

충남 로컬푸드 식당이 떴다



글 · 박래휘 충남 로컬푸드 식당 미더유 심사위원장

벌써, 충남 로컬푸드 식당 인증제도인 '미더유'의 시작과 더불어 본인이 심사위원을 맡은 지도 햇수로 3년차가 지나가고 있는 시점에서 '미더유' 사업에 대한 원고요청을 받고 어떤 방향으로 쓸 것인가에 대해 고민하다 '미더유' 사업을 알리는 방향과 향후사업방향에 대한 그 간에 심사위원으로 겪은 점을 위주로 전하고자 한다.

먼저, 충남 로컬푸드 식당 '미더유' 인증제도의 탄생과 기준

충남 로컬푸드 식당 '미더유' 인증제도는 농가의 소득증대와 안심먹거리를 만들고, 충청남도 3농혁신의 일환으로 2012년 전국 최초로 시작되었다.

내 지역에서 나오는 신선한 식자재를 이용하여 건강한 충남의 먹거리를 발굴하고 창조하고자 충청남도와 충남발전연구원이 주체가 되어 충남 농어업6차산업화센터가 농부와 직거래 하거나, 지역농산물을 사용하는 식당을 찾아 인증해 주는 사업이다.

'미더유'가 햇수로 3년을 맞이하고 있으며, 지역농가와 미더유식당이 해마다 매출이 늘어나고 지역경제에 이바지하는 사업으로 뿌리내리고 있다.

백제의 역사와 문화를 간직한 충남지역은 예로부터 우리 고유의 음식

문화와 역사를 가지고 있으며, 충남 지역 음식의 참맛을 증미하고자 한다면 적어도 우리지역에서 자란 농수산물을 사용하여 정성스레 만들어진 음식이 기본이 되지 않을까 하는 생각에 '미더유' 사업의 시발점이 되지 않을까 싶다.

'미더유' 인증기준은 먼저, 1차 서류접수후 현장 심사 평가를 거친다. 그 기준은 현장심사평가는 맛(25), 지역농산물 사용정도(50%미만 기준탈락) 및 농산물 가격수준(40), 친절도(15), 업소위생(20), 가점(5)으로 100점 만점 기준으로 평가되며, 80점 이상은 로컬푸드 인증, 70점 이상 80점미만은 예비업체로 지정하고 있다. 여기에서 충남미더유식당의 로컬푸드의 거리기준은 내지역에서 50Km이내의 식자재를 사용하는 것을 기준으로 한다.

그러기에 지역 내 농가와의 상호협력이 더욱 필요하고 함께 성장해 나갈 수 있는 것이다.

왜, 로컬푸드 식당의 성장이 중요한 것인가?



충남 로컬푸드 식당의 인증제도인 '미더유' 사업이 중요한 것은 기본적으로 3가지로 나눌 수 있다고 본다.

첫째, 지역 내에서 생산되는 농수산물을 이용함으로써 지역농가의 안정된 생산매출과 생산의욕을 북돋아 줄 수 있다는 것이다.

이것은 유통단계를 줄임으로 그로인한 농가의 생산물을 1차유통단가보단 높이 받을 수 있고, 소

농들에게는 SNS나 블로그를 이용한 농산물의 판매를 위한 개별마케팅에 들어가는 시간과 노력을 줄이고 본분인 농작물의 생산에 더 집중할 수 있는 시간과 여유의 시간을 제공해 줄 수 있기 때문이다. 아울러, 로컬푸드 식당은 지역 내 농수산물을 직거래 혹은 로컬푸드 매장과 재래시장을 통해 보다 신선한 식재료를 저렴하게 구입 할 수 있는 장점이 있다.

둘째, 로컬푸드 식당은 맑은 환경과 먹거리건강을 줄 수 있다는 것이다.

푸드 마일리지(Food mileage: 식품이 생산된 곳에서 소비자까지 이동하게 되는 거리)를 줄임으로 해서 식품의 운송에서 오는 탄소배출을 줄임으로 지구환경 보호에 직·간접으로 이바지하는 것이고 지역에서 생산된 신선한 식재료와 직거래 등을 통한 누가 생산하였는지에 대한 생산자 이력을 알 수 있고

생산자의 농가를 방문하는 체험도 할 수 있어 생산자와 소비자, 농촌과 도시를 엮어주는 연결고리 속에서 부가적 관광 상품을 자연스럽게 만들어 갈 수 있다는 이점이 있다.

예를 들자면, 2014년에 예비 미디어 로컬푸드 식당인 홍성군 홍동면의 '행복나누기'의 경우는 지역 농부들과 직거래를 통해 농산물을 공급받고 이를 식당 내외부에 포스터를 통해 알림으로 해서 식당을 찾는 고객들에게 식자재에 대한 안심과 더불어 농산물을 별도 구입 할 수 있는 홍보의 역할을 하고 있다.



셋째, 지역 내 다른 식당들에게도 지역 농산물을 이용하게 하는 전도자의 역할을 한다.

충남 로컬푸드 식당 미디어의 업체들이 인증을 받기 전과 이후의 매출 추이를 살펴보면 점차적인 매출이 올라가고 있다.(자료: 충남 외식업 로컬푸드 인증제도(미디어) 활성화 방안 연구(권오성 외) 2014.06) 이것은 현재, 식당을 이용하는 고객의 성향이 음식의 맛과 더불어 일본 후쿠오카원전사고 이후, 식재료의 안전성에 예민해진 것에서도 이유를 찾을 수 있다. 여기에 매스미디어(Mass Media)의 영향으로 고객의 선택에서 식당의 위생상태도 중요한 요인으로 작용되고 있기 때문이다. 이에 미디어 인증 식당을 기점으로 주변식당들도 점차적으로 영업부진의 해법으로 지금의 식자재 구입을 루트를 지역농산물로의 전환으로 바뀌어 가는 추세로 이어지고 있다는 점을 주시 할 필요가 있다. 아울러, 1년에 1회씩의 인증식당에 대한 모니터링을 해나가 미디어식당의 심사체계는 향후에도 지속적으로 진행되어야 할 것이다.

앞으로 충남 로컬푸드 식당 미디어 인증사업이 정착하려면…….

현재, 충남 로컬푸드 식당 '미디어'로 선정되면 지원프로그램으로, 미디어인증 마크사용 및 상징등(제작비 50%지원)의 사용과 메뉴판 디자인 지원(제작비 50%지원)과 홍보지원으로 현수막제작(제작비 50%지원), 블로그 홍보(1회/년), 지역신문 정기적 신문칼럼 게재 지원, 지역방송국 계절별 제철음식 소개 참여)등을 지원해 주고 있다. 이를 통해 신뢰도와 매출이 향상되고 있지만 이것은 지역별 맛집브랜

드나 모범음식점지원에 비해 지원하는 것이 미미하다고 볼 수 있다. 그러기에 좀 더 많은 지원이 필요할 것으로 본다. 하지만 물질적인 지원이나 단기적 지원보다는 필요한 부분에 대한 조사를 통해 로컬푸드 식당의 취지에 맞는 우선순위를 정하고 그 부분을 지원하는 것이 지속적인 로컬푸드 식당 인증사업에 성패를 나눌 수 있다고 본다.

그 중에, 로컬푸드 식당의 문제 중 가장 큰 한가지는 농·수산물의 의제매입세액공제제한도액을 매출액의 30%로 축소하는 세법개정으로, 직거래 소농, 재래시장을 통한 무자료거래에 대한 부담이 가증될 것으로 예상되는 것이다. 이 문제는 지역 로컬푸드 매장을 이용한 우회거래도 증빙자료로 만들 수 있도록 지원하는 것이 문제 해결 방법 중 하나가 될 수 있다고 본다.

또한, 로컬푸드를 장려하는 것 중에 한 가지가 유통단계를 줄여 농산물의 판매가격을 낮추어 주는 것인데, 지금은 로컬푸드 식당에서 구입하는 지역농산물의 가격이 일반 유통농산물가격보다 가격이 저렴하지 않다는 것이다. 이를 타개하기 위해선 먼저, 농산물을 로컬푸드 식당에 납품하는 농부의 인식의 변화가 필요 할 것으로 본다. 아울러, 로컬푸드 식당의 개념을 이해할 수 있도록 농가홍보 및 저렴하게 공급 할 수 있는 농가와 품목에 대한 데이터베이스를 지역별로 시군 등의 행정기관을 통해 제공해 줄 필요가 있다고 본다. 이것은 반드시, 충남 로컬푸드 식당뿐만 아니라 일반 식당들에게도 도움이 될 것으로 본다.

그리고 충남 로컬푸드 식당 미디어 인증사업의 도약을 위해서는 인증제도에 대한 충남도내 식당들과 일반인들의 인지도 상승을 위한 홍보와 지원이라고 본다.

이 부분은 현재, 충남발전연구원과 충남도간에 협의가 진행되고 있는 것 같아 좋은 결과가 나올 것으로 본다.

끝으로 충남 로컬푸드 식당 인증제도를 단순히 식당 홍보나 매출 증진에 도움이 되는 인증마크의 한 가지로 보지 말고, 식당경영자는 내가하는 로컬푸드식당이 내 이웃이자 고객인 농부와 함께 나누며 공생공존한다는 인식을 갖는 것이 중요하다고 본다. 이것은 농부들도 마찬가지 일 것이다.

자발적 로컬푸드 식당 투어를 만들어 진행하다.

현재, 충남 로컬푸드 식당 미디어 인증제도에 대한 인지도가 점차적으로 향상되어가고 있는 중이지만, 아직까지는 충남도·시·군청에서조차 잘 모르는 정도로 미미한 실정이다. 이런, 인지도를 높이기 위해서는 다양한 홍보활동이 필요하고 지자체에서부터 내려오는 홍보도 중요하다. 하지만 그 전에 본인은 충남 로컬푸드 식당이 잘 운영되기 위해 무엇을 제안하는 것보다는 작은 것에서 아니 할 수 있는 능력 범위에서 실행하면서 과정과 결과를 볼 수 있는 충남 로컬푸드 미디어 식당을 벤치마킹하는 충

남 로컬푸드 식당 미더유 투어'를 자비 재능 기부 형태로 만들어 지난 7월에 1차투어를 진행해서 일반인을 비롯해 외식업체와 농촌관련전문가들의 호응 속에서 벌써, 4차 투어를 진행하고 있다. 투어가 진행되면서 미더유식당에 대한 인식도 높아지고, 식당경영주분들은 미더유식당에 걸 맞는 식당이 되기 위해 식당의 환경을 고쳐나가는 모습과 그런 식당에 직거래하며 서로가 이웃이 된 농부들의 모습을 대하게 된다.

이 투어는 미더유 인증식당들과 함께 먼저 많은 사람들에게 충남 로컬푸드 식당 인증사업인 '미더유'를 알리고, 사람들이 직접 로컬푸드 인증된 미더유식당을 함께 찾아가 로컬푸드 식당의 운영과 직거래 농부와 농가를 찾아 이야기를 나누고 식사와 더불어 로컬푸드 상품을 구매하며 로컬푸드에 대한 이해도를 높이는 것을 목적으로 한다.

또한, 내부적으로는 충남 로컬푸드 식당 협의회가 자체적으로 네트워크를 형성하여 다양한 사업을 충남지역 농가와 더불어 협력해 나갈 수 있는 자생력을 갖추는 미더유식당경영인의 교육과 화합에 장으로 성장될 수 있도록 지속적인 현장전문가의 자문의 역할을 할 예정이다.

불황과 경기침체 속에 새로운 패러다임을 제시하는 충남 로컬푸드 식당 '미더유'

충남 로컬푸드 식당 인증사업인 미더유식당제도가 지역경제 활성화와 지역농가의 안정된 생활향상에 기여함을 배우려는 지역관련단체에게 또한, 이를 바탕으로 진행되는 충남 로컬푸드 식당 미더유가 불황기의 외식시장에 안전하고 건강한 먹거리로 창업자나 식당을 경영하는 분들에게 새로운 패러다임을 제시해주고 있다.