

특집 : 한식의 산업화, 마케팅 및 세계화 전략

한식 산업화 · 세계화 추진계획(안)

방 문 규

농림수산식품부 식품유통정책과

Korea Food Globalizaion

Moon Kyu Bang

Food Marketing Polcycy Division, Ministry for Food, Agriculture,
Forestry and Fisheries, Gyeonggi-do 427-719, Korea

추진배경: 왜 한식 세계화인가?

식품산업은 미래 신성장동력

세계 식품시장은 자동차, IT 서비스 산업보다 규모가 크고, 문화·의학·유통 산업 등으로 파급 잠재력이 아주 높는데 세계시장의 규모는 약 4.4조 달러로 자동차시장의 2.5배에 달하며, IT의 5.6배('08, Data Monitor)에 이르는 아주 거대한 시장이다. 또한 '05년 기준, 한국은행 산업연관표를 따르면 식품산업의 생산에 대한 유발효과를 보면 식품이 10억원 생산을 하였을때 모든 산업에서 20억원 생산 유발효과를 가지는 것으로 평가하고 있다. 또한 아래 그림 1에서 보듯이 '07년 한국은행·통계청의 자료조사에 따르면 G에서 식품산업이 차지하는 비중이 109조원으로 전체의 11.2%를 차지하고 국내 전체고용에서 약 9.5%인 약 224만명에 이르고 있는 것으로 조사되어 식품산업이 국가 경제에서 차지하는 중요성이 크고, 또한 한식의 세계화로 농식품 수출 증가하여 2007년 38억불의 수출에서 2008년 44억불로 17.2%증가로 이어져 한식이 식품의 수출품에서 가장 큰 경쟁력을 지닌 군으로 분류되고 있다.

한식은 세계 식품소비 트렌드와 부합하여 세계화 잠재력 충분

한식 특성을 보면 식재료와 조리법 등이 자연 친화적인 웰빙 음식으로서 약식동원(藥食同源)의 사상이 배어 있는 건강·웰빙지향형 음식이면서도 채소류 위주의 저열량식, 찌거나 삶는 건강형 조리법이다. 김치, 장류 등의 발효식품이 중심이 된 자연식품인 특성을 가지고 있다.

소비 트렌드측면에서 보면 건강·웰빙지향이면서도 편의화, 감성소비 등이 주요한 경향들을 보이고 있는데 건강과 자연식품에 대한 관심이 증가하고, 간편한 외식 뿐만

아니라 최고급 음식 취향 등 소비자 기호가 다양화해지고 있다. 세계 최고 식당으로 일컬어지고 있는 스페인의 엘블리(El Bulli) 식당은 1년 중 6개월만 영업하고 나머지 6개월은 분자미식학을 활용한 메뉴 개발에 심혈을 기울이고 있다. 이들의 예를 보면 바나나 껍질 속 수박 등 새로운 기호 개발에 역점을 두고 있다.

지금이 한식세계화 최적의 시기

서울을 기점으로 반경 2,000 km 내에 거대한 식품시장 존재하고 있는데 여기에는 11개 주요도시가 산재해 있고 약 15억 인구가 살고 있으며 7천 4백억불 식품시장을 형성하고 있다. 최근 한류를 바탕으로 한식에 대한 관심이 증

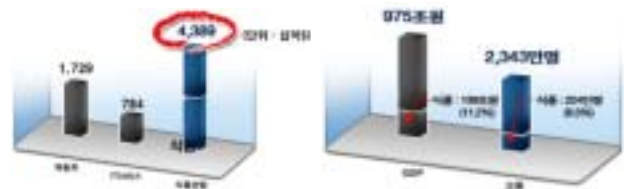


그림 1. 2008년도의 세계식품시장의 규모(좌)와 GDP 및 전체고용에서 식품이 차지하는 비율(우) 자료: Data Monitor, '08(좌), 한국은행·통계청, '07(우)

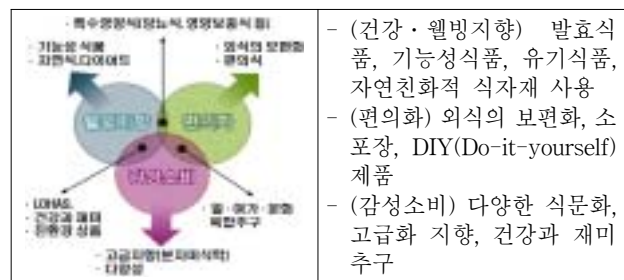


그림 2. 소비트렌드의 분류 및 영역



그림 3. 한국에 대한 대표적인 이미지조사 (출처 : '09, 국가브랜드위원회)

가하고 있는 상황에서 한식의 우수성이 국내외 언론 등을 통해 확산되어지고 있는 실정이다.

그림 3에 나타난 바와 같이 외국인을 대상으로 한국의 대표이미지를 조사한 결과 전체의 30.4%가 김치, 불고기를 중심으로 한 한식을 꼽고 있으며 다음으로 한복이 27.9%, 한글이 16.1%, 태권도, 태극기 등이 뒤를 잇고 있을 정도로 외국인들이 한식에 대한 선호도가 매우 높음을 알 수가 있다.

또한 2004년도 WHO에서는 한식을 영양적으로 균형을 갖춘 모범식으로 선정하였고 美 Health지는 2006년에 김치를 세계 5대 건강식으로 선정하여 김치의 식품으로서의 우수성을 전세계에 알렸고 NY Times는 올해초 (2009년 2월)에 LA의 김치 타코 요리를 인기리에 보도하였는데 이는 단순히 김치로서 뿐만 아니라 세계화된 식품으로 자리잡고 있음을 알 수가 있다.

그간의 추진경과

2008년 4월에 농식품부 제1차관을 위원장으로 한 민·관 위원 총 27명으로 구성된 「한식 세계화 포럼」을 운영하여 구체적으로 한식 세계화를 위한 주요 전략과 실행과제를 도출하였다. 2008년에만 총 3회를 한식 세계화 포럼을 개최하여 보다 적극적인 실행계획을 수립코자 노력하였다.

2008년 10월에 개최된 「한식 세계화 선포식」을 계기로 범정부 차원에서 본격 추진되게 되었는데 주관기관은 농식품부가 맡고 협조기관으로는 문화부, 외교부, 농진청, 한식연, 유통공사 등이 참여하여 본격적인 시행을 하게 되었다.

2008년 12월에는 「한식 세계화 포럼」에서의 논의를 바탕으로 「한식 세계화 기본계획」을 수립하게 되었는데 한식 세계화의 비전으로는 2017년까지 한식의 세계 5대 음식화 실현하는 것을 목표로 하고 있고, 이에 따른 주요전략으로 ① 세계화 인프라 구축 ② 한식 R&D 확대 ③ 전문인력 양성 ④ 기업지원 및 투자활성화 ⑤ 우리 식문화 홍보로 하고 있다.

2009년 4월에는 「한식 세계화 추진전략(안)」을 수립하였으며 현재에도 지속적으로 보완하고 있으며 2009년 4월 7일에 「한식 세계화 2009」국제 심포지엄을 통해 전략을

발표한 바 있으며 심포지엄을 통하여 「한식 세계화 추진 전략(안)」에 대해 식품 관련 학계·업계 등 전문가 의견을 수렴하였다. 또한 한식 세계화를 위하여 법적·제적 차원에서 지원을 위한 「식생활 교육 지원법」, 「외식산업진흥법」 등 법령 제·개정 작업을 추진하고 있는데 「식생활교육지원법」은 2009년 4월 30일 국회를 통과하여 11월경 발효를 앞두고 있다.

한식 산업 현황과 문제점

현황

국내 외식산업은 소득 향상·경제성장 등에 힘입어 급성장하고 있는데 그림 4에서 보듯이 외식산업의 증가와 발맞추어 2005년에는 전체 외식산업의 46.7%를 차지하였고 2007년에는 50.9%로 꾸준한 증가세를 유지하고 있다. 그러나, 국내 한식산업 대부분은 영세한 규모로 산업화에 한계를 보이고 있는데 2007년 27만여개 국내 한식당 중 5인 미만 업소가 90%이상을 차지하고 있으며 매출액에서도 1억 원 수준인 것으로 나타나고 있다. 한식산업에 종사자 비중도 전체 음식점 종사자의 82.3%인 75.5만명으로 집계되어 전체에 대하여 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있다.

해외 한식당의 경우 약 1만개로 파악되어지고 있는데 대부분 교민이나 관광객을 상대로 한 영세업체들이 대부분을 차지하고 있으며 개인이 운영하는 해외 한식당의 평균 투자규모는 2만달러 미만('05.KOTRA)으로 나타나고 있는데 일례로, 동경에만 1천여개의 한식당이 운영 중에 있으나, 대부분 영세하고 교포간의 과당경쟁으로 어려움에 처해있는 등 전체 한식당이 영세성을 면치 못하고 있다.

반면 외국인이 운영하는 한식당은 대형화되고 있는 추세로 일본 외식업체인 불고기 체인점 「규각」의 경우 200개 이상 점포 운영 중에 있으며 한국에서 진출한 한식당으로는 「처가방」이 20개 점포로 최다이며 오히려 외국의 업체들이 한식을 적극적으로 개발 및 수용, 현지화 하고 있는 실정으로 보인다.

국내 한식업체의 해외진출 현황

2008년 12월 기준으로 총 27개 업체(71개 점포)가 해외

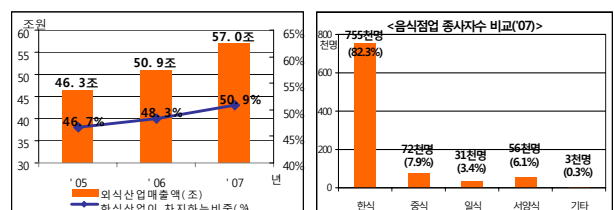


그림 4. 2007년도 외식산업에 있어서의 한식의 비중과 음식점 종사자수

표 1. 해외에 진출하고 있는 국내 한식업체의 현황

<출처: 2009 외식연감>

구 분	법인명	브랜드명		진출국가	점포수
		합	계		
					71
고급식당 (22)	(주)한우리 외식산업	서라벌		중국(6), 홍콩(1)	7
	(주)화륜	가온		중 국	2
	(주)두산주류BG	수복성		중 국	2
	(주)더본코리아	본가, 새마을식당		중 국	6
	(주)놀부NBG 등 5개	수라운 등		미·중·일	5
테마 및 패밀리 레스토랑 (38)	(주)홍초원	홍초불닭		일본(9), 중국(2)	12
	(주)행복을 굽는사람들	오발탄		중 국	3
	(주)놀부NBG	놀부집항아리갈비		중국(3), 일본(2)	5
	(주)토성에프시	옛골토성		중 국	3
	(주)오리엔스에프디	한스비빔밥		미국(1), 중국(1)	2
	(주)봉추시스템	봉추짬뽕		일 본	2
	이바둑감자탕	이바둑감자탕		일 본	3
	틈새(주) 등 8개	틈새라면 등		미·중·일 등	8
테이크아웃 (11)	(주)본아이에프	본죽		미(2), 일(3), 말레이(1)	6
	(주)GGN푸드	김가네 김밥		중 국	2
	(주)종로김밥	종로김밥		미 국	3

CJ는 최근 일본에 외식 체인점(푸드 페스타)을 인수하여 20여개 한식 점포 운영중('09.1)

에 진출해 있는데, 주로 중국·미국·일본에 집중되어 있는 상황으로 1개 업체가 약 1~3개 점포 운영중이며, 아직 다점포체제로는 발전 못한 상황이다.

국내 한식업체의 문제점

국내의 한식업체를 보면 규모에 있어서의 영세성과 일 정지역에 대한 식당수 과잉에 따른 지나친 경쟁으로 어려 움이 가중되고 있는데 한국은행 조사보고서에 따르면 인 구 1천명당 음식점 수가 우리나라의 경우 12.2개인 반면, 미국은 1.8개, 일본은 5.7개로 무척 높은 편이며 국내 음식 점 마진율을 보면 2004년 50%에서 2007년 40%로 현저한 감소를 보이고 있어 어려움을 엿볼 수가 있다.

한식의 원가분석 결과를 볼 때 경영 개선의 필요성을

절감할 수 있는데 표 2에서 보는 바와 같이 총 원가 중 원료 소싱 및 조리가 약 44%로 높은 비중을 차지하고 있어 원가에 대한 부담이 상대적으로 높다. 또한 국내 한식업체 의 경우 콜드체인시스템(Cold-chain system)이 미흡한 관계로 말미암아, 식재료의 안정적인 공급기반이 취약하 며, 표준거래규격 미비로 추가 유통비용 발생 등 많은 원 가상승의 문제점을 안고 있다. 이에 따라 표준거래규격 기준마련, 공동조리시설 설치 등으로 원가절감에 대한 필 요성이 요구되고 있다.

한식의 메뉴개발이나, 시장조사 등에는 과다비용이 필 요하므로 이에 대한 경비의 지원이 절실한 편인데 국내 B 업체의 경우, 메뉴 1종의 개발 및 정착에 8명의 인원과 30개월이라는 기간이 소요되는데 여기에 소요되는 시간

표 2 . 국내 A 업체 Value Chain상 원가분석

(단위: 백만원)

Value Chain	투 자	원료소싱	조 리	서비스	고객관리
주요 요인	<ul style="list-style-type: none"> ▪시장조사 ▪메뉴개발 ▪임대료 등 자금조달 	<ul style="list-style-type: none"> ▪구매처 확보 ▪식재료 단가 ▪식재료 안전성 ▪전처리 	<ul style="list-style-type: none"> ▪조리인력 ▪조리시간 ▪레시피 ▪메뉴 ▪위생관리 	<ul style="list-style-type: none"> ▪서빙인력 ▪맛 ▪고급서비스 ▪위생관리 	<ul style="list-style-type: none"> ▪홍보 ▪단골고객 ▪예약제
원가 분석	6,458 (21.1%)	7,300 (23.9%)	6,133 (20%)	6,671 (21.8%)	4,035 (13.2%)

은 아래와 같다.

30개월: 시장조사 → 아이템 선정 → 레시피 확정 → 시범점포 투입 → 고객반응 조사 → 메뉴 보완 후 가맹점판매 → 최종채택

B업체 판매 메뉴 수가 20종임을 감안할 때, 시장조사 및 메뉴 개발에 드는 원가 부담은 상당한 비중이 차지함을 미루어 짐작할 수 있다.

해외 진출 한식업체의 문제점

한식 위상(Positioning)에 대한 전략 부재를 꼽을수 있는데 일본의 경우, 재외공관을 통한 고급 식문화 홍보 등을 통하여 스시 고급화 전략(Try Japan's Good Food)으로 스시의 상품성 제고한 경험을 가지고 있어 전략을 다양하게 구사하고 있다. 이는 대중적이거나 고급 식당별 차별화된 전략과 철저한 현지화 노력을 필요로 하고 있다.

한식당은 외국인이 인식하기에 일부 부정적 요소가 존재하는데 주제없는 한상차림, 과다한 반찬 수, 공동식기 사용 등은 외국인에게 부정적인 식문화 인식을 가질수 있으므로 개선이 필요한 부분이다. 2007년 한국외식정보의 보고에 따르면 한식세계화 과제로 외국인은 '청결 및 위생'을 1순위로 꼽고 있어 위생 및 청결과 같은 식문화의 기본에 많은 노력을 기울여야 할것으로 보인다. 또한 고급 이미지 부족·의사소통의 어려움·메뉴설명 부족 등도 문제점으로 지적되고 있는데 이와 같이 서비스 세계화, 고급화 등 한식 이미지 개선방안 마련이 필요하다.

한식당이 해외 진출시 정보 부족과 비자 등 인력고용 문제 등이 걸림돌로 작용하고 있는데 2008년 9월, 해외에 진출해 있는 30개 외식업체에 대하여 설문조사한 결과, 애로사항으로 제일 먼저 해외정보 부족(32.3%)을 꼽았고 이외에 인력고용(19.4%), 투자금 확보·홍보(12.9%) 등을 지적하였으며, 지원필요한 항목으로는 첫 번째 시설자금,

한식 홍보활동, 해외 네트워크 구성 등으로 나타났다.

한국산 식재료의 단가가 높아 한식 식재료 조달에 한계를 보이고 있는데 '카페소반' 미주점 사례 보고에서 국산 식재료 사용을 3배 높이면 수익성이 10%이상 하락하는 것으로 나타났다.

◇ 한식세계화 정책대상인 한식의 개념도 재정립할 필요성이 있다.

◦ 젊은이들이 즐겨먹는 테이크아웃형 한식도 세계화의 대상

– 라면, 김밥, 떡볶이 등은 이미 한국화된 메뉴

➔ 학술적 의미의 한식과 정책으로서의 한식에 대한 구분 필요

해외 정부역할의 사례

태국의 경우 2001년부터 세계화 프로젝트(Kitchen of the world)를 추진하여 2008년에 세계에 진출한 태국음식점이 2001년 5.5천개이던 것이 2008년에는 13천개로 대폭 확대가 되었다.

프로젝트의 주요내용으로는 해외진출 레스토랑에 대한 저리자금 융자지원, 해외 태국식당 인증제도(Thai Select) 운영으로 (주관기관) 상무부 수출진흥국, (지원내용) 국내외 미디어 광고, 재정·교육 지원을 하고 있다. 이 밖에도 2002년부터 국가가 인증하는 조리사 자격증인 '국가기술 표준 태국요리부분' 실시하고 있는 태국 조리사 양성 교육 실시가 있고 인터넷(www.thaikitchen.org)을 통해 태국 음식 및 식당정보 제공하고 있다.

일본은 1960년대부터 정부주도로 세밀하게 자국음식의 세계화를 추진해 왔는데 일식인구 비중 5개년 계획의 일환으로 2010년까지 일식애호가를 12억명까지 확대한다는 원대한 목표를 세워서 실행하고 있는데 관계 전문가들로 구성된 '식문화 연구 추진회'를 발족하여 활동하고 있고

표 3. 정책적 시사점 도출을 위한 국내외 현황, Value-Chain, 해외진출 사례

<현 황>	<시사점>	<정책 고려사항>
· 한식당 운영	⇒ · 영세한 규모 · 식자재 공급체계 미흡	⇒ · 프랜차이즈로 특화 및 규모화 · 식자재 공급시스템 확충
· Value chain 분석	⇒ · 원료소싱, 조리비용 과다 · 메뉴개발 비용 과다	⇒ · 월드체인시스템, 공동조리시설 설치 등 원가절감 지원 · R&D, 시장조사 등 지원
· 해외진출 사례	⇒ · 영세한 투자규모 · 현지화 메뉴, 전략 부재	⇒ · 프랜차이즈 형태의 진출 유도 · 체계적인 현지화
· 한식의 위상(Positioning)	⇒ · 고급한식당 부족 · 외국인에게 생소한 한식문화	⇒ · 차별화된 대중 및 고급식당 육성 · 코스식단, 친절·클린 서비스

정부와 민간의 역할분담을 통해 체계적인 정책 추진이 이뤄지고 있다. 또한 정부는 농림수산업 산하에 외식산업실을 설치하고, 「외식산업종합조사연구센터」를 설립하여 세계화 전략을 수립 및 싱크탱크를 구성하였고 민간은 정부의 지원하에 레스토랑 해외보급추진기구(JRO: Organization to promote Japanese Restaurant abroad)가 조리교육, 해외정보 수집, 홍보 등 추진추진하고 있다.

이와 같이 정부는 직접 사업보다는 자금지원 · 조리사 양성 등을 통해 민간기업의 해외사업을 지원하는 역할을 필요로 하고 있다.

정책적 시사점

한식 산업의 국내외 현황, Value-Chain, 해외진출 사례 등을 종합적으로 검토하여 정책적 시사점 도출해야 할 필요가 있다.

한식 세계화 비전과 추진전략



◆ 한식세계화는 Inbound/Outbound 전략과 품목별 전략을 종합적으로 추진



세부 추진과제

Inbound : 국내 산업화 대책

한식 산업 기반 구축 프로젝트

2009년 내에 한식 산업화를 위한 법적·제도적 기반 구축을 추진하고 있는데, 식품위생법상의 규제 위주의 정책에서 탈피, 외식 산업의 선진화를 도모하는 외식산업진흥법을 제정('09년)하고자 하는데 주요 내용으로는 외식산업 창업을 촉진하고 외식산업진흥시설에 대한 자금지원, 외식산업의 전문인력 양성 등으로 하고 있다. 또한 중소기업창업지원법상 투자제한 업종에서 음식업을 제외하는 등 규제 철폐를 통해 민간 투자를 촉진시키고자 한다.

이와 더불어 2009년 6월에 녹색 식생활 국민운동본부를 발족시켜, 녹색 식생활 문화를 확산하는데 주력할 수 있는 식생활 교육 지원법을 2009년 5월에 제정한다.

2009년 정부의 사업을 중심으로 하는 금융지원 정책을 발상의 전환을 통하여 기업 수요에 맞게 전면 수정을 단행하고자 하는데 여기에는 '09년 10월에 사업별로 세분화된 자금을 통합, 식품기업이 원하는 시기에 자금을 사용할 수 있도록 『식품종합자금제』로 확대 개편하고자 하는데 여기에는 현행, 농식품 시설현대화 700억원, CK설치지원 72억원 등 총 6개 자금 1,569억원이 지원되던 것을 식품종합자금제로 통합하고 총액을 확대시키는 방향으로 예산 반영하고자 한다.

- 2009년 농림수산업자신용보증법령 개정에서는 식품기업에게도 『농림수산업자신용보증』제도의 허용을 추진하고자 한다. 또한 식품기업에 대한 투자확대를 위해 『농업전문투자펀드』 확대 조성을 오는 2010년에 추진하기로 했는데 농식품부, 관광기금, 농협, 유통공사, 관심기업, 투자전문회사 등의 공동출자에 대한 협의를 진행하고 있으며 농업전문투자펀드를 '09년에 460억원에서 '13년까지 1천억원 규모로 조성할 계획을 가지고 있다.

한식 종합정보포털을 대장금이라는 명칭으로 오는 6월에 열기로 하였으며 포털에서는 외국어 서비스(영·중·일)를 실시하고자 한다.

한식 요리명장 프로젝트

2009년 7억원의 예산으로 유명 호텔과 대학 등이 연계하여 전문조리교육 추진하고 있으며 조리학과 출신이나 외국인 포함한 관련 분야 유경험자를 대상으로 현장 인턴십 1~3개월 포함한 6~9개월간 전문 조리교육 실시를 하고자 한다.

교육내용에서는 조리기술, 식문화 교육 이외에 경영, 외국어 등도 교육을 실시할 예정이며 정부는 교육비 일부를 지원하고, 재외공관 및 해외 한식당 등에 취업알선을 하고자 한다.

2010년에는 조리전문교육 우수대학을 『한식조리 특성화 대학』으로 지정하여 교육 인프라 확충, 장학금, 외국어 교육, 현장실습비 등 지원하며 장기적으로 민·관 공동투자로 “국제 한식요리아카데미”를 설립, 세계적인 한식 교육 메카로 육성 검토하고 있다.

— 유사사례로 삼성 디자인스쿨(SADI, Samsung Art& Design Institute)을 꼽고 있는데 삼성 디자인스쿨은 삼성전자가 '95년 개교하여 전문 디자이너를 배출하고 있는데 졸업 후 삼성계열사 및 관련업계 진출이 아주 두드러진다.

프랑스의 『르 꼬르동 블루』같은 유명 요리학교에 한식 강좌 개설 추진 계획을 가지고 있다. 르 꼬르동 블루에서는 2006년 10월에 프랑스 본교에서 해물신선로·김치 등 한식 정기강연을 개최한 바 있다. 이와 더불어 2009~2010년에는 미국·일본·유럽지역 유명 요리학교와 MOU 체결하고 한식관련 강좌개설 협의를 진행하고자 한다. 여기에는 미국의 CIA, 일본의 핫토리 조리학교, 프랑스 르 꼬르동 블루, 이탈리아 ICIF·ALMA 등 유명 요리학교들과의 협의를 하고자 한다.

한식에 대한 국가공인 민간자격의 『국제 한식요리 자격증』 도입방안을 관계부처와 협의를 하고 오는 2009~2010년도에 실시코자 한다.

스타 한식당 프로젝트

『특1급호텔 한식당 확대 프로젝트』를 추진하고자 하는데 인건비 부담, 일반 한식당과의 차별성 부족 등으로 호텔 내 한식당이 급감하고 있는 형편이다. 서울시내 특1급 호텔 19개 중 4개만 한식당 운영 중으로 열악한 상황에 처했다. 문화관광부의 “명품한식당 개설사업”과 연계하고 연차별로 한식당 수를 확대하고자 한다. 신규 한식당 설치 호텔에는 식품종합자금을 지원할 수 있도록 하고, 민간기업의 투자유치를 촉진하고자 한다. 또한 호텔의 조찬으로 한식메뉴 활성화를 위해 메뉴개발 및 경영컨설팅 지원 등

의 사업을 실시하고자 한다.

스타 요리사 배출 프로젝트 추진에서는 고급 한식당에서 수익창출을 확대하기 위해 내부 요리사를 스타요리사로 홍보하고자 한다. 여기에는 스타 요리사 경연대회 방송 프로그램 제작이나, 세계 요리 경연대회 참가 지원 등이 포함되며 또 외국어 교육 지원, 해외 유명 한식 스타쉐프도 DB화하여 중점 지원코자 한다.

오는 2011년에는 『고급 한식당 거리조성사업』을 추진하여 한식을 문화관광상품으로 육성하고자 하는데 문화관광부·지자체 등과 공동으로 한식당 유망지역을 고급 한식당 거리로 지정하고자 하는데 일본 신주쿠에 고급 한식당 거리를 조성, 명소 마케팅 추진을 검토하고 있다. 또한 해당하는 장소에 한식당을 개설한다면 식품종합자금으로 지원하고, 메뉴개발이나 종업원 대상 외국어 및 서비스 교육 지원 등으로 측면지원을 하고자 한다. 한식당 거리 관광활성화를 위해서 문화부·관광공사와 협력하여 관광 프로그램으로 개발하고, 해외에도 적극 홍보하는 정책을 펼치고자 한다.

한식 체험기회 확대 프로젝트

『2010 한국방문의 해』 등 메가행사를 적극활용하여, 『세계 1백만인 口傳네트워크』를 추진하는데 국내에서 개최되는 MICE* 동향을 파악, 매년 초 대응계획을 수립하고자 하고 해외동포나 컨벤션 참가자, 외국인 유학생 등에게 한식 체험·정보를 제공하며 2009년에는 한·아세안 특별정상회담이나 6월에는 OECD 각료회의, 10월에는 Korea Food Expo가 개최되어 이를 활용한 『한식 홍보 특별이벤트』를 개최토록 한다.

*Meeting(기업회의), Incentive(포상관광), Convention(컨벤션), Event & Exhibition(전시)

외국인이 다양한 한식문화를 접할 수 있도록 농어촌 체험기회를 확대하고자 하는데 가볼만한 한식당·농어촌 체험시설 List, 한식 메뉴 외국어 설명자료(메뉴명, 식재료, 먹는 방법, 유래, 스토리 등을 외국어로 설명) 등을 제공하며 독특한 우리만의 문화의 한가지인 템플스테이(Temple stay), 전통음식 체험과 연계의 관광상품 개발에 노력하고 기존의 민간 체험시설, 문화부의 ‘템플스테이 사업’, 농식품부의 ‘농어촌체험마을’을 최대한 활용코자 한다. 또한 농어업인과 함께 향토음식을 산업화하는 생산자 융·복합형 식품체험 중점 지원도 함께 펼쳐나가고자 한다.

유명 관광지 마케팅 인프라 확충을 위해서 2011년에 『한식문화 체험관』을 지원하고자 하는데 한식 및 6대 전통발효식품(김치, 고추장, 된장, 간장, 젓갈류, 천일염)에 대한 전시, 체험 상품 개발·제공하며 체험관내에는 한식·예술(한류)·농업간 네트워킹 마당을 마련하여 한식의 다양한 가치를 융합한 체험을 할 수 있도록 한다.

Outbound: 한식의 해외진출 확대

한식 세계화 R&D 프로젝트

오는 2010~2013까지 한식의 기능성·상품성 제고를 위한 기술개발 확대하고자 『식품산업 R&D 중장기 계획』을 올해 상반기까지 수립하고 이에 따른 체계적 추진을 진행하고자 한다. 여기에는 매운맛 측정기·매운맛의 효능, 항균성 포장재료, 제품변질 예측기, 냉동식품 복원기술 등과 같은 기술들이 포함되며 소요되는 예산은 『농림기술개발사업』중 식품 R&D분야를 확대하여 활용하고자 하는데 2009년에 150억에서 2013년에 500억까지 확대하고자 한다. 또한 김치·젓갈 등 발효음식과 전통주를 세계인의 입맛에 맞게 개발하고자 하며 이와 연동할 수 있는 「세계 김치 연구소」설립과 연계하여 추진한다.

식품산업에 특히 한식에 대하여 『산·학·연 R&D 전문가 풀(Pool)』을 구성하여 맞춤형 지원을 하고자 하는데 특히, 2007년 한국외식정보에 따르면 외국인 500명을 대상으로 설문한 결과, 불고기·비빔밥·냉면 선호도가 각각 77%, 40%, 31%로 나타나 외국인이 선호하는 한식메뉴를 중심으로 ‘연차별 세계화 아이템(Item)’을 선정하여 중점 지원코자 한다. 또한 정부는 메뉴개발 비용의 일부를 기업규모에 따라 차등지원하고자 하며 개발된 메뉴는 기업에게 즉시 기술이전하여 상품으로 연결할 수 있도록 한다.

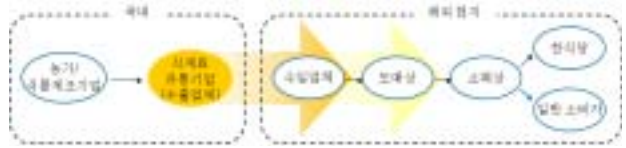
사례를 보면 2009~2011에 실시되는 떡볶이 세계화를 위한 상품화 기술개발 사업에는 (주)GENESIS그룹 BBQ사에서 시장조사를 통해 기술개발 요청을 하였고 연구기관인 대학과 농진청에서 떡볶이용 소스를 개발하고 영양생리학적 우수성을 규명하였으며 이에 발맞추어 농식품부에서는 예산 및 참여자간 네트워크를 지원하였다.

국산 식재료 공급시스템 구축 프로젝트

외국 현지에서 한국산 식재료 유통구조의 대형화·전문화로 유통비용을 절감할수 있도록 하며 세계 주요도시에 입자를 활용한 식재료 공동 물류센터 설치를 추진하고 있는데 당분간은 Kotra의 공동물류센터 등의 물류창고 활용을 모색하고 장기적으로는 냉장·냉동 등 식재료의 신선보관이 가능한 물류센터 입자를 추진할 예정이다. 이를 통하여 국내의 식재료 유통기업이 해외로 진출하는데 지원하고자 한다. 이에 따르는 국산 식재료 수입물량에 대한 물류비 지원도 검토하고 있다.

표 4에서 보면 해외에서 국산 식재료의 유통단계가 복잡하고 가격상승 요인이 많은데 현지에서 국산 식재료 직거래 및 공동구매망 구축으로 유통단계를 축소하고자 하는데 수입업체에 한식당 DB를 제공, 수입업체와 한식당간 직거래 유도하고 해외 소규모 한식당은 국산 식재료 구매자 연합회’로 조직화하여 공동구매를 촉진시키고자 한다.

표 4. 현행 국산 식재료 해외유통 구조



규격화된 식재료를 유통하여 외식업체의 원료처리 비용 절감을 이룰 수 있도록 하는데 여기에는 식재료의 크기, 품질 등의 표준거래규격 설정 등이 필요하고 식재료 공급업체에 표준규격집을 제작·배포하여 규격 생산을 유도하도록 한다.

식재료 안전 공급 시스템 강화에도 노력을 기울여 품질을 높이는데 여기에는 GAP, 농식품 이력추적, 가공 및 유통시설의 HACCP 기준 확대, 포장·유통과정의 콜드체인(Cold chain) 시스템 구축 등이 추진될 예정이다.

한식 이미지 UP 프로젝트

한식의 고급 이미지 구축에는 한식 브랜드(BI, Brand Identity) 정립이 이뤄져야하고 이를 통해 외국인의 한식 호감도도 증대될 수 있다. BI의 정립에는 한식 디자인, 로고, 슬로건 등을 개발하여 간판·메뉴판 등에 활용할 수 있도록 하고 대중식당부터 고급식당까지 차별화된 포지셔닝으로 다양한 고객 확보가 가능하리라고 본다. '09년에 사업비 5억원을 들여 고급식당은 인테리어·식기·복식 등 고급화 사업 지원하고, '09년에 2억원을 들여 대중식당은 깨끗하고 친절한 한식당 이미지 지원사업에 투자한다.

한식에 재미있는 스토리를 접목하여 한식의 이미지를 제고하는 사업을 실시코자 하는데 '09년 토리텔링 공모사업 등을 통해 상차림·식문화 스토리 발굴·홍보하고자 하고 낙과 등 상품성이 결여된 배로 만든 술, 영화 속 한식 식사 장면 노출 등을 통하여 친숙한 이미지를 높이고자 한다.

친절하고도 쾌적한 이미지를 줄 수 있도록 위생·서비스 수준을 제고하여야 하는데 종업원 외국어·친절 서비스 교육, 홍보 지원 등을 추진한다.

2009년에 외국인 선호 대표 한식 메뉴 조리법 표준화 보급·추진하고자 하는데 외국인 선호 한식메뉴를 중심으로 표준화하고 한식 정보사이트에 등재를 하며 외식업체·학계 등 전문가로 「조리법 표준화 협의회」를 구성한다. 우리의 좋은 본보기로 일본 ‘스시’가 있는데 일본 정부는 스시 조리 표준화를 위해 쌀에 대한 기초조사 실시하였는데 스시 5cm당 쌀알의 개수, 쌀의 세척횟수, 수분함량, 부피 까지도 표준화를 하여 세계적으로 일정한 맛을 즐길 수 있도록 하였다.

외국인이 이해하기 쉽고 친근한 한식 만들기를 추진하는데 한식 메뉴에 대한 외국어 명칭 및 식재료 먹는 방식,

배경 이야기에 대한 외국어 설명방식을 표준화하고자 한다. 메뉴를 3개 국어(영·중·일)로 제작하여 해외 한식당에 배포하고 한식 정보사이트에도 등재하여 쉽게 이해하고 접근할 수 있는 구조를 만들고자 한다.

한식문화 알리기 프로젝트

한식 세계화 홍보를 위한 범부처적 네트워크를 구축하고자 하는데 2009~2011년까지 실시되는 외교부의 「700만 재외동포 네트워크 구축사업」과 연계하여 식품분야 한인 네트워크를 구축하고, 식문화 자료 등을 제공하고자 하며 현재 문화부, 외교부, 무역협회 등과 업무협약 MOU를 체결하고 있다.

2009년부터 해외의 주요 방송인 CBS·NHK·신화통신 등을 활용하는 적극 홍보정책을 기획하고 있는데 여기에는 유명 한국인 요리사가 요리 전문 프로그램에서 한식과 식문화를 소개, 유명 음식평론가가 전하는 한국의 맛 등을 소개하고자 한다.

해외 인터넷 사이트의 한식에 관한 허위정보를 정정하는 노력을 '09년 상반기부터 배가하여 우리의 식문화와 한식의 잘못 알려진 정보를 찾고자 하며 농식품 관련 전문가와 VANK*간 역할을 분담하여 인터넷상의 오류를 능동적으로 수정하고자 한다.

*VANK(Voluntary Agency Network of Korea): 한국 바로 알리기를 목적으로 하는 민간단체

해외 주요 오피니언 리더를 대상으로 고급 한식문화를 알리고 전파하는데 주력하고자 하는데 미술헤이더 등 유명 잡지, 평론가, 언론인 등에 한식 이벤트를 제공하여 '한국의 맛'을 각인시키는 계기뿐만 아니라 국제 영화제 등 국제행사 및 재외문화홍보관을 적극 활용하고자 하는데 현재 분야별(언론인/요리사/음식평론가/학계/배우 등) 해외 인사에 대해 DB구축 중에 있다. 이에 대한 작업은 2009년부터 지속적으로 시행하고자 한다. 또한 2011년부터는 현지인 한식 서포터즈 1천명을 모집, 한식 홍보대사로 활용하고자 하고 여기에는 한식요리 수강생, 한식당 월 1회 무료 식사권 등 인센티브를 제공하는 것도 포함하고 있다. 한식 서포터즈의 모집방법은 해외 한식당에 홍보물을 비치하거나, 농수산물유통공사 해외지사 등을 통해 접수한다.

이와 더불어 식객·대장금과 같은 음식 관련 영화 등 제작·수출에 2011년부터 적극적인 지원을 하고자 한다.

한식 브랜드 100 프로젝트

추진방향: 외식산업을 '벤처 비즈니스'화하여 투자여건을 조성하여 자본과 기술을 가진 대형 외식업체의 해외진출 및 M&A를 유도하고자 하는데 일본의 경우, 외식산업이 M&A 등의 과정을 거치면서 대형화·전문화가 촉발되

고 있다. 일례로 2000년 재계 66위였던 콜로와이드 그룹은 M&A를 통해 재계 9위를 기록한 예를 가지고 있다.

또한 경영컨설팅 및 정책 자금 투자 및 용자 지원을 하여 경쟁력있는 업체에 대해 '09년 해외진출 한식당 시설자금(20억원) 용자 및 '10년부터 「식품산업투자펀드」의 투자 지원을 하고 프랜차이즈 업체의 공동조리시설(CK: Central Kitchen) 설치지원에 '09년 72억원의 예산을 지원하고자 한다. 이와 함께 해외에 국산 식재료 물류센터 지원을 적극 검토하고 있다.

목표: 2010년에서 2017년까지 세계적인 한식 브랜드 100개를 육성, 추진하고자 하며 프랜차이즈 사업 50개(1개당 20점포, 총1천개)와 일반 식당 50개 육성을 목표로 한다.

추진전략: 한식메뉴 유형별·주요 지역별로 차별적인 추진을 하고자 하는데, 테이크아웃, 패밀리형 식당은 프랜차이즈화를 유도하되, 해외에 기 진출한 업체의 활동을 적극 지원하는 방향으로 추진하고 고급한식당은 현지화된 한식코스 및 한식당 인증제도 등 고급화 전략으로 지원하며 매운맛, 짠맛 등을 등급화하여 다양한 수요층을 공략하고자 한다(표 5).

동경·북경·뉴욕·LA·파리 등 5대 도시를 거점으로 점차 시장 확대하며 지역별로 경쟁력있는 한식 메뉴 및 경영기법 발굴·확산에 힘쓰고 현지인 대상 운영 등 메뉴·경영이 현지화된 식당을 중점 지원코자 한다.

추진과제: 2009년에는 내실을 다지는데 집중하고, 향후 해외진출여건 조성에 주력하는데 『식품기업 컨설팅 지원단』을 운영('09)하고, 기존 한식당에 대한 리노베이션 컨설팅 지원사업을 추진하며 2008년 12월에 이미 설치된 농수산물유통공사에 식품외식상담센터를 통해서 애로사항을 해결 전담하고 또한 www.foodinkorea.co.kr에서 기업과 온·오프라인 일대일 상담도 실시한다.

2009년부터 현지 전문가를 중심으로 산·학·연 컨설턴트 풀(Pool)을 구축하여 현지 한식업체와 컨설턴트를 연결해주는 맞춤형 컨설팅을 지원하며 해외 aT지사 및 현지 한식당 연합회를 활용하고 컨설팅 비용 50%를 정부

표 5. 연도별 한식당 육성 목표

구 분	고급 식당	테마 식당	패밀리 레스토랑	테이크 아웃형	계
'09년	-	1	1	2	4
'10년	2	5	5	5	17
'11년	5	5	5	8	23
'12년	5	5	5	6	21
'13~17년	8	9	9	9	35
개소수 합계	20	25	25	30	100
투자단가(억원)	15	6	3	1.5	25.5
총 투자비(억원)	300	150	75	45	570

가 부담하고 2009년 1천만원이던 것을 2011년에는 5천만원으로 지원한도를 현실화할 계획이다. 이와 더불어 프랜차이즈 성공사례를 분석하여 성공모델 도출 및 확산을 추진하는데 활용한다.

‘09년부터 농수산물유통공사, 대학 등에서 프랜차이즈 전문인력양성 교육을 실시하고, 2010년부터는 주요 대학에 「프랜차이즈 창업보육센터」를 설치 운영하며 이의 주요 교육내용에는 인력관리, 외국문화, 위생, 품질, 점포 운영, 마케팅 등이 개설될 예정이다. 또한 국산 농수산물을 일정수준 이상 활용하는 한식당을 대상으로 ‘한식당 인증(또는 추천)제’를 적극운영하는 방안을 검토하고 있다.

품목별 세계화 전략

김치 · 비빔밥 · 전통주 등 품목별 세계화 전략 수립 · 추진

사례 1: 김치

- (Inbound) 김치산업의 세계화 역량을 강화해 나가고, 방한 외국인 등을 대상으로 김치 체험기회를 확대
 - 세계김치연구소 건립, 전문인력 양성
 - * 김치 세계화 전략 수립(‘09년 상반기)
 - 김치 체험관 · 박물관 확대 및 주요 항공기 기내식 김치 보급 확대
- (Outbound) 김치 우수성 · 기능성을 강조한 신제품 개발 · 홍보
 - 세계인이 좋아할 수 있는 다양한 김치제품 개발 확대
 - * 냄새 안나는 김치, 퓨전김치, 분말김치, 김치과자 및 김치 건강식품·의약품 등
 - 김치를 소재로 한 다양한 이벤트 확대
 - * 김치 EXPO(‘09.10월, 동경), 김치 소재 영화·만화 제작 등

사례 2: 비빔밥

- (Inbound) 비빔밥을 한식 대표 품목으로 체계적 육성
 - 전국의 비빔밥 레시피를 총괄하여 체계화하는 한편, 계절별 12가지 비빔밥 스토리 등 개발
 - 비빔밥 명인 양성 및 Take-out형 등 다양한 제품 개발·보급
- (Outbound) 비빔밥 해외 프랜차이즈 사업 지원 및 비빔밥을 주제로 한 홍보용 콘텐츠 개발 · 활용
 - ‘난타’식 비빔밥 퍼포먼스를 국제행사시 활용 및 해외 언론 · 방송사 · 항공사 등을 통해 홍보

사례 3: 전통주

- (Inbound) 전통주 산업 발전 인프라 조성 및 마케팅

활성화 지원

- ‘전통주 산업육성계획’ 수립(‘09.8월), ‘전통주산업육성법’ 제정(‘09)
 - * 전통주 명인 지원, 후계자 양성 등 ‘전통주 맥 잇기’ 사업 등 활성화
- TV 방송 프로그램, 지역 특산축제 등을 활용한 명품주 선발대회 개최 등 마케팅 지원
- (Outbound) 세계적인 명주 개발 및 대외 홍보 강화
 - 누룩제조 · 양조기술 등 전통주 제조기술을 고급화하고, 해외 시음회 등을 통해 명품화 도모
 - 국제 Event, 국제회의 건배주 등을 통해 전통주 홍보
 - * 한 · 아세안 정상회의(6.2, 제주), KOREA NIGHT(6.25, 파리), 각종 국제 주류 박람회, 품평회 등 참가 확대

사례 4: 떡볶이

- (Inbound) 떡볶이 산업을 체계화하고, 세계화 기반 구축
 - ‘떡볶이 산업 육성계획’ 수립(‘08.12)
 - * 생산개발·수출·홍보 등 3개 분야에 5년간 140억 원 투 · 용자계획 발표
 - 떡 · 면류의 다양화, 소스 표준화 및 매뉴얼화 등 연구개발 확대
 - * ‘떡볶이 연구소(‘09.3월 건립)’을 떡볶이 연구의 메카로 육성
- (Outbound) 떡볶이 명칭 · 맛 등을 세계인이 친근하게 느끼도록 개발해 나가고, 대외 홍보도 강화
 - 외국인 입맛에 맞는 소스, 퓨전메뉴 등을 개발
 - 각종 국제 음식관련 행사에 참여하여 시식·설명회 등 추진
 - * 떡볶이의 국제적 명칭으로 ‘Topoki’ 선정

한식 세계화 추진체계

한식 세계화 추진단 및 자문단

한식 세계화 정책을 전략적 · 체계적으로 추진하기 위해 정부와 민간합동으로 ‘한식 세계화 추진단(이하, 추진단)’ 구성하였는데 농식품부 · 문화부 장관, 민간위원 1명을 공동단장으로 하고 관계부처 차관, 식품업계 CEO 등 민간위원으로 구성되어 있으며 위원 구성에는 재정부, 외교부, 지경부 등 관계부처 차관, 학계, 식품업계, 문화계, 일반경제계 인사, 농 · 어업인 등 총 36명이 참여하고 있다.

한식 세계화 전략 수립, 법 · 제도 정비, 세계화 추진 점검 등의 역할을 맡고 있으며 운영방식은 반기별 회의를 개최하여 부처별 · 과제별 추진상황을 점검하고 있다.

전문가 의견수렴을 위해 추진단에 자문단 2개 분과를 설치하고 있는데 1분과에서는 인프라, R&D, 인력양성 분야 자문을 받고 있고 2분과에서는 자금지원, 컨설팅, 홍보·수출분야 자문을 받고 있다.

추진단 역할 지원을 위해 농식품부내 T/F를 설치하고 농수산물유통공사에 사무국을 설치운영하고 있다.

한식 세계화 추진 TF팀 및 사무국

추진단 운영을 지원하기 위해 추진단 내에 ‘TF팀’을 설치·운영하고 있는데 농식품부 식품산업정책실장을 팀장, 관계부처 국장(재정부 정책조정국장, 외교부 문화외교국장, 문화부 관광산업국장, 농식품부 식품유통정책관, 지경부 무역정책관)을 팀원으로 총 6명으로 구성하고 있다. 이들의 역할은 안건 정리 등 추진단 운영 지원, 관계부처 실무간 정책조정, 정책과제 발굴, 부처별 추진과제에 대해 관리카드로 점검하여 추진단에 보고한다.

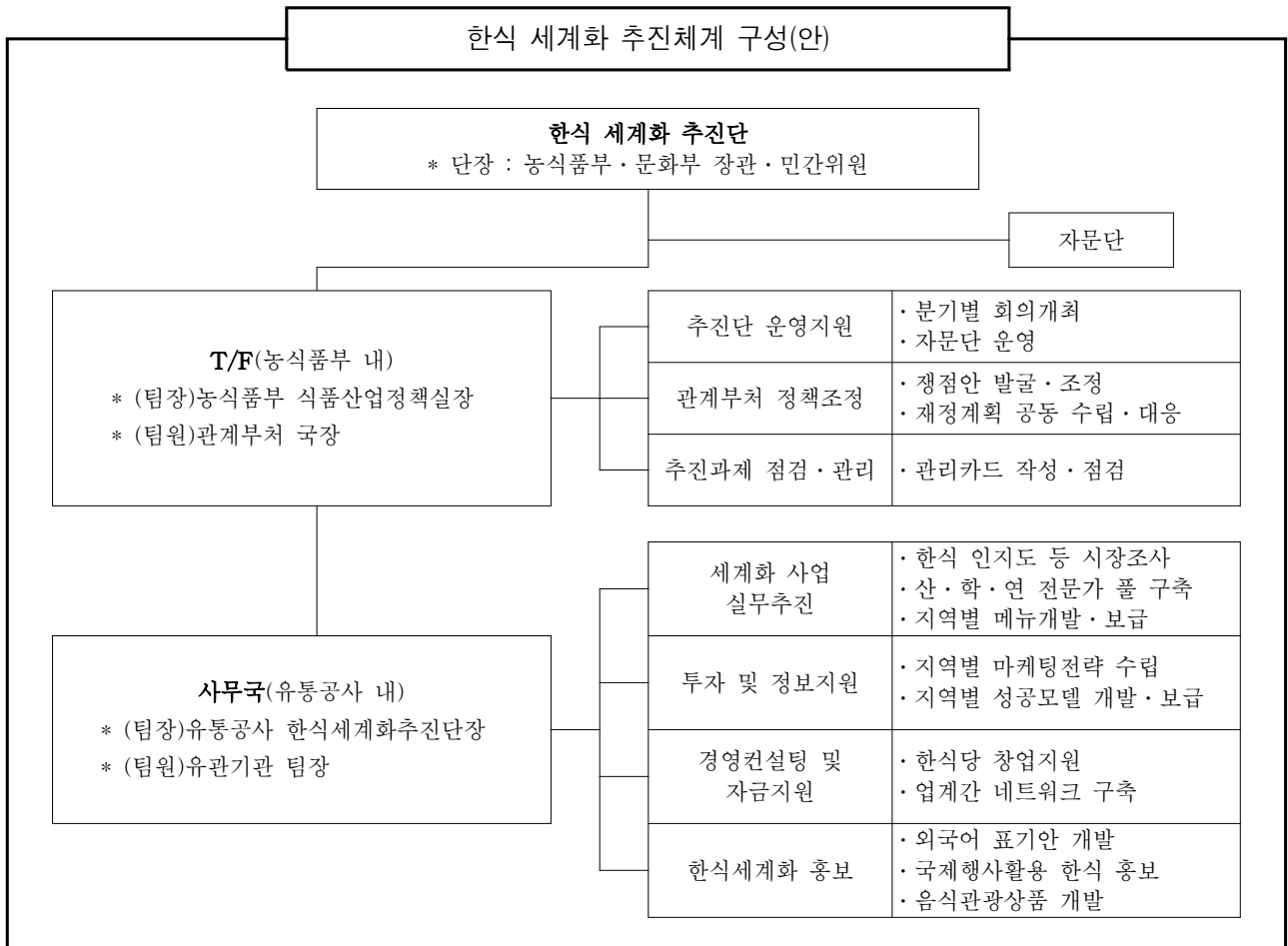
사업의 총괄 집행조직으로 농수산물유통공사 내에 ‘사

무국’ 설치하고 있으며 구성에는 농수산물유통공사 한식 세계화사업단장을 사무국 팀장으로 하여 Kotra·관광공사·국제교류재단 등 유관기관의 지원 하에 구성 및 운영하고 있으며 관계부처에서 추진하는 한식 세계화 사업을 총괄 집행, 신규사업 아이템 발굴 등에 역할을 맡고 있다. 한식 업체의 해외진출 지원사업에 중점적인 역할을 맡고 있다.

메뉴개발 R&D 지원, 지역별 마케팅 전략 수립, 성공 비즈니스 모델 개발, 창업자금 지원, 한식 브랜드 홍보 등을 담당하고 있다.

향후 추진일정

- ‘한식 세계화 추진계획(안)’을 확정('09.5)
- 법령 및 제도정비, 재정계획 수립 후 부처별·과제별로 추진



참고. 부처별 사업 추진계획 및 일정

전략분야	추진내용	추진일정	주관기관	협조부서	
1. 인프라 구축	① 법·제도 기반 구축 · 의식산업진흥법 제정 · 식생활교육지원법 제정 · 중소기업창업지원법 개정 · 관광진흥개발기금법 개정	'09.12월까지 '09.5월까지 '09.12월까지 '10.12월까지	농식품부 농식품부 지경부 문화부	- - 기재부, 증기청, 농식품부 기재부, 농식품부	
	② 자금제도 개편 · 식품산업종합자금제 실시 · 농식품 투자펀드 확대 · 농림수산업자신용보증법령 개정	'10.12월까지 '10.12월까지 '09.12월까지	농식품부 농식품부 금융위	기재부 기재부 농식품부	
	③ 정보포탈 사이트 구축	'09.8월까지	농식품부	외교부, 문화부	
	④ 식재료 공급 활성화 · 식재료 공동 물류센터 설치 · 국산 식재료 직거래 및 공동구매망 구축 · 표준 거래규격 설정 · 식재료 안전 공급 시스템 강화 · 수출보험 및 수출보증 지원 강화	'11.6월까지 '10.12월까지 '10.6월까지 '09년~ '09년~	농식품부 농식품부 농식품부 농식품부 지경부	지경부, Kotra 외교부, Kotra aT aT -	
	⑤ 한식 이미지 제고 · 한식 브랜드(BI) 정립 · 스토리텔링 발굴·DB화 · 한식당 종업원 서비스 교육 · 한식메뉴 조리법 표준화 · 외국어 명칭 표준화	'09.12월까지 '09.12월까지 '10년~ '09.12월까지 '09.12월까지	농식품부 농식품부 농식품부 농식품부 농식품부	문화부, 외교부 문화부 외교부, 문화부 문화부 외교부, 문화부	
2. 인력양성	· 전문 조리교육 추진 · 한식 조리 특성화대학 운영 · 해외 유명 요리학교에 한식강좌 개설 · 국제 한식요리 자격증 도입	'09년~ '10년~ '11년~ '10.12월까지	농식품부 농식품부 농식품부 농식품부	- 교과부 - 노동부	
	3. R&D 지원	· 식품산업 R&D 증강기 계획 수립 · 세계 김치 연구소 설립 · 산·학·연 전문가 풀 구성, 맞춤형 지원	'09.6월까지 '10.12월까지 '10년~	농식품부 농식품부 농식품부	교과부 - 교과부
	4. 기업투자 활성화	① 스타 한식당 · 특1급호텔 한식당 확대 · 스타 요리사 배출 · 고급 한식당 거리조성	'10년~ '09년~ '11.12월까지	문화부 농식품부 농식품부, 문화부	식품부 문화부 관광공사, 지자체
② 한식 브랜드 100 · 맞춤형 컨설팅 지원 · 프랜차이즈 성공모델 도출 · 프랜차이즈 전문인력 양성 · 프랜차이즈 창업보육센터 지원 · 해외 한식당 인증제 도입		'09년~ '09년~ '09년~ '10년~ '09.12월까지	농식품부, 지경부 농식품부, 지경부 농식품부, 지경부 농식품부, 지경부 농식품부	Kotra, aT Kotra, aT Kotra, aT Kotra, aT 외교부	
③ 한식의 해외진출 지원 · 국내외 식품전시회 참가 지원 · 해외 지사화사업 지원 · 수출인큐베이터 사업 · 수출기업화 사업 지원 · 보증브랜드 제도 지원 · 온라인 유통채널 활용 지원 · 프랜차이즈 해외진출 지원센터 지원 · 프랜차이즈 해외진출 가이드북 제작 · 분쟁사례집 발간 · 가맹사업 표준계약서 제작 · 진출전략 설명회 개최		'09년~ '09년~ '09년~ '09년~ '09년~ '10년~ '09년~ '09.11월까지 '09.12월까지 '09.11월까지 '09.10월까지	지경부, 농식품부 지경부 중기청 중기청 지경부 지경부 지경부 지경부, 농식품부 지경부 지경부 지경부, 농식품부	Kotra, aT Kotra Kotra Kotra Kotra - Kotra Kotra, aT Kotra - Kotra, aT	
① 국내 · 세계 1백만인 구전 네트워크 구축 · 농어촌체험기회 확대 · 한식문화체험관 지원 · 주요 외교행사시 한식홍보 · 재외공관 부임자 대상 한식교육		'09년~ '09년~ '11.12월까지 '09년~ '09년~	문화부 농식품부 농식품부 외교부, 문화부 외교부	농식품부 문화부 문화부 농식품부 농식품부	
② 해외 · 한식당 등 식품분야 한인 네트워크 구축 · 해외공중파 활용 한식홍보 · 인터넷 유포 허위정보 정정 · 주요 포털 키워드 광고 실시 · 한식 특별 광고 캠페인 · 주요 외교행사 계기 한식홍보 · 한식 서포터즈 1천명 모집 · 음식 관련 영화 등 제작 · 재외공관 활용 한식홍보 · 한식홍보 순회대사 제도 도입 · 해외문화원, 코리아플라자 활용 한식홍보 · 음식 관련 국제회의 유치 · 관광 전시박람회 활용 · 한식 관련 홍보물 제작 · 한식 테마의 관광상품 개발		'09년~ '09년~ '09~'10년 '09년~ '09년~ '10년~ '10년~ '11~'13년 '09년~ '10.12월까지 '10년~ '10년~ '09년~ '09년~ '09년~ '09년~	농식품부 농식품부 농식품부 문화부 문화부 외교부 농식품부 문화부, 농식품부 외교부 외교부 문화부 문화부 문화부 문화부 문화부 문화부, 농식품부 문화부	외교부 문화부 - - - 농식품부 외교부 - 농식품부 농식품부 농식품부 농식품부 외교부, 농식품부 농식품부 농식품부 관광공사, aT 농식품부	
5. 식문화 홍보					