

# 장소성을 이용한 총무공이순신 향토음식브랜드개발 사례분석

## A Case Analysis of Development Native Food Brand Admiral Yi, Sun-sin using Placeness

최석

전남대학교 시각정보디자인학과

Souk Choi(choiss@chonnam.ac.kr)

### 요약

문화콘텐츠시대에서 다양한 소재 개발은 문화산업의 풍부한 콘텐츠를 제공하는데 매우 유용하다. 다양한 소재 가운데서 역사적, 문화적으로 검증된 소재를 조직화하고 특화하여 다른 분야와의 연계는 보다 많은 가능성을 생산하고 있다. 본 연구는 역사적 인물과 음식을 통하여 그 장소에 대한 아이덴티티를 강화하려는 목적을 갖고 있다. 이러한 방안으로 인물이 가지고 있는 역사적 사실에 기초한 장소성을 기반으로 음식 문화와 연계하여 그 범위와 성격을 보다 확장하는 유용한 방식에 대한 고찰이다. 장소적 범위는 이순신장군과 역사·문화적 관련성을 갖고 있는 장소를 중심으로 향토음식개발을 시도한 지역으로 대상을 한정하였다.

따라서 본 연구는 지역을 대표하는 역사적인 인물콘텐츠의 범주를 확대 생산하여 지역적 아이덴티티를 구축하고, 향토음식브랜드개발 및 활성화에 대한 효과적 방향 설정에 기여하고자 하였다.

■ 중심어 : | 장소성 | 이순신 | 향토음식브랜드 | 콘텐츠 |

### Abstract

In the era of cultural contents, developing diverse materials is very useful in providing abundant contents of the cultural industry. Among diverse materials, systematizing and specializing materials that have been verified historically and culturally, and linking them with other fields are creating more possibilities. This study is a contemplation on useful methods that expand the range and characteristic by linking with the food culture, based on the placeness that comes from historical facts possessed by the figure. As for the range of the place, the focus was put on the places that are related to Admiral Yi, Sun-sin historically and culturally, and regions that attempted native foods development were selected.

Therefore, this study attempted to establish regional identities and contribute to setting effective directions for developing and vitalizing native food brands, by expanding the category of the contents of the historical figure who represents the region.

■ keyword : | Placeness | Yi, Sun-sin | Native Food Brand | Contents |

\* 본 논문은 2010년도 전남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었습니다.

## I. 서론

본 연구는 역사적 기초에 근거하여 역사적, 문화적 연속성과 기억을 갖는 장소에서 콘텐츠 개념을 대입하고, 이를 계승하기 위하여 개발한 향토음식브랜드개발 사례와 관련한 연구이다.

지역의 다양한 장소자산 중 주요한 자원의 하나가 지역 음식 문화자산이다. 음식은 그 지역 또는 국가의 문화를 대변하는 중요한 자원이 되고 있다. 음식을 통해 국가나 지역의 이미지를 강화할 수 있고, 경제를 활성화시킬 수 있는 중요한 자산이다. 급속한 변화 속에서 점차 그 특성을 잃어가는 지역의 향토음식의 맛과 잊혀져가는 이야기를 발굴하여 지역의 주요 아이덴티티를 구축하는 것과 동시에 차별화되는 하나의 문화코드로 자리매김하는 것이 필요하다. 근래에 접어들어 정부에서 ‘한식의 세계화’방안에 대한 목표를 수립하고 이와 관련하여 한식 세계화 프로젝트 등을 추진하고 있는 것은 매우 고무적이다. 그러나 충분한 계획이 수반되지 못하여 문제점들이 도출되거나, 실패하는 사례가 다수 발생되고 있는 것이 현실이다. 이 같은 현실에서 본 연구는 음식문화와 관련하여 이순신장군의 역사적 위업을 기리고, 문화콘텐츠의 다양성을 확보하기 위한 방법의 하나로 개발된 충무공이순신장군과 관련한 향토음식브랜드개발에 관한 내용이다.

연구의 목적은 역사적 인물과 시간의 흐름 속에서 형성되어 역사적, 문화적 연계성을 갖는 곳에서 음식을 통하여 그 장소에 대한 아이덴티티를 강화하는 목적을 갖고 있다. 또한 역사적, 문화적 연계성을 통하여 그 지역이 가진 문화적 자원을 방문객에게 전달하고 그 장소에서만 느낄 수 있는 경험을 통해 경제적 부가가치를 창출하려는 브랜드개발 사례에 대한 고찰이다. 장소적 범위는 충무공이순신장군과 역사·문화적 자산을 갖고 있는 지역에서 향토음식브랜드개발을 시도한 지역들이다.

연구방법으로는 문헌연구 및 선행연구 분석을 토대로 향토음식과 관련한 일반적인 인식에 대한 조사 및 브랜드개발을 실시한 사례를 분석한 후 활성화 방안을 예시적으로 제안하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 장소성의 개념

장소(place)는 ‘물리적 공간 환경과 그 속에 살아가는 사람들 및 그들의 활동, 사람과 환경간의 오랜 상호작용 속에서 문화적으로 형성된 고유성 역사성 정체성 다중성을 띤 총체적실체[1]로 장소성(sense of place)을 활용한 브랜드설정 및 장소마케팅수립에 있어 핵심이 된다.

사람들이 장소를 전통과 역사 그리고 경험을 통해 기억하는 것과 마찬가지로 장소도 사람의 삶의 방식과 생활 습관에 영향을 미친다. 장소는 스토리의 소재가 되기도 하지만, 또한 문화적 기억의 중심점이 되는 유물들을 간직하고 있기 때문에 사람들에게 문화적 기억을 상기시키는 것이 가능하다. 장소는 기억을 구체화시키는 공간이며 사람들의 기억을 공고히 해주는 증거가 될 수 있을 뿐 아니라 장기적인 지속성을 갖기 때문에 사람들이 장소를 방문하여 역사와 문화를 느끼고 체험하는 것이 가능하다. 아스만은 르네상스시대의 인문학자들이 고대 그리스 로마의 유적으로 교양 기행을 다니면서 과거의 정신적인 유산을 경험한 사례를 통해 이를 설명하고 있다[2].

장소가 시간의 흐름과 사건의 생성·변화의 관점에서 열려진 공간인 것처럼, 장소성 또한 과거 지향적이거나 고정된 것이 아니라 과거의 누적된 행동과 경험에 대한 이해와 현재의 수요 및 미래의 기대를 충족시키는 방향에서 새롭게 창조될 수 있는 양방향적 성격을 지닌다. 장소성은 우리를 둘러싼 문화 체계들 속에서 형성되고 끊임없이 변형되는 것이며 관점에 따라 달리 해석될 수 있다[3].

과거로부터 이어져 내려온 증거나 장소에서 찾을 수 있는 여러 가지 흔적에 의미가 함축되어 있는 것을 문화적 기억이라고 하는데, 이러한 고유한 문화적 기억을 장소는 내재되어 있기 때문에 장소를 통해 읽어내는 것이 가능하다. 설령 고유한 기억을 가지고 있지 않더라도 장소는 인간의 기억능력에 비해 더 많은 것을 기억할 가능성이 있기 때문에 문화적 기억의 공간들을 재구성하는데 중요한 의미를 지니고 있다[4].

## 2. 인물 콘텐츠의 개념

인물을 포함한 다양한 형태의 문화콘텐츠에 대한 관심은 문화적 원천 및 정체성에 대한 고민과 경제적 부가가치에 대한 주목에서 출발하게 되었다. 인물콘텐츠는 특정 인물을 매개로 일반적으로 알고 있는 문화적 기억을 활용하여 소통을 시도한다. 주로 어떤 특정한 스토리가 사람들에게 인지되고 이를 계기로 재생산과 확대재생산의 과정을 형성하게 된 경우가 대부분이다. 재생산과 확대재생산의 과정에서 정체성은 그 근간을 이루며 전통성과 역사성은 중요한 바탕으로 작용된다. 전통성과 역사성을 지닌 인물을 활용한 콘텐츠개발은 지역의 역사성·전통성·고유성을 기반으로 하며 향토민들의 정서적인 경험 혹은 실체적인 감성을 기반으로 하기 때문에 문화콘텐츠 소재로서의 성장 가능성이 매우 크다고 볼 수 있다[5].

문화콘텐츠시대에서 다양한 소재 개발은 문화산업의 기반이 되는 풍부한 콘텐츠를 제공하는데 매우 유용하다. 다양한 소재 가운데서 역사적, 문화적으로 검증된 소재를 조직화하고 특화하여 다른 분야와의 연계는 보다 많은 가능성을 생산해 낼 수 있다. 이러한 연계방안의 하나로 인물이 가지고 있는 스토리나 역사적 사실을 체험하고 그러한 체험들이 공유되면서 하나의 장소성이 형성되고 문화와 결합되었을 때 또 다른 형태의 다양한 콘텐츠와 결합이 가능하고, 그 범위와 성격을 보다 확장하는데 유용한 방식이 될 수 있다.

## III. 충무공 이순신과 향토음식브랜드

### 1. 충무공 이순신과 콘텐츠 연계

지역의 정체성을 확보하기 위하여 인물 콘텐츠를 활용한 사례는 매우 많다. 특히 역사적 근거를 바탕으로 한 유산을 계승하고 발전시키기 위한 노력과 문화적 자원으로의 적극적인 활용에 기인하는 경우가 대부분이다. 특정 인물과 관련하여 국내의 자치단체에서 실시하고 있는 축제 및 문화행사들은 그 지역이 가지고 있는 문화유산임을 증명하고 지역민들의 소속감을 확장함과 동시에 경제적 부가가치를 창출하기 위한 방안들이다.

이러한 문화축제행사들은 주로 특정한 장소를 배경으로 지역적 고유성과 공간적 정체성을 홍보하고, 이를 계기로 그곳을 방문을 하게 되면서 특정한 경험을 하게 된다. [표 1]은 충무공 이순신과 관련하여 국내의 각 자치단체에서 실시하고 있는 다양한 형식의 축제 및 문화행사들이다.

표 1. 개최시기별 충무공 이순신관련 축제현황

| 명 칭             | 개최일시<br>(호시)        | 축제 개요                                     | 장 소     |
|-----------------|---------------------|---|---------|
| 진해군항제           | 3월말-4월 초<br>(1963년) | 1952년 국내 최초 이순신장군 동상을 세워 정신계승과 문화축제로 발전   | 창원시 진해구 |
| 충무공 이순신 탄생 기념축제 | 4월 말경<br>(1997년)    | 충무공 이순신 탄생 기념축제                           | 서울시 중구  |
| 아산 성웅 이순신축제     | 5월 초순<br>(1961년)    | 충무공의 위업을 계승하고자 탄신일을 기준으로 개최               | 아산시     |
| 여수 거북선축제        | 5월 초순<br>(1967년)    | 이순신 장군의 구국정신 선양과 호국 충절을 기림                | 여주시     |
| 옥포 대첩 기념제전      | 6월 중순<br>(1963년)    | 최초의 승첩을 거둔 옥포대첩을 기념하기 위해 열리는 지역 축제        | 거제시     |
| 고성 당항포 대첩축제     | 7월 초순<br>(1998년)    | 당항포에서 충무공 이순신의 탄생과 당항포대첩을 기념하는 행사         | 경남 고성군  |
| 통영 한산대첩 축제      | 8월 초순<br>(1962년)    | 한산대첩을 기념하고, 충무공의 정신을 받들기 위하여 만들어진 축제      | 통영시     |
| 명량대첩 축제         | 10월 초순<br>(2005년)   | 명량대첩 현장인 울돌목(명량해협)에서 승전을 기리는 축제           | 해남군진도군  |
| 남해 이충무공 노량해전승첩제 | 10월-11월<br>(2001년)  | 충무공이 전사한 임진왜란 마지막 전투인 노량해전에서 호국정신계승을 위한축제 | 남해군     |

이와 같은 지역적 고유성과 장소성에 근거하여 이순신장군과 향토음식과의 연결 관계에 대한 가설을 설정했을 때, 이에 대한 역사적 근거를 필요로 한다. 아쉽게도 이순신장군이 드셨던 식단을 정확히 기록한 자료는 없다. 그러나 그 시대에 음식문화와 관련하여 기록되어진 자료들과 이순신장군의 문중이나 지역에서 전통적으로 전해져 내려오는 구전을 통한 단서들에서 단초를 제공하고 있다. 역사·문화적 관련성을 가장 많이 갖고 있는 지역으로 역사적 근거에 기초하여 충무공 이순신장군과 연계한 향토음식브랜드개발을 시도한 지역을 살펴보면 다음과 같다.

충남 아산은 이순신장군이 1552년 8세 때 어머니의

고향인 충남 아산으로 이사를 하여 청소년기를 보냈던 곳이다. 1576년 32세가 되던 해에 식년무과(武年武科)에 급제하여 함경도 변방의 동구비보 권관을 부임하기까지 아산에서 살았다. 그리고 사후에 사당이 건립되었으며, ‘현충사’란 액자가 하사되었다. 아산에서는 현재 이순신장군의 탄생일인 4월 28일을 전후하여 위업을 계승하고자 ‘성웅이순신축제’를 개최하고 있다. 뿐만 아니라 이순신장군의 종갓집 후손들이 있으며, 덕수 이씨 종친회가 제사를 담당하고 있다.

경남 통영은 왜군을 크게 무찌른 한산대첩의 유서 깊은 곳이다. 또한 선조26년~30년(1593~1597년)까지 조선 수군의 본영으로, 바다를 장악하여 국난을 극복한 중심지이기도 하다. 통영의 한산도는 당포승첩 후 왜적과 접전하여 적을 섬멸시키고, 해상권을 장악하는 동시에 적의 사기와 전의에 큰 타격을 준 곳이기도 하다.

전남 여수는 이충무공이 생애 가운데 전라좌수영과 8년간(1591~1598년)인연을 맺은 곳이다. 47세의 나이에 전라좌수사가 되어 여수의 선소에서 거북선을 건조하였고, 임진왜란이 일어난 뒤에 본가는 부인에게 맡기고 77살의 노모(번씨부인)를 아산에서 전라좌수영 근교(현 여수시 웅천동 송현부락)에 모시고 극진히 보살피는 등 많은 발자취를 찾아 볼 수 있다[6].

2. 향토음식에 대한 인식조사

향토음식은 지역의 특산물을 이용하여 그 지역에서 고유하게 전승되어 온 방법으로 조리하거나 다른 지역의 음식과 차별성이 나타나는 것을 말한다. 또한 향토음식은 지리적 특성과 문화적 독특함에 의해 구축된 그 지역의 산물이다. 이러한 향토음식을 브랜드로 개발할 경우 향토음식에 대한 소비자인식의 정확한 이해가 선행되어야 할 것이다. 이를 위하여 일반적 인식을 조사하였다.

조사 지역은 여수시에 소재한 주요 관광지와 여수시청 등에서 관광객과 일반인을 대상으로 직접 면담을 통한 설문지법으로 조사하였다. 설문지 500부중에서 확보한 유효 설문지 476부를 대상으로 분석하였다. 응답자의 일반적 특성은 [표 2]와 같다.

표 2. 표본자료 인구 통계적 특성(n=476)

| 구분       | 항목        | 빈도  | 비율 (%) | 구분   | 항목     | 빈도  | 비율 (%) |
|----------|-----------|-----|--------|------|--------|-----|--------|
| 성별       | 남성        | 140 | 29.4   | 결혼유무 | 기혼     | 351 | 73.7   |
|          | 여성        | 336 | 70.6   |      | 미혼     | 125 | 26.3   |
| 연령       | 20대       | 72  | 15.1   | 학력   | 중졸이하   | 5   | 1.1    |
|          | 30대       | 180 | 37.8   |      | 고졸     | 49  | 10.3   |
|          | 49대       | 164 | 34.5   |      | 전문대졸   | 207 | 43.5   |
|          | 50대       | 56  | 11.8   |      | 대졸     | 182 | 38.2   |
|          | 60대이상     | 4   | 0.8    |      | 대학원졸   | 33  | 6.9    |
| 직업       | 회사원       | 76  | 16.0   | 거주지  | 여주시    | 171 | 35.9   |
|          | 공무원       | 118 | 24.8   |      | 전라남도   | 65  | 13.7   |
|          | 전문직       | 51  | 10.7   |      | 광주광역시  | 49  | 10.3   |
|          | 교원        | 22  | 4.6    |      | 전라북도   | 29  | 6.1    |
|          | 자영업       | 67  | 14.1   |      | 경상남,북도 | 56  | 11.7   |
|          | 전업주부      | 84  | 17.6   |      | 충청남,북도 | 13  | 2.7    |
|          | 학생        | 22  | 4.6    |      | 경기도    | 38  | 8.0    |
|          | 무직        | 7   | 1.5    |      | 서울특별시  | 46  | 9.7    |
|          | 기타        | 29  | 6.1    |      | 기타     | 9   | 1.9    |
| 연간소득(만원) | 1000이하    | 27  | 5.7    | 여행횟수 | 없음     | 61  | 12.8   |
|          | 1000~2000 | 46  | 9.7    |      | 년1~2회  | 165 | 34.7   |
|          | 2000~3000 | 91  | 19.1   |      | 년3~4회  | 139 | 29.2   |
|          | 3000~4000 | 133 | 27.9   |      | 년5~6회  | 46  | 9.6    |
|          | 4000~5000 | 104 | 21.8   |      | 년7~8회  | 8   | 1.7    |
|          | 5000이상    | 75  | 15.8   |      | 년8회 이상 | 57  | 12.0   |

조사를 위한 질문내용은 다음과 같다. ‘향토음식에 관한 정보는 주로 어떤 매체를 통하여 얻습니까?’에 대한 질문에서는 ‘주변 사람들’이라는 답변이 66.4%로 가장 높게 나타났다[그림 1].

‘향토음식을 선택할 경우 중요하다고 생각하는 부분은 무엇입니까?’에 대한 응답은 ‘전통적인 지역의 맛’63.9%, ‘우수한 식재료’17.7%, ‘현대인의 기호’9.2%의 순으로 나타났다[그림 2].

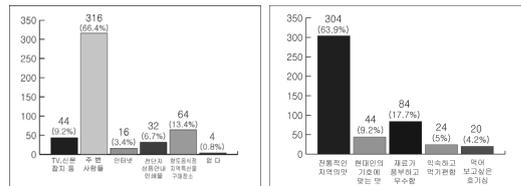


그림 1. 정보 매체(n=476) 그림 2. 선택기준(n=476)

‘각 지역들의 향토음식이 차별화(재료, 특성, 맛)에 대하여 잘 알고 있습니까?’에 대한 응답은 보통이다 47.1%, 전혀 모른다10.1%, 매우 잘 안다17.6%로 나타났다

으며[그림 3], ‘향토음식의 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?’에 대한 응답으로는 맛의 차별화부족49.6%, 대중성의 부족19.3%, 현대인의 기호에 부적합18.5%의 순으로 나타났다[그림 4].

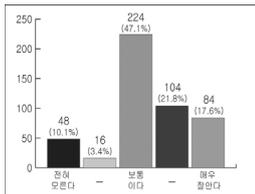


그림 3. 차별화(n=476)

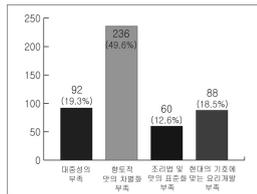


그림 4. 문제점(n=476)

‘향토음식의 계승·발전을 위하여 가장 중요하게 생각하는 것은 무엇입니까?’에 대한 응답으로 타 지역과의 차별화65.6%, 새로운 요리개발18.5%, 전통 그대로 10.1%순으로 나타났다[그림 5].

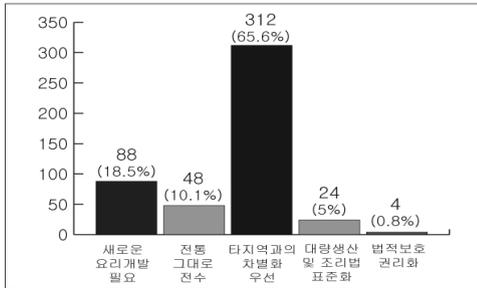


그림 5. 향토음식 발전을 위한 중요도(n=476)

‘향토음식을 브랜드화 할 경우 가장 우선적으로 관리되어야 할 항목별 중요도에 대해 체크 하세요.’란 질문에 ‘매우중요하다’는 단순답변비율은 위생·안전성 78.1%, 지속적인 홍보68%, 향토음식의 산업화62.1%, 재료 및 맛의 차별화58.8%, 메뉴의 다양화42.9%, 실내·외 및 용기 디자인31.1%의 순으로 나타났다[그림 6].

이와 같은 소비자의식 조사를 통해 도출된 결과는 다음과 같다. 향토음식에 관한 정보는 ‘주변 사람들’을 통하여 얻고, 향토음식을 선택할 경우 ‘전통적인 지역의 맛’을 가장 중요하다고 생각하고, 향토음식의 문제점으로는 ‘맛의 차별화부족’을 들고 있다. 또한 향토음식의 계승, 발전을 위하여 가장 중요하게 생각하는 부분은 ‘타 지역과의 차별화’와 ‘지속적인 홍보’순이고, 브랜드

화 할 경우 우선적으로 관리되어야 할 항목별 중요도에서는 ‘위생·안전성’을 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타나 이에 대한 충분한 이해 속에서 전략적인 접근이 이루어져야 할 것이다.

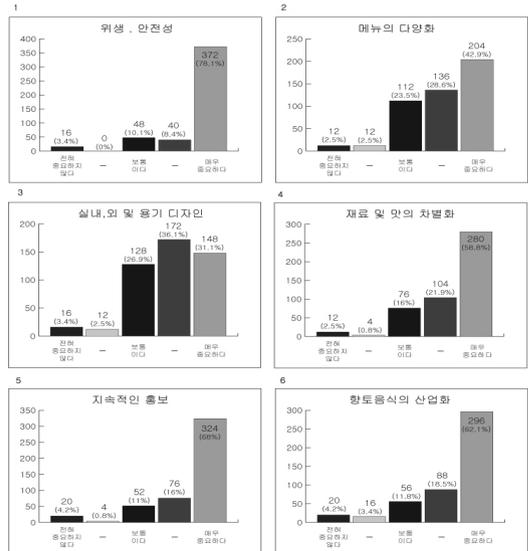


그림 6. 향토음식브랜드 개발 중요도(n=476)

### 3. 총무공 이순신과 향토음식브랜드개발 사례

이순신장군과 당시 조선수군이 먹었던 음식을 역사성, 향토성에 근거하여 개발하여 체계화 시키고, 브랜드를 개발하는 것은 그 목적을 강화하는데 매우 필요한 시도들이다. 이러한 향토음식의 브랜드화를 시도한 곳은 이순신장군과 역사·문화적 연관성을 가지고 장소성에 근거하여 식단을 개발한 사례를 개발순서별로 살펴보면 다음과 같다.

#### 3.1 전라북도 부안군

자치단체 중에서 이순신장군과의 장소성에 근거하여 가장 먼저 향토음식의 브랜드화를 시도한 곳은 전북 부안이다. 부안은 변산면 궁항 및 격포항을 주 무대로 진행 했었던 KBS 대하 드라마 “불멸의 이순신”(2004) 촬영지로 장소성을 가지게 되었다. 촬영에 맞춰 관광객이 급증하자 이를 계기로 소득 향상을 위하여 2004년도에 총무공 상차림 표준 메뉴를 개발하였다. 지역 생산물로

3첩 반상(조선수군 밥상), 5첩 반상(조선장군 밥상), 7첩 반상(충무공 밥상), 12첩 반상(임금수라상)이렇게 ‘충무공 상차림’ 4가지 메뉴를 개발하여 부안 영상테마파크 주변 업소에서 운영하고 있다. 그러나 업소별 상차림이 제각각이고, 사후관리가 잘 이뤄지지 않고 있다.

### 3.2 경상남도, 통영시

경상남도는 지난 2006년부터 이순신 장군 세계화 사업 등 세부사업 57개 사업에 총 1천500억원 이상을 투입하는 ‘이순신 프로젝트’를 추진하였다. 그중 하나가 ‘이순신밥상’복원사업이다. 경상남도는 이순신 밥상이 갖는 역사적 정체성을 확보하고 완벽한 고증·복원을 위해 전통음식 전문가들과 사학자 등을 주축으로 자문위원회를 구성하여 단계별로 밥상을 개발하였다.

표 3. 조선 수군 식단

| 수군 전투 시   |  | 수군 평상 시                                      |   |
|---|--|--|---|
| 상차림 음식  | 기타 음식  | 상차림 음식                                       | 기타 음식   |
| 주먹밥<br>통영<br>비빔밥<br>산나물밥                                  | 콩가루주먹밥<br>된장주먹밥<br>굴밥<br>다시마밥<br>미역밥<br>산나물죽   | 쌀밥<br>홍합미역국<br>붕충찜<br>산갓침채                   | 청어국<br>볼락어젓<br>방풍나물<br>다시마좌반<br>청어젓<br>무염침채                         |
| 수군 훈련 시   |  | 수군 전투승리 후                                    |   |
| 상차림 음식  | 기타 음식  | 상차림 음식                                       | 기타 음식   |
| 보리밥<br>와각탕<br>청어구이<br>과동과                                 | 도라지썩국<br>팽게밥<br>전계야법<br>해탕<br>전작<br>전복쌈<br>장짬지 | 석화죽<br>송어전<br>설하떡<br>육포 (사슴고기)<br>약과         | 칠할개<br>개장국<br>누르미<br>생치편포<br>별미(죽편)<br>대합회<br>침떡<br>중편<br>송고병<br>소주 |
| 중앙관리 접대 음식  |  |  |   |
| 상차림 음식  |  | 기타 음식  |   |
| 태면<br>연육탕<br>수어찜<br>대합구이<br>대구껍질<br>누<br>르미<br>동아선<br>외화채 | 감자반<br>팽고기김치<br>침백채<br>수박<br>육포 (사슴고기)<br>과하주  | 어란<br>토란줄기김치<br>대구껍질<br>송어만두<br>삼색어일탕<br>해삼전 | 상화병<br>유자단자   |

자료출처: 경상남도 경남관광 길잡이

통영은 이순신장군이 삼도수군통제사로 근무했던 곳으로 3면이 바다에 접해 있었기에 해산물이 풍부하여

이를 이용한 전통 향토음식들이 많이 발달하였다. 따라서 이순신장군도 다양한 향토음식들을 드셨을 것으로 예측된다. 향토음식들의 특징은 변질을 막기 위해 음식의 간은 대체로 짜고 매운 편이며 소금에 절인 생선이나 젓갈류가 많이 보급되었다. 또한 통영은 일반식에서도 생선, 어패류, 해초류 등을 많이 이용하였을 뿐만 아니라 관혼상제 행사에도 해산물을 많이 사용하였다. 따라서 통영에서는 풍부한 향토음식을 바탕으로 조선전기 식재료와 양념과 조리법에서 근거하고 있다.

표 4. 이순신장군의 생애와 연관 있는 음식

| 백의종군 시                      |                            | 병상 시   |                          |
|-----------------------------|----------------------------|--|--------------------------|
| 상차림 음식                      | 기타 음식                      | 상차림 음식   | 기타 음식                    |
| 보리밥<br>연포탕<br>고사리나물<br>과동침채 | 썩국<br>재첩국<br>고사리들깨국<br>취나물 | 뽕쌀죽방<br>수포탕<br>더덕좌반<br>과동침채                                    | 타락죽<br>삼합미음<br>기방<br>약대구 |
| 즐거 드시던 음식                   |                            |  |                          |
| 상차림 음식                      |                            | 기타 음식  |                          |
| 장국밥<br>어육각색간편<br>장김치<br>멸치젓 |                            | 양탕<br>육산적<br>홍박국수<br>고추부각조림<br>고등간장조리<br>무청장아찌<br>얼린무장아찌<br>제주 |                          |

자료출처: 경상남도 경남관광 길잡이

표 5. 이순신장군의 부임지 향토음식

| 삼도수군통제사 부임지 향토음식   |  |   |  |
|--|--|---|--|
| 멍게비빔밥<br>충무김밥<br>해물비빔밥<br>툇나물밥<br>전복죽<br>뱅어국<br>해물탕<br>상사리국<br>명란젓찌개<br>민어찌개 | 생멸치찌개<br>전복김치<br>고구마순김치<br>돌나물물김치<br>볼락무김치<br>방풍탕명채<br>개조개유곽<br>가지미조림<br>장어구이<br>해삼통지침 | 홍합초<br>생멸치전<br>굴찜<br>멸치회<br>멍게회<br>문어회무침<br>피조개회<br>멍게튀김<br>미역튀김<br>점복장아찌 | 전어밤젓<br>대구모젓<br>어리굴젓<br>홍합젓<br>유자침떡<br>비빔떡<br>통영약과 |
| 전라좌수사 부임지 향토음식   |  |   |  |
| 백합죽<br>미역수제비<br>바지락수제비<br>매생이국<br>고들빼기김치<br>돌산갓김치<br>청각김치                    | 꽃마늘김치<br>청각나물<br>콩나물물무침<br>툇두부무침<br>무나물<br>박나물<br>굴구이                                  | 굴전<br>홍합꼬치<br>서대찜<br>서대회<br>우렁이찜<br>가오리회<br>전어회무침                         | 홀두기젓<br>전어속젓<br>볼락구이<br>굴젓<br>꽃게장<br>벌떡게장          |

자료출처: 경상남도 경남관광 길잡이

‘이순신밥상’복원사업 1단계로 충무공과 조선 수군이 즐겨 먹던 전시음식을 기본으로 훈련 때, 출전 전·후, 전쟁 승리 후, 병(病)중 음식을 고증·복원하고, 통제영 소재지였던 통영과 전남 여수의 향토음식과 충남 아산의 덕수 이씨 종가 음식을 기초로 식단과 요리법

그리고 다음 단계로 개발된 식단을 상품화하여 통영에 ‘이순신 밥상’ 1호점인 ‘통선재’를 개점하였다. 그러나 홍보 및 경제적인 요인 등 여러 가지 이유로 폐점하여 새로운 곳에 개설을 추진하고 있는 상황이다.

### 3.3 전라남도 여수시

여수는 임진왜란당시 삼도수군통제영과 전라좌수영 본영입과 동시에 거북선을 만든 성지로서, 이순신 장군과 조선 수군이 먹었던 식단을 개발하여 여수의 대표 음식으로 육성 발전시키고자 개발하였다. 여수는 이순신장군이 전라좌수영과 인연을 맺어 8년을 보낸 곳이다. 그리고 다른 지역에서 찾아보기 어려운 갯 김치 그리고 고들빼기, 서대회, 서대찜, 참장어회, 금풍쟁이, 노래미탕, 해물탕, 문어, 피문어죽 등 싱싱한 해산물이 주를 이룬다. 그리고 여수에서는 내려오는 구전에 의하면, 향토음식이기도 한 서대회와 갯 김치와 함께 임진왜란당시에 수군들은 풍년이 든 금풍쟁이를 자주 먹었다고 전해진다. 뿐만 아니라 조선 수군들은 보리밥과 쌀밥을 적당한 비율로 섞어 주먹밥을 만들어 이동할 때나 배에서 전투할 때 먹었다고 이순신장군이 집필한 ‘난중일기’에 기록되어 있다[7].

재현된 이순신밥상은 ‘조선 수군밥상’과 ‘전라좌수사 밥상’, ‘경상우수사 밥상’, ‘삼도수군통제사 밥상’이렇게 4종으로 상차림 표준 메뉴는 [표 6]과 같다.

표 6. 여수 이순신 밥상 상차림

| 수군 밥상          |        | 전라좌수사 밥상 |          |
|----------------|--------|----------|----------|
| 전투 중           | 평상시    | 김치       | 무겨자 김치   |
| 갯입쌈 주먹밥 또는 파래죽 | 장국밥    | 젓갈       | 교침해      |
|                | 금풍쟁이구이 | 숙육       | 서대회 겨자무침 |
|                | 빈대떡    | 찌개       | 여수탕국     |
| 어포             | 편육     | 나물       | 함초무침     |
|                | 어포     | 구이       | 금풍쟁이구이   |

|          |             | 마른 찬          | 동백나무잎 부각 |
|----------|-------------|---------------|----------|
| 경상우수사 밥상 |             | 삼도 수군통제사 밥상   |          |
| 김치       | 백옥이 소박이     | 국             | 백개탕      |
| 젓갈       | 멍게젓(우렁뱅이 젓) | 김치            | 갯 물김치    |
| 회        | 바다 장어회      | 젓갈            | 어리굴젓     |
| 찌개       | 해물뚝배기       | 숙육            | 해초전      |
| 나물       | 툇두부무침       | 찌개            | 해물뚝배기    |
| 마른 찬     | 다시마 자반(전곽밥) | 나물            | 고시래기 무침  |
| 구이       | 맥적          | 회             | 생 멸치회    |
|          |             | 쌈             | 갯입쌈      |
|          |             | 구이            | 볼락구이     |
|          |             | 맑은 조치(국 또는 찜) | 삼하탕      |
|          |             | 토장 조치(국 또는 찜) | 서대찜      |
|          |             | 좌반            | 약대구      |

자료출처: 여수시 연구보고서 -충무공 이순신장군 밥상 재현을 위한 연구-

[표 6]에 표기된 ‘여수 이순신밥상’의 경우, 상차림을 개발하는데 있어 이순신장군과 수군이 당시에 어떤 음식을 먹었는지는 임진왜란 당시 집필한 ‘난중일기’에 서의 기록과 임진왜란 당시에 작성된 ‘미암일기’와 임진왜란이 끝난 후 집필된 안동장씨의 ‘음식디미방’에 나온 음식재료들과 조리법에 기초하고 있다[9]. 식단 개발 후 관내 4군데 업소를 지정하고 판매업소 영업주와 조리장을 대상으로 운영철학과 조리법까지 교육했으나, 관련한 상표등록이 이루어지지 못해 추가사업 진행 및 사후관리 부족으로 인하여 그 효과는 미미하다.

### 3.4 충청남도

충청남도 농업기술원은 지역의 역사와 문화를 반영하여 ‘현충 밥상’, ‘추사 밥상’, ‘몽유도원도 밥상’, ‘무령왕 수리’, ‘상록수 밥상’ 이렇게 5종의 ‘충남 명품밥상’을 개발하였다[표 7]. 충남명품밥상은 충남을 터전으로 한 역사와 문화 그리고 인물들의 이야기를 모티브로 스토리텔링한 밥상이다. 이순신장군이 젊었을 때 아산에서의 식단은 당시 충청도나 경기도에서 유행했던 음식에서 유추가 가능하고, 문중에서 오래 전부터 유래되어 왔던 음식으로 고춧가루가 들어 있지 않는 육개장 같은 장국밥과 굴젓을 들 수 있다.

표 7. 현충법상 상차림

| 위풍당당 현충법상 상차림 |        |            |
|---------------|--------|------------|
| 오곡밥           | 귀류탕    | 설하명방(雪下覓方) |
| 시래기나물         | 호박고지나물 | 적어총법(炙漁總法) |
| 동지            | 추수로    | 호박설기       |
| 백설기           | 썩설기    |            |

자료출처: 충청남도농원기술훈

‘현충법상’은 이순신 장군의 ‘난중일기’ 내용을 토대로 하여 개발하였는데, 전쟁 상황이라 음식의 가짓수를 줄였으며 음식에 영양가가 충분히 들어갈 수 있는 보양식 위주의 식단으로 웅맹스러운 장군의 이미지를 표현하였다. 난중일기에 자주 등장하는 떡은 조리법이 쉬워 전쟁 상황과 잘 맞는 설기떡으로 설정하는 등 난중일기를 바탕으로 텍스트에 충실한 콘텐츠를 발굴하였다 [10].

지금 까지 살펴본 향토음식브랜드개발 사례는 지리적 특성과 역사·문화자원 그리고 자치단체의 브랜드에 대한 인식의 변화 등에서 출발하고 있다.

표 8. 상표법 상표등록을 받을 수 없는 상표(요약)

| 상표법 상표심사기준 제3장 20조 |  |
|--------------------|--|
| 제20조               | 저명한 타인의 성명·명칭 또는 상호·초상·서명·인장·아호·예명·필명 또는 이들의 약칭을 포함하는 상표             |
| 제20조               | 선출원에 의한 타인의 등록상표(지리적 표시 등록단체표장을 제외한다)와 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 상표 |
| 제20조               | 국내 또는 외국의 수요자간에 특정 지역·특정인의 상품을 표시한다고 인식되어 있는 상표와 부정한 목적을 가지고 사용하는 상표 |

자료출처: 특허청 상표심사기준

브랜드를 출원함에 있어 법률적 측면으로 특허청에 이미 출원되었거나 등록된 상표들과 동일, 유사하지 않는가에 대한 자문 및 검토를 통한 권리가 확보가 반드시 필요하다. [표 8]은 특허청의 상표등록에 관한 상표법 제3장 20조를 요약한 것이다. 이 항목들에 대한 사전검토는 필수적이다. 이에 대한 면밀한 검토가 선행되었어야하나, 브랜드개발 시 고증에 의한 식단개발에만 치우친 나머지 무엇보다 중요한 상표법에 대한 권리화 준비 미흡으로 상표등록이 되지 못하는 사례가 다수 발생되었다.

표 9. 이순신장군 향토음식관련 상표출원 현황

| 이순신장군관련 향토음식브랜드 출원 현황 |                     |            |            |  |
|-----------------------|---------------------|------------|------------|--|
| 출원인                   | 명칭(한글)              | 출원일자       | 상품분류       | 최종처분   |
| 부안군                   | 충무공밥상               | 2005.10.24 | 29류(8판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2005.10.24 | 30류(8판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       |                     | 2005.10.24 | 43류(8판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 조선수군밥상              | 2005.10.24 | 29류(8판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2005.10.24 | 30류(8판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       |                     | 2005.10.24 | 43류(8판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 조선장군밥상              | 2005.10.24 | 29류(8판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2005.10.24 | 30류(8판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       |                     | 2005.10.24 | 43류(8판)    | 포기(등록료미납)  |
| 경상남도                  | 이순신 밥상              | 2009.06.15 | 43류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2009.08.21 | 29류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2009.08.21 | 30류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2009.08.21 | 31류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2009.08.21 | 32류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       |                     | 2009.08.21 | 33류(9판)    | 거절결정(일반)   |
| 여주시                   | 여주시 향토음식 전라좌수사밥상    | 2009.06.19 | 43류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       | 여주시 향토음식 충무공 밥상     | 2009.06.19 | 43류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       | 여주시 향토음식 이순신 밥상     | 2009.06.19 | 43류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       | 여주시 향토음식 삼도수군밥상     | 2009.06.19 | 43류(9판)    | 거절결정(일반)   |
| (사) 21세기 이순신연구회       | 충무공 밥상              | 2009.06.23 | 30류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       | 통제영 밥상              | 2009.06.23 | 30류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 우수영 밥상              | 2009.06.23 | 30류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 좌수영 밥상              | 2009.06.23 | 30류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 임진왜란 조선수군 밥상        | 2009.06.23 | 30류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 이순신 막걸리             | 2010.04.02 | 33류(9판)    | 거절결정(일반)   |
| (사) 한국문화관광개발원         | 임진왜란 조선수군 밥상        | 2009.06.23 | 33류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 조선수군                | 2010.02.24 | 33류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 임진왜란                | 2010.02.24 | 33류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 충무공 막걸리             | 2010.02.24 | 33류(9판)    | 거절결정(일반)   |
|                       | 통제영 막걸리             | 2010.02.24 | 33류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 좌수영 막걸리             | 2010.02.24 | 33류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 우수영 막걸리             | 2010.02.24 | 33류(9판)    | 포기(등록료미납)  |
|                       | 막걸리 임진왜란 조선수군주 1592 | 2010.10.07 | 33류(9판)    | 등록결정(일반)   |
|                       | 막걸리 임진왜란 조선수군주 1597 | 2010.10.07 | 33류(9판)    | 등록결정(일반)   |
|                       | 충청남도                | 현충법상       | 2010.05.31 | 29류(9판)<br>30류(9판)<br>31류(9판)<br>32류(9판)<br>33류(9판)<br>43류(9판) |

자료출처: 특허청 특허정보검색

상표출원 현황을 분석해보면 현재까지 지자체 및 단체에서 이순신장군과 관련하여 향토음식브랜드 상표를 출원인으로 출원한 곳은 지자체 4곳, 단체 2곳이다. 명칭은 24가지이고, 상품분류로는 29류(8,9판) 5건, 30류(8,9판) 10건, 31류(9판) 2건, 32류(9판) 2건, 33류(9판) 12건, 43류(8,9판) 9건이다. 최종처분은 거절결정(일반)이 16건이고 등록결정(일반)이 8건, 포기(등록료미납)가 16건으로 조사되었다[표 9][표 10][11].

표 10. 상표출원 현황분석

| 명칭 | 상품분류      | 디자인개발 | 최종처분            |                       |
|----|-----------|-------|-----------------|-----------------------|
| 24 | 29류(8,9판) | 5     | 적용<br>8 (20%)   |                       |
|    | 30류(8,9판) | 10    |                 |                       |
|    | 31류(9판)   | 2     | 미적용<br>32 (80%) |                       |
|    | 32류(9판)   | 2     |                 |                       |
|    | 33류(9판)   | 12    |                 | 포기(등록료미납)<br>16 (40%) |
|    | 43류(8,9판) | 9     |                 |                       |

또한 개인이 아닌 단체 및 지자체에서 상표를 출원함에도 출원인들이 브랜드개발 시 브랜드를 인식할 수 있는 브랜드(상표)이미지에 대한 디자인을 개발하지 않는 상태에서 단순히 식별이 불가능한 텍스트만을 사용하여 출원하는 사례가 32건(80%)으로 예상보다 매우 많았다. 이순신장군관련 향토음식브랜드 출원 중에서 8건(20%)만이 브랜드 디자인작업을 진행했을 뿐이다[그림 7]. 이는 준비부족과 상표법에 의한 권리화에 대한 이해가 아직까지 많이 부족함을 알 수 있었다.



자료출처: 특허청 특허정보검색

그림 7. 이순신장군관련음식브랜드 상표출원이미지

현황분석에 나타난 결과에서는 등록결정이 8건(20%) 밖에 되지 않는다. 이는 상표법에 대한 면밀한 검토가 부족했다는 반증이다. 또한 경쟁적으로 비슷한 시기에 출원함으로써 최종처분에서 거절결정 16건(40%)과, 포기(등록료미납) 16건(40%)의 결과는 충분한 계획이 수반되지 못하여 나타난 결과로 생각된다.

#### IV. 결론

지금까지 이순신장군과 당시 조선수군이 먹었던 음식을 역사성, 향토성에 근거하여 브랜드개발하려는 시도들을 살펴보았다. 이와 같이 역사적, 문화적으로 검증된 향토음식은 문화산업의 기반이 되는 풍부한 콘텐츠를 제공함과 동시에, 소재를 조직화하고 특화하여 경제적 부가가치를 생산하는 좋은 자산이 될 수 있다. 그러나 이 같은 브랜드개발에 있어 아직까지 상표법에 근거한 권리화에 대한 인식과 준비가 부족한 것으로 파악되고 있다. 따라서 사례를 통하여 도출된 문제점 및 주요 사항은 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제한적인 상황에서도 당시의 고증 자료와 단서들을 통하여 식단을 복원하고 재현하려는 시도들은 음식재료 고증 및 기초자료를 만드는 것에서도 좋은 의미를 찾을 수 있다. 급속한 변화 속에서 그 특성을 잃어가는 향토음식의 맛을 발굴하여 지역의 아이덴티티를 구축함과 동시에 역사성과 향토성, 대중성을 겸비한 외연 확대의 가능성을 제시한 것에 의미를 부여할 수 있다.

둘째, 상표출원 현황분석에 나타난 결과 등록결정이 8건밖에 되지 않는다. 이는 상표법에 대한 면밀한 검토가 부족했다는 반증이다. 또한 경쟁적으로 비슷한 시기에 출원함으로써 최종처분에서 거절결정이 16건으로 나타났고, 특이한 점은 포기(등록료미납) 16건이 40%로 매우 높게 나타났다. 이와 같은 결과는 기획단계에서 상표출원단계 까지 만을 진행하고 등록결정 이후 진행에는 충분한 계획이 수반되지 못하여 예산 및 담당자의 업무인수인계 소홀로 나타난 결과로 생각된다. 권리화를 위하여 상표출원에서부터 등록이후 관리까지 장기적 안목으로 관리해야할 대상으로써의 인식이 부족한

결과이다.

셋째, 브랜드 개발이후 품질관리에 대한 인식부족으로 인한 의미퇴색이다. 고중에 의한 식단의 복원과 재현에 치중한 나머지 현대인의 식생활과의 거리감으로 인하여 대중성을 상실할 수 있는 것 또한 사실이다. 이러한 부분에 대한 고민도 계속되어야 할 것이다. 더불어 향토음식브랜드가 성공하기 위하여 개발 후 가장 중점을 두어 관리하여야 할 항목으로 ‘위생·안전성’관리가 가장 높게 조사되었는데, 이는 중요성과 소비자의 요구가 동시에 표현되었다고 할 수 있다. 브랜드가치는 철저한 품질관리를 통하여 소비자의 마음에 자리매김되어야 그 생명력을 유지할 수 있는데, 향토음식과 관련하여서는 더욱 그러하다.

넷째, 단체 및 지자체에서 상표를 출원함에도 출원인들이 브랜드개발 시 브랜드를 인식할 수 있는 브랜드(상표)이미지에 대한 디자인개발을 하지 않는 상태에서 식별이 불가능한 단순텍스트만을 사용하여 출원하는 비율이 매우 높았다. 이는 상표법에 대한 이해가 아직까지 많이 부족함을 알 수 있었다. 향토음식과 같은 무형의 가치 및 서비스를 상징화·유형화할 경우 보다 체계적인 준비를 해야 할 것이다.

더불어 각 지역 연계를 통한 외연적 확대생산의 전략적 접근도 필요하다. 우리나라의 가장 대표적 위인중의 한분인 ‘충무공 이순신장군’의 문화적 콘텐츠를 지역적 콘텐츠에서 벗어나 각 지역 간의 연계를 통한 시너지효과를 기획하고, 콘텐츠범주를 보다 확대 생산하여 지역 아이덴티티와 함께 대중성을 확보할 수 있는 다양한 형식에 대한 고민과 협력이 필요할 때이다.

지금까지 살펴본 브랜드개발 시도들이 그 지역을 상징하는 하나의 문화코드로 자리매김 되고 나아가 우리의 대표적 문화자산인 한식(韓食)의 세계화에도 일정부분 기여할 수 있는 지속적인 노력을 기대해본다.

**참 고 문 헌**

[1] 우재영, “지역경제 활성화요인으로 새로운 장소 마케팅 방안 연구”, 한국정책학회 학술대회, p.544, 2012.

[2] 윤현호 이훈, 송영민, “관광지 스토리텔링 형성과정에 대한 고찰”, 관광연구, 제26권, 제1호, pp.268-271, 2007.

[3] 공윤경, “부산 산동네의 도시경관과 장소성에 관한 고찰”, 한국도시지리학회지, 제13권, 제2호, p.132, 2010.

[4] 윤현호 이훈, 송영민, “관광지 스토리텔링 형성과정에 대한 고찰”, 관광연구, 제26권, 제1호, pp.268-271, 2007.

[5] 김영순, 윤희진, “향토문화자원의 스토리텔링 과정에 관한 연구”, 인문콘텐츠, 제17호, pp.9-15, 2010.

[6] 전도근, 송현옥, 주동하, 김혜원, “충무공 이순신 장군 밥상 재현을 위한 연구”, 여수시 연구보고서, 2009.

[7] 전도근, 송현옥, 주동하, 김혜원, “충무공 이순신 장군 밥상 재현을 위한 연구”, 여수시 연구보고서, 2009.

[8] <http://smartbook.yi-sunsin.com/html/AType/main.jsp?code=20120514165419>

[9] 전도근, 송현옥, 주동하, 김혜원, “충무공 이순신장군 밥상 재현을 위한 연구”, 여수시 연구보고서, 2009.

[10] [http://www.cnnongup.net/html/kr/cul/cul\\_03\\_03\\_01.html](http://www.cnnongup.net/html/kr/cul/cul_03_03_01.html)

[11] <http://www.kipris.or.kr/kor/main/main.jsp>

**저 자 소 개**

최 석(Souk Choi)

정희원



- 1992년 2월 : 홍익대학교 시각디자인학과(미술학사)
- 1998년 2월 : 홍익대학교 산업미술대학원(미술학석사)
- 2002년 9월 ~ 현재 : 전남대학교 시각정보디자인학과 교수

<관심분야> : 아이덴티티, 브랜드디자인