사장은 추천심사에 소요되는 비용 중 일부를 우수 한식당 추천을 신청하는 자에게 수수료를 징수 할 수 있다. 수수료의 징수에 관하여는 한식재단이 별도로 정한다	10조 추천수수료 조항 삭제
추가 규정	심사결과 공개여부는 최소공개 원칙 아래 문의시 해당 한식당 심사결과 공개 단, 타 한식당 심사결과는 경영정보 보호차원에서 비공개

• 의결 위원

원안찬성	위원장 수정안 찬성
조환익 위원	윤은기 위원, 양일선 위원, 한영실 위원, 김순진 위원, 박인구 위원, 윤숙자 위원, 한복려 위원, 황인경 위원, 남승우 위원, 손민 위원, 송미정 부위원장, 조동성 위원장

〈제3차 추천위원회 서면결의〉 '11. 1. 31 ~ 2. 8

- 동경소재 우수 한식당 34개 업소를 추천하여 추천위원 14인의 찬성으로 확정 및 의결 되었다.

안건	내용
동경소재 우수 한식당 34개 업소 추천	모란봉, 한일관, 소선제, 윤가, 처가방, 하이야꾸, 오주리, 한우리, 슈엔, 무궁화, 쿠사노이에, 리남화, 마쯔노미, 대나무, 타베몽, 진일관, 반가, 불닭, 세이코우엔, 시운, 수라간, 진생, 명월관, 한미리, 날개, 오작교, 일용, 장흥옥, 한사랑, 라쿠라쿠, 서울촌, 대구가, 사라테이, 이동막걸리

• 의결 위원

찬성	반대
윤은기 위원, 하영제 위원, 조환익 위원, 양일선 위원, 한영실 위원, 김순진 위원, 남상만 위원, 박인구 위원, 윤숙자 위원, 한복려 위원, 황인경 위원, 손민 위원, 이어룡 위원, 송미정 부위원장	남승우 위원 (추천 업소 중 상위 17개 업소만 선정)

〈해외 한식당 추천제 시범사업 일본 홍보 용역 계약〉

일본시장에서 한식당 추천제의 성공적인 런칭을 지원하고 추천 한식당에 대한 일본 소비자들의 선호도와 한식재단의 인지도 높이기 위한 일본 내 홍보 용역을 추진했다.

일본 시장에서 한식에 대한 대중적 관심을 유발하여 한식 브랜드 이미지 확립 및 한식재단 역할에 대한 인지도를 높이고 추천 한식당 추천제 응모를 활성화했다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 계약기관 : 교도 PR
- 계약방법 : 수의계약. 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 제7조, 동법 시행령 제26조 제1항 제5호에 근거하여 일본 내 홍보관련 네트워크 구축 및 PR수행 경험이 풍부하여 과제수행에 적합하다
- 계약기간 : '10. 7. 14 ~ '10. 10. 13 (4개월)
- 홍보활동 내용 : 효율적 언론홍보를 위한 PR 인프라구축
 - 교도 PR 내에 한식재단 PR 사무국 개설
 - 한식재단 타겟 미디어 리스트 개발, 프레스킷 작성
- PR 프로그램 기획 : 계약기간 중 PR 프로그램 개발, 월별 활동계획안 작성 및 보고
- 퍼브리시티 : 보도자료 작성 및 배포, 기획기사 작성 및 Pitch
 - 인터뷰 준비 및 예상 질의응답 작성, 유명인 활용 기고 칼럼 게재 추진



〈홍보활동 - 요미우리신문 보도자료〉

“일본시장에서 한식당 추천제의 성공적인 런칭을 지원하고 추천 한식당에 대한 일본 소비자들의 선호도와 한식재단의 인지도를 높이기 위한 일본 내 홍보 용역을 추진했다.”

- 미디어 릴레이션 : 미디어 라운딩(자료제공 및 취재요청·지원)
 - MOU체결 기자회견 계획 및 진행(미디어 초청, 기자회견 진행)
- 클라이언트 서포트 & F / U : 우수 한식당 서베이북 출간을 위한 출판사 접촉 및 출판 조건 협의
 - 우수 한식당 추천제 접수 서류발송 대행
- 언론홍보 결과 : 미디어 커버리지 총 38건
- 게재 형태별 : 지면 - 23건(60%), 온라인 - 15건(40%)
 - 기사 형태별 : Straight news - 22건, Feature Article - 4건, 인터뷰 - 3건, 기고 / 칼럼 - 2건, 온라인 3건, 팸투어(기획기사 + 인터뷰) - 4건
- 홍보활동 사례 : 요미우리신문 보도자료
 - 매체명 : 요미우리온라인 / '10. 7. 30
 - 게재명 : 헤드라인 '다음은 한식 붐?! 한국판 미술쟁 출판으로'
 - <http://www.yomiuri.co.jp/gourmet/news/business/20100730-OYT8T00695.html>

〈해외 한식당 추천제 시범사업 의견수렴〉 '10. 6. 21 ~ 23

- 출장지역 : 일본 동경
- 핫토리요리학고 관계자 간담회 : 실사팀 일본전문가 추천 등 추천업무 전반에 대하여 재단에 협조하고 예산 등 세부사항에 대해서는 추후 재단과 협의하여 추진한다.
- 일본 농무관, 민단 한식넷, 동경 aT 관계자 간담회 : 일본 내 한식당의 레벨을 한 단계 발전시킬 수 있도록 동경 aT와 민단 한식넷의 적극적인 협조와 한식재단 및 한식당 추천제, 한식세계화사업 등의 홍보를 위한 재단과 민단 한식넷의 협의체계 구축이 필요하다.
- 동경 aT 관계자 간담회 : 동경 지역(신주쿠, 아카사카, 룩본기힐 등)의 한식당 현황을 청취했다.

〈해외 우수 한식당 추천제 시범사업 홍보 및 의견수렴〉 '10. 7. 28 ~ 30

- 출장지역 : 일본 동경

한식재단의 역할과 한식당 인증(추천)제의 가치, 기대효과 등을 설명하여 추천제 이해 기반 확대가 필요하다. 일본 경제·요미우리신문과의 인터뷰를 통해 '한식세계화사업', 해외 한식당 추천제 내용 등을 설명하여 일본인들에게 한식을 홍보했다. 추천에서 제외된 한식당의 소외감을 해소할 방안을 모색해야 한다. 추천식당 기준설정 시 대중식당을 포함하는 방안을 적극 검토하기로 했다. 한식당을 대상으로 하는 인증제를 적극 홍보하고 민단 기관지, 단체 소식지, 기타 홍보물을 한식당 등에 배포한다. 한류 열풍을 한식당 추천제와 연계하는 전략으로 '한식당 추천 책자 출판기념회'를 동경에서 개

최할 경우 한류스타 참석을 검토할 필요가 있다.

〈동경소재 우수 한식당 추천제 홍보 관련 협조 요청 공문 발송〉 '10. 11. 3

- 주일본 한국대사관, aT 동경지사, 재일대한민국민단 기관 홈페이지에 공고문을 게시하고, 추천제에 대한 홍보 및 한식당의 참여 의사 등이 파악되는 대로 통보 협조를 요청한다.

〈동경소재 우수 한식당 실사위원 설명회 및 한식당 신청 유치 출장〉 '10. 11. 28 ~ 30

- 출장지역 : 일본 동경
- 실사위원 설명회 및 모의심사, 핫토리학원과 업무협약
- 신청서 유치 추진실적

일자	방문업체	선정업체	미 선정업체	
			신청가능	의지없음
계	25	16	7	2
11. 28(일)	10	9	1	-
11. 29(월)	7	4	2	1
11. 30(화)	8	3	4	1

〈동경소재 우수 한식당 2차 홍보 출장 및 부이사장 실사〉 '10. 12. 2 ~ 7

- 출장지역 : 일본 동경
- 동경소재 우수 한식당 유치를 위한 현지 홍보, MOU 기관과의 1차 심사 및 한국 심사단과의 현지 실사
- 신청서 유치 추진실적 / 한식당심사

일자	방문업체	선정업체
계	29	17
12. 2(목)	8	6
12. 3(금)	9	8
12. 4(토)	8	3
12. 5(일)	4	-

일자	계	실사한식당	실사위원
12. 3(금)	8	시은, 왕족발집, 대나무, 모란봉, 하이아쿠, 슈엔, 불닭, 날개	한국실사단 (김은선, 이어룡 위원)
12. 5(일)	3	채채, 한미리, 장흥옥	일본실사단 (사카이 후미히코 위원)
12. 6(월)	4	대한민국, 대구가, 청향원, 명월관	

〈동경소재 우수 한식당 추천제 현지심사 동행 및 의견수렴 출장〉 '10. 12. 8 ~ 10

- 출장지역 : 일본 동경
- 현지심사 동행 및 업체·기관·단체 의견수렴. 재단에서 교도 PR 등을 통해 일본 언론홍보 및 한식넷 광고 등을 홍보·추진하였으나 미흡하다는 의견이 많다. 내년부터 추천제 신청은 공신력 있는 기관·단체의 추천 또는 현지고객의 의견이 반영되도록 하는 방안을 고려할 필요가 있다. 탈락 식당에 대한 후속조치는 탈락이유 등 평가결과를 상세히 설명하고 경영컨설팅과 병행하여 실질적 도움이 되도록 진행해야 한다. 추천 한식당에 대하여 국내 우수 한식당 투어 기회를 제공하는 인센티브를 제공한다. 추천 식당은 심사단 의견 외에 고객 평가 반영 방안을 마련하여 관리한다.

〈동경소재 우수 한식당 추천제 현지 출장〉 '10. 12. 16 ~ 18

- 출장지역 : 일본 동경
- 동경소재 우수 한식당 추천제 한식당을 현지심사하고 추천제 사업관련 MOU 기관과 업무협의를 진행했다. 일본 현지심사단과 동행하여 한식당 실사를 벌였다 핫토리 학원과 업무협의를 하고 2010. 12. 20일 까지 한식당 심사평가서를 취합하여 24일까지 재단에 제출했다.

일자	실사한식당	실사위원
12.16(수)	타베몽, 윤가, 마쯔노미, 도라지진생	핫토리 요시히코
12.17(목)	수라간, 리남화, 일웅, 가나다라, 장흥옥	핫토리 요시히코, 무카사 치에코
12.18(금)	소선제	사와키 마이, 이케자키 노리코

〈동경소재 우수 한식당 추천제 신청 공고〉 '10. 10. 29 ~ 12. 6

- 신청자격 : 일본 동경에 있으며 다음의 조건을 충족하는 한식당
 - 영업개시 후 1년 이상 실제 운영되고 있는 한식당
 - 한식 취급메뉴가 전체 메뉴의 70% 이상인 한식당
 - 최근 1년간 현지 위생법 위반 사실이 없는 한식당
- 추천 평가 방법

- 1차 서류 심사
- 2차 현장 심사 : 실사위원이 음식, 서비스, 위생 등 현장 실사
- 추천심사 결과는 추천위원회 심의를 거쳐 확정
- 추천 유효기간 : 2년

<동경 소재 우수 한식당 추천업무 MOU 체결> '10. 10. 21 ~ 12. 30

- 동경 소재 우수 한식당 추천제 관련 일본 핫토리와의 업무 협약
- MOU 체결 주요사업
 - 동양식문화의 세계적 확산을 위한 공동 연구, 교육, 홍보
 - 동양식문화의 우수성 및 건강한 식생활 유도
 - 한국과 일본의 상호 음식 조리법 및 조리교육
 - 한식재단의 일본 한식당 추천제도의 실행
 - 기타 상기 목적을 위하여 양 기관이 합의한 사항
- 협약내용
 - 일본 현지 추천제 심사위원장 및 심사위원 8인 추천, 재단과 협의 확정
 - 서류심사를 통과한 한식당 현장심사 및 심사위원 관리 총괄
 - 현장심사결과 분석 및 추천내용 자료 취합 보고
- 심사기간 : '10. 12. 6 ~ '10. 12. 17
- 심사내용 : 서류를 통과한 한식당 중 27개소의 현장심사
- 심사위원 : 8 명
 핫토리 유키오(심사위원장), 무카사 치에코, 사와키 마이, 다케우치 히데오, 야마모토 유우코, 핫토리 요시히코, 신월순, 사카이 후미히코
- 객원 심사 참가자 : 5명
 다이조 마사코, 이노우에 히로시, 이케자키 노리코, 아라이 마키, 타카이 가즈오

<한국 실사위원 교육> '10. 11. 24

- 강사 : 경희대학교 김태희 교수, 두레 K&F 김은경 대표
- 참가인원 : 실사위원 4 명
 우송대 김성민 교수, 음식업중앙회 남상만 회장, 전통음식 연구소 윤숙자 소장, 궁중 음식 연구소 한복려 원장
- 교육내용
 - 해외 우수 한식당 추천제 사업의 배경 및 목적, 운영조직, 추천 시스템 등 전반적인 사업의 개요 설명
 - 심사 방법 및 실사항목의 구성·배점에 대한 교육
 - 현지 심사 점검표 가이드라인에 대한 교육과 식당 방문을 통한 모의평가 실시

〈일본 심사위원 교육 및 모의심사〉 '10. 11. 29

- 강사 : 송미정 부이사장
- 참가인원 : 심사위원 8명
 핫토리 유키오(심사위원장), 무카사 치에코, 사와키 마이, 다케우치 히데오, 야마모토 유우코, 핫토리 요시히코, 신월순, 사카이 후미히코
- 교육내용
 - 해외 우수 한식당 추천제 사업의 배경 및 목적, 운영조직, 추천 시스템 등 전반적인 사업의 개요 설명
 - 심사 방법 및 심사항목의 구성·배점에 대한 교육
 - 현지 심사 점검표 가이드라인에 대한 교육
 - 식당방문을 통한 모의 평가 실시

〈한국측 심사위원 현장 심사〉 '10. 12. 1 ~ 9

- 심사대상 : 서류심사 통과 업소 중 38개 업소
 - 다점포 업소 : 대표업소 1곳 실사(33개 중 대표업소 1개씩 총 6개 업소)
- 심사위원 및 심사업소

	조편성	심사일	심사업소
1조	남상만 회장 윤숙자 소장	12. 1 ~ 3	돈짱, 풍금, 한사랑, 오작교, 돈오네, TEJ도교 본점, 비양도 이상 7개 업소
2조	김은선 회장 이어룡 회장	12. 3 ~ 5	날개, 불닭, 대나무, 슈엔, 왕족발집, 시온, 모란봉, 하이야쿠 이상 8개 업소
3조	김태희 교수 한복려 원장	12. 3 ~ 5	버드나뭇집, 아랫목, 원조부대찌개, 이동막걸리, 코라보, 사라테이, 한돼지야, 오조리 이상 8개 업소
4조	김성민 교수 니운봉 교수	12. 4 ~ 6	청기와, 킨다로, 라쿠라쿠, 쿠사노이에, 동해, 봉추찜닭, 소나무, 한류안환 이상 8개 업소
5조	박형희 대표	12. 8 ~ 9	엄니식당, 서울촌, 한우리, 처가방, 놀부네, 엔, 반가 이상 7개 업소

〈일본측 심사위원 현장 심사〉 '10. 12. 5 ~ 18

- 심사대상 : 서류심사 통과 업소 중 27개 업소
- 심사위원 및 심사업소

심사위원	심사일	심사업소
송미정 부이사장 사카이 후미히코	12. 5 ~ 6	채채, 한미리, 대한민국, 대구가, 청향원, 명월관 (장흥옥) 이상 6개 업소
송미정 부이사장 핫토리 요시히코 무카사 치에코	12. 16 ~ 18	타베몽, 윤가, 마쯔노미, 도라지진생, 수라간, 리남화, 일용, 가나다라, 장흥옥, 소선제 이상 10개 업소
사와키 마이 이케자키 노리코 외 6인	12. 6 ~ 17	고려, 대사관, 무궁화, 바람, 시골집, 썸밥집, 양노이에, 진일관, 한일관(야자부주방), 한일관, Bissori 이상 11개 업소

〈심사위원 종합회의 결과〉 '11. 1. 25

• 참석자 : 7명

우송대학교 김성민 교수, 경희대학교 김태희 교수, 카이스트 나운봉 교수, 한해외식정보 박형희 대표, 공중 음식 연구원 한복려 원장

• 심사결과 협의 : 추천 한식당 적합성 협의 결과 총 34개 업소로 조정

- 재일교포가 운영하는 평범한 수준의 '한돼지'와 '청기와'는 부적합한 대신 새로운 한식으로서의 발전가능성이 있는 '사라테이'는 적합한 것으로 조정

		대상업체	결과	
			적합	부적합
계		65	34	31
한국	고급	38	7	4
	일반		25	10
	다점포		6	4
일본	고급	27	15	12
	일반		12	4

- 총 65개소 심사 : 적합 34개소 / 부적합 31개소

- 적합업소 : 모란봉, 한일관, 소선제, 윤가, 처가방, 하이아구, 오주리, 한우리, 슈엔, 무궁화, 쿠사노이에, 리남화, 마쯔노미, 대나무, 타베몽, 진일관, 반가, 불닭, 청향원, 시온, 수라간, 진생, 명월관, 한미리, 날개, 오작교, 일용, 장흥옥, 한사랑, 라쿠라쿠, 서울촌, 대구가, 사라테이, 이동막걸리

- 서베이북 제작 방향

- 추천 한식당 소개 내용은 소비자가 이용하기 편리하게 가격·서비스 등의 표현방법을 고민하여 제작

- 고급 한식당의 경우 소개 페이지를 좀 더 할애하고, 식당을 카테고리별로 분류하여 색인 목록을 넣으면 소비자들이 찾아보기 더 쉬움

- 향후 추진 방향 : 부적합 한식당은 이유를 설명하고 기념품을 보내주는 조치 필요

〈서베이북 발간〉

• 추천 한식당 소개(미술평가이드 동경판 참조)

• 점포의 특성, 지도, 인테리어, 메뉴 등을 소개

• 1개 점포당 2~4쪽으로 총 200페이지 내외로 구성, 5,000부 제작

〈해외 우수 한식당 추천제 시범사업 모니터링 및 제도개선(안) 마련〉

• 정부 해외 우수 한식당 추천제 시범사업의 모니터링을 통하여 본 사업 시행방안 및 제도화의 방안을 모색한다. 시범사업 시스템을 실제 운용측면의 중간평가를 통하여 문제점을 도출하고 개선 대안을 제시한다.

- 계약기관 : (사)한국 음식문화 전략 연구원
- 계약방법 : 수의계약. 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 제7조, 동법 시행령 제26조 제1항 제5호에 근거하여 한식세계화사업 관련 정책 및 제도화 방안수립에 대한 연구 용역 수행경험이 풍부하며 분야별 전문가를 다수 보유하고 있어 과제수행에 적합해야 한다.
- 계약기간 : '10. 12. 24 ~ '11. 2. 24 (2개월)
- 주요연구내용 : 시범사업의 토대가 된 선행연구의 제도 분야를 분석정리하고 현 시범사업의 제도 분석 및 모니터링을 통해 개선방안을 도출한다.
- 개선방향 : 시범사업 성격으로 절차적·결과적 정당성 확보가 미흡하다. 현지 소비자로 부터 인정받고 국가의 한식세계화사업 정책에 부응하는 제도의 구축이 필요하다. 운영조직(이사회, 추천위원회, 기술위원회, 실사위원)이 너무 복잡하고 위원들의 참여 미흡하여 형식적으로 운영된 경향이 있다. 추천위원회 및 한식재단 사무국으로 간소화하고 해외 현지 평가기관, 한식넷, 유통공사, KOTRA, 대사관 등 협조체계를 구축해야 한다. 현지화와 한식의 정통성 간의 혼란이 있으므로 현지화를 주목적으로 설정하여 한식의 정통성 부분을 별도로 추가하여 설정한다. 한식당의 고급 / 일반의 기준이 모호하므로 고급 / 전문 / 정통한식 등으로 세분화하여 선정한다. 심사방법은 심사표 방식과 전문가 실사 방식을 추가 검토하고, 위원간의 편차를 조정하는 기법을 도입한다.
- 연구 효과 : 시범사업에 대한 다양한 정보를 피드백하여 사업의 목적을 달성하는데 기여한다. 정책의 문제점을 찾아내고 제도화를 위한 개선방안 등을 제시한다. 시범사업 추진에 대한 Follow-up을 통해 정부의 한식세계화사업의 일관성 및 정책의 효율적 추진을 조장한다.
- 연구의 활용 방안 : 2011년도 시범사업 확대를 위한 기초자료를 확보하여 효과적 확대 실시의 토대를 마련한다. 시범사업에 대한 연구를 통해 사업추진에 대한 자료를 확보하고 이를 분석하여 사업의 효과적인 추진을 위한 근거로 활용한다.
- 연구추진 일정

단계	수행내용	일자
1	선행연구 제도분야 및 현 시범사업 제도 분석	2011. 1. 9
2	현 시범사업 운영과정 및 심사결과 분석	2011. 2. 6
3	전문가 의견 수렴 및 개선방안 작성	2011. 2. 13
4	최종보고	2011. 2. 24
5	최종보고 내용 검수·수정 및 제출	2011. 2. 25

〈선정 한식당 공지〉

- 대상 : '제 3차 추천위원회 서면결의'를 통하여 추천된 우수 한식당 34곳과 대상 업소 중 미추천된 31곳
- 일자 : '11. 2. 14
- 내용 : 선정된 한식당은 '한식세계화 공식포털'에 추천 업소 명단을 게재하고, 미추천업

소는 추천되지 못한 사유를 담은 위로문과 기념품을 동봉하여 발송한다.

〈모니터링 결과 평가에 따른 사업추진〉

- '11. 2. 4주차 : '해외 우수 한식당 추천제 시범사업 모니터링' 완료
 - 정책의 문제점 및 제도화를 위한 개선방안 도출
 - 시범사업추진에 대한 평가로 추진성과 파악
- '11. 3. 2주차 : 시범사업 결과 평가
 - 시범사업 결과 평가를 토대로 추진범위, 추진체계, 추진일정 등을 포함한 사업추진 계획(안) 작성 및 확정
- '11. 4. 4주차 : 추천제 규정 작성
- '11. 5. 1주차 : 사업 실시
 - 동경 우수 한식당 추천제 2차년도 사업 실시
 - 타 도시로 확대 실시

〈서베이북 발간 및 출판기념회 개최〉

- 장소 : 주일본 한국문화원(도쿄 오토야)
- 참석 대상자 : 일본 내 오피니언 리더, 외식업경영자 및 관련단체 임직원, 서베이북 게재 한식당 경영자 등 200여 명. 일본 오피니언 리더는 주일본대사관, 주일본한국문화원 등과 협의하여 결정·해외 우수 한식당 추천제를 통해 인증된 한식당을 담은 '서베이북' 인지도 확산을 도모하고 일본 시장에서의 한식 브랜드 이미지를 확립한다.
- 주요내용
 - 1부, 기자간담회(일본 현지 방송사, 신문사, 온라인 등)
 - 2부, 출간기념회(이사장 인사말, 주일본한국대사 축사, 일본 핫토리영양전문학교 교장 축사, 추천서 수여 등)
 - 3부, 문화행사 및 기념 리셉션(한식 뷔페)

〈추천위원회 명단〉

	구분	소속	직위	성명
1	정부부처	농림수산식품부	식품산업정책실장	이상길
2		중앙공무원교육원	원장	윤은기
3	유관기관	aT	사장	하영제
4		한국관광공사	사장	이참
5		KOTRA	사장	조환익
6	학계	2022년 월드컵 유치위원회	사무총장	서대원
7		연세대	부총장	양일선
8		서울대	교수	조동성
9		숙명여대	총장	한영실

	구분	소속	직위	성명
10	식품업계	한해외식산업협회	회장	김순진
11		음식업중앙회	회장	남상만
12		식품공업협회	회장	박인구
13		전통음식 연구소	소장	윤숙자
14		공중 음식 연구원	원장	한복려
15		한국 식품조리과학회	감사	황인경
16	업계	보령그룹	대표이사	김은선
17		풀무원	대표이사	남승우
18		한얼 국제특허 사무소	대표	손민
19		대한전선	명예회장	양귀애
20		웅진그룹	회장	윤석금
21		삼천리	회장	이만득
22		대신증권	회장	이어룡
23		대보그룹	회장	최등규
24	당연직	한식재단	부이사장	송미정

〈기술위원회 회원 명단〉

	구분	소속	직위	성명
1	당연직	한식재단	부이사장	송미정
2	정부부처	농림수산식품부	사무관	장명철
3	언론계	중앙일보	여행·레저본부장	유지상
4	학계	우송대	교수	김성민
5		경희대	교수	김태희
6		부산동의대	교수	조용범
7		KAIST 테크노경영대학원	초빙교수	나운봉
8		서울대	교수	윤지현
9	업계	두레 K&F연구개발	이사	김은경
10		로알코펜하겐	대표	남기령
11		한해외식정보	대표	박형희
12		밀레니엄 힐튼	총주방장	박효남
13		레드캡투어	대표	심재혁
14		한국식품정보원	교육원장	이상호
15		한국코닝	대표	이행희

“우리음식문화의 체계적 보존 및 국내·외 한식의 보급 확대를 위해서는 한국 음식의 표준조리법을 연구·개발할 필요가 꾸준히 제기되어 왔다.”

03. 한식 표준조리법 보급

우리 음식문화의 체계적 보존 및 국내·외 한식의 보급 확대를 위해서는 한국 음식의 표준조리법을 연구·개발할 필요가 꾸준히 제기되어 왔다. 이에 농림수산식품부와 문화관광부가 협력사업으로 추진(예산 공동부담)하고 (사)한국 전통음식 연구소에 의뢰하여 한식의 유래 조사, 전통음식 복원, 조리법을 표준화한 결과물(출판물, DVD, 만화 등)을 번역하여 배포하는 보급 사업을 시행했다.

이를 위하여 ‘아름다운 한국 음식 100선’(외국인 선호식단 개발작업) 및 ‘아름다운 한국 음식 선호식단 300선’(한국 음식 조리법 표준화 작업)을 출간 및 배포하였다. ‘아름다운 한국 음식 100선’의 영어, 일본어, 중국어, 프랑스어 및 스페인어 번역본을 출간하고 표준 조리법을 책자화, 동영상 제작 및 DB화하여 한식 공식포털에서 서비스하였고, ‘아름다운 한국 음식 Best 12’ 만화책을 출간 및 배포하였다.

표준조리법 제작 및 번역사업의 일환으로 전국에 산재해 있는 300여 개의 전통요리들의 조리법, 단위, 제공량 등을 표준화한 결과물을 도서, 만화, DVD 등으로 제작하였다. 또 출간된 도서(아름다운 한국 음식 100선, 만화(Best 12), DVD 등을 영어, 중국어, 일본어, 프랑스어, 스페인어 등으로 번역하였다.

이를 통하여 전통음식문화를 국내·외에 홍보하고 전통음식 조리법 복원 및 표준화를 달성했다. 한국 음식의 세계화, 대중화, 산업화의 초석을 마련한 것이다. 향후 과제로는 전주비빔밥, 순창고추장 등의 지역 전통음식들의 상표등록과 마케팅 등을 컨설팅하여 브랜드화하도록 유도하기로 했다.

〈표준조리법 배포 현황〉

연도별 제작 및 배포현황 : 총 43,190부 제작, 30,229부 배포

구분	300선		100선		Best 12		DVD		합계	
	제작	배포	제작	배포	제작	배포	제작	배포	제작	배포
2007년	-	-	2,000	160	-	-	4,000	1,581	6,000	1,741
2008년	400	292	1,500	2,503	3,000	3,220	-	162	4,900	6,177
2009년	530	531	9,660	4,388	15,500	4,410	3,600	2,464	29,290	11,793
2010년	-	33	3,000	9,448	-	3,652	-	86	3,000	13,219
계	930	856	16,160	16,499	18,500	11,282	7,600	4,293	43,190	32,930

〈기관별 배포 및 보유현황〉

배부처	부수	비고
해외 aT센터	1,215	뉴욕, LA, 북경, 상해, 청도, 동경, 오사카, 싱가포르, 홍콩 등
국내 정부기관	6,063	문화체육관광부, 외교통상부, 한국관광공사, 한국국제교류재단 등
국내·외 한식당	1,067	한해외식산업협회, 음식점중앙회 등 단체 및 개인
재외공관	12,622	노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 포르투갈, 영국, 아일랜드, 벨기에, 일본(농무관), 미국(농무관), 중국(농무관), 스위스(농무관), 러시아(수산관), 아르헨티나(수산관), 홍콩 등
행사용	7,164	상해 엑스포, 미국NRA 박람회, 한상대회, KFE 등
교육사업 대상자	2,000	스타 셰프, 향토음식 전문가 과정, 해외 한식당 종사자 교육과정 등
기타 배부처 및 보유	13,059	기타 배부처 (민원 등) : 173 부, 현재 보유 : 12,886 부
	43,190	총 제작 부수

“국제행사 및 해외홍보 행사 시 외국인에게 한식의 우수성을 알리고 간단한 한식 조리법 등을 알기 쉽게 전달하기 위한 한식 홍보 DVD를 제작했다.”

〈한식 홍보 DVD〉

국제행사 및 해외홍보 행사 시 외국인에게 한식의 우수성을 알리고 간단한 한식 조리법 등을 알기 쉽게 전달하기 위한 한식 홍보 DVD를 제작했다. 앞서 제작된 홍보 영상물(The Taste of Korea, Hansik)이 기관 수요가 증가하면서 보유 재고량이 부족하여 추가 제작이 요구되었다. 중국어, 영어판 이외에 한식세계화 타겟 국가인 일본어, 스페인어, 프랑스어, 아랍어판도 추가로 제작되었으며 한식 홍보 DVD는 각종 국제행사 및 박람회에서 영상홍보, 또는 각국 오피니언 리더에게 드리는 선물로 활용되었다.

기존의 영어, 중국어 외 일본어, 스페인어, 프랑스어, 아랍어 등 4개 국어를 추가하고, 기존 2단 1DVD DIGIPACK에서 4단 2DVD DIGIPACK으로 사양을 변경하였다. 디자인은 우리나라 전통 대문과 태극, 쇠수저를 메인테마로 하였고, 나아가 영상 퀄리티를 높이고, 자체 콘텐츠 확보를 위한 촬영을 진행하였다.

- 영상 분량 : 약 60분(재생언어 : 영어, 중국어, 일본어, 스페인어, 프랑스어, 아랍어)
- 제작 부수 : 10,000부(ntsc 4,500부 + pal 4,500부 + secam 1,000부)
- DVD 내용
 - Invitation to the Korean Food - Track 1
 - Table setting of Korean Food - Track 2
 - Korean Cuisine 9 selections - Track 3
 - Korean Dining of the world - Track 4
 - Korean Food Industry - Track 5
 - Korean Food CF - Track 6

〈아름다운 한국 음식 100선 아랍어판〉

아랍지역 대상 한식 관련 정보 제공을 통해 한식 인지도 및 선호도를 제고하기 위하여 기존의 ‘아름다운 한국 음식 100선’ 한·영·중·일·불·스페인어판에 이어 아랍어 번역 및 출판에 추가로 추진했다. 간소하면서 품격 있는 신 메뉴(요리) 개발이 필요했다. 세계적인 인회장대회, 세계한상대회 등 국제행사 및 외국대사관, 문화원 등에 배부하여 한식 홍보 효과를 제고하였으며, 해외 요리학교 한식강좌 개설, 해외공관 한식 전문조리사 교육 등에 교재로 활용되었다.

〈‘아름다운 한국 음식 100선’ 아랍어판 목차〉

발간사 머리말	
제1부 한국 음식의 개관	1. 한국의 음식문화 2. 한국 음식의 재료 3. 한국 음식의 종류 4. 한국 음식의 상차림 5. 한국의 향토음식 6. 한국 음식의 식사예절
제2부 한국 음식 조리의 기본	1. 계량 2. 불 조절 3. 기본 썰기 4. 기본 재료 손질 5. 기본 육수 만들기 6. 기본 양념 만들기 7. 고명 만들기 - 일러두기 - 영양소 소개 - 식품 중량표 - 표준 조리예 이용한 양념류 - 조리 도구 규격
제3부 한국 음식 표준화 100선	1. 주식류
	밥 - 흰밥, 오곡밥, 영양돌솥밥, 비빔밥, 장국밥, 김밥 죽 - 콩죽, 팥죽, 잣죽, 호박죽, 전복죽, 흑임자죽 면 - 국수장국, 해물칼국수, 콩국수, 물냉면, 비빔냉면 만두·떡국 - 만둣국, 편수, 어만두, 떡국
	2. 부식류
	국 - 북엇국, 조개탕, 미역국, 무맑은장국, 갈비탕, 설렁탕 삼계탕, 육개장, 임자수탕 찌개 - 된장찌개, 게감정, 순두부찌개, 굴두부찌개, 김치찌개 전골 - 도미면, 두부전골, 버섯전골, 신선로, 어복쟁반 찜 - 쇠갈비찜, 닭찜, 대하찜, 떡찜 선 - 오이선 숙채 - 시금치나물, 버섯나물, 구절판, 잡채, 탕평채 생채 - 더덕생채, 참나물생채, 겨자채, 도토리묵무침 조림 - 쇠고기장조림 볶음 - 낫지볶음, 궁중떡볶이 구이 - 너비아니, 불고기, 쇠갈비구이, 제육구이, 북어구이, 조기양념구이 전 - 육원전, 생선전, 해물파전, 빈대떡, 호박전 적 - 화양적
	회 - 미나리강회, 어채 편육 - 양지머리편육 마른찬 - 북어보푸라기 장과 - 삼합장과 장아찌 - 마늘장아찌 젓갈 - 오징어젓 김치 - 배추김치, 백김치, 보쌈김치, 총각김치, 깍두기, 나박김치, 장김치, 오이소박이
3. 후식류	
떡 - 호박떡, 송편, 약식, 증편, 경단 한과 - 약과, 매작과, 잣박산, 다식, 오미자편 음청류 - 식혜, 수정과, 매실과, 인삼차, 오미자화채 - 참고문헌 - 찾아보기	

04. 한식메뉴 외국어 표기 보급

해외 한식당에 통일된 외국어 메뉴표기법 보급을 통하여 한식 조리법을 세계 속에 대중화하고 국제 이미지를 향상할 수 있다. 이를 위하여 전문가 자문회의를 조직하여 국내·외 한식당에 적용할 수 있는 한식 메뉴 외국어 표기를 마련했다. 그리고 제작된 외국어 메뉴 표기의 활용도를 제고하기 위하여 온라인 홍보를 하고 해외 한식당과 재외공관 및 aT지사를 활용하여 배포했다.

외국인이 선호하는 대표 한식메뉴 124개의 외국어표기 표준안을 마련하여 소책자로 제작하고 국내·외 한식당 및 재외공관에 배포하는 방식을 취했다. 이는 한식당 경영주 및 조리사 대상 교육 시에 자료로 사용되어 외국어 표기를 활용할 수 있도록 하였다. 외국인 선호 대표메뉴 위주로 편성이 되어 한식당 메뉴를 두루 포괄하지 못하는 약점이 있었다. 하여, 80개 정도의 메뉴를 더 추가하여 표준화 작업하고 더욱 다양한 외국어로 번역작업을 추진하였다.

미국, 일본, 중국 한식당의 외국인 선호 메뉴를 추가 조사 및 선정하고 대표 한식 메뉴의 외국어 표기(영·중·일) 표준화 작업을 추진했다.

“외국인이 선호하는 대표 한식메뉴 124개의 외국어표기 표준안을 마련하여 소책자로 제작하고 국내·외 한식당 및 재외공관에 배포하는 방식을 취했다.”

〈한식 메뉴 외국어 표기 제작〉

국내·외 한식당의 외국인 선호 메뉴를 조사하여 124개 메뉴를 선정하였다. 한글명, 로마자 표기, 메뉴 설명을 표기하고 주재료, 음식(맛)의 특징, 조리법을 포함하여 국내·외 식당에서 실제 사용할 수 있도록 함축성 있는 음식 설명을 실었다.

“국내·외 식당에서 실제 사용할 수 있도록 함축성 있는 음식 설명을 실었다.”

비빔밥 / bibimbap

Rice Mixed with Vegetables and Beef

Rice topped with various cooked vegetables such as zucchini, mushrooms, and bean sprouts, plus beef and a fried egg. Served with gochujang

(red chili paste), which should be mixed in thoroughly.

〈전문가 선정〉

- 한국 음식의 이해도가 높은 전문가, 음식 관련 전문도서 발간 및 번역자, 통번역대 교수, 한국에 거주한 지 5년 이상 된 외국인 등으로 선정하였다. 온고프드커뮤니케이션, 한국 전통음식 연구소, 배화여대, 한정혜 요리학원, 이대 통역번역대학원, 전문 번역가 등이 메뉴 한글설명 표준안을 완료한 후 영·일·중국어로 번역작업을 진행하였다. 전문가 회의(18회) 및 현지 자문(2회)을 거쳐 완료했다.

〈한식메뉴 외국어 표기 가이드 배포 : 총 21,700부 제작, 14,556부 배포〉

• 연도별 제작 및 배포현황

구분	제작	배포
2009년	1,000	-
2010년	20,700	14,556
계	21,700	14,556

• 기관별 배포 및 보유현황

배부처	부수	비고
해외aT센터	7,200	뉴욕, LA, 북경, 상해, 청도, 동경, 오사카, 싱가포르, 홍콩, 네덜란드 등
국내 정부기관	1,631	문화체육관광부, 외교통상부, 한국관광공사, 한국국제교류재단 등
국내·외 한식당	396	한해외식산업협회, 음식점중앙회 등 단체 및 개인
재외공간	2,690	노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 포르투갈, 영국, 아일랜드, 벨기에, 일본(농무관), 미국(농무관), 중국(농무관), 스위스(농무관), 러시아(수산물), 아르헨티나(수산물), 홍콩 등
행사용	544	상해 엑스포, 미국NRA 박람회, 한상대회, KFE 등
교육사업 대상자	2,000	스타 셰프, 향토음식 전문가 과정, 해외 한식당 종사자 교육과정 등
기타 배부처 및 보유	7,239	기타 배부처 (민원 등) : 140 부, 현재 보유 : 7,099 부
총계	21,700	총 제작 부수

• 기관별 배포 및 보유현황

구분	KOREAN FOOD GUIDE in English	음식점을 찾는 외국인 관광객을 위한 음식메뉴 및 접객회화	한식 메뉴 외국어표기 작업
주관기관	한국국제교류재단	한국관광공사	농수산식품유통공사
용도	외국인을 위한 한국 음식 안내	외국인 관광객을 위한 음식메뉴 소개	한식당 메뉴판 활용
특징	영문설명이 충실한편임	외국어 메뉴명만 표기 (외국어 설명 없음)	외국어 메뉴명과 외국어 설명을 간결하게 작성
메뉴수	807개	1,425개	124개
표기내용	한글 / 로마자 / 영문명 불문명 / 영문설명	한글 / 로마자 / 영문명 일문명 / 중문간체·번체	한글 / 로마자 / 외국어명 외국어설명
자료형태	책자(164p)	책자(167p, 접객회화 26p 포함)	책자 발간

05. '한식 먹는 방법' 영문 일러스트 제작

비빔밥, 찜 등을 어떻게, 어떤 순서로 먹어야 할지 몰라서 한식을 멀리하게 된다는 외국인들에게 한식 먹는 방법을 쉽고 재미있게 알려주으로써 한식을 보다 친숙하고 편안하게 즐길 수 있게 하는 영문 일러스트를 제작했다.

한식을 종류별로 나누어 설명이 필요한 메뉴를 일차적으로 분류하고 외국인의 시각에서 무엇을, 어떻게 설명할지를 구상하고 그들의 입장에서 설명서 및 시각 자료(일러스트)를 제공하였다. 여기에 한식 문화를 알리기 위한 메뉴별 스토리텔링을 가미했다. 또 한식 및 양식에 대한 이해가 깊은 음식 전문가의 자문을 통해 내용을 보완했다.

한식을 분식, 일품, 한정식, 술로 분류하여 설명했다. 돌솥 비빔밥, 김치볶음밥, 오징어덮밥, 냉면, 칼국수, 육개장, 삼계탕, 설렁탕, 매운탕, 된장찌개, 김치찌개, 순두부찌개, 보쌈, 불고기(쌈), 닭갈비(닭볶음탕), 구절판, 전골, 회, 식혜, 수정과, 떡, 한정식, 한국의 '술 에터켓', 테이블 매너(24가지) 등을 다루었다. 외국인의 시각에서 메뉴를 어떻게 설명할지를 구상하고 영어 설명서 및 일러스트를 제작하였는데, 음식 및 먹는 방법을 구체적이고 자세하게 3~4컷으로 표현했다. 외국인 및 한식당에서 실제 사용 가능한 형태인 브로슈어 또는 접지 형태로 1,000부 제작했으며 제작 내용을 한식당에서 실제 사용하는 메뉴판, 수저 포장지, 종이 테이블 매트 등에 사용하도록 했다. 별도의 책자로 만들어 '한식 메뉴 외국어 표기안' 책자와 함께 재외 공관을 통해 해외 한식당에 보급하고, '한식세계화 공식포털'에 E-book 형태로 게재했다.

외국인들에게 한식 식사 방법에 대하여 접근성 높은 기본 자료라는 평가를 받았다. 여러 언어와 각국 문화에 맞게 제작해 책자의 활용 폭을 확대할 계획을 세웠다.

“한식을 종류별로 나누어 설명이 필요한 메뉴를 일차적으로 분류하고 외국인의 시각에서 무엇을, 어떻게 설명할지를 구상하고 그들의 입장에서 설명서 및 시각 자료(일러스트)를 제공했다.”

〈일러스트 배포 현황 및 배포처〉

• 연도별 제작 및 배포현황 : 총 21,000부 제작 / 16,100부 배포

구분	제작	배포
2009년	1,000	-
2010년	20,000	16,100
계	21,000	16,100

• 기관별 배포 및 보유현황

배부처	부수	비고
해외aT센터	7,100	뉴욕, LA, 북경, 상해, 칭도, 동경, 오사카, 싱가포르, 홍콩, 네덜란드 등
국내 정부기관	2,745	문화체육관광부, 외교통상부, 한국관광공사, 한국국제교류재단 등
국내·외 한식당	991	한해외식산업협회, 음식점중앙회 등 단체 및 개인
재외공간	2,690	노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 포르투갈, 영국, 아일랜드, 벨기에, 일본(농무관), 미국(농무관), 중국(농무관), 스위스(농무관), 러시아(수산물), 아르헨티나(수산물), 홍콩 등

배부처	부수	비고
교육사업 대상자	2,000	스타 셰프, 향토음식 전문가 과정 해외 한식당 종사자 교육과정 등
행사용	574	상해 엑스포, 미국NRA 박람회, 한상대회, KFE 등
기타 및 보유	4,900	기타 배부처(민원 등) : - 부 / 현재 보유 : 4,900부
총계	21,000	총 제작 부수

06. 간소·고품격 메뉴 개발



〈간소·고품격 메뉴 모델 레시피〉

“먼저 한식당 반찬수 등 실태 분석을 통해 간소·고품격메뉴 50품을 선정했다. 이렇게 선정된 메뉴 중 20품은 외국인이 선호하는 메뉴로 선정하여 상차림을 제안했다.”

간소하면서도 고품격인 한식 메뉴를 개발하고 이에 대한 상차림 모델을 구축하여 고품격 요리로서의 한식을 보급하고 음식물 쓰레기를 줄이는 데 기여하고자 했다. 이를 위해 먼저 한식당 반찬수 등 실태 분석을 통해 간소·고품격 메뉴 50품을 선정했다. 이렇게 선정된 메뉴 중 20품은 외국인이 선호하는 메뉴로 선정하여 상차림을 제안했으며 개발과정은 조리사, 스타일리스트, 디자이너 및 학계 등 전문가 16인의 자문을 받아 진행되었다. 또한, 메뉴 개발 사업은 음식문화개선 특화거리 조성과 연계하여 메뉴안과 상차림 모델의 이미지와 스토리텔링을 널리 보급하도록 계획했다.

간소·고품격 메뉴 개발 및 상차림 모델 50품을 제안하고 책자 제작 등으로 홍보 및 보급하고, 한식 대표메뉴 선정을 위한 문헌 및 설문 조사로 시판 메뉴, 반찬 가짓수, 잔반량, 인기 메뉴 등을 조사하였다.

한식 요리 분류 및 대표메뉴 50품을 선정하여 이 가운데 외국인이 선호하는 한식 메뉴 20품을 선정하여 상차림을 제안하였으며 50품 메뉴에 따른 부식을 연구하고 주 요리에 맞춘 균형 3찬을 선정, 대체 가능한 찬들의 상관관계도를 만들었다. 그리고 50품 메뉴의 적정 계량 연구 및 스토리텔링을 제작하였다. 개발한 메뉴는 푸드스타일링 및 이미지 촬영을 통해 간소·고품격 상차림 50품 ‘한식 상차림 가이드’ 책자로 제작하여 보건복지부 지정 음식문화 개선 특화거리 주변 한식당에 보급하였으며 특화거리 3개 지역(서울 강동구, 대전 중구, 경북 김천)의 경영주와 종사자에게 시범교육을 실시하였다. ‘음식문화개선 특화거리’ 1개소를 대상으로 모니터링하고, 음식물 쓰레기의 발생량에 대한 설문조사 등으로 실태분석을 하였다.

설문 대상을 확대하여 타겟층에 외국인을 추가하고 단품요리에서 코스요리로 확대할 계획을 세웠다. 간소·고품격 사업 효과 재고를 위한 간소·고품격 요리 확산 방안 또한 마련할 필요성이 대두되었다.

07. 해외 한식당 개설 자금지원

해외에 신규로 한식당을 개설하고자 하는 업체를 대상으로 자금을 지원함으로써 한식당의 해외 진출을 활성화하고 규모화된 고급 한식당 개설을 유도하여 한식 및 한식당 이미지를 높이고자 했다.

외식업체의 적극적인 해외진출을 유도하기 위해 지원비율, 업체당 지원한도액 등의 조건을 업체에 유리하도록 개선하여 지원했으며 해외투자 전문 금융기관인 한국수출입은행과 적극적인 업무공조로 시너지효과가 일어나도록 유도했다.

세부추진계획 확정(3. 30) 후 조기 사업추진(사업자모집 공고 3. 31)에 따라 지원 대상 업체를 조기 선정하였고(5. 17) 기존 홈페이지, 유관협회 홍보 이외에 예상 지원 대상 업체 등에 메일링 서비스(332개소)를 통한 홍보를 확대하였다. 사업추진 의견 수렴을 위한 외식업계 간담회를(12. 23) 개최(41명 참석)하여 사업수요를 파악하고 지원 조건을 개선하였다.

2011년부터는 공사를 통한 자금지원은 폐지하고 해외투자 전문금융기관인 수출입은행을 통해 지원하도록 제도를 개선할 계획을 세웠다. 위기관리대책회의(2010. 6. 9)의 ‘서비스업 해외진출 활성화 방안’에 이 내용을 포함하여 보고하였다. 공사는 해외진출 희망업체에 대하여 수출입은행의 우대금리 대출프로그램을 활용할 수 있도록 소개하고 사업계획 심사 등을 지원하려고 한다.

“외식업체의 적극적인 해외진출을 유도하기 위해 지원비율, 업체당 지원한도액 등의 조건을 업체에 유리하도록 개선하여 지원했다.”

〈2010년 지원규모〉

- 해외진출 한식당 개설자금 : 4,000백만원
- 한식당 및 외식업체, 외식 프랜차이즈 운영실적이 1년 이상 있는, 해외에 한식당을 신규 개설하고자 하는 법인 또는 개인사업자
 - 외국환거래법에 따른 비거주자는 지원대상에서 제외
 - 해외 직영점 및 현지 별도법인을 설립하거나 해외 법인에 대한 출자(합작) 시 출자 비율이 50% 이상일 것
 - * 외국(법)인 출자비율 제한이 있을 시에는 국가별 상황에 맞게 적용

〈지원조건〉

- 대출금리 : 연 4.0%
- 대출기간 : 5년 이내(2년 거치 3년 균분 상환)
- 지원기준 : 총 사업비 소요액의 70% 이내 융자(자부담 30% 이상)
- 업체당 지원한도액 : 1,000백만원
 - 단, 신청 부진에 따른 추가모집 이후에도 잔여예산이 발생하는 경우에는 지원대상 업체 중 업체별 한도액을 초과하여 지원 가능
- 용도 : 임차 보증금, 매장 신축, 인테리어 공사비, 주방시설 설비비, 비품·집기 구입비,

간판·홍보물 제작비 등

- 지원 제외 : 부지 매입, 차량 구입, 종업원 인건비, 권리금 등 영업권 관련비용, 기타 운영비 성격의 경비

- 대출 시 취급 가능 담보

부동산 : 국내 소재 부동산에 한함(외국인, 재외국민 소유 제외)

신용보증서, 지급보증서 및 예적금(청구자가 국내 금융지점인 경우에 한함)

〈2010년 사업개선 내용〉

구분	당초('09)	개선('10)	비고
지원비율	총 사업비의 50%	70%	설문결과 70 ~ 80%로 상향조정 희망(38%)
지원한도액	업체당 500백만원	1,000백만원	설문결과 지원한도액 상향조정 희망(24%)

〈사업추진 경과〉

- 사업추진관련 외식업계 간담회 : '09. 12. 23
 - 업계 35명(외식 25, 컨설팅 10) 포함 총 41명 참석
 - 해외 한식당 컨설팅 및 자금지원 관련 업계 의견수렴(컨설팅 필요 78%)
- 2010 한식세계화사업 농식품부 기본계획 시달(식품산업정책과-1009, '10. 3. 12)
- 2010 한식세계화 세부추진계획 수립 보고(한식세계화추진단(T / F)-270, 3. 22)
- 2010 한식세계화사업 관련 기관 협의회 개최(식품산업정책과-1136, '10. 3. 23)
 - 농식품부, aT, 한식재단 등 총 20명 참석
- 2010 한식세계화 세부추진계획 농식품부 승인(식품산업정책과-1249, 3. 30)
- 세부추진계획 안내 및 신청접수공고 : 3. 31
 - 홈페이지(공사, 식품포털, 한식세계화 공식포털, 관련 협회 등)게시, 보도자료, 문서 발송 및 예상 지원 대상 업체 등에 메일링 서비스(332개소) 병행
- 1차 지원대상자 신청접수 : 4. 16
 - 10개업체 5,000백만원 신청
- 1차 심사평가 위원회 개최 : 5. 6
- 1차 지원대상자 선정 및 추가 지원대상자 수시 모집공고 : 5. 17
 - 7개업체(3,662백만원)를 우선 지원대상자로 선정 및 서류제출 시 배정계획
 - 6월말까지 2개업체(1,501백만원) 접수
- 1차 자금배정(1개업체, 125백만원) : 6. 9
- 2차 심사평가 위원회 개최 : 7. 13
 - 2개업체(1,501백만원)를 우선 지원대상자로 선정 및 서류제출 시 배정계획
- 2개업체(691백만원, 봉피양, 한여름) 사업 포기 : 9. 1

- 2개업체(1,501백만원, 동경, 종구면) 사업 포기 : 12. 6
- 3개업체(1,341백만원, 본아이에프, 바이올푸드, 호텔엔터프라이즈) 사업 포기 : 12. 16
- 자금배정(1,630백만원 / 식품산업처-3523) : 12. 30
- 대출기한 연장승인(2011. 6월말까지 / 외식산업진흥팀-1087) : 12. 30

〈지원사업자 선정방법〉

- 신청업체의 안정성, 수익성, 해외사업 추진실적, 사업 타당성 등을 종합평가 후 지원대상자 및 지원순위 결정
- 선정절차
 - 계량평가 : 자금배정부서에서 재무구조, 영업실적, 해외실적 등 평가
 - 비계량평가 : 전문가 위원회를 통해 사업계획의 적정성 평가
 - 지원대상자 선정 : 종합평점 60점 이상인 업체 중 상위부터 예산범위 내 지원대상자 선정
- 계량평가 항목(자금배정 담당자 평가)
 - 재무구조(25) : 부채비율, 유동비율, 차입금의존도
 - 영업실적(25) : 매출액증가율, 매출액순이익율, 매출액 규모
 - 가점항목(10) : 해외진출기간, 해외외식업 매장 수, 식재료 사용실적
- 비계량평가(전문가 평가)
 - 사업영위능력 : 대표자 경력, 외식업 운영경력, 조직체계 등
 - 자금조달능력 : 자부담금 조달계획, 담보제공계획
 - 메뉴 및 식재료 : 한식메뉴 구현 및 한국산 식재료 사용조달계획
 - 현지 운영계획 : 입지조건, 계획지역 상권, 운영계획 등

〈지원대상 선정 및 자금배정〉

번호	업체명	신청액	선정액	자금 배정액	비고
1	(주)씨제이푸드빌- 싱가포르 - 북 경	630 (385) (245)	630 (385) (245)	630 (385) (245)	- '10. 12월 오픈 '10. 8월 오픈
2	(주)크라제인터내셔널	1,000	1,000	1,000	'11. 3월 오픈예정
3	(주)본아이에프	481	481	-	사업포기(매장미확보, 12. 16)
4	바이올푸드	700	700	-	사업포기(매장미확보, 12. 16)
5	엔터프라이즈호텔	160	160	-	사업포기(담보부족, 12. 16)

번호	업체명	신청액	선정액	자금 배정액	비고
6	(주)동경	1,000	1,000	-	사업포기(계획변경, 12. 6)
7	줄구먼	501	501	-	사업포기(계획변경, 12. 6)
8	(주)봉피양	545	545	-	사업포기(계획변경, 12. 6)
9	(주)한여름	146	146	-	사업포기(계획변경, 9. 1)
10	명궁가든	700	-	-	사업포기(계획변경, 9. 1)
11	(주)에스지푸드시스템	420	-	-	점수미달(52.4)
12	류가네	140	-	-	점수미달(43.1)
합계		6,473	5,163	1,630	-

“해외 한식당 자금지원 방식을
정부예산 지원에서 민간
전문금융시스템을 통한
지원으로 개편했다.”

〈전문금융시스템을 통한 해외진출 한식당 자금지원 개선방안〉

현행 해외진출 한식당 개설자금은 지원용도, 대상 등에 제한이 많았다. 지원용도는 신규 개설자금에 한정되며, 지원대상자는 해외교포 등 국내 비거주자가 지원대상에서 제외되어 있었다.(외국환거래법 제3조, 제8조에 의거 비거주자와의 금전대차는 금융기관만 취급가능) 그로 인해 사업수요가 일부 기업에 편중되고 수출입은행과 지원대상이 중복되는 경우가 많았다. 2009년 예산 20억원 중 11억원이 불용되고 지원대상도 교촌F&B 한 업체에 국한된 것도 이 때문이었다.

2010년에는 7개 업체를 대상으로 예산 40억원을 지원했으나 실제로 집행된 것이 없었다. 수출입은행이 해외진출 한식당에 우대금리로 지원하고 있고 지원대상이 중복되기 때문이다. 또 해외교포 등 국내 비거주자의 불만이 고조되고 있고 국회 등에서 실효성에 대한 문제 제기가 나오고 있었다.

하여, 해외 한식당 자금지원 방식을 정부예산 지원에서 민간 전문금융시스템을 통한 지원으로 개편한다. 한식당 개설자금이라는 제한적 지원에서 벗어나 외식기업 해외사업지원(개설+개보수+운영자금)으로 지원범위 및 자금용도를 포괄적으로 확대했다. 또한, 해외투자 전문 국책금융기관인 수출입은행의 전문 금융서비스를 적극 활용했다.

2011년부터 해외진출 외식기업 금융지원 창구를 수출입은행으로 일원화하고 우리 부는 한식세계화를 위한 인프라구축 및 경쟁력 강화에 전념하고 외식기업 해외사업자금 지원은 수출입은행이 전담했다.

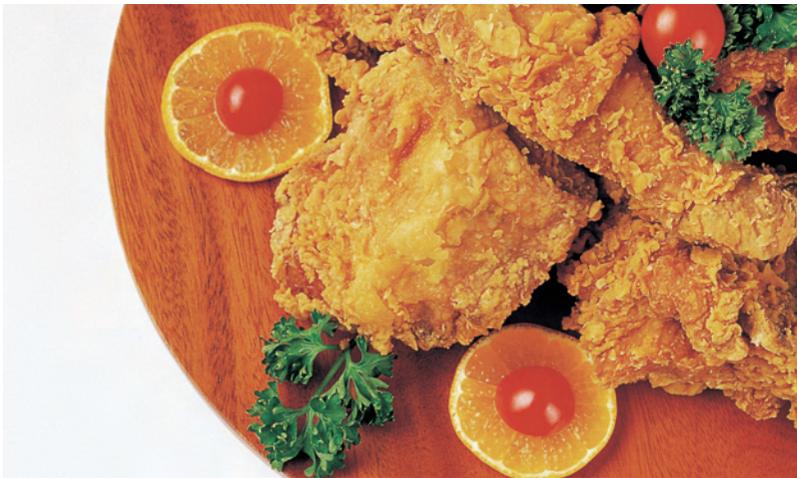
해외진출 한식당 개설자금 예산은 해외 플래그십 한식당 지원예산으로 전환하여 세계 주요 도시에 전략 거점 한식당 육성에 지원하였으며 aT는 자금지원 희망업체에 원활한 자금지원이 가능하도록 수출입은행과 MOU 체결 등 협력체계를 강화했다. 위기관리대책회의의 ‘서비스업 해외진출 활성화 방안’에 이 내용을 보고했다.

〈치킨전문업체(교촌에프앤비)에 자금 지원〉

국내 치킨산업은 기존 서구 스타일의 단순한 닭튀김과 달리, 전통식재료인 간장, 고추장 등을 원료로 한 양념을 튀김옷에 입히는 우리만의 독특한 식문화로서, 한국의 맛을 해외에 알린다는 점에서 전문가 심사위원회에서 지원 대상 업체로 결정된 바 있다.

특히 교촌치킨은 전통간장을 이용한 간장소스가 대표메뉴로서 간장, 마늘, 고추 등의 국산식재료를 사용하며, 지원매장에는 치킨 이외에 불고기덮밥, 라이스치킨 등 한국 식문화를 접목한 메뉴도 동시에 판매하였다.

“치킨은 국내에서도 로컬화 되어있고 우리나라 일반대중이 즐기는 식품으로서 한식 문화 해외전파에 긍정적인 것으로 사료되었다.”



〈전문가 심사 의견〉

- ‘놀부’ 고경진 이사 : 치킨 분야의 경우도 독특한 ‘한국 고유의 형태 메뉴’라고 판단되며, 한국의 음식으로 세계시장에 진출하여 발전시켜 나가는 것이 필요하며, 한국적 소스(간장, 마늘, 고추장 등) 사용으로 우리 소스를 알릴 수 있고 국내 원재료 사용도 가능하다.
- SP마케팅연구소 백승혜 팀장 : 치킨 자체뿐만 아니라 거기에 사용하는 한국의 양념소스 등 재료를 현지화, 세계화하기 위한 전략적 접근 및 적극적 홍보와 운영이 필요하다.
- 수출입은행 강우석 과장 : 치킨은 국내에서도 로컬화 되어있고 우리나라 일반대중이 즐기는 식품으로서 한식 문화 해외전파에 긍정적인 것으로 사료된다.
- 세종대학교 정유경 교수 : 치킨으로 자리잡고 있는 국내의 위상을 발판으로 한국적 요리방식과 한국적 소스를 좀 더 새롭게 해외에 알려주는 좋은 계기가 되었으면 한다.
- aT 심정근 팀장 : 치킨 메뉴의 경우 한식 여부에 대한 논란이 있을 수 있으나 조리방법 및 소스가 특수한 관계로 한식으로 인정해도 문제가 없을 것으로 사료된다.



〈한식재단과 관련된 행사 지원 모습〉

한식 홍보

01. 한국 식문화 확산: 한식 홍보

〈한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사〉 2010. 6. 16

2010년 한 - 아랍에미리트 수교 30주년을 맞이하여 양국의 우호를 증진하기 위해 한국 문화의 밤 행사를 진행했다. 대한건설단체총연합회 주최로 아랍에미리트과 아부다비의 에미리트 팔래스 호텔에서 치러진 이날 행사에서는 환영 리셉션과 만찬을 위한 한식다과 등을 제공했다.

리셉션 메뉴로 밀쌈 말이, 매작과, 모약과, 쌀강정, 홍삼정과, 꽃감정과, 오미자차, 흑미미수, 호박선을 선보이고, 한식 만찬에는 비빔밥, 너비야니, 대하жат증, 김치를 제공했다. 또 한식 메뉴를 전시하고 홍보물을 배포했다.

세계 최대 호텔의 조리사들에게 한국 음식의 식재료를 설명하고 조리과정을 시연하였다. 또한, 만찬메뉴를 전시하고 홍보 책자, 한국의집 홍보물, 대형배너를 전시하여, 한식의 다양함과 우수성을 홍보하고 향후 국산 농식품의 수출확대 및 한식 매니아, 잠재고객 확보에 이바지했다는 평가를 받았다.



〈한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사 전경〉

“2010년 한 - 아랍에미리트 수교 30주년을 맞이하여 양국의 우호를 증진하기 위해 한국문화의 밤 행사를 진행했다.”



〈6.25 전쟁 참전용사 기념 미술전시회〉 2010. 6. 16 ~ 7. 17

2010년 한 - 아랍에미리트 수교 30주년을 맞이하여 양국의 우호를 증진하기 위해 한국 문화원, 한영 미래포럼, 함께 공감하는 세상, URBYG가 함께 했다. 미술작품 전시 및 경

매, 문화공연, 자선디너(한국의 맛) 등의 행사가 있었는데, 자선디너에는 한국을 대표하는 셰프들이 한국 식재료를 활용하여 한식으로 제공했으며 영국 참전용사, 각국 대사관, IOC 부회장, BBC 앵커 등 100여 명이 참석하여 성황리에 치러졌다.

한식 리셉션은 200여 명이 시식하고, 한식 만찬은 150여 명이 시식에 참여했다. 메뉴는 잡채, 만둣국, 해물파전, 갈비구이, 인삼소르벳, 비빔밥, 복분자 케이크, 오미자차와 한과를 선보였다.

이를 통해 한국전에 참여한 영국 참전용사들에게 한식의 우수성을 소개할 수 있었으며, 영국인의 한식에 대한 이해부족으로 한식을 알리는 콘텐츠가 필요함을 확인하는 자리였다.



〈Korea Society 한식 만찬〉 2010. 6. 2



〈반기문 UN사무총장의 연설〉

The Plaza(센트럴파크 남쪽 5th Avenue, New York)에서 치러진 Korea Society 연례 만찬에서 한식을 소개했다. Korea Society와 외교부의 요청으로 만찬에 한식을 제공하여 한국의 맛을 소개하였고, 콜린 파웰(Colin Powell, 제65대 미 국무부장관), 반기문 UN사무총장, 뉴욕 총영사, 백선엽 장군 등이 참석하여 자리를 빛내주었다.

이날 선보인 한식의 특징은, 김치를 한번 볶아서 요리함으로써 외국인이 거부감을 느낄지도 모를 김치의 강한 냄새를 제거하였으며, 갈색의 스테이크 위에 붉은색의 김치를 아름답게 배치함으로써 음식의 품격을 높였다. 또 평면적일 수 있는 스테이크의 맛에 새콤하면서도 살짝 매콤한 김치 맛을 곁들였기에 귀빈들이 더욱 풍성하고 다이나믹한 맛을 체험할 수 있는 계기가 되었으며, 참석한 귀빈들 중 대다수가 이날 만찬 음식에 대해 대단히 긍정적인 평가를 내렸다. 미국을 비롯하여 세계 각국에서 모인 귀빈들에게 한국의 맛을 느낄 수 있도록 한 특별한 자리였다.



〈리옹 한·불 한식 시식행사〉 2010. 5. 28

프랑스 리옹에서 지도층을 초청하여 한식 시식행사를 개최했다. 프랑스대사관과 리옹 시청이 주최하고, 프랑스 제2도시 리옹 및 론-알프스 지역의 정치, 경제, 문화, 언론 및 체육계 주요인사 및 태권도 지도자 200여 명이 참석했으며, 외교부의 요청으로 한식조리사를 파견하고 식자재비를 지원했다. 산당 임지호와 기 라소제(Guy Lassausaie)가 공동으로 메뉴를 구성하여 세계인이 즐길 수 있는 한식 식단을 제공했다.

한식 행사가 실질적인 외교협력으로 연결된 점이 특히 더 의미가 있었다. 리옹 한식 행사는 한국 요리사와 주재국의 저명 요리사가 합동으로 진행했다는 점에서 한식세계화의 방향을 가늠해보는 좋은 기회가 되었다고 평가되었다. 한식의 특성을 최대한 살리면서 현지 음식과의 조화를 모색했다.

전·후식 개발 등 현지 음식문화에 적합한 서비스 방안 모색이 필요했다. 미식 전통을 가지고 음식을 종합 예술로 여기는 주재국 내에서 치러진 한식 행사는 한·불 상호이해 및 외교 네트워크 형성에 매우 효과적인 기회임을 다시금 확인할 수 있었다.

〈FAO 아태총회 오·만찬 지원〉 2010. 9. 27 ~ 10. 1

제30차 FAO 아시아·태평양 지역총회에서 한식을 소개했다. 경상북도 경주시 현대호텔 루프가든, 테라스 가든, B1F 로비에서 농림수산식품부, FAO 아태지역사무소, FAO 한국협회가 주최한 오·만찬에는 43개 회원국대표, 유엔기구 및 국제기구 대표, 음식버 등 500여 명이 참석하였다.

해외 FAO 관계자들은 한식의 우수성과 매력에 대해 많은 관심을 보였으며 스토리가 있는 한식 오찬 및 만찬에 매우 감동을 받았다.

“리옹 한식 행사는 한국 요리사와 주재국의 저명 요리사가 합동으로 진행했다는 점에서 한식세계화의 방향을 가늠해보는 좋은 기회가 되었다.”



〈FAO 아태총회 오·만찬 행사〉



- 한식 만찬 (9. 29) : 감사의 축제, 한가위 Harvest Festival
- 한식 오찬 (9. 27) : 나눔의 즐거움, 두레 Joyful labor & Sharing
- 한식 오찬 (9. 28) : 자연으로부터의 선물, 산채 A lesson from selfless nature
- 한식 오찬 (10. 1) : 소박함의 미학, 도시락 Beauty of simplicity

“비제이 싱(Vijay Sing)은
맛있는 한식과 분위기에 젖어
과음을 하게 되었고,
오늘의 한식은 본인이 경험한
한국 음식 중 최고였다고 말했다.”



〈PGA 챔피언십 한식 만찬〉 2009. 8. 10

PGA 챔피언십 전년도 우승자가 만찬을 제공하는 관례에 따라 양용은 선수의 만찬을 지원하여 한식을 소개했다. 주최는 PGA of America, 시행은 American Club, Host는 양용은 선수가 맡아 진행한 이날 만찬은 미국 위스콘신 주 소재 클럽하우스에서 열려 다수의 역대 우승자와 PGA 회장 등 100여 명이 참석했다.

제공된 한식 메뉴는 잡채, 모듬전, 불고기, 밥과 반찬, 시금치 조개 된장국 이었고, 리셉션 메뉴는 오색밀쌈, 꼬치산적, 대하 잣 무침, 건구절을 선보였다. 이날의 파견 조리사는 힐튼 서울호텔 박효남 총주방장 외 3명이었다.

만찬 비용은 PGA가 부담하고 재단은 요리사 파견 비용과 식재료비 일부를 부담했다. 참석자들 대부분이 한식에 대해 지대한 관심을 보이고 격찬을 아끼지 않았으며, 만찬에 참여한 골프 스타들 중에서도 타이거 우즈(Tiger Woods)는 “오늘 저녁에 제공된 한식이 역대 Champions Dinner 중 최고의 식사였다.”며 감탄을 연발하였고, 비제이 싱(Vijay Sing)은 “맛있는 한식과 분위기에 젖어 과음하게 되었고, 오늘의 한식은 본인이 경험한 한국 음식 중 최고였다.”고 소감을 밝혔다.

이날의 분위기는 USA Today, The Times of India, Golf Week 등 우수 해외 언론에 관련 기사로 게재되었다.



〈제5차 세계화상 한국논단 중 Korean Night〉 2010. 10. 15

세계 중국상인 포럼에서 한식 만찬을 제공했다. 세계화상 한국논단 조직위원회, 환경부, 농림수산식품부, 한식재단이 주관하여 그랜드하얏트호텔 그랜드볼룸에서 개최한 Korean Night 만찬에는 환경부 장관, 한식재단 이사장, 초청인사, 조직위원, 참가기업인과 세계화상기업인 등이 참여하여 한식의 진수를 맛보는 자리였다.

세계의 화상들에게 한국 식재료를 활용한 한식을 소개할 수 있었다는 것에 의의가 있었고, 국제적으로 역량 있는 중국 화상에게 한식 만찬을 제공하여, 한식을 통한 세계 화상인의 소통의 장을 마련하였다. 5차 세계화상 한국논단은 비즈니스뿐만 아니라 한식을 세계 화상에 알리는데 그 목적이 있었으며, 한식 스토리텔링을 만들어냄으로써 호기심을 이끌어내어 화상들이 추후 한식을 친근히 여기고 받아들일 수 있는 긍정적인 식문화를 만들어냈다. 이날 한식 메뉴는 감자피보리밥, 맨드라미잡채, 메꽃뿌리와 지치 돼지갈비찜, 산마늘 김치에 싹 호박꽃밥, 자연송이 쇠고기산적 등이었다.



〈세계 화상한국논단 중 공연모습〉



“문화계 오피니언 리더들에게
한식의 현 위치를 알리고
나아가야 할 방향 모색했다.”

〈G20 계기 한식 홍보〉 2010. 9. 10

G20 행사에 앞서 진행되는 C20(Culture20, 문화비평가, 디자이너 등 세계 각국의 문화계 인사들 참여) 대토론회에서 한식을 홍보하였다. 한국 이미지커뮤니케이션 연구원(CICI)가 주최하고 통문화센터 4C가 주관한 이 행사는 해외문화홍보원, 한식재단, 국가브랜드위원회, G20 준비위원회, G20 국가 주한 대사관이 후원하고 G20 국가 문화계 오피니언 리더(음악, 음식, 의상, 영화, 언론) 등이 대거 참가하여 한식을 알리기에 최고의 자리였다.

문화계 오피니언 리더들에게 한식의 현 위치를 알리고 나아가야 할 방향 모색했다. 아리랑 TV에서 세계인들을 대상으로 한식 소개 프로그램을 진행하는 폴 쉥크(Paul Schenk)를 좌장으로 하여 C20에 참가한 셰프들에게 이틀 동안 맛본 한식에 대한

소감과 한식 중 본국에 소개할 만한 음식에 대해 의견을 묻고 세계에 알리고 글로벌화하기 위한 방법에 대해 의견을 나누고 토론했다.

이처럼 G20 국가 문화계 리더들이 모두 한식 전도사로서 한식의 세계화에 대해 토론한다는 것은 매우 뜻깊은 일이었다. 앞으로도 문화계 리더들의 한식세계화에 대한 토론을 바탕으로 한식세계화의 방향을 모색해야 할 필요성을 크게 공감했다.



01. 한국 식문화 확산 : 언론홍보

〈PBS(미국공영방송) Kimchi Chronicles 프로그램 지원〉 2011. 5



〈미국 PBS 'Stop & Bap Korea' 제작 발표회〉



〈미국 PBS 'Kimchi chronicles' 제작 발표회〉

- 제목 : 'Kimchi Chronicles'
- 내용 : 한식 방송을 PBS를 통하여 미국 전역에 송출하여 한식 홍보
- 제작분량 : 편당 30분 분량으로 총 13편 제작 - 추진실적
- 촬영시기 : '10. 4 ~ 12월
- 촬영장소 : 한국 - 주요 식재료 산지 또는 한식요리 명인(13개소), 미국 - 뉴욕 음식점 주방 또는 요리전문 스튜디오
- 제작사 : Frappe inc.(미국)
- 방영계획 : PBS에서 '11. 5월부터 방송
- 방영내용
 - 스타 셰프와 유명배우가 한국의 유명 식재료 산지에서 식재료 제조방법 등을 체험하고, 뉴욕의 주방으로 돌아와 식재료를 이용한 요리를 시연
 - 출연자 : (셰프) 장 조지 부부, 휴 잭맨, 헤더 그레이엄
- 추진실적
 - 프라페와 업무협약('10. 4) - 웨스턴조선호텔 장 조지 부부 기자회견('10. 5. 12)

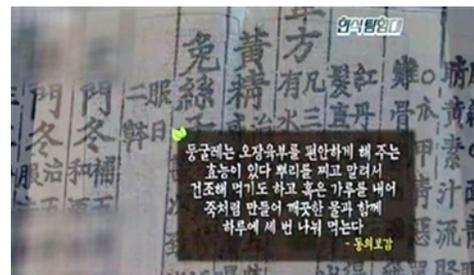
- 장 조지 부부 국내 촬영('10. 5월) - 장 조지 부부, 휴 잭맨 뉴욕 촬영('2010. 8월)
- 말자(장 조지 부인), 헤더 그레이엄 국내 촬영('10. 11월)
- 롯데호텔 크리스탈 볼룸 기자회견(말자, 헤더 그레이엄)('10. 12. 3)
- 최종 편집('10. 2월) - PBS 방송예정('10. 5월)
- 성과
 - 미국 공중파 PBS 채널 방송 프로그램을 통해 한식 홍보

〈프로그램 : KBS TV '한식탐험대'〉 2010. 5. 14 ~ 11. 26

- 프로그램 : KBS TV '한식탐험대'
- 내용 : 한식 우수성의 과학적 근거와 다양한 사례 등을 소개하고 한식세계화를 위한 노력과 결과를 해외 현지 반응을 통해 살펴보고 그에 따른 향후 발전 방향 모색
- 방송송출 : KBS 1TV, 매주 금요일 저녁 7시 30분(총 17회 방송)
 - 추진실적
 - 한식 메뉴 17가지를 아이템으로 17회 방송(비빔밥, 떡볶이, 불고기, 삼계탕, 냉면, 보쌈, 국수(잡채), 육개장, 김치, 갈비찜, 곰탕, 순두부, 한과, 인삼, 떡, 죽, 막걸리)
 - 시청률 추이

회차	일자	아이템	시청률(%)	점유율(%)
1	5. 14	비빔밥	11.2	22
2	5. 21	떡볶이	9.2	17
3	6. 4	불고기	9.6	19
4	6. 11	삼계탕	7.6	16
5	6. 18	냉면	10.6	19
6	7. 2	보쌈	10.1	17
7	7. 6	국수(잡채)	12.6	21
8	7. 23	육개장	8.9	17
9	7. 30	여름김치	7.3	15
10	8. 6	갈비찜	8.2	16
11	8. 13	곰탕	8.6	16
12	8. 20	순두부	7.7	15
13	8. 27	한과	9.3	16
14	9. 17	인삼	8.3	15
15	9. 24	떡	9.8	17
16	11. 12	죽	7.9	15
17	11. 26	막걸리	10.5	19

- 국내 방송 후 프로그램을 재가공하여 해외 송출
 - 해외 송출 프로그램 제목 : Korean Food Made Easy
 - 방송시간 30분 1편, Full HD 다큐멘터리 형식
 - 유럽 위성방송 BSB, 미국 Cooking channel, 중국 및 대만 Dish HD 등 해외 7개



〈한식탐험대 방영분〉

채널에 총 20회 이상 송출(현재 송출 중)

채널명	방영일	방영시간	송출지역
Information TV	2010년 12월 20일, 27일	19:30	유럽전체
	2011년 1월 3일, 10일	19:30	
Showcase2	2010년 12월 23일, 30일	20:30	
	2011년 1월 6일, 13일	20:30	
TAN TV	2011년 1월 15일	22:10	미주전체
	2011년 1월 16일	06:00	
	2011년 1월 18일	22:30	
	2011년 1월 20일	07:00	
Kbfd TV	2011년 1월 14일	18:00	하와이
	2011년 1월 15일	23:00	
	2011년 1월 16일	18:30, 22:50	
Cooking Channel	편성 협의중	-	미주전체
R&R TV	편성 협의중	-	미주전체
OBS	2011년 1월 28일	07:30, 13:00, 11:00	대만 / 중국(남부)

- 성과

- 국내 소비자들에게 영향력이 높은 지상파 TV를 활용하여 한식과 한식세계화사업 정책 추진성과 홍보, 국내는 지상파TV 정규 프로그램을 활용하고, 해외는 국내 방영분을 편집하여 품격있는 다큐멘터리로 제작·송출
- 국내·외에 방송된 '누들로드'를 제작한 KBS 이육정 PD 참여
- 유럽, 미국, 아시아 등 세계 주요 거점지역을 포함하는 넓은 송출권역 확보를 통한 홍보 효과
- 지역 성향과 시장 특성을 고려한 프로그램을 제작하여 시청자의 공감대 확산 효과

“국내 소비자들에게 영향력이 높은 지상파 TV를 활용하여 한식과 한식세계화정책 추진성을 홍보 하였다.”

〈KBS WORLD RADIO 제작지원〉 2010. 4. 19 ~ 12. 22

- 프로그램 : KBS 월드라디오 ‘맛있는 코리아’(한식요리 프로그램)
- 내용 : 한식의 우수성과 스토리텔링 소개 및 요리 시연
- 방송송출 : KBS 월드라디오, 전 세계 167개국 11개 언어로 송출(총36회 방송)

- 추진실적

위성방송 라디오 프로그램으로 전 세계 167개국, 11개 언어로 송출하여 넓은 권역 홍보, 방송 내용 및 한식 레시피를 스틸컷으로 구현하여 인터넷 홈페이지, 모바일 어플리케이션 제작, 방송 청취 후 홈페이지 및 어플리케이션을 활용하여 직접 요리를 할 수 있도록 경험 유도

- 주요성과

라디오 방송과 인터넷 홈페이지, 모바일 어플리케이션을 연동한 멀티플랫폼 홍보 방법을 구현하여 효율성 제고, 요리와 스토리텔링을 적절히 구성하여 한식의 우수성 홍보, 한국 대표 한식을 엄선, 요리법을 소개하여 외국인 또는 재외동포에게 한식 요리 학습기회 제공



〈모바일용 어플리케이션활용 화면〉

〈YTN 한식방송 제작지원〉 2010. 6. 17 ~ 12. 10

- 프로그램 : YTN 뉴스 프로그램 ‘글로벌코리아’(한식세계화 특별코너 편성)
- 내용 : 한식 요리 및 한식당 등 해외성공 사례를 해외 현지 리포팅
- 방송송출 : 주 4회(목, 금요일) YTN 위성, DMB, CATV(총 26회 방송) 전세계 주요국가

- 추진실적

뉴스 리포트 형식으로 주 1회 제작, 4회 방송, 정부가 추진하는 한식의 세계화 정책 홍보, 위성방송으로 전 세계 광범위 방송, 국내 케이블TV 및 DMB 송출

요일	방송시간	비고
매주 목요일	12 : 35	국내 및 해외 동시 방송
	20 : 35	국내 및 해외 동시 방송
매주 금요일	2 : 35	국내 및 해외 동시 방송
	10 : 30	해외만 방송
계	매주 총 4회 방송	

- 성과

한식의 세계화 관련 정책 및 행사관련 정보제공, 50여 명의 해외 리포터를 활용하여 세계 각국의 한식 전파 현황 점검, 해외 우수 한식당의 사례 소개를 통해 ‘문화가 있는 한식당’ 홍보 및 캠페인 전개

“KBS, 월드라디오, YTN,
아리랑 TV 등 월드와이드매체의
한식 관련 프로그램들을
제작·지원 하였다.”

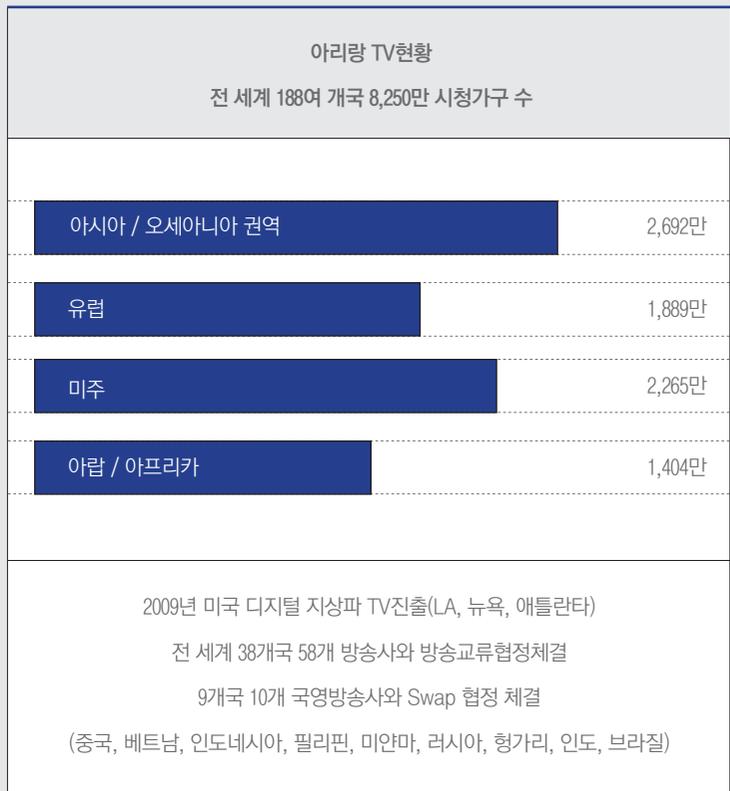
〈아리랑 TV '벤자민 맛기차' 제작 지원〉 2010. 9. 23 ~ 12. 16

- 프로그램 : 아리랑TV Tasty trail with Benjamin 시즌2
- 방송송출 : 주 5회(목, 금요일), 전세계 주요국가에 영어로 방송(총13회 방송)
 - 추진실적
 - 주 1회 제작, 매회 한가지씩 한식과 식재료를 주제로 선정하여 외국인 음식 전문가가 직접 유명지역, 맛집, 식재료 산지를 방문하여 영양, 조리법, 음식문화 등을 소개, 방송 외 연합뉴스, 조선일보, 경향신문 등 보도를 통한 시너지 홍보
 - 진행자 소개 : 벤자민 주아누(프랑스인 / 음식 평론가)



맛 칼럼리스트, 한국 거주 18년 / MBC, KBS, SBS, 아리랑 TV 등 다수 한식관련 방송 출연 / 조선일보 등 다양한 매체에 한식 관련 칼럼 기고 / 2010년 중순 '21세기 세계화 시대 외국인의 눈으로 본 한국 음식문화'출판 / 2010년 1월 ~ 3월 아리랑 TV (Tasty Trail with Benjamin 시즌1) 출연

- 주요성과
 - 위성방송 프로그램으로 전세계 광범위한 지역을 대상으로 한식 홍보(위성방송 지역 외 홍콩, 싱가포르 등 해외 배급 진행)



〈해외 인쇄매체 활용 한식 홍보〉 2010. 7. 6 ~ 9

한식의 특성과 요리법을 외국인에게 효과적으로 알리기 위해서 외국 유명언론을 활용하여 한식을 홍보하였고, 이를 위하여 외국 언론사 기자를 초청하여 한식 체험 프로그램을 운영하였다.

- 대상언론사 및 기자 : Financial Times / Gwen Robinson
- 방송송출 : 주 5회(목, 금요일), 전 세계 주요국가에 영어로 방송(총13회 방송)
- 추진실적

일자	언론사(기자)	기사제목 및 주요내용
8. 13	The Wall Street Journal (Helen Seunghee Yoon)	〈Wine Challenge : Korean Cuisine〉 한식에도 와인이 잘 어울린다는 점을 피력
8. 20	The Wall Street Journal (Helen Seunghee Yoon)	〈Seoul Food〉 서울이 국제적 미식도시로 발돋움하고 있음 미국 유명 레스토랑 평가서 자갓(Zagat) 서울판 발간
8. 31	요미우리신문	〈Japan-South Korea ties/Food, once divisive, now Brings neighbors closer?〉 일본과 한국에서 서로의 음식이 인기를 얻고 있음, 음식 교류를 통하여 두 나라가 가까워 지고 있음
8. 26	Weekend Today (Jennifer Chen)	〈Old wine, new spin〉 한국의 막걸리 열풍(농부의 술에서 현재 한식의 대히트 상품이 된 오래된 와인, 막걸리) 소개
8. 18	LA Weekly Blogs (Esther Hahn)	〈School Food Blooming Roll, a Korean Chain, Now stateside at MaDang Courtyard〉 LA 코리아타운에 문을 연 레스토랑 ‘School Food’의 다양한 주 메뉴 소개
8. 19	Crosscut (Hugo Kugiya)	〈Korean fried chicken, not the colonel's KFC〉 시애틀 변화가에 퍼지고 있는 한국 치킨 열풍 보도

- 주요성과

해외 유명 언론, 기자를 통하여 한식의 우수성 홍보

“한식의 특성과 요리법을
외국인에게 효과적으로
알리기 위해서
The Wall Street Journal 등
유명언론을 활용하여
한식을 홍보하였다.”

〈MBC 무한도전 '비빔밥' CF 지원〉 2010. 11. 22 ~ 2011. 1. 12



- 프로그램 : MBC무한도전 '뉴욕상륙작전'(비빔밥 CF 송출 지원)
- 내용 : 무한도전 제작, 출연진들이 한식(비빔밥) 광고영상 제작
- 방송송출 : 국내방송 12. 4, 12. 11 / 뉴욕광고 '10. 11. 22 ~ '11. 1. 12
- 추진실적

한식 대표 메뉴 '비빔밥' CF 제작 과정을 국내에 방송하여 한식에 대한 친밀감을 높임(국내방송 시청률 : 12.4 ~ 17.7% / 12.11 ~ 15.51%), 뉴욕 타임스퀘어 전광판CF 송출

- 주요성과

제작된 광고를 뉴욕 타임스퀘어 TQS 전광판을 통해 송출, 홍보 효과를 높이고 미국 내 한식 붐을 조성, CF 저작권을 확보하여 이후 UCC 및 광고 등에 활용(CF 저작권은 한식재단과 MBC 공동 소유), 국내 조선, 중앙, 동아일보 등 신문사 다수 언론보도로 국내 홍보 시너지 효과 제고



〈MBC 무한도전 '비빔밥' 광고분〉

<한식세계화 정책 성과 여론조사 계획>

<국내 조사>

- 사업내용 : 국내 대국민 ‘한식세계화’ 여론조사 추진
 - 조사기관 : 코리아리서치(2009년 조사기관)
 - 조사기간 : '10. 11월(2주)
- 추진실적 : 한식세계화 필요성 및 가능성, 해외에 대표한식당 운영, 한식당추천제, 국 제행사 활용 홍보 등 정책에 대한 의견수렴

<미국 조사>

- 사업내용 : 미국 에스닉푸드의 소비자 인지도 조사 '10. 11 ~ 12월
 - 2010년 조사를 통해 미국에서의 에스닉 푸드의 정보를 수집하고 현황을 파악함
 - 조사기관 : Mintel
 - 조사 및 최종보고 : '10. 11. 15 ~ '10. 12. 31
- 추진실적 : 에스닉 푸드 마켓현황 / 멕시코, 히스패닉 푸드, 아시안 푸드, 인디언 푸드, 기타 전통음식의 마켓의 크기의 변동과 향후 예측 / 멕시코, 히스패닉 푸드, 아시안 푸드, 인디언 푸드, 기타 전통음식의 마켓의 선두주자 분석 및 시대별 변화 추이, 마켓전략, 전통음식의 성분, 가정 조리법, 주요 식당소개

01. 한국 식문화 확산 : G20 연계홍보

<G20 정상회담 기간 중 맛지도 제작·배포> 2010. 10. 29 ~ 11. 10

한국을 방문하는 외국인에게 추천할 고품격 한식메뉴 20선을 선정하여 G20 정상회담 등과 연계한 한식 홍보에 사용하였다. 국문 2,000부, 영문 3,000부 등 5,000부를 제작하여 G20 프레젠테이션과 코엑스 주변 호텔 등에 배포하였다.

G20 정상회의 시점에 맞추어 1만 명 이상의 외국인이 한국을 방문하였는데 이를 한식을 홍보할 수 있는 기회로 활용하였으며 한식의 콘텐츠를 적극 발굴하고 외국인 대상 홍보를 강화하였다. 한식의 스토리텔링, 외국인 선호 메뉴 정보 제공을 통해 한식 이미지를 향상 시키기도 하였다.

또한, 행사장 내 프레젠테이션과 회의장 입구 등의 다과 코너에 한과, 오미자 차 등 한식다과를 제공하였다.

“한국을 방문하는 외국인에게 추천할 고품격 한식메뉴 20선을 선정하여 G20 정상회담 등과 연계한 한식 홍보에 사용하였다.”

01. 한국 식문화 확산 : 홍보물 제작

<DVD 제작>

- 사업내용 : 국제행사 등에 활용할 한식 홍보 영상물 제작
- 사업기간 : '10. 4. 9 ~ 5. 7(납품일 5. 24)
- 제작사 : KBS Plus
- 주요내용 및 추진실적 :
 - 한식 상차림, 대표 한식 메뉴 9선 조리법, 세계 한식당 현황 등
 - Track 1 : Invitation to the Korean Food
 - Track 2 : Table setting of Korean Food
 - Track 3 : Korean Cuisine 9 selections
 - Track 4 : Korean Dining of the world
 - Track 5 : Korean Food Industry
 - Track 6 : Korean Food CF
- 제작 분량 및 제작 언어 : 60분 / 영어, 중국어
- 제작 부수 : 500부
- 성과 : 국제행사 및 해외 홍보 행사 시 한식의 우수성 및 간단한 조리법 등을 외국인에게 홍보(aT해외지사 및 재외공관, 해외 박람회)를 통해 배포

<리플렛 제작>



<G20 정상회의 한식 홍보 리플렛 제작>

- 사업내용 : G20 정상회의 계기 한식 홍보를 위한 리플렛 제작
- 사업기간 : '10. 10. 25 ~ 11. 26
- 발행 부수 :
 - 영·일문(각 5만부), 국문·중문(각 10만 부)
 - 표지로그, 청와대 / 농식품부 / 한식재단
 - 내지에 'The Taste of Korea' BI 삽입
- 추진실적 : 청와대 사랑채 한식 홍보관과 서울 시내 관광안내소를 통하여 배포
- 성과 : 디자인을 특화하여 효과적으로 한식을 홍보하고 한식관련 행사에 효과적으로 활용

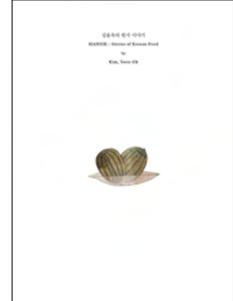
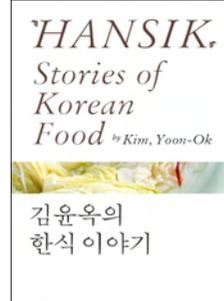
“DVD와 리플렛을 제작·배포하여 각종 한식관련 행사에 효과적으로 활용하였다.”

〈G20 행사 활용 한식 요리책 제작〉

G20와 같은 국제행사나 재외공관 행사에서 한식과 한국의 식문화를 홍보하기 위하여 해외 정상과 영부인 등 주요인사에게 선물할 품격 있는 한식 요리책 ‘김윤옥의 한식 이야기’를 발간하였다.

국문·영문판 책자로 발행한 ‘김윤옥의 한식 이야기’는 한식을 주제로 한 다양한 이야기와 레시피를 함께 담고, 주요 인사의 한식 경험담과 소회 등을 소개하였다.

또 고품격의 사진과 캐리커처·그림 등을 삽입하여 외국인이 이해하기 쉽고 흥미를 느끼도록 제작되었으며, 이를 효과적으로 수행하기 위해 외국 요리관련 칼럼니스트 또는 해외 출판사 등이 참여하였다. 이와 관련해 외국인의 시각에서 요리책 제작을 추진할 수 있는 출판기획사는 경쟁입찰을 통해 선정하였다.



〈김윤옥의 한식 이야기 표지〉

- 업체선정 및 계약체결 :
 - 농식품부 제작 계획(2. 25)
 - 농수산식품유통공사 한식세계화팀 제작 계획(2. 25)
 - 일반경쟁(협상에 의한 계약)에 의거 용역심사(3. 23)
 - 협상대상자(서울문화사) 선정(3. 25)
 - 공사에서 한식재단으로 용역 이관(4. 5)
- 배포 현황
 - 제작부수 : 총 2000부(국영문혼용판) - 한식재단 : 1,700부 / G20준비위원회 : 300부

기관보유	발송대상	비고
청와대(440부)	-	청와대 결정
외교통상부	-	-
주한외국대사관	대사/국제기구 부인(112부)	-
재외공관	대사관 각 4부(440부) - 영부인, 관계장관 부인, 대사관 보관 등, G20참가국 포함 총영사, 대표부 각 2부(94부) 문화예술사업과 보관분(100부)	2월 행사에 우선 배포
농림수산식품부(100부)		농식품부 결정
공공기관·언론(133부)	중앙부처, 유관부처, 중앙언론 등	문화부 ‘공감’ 배포리스트 참조
한식재단(281부)	출범식 초청자 중 선정(일류호텔, 식품관련 관계자 등)	-

〈해외 한식당 발송용 포스터 제작〉

한식 인지도 제고 및 한식세계화에 대한 올바른 이해 확산을 도모하기 위한 해외 한식당 배포용 포스터를 제작했다. 한식 대표 메뉴인 비빔밥, 불고기, 해물과전, 궁중떡볶이, 한정식을 주제로 하여 영문, 일문, 중문의 3개 국어로 5종의 포스터가 만들어졌다.



〈해외 한식당 배포용 포스터〉

“파급력이 큰 해외 공중파 및 주요 오피니언 리더를 대상으로 한식에 대한 관심도와 국가브랜드 이미지 제고에 기여하였다.”

이를 미 동부, 일본 동경, 중국 북경의 한식당협의체에 배포하였고, (2010. 12. 6) 영문 40 세트, 일문 200세트, 중문 92세트가 발송되었다.

• 주요성과 :

파급력이 큰 해외 공중파 및 주요 오피니언 리더를 대상으로 한식에 대한 관심도와 국가브랜드 이미지 제고에 기여하였다. ‘퓨처브랜드’가 발표한 ‘2009년 국가브랜드 지수’ 중 ‘파인다이닝(고급레스토랑)’ 분야에서 처음으로 세계 6위를 기록하였다. (한국 종합 31위)

• 향후 추진계획 :

연초 세부 사업계획을 미리 세우고 사업을 진행함이 바람직하며, 관련 행사에 재단 직원이 직접 참여함을 원칙으로 한다. 사업 지원 기준을 명확히 하고, 지원 매뉴얼을 준비한다. 한식 BI(Wellbeing & Harmony)를 기본 컨셉으로 고객 성향과 시장 특성에 맞추어 거점별로 포지셔닝한다. 그리고 해외미디어, 국제행사 홍보는 집행 효과 및 현지 의견을 고려하여 추진계획을 수립한다.

02.국내·외 한식 박람회 지원 : 2010 국제 프랜차이즈박람회 한식 홍보

〈2010 국제 프랜차이즈박람회 지원〉 2010. 4. 9 ~ 11

- 행사내용 : 미국에서 열리는 제19회 국제 프랜차이즈엑스포 2010에 참여
- 장소 : Walter E. Washington Convention Center
- 규모 : 60개국 전시참여, 80개국 바이어, 15,000명 방문
- 주최 : IFA(International Franchise Association)
- 후원 : 미 상무부
- 추진실적 : 한국프랜차이즈 협회 참여
 - 부스규모 : 2부스
 - 홍보내용 : 한식업체의 영문 카탈로그 비치 및 영상물 홍보(놀이, 인도외식산업, 본 아이에프, 옛골토성, 목우촌 참여)
- 성과 : 한국 프랜차이즈의 해외 홍보를 독려하고, 한식의 우수성 홍보

02. 국내·외 한식 박람회 지원 : 서울 국제식품산업대전 한식 홍보

〈서울 국제식품산업대전 한식 홍보〉 2010. 5. 12 ~ 15

국내·외 식품업계간의 교류 촉진 및 협력강화를 위한 전시행사인 서울 국제식품산업 대전에 한식 홍보관을 열어 한국 문화와 한식의 우수성을 알리는 기회로 활용하였다.

일산 KINTEX 3홀 270㎡ 규모(25부스 크기와 동일)로 만들어진 한식 홍보관은 관람객 17,232명이 다녀간 것으로 추산된다.

김치, 비빔밥, 막걸리 등 한식세계화의 대표 품목에 대한 체험 및 시식행사로 한식체험 기회를 제공하였다. 해외 바이어 및 각종 오피니언 리더 대상으로 한식 홍보를 펼쳤다. 홍보관에는 한국의 문화를 나타내는 조형물 및 이미지를 활용하여 현대적이고 고급화된 디자인을 적용하였다.

한식체험, 한식 전시관, 한식 홍보관 운영 및 부대행사 등이 준비되었는데, 한식 전시관에서는 한식 대표 메뉴로 전시관을 운영하고, 한식 테이블 세팅, 세계 유명 인사들의 한식사랑, 한식 BI, 해외 한식당 모델(인테리어) 등을 전시하였다. 한식체험 행사는 해외 바이어 및 각종 오피니언 리더, 관람객 대상으로 비빔밥, 떡볶이, 전통주, 김치 등의 시음·시식 행사를 펼치고 남산한옥마을이 개최한 ‘막걸리 홍보행사’ 전시물을 활용하였다.

한식 홍보관에서는 한식세계화사업 홍보, 한식의 우수성·기능성 홍보, 표준조리법, 메뉴 외국어 표기 책자 및 동영상 상영 및 배포, 한식세계화 공식포털 등을 소개하였고 부대행사로 비빔코리아 공연을 선보였으며, 한식 홍보대사 김연아 선수의 임명식을 통한 행사 시너지 효과를 제고하기도 했다.

“서울국제식품산업대전에 한식 홍보관을 열어 한국 문화와 한식의 우수성을 알리는 기회로 활용하였다.”

“김치, 비빔밥, 막걸리 등 한식세계화의 대표 품목에 대한 체험 및 시식행사로 한식체험 기회를 제공하였다.”



〈한식 홍보대사 김연아선수〉

02. 국내·외 한식 박람회 지원 : 서울고메 2010

〈서울고메 2010〉 2010. 9. 26 ~ 30

해외 유명 셰프를 초청하여 한국 식자재의 우수성을 세계 무대에 소개하고, 한식아카데미 프로그램을 진행하여 한식세계화의 방향을 모색했다. 국문 슬로건은 ‘한식의 영감, 월드셰프의 향연’, 영문 슬로건은 ‘Star Chefs Meet Korean Flavor’로 하였다. 장소는 그랜드 하얏트 서울, 그랜드 인터컨티넨탈 서울, 밀레니엄 서울힐튼, 서울신라호텔, W 서울 워커힐, 르 꼬르동 블루 - 숙명아카데미, 현대백화점 무역센터점 등에서 펼쳐졌다.

한식재단에서는 Savor Korea와 Master Class를 초청, 홍보사업을 추진하였으며, Savor Korea는 한식에서 사용되는 식자재를 직접 체험함으로써 한식에 대한 이해도를 증가시킬 수 있는 기회를 마련하는 행사였다. 참가 셰프들의 한식 및 한국 식자재에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다. Master Class는 국내 요리사, 미식가, 관련 전공자가 참여하여 세계 최고의 셰프들과 소통할 수 있는 자리이기도 하였다.

세계 요리의 트렌드와 국내에 소개되지 않은 조리법 등을 소개함으로써 참가자들의 만족도 및 호응도가 상승하였다. 또 한식 재료에 대한 이해를 높이고 한식 메뉴 개발의 가능성을 타진하였다.

- Savor Korea I : 하나로마트 양재점
- Savor Korea II : 서울신라호텔 내 영빈관
- Savor Korea III : 노량진 수산시장
- Star Chefs Master Class : 현대백화점 무역센터점 내 에메랄드홀
- Star Chefs Master Class in Depth I : 현대백화점 무역센터점 내 에메랄드홀
- Star Chefs Master Class in Depth II : 르 꼬르동 블루 - 숙명아카데미
- Star Chef Dinner / Grand Gala : 총 6곳의 호텔 소개 레스토랑



〈서울고메2010 포스터〉

- 주최 : 서울관광마케팅, 한식재단
- 주관 : 서울관광마케팅, 드림빌엔터테인먼트
- 협찬 : Olleh KT, 현대카드, 현대백화점, 샘표, 우리금융그룹
- 후원 : 핀에어, 농림수산식품부, 한국관광공사, 문화체육관광부, 한국국제교류재단, 르 꼬르동 블루-숙명아카데미, 대한항공, Pommery, Chene Bleu, Faveley, Bouchard, 밀레니엄 서울힐튼, 서울신라호텔, W 서울 워커힐



02. 국내·외 한식 박람회 지원 : 청와대 사랑채 한식 홍보관

〈청와대 사랑채 한식 홍보관〉 2010. 11. 8 ~ 12. 3

사랑채에 노후한 전시관의 개보수 작업을 진행하면서 G20을 계기로 녹색성장, 4대강사업, 한식세계화사업 등 중요 정책 홍보관을 신설하였고, 세계 정상들의 청와대 초청 만찬 사진 전시 및 한식 정보를 홍보하였다. 청와대 사랑채 한식 홍보관은 G20을 계기로 영부인 행사 동선에 포함되어 각국 정상들을 대상으로 효과적 홍보를 할 수 있었다. G20 이후 사랑채를 찾는 외국인 관광객들을 대상으로 홍보관을 상시 운영할 계획을 세웠다. 뉴미디어 매체를 활용하여 정보 활용을 원활하게 하였고, 가상체험을 통한 경험의 확대를 시도하였다.

비빔밥, 김밥, 호박죽, 냉면, 삼계탕, 순두부찌개, 잡채, 쇠갈비구이, 불고기, 해물파전, 배추김치, 호박떡 등 아름다운 한국 음식 Best 12, 즉 외국인이 뽑은 한국 음식 12선에 대한 음식정보를 제공했다.

한식 레시피 미디어테이블에는 한식의 종류, 설명과 각각의 레시피 정보를 제공하고 이메일로 전송할 수 있도록 하였다. 모든 콘텐츠를 영어로 번역하여 제공하도록 했다. 52인치 PDP 화면을 통해 한식 홍보 영상을 상영하고 불고기 조리체험 게임, 한식 체험을 위한 Let's Cook Hansik 게임 등의 콘텐츠를 이용하여 조리 과정, 재료 등 정보제공을 통한 학습효과를 제고하였고 한식레시피 미디어 테이블은 터치 스크린 타입의 게임으로 실제 도마에 삽입하여 게임의 사실적 느낌을 표현하였다.



〈사랑채 홍보관 미디어 테이블〉

02. 국내·외 한식 박람회 지원 : 국내 한식 홍보관 지원

〈세계 대백제전〉 2010. 9. 18 ~ 9. 20

백제 재현단지에서 열린 2010 세계 대백제전 행사에서 궁중 음식 및 전통음식 홍보지원을 했다. 국내·외 관람객 260만 명을 대상으로 한식의 우수성을 홍보하여 한국 문화와 한식의 시너지 효과를 제고했다.

‘아름다운 한국 전통과 음식의 사계’라는 타이틀로 각 계절별 한식 상차림을 전시하고 외국인을 대상으로 한 전통음식(단호박타락죽) 시식회를 열었으며 그밖에 전통주 시음회(인삼주, 모시주, 연잎주)와 한식요리 체험(다식 만들기, 오미자차 만들기 등) 행사가 있었다.

“국내·외 관람객 260만 명을 대상으로 한식의 우수성을 홍보하여 한국 문화와 한식의 시너지 효과를 제고했다.”

〈세계한상대회〉 2010. 10. 19 ~ 21

재외동포 경제단체가 주최한 제9차 세계한상대회에서 한식 홍보관 부스를 운영하였다. 운영 프로그램은 한식가상조리 플래쉬 게임, 한식의 매력에 빠진 미인들, 쇠젓가락 체험 게임, 해외 한식당 인테리어 디자인 미니어처, 한식 홍보영상 상영 등이다.

제9차 세계한상대회는 비즈니스 중심의 프로그램으로 이루어져 있어 일반 관람객의 수는 현저히 적었다. 차기 행사에서는 세계한상대회의 특성상 비즈니스 관계자가 대부분을 구성한다는 점을 고려하여, 쇠젓가락 체험게임과 같은 집객력이 높은 체험 프로그램을 1개 정도 준비하고, 정책 지원사항 또는 자료 등을 중심으로 한 방향설정이 적절하다고 판단되었다.



〈한상대회 체험 프로그램〉

“제9차 세계한상대회는 비즈니스 중심의 프로그램으로 이루어져 있어 일반 관람객의 수는 현저히 적었다.”



〈농업인의 날 및 부산 국제수산물무역〉 2010. 11. 11 ~ 13

국내 유명행사인 농업인의 날 및 부산 국제수산물무역 엑스포 행사에서 한식 홍보관을 설치 운영하였다.

제15회 농업인의 날 기념행사에서는 버락 오바마, 김연아, 비, 성룡, 기네스 펠트로, 장쯔이 등 해외유명 인사들의 한식에 대한 관심을 표현한 ‘한식의 매력愛 빠진 味人’ 6점을 전시하며 한식 홍보영상을 상영하였고, 한식 BI 이미지에 대한 반복과 집중 노출 유도 및 인지도 제고를 위한 한식 BI 조각 맞추기 게임을 진행했다.



〈부산국제수산물무역엑스포 내 한식 홍보관〉

부산 국제수산물무역엑스포 내 한식 홍보관에서는 해외 한식당 인테리어 디자인 미니어처 모델 3종(고급형, 전문형, 대중형)을 전시했다. 쇠젓가락 체험게임과 한식 가상조리 체험 게임 ‘Let's Cook Hansik’, 한식 BI 조각 맞추기 게임도 선보였다. 외국유명 인사들의 한식 사랑한 표현한 ‘한식의 매력愛 빠진 味人’ 전시와 한과 전시 및 만들기 체험과 한식 홍보 동영상 상영도 진행되었다.

소비자를 대상으로 한 직접적인 한식 홍보로 한식세계화 관련 간행물 배포를 통한 정책홍보가 이루어졌다. 부산 국제수산물무역엑스포의 경우 전체 관람객의 약 34%가 한식 홍보관을 방문한 것으로 추정된다.

03. 한식세계화 해외 종합홍보

한식세계화 해외 종합 홍보마케팅을 통한 한식의 이미지 제고 및 붐 조성의 일환이었다. 지역 거점 위주의 단계적 홍보마케팅으로 한식 홍보의 효과 및 자원 활용을 극대화하였고, 글로벌 네트워크를 갖춘 종합 홍보대행사를 통하여 해외 홍보 역량을 강화하고, 전략적이고 체계적인 해외 종합 홍보마케팅을 기획·집행했다.

지역(Region) 거점 위주의 홍보 마케팅 전략을 수립하여 단계적으로 추진하고 지역별 사업투입 비율을 미국 70%, 일본·중국·베트남을 30%로 했다. 해외를 대상으로 광고, 프로모션, PR 등의 통합마케팅커뮤니케이션(IMC, Integrated Marketing Communication)을 추진했으며 한식 BI, Wellbeing & harmony를 기본 컨셉으로 고객 성향과 시장특성에 맞추어 거점별로 한식의 이미지를 포지셔닝 하였다.

주요 내용으로는 지역거점별 상황분석을 통해 외식·식품 산업 소비 현황 및 트렌드 분석, 한식의 지식수준에 따른 홍보 집중·확산 시기 및 관련 네트워크 분석, 지역별 매체(TV, 온라인 등) 및 오프라인(전시, 이벤트) 등 홍보환경 분석, 단기 홍보전략 기획 및 집행(6개월), 중장기(5년) 홍보 전략 수립 및 성과 평가방안을 마련하였다.

“현지 네트워크를 활용한 체계적 커뮤니케이션 및 해외 홍보 역량을 강화한다.”

〈세부 추진실적〉

- 사업공고 : '10. 10. 21(목) ~ 11. 11(목)
 - 제안 및 투찰 : 제일기획, 맥켄에릭슨, 중앙일보 미디어디자인
- 기술평가 : '10. 11. 15(월)
 - 결과 : 우선협상대상자로 제일기획 선정



- 기술협상 : '10. 11. 22 ~ 12. 10
- 계약 : '10. 12. 10 ~ '11. 6. 9(사업기간 : 6개월)
- 착수보고 : '10. 12. 22
- 사업실적
 - 비빔밥 티저 광고TV송출 [송출 채널 및 스케줄('10. 12. 27 ~ '11. 1. 31)]
 - 국내 보도자료 배포결과

인터넷 게시일	기사제목	유형	매체사
1월 31일(월)	무한도전 비빔밥 광고, 뉴욕 넘어 미국 안방까지	기획	아시아경제
1월 31일(월)	'비빔밥의 맛과 멋 美에 널리알리다'	기획	아주경제
1월 31일(월)	비빔밥 광고, 미국 안방극장까지	기획	이데일리
1월 31일(월)	'비빔밥의 맛과 멋, 미국 안방에 상륙'	기획	아시아투데이 식품음료신문
1월 31일(월)	비빔밥의 맛과 멋, 美 타임스퀘어에 이어 미국의 안방에 상륙	기획	연합뉴스 공감코리아 크레이디닷컴비
1월 31일(월)	'한국의 맛있는 비밀을 찾아라' 광고, 한달간 CNN 등 미국 최대 매체에서 273회 방영	기획	프런티어타임스 티브이데일리 뉴스와이어
1월 31일(월)	무한도전 비빔밥 광고 CNN 서 방영	기획	이투데이
1월 31일(월)	'무한도전 비빔밥 광고', 美 전역에 TV로 송출	기획	뉴시스
1월 31일(월)	비빔밥 맛과 멋, 美 안방서 알리다	기획	식품저널 인터넷식품뉴스

- 뉴욕 현지 Press event
 - 행사명 : Discover Korean New Year's Delicious Secret
 - 일시 : 뉴욕 '11. 2. 1
 - 장소 : 한식당 Bann(주소 : 350 West 50th Street, Between 8 & 9 Ave, 무한도전 촬영지)
 - 목적 : 핵심 거점인 뉴욕의 주요 언론 노출을 통해 한식에 대한 이슈화 및 관심을 환기시키고 현지 오피니언리더를 활용하여 장기적인 한식에 대한 신뢰도 구축 ⇒ 우호 언론 및 오피니언 리더층 확보

<향후 개선방안>

- 본 사업과 관련하여 타 기관과 공고 시점이 중복되지 않게 하고, 원활한 사업 진행을 위해 집행 시기 조정

• 향후 추진계획

구분	프로젝트 / 기간	
한식브랜딩	콘텐츠 개발(0.5억) / 1월 ~ 6월초 한식당 디자인가이드북, 테이블메트 콘텐츠 개발 (인쇄 / 배포 별도 콘텐츠 예산 활용 예정) ※ 흥미로운 한식 스토리 시리즈 등 LCD 디스플레이용 영상 콘텐츠 개발 / 제작 별도 콘텐츠 활용 예정	
언론 / 온라인홍보	한식 대변인 셰프 및 한류스타 홍보대사 선정, 언론 홍보(총 5억) / 1월 ~ 6월초 (미국) 홍보대사 셰프 활용 칼럼 / 인터뷰 기사 / Delicious Secret 시리 즈 기획기사 및 유튜브 동영상 홍보(3억) (중 / 일 / 베) 한류스타 활용 기획기사 및 동영상(1.5억) (미 / 중 / 일 / 베) 한식 실험 보고서, 주요 이벤트 보도자료 배포(0.5억)	
TV광고 및 프로그램 제작	무한도전 한식 광고 / 1월 - 위성 / CATV, 2억	드라마 마이프린세스 / 1월 - PPL(1억)
	요리 PPL 및 프로그램 편성 / 4월 ~ 6월초 - 요리 / 다이어트 / 건강 등 한식 토픽 제공(2억)	
주요이벤트	뉴욕 언론노출용 미디어 행사(1억) / 1월 - 스타 셰프 3인의 신년 다이어트 한식 Secret Recipe - 언론 및 파워블러거 초청 레시피 공개 행사 북경 한류스타 홍보대사(2억) / 1월 - 홍보대사 임명식, 한류스타 콘서트 연계 방안 뉴욕 한식의 날(5억) / 3월 ~ 6월초 - 한식 대변인 스타 셰프/유명인사 홍보대사 임명식, 한식 우수성 강연회, 반기문 UN사무총장 / 뉴욕시장 등 주요 인사 초청, 한식당 네트워크 및 현지 특파원 간담회, Korean Gourmet Week 행사 (한식당 코스요리 할인 행사, 야외 체험 행사 등)	
온라인캠페인	뉴욕 파워블로거, 외국인 유학생 등 '한식서포터즈' 운영(1.5억) / 1 월 ~ 6월초 - 페이스북, 트위터 활용 한식서포터즈 모집(한식 QR 코드 제작) - 5월 한식 서포터즈 출범 한식당 파티 *상 / 하반기 정기 파티, 장기적 참여자 확대 - 한식 탐험 시리즈, 리뷰 시리즈 기사 및 동영상 온라인 포스팅 확산	
중장기 홍보 마스터 플랜	한식세계화를 위한 중장기 홍보마스터플랜 수립(0.9억) / 1월 ~ 6월초 - 한식세계화 중장기 홍보전략 및 중점 실행과제 수립 등	
홍보성과 측정	성과평가(0.9억) / 5월 ~ 6월초 - 홍보효과측정 - 성과지표개발 등	
협업 가능 프로젝트	아모레퍼시픽, 현대차 등 co - 마케팅 / 2월 PGA, LPGA 한식 체험 행사 / 3월 삼성 NASCAR 활용, 미 대학농구대회 활용 / 4월 ~ 6월초	

“기존에 국내행사로 열리던 엑스포를 국제행사로 규모와 참가대상을 대폭 확대하여
국내 농식품업체의 수출 확대를 위한 마케팅의 장이 되도록 하였다.”

04. Korea Food Expo 개최

식품산업의 미래상 제시를 통해 식품산업의 가치를 재조명하는 자리로써, 국내 농식품 업체의 신기술 개발을 독려하고 마케팅 참여를 유도하는 것이 목표였다. 기존에 국내 행사로 열리던 엑스포를 국제행사로 규모와 참가대상을 대폭 확대하여 국내 농식품업체의 수출 확대를 위한 마케팅의 장이 되도록 하였으며, 또한 코엑스의 푸드위크와 통합하여 비즈니스 기능을 강화하였고 한국 식품산업 진흥 및 세계화 전략 컨퍼런스, 식품클러스터 투자유치 설명회 등을 개최하여 투자유치 및 정책개발에 기여하도록 했다.



- 행사명 : KOREA FOOD EXPO 2010
- 컨셉 : 식품산업, 대한민국 미래를 여는 힘입니다!
- 기간 : '10. 11. 18 ~ 11. 21 / 4일간
- 장소 : 코엑스 전시장 전관(A·B·C·D홀 및 컨퍼런스홀)
- 주최(주관) : 농식품부(aT, Coex, 한국식품공업협회)
- 참여기관(단체) : 농진청, 종자원, 산림청, 농관원, 수검원 등 13개 기관
- 참여업체 : CJ 제일제당, 농심, SPC그룹 등 대기업 포함 633업체
- 참가객 : 식품업계, 바이어, 일반참관객, 관련자 등 153천 명

〈전시구성〉

- 주제 전시관 : 식품의 미래가치를 크게 세가지 주제존(생명적가치, 문화적가치, 경제적 가치)으로 구성하여 식품산업 인식 전환
- 비즈니스관 : 해외 18개국, 95업체 포함 B2B 위주의 식품외식업체 및 조리기계 등 식품 산업 관련 산업체 참여
- 대장금관 : B2C 위주 업체 참여 및 각종 조리경연대회·쿠킹쇼 등 개최

〈부대행사〉

- 수출상담회 : 62명의 우수 바이어를 초청하여 농식품 업체와 상담 실시, 1:1 비즈매칭프로그램 통해 높은 성과 달성(27백만 불 수출상담)
- 국내 바이어상담회 : 이마트, 홈플러스 등 103명 바이어를 초청하여 식품업체와 1:1 매칭 상담 실시(230억 원 상담)
- 조리경연대회 : 2010 대한민국 떡 명장 및 가양주 선발대회, 여성어업인 요리경연대회, 다문화가정 요리경연대회
- (참여형 행사) 유명 셰프 쿠킹쇼, DNA락테일체험, 비빔밥 퍼포먼스 등 흥미로운 볼거리를 제공하여 집객 및 이슈화 도모

〈컨퍼런스〉

- 발효식품 국제 심포지엄, 글로벌 외식트렌드와 한식의 포지셔닝 등 식품산업 관련 다양한 주제로 13개 컨퍼런스 개최, 2천여명 참석

〈주요성과〉

- 전 국민에게 우리 농식품의 안전성과 우수성을 재인식 시키고, 신성장동력으로서의 우리 농식품의 가치를 재발견, 코엑스의 푸드위크와 통합 개최하여 시너지효과 증폭
- TV, 신문, 온라인 등 다양한 매체를 통해 집중적으로 홍보하여 관심 집중
 - TV : KBS 9시뉴스, SBS 8시뉴스, MBC뉴스 등 30회 보도



〈KOREA FOOD EXPO 2010 행사 전경〉

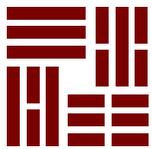
- 신문 : 조선, 중앙, 동아, 매일경제 등 77회 보도
- 온라인 : 홈페이지 방문자 31,000, 온라인 이벤트 참여자 21,000, 블로그 방문자 2,000 등 총 54,000 방문
- 식품업계의 대거 참여, 비즈니스 상담회 개최 등을 통해 실질적인 비즈니스 기회 창출
상담실적 : 해외 바이어 상담(27백만 불), 국내(230억 원)

〈향후 계획〉

- 코리아 푸드엑스포를 아시아 최대 국제 식품 종합박람회로 발전시키기 위한 중장기 발전계획 수립 : 국내·외 우수박람회 개최현황, 코리아 푸드엑스포 2010 성과분석, 미래 비전 및 추진전략 도출 등
- 코엑스와 유기적인 통합을 위해 지속적인 협의체제 마련

“전 국민에게 우리 농식품의 안전성과 우수성을 재인식 시키고, 신성장동력으로서의 우리 농식품의 가치를 재발견하며, 코엑스의 푸드위크와 통합 개최하여 시너지효과를 증폭시켰다.”





2011 年

- 인프라구축
- 한식 우수성 기능성 연구
- 한식당 경쟁력 강화
- 한식 홍보

인프라구축

01. 한식세계화 콘텐츠 개발

〈한식 홍보 3D 영상 제작 및 배포 사업〉

혁신적인 3D 디스플레이를 통한 적극적이고 효과적인 한식 홍보를 전개하기 위하여 3D 패널 제작업체와 MOU를 통해 국내·외 전자제품 매장에 비치된 3D TV에 샘플영상으로 한식 홍보 영상을 배포했다. 그밖에 TV광고, 오프라인 프로모션 등 기타 행사 진행 시에도 홍보자료로 활용할 계획을 세웠다.

홍보물 배포사업을 효과적으로 진행하기 위해서는 국내·외 전자제품 매장에 콘텐츠를 배포할 수 있는 유통망을 확보할 필요가 있었다. 향후에는 스마트TV 어플리케이션 및 스카이HD, IPTV 등 3D 콘텐츠 배포 방안도 함께 마련하기도 하였다.

“매체 홍보를 위한 한식 이미지
광고물(영상 등)을 제작하여
효율적이고 적극적인
한식 홍보 톨을
마련하고자 했다.”

〈주요내용〉

- 60초 분량 3D CF 제작
- 30초 분량 3D CF 제작 : 60초 분량 영상물을 재편집하여 버저닝
- 5분 분량의 3D 홍보영상 제작 : 한식의 우수성, 산업적 가치, 역사적 의미 등 한식의 이미지를 상징적으로 홍보할 수 있는 주제 영상으로 제작
- 대행사 과업내용 : 영상물 제작에 포함된 스토리보드 제작, 콘티 작성, 번역 믹싱 등 제반 사항 일체 포함
- 블루레이 DVD 및 케이스 제작(NTSC 3000부 + PAL 2,000부 + SECAM 1,000부 = 총 6,000부) : 웹클라우드를 통한 국내·외 가전매장 샘플영상 배포, 재외공관, aT해외지사 등 유관기관 DVD 배포
- 3D패널 제작업체(삼성, LG) 샘플영상 배포 MOU 추진
- 제작언어 : 한국어, 영어, 중국어, 일본어, 스페인어, 프랑스어, 아랍어 등 7개 국어

〈업체선정 및 계약체결〉

- 계약방식 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약)
- 용역기간 : 계약일로부터 '12. 3. 31까지
- 공고결과 : 유찰(기술점수 68점 미만, 사유 : 콘텐츠 배포 불가능)

〈한식 이미지 구축〉

매체 홍보를 위한 한식 이미지 광고물(영상 등)을 제작하여 효율적이고 적극적인 한식 홍보 틀을 마련하고자 했다. 이는 한식관련 이미지 사진을 지속적으로 요구해온 재외공관 및 해외 한식당 경영주들의 요구에 부응하는 일이었다.



〈주요내용〉

- 한식 관련 사진 촬영 : 한식 단품 메뉴 및 상차림 사진촬영, 단품원형 사진 등 총 69컷을 촬영했다.
- 촬영 컨셉트 : 한국 음식의 근본을 알 수 있는 대표적인 정통 한식과 상차림을 소개했다. 사진 표현은 현대적 감각을 가미했다. 우리 식생활은 단독 상차림이 기본이었으므로 음식 양이 많아야 한다는 생각은 배제하고 먹음직스럽고 정갈하게 음식에 맞는 그릇에 담아 오감으로 즐길 수 있는 음식임을 강조했다. 기본 색깔은 오랜 된 듯한 나무 질감과 따뜻한 느낌의 천으로 배색하여 이미지를 여러 용도로 사용할 수 있도록 계절감을 배제하고 전체적인 톤을 조절했다. 음식을 돋보이게 하기 위하여 그릇과 음식 양의 비례를 철저하게 계산하여 촬영했다. 최대한 자연광에 가까우면서 콘트라스트가 강하지 않게 촬영했다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 계약방식 : 수의계약. 특정인의 기술과 경험을 필요, 사진작가와 푸드코디네이터의 역량에 따라 퀄리티와 이미지 표현 방식의 차이가 크고, 사진은 장당 단가 책정이 어렵다.
- 용역기간 : '11. 11 ~ 12

〈사업결과〉

- 한식사진 : 총 185컷
- 배경 포함 이미지 : 101컷 / 배경 제거 이미지 : 84컷

- 촬영 메뉴는 궁중 음식 연구원 한복려 요리연구가와 협의하여 선정
- 산출물 : CD 6장 및 외장하드 1개, 촬영 이미지 결과 견본

〈한식 홍보 콘텐츠 배포〉

한식 홍보 콘텐츠 제작물을 국내·외에 보급했다. ‘김윤옥의 한식 이야기’ 책자 416권, ‘The Taste of Korea’ DVD 831개를 전 재외공관에 배포하고 ‘한식메뉴 외국어 표기 길라잡이’ 책자 1,020권을 한해외식업중앙회 서울 25개 지회에 배포했다.

〈2011 한식세계화 온라인 채널 운영관리 및 종합마케팅〉

웹사이트 및 SNS의 효율적인 관리를 통한 원활한 소통 주도 및 커뮤니티 형성을 도모하기 위해 전담 원어민 인력을 보유한 업체를 선정하여 외국어 홈페이지 및 SNS(영어, 중국어, 일본어)를 운영하고자 했다.

사업의 내용은 사이트(모바일사이트 포함) 메뉴 디자인 및 부분적 개발·개발과 SNS채널(한, 영, 일, 중 등 9개 채널) 및 사이트(한, 영, 일, 중) 운영 관리, PCRM(온라인 뉴스레터) 기획, 제작, 발송, 외국어 사이트 번역 감수, 하드웨어 및 소프트웨어 인프라구축, 사이트, SNS 모니터링, 콘텐츠 생성 및 관리를 포함한다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업공고 : '11. 5. 2 ~ 5. 23
- 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '11. 5. 26
- 계약방법 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약)

〈착수보고회〉

- 일시 및 장소 : '11. 7. 5
 - 한식세계화 공식포털 관리 운영방안, 수행조직에 대한 업무분장 및 예산 등 사업관리 부문 보고

〈사업 진행 상황〉

- 사업보고 방식 : 계약기간 중 2.4개월 1회 보고, 총 5회중 3회 보고

“한식은 음식 양이 많아야 한다는 생각은 배제하고 먹음직스럽고 정갈하게 음식에 맞는 그릇에 담아 오감으로 즐길 수 있는 음식임을 강조했다.”

“웹사이트 및 SNS의 효율적인 관리를 통한 원활한 소통 주도 및 커뮤니티 형성을 도모 하였다.”

• 최근 사업 실적

대분류	사업내용	집행기간
네이버제휴	네이버 브랜드 검색(한식재단 검색 시 최상단 노출)	'12. 1 ~ 12
	한식메뉴 외국어 표기법 (한식 메뉴 검색 시 한식 메뉴와 함께 소개)	
	한국요리의 기본(네이버 키친 소개)	
	한식 스토리텔링(네이버 메인 소개)	'12. 2 ~ 12
하드웨어 및 소프트웨어 인프라구축	회선사용료, 도메인등록 및 실명인증 모듈 계약 연장(12개월)	'11. 7
	보안 시스템 구축 : 방화벽, 안티바이러스, 웹서버 보안인증서 도입	'11. 9
	메시징 시스템 도입(재단 이메일 계정 생성)	
사이트 운영대행 및 콘텐츠 관리	상주인력 투입을 통한 커뮤니케이션 진행 - 사이트 모니터링, 게시판 관리 등	'11. 8 ~ '12. 6
	홍보콘텐츠 및 사업결과 페이지 생성을 통한 볼거리 제공(주 2회 이상) - 재단소식, 한식세계화 개요 등 콘텐츠 업데이트 및 소식전달 생성 작업 진행	
	한식세계화 관련 뉴스클리핑(주5회), 한식세계화 관련 동영상 발굴 및 업데이트(주1회), 이북 등 다양한 콘텐츠 발굴 및 업데이트 진행	
	홈페이지 관리(스팸, 악성코드 등) 및 서버관리 (백업, 서버 모니터링 등)	
사이트 일부 리뉴얼 및 추가개발	한식세계화 공식포털(한국어, 영어) 메인 페이지 리뉴얼을 통한 정보전달 효율성 향상	'11. 8 ~ 9
	SNS 연계 모듈(Social box) 개발	'11. 9 ~ 10
	리뉴얼 및 추가 자료 관련 신규 게시판 및 사이트 모듈 개발	
	메뉴UI 및 전반적 콘텐츠 개편	
	모바일사이트 리뉴얼(모바일콘텐츠 및 연계 모듈 개발)	'11.10 ~ 11
SNS 채널 한, 영, 일, 중 총 9개 채널 운영 대행	페이스북(한, 영), 트위터(한, 영, 일), 유튜브(한, 영, 일, 중)	'11. 6 ~ '12. 6
	SNS 상 이슈 모니터링 및 소통 진행	
	다양한 한식관련 자료 및 콘텐츠 제작·제휴 및 배포를 통한 관심도 제고 및 홍보 진행	
	글 및 댓글 관리, 커뮤니티 형성	
PCRM 관리, 기획, 제작 및 발송	PCRM 서버 구축 및 DB 관리	'11. 6
	PCRM게시판 개발 및 운영	
	뉴스레터 제작 및 발송	'11. 9 ~ '12. 6
SEO 및 홍보사업	Korean food관련 SEO 작업	'11. 6 ~ '12. 6
사이트검수	외국어 사이트 번역 검수	'11. 3 ~ 6

• 향후 추진 계획

대분류	사업내용	집행기간												
네이버제휴	 <p>네이버 브랜드 검색(한식재단 검색 시 최상단 노출)</p> <p>재단소개, 한식세계화 개요 등 재단 소개 및 한식세계화 정책 소개</p> <p>추후 한식세계화사업 성과 등 다양한 자료 소개 예정(월 1회)</p>	'12. 1 ~ 12												
	 <p>한식메뉴 외국어 표기법</p> <p>한식 메뉴 검색 시 한식 메뉴의 외국어 표기법을 함께 표기 - 2012. 2 중 서비스 진행 예정</p>	'12. 1 ~ 12												
	 <p>한식요리의 기본</p> <p>네이버 키친을 통해 한식의 기본 요리법 웹진 소개(총 5차례)</p>	'12. 1 ~ 12												
	 <p>한식 스토리텔링</p> <p>네이버 메인 하단 네이버 캐스트를 통해 한식 스토리텔링 소개 예정</p>	'12. 1 ~ 12												
	<p>지속적인 사이트 및 게시판 관리·모니터링</p> <p>한식세계화 관련 콘텐츠, 재단소식 등 다양한 콘텐츠 개발 - 2012년 사업계획, 한식 스토리텔링 개정판 등 신규 자료 지속적 업데이트 예정</p> <p>홈페이지 관리(스팸, 악성코드 등) 및 서버관리(백업, 서버 모니터링 등)</p>	'11. 6 ~ '12. 6												
SNS 채널 한, 영, 일, 중 총 9개 채널 운영 대행	<p>페이스북(한, 영), 트위터(한, 영, 일), 유튜브(한, 영, 일, 중)의 지속적 운영 진행</p> <p>채널관리, 구독자 확보를 통한 한식 지지층 확보, 자료배포, 홍보활동 및 모니터링</p> <p>SNS주요 활용처 · 홍보매체 활용 · 한식관련 트렌드 및 반응 모니터링</p> <p>다양한 한식관련 자료 및 콘텐츠 제작·제휴 및 배포를 통한 관심도 제고 및 홍보 진행</p> <p>글 및 댓글 관리, 커뮤니티 형성</p>	'11. 6 ~ '12. 6												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2012 목표</th> <th>현황(2012.02)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>트위터</td> <td>구독자 : 30,000명</td> <td>구독자 : 22,186명</td> </tr> <tr> <td>페이스북</td> <td>구독자 : 25,000명</td> <td>구독자 : 20,184명</td> </tr> <tr> <td>유튜브</td> <td>조회수 : 600,000건</td> <td>조회수 : 507,612건</td> </tr> </tbody> </table>		구분	2012 목표	현황(2012.02)	트위터	구독자 : 30,000명	구독자 : 22,186명	페이스북	구독자 : 25,000명	구독자 : 20,184명	유튜브	조회수 : 600,000건	조회수 : 507,612건
	구분		2012 목표	현황(2012.02)										
	트위터		구독자 : 30,000명	구독자 : 22,186명										
	페이스북		구독자 : 25,000명	구독자 : 20,184명										
	유튜브		조회수 : 600,000건	조회수 : 507,612건										

“한식세계화 홍보 리플렛은
한식 BI와 어울리도록
세련된 비주얼과 간결한 카피를 통해
보는 이의 이해증진 및 공감대를
형성할 수 있도록 표현하도록 했다.”

〈한식 BI 활용 홍보물 제작〉

한류 열풍에 이어 K-POP 열풍으로 인해 해외에서 한국과 한국문화, 음식에 대한 인기가 높아지고 있다. 한식의 세계화를 추진하고, 한국 음식문화에 대한 이해를 돕기 위해 한식 BI 활용 홍보물과 스토리텔링 책자를 제작하였다.

한식세계화 홍보 리플렛은 한식 BI에 어울리도록 세련된 비주얼과 간결한 카피를 통해 보는 이의 이해증진 및 공감대를 형성할 수 있도록 했으며 한국어, 영어, 일본어, 중국어 각 1종에다 4개 국어(프랑스어, 이탈리아어, 스페인어, 독일어) 합본 1종을 추가하여 총 5종의 리플렛을 제작했다.

제작부수 총14만 부 이상으로 한국어편 3만부, 영어편 5만 부, 일본어편 1만부, 중국어편 2만 부, 4개 국어(프랑스어, 이탈리아어, 스페인어, 독일어) 합본 3만 부로 제작되었다. 가이드북 출판 기념회 및 마드리드 푸전 행사시에 사용하는 등 국내·외 비중 있는 국제행사와 박람회, 외국인 대상 한식 홍보에 활용되었고 해외 관계기관 등에 배포하였다. 한식 스토리텔링 외국어본(영어 / 프랑스어)은 ‘맛있고 재미있는 한식 이야기’(2010년, 농식품부·aT에서 발간) 한국어본을 기초로 영어, 프랑스어로 번역하여 제작되었다. 표지 디자인을 변경하고 내부 사진을 업데이트하였으며 제작부수는 영어본 5천부, 프랑스어본 2천 부를 제작하여, 해외 한식당협의회, 해외문화원 해외지사, 한국관광공사, KOTRA, aT 해외지사 등에 배포하였다.

쇼핑백, 클리어파일, 스카프, 넥타이, 청사초롱 등 한식 BI를 활용한 홍보물로 쇼핑백 2500개, 클리어파일 3000개, 스카프 1,000개, 넥타이 1,000개, 청사초롱 250개 제작을 계획했다.

〈추진실적〉

- 한식세계화 홍보 리플렛 제작 완료
용역기간 : '11. 11. 30 ~ '12. 1. 30
- 한식 스토리텔링 외국어본(영어 / 프랑스어) 제작 업체선정 및 계약체결
용역기간 : '11. 11. 24 ~ '12. 4. 30
- 한식 스토리텔링 외국어본(영어 / 프랑스어) 번역 업체선정 및 계약체결
- 한식 BI활용 홍보물 제작(쇼핑백, 클리어파일) (계획)
용역기간 : '11. 12. 30 ~ '12. 1. 31
- 한식 BI 활용 홍보물 제작(스카프) (계획)
용역기간 : '11. 12. 30 ~ '12. 1. 31
- 한식 BI 활용 홍보물 제작(넥타이) (계획)
용역기간 : '11. 12. 30 ~ '12. 1. 31
- 한식 BI 활용 홍보물 제작(청사초롱) (계획)
용역기간 : '11. 12. 28 ~ '12. 2. 29

〈한식세계화 뉴스레터〉

한식세계화사업 관련 내용을 기반으로 한식재단의 사업 및 활동내용을 전달하는 소식을 제작하여 유관기관과 관계자 등에 배포했다.

국내 주요 오피니언 리더에게 배포하는 국문 뉴스레터인 소식지의 내용은, 한식세계화사업 관련 기관(농림수산식품부, 한식재단, aT 등) 활동 소식, 홍보가 필요한 관련 사업결과(한식 우수성, 기능성 연구결과 등) 소개, 오피니언 리더가 참여하는 ‘한식칼럼’ 게재, 음식·문화 관련 국내·외 주요 동향 소개, 한식 관련 전시, 박람회 등 행사안내, 주요 공지사항 전달 등이다.

한식재단 소식지는 비교적 짧은 발행주기로 재단의 사업추진 현황에 대한 인지도를 제고했다는 평가를 받았다. 한식재단 이외에 aT 등 유관기관의 사업추진 소식과 한식재단이 자체 촬영한 한식 이미지 사진도 함께 소개하고 국내 주요 박람회 등 한식 홍보관에 배포하여 효과를 배가하였다. KFE, 주한외국인 한식요리 경연대회, EUCCK 한식세계화 부스 등을 통하여 1,100부가 배포되기도 하였다. 향후 개선사항으로는 주요 외국인 오피니언 리더에게 배포할 수 있도록 국영문을 병기하여 제작할 필요가 지적되었고 한식세계화사업 관련 질의응답 등 소식지 아이템의 다양화와 주요 배포처 확대의 필요성이 대두되었다.

• 제작 진행

기존 한식 관련 콘텐츠 및 한식세계화 공식포털의 콘텐츠를 적극 활용하여 한식재단 활동 내용 소개를 강화하기 위해 격주간으로 발행하고 한식세계화 공식포털 회원 등 일반 국민의 참여광장을 마련했다. 앞으로는 별도의 한식재단 안내책자를 제작하지 않고 소식지를 심분 활용하기로 하였다.

제작 사양은 30cm*15.5cm / 8페이지 / 월 3백 부로 했다. 3백부를 인쇄하여 관계자들에게 220부를 배포하고 80부는 한식재단에서 재단 소개 리플렛 기능의 홍보물로 활용했다. 배포처는 농림수산식품부 외식산업진흥과, 국회 농식품위원회 소속 의원, 한식세계화추진단, 한식 관련 기관, 한식재단 이사진에게 배포하고 일반인에게는 한식세계화 공식포털 가입 회원에게 격주로 발송했다. 별도 메뉴를 구성하여 PDF파일 업로드를 했다.

- 한식세계화 뉴스레터 결과물(총10호 * 300부)



“K-FOOD의 열풍을 유도할
프랑스어, 스페인어 사이트를
추가 개발하여
한식세계화 공식포털을
활성화할 필요가 대두되었다.”

〈한식세계화 공식포털 재구축 및 마케팅〉

다양한 고객 니즈에 부합하는 정보제공을 통해 한식 및 한식세계화의 사업 이미지를 제고해야한다. 최근 유럽에 불고 있는 K-POP에 이어 K-FOOD의 열풍을 유도할 프랑스어, 스페인어 사이트를 추가 개발하여 한식세계화 공식포털을 활성화할 필요가 대두되었다. 고도화된 한식세계화 시스템 환경 구축으로 안정적 시스템 운영 및 접속 속도 개선도 요구되었다.

www.koreanfood.net, www.Hansik.org 등 포털 검색 시 상위 랭킹을 위한 프리미엄 도메인을 구매했다. 홈페이지를 통한 한식세계화 전략을 수립 및 시행하였다. 내용은 현재 운영 중인 한식세계화 시스템 컨설팅, 한식세계화 시스템 증강기 발전 방안 수립, 수립된 발전방안에 따른 1차년도 사업 시행, 수립된 마케팅 전략에 따른 프로모션 시행 등이다.

웹서버·DB서버 교체 및 WEB·WAS 서버를 도입 혹은 이중화하고, 공개용 웹어플리케이션 소프트웨어를 상용 소프트웨어로 도입 운영하며 웹서비스 보안 강화를 위하여 WEB 방화벽을 도입했다. 또 중요 데이터 보호를 위한 백업시스템을 구축했다.

한식세계화 공식포털을 재구축하는데, 사용자 니즈를 반영한 핵심메뉴 위주로 시스템을 개편했다. 정부의 홈페이지 운영정책에 맞게 시스템을 보완하고 정보보호를 위한 시스템 보안성을 강화했다. 프랑스어, 스페인어 사이트를 추가로 개발하고 해외 레스토랑 가이드북 DB 개발 및 서비스와 해외 한식세계화 협의체 홈페이지 통일안 및 운영방안을 수립하며 모바일 웹을 개발했다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 업체 선정 공고 : '11. 11. 29 ~ 12. 9
- 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '11. 12. 13
- 용역기간 : '11. 12. 30 ~ '12. 10. 31

〈착수보고회〉

- 일시 및 장소 : '12. 1. 5
- 참석자 : 한식재단 담당자, 용역업체 PM 및 각 파트 담당
- 주요 보고내용 : 추진계획 보고

〈향후 추진계획〉

- 중간보고회 일시 및 장소 : 홈페이지를 통한 한식세계화 전략수립 후 1회, 홈페이지 재구축 완료 후 1회 개최 예정
- 최종보고회 일시 및 장소 : 홈페이지를 통한 한식세계화 마케팅 시행 후 개최 예정

〈한식메뉴 외국어 표기 길라잡이(10개국어 합본) 제작〉

한국 음식은 대표적인 건강식으로서 세계인의 관심을 끌고 있으나 국내·외 한식당에서의 한식 메뉴 외국어 표기는 제각각인 경우가 많아 외국인들이 혼란스러워하고 있다. 이에 외국인들이 우리 음식을 쉽게 이해할 수 있도록 한식 메뉴의 일관된 이미지 전달 및 통일된 외국어 표기를 마련했다.

한식메뉴 외국어 표기 길라잡이는 한국어, 영어, 일본어, 중국어, 프랑스어, 이탈리아어, 스페인어, 독일어, 아랍어, 베트남어 등 10개 국어 합본으로 출판하고 154가지 메뉴의 사진, 메뉴설명을 실었다. 소책자를 포함한 CD를 제작하여 E-Book과 PDF로 작업하고 모바일 앱도 개발했다.

“외국인들이 우리 음식을 쉽게 이해할 수 있도록 한식 메뉴의 일관된 이미지 전달 및 한식 메뉴에 대한 통일된 외국어 표기 마련했다.”

〈업체선정 및 계약체결〉

- 업체 선정 1차 공고 : '11. 11. 29 ~ 12. 9
- 업체선정을 위한 제안평가 실시 : 12. 13(평가결과 적격업체 없으므로 재공고)
- 업체 선정 2차 공고 : '11. 11. 15 ~ 12. 26
- 용역기간 : '11. 12. 30 ~ '12. 4. 30

〈착수보고회〉

- 일시 및 장소 : '12. 1. 5
- 참석자 : 한식재단 담당자, 사업 PM 및 각 파트 담당

〈한식 스토리텔링 외국어본(일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어) 책자 제작〉

대표적인 한식 메뉴의 역사와 문화적 스토리를 외국어로 번역·배포하여 한식에 대한 인지도와 호감도를 높이고자 했다. 해외 한식당 추천제 사업지역을 대상으로 한식 스토리텔링 책자의 외국어본(일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어)을 제작하여 한식의 저변 확대를 유도했다.

일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어 6개 언어로 번역과 감수를 진행했다. ‘맛있고 재미있는 한식 이야기’(2010년, 농식품부·aT에서 발간) 한국어본을 기초로 스페인어본, 일본어본, 중국어본, 러시아어본을 깔끔하고 세련되게 제작했다. 표지 디자인을 변경하고 각 장 사이의 간지 사진을 업데이트했다.

책자를 제작하여 해외 한식당 추천제 사업지역 한식당, 해외 한식당협의회, 해외문화원 / 한국관광공사 / KOTRA / aT 해외지사 등에 배포했다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 업체 선정 공고 : '11. 12. 2 ~ 12

- 광고방식 : 한식세계화 공식모텔, 나라장터
- 업체선정을 위한 제안평가 실시 : '11. 12. 14
- 용역기간 : '11. 12. 16 ~ '12. 5. 30

〈The Korean Cuisine & Food Culture 제작〉

한국의 음식문화를 소개하는 국제적 수준의 외국어(영어 / 프랑스어) 도서 제작 및 보급을 통해 한식세계화의 저변을 확산하고자 했다. 이는 해외 정상급 요리사 및 푸드칼럼니스트, 언론 등에 홍보용으로 배포하기 위해 제작한 한식세계화 관련 대표 책자이다.

도서명은 'The Korean Cuisine and Food Culture'이고, 저자는 '서울고메 2011' 자문, 미술랭 스타 셰프 음식사진 전문가, 저널리스트, 요리 평론가로 활동중인 장-피에르 가브리엘(Jean-Pierre Gabriel)이다.

한국의 전통음식이 만들어지는 과정의 사계를 현장 취재와 촬영을 통하여 집필하였다. 출판은 해외 명문 출판사와 출판 계약을 맺어 진행하고 제작비를 지원했다. 홍보 및 배포는 해외 정상급 셰프와 영향력 있는 푸드칼럼니스트들에게 우선 배포하는 것으로 했다.

〈한식메뉴 외국어 표기 길라잡이' 책자 추가 제작〉

한식 메뉴의 외국어 표기 표준화 사업에 대한 적극적인 홍보의 일환으로 〈한식메뉴 외국어 표기 길라잡이〉 개정판 출간 사업이 진행 중이나 한식 메뉴 외국어 표기의 필요성을 지적하는 언론 보도가 잇따름에 따라 이에 대한 시급한 대응이 필요한 실정이었다.

'한식메뉴 외국어 표기 길라잡이' 최근판 1만 부를 추가 제작하여 전국의 주요 한식당 등에 발간 즉시 배포하였다.

- 〈업체선정 및 계약체결〉
- 용역기간 : '11. 12. ~ '12. 2

〈한식 홍보영상물 제작〉

국제행사 및 해외 홍보행사에서 한식의 우수성과 간단한 조리법 등을 외국인에게 쉽게 알려주기 위한 화질과 활용도가 우수한 Full HD급 홍보 영상물을 제작했다. 재외공관의 한식 관련 행사에서 각국의 오피니언 리더 등에게 선물로 제공할 수 있는 고급 홍보 영상물(DVD)로 제작되었다. 영상의 내용 및 주제는 전문가 자문으로 해외에서 어필할 수 있는 주제로 선정했다.

〈동영상 내용 구성〉

- 한식의 매력과 영양적 가치
- ‘세계인들에게 각광받는 한식’ 이미지
- 건강을 중시하는 현대인에게 어필하는 한식의 영양학적 우수성, 다양성 및 발효음식 소개
- 한식의 기본 상차림 및 의미, 식사예절
- 외국인들에게 인기 있는 대표 한식 메뉴 조리법 소개
- ※ 각 분야 전문가로부터 자문을 받아 영상 제작

HD급 영상으로 촬영하여 한식관련 영상 이미지를 구축하고 영어, 일본어, 중국어, 프랑스어, 스페인어, 아랍어로 번역 및 더빙 작업을 했다. 제작된 영상 콘텐츠를 DVD로 만들고, 화질보존을 위하여 필요시 블루레이 DVD로 제작했다. 각 권역·국가별 재생방식에 적합하게 제작하여 해외에서 활용 가능하게 했다.

※ NTSC(한국), PAL(유럽), SECAM(중동) 방식으로 각각 제작(총 5,000부)

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업공고 : '11. 12. 16 ~ 26 (긴급)
- 업체선정을 위한 제안평가실시 : '11. 12. 28
- 용역기간 : '11. 12. 30 ~ '12. 6. 30

〈착수보고회〉

- 일시 및 장소 : '12. 2. 10
- 주요 내용 : 홍보영상 구성내용 발표, 수행조직에 대한 업무분장 및 예산 등 사업관리 부문 보고

〈주한 외국인 한식요리 경연대회〉

사회적 지명도가 높은 주한 외국인을 대상으로 한식요리 경연대회를 개최하고 수상팀을 명예 한식 홍보대사로 활용하여 한식 붐 조성에 일조했다.

‘Korea Food Expo 2011’연계행사로 개최하여 홍보 효과를 극대화했다. 경연 자체보다는 외국인들에게 친숙한 한식 요리가 무엇인지 알아볼 수 있는 행사가 되도록 기획·운영하였다.

주한 외국인 20팀을 가족, 친구 등 1팀 2인으로 구성하였으며, 대회 준비 일정과 취지를 감안, 초청인사와 일반응모를 병행했다. 사회적 지명도가 높은 저명인사

를 중심으로 사전 섭외하고 각국 대사관, 상공회의소, 한불부인회 등에 참가 안내 홍보를 하였다.

경연대회의 주제는 '내 친구들에게 대접하고 싶은 한국 음식'으로 하고, 이 경연주제를 기초로 참가자가 만들고 싶은 한국 음식 메뉴와 레시피를 직접 선정하도록 했다. 창의적인 '나만의 레시피'도 장려하였다. 심사용 음식은 전문가 심사용 1인분, 관람객 심사용 3인분으로 4인분을 제출(1인분 300g 기준)하도록 했다.

참가자 선발 확정과 함께 참가자가 제안한 메뉴와 레시피에 근거한 식재료는 행사 주관기관에서 준비하여 경연 당일 지급하고 요리대회를 녹화 중계하여 방송으로 송출했다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업공고 : '11. 9. 30 ~ 10. 10
- 업체선정을 위한 제안평가 : '11. 10. 11
- 평가위원 : 농식품부 공남석 주무관, 재단 부이사장, 현우진 팀장(한국전파진흥원 콘텐츠진흥팀), 김만기 교수(남서울대 광고이벤트학과)
- 계약방법 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약)
- 용역기간 : '11. 10. 26 ~ '11. 12. 9
 - ※ 용역기간 변경계약 : '11. 10. 26 ~ '12. 2. 10

〈착수보고회〉

- 착수보고 문서로 대체 : 주한 외국인 한식요리 경연대회 실행계획(11. 8)

〈사업결과〉

- SBS 일요특선 다큐멘터리 및 아리랑TV 프라임 다큐를 통해 국내·외 송출
- 총 21개 매체 현장 취재 및 42개 뉴스 게재(4개 매체 방송보도)
- 요리대회 참가자의 기획적인 섭외로(사회적 지명도가 높은 주한 외국인 및 국내 거주 파워블로거) 한식의 저변 확대



02. 한식 우수성·기능성 연구: 한식 원형복원 및 산업화

〈한식 및 음식문화 관련 콘텐츠 목록 DB 구축〉

음식·음식문화·한식 관련 콘텐츠를 조사하여 영역별·주제별로 집대성한 목록 DB를 구축하여 체계적인 서비스를 제공했다. 한식 및 외식관련 학계, 연구기관, 정부, 관련 기관 등에 한식 콘텐츠 기초자료로 제공하고 한식 자원 및 문화관련 콘텐츠의 체계적인 종합 관리를 통해 한식 자원 인프라를 구축했다.

한식 및 음식문화 관련 서적, 풍속도, 영상물 현황을 조사 및 수집하고 자료 형태, 종류, 주제별 분류 후 콘텐츠별 상세 정보 DB를 구축하며 분류체계와 DB 구축 항목을 토대로 서비스를 위한 시스템 구축 방안을 제시하고 구축된 DB를 확대발전시켜 한식과 음식문화 아카이브로 확대활용 방안을 제시했다.

“한식 및 음식문화 관련 서적, 풍속도, 영상물 현황을 조사 및 수집하고 자료 형태, 종류, 주제별 분류 후 콘텐츠별 상세 정보 DB를 구축했다.”

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업추진 1차 공고(8. 17 ~ 8. 30)
- 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
- 용역기간 : '11. 10. 5 ~ '12. 5. 31

〈한식 원형복원 및 산업화 1차 사업 공동착수보고회〉

- 참석자 : 장명철 서기관(농식품부), 박광민 교수(세종대), 유선미 연구원(농촌진흥청), 김권식 팀장(한국데이터베이스진흥원), 정은희 박사(세계김치연구소), 손영호 대표(나라지식정보㈜), 정규상 부장(PM·나라지식정보㈜), 이애란 원장(PM·(사)북한전통음식문화연구원), 김근태 박사(PM·한해외대산학협력단), 황정일 팀장(PM·한해외식정보㈜)
- 주요 보고 내용 : DB 구축 통합 모델 계발을 위한 업체간 협력 합의

〈한식 원형복원 및 산업화 1차 사업 공동 중간보고회〉

- 참석자 : 이은정 과장(농식품부), 이윤숙 사무관(농식품부), 정은희 박사(세계김치연구소), 정규상 부장(PM, 나라지식정보㈜) 외 1명, 이애란 원장(PM·(사)북한전통음식문화연구원) 외 2명, 김근태 박사(PM·한해외대산학협력단)의 1명, 육주희 편집장(PM·한해외식정보㈜) 외 1명
- 주요 보고 내용 : 각 사업의 진행사항 보고

〈북한 전통음식 조사 발굴〉

북한지역 전통음식의 원형을 조사·발굴하고 역사·문화적 배경 등을 체계화하여 한식세계화 기반을 구축하고 관련 분야 연구·교육 및 산업화에 활용할 기초자료로 제공했다.

북한 전통음식(평양 및 평안도, 함경도, 황해도, 강원도, 개성)의 원형을 발굴하고 조사하며 표준조리법과 레시피를 개발하여 자료를 체계화하고 북한 지역 전통음식을 교육매체로 개발하고 북한음식의 건강·의학적 우수성을 조명했다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업추진 1차 공고(8. 17 ~ 8. 30)
- 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
- 용역기간 : '11. 10. 5 ~ '12. 5. 31

“세계화가 유망한 한식 메뉴의 스토리텔링 소재를 발굴하여 DB를 구축하고 해외 진출 외식기업에 마케팅을 위한 콘텐츠로 제공했다.”

〈세계화 유망 한식메뉴 스토리텔링 소재 발굴〉

세계화가 유망한 한식 메뉴의 스토리텔링 소재를 발굴하여 DB를 구축하고 해외 진출 외식기업에 마케팅을 위한 콘텐츠로 제공했다. 세계화 유망 10대 한식 메뉴의 스토리텔링 소재의 원천자료를 수입 및 발굴하여 텍스트, 이미지, 동영상, 음성 등 총 290건을 확보하고, 스토리텔링을 위한 소재를 한식 메뉴, 유래·민속·상징·일화 등 관련 사항, 캐릭터, 상황, 시간과 장소 등으로 분류하였다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업추진 1차 공고(8. 17 ~ 8. 30)
- 공고방식 : 나라장터, 한식세계화 공식포털
- 용역기간 : '11. 10. 5 ~ '12. 5. 31

〈역사성 있는 한식당 조사 발굴〉

미식 선진국인 유럽과 일본의 사례처럼 음식점 역사와 스토리를 문화 자원화하여 한식의 가치를 제고하였고, 음식점의 역사와 특징을 조사하여 한식의 원형 발굴을 시도하고 국내의 역사성 있는 한식당을 발굴 홍보하여 외식업 활성화를 유도했다.

전국 한식당 중 50년 이상 되었거나 3대 이상 운영되고 있는 한식당을 발굴하여 연도별, 지역별로 역사가 있는 한식당 현황 DB로 구축했다. 발굴한 한식당 DB를 바탕으로 메뉴의 적합성 및 객관성을 사전조사하고 전문 인력을 통해 건전한 운영철학을 대물림하고 있는 업소를 취재하였으며, 식당 정보 수집 및 경영주 인터뷰를 통한 스토리북을 발간했다.

“전국 한식당 중 50년 이상 되었거나 3대 이상 운영되고 있는 한식당을 발굴하여 연도별, 지역별로 역사가 있는 한식당 현황 DB로 구축했다.”

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업추진 1차 공고('11. 8. 17 ~ 30)
- 용역기간 : '11. 10. 5 ~ '12. 5. 31

〈조선왕조 궁중 음식 고문헌 아카이브 구축〉

조선왕조 궁중 음식의 체계적인 목록 작업 및 분류 작업을 통해 상세 해제 자료를 축적하고자 했다. 조선왕조 궁중 음식 및 문화에 대한 일반 국민의 이해과 관심의 수준을 증대할 수 있는 대중적 해설서를 제작하고, 궁중 음식 고문헌에 대한 상세 해제집과 대중 해설서를 발행하여 한식세계화를 위한 학술적, 문화적 인프라를 구축하고자 했다.

한국학중앙연구원 장서각 및 국내의 각 도서관과 박물관 등에 소장되어 있는 조선왕조 궁중 음식 고문헌 200종에 대해 목록 작업과 분류 작업을 진행하였으며, 조선왕조 궁중 음식 고문헌에 대한 전문가의 상세해제 작업 및 해제집을 작성했다. 또한, 고문헌을 통해 본 조선왕조 궁중 음식에 대한 대중적 해설 자료집을 제작하였다.

〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업추진 : 업무협약 체결
- 용역기간 : '11. 12. 16 ~ '12. 7. 15

“조선왕조 궁중 음식의 체계적인 목록 작업 및 분류 작업을 통해 상세 해제 자료를 축적하고자 했다. 조선왕조 궁중 음식 및 문화에 대한 일반 국민의 이해과 관심의 수준을 증대할 수 있는 대중적 해설서를 제작하고, 궁중 음식 고문헌에 대한 상세 해제집과 대중 해설서를 발행하여 한식세계화를 위한 학술적, 문화적 인프라를 구축하고자 했다.”

03. 한식세계화 전략 수립

그동안 추진해온 한식세계화 전략을 진단하고 향후 한식세계화 전략 방안을 모색하며 상위전략에 따른 하위 실천 아이템을 발굴하고자 했다. 이를 위해 한식세계화의 구체적인 인프라 전략의 마련과 초기 단계에서의 사업 주체별 사업모형을 개발했다. 또한, 전략에 기반한 구체적인 사업 아이템을 발굴하고 중장기 로드맵을 제시했다.

한식세계화의 전략 방향을 설정하고 그에 따른 전략을 수립하고 한식세계화사업모형의 전개 방향 및 향후 로드맵을 작성했다.



〈업체선정 및 계약체결〉

- 사업추진 : 수의계약
- 용역기간 : '11. 12. 6 ~ '12. 4. 30

한식당 경쟁력 강화

01. 해외 우수 한식당 추천제 사업



〈해외 우수 한식당 ‘서 유럽편, 동경편’〉

〈해외 우수 한식당 가이드북 ‘서 유럽편’ 제작〉

추천제 시범사업을 통해 선정된 우수 한식당을 소개하는 가이드북을 제작하여 우수 한식당의 우수성을 국내 및 외국인에게 소개하고 한식의 이미지 개선과 우수성 홍보에 기여하도록 했다.

서 유럽 11개국 25개 도시의 우수 한식당을 소개하는 가이드북을 기획·제작하였으며, 수록 국가는 그리스(아테네), 네덜란드(암스테르담, 로테르담), 덴마크(코펜하겐), 독일(프랑크푸르트, 뮌헨, 베를린, 뒤셀도르프), 벨기에(브뤼셀), 스위스(취리히, 제네바, 루체른, 인터라켄, 바젤), 스페인(마드리드, 바르셀로나, 발렌시아, 타라고나, 라스팔마스), 영국(런던), 오스트리아(비엔나), 이탈리아(로마, 밀라노, 베니스), 프랑스(파리)이다.

내용은 점포에 대한 구체적인 소개와 점포전경, 메뉴사진, 그림 등을 삽입하여 외국인이 이해하기 쉽게 제작하고 가이드북 후반에 미니 한식사전인 ‘한식당 인기 메뉴’를 추가하여 한식에 대한 정확한 메뉴 이해도를 높이도록 했다. 또 국제적인 이미지에 맞게 세련된 디자인과 문장으로 제작하고 국문·영문·해당 국가의 자국어(프랑스어, 독일어, 스페인어, 그리스어, 네덜란드어, 덴마크어, 이탈리아어, 포르투갈어 등)를 기본으로 출간하되, 필요시 기타 외국어를 추가할 수 있게 하였다.

영국 1권, 프랑스 1권, 5개국(덴마크, 네덜란드, 스위스, 오스트리아, 벨기에) 1권, 독일 1권, 3개국(스페인, 이탈리아, 그리스) 1권 등 총 5종으로 서 유럽편 1 ~ 5 권을 출간했다.

구성은 한식의 특성 및 대표 한식 메뉴, 한식당의 기본정보 및 특성, 메뉴, 인테리어, 지도를 소개하고, 1권당 30 ~ 40점포를 소개하고 1개 점포당 4쪽을 할애한다. 도서 5종을 30,000부씩, 총 150,000부를 제작했다.

제작방향은 ‘한국 레스토랑 가이드 2010 동경’에 이어 시리즈물로 발간하고, 책자 기획, 취재, 편집, 디자인 및 제작을 포함시키고 외국어는 전문번역과 감수를 병행하여 실시했다.

책자의 제작사양은 가로 114mm x 세로 192mm 규격에 200페이지 내외의 분량으로 제작하였으며 가이드북의 손상을 방지하는 케이스를 제작했다. 케이스는 일반 비닐케이스와 고급 천케이스, 두 가지 종류로 제작했다.

모바일 어플리케이션은 서 유럽 국가에서 가장 널리 통용되고 있는 2개(안드로이드, IOS)의 운영체제로 개발하였고, 한국어, 영어를 기본으로 하고 기타 국가별 자국어, 프랑스어, 스페인어, 독어 등으로 개발했다. 지도 인식, 위치기반 서비스 등 유럽

에서 활용 가능한 옵션 기능을 부여하고 전문 개발업체와의 협업으로 추진했다.

<업체선정 및 계약체결>

- 광고방식 : 한식세계화 공식포털
- 용역기간 : '11. 8. 18 ~ '12. 4. 15

<착수보고회 개최>

- 해외 우수 한식당 가이드북 '서 유럽' 기획·제작
 - 일시 : '11. 8. 19
 - 주요 보고 내용 : 과업 수행 계획 공유, 일정·용역비 집행·인력투입·역할·기타 세부사항 협의

<추진 현황 및 향후 추진계획>

- 영국편 : '11. 10월 말
- 프랑스편 : '11. 11월 초
- 5개국편(덴마크, 네덜란드, 스위스, 오스트리아, 벨기에) : '11. 11월 말
- 독일편 : '12. 1월 초
- 3개국편(그리스, 이탈리아, 스페인) : '12. 1월 초

<해외 우수 한식당 가이드북 '서 유럽편' 해외 홍보>

글로벌 역량을 갖춘 종합 홍보대행사를 통해 해외 한식당 추천제 관련 및 한식당 가이드북의 전략적이고 체계적인 해외 홍보마케팅을 기획·집행했다. 서 유럽 중심의 홍보 마케팅으로 한식의 이미지 개선 및 한식의 저변을 확대하였고, 2012년 타겟 지역인 서유럽 대상 해외홍보활동을 실시하여 실질적인 홍보효과를 유도했다.

서 유럽 언론 대상 PR, 프로모션 등의 통합 마케팅커뮤니케이션을 추진했다. TV, 인쇄(신문, 잡지), 온라인, 모바일, 기타 뉴미디어 등 매체 광고 및 오프라인 프로모션 홍보 계획과 해외 출판기념회 행사를 기획·진행하였으며 해외 홍보활동에 대한 국내 언론홍보와 해외 홍보사업 이슈 부분에 대한 국내 기사화를 병행했다.

“서 유럽 지역 내 한식에 대한 호감도를 높이고 외국인들의 한식 체험기회를 확대하기 위해 우수 한식당 소개 책자를 발간했다.”

<업체선정 및 계약체결>

- 광고방식 : 한식세계화 공식포털
- 용역기간 : '11. 9. 7 ~ '12. 3. 17

<착수보고회 개최>

- 일시 : '11. 9. 22

“해외 우수 한식당 가이드북은
손안에 들고 다니기 좋은 크기와
세련된 디자인으로 외국인들에게
큰 반향을 일으켰다.”

- 주요 보고 내용 : 해외 우수 한식당 가이드북 홍보 과업 수행 방안 및 홍보 전략, 해외 우수 한식당 가이드북 홍보 프로그램 추진 전략, 사업 관리

<추진 현황 및 향후 추진계획>

- 영국 출판기념회('11. 11. 14) : 런던 사치갤러리
- 프랑스 출판기념회('11. 11. 17) : 파리 만다린 오리엔탈 호텔
- 벨기에 출판기념회('11. 12. 4) : 브뤼셀 블룸호텔 Korean Culinary Lab 행사와 연계진행
- 독일 및 스페인 출판기념회('12. 1. 23) : 마드리드 퓨전 환영만찬에서 진행(카지노 데마드리드), 마드리드 퓨전 기간 내 3층 부스 82, 83번에서 <해외 우수 한식당 가이드북 서유럽, 2012> 5권, <동경 개정판> 전시 및 배포('12. 1. 24 ~ 26)

<해외 우수 한식당 가이드북 '동경판' 개정판 제작>

마드리드 퓨전 주최 측의 요청으로 마드리드 퓨전 웰컴파티(2012. 1. 23) 행사 시 해외 한식당 가이드북 '서 유럽판'과 동일한 디자인으로 '동경판'을 제작·배포하여 한식에 대한 인지도를 향상하고자 했다. 유럽은 일식 선호도가 높아서 일본 내 한식당을 함께 소개한다면 홍보 효과를 극대화하고 글로벌한 이미지를 강조할 수 있었다.

일본에서 한식당 가이드북 '동경판'에 대한 신뢰도와 공신력이 상당히 높아 주일대사관에서 재발행을 적극 추천하고 있었다.

해외 우수 한식당 가이드북 '동경판'은 기존에 게재된 일본 내 한식당 34곳에 대한 보충 취재를 진행하고 국문 원고를 수정했으며 일본 내 육회로 인한 사망사고(2011. 5. 4) 발생과 관련하여 육회에 대한 설명을 기재했다.

음식백과사전을 정리하고 해외 우수 한식당 가이드북 '서 유럽판'에 실린 한식당의 인기 메뉴를 취합하여 국문으로 상세하게 정의하고 찾아보기 기능을 추가하고 수정된 국문 원고를 바탕으로 영문, 일문으로 재번역하고 원어민 감수를 받았다.

한식당 34곳에 대한 외관과 간판 사진을 추가 촬영하고 기존 사진 데이터의 보정작업을 하였으며 한식당 34곳에 대한 상세한 지도 일러스트 작업도 다시 진행했다. 기존 지도는 범위가 식당 위주로 세분화 되어있어 위치 확인이 어렵다는 평이 많아 개정판에서는 도시 전도와 상세 지도를 삽입했다.

디자인은 기존 서 유럽 한식당 가이드북과 톤앤매너를 통일한 디자인으로, 전권의 내지와 표지를 재작업하였다.

해외의 사용자들이 손쉽게 한식당을 찾을 수 있도록 지역별, 취향별 식당 선택 기능 및 길찾기 기능이 부가된 스마트폰 어플을 개발했다.(안드로이드, IOS 기반)

<업체선정 및 계약체결, 운영 기간 : '11. 12. 2 ~ '12. 2. 29>

02. 플래그십 한식당 개설

<뉴욕 플래그십 한식당 개설>

2010년 1월에 열린 한식세계화추진단 회의에서 뉴욕 등 세계 주요 도시에 최고급 한식을 제공하는 플래그십 한식당을 개설하여 한식 및 국가브랜드 이미지를 제고할 필요가 있다는 점을 제기했다.

예산수립과정은 외식 전문가 회의와 기획재정부 협의를 거쳐 신규사업 추진을 결정하고, 국회 농식품위 예산심의 과정에서 식당 설립(임대 → 매입) 및 투자방식(정부단독 → 민·관 공동)을 조정하여 사업비 50억원을 반영했다. 더불어 사업계획을 국회 보고 후 추진하도록 한 부대조건에 합의하여 예산수립을 완료하였다.

2010. 6월 이를 바탕으로 뉴욕 맨하탄 플래그십 한식당 개설을 위한 사전 예비조사에 착수하였는데, 맨하탄의 중상층 이상 거주민 지역인 Middle East 지역과 관광객 방문자수가 많고 한식 홍보를 위한 상징성이 높은 브로드웨이 타임스퀘어 지역에 물망에 올랐다. 플래그십 한식당 개설 비용은 약 58억원(4,400천불, 140석)이 소요될 것으로 추정되었다.

2010. 7월 뉴욕 플래그십 한식당의 성공적인 개설을 위하여 다이닝(dining) 경험이 풍부하고 뉴욕 주재 경험이 최소 3년 이상인 식문화 전문가와 홍보전문가, 학계 및 유관기관 14명으로 구성된 전문가회의를 개최하였다. 전문가회의에서 도출된 의견으로는 첫째, 데이비드 찡(David Chang)과 같은 유명 스타 셰프 영입하여 홍보효과를 높여야 하며 정부가 주투자자가 되고 패밀리파트너로서 마케팅에 영향력이 있는 투자자를 탐색해야 한다는 점이 대두되었다. 다음으로는, 목표시장을 명확히 하고 현지에 맞는 인테리어 등을 추진하고 미술랭 가이드에 등재되도록 마케팅을 병행해야 하고, 브랜드 스토리가 무엇인지 등 목적이 명확해야 하며, 식당 개설을 위한 마스터플랜이 필요하다는 점을 지적하였다.

SK 네트워크스, 놀부 등 국내 한식 전문기업을 대상으로 플래그십 한식당 개설 마스터플랜 내용에 대한 의견을 수렴하는 자리를 가졌다. 2010년 7월 업계 대표들은 미국시장을 잘 알고 있는 전문 컨설팅 업체를 조사단계에서부터 참여시킬 필요가 있다는 점과 정부와 민간이 컨소시엄을 형성하여 운영주체를 세울 경우 펀딩 계획이 중요하다는 점을 지적하였다. 또 개점 전에 일정 기간 동안 시범운영기간(Pre-opening)을 두고, 메뉴와 서비스 등을 수정 보완하는 과정을 거쳐야 하고, 현지의 기존 한식당을 활용하여 개발된 메뉴에 대한 세일즈테스트(Sales test)가 필요하다는 의견이 제시되었다.

2010. 11 ~ 2011. 3월 플래그십 한식당 개설을 위한 마스터플랜 연구용역을 실시하였다. 미술랭가이드(Guide Michelin) 1star급의 파인다이닝(fine dining)을 목표로 하고, 목표고객은 연소득 10만불 이상, 목표가격은 90불 내외로 설정하였다. 규모는 110 ~ 160석(170 ~ 220평) 정도이며, 입지는 뉴욕 맨하탄 지역을 우선 고려하기로 하였다. 소요자금은 250억원 내외(건물 200, 공사비 등 50, 식당매입 전세, 운영비 제외)로 했다.

“한식세계화 공식포털 재구축과
한식메뉴 외국어 표기 길라잡이
(10개국어 합본)제작에 내역변경
하였다.”

국회 농식품위 예산소위 위원을 대상으로 플래그십 한식당 개설 추진상황과 대안을 설명하는 자리를 가졌다. 2011년 4월에 진행된 설명회에서는 점포임대 등 예산조건 변경에 대해 대체로 부정적 의견이 많았다.

2011. 8. 17 국회 농식품위 주요 현안보고에서 플래그십 한식당 추진계획을 보고하였으며, 2011년 9월 중 당초 국회 예산심의 내용대로 민간투자 공모절차를 진행하고, 그 결과에 따라 사업 추진여부를 확정하기로 하였다.

국내는 나라장터, 뉴욕은 현지 신문공고를 통하여 사업공고를 실시하였으며, 2011년 9월 국내 및 뉴욕 투자설명회를 개최하였다. 국내 투자설명회에는 2개 업체 (아모제, 아워홈)가 참석하고 뉴욕 투자설명회에는 레스토랑 관련 6개 업체, 부동산업자 1명, 교수 1명, 레스토랑 컨설턴트 1명, 기자 2명 등이 참여하였다 하지만 공모기간 내에 응찰자가 없어 사업이 중단되었다.

플래그십 한식당 개설사업이 공모에 응찰자가 없어 중단됨에 따라 사업예산 50억원에 대한 활용방안을 모색하기로 했다. 2011.11.15 농림수산식품부와 기획재정부가 논의 과정을 거쳐 불용예산 최소화를 위한 한식 우수성·기능성 연구, 한식세계화 공식포털 구축, 한식메뉴 외국어 표기 길라잡이, 기타 사업 확대가 필요한 사업으로 내역변경 방안을 확정 하였다. 한식 우수성·기능성 연구(20~40억원 수준), 한식세계화 공식포털 구축(1.2~9억원 수준), 한식메뉴 외국어 표기 길라잡이(1.5억원 수준)



〈한식메뉴 외국어 표기 길라잡이〉

뉴욕 플래그십 한식당 잔여예산을 내용변경한 사업과 그에 대한 성과로는 첫째, 한식세계화 공식포털 재구축과 한식메뉴 외국어 표기 길라잡이(10개국어 합본) 제작에 내역변경하였다. 한식세계화 공식포털 재구축 사업은 짧은 시간 안에 눈에 띄는 성과를 창출하였는데, 홈페이지 접속 속도 개선으로 방문자수가 크게 증가하였다.(8월방문자수 82,934명, 2012. 2 ~ 7월 평균 방문자 수 37,401명으로 221.7% 증가) 또 다양한 콘텐츠 서비스로 페이지뷰가 획기적으로 증가하였으며(8월 페이지뷰 1,029,210건, 2012. 2 ~ 7월 평균 페이지뷰 147,382,8건으로 698.4% 증가) 그밖에 다양한 언어로 고급 정보를 제공함으로써 신규 이용고객과 홈페이지 이용시간이 증대된 것으로 확인되었다.(8월 신규회원 가입자수 764명, 2012. 2 ~ 7월 평균 신규 가입자수 79.2명으로 964.6% 증가, 8월 방문시간 8분12초, 2012. 2 ~ 7월 평균 방문시간 3분09초로262.8% 증가)

두번째, 외국인들이 우리음식을 쉽게 이해할 수 있도록 한식메뉴에 대한 통일된 외국어 표기 마련을 위해 제작된 ‘한식메뉴 외국어 표기 길라잡이’는 한해외식산업중앙회, 관광공사 해외지사, aT 해외지사, 뉴욕 CIA 요리학교, 재외공관 등 국내·외 기관, 단체 등에 배포되어 외국인에게 한식메뉴 홍보에 활용되고 있으며, 한식메뉴 사진은 해외 한식당들이 메뉴판 제작에 활용하고 있다. 또 책자의 내용은 스마트폰 어플리케이션으로도 개발되어 다양한 고객층이 사용하고 있다.

- 안드로이드 어플 다운로드 횟수 3,862개(조회기간 2012. 6. 22 ~ 9. 15)
- 애플 어플리케이션 다운로드 횟수 : 2,949개(조회기간 2012. 6. 17 ~ 9. 15)

• 전용예산 현황

한식세계화 공식포털재구축		한식메뉴 외국어 표기 길라잡이 제작	
총액	9억 6천만원	총액	3억 5천만원
홈페이지 재구축 및 마케팅 용역	8.01억원	한식메뉴 외국어 표기 길라잡이 10개국어 합본 제작용역	2억3천만원
서버설치 IDC 임차계약	3천8백만원	서버설치 IDC 국내·외 배송	3천1백만원
웹로그 분석기 등 프로그램 구매	4천만원	재단 위탁 수수료 등	2천8백만원
도메인 소유권 양도	5백만원	사업비 절감액	6천1백만원
재단 위탁수수료 등	7천 6백만원	-	-

03. 한식 현지화 지원사업 : 해외 정보·전략 조사

<도시별 정보·전략 조사>

해외 주요 도시별 시장정보와 한식산업의 글로벌 경쟁력을 분석하여 한식세계화 정책 수립 및 추진의 기초자료로 활용했다. 한식당 해외 진출을 희망하는 국내 외식기업, 개인 등에 한식당 해외 진출에 필요한 정보 및 마케팅 전략에 대한 방향성을 제공하였다.

3개년을 1순환을 기준으로 전 세계 외식과 관련한 영향력 있는 30여 개 글로벌 도시들의 외식시장을 조사·분석하고 한식당이 진출하기 위한 전략 및 실무 정보를

“해외 주요 도시별 시장정보와 한식산업의 글로벌 경쟁력을 분석하여 한식세계화 정책 수립 및 추진의 기초자료로 활용했다.”

“조사된 내용과 분석을 통하여
도출된 한식당 진출 전략 방향,
각 도시별 외식시장,
기타 해당 시장에
한식당 진출을 위한 실무정보 등을
담아 도시별로 ‘한식당 진출
가이드북’을 발간·배포했다.”

수집했다. 2011년 사업은 3개년 사업 중 최초 시행 사업으로 3권역(북미권, 서 유럽권, 아시아권) 10개 도시를 대상으로 진행하였으며 조사된 내용과 분석을 통하여 도출된 한식당 진출 전략 방향, 각 도시별 외식시장, 기타 해당 시장에 한식당 진출을 위한 실무정보 등을 담아 도시별로 ‘한식당 진출 가이드북’을 발간·배포했다.

조사지역은 북중미권에서 토론토(캐나다), 시카고(미국), 멕시코시티(멕시코) 등 3개, 서 유럽권에서 런던(영국), 마드리드(스페인), 로마(이탈리아) 등 3개, 아시아권은 홍콩, 방콕(태국), 두바이(UAE), 시드니(호주) 등 4개로 하였다.

조사내용은 도시별 사업환경 조사로 외식시장과 상권 조사 및 분석을 진행하고, 도시별 한식산업 경쟁 환경 조사로는 한식산업 현황 분석, 한식·한식당 경쟁력 분석, 한식·한식당 고객특성 분석, 외식시장 내 한식·한식당 경쟁자 분석, 한식당 Industry 분석지표를 개발했다.

도시별 한식산업 경쟁력 강화 및 한식당 해외 진출전략을 수립하기 위해 한식·한식당 SWOT 분석, 진출 주체별·도시별 시장 세분화, 목표시장, 포지셔닝 전략 수립, 시장상황 비교를 통해 전략적 시사점 도출, 해외 한식산업의 경쟁우위 확보를 위한 강점 강화전략을 제시했다.

기타 ‘한식 선호도 지표’ 개발 및 활용방안을 마련하고, 조사 결과물의 활용 방안과 학문적 활용방안을 마련했다. 또 한식당 개업에 필요한 실무정보도 조사하였다.

지역별 시장환경 및 외식 트렌드, 타겟 고객, 법령(인허가·위생·수입통관·고용 등), 세제, 식재료 수급 등에 대한 실무정보가 수록된 한식당 해외 진출 가이드북을 제작 및 배포했다.

〈추진실적〉

• 공고 및 심사

1차 공고 : '11. 8. 20 ~ '11. 9. 16

공고취소 : '11. 9. 8

재공고 : '11. 9. 28 ~ '11. 10. 17

제안심사 : '11. 10. 24 ~ 25

※ 각 권역별로 별도로 심사 진행

심사위원 : 농림수산식품부 이윤숙 사무관, 청주대학교 가정해 교수, 광운대학교 부경희 교수, 서일대학 신서영 교수, 브랜드웨이 김인수 대표, 청주대학교 김대권 교수, 한국식품연구원 이민아 연구원, GH코리아 지용근 대표, 공주대학교 윤혜려 교수, 한양사이버대학교 김영갑 교수 이상 총 11명

• 업체선정 및 계약체결

일반공개경쟁, 협상에 의한 계약

• 용역기간 : '11. 11. 11 ~ '12. 5. 10(6개월 간)

• 착수보고회

일시 : '11. 11. 24

참석자 : 농림수산식품부 이윤숙 사무관, 한림성심대학교 관광외식경영학과 박병열 교수, 한양사이버대학교 김영갑 교수, 송실대학교 안승호 교수, 배화여자대학 한은숙 교수
 주요 보고내용 : 각 조사권역 간 조사방법 표준화를 위한 T / F 운영 방안, 조사 수행 계획 및 수행을 위한 전문가 자문 등

• T / F 팀 구성

조사방법 및 결과물 수준의 일관성 유지를 위하여 한식재단, 각 조사업체의 실무자 및 책임자들로 구성된 T / F팀을 구성하여 조사방법 표준화 도모

• 현지조사

아시아 : '12. 1. 31 ~ 2. 13(방콕, 두바이), '12. 2. 26 ~ 3. 13(홍콩, 시드니)

서 유럽 : '12. 2. 15 ~ 3. 8(마드리드, 런던, 로마)

북중미 : '12. 2. 1 ~ 4(시카고, 토론토, 멕시코시티)

〈해외 한식당 현황조사〉

해외 각지에서 운영 중인 한식당의 실태 및 현황 조사를 통해 한식세계화 정책 수립을 위한 기초자료를 확보했다. 3개년을 1순환을 기준으로 전 세계에 흩어져 있는 한식당들의 소재를 파악하고 한식당들의 기초정보를 확보 하였으며, 2011년 사업은 3개년 사업 중 최초 시행 사업으로 3권역(유럽권, 북중미권, 남미권) 91개 국가 내에서 운영되는 한식당들을 대상으로 조사했다.

해외 한식당 실태 및 현황조사 DB를 구축했다. 상호명, 연락처(전화번호, E-mail, Homepage 등) 및 주소, 대표메뉴(3개), 대표자 국적, 객단가, 식당유형(고급한식당, 전문한식당, 대중한식당), 영업형태(체인, 법인직영, 개인 등), 규모(㎡, 좌석수), 직원수(조리파트, 서빙파트), 한국인 종업원 고용 유무(조리, 서빙), 개업 연월일, 한국 식자재 사용비중 등 한식세계화 정책 수립 및 성과측정 등을 위한 한식당 기본정보를 실태조사를 통해 파악했다.

조사방법은 데스크리서치를 통한 1차 리스트 확보, 현지에서 유선 조사, 미응답 대상자에 한해 방문설문조사, 현지 한인단체 및 신문사 등에 자료 검증의 단계를 거쳤다.

현황조사를 통해 일본 1개 지역에 한정되어 있던 한식당 현황파악을 3개 대륙 91개국으로 확장하여 한식세계화의 정보 인프라를 구축하였으며, 방문조사를 통해 전화설문조사의 한계를 극복하고 1, 2, 3차의 검증을 통하여 3개 대륙 한식당 전수 목록을 확보한 것은 큰 성과였다.

이 조사는 특성상 지속적인 시계열 추적과 조사 산출물을 통한 다차원적

“3개년을 1순환을 기준으로 전 세계에 흩어져 있는 한식당들의 소재를 파악하고 한식당들의 기초정보를 확보하였으며, 2011년 사업은 3개년 사업 중 최초 시행 사업으로 3권역(유럽권, 북중미권, 남미권) 91개 국가 내에서 운영되는 한식당들을 대상으로 조사했다.”

인 분석이 반드시 필요했다. 조사결과는 한식세계화 공식포털 등을 활용하여 제공하고 정보를 갱신할 계획을 세웠다.

〈추진 실적〉

• 업체선정 및 계약체결

1차 공고 : '11. 5. 13 ~ 26 단독입찰로 재공고

재공고 : '11. 5. 30 ~ 6. 9 단독입찰

• 용역기간 : '11. 7. 5 ~ '12. 1. 31

• 착수보고회

일시 : '11. 7. 14

참석자 : 농림수산식품부 장명철 사무관, 경희대 외식경영학과 최규완 교수, 스쿨푸드 송군호 부사장, GH코리아 지용근 대표, KOTRA 전우형 차장

주요 내용 : 한식당 실태조사 조사항목, 한식당 전수조사 시 애로사항, 국가별 조사데이터 품질의 일관성, 파일럿조사 수행제안, 한식당 현지화 정도 내용 등

• 중간보고회

일시 : '11. 12. 21

참석자 : 농림수산식품부 이윤숙 사무관, 한국갤럽 장석우 부장, 트렌드엠알 김용수 대표 총 4명

주요 내용 : 한식당 현황조사 중간경과보고 및 향후 진행사항 발표, 데이터 일관성 제고를 위한 조언, 한식당 전수조사 관련 의견, 한식당 선정 기준에 대한 의견 등

• 최종보고

보고서 검토의 특성상 최종보고회 보다 서면자문이 보다 효과적

자문위원 : 스쿨푸드 송군호 부사장, 트렌드엠알 김용수 이사, GH코리아 지용근 대표, 경기대학교 김용수 교수 총 4명

자문 내용 : 지역 구분에 혼동 제거, 한식당 현황조사를 위한 인트로 내용 보강 필요, 차트 해상도, 문체 통일, 현지어 한글 병기 등

향후 제언 : 실무적으로 활용할 수 있는 자료 구축 필요, 선진국 현황조사 필요, 시계열적으로 업데이트 필요, 조사 중간과정에서 산출된 자료 확보, 유지보수가 가능한 시스템 구축, 다차원 분석을 통한 분석 고도화 등

〈외식산업의 지식재산권 현황조사〉

한식세계화의 효율적 추진을 위한 한식 및 외식 지식재산에 대한 정보와 인식을 높여 해외에서의 한국 외식산업의 경쟁력을 제고하였다. 해외 프랜차이즈 기업 및 관련 업계

·기업 등에게 필요한 무형의 지식재산 관련 정보를 제공하여 한식의 수출·해외 기술이전 및 기술지도, 해외프랜차이즈 구축 등에 필요한 정보를 제공하였다.

외식업체 IP에 대한 개념정의와 종류를 구분하고 외식업체들의 IP관리 현황을 파악했으며, 해외 외식프랜차이즈 기업의 IP 성공 및 실패사례를 조사하고 과업지역 내 외식 기업들의 해외 진출 IP 전략 방안을 제시했다.

조사 대상 지역은 미국, 중국, 일본, 베트남, 싱가포르 및 CTM*에서 진행했다.

* 유럽 공동상표 CTM : [Community Trade Mark], 유럽공동체상표, 공동체상표. 유럽상표청이나 유럽연합(EU) 가맹국 중앙공업소유권청에 한번 출원하면 15개 가맹국(오스트리아, 벨기에, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 아일랜드, 이탈리아, 네덜란드, 룩셈부르크, 포르투갈, 스페인, 스웨덴, 영국)에서 절차를 마친 것이 되고, 이것이 등록되면 15개국에서 동시에 상표권 효력이 발생하는 제도

외식산업 관련 IP의 종류를 분석하고 각 권리의 특징을 제시하고 국내 외식 관련 IP 등록방법 및 절차 등을 제시했다. 원자재 조리, 가공, 포장 및 운반, 서비스, 인테리어, 프랜차이즈 시스템, 브랜드, 로고, 노하우와 관련한 특허, 실용신안, 디자인, 상표, 저작권 등 각 종류별 외식업체 지식재산권의 관리 실태를 파악함과 동시에 외식관련 IP 국제 기준 및 절차를 조사·분석하여, 제안요청서에 제시된 과업대상지역별 IP 확보 방안을 제시했다.

조사 대상지역에서 주요한 해외 외식업체의 IP 보유 및 사용 현황, 법적 권리 행사 등에 관한 사례조사와 글로벌 프랜차이즈 기업의 IP 해외 진출 성공 및 실패 사례를 조사했다. 조사의 결과는 외식 IP 해외진출 가이드북으로 제작 및 인쇄되었다.

〈추진 실적〉

- 업체선정 및 계약체결
1차 공고 : '11. 7. 6 ~ 9 단독입찰로 재공고
재공고 : '11. 7. 20 ~ 8. 1 단독입찰
- 용역기간 : '11. 9. 23 ~ '12. 3. 22
- 착수보고회
일시 : '11. 10. 5
참석자 : 외식산업협회 이태용 사무총장, 놀부 경영기획팀 김재웅 과장, 아모제 경영기획팀 서동일 팀장, ISA 국제 특허법률 사무소 김선에 변리사
주요 내용 : 외식산업의 지식재산권 현황조사 및 가이드북 제작용역 계획 발표 및 전문가 의견수렴, 활용 가능한 가이드북 제작 요청, 설문조사 회수율을 높이기 위한 방안, 지식재산권의 권리 취득을 위한 실제 유용한 정보 제공 등

• 중간보고회

일시 : '12. 1. 17

참석자 : 농림수산식품부 이윤숙 사무관, 외식산업협회 이태용 사무총장, 농부 경영기획팀 이만재 부장, 주식회사 푸드머스 서동일 과장, ISA 국제 특허법률 사무소 김선애 변리사, CJ푸드빌 한식사업부 이승혁 대리

주요 내용 : 외식산업 지식재산권 현황조사 중간 결과보고, 외식산업의 지식재산권 분석결과, 국내·외 지식재산권 확보 방안, 외식 IP 해외진출 가이드북 제작 가이드라인 제시 등

한식 홍보

01. 국내·외 한식문화 확산

〈해외 한식 종합홍보〉

한식세계화를 위한 다양한 해외활동에 대한 언론의 긍정적 평가 및 대국민 관심이 증대되었다. 한식세계화 붐 조성, 국내 한식기업의 해외진출 가속화, 국가 브랜드 이미지 제고에 기여하고 있다는 평가를 받았으며, 이에 다양한 홍보 주체의 산발적 한식세계화 홍보 활동을 펼쳤다.



〈한국 설날음식 소개 미디어 간담회〉

〈주요 내용〉

- 한식 뱃살감소 임상시험 해외 보도자료('11.1. 31 ~ 2. 3)
 - 한식의 꾸준한 섭취가 서양식보다 복부비만 감소에 효과적이라는 시드니대학교 연구 결과 보도
- 뉴욕현지 [한국의 설날 음식] 미디어 간담회('11. 2. 1)
 - 한국 설음식(설 풍습) 스토리텔링을 기반으로 미디어를 위한 홍보
- 뉴욕 컨셉 코리아 퓨전 한식 리셉션 협찬('11. 2. 15)
 - 참석자 : 국내·외 바이어, 프레스, VIP 등 약 650여 명
- 슈퍼주니어 한식 홍보대사 위촉식('11. 3. 3)
 - '슈퍼주니어 한식 홍보대사 위촉' 및 '해외 한식 홍보 슬로건 발표'(Discover Korea's

Delicious Secret!

- 슈퍼주니어 한식 홍보대사 상해 기자간담회('11. 3. 5)
 - 한식 홍보대사 위촉식 및 슈퍼주니어가 좋아하는 한식메뉴 10선 소개(비빔밥, 한우 불고기, 떡볶이 등)
- 슈퍼주니어 한식 동영상 활용 홍보
 - 슈퍼주니어가 좋아하는 한식 10선 총 11편 영상 제작, 한국·중국·베트남 등 아시아 권 중심 배포
 - 동영상 배포 : '11. 3월말 ~ 4월(주당 3편씩)



〈뉴욕 컨셉 코리아 퓨전 한식 리셉션〉



〈위부터 슈퍼주니어 한식 홍보대사 위촉식, 한식 홍보대사 상해 기자간담회〉

- '한식의 시크릿 스토리' 베트남 기획기사('11. 4. 27 ~ 5. 5)
 - 베트남의 대표적인 일간지·잡지·온라인 매체 등을 통해 한식의 시크릿 스토리와 레시피를 소개하는 기획기사 진행
- 북경 '한식의 밤' 미디어 및 블로거 행사('11. 5. 19)
 - 중국 현지 언론 및 블로거들 대상으로 한식 체험기회 제공
 - 국내 1호 음식감독 김수진 원장 초청, 한류 드라마·영화 속 한식의 시크릿 스토리 소개 및 요리 시연



〈한식을 즐기는 켈리 러더포드〉

- 유명인 활용 언론 홍보('11. 6. 8 배포)
 - 한식당 식사 장면, 모바일키친 방문, 한식 재료 쇼핑 장면
 - 인기 TV드라마 가십걸의 배우 '켈리 러더포드', 유명 요리연구가 겸 방송 '베스니 프란 켈', 유명 배우 '브룩 실즈' 활용
- 뉴욕 한식 모바일키친 캠페인('11. 4. 18 ~ 5. 20)
 - 장소 : 브라이언트 파크, 유니언 스퀘어 등 뉴욕 관광 명소 및 공원 등 18여개 장소 순회
 - 메뉴 : 불고기, 잡채, 김치전·파전, 돌솥비빔밥, 김치볶음밥
- 한식세계화 중장기 홍보 마스터플랜 수립



〈뉴욕 한식 모바일키친 캠페인〉

- 대상 : 총 5개국(국내, 미국, 중국, 프랑스, 일본, 베트남)
- 목표 연도 : 2011년 ~ 2020년(총 3단계로 분류)
- 방법 : 각 국가별 상황분석 후 IMC 전략 및 실행 수립
- 국내·외 주요 홍보 여건 진단, 중장기 목표설정, 단계별, 국가별 주요 홍보 전략과 제 구성
- 한식세계화 미국 시장 내 홍보 효과 측정('11. 5. 16 ~ 27)
 - 중장기 홍보전략 수립의 기초자료 확보 및 상반기 주요 프로그램 홍보 효과측정
 - 대상 : 뉴욕시 및 인근 뉴저지 거주 미국인(총 3,246명)
- 한식 서포터즈 초청 현지 탐셰프 한식 파티('11. 7. 20)
 - Angelo Sosa 비빔밥 버거, Authentic 한식 쿠킹데모 파티
 - 상반기 한식 홍보를 위해 애쓴 셰프, 유명인 초청(한식 홍보대사 수여)
 - 현지 미디어, 푸드 블로거, SNS 팔로어 초청(총150명)
- 뉴욕 한식당 협의회 'Korea Day' 지원('11. 8. 16)
 - 다양한 한국 문화와 함께 한식을 직접 체험할 수 있는 기회를 제공
- 코리아 푸드엑스포 활용 한식 홍보(11. 9 / 코엑스)

- 한식 홍보대사 슈퍼주니어 전서관 및 포토존 운영
- 탑셰프 엔젤로 소사 초청 쿠킹쇼 / 비빔밥 버거 소개
- 뉴욕 오피스 런치 딜리버리 캠페인('11. 10. 24 ~ 11. 1)
 - 현지 한식당 협업, 페이스북 이벤트를 통해 신청자 접수, 당첨자 회사에 한식 배달 및 온·오프라인 홍보 진행
 - ESPN, 메트로폴리탄 뮤지엄 등 뉴욕 현지 80여개 오피스에 한식 대표메뉴 배달 및 소개
- 뉴욕 레스토랑 워크 한식당 참여 지원('11. 7 ~ 12)
 - 2012년 뉴욕 레스토랑 워크에 한식당들이 참여할 수 있도록 신청 지원
 - '한가위', '반' 뉴욕 레스토랑 워크 참여 최초 한식당 선정
- 미국 레스토랑 예약 사이트 내 한식당 홍보(7 ~ 12)
 - 뉴욕 인기 식당 예약 사이트인 옐프(Yelp), 오픈테이블(Opentable) 등에 한식당 리스트 및 정보 업데이트



〈Angelo sosa 요리쇼〉



〈Korea Day 행사〉



- 한식 영문 다규 제작(20분, 유튜브 배포 및 홍보물 활용)
- 한식 동영상 UCC 콘텐츠 제작(유튜브 배포 등 SNS 홍보)
- 소셜미디어 활용 홍보(페이스북, 트위터 채널 운영 및 뉴욕 현지 한식 서포터즈 양성)
- 한-EU 산업협력의 날 시상식 한식 홍보관 운영(11. 22 하얏트 호텔)
- 주한 EU 상공회의소 회장 한식 홍보대사 위촉식(유럽지역 한식 홍보활동에 활용)
- NBC 방송 '발효음식' 관련 국내촬영(11. 7~ 16) 및 PPL 프로그램 미국 내 방영(12월 ~ 1월)
 - 에피소드 6편 촬영 : 김치, 장류, 막걸리 등 발효 주제 관련 국내 촬영
 - 뉴욕, 시카고 지역 방송(NBC Today Show 및 LXTV 1st Look)
- 한식 홍보용 브로셔 제작(2종)
 - 2011 한식 홍보 활동집 : 한식세계화 주요 성과 및 해외 홍보 활동 보고(뉴욕, 상해, 북경, 국내)



〈뉴욕 오피스 런치 딜리버리 캠페인〉



〈나만의 한식레시피 공모전〉

- 탐세프 엔젤로 소사의 눈으로 본 한국의 발효음식
- KBS 한식세계화 다큐멘터리 제작('12. 2. 27 방영 예정)
 - 한식의 과학적 효과 관련 내용(KBS 과학카페)
- 글로벌 '나만의 한식 레시피' 공모전(12. 12 ~ 12. 31)
 - 한식세계화 공식포털 내 이벤트 통해, 한식 레시피 공모
 - 총 5명을 선정하여 왕복항공권 제공 / 슈퍼주니어와 함께 시상식 진행(2. 23 한국의 집 진행 예정)
- 한식세계화 홍보 효과 조사
 - 미국 뉴욕, 중국 상해, 영국 런던 거주자 3,347명을 대상으로 한식 및 한식 홍보에 대한 인식 조사 진행
- 2012 런던 올림픽 활용 한식세계화 홍보 컨설팅
 - 2012년 런던 올림픽을 계기로 영국시장 내 한식 홍보 계획 방향 점검

〈추진실적〉

- 업체선정 및 계약체결
- 용역기간 : '11. 6. 15 ~ '12. 2. 29
- 착수보고회
 - 일시 : '11. 7. 13
 - 참석자 : 농림수산식품부 - 외식산업진흥과장, 주정제 주무관
홍보전문 교수 : 이종혁 교수(광운대), 김찬석 교수(청주대)
유관기관 - 변동현 차장(aT), 이영호 차장(관광공사)
해외진출 외식기업 : 대상, 놀부
홍보 대행사 - 제일기획 김주호 마스터 외 6명
 - 한식세계화 해외 홍보 세부사업 계획, 수행조직에 대한 업무분장 및 예산 등 사업관리 부문 보고
- 결과보고회
 - 일시 : '12. 2. 9
 - 참석자 : 농림수산식품부 - 전지수 주무관
한식재단 - 홍보출판팀장
자문위원 - 박성화 사무관(국가브랜드 위원회), 이철한 교수(동국대)
홍보 대행사 - 제일기획 박희정 프로, 박소은 프로
프레인 한윤진 차장, 성정연 사원, 우종무 부장(인포마스터)
 - 하반기 한식세계화 해외 홍보사업 결과보고, 사업결과에 따른 과제분석 및 향후 발전 방향 논의, 해외 설문조사 결과 발표

<워싱턴 주 '한인의 날' 행사 지원>

워싱턴 주 '한인의 날' 축제의 한식 행사를 통해 한식 이미지를 제고하고 한식세계화에 이바지하였다. 한식 메뉴의 외국어 표기 표준화 사업에 대해 적극적으로 홍보하였다.

주요 내용

- 지원 예산 : USD 15,000(16,500천원, 환율 1,100원 기준)
 - 전체 행사 진행 비용의 20%수준
 - 재원 : 한식세계화사업 - 한식 홍보 - 국내·외 한식문화 확산
- 지원방법 : '한인의 날' 축제재단의 사업계획서 및 사업 예산 검토 후 전액 지원
- 지원 조건
 - 지원 금액은 워싱턴 주 '한인의 날' 축제의 한식 행사 관련 항목에만 사용
 - 사업비 정산은 사용내역 및 영수증 사본 제출
 - 결과 보고서 제출(행사개요, 주요 참석인사 및 참석자 수, 언론보도 내용 및 반응, 주요 성과 등)
 - 행사 내용에는 향후 자료 활용을 위한 사진(DSLR), 동영상, 보도내용 자료 등을 포함
 - 본 행사는 농식품부와 한식재단이 지원한 것임을 공시하고 한식세계화사업을 적극 홍보. <한식메뉴 외국어 표기 길라잡이> 최근 판 추가 제작(1만부)

02. 국내 한식 홍보 : 한식세계화 과제 공모

한식문화 확산을 위한 참신한 아이디어를 공모하여 한식세계화에 기여하도록 했다. 한식세계화사업의 공모를 통해 사업의 공정성을 확보하고 한식세계화사업의 체계를 확립하였다.

<주요 내용>

- YTN '한식의 세계화' 코너 제작 지원
 - 뉴스 프로그램('글로벌 코리아') 내에 '한식의 세계화' 특별 코너를 편성하여 관련 뉴스를 제작, 3개 매체(케이블TV, 해외 위성방송, 지상파 DMB)를 통해 31주간 방송
- KP커뮤니케이션 '외국인 식객, 전국 한식기행'
 - 국내거주 외국인 대상으로 팔도의 대표한식을 체험하게 함으로써 한식의 우수성을 경험하게 하는 프로그램
- 사전행사 : 외국인 참가자 선정을 위한 사전 공모를 통해 홍보활동

- 본 행사 : 25명의 외국인 식객단과 떠나는 ‘외국인 식객, 한식기행’
- 사후행사 : ‘외국인 식객단’ 특집다큐멘터리 제작(아리랑TV, SBS 방송)
 ‘외국인 식객, 한식기행’ 홍보활동(한식세계화 공식포털 국문, 영문 게시판 및 SNS활동)
 ‘외국인 식객, 한식기행’ 활동 발표회 및 시상식
 ‘외국인 식객, 한식기행’ 활동 모습을 담은 ‘Learn on the road to K-Food’ 포켓북 제작

〈업체선정 및 계약체결〉

YTN ‘한식의 세계화’ 코너 제작 지원

- 계약방법 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약)
- 사업공고 : ‘11. 4. 4 ~ 4. 22(공고 : 한식세계화 공식포털, 나라장터)
- 업체를 위한 제안평가 실시 : ‘11. 5. 18
 ※ 평가위원(6명) : 농식품부 주정제 주무관, 반크단장 반기태, 방송통신전파진흥원 콘
 텐츠진흥부팀장 현우진, aT 한식세계화 추진팀장 변동헌
- 용역기간 : ‘11. 7. 25 ~ ‘12. 2. 28
- 계약방법 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약)
- 사업공고 : ‘11. 4. 4 ~ 4. 22(공고 : 한식세계화 공식포털, 나라장터)
- 업체를 위한 제안평가 실시 : ‘11. 5. 18
 ※ 평가위원(6명) : 농식품부 주정제 주무관, 반크단장 반기태, 방송통신전파진흥원 콘
 텐츠진흥부팀장 현우진, aT 한식세계화 추진팀장 변동헌
- 용역기간 : ‘11. 7. 18 ~ ‘12. 1. 31

〈사업결과 및 성과〉

KP커뮤니케이션

- 외국인 식객 구성 : 총 5개팀 구성(1팀당 5명씩)

“한식문화 확산을 위해 다양하고 참신한 아이디어를 공모하여 한식세계화에 기여하도록 하였다. 또한, 한식세계화사업의 공모를 통해 사업의 공정성을 확보하고 체계를 확립했다.”

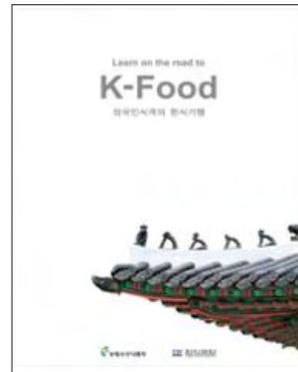
• 팀별 투어 일정

회차	팀	투어일정	지역
1차	B팀	10월 7일(금) ~ 10월 9일(일)	강원도, 경상북도
2차	C팀	10월 21일(금) ~ 10월 23일(일)	충청도
3차	A팀	10월 28일(금) ~ 10월 30일(일)	경상남도
	D팀	10월 28일(금) ~ 10월 30일(일)	전라북도
	E팀	10월 28일(금) ~ 10월 30일(일)	전라북도

- 외국인 식객, 한식기행 발표대회('11. 11. 26, aT센터 소회의실)
 - ※ 평가방법 및 심사 기준 : 한식세계화 공식포털 홍보활동(40%), 홍보활동보고서 평가(30%), 프레젠테이션 심사(30%)
- 외국인 식객 한식기행 'Learn on the road to K-Food' 포켓북 제작
- 언론보도 내용 및 반응

신문보도 및 광고		
날짜	신문사명	비고
'11.10. 21	연합뉴스	한식재단 외국인 대상 한식기행
'11.10. 24	뉴스타운	한식에 반한 외국인, 전국을 맛보다
'11.10. 24	주간조선(2페이지 특집기사)	한식의 매력에 빠진 푸른 눈의 식객들
'11.12. 28	연합뉴스	아리랑 TV, 외국인 한식기행 다큐 방송
'11.12. 30	경향뉴스	케이블 & 위성TV 하이라이트
'11.11. 28	주간조선(전면칼라)	외국인 식객, 한식기행

TV 방송프로그램			
날짜	방송사	프로그램명	타이틀
'12. 1. 15	SBS	일요 특선 다큐멘터리	맛있는 대한민국 2부
'11. 12. 31	Arirang TV	Arirang Special	대한민국 맛있는 여행
'11. 11. 3	KBS2	생생정보통	생생트렌드
'11. 10. 29	KBS2	녹색충전토요일	동네방네 싱싱뉴스



〈Learn on the road to K-Food 포켓북〉

02. 국내 한식 홍보 : 관련 단체 지원

국내 한식 관련 단체의 교류를 활용하여 한식세계화사업을 지원하고 한식 관련 포럼, 한식체험행사, 콘테스트 등 한식 홍보 행사를 지원했다. 한식 관련 단체·기관에서 수행하는 한식세계화사업 등 한식세계화를 위한 다양한 사업을 지원했다.

〈한국 전통음식 연구소 ‘찾아가는 한식 체험’〉

외국인을 대상으로 하는 ‘직접 찾아가는 한식 체험’ 행사를 마련했다.

<ul style="list-style-type: none"> • 기간 : '11. 8 ~ 12 • 체험횟수 : 총 20회 • 참여인원 : 602명

회차	일시		단체	인원	체험메뉴
1	8. 19	11:30	한류문화포럼	35명	김밥
2	9. 3	10:00	한국국제협력단	34명	배추김치
3	9. 22	10:00	한옥마을 외국인 관광객	70명	배추김치
4		12:00			
5	9. 23	10:00	한옥마을 외국인 관광객	118명	배추김치
6		12:00			
7	10. 4	10:00	노원 다문화가족지원센터	20명	비빔밥
8	10. 7	12:30	영등포 종합사회복지관	29명	겨자채
9	10. 12	14:00	강동구청 가족복지과	30명	배추김치
10	10. 13	10:00	동대문 다문화가족지원센터	20명	겨자채
11	10. 14	14:00	동작 다문화가족지원센터	22명	겨자채
12	10. 20	14:00	강남 다문화가족지원센터	20명	비빔밥
13	10. 22	10:00	은평 다문화가족지원센터	26명	배추김치
14	10. 26	11:00	경기대 언어교육원	29명	배추김치
15		13:00		18명	배추김치
16	10. 29	11:30	미해병(용산)	30명	비빔밥
17	11. 1	14:00	성균관대 언어교육원	36명	배추김치
18	11. 11	10:30	이태원 글로벌빌리지센터	27명	겨자채
19	11. 25	10:30	이태원 글로벌빌리지센터	22명	배추김치
20	11. 28	13:30	서래 글로벌빌리지센터	16명	겨자채

〈한국 조리기능인 협회 '2011 대한민국 국제요리경연대회'〉

대한민국 국제요리 경연대회를 통해 한식의 전통, 우수성, 발전가능성 등 한식의 미래를 보여 줄 한식문화의 장을 마련했다.

- 기간 : '11. 5. 6
- 대회행사 : '11 대한민국 국제요리경연대회(일반), '11 대한민국 국제요리경연대회(학생)
- 부대행사 : 특별 홍보관(칵테일, 전통차, 전통주, 웨딩케익, 설당공예 등)
- 경기종목수 : 11개(단체부문, 서빙부문, 전시단체부문, 라이브부문, 개인부문, 디저트전시 부문, 특화요리부문, 칵테일·소믈리에부문, 조각부문, 전통주부문, 전통차부문 등)
- 관람객 인원 : 약 3만 명
- 참가선수 : 1506명



〈2011 대한민국 국제요리 경연대회〉

〈한국전통주진흥협회 '2011 전통주와 한식문화 Festival'〉

대한민국 국제요리 경연대회를 통해 한식의 전통, 우수성, 발전가능성 등 한식의 미래를 보여 줄 한식문화의 장을 마련했다.

- 기간 : '11. 6. 11
- 2011 전통주와 한식문화 Festival 개막식 및 우리술 소비 촉진과 홍보를 위한 술래잡기 출판 기념회
 - ※ 일 평균 5,000여 명 관람(총 10,000여 명관람)
 - ※ 과실주, 탁주, 증류주에 어울리는 한식을 전시하고, 술의 종류에 맞는 한식류 소개



〈2011 전통주와 한식문화 Festival〉

〈한국이미지커뮤니케이션연구원 제 2회 C20, CCF 토론회〉

CCF(Culture Communication Forum) 참가하는 문화계 리더들을 대상으로 한식과 한국 문화 체험의 기회를 마련했다.



〈CCF 토론회 행사〉

- 기간 : '11. 9. 4 ~ 9. 6
- CCF 토론회 패널리스트

Willy Bogner	전 독일 뮌헨 동계올림픽 유치위원회 위원장, 보그너 그룹 회장, 영화 감독, 동계올림픽 스키 메달리스트
Dominique Wolton	소통전문가, CNRS 산하 소통과학 연구소 소장, 커뮤니케이션 전문잡지 'Hermes' 발행인
Amedeo Schiattarella	건축가, 로마건축가협회 회장, 스키아타렐라건축사무소대표
Anatoly Kim	소설가, 톨스토이 문학상 수상자
Leslie Koch	뉴욕 거버너스 아일랜드 재단 이사장
Patrick Condon	프로듀서, 콘든 엔터테인먼트 대표
Farzana Contractor	스타일, 푸드, 와인 전문 잡지 UpperCrust India 편집장
Susanna Nicklin	브리티시 카운슬 문학 총 국장
Sugiura Takao	초지조 그룹교 일본 요리 교수
Joao Paulo Barbosa	사진작가
Cinda Chavich	25년 경력 푸드, 여행 칼럼니스트
Paul Greatbatch	문화 투자 전문가
James Bemowski	두산 부회장
Alan Timblich	서울 글로벌센터 센터장
김중만	사진작가
손지애	아리랑 국제 방송 대표



〈제 2회 C20〉

- 토론 주제 : Communication - verbal
 한국, 한국인 그리고 세계로의 소통, 앞으로의 방향은?
 Communication - visual
 한류, 세계와 소통하는 한국 대중문화
 Cuisine
 한식의 현지화 추구 또는 전통 한식의 고수, 당신의 생각은?
- 토론회 14개 언론매체 취재, 15회 보도
- CCF 문화소통포럼 23개 언론매체 취재, 51회 보도

〈한국 음식 조리인 연합 '중국 제12회 미식절 및 제10회 국제 미식박람회'〉
 한국 음식 전시관을 운영하여 전 중국에 한식을 알리는 행사를 개최하였다.

- 기간 : '11. 7. 22 ~ 25
- 한국 음식 전시관 운영
 - 국제관내 한국관 설치(규모 4m x 6m)로서 전시대 인테리어는 한국적으로 설치
 - 2011인분 비빔밥 퍼포먼스
- 한국 음식 전시
- 한국에서 전시품목, 그릇, 중요한 소스 및 장류를 공수하여 현지에서 식자재 구입 조리, 심양시내 한국 음식점 임대하여 전시음식 조리
 (전시음식 품목 : 불고기, 삼계탕, 김치, 나물류 등 30가지 전시)
- 한국 음식요리경연대회
 - 한국 음식과 김치 경연대회
 - 10개팀 참가

〈한국 음식 조리인 연합 '다문화가정(이주결혼여성) 한식조리경연대회'〉
 국내에 거주하고 있는 전국 다문화가정(이주결혼여성) 여성에게 한국 음식을 교육시켜 한식 전도사를 육성하는 한식조리경연대회를 개최하였다.

- 기간 : '11. 11. 11
- 전국다문화가정 21개 팀(2인1조 42명 참여)이 출전하여 실력을 겨룸
- 1111인분 비빔밥 퍼포먼스
- 다문화가정 20명이 참여한 김치 만들기 체험



〈전국 다문화가정 한식조리경연대회〉

02. 국내 한식 홍보 : 주요 박람회

주요 박람회는 식품 관련 바이어 및 국내·외 관람객에게 한식을 홍보하여 한식세계화에 기여할 수 있는 좋은 기회라 할 수 있다. 영양학적 측면과 문화와 과학으로서의 한식을 강조하고, 대학교 조리학부 등의 협조를 받아 홍보를 강화하였다. 해외 바이어를 대상으로 한식세계화의 해외 진출통로를 다각화 하였으며 국내·외 식품업계 간의 교류를 촉진하고 협력을 강화했다.

《2011 대한민국 산채박람회 지원》

풍부한 산채자원의 과거, 현재, 미래를 보여줌으로써 다양한 한식재료의 개발 및 고부가가치 신성장 산업으로 육성하기 위한 초석을 마련하고, 산채를 이용한 한식세계화의 발전 가능성을 제시했다.



〈2011 대한민국 산채박람회〉

- 운영기간 / 장소 : '11. 5. 13 ~ 15(3일간) / 서울산업통상진흥원
- 주최 / 주관 : 경상북도, 영양군 / 영양군 축제추진위원회
- 사업결과 및 성과
 - 전시, 체험, 시식 등 다채로운 행사로 국내·외 관람객의 큰 호응
 - 동아일보, 연합뉴스, 경향신문 등 총 17건의 국내 보도를 통한 홍보

《2011 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영》

2011년 서울국제식품산업대전 개최 기간 동안 한식 홍보관을 운영하여 해외 바이어 및 국내·외 관람객에게 한식을 홍보하여 한식세계화에 기여하도록 했다.

- 운영기간 및 장소 : '11. 4. 26 ~ 29(4일간)
- 주최 / 주관 : KOTRA / 한식재단(한식 홍보관 운영)
- 홍보관 구성 : (규모) 25부스, (구성) 전시, 부대행사, 홍보 등
- 업체선정 및 계약체결
 - 계약방식 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약), 용역기간: '11. 4. 1 ~ 5. 13
 - 사업공고 : '11. 3. 8 ~ 3. 18(공고 : 한식세계화 공식포털, 나라장터)
- 사업결과 및 성과
 - 관람객 : 총 16,800명
 - QR코드를 통해 모바일서비스 지원(스마트폰을 활용한 전시관 설명자료 전송)
 - 샘김, 양지훈, 올리비아, 김수진 요리연구가 등 국내 정상급 셰프의 푸드쇼를 통한 한식세계화 홍보

- 국내 파워블로그(10명) 및 SNS를 활용한 온라인 홍보로 전시관 외 대외 홍보
- 국내 언론보도 다수(20건 이상) 노출



〈서울국제외식산업박람회 지원〉

외식산업 발전을 위하여 식품트렌드를 반영한 국내·외 다양한 음식문화를 선보이고 생산자와 수요자가 함께 참여하여 국민보건, 한식세계화 등 선진음식문화를 만들어가는 대국민 외식문화 체험의 장을 마련했다.

- 운영기간 / 장소 : '11. 8. 18 ~ 8. 21(4일간) / 코엑스 A홀
- 주최 / 주관 : (사)한국 음식업중앙회 / 코엑스
- 사업결과 및 성과
 - 관람객 : 총 17,280명
 - 유숙자교수, 정은수원장 등 전통한식 체험 프로그램을 통한 한식 홍보
 - 발효음식 및 약선음식 등 한식의 우수성과 관련하여 전시 진행
 - 한식세계화 홍보관 운영(홍보영상 상영, 한식세계화 테이블웨어 전시, 시식행사 진행)
 - SNS를 활용한 실시간 중계, 국내 언론보도 다수(20건 이상) 노출

〈2011 부산국제음식박람회 지원〉

세계음식을 국내·외 관람객들에게 선보여 식품 관련 업계의 발전과 더불어 한식의 건강미와 과학적 우수성을 홍보했다.

- 운영기간 / 장소 : '11. 10. 6 ~ 9(4일간) / 부산 벡스코 제 3전시장
- 공동주최 : 부산광역시, (사)한국 음식업중앙회 부산지회



〈2011 부산국제음식박람회〉

- 사업결과 및 성과
 - 동아일보, 조선일보, 연합뉴스 등 언론보도 총 42회 노출
 - 국내·외 관람객, 언론사 등 약 100,000명 방문(야외 유효인원 포함)
 - 국내 스타 셰프 및 대안스님(사찰음식) 등 쿠킹클래스를 통한 홍보

03. 국제행사 등 연계홍보

해외 주요 행사와 연계한 한식 홍보를 통해 한식에 대한 인지도를 확대하였으며, 한국에 우호적인 외국 학생들을 대상으로 한식 홍보를 추진했다.

〈비빔밥 세계 순회 홍보 청년단 지원〉

비빔밥 세계 순회 청년단을 통해, 세계 주요 30개국 도시의 대학, 공원 등 인파가 많이 몰리는 지역에서 소규모로 정통 비빔밥을 시식행사를 100회 실시하였다. 그밖에 상모 공연, 포토존 등을 운영하여 한식을 홍보했다.

• 기간 : '11. 4 ~ 12

• 방문도시 및 행사횟수 : 23개 도시 방문, 100회 행사 완료(총 8770그릇)

	방문국가	방문도시 (행사횟수)
1	중국	북경(5)
2	태국	방콕(5)
3	인도	델리(3)
4	스웨덴	스톡홀름(1)
5	스페인	바르셀로나(3), 마드리드(2)
6	프랑스	파리(6)
7	영국	런던(3)
8	독일	함부르크(3), 베를린(5)
9	체코	프라하(2)
10	오스트리아	빈(4)
11	이탈리아	로마(8)
12	캐나다	밴쿠버(2)
13	미국	시애틀(4), 샌프란시스코(2), 뉴욕(6)
		워싱턴 DC(2), 보스턴(3), 로스앤젤레스(11)
14	브라질	상파울로(9)
15	아르헨티나	부에노스아이레스(10)
16	대한민국	서울(1)
	합계	100

날짜	유형	신문사 / 방송사	헤드라인
2012. 1. 4	방송	YTN	이슈&피플 '비빔밥 유랑단', 세계를 사로잡다
2011. 12. 29	신문	연합뉴스	'비빔밥 유랑단' 서울서 100번째 시식회
2011. 12. 27	방송	KBS News	서경덕의 국가대표·전세계 비빔밥 홍보 '가능성 발견했다'
2011. 12. 24	신문	조선일보	'세계인이 우리가 만든 비빔밥에 열광했다'
2011. 12. 23	신문	연합뉴스	5인의 청년, 세계에 비빔밥을 알리다
2011. 11. 15	신문	중앙일보	세계 15개국 돌며 웰빙 한식 홍보 '비빔밥 유랑단' 뉴욕 복판에 뒀다
2011. 11. 3	방송	KBS 생생정보통	해외에 부는 K-BOB 열풍!
2011. 10. 29	신문	DEMOTIX	Plus Miners Bibimbap Tasting Tour in Argentina
2011. 10. 27	신문	꼬르넷 (아르헨티나 한인 네트워크)	전 세계에 비빔밥 전하는 한식세계화 전도사 '비빔밥 유랑단' 외 6건
2011. 9. 6	방송	LA 18 Prime News	한국의 맛 알리는<비빔밥 유랑단>
2011. 9. 13	방송	Airang TODAY	Bibimbap, a Symbol of Harmony
2011. 9. 11	신문	연합뉴스	'아리랑 투데이', 미국 비빔밥 유랑단 편
2011. 9. 10	신문	중앙일보	비빔밥 유랑단, SF에 한식 전파
2011. 9. 5	신문	LA중앙일보	식지 않는 '비빔밥 사랑' LA타임스 푸드 축제 500그릇 동나
2011. 8. 31	신문	LA중앙일보	'비빔밥 홍보 세계일주 기습 뛰고 행복하다.'
2011. 8. 12	신문	Richmond News (미국)	Team brings taste of Korea to Coquitlam City Hall
2011. 8. 6	신문	한국일보	'비빔밥 유랑단' 밴쿠버 온다.
2011. 7. 8	신문	교포신문	함부르크에서 열린, 세계 일주 프로젝트 '비빔밥 알리기' 행사
2011. 6. 27	방송	MBC 당신이 국가대표입니다	40개국을 돌며 비빔밥을 알리는 비빔밥 유랑단
2011. 6. 21	신문	천지일보 대기원시보 중앙통신뉴스	한국 젊은이, 파리서 비빔밥 - 독도 알리기 행사
2011. 6. 13	방송	TBS 교통방송 시사매거진 NOW	비빔밥 알리기로 세계일주
2011. 6. 3	방송	Airang TODAY	Bibimbap Nomands '100 Bibimbap Tables' Project
2011. 6. 1	월간지	나마스떼 인디아	세계에 한국의 맛과 멋, 비빔밥을 알리다!
2011. 5. 10	방송	KBS뉴스광장	'비빔밥' 태국인 입맛 사로잡다
2011. 5. 3	신문	연합뉴스	'비빔밥을 통한 전세계 한식 홍보'
2011. 4. 19	신문	아시아 경제	'비비고, 비빔밥 유랑단과 중에서 비빔밥 첫 홍보'
2011. 4. 15	신문	연합뉴스	'중국 만리장성서 비빔밥 시식회'
2011. 4. 11	신문	온바오닷컴	'비빔밥 유랑단'비빔밥 대접에 베이징시민들 '당호아'
2011. 4. 10	신문	연합뉴스	'비빔밥 유랑단' 베이징서 첫 시식회
2011. 4. 7	신문	아시아 경제	'비빔밥 유랑단' 9일 베이징에서 비빔밥 홍보 시작
2011. 3	월간지	MBC 경제매거진	대기업 사표내고 세계 여행 떠난 '비빔밥 전도사'
2011. 3. 9	뉴스	연합뉴스	'청년 넷, 비빔밥 세계 유랑 나선다'
2011. 2. 15	방송	KBS 생방송 오늘	비빔밥으로 세계 투어! 열혈 청년 3인방
2011. 2. 12	라디오	MBC '손에 잡히는 경제'	'번듯한 직장 그만 두고 비빔밥 홍보 세계여행 떠나는 젊은이들'
2011. 2. 9	라디오	SBS '한수진의 오늘'	외국인들에게 100번의 비빔밥 밥상을 차려주기 위해 자동차로 세계 일주
2011. 2. 9	신문	조선일보	'대기업 사표 내고 비빔밥 홍보합니다'

〈G20 국회의장 총회 한식 홍보〉

- G20 국회의장 총회 기간 동안 한국을 찾은 26개국 관계자와 각국 기자단에게 한식의 맛과 멋을 선보이는 한식 시식 및 전시 등 한식 홍보행사 진행
 - 기간 : '11. 5. 19
 - G20 국회의장 총회 중 공식 오찬일에 장류(된장, 고추장, 간장), 김치, 천일염 5가지 씩 총 20여 종 전시
 - 한식 시식 행사 진행 (잡채, 비빔밥, 갈비구이, 청국장꾸키, 약과(한과), 오미자차)

〈마드리드 퓨전 행사 담당자 한식 팸투어〉

한국을 주빈국으로 하는 '2012년 마드리드 퓨전' 행사 준비를 위한 마드리드 퓨전 준비위원회 디렉터의 방한 활동을 지원했다.

- 기간 : '11. 6. 3 ~ 8
- 대상 : Lourdes Plana Bellido(디렉터), Julia Perez Sanchez(기자)
- 마드리드 퓨전 준비위는 2012년 행사의 주빈국으로 한국을 선정하고자 함
- 발효음식이 중심이 된 한식에 관심이 높음
- 이동 일정 및 관계자 미팅 주선
- 항공, 숙박 등 제반 비용 지원

〈해로즈 백화점〉

영국 해로즈 백화점 한국특별전, 한식특관전 및 한식 시연행사를 열어 한식 홍보를 지원했다.

- 기간 : '11. 8. 28 ~ 9. 24
 - 한국 식품에 대하여 고급스럽게 인지할 수 있는 좋은 기회였다고 평가
 - 한식조리 시연기간(9. 19 ~ 23) 중에는 상당수 해로즈 직원들이 시식행사에 참가하는 등 인기
 - 행사기간 중 런던 한식당 지도와 한식 홍보 책자, 레시피 카드 등을 비치하여 한식 홍보

“세계적인 고급 백화점의 대명사, 영국의 해로즈 백화점에
‘한국특별전’을 알리는 깃발이 나부꼈다.”

보 효과를 극대화

- 해로즈 신선농산물 벤더(IP)가 접촉하여 배 등 한국산 과일 구매 희망 → 런던소재 한인마트 연결 주선
- 해로즈 주방용품 구매총괄 임원이 후라이팬, 투명용기 등 한국 주방용품에 대해 관심

〈Fiesta Asia - The Taste of Korea〉

미국 현지(국회의사당 앞)에서 미국 음식문화와 접목한 한식 시식행사 및 디스플레이 홍보(홍보영상 및 한식요리 전시)를 통한 미주지역 한식당 및 마켓 등 한국 음식산업 발전을 도모했다.



〈해로즈백화점 광고면〉

- 기간 : '11. 5. 21
- 행사장 : 국회의사당 앞길의 제공된 부스에서 진행(2부스)
- 미국 음식문화와 접목한 한국의 각종 고기와 쌈 준비
- 한식 디스플레이 및 홍보
- BBQ, 디저트 떡 등 한식 샘플링 시식

〈2012 마드리드 퓨전〉

세계 정상급 요리사, 미디어, 업계 CEO 등 1천여 명이 참석하여 요리 시연과 컨퍼런스를 열어 세계 요리의 트렌드를 제시하는 영향력 있는 행사였다. 국제적으로 검증된 최고의 요리행사에 참가하여 한식의 우수성을 국제 사회에 널리 알리는 계기로 활용하였고, 한국은 주빈국으로 참가하여 ‘한식으로의 초대’라는 이름으로 한식 만찬을 개최하였다. 9품 전채, 잡채, 궁중 해물신선로, 비빔밥과 별미찬, 후식 등 8가지 코스메뉴로 구성, 거부감이 없도록 하되 한국적인 색채를 강조하였다. 환상적인 개최로 호평을 받았으며 각종 국내·외 언론에서 한식의 멋과 맛을 극찬하였다. 마드리드 퓨전 루르데스 플라나 벨리도 사무국장을 한식 홍보대사로 임명하였다.

또한, 한식 홍보관을 운영하여 장아찌류, 부각류를 전시 및 시식하고 김치와 발효음식 시식으로 우리의 발효음식을 세계화할 가능성이 있음을 확신하게 되었다.

한식 홍보관에는 우리나라 전통 식기를 전시하여 한국의 식문화를 소개하고 한국홍보영상 3D 상영, 한식당 가이드북 약 7천여 권을 배포하였고, 이에 각종 언론 인터뷰 및 취재 요청이 쇄도하였다.

세계 요리 트렌드를 리드하는 ‘마드리드 퓨전’에 주빈국으로 참가한 것을 계기로 유럽에서 음식으로도 한류열풍을 일으키도록 한식을 홍보하는 변화의 계기가 조성된 것으로 보였다. 주빈국 환영만찬과 홍보부스의 성공적인 운영을 통해 한식의 성공

가능성을 재확인하는 계기가 되었다.

현지에서 K-POP으로 대표되는 한류와 우리 음식을 결합한다면 상당한 시너지 효과를 기대해도 될 것으로 보였다. 국내언론이 약20회, 해외언론 약 70여회 기사화하고 지속적인 인터뷰 및 취재요청 등 관심이 이어지는 중이다.

- 용역기간 : '11. 11. 30 ~ '12. 3. 16
- 착수보고회
 - 일시 및 장소 : '11. 12. 9
 - 참석자 : 농식품부 광범국 국장, 이은정 과장 외 외식산업진흥과 관계자, 세계김치연구소 박성훈 본부장 외
 - 주요 보고내용 : 행사추진 경과보고 및 행사 컨셉트 및 기본계획 보고
- 중간보고회
 - 일시 및 장소 : '11. 12. 27
 - 참석자 : 농식품부 광범국 국장, 이은정 과장 외 외식산업진흥과 관계자
 - 주요 보고내용 : 사전답사 계획 보고 및 세부 추진계획 보고
- 최종보고회
 - 일시 및 장소 : '12. 2. 14
 - 참석자 : 실무자 3인, 대흥기획 실무자 5인

“세계 요리 트렌드를 리드하는 ‘마드리드 퓨전’에 주빈국으로 참가한 것을 계기로 유럽에서 음식으로도 한류열풍을 일으키도록 한식을 홍보하는 변화의 계기가 조성된 것으로 보였다.”





부록 *Supplement*
附錄



발간물	· 한식 스토리텔링 국내편	264
	· 한식 스토리텔링 외국어편	265
	· 해외 우수 한식당 가이드북	266
	· 한식세계화 뉴스레터: The Taste of Korea	267
	· 외국인 식객의 한식기행	268
	· 아름다운 한국 음식 100선 - 아랍어판	269
	· 한국인이 사랑하는 오래된 한식당	270
	· 김윤옥의 한식 이야기	271
	· 한국 레스토랑 가이드 2011 도쿄	272
	· 한식메뉴 외국어 표기 길라잡이	273
한식세계화 공식포털	· 한식세계화 공식포털 재구축	274 - 275
	· 한식재단 SNS	276 - 277
화보	· 2010	278 - 297
	· 2011	298 - 316

발간물

Publications

- 한식 스토리텔링 국내편
- 한식 스토리텔링 외국어편(일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어)
- 해외 우수 한식당 가이드북, 어플리케이션
- 한식세계화 뉴스레터 : The Taste of Korea
- 외국인 식객의 한식기행
- 아름다운 한국 음식 100선 - 아랍어판
- 한국인이 사랑하는 오래된 한식당
- 김윤옥의 한식 이야기
- 한국 레스토랑 가이드 2011 도교
- 한식메뉴 외국어 표기 길라잡이

한식 스토리텔링 국내편(한식 스토리텔링 107가지 맛있고 재미있는 한식 이야기)



‘한식 스토리텔링 107가지, 맛있고 재미있는 한식 이야기’는 농수산물 유통공사가 호서대학교(정혜경교수)에게 의뢰한 ‘스토리텔링을 활용한 음식문화홍보 콘텐츠 개발’자료를 간결하게 보급판으로 제작한 것이다.

107가지의 한식 스토리텔링이 담긴 ‘맛있고 재미있는 한식 이야기’는 한국 음식의 정의, 문화·역사적 배경을 재미있는 이야기로 구성했으며 조리 특성 및 재료에 대한 정보들도 함께 다뤘다. 음식의 종류도 주식인 밥과 국수부터 국, 탕, 찌개, 전골, 찜, 조림, 김치, 젓갈, 떡, 음료 등 9가지 테마로 이루어져 있으며, 다양한 사진과 함께 구성되어있다.

책자를 해외 한식당협의체를 통해 해외 주요 한식당에 전달하여 한국 식문화에 대한 외국인의 이해도를 높이며 하였고, 한식 전문인력을 양성하는 교육기관에도 배부해 교육 교재로 활용토록 하였다.

한식 스토리텔링 외국어편(일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어)



2010년 국문으로 출간 된 한식 '맛있고 재미있는 한식 이야기' 의 외국어 수요에 따라, 국어 본을 기초로 디자인과 사진들을 업데이트하여 6개 외국어 본을 제작(일본어, 영어, 중국어, 프랑스어, 러시아어, 스페인어) 하였다.

대표적인 한식 메뉴마다 정의, 맛의 특징, 역사와 문화적 배경을 재미있는 이야기로 구성했으며 특성과 재료에 대한 정보도 읽기 쉽게 정리하였다. 그 밖에도 완성도 높은 음식 사진, 식당에서 마주치는 현장감 있는 사진을 함께 수록하였다.

·제작부수 표

합계	일본어	영어	중국어	프랑스어	러시아어	스페인어
25,000부	4,000	9,000	4,000	3,000	2,000	3,000

실수요처에서 삽입된 소재를 활용하여 한식 홍보물을 개발할 수 있도록 인터넷 또는 CD 로 해외 배포 aT 및 관광공사 해외지사, 재외공관, 국내(농식품부, aT, 도서관 등) 배포 완료하였고 K-POP 연계홍보, 외국인 한식 서포터즈, 관련 단체 지원 등에 사용 할 계획을 세웠다.

해외 우수 한식당 가이드북



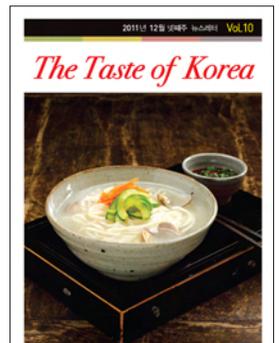
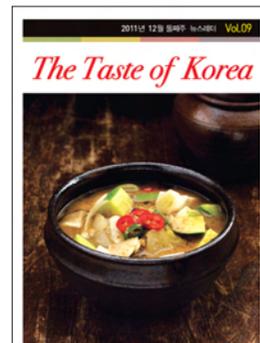
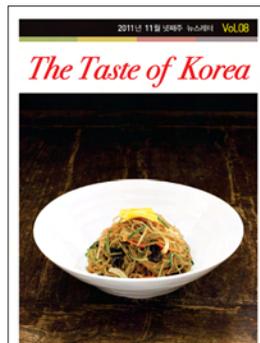
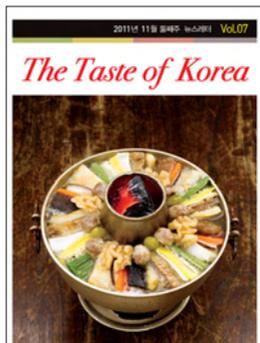
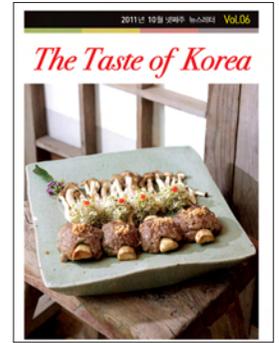
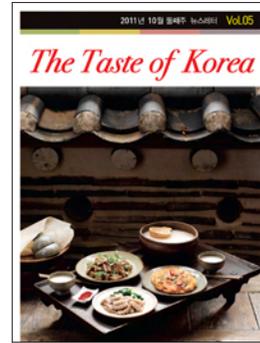
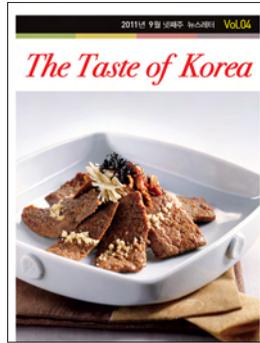
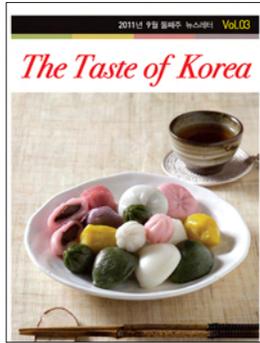
해외 우수 한식당 가이드북은 건강한 식문화를 추구하는 한국의 전통음식인 '한식'의 가치를 널리 알리기 위해 발간되었다. 총 5권 세트로 구성된 서유럽 한식당 가이드북에는 서유럽 11개국 25개 도시의 우수 한식당이 소개되어 있으며 아시아 국가로는 동경편이 있다. 손안에 들고 다니기 좋은 알맞은 크기와 세련된 디자인, 가독성 높은 제작형태로 국내는 물론 외국인들에게 큰 반향을 일으켰다. 가이드북답게 한식당의 기본정보, 특성, 메뉴, 인테리어, 지도 등이 보기 좋게 소개되어 있으며 가벼운 크기에 비해 권당 30~40개곳의 한식당이 소개되어 정보량이 풍부하다.

마드리드 퓨전 2012에서 출판기념회를 진행한 <3개국편>과 <독일편> 중, <3개국편>은 스페인, 그리스, 로마, 베네치아, 그리고 스페인의 바르셀로나, 마드리드, 라스팔마스, 발렌시아 등 총 3개국 8개 도시에서 운영되고 있는 한식당 중 최종 36곳을 선정하여 수록하였다. <독일편>은 독일의 수도 베를린을 비롯하여 뒤셀도르프, 프랑크푸르트, 뮌헨 등 주요 도시에서 운영되고 있는 한식당 40곳을 수록하였다.

이번 행사에는 동경편 개정판도 함께 배포하였는데, 동경 개정판은 기존에 제작되었던 동경편 가이드북의 내용을 수정 및 보완하여 일본 내 한식당 34곳에 대한 보충 취재를 통해 업그레이드 제작한 것이다. 이외에도 <서유럽편>은 네덜란드, 스위스, 덴마크, 벨기에, 오스트리아의 한식당을 소개한 <5개국편>, 미식의 나라 <프랑스편>, 신사의 나라 <영국편>도 제작됐다.

“해외 우수 한식당 가이드북은 건강한 식문화를 추구하는 한국의 전통음식인 ‘한식’의 가치를 널리 알리기 위해 발간되었다.”

한식세계화 뉴스레터(The Taste of Korea)



한식세계화사업 관련 내용을 기반으로 한식재단의 사업 및 활동내용을 전달하는 소식지이다. 한식세계화사업 관련 기관(농식품부, 한식재단, aT등)의 활동 소식과 홍보가 필요한 관련 사업결과들, 또한 한식세계화 공식포털 회원이 참여하는 우리들의 한식 이야기 칼럼을 게재하여 음식문화와 관련된 국내·외 주요 동향을 알 수 있다.

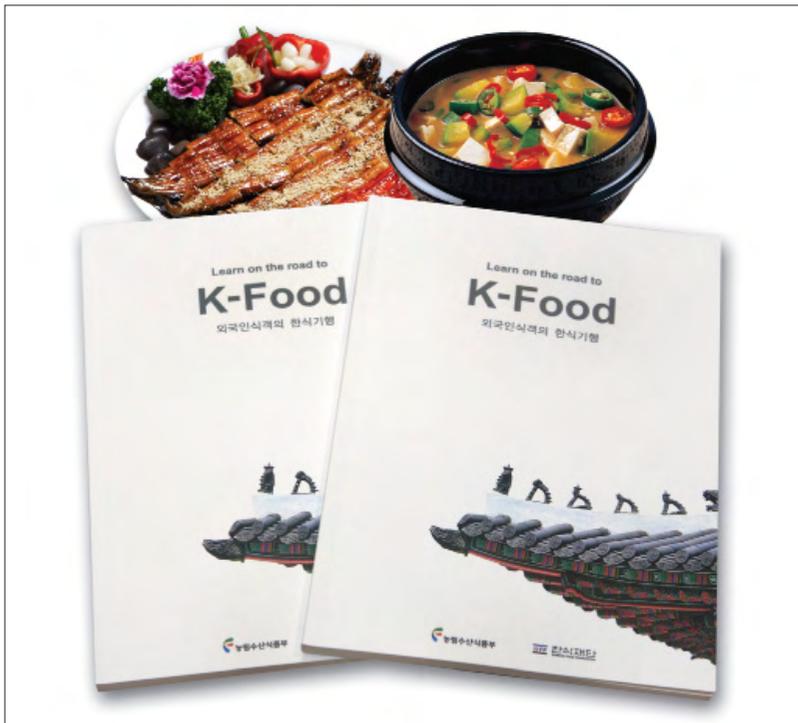
〈제작개요〉

- 2011년 8월부터 격주간으로 한식세계화 뉴스레터 제작
- 국회, 주요 부처, 한식세계화추진단 등 250여명에 우편발송
- 한식재단이 추진하는 주요 한식세계화사업을 신속하게 소개

〈제작평가〉

- 국내 주요 오피니언 리더에게 배포하는 국문 뉴스레터 발행
- 비교적 짧은 발행주기로 재단 사업추진 현황에 대한 인지도 제고
- 한식재단 이외에 aT 등 유관기관의 사업추진도 함께 소개
- 한식재단 자체 촬영 한식 이미지 사진도 함께 소개
- 재단 운영 홍보부스 및 주요 행사에 재단 소개 리플렛으로 배포

외국인 식객의 한식기행



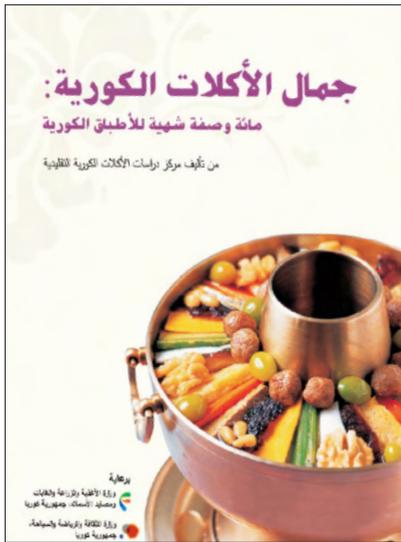
2011 외국인 식객단 한식기행의 생생한 활동 모습을 담은 포켓북이 발간됐다. 외국인식객단 한식기행은 한식재단이 지난해 10월 주한 외국인을 대상으로 이들이 직접 한식을 맛보고 한국의 문화를 체험함으로써 한식의 우수성 및 효능을 효과적으로 알리고자 만든 프로젝트다.

외국인 식객단에 참여한 주한외국인은 세계 100대 블로거 중 한명인 제이콥 버빌(Jacob Vervill), 푸드테마의 블로그 운영자 나디아 매디스(Nadja Mathis) 등 총 25명으로 이들은 5명씩 한팀이 되어 전라도, 경상도, 강원도, 충청도로 각각 나눠 향토 음식체험에 나섰다. 이번 포켓북에서는 ‘길위에서 한식을 배우다’라는 제목으로 2박 3일간 진행된 이들의 체험담과 느낀 점을 외국인의 시각으로 솔직하게 담아냈다.

각 팀별 세부테마로는 중앙 한식팀의 안동찜닭·횡성한우·제사음식, 프런티어즈팀의 왕을 위한 밥상·간장계장과 양념계장·우럭젓국, 행복한 곰팀의 김치·전주비빔밥·송어회, 낙지사냥꾼팀의 낙지·보성녹차·장흥삼합, 중세의 장어팀의 유자차·된장찌개·장어이야기 등이 재미있는 스토리로 구성되어 있다.

“2011 외국인 식객단 한식기행의 생생한 활동 모습을 담은 포켓북이 발간됐다.”

아름다운 한국 음식 100선 - 아랍어판

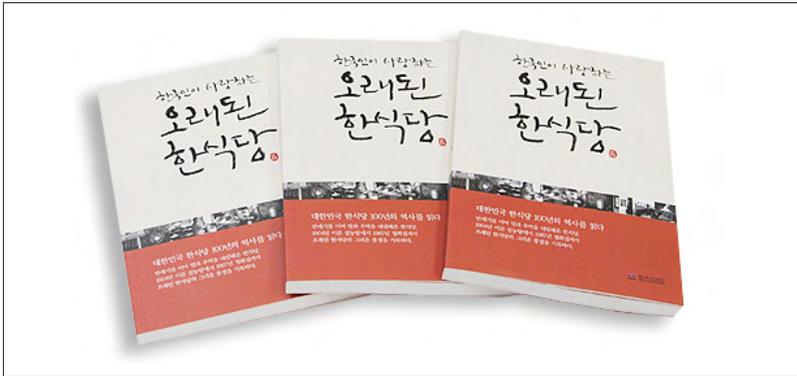


2008년 한식세계화 프로젝트의 일환으로 처음 발행된<아름다운 한국 음식 100선>이 아랍어로도 제작됐다. 최고의 한국 음식으로 뽑힌 비빔밥과 12가지 베스트 음식으로 선정된 쇠갈비구이, 해물파전, 냉면 등 100가지 우리 대표 한식의 설명과 조리법이 소개되어 있는 이 책은 국제 표준 단위에 의거, 표준화된 조리법으로 누구나 쉽게 한식을 조리할 수 있도록 한 것이 특징이다. 영어판을 비롯해 일본어, 중국어, 프랑스어, 스페인어로도 번역되어 ‘한식세계화’ 열풍에 앞장서고 있다. 한식재단은 이번에 출판된 아랍어판을 레바논, 사우디아라비아, 아랍에미레이트 등 아랍권 국가에 있는 20여 개의 한국 대사관과 국내에 있는 주한아랍대사관, 아랍 관련 주요 기관 등을 통해 배포할 계획을 세웠다.

한편 ‘아름다운 한국 음식 100선’은 지난 2010년 2월 프랑스에서 열린 세계 요리책 경연대회 구르망드 쿡북 어워드(Gourmand World Cookbook Awards)에서 영어판과 프랑스어판이 각각 번역상과 특별상을 수상하기도 했다.

“2008년 한식세계화 프로젝트의 일환으로 처음 발행된 ‘아름다운 한국 음식 100선’이 아랍어로도 제작됐다.”

한국인이 사랑하는 오래된 한식당

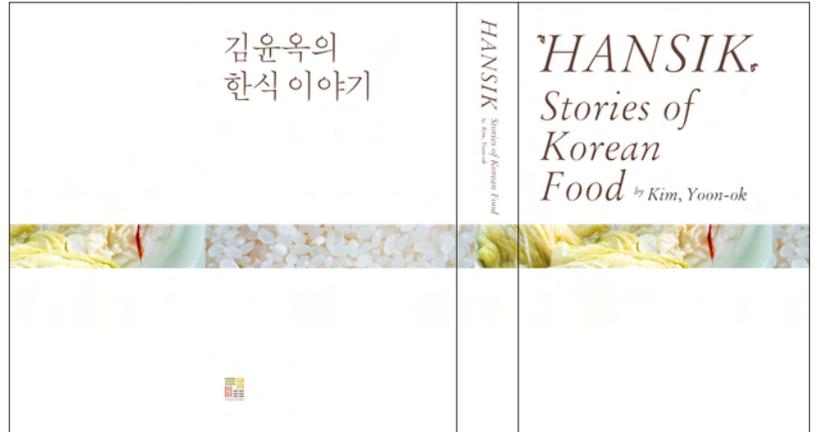


한식재단이 전국의 50년 이상 혹은 3대 이상 대물림한 한식당 100곳을 발굴, 단행본 <한국인이 사랑하는 오래된 한식당>을 출간했다. 1904년 문을 연 이문설농탕, 4대를 이어 비빔밥을 만들어온 울산의 ‘함양집’, 해남 떡갈비 90년을 대변한 ‘천일식당’ 등 지난 1세기 한식당의 역사를 한 눈에 볼 수 있다.

대중가요의 대명사 ‘군세어라 금순아’를 탄생시킨 대구의 강산면옥, 소설가 이청준의 ‘마랑이경’에 등장하는 전남 강진의 완도횬집 등 우리나라 근·현대의 문화를 대변하는 오래된 한식당들의 면면을 확인할 수 있게 됐다. 농림수산식품부와 한식재단은 한식원형발굴의 일환으로 지난해 10월부터 8개월간 각종 문헌조사와 전문가 자문회의, (사)한해외식업중앙회등 민간단체와의 네트워크 등 다각적인 접근법으로 반세기 이상 혹은 3대 이상 대물림해 운영되고 있는 한식당 160곳을 모아 데이터베이스를 구축하고, 100곳을 뽑아 한 권의 책으로 엮었다. 재단은 단행본 출간이 화재, 부도 등 온갖 어려움을 이겨낸 한식당 경영주들의 희로애락, 마라톤영웅 손기정 선생부터 역대 대통령들의 단골집이었던 에피소드까지 식당의 역사뿐 아니라 당시의 문화까지 엿볼 수 있는 계기가 될 것으로 기대하였다. 또 각 한식당들이 보유하고 있는 오래된 자료사진들을 수록해 한식당들의 역사를 가름해 볼 수 있게 한 것도 특징이다. 양일선 한식재단 이사장은 “미식 선진국의 경우 몇 백년 이상 된 식당들을 관광문화자원으로 육성하고 있다”며 “이 책을 통해 국민들에게는 우리나라 한식당의 역사를 읽어볼 수 있고, 경영주와 종사원들에게는 자부심을 부여하는 계기가 되어 우리나라에도 세계인의 사랑을 받는 역사성 있는 한식당이 더욱 많아지기를 기대한다”고 말했다. <한국인이 사랑하는 오래된 한식당>은 전자책과 스마트폰 앱 서비스로도 제공될 것이다.

“1904년 문을 연 이문설농탕, 4대를 이어 비빔밥을 만들어온 울산의 ‘함양집’, 해남 떡갈비 90년을 대변한 ‘천일식당’ 등 지난 1세기 한식당의 역사를 한 눈에 볼 수 있다.”

김윤옥의 한식 이야기





The harmonization of yin and yang is reflected in the use of spoons and chopsticks — the round spoon is considered to be a yang symbol in Korea and the pair of chopsticks is a yin symbol.
동근 숟가락은 양음, 두 가지의 흰 먹줄 이루는 젓가락은 음음 상징하여 주저도, 온양의 조화가 깃들여 있습니다. 숟가락과 젓가락을 모두 사용하는 식사법은 양음과 음음의 조화가 깃들여 있습니다.

☞ 한식은 원래 한 상차림에 내는 음식입니다. 요즘은 세계와 주제가 따라 코스도 내기도 합니다. 한 상에 올리는 반찬은 개수가 정해져 있고 놓는 자리에도 사뭇히 배이 잘 세워 놓지않은 자나로온 원칙이 있습니다. 이른바 횡수가 바로 그것입니다. 조선 시대에는 백성들에게 정소 3첩이나 5첩 반찬을 기본으로 하도록 나라에서 권장했다고 합니다. 이렇게 한계를 정한 것은 일상 식생활에서 분수에 넘치거나 낭비하지 않도록 조심하게 한 것입니다. 횡수로 해야하는 반찬은 생채, 육채, 국이, 조림 등 만드시게요나 조리법을 다르게 했습니다. 그러니 횡수에 따라 식단을 짜면 3월만으로도 일 잘 꿀벌에 오지않았을 것입니다. 횡수를 바로 되게 알려줘도 우리 어머니들이 늘 때 때로 자연스럽게 자리엔 3첩이나 5첩과 비슷해집니다.

횡수를 정한 까닭
The Specific Numbers of Side Dishes

☞ I am sometimes asked whether there are separate courses for meals in Korean cuisine as is the case in the West. From early times, there were a set number of side dishes, and they had their own specific place on the traditional Korean table. This custom was known as *choegon*. In the Joseon period, people were taught and encouraged to follow the practice of serving a table set with three to five side dishes for ordinary people, seven to nine dishes for nobility and twelve dishes in the royal palace. As rice, soup, soy sauce, and *jiggae* (stew) were basic elements of any Korean meal, they were not included in the count of side dishes. Side dishes included such foods as cooked vegetables, grilled fish, and meat dishes, which were all prepared in different ways. Although it was complicated, it was also a sensible custom because all dishes were cooked in different ways using different ingredients, even a table with just three such dishes would provide a nutritious and balanced meal. Even though Korean eating customs have now become simpler, the wisdom of achieving balance by using a variety of ingredients and cooking methods remains.

김윤옥의 한식 이야기는 G20 행사를 비롯한 국제행사 시에 주요 인사에게 선물로 제공함으로써 오피니언 리더 등을 활용한 한식의 해외인지도 확대를 목적으로 제작하였다.

또한, 한식을 주제로 한 다양한 이야기와 레시피를 함께 담은 한식 이야기로 한식의 Celebrity Marketing에 적합한 주요 인사의 음식경험담·소회 등을 음식 사진을 삽입하여 외국인이 이해하기 쉽게 제작하였다.

국영문 혼용판으로 제작하여 G20 준비위원회에게 300부 배포되었고, 청와대, 외교통상부, 재외공관 등으로 1,700부를 배포하였다.

한국 레스토랑 가이드 2011 도쿄



오주리

한국식 한식당을 맛볼 수 있는 참·대중 친화형

한식 레스토랑



한국식 한식당을 제대로 즐길 수 있는 건데의 참·대중 친화형이다. 다양한 한국과 일본에서 외식업에 종사한 사장님들이 경험을 산재 한국식당과 대상을 본격적으로 선보이기 위해 20년 전 이곳에 동지들을 모았다. 일본 내로 들어 가지 못해 있는 한식당을 구하는 것이 가장 어려웠지만 오랜 노력 끝에 지금은 여전한 고급 식당을 직접 수입해 사용하고 있다. 최근 스키 내장이 프랑스 음식이라 하여 원래 메뉴 중 일부는 건강식으로 인질만들어서 들어 있고 있어 지금은 일러드는 예약 손님들만 늘어난다. 일반적으로 면을 갈라 속을 제거한 일본 대장채 달래 등으로 구워내는 한식당은 다소 배양 가려움에도 부드럽고 고소한 맛이 전해 이것만 맛은 아니라고 말할 정도다. 특히 직접 만들어 사용하는 기름과 정통으로 만든 소스까지 제조된 더욱 맛있다. 그 외에 두부전과 볶음밥을 같이 내는 나눔 메뉴. 해외 해외에서 두 가지로 맛을 낼 수 있는 것은 특이하고 특이한 일상이 가득하다. 모든 식재는 한국에서 제일 할당원으로 공급하는 한국산인 사육한다. '오주리의 맛'에는 일본 한식에 맞추기보다는 한국보다 더 한국적인 맛을 선보이려는 오주의 노력이 담겨 있다.

INFORMATION

- ☎ 02-323-9900
- 주소 도쿄도 후지오카구 신주쿠 1-1-1 (신주쿠역 17 / 2F)
- 주요 요리 한식(한식) / 일본 요리
- 영업시간 11:00 ~ 23:00 / 1,000원
- 이용 가능 한식(한식) 6,500원 / 일본 요리 1,500원 / 1인용 3,000원
- 주차 주차 가능
- 예약 가능
- 스모킹도 가능
- 주요 메뉴 한국 요리 / 일본 요리



한국 레스토랑 가이드 2011 도쿄는 해외 우수 한식당을 발굴, 육성하여 한식의 이미지 개선 및 한식 저변확대를 통한 한식세계화에 기여하고자 진행한 '동경 소개 우수 한식당 추천제' 사업의 결과였다.

책자를 발간하기 위하여 도쿄 내 운영되고 있는 한식당을 대상으로 2010년 10월부터 12월까지 추천레스토랑 신청을 받았다. 이후에 신청된 레스토랑을 대상으로 한국과 일본의 외식 전문가 평가단이 현지를 방문하여 엄격한 기준을 가지고 레스토랑의 외형뿐 아니라 음식의 맛, 서비스의 질, 위생 등을 평가하여 최종 34곳의 한식당을 선정하였다.

'한국 레스토랑 가이드 2011 도쿄'는 일본어, 영어, 한국어 등 3개국어로 소개하였다. 소개되는 한식당은 동경 내의 식당을 소개하며 일본어를 기준으로 가타카나(かた-かな) 순으로 제작 되었고, 영어, 한국어도 이에 따라 정렬되었다.

그리고 선정된 각 레스토랑에 대한 객관적이고 정확한 내용을 정리하기 위하여 전문 외식 기자단이 2011년 2월과 3월에 걸쳐 도쿄현지취재를 진행하였다. 이를 통하여 34개 한식당의 생생한 정보와 그들의 다양한 이야기를 제작하였다.

한식메뉴 외국어 표기 길라잡이



국내·외에서 한식당을 운영하는 사람들과 외국인들을 위해 발행된 책으로 한국을 대표하는 음식 154가지의 명칭, 주재료, 조리법 등을 한국어, 영어, 일본어, 중국어, 프랑스어, 이탈리아어, 스페인어, 독일어, 아랍어, 베트남어로 표기하였다.

외국인들에게 우리음식을 쉽게 설명하며 일관된 이미지를 심어주고자 한식 메뉴에 대한 통일된 외국어 표기를 하였고, 외국인들이 음식설명을 보고 호기심을 가질 수 있도록 미각적이고 건강식을 표현하는 용어를 사용하였다.

한식메뉴 외국어 표기 길라잡이를 제작하기 위해 음식, 조리, 외국어 전문가들이 다수 참여하였고 문화체육관광부, 외교통상부, 국제교류재단, 국립국어원, 한국관광공사등 관련 기관들이 협력하였다.

한식메뉴 외국어 표기 길라잡이는 한국어, 영어, 일본어, 중국어, 프랑스어, 이탈리아어, 스페인어, 독일어, 아랍어, 베트남어 등 10개국 합본으로 CD, e-book, 스마트폰 어플리케이션으로 제작·배포하였다.

한식세계화 공식포털

Globlaization of Hansik's
webpage

- 한식세계화 공식포털 재구축
- 한식재단 SNS

한식세계화 공식포털 재구축



〈한식세계화 공식포털 도입화면〉

한식재단은 지난 2009년부터 시작된 한식세계화사업의 성과와 향후 비전을 네티즌과 함께 공유할 수 있는 ‘한식세계화 공식포털(www.hansik.org / www.koreanfood.net)’을 오픈했다. 전문 정보와 편의성, 글로벌 시장을 반영해 리뉴얼한 공식 사이트는 한식세계화를 위한 참여와 공감의 장으로 활용될 예정이다.

한식세계화 공식포털은 콘텐츠, UI 등의 기능을 개선해 방문객의 편의성을 높였고, 전세계 한식당 진출 현황 및 한식메뉴표기법 검색, 각 분야 연구자료 등 한식세계화사업의 다양한 노력들을 한눈에 볼 수 있도록 구성했다. 또한 영문, 중문, 일문 등 외국어 버전과 국문 공식 홈페이지 UI를 통일하여 사용성을 높였고, 콘텐츠를 대폭 확대해 국내·외 한식 홍보와 관련 산업 육성의 주요 창구 역할을 할 수 있도록 했다. 이번 리뉴얼에는 특히 유럽권의 한식 열풍을 반영하기 위해 프랑스어와 스페인어 버전을 준비해 전 세계로 뻗어 나가는 한식세계화사업의 글로벌 이미지를 더욱 강화했다.

“한식세계화 공식포털은 콘텐츠, UI 등의 기능을 개선해 방문객의 편의성을 높였고, 전세계 한식당 진출 현황 및 한식메뉴표기법 검색, 각 분야 연구자료 등 한식세계화사업의 다양한 노력들을 한눈에 볼 수 있도록 구성했다.”



“한식세계화의 허브역할을 수행하는 한식세계화 공식포털”

〈체계적으로 분류한 세계화 정보〉

한식세계화 공식포털에서는 국가별 한식당의 사업 현황 및 한식 레시피, 멀티미디어 자료를 통해 현지의 상황을 효과적으로 검색해 볼 수 있다. 또한 메인 화면의 한식 메뉴 외국어 표기법은 키워드 및 국·영문 초성 검색 등 검색 기능을 강화해 방문객의 편의성을 높였다.

〈한식 R&D 자료 활용도 기대〉

한식세계화 공식포털은 한식세계화에 필요한 정보를 세계화 사업현황, 한식 R&D 자료, 한식 매거진, 셰프 & 한식당, 한식 스토리 부문으로 나눠 서비스한다. 가장 중점을 둔 코너는 한식 R&D 자료 부문과 셰프 & 한식당으로, R&D 자료실은 세계화 연구 자료와 한식 홍보 자료실, 그리고 발간물 자료실로 나뉘어 있다. 세계화 연구 자료에서는 관련 종사자를 위한 창업·경영·레시피 정보를 온라인에서 PDF 파일로 내려받아 볼 수 있다. 발간물 자료실에서는 재단이 진행해 온 해외 진출 한식당을 위한 각종 정보들을 모아 책자로 발간했던 내용을 정리해 제공하고 있어 분야별 가이드북으로 활용도가 높을 것으로 기대되었다.

셰프 & 한식당 코너는 전세계 한식 구인 구직 네트워크로, 우수 인재 양성 및 일자리 창출을 위한 기반을 마련하고 있다. 이 외에도 한식세계화 공식포털에서는 국가별 한식세계화 현황과 한식 레시피, 해외 한식당협의회 및 한식 외국어 표기법, 한식 세계화에 대한 최신 뉴스, 그리고 한식과 한국문화에 대한 다양한 정보를 얻을 수 있다.

〈이용자가 알기 쉽게 정리한 메뉴〉

한식세계화 공식 BI 색을 이용해 그동안 서비스해왔던 사이트와의 연계성을 고려해 익숙함을 강조하고, 다양한 코너를 하나의 메인화면으로 정리해 시선의 이동에 따라 정보를 차례로 볼 수 있다. 오른쪽의 트위터 타임라인에서는 한식세계화에 대한 실시간 의견을 확인할 수 있다. 또한, ‘전체메뉴’를 클릭하면 대분류, 소분류 메뉴를 한눈에 볼 수 있도록 해 정보 찾기도 도움을 주고 있다. 더불어 한국어, 영어, 중국어, 일본어, 프랑스어, 스페인어 등 6개 언어로 서비스하고 있어 세계의 온라인 이용자들이 한식과 한국의 문화에 대한 관심을 충족시킬 수 있도록 했다. 재단은 새롭게 리뉴얼한 사이트를 통해 한식세계화를 관련 기관이나 업체뿐만 아니라 전국민, 그리고 세계인이 함께 즐기고 나눌 수 있는 ‘참여와 공감의 장’으로 더욱 활성화해 나갈 계획이다.

한식재단 SNS



한식재단은 SNS(Social Networking Service)를 통해 한식의 세계화를 위한 글로벌 네트워크를 강화하고 있다. 대표적인 소셜네트워크 ‘페이스북’과 ‘트위터’를 통해 소통하고 있는데, 각각의 소셜네트워크 특성에 맞게 한식에 대한 간단한 스토리텔링 및 한식 관련 이슈, 한식 관련 사진 업로드 등으로 보다 신속하게 한식세계화에 대한 정보를 공유하고 있다. 생동감있는 동영상을 통한 한식세계화에도 주력하고 있으며 한식세계화 ‘유튜브’는 일반인과 전문가들이 만든 한식 관련 온라인 동영상(방송동영상 및 UCC)들을 한눈에 볼 수 있는 허브 역할을 수행하고 있다. 한식 홍보대사 ‘슈퍼주니어’의 홍보영상과 2011년 4월 18일 뉴욕에서 진행된 모바일키친 행사(한식 시식행사) 등의 생생한 동영상을 전달하고 있다. 한식세계화 유튜브는 한, 영, 중, 일 4개국어로 운영하고 있다.

“한식재단은 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜네트워크서비스를 통해 한식의 세계화를 위한 글로벌네트워크를 강화하고 있다.”

<한식세계화 트위터 회원수 1만 3000명 돌파>

한식세계화 트위터 한국어 회원수가 2011년 12월 기준 1만 3000명을 돌파했다. 한식재단은 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜네트워크서비스를 통해 한식의 세계화를 위한 글로벌네트워크를 강화하고 있다. 특히 한식재단 트위터리안 중에는 해외 블로거들 사이에서도 유명한 한식블로그 망치담킴 운영자 에밀리김(Emily Kim), 한국 여행 및 먹거리 정보 등의 블로그 운영자 치 레인저(Qi Ranger), 한식블로그 ‘젠김치’ 운영자 조 맥퍼슨(Joe McPherson) 등이 회원으로 가입해 한식세계화에 대한 의견을 적극적으로 주고 받고 있다. 한국어 페이스북 회원은 4748명, 영어 페이스북 회원은 1만 8187명, 한국어 트위터 회원은 1만3011명, 영어 트위터 회원은 5292명, 일본어 트위터 회원은 2496명으로 나타났다. 유튜브의 경우 한국어 콘텐츠가 441건이 올라 있고 조회수가 16만 4105건이었으며, 영어콘텐츠 510건은 32만 1003회의 조회수를 기록했다. 일본어 콘텐츠는 268건이었고, 조회수는 2491건이었다. 테마별로는 뉴스클리핑 632건, 동영상 70건, 묻고답하기 46건, 자유게시판 44건, 정보자료실 21건, E-book 자료실 6건, 유튜브 70건, 재단소식 25건, 영문재단소식 31건, 공지 81건, 영문공지 7건 등이 업로드 되었다. 한편 한식재단은 한식세계화 공식포털을 리뉴얼했다. UI를 개편해 약 1만 6742페이지에 달하는 HTML을 재작업 했고 뉴스클리핑 모바일게시판, 재단소식 모바일게시판, 한식메뉴 외국어표기법 모듈 등을 개발했다.

“한식세계화 ‘유튜브’는 일반인과 전문가들이 만든 한식 관련 온라인 동영상(방송동영상 및 UCC)들을 한눈에 볼 수 있는 허브 역할을 수행하고 있다.”



SNS	2010년	2011년	비고
페이스북 한국어 회원수	1,510명	4,748명	콘텐츠 1,596건
페이스북 영어 회원수	551명	1만 8,187명	콘텐츠 513건
트위터 한국어 회원수	4,512명	1만 3,011명	콘텐츠 1,642건
트위터 영어 회원수	988명	8,292명	콘텐츠 548건
트위터 일본어 회원수	128명	2,496명	콘텐츠 206건
유튜브 한국어 콘텐츠	105건	441건	조회수 16만 4,105건
유튜브 영어 콘텐츠	171건	510건	조회수 32만 1,003건
유튜브 중국어 콘텐츠	25건	267건	조회수 1만 9,138건
유튜브 일본어 콘텐츠	20건	268건	조회수 2,491건

〈한식재단 SNS 운영 현황 2011. 12. 31〉

2010



2010 한식재단 출범 기념식



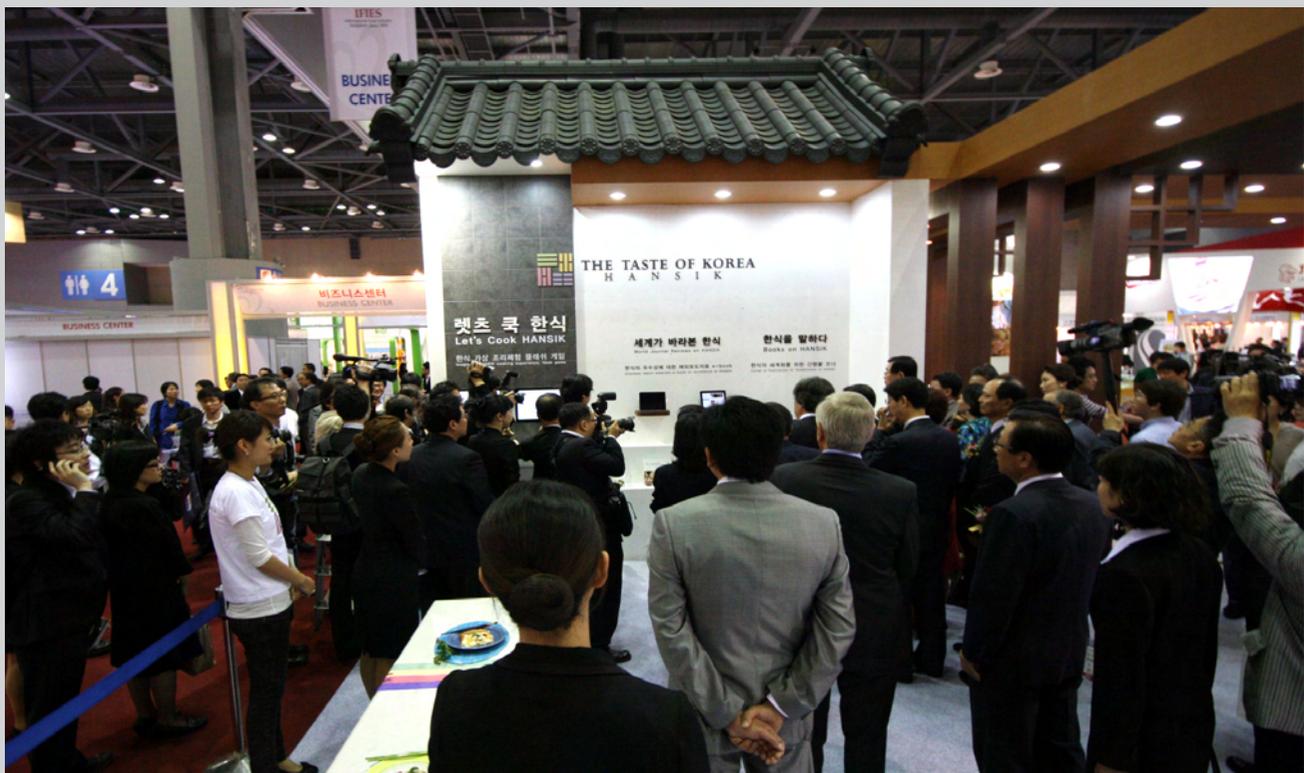
2010 한식재단 출범 기념식



2010 한식재단 출범 기념식



2010 한식재단 출범 기념식



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2010 Korea Society 한식만찬



2010 Korea Society 한식만찬



2010 Korea Society 한식만찬



2010 Korea Society 한식만찬



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 한 - UAE 수교기념 Korean Night 행사



2010 PGA 챔피언십 한식만찬



2010 C20 행사 한식 홍보



2010 서울고메



2010 서울고메



2010 서울고메



2010 FAO 아태총회 오·만찬 지원



2010 FAO 아태총회 오·만찬 지원



2010 세계화상한국논단 Korean Night 행사



2010 세계화상한국논단 Korean Night 행사



2010 세계화상한국논단 Korean Night 행사



2010 세계화상한국논단 Korean Night 행사



2010 제 9차 세계한상대회 한식 홍보관 운영



2010 제 9차 세계한상대회 한식 홍보관 운영



2010 농업인의 날 계기 한식 홍보관 운영



2010 김연아 한식 홍보대사 위촉식



2010 김연아 한식 홍보대사 위촉식



2010 김연아 한식 홍보대사 위촉식

2011



2011 마드리드 퓨전 행사



2012 마드리드 퓨전 행사



2012 마드리드 퓨전 행사



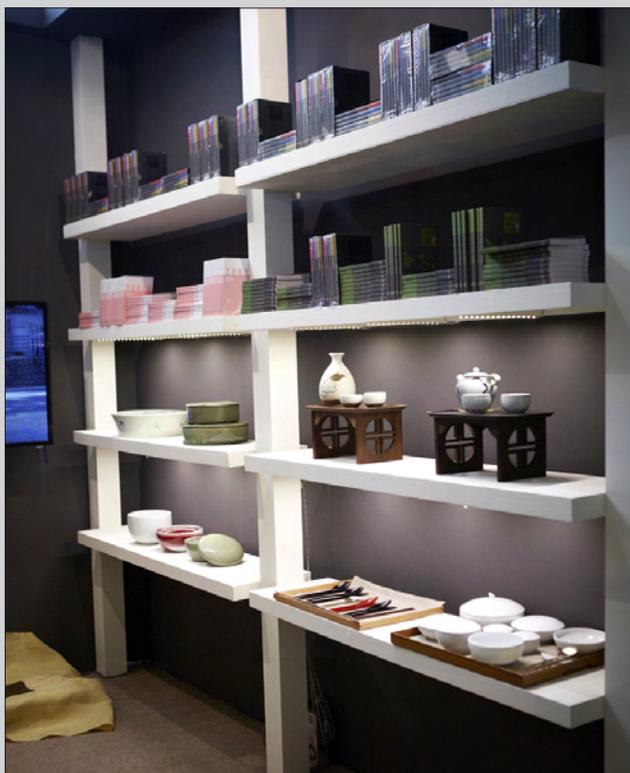
2012 마드리드 퓨전 행사



2012 마드리드 퓨전 행사



2012 마드리드 퓨전 행사



2012 마드리드 퓨전 행사



2012 마드리드 퓨전 행사



2012 해외 우수 한식당 가이드북 서 유럽편 해외 홍보 및 출판 기념회 개최



2012 해외 우수 한식당 가이드북 서 유럽편 해외 홍보 및 출판 기념회 개최



2011 한국 설날음식 소개 미디어 간담회 개최



2011 한국 설날음식 소개 미디어 간담회 개최



2011 뉴욕패션위크 퓨전한식 리셉션협찬



2011 뉴욕패션위크 퓨전한식 리셉션협찬



2011 서울국제식품산업대전 한식 홍보관 운영



2011 한식모바일키친 캠페인 진행



2011 대한민국 국제요리경연대회 개최



2011 대한민국 국제요리경연대회 개최



2011 대한민국 국제요리경연대회 개최



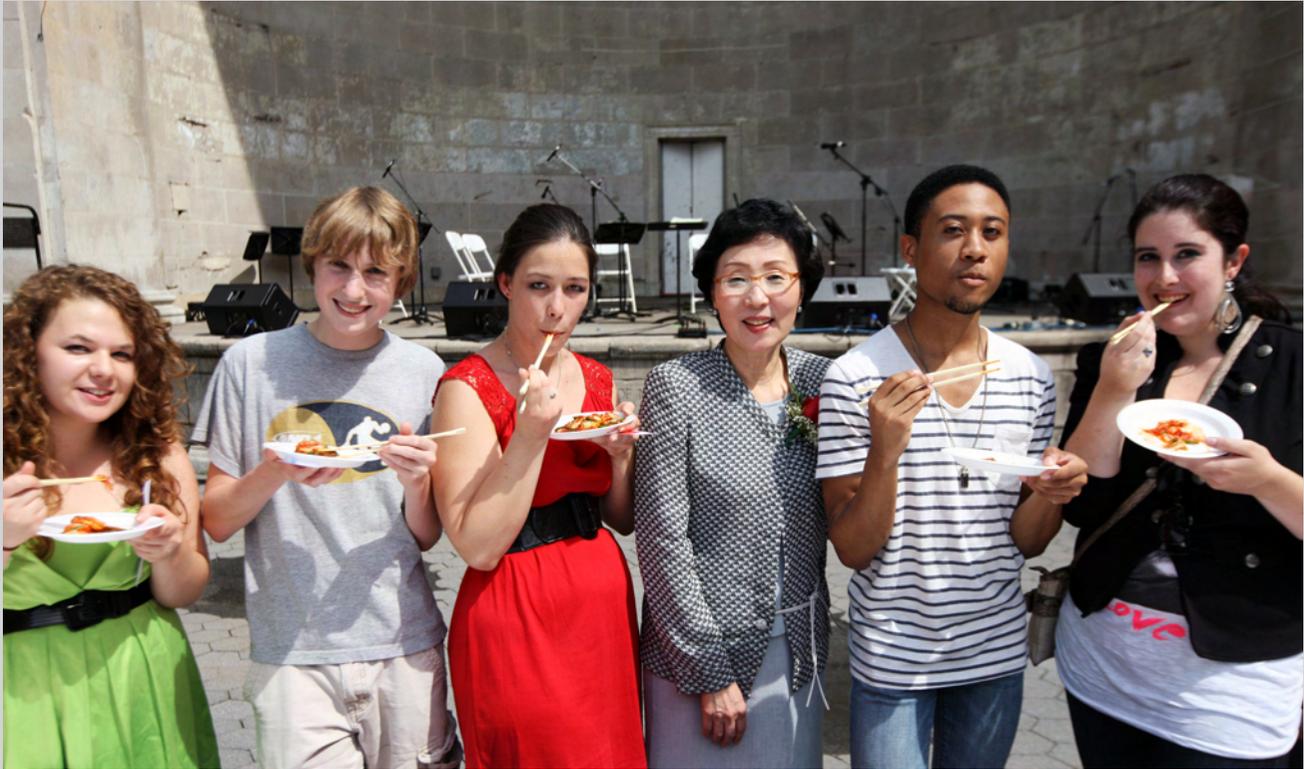
2011 대한민국 국제요리경연대회 개최



2011 전통주와 한식문화 페스티벌 지원



2011 엔젤로 소사 셰프 한식메뉴런칭 파티



2011 Korea Day 지원



2011 Korea Day 지원



2011 Korea Day 지원



2011 Korea Day 지원



2011 Korea Day 지원



2011 런던헤로즈 백화점 한국특별전 개최



2011 런던헤로즈 백화점 한국특별전 개최



2011 런던헤르즈 백화점 한국특별전 개최



제 2회 C20 CCF(Culture Communication Forum) 행사 지원



제 2회 C20 CCF(Culture Communication Forum) 행사 지원



2011 외국인 식객단 한식기행 투어 진행 '길위에서 한식을 배우다'



2011 외국인 식객단 한식기행 투어 진행 '길위에서 한식을 배우다'



2011 뉴욕 오피스 런치 딜리버리 캠페인



2011 뉴욕 오피스 런치 딜리버리 캠페인



2011 뉴욕한식과 만나다 한식 오피스 런치 캠페인 개최



2011 주한 외국인 한식요리 경연 대회



2011 주한 외국인 한식요리 경연 대회



2011 주한 외국인 한식요리 경연 대회

한식세계화의 첫걸음

펴낸곳	한식재단
주소	서울특별시 서초구 양재동 강남대로27(양재동232) aT센터 1306호 (우)137-787
전화	02-6300-2050~4
팩스	02-6300-2055
홈페이지	www.koreanfood.net , www.hansik.org

제작	(주)비비유에스
주소	서울특별시 강서구 등촌로 193-2(등촌동 511-11), B1
전화	02-2268-9654
팩스	02-2268-9655
홈페이지	www.bbuskorea.com

이 책에 실린 모든 콘텐츠의 저작권은 한식재단에 있습니다.

©한식재단

Printed in korea

